

# 新宿区 中小企業の景況

(令和5年4月～6月期)

## 1. 調査内容の説明

【調査対象業種】 製造業 (33 件)、印刷・同関連業 (27 件)、染色業 (14 件)、建設業 (38 件)、情報通信業 (32 件)、卸売業 (33 件)、小売業 (63 件)、飲食・宿泊業 (70 件)、不動産業 (45 件)、サービス業 (68 件)

※ ( ) 内は有効回答数 合計 423 件

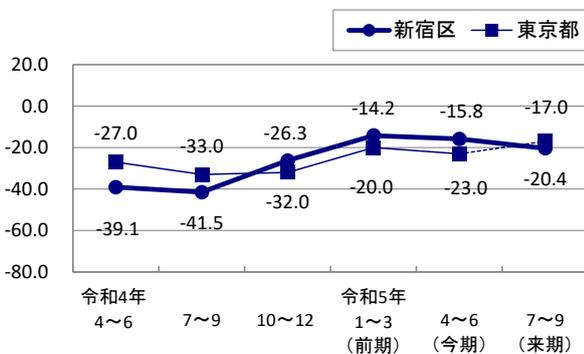
【調査方法】 郵送アンケート調査 【調査機関】 (株) 東京商工リサーチ 【調査実施時期】 令和5年7月上旬  
※各設問の詳細 (調査票) については、産業振興課のホームページに掲載しています。

## 2. 全般的な業況、今期の特徴

業況DI (「良い」企業割合－「悪い」企業割合) は▲15.8 と、前期 (令和5年1月～3月) の▲14.2 からやや厳しさが増した。来期 (令和5年7月～9月) の予想は▲20.4 と低迷する見込み (図表1)。

業況が「良い」理由と「悪い」理由の割合は、いずれも「国内需要 (売上) の動向」が最も高い (図表2)。「良い」理由では、「仕入価格の動向」が前期より 11.3 ポイント増加し、悪い理由では「同業者間の競合」が 8.3 ポイント増加した。

図表1 業況DIの推移



図表2 今期業況DIの判断理由 (%)

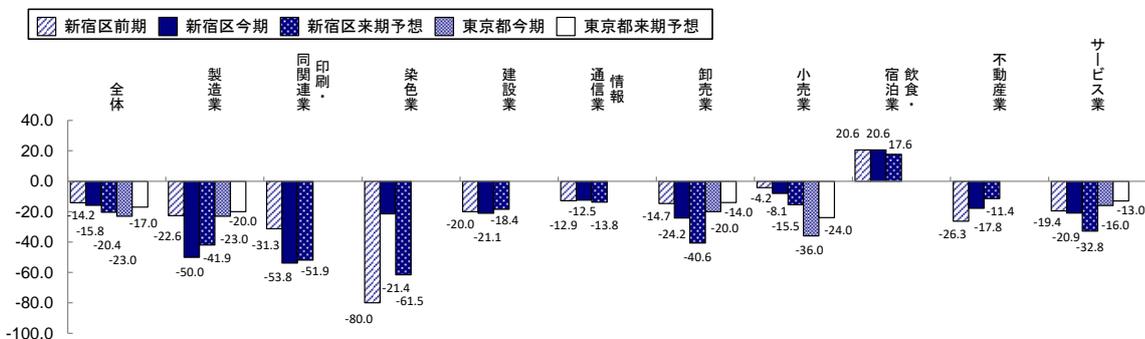
項目	国内需要 (売上) の動向	海外需要 (売上) の動向	販売価格の動向	仕入価格の動向	仕入れ以外のコストの動向	資金繰り・資金調達	株式・不動産等の価格の動向	為替レートの動向	税制・会計制度の動向	同業者間の競合	その他
業況											
良い	83.7	12.2	36.7	38.8	18.4	6.1	4.1	6.1	6.1	6.1	4.1
悪い	75.8	3.1	23.4	47.7	27.3	24.2	3.1	10.9	3.9	30.5	3.9

※最大3つまで選択

業種別では、染色業はかなり厳しさが和らぎ、不動産業は持ち直し、飲食・宿泊業は前期並となった。一方、製造業、印刷・同関連業、卸売業はかなり厳しさが増し、小売業は低迷し、建設業、情報通信業、サービス業は前期並の厳しさが続いた。

来期は、飲食・宿泊業はやや好感感が弱まり、製造業、不動産業は厳しさが和らぎ、印刷・同関連業、建設業はやや改善する見込み。一方、染色業、卸売業、サービス業はかなり厳しさが強まり、小売業は低迷し、情報通信業は今期並の厳しさが続く見込み (図表3)。

図表3 業況DI、見通しDI



※東京都の数値は東京都産業労働局が毎月実施している景況調査の7月発表の資料によるもの。  
(全体、製造業、卸売業、小売業、サービス業についてのみの比較となります)

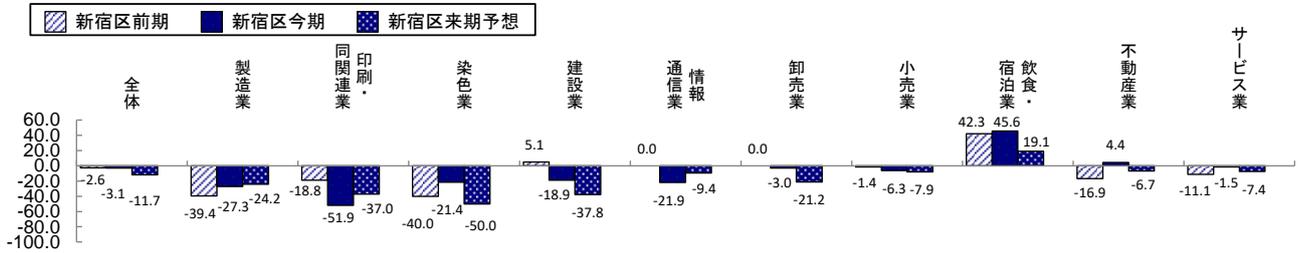
業況: 経済全体の景気状態ではなく、個々の企業ないし産業の景気状況。

DI(ディーアイ): ディフュージョン インデックス Diffusion Indexの略で、増加(又は「上昇」「楽」など)したと答えた企業割合から、減少(又は「下降」「苦しい」など)したと答えた企業割合を差引いた数値のこと。不変部分を除いて増加したとする企業と減少したとする企業のどちらかの力が強いかを比べて時系列的に傾向をみようとするものである。

