

仕入・販売活動に関する調査

(平成 27 年 2 月調査)

《 概要 》

【仕入活動について】

- 原材料・商品等の主な仕入先は、「中小企業」が47.4%と半数近くを占め、次いで「中堅企業」が22.0%となった。

規模別にみると、規模が小さくなるほど「中小企業」が高くなっており、小規模では55.1%と半数を超えている。

- 主な仕入先の所在地は、「都内」が44.4%で最も高く、「同一市区町村」の3.5%とあわせると半数程度が東京都内となっている。

規模別にみると、規模が小さくなるほど東京都内が高くなっており、小規模では55.9%を占める。

- 原材料・商品等の仕入価格への為替の影響は、「間接的に影響」が38.7%で最も高く、「直接的に影響」の23.5%とあわせると『影響がある』が62.2%と6割を超えた。一方、『影響がない』は、33.4%となった。

規模別にみると、規模が大きくなるほど『影響がある』が高くなっており、大規模では71.6%と7割を超えている。

【販売活動について】

- 製品・商品・サービスの主な販売先は、「中小企業」が32.3%で最も高く、「中堅企業」の18.2%とあわせると約半数が中小・中堅企業を販売先としている。

規模別にみると、規模が小さくなるほど「中小企業」が高く、規模が大きくなるほど「中堅企業」と「上場企業」が高くなっている。

- 主な販売先の所在地は、「都内」が32.4%で最も高く、「同一市区町村」の12.2%とあわせると44.6%が東京都内となっている。

規模別にみると、規模が小さくなるほど「同一市区町村」と「都内」が高くなる傾向があり、小規模では東京都内があわせて51.5%と半数を超える。

1 仕入活動について

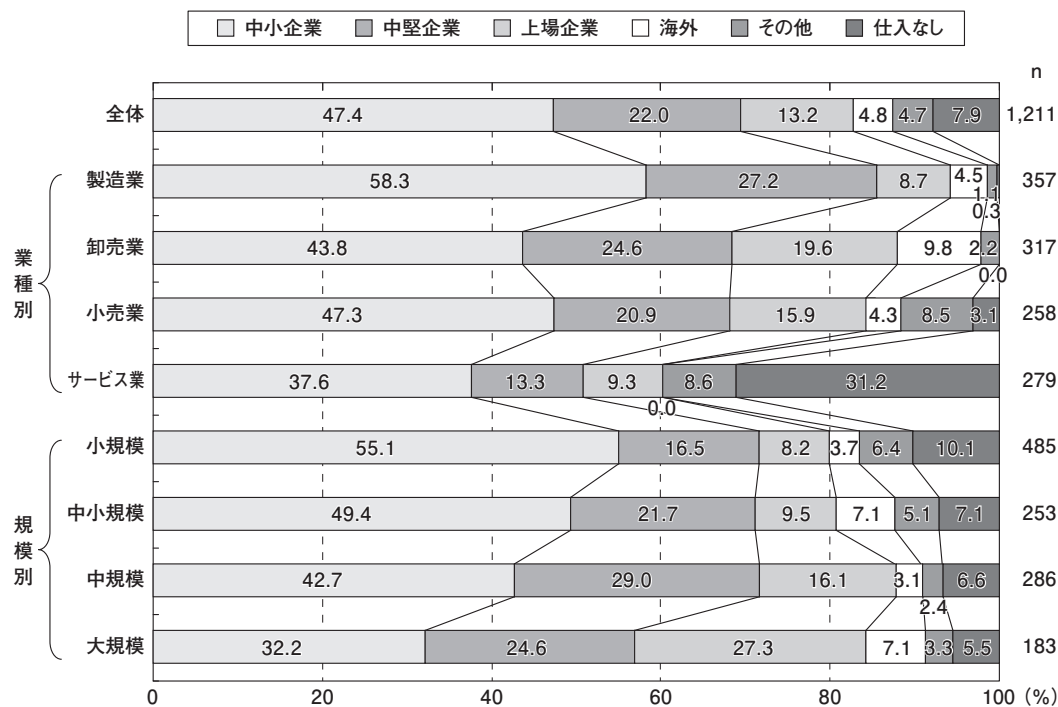
(1) 原材料・商品等の主な仕入先

原材料・商品等の主な仕入先は、「中小企業」が47.4%と半数近くを占め、次いで「中堅企業」が22.0%となった。「上場企業」13.2%や、「海外」4.8%からの仕入はあわせて2割以下にとどまった。

