

新宿区 中小企業の景況

(令和7年10月～12月期)

1. 調査内容の説明

【調査対象業種】 製造業(32件)、建設業(38件)、情報通信業(32件)、卸売業(37件)、小売業(60件)、
 飲食・宿泊業(92件)、不動産業(47件)、サービス業(86件)、印刷・同関連業(35件)、染色業(13件)
 ※ () 内は有効回答数 合計 472 件

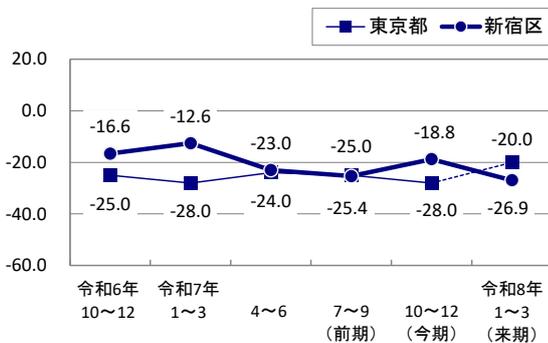
【調査方法】 郵送アンケート調査 【調査機関】 (株) 東京商工リサーチ 【調査実施時期】 令和7年12月上旬
 ※各設問の詳細(調査票)については、産業振興課のホームページに掲載しています。

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▲18.8と、前期(令和7年7月～9月)の▲25.4から
 厳しさが和らいだ。来期(令和8年1月～3月)の予想は▲26.9と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、「良い」理由では「国内需要(売上)の動向」が最も高く、
 「悪い」理由では「国内需要(売上)の動向」及び「仕入価格の動向」が同率で高い(図表2)。「良い」理由
 では、「販売価格の動向」が前期より10.2ポイント増加した。「悪い」理由では、「販売価格の動向」、「仕入
 価格の動向」及び「株式・不動産等の価格の動向」がそれぞれ4.4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 (%)

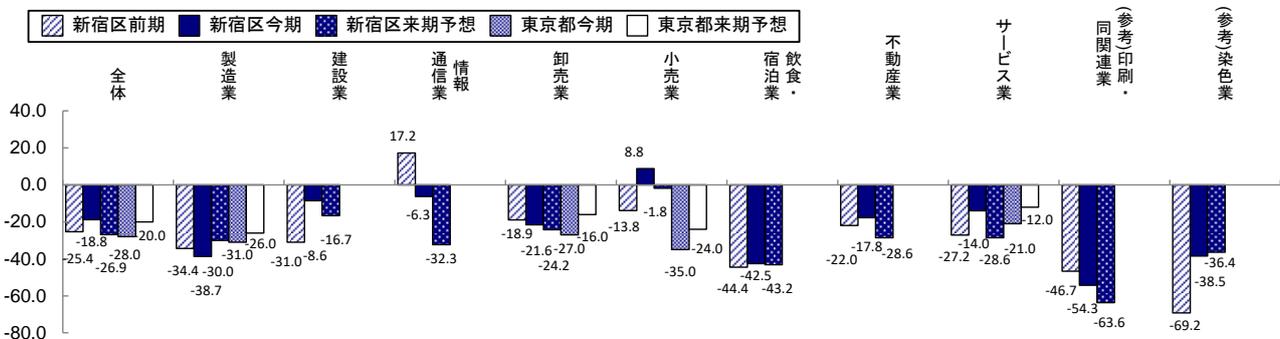
項目	国内需要(売上)の動向	海外需要(売上)の動向	販売価格の動向	仕入価格の動向	仕入れ以外のコストの動向	資金繰り・資金調達	株式・不動産等の価格の動向	為替レートの動向	税制・会計制度の動向	同業者間の競争	その他
業況											
良い	81.4	17.4	40.7	23.3	3.5	9.3	5.8	4.7	2.3	19.8	4.7
悪い	62.9	5.0	28.3	62.9	34.6	20.8	6.3	8.2	3.1	19.5	7.5

※最大3つまで選択

業種別では、小売業は好転し、建設業、サービス業はかなり厳しさが和らぎ、不動産業は改善し、飲食・
 宿泊業はわずかに改善した。一方、情報通信業は水面下に転じ、製造業は低迷し、卸売業はやや低迷した。

来期は、製造業は厳しさが和らぐ見込み。一方、小売業は水面下に転じ、情報通信業、不動産業、サービ
 ス業は大幅に厳しさが強まり、建設業は低迷し、卸売業はやや厳しさが強まり、飲食・宿泊業は今期同様の
 厳しさが続く見込み(図表3)。

図表3 業況DI、見通しDI



※東京都の数值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)

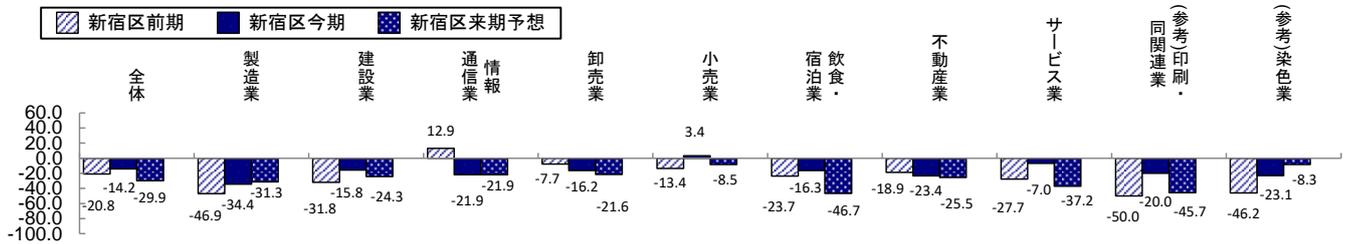
業況: 経済全体の景気状態ではなく、個々の企業ないし産業の景気状況。

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。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

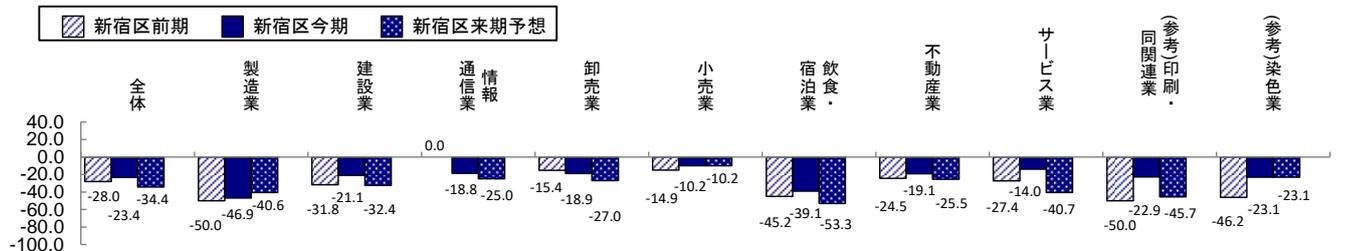
●売上額 DI

今期は、小売業は好転し、製造業、建設業、サービス業は大幅に厳しさが和らぎ、飲食・宿泊業は持ち直した。一方、情報通信業は水面下に転じ、卸売業と不動産業は厳しさが増した。来期は、製造業は厳しさがやや和らぐ見込み。一方、小売業は水面下に転じ、飲食・宿泊業、サービス業は大幅に厳しさが強まり、建設業、卸売業は低迷し、不動産業はやや厳しさが強まり、情報通信業は今期同様の厳しさが続く見込み。



