

# 景況調査回答企業の概要

(平成 26 年 8 月調査)

## 《 概要 》

### ● 所在地は「城東」が3割で最多

景況調査の回答企業（8月調査、以下の設問も同様）の所在地を地域区分別（注）にみると、「城東」が30.5%と最も高く、以下「都心」が16.7%、「多摩・島しょ」が14.4%、「城西・城北」が13.9%と続いた。

### ● 創業年は、昭和20年代以前が約4割、平成以降の創業は1割強

創業年は、「昭和元年～昭和20年代」が27.5%と最も高く、「明治・大正以前」とあわせると、約4割が昭和20年代以前の創業である。平成以降の創業（「平成元年～10年」と「平成11年以降」の合計）は13.9%となった。

### ● 経営者の年齢は「60歳代」が最多、60歳以上が全体の3分の2を占める

経営者の年齢は、「60歳代」が34.3%と最も高く、次いで「70歳以上」が31.1%となっており、60歳以上の経営者が全体の3分の2を占めている。以下、「50歳代」が19.7%、「40歳代」が12.3%と続いた。

### ● 売上・受注動向に影響を与える主な要因は、「得意先の業績」が最多

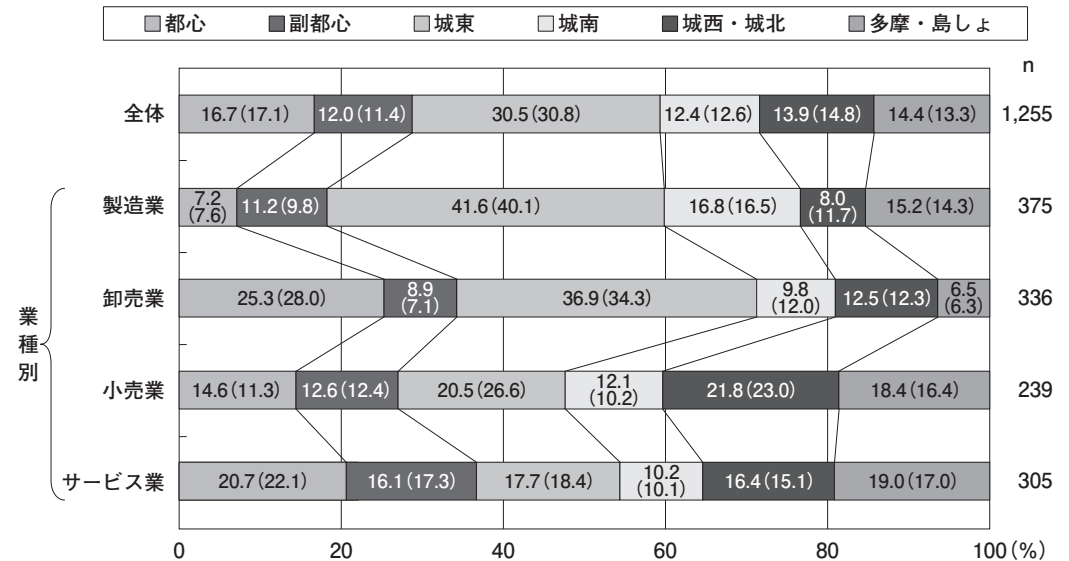
自社の売上・受注動向に影響を与える主な要因は、「得意先の業績」が59.6%と最も高く、次いで「個人消費」が40.9%となった。以下、「業界動向」33.3%、「経済対策」25.9%、「原材料価格」25.7%と続いた。

## 1 所在地

景況調査の回答企業（8月調査、以下の設問も同様）の所在地を地域区分別（注）にみると、「城東」が30.5%（前回調査30.8%）と最も高く、以下「都心」が16.7%（同17.1%）、「多摩・島しょ」が14.4%（同13.3%）、「城西・城北」が13.9%（同14.8%）と続いた。

業種別にみると、製造業は「城東」が41.6%と特に高く、次いで「城南」が16.8%となっており、両地域で約6割を占めている。卸売業でも「城東」が36.9%と最も高く、次いで「都心」が25.3%と他の業種に比べて高くなっている。一方、小売業とサービス業は、いずれの地域区分も1～2割程度となっており、製造業・卸売業に比べると地域分布の差は少ない。

図表1 所在地



注) 無回答を除く。( )内は前回値(平成25年6月調査)。

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・島しょ(多摩地域の市町村、島しょ)

