

# 大田区の景況

令和4年4～6月期

これは、令和4年6～7月に調べた令和4年4～6月期区内  
中小企業の景気動向と、これから先3か月（令和4年7～9  
月期）の予想をまとめたものです。

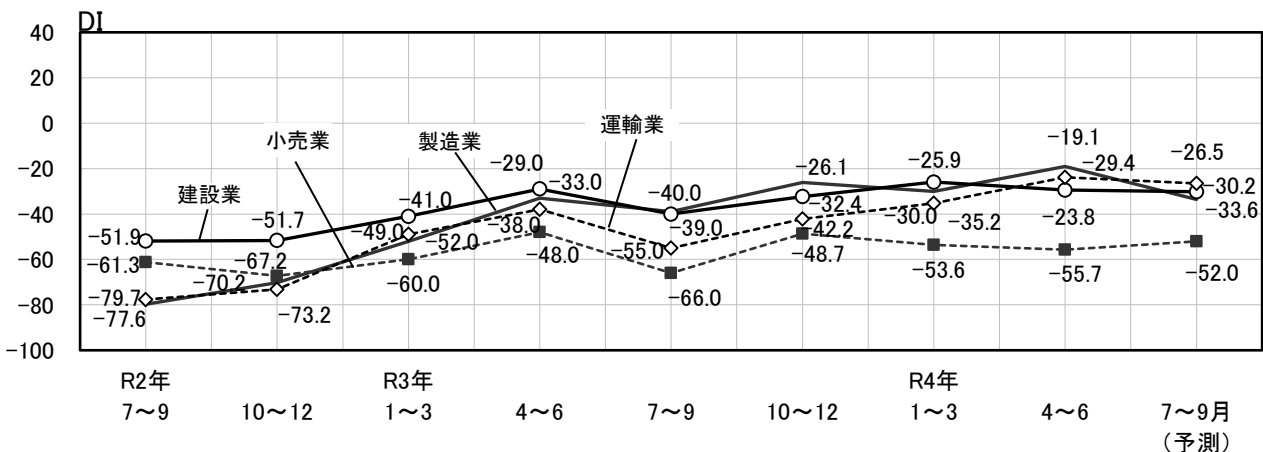
《調査の概要》

調査対象時期 令和4年4～6月  
調査対象事業種別数（うち有効回答数）  
製造業 250社（158社） 小売業 200社（121社）  
建設業 180社（112社） 運輸業 150社（92社）  
調査方法 郵送アンケート調査

製造業	製造業全体の主要指標についてみますと、業況は大きく持ち直しました。売上額は多少改善し、収益は大きく改善しました。受注残は減少が多少弱まりました。価格面では、販売価格は上昇傾向が大きく強まり、原材料価格は前期並の上昇傾向で推移しました。在庫は過剰感がわずかに弱まりました。 来期の業況は悪化傾向が大きく強まると予想しています。
小売業	小売業全体の主要指標についてみますと、業況は前期並の厳しさが続きました。売上額、収益はともに大きく改善しました。価格面では、販売価格は大きく上昇から下降に転じ、仕入価格は上昇傾向がわずかに弱まりました。在庫は適正水準で推移しました。 来期の業況はわずかに持ち直すと予想しています。
建設業	建設業全体の主要指標についてみますと、業況は悪化傾向がわずかに強まりました。売上額は多少改善し、収益は前期並の減少となりました。施工高は大きく改善し、受注残は減少が大きく弱まりました。価格面では、請負価格は下降傾向が大きく弱まり、材料価格は上昇傾向がわずかに弱まりました。材料在庫は前期並の品薄感が続きました。 来期の業況は今期並の厳しさが続く予想しています。
運輸業	運輸業全体の主要指標についてみますと、業況は大きく持ち直しました。売上額はわずかに改善し、収益は大きく改善しました。価格面では、サービス提供価格は大きく上昇に転じ、仕入価格は上昇傾向が大きく強まりました。 来期の業況は悪化傾向がわずかに強まると予想しています。

## 各業種別業況の動き（実績）と来期の予測

業況	前期(令和4年1～3月)		今期(令和4年4～6月)		来期予測(令和4年7～9月)	
	悪い	良い	悪い	良い	悪い	良い
製造業	△ 30		△ 19		△ 34	
輸送用機械器具	△ 37		△ 27		△ 51	
電気機械器具	△ 40		△ 31		△ 36	
一般機械器具、金型	△ 23		△ 40		△ 25	
金属製品、建設用金属、金属プレス	△ 20		△ 13		△ 9	
精密機械器具	△ 31			20	△ 56	
小売業	△ 54		△ 56		△ 52	
家具、家電	△ 54		△ 40		△ 36	
飲食店	△ 83		△ 74		△ 66	
飲食料品	△ 31		△ 58		△ 49	
衣服、身の回り品	△ 66		△ 67		△ 63	
建設業	△ 26		△ 29		△ 30	
運輸業	△ 35		△ 24		△ 27	



# 経営上の問題点

## 【製造業】

	令和3年7～9月期		令和3年10～12月期		令和4年1～3月期		令和4年4～6月期	
第1位	売上の停滞・減少	59.0 %	原材料高	46.6 %	原材料高	51.1 %	売上の停滞・減少	52.7 %
							原材料高	52.7 %
第2位	原材料高	31.3 %	売上の停滞・減少	45.8 %	売上の停滞・減少	48.9 %	人材不足	17.6 %
							従業員の高齢化	17.6 %
							工場・機械の狭小・老朽化	17.6 %
第3位	人材不足	20.8 %	人材不足	19.8 %	仕入先からの値上げ要請	23.4 %	国内需要の低迷	14.5 %
			従業員の高齢化	19.8 %			受注先の減少	14.5 %
第4位	従業員の高齢化	20.1 %	技術・技能の継承	19.1 %	従業員の高齢化	20.4 %	仕入先からの値上げ要請	11.5 %
	工場・機械の狭小・老朽化	20.1 %						
第5位	受注先の減少	18.1 %	受注先の減少	18.3 %	人材不足	19.7 %	技術・技能の継承	10.7 %

## 【小売業】

	令和3年7～9月期		令和3年10～12月期		令和4年1～3月期		令和4年4～6月期	
第1位	売上の停滞・減少	72.8 %	売上の停滞・減少	67.9 %	売上の停滞・減少	70.7 %	売上の停滞・減少	65.4 %
第2位	利幅の縮小	23.5 %	利幅の縮小	21.4 %	利幅の縮小	25.3 %	仕入先からの値上げ要請	32.1 %
			仕入先からの値上げ要請	21.4 %	仕入先からの値上げ要請	25.3 %		
			人件費の増加	21.4 %				
第3位	商店街の集客力の低下	21.0 %	人材不足	20.2 %	人件費の増加	17.3 %	利幅の縮小	29.5 %
					商店街の集客力の低下	17.3 %		
第4位	人件費の増加	17.3 %	商店街の集客力の低下	17.9 %	同業者間の競争の激化	14.7 %	人材不足	20.5 %
第5位	人材不足	13.6 %	取引先の減少	11.9 %	人材不足	13.3 %	取引先の減少	19.2 %
	仕入先からの値上げ要請	13.6 %						

## 【建設業】

	令和3年7～9月期		令和3年10～12月期		令和4年1～3月期		令和4年4～6月期	
第1位	売上の停滞・減少	50.5 %	人材不足	48.4 %	材料価格の上昇	54.2 %	人材不足	50.6 %
第2位	人材不足	42.3 %	材料価格の上昇	40.7 %	売上の停滞・減少	44.8 %	材料価格の上昇	48.1 %
第3位	材料価格の上昇	37.1 %	売上の停滞・減少	39.6 %	人材不足	42.7 %	売上の停滞・減少	46.9 %
第4位	利幅の縮小	20.6 %	利幅の縮小	17.6 %	利幅の縮小	28.1 %	利幅の縮小	19.8 %
第5位	取引先の減少	14.4 %	人件費以外の経費の増加	16.5 %	同業者間の競争の激化	11.5 %	人件費の増加	11.1 %
							取引先の減少	11.1 %

