

平成22年度

取引状況実態調査報告書

財団法人 東京都中小企業振興公社

目次

I 調査概要	2
II 回答企業の構成	
F 1 業種	3
F 2 従業員数	4
F 3 資本金	5
III 調査結果	
1 主要取引先に対する依存度	6
2 下請業者に委託する割合（外注依存度）	8
3 外注先の会社数	10
4 主要取引先との取引年数	12
5 「下請代金支払遅延等防止法」の認知状況	14
6 通常取引における注文書等の書面の取り交わし状況	16
7 受注単価の後日変更の有無	18
8 支払日までの期間	20
9 代金受け取り方法	22
9-1 現金・手形併用の場合の現金割合	24
9-2 手形サイト	26
10 取引における最近1年間のトラブルの有無	28
10-1 トラブルの主な要因	30
11 海外取引（輸出入）の実施有無	31
12-1 海外取引（輸出入）の実施方法	33
12-2 海外取引のきっかけ	35
13-1 海外取引（輸出入）を検討している商材の有無	36
13-2 海外販路開拓として検討したい方法	38
14 展示商談会に出展する回数	39
15 今後取引拡大に寄与できそうな手段	41
16 公社ホームページを利用した取引の成果	42
17 中小企業支援策についての情報収集方法	44
18 公社から情報収集している場合の入手先	45
19-1 公社ホームページ（利用頻度）	46
19-2 公社ホームページ（内容のわかりやすさ）	48
19-3 公社ホームページ（情報の探しやすさ）	50
19-4 公社ホームページ（閲覧情報は役にたったか）	52
19-5 公社ホームページ（あると便利なコンテンツ）	54
20 設備投資予定（1年以内）	56
21 公社事業を利用して業績に貢献したか	58
22 公社事業を利用しなかった理由	60

クロス集計表

調査票

I 調査概要

1 調査の目的

この調査は、登録企業の取引条件と多目的な取引の実態、中小企業支援策への要望について調査し、今後の中小企業支援を効果的に行うための参考資料とすることを目的として実施したものである。

なお、この調査は「下請代金支払遅延等防止法」とは関係しない。

2 調査対象

公社登録企業 10,000社

3 調査時期

平成22年12月31日現在

4 調査方法

郵送によるアンケート調査

5 調査内容

別紙の調査様式による

6 アンケート回収状況

対象数	回答者	
	件数	比率
10,000	2,784	27.8%

※有効回答数:2,654件

※参考（平成21年度調査）

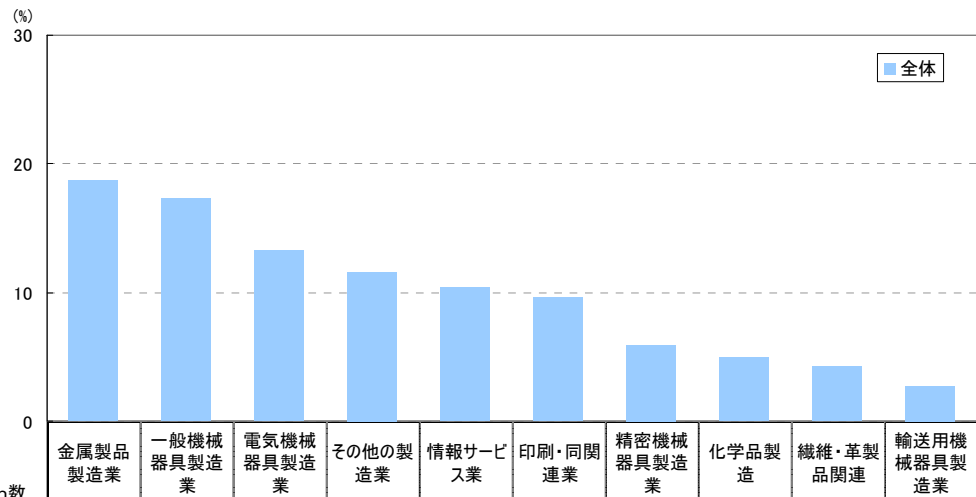
対象数 : 10,000社
回収件数 : 3,330件 （回収率 : 33.3%）

※集計結果は、原則として小数点第2位以下を四捨五入して表記しているため、合計が100%にならない場合がある。

II 回答企業の構成

F 1 業種

- 回答企業(2,654社)の業種構成は、「金属製品製造業」、「一般機械器具製造業」の2業種がそれぞれ全体の17%~19%を占めている。これに「電気機械器具製造業」、「その他製造業」「情報サービス業」が10%以上で続いており、これら5業種で70%強を占めている。
- 従業員数別でみると、従業員数が少ない企業では、「金属製品製造業」や「一般機械器具製造業」などの比率が高く、従業員数が多い企業は「情報サービス業」、「電気機械器具製造業」などの比率が高い。
- 資本金別でみると、従業員数別の傾向と同様、資本金が小さい企業では、「金属製品製造業」や「一般機械器具製造業」などの比率が高く、資本金が大きい企業は「情報サービス業」や「電気機械器具製造業」などの比率が高い。

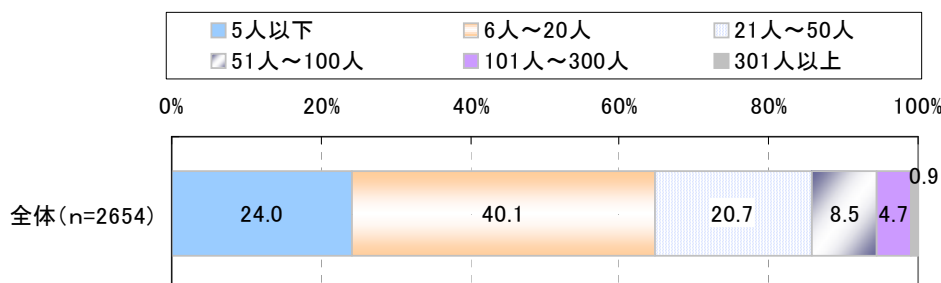


		n数	金属製品製造業	一般機械器具製造業	電気機械器具製造業	その他の製造業	情報サービス業	印刷・同関連業	精密機械器具製造業	化学品製造	繊維・革製品関連	輸送用機械器具製造業
全体		2,654	18.8	17.3	13.2	11.6	10.4	9.6	6.0	5.0	4.2	2.7
従業員数別	5人以下	636	21.1	20.4	10.4	13.4	5.5	10.7	5.8	4.7	5.7	2.4
	6人~20人	1,063	21.9	17.6	12.7	12.4	9.1	9.4	5.8	4.1	4.7	2.2
	21人~50人	550	14.5	15.8	14.2	11.1	15.6	10.9	5.8	6.2	2.5	3.3
	51人~100人	226	13.3	14.2	22.1	7.1	14.2	6.6	8.4	6.6	3.5	4.0
	101人~300人	124	13.7	13.7	12.9	10.5	17.7	9.7	5.6	7.3	3.2	5.6
301人以上	23	17.4	21.7	26.1	8.7	17.4	4.3	4.3	0.0	0.0	0.0	
資本金別	300万円未満	11	9.1	18.2	9.1	9.1	27.3	9.1	0.0	0.0	9.1	9.1
	300万円~1000万円	1,514	22.7	18.9	11.7	12.2	6.2	10.3	5.0	5.4	5.1	2.6
	1000万円超~5000万円	834	14.6	15.6	13.9	10.9	16.2	9.5	7.8	4.9	3.2	3.4
	5000万円超~1億円	172	11.0	15.7	20.9	13.4	14.0	7.0	8.7	4.7	3.5	1.2
	1億円超	91	14.3	14.3	23.1	9.9	22.0	8.8	3.3	2.2	1.1	1.1

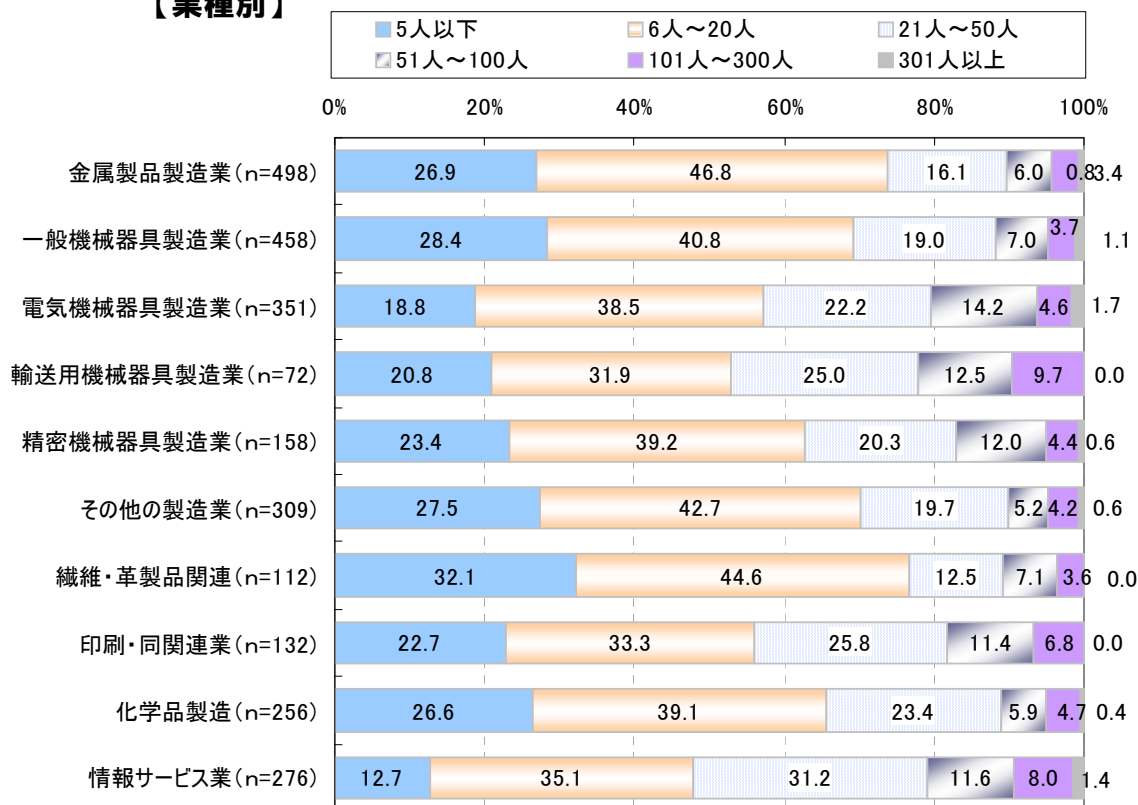
F 2 従業員数

- 回答企業(2,654社)の従業員数の構成は、「6人～20人」が40.1%を占める。これに「5人以下」が24.0%で続いており、全体の64.1%が従業員数20人以下の規模で構成されている。
 - 業種別でみると、金属製品製造業、その他製造業、繊維・革製品関連では、従業員数「20人以下」の比率が70%を超えており、従業員数が少ない傾向がある。一方、情報サービス業では、「20人以下」の比率は、47.8%にとどまり、他の業種と比較して従業員数が多い傾向がある。
- ※なお、従業員数が301人以上の比率は全体の0.9%(23社)にとどまっており、本報告書における従業員数別の集計は参考値として掲載し、分析対象から除外している。(以下同様)

【全体】



【業種別】



F 3 資本金

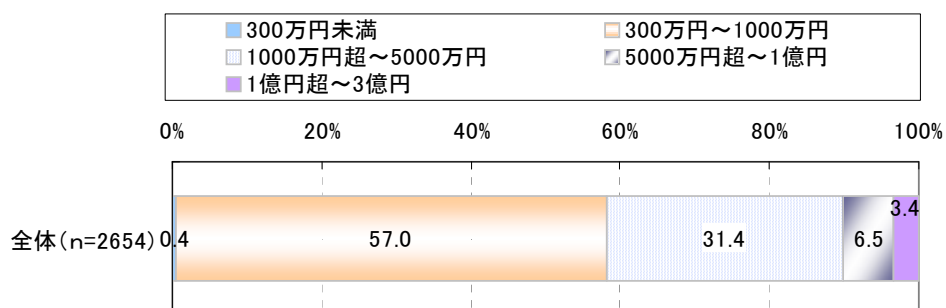
■回答企業(2,654社)の資本金構成は、「300万円～1,000万円」が57.0%、「1,000万円超～5,000万円未満」が31.4%を占めている。「1,000万円超」は全体の41.3%。

■業種別で「1,000万円超」の比率をみると、情報サービス業は64.9%、精密機械器具製造業は52.5%に達しており、他の業種が50%に達していないのと比較して高い(資本金が大きい企業が多い傾向)。

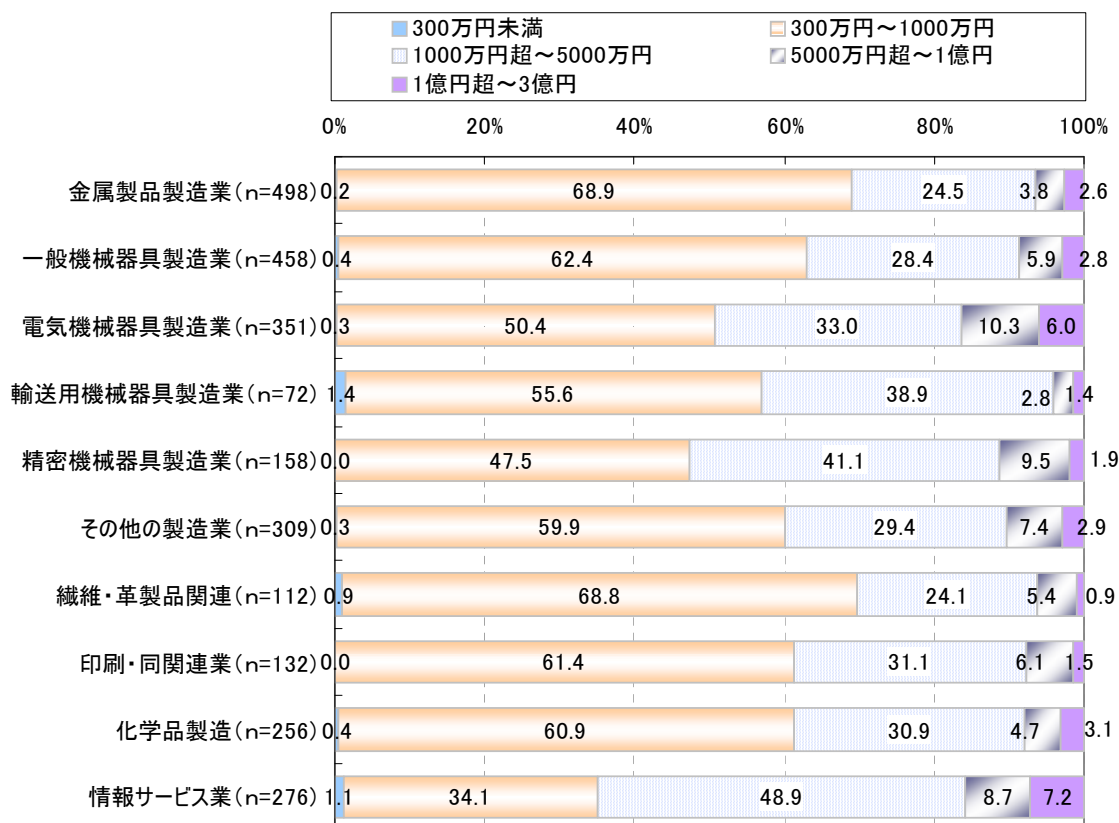
逆に、「300万円～1,000万円」の比率を見ると、金属製品製造業が68.9%、繊維・革製品が68.8%を占めており、資本金が小さい企業が特に多い傾向が見られる。

※なお、資本金が300万円未満の比率は全体の0.4%(11社)にとどまっており、本報告書における資本金別の集計は参考値として掲載し、分析対象から除外している。(以下同様)

【全体】



【業種別】

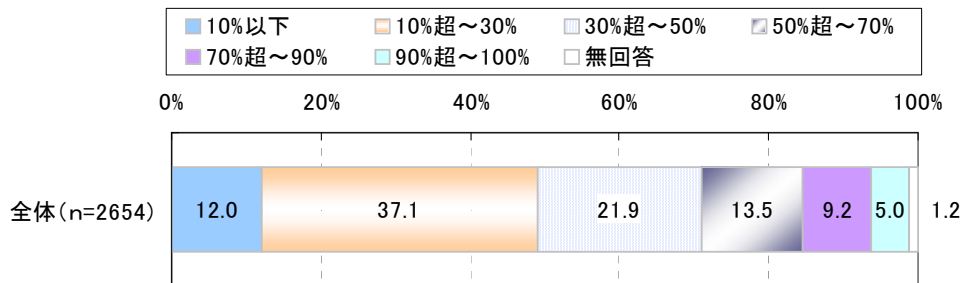


III 調査結果

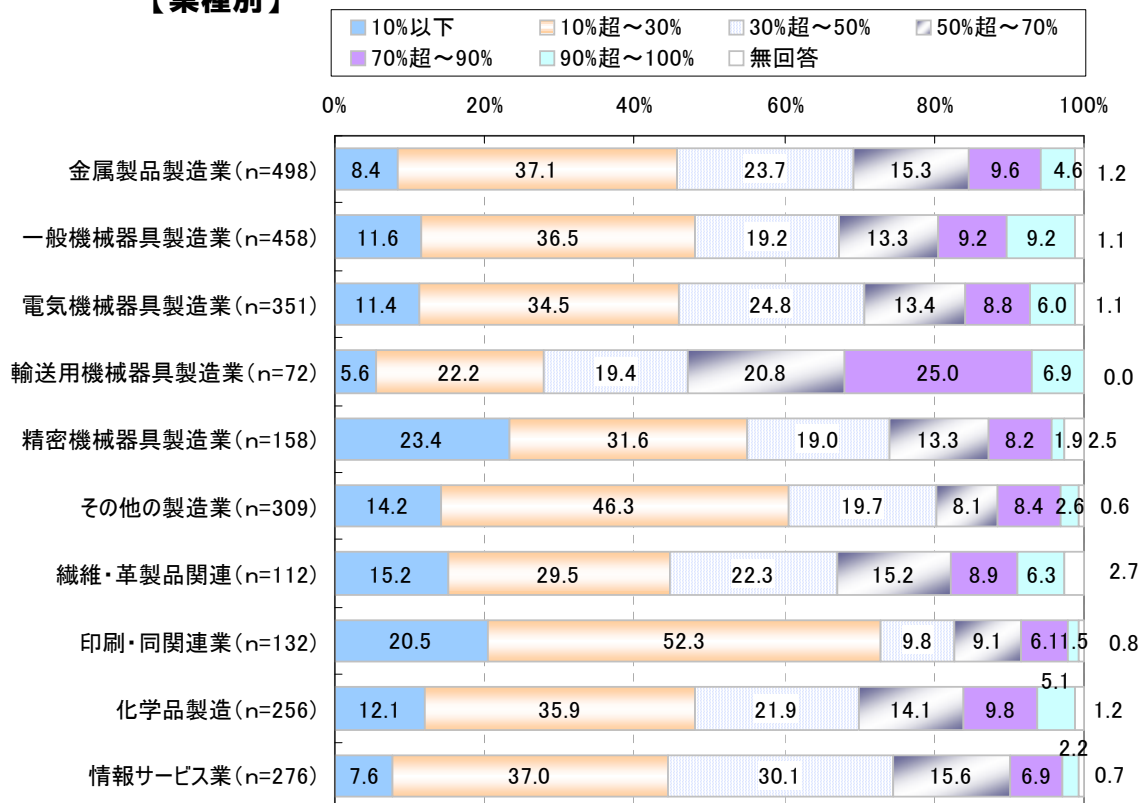
1 主要取引先に対する依存度

- 取引のうち、主要取引先(取引金額が最も多い先)に対する依存度は、「10%超～30%」が37.1%、「30%超～50%」が21.9%。依存度が「50%を超える」企業の比率は27.8%を占めている。
- 主要取引先に対する依存度が高い傾向にあるのは、輸送機械器具製造業で50%を超えている企業の比率が52.8%に達している。逆に、主要取引先に対する依存度が30%以下の比率が最も高いのは印刷・同関連業となっている。
- 従業員数別や資本金別でみると、従業員数が少ない企業ほど、また資本金が小さい企業ほど、主要取引先に対する依存度が高くなる傾向が見られる。