### 3. 業種別項目別 DI

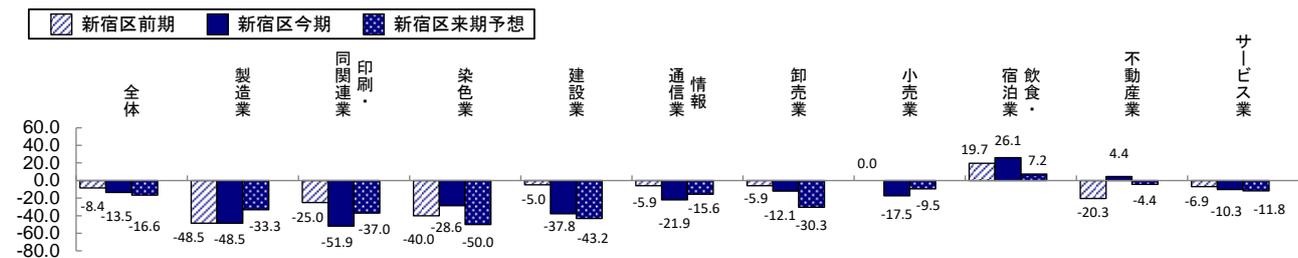
#### ●売上額 DI

今期は、飲食・宿泊業はやや好感が強まり、不動産業は好転し、製造業、染色業、サービス業はかなり厳しさが和らいだ。一方、建設業は水面下に転じ、印刷・同関連業、情報通信業は大幅に低迷し、小売業は厳しさが増し、卸売業はやや低迷した。来期は、飲食・宿泊業はかなり好感が弱まり、印刷・同関連業、情報通信業は大幅に厳しさが和らぎ、製造業はやや改善する見込み。一方、不動産業は水面下に転じ、染色業、建設業、卸売業はかなり厳しさが増し、サービス業は低迷し、小売業はやや厳しさが強まる見込み。



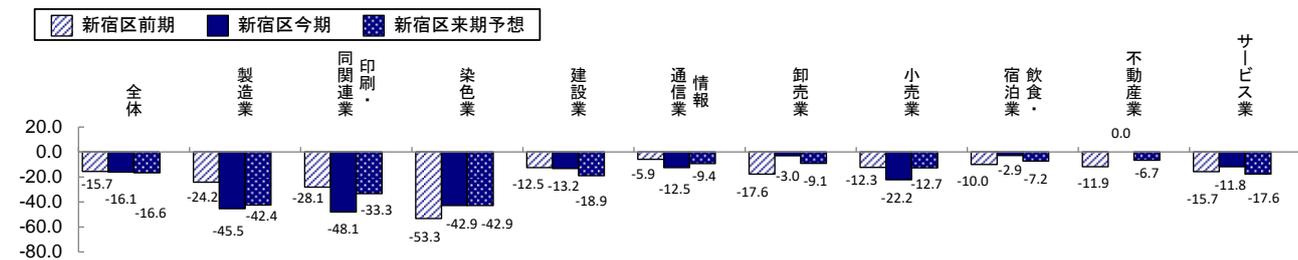
#### ●収益 DI

今期は、飲食・宿泊業は好感が強まり、不動産業は好転し、染色業は大幅に厳しさが和らいだ。一方、印刷・同関連業、建設業、情報通信業、小売業はかなり厳しさが増し、卸売業は低迷し、サービス業はやや厳しさが強まり、製造業は前期並の厳しさとなった。来期は、製造業、印刷・同関連業はかなり厳しさが和らぎ、情報通信業、小売業は改善する見込み。一方、不動産業は水面下に転じ、染色業、卸売業は大幅に低迷し、建設業は厳しさが増し、サービス業は今期並の厳しさが続き、飲食・宿泊業はかなり好感が弱まる見込み。



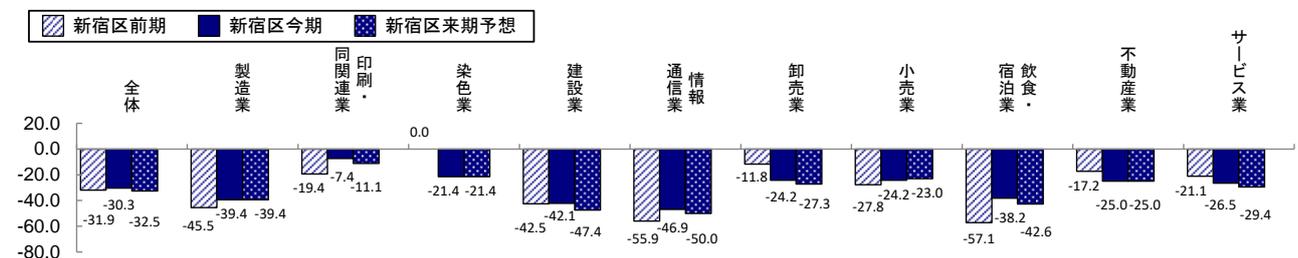
#### ●資金繰り DI

今期は、染色業、卸売業、不動産業はかなり苦しさが和らぎ、飲食・宿泊業、サービス業は持ち直した。一方、製造業、印刷・同関連業、小売業は窮屈感がかなり強まり、情報通信業は苦しさが増し、建設業は前期並の厳しさが続いた。来期は、印刷・同関連業、小売業はかなり持ち直し、製造業、情報通信業はやや改善する見込み。一方、建設業、卸売業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業は厳しさが強まり、染色業は今期並の厳しさが続く見込み。



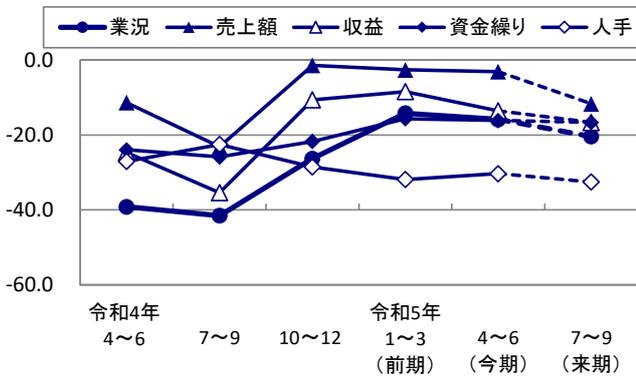
#### ●人手 DI

今期は、製造業、印刷・同関連業、情報通信業、小売業、飲食・宿泊業では不足感が緩和したが、染色業、卸売業、不動産業、サービス業では不足感が強まり、建設業は前期並の不足感が続いた。来期は、全ての業種で不足となる見込み。



#### 4. 新宿区(全体)における項目別 DI 推移

今期は、業況はやや厳しさが増し、資金繰りは前期並の苦しさと推移し、人手はやや不足感が弱まり、売上額は前期並となった。来期は、業況、売上額、収益は厳しさが増し、人手はやや不足感が強まり、資金繰りは今期並の厳しさが続く見込み。

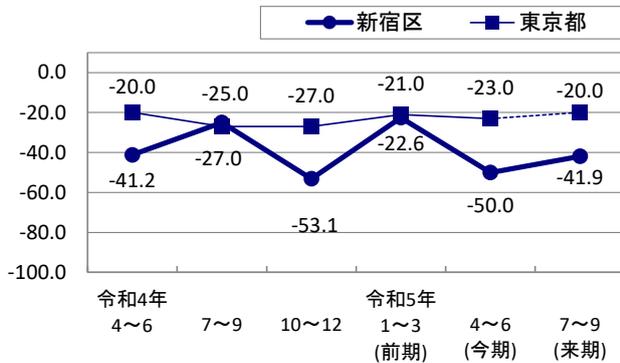


前期 ☁️ → 今期 ☁️ → 来期 ☁️

	令和4年 4~6	7~9	10~12	令和5年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-39.1	-41.5	-26.3	-14.2	-15.8	-20.4
売上額	-11.3	-23.1	-1.4	-2.6	-3.1	-11.7
収益	-24.7	-35.4	-10.6	-8.4	-13.5	-16.6
資金繰り	-23.9	-25.9	-21.7	-15.7	-16.1	-16.6
人手	-27.0	-22.5	-28.5	-31.9	-30.3	-32.5