## 【運輸業】

	令和3年7～9月期		令和3年10～12月期		令和4年1～3月期		令和4年4～6月期	
第1位	売上の停滞・減少	72.3 %	人材不足	59.2 %	売上の停滞・減少	55.9 %	売上の停滞・減少	51.8 %
第2位	人材不足	47.7 %	売上の停滞・減少	57.1 %	人材不足	54.2 %	人材不足	50.0 %
第3位	人件費の増加	24.6 %	仕入価格の上昇	32.7 %	仕入価格の上昇	39.0 %	仕入価格の上昇	46.4 %
第4位	仕入価格の上昇	21.5 %	人件費の増加	18.4 %	人件費の増加	27.1 %	人件費の増加	28.6 %
第5位	車両の老朽化	16.9 %	車両の老朽化	16.3 %	人件費以外の経費の増加	15.3 %	人件費以外の経費の増加	26.8 %

## 公益財団法人大田区産業振興協会 ものづくり連携コーディネーターより

※ 公益財団法人大田区産業振興協会のものづくり連携コーディネーターによる巡回相談における、区内製造業企業に関する所見を掲載しています。

### 【今期における業況（売上・利益・販売価格・原材料価格等）やその要因】

- 3月までまん延防止措置による制限があった大手企業を中心に、発注に関する問合せが増えているものの、世界的な資源・材料不足による調達価格の上昇を背景に、発注があっても最低限になる傾向がみられ、受注側である区内企業の業況を圧迫している。
- コロナ禍での従業員の退職や設備投資の見送りなど、企業活動の制限が受注を難しくしている。

### 【今期における経営上の課題】

- 金属材料や半導体関連部材などの材料高騰と入手困難は引き続き深刻で、仲間内での材料集中購買や発注企業からの材料支給等でどうにか納期を遅れないように苦労されている。
- 発注企業へ提出する見積書内の有効期限を従来の3か月以内から2週間以内、納期を未定と変更して提出している、といった例もみられる。

### 【区内製造業企業におけるSDGsに関連する取組について傾向・課題・事例など】

- ・ 区内の中小製造業企業は、小規模経営が多く、SDGsに関連する取組について優先順位が低い傾向がある。
- ・ 人手不足解消を目指し、就業規則を見直し改定を検討するにあたり「ジェンダー平等を実現しよう」、「つくる責任 つかう責任」といった目標を取り込もうとしている企業があった。
- ・ 原材料においては資源の分別、材料取りの工夫や端材の活用、省エネ機器への変更（LED 照明化）など、自社の事業経営におけるコスト削減、環境改善等が結果的SDGsに通ずる活動になっていると考える。

### 【区内製造業企業とのやり取りの中でお気づきの点】

- ・ 積極的な連携や取組によりメディア等への露出に成功している企業は、認知度という差別化により、活況な例が見られる。
- ・ 下請型企業でも、製品等の機能に影響するコア部品を作る企業や、オリジナリティの高い技術を持つ企業は全国から受注が集まっている傾向がある。

## 公益財団法人大田区産業振興協会 あきない活性化コーディネーターより

※ 公益財団法人大田区産業振興協会のあきない活性化コーディネーターによる巡回相談における、区内小売業企業に関する所見を掲載しています。

### 【今期における業況（売上・利益・仕入等）やその要因】

- ・ 行動制限の緩和によって、売上げの下振れ要因となる集客上の制約は総じて解消された。飲食店の客数も回復基調にある。ただし、GWは購買行動よりも旅行や時間消費へシフトしたらしく、複数の生花店で母の日の売上げが前年を下回ったと聞く。
- ・ エネルギーや原材料の高騰は、仕入価格の上昇を招き、中小企業も値上げラッシュに追随している。特に飲食料点小売店で顕著である。

### 【今期における経営上の課題】

- ・ コロナ不況により整理した人員減に対する人不足感があるが、ある程度の基準を満たす人材が獲得できない。
- ・ もはやコロナ禍を経営不振の理由にできる状況ではなくなった。過去2年で試行錯誤や新たな工夫を講じなかった店舗には厳しい先行きが予想される。シビアな見地の基に今出来る事、これからしなければならぬ事を見極める必要がある。
- ・ SNSの活用や運営のDX化を課題として意識しても、人材不足が懸案になる企業が多い。専門家の伴走による効果的な導入の取組が望まれる。

### 【区内小売業企業におけるSDGsに関連する取組について傾向・課題・事例など】

- ・ SDGsの領域のうち環境負荷への低減に関して、中小企業でもかなり意識され、商品ロスや廃棄物の削減など進展しつつあるが、必ずしもSDGsというテーマを意識しているのではなく、もっとシンプルな活動と感じる。コロナ禍における営業対策（メニューの絞り込み、量目変更）が食品ロス防止に寄与している場合が多い。
- ・ 区内に出店しているサービス業種の本社が、私募債発行額の一部を、金融機関を通じて子ども食堂応援のために寄付し、SDGs活動に貢献した実績を有する事例がある。また、区内に本社と工場を構える服飾クリーニング業の会社は、小中学校のPTAと協力し合って、まだ着用できる制服、体操着、上履きシューズなどを回収し、クリーニングして希望する方に提供している。

## 【区内小売業企業とのやり取りの中でお気づきの点】

- ・ サインや看板に惹かれる店舗や、店内への誘引力を備える店舗は、実は公的な資金支援や経営指導をすでに受けたケースが多い。
- ・ 商店街の新陳代謝を促す必要があると考える。経営意欲のない店舗から集客を意識した魅力ある店舗に代えるだけでも商店街全体の活気を促し、来店者が増える。また、業種転換や資産活用を絡めた総合的な支援を、単年ではなく中期的な施策として提示する必要があると感じる。
- ・ 「悪い、悪い」と言っても何も対策を施さない事業者が見られるが、コロナ禍によって購買活動が「安・近・短」に変化しており、これを機会として捉え、どう自分の事業に活かすかを考えていくべきである。

## 事業者の皆様コメント（主な意見を掲載しています）

### 製造業

#### ■人材確保や人材育成の状況・労働環境

- ・ ウクライナの戦争により景気悪化。原材料、円安どうにもならない。
- ・ 機械の進歩についていく為に人材の育成は大切だと思う。
- ・ 事業継続のためには後継者への技術・技能含めた育成が非常に重要である。
- ・ それなりに人材はいるがバランスが悪い。直接作業員がかなり不足している。間接作業は多い。

#### ■取引先・競合先の状況

- ・ これまで売上の7～8割を1社に依存する形で来たため、その1社の方針で大きな影響を受けてしまう。新規販路を広げる努力はしているが現状だと5年後に資金ショートしてしまうので、身売りや廃業も視野に入れなければならないようになった。
- ・ 親会社が材料不足により受注が受けられずその影響が大きくて仕事量が減少するおそれがある。
- ・ 原材料の高騰と供給不安定化。
- ・ 取引先の販売不振（半導体不足など）による設備導入停滞と設備そのものの考え方の変化による設備導入の縮小。
- ・ 適正な取引先の確保。
- ・ 取引先からの受注減。
- ・ 取引先の廃業等で売上げが減少する。

#### ■国際情勢・為替の状況

- ・ 国内売上の低迷に加え、原材料費、電力料の高騰により危機的状況にある。感染症やロシア、ウクライナ問題の早期解決が望まれる。
- ・ 世界状況の混乱が受注に少なからず影響を与えており、国内で完結するものづくり環境の広がりをお願いしている。
- ・ 新型コロナウイルスによる影響、ウクライナ、ロシア紛争による影響等により原材料費の値上がり確保が経営に大きな負担となっている。当社は特注比率が高いため見積時点で単価の交渉ができるため比較的収益確保はできており赤字への心配はないが、コロナ禍で操業ができなかったこともあり、納期が伸びていることが悩みである。
- ・ アメリカ利上げ、中国の低成長、脱炭素に今後影響を受けると思う。
- ・ ・中国のゼロコロナ対策によるロックダウン ・外国インフレ抑制のため金利上昇 ・ロシア・ウクライナの戦争 以上の事柄により世界不況になったと思う。
- ・ 売上の減少。
- ・ 原材料価格の高騰、さらにはサプライチェーン（国内）の停滞により納期遅れなど問題が大きい。対策として中国からの輸入を拡大している。円安となっていることの問題もあるが安定供給のためにやむを得ない。

#### ■新型コロナウイルスによる影響・対応策等

- ・ 引き続きコロナ禍による半導体不足、海外部品の納期の遅れでトラックシャーシの生産台数減の影響により、製品の受注量が激減中。
- ・ 新型コロナウイルスによる客先売上減少に伴い、受注大幅に減少。
- ・ 原材料が手には足りない。
- ・ 海外生産の部材（電子部品等）の遅れによる生産量の減少と顧客離れ。