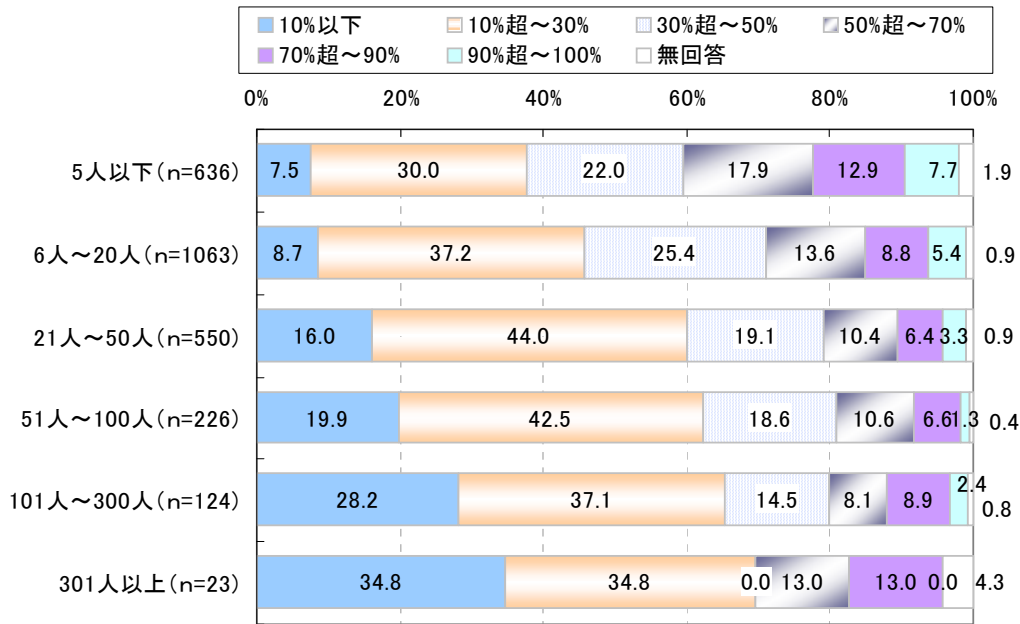
【全体】



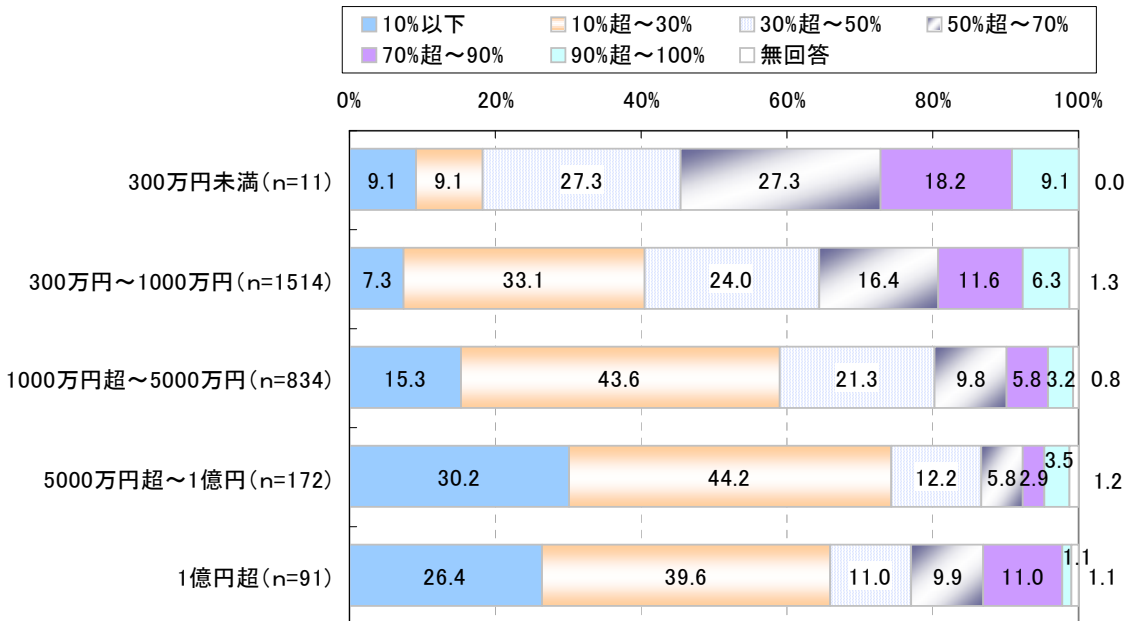
【業種別】



【従業員数別】



【資本金別】



2 下請業者に委託する割合（外注依存度）

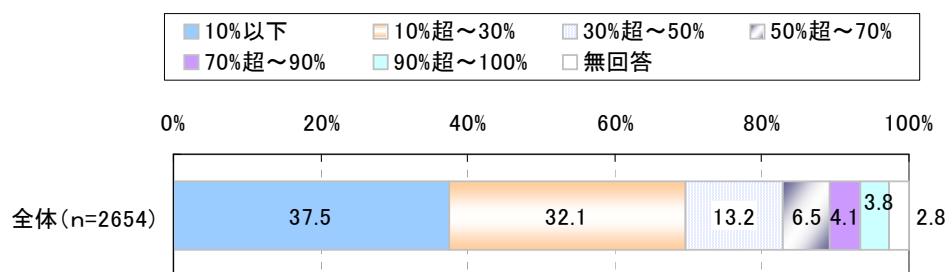
■取引のうち、下請業者に委託する比率(外注依存度)は、「10%以下」が37.5%、「10%超～30%」が32.1%で、合計69.6%の企業は外注依存度が「30%以下」となっている。

■業種別でみると、繊維・革製品関連では、外注依存度が50%を超えている企業の比率が33.3%に達しており、他の業種と比較して高い。

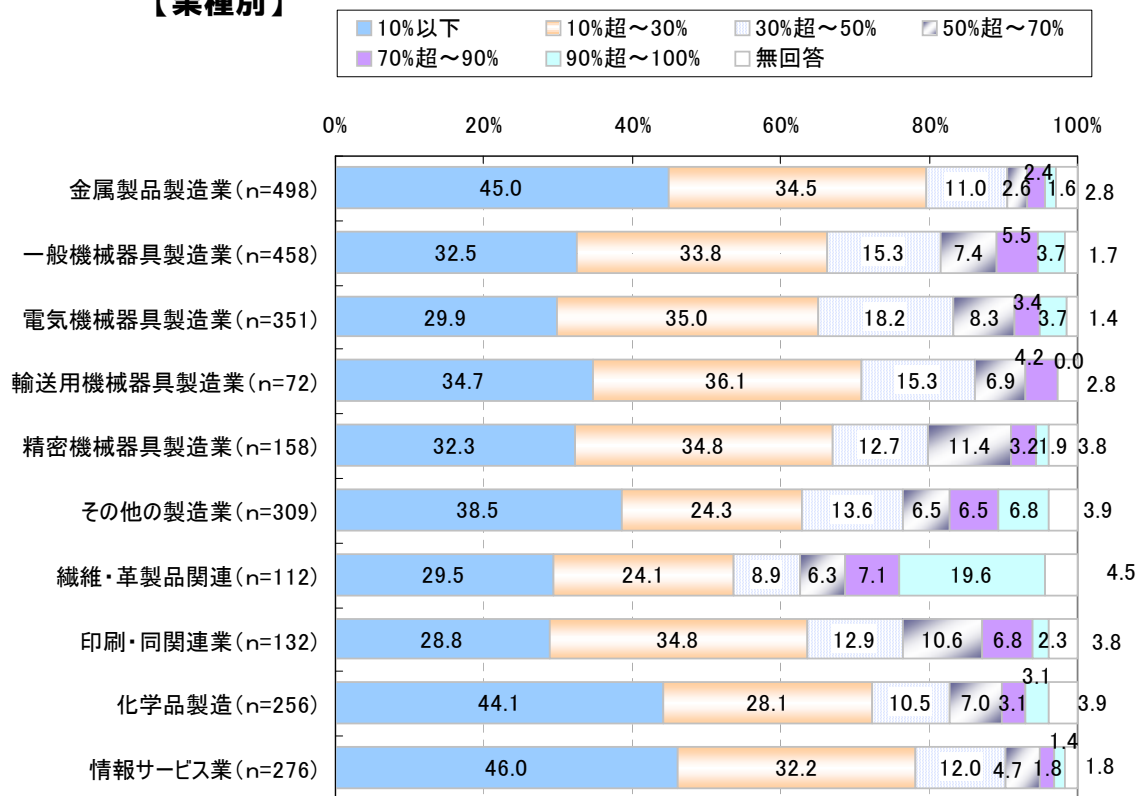
逆に、外注依存度が低い(10%以下)企業が多いのは、金属製品製造業、化学品製造、情報サービス業などである。

■従業員数別や、資本金別で外注依存度の傾向に大きな差は見られない。

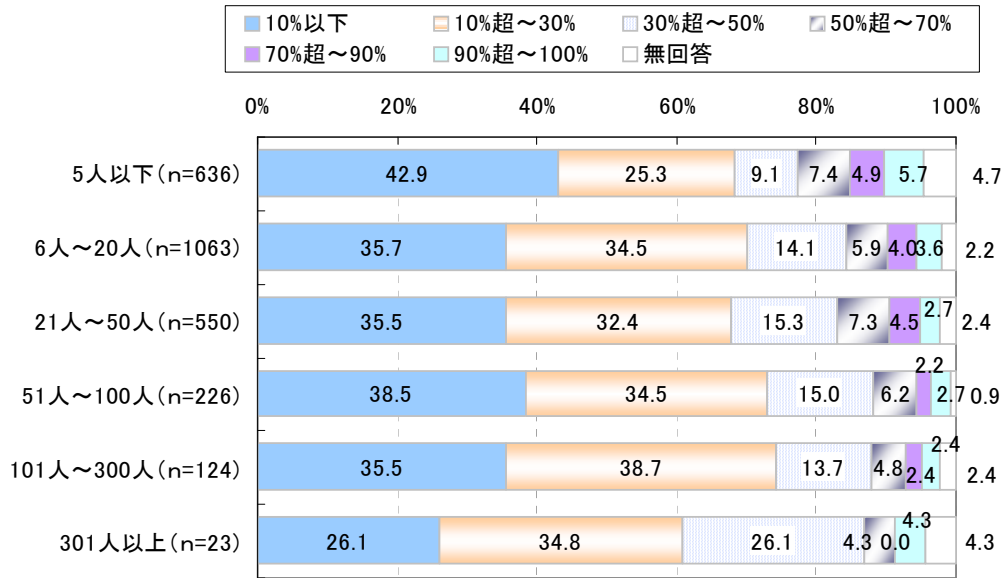
【全体】



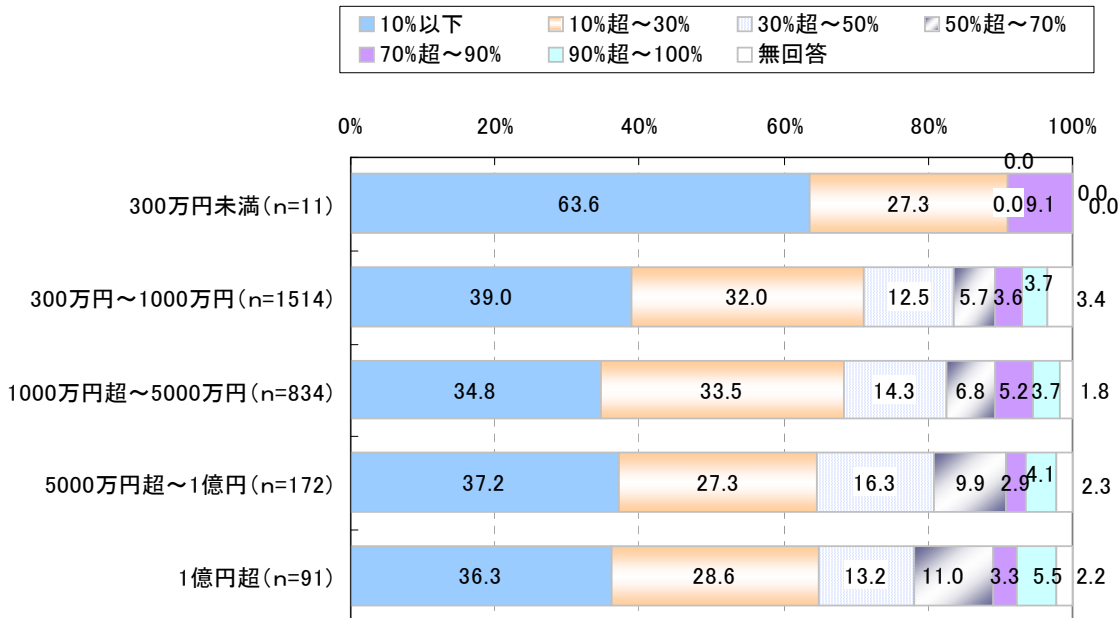
【業種別】



【従業員数別】



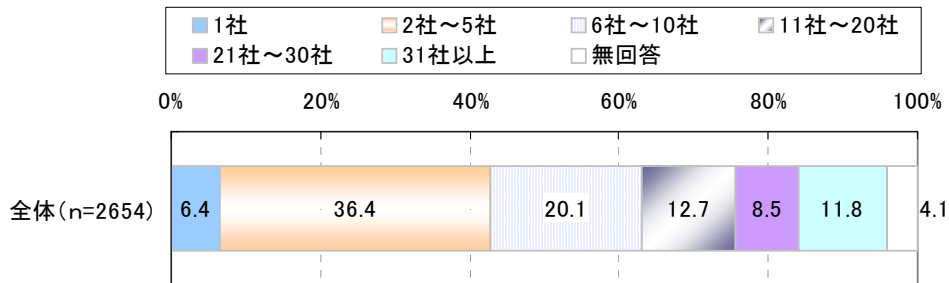
【資本金別】



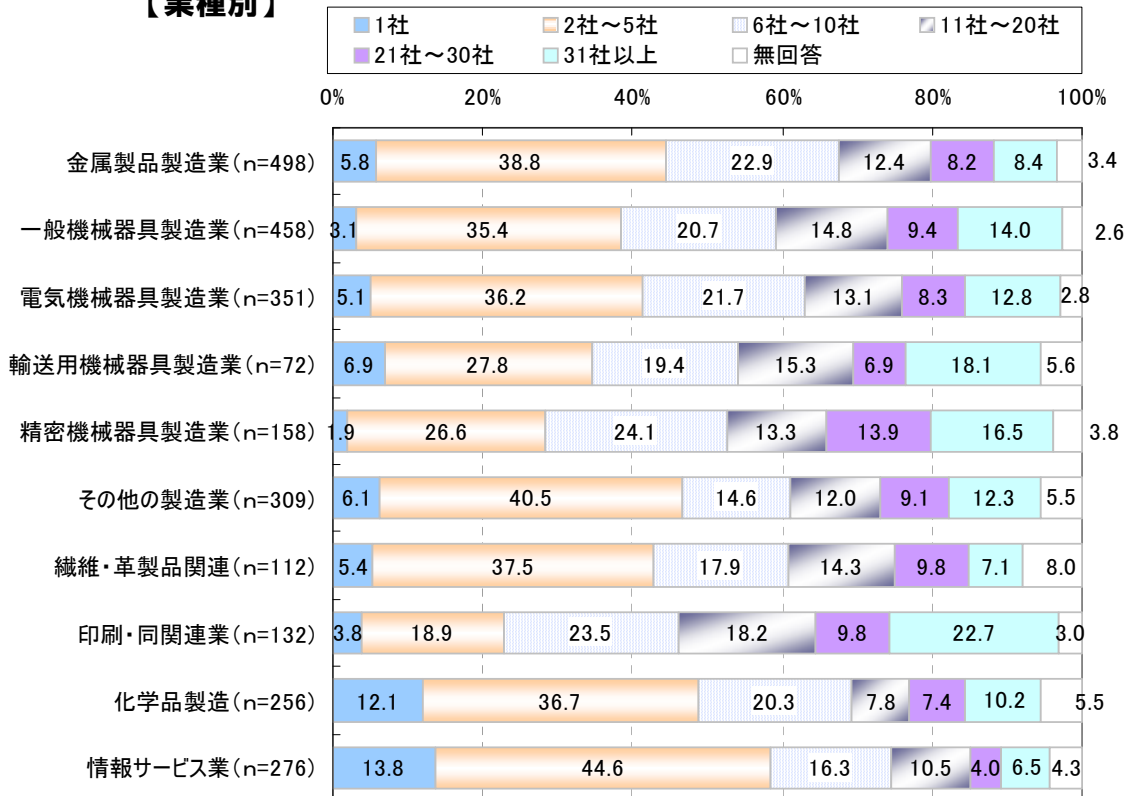
3 外注先の会社数

- 現在の外注先の会社数は「2～5社」が36.4%を占め最も多い。「5社以下」が全体の42.8%で、「10社以下」の比率では62.9%を占めている。
- 業種別でみると、精密機械器具製造業、印刷・同関連業では、外注先会社数が6社以上の比率が70%前後を占める。逆に外注先会社数が少ない企業の比率が最も高いのは情報サービス業となっている（「10社以下」の比率が74.6%を占める）。
- 従業員数別や資本金別でみると、従業員数が少ない企業ほど、また、資本金が小さい企業ほど外注先会社数が少ない傾向が見られる。

