

新宿区 中小企業の景況

(令和5年10月～12月期)

1. 調査内容の説明

【調査対象業種】製造業（39件）、印刷・同関連業（35件）、染色業（13件）、建設業（41件）、情報通信業（32件）、卸売業（43件）、小売業（62件）、飲食・宿泊業（73件）、不動産業（50件）、サービス業（83件）

※（ ）内は有効回答数 合計 471 件

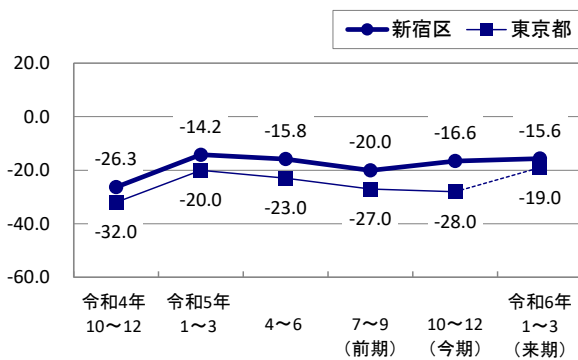
【調査方法】郵送アンケート調査 【調査機関】(株) 東京商工リサーチ 【調査実施時期】令和5年12月下旬
※各設問の詳細（調査票）については、産業振興課のホームページに掲載しています。

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▲16.6と、前期（令和5年7月～9月）の▲20.0からやや改善した。来期（令和6年1月～3月）の予想は▲15.6と今期並の厳しさが続く見込み（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7.7ポイント増加した一方で、「販売価格の動向」が11.5ポイント減少した。悪い理由では「為替レートの動向」が6.8ポイント減少した。

図表1 業況DIの推移



図表2 今期業況DIの判断理由

(%)

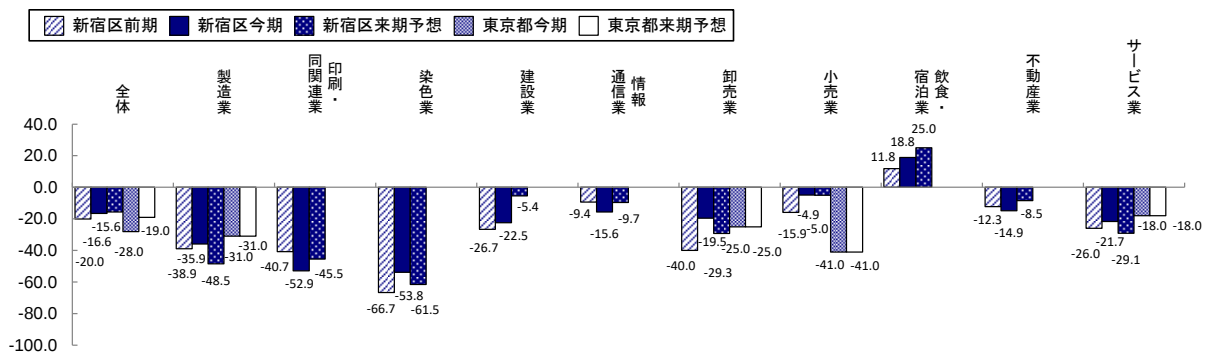
項目	国内需要（売上）の動向	海外需要（売上）の動向	販売価格の動向	仕入価格の動向	仕入れ以外のコストの動向	資金繰り・資金調達の動向	株式・不動産等の価格の動向	為替レートの動向	税制・会計制度の動向	同業者間の競合	その他
業況良い	83.0	12.0	28.0	34.0	4.0	11.0	6.0	9.0	2.0	18.0	11.0
悪い	73.9	6.2	28.0	52.8	24.8	21.7	5.6	9.9	9.3	23.0	4.3

※最大3つまで選択

業種別では、飲食・宿泊業は好感が強まり、染色業、卸売業、小売業はかなり厳しさが和らぎ、建設業、サービス業は持ち直し、製造業はやや改善した。一方、印刷・同関連業でかなり厳しさが増し、情報通信業、不動産業は低迷した。

来期は、飲食・宿泊業で好感が強まり、建設業はかなり厳しさが和らぎ、印刷・同関連業、情報通信業、不動産業は持ち直す見込み。一方、製造業、卸売業はかなり厳しさが強まり、染色業、サービス業は低迷し、小売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1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)

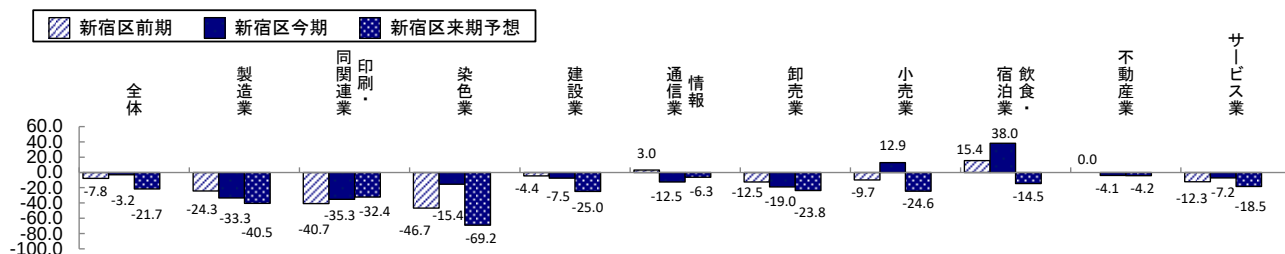
業況:経済全体の景気状態ではなく、個々の企業ないし産業の景気状況。

DI(ディーアイ): 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

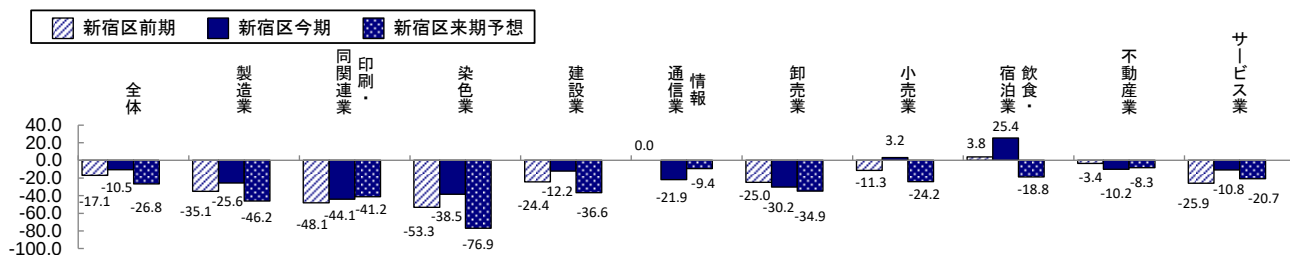
●売上額 DI

今期は、飲食・宿泊業はかなり良好感が強まり、小売業は好転し、染色業はかなり厳しさが和らぎ、印刷・同関連業、サービス業は持ち直した。一方、製造業、卸売業、不動産業は厳しさが増し、建設業はやや低迷し、情報通信業は水面下に転じた。来期は、情報通信業は厳しさが和らぎ、印刷・同関連業はやや持ち直す見込み。一方、小売業、飲食・宿泊業は水面下に転じ、染色業、建設業、サービス業はかなり厳しさが増し、製造業、卸売業は低迷し、不動産業は今期並の厳しさが続く見込み。