#### 5. 業種別における DI 推移

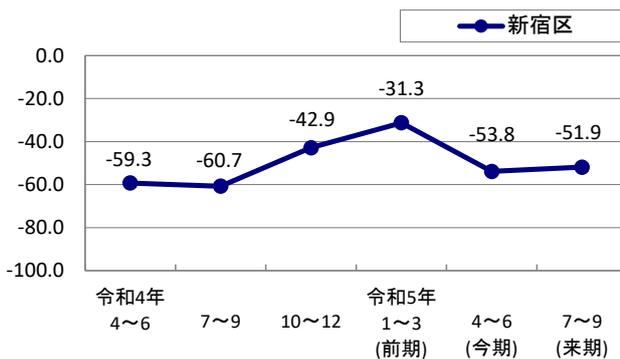
##### 1) 製造業



前期 ☁️ → 今期 ☁️ → 来期 ☁️

	令和5年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)	東京都 今期
業況	-22.6	-50.0	-41.9	-23.0
売上額	-39.4	-27.3	-24.2	
収益	-48.5	-48.5	-33.3	
資金繰り	-24.2	-45.5	-42.4	
人手	-45.5	-39.4	-39.4	

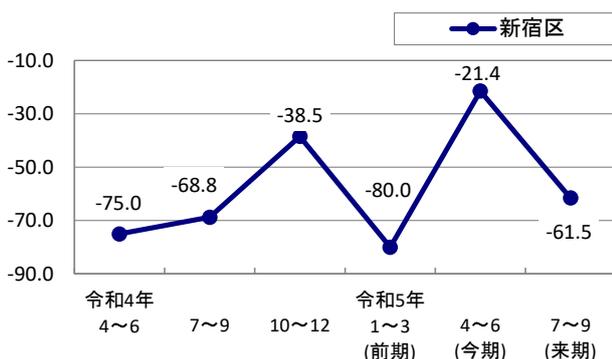
##### 2) 印刷・同関連業



前期 ☁️ → 今期 ☁️ → 来期 ☁️

	令和5年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-31.3	-53.8	-51.9
売上額	-18.8	-51.9	-37.0
収益	-25.0	-51.9	-37.0
資金繰り	-28.1	-48.1	-33.3
人手	-19.4	-7.4	-11.1

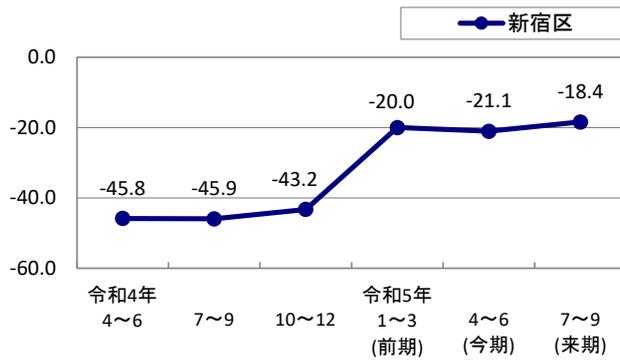
##### 3) 染色業



前期 ☁️ → 今期 ☁️ → 来期 ☁️

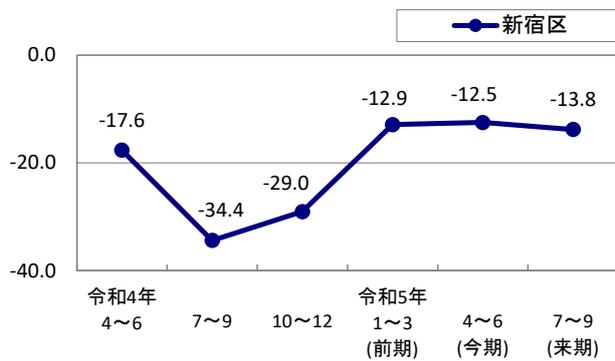
	令和5年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-80.0	-21.4	-61.5
売上額	-40.0	-21.4	-50.0
収益	-40.0	-28.6	-50.0
資金繰り	-53.3	-42.9	-42.9
人手	0.0	-21.4	-21.4

#### 4) 建設業



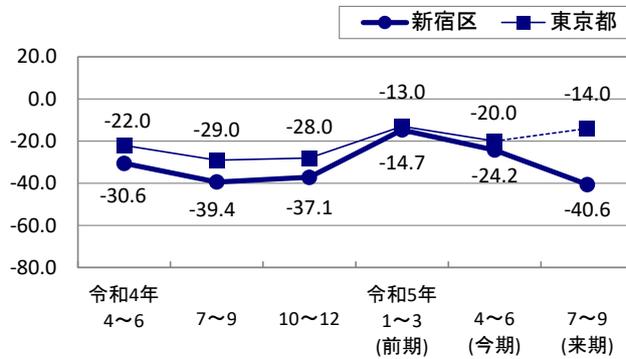
	令和5年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-20.0	-21.1	-18.4
売上額	5.1	-18.9	-37.8
収益	-5.0	-37.8	-43.2
資金繰り	-12.5	-13.2	-18.9
人手	-42.5	-42.1	-47.4

#### 5) 情報通信業



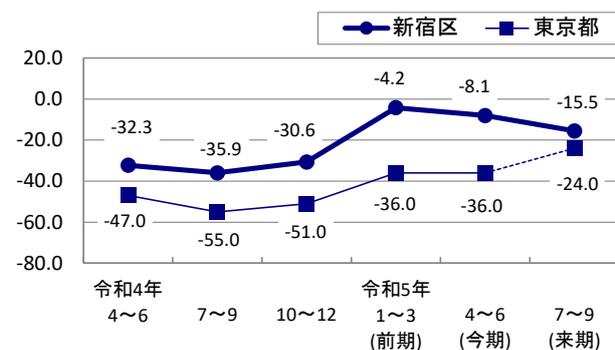
	令和5年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-12.9	-12.5	-13.8
売上額	0.0	-21.9	-9.4
収益	-5.9	-21.9	-15.6
資金繰り	-5.9	-12.5	-9.4
人手	-55.9	-46.9	-50.0

#### 6) 卸売業



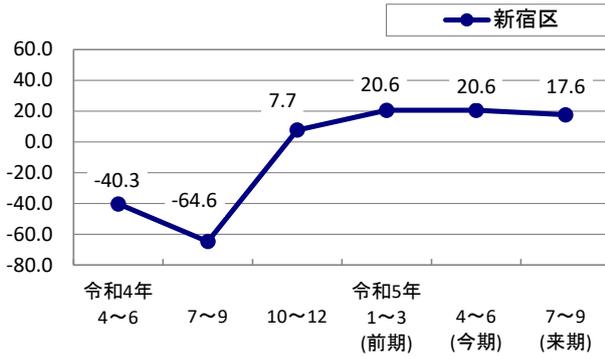
	令和5年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)	東京都 今期
業況	-14.7	-24.2	-40.6	-20.0
売上額	0.0	-3.0	-21.2	
収益	-5.9	-12.1	-30.3	
資金繰り	-17.6	-3.0	-9.1	
人手	-11.8	-24.2	-27.3	

#### 7) 小売業



	令和5年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)	東京都 今期
業況	-4.2	-8.1	-15.5	-36.0
売上額	-1.4	-6.3	-7.9	
収益	0.0	-17.5	-9.5	
資金繰り	-12.3	-22.2	-12.7	
人手	-27.8	-24.2	-23.0	