業種別にみると、製造業では「中小企業」が58.3%、次いで「中堅企業」が27.2%とともに他の業種に比べて高く、中小・中堅企業からの仕入があわせて8割を超えている。一方、卸売業では「上場企業」が19.6%と約2割を占めるほか、「海外」も9.8%と高くなった。サービス業では「中小企業」が37.6%で最も高いものの、「仕入なし」も31.2%と約3割を占めた。

規模別にみると、規模が小さくなるほど「中小企業」が高くなっており、小規模では55.1%と半数を超えている。一方、大規模では「中小企業」は32.2%にとどまり、「上場企業」が27.3%を占めるほか、「海外」も7.1%となった。

図表 1 原材料・商品等の主な仕入先



注) 無回答を除き集計。規模別は規模不明を除く。

(2) 主な仕入先の所在地

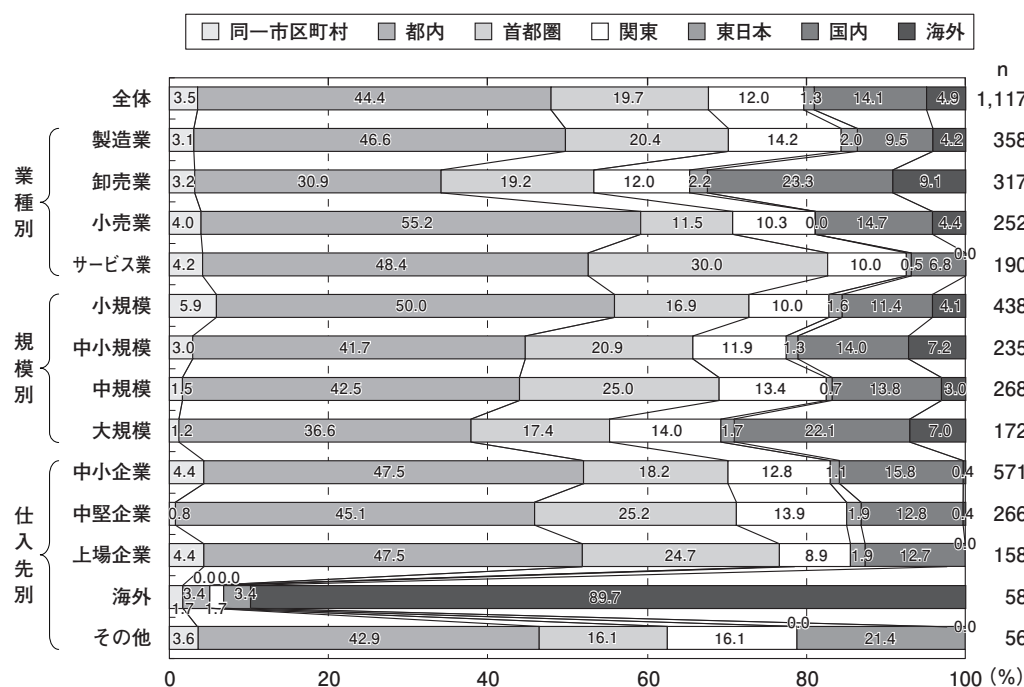
主な仕入先の所在地は、「都内」が44.4%で最も高く、「同一市区町村」の3.5%とあわせると半数程度が東京都内となっている。また、「首都圏」が19.7%、「国内」が14.1%となった。