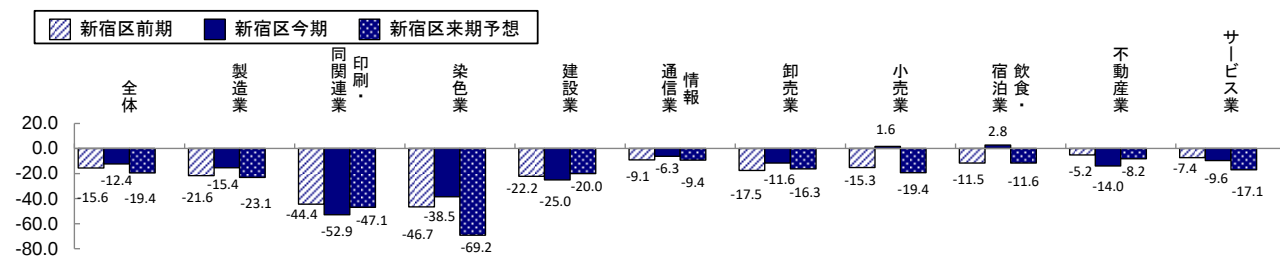
●収益 DI

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



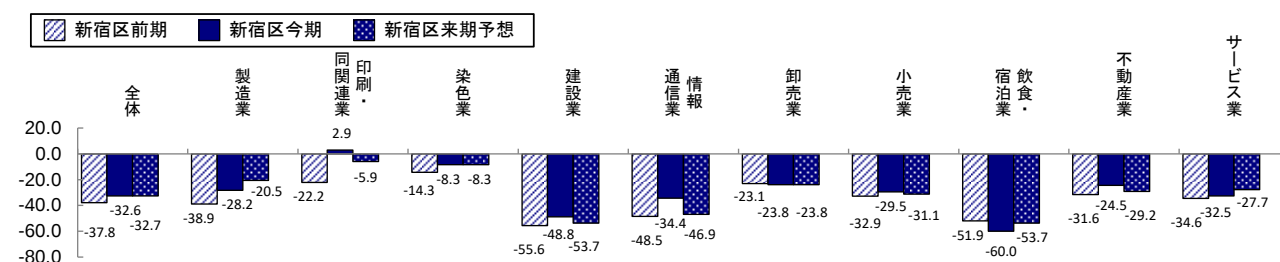
●資金繰り DI

今期は、小売業、飲食・宿泊業は容易となり、製造業、染色業、卸売業は苦しさが和らぎ、情報通信業はやや改善した。一方、印刷・同関連業、不動産業は窮屈感が強まり、建設業、サービス業はやや苦しさが増した。来期は、印刷・同関連業、建設業、不動産業は苦しさが和らぐ見込み。一方、染色業はかなり窮屈感が強まり、製造業、卸売業、サービス業は厳しさが増し、情報通信業はやや低迷し、小売業、飲食・宿泊業は厳しい状況に転じる見込み。



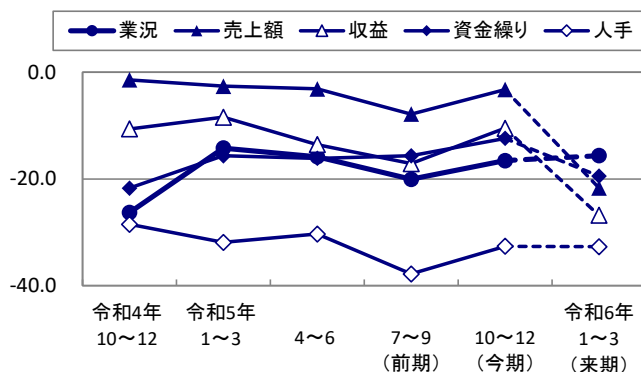
●人手 DI

今期は、印刷・同関連業は過剰に転じ、製造業、染色業、建設業、情報通信業、小売業、不動産業、サービス業は不足感が緩和したが、飲食・宿泊業は不足感が強まり、卸売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和らぎ、売上額、収益は持ち直し、資金繰りはやや苦しさが和らぎ、人手は不足感が緩和した。来期は、業況は今期同様の厳しさが続き、売上額、収益はかなり厳しさが増し、資金繰りは窮屈感が強まり、人手は今期並の不足感となる見込み。

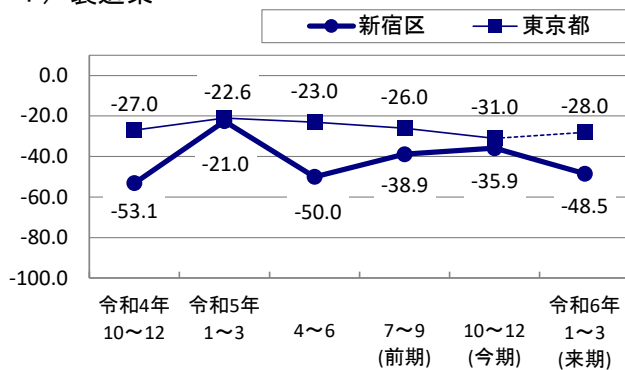


前期 → 今期 → 来期

	令和4年 10~12	令和5年 1~3	4~6	7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和6年 1~3 (来期)
業況	-26.3	-14.2	-15.8	-20.0	-16.6	-15.6
売上額	-1.4	-2.6	-3.1	-7.8	-3.2	-21.7
収益	-10.6	-8.4	-13.5	-17.1	-10.5	-26.8
資金繰り	-21.7	-15.7	-16.1	-15.6	-12.4	-19.4
人手	-28.5	-31.9	-30.3	-37.8	-32.6	-32.7

5. 業種別における DI 推移

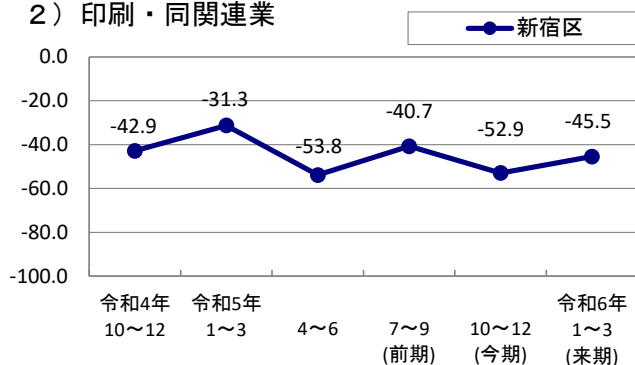
1) 製造業



前期 → 今期 → 来期

	令和5年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和6年 1~3 (来期)	東京都 今期
業況	-38.9	-35.9	-48.5	-31.0
売上額	-24.3	-33.3	-40.5	
収益	-35.1	-25.6	-46.2	
資金繰り	-21.6	-15.4	-23.1	
人手	-38.9	-28.2	-20.5	

