

景況調査回答企業の概要

(平成23年8月調査)

《概要》

● 所在地は「城東」が約3割で最も割合が高い

8月調査の回答企業（以下の設問も同様）の所在地を地域区分（注）で見ると、「城東」の割合が30.5%（前回調査30.6%）と最も高く、以下「都心」が15.6%（同15.6%）、「城西・城北」が14.5%（同14.9%）と続いている。

● 創業年は「昭和元年～昭和20年代」が約3割で最も割合が高く、平成以降の創業は約1割にとどまる

創業年を全体で見ると、「昭和元年～昭和20年代」が32.0%で最も高く、次いで「昭和40年代」が17.7%、「昭和30年代」が17.2%となっており、平成以降の創業（「平成元年以降」5.7%と「平成10年以降」2.7%の合計）は8.4%にとどまっている。

● 経営者の年齢は「60歳代」が約4割で最も割合が高く、次いで「70歳以上」が高い

経営者の年齢を全体で見ると、「60歳代」が38.2%と最も高い。次いで「70歳以上」が27.5%、「50歳代」が20.0%となっている。60歳以上の経営者が全体の6割を超える一方、「40歳未満」は3.0%、「40歳代」は11.2%にとどまっている。

● 業績に直接影響を及ぼす外部要因としては、「個人消費」が5割を超え最も割合が高い

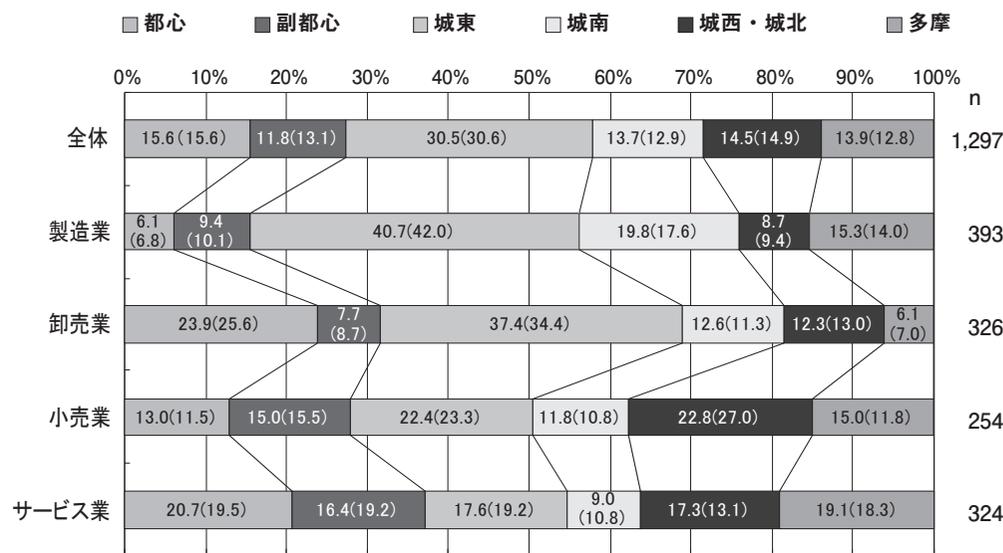
業績に直接影響を及ぼす外部要因を全体で見ると、「個人消費」が52.0%と半数以上を占め最も高い。次いで、「景気対策」が39.5%となっており、これらは3位以下を20ポイント以上上回っている。

1 所在地

8月調査の回答企業（以下の設問も同様）の所在地を地域区分（注）で見ると、「城東」の割合が30.5%（前回調査30.6%）と最も高く、以下「都心」が15.6%（同15.6%）、「城西・城北」が14.5%（同14.9%）と続いている。

業種別にみると、製造業は「城東」が40.7%（同42.0%）と最も高く、次いで「城南」の19.8%（同17.6%）となっており、両地域で約6割を占める。卸売業も「城東」が37.4%（同34.4%）と高く、次いで「都心」が23.9%（同25.6%）と、他業種よりも割合が高い。一方、小売業は「城西・城北」、「城東」の2地域区分が高いものの、その他の地域にはほぼ均等に分布している。また、サービス業は「都心」の割合が高く、「都心」「副都心」を合わせた割合が約4割と、他業種よりも高くなっている。

図表1 所在地



(注) 地域区分

①都心(千代田、中央、港)、②副都心(新宿、文京、渋谷、豊島)、③城東(台東、墨田、江東、荒川、足立、葛飾、江戸川)、④城南(品川、目黒、大田)、⑤城西・城北(世田谷、中野、杉並、練馬、北、板橋)、⑥多摩(多摩地域の市町村、島しょ)