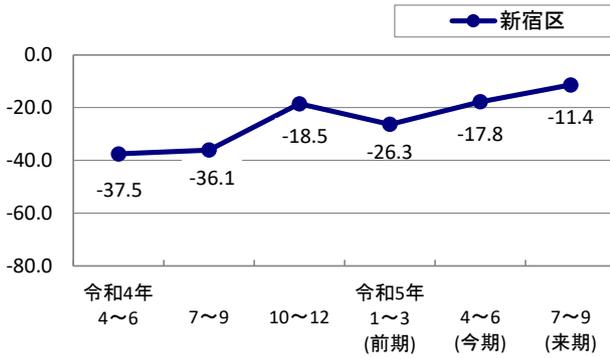
8) 飲食・宿泊業



前期 ☀️ → 今期 ☀️ → 来期 ☀️

	令和5年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	20.6	20.6	17.6
売上額	42.3	45.6	19.1
収益	19.7	26.1	7.2
資金繰り	-10.0	-2.9	-7.2
人手	-57.1	-38.2	-42.6

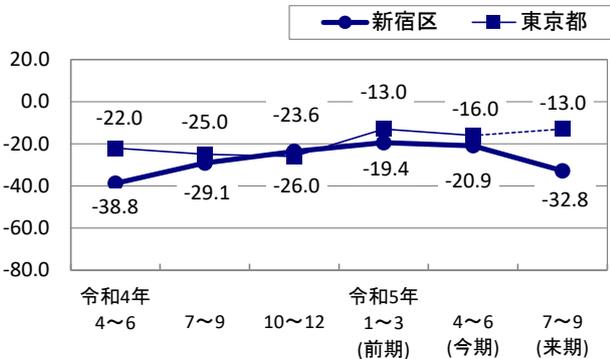
9) 不動産業



前期 ☁️ → 今期 ☁️ → 来期 ☁️

	令和5年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-26.3	-17.8	-11.4
売上額	-16.9	4.4	-6.7
収益	-20.3	4.4	-4.4
資金繰り	-11.9	0.0	-6.7
人手	-17.2	-25.0	-25.0

10) サービス業



前期 ☁️ → 今期 ☁️ → 来期 ☁️

	令和5年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)	東京都 今期
業況	-19.4	-20.9	-32.8	-16.0
売上額	-11.1	-1.5	-7.4	
収益	-6.9	-10.3	-11.8	
資金繰り	-15.7	-11.8	-17.6	
人手	-21.1	-26.5	-29.4	

マーク	DI値							東京都 今期
	☀️	☀️	☁️☀️	☁️	☁️☔️	☔️☁️	☔️☔️	
全体	17 以上	16 ~ 7	6 ~ -4	-5 ~ -14	-15 ~ -24	-25 ~ -34	-35 以下	
製造業	20 以上	19 ~ 10	9 ~ 0	-1 ~ -10	-11 ~ -20	-21 ~ -30	-31 以下	
印刷・同関連業	20 以上	19 ~ 10	9 ~ 0	-1 ~ -10	-11 ~ -20	-21 ~ -30	-31 以下	
染色業	20 以上	19 ~ 10	9 ~ 0	-1 ~ -10	-11 ~ -20	-21 ~ -30	-31 以下	
建設業	20 以上	19 ~ 10	9 ~ 0	-1 ~ -10	-11 ~ -20	-21 ~ -30	-31 以下	
情報通信業	15 以上	14 ~ 5	4 ~ -5	-6 ~ -15	-16 ~ -25	-26 ~ -35	-36 以下	
卸売業	20 以上	19 ~ 10	9 ~ 0	-1 ~ -10	-11 ~ -20	-21 ~ -30	-31 以下	
小売業	10 以上	9 ~ 0	-1 ~ -10	-11 ~ -20	-21 ~ -30	-31 ~ -40	-41 以下	
飲食・宿泊業	15 以上	14 ~ 5	4 ~ -5	-6 ~ -15	-16 ~ -25	-26 ~ -35	-36 以下	
不動産業	10 以上	9 ~ 0	-1 ~ -10	-11 ~ -20	-21 ~ -30	-31 ~ -40	-41 以下	
サービス業	15 以上	14 ~ 5	4 ~ -5	-6 ~ -15	-16 ~ -25	-26 ~ -35	-36 以下	

好調 ← 普通 → 不調

※「4. 新宿区(全体)における項目別 DI 推移」及び「5. 業種別における DI 推移」のマーク(前期・今期・来期)は、各 DI の小数点第一位を四捨五入して付与しています。

## 6. 経営上の問題点

全体では、1位「売上の停滞・減少」が56.7%、2位「人手不足」が31.2%、3位「利幅の縮小」が26.6%となった。

業種別では、飲食・宿泊業を除いて「売上の停滞・減少」、飲食・宿泊業では「人手不足」が1位となった。

	全体		製造業		印刷・同関連業	
1位	売上の停滞・減少	56.7%	売上の停滞・減少	51.9%	売上の停滞・減少	73.1%
2位	人手不足	31.2%	利幅の縮小	37.0%	利幅の縮小	42.3%
3位	利幅の縮小	26.6%	材料価格の上昇	29.6%	材料価格の上昇	34.6%
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	売上の停滞・減少	71.4%	売上の停滞・減少	58.8%	売上の停滞・減少	50.0%
					人手不足	50.0%
2位	取引先の減少	57.1%	人手不足	41.2%	同業者間の競争の激化	28.6%
					顧客・ニーズの変化・減少	28.6%
3位	顧客・ニーズの変化・減少	28.6%	材料価格の上昇	23.5%	人件費の増加	21.4%
	材料価格の上昇	28.6%			技術力の不足	21.4%
	卸売業		小売業		飲食・宿泊業	
1位	売上の停滞・減少	58.6%	売上の停滞・減少	63.2%	人手不足	47.4%
2位	利幅の縮小	34.5%	利幅の縮小	31.6%	売上の停滞・減少	44.7%
3位	為替レートの変動	31.0%	人手不足	28.1%	材料価格の上昇	34.2%
			人件費の増加	28.1%		
	不動産業		サービス業			
1位	売上の停滞・減少	47.7%	売上の停滞・減少	58.7%		
2位	人件費以外の経費の増加	29.5%	同業者間の競争の激化	36.5%		
3位	利幅の縮小	25.0%	人手不足	34.9%		

※ 最大3つまで選択

## 7. 今後の経営上の取組

全体では、1位「新しい取引先を見つける」が41.1%、2位「販路を拡大する」が37.7%、3位「人材を確保する」が29.7%となった。

業種別では、製造業、印刷・同関連業、染色業、サービス業は「新しい取引先を見つける」、建設業、飲食・宿泊業は「人材を確保する」、卸売業、小売業は「販路を拡大する」、不動産業は「不動産の有効活用を図る」、情報通信業は「新しい取引先を見つける」及び「人材を確保する」がそれぞれ1位となった。