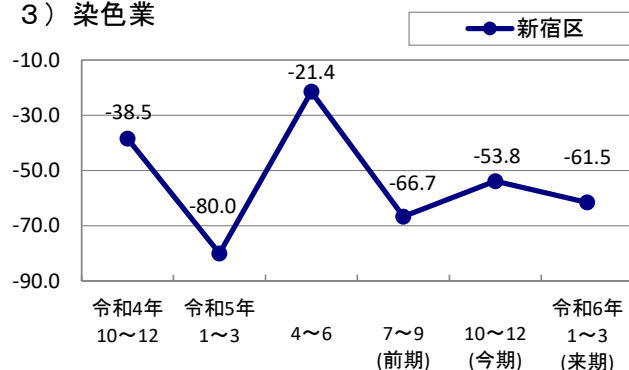
2) 印刷・同関連業



前期 → 今期 → 来期

	令和5年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和6年 1~3 (来期)
業況	-40.7	-52.9	-45.5
売上額	-40.7	-35.3	-32.4
収益	-48.1	-44.1	-41.2
資金繰り	-44.4	-52.9	-47.1
人手	-22.2	2.9	-5.9

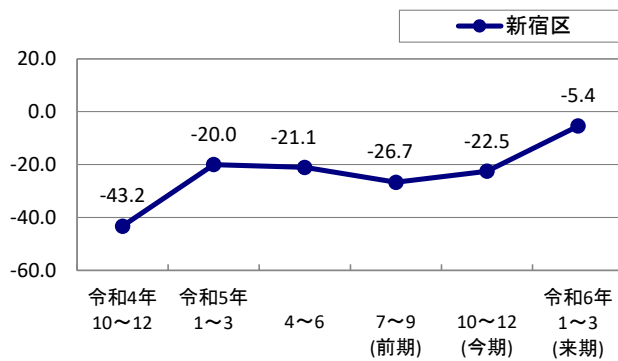
3) 染色業



前期 → 今期 → 来期

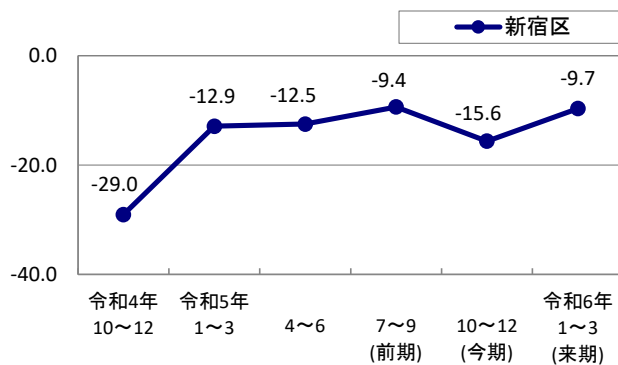
	令和5年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和6年 1~3 (来期)
業況	-66.7	-53.8	-61.5
売上額	-46.7	-15.4	-69.2
収益	-53.3	-38.5	-76.9
資金繰り	-46.7	-38.5	-69.2
人手	-14.3	-8.3	-8.3

4) 建設業



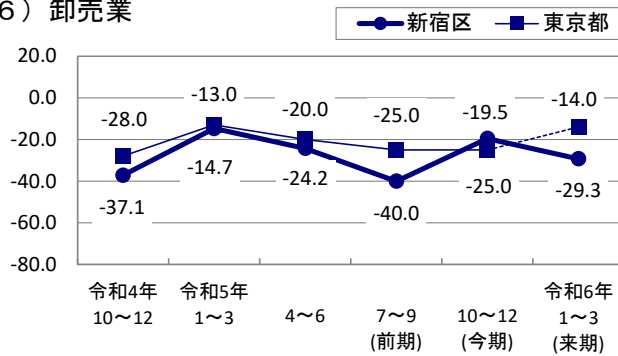
	令和5年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和6年 1~3 (来期)
業況	-26.7	-22.5	-5.4
売上額	-4.4	-7.5	-25.0
収益	-24.4	-12.2	-36.6
資金繰り	-22.2	-25.0	-20.0
人手	-55.6	-48.8	-53.7

5) 情報通信業



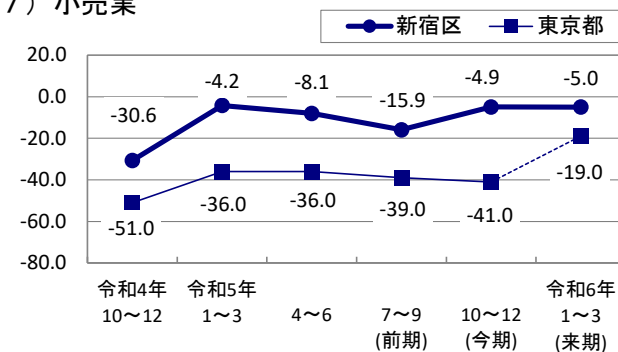
	令和5年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和6年 1~3 (来期)
業況	-9.4	-15.6	-9.7
売上額	3.0	-12.5	-6.3
収益	0.0	-21.9	-9.4
資金繰り	-9.1	-6.3	-9.4
人手	-48.5	-34.4	-46.9

6) 卸売業



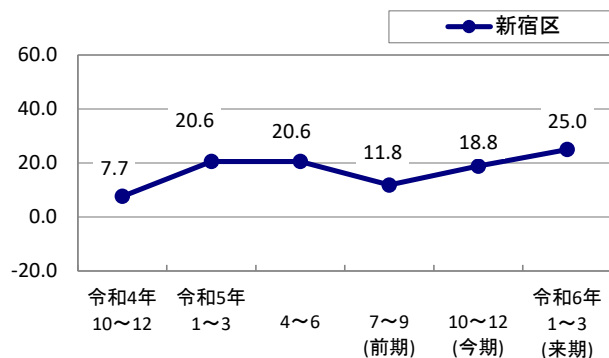
	令和5年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和6年 1~3 (来期)	東京都 今期
業況	-40.0	-19.5	-29.3	-25.0
売上額	-12.5	-19.0	-23.8	
収益	-25.0	-30.2	-34.9	
資金繰り	-17.5	-11.6	-16.3	
人手	-23.1	-23.8	-23.8	

7) 小売業



	令和5年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和6年 1~3 (来期)	東京都 今期
業況	-15.9	-4.9	-5.0	-41.0
売上額	-9.7	12.9	-24.6	
収益	-11.3	3.2	-24.2	
資金繰り	-15.3	1.6	-19.4	
人手	-32.9	-29.5	-31.1	