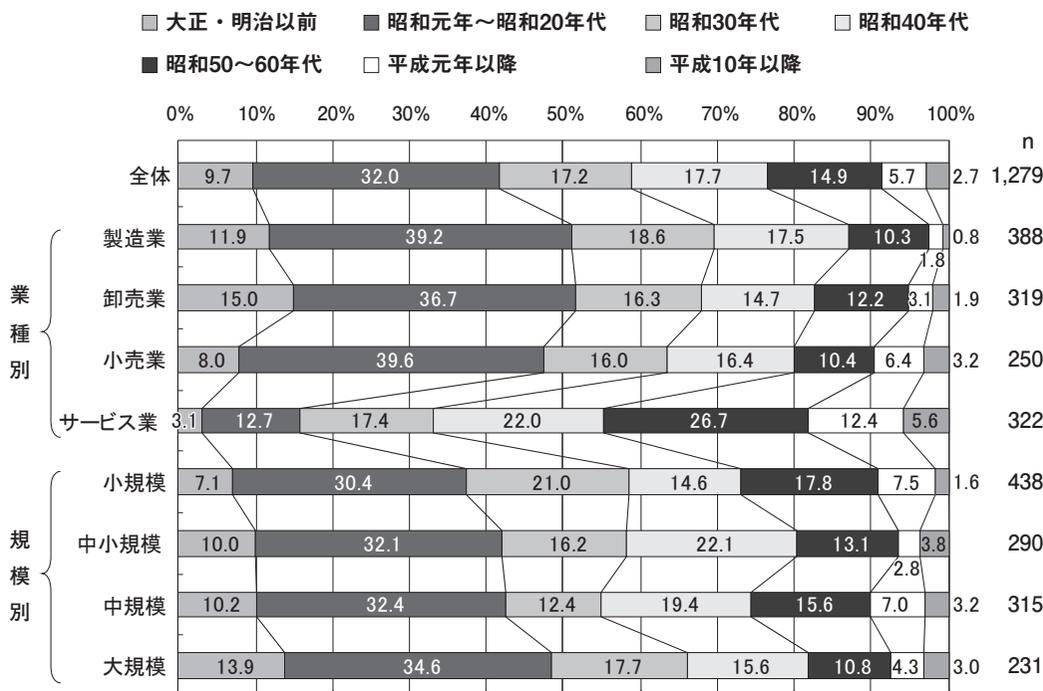
2 創業年

創業年を全体でみると、「昭和元年～昭和20年代」が32.0%で最も高く、次いで「昭和40年代」が17.7%、「昭和30年代」が17.2%となっており、平成以降の創業（「平成元年以降」5.7%と「平成10年以降」2.7%の合計）は8.4%にとどまっている。

業種別にみると、製造業は平成以降の創業が2.6%と他業種に比べて低く、昭和30年代以前の割合が約7割と高くなっている。卸売業は「大正・明治以前」が15.0%と他業種に比べて高い。サービス業は、「昭和50～60年代」が26.7%と最も高く、次いで「昭和40年代」が22.0%、平成以降の創業も18.0%と他業種より高く、他業種に比べて近年に創業している割合が高い。

