

新宿区 中小企業の景況

(令和6年1月～3月期)

1. 調査内容の説明

【調査対象業種】製造業(40件)、建設業(39件)、情報通信業(35件)、卸売業(48件)、小売業(67件)、飲食・宿泊業(73件)、不動産業(48件)、サービス業(82件)、印刷・同関連業(34件)、染色業(15件)
※()内は有効回答数 合計 481件

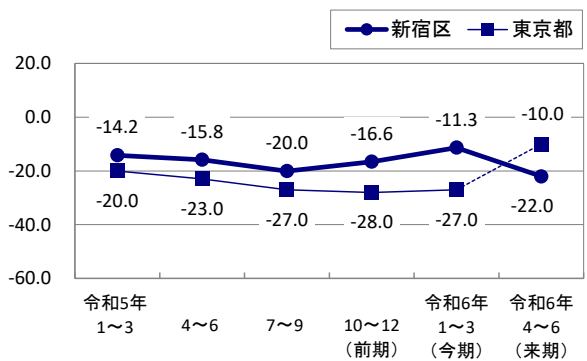
【調査方法】郵送アンケート調査 【調査機関】(株)東京商工リサーチ 【調査実施時期】令和6年4月下旬
※各設問の詳細(調査票)については、産業振興課のホームページに掲載しています。

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▲11.3と、前期(令和5年10月～12月)の▲16.6から改善した。来期(令和6年4月～6月)の予想は▲22.0とかなり厳しさが増す見込み(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、「仕入れ以外のコストの動向」が前期より9.3ポイント増加した。悪い理由では、「仕入れ以外のコストの動向」が7.4ポイント増加する一方で、「国内需要(売上)の動向」が11.6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

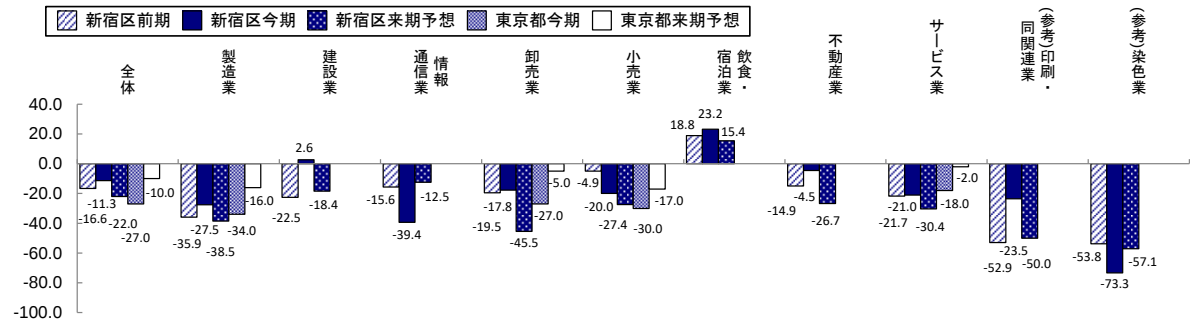
項目	国内需要(売上)の動向	海外需要(売上)の動向	販売価格の動向	仕入価格の動向	仕入れ以外のコストの動向	資金繰り・資金調達の動向	株式・不動産等の価格の動向	為替レートの動向	税制・会計制度の動向	同業者間の競合	その他
業況											
良い	76.5	18.4	30.6	28.6	13.3	7.1	7.1	12.2	2.0	20.4	5.1
悪い	62.3	6.2	34.9	48.6	32.2	28.1	4.8	14.4	2.1	24.7	4.8

※最大3つまで選択

業種別では、飲食・宿泊業は好感度が強まり、建設業は好転し、不動産業はかなり厳しさが和らぎ、製造業は持ち直し、卸売業はやや改善した。一方、情報通信業、小売業はかなり厳しさが増し、サービス業は前期並の厳しさが続いた。

来期は、情報通信業はかなり厳しさが和らぐ見込み。一方、飲食・宿泊業は好感度が弱まり、建設業は水面下に転じ、製造業、卸売業、不動産業はかなり厳しさが強まり、小売業、サービス業は低迷する見込み(図表3)。

図表3 業況DI、見通しDI



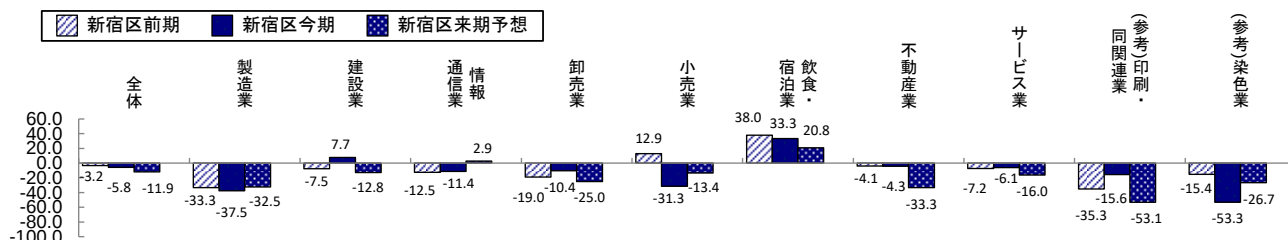
※東京都の数値は東京都産業労働局が毎月実施している景況調査の4月発表の資料によるもの。
(全体、製造業、卸売業、小売業、サービス業についてのみの比較となります)

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。全体DIに印刷・同関連業、染色業は含まないが、参考として個別に掲載する。

3. 業種別項目別 DI

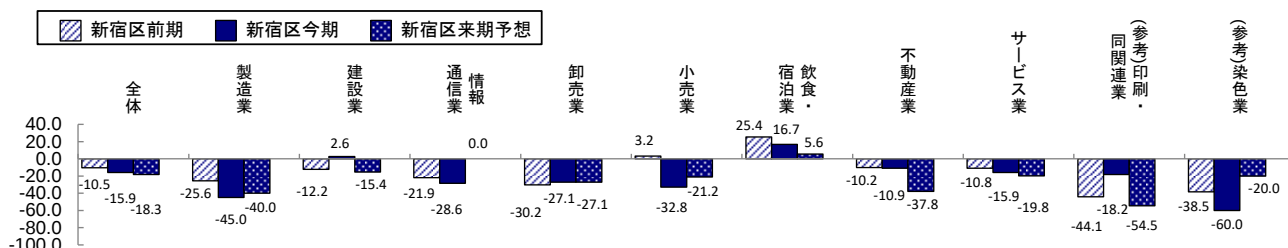
●売上額 DI

今期は、建設業は好転し、卸売業は厳しさが和らいだ。一方、飲食・宿泊業は好感度が弱まり、小売業は水面下に転じ、製造業は厳しさが増し、情報通信業、不動産業、サービス業は前期並の厳しさが続いた。来期は、情報通信業は好転し、小売業はかなり厳しさが和らぎ、製造業は持ち直す見込み。一方、飲食・宿泊業は大幅に好感度が弱まり、建設業は水面下に転じ、卸売業、不動産業、サービス業はかなり厳しさが増す見込み。