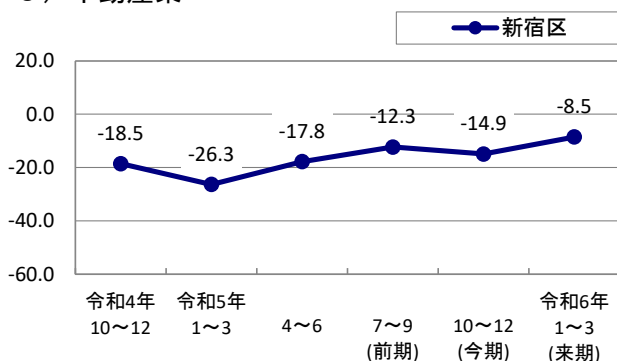
8) 飲食・宿泊業



前期 → **今期** → 来期

	令和5年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和6年 1~3 (来期)
業況	11.8	18.8	25.0
売上額	15.4	38.0	-14.5
収益	3.8	25.4	-18.8
資金繰り	-11.5	2.8	-11.6
人手	-51.9	-60.0	-53.7

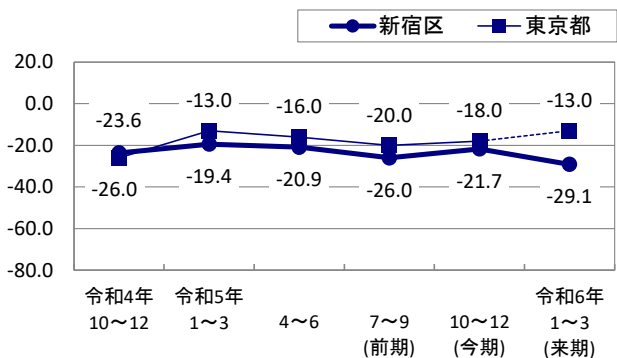
9) 不動産業



前期 → **今期** → 来期

	令和5年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和6年 1~3 (来期)
業況	-12.3	-14.9	-8.5
売上額	0.0	-4.1	-4.2
収益	-3.4	-10.2	-8.3
資金繰り	-5.2	-14.0	-8.2
人手	-31.6	-24.5	-29.2

10) サービス業



前期 → **今期** → 来期

	令和5年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和6年 1~3 (来期)	東京都 今期
業況	-26.0	-21.7	-29.1	-18.0
売上額	-12.3	-7.2	-18.5	
収益	-25.9	-10.8	-20.7	
資金繰り	-7.4	-9.6	-17.1	
人手	-34.6	-32.5	-27.7	

マーク							
	DI値						
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55.4%、2位「人手不足」が31.2%、3位「人件費の増加」が23.2%となった。

業種別では、飲食・宿泊業で「人手不足」、それ以外の業種では「売上の停滞・減少」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	55.4%	売上の停滞・減少	70.3%	売上の停滞・減少	72.7%
2位	人手不足	31.2%	仕入先からの値上げ要請	27.0%	利幅の縮小	30.3%
3位	人件費の増加	23.2%	材料価格の上昇	24.3%	取引先の減少	27.3%
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	売上の停滞・減少	87.5%	売上の停滞・減少	53.8%	売上の停滞・減少	65.6%
2位	利幅の縮小	37.5%	人手不足	46.2%	人手不足	40.6%
3位	人件費以外の経費の増加 ※1	25.0%	材料価格の上昇	35.9%	同業者間の競争の激化	28.1%
					人件費の増加	28.1%
	卸売業		小売業		飲食・宿泊業	
1位	売上の停滞・減少	51.2%	売上の停滞・減少	59.6%	人手不足	53.4%
2位	為替レートの変動	36.6%	人手不足	31.6%	人件費の増加	36.2%
3位	仕入先からの値上げ要請	29.3%	人件費の増加	22.8%	利幅の縮小	32.8%
	不動産業		サービス業		※ 最大3つまで選択 ※1 染色業では「人件費以外の経費の増加」の他、「顧客・ニーズの変化・減少」「工場・店舗・設備等の狭小・老朽化」「取引先の減少」「販売商品の不足」も同率3位であった。	
1位	売上の停滞・減少	40.4%	売上の停滞・減少	60.8%		
2位	同業者間の競争の激化	29.8%	人手不足	31.1%		
3位	利幅の縮小	23.4%	人件費の増加	23.0%		

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37.2%、2位「販路を拡大する」が34.1%、3位「人材を確保する」が30.6%となった。

業種別では、製造業、印刷・同関連業、染色業、情報通信業、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」、不動産業は「新しい取引先を見つける」及び「販路を拡大する」が同率でそれぞれ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	37.2%	新しい取引先を見つける	35.1%	新しい取引先を見つける	63.6%
2位	販路を拡大する	34.1%	販路を拡大する	29.7%	販路を拡大する	39.4%
			既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する	29.7%		
3位	人材を確保する	30.6%	人材育成を強化する	21.6%	既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する	18.2%
					技術力を強化する	18.2%
					人材を確保する	18.2%
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	新しい取引先を見つける	62.5%	人材を確保する	56.4%	新しい取引先を見つける	43.8%
2位	販路を拡大する	50.0%	技術力を強化する	33.3%	販路を拡大する	37.5%
3位	新しい事業を始める	25.0%				
	技術力を強化する	25.0%	新しい取引先を見つける	28.2%	新しい事業を始める	34.4%
	情報力を強化する	25.0%				
	卸売業		小売業		飲食・宿泊業	
1位	販路を拡大する	51.2%	販路を拡大する	45.5%	人材を確保する	50.9%
2位	新しい取引先を見つける	46.3%	新しい取引先を見つける	40.0%	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%
3位	人材を確保する	26.8%	既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する	34.5%	販路を拡大する	24.6%
	不動産業		サービス業		※ 最大3つまで選択	
1位	新しい取引先を見つける	26.5%	新しい取引先を見つける	50.0%		
	販路を拡大する	26.5%				
2位	人材を確保する	22.4%	人材を確保する	35.1%		
3位	情報力を強化する	18.4%				
	人材育成を強化する	18.4%	販路を拡大する	32.4%		
	不動産の有効活用を図る	18.4%				

8. コメント調査結果

1) 製造業

- ・ 収益の増減はシーズンによるもの。
- ・ 主要な製品である医療業務用映像システムの市場が3年程前より拡大路線から現状維持に変化し、新規企業の市場参入や販売競争が減少した結果、大幅な販売増は難しい。この2～3年は安定した売上が見込まれるが、人件費、原材料等の高騰により厳しい経営状況となることも予想される。
- ・ 半導体需要の回復が望まれる。
- ・ 半導体のブレーキで注文残を消化しているも新規注文もなく、設備も稼働率が下がってきている。
- ・ バブル後を超える状況の悪さ。光が見えず、円が安すぎる。物価が高すぎる。改善には相当時間がかかる。