- ・ 半導体不足により部品が揃わないため開発案件がかなり少ない。
- ・ 4～6 月は新型コロナウイルス感染者数が少ない状態でも当社の業況は悪かった。人が街に出てきたのに第 7 波が押し寄せ、7～9 月は気候の暑さもマイナスに影響し、業況はさらに悪くなる。
- ・ 新型コロナウイルスの影響で動きが少なく、情報発信や宣伝用チラシなど、ほとんどなくなり仕事がない状況。

#### ■その他

- ・ 技能実習生が入国できず人材不足に拍車をかけている。
- ・ 取引先の投資設備のタイミングが当社の受注に影響していると考えている。
- ・ 受注は増加傾向にあるが電気&電気部品の入手難により生産できない状況に至っている。
- ・ 部品が入らない。
- ・ 納入先で長期手形の短期化に応じてくれない企業がある。
- ・ 発注の度に値上がりする原材料と工具類。また原材料の入荷遅れの常態化。
- ・ 新型コロナウイルスの影響が 3 年目でこの先も見通しが付かない。
- ・ 材料の値上がりが厳しい。部品の入手が困難。
- ・ 原材料(電気部品・空圧機器等)の入手が困難。原材料(電気部品・高圧機器等)の仕入価格が大幅にアップ。
- ・ 材料部品の不足・納入停滞により受注件数は増加しているが、製品が完成せず仕掛品の在庫製品が過大となっている。
- ・ 毎回のことだが、原材料費が高すぎる。値下げ交渉をしたくても次から次に価格が上昇するのでそれも難しい。
- ・ 30年以上続いている品物が 30年前の単価のまま。売上にはなるが利益率が悪すぎる。
- ・ 取引先:材料・オイル・工具・電気・ガス等々が値上りしているにもかかわらず 20 年位前の加工料を据え置かれ、その上に 20%の値下げを要求されるので仕事が取れない。競合先は上記の条件で仕事を取っているのが現状。
- ・ 新型コロナウイルスに始まり、戦争、テロ等予測できないほど悪い状況が続き、国もその対応で今後教育予算が十分確保できないのではと不安になる。最近の売上状況がそれを物語っている。
- ・ 新型コロナウイルスの影響はあるが、材料が高いのには困っている。注文があっても材料が度々、入らないので仕事にならない。
- ・ 現在電気部品の入手がとても困難であり、納品の目途がつかなくとも困っている。
- ・ 人材の高齢化。
- ・ 解散予定。準備中。
- ・ 原材料高でコストUPが相次ぎ、客先にはコストUPの要請をしているが、認めてもらえず価格を転嫁出来ずにいる。

#### 小売業

##### ■人材確保や人材育成の状況・労働環境

- ・ デジタル技術のとり込みについていけない。
- ・ 人員の不足により募集をかけているがほとんど応募がない、特に若い人からの応募は皆無である。
- ・ 新型コロナウイルスの影響は大きい。人とのつながりがなく進物が特に売れていない。お客さんの人数が 1/3 位になっている。
- ・ コロナ禍で人材が減少し見通しが良くなってきたのでアルバイトを確保したが、また感染数が増えてきたため色々と不安。

##### ■取引先・競合先の状況

- ・ 競合先に負けない路線の確立。
- ・ 店舗、作業場の縮小をしたので取引先を整理した。私たちの高齢化、後継者も居ないため今後事業を小さくする。
- ・ 地政学リスクに伴う仕入価格ならびに納期の不安定さ。

##### ■国際情勢・為替の状況

- ・ サラリーマンの給与が上がらない一方、電気・ガスなどの公共料金や食品の価格が大きく上がってきている。私たちのような生活必需品ではなく嗜好品を扱う業界は生活の余裕があって初めて成り立つ業界である。今度もこうした状況が続くのであるなら市場は大きく縮み、数多くの業者が廃業せざるを得ない。

## ■新型コロナウイルスによる影響・対応策等

- ・ お客さまとの会話がなく、店からすぐ出ていく。商品説明も出来ない。来店客の減少。
- ・ 新型コロナウイルスの状況に一喜一憂しており先が読めない不安がある。
- ・ 飲食店だが、売上がコロナ禍前の 15～20%減。昨年と今年前半は時短補助金が出たので何とかなっているが、今後は独自で利益を出さないといけない。新型コロナウイルスにより先が見えないので不安。閉店したいが借金があるので出来ない状況であり、このままでは座して死を待つような状況。あと、円安、ウクライナ戦争による原材料費および電気、ガスの値上がりで大変。
- ・ 飲食業においてコロナ禍による売上減は今も続いていると感じる。
- ・ 大田区外、東京都外のお客様がまだ戻ってきてない。
- ・ 営業活動の強化。
- ・ お祭り、盆踊り中止のため夏物売れず。
- ・ 販売先が新型コロナウイルス対策に費用が掛かるため、一般品物の購入をひかえてしまっている。当初での取扱い品にまで資金がまわらなくなっている状況が伺える。
- ・ 問屋街の物品販売店の減少により集客力が低下。
- ・ タバコ販売と焼菓子(クッキーとプリン)の販売。マンションと貸工場(自動車修理)は適正に動いている。
- ・ 小売業の回復も遅い。(新型コロナウイルス)公的支援の拡充をお願いしたい。
- ・ 新型コロナウイルスによるロックダウンの影響で製品に必要な部品が20か月待ちになっている。これにより新規受注ができない。

## ■その他

- ・ 工事部取引建築会社の高齢化(保守経営)のため、効率悪い対応に困惑している。一般需要家の高齢化の対応、手間がかかること。
- ・ 仕事がない。
- ・ 商品とメーカー欠品に対応するため在庫確保の観点から通常より在庫量を増やす必要があり、結果利幅を圧迫している。
- ・ 当社は、1月～6月の中旬までは良いが、6月ぐらいから10月中旬ぐらいまで、天候が暑いため、来店客の減少の為、売上が悪くなります。なお、(暑い為)仕入高が上がっている為、売り値を8月から値上げ予定。
- ・ 商店街が飲食店とサービス業が多くなり店前通行客が当店対象客としてマッチしなくなってきた。そのため店舗の存在感を維持するような魅力的商品の品揃えができなくなっている。
- ・ 私の事業は個人作家のつくる器等販売している。仕入先(作り手、作家)から燃料費材料費等の値上がりのため仕入価格も上がってきているので、秋以降の値上がりにお客様が慣れてこないと思えば収益は下がっていくと思う。
- ・ 運送会社にとって車を走らせるためには人、車、燃料がいる。特に燃料が上がると1運行コストは1.5倍も上昇。加えて人件費や残業単価も上がっているのに国も取引先も運送業に対しての保証を伴った対策をしてくれない。荷主も運賃の見直しをしてくれない。
- ・ 新型コロナウイルスによる来客の減少。社外販売による来客の減少。

## 建設業

### ■人材確保や人材育成の状況・労働環境

- ・ 若手技術者の育成、確保をしたいが、技術者になりたい若者が来てくれない。
- ・ 人材確保、特に20代～40代の確保がむずかしい。60代は得意先が安全面から就労をいやがる。
- ・ 1次産業の労働賃金が安すぎる為若者が1次産業に足をふみ入れない。特に建築業界は低賃金。大手ゼネコン等が利益を吸い上げ過ぎ。このままで行くと下請の中小零細企業は5年以内に半分になる。
- ・ 業務内容が特殊なため人材確保が困難である。今後高齢化するにあたり若手の担い手確保が必要。
- ・ 若手がいなく、後継者の確保が心配。
- ・ 人材不足→人件費の高騰から、労働条件の見直しを検討(就業規則からの見直し)。
- ・ 建設業の下請業者は安全書類等の作成提出が厳しくなっているけれど単価は変わっていない。
- ・ 若手の仕事に対する姿勢、意識を伝えるのが難しい。
- ・ 人材の高齢化。
- ・ ハローワークで募集しても人がこない。
- ・ 人材不足。今売り手市場のため苦しい。
- ・ 従業員の技術継承の問題がある。
- ・ なかなか若い社員が育たない。

### ■取引先・競合先の状況

- ・ 取引先の選別、担当者の変更による営業力低下(受注力低下)が激しい。こういったタイミングで切られない営業、施工技術を考えたいが難しい。
- ・ 取引先2社が閉業準備をしている。
- ・ 当社は2次下請なので、発注先の景況に左右される。景気動向の影響が大きい。
- ・ 客先がメンテナンスをするかどうかにかかっている。