業種別にみると、卸売業では「国内」が23.3%、「海外」が9.1%とともに他の業種に比べて高く、仕入地域が広域となっている。一方、小売業は「都内」が55.2%を占め、「同一市区町村」の4.0%とあわせると、約6割が東京都内となっている。また、サービス業では「首都圏」が30.0%と他の業種に比べて高い。

規模別にみると、規模が小さくなるほど「同一市区町村」と「都内」が高くなる傾向があり、小規模では東京都内があわせて55.9%を占める。一方、大規模では「国内」が22.1%と2割を超えるなど、仕入地域がより広域となっている。

仕入先別にみると、仕入先が中小企業と上場企業では「都内」がともに47.5%で、「同一市区町村」とあわせると東京都内が半数を超えている。また、中堅企業でも東京都内があわせて45.9%と半数近くを占めている。

図表2 主な仕入先の所在地



注) 無回答及び「仕入なし」の企業を除き集計。規模別は規模不明を、仕入先別は仕入先不明を除く。

(3) 仕入価格への為替の影響

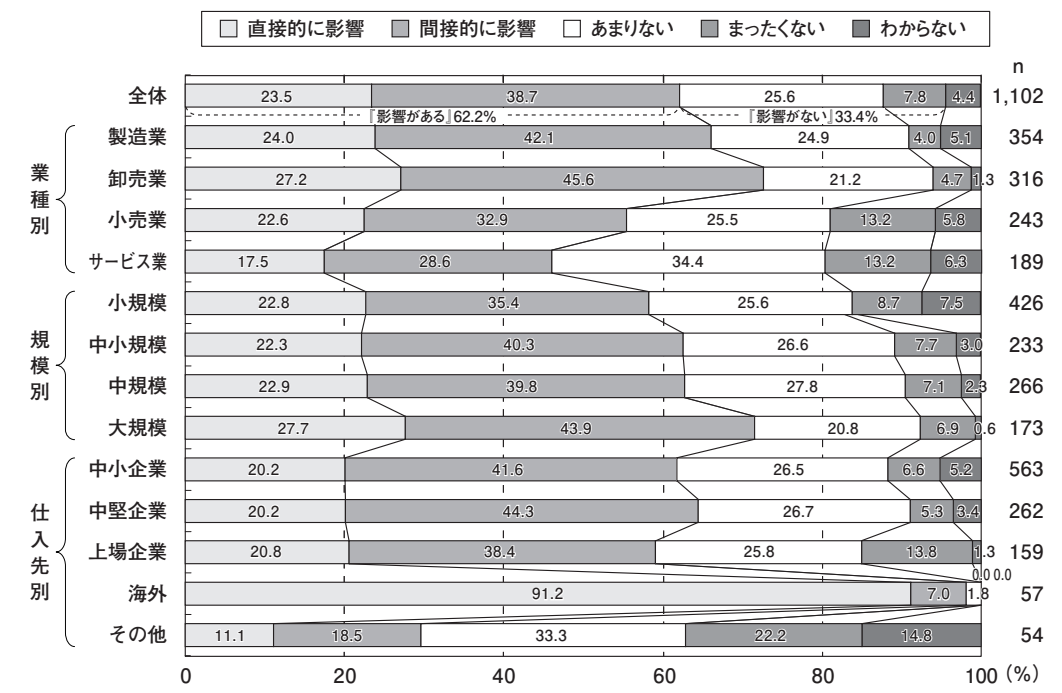
原材料・商品等の仕入価格への為替の影響は、「間接的に影響」が38.7%で最も高く、「直接的に影響」の23.5%とあわせると『影響がある』が62.2%と6割を超えた。一方、『影響がない』（「あまりない」25.6%と「まったくない」7.8%の合計）は、33.4%となった。