	全体		製造業		印刷・同関連業	
1位	新しい取引先を見つける	41.1%	新しい取引先を見つける	59.3%	新しい取引先を見つける	68.0%
2位	販路を拡大する	37.7%	技術力を強化する	33.3%	販路を拡大する	52.0%
3位	人材を確保する	29.7%	販路を拡大する	29.6%	既存事業で新商品・新サービスを開発 (又は取り扱い)する	28.0%
					人材を確保する	28.0%
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	新しい取引先を見つける	85.7%	人材を確保する	50.0%	新しい取引先を見つける	39.3%
					人材を確保する	39.3%
2位	販路を拡大する ※1	28.6%	技術力を強化する	35.3%	販路を拡大する	32.1%
3位	宣伝・広報を強化する	14.3%	新しい取引先を見つける	32.4%	技術力を強化する	25.0%
	卸売業		小売業		飲食・宿泊業	
1位	販路を拡大する	62.1%	販路を拡大する	46.4%	人材を確保する	39.5%
2位	新しい取引先を見つける	58.6%	新しい取引先を見つける	33.9%	販路を拡大する	28.9%
3位	人材を確保する	34.5%	既存事業で新商品・新サービスを開発 (又は取り扱い)する	28.6%	既存事業で新商品・新サービスを開発 (又は取り扱い)する	26.3%
					人材育成を強化する	26.3%
	不動産業		サービス業			
1位	不動産の有効活用を図る	27.9%	新しい取引先を見つける	50.8%		
2位	販路を拡大する	25.6%	販路を拡大する	42.9%		
	新しい取引先を見つける	25.6%				
3位	人材を確保する	20.9%	人材を確保する	30.2%		

※ 最大3つまで選択

※1 染色業では「販路を拡大する」の他、「新しい事業を始める」「技術力を強化する」「不動産の有効活用を図る」も同率2位であった。□

## 8. コメント調査結果

### 1) 製造業

- ・ 原材料・資材・エネルギー等高騰によるコスト増はあるものの、売上増により収益はコロナ禍以前に近い状態まで回復しつつある。
- ・ 地金やその他の価格上昇により、売上も多少上昇している様に感じるが半導体の動向により関連事業の浮き沈みが激しく先行きが不透明である。
- ・ 仕入先の値上要請を販売先に転嫁するのに労力を使う。
- ・ コロナ前と後では売上は半分になった。今年に入って、今まで通りの大手はぼちぼち入荷している状態で、HPでの新規のお客様に助けられている。
- ・ 人件費増、仕入れ増、売上減、大手に価格で負ける。仕入量は勝てないので、材支給などの対策で件数確保。労務費だけで利益出すのは苦しい。
- ・ 創業以来（35年間）、最も苦しい経営状態。ここまでの販売不振は経験がない。コスト上昇も定価を変えられず、ありとあらゆる支払いが異常なほど上がっている。

### 2) 印刷・同関連業

- ・ 人員を増やし、新しい事業を立ち上げ今後の売上増が望まれる。
- ・ 急速な光熱費上昇、資材価格高騰への対応が急務となっている。製造業としては喫緊の課題。
- ・ 固定費の増加（人件費や材料費他、ガソリン代など）で売上が停滞している。紙離れも加速している。
- ・ 売上の減少にコストカットが追いついていない。切羽詰まっている。
- ・ 仕入れの値上げ分を販売価格に転嫁出来ていない。競合がおり難しい状況。利益率を圧迫している。
- ・ 悪い状況が続き会社存続が不安。

### 3) 染色業

- ・ 収益は今後難しいと考えている。

### 4) 建設業

- ・ 受注は過去数年に比べ大幅に増加しているものの半導体等の供給不足で工事に使用する機器類の納期が長期化（中には注文後1年以上）している。受注はあっても工事の進捗が進まず、月々の売上は減少し、資金的にも厳しい状況となっている。
- ・ メーカー、商社等の仕入先からの一方的な値上げによるコスト増を資金力のある大手との競合において、100%価格転嫁できず、収益に影響をもたらせている。外注業者の人手不足による工期遅延、コスト増。ベアによる販管費増。
- ・ 取引先への価格（値上げ）の交渉に踏み込めずにいる。
- ・ ゼロゼロ融資の返済がキツイ。
- ・ 年々、相見積り等の激化、業者様からの仕入額の増加、人件費高騰による利益の減少。
- ・ 高齢化により、人材不足が深刻化している。人材募集しているが高齢者の応募しかこない（65才以上）のが現状。建設業環境の中でも、人材が集まらない。

### 5) 情報通信業

- ・ 良好。
- ・ コロナ融資返済で無借金経営となった。
- ・ 人材ありきなので収益に影響が出ている。
- ・ 人手不足で仕事を断っている。

## 6) 卸売業

- ・ 前年度と比べると売上などが増加し収益が増加している。今後は、単価の今以上の見直し、経費の削減を行い収益率の向上を行う。
- ・ 従業員は少数だが、売上、仕入は常に変化なし。
- ・ 個人消費の伸び悩みがある。ただ、コロナ禍で改善したこと、新しく推進したことが軌道にのりつつあり、継続していけば良い成果をだせると思う。
- ・ 業界全体の需要減少と、価格改定に伴う同業者間の競争が激化。新規事業を含めた、新たな売上の柱の構築が急務ではあるが、なかなか進んでいない。
- ・ 円安により仕入価格が増加して、利益を圧迫している。(当社はドル仕入、円販売のみ)
- ・ マスクをしている間は好転しない。

## 7) 小売業

- ・ 良好。
- ・ 経営状況はまずまず順調で大きな問題はない。
- ・ 人手不足により、やむをえず取引を縮小した。
- ・ 輸入卸業の為、円安(過度な)にふれると、販売が停滞し、利益も縮小。
- ・ コロナで減少したイベント関連の仕事が回復傾向にあるが油断は出来ない。また、人件費以外の経費(電気やガソリンなど)の値上げは大変辛い。そういった問題のしわ寄せはほとんど中小に来ている。
- ・ 仕入先からの値上げ要請に応じていたが、そろそろ落ち着いて欲しい。経営が苦しい中、人件費を上げている。コロナ前の業績には戻らないと思いながら、会社体制を見直す時期に来ている。

## 8) 飲食・宿泊業

- ・ おおむね良好。
- ・ 外国人宿泊客がほぼコロナ禍前の水準にまで戻ってきた為、売上は好調に推移している。
- ・ 販売チャネルを増やしている。
- ・ 弁当事業で売上は増加しているが、物価高騰と人件費の増加により、利益が吸収されている。取引先との関係で値上げができず、量の減少は販売に影響するため、食材の仕入れ価格を抑えることが大事。
- ・ 深夜のお客さんの減少がもっとも影響が大きい。
- ・ カード支払が増えて、支払手数料が増加。

## 9) 不動産業

- ・ コロナ禍での賃料減額要求もおさまり、通常に戻りつつある。
- ・ 金がかかるが将来のために、5年計画で設備を一新中。
- ・ 相続等の対策を行う事業のため、お客様の対策状況によって売上が増減する。お客様を開拓して、より安定的に利益があがるよう考えていく必要がある。
- ・ コロナに伴う在宅勤務の増加でオフィステナントの解約が続いた。オフィスワーカー減少で、飲食テナントの解約もあり、2年を経て入居率9割(秋には)に戻る。
- ・ 物価上昇に伴う収益が悪化。

