

景況調査回答企業の概要

(平成 27 年 6 月調査)

《 概要 》

● 所在地は「城東」が約 3 割で最多

景況調査の回答企業の所在地を地域区分別にみると、「城東」が29.3%と最も高く、次いで「都心」が16.6%、「多摩・島しょ」が14.6%、「城西・城北」が14.4%となった。

● 創業年は、昭和20年代以前があわせて約 4 割

創業年は、「昭和元年～昭和20年代」が29.4%で、「明治・大正以前」の9.2%とあわせると約 4 割を占めている。また、高度経済成長期である「昭和30年代」と「昭和40年代」がそれぞれ16.3%、15.5%となった。一方、「平成元年～10年」と「平成11年以降」はいずれも 1 割を下回った。

● 経営者の年齢は60歳以上が全体の 3 分の 2 を占める

経営者の年齢は、「70歳以上」が33.9%、「60歳代」が33.4%で、あわせると67.3%と全体の 3 分の 2 を占めている。以下、「50歳代」が19.1%、「40歳代」が11.9%と続いた。

● 経営に直接的に影響を与える要因は、「得意先の動向」が最多

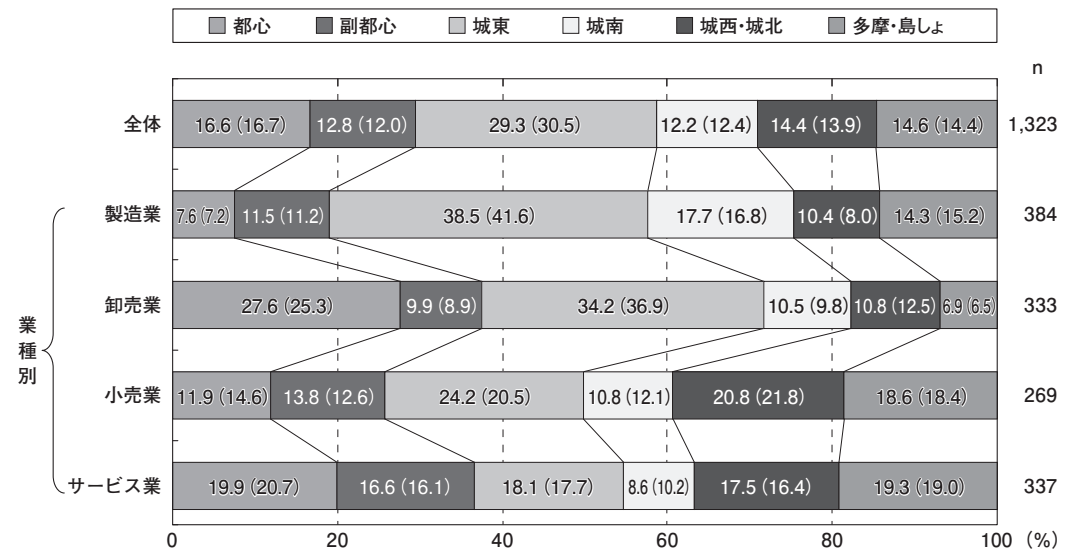
経営に直接的に影響を与える要因は、「得意先の動向」が66.3%で最も高く、次いで「個人消費」が30.2%となった。以下、「販売・受注価格」が26.8%、「原材料価格」が26.4%と続いた。

1 所在地

景況調査の回答企業（6月付帯調査、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29.3%（前回調査30.5%）と最も高く、次いで「都心」が16.6%（同16.7%）、「多摩・島しょ」が14.6%（同14.4%）、「城西・城北」が14.4%（同13.9%）となった。

業種別にみると、製造業では「城東」が38.5%と最も高く、次いで「城南」が17.7%となっており、両地域で 6 割近くを占めている。また、卸売業では「都心」が27.6%と他の業種に比べて高く、「城東」の34.2%とあわせると 6 割を超える。一方、小売業とサービス業は、いずれの地域区分も 1～2 割前後となっており、製造業・卸売業に比べて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26年 8 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・島しょ地域の市町村)

2 創業年

回答企業の創業年は、「昭和元年～昭和20年代」が29.4%で、「明治・大正以前」の9.2%とあわせると約4割を占めている。また、高度経済成長期である「昭和30年代」と「昭和40年代」がそれぞれ16.3%、15.5%となった。一方、「平成元年～10年」と「平成11年以降」はいずれも1割を下回った。

業種別にみると、製造業と卸売業では「明治・大正以前」と「昭和元年～昭和20年代」があわせて半数近くに達する一方で、平成元年以降の創業は1割を下回っている。サービス業は、平成元年以降の創業があわせて28.9%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、規模が大きくなるほど「明治・大正以前」と「昭和元年～昭和20年代」が高くなっており、大規模ではあわせて53.4%と半数を超えている。一方、規模が小さくなるほど、平成元年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26年8月調査)。

