

# 景況調査回答企業の概要

## (平成22年6月調査)

### 《概要》

#### ● 所在地は「城東」が約3割で最も多い

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で見ると、「城東」の割合が30.6% (前回調査30.7%) と最も高く、以下「都心」が15.6% (同16.6%)、「城西・城北」が14.9% (同15.9%) と続いている。

#### ● 創業年は「昭和元年～昭和20年代」が約3割で最も多く、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32.1%で最も高く、次いで「昭和30年代」が17.2%、「昭和40年代」が16.8%となっており、平成以降の創業(「平成元年以降」6.4%と「平成10年以降」1.9%の合計)は8.3%にとどまっている。

#### ● 経営者の年齢は「60歳代」が約4割で最も多く、「70歳以上」が約4分の1で次いで多い

経営者の年齢を全体で見ると、「60歳代」が36.9% (前回調査39.2%) と最も高い。次いで「70歳以上」が26.6% (同25.7%)、「50歳代」が22.2% (同22.5%) 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3.2% (同3.5%)、「40歳代」は11.1% (同9.0%) にとどまる。

#### ● 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

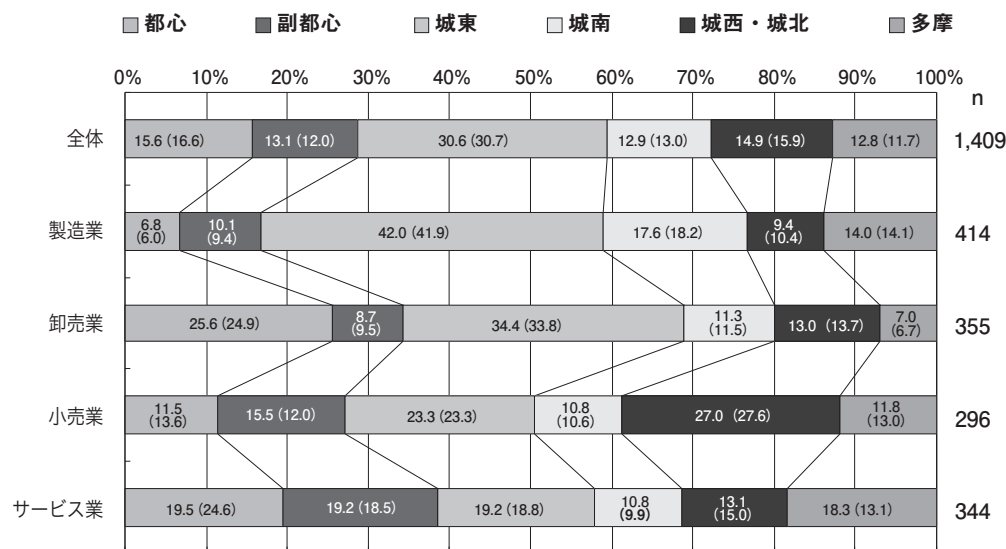
業績に直接影響を及ぼす外部要因を全体で見ると、「個人消費」が54.6%と半数以上を占め最も高い。次いで、「景気対策」が41.8%となっており、これらは3位以下を20ポイント以上上回っている。

### 1 所在地

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30.6% (前回調査30.7%) と最も高く、以下「都心」が15.6% (同16.6%)、「城西・城北」が14.9% (同15.9%) と続いている。

業種別にみると、製造業は「城東」が42.0% (同41.9%) と最も高く、次いで「城南」の17.6% (同18.2%) となっており、両地域で約6割を占める。卸売業も「城東」が34.4% (同33.8%) と最も高く、続く「都心」は25.6% (同24.9%) と他業種よりも割合が高くなっている。一方、小売業は「城西・城北」、「城東」の2地域区分が高く、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」と「副都心」の割合が高く、両地域の合計で約4割に上る。