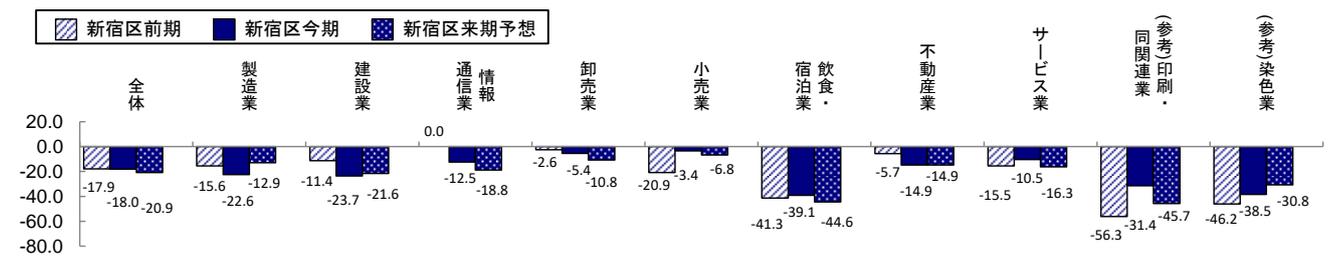
●収益 DI

今期は、建設業、サービス業はかなり厳しさが和らぎ、小売業、飲食・宿泊業、不動産業は改善し、製造業はやや持ち直した。一方、情報通信業はかなり厳しさが強まり、卸売業は低迷した。来期は、製造業は厳しさが和らぐ見込み。一方、建設業、飲食・宿泊業、サービス業は大幅に厳しさが強まり、情報通信業、卸売業、不動産業は低迷し、小売業は今期同様の厳しさが続く見込み。



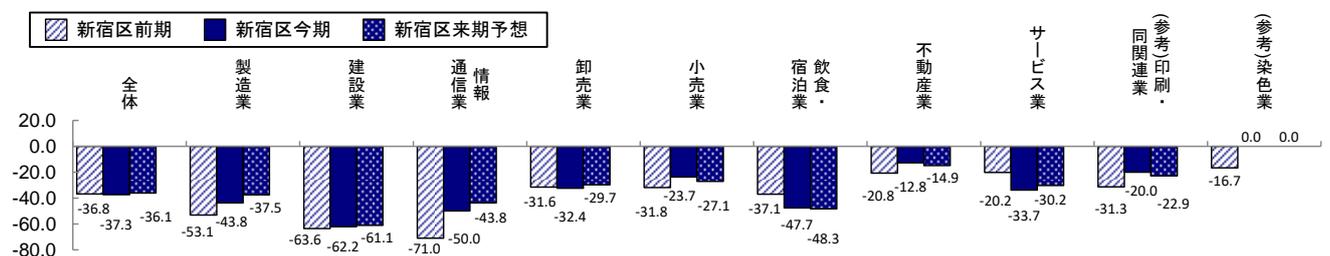
●資金繰り DI

今期は、小売業はかなり苦しさが和らぎ、サービス業は持ち直し、飲食・宿泊業はやや改善した。一方、建設業、情報通信業はかなり苦しさが増し、製造業、不動産業は窮屈感が強まり、卸売業はやや苦しさが増した。来期は、製造業は大幅に窮屈感が弱まり、建設業はやや苦しさが和らぐ見込み。一方、情報通信業、卸売業、飲食・宿泊業、サービス業は苦しさが増し、小売業はやや窮屈感が強まり、不動産業は今期同様の苦しさが続く見込み。



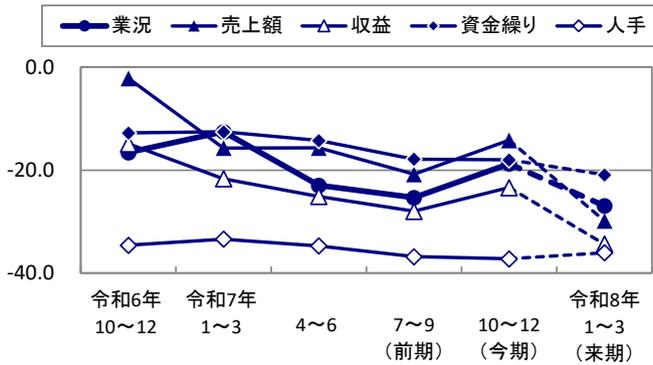
●人手 DI

今期は、情報通信業は不足感が大幅に緩和し、製造業、小売業、不動産業は不足感が緩和したが、飲食・宿泊業、サービス業はかなり不足感が強まり、建設業、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

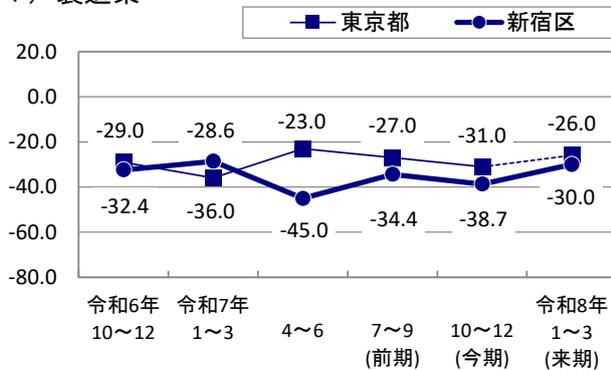
今期は、業況、売上額、収益は改善し、人手は前期並の不足感となり、資金繰りは前期並の苦しさが続いた。来期は、売上額、収益は大幅に厳しさが増し、業況は低迷し、資金繰りはやや苦しさが増し、人手は今期同様の不足感が続く見込み。



	令和6年 10~12	令和7年 1~3	4~6	7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和8年 1~3 (来期)
業況	-16.6	-12.6	-23.0	-25.4	-18.8	-26.9
売上額	-2.1	-15.7	-15.7	-20.8	-14.2	-29.9
収益	-14.9	-21.7	-25.1	-28.0	-23.4	-34.4
資金繰り	-12.8	-12.6	-14.3	-17.9	-18.0	-20.9
人手	-34.6	-33.4	-34.7	-36.8	-37.3	-36.1

