

景況調査回答企業の概要

(平成 24 年 6 月調査)

《 概要 》

● 所在地は「城東」が3割で最も割合が高い

6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30.0%（前回調査30.5%）と最も高く、以下「都心」が17.3%（同15.6%）、「多摩」が13.7%（同13.9%）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

創業年を全体で見ると、「昭和元年～昭和20年代」が29.6%で最も高く、次いで「昭和30年代」が18.0%、「昭和40年代」が17.4%となっている。平成以降の創業（「平成元年～10年」7.5%と「平成11年以降」3.2%の合計）は10.7%である。

● 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36.5%と最も高い。次いで「70歳以上」が30.1%、「50歳代」が20.0%となっている。60歳以上の経営者が全体の3分の2を占める一方、「40歳未満」は3.4%、「40歳代」は9.9%でいずれも1割以下である。

● 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

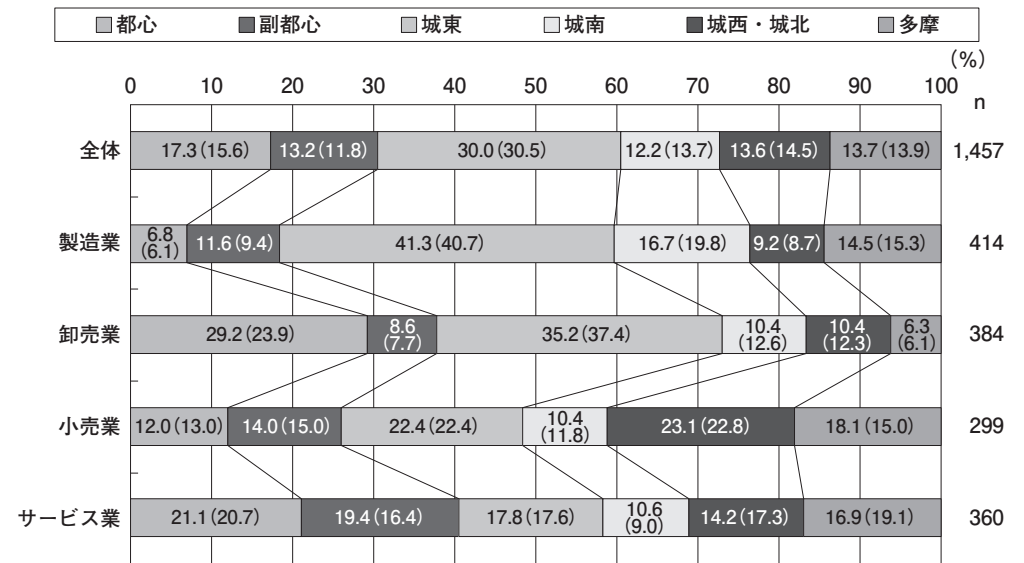
業績に直接影響を及ぼす外部要因を全体で見ると、「個人消費」が51.8%と半数以上を占め最も高い。次いで、「景気対策」が38.9%と第3位以下の項目を20ポイント以上上回っている。

1 所在地

6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30.0%（前回調査30.5%）と最も高く、以下「都心」が17.3%（同15.6%）、「多摩」が13.7%（同13.9%）と続いている。

業種別にみると、製造業は「城東」の割合が41.3%で、他業種に比べて高くなっている。卸売業は「城東」が35.2%、次いで「都心」が29.2%で、「都心」の割合が他業種に比べて高い。一方、小売業は「城西・城北」(23.1%)、「城東」(22.4%)の割合がやや高いものの、他業種に比べて地域分布の差が少ない。また、サービス業は「都心」(21.1%)の割合が最も高く、「都心」「副都心」を合わせた割合が4割を超えており、他業種よりも高くなっている。

図表1 所在地



(注) 無回答を除く。()内は前回値(平成23年8月)。

(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)