## 10) サービス業

- ・ 取引先はほぼ地方公共団体であるため、業況にあまり左右されず、経営は概ね安定している。
- ・ 当社はクリーニング業で4・5・6月期は繁忙期で7・8・9月は閑散期。コロナ禍よりは収益が増えていく。顧客のインターネット(口コミ)投稿により、新規のお客様が大分増えた。
- ・ 円安であるが日本からの輸出物量は減少している。今後、半導体や自動車産業の隆盛が当社の収益に大きく関係してくると考える(国際貨物輸送業)。
- ・ 主要取引先からの引合は増加しているが、人材確保に苦戦しており、売上増につながらない。
- ・ 弊社の経営は厳しい状況が続いている。今のまま経済性や効率性だけの追及が続けば、福祉や教育は切り捨てられる。様々な社会状況をみると、すでに危険な事故、事件が増加している。
- ・ 観光業でない当社は人の動きがなくなり売上減少。人件費、材料代、光熱費は上がるが、売上は下がり、コロナ禍での融資の返済も始まり、課題が多い。値上げができない業種のため国の支援がほしい。

# 【特別調査】物価高騰と光熱費・燃料費高騰について

【調査実施時期】  
令和5年7月上旬

## 【調査結果概要】

物価高騰による収益への影響については「多少影響がある」が43.2%と最も多く、次いで「かなり影響がある」が35.9%、「ほとんど影響はない」が13.0%となった（問1参照）。

仕入単価の1年前との変化率については「10～20%程度の上昇」が44.8%と最も多く、次いで「0～10%程度の上昇」が22.7%、「20～30%程度の上昇」が13.5%となった（問2参照）。

販売価格への転嫁については「ほとんど転嫁できていない（仕入れ単価上昇の0～20%程度）」が22.0%と最も多く、次いで「多少転嫁できている（仕入れ単価上昇の20～50%程度）」が18.7%、「ある程度転嫁できている（仕入れ単価上昇の50～80%程度）」が17.9%となった（問3参照）。

販売価格に転嫁できていない理由については「競合他社との価格競争が激しい」が45.1%と最も多く、次いで「顧客との関係で価格が上げられない」が41.7%、「取引先との関係で価格が上げられない」が31.5%となった（問4参照）。

向こう1年の仕入単価についての見通しは「10～20%程度の上昇」が38.3%と最も多く、次いで「0～10%程度の上昇」が22.1%、「現状のまま横ばい」が17.9%となった（問5参照）。

1年前と比較した高騰額（光熱費 直近1ヶ月分）については「5万円未満」が58.0%と最も多く、次いで「5万円以上10万円未満」が22.9%、「10万円以上20万円未満」が9.9%となった（問6参照）。

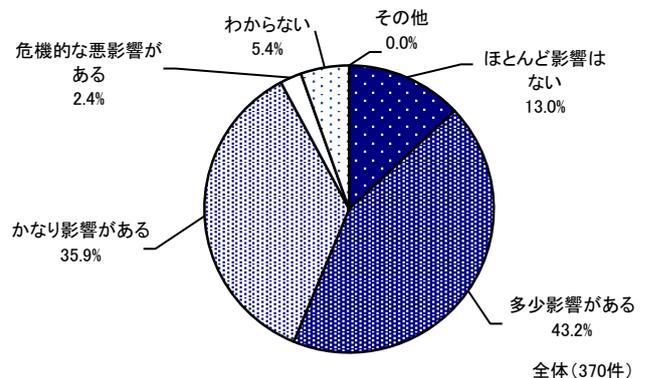
1年前と比較した高騰額（燃料費 直近1ヶ月分）については「5万円未満」が67.3%と最も多く、次いで「5万円以上10万円未満」が20.8%、「10万円以上20万円未満」が7.1%となった（問7参照）。

光熱費・燃料費の高騰に対する対策については「特になし」が57.0%と最も多く、次いで「経費の削減」が28.8%、「省エネ設備の導入」が12.9%となった（問8参照）。

## 問1 物価高騰による収益への影響

物価高騰による収益への影響について尋ねたところ、全体では「多少影響がある」が43.2%と最も多く、次いで「かなり影響がある」が35.9%、「ほとんど影響はない」が13.0%となった。「多少影響がある」「かなり影響がある」「危機的な悪影響がある」を合わせた『影響がある』は81.5%と8割を占めた（図表特1）。業種別では、全ての業種で『影響がある』が7割以上となり、特に染色業、飲食・宿泊業では全事業者が『影響がある』と回答している。

図表特1 物価高騰による収益への影響

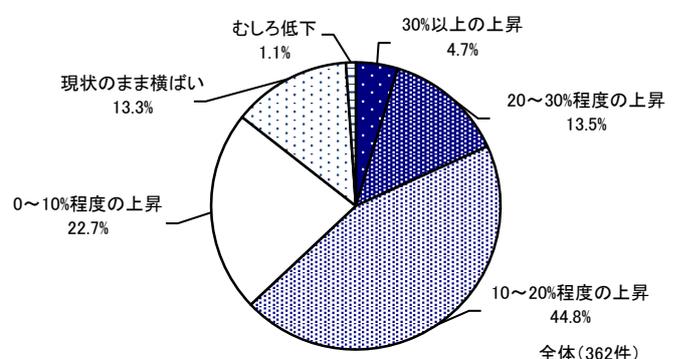


## 問2 仕入単価の1年前との変化率

仕入単価の1年前との変化率について尋ねたところ、全体では「10～20%程度の上昇」が44.8%と最も多く、次いで「0～10%程度の上昇」が22.7%、「20～30%程度の上昇」が13.5%となった（図表特2）。

業種別では、情報通信業、サービス業は「0～10%程度の上昇」が約4割で最も多くなった。その他の業種では「10～20%程度の上昇」が3割を超えて最も多く、飲食・宿泊業で6割を超えた。染色業では「10～20%程度の上昇」と「20～30%程度の上昇」が同率で最も多くなった。

図表特2 仕入単価の1年前との変化率

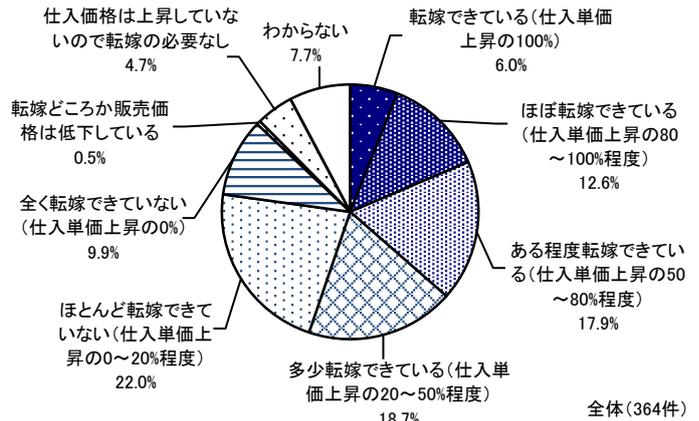


### 問3 販売価格への転嫁

販売価格への転嫁について尋ねたところ、全体では「ほとんど転嫁できていない（仕入れ単価上昇の0～20%程度）」が22.0%と最も多く、次いで「多少転嫁できている（仕入れ単価上昇の20～50%程度）」が18.7%、「ある程度転嫁できている（仕入れ単価上昇の50～80%程度）」が17.9%となった。（図表特3）「転嫁できている（仕入れ単価上昇の100%）」「ほぼ転嫁できている（仕入れ単価上昇の80～100%程度）」「ある程度転嫁できている（仕入れ単価上昇の50～80%程度）」「多少転嫁できている（仕入れ単価上昇の20～50%程度）」を合わせた『転嫁できている』は55.2%で過半数を占めた。