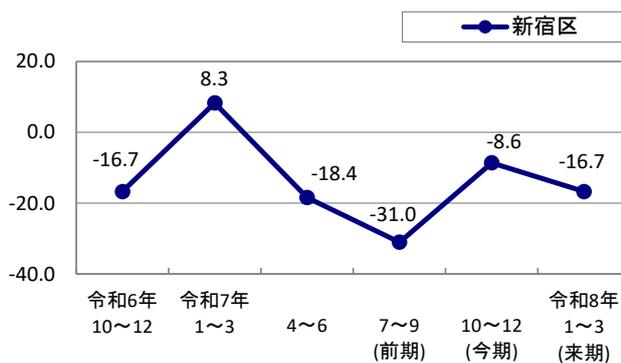
5. 業種別における DI 推移

1) 製造業



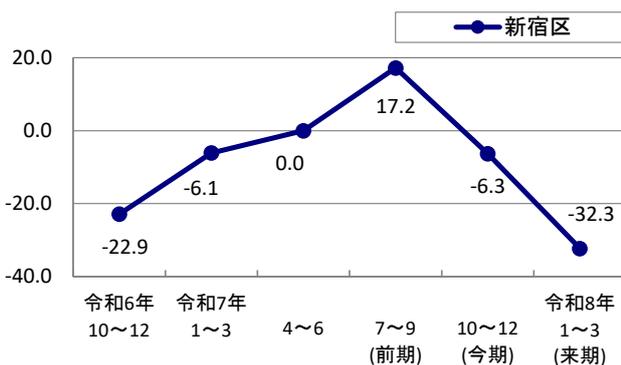
	令和7年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和8年 1~3 (来期)	東京都 今期
業況	-34.4	-38.7	-30.0	-31.0
売上額	-46.9	-34.4	-31.3	
収益	-50.0	-46.9	-40.6	
資金繰り	-15.6	-22.6	-12.9	
人手	-53.1	-43.8	-37.5	

2) 建設業



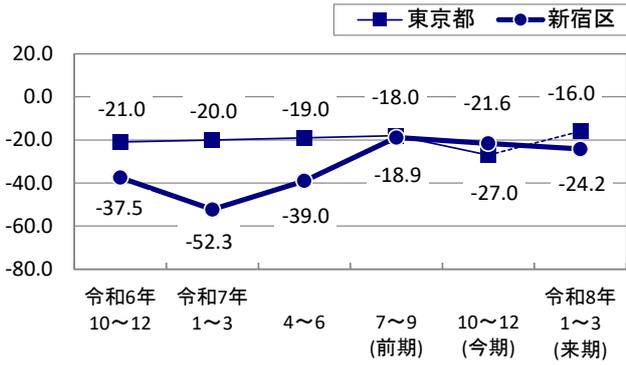
	令和7年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和8年 1~3 (来期)
業況	-31.0	-8.6	-16.7
売上額	-31.8	-15.8	-24.3
収益	-31.8	-21.1	-32.4
資金繰り	-11.4	-23.7	-21.6
人手	-63.6	-62.2	-61.1

3) 情報通信業



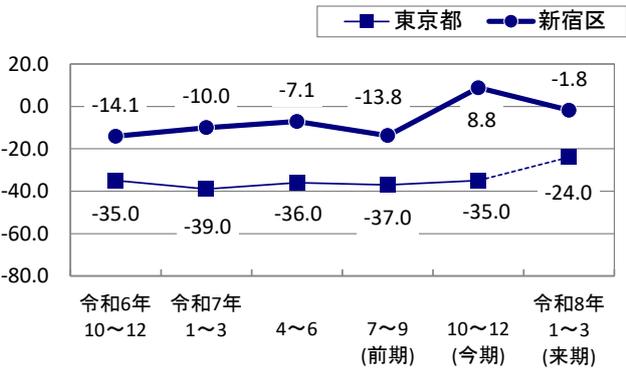
	令和7年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和8年 1~3 (来期)
業況	17.2	-6.3	-32.3
売上額	12.9	-21.9	-21.9
収益	0.0	-18.8	-25.0
資金繰り	0.0	-12.5	-18.8
人手	-71.0	-50.0	-43.8

4) 卸売業



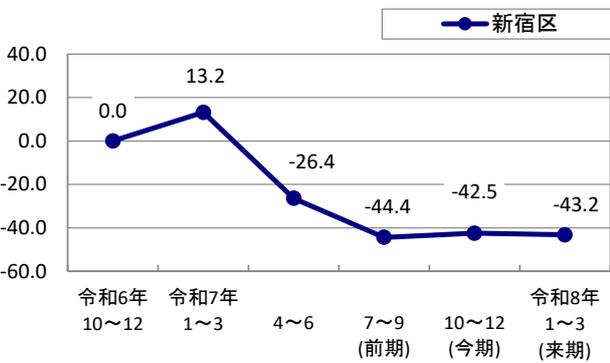
	令和7年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和8年 1~3 (来期)	東京都 今期
業況	-18.9	-21.6	-24.2	-27.0
売上額	-7.7	-16.2	-21.6	
収益	-15.4	-18.9	-27.0	
資金繰り	-2.6	-5.4	-10.8	
人手	-31.6	-32.4	-29.7	

5) 小売業



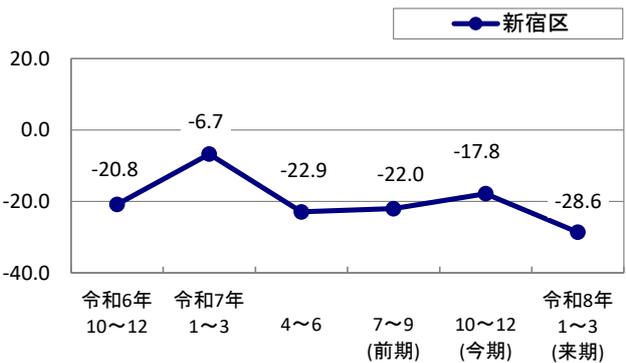
	令和7年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和8年 1~3 (来期)	東京都 今期
業況	-13.8	8.8	-1.8	-35.0
売上額	-13.4	3.4	-8.5	
収益	-14.9	-10.2	-10.2	
資金繰り	-20.9	-3.4	-6.8	
人手	-31.8	-23.7	-27.1	

6) 飲食・宿泊業



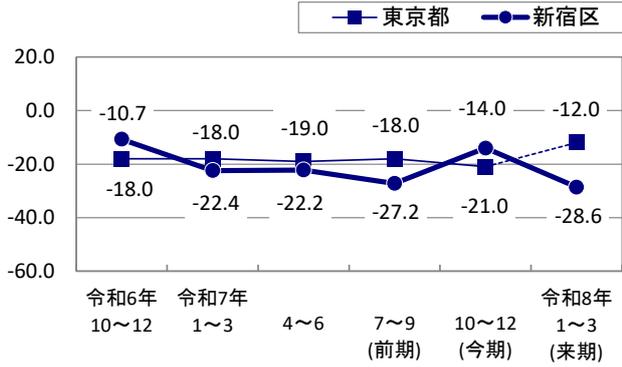
	令和7年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和8年 1~3 (来期)
業況	-44.4	-42.5	-43.2
売上額	-23.7	-16.3	-46.7
収益	-45.2	-39.1	-53.3
資金繰り	-41.3	-39.1	-44.6
人手	-37.1	-47.7	-48.3