### ■新型コロナウイルスによる影響・対応策等

- ・ 未だに仕事の動きが鈍い。
- ・ 現在も下請を含め15人ほど新型コロナウイルスにかかっており、工期の遅れが深刻となっている。対応策はないのではないか。
- ・ 照明、エアコンなどの製品の納期が遅れて計画がたたない。
- ・ 新型コロナウイルスの影響で材料および器具の搬入に不備。
- ・ ようやく受注も少し増加した矢先、再度の感染増加による先行の受注延期等の減もありそうで少し不安。

### ■その他

- ・ 個人的なつながりで仕事をしてきたので私が年を取ったので取引先も年を取り年々縮小となっている。
- ・ 材料価格の上昇。
- ・ 単価保留のまま、作業内容が増えていく事。
- ・ 材料価格の上昇に伴い販売価格に反映させようと努力しているが、難しい。
- ・ インターネットによる活売、安売で大きな迷惑を受ける。
- ・ アスベスト対応の厳格化。
- ・ 取引先の吸収合併による状況の変化。
- ・ 材料の値上がりと建設業の遅れ。
- ・ 新型コロナウイルスによる工事量の減少。
- ・ 半導体不足により機器の納入が未定のため工程がつかめない。

## 運輸業

### ■人材確保や人材育成の状況・労働環境

- ・ 高齢化が進み、退職していく人が多くなり、人材確保に苦慮している。
- ・ ドライバー不足、賃金安、重労働で若い人材が来ない。経験者の面接が多い。
- ・ ドライバー不足については深刻な状況である。求人誌で募集してもなかなか人が集まらない。
- ・ 弊社は零細運送業者だが、後継者がいない。運転手の成り手がいない。燃料(軽油)費が高騰しており、また諸物価の値上げにより、事業の継続が限界。
- ・ ドライバー不足のために売上、品質の問題。
- ・ 高圧ガスの配送という運送業の中でも特殊な業務のため未経験者を採用しても長続きせず、今後の人員確保に不安を感じている。
- ・ 従業員の高齢化が進んでいるが、若年層の人材の確保が容易でない。
- ・ 適正人材に対し不足の傾向にある。

### ■取引先・競合先の状況

- ・ 経済状況、船の遅れ等により荷主からの依頼が少なくなっているうえ、ドライバー不足、燃料の高騰と負担も大きくなり1年前と売上を比較してみてもだいぶ落ち込んでいる状態である。
- ・ 昨年10月頃に売上の60%を占める運送会社様に値上げをやっとご了承(12年間ほぼ大きく値上げなしだった)頂いたが、この3年間に資金繰りが悪化し、会社の体力が値上げにより回復する期間まで耐えられるかとても不安。経費をかなり削ったが(人件費共に)燃料代の高騰でなかなか利益が出せない。

### ■国際情勢・為替の状況

- ・ 車両にかかる税金の減税。国民の暮らしと生活を支えてるトラックの減税。
- ・ 自動車の減産に伴う売上減に燃料費の増加で収益が悪化している。
- ・ 円安による悪化や燃料高騰でタイヤ代も上昇。

- ・ 円安で益々悪化。
- ・ 燃料費の高騰や、全体的な仕入価格の上昇。新型コロナウイルスによる市場の停滞。

#### ■新型コロナウイルスによる影響・対応策等

- ・ 燃料費の高騰。
- ・ イベントの中止。

#### ■その他

- ・ 原油高。
- ・ 燃料価格の高騰による収益の減少等。
- ・ ガソリン価格高騰・車両を注文していても納期末定。輸出入のドル高による損。
- ・ 人件費、燃料費が増加しているが売上に転嫁できない。
- ・ 請負単価が永年据え置かれたまま最低賃金は毎年上昇している。最低賃金では人材確保は難しく請負単価の改善を期待するも新型コロナウイルスが長引き交渉もままならない。最低賃金に比例して請負単価にも年々上がる仕組みを整えてほしい。



## 金融機関より

※ ご協力いただいた金融機関（共立信用組合・さわやか信用金庫・芝信用金庫・城南信用金庫：50音順）からのコメントを掲載します。なお、コメントは順不同で掲載しています。

### 《令和4年4～6月期における、区内企業との取引（預金・融資量の推移等）を通しての区内の業況》

- ◆ 未だに新型コロナウイルスの影響は続いており売上が回復傾向にはあるものの、売上回復には至っていない。
- ◆ 小売業では、仕入先からの価格改定(値上げ)は受け入れなければならないが、上昇分を消費者に転嫁することは難しく利幅縮小。特に小規模事業者ほど深刻な状況である。
- ◆ 飲食業小売業は新型コロナウイルスの影響が継続しており、売上は50～60%の大幅な落ち込み傾向が継続している。度重なる時短により、消費者の外食離れで来店者数や顧客単価が減少している状況。
- ◆ 製造業では、多くの企業が原材料の納入遅延、価格高騰等の影響を受けているが、依然として取引先への価格転嫁が進んでいない。一部に資金調達の動きも見られる。
- ◆ 卸売業では、納入遅延による在庫不足が響き、取引先の発注に対応できないケースも出てきている。
- ◆ 製造業や卸売業は円安による物価上昇、原材料の仕入価格の上昇など、海外から調達する製品部品等の調達が渋り製造ラインの動きも鈍く影響がでている。半導体関連に携わる事業先は平時に近い売上が推移している先もあるが、一般の製造業は動きが悪く、未だ先が見通せない状況が続いている。また、このような状況下で初期に実行した新型コロナウイルス関連融資の返済が始まっており、資金繰りに苦慮している先が多いと思われる。
- ◆ 特に製造業では、ウクライナ関連の影響により部品の調達が困難になること、また、原材料高騰が売上に影響している。
- ◆ サービス業では、感染者数の推移が集客、売上に直結するため予断を許さない状況だが、非対面のビジネスモデルに対応できている事業者は相対的に安定傾向。
- ◆ 建設業では、慢性的な人手不足や資材価格高騰から工事進捗の遅延が生じている。支払が先行し手持資金の減少も見受けられる。
- ◆ 不動産業では、不動産価格の高騰が続いており、契約に慎重な姿勢も一部散見されるが、概ね堅調に推移。
- ◆ 全業種を通じて業況は良くない。また、資材高騰の影響を受け、建設業者は手許資金確保が難しくなっている。ただし、コロナ運転資金が流動性として歩留りしており、また先行きの不透明感から追加の借入については慎重である。
- ◆ コロナ運転資金により資金手当てをした事で現状は持ちこたえたが、今後の見通しが見えない状況である。
- ◆ 保証協会の利用においては、上限に達する企業も見受けられ、資金調達に苦戦する企業もある。事業再構築補助金については、製造業から不動産業への転換を決意する企業も見受けられるが、羽田空港の稼働鈍化等により空室が目立ち、依然として厳しい状況となっている。

### 《金融機関や行政が行っている取組やサービスについて、区内企業から寄せられた要望や相談》

- ◆ 優遇された融資メニューへのニーズもあるが、つまるところ売上に繋がる販路拡大ツールについて興味を持たれる顧客が多い。補助金、助成金についても興味がある方が多いが、内容と事後管理が複雑で敬遠される顧客も散見された。
- ◆ 給付金や協力金支給に時間がかかること。
- ◆ 年配者の申請人より、パソコンでの操作が難しくもっと簡単に簡素化した手続きを行ってほしいとのこと。
- ◆ 引き続き支援金、給付金、協力金の継続を求める事業者は多い。
- ◆ コロナ資金の返済が始まる企業も出てきているが、業況回復はしていないため、返済苦慮する企業からの相談が多い。
- ◆ 依然として、補助金、助成金の申請サポート相談は多い。
- ◆ ビジネスマッチングや事業承継への取組み支援、各種補助金のさらなるサポートを望んでいる。手続の複雑なもの