2) 印刷・同関連業

- ・ 新しく立ち上げた事業部が1年経過し、徐々に軌道に乗りつつある状況。
- ・ コロナが5類に移行し、海外からの観光客も増えてきているので御朱印帳の注文も増え、売上は若干ではあるが増えている状況。
- ・ 令和4年度に比べやや増加している。社員の業務に対する努力が暫く実を結びつつあることと、得意先で当社の業務の認知度が上ってきたため、継続的に仕事の注文がとれている。
- ・ 企業規模が小さいため、大型案件が決まると一気に好業績となるが、既存顧客の仕事がしりすぼみ状況。現状は何とか動いているが、来年以降の見通しが立たない。外注先の廃業が続き、新事業として対応せざるを得ない状況になりつつある。
- ・ ペーパーレス化の影響が大きい。
- ・ 仕入先の値上げに対して取引先に転嫁出来ていない分、利益幅が減少している。

3) 染色業

- ・ 着物離れがますます進行して、先行が見えず不安。
- ・ 本染手拭を染下請けに依頼していたが、廃業してしまい染元が見つからず大変。

4) 建設業

- ・ 取り引き先と見積価格確定後為替レートの変動が大きい。大手会社との競争が激しい。材料価格、コストが高い。
- ・ 人材不足、外注費の増加、仕入材値上がり、受注物件の減少等の理由により、やや見通しは暗い。
- ・ 販売先、仕入先の取引量は変化なし。従業員の高齢化が進み、20～30代の新規雇用が課題。
- ・ ゼロゼロ融資の返済が厳しい。
- ・ 前期に比較し、売上が4割減少（取引先の減少による）。

5) 情報通信業

- ・ 低単価案件から高単価案件への移行が上手くいっている。
- ・ 好調と言えるが、人件費の上昇を販売価格に転嫁できておらず将来的に利益が減少していく懸念あり。値上げしたばかりで更なる値上げが顧客に受け入れられるか、慎重に検討していきたい。
- ・ 経営は順調だが、在宅勤務用の製品の需要は無くなりつつあるのが気になる。
- ・ 技術者不足が著しく、仕事はあっても人材が足りず失注することが多い。採用に苦戦している。
- ・ 新たな事業に対する取組とコロナ禍による売上減少が重なり、資金繰りが厳しい状況が続いている。今期は大きな契約がないため、まとまった入金がなく、一部持ち出しの状況となっている。
- ・ 受託開発案件の受注の見通しが立たず売上が無い状況。資金繰りが困難になり解決策を考えている。
- ・ 新たな事業に対する取組とコロナ禍による売上減少が重なったため、資金繰りがきびしい状況が続いている。今期は大きな契約がないため、まとまった入金がなく、一部持ち出しの状況となっている。事務職が産休育休に入り、いくつかの業務を経営者自ら行わなくてはならず、経理、営業に支障をきたしている。

6) 卸売業

- ・ 2023年は営業努力により改善したが、生活様式の変化による需要の変化に対応できていない。改善している間に次の作戦を考え実行したい。
- ・ コロナ禍を経て、その期間の営業活動が再開し、実を結んだ案件がいくつもでてきている。
- ・ 同業他社との価格競争により、利益率の低下。コロナ前に戻りつつあるが、7割程にとどまっている。
- ・ 昨年と比べ仕入の単価は上がったが、新規参入会社との競争が影響している。品質よりも結局は単価が安いものが売れる状況なので、デフレであると思う。
- ・ 大手取引先の価格交渉が済み、来期はプラスに好転すると思われるが、天候不順、戦争等の外的要因で売上、材料価格が高騰する事が心配の種となっている。
- ・ 仕入先の廃業や縮小で商品が作れない。

7) 小売業

- ・ 順調に推移。
- ・ 8月くらいからイベントが戻ってきた。
- ・ 物価上昇により、社員の給与・賞与を上げている。それに加え2024年1月より運送費が上がるため、売上は上昇していても利益上昇は難しくなっている。
- ・ 建築材料（特に木材・建材）の仕入値が高止まりで売上が落ちこんでいる。アルバイトの最低賃金の引上げも影響している。
- ・ 輸入業者にとって非常に厳しい。
- ・ 人口減少で客の減少、特に美容サービスで深刻。ペット飼育数の減少、ネット販売増加で小売店減少。

8) 飲食・宿泊業

- ・ コロナで借入を行ったが、現在は売上が伸びており、回復基調にある。
- ・ 行動制限の解除、円安等への要因により外国人観光客の増加傾向が続き、売上が増加している。
- ・ 物価高騰による経費増大・市場が活況になり、働き手や人材の確保に困難をきたしている。
- ・ 人材は常に不足して育成に使う時間がない。又、最低賃金の高騰で人員確保の競争が激化している。
- ・ 新型コロナ以降の社会の回復が遅く世の中のニーズが変わってしまった。
- ・ 後継ぎがいない。自営で二人とも老齢の為、出来る範囲で頑張っている。
- ・ 経営状況は大変悪く、生活していくのが大変。
- ・ 食材費、エネルギー費などコストがどんどん上がっていて、その分利幅が縮小している。

9) 不動産業

- ・ 顧客が積極的に不動産売買、賃貸借に動き始めて来た感じがある。業者の住宅用地の買取り需要や賃貸需要は活発だが、金額の値上がりは未だ望めない。売却等の話が持ち込まれているので来年に期待。
- ・ 波があるがなんとか乗りきっている。
- ・ 収益は安定。施設・設備の老朽化が問題だが物価・人件費の高騰で大きな修繕ができず、必要に迫られたことをやっている状況。
- ・ 8、9月までは良かったが、10月からかなり落ち込んだ。12月は多少上昇。2月、3月に期待。

10) サービス業

- ・ 中小企業M&A支援、会計事務所事業承継支援を主な業務としており、今期過去最高の成立実績となる見込み。相談件数の増加とアドバイザーの経験を積みあげてきた成果がでている。
- ・ コロナ後、売上が順調に回復している。口コミの高評価で新規のお客様が増えている。
- ・ 採用がコンスタントに進んだので、収益の下支えになっている。今後の採用の動向と育成面が課題。
- ・ 大手企業のリモート対応に対応出来ていない。都心まで出ず、地元での消費に切り替っている。
- ・ 人件費を上げないと人員が確保出来ないうえ、物価高騰により今までの単価では維持が出来ない為単価の見直し・新規開拓・新商品を行わないと継続が難しい状況。
- ・ ロシア専門の旅行会社のため戦争の影響を受けている。ロシア以外のデスティネーションを開拓しつつ、戦争の終結を待つしかない。

【特別調査】来年度の経営見通し・価格転嫁・インボイスについて

【調査実施時期】

令和5年12月下旬

【調査結果概要】

令和5年の自社の業況については「普通」が34.2%と最も多く、次いで「やや悪い」が27.2%、「やや良い」が14.3%となった（問1参照）。令和6年の自社の業況見通しについては「普通」が39.8%と最も多く、次いで「やや悪い」が26.4%、「やや良い」が12.4%となった（問2参照）。令和6年の自社の業況見通しで影響が予想される外的要因については「国内景気動向」が78.0%と最も多く、次いで「業界全体の人手不足・人材不足」が33.0%、「最低賃金の上昇」が19.8%となった（問3参照）。令和6年の自社の利益の伸び率の見通しについては「変わらない」が42.0%と最も多く、次いで「10%未満の増加」が17.6%、「10%未満の減少」が17.3%となった（問4参照）。