7) 不動産業



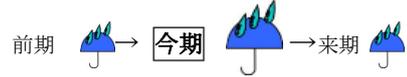
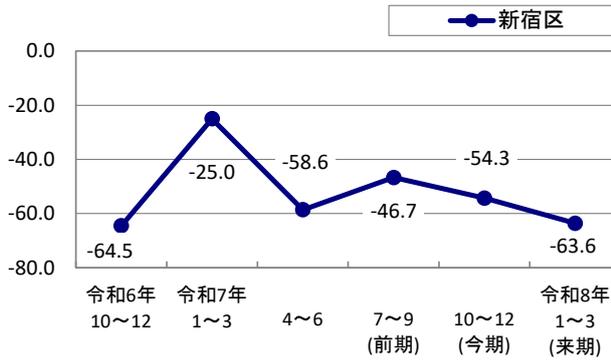
	令和7年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和8年 1~3 (来期)
業況	-22.0	-17.8	-28.6
売上額	-18.9	-23.4	-25.5
収益	-24.5	-19.1	-25.5
資金繰り	-5.7	-14.9	-14.9
人手	-20.8	-12.8	-14.9

8) サービス業



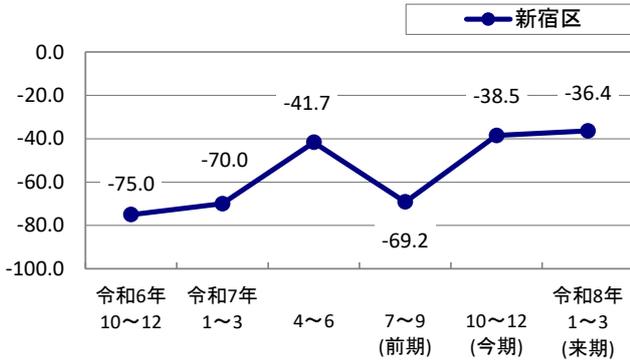
	令和7年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和8年 1~3 (来期)	東京都 今期
業況	-27.2	-14.0	-28.6	-21.0
売上額	-27.7	-7.0	-37.2	
収益	-27.4	-14.0	-40.7	
資金繰り	-15.5	-10.5	-16.3	
人手	-20.2	-33.7	-30.2	

9) (参考) 印刷・同関連業



	令和7年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和8年 1~3 (来期)
業況	-46.7	-54.3	-63.6
売上額	-50.0	-20.0	-45.7
収益	-50.0	-22.9	-45.7
資金繰り	-56.3	-31.4	-45.7
人手	-31.3	-20.0	-22.9

10) (参考) 染色業



	令和7年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	令和8年 1~3 (来期)
業況	-69.2	-38.5	-36.4
売上額	-46.2	-23.1	-8.3
収益	-46.2	-23.1	-23.1
資金繰り	-46.2	-38.5	-30.8
人手	-16.7	0.0	0.0

マーク	D.I値																		
	16	以上	15	~	6	5	~	-4	-5	~	-14	-15	~	-24	-25	~	-34	-35	以下
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、染色業は含まませんが、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48.3%、2位「人手不足」が30.9%、3位「人件費の増加」が26.3%となった。

業種別では、製造業、卸売業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業は「売上の停滞・減少」、建設業、情報通信業は「人手不足」が1位となった。

全体		製造業		建設業		
1位	売上の停滞・減少	48.3%	売上の停滞・減少	67.9%	人手不足	50.0%
2位	人手不足	30.9%	人手不足	42.9%	売上の停滞・減少	31.6%
3位	人件費の増加	26.3%	利幅の縮小 ※1	21.4%	人件費の増加	23.7%
					人件費以外の経費の増加	23.7%
					材料価格の上昇	23.7%
情報通信業		卸売業		小売業		
1位	人手不足	51.7%	売上の停滞・減少	55.6%	売上の停滞・減少	40.7%
2位	売上の停滞・減少	48.3%	同業者間の競争の激化	30.6%	人件費の増加	33.9%
3位	人件費の増加	31.0%	人件費の増加	30.6%	人手不足	27.1%
			為替レートの変動	25.0%		
飲食・宿泊業		不動産業		サービス業		
1位	売上の停滞・減少	47.8%	売上の停滞・減少	50.0%	売上の停滞・減少	51.2%
2位	材料価格の上昇	40.2%	人件費以外の経費の増加	34.8%	人手不足	37.2%
3位	仕入先からの値上げ要請	33.7%	地価の高騰	26.1%	同業者間の競争の激化	29.1%
(参考)印刷・同関連業		(参考)染色業		※ 最大3つまで選択		
1位	売上の停滞・減少	68.6%	売上の停滞・減少	75.0%	※1 製造業では「利幅の縮小」の他、「人件費の増加」「人件費以外の経費の増加」「材料価格の上昇」も同率3位であった。	
			取引先の減少	75.0%		
			利幅の縮小	25.0%		
2位	利幅の縮小	42.9%	利幅の縮小	25.0%	※2 染色業では「人件費の増加」の他、「顧客・ニーズの変化・減少」「販売納入先から(又はサービス料金)の値下げ要請」「材料価格の上昇」も同率3位であった。	
3位	材料価格の上昇	25.7%	人件費の増加 ※2	12.5%		

7. 今後の経営上の取組

全体では、1位「販路を拡大する」及び「新しい取引先を見つける」がそれぞれ30.6%、2位「人材を確保する」が26.4%、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」が17.4%となった。

業種別では、製造業、情報通信業、不動産業、サービス業は「新しい取引先を見つける」、建設業は「人材を確保する」、卸売業、小売業は「販路を拡大する」、飲食・宿泊業は「既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する」が1位となった。

全体		製造業		建設業		
1位	販路を拡大する	30.6%	新しい取引先を見つける	42.9%	人材を確保する	55.3%
	新しい取引先を見つける	30.6%				
2位	人材を確保する	26.4%	販路を拡大する	35.7%	新しい取引先を見つける	34.2%
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	17.4%	人材を確保する	21.4%	技術力を強化する	28.9%
情報通信業		卸売業		小売業		
1位	新しい取引先を見つける	51.7%	販路を拡大する	58.3%	販路を拡大する	45.8%
2位	人材を確保する	37.9%	新しい取引先を見つける	41.7%	既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する	30.5%
3位	販路を拡大する	31.0%	既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する	38.9%	新しい取引先を見つける	22.0%
	技術力を強化する	31.0%			品揃えを改善する	22.0%
飲食・宿泊業		不動産業		サービス業		
1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	28.1%	新しい取引先を見つける	26.7%	新しい取引先を見つける	45.9%
2位	人件費以外の経費を節減する	24.7%	人件費以外の経費を節減する	24.4%	人材を確保する	32.9%
3位	販路を拡大する	22.5%	販路を拡大する	17.8%	販路を拡大する	31.8%
			情報力を強化する	17.8%		
			不動産の有効活用を図る	17.8%		
(参考)印刷・同関連業		(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	52.9%	新しい取引先を見つける	75.0%	※1 染色業では「新しい事業を始める」の他、「宣伝・広報を強化する」「新たな資金調達先を見つける」「店舗・工場・設備の省エネルギー化を行う」「不採算部門を整理・縮小する」も同率3位であった。	
2位	販路を拡大する	44.1%	販路を拡大する	50.0%		
3位	新しい事業を始める	26.5%	新しい事業を始める ※1	12.5%		