が多い為、敷居を低くすれば申込件数の増加に繋がるものと思われる。

- ◆ 大田区内企業同士のマッチング機会の提供。
- ◆ 売上減少だけでなく、原材料や仕入価格の高騰に対応した制度融資の検討。
- ◆ 人材紹介支援策の拡充。

#### 《その他、大田区の景況感に関する事項》

- ◆ 新型コロナウイルスの影響が業種に限らず未だにあり、平時の売上迄に回復するには時間を要する事が予測され、新型コロナウイルス対策特別資金等で据置期間を利用している顧客の元金返済も始まっており、今後の資金繰り等に懸念がある。
- ◆ 飲食業については住時の勢いまで及ばないが、客足が徐々に回復している事を受け、売上は改善傾向にある。他業種についても徐々に回復しているが、最近の原材料高騰の影響を受けた分を売上に転嫁できておらず利益が減少する傾向にある。
- ◆ 不動産賃貸業に関しては、定期的に建替えやリフォームの需要があるが、ウクライナ問題、円安、物価上昇、原材料高騰等の影響で先行きが見通せない状況が続いている。飲食店の入居を拒むケースが一部に見られている。
- ◆ 不動産取引においては活発な印象。
- ◆ 原油高や原材料の高騰により大田区内における製造業は厳しい状況。
- ◆ コロナ資金借入れ後の企業にも差が顕著に現れ、資金繰りが悪化する企業も散見される。
- ◆ 製造業を中心に、経営者の高齢化が危惧される。廃業を検討しているところも見受けられる。
- ◆ 半導体関連の業種は安定しているように思われる。
- ◆ 新型コロナウイルスの影響を最小限に抑えてきた企業の中にも、ウクライナ情勢や円安の影響で業況が悪化する企業が増加してきている。
- ◆ 外的要因に対応し、業況を維持回復している企業と、低迷が続く企業とでの二極化が目立ってきている。

# 日銀短観

[調査対象企業数]

調査対象企業数 (2022年6月調査)

	製造業	非製造業	合計	回答率
全国企業	3,821社	5,492社	9,313社	99.3%
うち大企業	962社	859社	1,821社	99.3%
中堅企業	1,016社	1,580社	2,596社	99.3%
中小企業	1,843社	3,053社	4,896社	99.3%

(参考)事業計画の前提となっている想定為替レート(全規模・全産業)

円/ドル	2022年3月調査	2021年度		2022年度			
		上期	下期	上期	下期		
円/ドル	2022年3月調査	110.00	109.05	110.96	111.93	111.92	111.95
円/ドル	2022年6月調査	111.23	109.33	113.13	118.96	118.79	119.12
円/ユーロ	2022年3月調査	128.01	128.11	127.92	128.18	128.17	128.20
円/ユーロ	2022年6月調査	128.85	128.36	129.33	131.60	131.55	131.65

[業況判断] (「良い」 - 「悪い」・%ポイント)

	2022年3月調査		2022年6月調査			
	最近	先行き	最近	変化幅	先行き	変化幅
<b>大企業</b>						
製造業	14	9	9	-5	10	1
非製造業	9	7	13	4	13	0
全産業	11	8	11	0	11	0
<b>中堅企業</b>						
製造業	3	1	0	-3	-3	-3
非製造業	0	-3	6	6	1	-5
全産業	2	-1	3	1	0	-3
<b>中小企業</b>						
製造業	-4	-5	-4	0	-5	-1
非製造業	-6	-10	-1	5	-5	-4
全産業	-6	-8	-2	4	-5	-3
<b>全規模合計</b>						
製造業	2	0	1	-1	-1	-2
非製造業	-2	-5	4	6	0	-4
全産業	0	-3	2	2	-1	-3

[売上高収益計画]

(前年度比・%)

		2021年度		2022年度	
			修正率	(計画)	修正率
大企業	製造業	10.2	0.2	6.9	4.6
	国内	5.8	-0.7	6.9	3.5
	輸出	20.4	1.9	7.0	6.7
	非製造業	2.6	1.3	4.2	4.4
	全産業	5.9	0.8	5.4	4.5
中堅企業	製造業	9.5	-0.1	7.5	1.9
	非製造業	-1.8	-3.4	4.2	-2.4
	全産業	1.0	-2.6	5.1	-1.3
中小企業	製造業	7.6	0.8	2.8	0.9
	非製造業	3.0	0.7	1.4	1.1
	全産業	4.0	0.7	1.7	1.0
全規模合計	製造業	9.7	0.2	6.3	3.5
	非製造業	1.6	-0.1	3.3	1.6
	全産業	4.3	0.0	4.3	2.3

(注) 修正率・幅は、前回調査との対比

[需給在庫価格判断]

(%ポイント)

		2022年3月調査		2022年6月調査			
		最近	先行き	最近	変化幅	先行き	変化幅
国内での製商品・サービス需給判断 (「需要超過」-「供給超過」)	製造業	-12	-12	-10	2	-11	-1
	うち素材業種	-17	-15	-16	1	-16	0
	加工業種	-9	-11	-7	2	-8	-1
	非製造業	-14	-15	-11	3	-12	-1
	海外での製商品需給判断 (「需要超過」-「供給超過」)	製造業	-3	-3	-2	1	-1
うち素材業種	-9	-9	-8	1	-6	2	
加工業種	0	0	2	2	1	-1	
製商品在庫水準判断 (「過大」-「不足」)	製造業	11		11	0		
	うち素材業種	12		14	2		
	加工業種	10		8	-2		
製商品流通在庫水準判断 (「過大」-「不足」)	製造業	4		2	-2		
	うち素材業種	9		11	2		
	加工業種	0		-3	-3		
販売価格判断 (「上昇」-「下落」)	製造業	23	32	35	12	43	8
	うち素材業種	33	44	45	12	50	5
	加工業種	16	25	29	13	40	11
	非製造業	12	20	21	9	27	6
	仕入価格判断 (「上昇」-「下落」)	製造業	70	72	79	9	76
うち素材業種		71	72	78	7	72	-6
加工業種		71	71	80	9	79	-1
非製造業		48	55	58	10	60	2

## 東京都と大田区の企業倒産動向 (令和4年6月)

### 1. 東京都の倒産概況

(単位: 件・億円)

	令和3年6月	令和4年5月	令和4年6月	前年同月比	
				前月比	前年同月比
件数	102	100	116	16	14
金額	113	137	123	-14	10

### 2. 東京都の原因別倒産動向

(単位: 件・億円)

原因	件数	金額
放漫経営	7	14.0
過小資本	2	1.1
他社倒産の余波	15	14.4
既住のしわよせ	12	16.8
販売不振	76	74.8
売掛金回収	1	0.9
信用性低下	1	0.2
在庫状態悪化	0	0
設備投資過大	0	0
その他	2	1.4

### 3. 東京都の業種別規模別倒産動向

(単位: 件・億円)

業種	件数			金額		
	前年同月	前月	当月	前年同月	前月	当月
製造業	6	7	8	29	22	6
卸売業	18	18	20	18	39	40
小売業	15	9	15	6	4	14
サービス業	8	22	33	4	22	35
建設業	15	10	12	19	13	13
不動産業	6	4	7	12	2	5
情報通信業・運輸業	15	11	12	14	3	6
宿泊業・飲食サービス業	12	9	6	10	3	3
その他	7	10	3	2	31	1
合計	102	100	116	113	137	123

### 4. 大田区内の令和4年6月の倒産動向

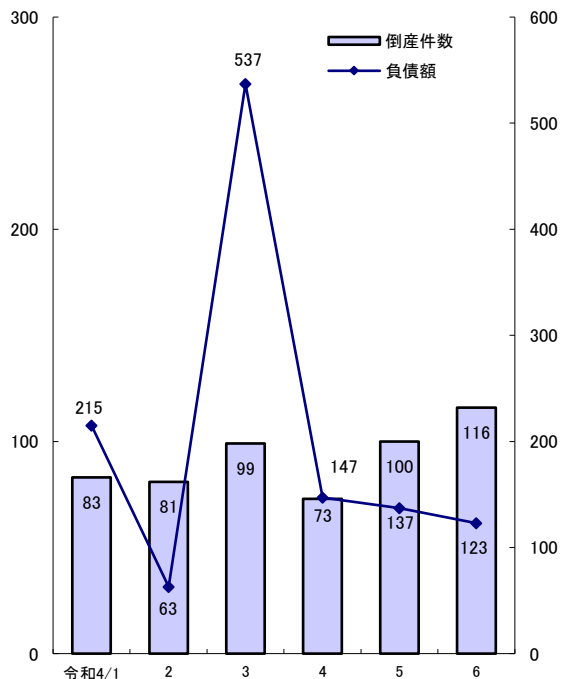
業種	件数	負債総額
製造業	0件	0百万円
卸売業	0件	0百万円
小売業	3件	31百万円
サービス業	0件	0百万円
建設業	3件	170百万円
不動産業	0件	0百万円
情報通信業・運輸業	0件	0百万円
宿泊業・飲食サービス業	0件	0百万円
その他	0件	0百万円
合計	6件	201百万円

東京都の倒産概況

(株)東京商工リサーチ調べ

(件数)

(億円)