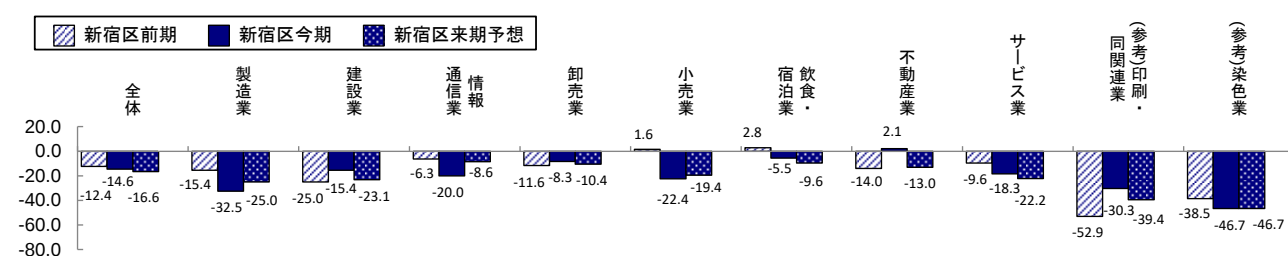
●収益 DI

今期は、建設業は好転し、卸売業はやや厳しさが和らいだ。一方、飲食・宿泊業は好感度が弱まり、小売業は水面下に転じ、製造業は大幅に低迷し、情報通信業、サービス業は厳しさが強まり、不動産業は前期並の厳しさが続いた。来期は、情報通信業、小売業はかなり厳しさが和らぎ、製造業は改善する見込み。一方、飲食・宿泊業はかなり好感度が弱まり、建設業は水面下に転じ、不動産業は大幅に低迷し、サービス業は厳しさが増し、卸売業は今期同様の厳しさが続く見込み。



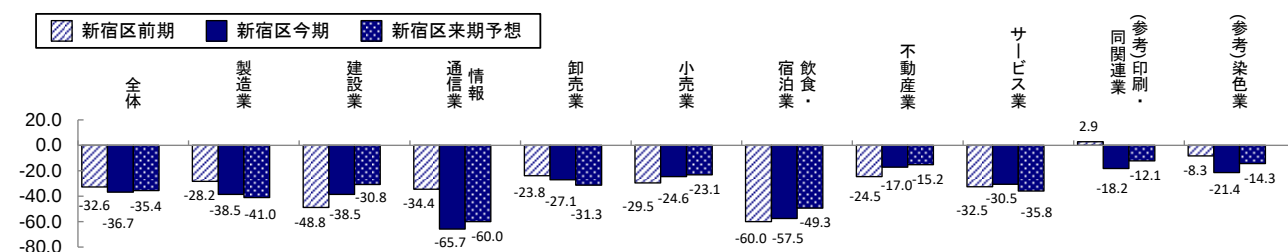
●資金繰り DI

今期は、不動産業は容易となり、建設業はかなり苦しさが和らぎ、卸売業はやや改善した。一方、小売業、飲食・宿泊業は厳しい状況に転じ、製造業、情報通信業は大幅に窮屈感が強まり、サービス業は苦しさが増した。来期は、情報通信業は大幅に苦しさが和らぎ、製造業は窮屈感が弱まり、小売業は苦しさがやや和らぐ見込み。一方、不動産業は厳しい状況に転じ、建設業、飲食・宿泊業、サービス業は窮屈感が強まり、卸売業は厳しさがやや増す見込み。



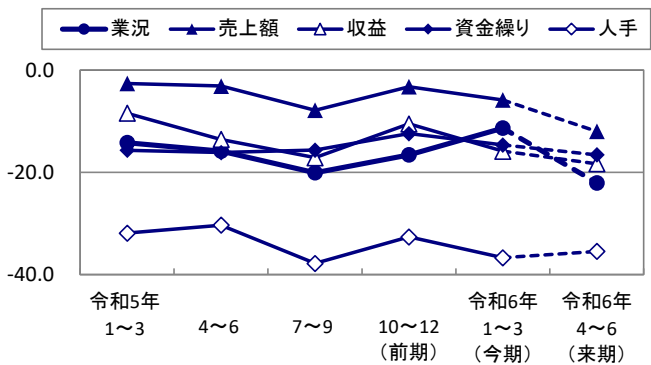
●人手 DI

今期は、建設業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業は不足感が緩和したが、製造業、情報通信業、卸売業は不足感が強まった。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、業況は厳しさが和らぎ、収益は厳しが増し、人手は不足感が強まり、売上額はやや低迷し、資金繰りはやや苦しさが増した。来期は、業況はかなり厳しが増し、売上額は低迷し、収益はやや厳しが増し、資金繰りはやや窮屈感が強まり、人手は今期並の不足感となる見込み。

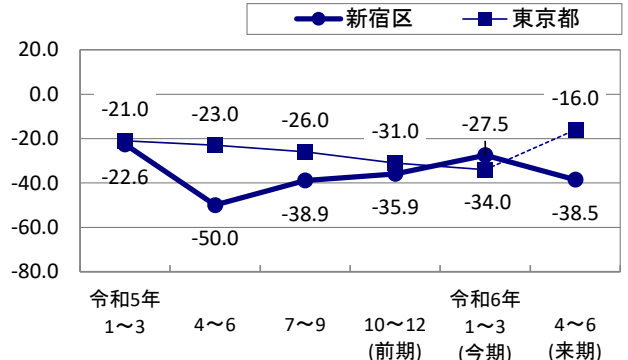


前期 → 今期 → 来期

	令和5年 1~3	4~6	7~9	10~12 (前期)	令和6年 1~3 (今期)	令和6年 4~6 (来期)
業況	-14.2	-15.8	-20.0	-16.6	-11.3	-22.0
売上額	-2.6	-3.1	-7.8	-3.2	-5.8	-11.9
収益	-8.4	-13.5	-17.1	-10.5	-15.9	-18.3
資金繰り	-15.7	-16.1	-15.6	-12.4	-14.6	-16.6
人手	-31.9	-30.3	-37.8	-32.6	-36.7	-35.4