※全体に印刷・同関連業、染色業は含まないが、参考として個別に掲載。

8. コメント調査結果

1) 製造業

- ・ 一時的に大きな損失を被ったが、今期は大幅な費用の削減により、回復見込み
- ・ 弊社製品納入分野であるインフラ業界において、一部企業を除き、仕入単価上昇分の価格転嫁を認められており、収益の改善に寄与している。一方で半導体関係（生成AI）について今期は活況であり、業種の底上げにつながっている。
- ・ 前期との比較では売上が失速しており、利益も縮小傾向にある。
- ・ 車関係が米国の関税等で不安定でまだまだ来年は先行きが不透明である。

2) 建設業

- ・ 先が見えない社会が不安である。
- ・ 資金繰りが苦しい。

3) 情報通信業

- ・ 経営状況は例年とほぼ同じ状況で推移している。
- ・ 昨期より継続中の案件が終了の見込みとなり、来期に向けて新規獲得の営業を強化している。
- ・ ここ数年、入札等や継続業務が中心で、アルバイトの件数及び有給増加分など今までにない費用が発生している。2026年度は価格表も少し見直しを考えている。取引先との関係も良好なので少しずつ見直しをしている。
- ・ 取引先企業では時代の変化とともに、商習慣が変わりつつある。その変化についていけない部分があり、先行きが不安である。
- ・ AIをどう活かして利益につなげるか。
- ・ 技術力のある人材が不足している。

4) 卸売業

- ・ ポートフォリオ拡充、競争力の強化により売上げ増。また、撤退企業の事業譲受による売上げ増
- ・ 産業向けの事業であり、売上の大きな変動はない。
- ・ 売上は伸びているものの、コスト高、人件費高が苦しい。また、システム化、AI導入など新しいシステムを入れたいが手段がない。
- ・ 薄利多売になっている。
- ・ 業者間の価格競争で売上及び収益の減少
- ・ ドル仕入れ、円販売のため、さらに円安になると利益が大幅に圧迫される。
- ・ ペーパーレス・郵便料金の値上げ・クライアントのサイバー攻撃等の要因で、従来のビジネスの減少が大きくなっている。

5) 小売業

- ・ 取引先との関係性が大変良好である。
- ・ 前期より発注が増えて、令和8年には経営が改善する見込み
- ・ メンテナンスのさらなる強化。伝統工芸品の充実。店頭とHPの連動性を高める。雇用機会の創造などを重点に取り組んでいる。
- ・ 為替が現状のままでは何をどう頑張っても利息が出ない。
- ・ 海外からの観光客からの売上（インバウンド）により活況。国内需要はさほど盛り上がりせず。
- ・ 仕入原価上昇及び競合相手との競争のため、売上の減少と利幅の縮小で資金繰りの悪化
- ・ ネットに広告を出しても、需要のある会社とマッチングがうまくいかないのが課題。広告費が上がっている割に効果が少ない。

6) 飲食・宿泊業

- ・ 大会で2大会連続受賞したことによる自社製品の販売数増による売上、営業利益の増加
- ・ 年間を通すと普通なので問題なし。
- ・ (キャッシュレス) カード売上げの手数料が大きい。人件費削減になっていない。
- ・ 店舗が自宅で家賃がかからず人手も身内でやっているため続けられるが、人件費と家賃を払ったらやっていけない。
- ・ 人件費の上昇、食材をはじめとする資材などの度重なる値上げにより利益が圧迫されている。
- ・ 慢性的な人手不足が続き、募集をかけてもなかなか採用まで至らない。また、採用しても長続きせず定着しない。よって人件費、広告費がかさみ、利益を圧迫している。現在の従業員への負担も増し、悪循環である。
- ・ 販売価格の変更をなかなかできず、利益が少なくなっている。

7) 不動産業

- ・ 不動産業における物件が高額化したことによって収益を確保できている。
- ・ 特に問題なく、推移している。
- ・ 不動産賃貸業で今のところテナントも満室で売上に影響はない。
- ・ これまでは安定して推移しているが、今後について楽観はできない。
- ・ 地価の高騰・住宅ローン金利アップにより、利幅の縮小と顧客の負担が増えている。
- ・ 短期的には前年度水準には達したが冬期収益の見込みがたたない。気温にもよるが暖冬だと客足が増え売上が期待できるが不透明だ。

8) サービス業

- ・ ありがたいことに、コロナ禍も含め、20年間安定している。
- ・ 既存サービスに対する引き合いが止まらず、売上増が継続。対応人員の対応力強化がキー
- ・ 売上、利益共に安定に推移しており、今後も大幅な増額はないと予想している。
- ・ 緩やかに収益は上昇しているが、人材確保と育成は理想的になっていない。社員離職も一定数出ており、社員数が計画的に伸びきらない。
- ・ 材料費の増加により、利益幅が減少している。来年、値上げを検討している。
- ・ 製造業ではないため販売強化が難しい。金融業とサービス業のため、人材確保が最重要課題。高齢化対策が急がれる。
- ・ 物価高騰など、周辺環境の悪化が経営に与える影響が大きすぎる(様々なIT機器コンピューター通信機器、及びソフト他)。

9) 印刷・同関連業

- ・ 経費を節減するため、事務所の移転を視野に入れ賃料を押し下げたいと思う。また、新規得意先もあり、対応策を考えている。
- ・ 社員の高齢化、売上の停滞、後継者の育成が課題
- ・ 紙に印刷することが減ってきている。本や雑誌が売れない。
- ・ 書籍のデジタル化に伴う需要の大幅減少のため、売上がピーク時の1/5程度
- ・ 固定の取引先が減少してからの売上がなかなか戻らず、経費を見直しても厳しい状況が続いている。
- ・ 受注委託生産の業態であるため、得意先(発注先)の業績に左右されてしまう。書籍販売の不振、少子化による教科書発行部数の減少等

10) 染色業

- ・ 商品を作っても売れないので厳しい。
- ・ とても厳しい状況。件数客数が減り、新規客がない。

【特別調査】来年度の経営見通し・価格転嫁・事業活動について

【調査実施時期】

令和7年12月上旬

【調査結果概要】

今年（令和7年）の自社の業況については「普通」が37.7%と最も多く、次いで「やや悪い」が23.4%、「やや良い」と「悪い」が同率で12.6%となった（問1参照）。来年（令和8年）の自社の業況見通しについては「普通」が43.2%と最も多く、次いで「やや悪い」が28.7%、「悪い」が10.4%となった（問2参照）。来年（令和8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63.5%と最も多く、次いで「物価高騰」が60.3%、「賃上げ」が32.4%となった（問3参照）。来年（令和8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47.3%と最も多く、次いで「10%未満の減少」が20.7%、「10%未満の増加」が12.9%となった（問4参照）。自社の利益の伸び率が停滞・減少する理由については「物価高騰によるコスト増の影響」が54.7%と最も多く、次いで「市場全体の需要の減少」が35.4%、「新規顧客の獲得が難しくなっている」が29.9%となった（問4-1参照）。

仕入単価上昇分の販売価格への転嫁については「多少転嫁できている（仕入単価上昇の20～50%程度）」が27.9%と最も多く、次いで「ほとんど転嫁できていない（仕入単価上昇の0～20%程度）」が25.1%、「ある程度転嫁できている（仕入単価上昇の50～80%程度）」が19.3%となった（問5参照）。人件費（労務単価）上昇分の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（労務単価上昇の0～20%程度）」が33.8%と最も多く、次いで「多少転嫁できている（労務単価上昇の20～50%程度）」が24.4%、「全く転嫁できていない」が17.1%となった（問6参照）。