図表1 所在地



注) 地域区分

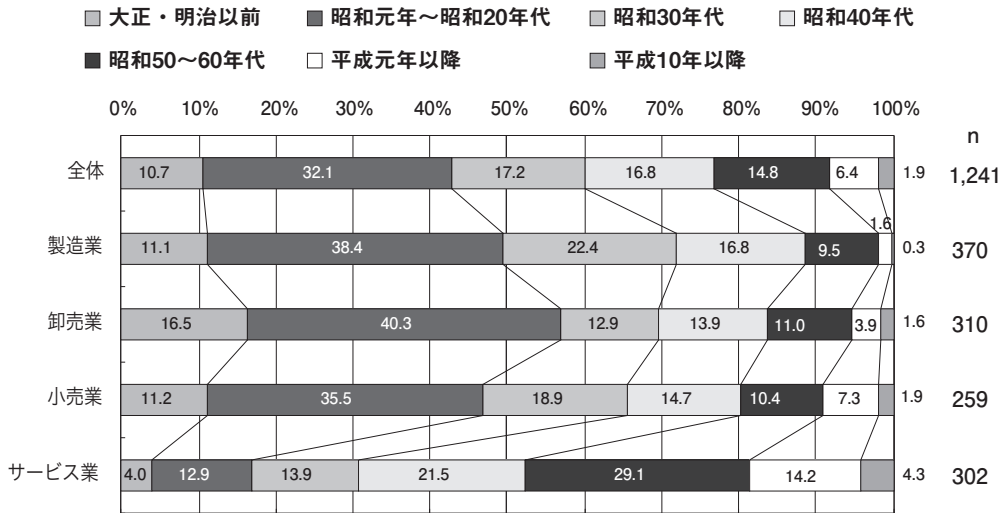
①都心(千代田、中央、港)、②副都心(新宿、文京、渋谷、豊島)、③城東(台東、墨田、江東、荒川、足立、葛飾、江戸川)、④城南(品川、目黒、大田)、⑤城西・城北(世田谷、中野、杉並、練馬、北、板橋)、⑥多摩(多摩地域の市町村、島しょ)

## 2 創業年

創業年を全体でみると、「昭和元年～昭和20年代」が32.1%で最も高く、次いで「昭和30年代」が17.2%、「昭和40年代」が16.8%となっており、平成以降の創業（「平成元年以降」6.4%と「平成10年以降」1.9%の合計）は8.3%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1.9%（「平成元年以降」1.6%と「平成10年以降」0.3%の合計）と他業種に比べて低く、「昭和30年代」の割合が22.4%と高い。卸売業は「大正・明治以前」が16.5%、「昭和元年～昭和20年代」が40.3%と業歴の古い企業の割合が高い。サービス業は、「昭和50～60年代」が29.1%と最も高く、「昭和40年代」が21.5%で続き、平成以降の創業が18.5%（「平成元年以降」14.2%と「平成10年以降」4.3%の合計）と他業種より高いなど、他業種に比べて近年に創業している割合が高い。

図表 2 創業年



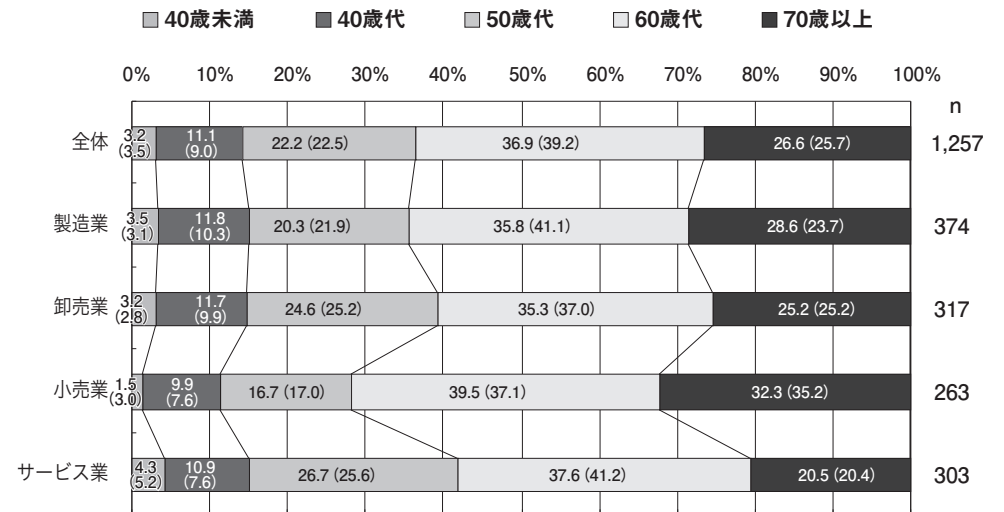
注) 無回答を除く

## 3 経営者の年齢

経営者の年齢を全体でみると、「60歳代」が36.9%（前回調査39.2%）と最も高い。次いで「70歳以上」が26.6%（同25.7%）、「50歳代」が22.2%（同22.5%）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3.2%（同3.5%）、「40歳代」は11.1%（同9.0%）にとどまる。