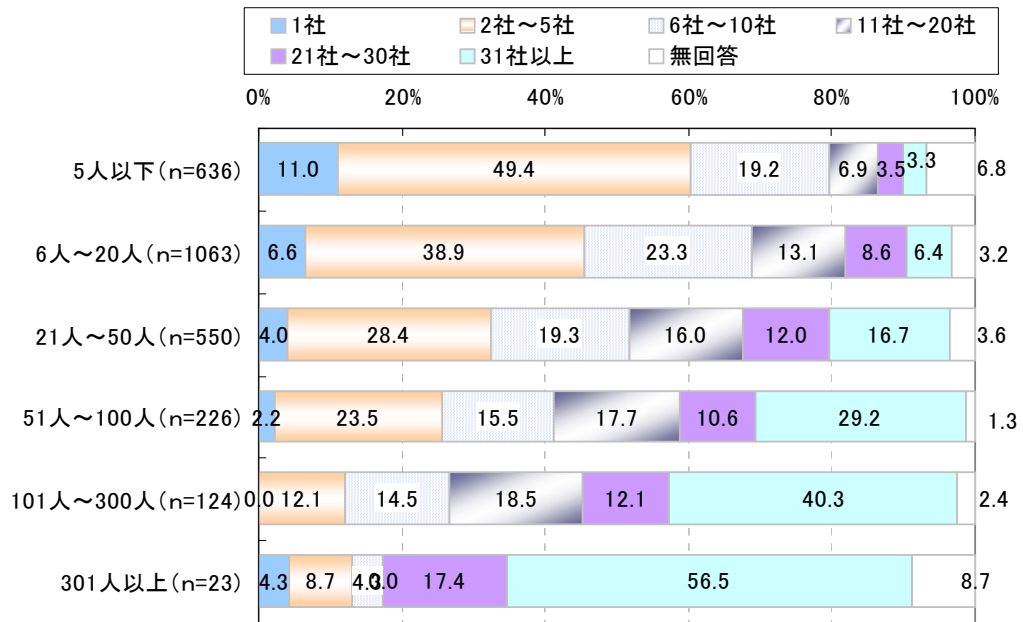
【全体】



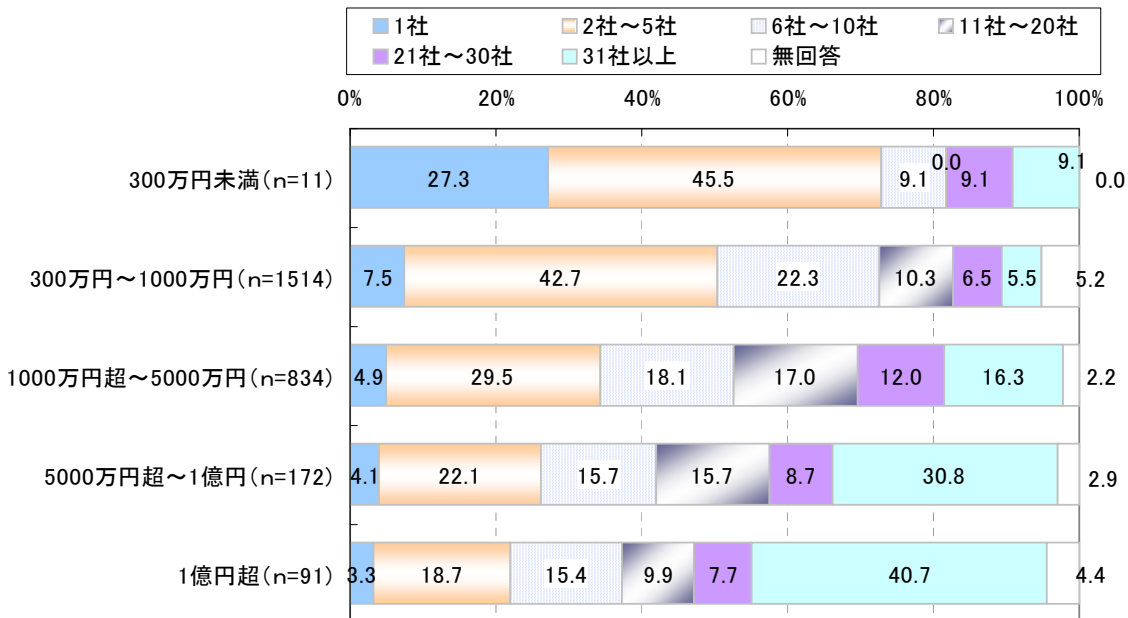
【業種別】



【従業員数別】



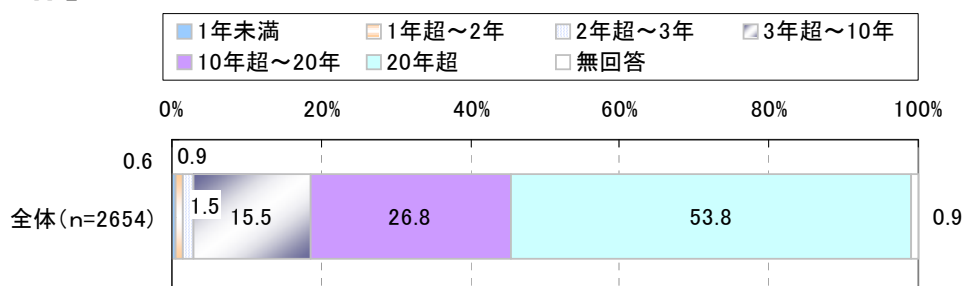
【資本金別】



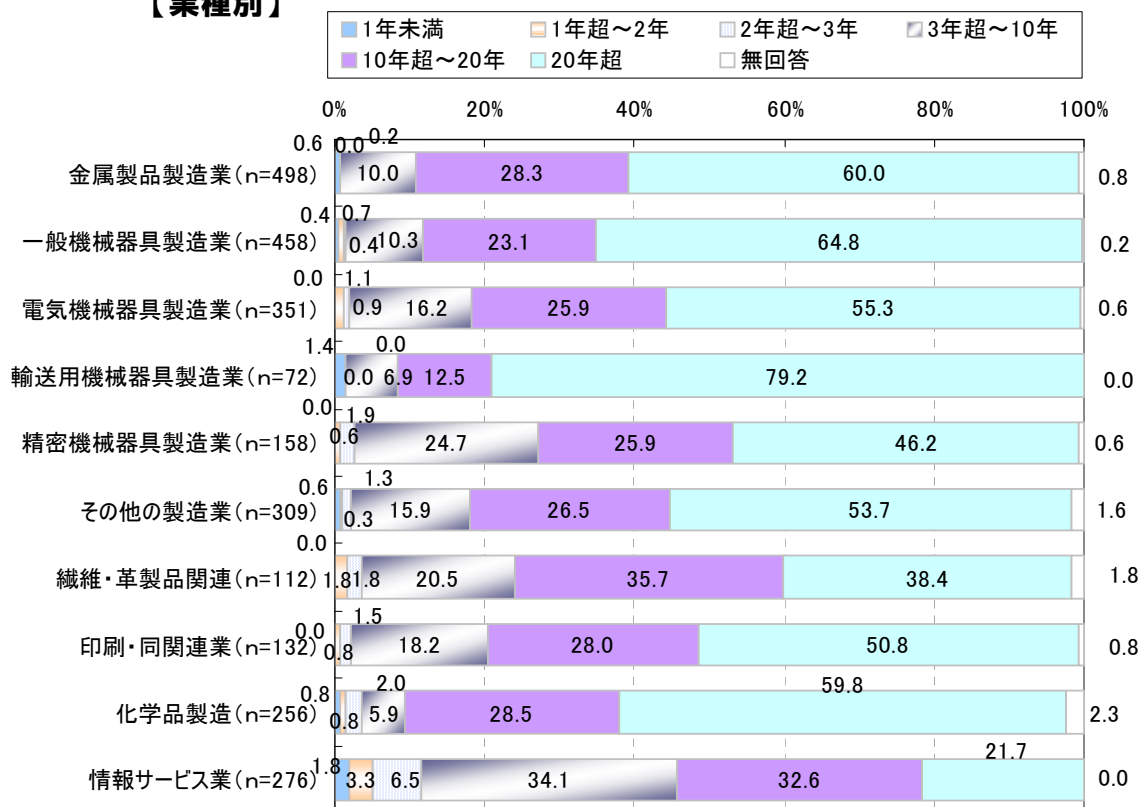
4 主要取引先との取引年数

- 主要取引先との取引年数は、「20年超」が53.8%を占める。「10年超～20年」(26.8%)を合わせると80.6%に達している。
- 業種別でみると、情報サービス業では、取引年数が「10年以下」の比率が45.7%で他の業種と比較して高い。その他、精密機械器具製造業、繊維・革製品関連、印刷・同関連業では「10年以下」の比率が2割を超えている。
- 従業員数別でみると、従業員数が少ない企業ほど「10年以下」の比率が高い傾向が見られる。
- 資本金別で、主要取引先との取引年数の傾向に大きな差は見られない。

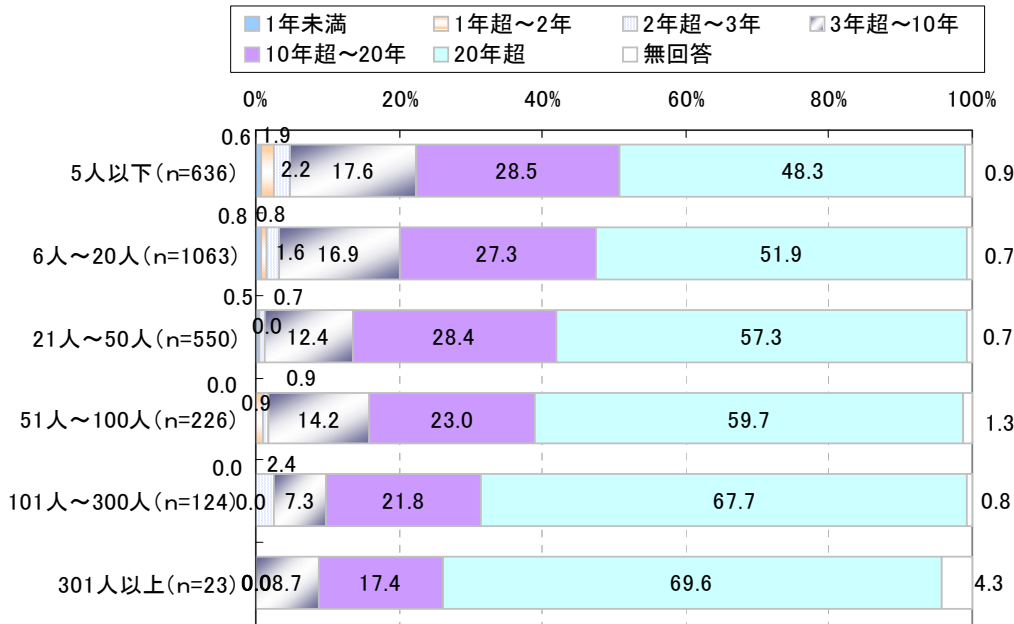
【全体】



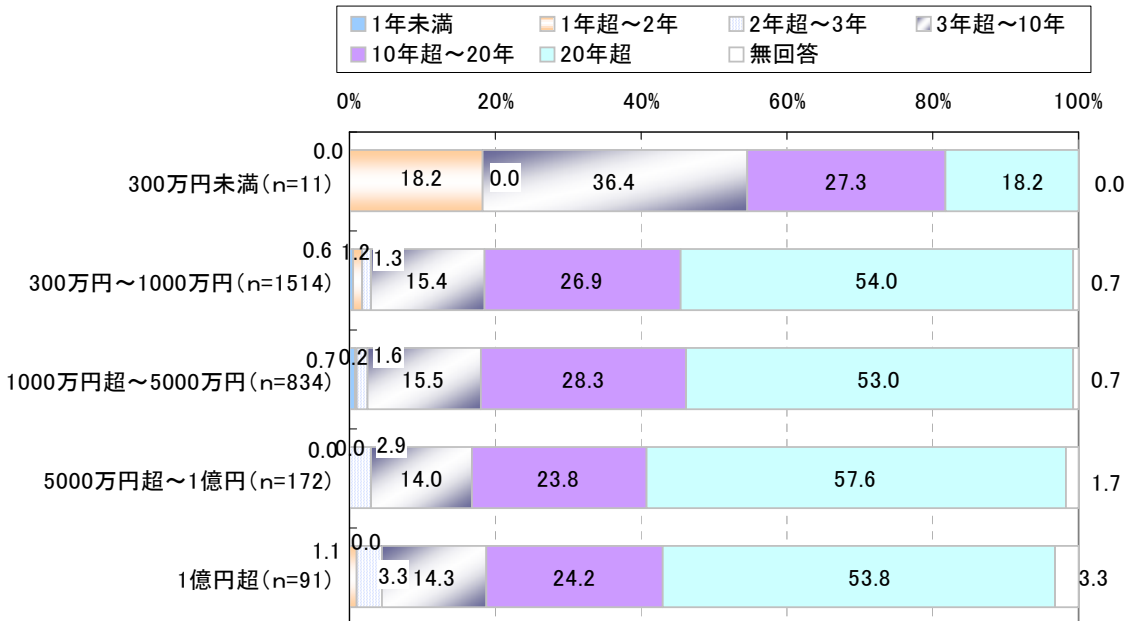
【業種別】



【従業員数別】



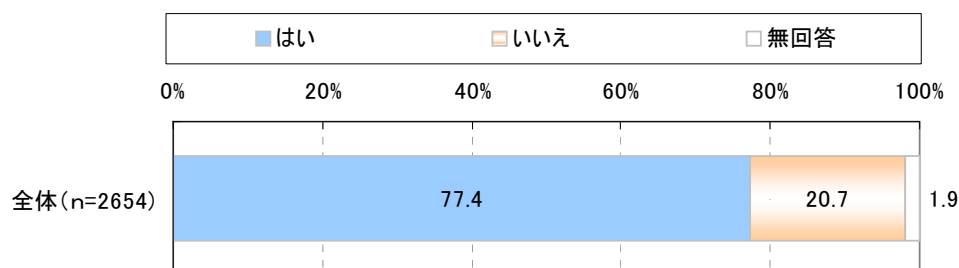
【資本金別】



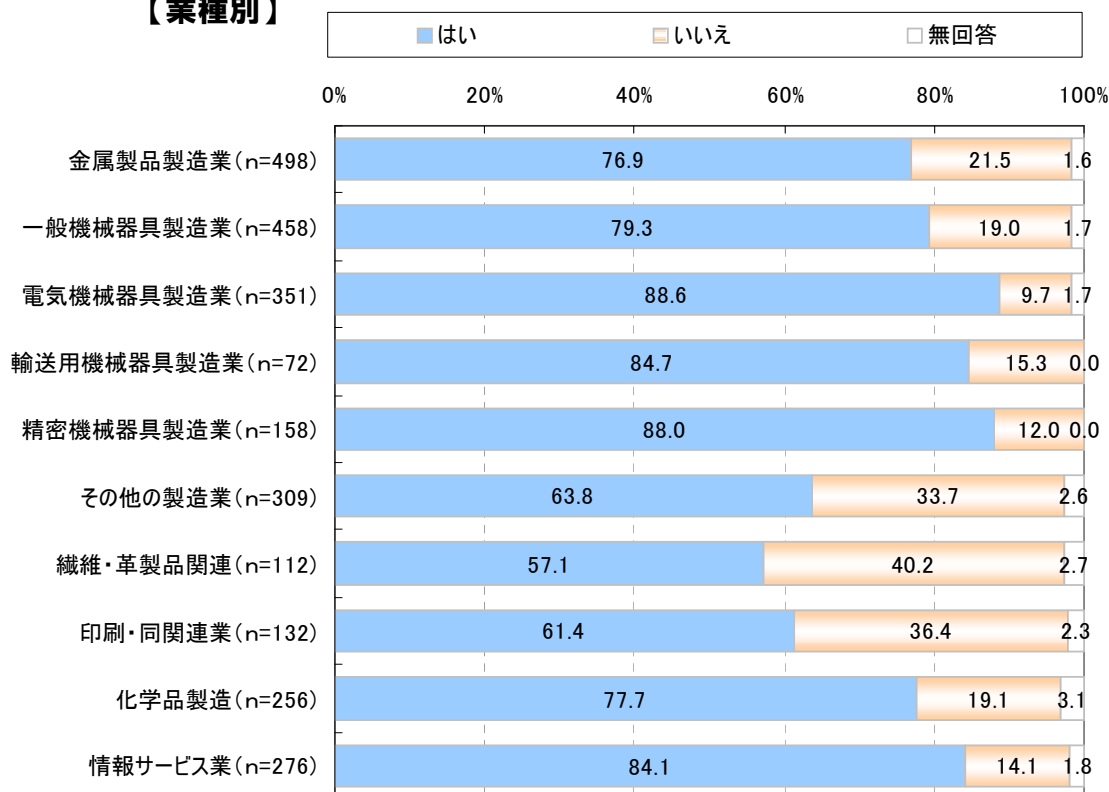
5 「下請代金支払遅延等防止法」の認知状況

- 下請代金支払遅延等防止法は、全体の77.4%が認知している。
- 業種別でみると、繊維・革製品関連(57.1%)、印刷・同関連業(61.4%)、その他製造業(63.8%)の認知度が他の業種と比較して低い。
- 従業員数別でみると、従業員数が「5人以下」の企業の認知度が61.3%にとどまるなど、従業員数が少ない企業の認知度が低い傾向が見られる。
- 資本金別でみると、資本金が「300万円～1,000万円」の会社の認知度は69.0%で、資本金が「1,000万円超」の会社では認知度が80%以上となっているのと比較して低い。

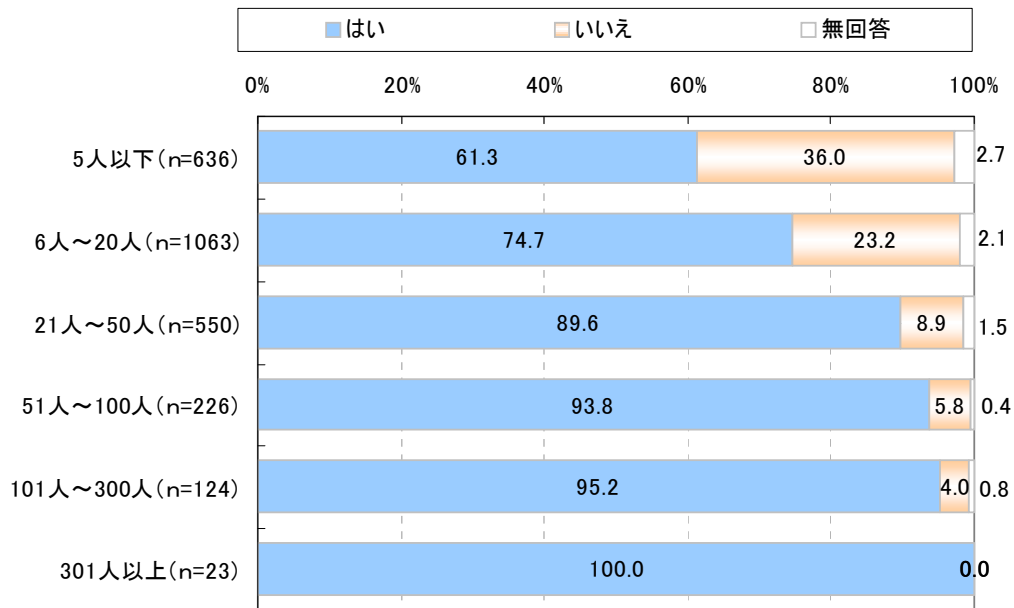
【全体】



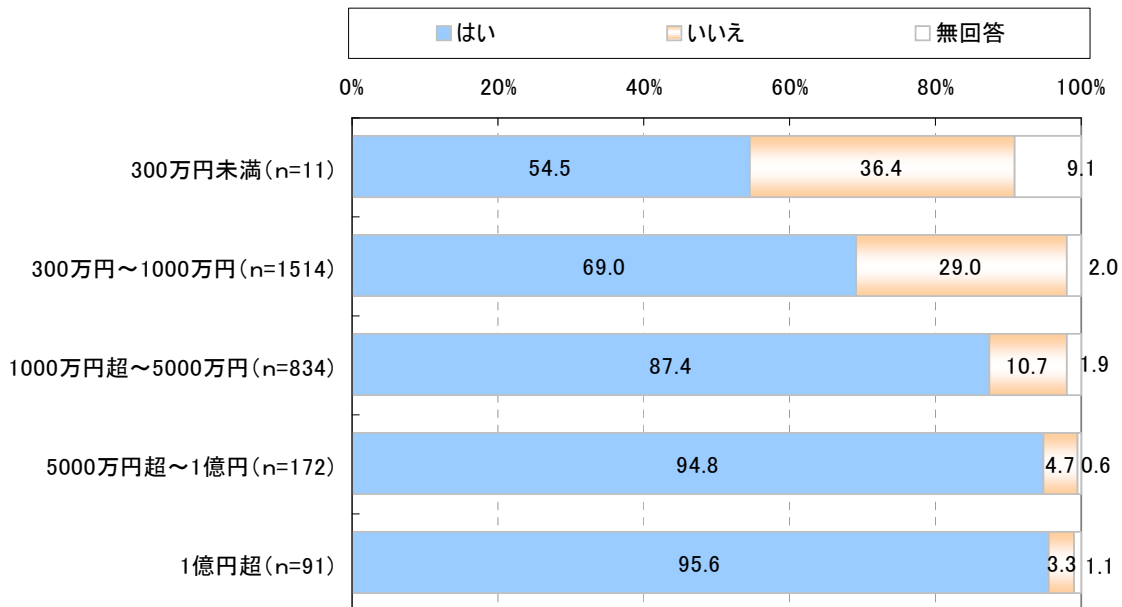
【業種別】



【従業員数別】



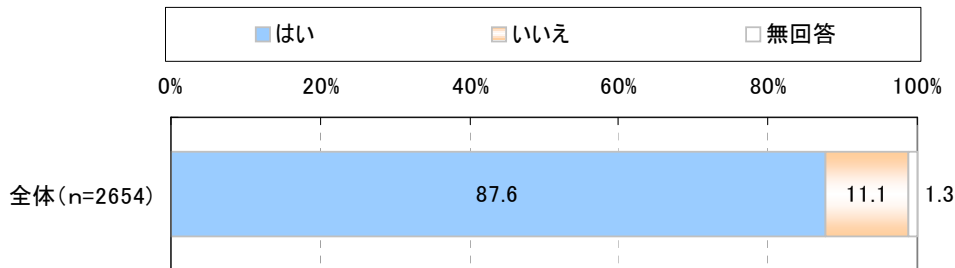
【資本金別】



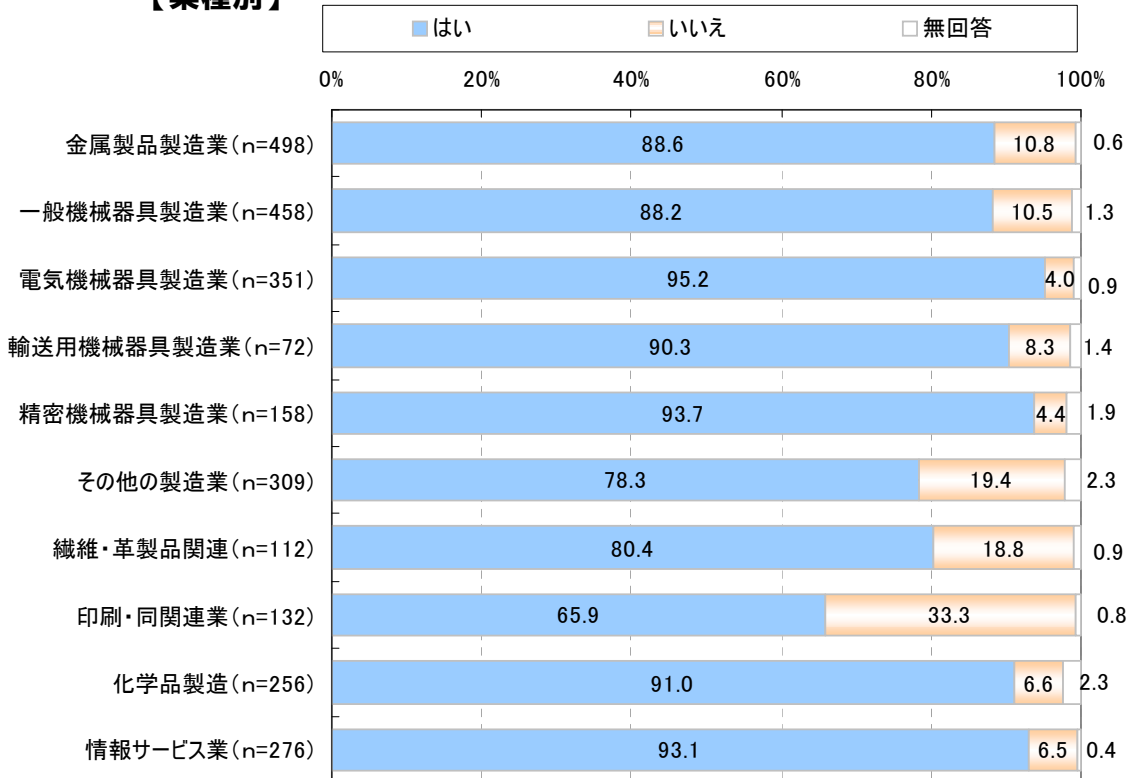
6 通常の取引における注文書等の書面の取り交わし状況

- 通常の取引で注文書等の書面の取り交わしを行っている企業は全体の87.6%を占めている。
- 業種別でみると、印刷・同関連業では、書面の取り交わしを行っている企業の比率が65.9%となっており、他の業種と比較して低い。
- 従業員数別でみると、書面の取り交わしを行っている企業の比率が、5人以下で78.1%、6人～20人で88.3%に留まり、それ以上が9割を超えているのと比較して低い。
- 資本金別でも、資本金額が小さい企業ほど書面の取り交わしを行っている比率がやや低い。