## 特別調査「SDGsについて」

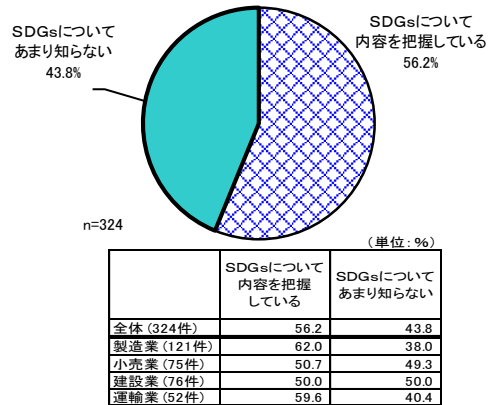
- ① SDGsの認知状況は、「SDGsについて内容を把握している」が56.2%。
- ② SDGsへの取組状況は、「特に取り組む予定はない」が54.5%で最多。
- ③ SDGsへの取組の関連するゴールは、ゴール8「働きがいも経済成長も」が50.0%で最多。
- ④ SDGsに取り組もうと思ったきっかけは、「企業戦略のひとつとして取り組むため」が67.9%で最多。
- ⑤ SDGsへの取組で得られた効果は、「従業員の意識改革」が46.2%で最多。
- ⑥ SDGsに取り組まない理由は、「SDGsに関する詳細な取組イメージが浮かばない」が40.5%で最多。

注1：グラフの数値は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計数値が100%にならないことがあります。  
 注2：グラフの横に記載している「n」は、有効回答件数を意味しています。

### 問1. SDGsの認知状況

SDGsの認知状況は、「SDGsについて内容を把握している」が56.2%、「SDGsについてあまり知らない」が43.8%となっている。

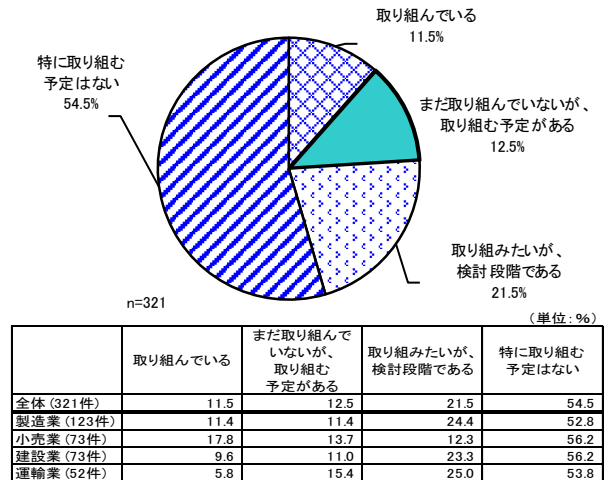
業種別にみると、「SDGsについて内容を把握している」は、製造業で62.0%と最も多く、次いで運輸業(59.6%)、小売業(50.7%)、建設業(50.0%)の順であった。一方、「SDGsについてあまり知らない」は建設業で50.0%と半数を占めているが、小売業(49.3%)、運輸業(40.4%)、製造業(38.0%)では半数を下回った。



### 問2. SDGsへの取組状況

SDGsへの取組状況は、「取り組んでいる」が11.5%、「まだ取り組んでいないが、取り組む予定がある」が12.5%、「取り組みたいが、検討段階である」が21.5%となっている。なお、「特に取り組む予定はない」は54.5%であった。

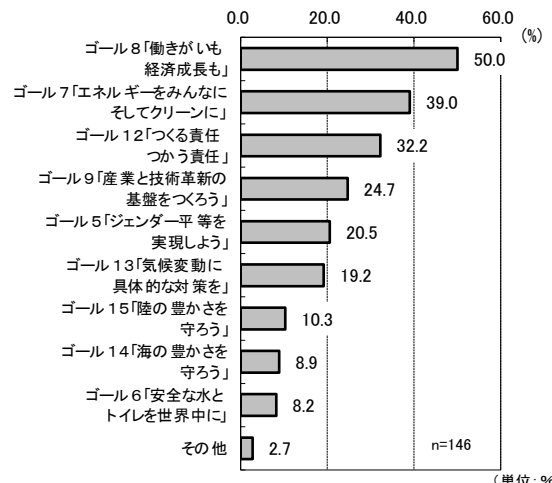
業種別にみると、「取り組んでいる」は、割合では小売業で17.8%と最も多く、次いで製造業(11.4%)、建設業(9.6%)、運輸業(5.8%)の順であった。一方、「特に取り組む予定はない」は小売業及び建設業で56.2%(同率)と最も多く、次いで運輸業(53.8%)、製造業(52.8%)の順となり、いずれの業種でも5割超の回答となった。



### 問3. 取組に関連するゴール (複数回答可)

問2で「取り組んでいる」「まだ取り組んでいないが、取り組む予定がある」「取り組みたいが、検討段階である」のいずれかを回答された方に、その取組が17あるSDGsの目標のうち、どのゴールに関連するか尋ねたところ、「ゴール8「働きがいも経済成長も」」が50.0%で最も多く、次いで「ゴール7「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」」が39.0%、「ゴール12「つくる責任つかう責任」」が32.2%、と続いた。

業種別にみると、製造業(51.7%)、小売業及び建設業(46.9%(同率))で「ゴール8「働きがいも経済成長も」」が最も多く、運輸業(58.3%)では「ゴール7「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」」が最多となっている。

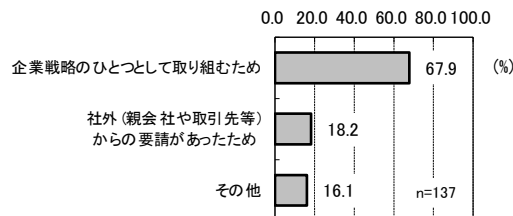


	ゴール8「働きがいも経済成長も」	ゴール7「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」	ゴール12「つくる責任つかう責任」	ゴール9「産業と技術革新の基盤をつくろう」	ゴール5「ジェンダー平等を実現しよう」	ゴール13「気候変動に具体的な対策を」	ゴール15「陸の豊かさを守ろう」	ゴール14「海の豊かさを守ろう」	ゴール6「安全な水とトイレを世界中に」	その他
全体 (146件)	50.0	39.0	32.2	24.7	20.5	19.2	10.3	8.9	8.2	2.7
製造業 (58件)	51.7	34.5	48.3	41.4	22.4	25.9	10.3	8.6	12.1	1.7
小売業 (32件)	46.9	31.3	31.3	12.5	25.0	21.9	18.8	15.6	9.4	3.1
建設業 (32件)	46.9	40.6	25.0	18.8	18.8	12.5	3.1	9.4	6.3	6.3
運輸業 (24件)	54.2	58.3	4.2	8.3	12.5	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0

#### 問4. SDGsに事業活動として取り組もうと思ったきっかけ（複数回答可）

SDGsに事業活動として取り組もうと思ったきっかけは、「企業戦略のひとつとして取り組むため」が67.9%、「社外（親会社や取引先等）からの要請があったため」が18.2%となった。

業種別にみると、「企業戦略のひとつとして取り組むため」がすべての業種で6割以上となっており、割合では小売業（71.4%）、製造業（70.9%）、運輸業（66.7%）、建設業（60.0%）の順となっている。



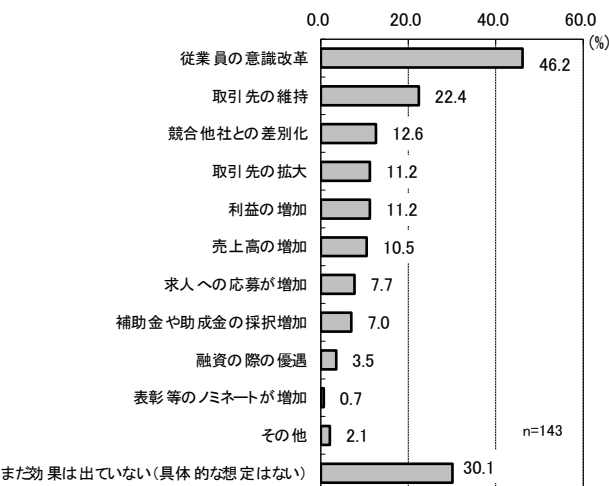
(単位: %)

	企業戦略のひとつとして取り組むため	社外（親会社や取引先等）からの要請があったため	その他
全体 (137件)	67.9	18.2	16.1
製造業 (55件)	70.9	20.0	14.5
小売業 (28件)	71.4	7.1	21.4
建設業 (30件)	60.0	20.0	20.0
運輸業 (24件)	66.7	25.0	8.3