業種別にみると、小売業は「70歳以上」の割合が32.3%（同35.2%）と他業種に比べて高く、「60歳代」の39.5%（同37.1%）とあわせると7割を超える。一方、サービス業では、「60歳代」は37.6%（同41.2%）と他業種と同程度の割合であるが、「70歳代」が20.5%（同20.4%）、「50歳代」が26.7%（同25.6%）と若い区分の割合がやや高くなっている。

図表 3 経営者の年齢



注) 無回答を除く

#### 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54.6%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広く影響していることを示している。次いで、「景気対策」が41.8%と第3位以下の項目を20ポイント以上上回っており、昨年からはじめた自動車購入補助やエコポイント制度など、厳しい経済環境や雇用状況に対応するための経済政策に対する期待感が表れた結果とみることができる。また、平成22年2月以降の記録的な低気温や多雨にみられるような「天候不順」は18.9%で第3位となり、第4位には「資源高」（17.2%）、第5位には「公共投資」（15.9%）が続いた。

図表4 業績に直接影響を及ぼす外部要因

(複数回答)

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	個人消費	景気対策	天候不順	資源高	公共投資	原油高	為替	1,230
	54.6	41.8	18.9	17.2	15.9	12.9	12.6	
	第8位	第9位	第10位	第11位	第12位	第13位		
	住宅着工	米景気	アジア景気	ネット取引増	特になし	分からない		
	11.8	10.8	9.8	6.9	4.0	3.7		

注) 無回答を除く

業種別にみると、製造業では「個人消費」が40.2%で第1位であるが、他業種と比べると低く、「資源高」（32.8%）、「為替」（20.9%）をはじめ、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」の83.3%をはじめ、「天候不順」（42.8%）が他業種に比べて高く、近時の天候不順が与えた影響の大きさがうかがえる。また、「ネット取引増」（17.5%）が他業種よりも高いのが特徴としてみられる。卸売業は、「公共投資」（24.0%）と「住宅着工」（21.4%）が、サービス業は「景気対策」（50.8%）、「公共投資」（19.2%）がやや高い。

規模別にみると、規模による傾向の違いはそれほど大きくないものの、規模が小さいほど「個人消費」、「景気対策」の割合が高く、規模が大きいほど「資源高」、「公共投資」、「原油高」の割合が高くなっている。

図表5 業績に直接影響を及ぼす外部要因（業種別・規模別）

(複数回答)

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	個人消費 40.2	景気対策 35.8	資源高 32.8	為替 20.9	米景気 19.0	原油高 18.5	アジア景気 17.9	363
	卸売業	個人消費 54.3	景気対策 39.6	公共投資 24.0	住宅着工 21.4	資源高 17.9	天候不順 16.6	為替 16.0	313
	小売業	個人消費 83.3	天候不順 42.8	景気対策 42.4	ネット取引増 17.5	原油高 6.6	為替 4.7	資源高 3.9	257
	サービス業	景気対策 50.8	個人消費 47.8	公共投資 19.2	住宅着工/天候不順 12.8	原油高 11.4	米景気 9.4		297
規模別	小規模	個人消費 57.7	景気対策 42.8	資源高 15.8	天候不順 14.8	公共投資 13.4	住宅着工 12.2	原油高 9.5	411
	中小規模	個人消費 56.3	景気対策 42.6	天候不順 23.2	為替 16.9	公共投資 15.4	住宅着工 13.2	資源高 12.5	272
	中規模	個人消費 52.8	景気対策 41.9	天候不順 20.5	資源高 20.1	公共投資 17.5	原油高 16.5	為替 12.9	303
	大規模	個人消費 49.7	景気対策 36.6	資源高 23.6	公共投資 20.9	為替/天候不順 18.3	原油高/ アジア景気 16.8		195

注) 無回答を除く。規模別は規模不明を除く