5. 業種別における DI 推移

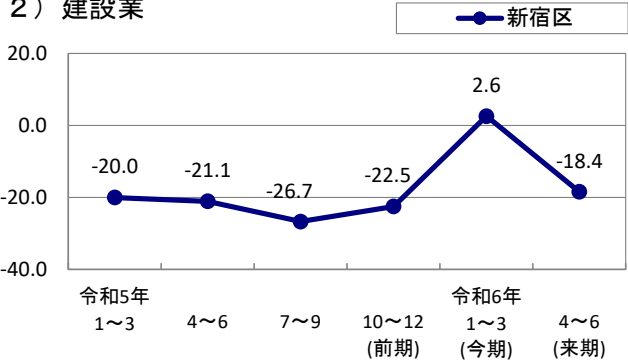
1) 製造業



前期 → 今期 → 来期

	令和5年 10~12 (前期)	令和6年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都 今期
業況	-35.9	-27.5	-38.5	-34.0
売上額	-33.3	-37.5	-32.5	
収益	-25.6	-45.0	-40.0	
資金繰り	-15.4	-32.5	-25.0	
人手	-28.2	-38.5	-41.0	

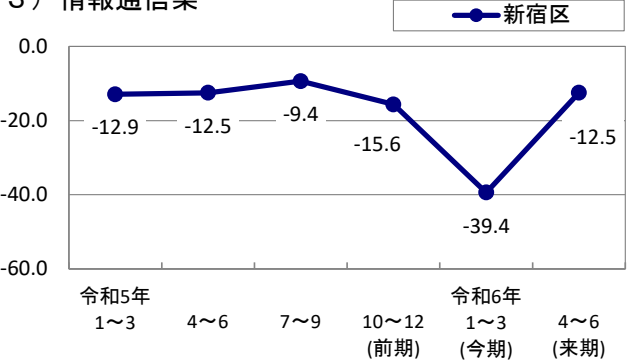
2) 建設業



前期 → 今期 → 来期

	令和5年 10~12 (前期)	令和6年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-22.5	2.6	-18.4
売上額	-7.5	7.7	-12.8
収益	-12.2	2.6	-15.4
資金繰り	-25.0	-15.4	-23.1
人手	-48.8	-38.5	-30.8

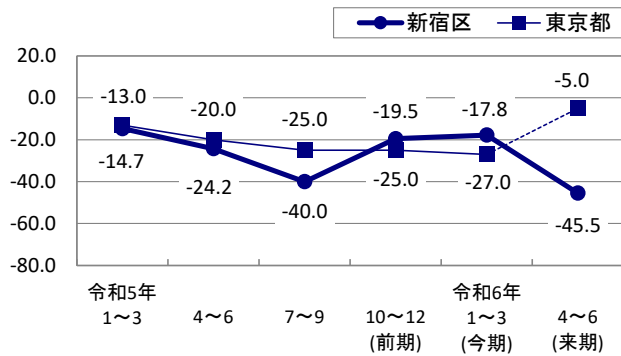
3) 情報通信業



前期 → 今期 → 来期

	令和5年 10~12 (前期)	令和6年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-15.6	-39.4	-12.5
売上額	-12.5	-11.4	2.9
収益	-21.9	-28.6	0.0
資金繰り	-6.3	-20.0	-8.6
人手	-34.4	-65.7	-60.0

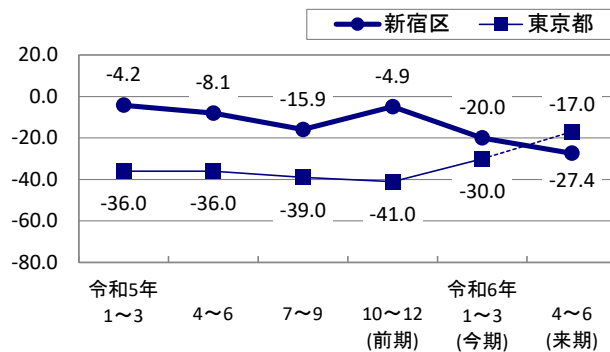
4) 卸売業



前期 → 今期 → 来期

	令和5年 10~12 (前期)	令和6年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都 今期
業況	-19.5	-17.8	-45.5	-27.0
売上額	-19.0	-10.4	-25.0	
収益	-30.2	-27.1	-27.1	
資金繰り	-11.6	-8.3	-10.4	
人手	-23.8	-27.1	-31.3	

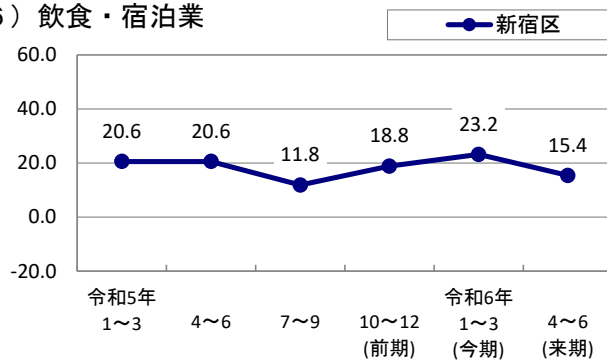
5) 小売業



前期 → 今期 → 来期

	令和5年 10~12 (前期)	令和6年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都 今期
業況	-4.9	-20.0	-27.4	-30.0
売上額	12.9	-31.3	-13.4	
収益	3.2	-32.8	-21.2	
資金繰り	1.6	-22.4	-19.4	
人手	-29.5	-24.6	-23.1	

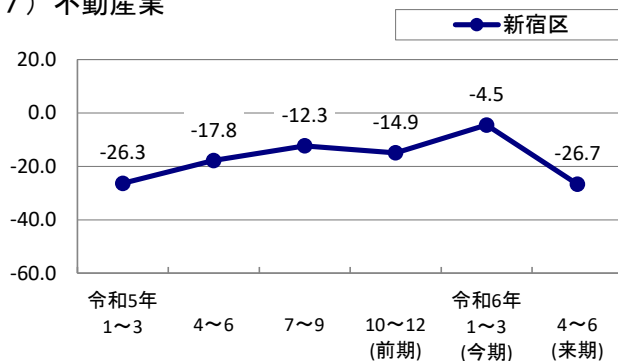
6) 飲食・宿泊業



前期 → 今期 → 来期

	令和5年 10~12 (前期)	令和6年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	18.8	23.2	15.4
売上額	38.0	33.3	20.8
収益	25.4	16.7	5.6
資金繰り	2.8	-5.5	-9.6
人手	-60.0	-57.5	-49.3