業種別では、『転嫁できている』は卸売業で9割、製造業、建設業、小売業、飲食・宿泊業は5～6割、印刷業、情報通信業、不動産業、サービス業は3～4割、染色業は回答無しと、業種による差がみられた。

図表特3 販売価格への転嫁

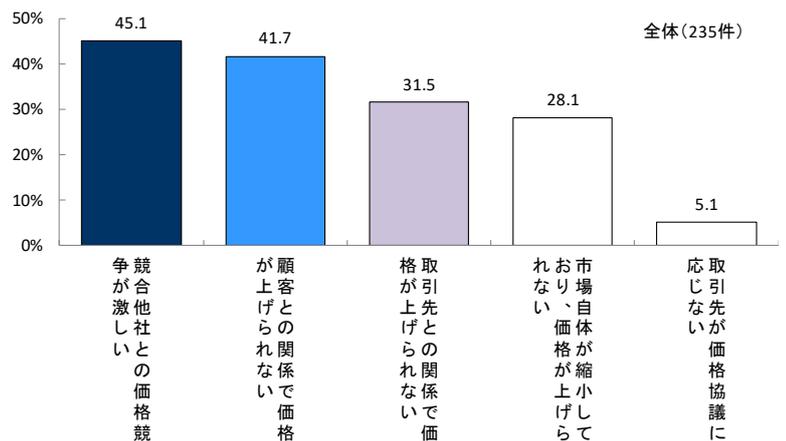


### 問4 販売価格に転嫁できていない理由

販売価格への転嫁が仕入れ単価上昇の80%以下と回答した企業に、販売価格に転嫁できていない理由について尋ねたところ、全体では「競合他社との価格競争が激しい」が45.1%と最も多く、次いで「顧客との関係で価格が上げられない」が41.7%、「取引先との関係で価格が上げられない」が31.5%となった（図表特4①）。

業種別では、建設業、情報通信業、卸売業、小売業、不動産業は「競合他社との価格競争が激しい」、製造業、飲食・宿泊業は「顧客との関係で価格が上げられない」、印刷・同関連業、サービス業は「取引先との関係で価格が上げられない」がそれぞれ最も多くなった（染色業は回答件数5件未満のため割愛）（図表特4②）。

図表特4① 販売価格に転嫁できていない理由（複数回答可・上位5項目）



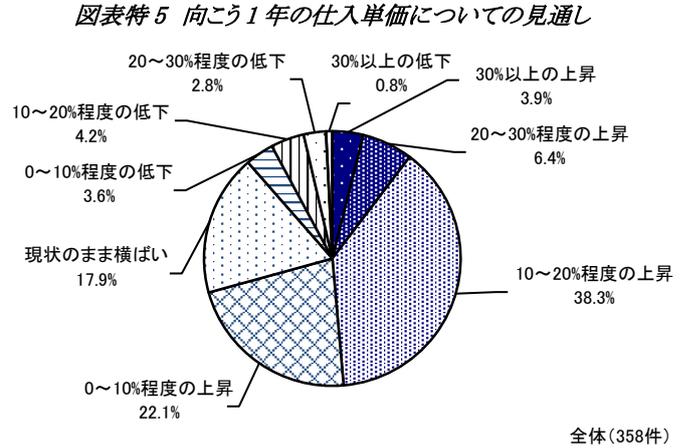
図表特4② 販売価格に転嫁できていない理由（複数回答可・業種別）

	製造業	印刷・同関連業	染色業	建設業	情報通信業
1位	顧客との関係で価格が上げられない 50.0	取引先との関係で価格が上げられない 54.5	市場自体が縮小しており、価格が上げられない 100.0	競合他社との価格競争が激しい 48.0	競合他社との価格競争が激しい 47.6
2位	取引先との関係で価格が上げられない 36.4	競合他社との価格競争が激しい 36.4	取引先との関係で価格が上げられない 25.0	顧客との関係で価格が上げられない 32.0	取引先との関係で価格が上げられない 33.3
	市場自体が縮小しており、価格が上げられない 36.4	顧客との関係で価格が上げられない 50.0	取引先が価格協議に応じない 25.0	取引先との関係で価格が上げられない 32.0	
3位	競合他社との価格競争が激しい 27.3	市場自体が縮小しており、価格が上げられない 31.8		市場自体が縮小しており、価格が上げられない 24.0	顧客との関係で価格が上げられない 23.8
					市場自体が縮小しており、価格が上げられない 23.8
	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	競合他社との価格競争が激しい 55.0	競合他社との価格競争が激しい 55.9	顧客との関係で価格が上げられない 65.4	競合他社との価格競争が激しい 50.0	取引先との関係で価格が上げられない 53.8
2位	顧客との関係で価格が上げられない 30.0	市場自体が縮小しており、価格が上げられない 44.1	競合他社との価格競争が激しい 42.3	顧客との関係で価格が上げられない 36.4	顧客との関係で価格が上げられない 46.2
3位	取引先との関係で価格が上げられない 20.0	顧客との関係で価格が上げられない 41.2	市場自体が縮小しており、価格が上げられない 15.4	取引先との関係で価格が上げられない 31.8	競合他社との価格競争が激しい 38.5
	市場自体が縮小しており、価格が上げられない 20.0				

### 問5 向こう1年の仕入単価についての見通し

向こう1年の仕入単価についての見通しについて尋ねたところ、全体では「10～20%程度の上昇」が38.3%と最も多く、次いで「0～10%程度の上昇」が22.1%、「現状のまま横ばい」が17.9%となった。(図表特5)。

業種別では、製造業、情報通信業で「0～10%程度の上昇」が3割、不動産業では「現状のまま横ばい」が3割で最も多くなった。それ以外の業種は「10～20%程度の上昇」が3割を超えて最も多く、印刷・同関連業、卸売業は6割弱と特に高い割合を占めた。

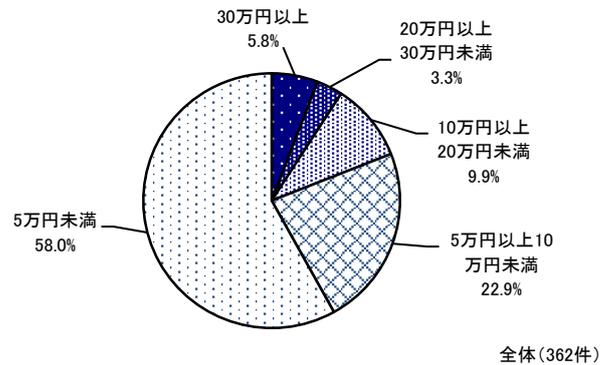


### 問6 1年前と比較した高騰額(光熱費 直近1ヶ月分)

1年前と比較した高騰額(光熱費 直近1ヶ月分)について尋ねたところ、全体では「5万円未満」が58.0%と最も多く、次いで「5万円以上10万円未満」が22.9%、「10万円以上20万円未満」が9.9%となった。(図表特6)。

業種別では、全ての業種で「5万円未満」が最も多くなった。また、印刷・同関連業では「20万円以上30万円未満」が2割、製造業、飲食・宿泊業では「30万円以上」が1割半ばと比較的高い割合となった。