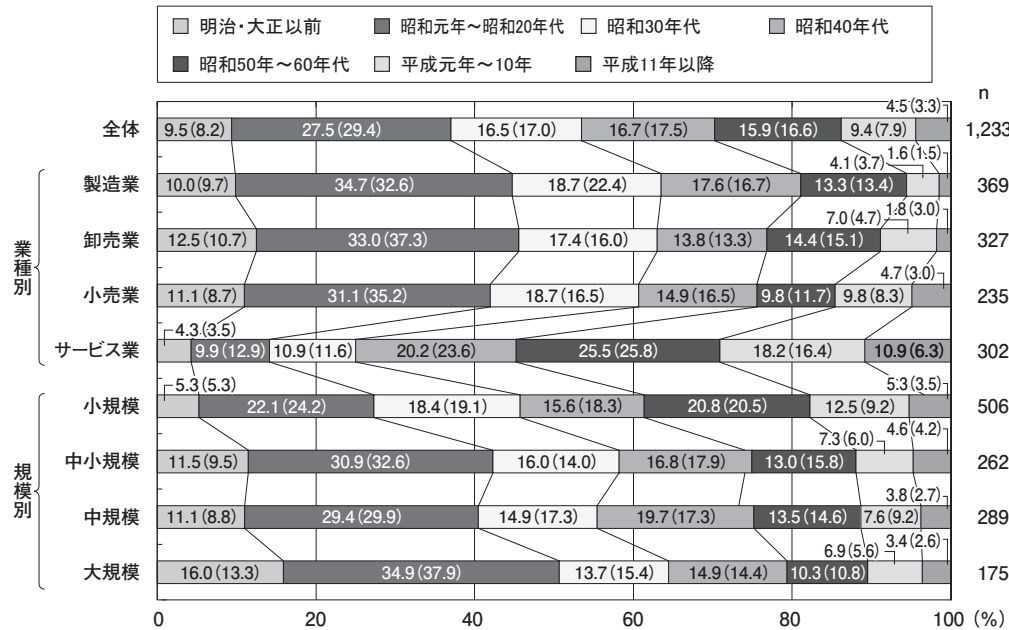
## 2 創業年

回答企業の創業年は、「昭和元年～昭和20年代」が27.5%と最も高く、「明治・大正以前」とあわせると、約4割が昭和20年代以前の創業である。平成以降の創業（「平成元年～10年」と「平成11年以降」の合計）は13.9%となった。

業種別にみると、製造業は「昭和元年～昭和20年代」と「昭和30年代」が高い一方で、平成以降の創業は5.7%と低くなっている。卸売業は「明治・大正以前」が12.5%と他の業種に比べて高く、「昭和元年～昭和20年代」も33.0%と、創業年が古い企業が多い。一方、サービス業は、平成以降の創業が29.1%と約3割を占め、他の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、大規模では「明治・大正以前」と「昭和元年～昭和20年代」があわせて50.9%と半数を超え、創業年が古い企業が多い。一方、規模が小さくなるほど、平成以降の創業が高くなっている。