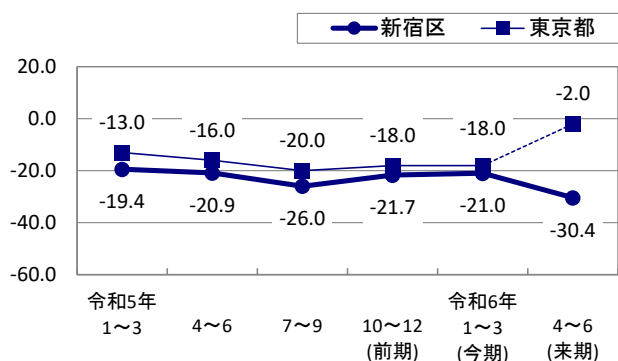
7) 不動産業



前期 → 今期 → 来期

	令和5年 10~12 (前期)	令和6年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-14.9	-4.5	-26.7
売上額	-4.1	-4.3	-33.3
収益	-10.2	-10.9	-37.8
資金繰り	-14.0	2.1	-13.0
人手	-24.5	-17.0	-15.2

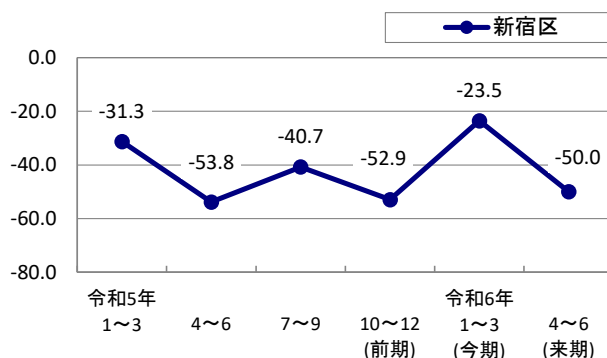
8) サービス業



前期 → **今期** → 来期

	令和5年 10~12 (前期)	令和6年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都 今期
業況	-21.7	-21.0	-30.4	-18.0
売上額	-7.2	-6.1	-16.0	
収益	-10.8	-15.9	-19.8	
資金繰り	-9.6	-18.3	-22.2	
人手	-32.5	-30.5	-35.8	

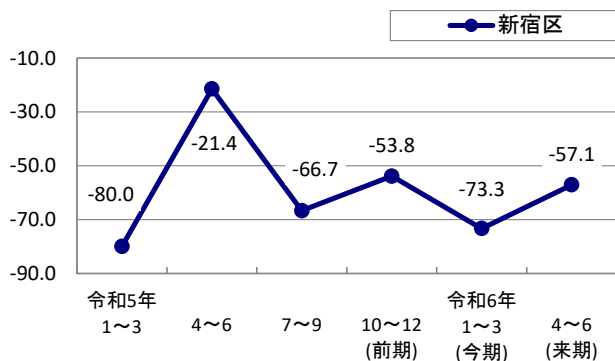
9) (参考) 印刷・同関連業



前期 → **今期** → 来期

	令和5年 10~12 (前期)	令和6年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-52.9	-23.5	-50.0
売上額	-35.3	-15.6	-53.1
収益	-44.1	-18.2	-54.5
資金繰り	-52.9	-30.3	-39.4
人手	2.9	-18.2	-12.1

10) (参考) 染色業



前期 → **今期** → 来期

	令和5年 10~12 (前期)	令和6年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-53.8	-73.3	-57.1
売上額	-15.4	-53.3	-26.7
収益	-38.5	-60.0	-20.0
資金繰り	-38.5	-46.7	-46.7
人手	-8.3	-21.4	-14.3

マーク	D.I値								
全体	16	以上	15 ~ 6	5 ~ -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
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
(参考)印刷・同関連業	20	以上	19 ~ 10	9 ~ 0	-1 ~ -10	-11 ~ -20	-21 ~ -30	-31	以下
(参考)染色業	20	以上	19 ~ 10	9 ~ 0	-1 ~ -10	-11 ~ -20	-21 ~ -30	-31	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。全体 DI に印刷・同関連業、染色業は含みませんが、参考として個別に掲載しています。

6. 経営上の問題点

全体では、1位「売上の停滞・減少」が46.3%、2位「人手不足」が32.9%、3位「人件費の増加」が23.5%となった。

業種別では、建設業、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	建設業
1位	売上の停滞・減少 46.3%	売上の停滞・減少 52.5%	人手不足 46.2%
2位	人手不足 32.9%	材料価格の上昇 35.0%	材料価格の上昇 41.0%
3位	人件費の増加 23.5%	利幅の縮小 32.5%	売上の停滞・減少 33.3%
	情報通信業	卸売業	小売業
1位	売上の停滞・減少 60.0%	売上の停滞・減少 53.2%	売上の停滞・減少 60.6%
2位	人手不足 37.1%	為替レートの変動 42.6%	人件費以外の経費の増加 25.8%
3位	人件費の増加 31.4%	利幅の縮小 31.9%	人手不足 18.2%
	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	人手不足 52.4%	売上の停滞・減少 50.0%	売上の停滞・減少 43.0%
2位	人件費の増加 44.4%	人件費以外の経費の増加 27.1%	人手不足 35.4%
3位	材料価格の上昇 38.1%	人手不足 20.8%	同業者間の競争の激化 27.8%
	(参考)印刷・関連連業	(参考)染色業	※ 最大3つまで選択 ※1 染色業では「利幅の縮小」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」「仕入先からの値上げ要請」も同率3位であった。
1位	売上の停滞・減少 70.6%	売上の停滞・減少 63.6%	
2位	利幅の縮小 26.5%	取引先の減少 36.4%	
	人件費以外の経費の増加 26.5%		
3位	人手不足 20.6%	利幅の縮小 ※1 27.3%	
	取引先の減少 20.6%		

7. 今後の経営上の取組

全体では、1位「販路を拡大する」が35.7%、2位「新しい取引先を見つける」が34.2%、3位「人材を確保する」が33.0%となった。

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

	全体	製造業	建設業
1位	販路を拡大する 35.7%	販路を拡大する 32.5%	人材を確保する 43.6%
2位	新しい取引先を見つける 34.2%	技術力を強化する 30.0%	新しい取引先を見つける 41.0%
3位	人材を確保する 33.0%	新しい取引先を見つける 27.5%	技術力を強化する 30.8%
	情報通信業	卸売業	小売業
1位	人材を確保する 48.6%	販路を拡大する 53.2%	販路を拡大する 56.9%
2位	新しい取引先を見つける 45.7%	新しい取引先を見つける 38.3%	新しい取引先を見つける 33.8%
3位	既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する 31.4%	人材を確保する 34.0%	既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する 27.7%
	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	人材を確保する 50.8%	新しい取引先を見つける 33.3%	新しい取引先を見つける 46.2%
2位	販路を拡大する 23.8%	不動産の有効活用を図る 29.2%	販路を拡大する 37.2%
3位	人材育成を強化する 22.2%	販路を拡大する 18.8%	人材を確保する 37.2%
	(参考)印刷・関連連業	(参考)染色業	※ 最大3つまで選択
1位	新しい取引先を見つける 70.6%	新しい取引先を見つける 45.5%	
2位	販路を拡大する 38.2%	販路を拡大する 36.4%	
3位	新しい事業を始める 23.5%	新しい事業を始める 27.3%	
		人材育成を強化する 27.3%	