業種別にみると、卸売業で『影響がある』が72.8%と他の業種に比べて高くなったほか、製造業でも『影響がある』が66.1%を占めた。一方、サービス業では『影響がない』が47.6%で、『影響がある』の46.1%をわずかに上回った。

規模別にみると、規模が大きくなるほど『影響がある』が高くなっており、大規模では71.6%と7割を超えている。

仕入先別にみると、中小企業、中堅企業及び上場企業では、いずれも『影響がある』が6割前後を占めている。一方、仕入先が海外では、「直接的に影響」が91.2%と特に高く、ほぼすべての企業が為替の影響を受けている。

図表3 仕入価格への為替の影響



注) 無回答及び「仕入なし」の企業を除き集計。規模別は規模不明を、仕入先別は仕入先不明を除く。

2 販売活動について

(1) 製品・商品・サービスの主な販売先

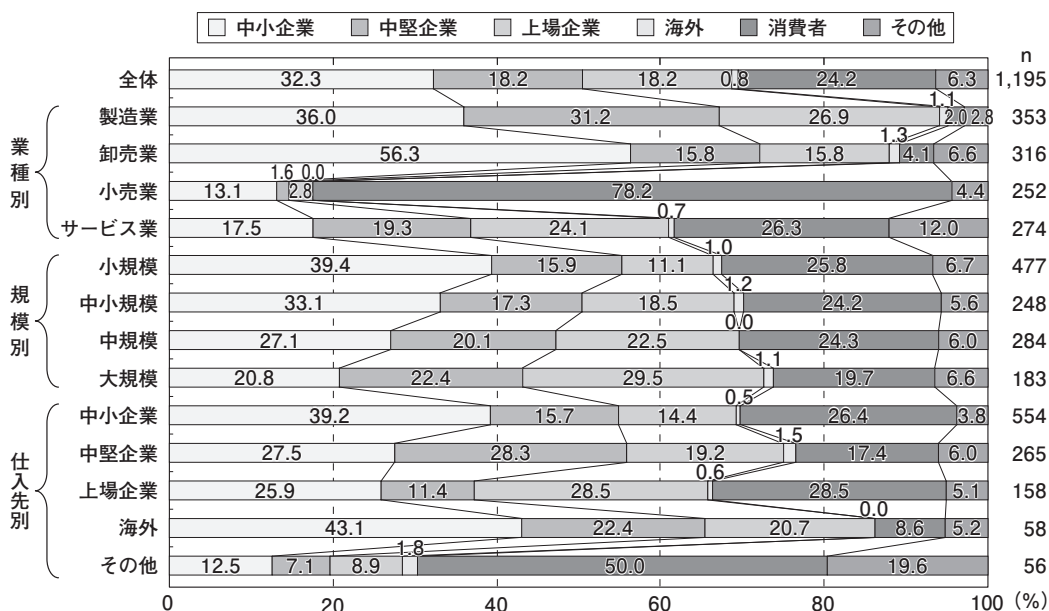
製品・商品・サービスの主な販売先は、「中小企業」が32.3%で最も高く、「中堅企業」の18.2%とあわせると約半数が中小・中堅企業を販売先としている。また、「消費者」が24.2%と4分の1を占めた。

業種別にみると、製造業では「中小企業」が36.0%となったほか、「中堅企業」と「上場企業」がそれぞれ3割前後を占めている。卸売業では「中小企業」が56.3%と特に高い一方で、小売業では「消費者」が78.2%と約8割を占めた。サービス業では「消費者」の26.3%に次いで、「上場企業」が24.1%となった。

規模別にみると、規模が小さくなるほど「中小企業」が高くなっており、小規模では39.4%と約4割を占めている。一方、規模が大きくなるほど「中堅企業」と「上場企業」が高くなっており、大規模では「上場企業」が29.5%と約3割に達している。