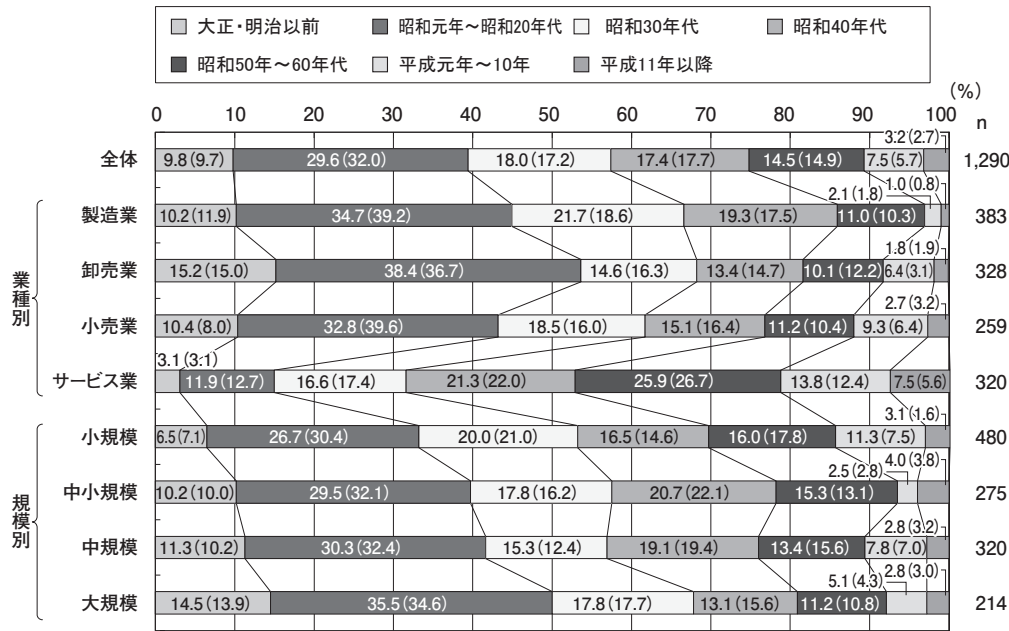
2 創業年

創業年を全体で見ると、「昭和元年～昭和20年代」が29.6%で最も高く、次いで「昭和30年代」が18.0%、「昭和40年代」が17.4%となっている。平成以降の創業（「平成元年～10年」7.5%と「平成11年以降」3.2%の合計）は10.7%である。

業種別にみると、製造業は平成以降の創業が3.1%と他業種に比べて低い。卸売業は「大正・明治以前」が15.2%と他業種に比べて高く、「昭和元年～昭和20年代」（38.4%）とあわせると5割を越えている。一方、サービス業は「昭和50～60年代」が25.9%と最も高く、次いで「昭和40年代」が21.3%、平成以降の創業も21.3%と他業種より高く、創業年が新しい企業が多い。