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25年6月調査)。

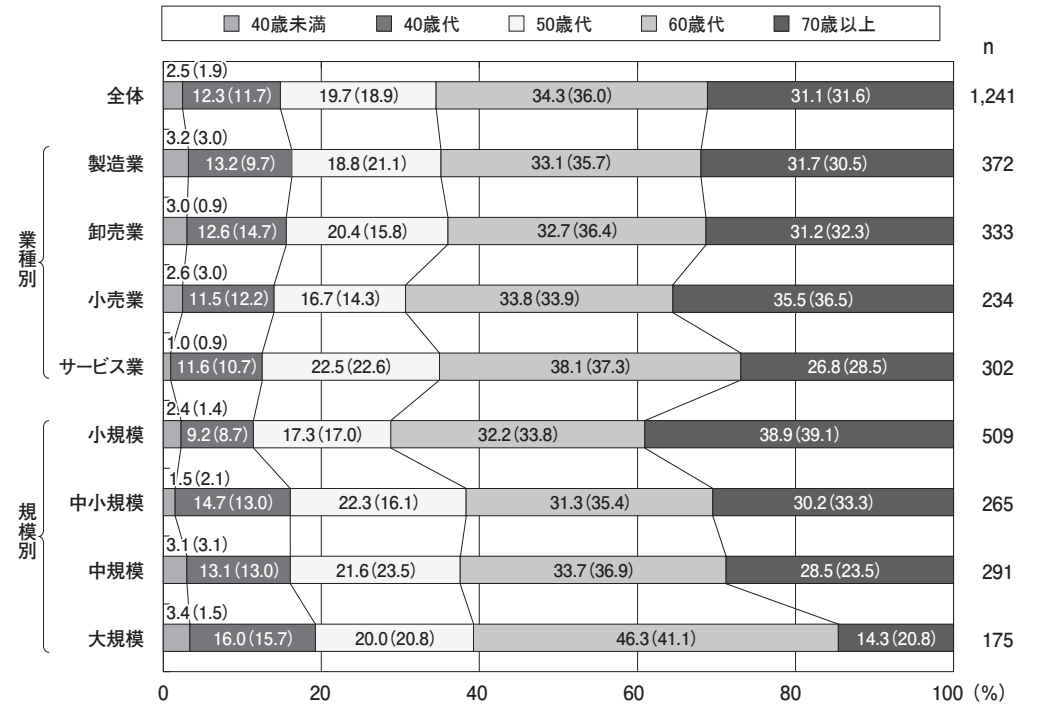
## 3 経営者の年齢

回答企業の経営者の年齢は、「60歳代」が34.3%と最も高く、次いで「70歳以上」が31.1%となっており、60歳以上の経営者が全体の3分の2を占めている。以下、「50歳代」が19.7%、「40歳代」が12.3%と続いた。

業種別にみると、製造業は「40歳未満」と「40歳代」をあわせて16.4%と他の業種に比べてやや高くなっている。一方、小売業は「70歳以上」が35.5%と高く、「60歳代」の33.8%を上回った。サービス業は「70歳以上」が26.8%と3割を下回り、「60歳代」38.1%と「50歳代」22.5%が高くなっている。

規模別にみると、規模が小さくなるほど、「70歳以上」が高くなり、小規模では38.9%と約4割を占めた。一方、大規模では「70歳以上」は14.3%にとどまり、「60歳代」が46.3%と特に高くなっている。

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。( )内は前回値(平成25年6月調査)。

#### 4 売上・受注動向に影響を与える主な要因

自社の売上・受注動向に影響を与える主な要因は、「得意先の業績」が59.6%と最も高く、次いで「個人消費」が40.9%となった。以下、「業界動向」33.3%、「経済対策」25.9%、「原材料価格」25.7%と続いた。「税制改正」や「消費者物価」など第8位以下の項目は、いずれも1割未満となった。

業種別にみると、製造業では「得意先の業績」74.2%が特に高く、「経済対策」31.6%も3割を超えた。「大企業の動向」15.5%や「海外経済動向」10.0%も他の業種に比べて高くなっている。卸売業では「原材料価格」34.6%や「株・為替相場」10.6%など貿易取引に関わる項目が他の業種に比べて高くなった。また、小売業では第1位の「個人消費」が77.2%と特に高く、次いで「天候」が39.5%と他の業種に比べて高い点が特徴的である。サービス業では「業界動向」38.8%が他の業種に比べて高くなっている。

規模別にみると、第1位から第7位までの順位に規模による差はほとんどなく、いずれも「得意先の業績」が最も高く、次いで「個人消費」となっている。「業界動向」は、規模が大きくなるほど割合が高くなり、大規模では41.9%と4割を超えた。大規模では「原材料価格」も30.8%と他の規模に比べて高くなっている。

図表4 売上・受注動向に影響を与える主な要因

区分		順位	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	第6位	第7位	n					
全体		得意先の業績	59.6	個人消費	33.3	経済対策	25.9	原材料価格	15.3	大企業の動向	1,204				
		8位	9位	10位	11位	12位	13位	14位							
	税制改正	消費者物価	株・為替相場	海外経済動向	その他	金利動向	貿易収支	7.3	6.6	6.3		6.0	3.7	1.2	0.8
区分		順位	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	第6位	第7位	n					
業種別	製造業	得意先の業績	74.2	業界動向	31.6	原材料価格	29.9	個人消費	15.5	海外経済動向	361				
	卸売業	得意先の業績	69.5	個人消費／業界動向		36.8	原材料価格	34.6	経済対策	22.4	天候	株・為替相場	321		
	小売業	個人消費	77.2	天候	39.5	得意先の業績	24.1	原材料価格	20.2	19.7	業界動向	経済対策	消費者物価	228	
	サービス業	得意先の業績	58.2	業界動向	38.8	個人消費	35.7	経済対策	27.9	15.3	原材料価格	天候	大企業の動向	11.2	11.2
規模別	小規模	得意先の業績	59.7	個人消費	42.4	業界動向	30.8	原材料価格	21.9	21.3	天候	12.2	大企業の動向	9.7	484
	中小規模	得意先の業績	58.1	個人消費	40.4	業界動向／経済対策		32.3	原材料価格	27.7	16.5	天候	大企業の動向	13.5	260
	中規模	得意先の業績	63.1	個人消費	38.0	業界動向	33.4	経済対策	29.6	27.2	18.1	天候	大企業の動向	10.1	287
	大規模	得意先の業績	55.2	個人消費	42.4	業界動向	41.9	原材料価格	30.8	23.3	17.4	天候	大企業の動向	11.6	172

注) 無回答を除く。規模別は規模不明を除く。複数回答(3つ以内)。業種別・規模別は上位第7位までを記載。他業種・他規模に比べ最も割合が高い項目に網掛け。