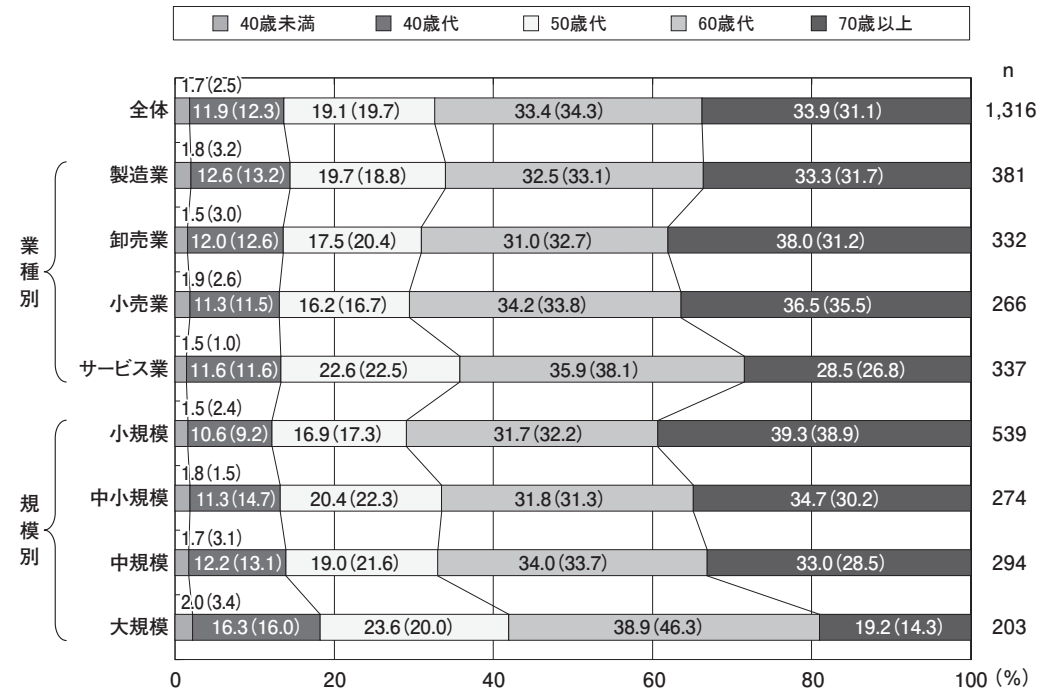
3 経営者の年齢

回答企業の経営者の年齢は、「70歳以上」が33.9%、「60歳代」が33.4%で、あわせると67.3%と全体の3分の2を占めている。以下、「50歳代」が19.1%、「40歳代」が11.9%と続いた。

業種別にみると、卸売業では「70歳以上」が38.0%と約4割を占めるほか、小売業では「60歳代」と「70歳以上」があわせて7割に達しており、他の業種に比べてやや年齢が高くなっている。一方、サービス業では「70歳以上」は28.5%と3割を下回り、「60歳代」が35.9%、「50歳代」が22.6%と高くなっている。

規模別にみると、規模が小さくなるほど「70歳以上」が高くなっており、小規模では39.3%と約4割を占めている。一方、大規模では「70歳以上」は19.2%にとどまり、「60歳代」が38.9%、「50歳代」が23.6%と高くなった。

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26年8月調査)。

4 経営に直接的に影響を与える要因

経営に直接的に影響を与える要因（複数回答）は、「得意先の動向」が66.3%で最も高く、次いで「個人消費」が30.2%となった。以下、「販売・受注価格」が26.8%、「原材料価格」が26.4%、「景気対策」が21.9%、「同業他社の動向」が20.6%と続いた。

業種別にみると、小売業を除くすべての業種で「得意先の動向」が最も高く、製造業では84.9%と8割を超えた。製造業では「得意先の動向」に次いで、「原材料価格」が44.2%、「販売・受注価格」が35.4%となっており、いずれも他の業種に比べて高い割合となっている。一方、小売業では「個人消費」が65.8%と特に高く、「得意先の動向」の28.9%を上回ったほか、「天候」が24.1%と他の業種に比べて高い点が特徴的である。このほか、卸売業では「仕入先の動向」が26.8%、サービス業では「景気対策」が26.2%で、他の業種に比べて高くなっている。

規模別にみると、すべての規模で「得意先の動向」が最も高くなった。大規模では「得意先の動向」が69.8%と約7割を占めたほか、「販売・受注価格」が33.7%、「原材料価格」が29.7%と続いており、いずれも他の規模に比べて高い割合となっている。一方、大規模以外ではいずれも「個人消費」が約3割を占め第2位となった。「個人消費」と「仕入先の動向」は規模が小さくなるほど高くなっており、小規模では、それぞれ31.2%、18.2%となっている。

図表4 経営に直接的に影響を与える要因

区分		順位	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	第6位	n					
全体		得意先の動向	66.3	個人消費	30.2	販売・受注価格	26.8	原材料価格	26.4	1,308				
		景気対策	21.9	同業他社の動向	20.6									
		仕入先の動向	17.4	為替相場	11.5	天候	9.0	税制改正	7.2		海外の景気	3.5	その他	2.9
区分		順位	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	第6位	n					
業種別	製造業	得意先の動向	84.9	原材料価格	44.2	販売・受注価格	35.4	景気対策	17.7	同業他社の動向	16.9	個人消費	14.3	378
	卸売業	得意先の動向	75.9	販売・受注価格	27.4	仕入先の動向	26.8	原材料価格	26.2	個人消費	22.6	景気対策	22.0	332
	小売業	個人消費	65.8	得意先の動向	28.9	天候	24.1	景気対策	22.6		同業他社の動向	仕入先の動向	21.4	266
	サービス業	得意先の動向	65.4	個人消費	27.4	景気対策	26.2	販売・受注価格	23.5	同業他社の動向	22.6	原材料価格	13.6	332
規模別	小規模	得意先の動向	66.0	個人消費	31.2	原材料価格	25.0	景気対策	23.7	販売・受注価格	22.0	仕入先の動向	18.2	532
	中小規模	得意先の動向	65.3	個人消費	31.0	販売・受注価格	28.5	原材料価格	24.5	同業他社の動向	23.0	景気対策	18.6	274
	中規模	得意先の動向	66.1	個人消費	30.5	販売・受注価格	29.2	原材料価格	28.8	景気対策	26.1	同業他社の動向	21.4	295
	大規模	得意先の動向	69.8	販売・受注価格	33.7	原材料価格	29.7	個人消費	26.2		同業他社の動向	景気対策	15.8	202

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6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。