※全体に印刷・関連連業、染色業は含まないが、参考として個別に掲載。

8. コメント調査結果

1) 製造業

- ・ 良好。
- ・ 主要製品の手術映像システムの市場は、昨年に続き安定した売上はあるが、人件費、商品、原材料の高騰が続き利益を圧迫している。企業努力だけでは厳しく、新製品、新サービスの開発が急務。
- ・ 物価高騰による賃上げに迫られている。仕入れ値の高騰等、利幅を削る要因が多い。
- ・ 為替レートで仕入が上手にまわっていない。
- ・ 円安がすぎる。
- ・ 代理店が思う様に営業していない。

2) 建設業

- ・ 顧客の世代交代で取引が減少しているが、新規客は増加の見込み。
- ・ プール事業がメインであるが、学校施設の減少等により公共の工事は減少傾向。しかし、民間のプール事業工事に販路を拡大しており、経営的には現状横ばいである。
- ・ 3月迄は受注拡大傾向だったが、4月以降にこれはという案件が見えない。大手企業の賃上げ報道を多く見るが、中小企業は明確な先が見えない。雇用の安定の為に得意先に値上げを依頼予定。
- ・ 社員の高齢化に伴い外注労務が増えて収益が減少。若手人材の確保が必要だが難しい。
- ・ 建設業においては週休2日が当面の課題で、売上を確保するのが大変。
- ・ ゼロゼロ融資の返済がキツイ。

3) 情報通信業

- ・ 売上は伸びてはいるが、人件費の増加や原価の高騰で利益は減少で苦しんでいる。
- ・ 現行の事業の収益を維持することにまずは注力する。
- ・ まだスタートアップ企業のため拡大傾向だが、サービス価格の値上げのタイミングが難しい。
- ・ 今期案件受注で将来の売上の見通しは良くなったが足元の資金繰りに苦労している。今後は人的リソース不足が課題となる。
- ・ 既存クライアント（広告代理店系大手広告制作会社）が内製化傾向にある。
- ・ 助成事業にも採択されて自社サービスのブラッシュアップを行うが、過去3年間の業績が悪く、資金繰りが厳しい。先に持ち出しが生じる開発は難しい。

4) 卸売業

- ・ 燃料販売、保険料収入はまずまずの業績。
- ・ コロナ期間中に実行した経費の改善などが、良い形で反映されてきている。
- ・ 上向き状態だが大きな伸びはない。コロナ禍前に近づいているが、政治経済、戦争等不安は尽きない。
- ・ 円安で仕入価格が昨年の2倍になり国内他社との販売競争に完敗。円安をなんとかして欲しい。
- ・ 主力商品の価格下落に伴う収益性悪化。一方新製品の販売が好調で、ビジネスの軸をシフトしている。
- ・ 2024年10月の郵便料金の値上げの影響が大きい。取引先が封筒メーカーで需要減は避けられない。
- ・ 円安で海外製品仕入コストが増加し、収益性が悪化。新規商材による事業拡大の資金が不足している。

5) 小売業

- ・ 収益などは前期に比べ増益となったが、人材不足が深刻となっている。
- ・ 売上増だが、物件により先払い等で資金繰りが困難。
- ・ 急激な円安で資金繰りが困難。
- ・ ウクライナ・ロシア問題が木材価格高騰の一番の原因で木材買い控えの理由となっている。
- ・ 取引先の減少、コロナ禍でのゼロゼロ融資の返済の見通しが立たず、廃業が増加。円安で海外投資が困難な状況が続いている。
- ・ 資材の値上げが販管費、特に荷造運賃の売上高に占める割合が増え、営業利益を圧迫している。
- ・ インバウンドの影響が無い商材のため、個人消費が弱い昨今、収益減が続いている。

6) 飲食・宿泊業

- ・ インバウンド需要や円安の影響で好調。売上は増加傾向が続いている。しばらくはこの状況が続くのではと思われる。
- ・ コロナ前まで回復した。
- ・ インターネット予約を始めて予約が増えた。SNS による宣伝効果でお客様が増えた。
- ・ コロナ禍後、客足も伸び、昨年 4 月の値上げ後も順調に推移したが、今年から人件費を上げ、仕入価格も再び高騰し、利益がかなり薄くなってきた。今後は又値上げによる回復を検討している。
- ・ 人件費、仕入価格、経費の増加と、値上げとのタイムラグがあり、思わぬ赤字に苦しんでいる。
- ・ 人手不足のため新規事業展開が厳しい。
- ・ コロナ後の人口移動、顧客減少の影響がある。人件費も高く、今年 1 月から 4 月は調理師の都合により休業も発生し、不安定な状況。閉店の可能性もある。

7) 不動産業

- ・ 波はあるが現在は良好。
- ・ 問題なのは人材確保のみ。
- ・ 不動産の売買仲介を主業務としているが、良い売物件がなく、売上・利益が増えない状況。
- ・ 建物、設備が老朽化。改修費用は人件費を含め、コロナ前の 3 倍近くの見積りもある。優先順位を考え対応しているが、限界に近い。
- ・ 賃借人の経営状況次第。
- ・ 3~4 年の提案事項が解決したので収益は改善したが、大きな流れとして見通しは読めない。
- ・ 3 月中旬まで寒く天候不順の為、客足が鈍く、売上が思った以上に増えず経費を抑えた。

8) サービス業

- ・ コロナ以前の売上より増収した。何期かぶりの黒字決済となった。
- ・ 前期は比較的人材確保が進み、増収につながった。今期以降も人材確保と育成が続けられるかが課題。
- ・ 取引先のほとんどが国や地方公共団体のため、売上は毎年ほぼ安定している。
- ・ 前期より案件は増えてはいるが成約に至らず。動きは出て来ているように思う。
- ・ DX 化に伴う人材の要望が増えているが、採用に苦戦しており対応できず、売上が伸びていない。
- ・ 新築住宅の減少と職人不足。
- ・ 建築工事の延期、中止に伴う売上減少。
- ・ 客先の受注量が減少しており、コロナ以後赤字経営が続いている。
- ・ 本が売れない。ネット書店は掛け率をどんどん下げてる。