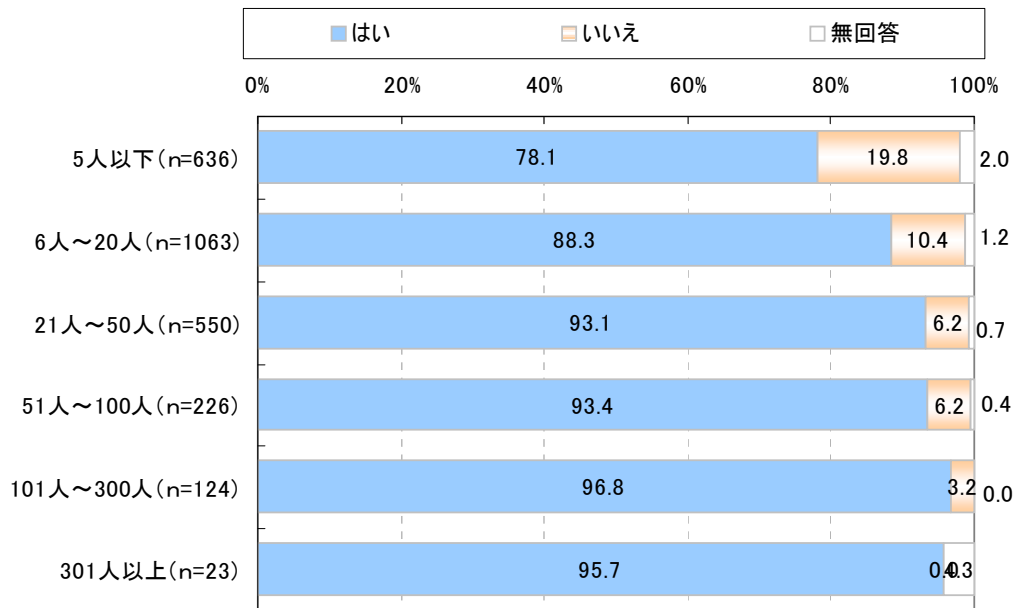
【全体】



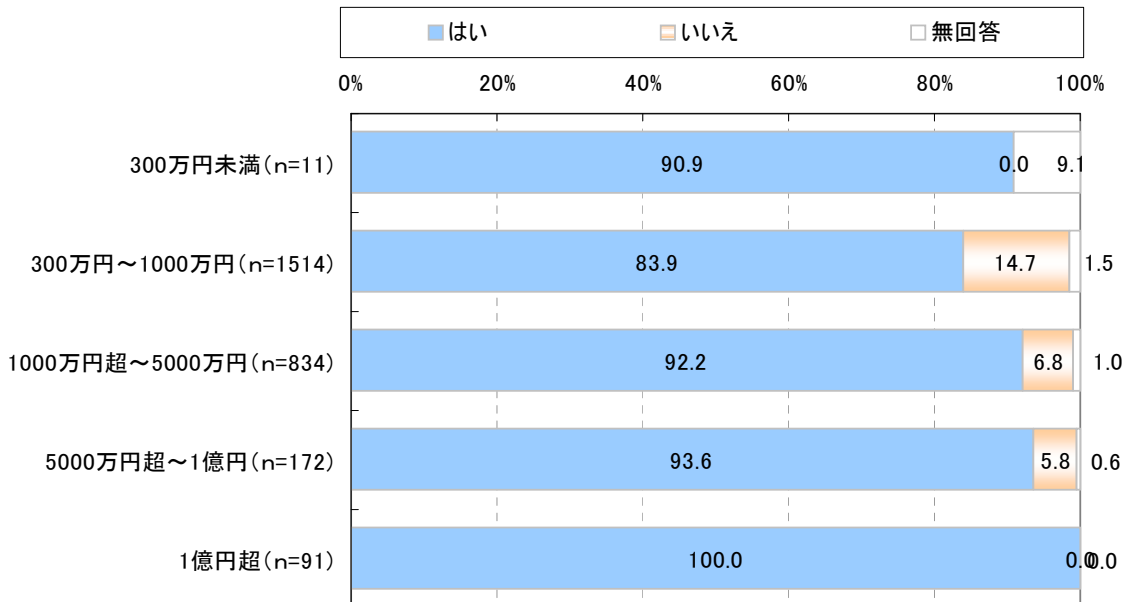
【業種別】



【従業員数別】



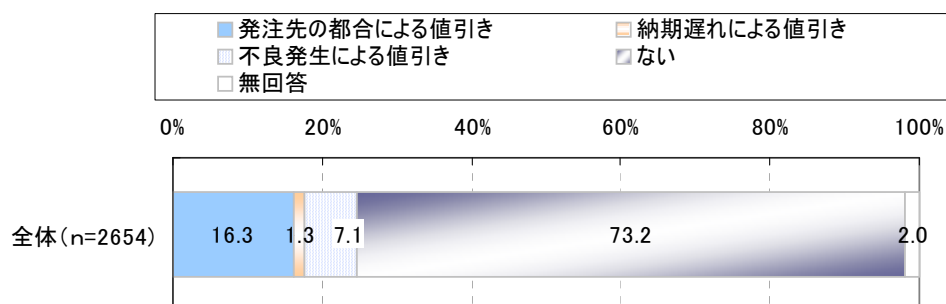
【資本金別】



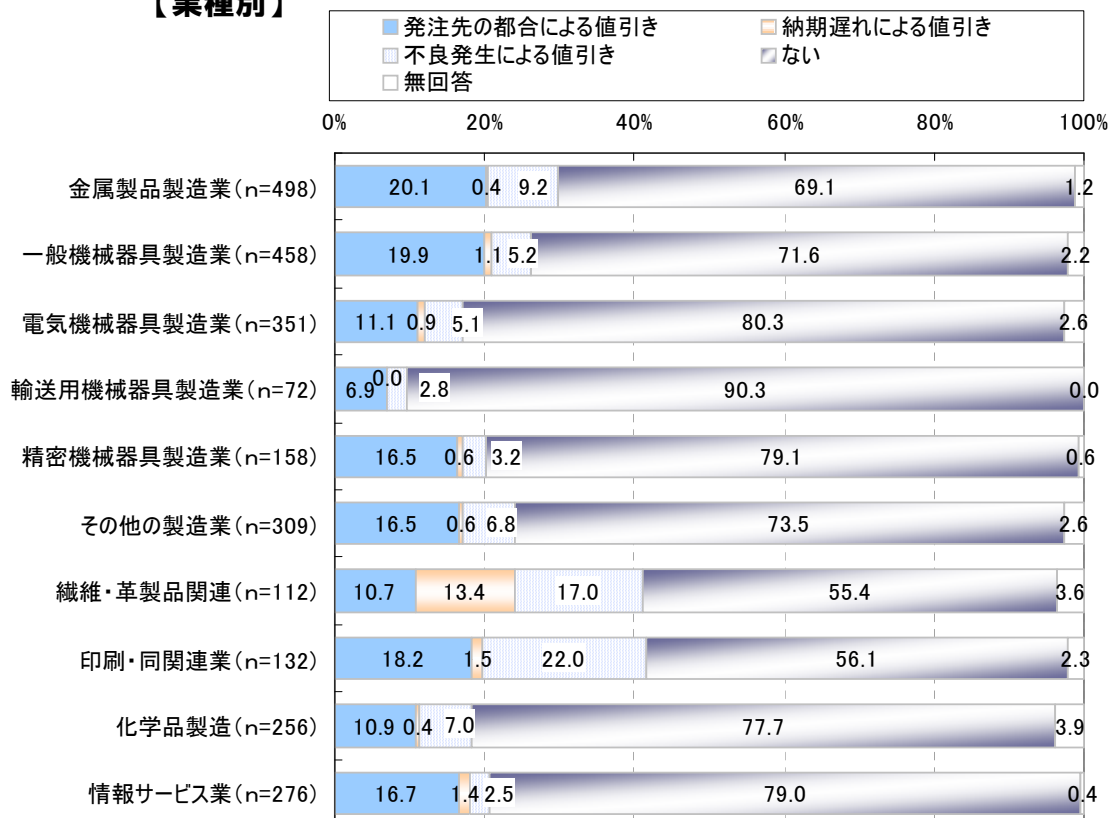
7 受注単価の後日変更の有無

- 得意先(発注企業)との取引で、受注単価が後日変更になることがあるか否かを尋ねたところ、「発注先の都合による値引き」が16.3%、「納期遅れによる値引き」が1.3%、「不良発生による値引き」が7.1%で、合計24.7%が後日変更されたことがあると回答している。
- 業種別でみると、印刷・同関連企業、繊維・革製品関連では、取引単価が後日変更になることが「ある」比率が4割を超えており他の業種と比較して高い。
- 従業員数別でみると、従業員数が5人以下の企業では、取引単価が後日変更になることが「ある」比率が29.1%で最も高い。また、資本金別では、300万円～1,000万円の「ある」が27.9%を占めるなど、小規模事業者ほど受注単価が後日変更になることが「ある」とする企業が多い傾向が見られる。

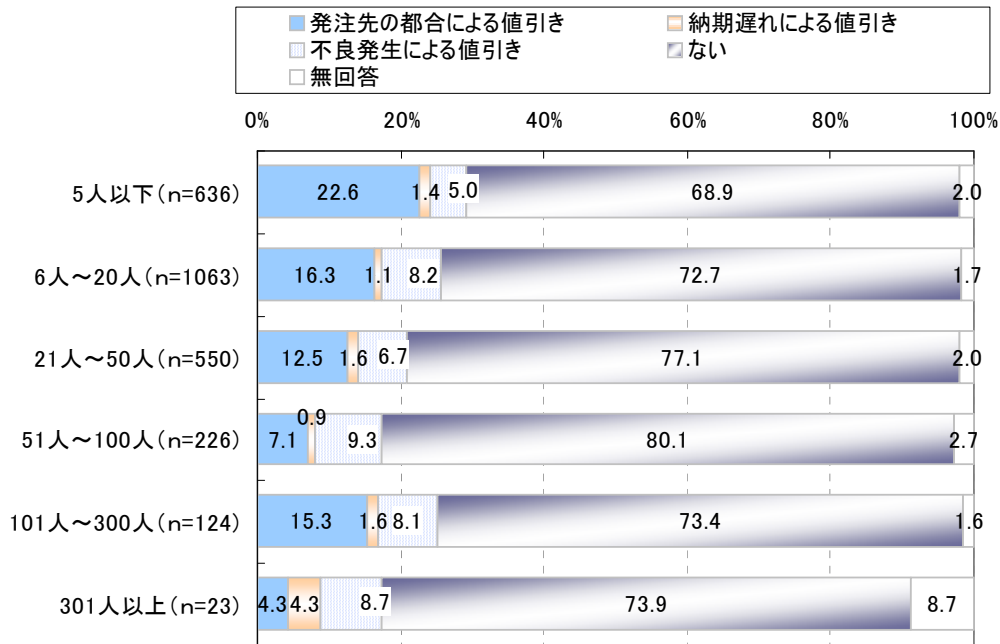
【全体】



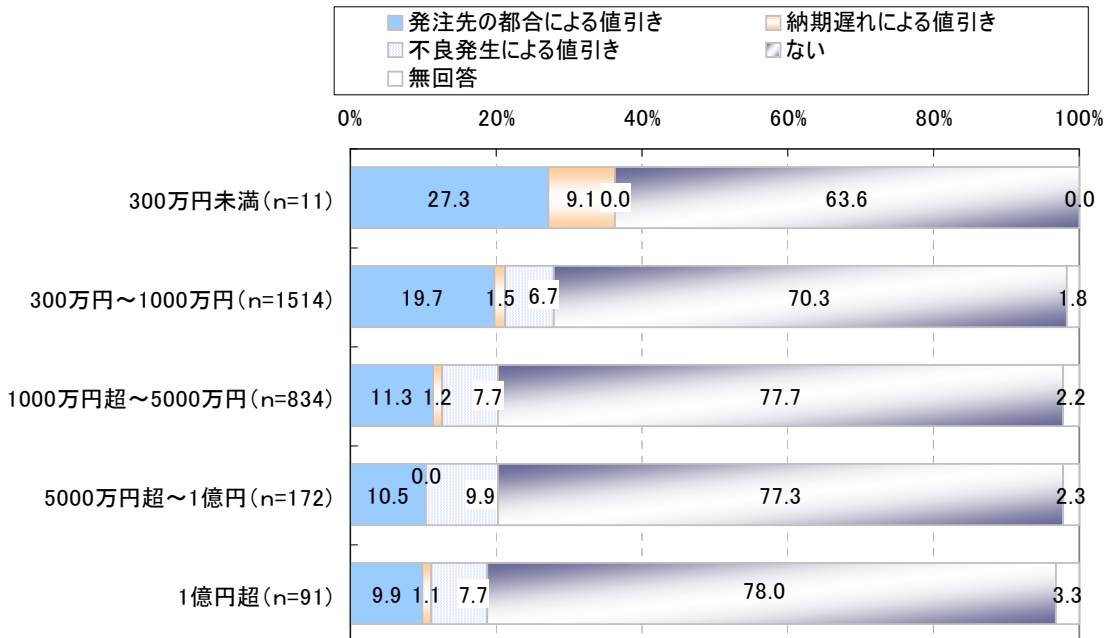
【業種別】



【従業員数別】



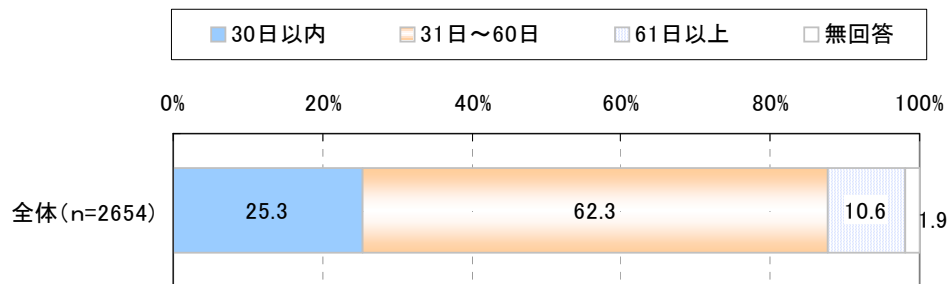
【資本金別】



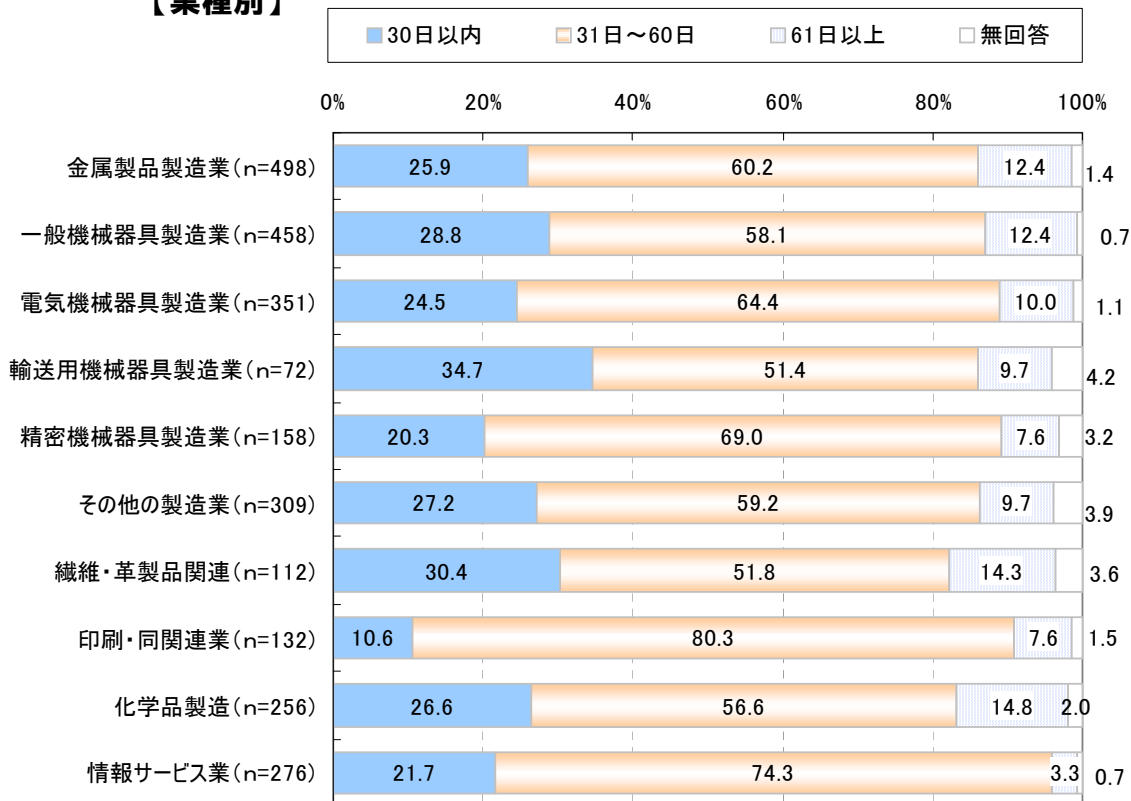
8 支払日までの期間

- 得意先(発注企業)に製品を納入してから支払日までの期間(平均)は、「31日～60日」が62.3%、「30日以内」が25.3%を占めている。
- 業種別でみると、印刷・同関連業では「30日以内」の比率が10.6%となっており、唯一2割を下回っている。
- 従業員数別では、支払日までの期間の傾向に大きな違いは見られない。
- 資本金額別でみると、若干ではあるが、資本金額が小さい企業ほど支払日までの期間が短い比率が高い傾向が見られる。