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48.9%と最も多く、次いで「かなり影響がある」が32.7%、「ほとんど影響はない」が10.0%となった（問5参照）。

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37.6%と最も多く、次いで「0～10%程度の上昇」が28.3%、「現状のまま横ばい」が16.1%となった（問6参照）。

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（仕入単価上昇の0～20%程度）」が22.0%と最も多く、次いで「ある程度転嫁できている（仕入単価上昇の50～80%程度）」18.4%、「多少転嫁できている（仕入単価上昇の20～50%程度）」が18.2%となった（問7参照）。販売価格に転嫁できていない理由については「顧客との関係で価格が上げられない」が50.7%と最も多く、次いで「競合他社との価格競争が激しい」が42.3%、「市場自体が縮小しており、価格が上げられない」「取引先との関係で価格が上げられない」が同率で28.9%となった（問8参照）。販売価格への転嫁のために取り組んでいることについては「特に取り組んでいない」が27.3%と最も多く、次いで「取引先への価格改定の通知」が26.8%、「営業強化・販路拡大」が22.2%となった（問9参照）。

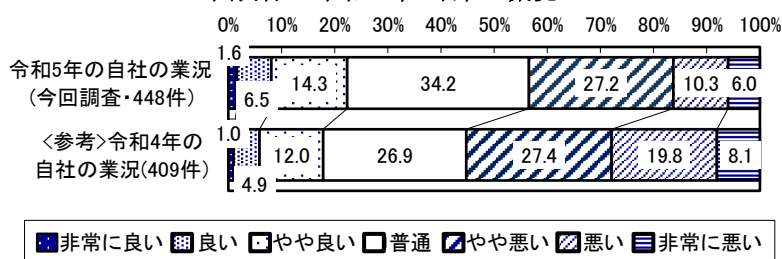
インボイス制度への対応状況については「登録済み」が92.0%と最も多く、次いで「登録しない(免税を維持)」が4.0%、「同業者や取引先など周りの状況を見つつ判断」「未定」が同率で1.6%となった（問10参照）。

問1 令和5年の自社の業況

全体では、「普通」が34.2%と最も多く、次いで「やや悪い」が27.2%、「やや良い」が14.3%となった。「やや悪い」「悪い」「非常に悪い」を合わせた『悪い』は43.5%、「非常に良い」「良い」「やや良い」を合わせた『良い』は22.4%となった。前年同期の調査では、「普通」が26.9%、『良い』は17.9%、『悪い』は55.3%となっており、年初の見通しと比べると『悪い』の割合が減少し、「普通」「良い」の割合が増加した（図表特1）。

業種別では、飲食・宿泊業、不動産業以外では『悪い』が最も多く、染色業で7割、印刷・同関連業で6割で比較的多くなった。飲食・宿泊業、不動産業では「普通」が最も多くなった。

図表特1 令和5年の自社の業況

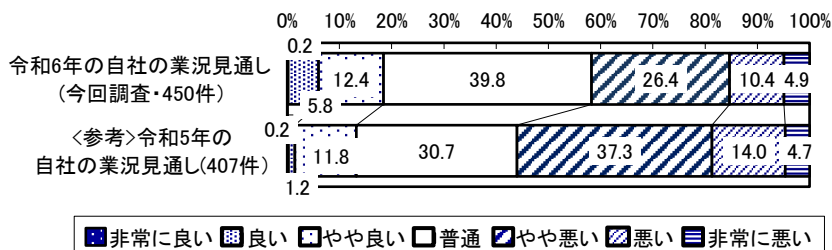


問2 令和6年の自社の業況見通し

全体では、「普通」が39.8%と最も多く、次いで「やや悪い」が26.4%、「やや良い」が12.4%となった。『良い』は18.4%に対し、『悪い』とする見通しは41.7%であった。前年同期の見通しと比べると『悪い』の割合が減少し、「普通」「良い」の割合が増加した（図表特2）。

業種別では、製造業、印刷・同関連業、染色業、卸売業、サービス業で『悪い』、建設業、情報通信業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業は「普通」が最も高くなった。

図表特2 令和6年の自社の業況見通し

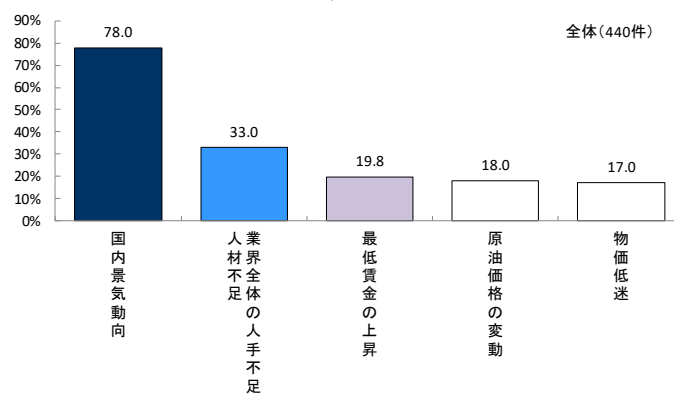


問3 令和6年の自社の業況見通しで影響が予想される外的要因

全体では、「国内景気動向」が78.0%と最も多く、次いで「業界全体の人手不足・人材不足」が33.0%、「最低賃金の上昇」が19.8%となった。（図表特3①）。

業種別では、建設業で「業界全体の人手不足・人材不足」が6割、それ以外の業種で「国内景気動向」が7割以上を占めて最も多く、情報通信業では9割で特に多くなった。（図表特3②）。

図表特3① 令和6年の自社の業況見通しで影響が予想される外的要因（複数回答可・上位5項目）



図表特3② 令和6年の自社の業況見通しで影響が予想される外的要因（複数回答可・業種別）

製造業			印刷・関連連業			染色業			建設業			情報通信業		
1位	国内景気動向	70.3	国内景気動向	82.4	国内景気動向	71.4	業界全体の人手不足・人材不足	63.2	国内景気動向	90.3				
2位	為替レートの変動	27.0	最低賃金の上昇	26.5	新型コロナウイルス感染症の拡大	28.6	国内景気動向	60.5	業界全体の人手不足・人材不足	45.2				
3位	国内企業の設備・機械投資状況	24.3	業界全体の人手不足・人材不足	23.5	業界全体の人手不足・人材不足	14.3	最低賃金の上昇	21.1	最低賃金の上昇	32.3				
			最低賃金の上昇	14.3										
			物価低迷	14.3										
			原油価格の変動	14.3										
			中国・アメリカ等の海外情勢	14.3										
	原油価格の変動	24.3	物価低迷	23.5	その他	14.3								