9) 印刷・同関連業

- ・ DX の取組を始めて 5 年目。営業部門から生産工場まで、自動化により生産効率が上がり、収益が改善している。従来顧客だけでなく、EC 販売を行う顧客との取組が深くなり DX 化を前進させている。
- ・ 主にご朱印帳の中身の張り込みをしている。外国からの観光客の増加で注文が増えて現状は良好。今後更にご船印帳や鉄印帳が増える事を期待している。
- ・ 5 月から会社的一部分をレンタルスペースとして活用することとなり新たな事業で収益が望まれる。
- ・ 売上、収益とも現状を維持しているが、仕入コストの値上げを販売価格に転嫁できていない。
- ・ 採算を確保するための値上げを要請しても、希望額の半分程度を認めてくれるのがせいぜい。電気料金高止まりが厳しい。
- ・ 紙離れの風潮が仕事量の減少につながっている。OA 機器の発達で内製化が進んでいる。
- ・ 取引先の倒産による不渡り、デジタル化によるカタログ、チラシの需要減少で収益減少が続いている。

10) 染色業

- ・ 高齢であり、今は個人のお客様に会場していただき、楽しくお話をしながら作品を作っている。
- ・ 祭礼、行事等の縮小等で注文数も減少傾向にある。

【特別調査】 賃上げ状況・新宿区の実施事業について

【調査実施時期】
令和6年4月下旬

【調査結果概要】

賃上げの状況については「賃上げを行った」が51.6%、「賃上げを行っていない」が48.4%となった（問1参照）。賃上げ内容については「定期昇給」が62.0%と最も多く、次いで「ベースアップ」が51.9%、「賞与の増額」が17.8%となった（問2参照）。実施した賃上げ率については「5%以上～10%未満」が28.6%と最も多く、次いで「2%以上～3%未満」が17.5%、「4%以上～5%未満」が15.0%となった（問3参照）。賃上げを実施した理由については「従業員定着のため」が72.1%と最も多く、次いで「物価高騰への配慮のため」が56.4%、「新たな人材確保のため」が17.6%となった（問4参照）。賃上げを実施しない理由については「現在の賃金が適切であるため」が35.6%と最も多く、次いで「業績の向上が見込めないため」が35.1%、「物価高騰や円安によるコスト増のため」が21.1%となった（問5参照）。

賃上げを行う予定については「予定はある」が41.7%、「予定はない」が58.3%となった（問6参照）。

賃上げを実施する上で必要なことについては「製品・サービスの値上げ」が50.8%と最も多く、次いで「製品・サービスの受注拡大」42.9%、「従業員教育による生産性向上」が34.8%となった（問7参照）。

商工相談を活用したいと思うかは「思う」が21.4%、「思わない」が78.6%となった（問8参照）。

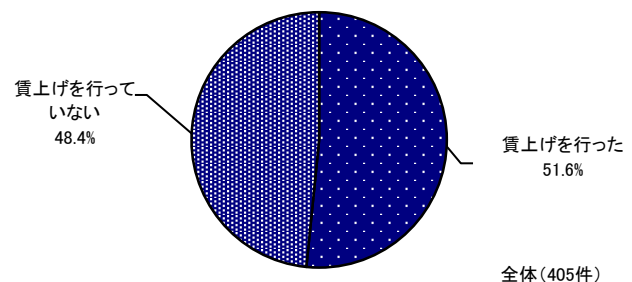
受けてみたいセミナーについては「販路拡大、販売促進について」が35.2%と最も多く、次いで「経営計画、事業再構築等について」が27.4%、「IT導入等による業務効率化」が24.9%となった（問9参照）。

問1 賃上げの状況

全体では、「賃上げを行った」が51.6%、「賃上げを行っていない」が48.4%となった（図表特1）。

業種別では、小売業、不動産業で「賃上げを行っていない」、それ以外の業種は「賃上げを行った」が多くなった。

図表特1 賃上げの状況

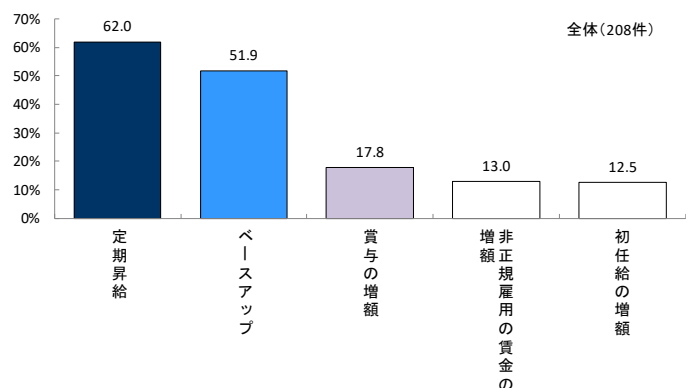


問2 賃上げ内容

賃上げを行ったと回答した企業に、賃上げ内容について尋ねたところ、全体では、「定期昇給」が62.0%と最も多く、次いで「ベースアップ」が51.9%、「賞与の増額」が17.8%となった（図表特2①）。

業種別では、建設業、情報通信業、卸売業、小売業で「定期昇給」が6割を超えて多く、特に、卸売業、小売業は8割を超えて特に多くなった。製造業、飲食・宿泊業、不動産業で「ベースアップ」が5割から7割、サービス業で「定期昇給」と「ベースアップ」が同率6割弱でそれぞれ多くなった（図表特2②）。

図表特2① 賃上げ内容
(複数回答可・上位5項目)



図表特 2② 賃上げ内容(複数回答可・業種別)

	製造業		建設業		情報通信業		卸売業	
1位	ベースアップ	70.0	定期昇給	73.9	定期昇給	61.9	定期昇給	84.0
2位	定期昇給	60.0	ベースアップ	43.5	ベースアップ	52.4	ベースアップ	32.0
3位	賞与の増額	20.0	賞与の増額	21.7	初任給の増額	9.5	賞与の増額	28.0

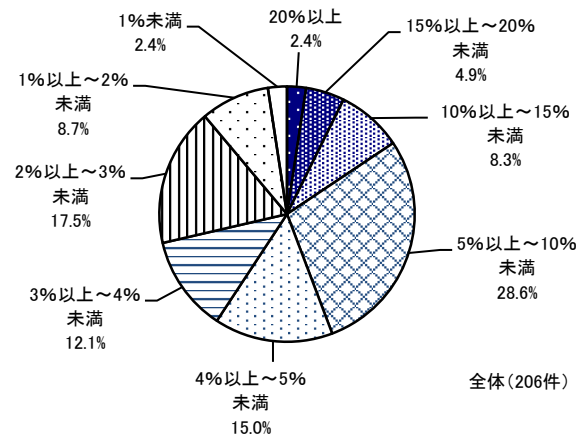
	小売業		飲食・宿泊業		不動産業		サービス業	
1位	定期昇給	81.8	ベースアップ	65.8	ベースアップ	56.3	定期昇給	58.1
							ベースアップ	58.1
2位	ベースアップ	27.3	定期昇給	39.5	定期昇給	50.0	賞与の増額	16.3
							非正規雇用の賃金の増額	16.3
3位	非正規雇用の賃金の増額	18.2	非正規雇用の賃金の増額	31.6	賞与の増額	18.8	初任給の増額	14.0