創業からの経過年数については「20年以上」が73.1%と最も多く、次いで「10年以上20年未満」が18.3%、「5年以上10年未満」が8.1%となった（問7参照）。

創業した場所については「新宿区在住で、新宿区で創業した」が47.5%と最も多く、次いで「新宿区外で創業し、その後新宿区へ移転」が29.2%、「新宿区在住ではないが、新宿区で創業した」が23.3%となった（問8参照）。新宿区を事業地として選んだ理由については「事業規模に合った家賃・物件を確保できた」が44.9%と最も多く、次いで「都市としての知名度・ブランド力がある」が38.3%、「人材を確保しやすい」が28.0%となった（問8-1参照）。

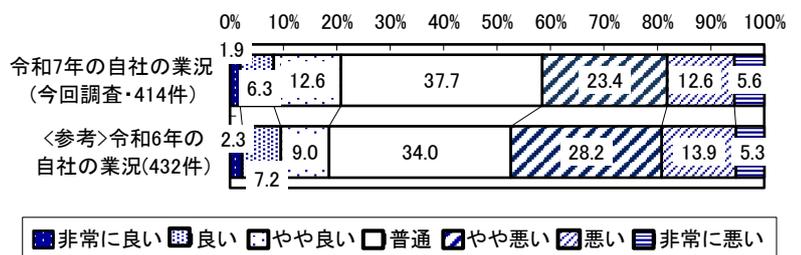
新宿区での事業活動で感じていることについては「今後も新宿区で事業を継続したい」が60.9%と最も多く、次いで「人件費・家賃等のコストが高い」が38.3%、「立地を活かして集客しやすい」が32.1%となった（問9参照）。

問1 今年(令和7年)の自社の業況

全体では、「普通」が37.7%と最も多く、次いで「やや悪い」が23.4%、「やや良い」と「悪い」が同率で12.6%となった。「やや悪い」「悪い」「非常に悪い」を合わせた『悪い』は41.6%、「非常に良い」「良い」「やや良い」を合わせた『良い』は20.8%となった。前年同期の調査では、「普通」が34.0%、『良い』は18.5%、『悪い』は47.4%となっており、昨年同期の調査結果と比べると『悪い』の割合が減少し、『良い』「普通」の割合が増加した（図表特1）。

業種別では、製造業、建設業、卸売業、飲食・宿泊業、サービス業は『悪い』、情報通信業、小売業、不動産業は「普通」が最も多くなった。

図表特1 今年(令和7年)の自社の業況

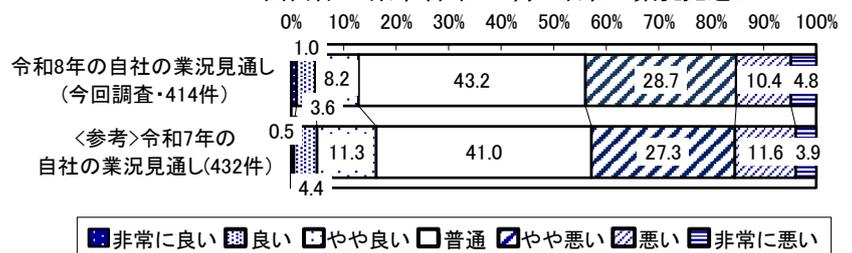


問2 来年(令和8年)の自社の業況見通し

全体では、「普通」が43.2%と最も多く、次いで「やや悪い」が28.7%、「悪い」が10.4%となった。『良い』は12.8%に対し、『悪い』とする見通しは43.9%であった。前年同期の見通しと比べると『良い』の割合が減少し、「普通」『悪い』の割合が増加した（図表特2）。

業種別では、製造業、飲食・宿泊業で『悪い』、情報通信業、卸売業、小売業、不動産業、サービス業は「普通」が最も多く、建設業は「普通」『悪い』が同率で多くなった。

図表特2 来年(令和8年)の自社の業況見通し

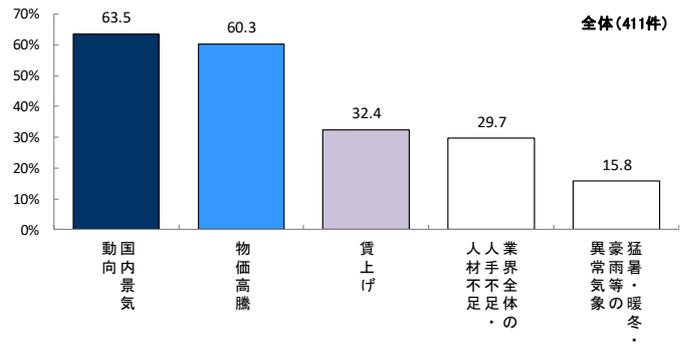


問 3 来年(令和8年)の自社の業況見通しで影響が予想される外的要因

全体では、「国内景気動向」が63.5%と最も多く、次いで「物価高騰」が60.3%、「賃上げ」が32.4%となった(図表特3①)。

業種別では、製造業、建設業、飲食・宿泊業で「物価高騰」が6割~8割、それ以外の業種では「国内景気動向」が5割~7割を占めて最も多くなった(図表特3②)。

図表特3① 来年(令和8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 来年(令和8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)