#### 問5. SDGsに事業活動として取り組む中で、得られた効果（複数回答可）

SDGsに事業活動として取り組む中で、得られた効果（期待する効果含む）は、「従業員の意識改革」が46.2%、「取引先の維持」が22.4%、「競合他社との差別化」が12.6%と続いた。なお、「まだ効果は出ていない（具体的な想定はない）」は30.1%と3割を占めている。

業種別にみると、「従業員の意識改革」はすべての業種で最も多く、運輸業（50.0%）、製造業（47.4%）、小売業（45.2%）、建設業（41.9%）の順となった。一方、「まだ効果は出ていない（具体的な想定はない）」は3割前後の回答となった。



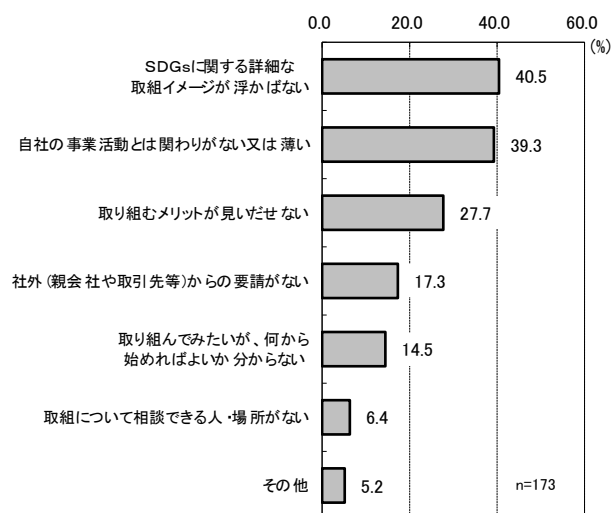
(単位: %)

	従業員の意識改革	取引先の維持	競合他社との差別化	取引先の拡大	利益の増加	売上高の増加	求人への応募が増加	補助金や助成金の採択増加	融資の際の優遇	表彰等のノミネートが増加	その他	まだ効果は出ていない（具体的な想定はない）」
全体 (143件)	46.2	22.4	12.6	11.2	11.2	10.5	7.7	7.0	3.5	0.7	2.1	30.1
製造業 (57件)	47.4	29.8	10.5	15.8	14.0	7.0	8.8	10.5	5.3	0.0	3.5	28.1
小売業 (31件)	45.2	6.5	12.9	9.7	16.1	19.4	6.5	6.5	3.2	3.2	3.2	32.3
建設業 (31件)	41.9	22.6	12.9	3.2	9.7	12.9	9.7	0.0	0.0	0.0	0.0	29.0
運輸業 (24件)	50.0	25.0	16.7	12.5	0.0	4.2	4.2	8.3	4.2	0.0	0.0	33.3

#### 問6. SDGsに事業活動として取り組まない理由（複数回答可）

問2で「特に取り組む予定はない」と回答された方に、SDGsに事業活動として取り組まない理由を尋ねたところ、「SDGsに関する詳細な取組イメージが浮かばない」が40.5%、「自社の事業活動とは関わりがない又は薄い」が39.3%、「取り組むメリットが見いだせない」が27.7%と続いた。

業種別にみると、製造業では「自社の事業活動とは関わりがない又は薄い」(38.1%)が最も多く、小売業(53.7%)、建設業(43.9%)では「SDGsに関する詳細な取組イメージが浮かばない」、運輸業では「自社の事業活動とは関わりがない又は薄い」及び「取り組むメリットが見いだせない」(35.7% (同率))が最多となった。



(単位: %)

	SDGsに関する詳細な取組イメージが浮かばない	自社の事業活動とは関わりがない又は薄い	取り組むメリットが見いだせない	社外（親会社や取引先等）からの要請がない	取り組んでみたいが、何から始めればよいか分からない	取組について相談できる人・場所がない	その他
全体 (173件)	40.5	39.3	27.7	17.3	14.5	6.4	5.2
製造業 (63件)	34.9	38.1	27.0	25.4	14.3	6.3	6.3
小売業 (41件)	53.7	43.9	29.3	4.9	14.6	4.9	2.4
建設業 (41件)	43.9	39.0	22.0	17.1	12.2	9.8	4.9
運輸業 (28件)	28.6	35.7	35.7	17.9	17.9	3.6	7.1

## 特別企画「令和3年の休廃業・解散、新設法人」

- ① 令和3年の休廃業解散は342件（前年406件、前年比15.8%減）で、5年ぶりに前年を下回る。  
 ② 令和3年の新設法人は1,003社（前年973社、前年比3.1%増）で、前年より増加している。

### 1. 令和3年の休廃業解散

#### 【全体】

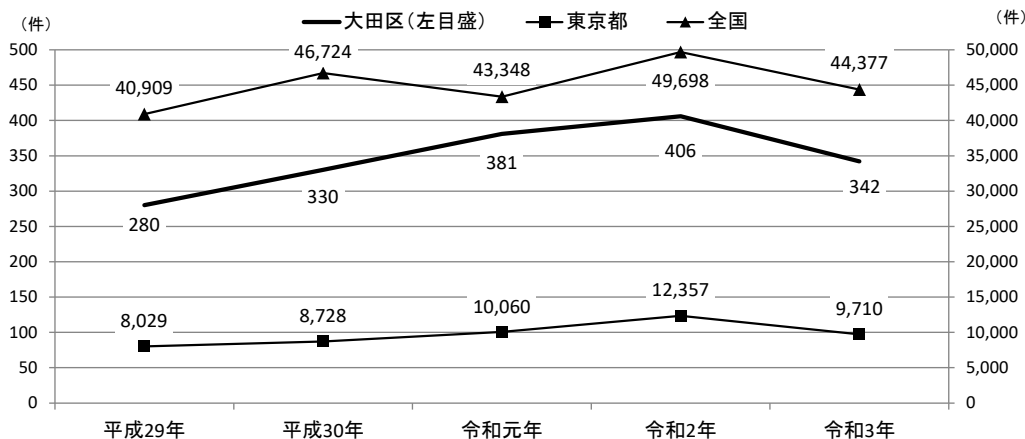
東京商工リサーチの調べでは、令和3年の大田区の休廃業解散した企業数は342件（前年406件、前年比15.8%減）になり5年ぶりに前年を下回った。東京都全体では9,710件（同12,357件、同21.4%減）で8年ぶりの減少となった。市区郡別でみると、最多は港区の1,344件で、千代田区997件、中央区742件、新宿区632件と続き、大田区は7番目に多かった。

なお、「休廃業解散」は「倒産（法的整理、私的整理）」以外の方法で事業活動を停止したものをいう。

大田区 休業・廃業・解散件数 年次推移

	(単位:件)					前年比
	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	
解散	222	286	356	378	310	-18.0%
休業	27	12	12	10	8	-20.0%
廃業	31	32	13	18	24	33.3%
合計	280	330	381	406	342	-15.8%

大田区・東京都・全国 休廃業・解散件数 年次推移



※平成30年に、過去に遡って「休廃業・解散」の再取材を行ったため、一昨年発表分より件数が増加しています。

大田区の令和3年の倒産件数は48件（前年比14.0%増）と前年を上回ったが、休廃業解散件数はその約7.1倍にのぼった。

#### 【業種別】

業種別では、飲食業や宿泊業などを含むサービス業他が97件（構成比28.4%）で最多。以下、製造業77件（同22.5%）、建設業40件（同11.7%）、卸売業36件（同10.5%）、小売業32件（同9.4%）と続く。

前年比では、10業種のうち3業種で前年を上回った。増加率では、運輸業100.0%増、情報通信業40.0%増、金融保険業25.0%増の順であった。

業種を細分化してみると、その他の小売業21件（前年17件）が最多。次いで、専門サービス業20件（前年28件）、金属製品製造業18件（前年16件）と続いた。

大田区 休業・廃業・解散件数 年次推移(業種別)

	(単位:件)					構成比
	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	
農・林・漁・鉱業	0	1	1	0	0	0.0%
建設業	38	39	36	44	40	11.7%
製造業	69	87	94	96	77	22.5%
卸売業	31	44	44	43	36	10.5%
小売業	31	41	44	40	32	9.4%
金融・保険業	2	5	4	4	5	1.5%
不動産業	16	22	23	33	28	8.2%
運輸業	6	5	14	3	6	1.8%
情報通信業	16	15	24	15	21	6.1%
サービス業他	71	71	97	128	97	28.4%
合計	280	330	381	406	342	100.0%