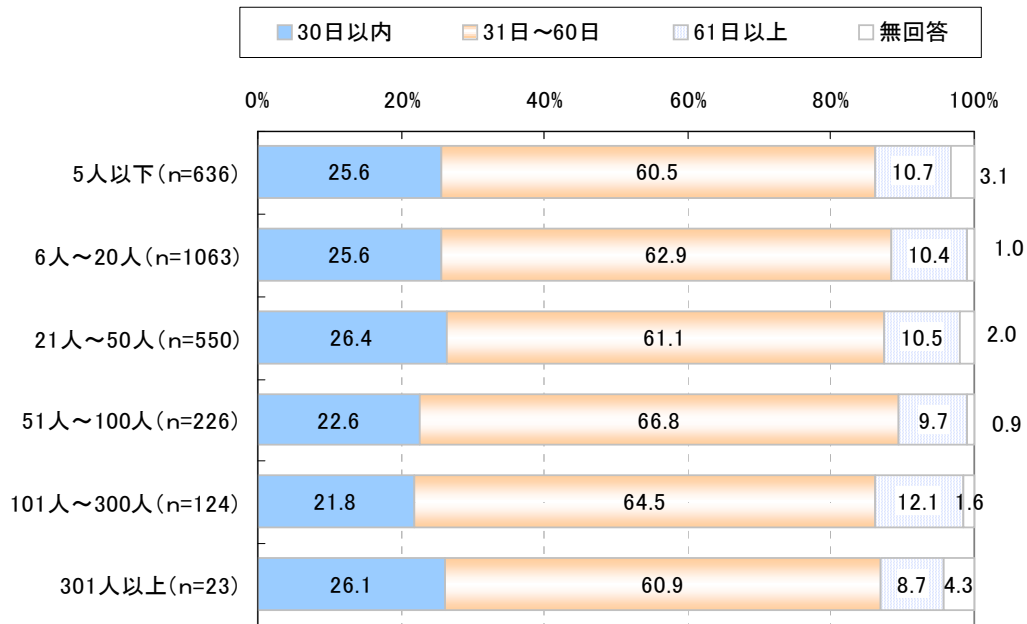
【全体】



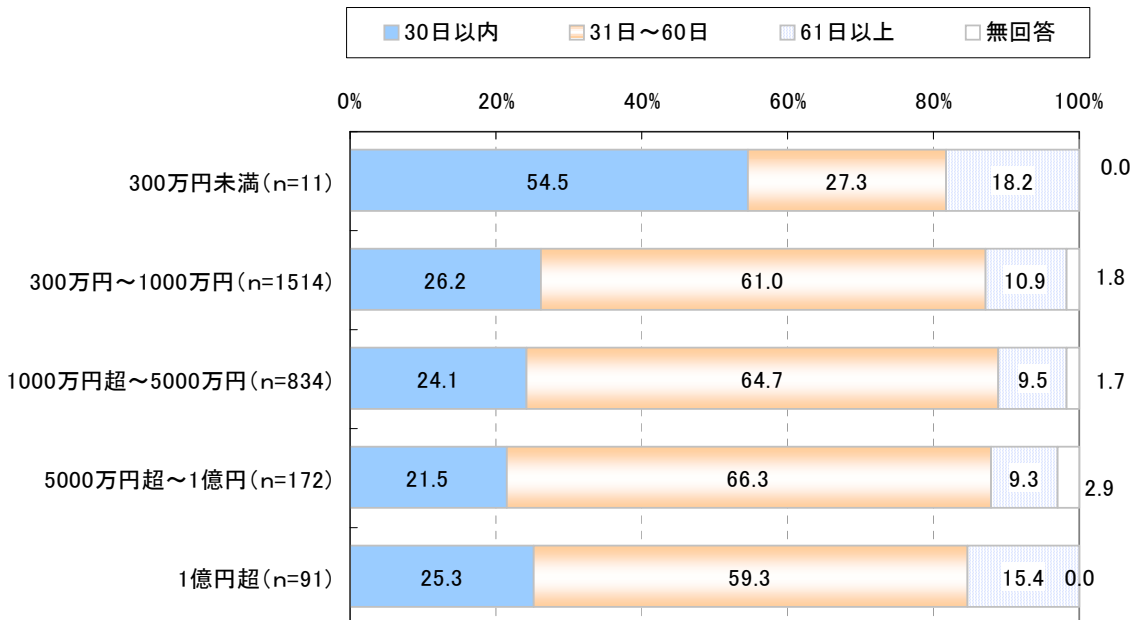
【業種別】



【従業員数別】



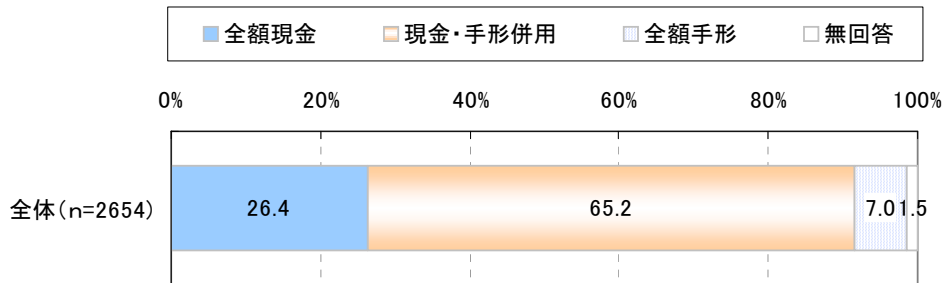
【資本金別】



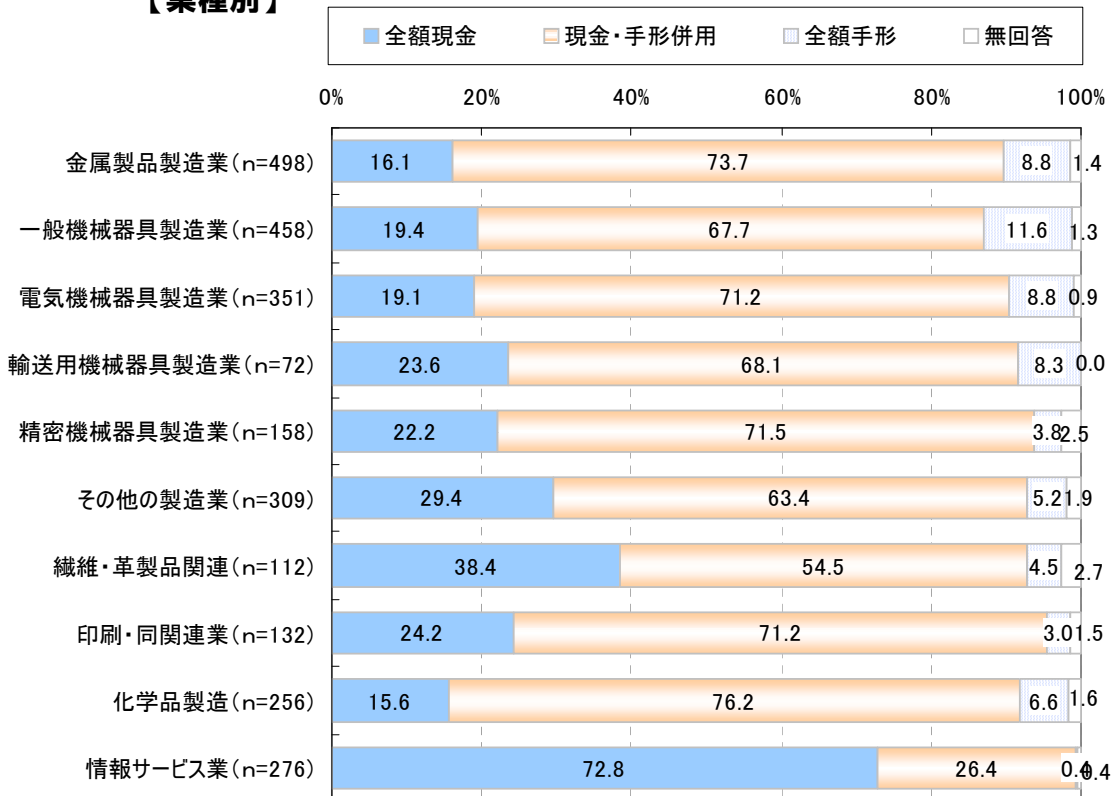
9 代金受け取り方法

- 得意先(発注企業)からの代金受け取り方法は、「現金・手形併用」が65.2%、「全額現金」が26.4%、「全額手形」が7.0%となっている。
- 業種別でみると、「全額現金」の比率が高いのは情報サービス業で72.8%と突出して高く、次いで、繊維・革製品関連の38.4%となっている。
- 従業員数別でみると5人以下の企業では「全額現金」の比率が35.7%を占めるなど、従業員数が少ない企業ほど「全額現金」の比率が高い。
- 資本金額別では、300万円～1,000万円と1億円超の企業(資本金額が小さい企業と大きい企業)で「全額現金」の比率が約28%を占めており、他と比較して高い。

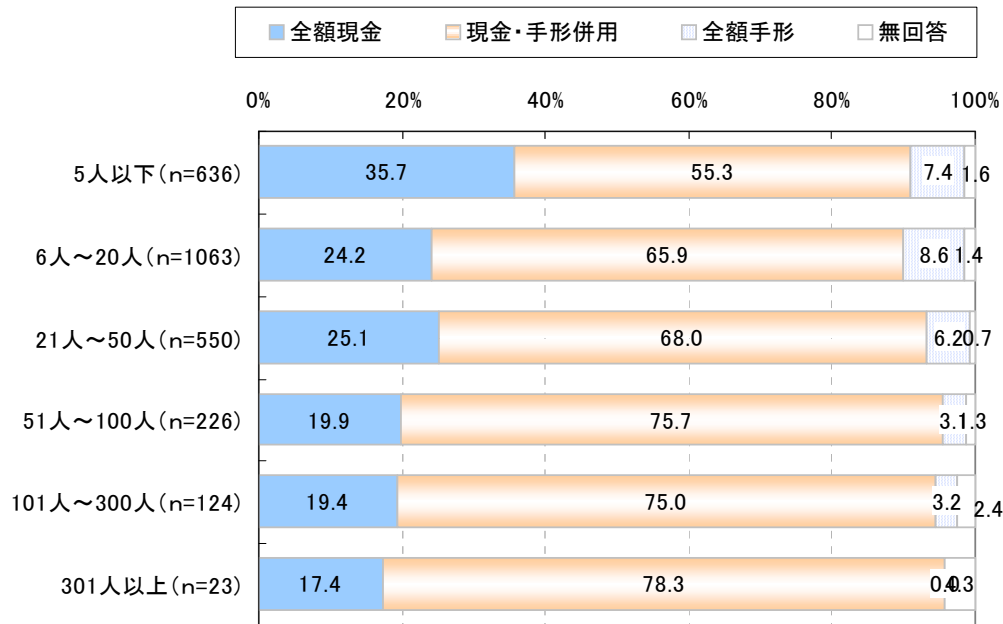
【全体】



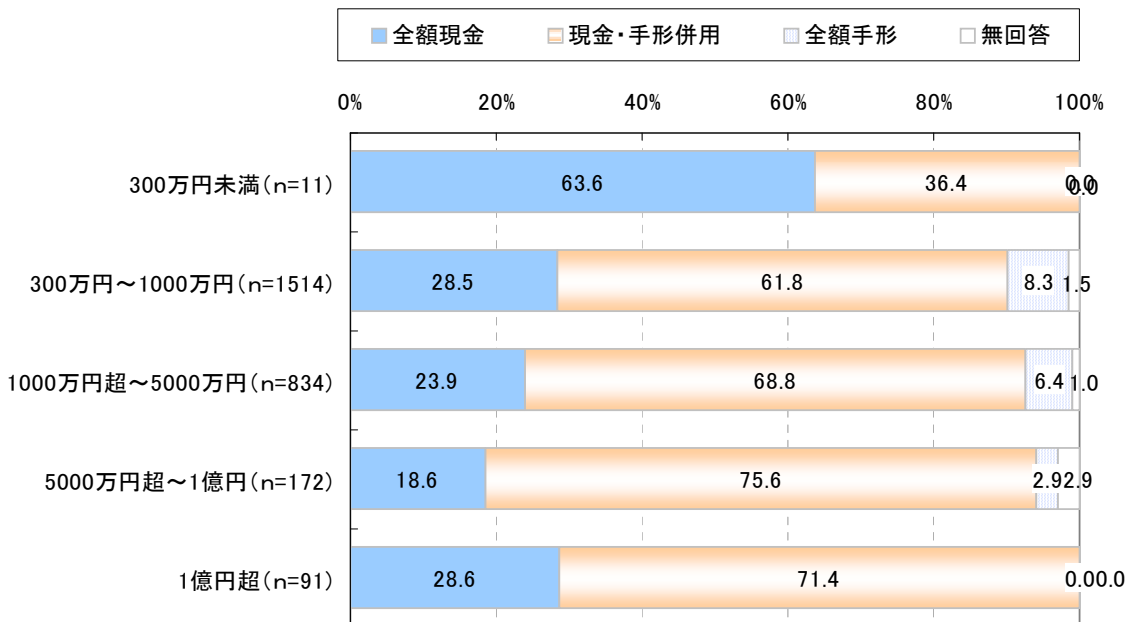
【業種別】



【従業員数別】



【資本金別】

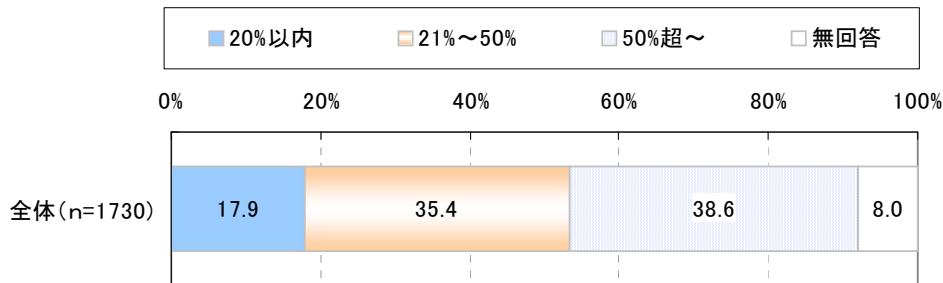


9-1 現金・手形併用の場合の現金割合

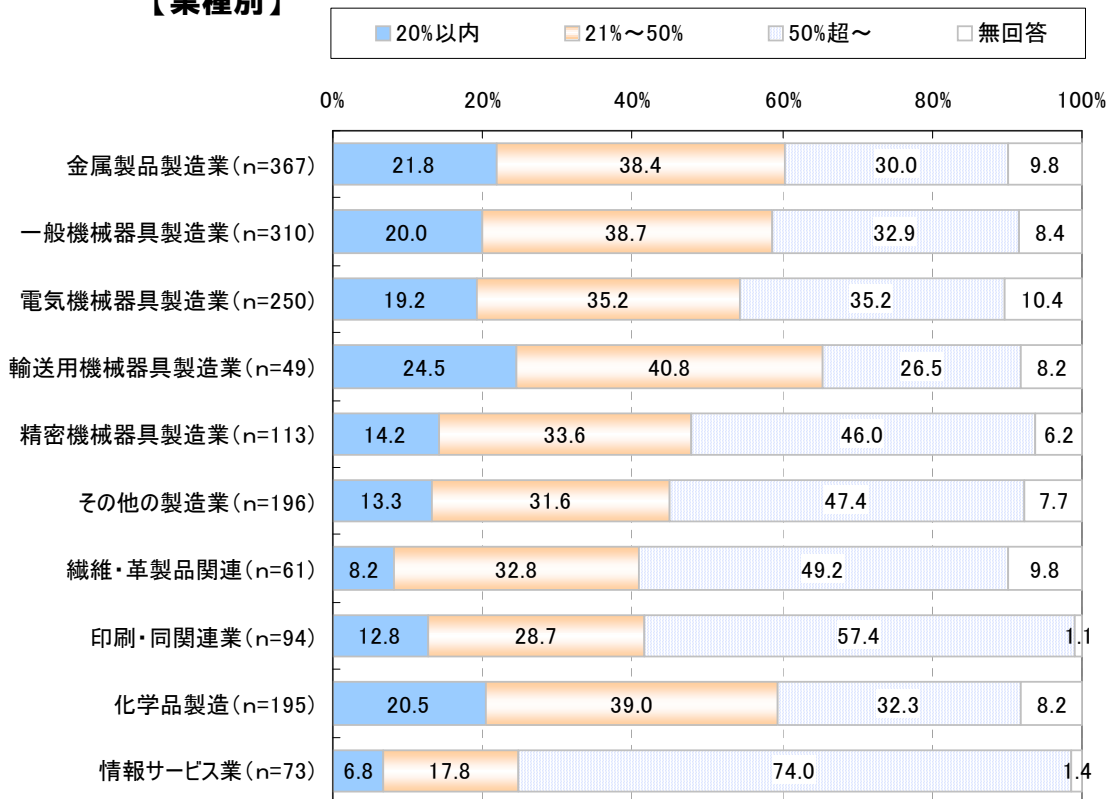
- 得意先(発注企業)からの代金受け取り方法が現金・手形併用の場合の、現金割合は「20%以内」が17.9%、「21%~50%」が35.4%、「50%超」が38.6%と分散している。
- 業種別で見ると、情報サービス業の現金比率が高い傾向が見られる。逆に、輸送用機械器具製造業、化学品製造などでは現金比率が低い企業が多い。
- 従業員数や資本金によって、現金・手形の場合の現金比率に大きな傾向に違いは見られない。

※得意先からの代金受け取り方法が「現金・手形併用」の企業限定

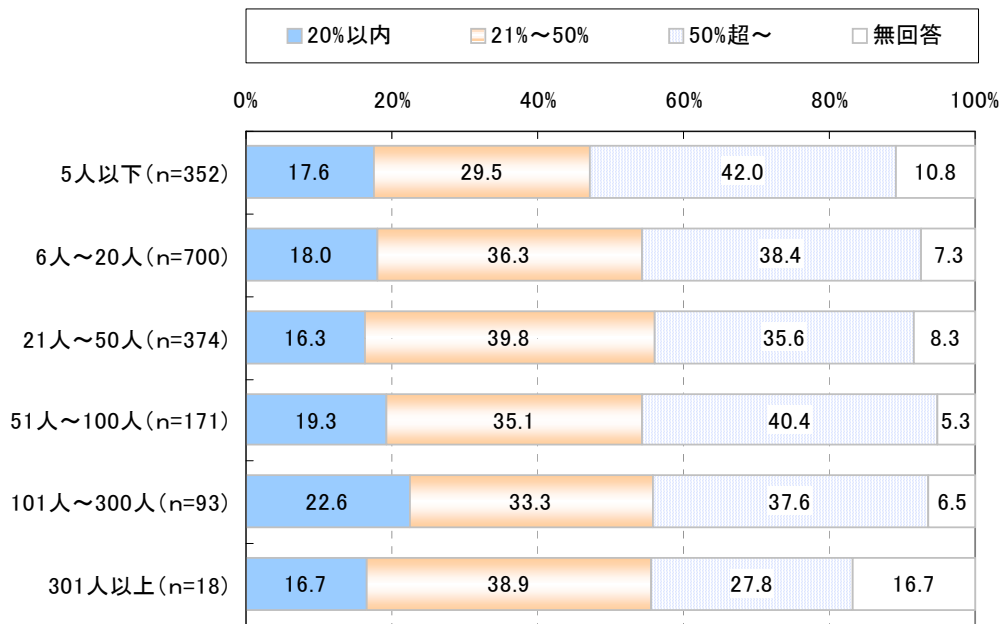
【全体】



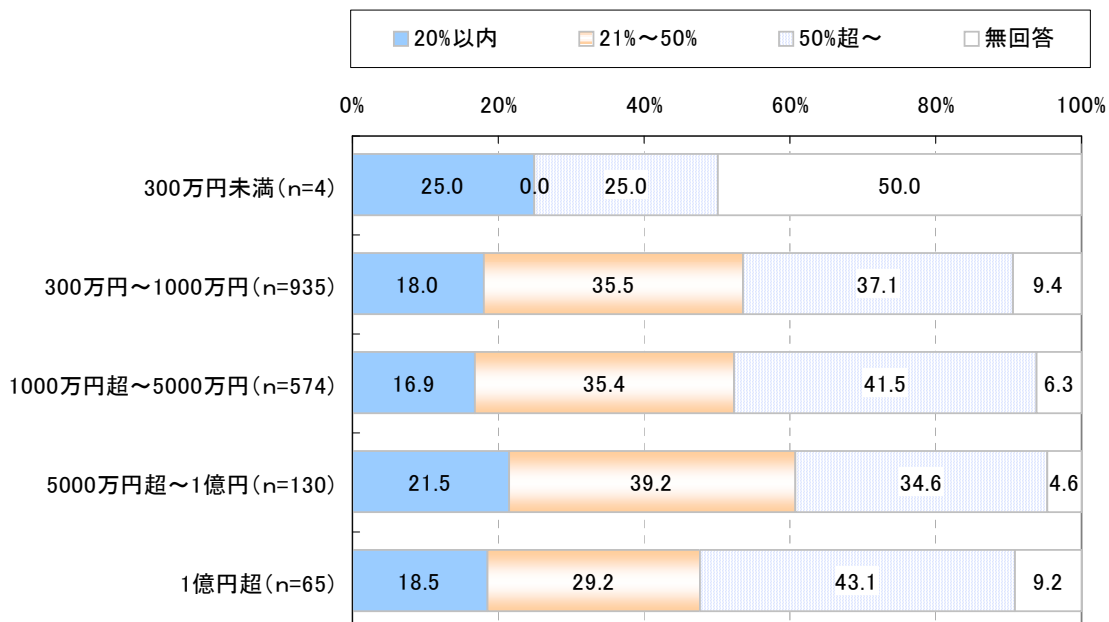
【業種別】



【従業員数別】



【資本金別】

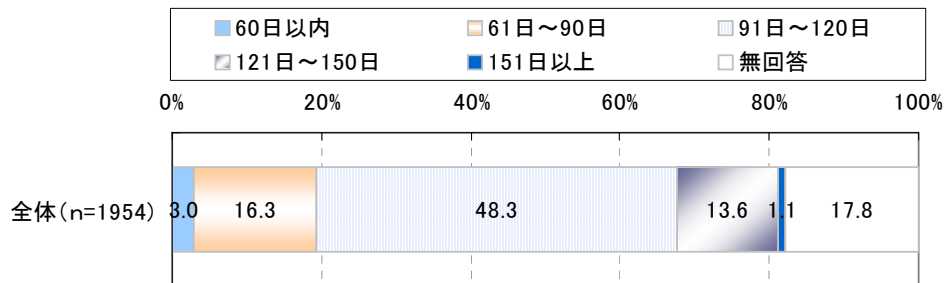


9-2 手形サイト

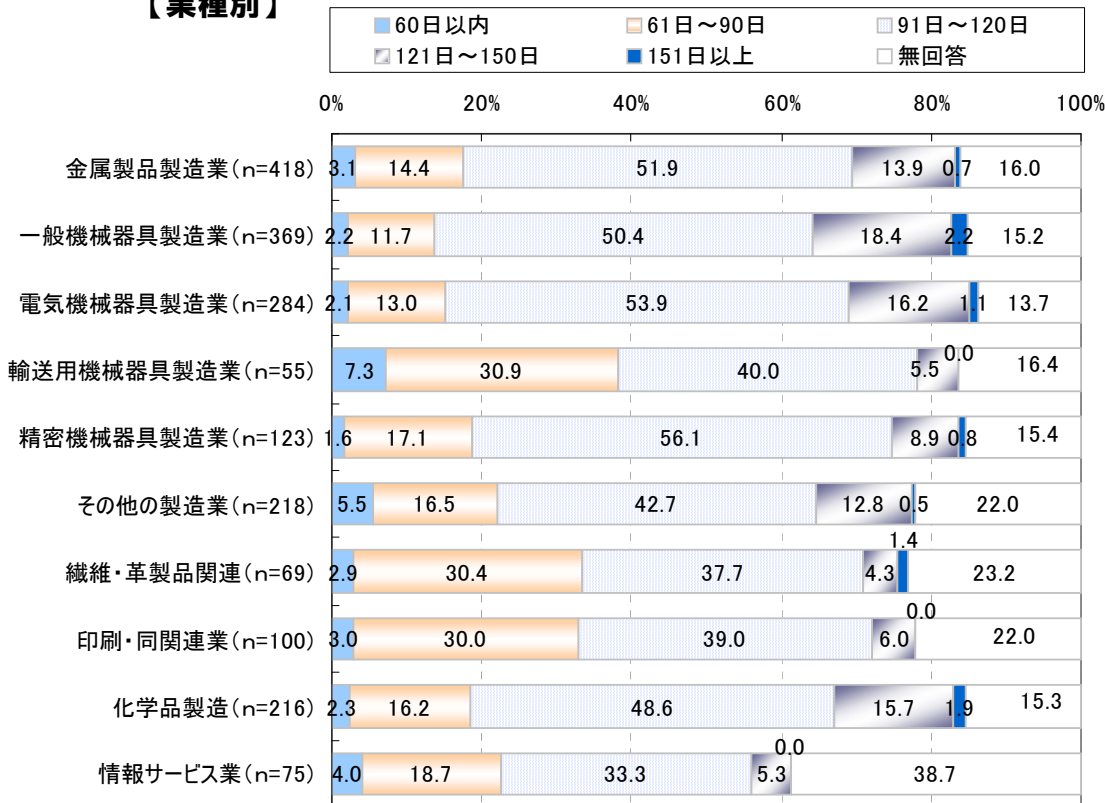
- 得意先(発注企業)からの代金受け取り方法で「手形」が含まれる企業に対して、手形サイトを尋ねたところ、「91日～120日」が48.3%で最も多く、次いで「61日～90日」の16.3%、「121日～150日」の13.6%、「60日以内」はわずか3.0%との回答であった。
- 業種別でみると、一般機械器具製造業では、「121日以上」の比率が20.6%と唯一20%を超えており、手形サイトが長期間となっている。一方で、手形サイトが「90日以下」の比率が3割を超えているのは輸送用機械器具製造業(38.2%)、繊維・革製品関連(33.3%)、印刷・同関連業(33.0%)となっている。
- 従業員数別では、5人以下、6人～20人の小規模事業者では「121日～150日」の比率が15%前後に達しており、他と比較してやや高い。