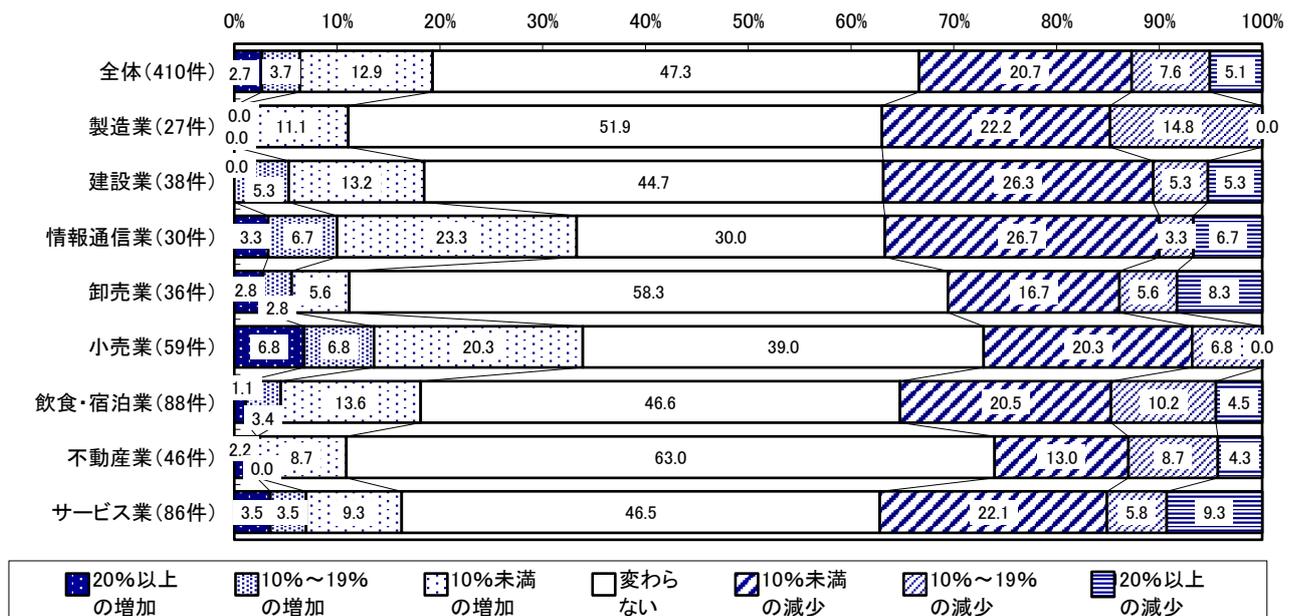
業種	1位	2位	3位	割合 (%)
製造業	物価高騰	国内景気動向	賃上げ	66.7
	国内景気動向	賃上げ	業界全体の人手不足・人材不足	63.0
	賃上げ	業界全体の人手不足・人材不足	物価高騰	33.3
建設業	物価高騰	国内景気動向	賃上げ	63.2
	国内景気動向	賃上げ	物価高騰	55.3
	賃上げ	物価高騰	国内景気動向	50.0
情報通信業	国内景気動向	物価高騰	賃上げ	56.7
	物価高騰	賃上げ	業界全体の人手不足・人材不足	40.0
	賃上げ	業界全体の人手不足・人材不足	物価高騰	40.0
卸売業	国内景気動向	賃上げ	物価高騰	72.2
	賃上げ	物価高騰	為替レートの変動	58.3
	物価高騰	為替レートの変動	国内景気動向	38.9
小売業	国内景気動向	賃上げ	物価高騰	76.3
	物価高騰	国内景気動向	賃上げ	49.2
	賃上げ	物価高騰	国内景気動向	35.6
飲食・宿泊業	物価高騰	国内景気動向	賃上げ	81.5
	国内景気動向	賃上げ	物価高騰	53.3
	賃上げ	物価高騰	国内景気動向	39.1
不動産業	国内景気動向	賃上げ	物価高騰	70.5
	物価高騰	賃上げ	国内景気動向	68.2
	賃上げ	国内景気動向	物価高騰	27.3
サービス業	国内景気動向	賃上げ	物価高騰	64.7
	物価高騰	国内景気動向	賃上げ	54.1
	賃上げ	物価高騰	国内景気動向	34.1

問 4 来年(令和8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47.3%と最も多く、次いで「10%未満の減少」が20.7%、「10%未満の増加」が12.9%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19.3%、「10%未満の減少」から「20%以上の減少」までを合わせた『減少』は33.4%となり、『減少』が『増加』を上回った。

業種別では、情報通信業は『減少』、製造業、建設業、卸売業、小売業、飲食・宿泊業、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 来年(令和8年)の自社の利益の伸び率の見通し

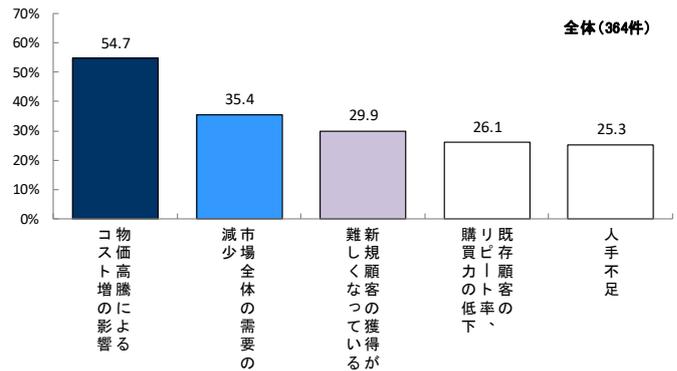


問 4-1 自社の利益の伸び率が停滞・減少する理由

全体では、「物価高騰によるコスト増の影響」が54.7%と最も多く、次いで「市場全体の需要の減少」が35.4%、「新規顧客の獲得が難しくなっている」が29.9%となった（図表特4-1①）。

業種別では、卸売業、小売業は「市場全体の需要の減少」が約5割、製造業、建設業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業は「物価高騰によるコスト増の影響」が4割～8割で最も多く、情報通信業は「新規顧客の獲得が難しくなっている」と「人手不足」が同率の4割で多くなった（図表特4-1②）。

図表特 4-1① 自社の利益の伸び率が停滞・減少する理由（複数回答可・上位5項目）



図表特 4-1② 自社の利益の伸び率が停滞・減少する理由（複数回答可・業種別）

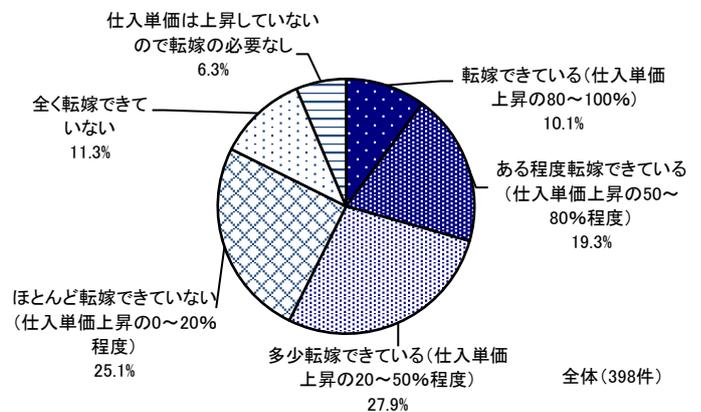
	製造業	建設業	情報通信業	卸売業
1位	物価高騰によるコスト増の影響 63.0	物価高騰によるコスト増の影響 48.6	新規顧客の獲得が難しくなっている 44.4 人手不足 44.4	市場全体の需要の減少 51.5
2位	市場全体の需要の減少 48.1	人手不足 45.7	競合企業・業者の増加、競争の激化 33.3	物価高騰によるコスト増の影響 36.4 競合企業・業者の増加、競争の激化 36.4
3位	既存顧客のリピート率、購買力の低下 22.2	市場全体の需要の減少 42.9	物価高騰によるコスト増の影響 29.6	既存顧客のリピート率、購買力の低下 30.3

	小売業	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	市場全体の需要の減少 49.0	物価高騰によるコスト増の影響 89.9	物価高騰によるコスト増の影響 53.8	物価高騰によるコスト増の影響 42.7
2位	物価高騰によるコスト増の影響 42.9	既存顧客のリピート率、購買力の低下 34.2	競合企業・業者の増加、競争の激化 25.6	新規顧客の獲得が難しくなっている 40.0
3位	新規顧客の獲得が難しくなっている 34.7 既存顧客のリピート率、購買力の低下 34.7	新規顧客の獲得が難しくなっている 30.4	市場全体の需要の減少 23.1	市場全体の需要の減少 33.3