#### 【資本金別】

資本金別では、最多が1百万円以上5百万円未満の140社（前年170社、構成比40.9%）だった。1千万円未満は250件（前年287件、構成比73.1%）、1千万円以上は92件（同119件、同26.9%）で、小規模な企業が7割を占めた。

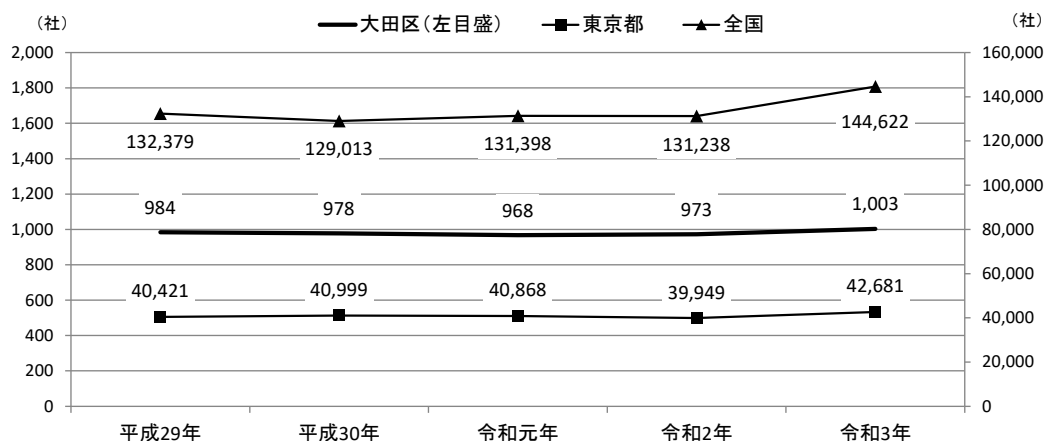
## 2. 令和3年の新設法人

### 【全体】

次に、東京商工リサーチの企業データベースから、令和3年に大田区で新しく設立された法人を抽出したところ、1,003社（前年973社、前年比3.1%増）と前年より増加した。

東京都全体では4万2,681社（同3万9,949社、同6.8%増）と増加に転じており、2年ぶりに4万社を上回っている。なお、23区では、前年比増加が20区、減少が3区だった。市区郡別でみると、最多が港区の6,735社。次いで、渋谷区4,701社、中央区3,846社、千代田区3,674社、新宿区3,045社と続き、大田区は12番目に多かった。

大田区・東京都・全国 新設法人 年次推移



### 【業種別】

業種別では、最多が飲食業や宿泊業などを含むサービス業他の454社（構成比45.3%）で4割半ばを占めた。次に、情報通信業120社（同12.0%）、不動産業119社（同11.9%）、小売業88社（同8.8%）、建設業69社（同6.9%）、製造業61社（同6.1%）、卸売業39社（同3.9%）と続く。

前年比では10業種のうち、4業種で前年を上回った。増加率では、農林漁鉱業50.0%増（4→6社）、建設業23.2%増（56→69社）、サービス業他10.2%増（412→454社）、情報通信業9.1%増（110→120社）、の順であった。

業種を細分化してみると、最多はデザイン業や経営コンサルタント業を含む「専門サービス業」の119社（前年141社）だった。次いで、飲食店88社（同49社）、情報サービス業78社（同80社）、その他の事業サービス業70社（同44社）、不動産賃貸業管理業61社（同58社）と続いた。前年と比べると、飲食店やその他の事業サービス業が増加し、一方で、専門サービス業や情報サービス業は減少した。

大田区 新設法人社数 年次推移(業種別)

	(単位:社)					構成比
	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	
農・林・漁・鉱業	3	3	7	4	6	0.6%
建設業	83	60	47	56	69	6.9%
製造業	61	66	67	69	61	6.1%
卸売業	49	46	45	46	39	3.9%
小売業	100	71	88	99	88	8.8%
金融・保険業	26	23	21	32	31	3.1%
不動産業	168	172	157	123	119	11.9%
運輸業	29	21	21	22	16	1.6%
情報通信業	76	101	96	110	120	12.0%
サービス業他	389	415	419	412	454	45.3%
合計	984	978	968	973	1,003	100.0%

### 【資本金別】

資本金別では、最多が1百万円以上5百万円未満の515社（前年450社、構成比51.3%）だった。1千万円未満は969社（同933社、同96.6%）となり、資本金規模が小さな法人が大半を占めている。

大田区 新設法人社数 年次推移(資本金別)

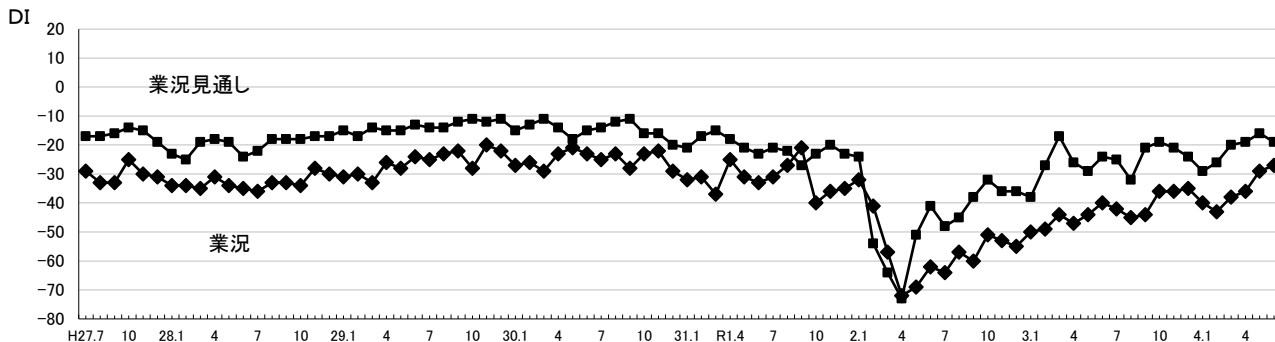
	(単位:社)					構成比
	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	
1億円以上	3	4	4	4	2	0.2%
5千万円以上	3	4	3	2	2	0.2%
1千万円以上	43	35	29	34	30	3.0%
5百万円以上	210	147	166	166	109	10.9%
1百万円以上	431	446	452	450	515	51.3%
1百万円未満	215	270	249	264	277	27.6%
その他	79	72	65	53	68	6.8%
合計	984	978	968	973	1,003	100.0%

# 東京都内の概況

業況：すべての業種で改善

見通し：卸売業、小売業、サービス業で改善

## 都内中小企業の景況



## 概況

令和4年4～6月の都内中小企業の業況DI（業況が「良い」とした企業割合－「悪い」とした企業割合）は、前期比で11ポイント増加し△27と厳しさが大きく和らぎました。今後3か月間（令和4年7～9月）の業況見通しDIは、△19とやや改善すると見込まれています。

### 製造業

前期（令和4年3月）と比較すると、業況は大きく改善し、売上高も多少改善となりました。

価格面では、販売価格は上昇傾向が多少強まり、仕入価格は上昇傾向が大きく強まりました。

業種別に見ますと、「電気機器」、「一般・精密機械等」は非常に大きく改善し、「材料・部品」、「衣料・身の回り品」、は多少改善しました。一方、「住宅・建物関連」、「その他」、「紙・印刷」は前期並の悪化傾向で推移しました。

今後3か月見通しの業況はわずかに悪化し、売上高は減少傾向が大きく強まると予想されています。

### 小売業

前期（令和4年3月）と比較すると、業況はわずかに改善し、売上高は前期並の減少傾向となりました。

価格面では、販売価格はわずかに上昇に転じ、仕入価格は上昇傾向が大きく強まりました。

業種別に見ますと、「衣料・身の回り品」は大きく改善し、「耐久消費財」はわずかに改善しました。一方、「食料品」は悪化傾向がわずかに強まり、「余暇関連」、「日用雑貨」は前期並の悪化傾向で推移しました。

今後3か月見通しの業況は大きく改善し、売上高はわずかに改善すると予想されています。

### サービス業

前期（令和4年3月）と比較すると、業況は多少改善し、売上高もわずかに改善しました。

価格面では、販売価格は下降傾向がわずかに弱まりました。

業種別に見ますと、「企業関連サービス」は大きく改善し、「個人関連サービス」も多少改善しました。

今後3か月見通しの業況は大きく改善し、売上高は前期並の減少傾向で推移すると予想されています。

## 大田区産業経済部産業振興課

TEL : 6424-8655 FAX : 6424-8233

E-mail : sangyo@city.ota.tokyo.jp