※得意先からの代金受け取り方法が「現金・手形併用」「全額手形」の企業限定

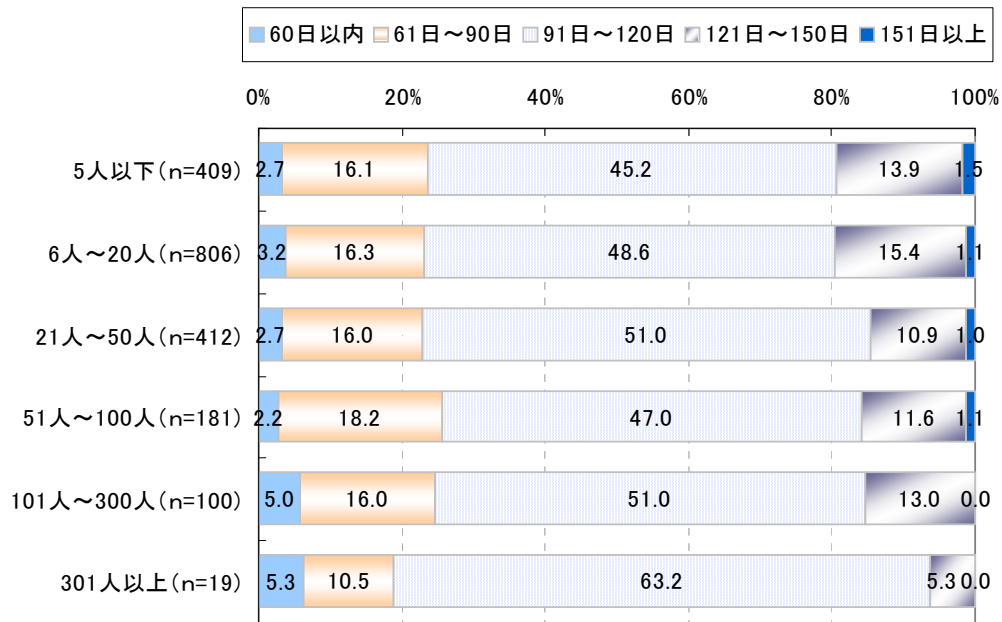
【全体】



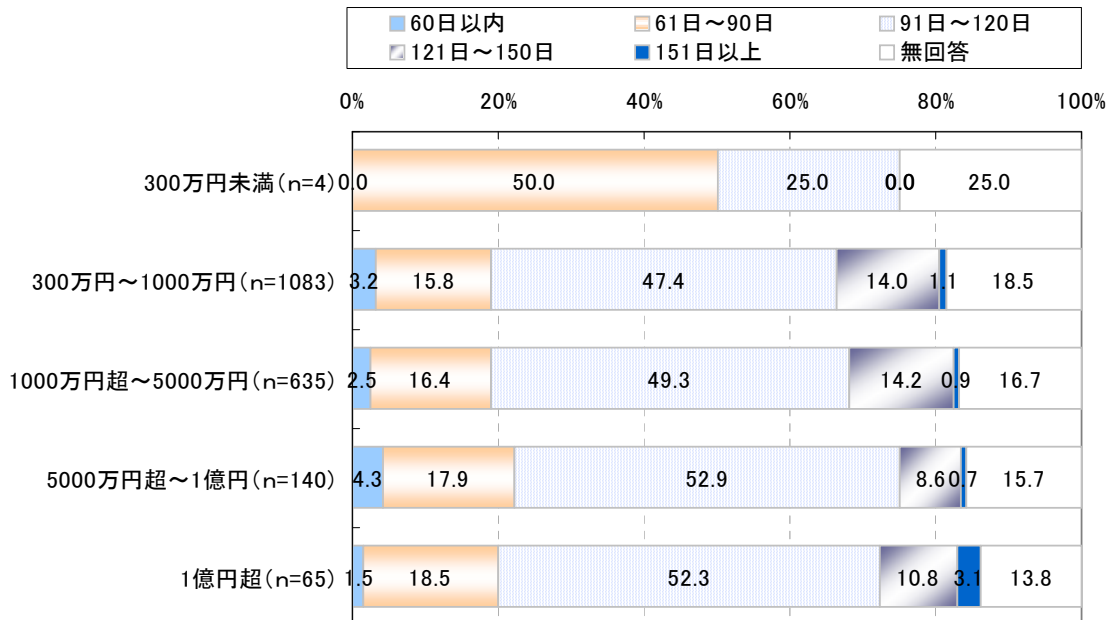
【業種別】



【従業員数別】



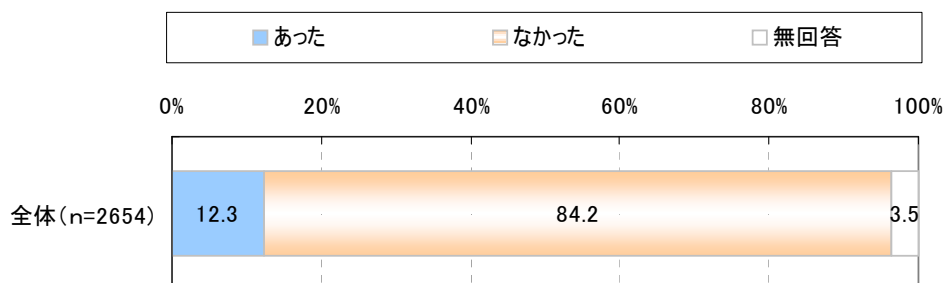
【資本金別】



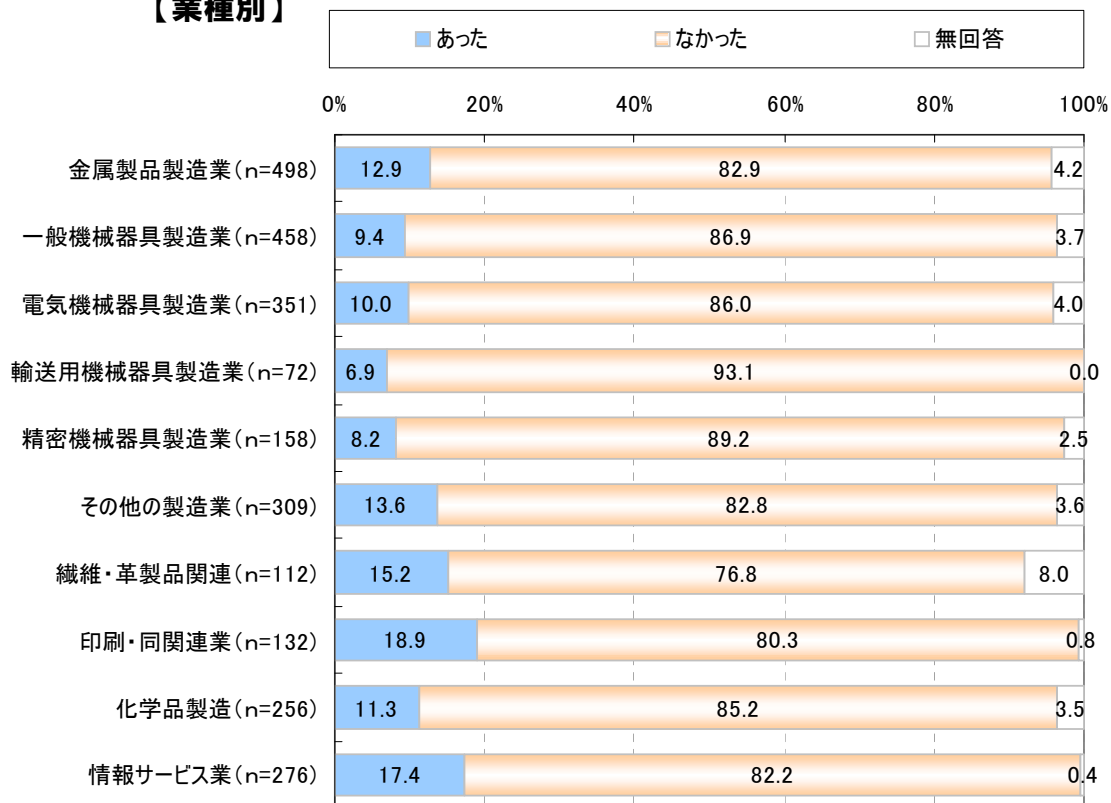
10 取引における最近1年間のトラブルの有無

- 最近1年間で得意先(発注企業)とのトラブルがあったか否かを尋ねたところ、全体の12.3%がトラブルが「あった」と回答している。
- 業種別で見ると、トラブルが「あった」比率が高いのは、印刷・同関連業(18.9%)、情報サービス業(17.4%)、繊維・革製品関連業(15.2%)などとなっている。
- 従業員数別や資本金別で傾向に大きな差は見られない。

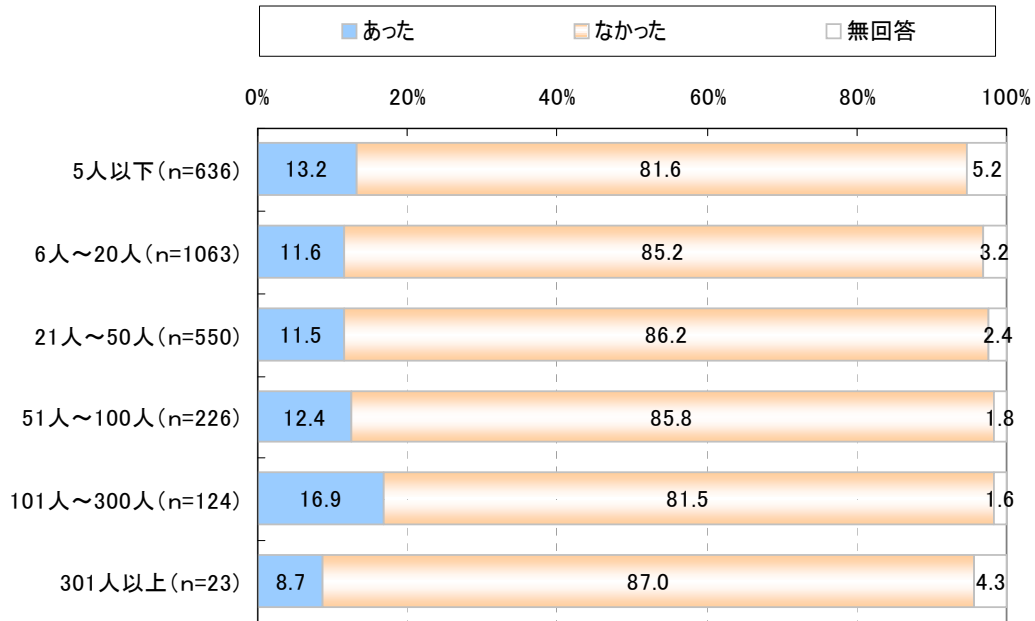
【全体】



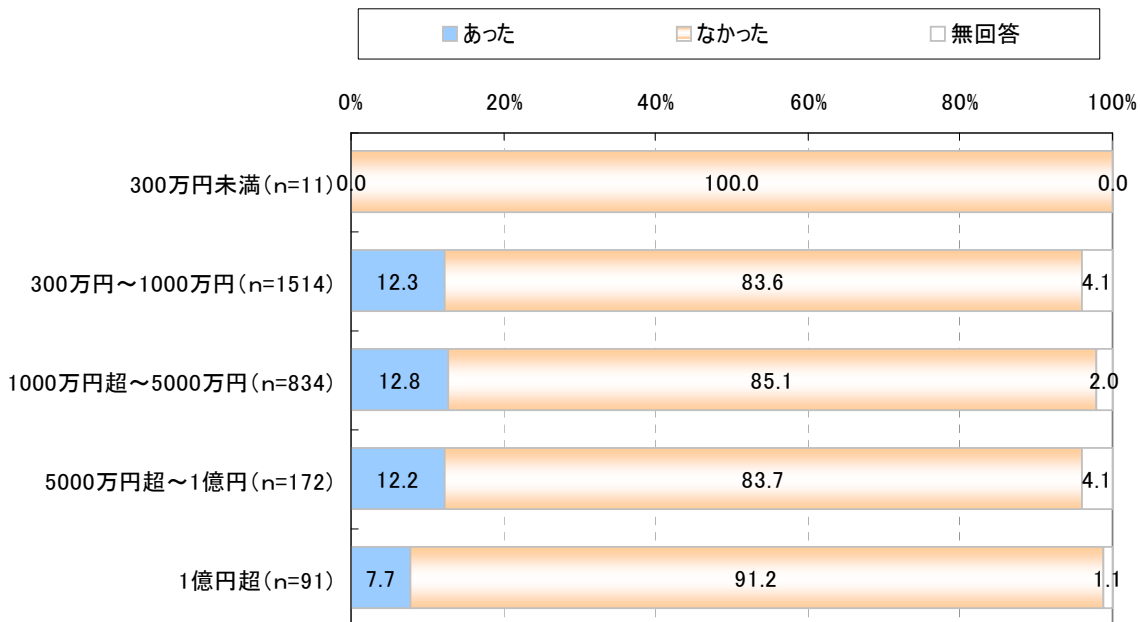
【業種別】



【従業員数別】



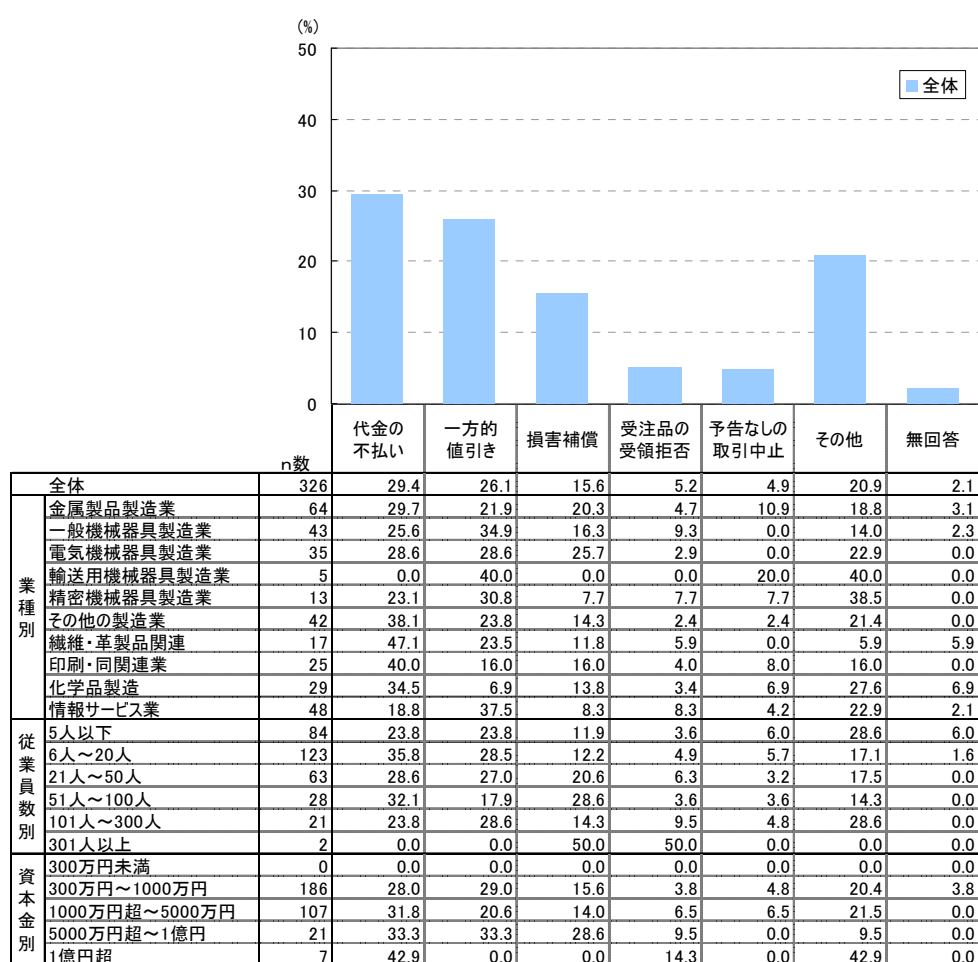
【資本金別】



10-1 トラブルの主な原因

- 最近1年間で得意先(発注企業)とのトラブルが「あった」企業にトラブルの主な原因を尋ねたところ、「代金の不払い」(29.4%)、「一方的な値引き」(26.1%)、「損害補償」(15.6%)などの回答となっている。
- トラブル原因の「その他」の内容としては、「倒産」や、「支払遅延」、「分割支払要求」などの意見が目立つ。

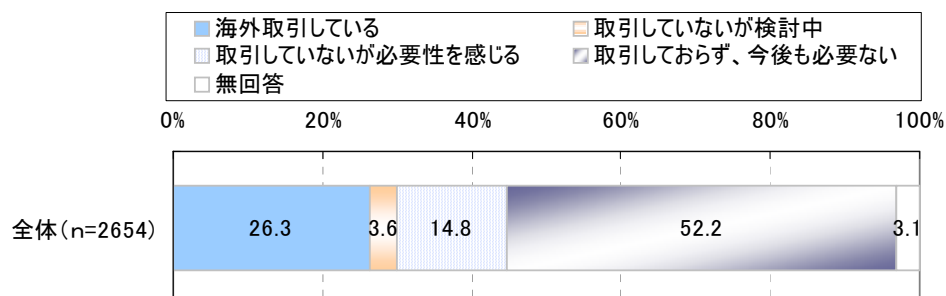
※得意先との取引で最近1年間にトラブルが「あった」企業限定



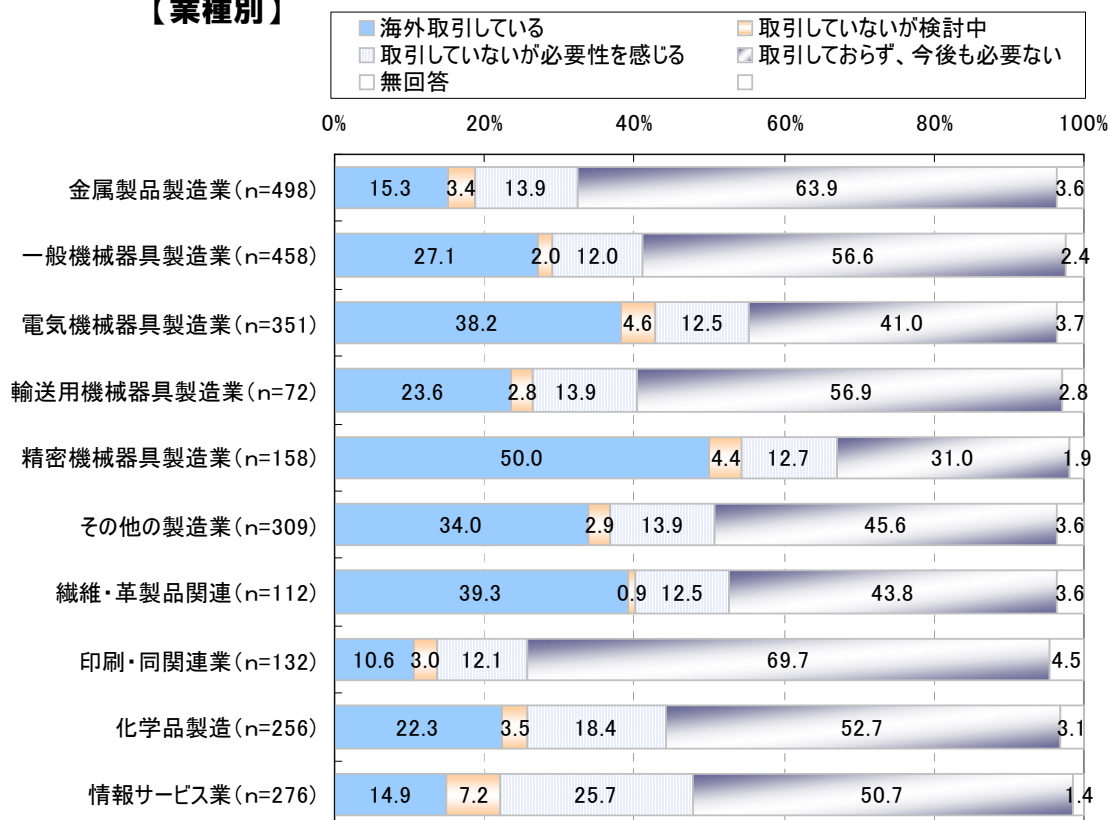
1 1 海外取引（輸出入）の実施有無

- 海外への進出、取引を行っているか否かを尋ねたところ、「海外取引している」が26.3%、「海外取引していないが、検討中である」が3.6%、「海外取引していないが、必要性を感じる」が14.8%となっており、合計44.7%が、海外との取引を実施・検討・必要性ありと認識している。
- 業種別でみると、精密機械器具製造業では「海外取引をしている」が50.0%と他の業種が4割にも達していないのと比較して高く、これに、繊維・革製品関連(39.3%)、電気機械器具製造業(38.2%)、その他製造業(34.0%)などが続く。
- 従業員数別では従業員数が多い企業ほど、資本金別では資本金が大きい企業ほど海外取引を実施している比率が高い傾向が見られる。