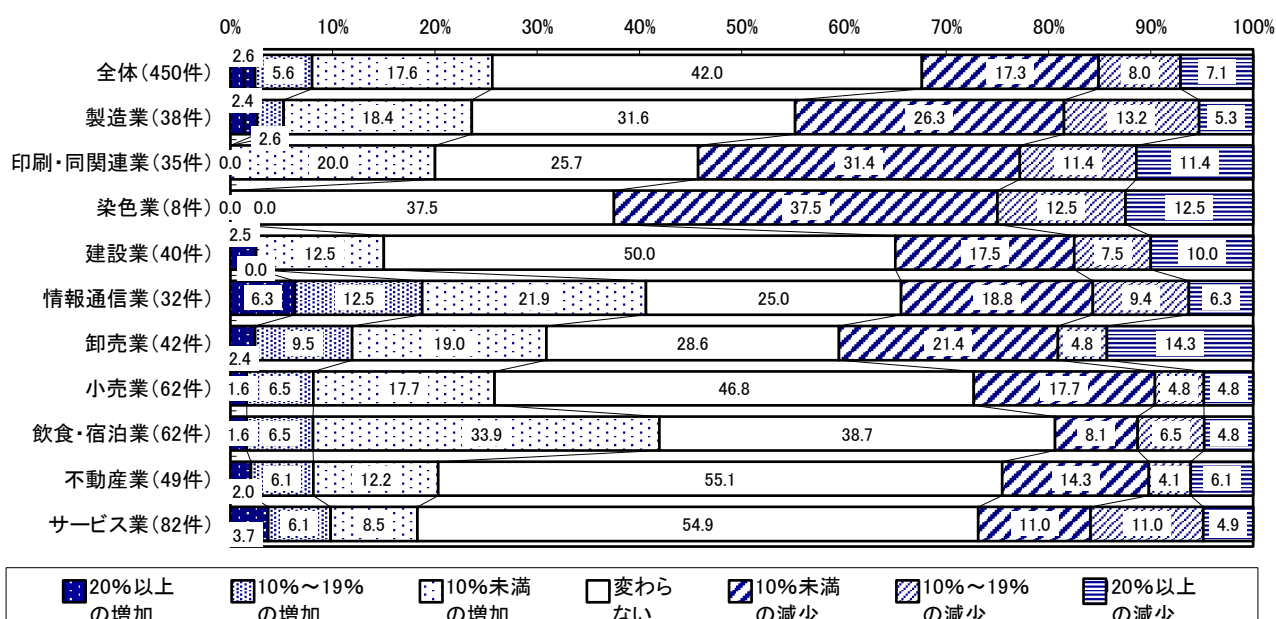
卸売業		小売業		飲食・宿泊業		不動産業		サービス業		
1位	国内景気動向	81.0	国内景気動向	81.7	国内景気動向	72.6	国内景気動向	83.3	国内景気動向	80.2
2位	為替レートの変動	50.0	物価低迷	28.3	業界全体の人手不足・人材不足	40.3	原油価格の変動	22.9	業界全体の人手不足・人材不足	37.0
3位	業界全体の人手不足・人材不足	26.2	為替レートの変動	26.7	物価低迷	33.9	業界全体の人手不足・人材不足	18.8	最低賃金の上昇	18.5
	中国・アメリカ等の海外情勢	26.2								

問4 令和6年の自社の利益の伸び率の見通し

全体では、「変わらない」が42.0%と最も多く、次いで「10%未満の増加」が17.6%、「10%未満の減少」が17.3%となった。「20%以上の増加」から「10%未満の増加」までを合わせた『増加』は25.8%、「10%未満の減少」から「20%以上の減少」までを合わせた『減少』は32.4%となり、『減少』が『増加』を上回った。

業種別にみると、情報通信業、飲食・宿泊業では『増加』、製造業、印刷・同関連業、染色業、卸売業では『減少』、建設業、小売業、不動産業、サービス業は「変わらない」が最も多くなった。（図表特4）。

図表特4 令和6年の自社の利益の伸び率の見通し(令和5年比)

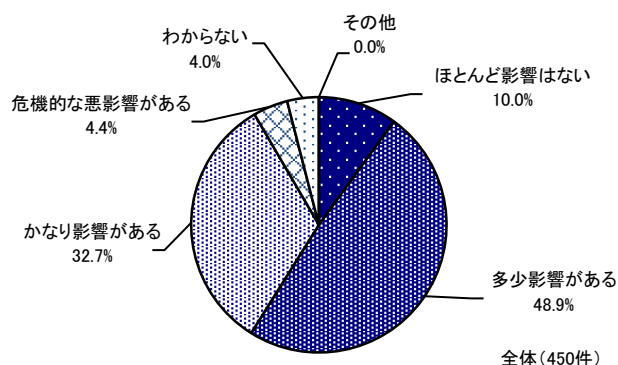


問 5 物価高騰による収益への影響

全体では、「多少影響がある」が48.9%と最も多く、次いで「かなり影響がある」が32.7%、「ほとんど影響はない」が10.0%となった(図表特5)。

業種別では、印刷・同関連業、飲食・宿泊業は「かなり影響がある」が4~5割で最も多く、その他の業種では、「多少影響がある」が4割以上を占め、情報通信業、不動産業は6割で特に多くなった。

図表特5 物価高騰による収益への影響

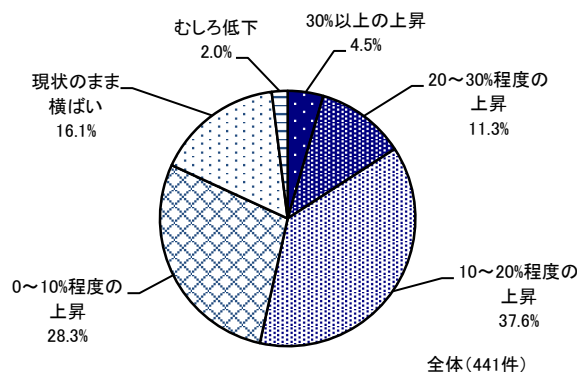


問 6 仕入単価の1年前との変化率

全体では、「10~20%程度の上昇」が37.6%と最も多く、次いで「0~10%程度の上昇」が28.3%、「現状のまま横ばい」が16.1%となった(図表特6)。

業種別では、製造業、印刷・同関連業、染色業、建設業、小売業、飲食・宿泊業は「10~20%程度の上昇」が3~5割、情報通信業、卸売業は「0~10%程度の上昇」が4割、不動産業は「現状のまま横ばい」が3割、サービス業は「0~10%程度の上昇」と「現状のまま横ばい」が同率3割でそれぞれ最も多くなった。