問 5 仕入単価上昇分の販売価格への転嫁

全体では、「多少転嫁できている（仕入単価上昇の20～50%程度）」が27.9%と最も多く、次いで「ほとんど転嫁できていない（仕入単価上昇の0～20%程度）」が25.1%、「ある程度転嫁できている（仕入単価上昇の50～80%程度）」が19.3%となった。「転嫁できている（仕入単価上昇の80～100%）」「ある程度転嫁できている（仕入単価上昇の50～80%程度）」「多少転嫁できている（仕入単価上昇の20～50%程度）」を合わせた『転嫁できている』は57.3%を占めた（図表特5）。

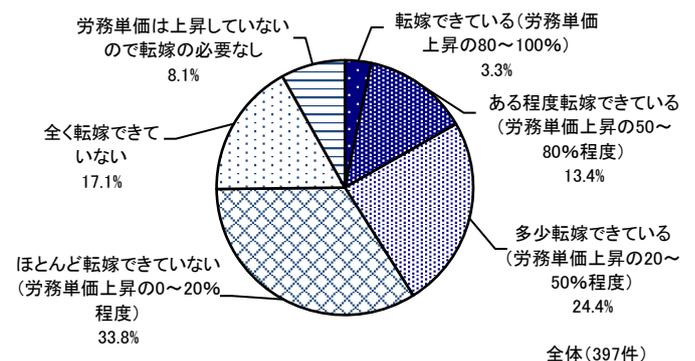
図表特 5 仕入単価上昇分の販売価格への転嫁



問 6 人件費(労務単価)上昇分の販売価格への転嫁

全体では、「ほとんど転嫁できていない（労務単価上昇の0～20%程度）」が33.8%と最も多く、次いで「多少転嫁できている（労務単価上昇の20～50%程度）」が24.4%、「全く転嫁できていない」が17.1%となった。「転嫁できている（労務単価上昇の80～100%）」「ある程度転嫁できている（労務単価上昇の50～80%程度）」「多少転嫁できている（労務単価上昇の20～50%程度）」を合わせた『転嫁できている』は41.1%を占めた（図表特6）。

図表特 6 人件費(労務単価)上昇分の販売価格への転嫁

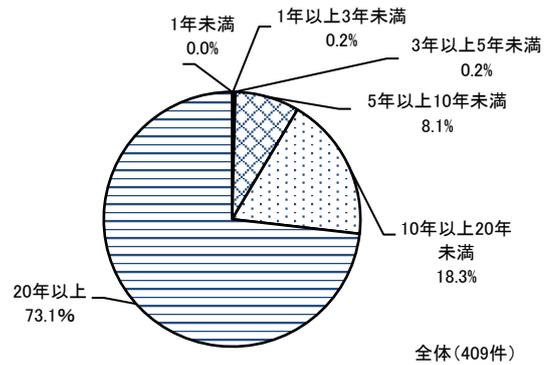


問 7 創業からの経過年数

全体では、「20年以上」が73.1%と最も多く、次いで「10年以上20年未満」が18.3%、「5年以上10年未満」が8.1%となった(図表特7)。

業種別では、全ての業種で「20年以上」が6割~8割で最も多くなった。

図表特7 創業からの経過年数

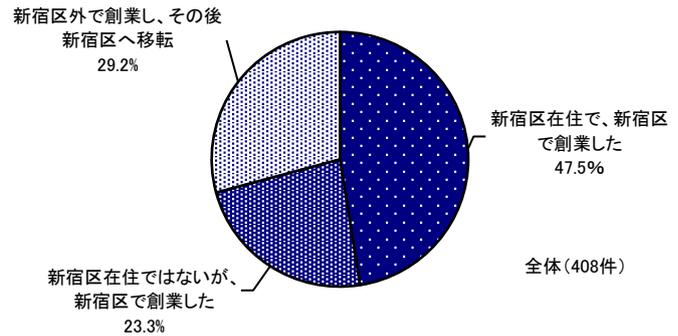


問 8 創業した場所

全体では、「新宿区在住で、新宿区で創業した」が47.5%と最も多く、次いで「新宿区外で創業し、その後新宿区へ移転」が29.2%、「新宿区在住ではないが、新宿区で創業した」が23.3%となった(図表特8)。

業種別では、製造業、建設業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業は「新宿区在住で、新宿区で創業した」が5割から6割、情報通信業、卸売業、サービス業は「新宿区外で創業し、その後新宿区へ移転」が4割~5割で最も多くなった。

図表特8 創業した場所

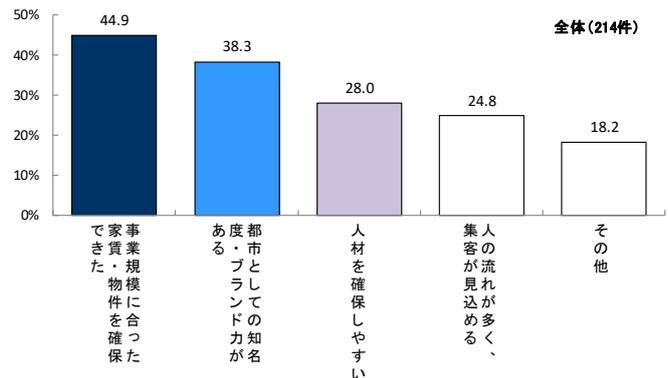


問8-1 新宿区を事業地として選んだ理由

全体では、「事業規模に合った家賃・物件を確保できた」が44.9%と最も多く、次いで「都市としての知名度・ブランド力がある」が38.3%、「人材を確保しやすい」が28.0%となった(図表特8-1)。

業種別では、製造業、建設業、卸売業、サービス業は「事業規模に合った家賃・物件を確保できた」が4割~5割、情報通信業は「人材を確保しやすい」が約6割、小売業は「都市としての知名度・ブランド力がある」が4割、飲食・宿泊業は「人の流れが多く、集客が見込める」が6割で最も多く、不動産業は「都市としての知名度・ブランド力がある」と「人の流れが多く、集客が見込める」が同率の4割で多くなった。

図表特8-1 新宿区を事業地として選んだ理由
(複数回答可・上位5項目)

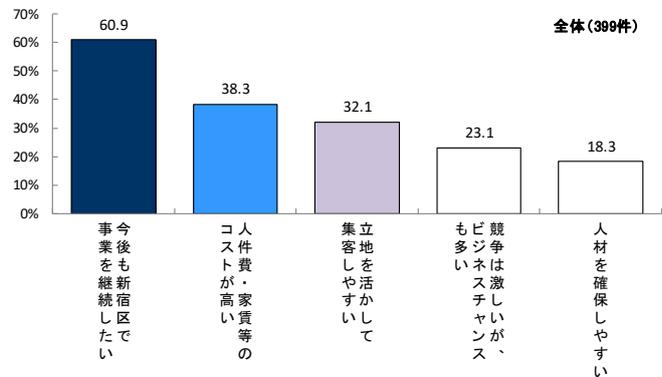


図表特9 新宿区での事業活動で感じていること
(複数回答可・上位5項目)

問 9 新宿区での事業活動で感じていること

全体では、「今後も新宿区で事業を継続したい」が60.9%と最も多く、次いで「人件費・家賃等のコストが高い」が38.3%、「立地を活かして集客しやすい」が32.1%となった(図表特9)。

業種別では、全ての業種で「今後も新宿区で事業を継続したい」が5割~7割で最も多くなった。



(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8年2月発行