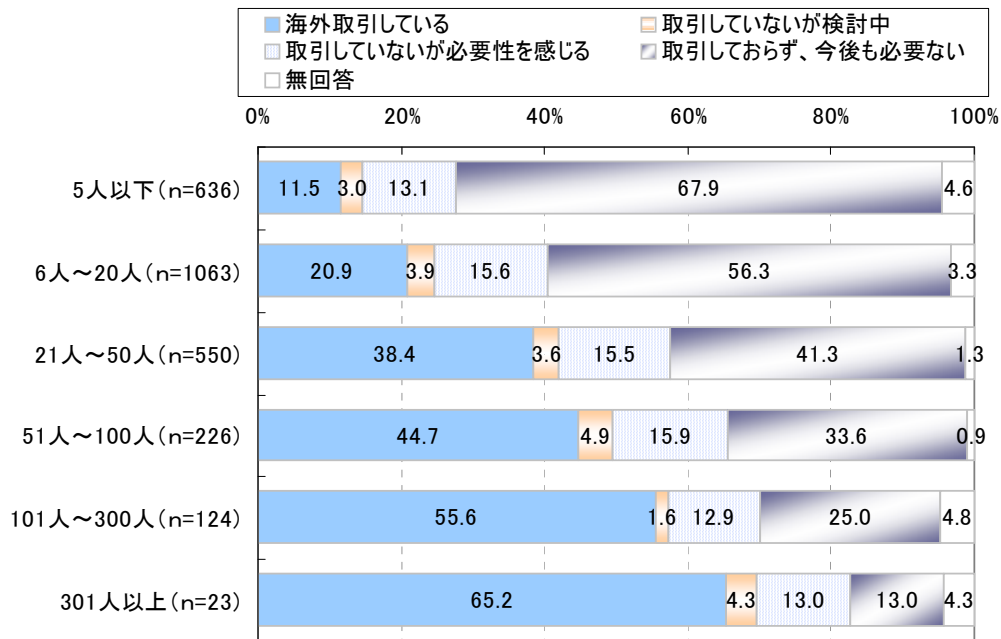
【全体】



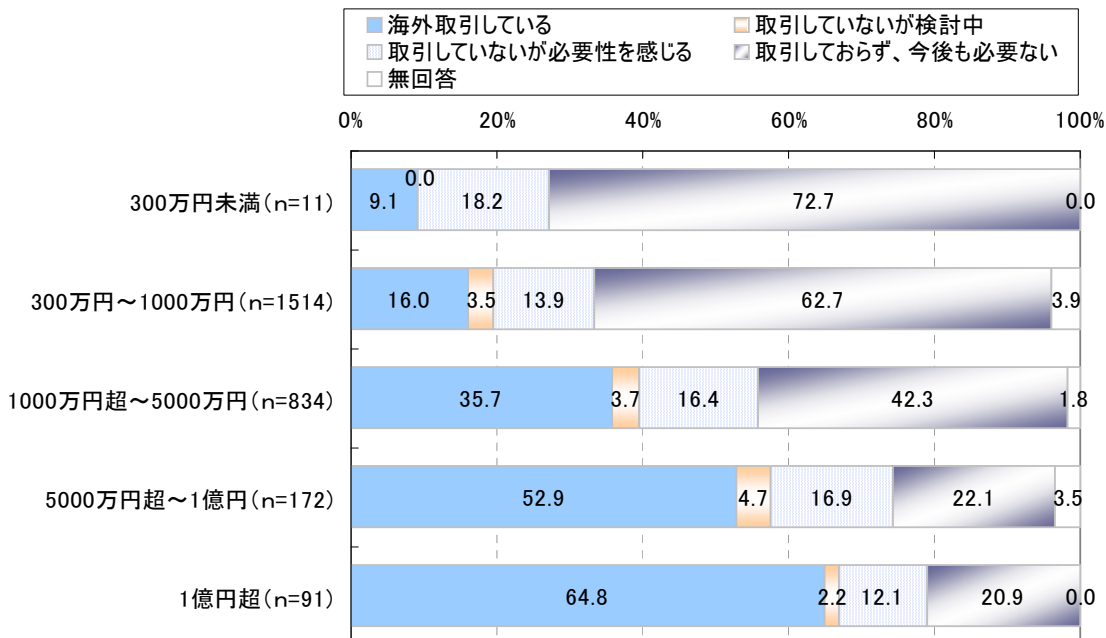
【業種別】



【従業員数別】



【資本金別】

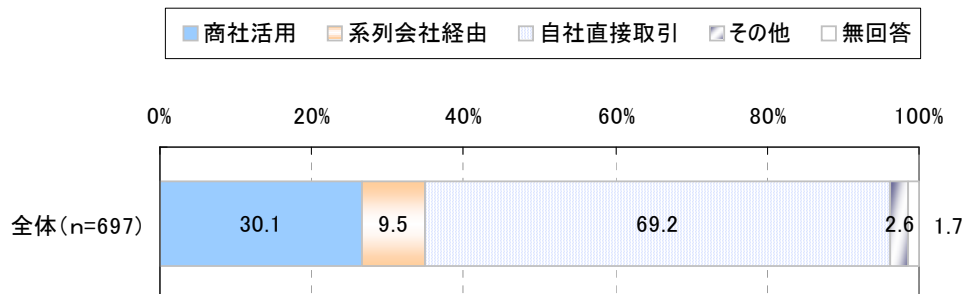


12-1 海外取引（輸出入）の実施方法

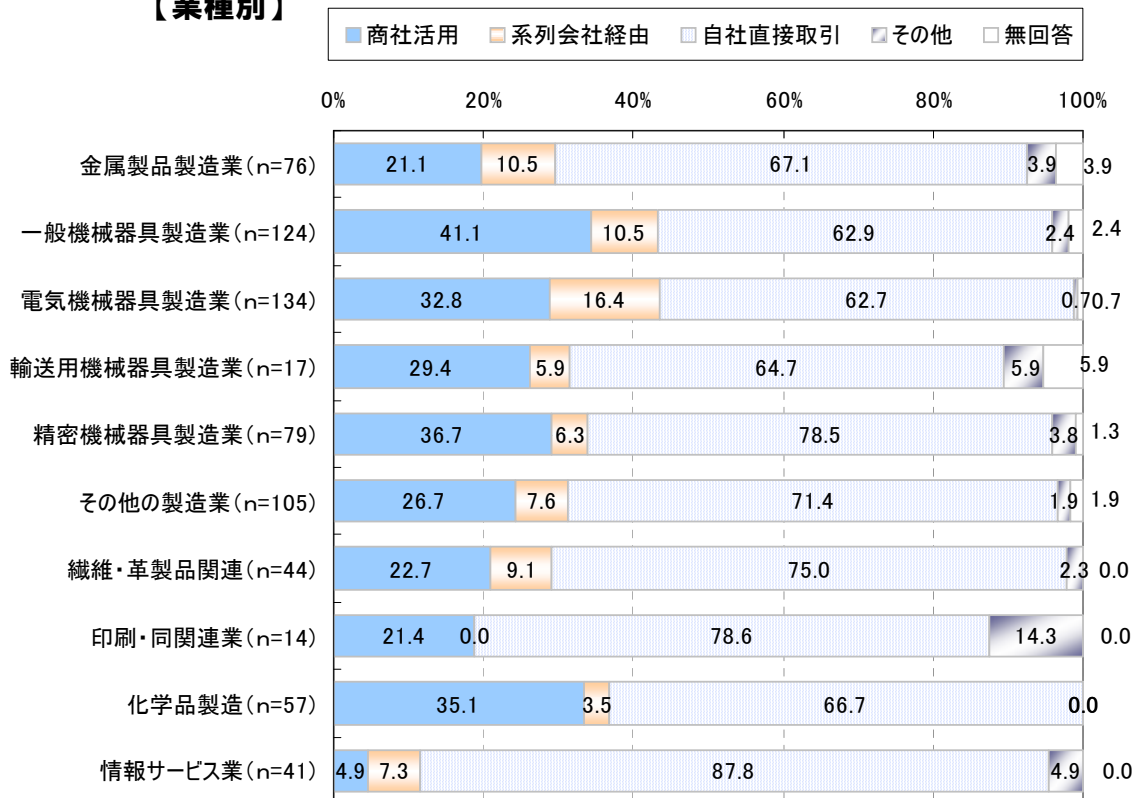
- 「海外取引をしている」企業に、海外取引（輸出入）をどのように行っているかを尋ねたところ、「自社直接取引」が69.2%、「商社活用」が30.1%、「系列会社経由」が9.5%との回答であった。
- 業種別でみると、「商社活用」の比率が高いのは、一般機械器具製造業（41.1%）、精密機械器具製造業（36.7%）、「化学品製造業」（35.1%）などとなっている。
- 従業員数別、資本金別で、傾向に大きな差は見られない。

※海外取引している企業限定

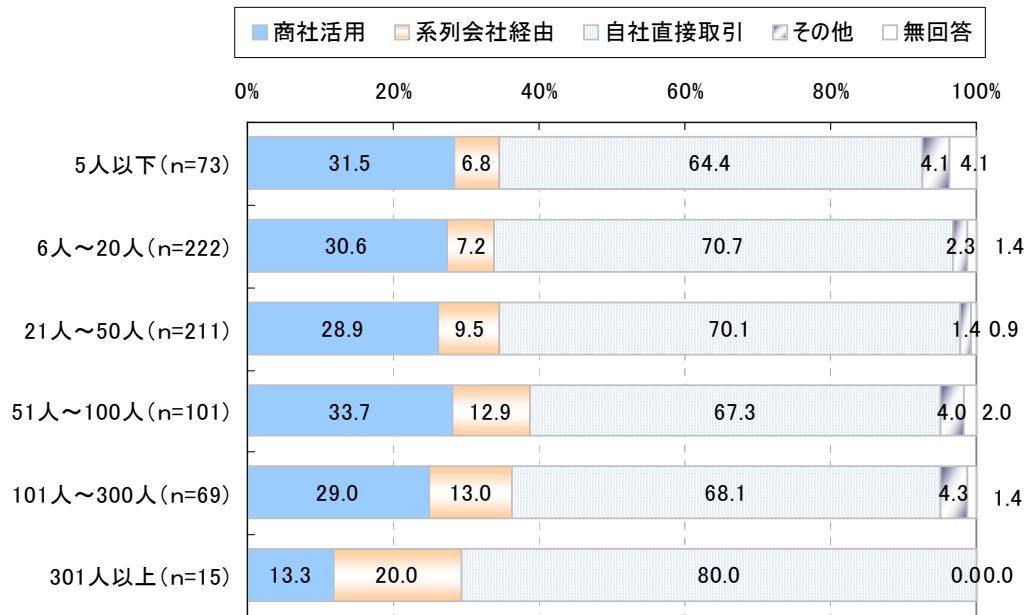
【全体】



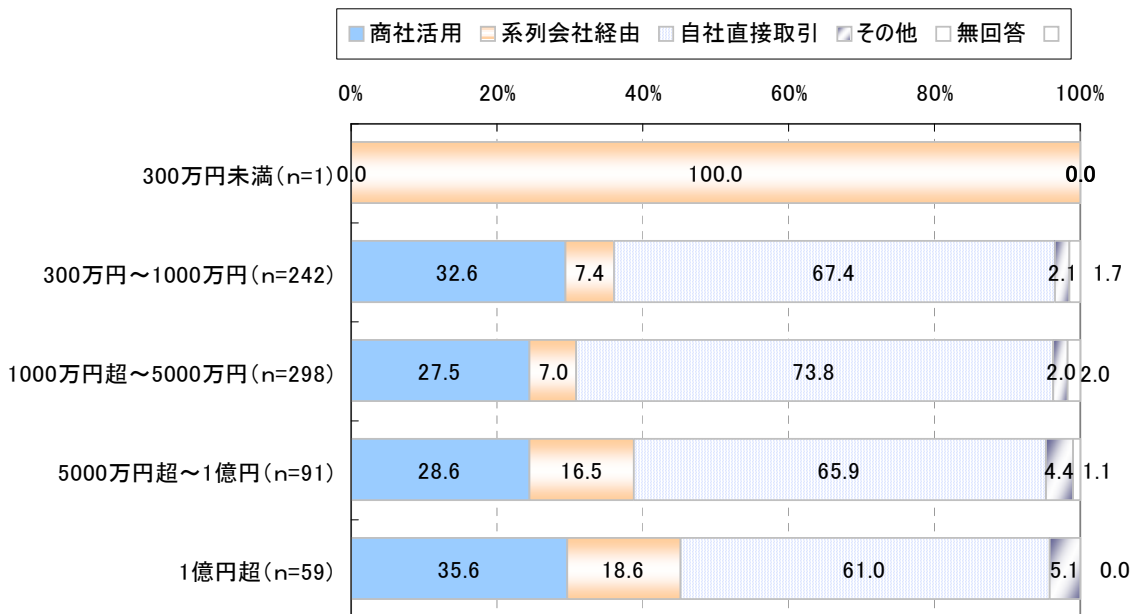
【業種別】



【従業員数別】



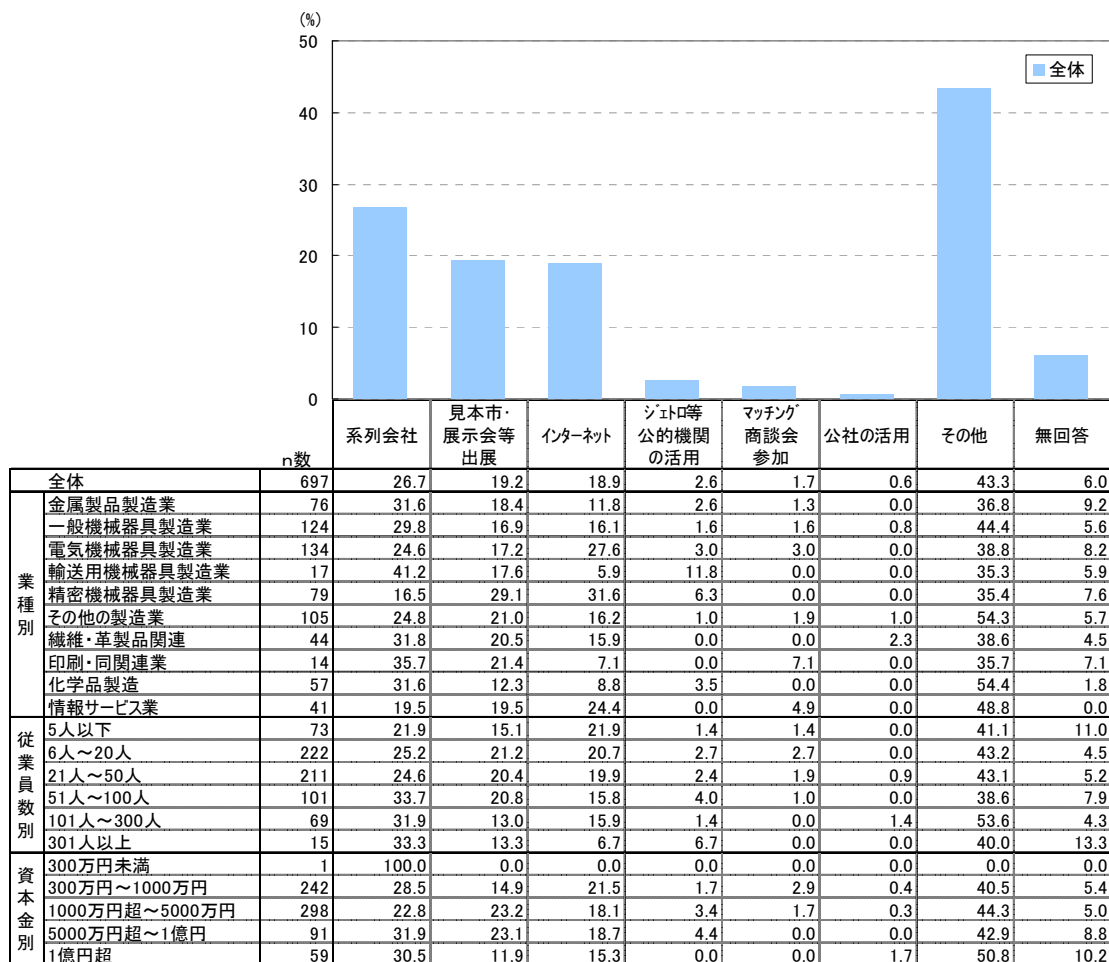
【資本金別】



12-2 海外取引のきっかけ

- 「海外取引をしている」企業に、海外取引のきっかけとなったものについて尋ねたところ、「系列会社経由(親企業等含む)」が26.7%、「見本市・展示会等出展」が19.2%、「インターネット(自社HP、eコマース含む)」が18.9%などとなっている。
- 海外取引のきっかけの「その他」の内容としては、「独自に進出・直接の営業活動」、「取引先の紹介」、「知人の紹介」、「先方からのオファー」、「商社からの紹介」、「顧客の海外移転」などが挙げられている。
- 業種別でみると、輸送用機械器具製造業では「系列会社」が41.2%、精密機械器具製造業では「見本市・展示会等出展」が29.1%と他の業種と比較して高い。

※海外取引している企業限定

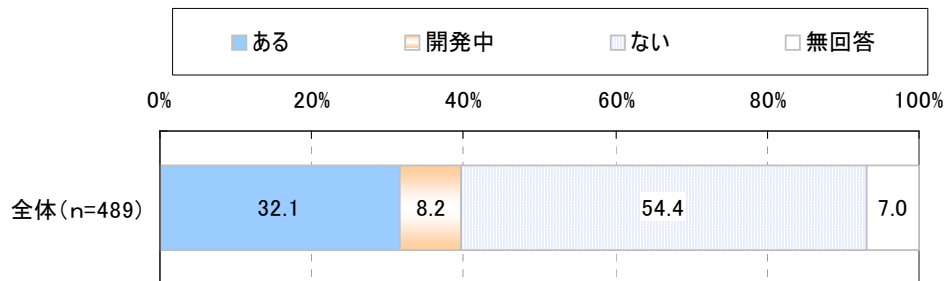


13-1 海外取引（輸出入）を検討している商材の有無

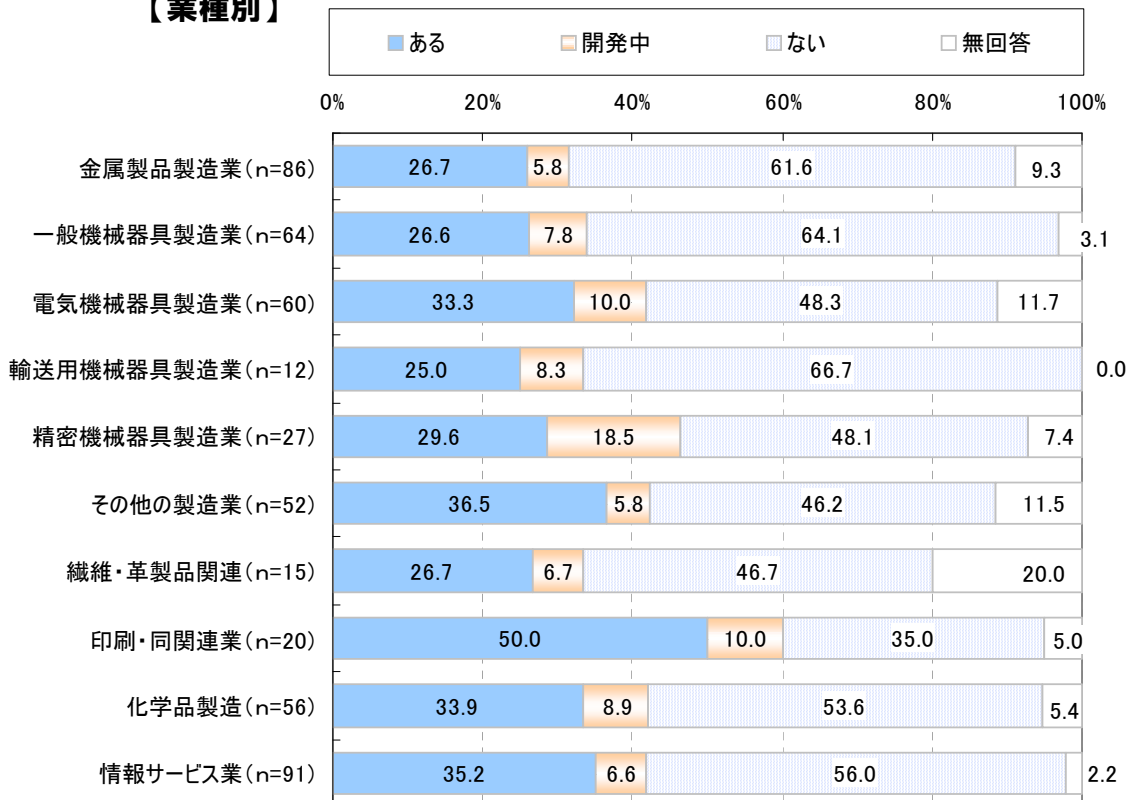
- 「海外取引をしていないが検討中」、もしくは「必要性を感じており機会があれば行いたい」と回答した企業に、現在、海外取引（輸出入）を検討している具体的な商材があるかを尋ねたところ、「ある」が32.1%、「開発中」が8.2%、「ない」が54.4%との回答であった。
- 業種別については、サンプル数に留意する必要があるが、印刷・同関連業、その他の製造業、情報サービス業、化学品製造、電気機械器具製造業などで具体的な商材が「ある」の比率が高い。
- 資本金別では、資本金が大きい企業ほど「ある」比率が高い。