仕入先別にみると、中小企業では販売先も「中小企業」が39.2%で最も高いほか、中堅企業では「中堅企業」が最も高くなった。また、上場企業では「上場企業」と「消費者」がともに28.5%で高い。一方、仕入先が海外の場合は、「中小企業」が43.1%と高いほか、「中堅企業」と「上場企業」がそれぞれ約2割を占め、国内の企業を主な販売先としている。

図表4 製品・商品・サービスの主な販売先



注) 無回答を除き集計。規模別は規模不明を、仕入先別は「仕入先なし」及び仕入先不明を除く。

(2) 主な販売先の所在地

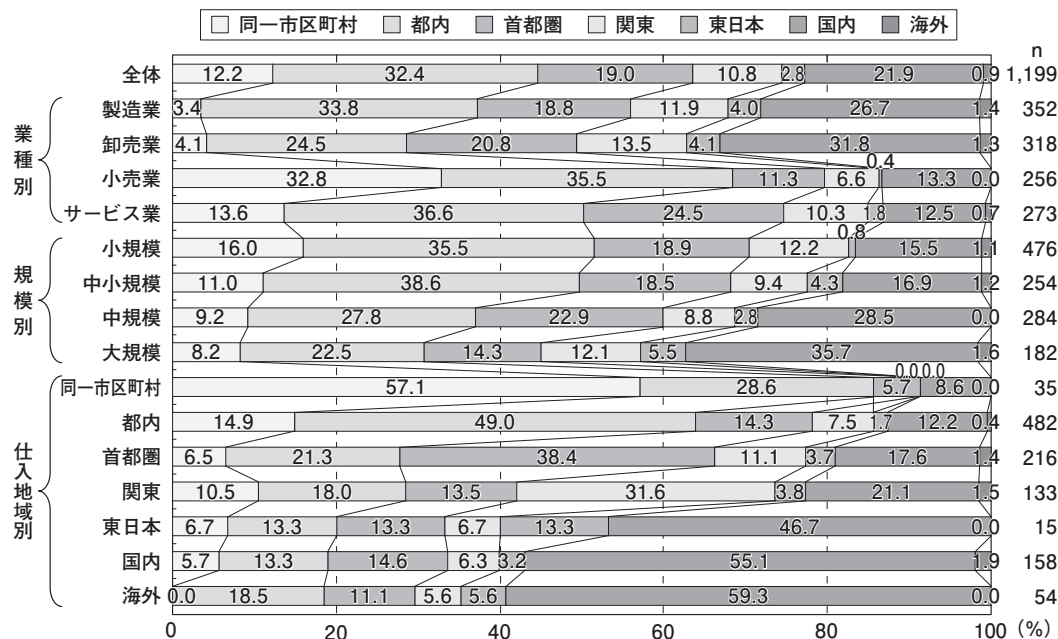
主な販売先の所在地は、「都内」が32.4%で最も高く、「同一市区町村」の12.2%とあわせると44.6%が東京都内となっている。また、「国内」が21.9%となった。

業種別にみると、卸売業では「国内」が31.8%と高く、他の業種に比べて販売先が広域となっている。一方、小売業では「都内」が35.5%、「同一市区町村」が32.8%であわせて約7割が東京都内となっている。また、サービス業では「都内」が36.6%、次いで「首都圏」が24.5%で他の業種に比べて高くなっている。

規模別にみると、規模が小さくなるほど「同一市区町村」と「都内」が高くなる傾向があり、小規模では東京都内があわせて51.5%と半数を超える。一方、中規模と大規模では「国内」がそれぞれ28.5%、35.7%で最も高くなっており、販売地域がより広域となっている。

仕入地域別にみると、同一市区町村では販売先も「同一市区町村」が57.1%で最も高いほか、都内では「都内」が、首都圏では「首都圏」が最も高くなった。仕入地域が東日本や国内、海外など広域である場合は、販売先は「国内」が半数前後を占め、最も高くなっている。

図表5 主な販売先の所在地



注) 無回答を除き集計。規模別は規模不明を、仕入地域別は「仕入なし」及び仕入地域不明を除く。