図表特6 1年前と比較した高騰額(光熱費 直近1ヶ月分)

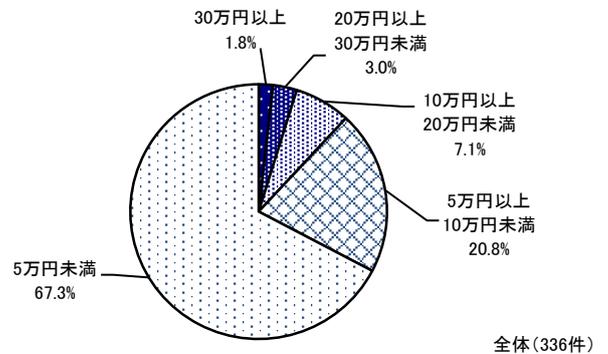


### 問7 1年前と比較した高騰額(燃料費 直近1ヶ月分)

1年前と比較した高騰額(燃料費 直近1ヶ月分)について尋ねたところ、全体では、「5万円未満」が67.3%と最も多く、次いで「5万円以上10万円未満」が20.8%、「10万円以上20万円未満」が7.1%となった。(図表特7)。

業種別では、全ての業種で「5万円未満」が4割を超えて最も多くなった。建設業、不動産業では「5万円以上10万円未満」が3割と比較的高い割合を占めた。

図表特7 1年前と比較した高騰額(燃料費 直近1ヶ月分)

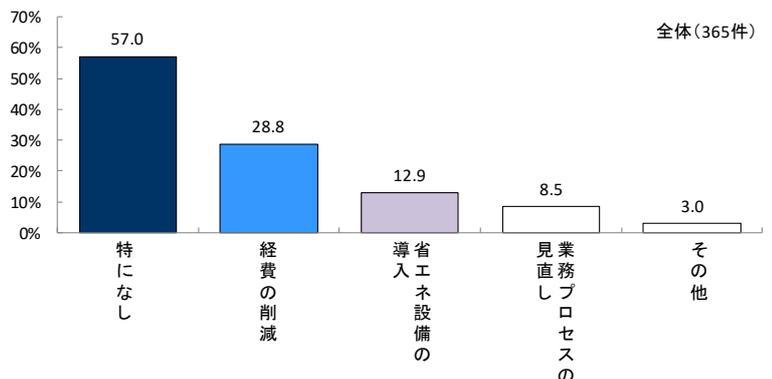


### 問8 光熱費・燃料費の高騰に対する対策

光熱費・燃料費の高騰に対する対策について尋ねたところ、全体では、「特になし」が57.0%と最も多く、次いで「経費の削減」が28.8%、「省エネ設備の導入」が12.9%となった(図表特8①)。

業種別では、印刷・同関連業は「経費の削減」、それ以外の業種では「特になし」が最も多くなった。飲食・宿泊業は「特になし」と「省エネ設備の導入」も同率であった(図表特8②)。

図表特8① 光熱費・燃料費の高騰に対する対策(複数回答可・上位5項目)



図表特 8② 光熱費・燃料費の高騰に対する対策(複数回答可・業種別)

	製造業	印刷・同関連業	染色業	建設業	情報通信業
1位	特になし 50.0	経費の削減 50.0	特になし 71.4	特になし 59.5	特になし 86.2
2位	経費の削減 30.0	特になし 37.5	経費の削減 28.6	経費の削減 29.7	経費の削減 13.8
3位	省エネ設備の導入 13.3	省エネ設備の導入 20.8 業務プロセスの見直し 20.8	省エネ設備の導入 14.3 業務プロセスの見直し 14.3	業務プロセスの見直し 8.1	省エネ設備の導入 3.4

	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	特になし 60.0	特になし 65.0	特になし 31.7 省エネ設備の導入 31.7	特になし 56.1	特になし 59.1
2位	経費の削減 33.3	経費の削減 25.0	経費の削減 29.3	経費の削減 26.8	経費の削減 28.8
3位	業務プロセスの見直し 6.7 その他 6.7	省エネ設備の導入 11.7	業務プロセスの見直し 22.0	省エネ設備の導入 14.6	省エネ設備の導入 12.1

### 問 9 光熱費・燃料費の高騰で行った対策(自由記述)

- ・ エアコン設定温度を1度上げる。使っていない電気をこまめに消す。(製造業)
- ・ なるべく遠出は公共交通で行く。エアコンは使わない。電灯はこまめに消す。(限界がある)。(製造業)
- ・ 制限することは経費の削減以上に大切なものを見失う。(製造業)
- ・ 節電を徹底(LED、エアコン)。社用車の一部売却。ガソリン代単価の値下げ交渉。(印刷・同関連業)
- ・ 無駄な電気は消す等、社員全員で心掛け省エネに努めている。(印刷・同関連業)
- ・ 気温の上昇、感染症対策で換気をするとう電気代を減らすより、増えてしまう。(印刷・同関連業)
- ・ 一部の車両(10台中3台)を燃費の良いハイブリッド車に替えた。導入価額は多少高額だが、ランニングコストが改善した。(建設業)
- ・ 取引先に相談し、単価の見直しの相談に乗ってもらった。(建設業)
- ・ 節電(エアコン設定温度)。工場屋上に太陽光発電の設置を検討。(建設業)
- ・ 執務室利用のエアコンはなるべく控えめに利用している。(情報通信業)
- ・ 光熱費に関しては、下げる要素がなく、燃料費(ガソリン)に関して、頻度が高かった車両の使用を一日、二日待って効率良く使用している。又、送りでまかなえるものは運送を使用。(卸売業)
- ・ 節電、自動車での出張を控える。(卸売業)
- ・ 省エネ対策を行うための資金がすぐに当てられない。(小売業)
- ・ 消灯の徹底。空調設備の入れ替え。ハロゲン(LED)に切り替え。(小売業)
- ・ 車を大きくして積載量を増やし、倉庫への納品回数を減らした。(小売業)
- ・ 接客業である以上、夏場の冷房等、節減のしようもなく対策は困難。(飲食・宿泊業)
- ・ 冷蔵庫等を新規入替、省エネ対策を行った。(飲食・宿泊業)
- ・ 開店30年の店舗なので、古い設備も使用している。助成金を利用して、一部設備の更新を考えている。(飲食・宿泊業)
- ・ 水道光熱費上昇に対し、社員の交通費の負担も増えてダブルパンチ。エアコンや電球等の対策はすでにしており、これ以上出来ない。(不動産業)
- ・ レンタルオフィスにつき、光熱費はかからない。(不動産業)
- ・ LEDへ交換。電力会社を変更した。(サービス業)
- ・ 必要かどうかわからない材料は購入せず、数量も減らした。光熱費は使用をまめに見直している。(サービス業)
- ・ 遠方への出張は車で動くためガソリン代の高騰は辛い。行政対応では予算が予め決まっているため、転嫁は難しい。(サービス業)
- ・ 営業訪問回数を減らし、Web会議ツールで代替する機会を増やした。(サービス業)

(発行) 新宿区文化観光産業部産業振興課  
〒160-0023 東京都新宿区西新宿 6-8-2 BIZ 新宿  
TEL 03-3344-0701 (直通)  
令和5年8月発行