問 3 実施した賃上げ率

賃上げを行ったと回答した企業に、実施した賃上げ率について尋ねたところ、全体では、「5%以上～10%未満」が 28.6%と最も多く、次いで「2%以上～3%未満」が 17.5%、「4%以上～5%未満」が 15.0%となった(図表特 3)。

業種別では、建設業、卸売業、飲食・宿泊業で「5%以上～10%未満」、不動産業で「1%以上～2%未満」、サービス業で「4%以上～5%未満」が多くなった。製造業、小売業で「5%以上～10%未満」と「2%以上～3%未満」、情報通信業で「5%以上～10%未満」と「4%以上～5%未満」と「2%以上～3%未満」がそれぞれ同率で最も多くなった。

図表特 3 実施した賃上げ率

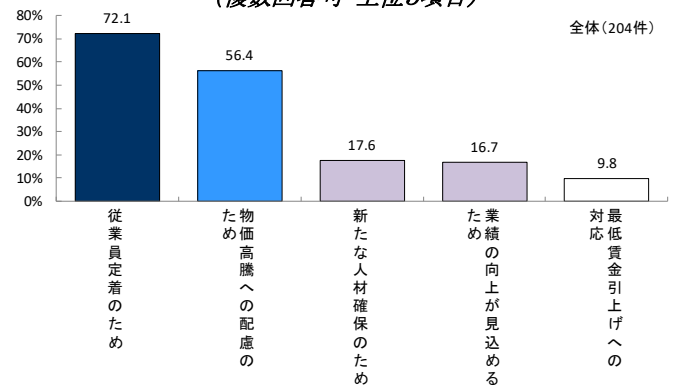


問 4 賃上げを実施した理由

賃上げを行ったと回答した企業に、賃上げを実施した理由について尋ねたところ、全体では、「従業員定着のため」が 72.1%と最も多く、次いで「物価高騰への配慮のため」が 56.4%、「新たな人材確保のため」が 17.6%となった。(図表特 4①)。

業種別では、不動産業で「物価高騰への配慮のため」が 6 割、それ以外の業種で「従業員定着のため」が 6 割を超えて最も多く、サービス業では 8 割で特に多くなった。製造業では「従業員定着のため」と「物価高騰への配慮のため」が同率 7 割を占めて多くなった(図表特 4②)。

図表特 4① 賃上げを実施した理由(複数回答可・上位5項目)



図表特 4② 賃上げを実施した理由(複数回答可・業種別)

	製造業		建設業		情報通信業		卸売業	
1位	従業員定着のため	75.0	従業員定着のため	73.9	従業員定着のため	65.0	従業員定着のため	69.2
	物価高騰への配慮のため	75.0						
2位	業績の向上が見込めるため	15.0	物価高騰への配慮のため	56.5	物価高騰への配慮のため	45.0	物価高騰への配慮のため	61.5
	新たな人材確保のため	5.0						
3位	最低賃金引上げへの対応	5.0	新たな人材確保のため	21.7	業績の向上が見込めるため	20.0	業績の向上が見込めるため	19.2
	取引先等の他社が実施しているため	5.0						

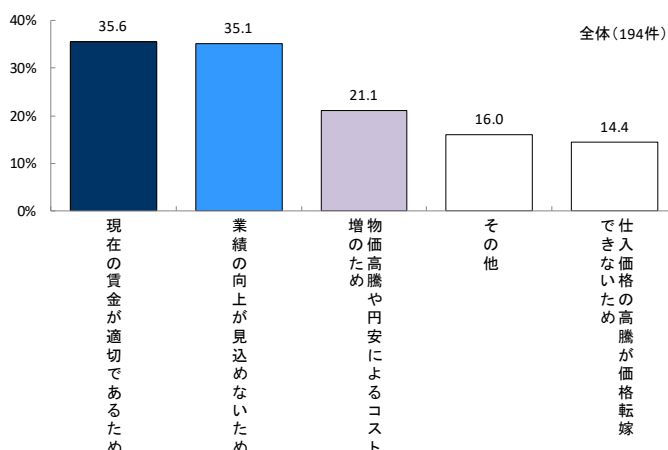
	小売業		飲食・宿泊業		不動産業		サービス業	
1位	従業員定着のため	77.3	従業員定着のため	71.1	物価高騰への配慮のため	64.3	従業員定着のため	80.5
	物価高騰への配慮のため	50.0						
2位	物価高騰への配慮のため	50.0	物価高騰への配慮のため	52.6	従業員定着のため	50.0	物価高騰への配慮のため	53.7
	最低賃金引上げへの対応	18.2						
3位	最低賃金引上げへの対応	18.2	新たな人材確保のため	47.4	業績の向上が見込めるため	21.4	新たな人材確保のため	14.6

問5 賃上げを実施しない理由

賃上げを行っていないと回答した企業に、賃上げを実施しない理由について尋ねたところ、全体では、「現在の賃金が適切であるため」が35.6%と最も多く、次いで「業績の向上が見込めないため」が35.1%、「物価高騰や円安によるコスト増のため」が21.1%となった（図表特5①）。

業種別では、製造業、卸売業、小売業は「業績の向上が見込めないため」、情報通信業、不動産業、サービス業は「現在の賃金が適切であるため」が多くなった。建設業は「現在の賃金が適切であるため」と「業績の向上が見込めないため」、飲食・宿泊業は、「現在の賃金が適切であるため」と「物価高騰や円安によるコスト増のため」がそれぞれ同率で最も多くなった（図表特5②）。

図表特5① 賃上げを実施しない理由
(複数回答可・上位5項目)



図表特5② 賃上げを実施しない理由(複数回答可・業種別)

製造業			建設業			情報通信業			卸売業		
1位	業績の向上が見込めないため	38.9	現在の賃金が適切であるため	43.8	業績の向上が見込めないため	43.8	現在の賃金が適切であるため	45.5	業績の向上が見込めないため	47.4	業績の向上が見込めないため
2位	現在の賃金が適切であるため	33.3	物価高騰や円安によるコスト増のため	31.3	業績の向上が見込めないため	27.3	物価高騰や円安によるコスト増のため	36.8	物価高騰や円安によるコスト増のため	31.6	仕入価格の高騰が価格転嫁できないため
3位	仕入価格の高騰が価格転嫁できないため	27.8	仕入価格の高騰が価格転嫁できないため	18.8	新たな人材確保を優先させるため	18.2	仕入価格の高騰が価格転嫁できないため	31.6	仕入価格の高騰が価格転嫁できないため	31.6	仕入価格の高騰が価格転嫁できないため