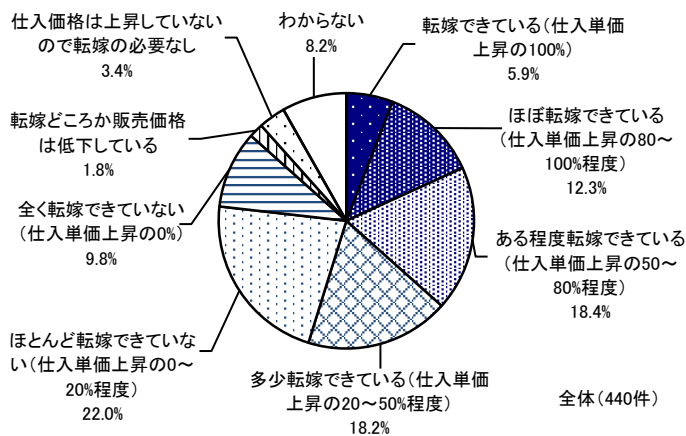
図表特6 仕入単価の1年前との変化率



問 7 販売価格への転嫁

全体では、「ほとんど転嫁できていない(仕入単価上昇の0~20%程度)」が22.0%と最も多く、次いで「ある程度転嫁できている(仕入単価上昇の50~80%程度)」18.4%、「多少転嫁できている(仕入単価上昇の20~50%程度)」が18.2%となった。「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)」を合わせた『転嫁できている』は54.8%を占めた(図表特7)。

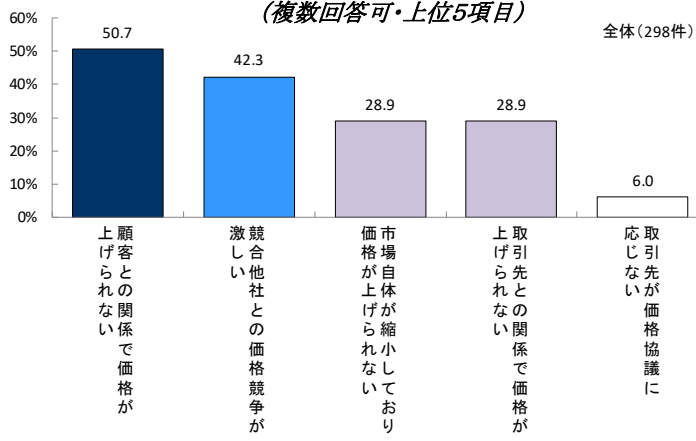
図表特7 販売価格への転嫁



問 8 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「顧客との関係で価格が上げられない」が50.7%と最も多く、次いで「競合他社との価格競争が激しい」が42.3%、「市場自体が縮小しており、価格が上げられない」「取引先との関係で価格が上げられない」が同率で28.9%となった(図表特8)。

図表特8 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)



問 8 販売価格に転嫁できていない理由(続き)

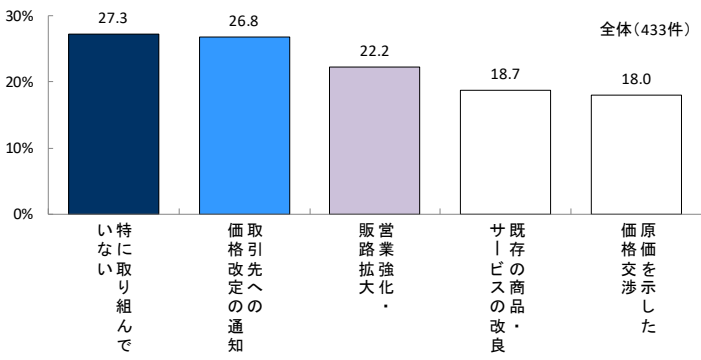
業種別では、卸売業で「競合他社との価格競争が激しい」で7割、製造業、印刷・同関連業、染色業で「市場自体が縮小しており、価格が上げられない」が4～5割で最も多くなった。建設業、情報通信業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業では「顧客との関係で価格が上げられない」が4割以上となり、飲食・宿泊業は6割を超えて特に多くなった。

問 9 販売価格への転嫁のために取り組んでいること

全体では、「特に取り組んでいない」が27.3%と最も多く、次いで「取引先への価格改定の通知」が26.8%、「営業強化・販路拡大」が22.2%となった（図表特 9①）。

業種別では、製造業、卸売業は「取引先への価格改定の通知」、印刷・同関連業は「原価を示した価格交渉」、情報通信業、小売業は「営業強化・販路拡大」、飲食・宿泊業は「既存の商品・サービスの改良」、染色業、建設業、不動産業、サービス業は「特に取り組んでいない」がそれぞれ最も多くなった（図表特 9②）。

図表特 9① 販売価格への転嫁のために取り組んでいること
(複数回答可・上位5項目)



図表特 9② 販売価格への転嫁のために取り組んでいること(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	取引先への価格改定の通知	42.1	原価を示した価格交渉	42.9	特に取り組んでいない	42.9	特に取り組んでいない	32.5	営業強化・販路拡大	38.7
2位	原価を示した価格交渉	23.7	取引先への価格改定の通知	40.0	新商品・新サービスの開発	28.6	取引先への価格改定の通知	30.0	新商品・新サービスの開発	35.5
3位	新商品・新サービスの開発	21.1	特に取り組んでいない	14.3	原価を示した価格交渉	14.3	原価を示した価格交渉	27.5	既存の商品・サービスの改良	25.8
	特に取り組んでいない	取引先への価格改定の通知			14.3					
					取引先の見直し	14.3				
					営業強化・販路拡大	14.3				

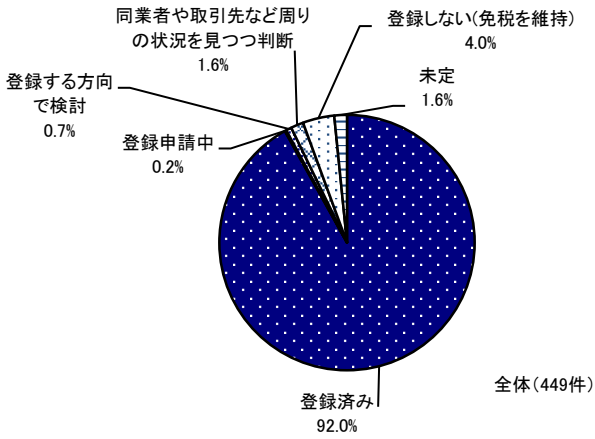
卸売業		小売業		飲食・宿泊業		不動産業		サービス業		
1位	取引先への価格改定の通知	64.1	営業強化・販路拡大	33.3	既存の商品・サービスの改良	45.9	特に取り組んでいない	51.2	特に取り組んでいない	39.2
2位	営業強化・販路拡大	28.2	取引先への価格改定の通知	28.3	新商品・新サービスの開発	29.5	営業強化・販路拡大	20.9	営業強化・販路拡大	25.3
3位	原価を示した価格交渉	25.6	既存の商品・サービスの改良	21.7	特に取り組んでいない	24.6	取引先への価格改定の通知	11.6	取引先への価格改定の通知	20.3
			特に取り組んでいない	21.7						

問 10 インボイス制度への対応状況

全体では、「登録済み」が92.0%と最も多く、次いで「登録しない(免税を維持)」が4.0%、「同業者や取引先など周りの状況を見つつ判断」「未定」が同率で1.6%となった（図表特 10）。

業種別では、全ての業種で「登録済み」が最も多く、染色業は「登録しない(免税を維持)」も同率となった。

図表特 10 インボイス制度への対応状況



(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 6 年 2 月 発行