規模別にみると、規模が大きくなるほど「大正・明治以前」「昭和元年～昭和20年代」の割合が高くなっている。

図表2 創業年



(注) 無回答を除く。規模別は、規模不明を除く。

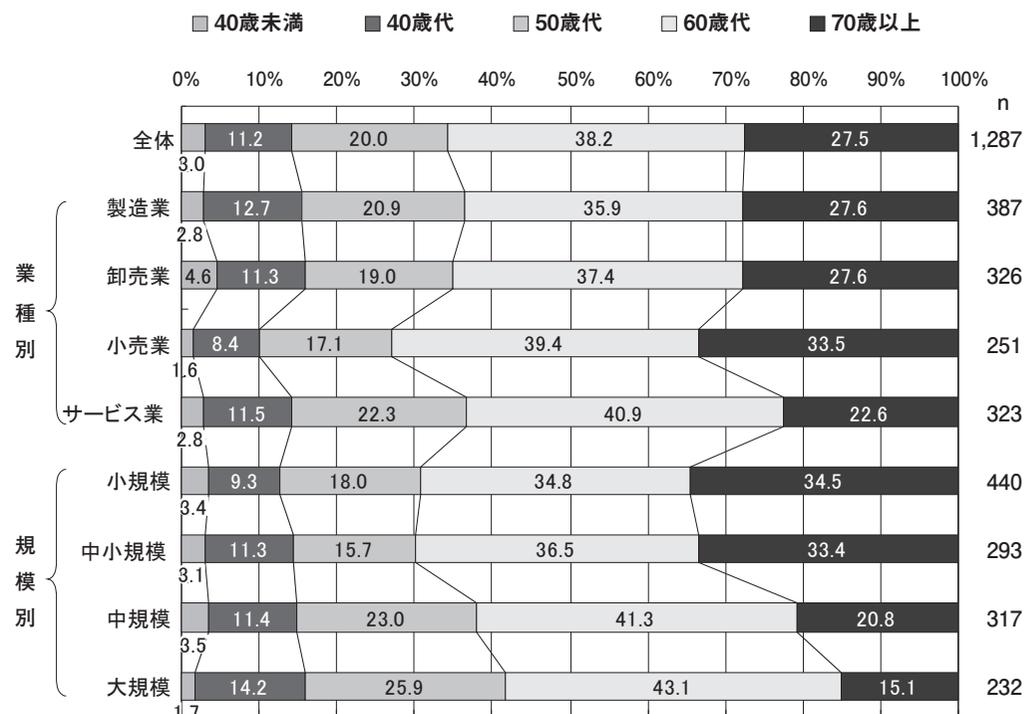
3 経営者の年齢

経営者の年齢を全体でみると、「60歳代」が38.2%と最も高い。次いで「70歳以上」が27.5%、「50歳代」が20.0%となっている。60歳以上の経営者が全体の6割を超える一方、「40歳未満」は3.0%、「40歳代」は11.2%にとどまっている。

業種別にみると、小売業は「70歳以上」の割合が33.5%と他業種に比べて高く、「60歳代」の39.4%とあわせると7割を超え、経営者の高齢化が進んでいることがうかがえる。一方、サービス業では、「70歳代」が22.6%と他業種より割合が低く、「50歳代」が22.3%で他業種より高くなっている。

規模別にみると、規模が小さくなるほど、「70歳代」の割合が高くなる一方で、「40歳代」「60歳代」の割合は低くなっている。

図表3 経営者の年齢



(注) 無回答を除く。規模別は、規模不明を除く。

4 業績に直接影響を及ぼす外部要因

業績に直接影響を及ぼす外部要因を全体でみると、「個人消費」が52.0%と半数以上を占め最も高く、個人消費の動向が中小企業の業績に影響を広く及ぼしていることが分かる。次いで、「景気対策」が39.5%と第3位以下の項目を20ポイント以上上回っており、東日本大震災の影響や電力不足、円高などの経済環境に対応するための景気対策への期待感が表れた結果とみることができる。第3位は「資源高」（19.4%）、第4位は「為替」（16.8%）が続いた。

図表4 業績に直接影響を及ぼす外部要因

(%)

区分	順位						n
	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	第7位	
全体	個人消費 52.0	景気対策 39.5	資源高 19.4	為替 16.8	原油高／公共投資 16.0		1,265
	第8位		第10位	第11位	第12位	第13位	
	住宅着工／アジア景気 8.9		米景気 7.9	ネット取引増 7.7	分からない 4.3	特にな 4.0	

(注) 無回答を除く。複数回答。

業種別にみると、製造業では「景気対策」（37.4%）が第1位であり、景気対策への期待の高さがうかがえる。また、「資源高」（33.4%）、「為替」（24.5%）、「アジア景気」（14.2%）、「米景気」（14.2%）といった、原材料価格や海外景気に関する項目の割合が高い。一方、小売業は「個人消費」（82.8%）、「天候不順」（34.4%）、「ネット取引増」（15.2%）が他業種よりも高いことが特徴である。卸売業は、「公共投資」（20.4%）と「住宅着工」（16.1%）が、サービス業は「景気対策」（45.2%）と「公共投資」（22.8%）が、他業種に比べて高い。

規模別にみると、規模が大きいほど「資源高」「為替」「公共投資」を挙げる割合が高くなっている。また小規模・中小規模では、全体平均よりも「個人消費」の割合が高い。

図表5 業績に直接影響を及ぼす外部要因（業種別・規模別）

(%)

区分	業種別	順位							n
		第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	第6位	第7位	
業種別	製造業	景気対策 37.4	個人消費 36.1	資源高 33.4	為替 24.5	原油高 17.9	公共投資 15.8	アジア景気／米景気 14.2	380
	卸売業	個人消費 52.9	景気対策 38.4	資源高 22.9	公共投資 20.4	為替 19.2	原油高 17.0	住宅着工 16.1	323
	小売業	個人消費 82.8	景気対策 37.2	天候不順 34.4	ネット取引増 15.2	原油高 8.4	資源高 8.0	為替 6.4	250
	サービス業	個人消費 45.8	景気対策 45.2	公共投資 22.8	原油高 18.9	天候不順 15.7	為替 13.1	住宅着工 8.7	312
規模別	小規模	個人消費 54.7	景気対策 37.6	資源高 16.0	原油高 14.3	為替 14.1	天候不順 13.6	ネット取引増 11.7	426
	中小規模	個人消費 55.7	景気対策 44.6	資源高 17.8	為替 16.0	公共投資 15.7	天候不順 15.0	原油高 14.3	287
	中規模	個人消費 48.1	景気対策 41.5	資源高 21.5	公共投資 19.9	原油高 19.6	天候不順 18.0	為替 17.1	316
	大規模	個人消費 47.8	景気対策 34.5	資源高 25.4	為替 22.4	公共投資 20.3	原油高 16.8	天候不順 15.5	232

(注) 無回答を除く。規模別は、規模不明を除く。複数回答。