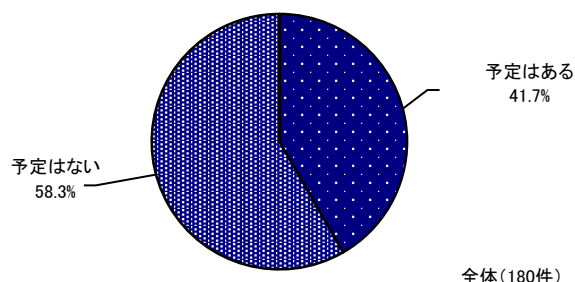
小売業			飲食・宿泊業			不動産業			サービス業		
1位	業績の向上が見込めないため	34.1	現在の賃金が適切であるため	40.0	物価高騰や円安によるコスト増のため	40.0	現在の賃金が適切であるため	50.0	現在の賃金が適切であるため	38.9	現在の賃金が適切であるため
2位	物価高騰や円安によるコスト増のため	24.4	業績の向上が見込めないため	28.0	業績の向上が見込めないため	35.7	業績の向上が見込めないため	30.6	業績の向上が見込めないため	30.6	業績の向上が見込めないため
3位	現在の賃金が適切であるため	22.0	仕入価格の高騰が価格転嫁できないため	24.0	その他	21.4	その他	19.4	その他	19.4	その他

問6 賃上げを行う予定

賃上げを行っていないと回答した企業に、賃上げを行う予定について尋ねたところ、全体では、「予定はある」が41.7%、「予定はない」が58.3%となった。（図表特6）。

業種別では、建設業、情報通信業、卸売業で「予定はある」、製造業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業で「予定はない」が多くなった。

図表特6 賃上げを行う予定

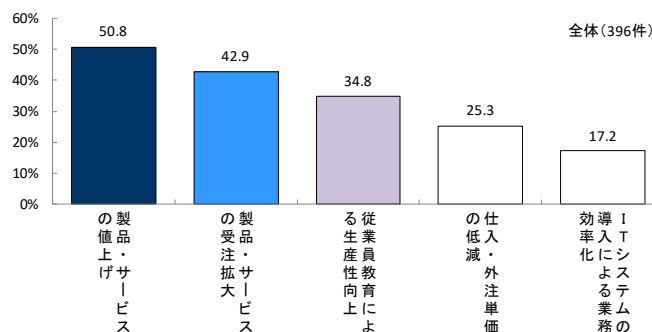


問7 賃上げを実施する上で必要なこと

全体では、「製品・サービスの値上げ」が50.8%と最も多く、次いで「製品・サービスの受注拡大」42.9%、「従業員教育による生産性向上」34.8%となった（図表特7）。

業種別では、製造業、建設業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業で「製品・サービスの値上げ」、卸売業、サービス業で「製品・サービスの受注拡大」、情報通信業で「製品・サービスの値上げ」と「製品・サービスの受注拡大」が同率でそれぞれ最も多くなった。

図表特7 賃上げを実施する上で必要なこと
(複数回答可・上位5項目)

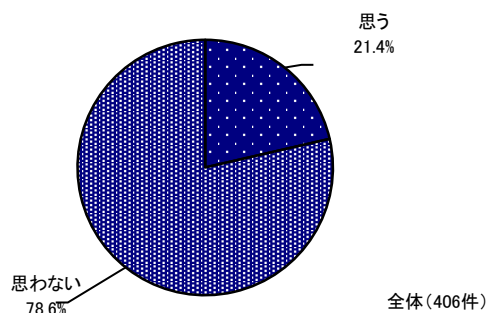


問 8 商工相談を活用したいと思うか

全体では、「思う」が21.4%、「思わない」が78.6%となった（図表特8）。

業種別では、全ての業種で「思わない」が6割を超え、建設業は9割を占めて特に多くなった。

図表特 8 商工相談を活用したいと思うか

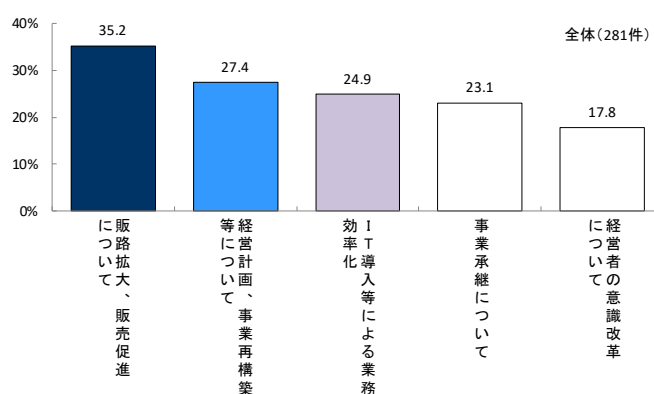


問 9 受けてみたいセミナー

全体では、「販路拡大、販売促進について」が35.2%と最も多く、次いで「経営計画、事業再構築等について」が27.4%、「IT 導入等による業務効率化」が24.9%となった（図表特9）。

業種別では、製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業で「販路拡大、販売促進について」が2割を超えて多く、製造業は5割で特に多くなった。情報通信業、飲食・宿泊業で「経営計画、事業再構築等について」が3～4割、不動産業で「事業承継について」が3割半ばでそれぞれ最も多くなった。

図表特 9 受けてみたいセミナー
(複数回答可・上位5項目)



問 10 新宿区が実施している「商工相談」や受けてみたいセミナーの内容について(自由記述)

- ・ 借入の相談。(製造業)
- ・ 3D プリンターのものづくり教室を地域に開きたい。(情報通信業)
- ・ 個別相談、中小企業の経営に関する相談。(卸売業)
- ・ 専門店の為知識を持った人がいない。(小売業)
- ・ 例えば新宿区のコミュニティーにおける BtoB、メーカーと店舗・メーカーと人材などの紹介斡旋など、新宿区ならではの関係性構築機能があれば積極的に参画したい。(小売業)
- ・ SNS の具体的操作方法などレクチャーを受けてみたい。(飲食・宿泊業)
- ・ 助成金活用についてもっと知りたい。(飲食・宿泊業)
- ・ 今後の経営計画、事業再構築が可能か、一度相談を受けてみたい。(飲食・宿泊業)
- ・ 人材確保の方法、又は人材確保のための費用の削減法について知りたい。(サービス業)
- ・ 資金調達が難しく、その辺りの策があれば教えて欲しい。(サービス業)
- ・ 補助金制度。(サービス業)
- ・ 電子帳簿に関する初歩。(サービス業)
- ・ 経理の実践内容（オンライン希望）。(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 6 年 7 月 発行