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。()内は前回値(平成23年8月)。

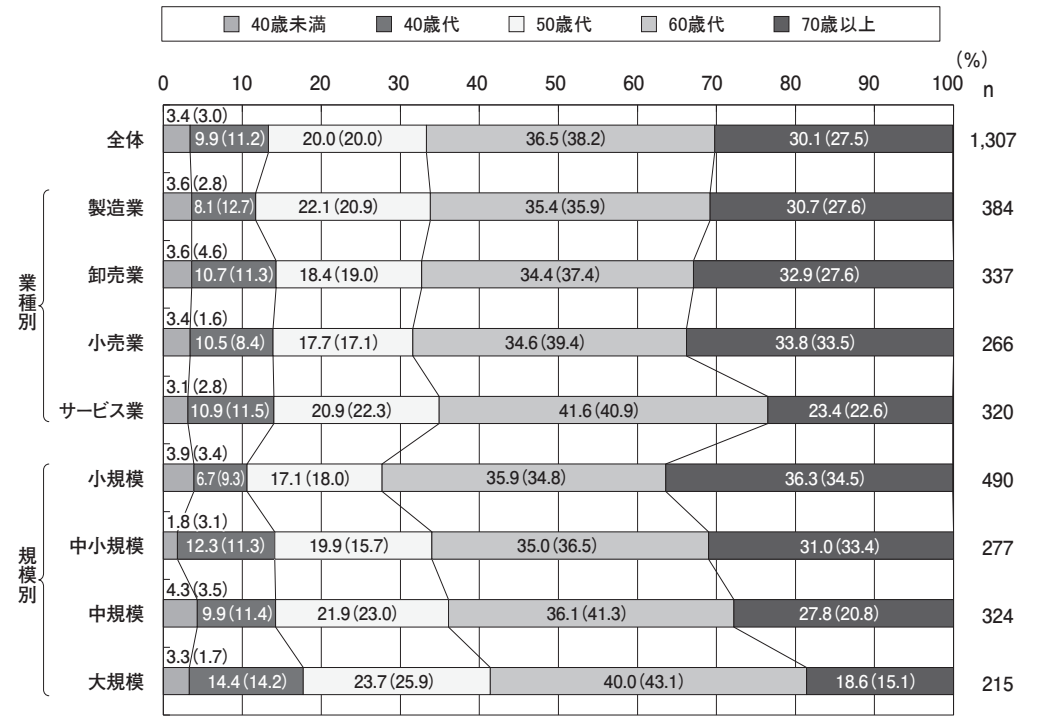
3 経営者の年齢

経営者の年齢を全体で見ると、「60歳代」が36.5%と最も高い。次いで「70歳以上」が30.1%、「50歳代」が20.0%となっている。60歳以上の経営者が全体の3分の2を占める一方、「40歳未満」は3.4%、「40歳代」は9.9%でいずれも1割以下である。

業種別にみると、経営者の年齢分布に業種による差は少ないが、サービス業では、「70歳以上」の割合が23.4%と他業種より低く、「60歳代」の割合が41.6%と他業種より高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるほど、「70歳以上」の割合が低くなり、経営者の年齢が若くなる傾向がみられた。

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。()内は前回値(平成23年8月)。

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51.8%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38.9%と第3位以下の項目を20ポイント以上上回っており、景気対策への期待感が表れている。第3位は「資源高」(17.4%)、第4位は「為替」(17.2%)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6位	第7位	
全体	個人消費	景気対策	資源高	為替	原油高	公共投資	天候	1,263
	51.8	38.9	17.4	17.2	15.8	14.9	14.8	
	第8位	第9位	第11位	第12位	第13位			
	その他	ネット取引増/欧米景気	アジア景気	電力料金	住宅着工			
	11.2	10.1	9.7	9.3	8.7			

(注)無回答を除く。複数回答。

業種別にみると、製造業では「資源高」(31.5%)や「為替」(25.5%)、「欧米景気」(18.2%)、「アジア景気」(16.8%)が他業種に比べて高い。一方、卸売業は「為替」(23.1%)、「住宅着工」(15.2%)が他業種よりも高くなった。小売業は「個人消費」(81.9%)が8割を超えて特に高く、「天候」(35.9%)や「ネット取引増」(23.9%)も他業種に比べて高いことが特徴である。サービス業は「景気対策」(44.0%)、「公共投資」(20.5%)の割合が他業種よりも高くなっている。

規模別にみると、全ての規模で「個人消費」が第1位となり、規模が小さくなるほどその割合が高くなっている。一方、「原油高」や「公共投資」の割合は、規模が大きくなるほど高くなった。

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	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 38.6	個人消費 37.8	資源高 31.5	為替 25.5	原油高 19.6	欧米景気 18.2	アジア景気 16.8	368
	卸売業	個人消費 53.2	景気対策 36.8	為替 23.1	資源高 19.5	公共投資 18.8	住宅着工 15.2	原油高/ 天候 14.0	329
	小売業	個人消費 81.9	景気対策/天候 35.9		ネット 取引増 23.9	その他 12.7	原油高 8.9	資源高 8.5	259
	サービス業	景気対策 44.0	個人消費 41.7	公共投資 20.5	その他 19.2	原油高 18.9	天候 11.4	電力料金/ 住宅着工 10.7	307
規模別	小規模	個人消費 55.1	景気対策 42.1	為替/その他 13.7		資源高 13.2	公共投資 12.6	天候 11.5	468
	中小規模	個人消費 51.1	景気対策 39.4	資源高 19.3	為替 17.8	原油高 17.0	天候 15.9	公共投資 13.6	264
	中規模	個人消費 49.5	景気対策 41.7	原油高 19.0	公共投資/天候 17.4		為替 16.8	資源高 16.5	321
	大規模	個人消費 48.8	景気対策 26.3	資源高 25.8	為替 24.9	原油高 21.1	公共投資 17.7	天候 16.7	209

(注)無回答を除く。規模別は規模不明を除く。複数回答。