※「海外取引をしていないが、検討中である」「海外取引をしていないが、必要性を感じており機会があれば行いたい」と回答した企業限定

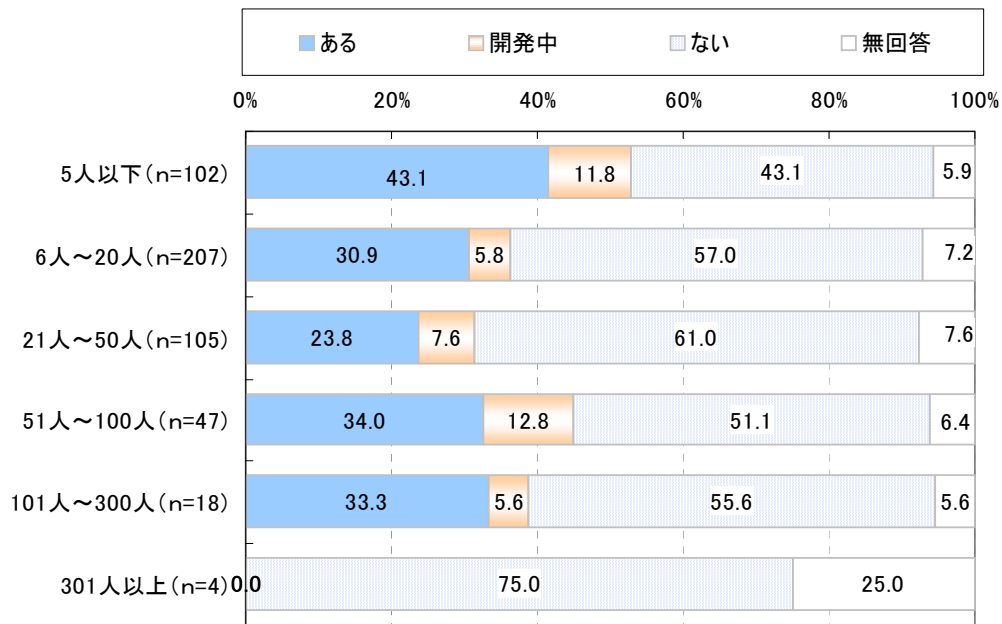
【全体】



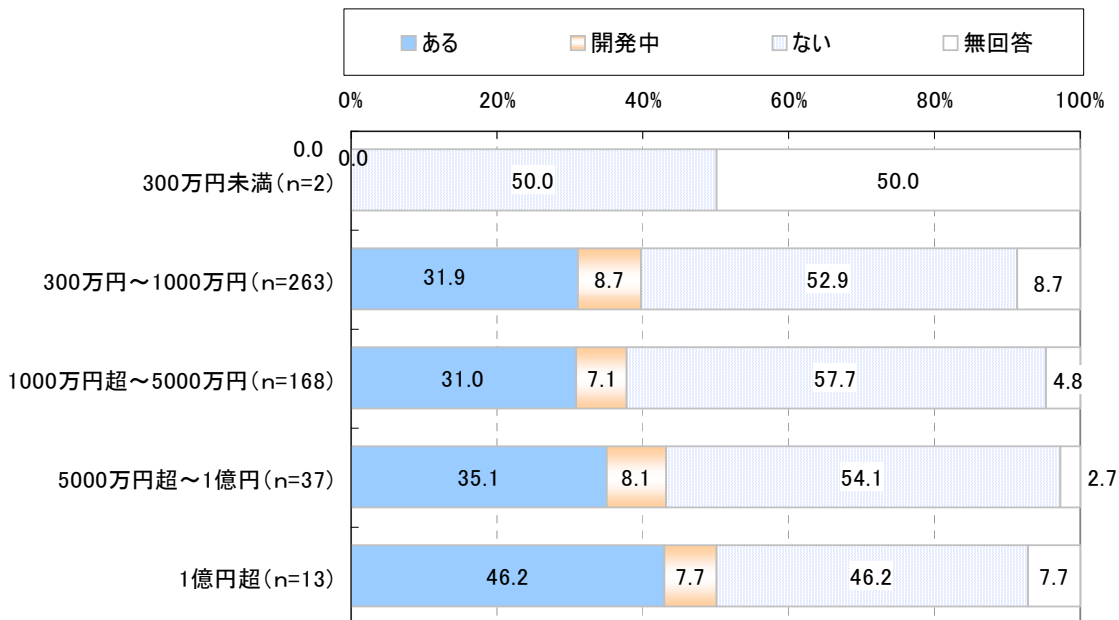
【業種別】



【従業員数別】



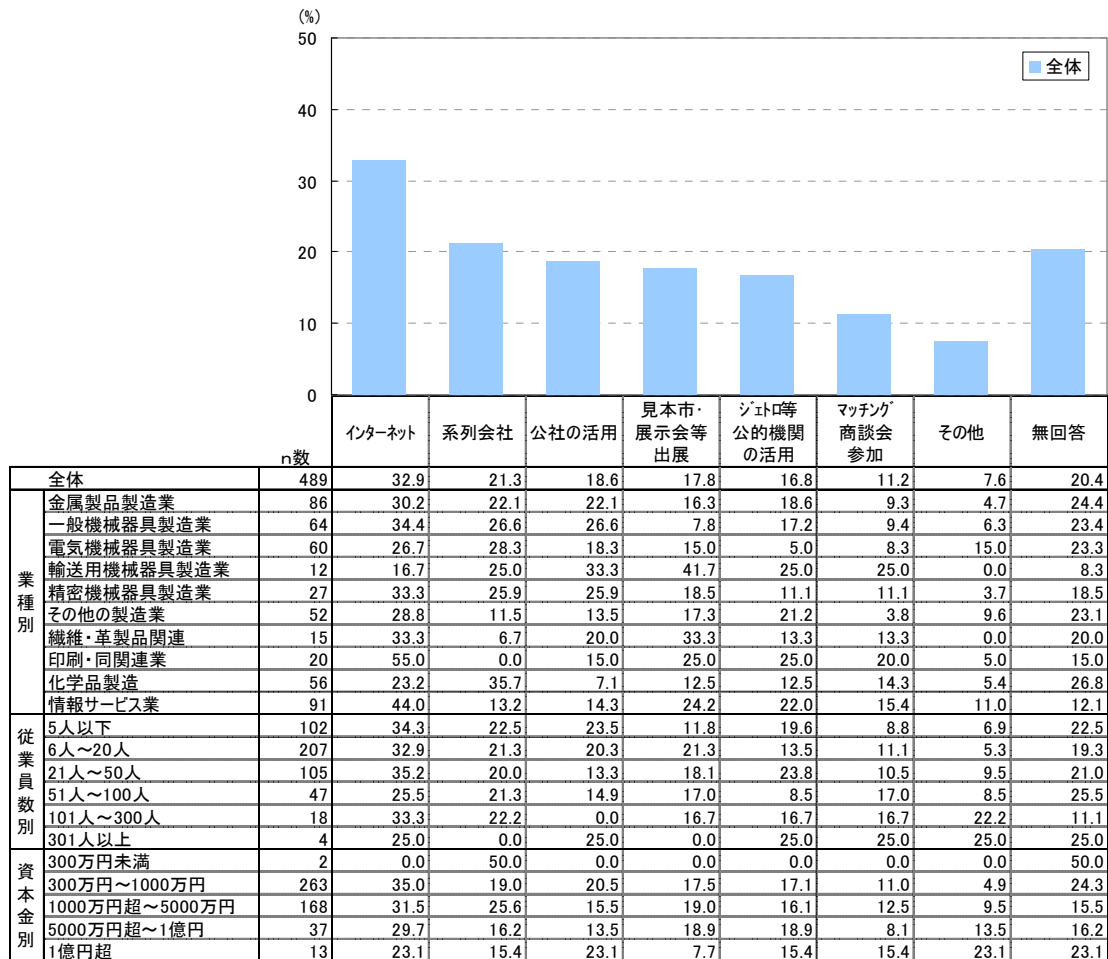
【資本金別】



13-2 海外販路開拓として検討したい方法

■「海外取引をしていないが検討中」、もしくは「必要性を感じており機会があれば行いたい」と回答した企業に、海外販路開拓として検討したい方法を尋ねたところ、「インターネット(自社HP、eコマース含む)」が32.9%で最も高かった。次いで、「系列会社」(21.3%)、「公社の活用」(18.6%)、「見本市・展示会等出展」(17.8%)、「ジェトロ等公的機関の活用」(16.8%)、「マッチング商談会等参加」(11.2%)となっている。

※「海外取引をしていないが、検討中である」「海外取引をしていないが、必要性を感じており機会があれば行いたい」と回答した企業限定



※サンプル数が少ない集計軸が多いことに留意する必要がある

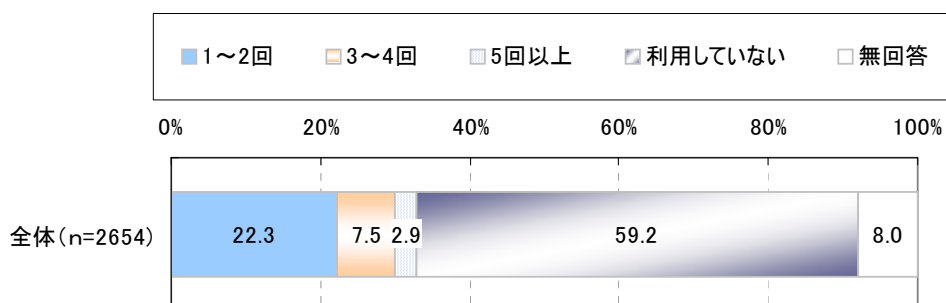
14 展示商談会に出展する回数（年間）

■受注機会の確保や取引拡大に向けて、展示商談会に年間どの位の回数出展するかを尋ねたところ、「利用していない」が59.2%、次いで「1～2回」が22.3%、「3～4回」が7.5%との回答であった。

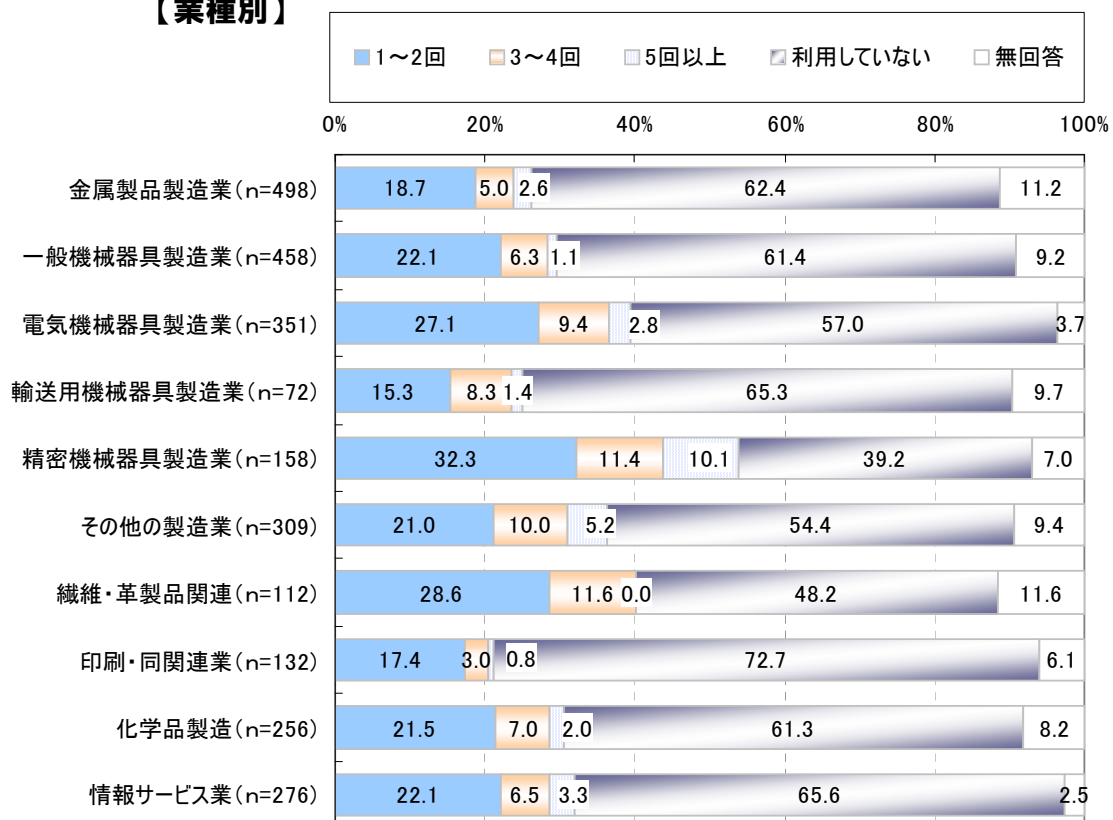
■業種別でみると、精密機械器具製造業では展示商談会に「1回以上」出展している企業の比率が53.8%と他の業種と比較して高い。

■従業員数別では従業員数が多い企業ほど、資本金別では資本金が大きい企業ほど展示商談会へ「1回以上」出展している比率が高い傾向が見られる。

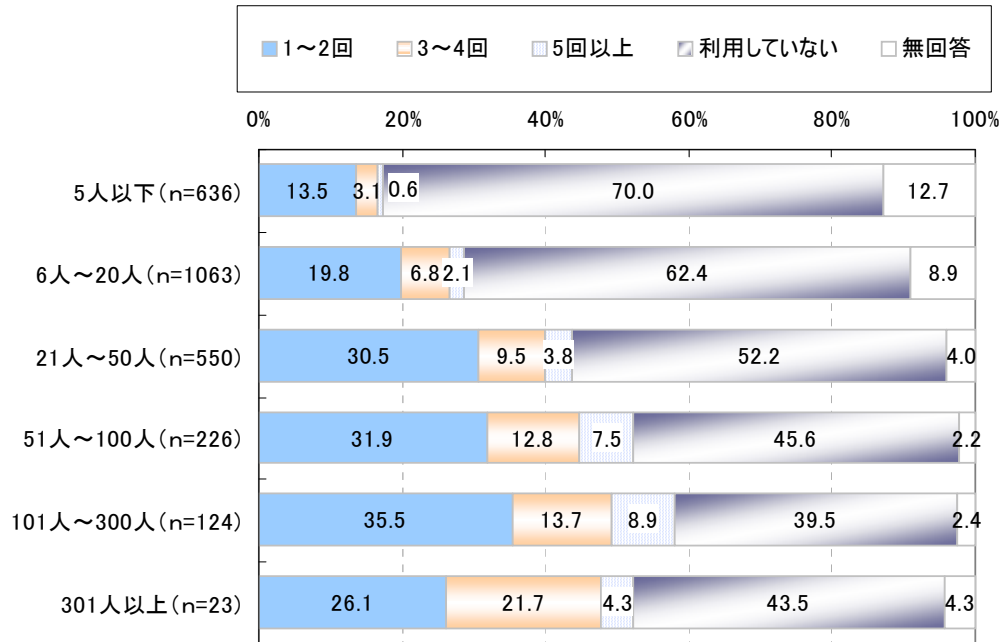
【全体】



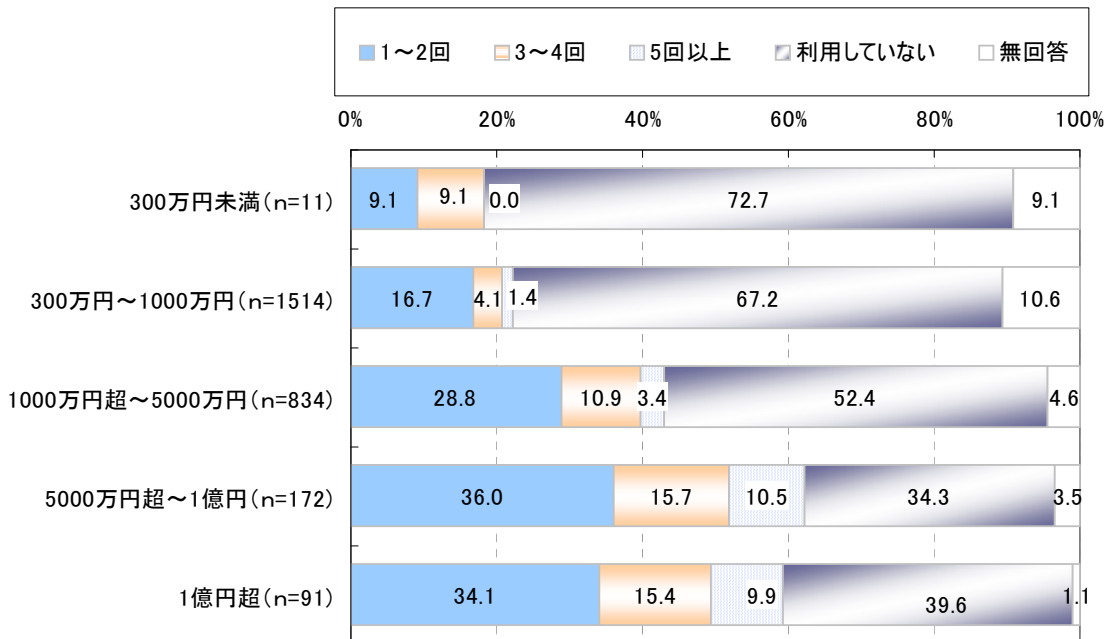
【業種別】



【従業員数別】

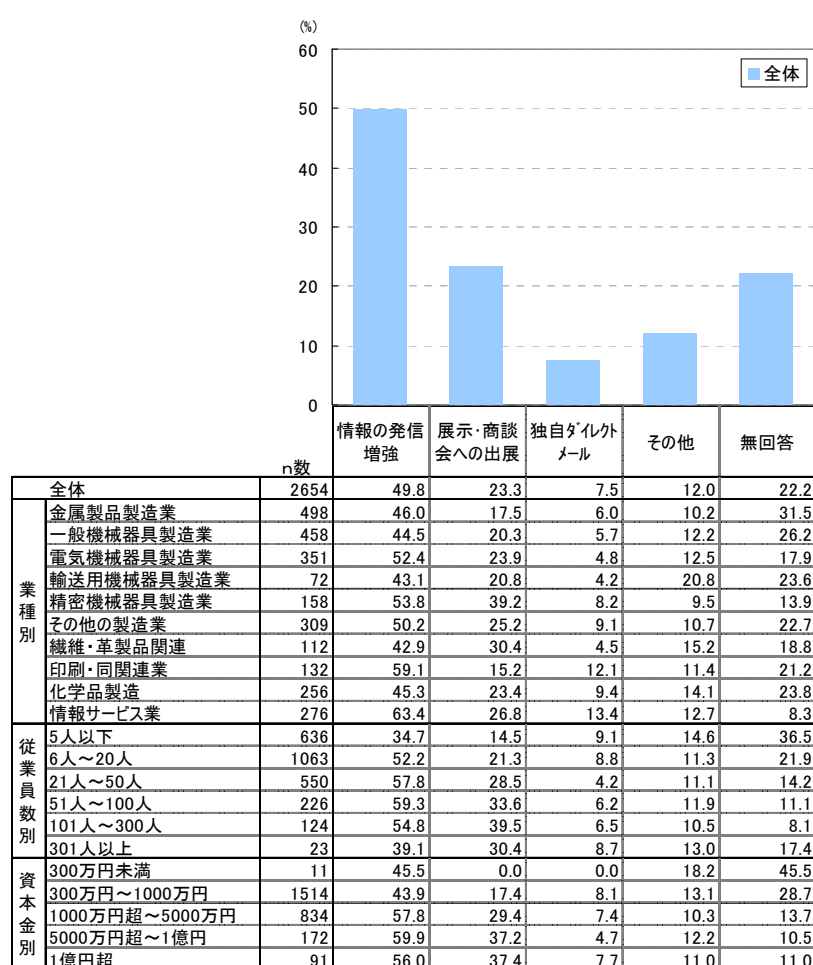


【資本金別】



15 今後取引拡大に寄与できそうな手段

- 今後、取引拡大に寄与できそうな手段を尋ねたところ、「各種情報の発信増強（広告・HPの強化など）」が49.8%を占めている。次いで「展示会・商談会等への出展」が23.3%となっている。
- 業種別でみると、「展示会・商談会等への出展」において精密機械器具製造業が39.2%、繊維・革製品関連で30.4%と他の業種と比較して高い。
- 従業員数別では従業員数が多い企業ほど、資本金別では資本金が大きい企業ほど「展示会・商談会等への出展」の比率が高くなる傾向が見られる。

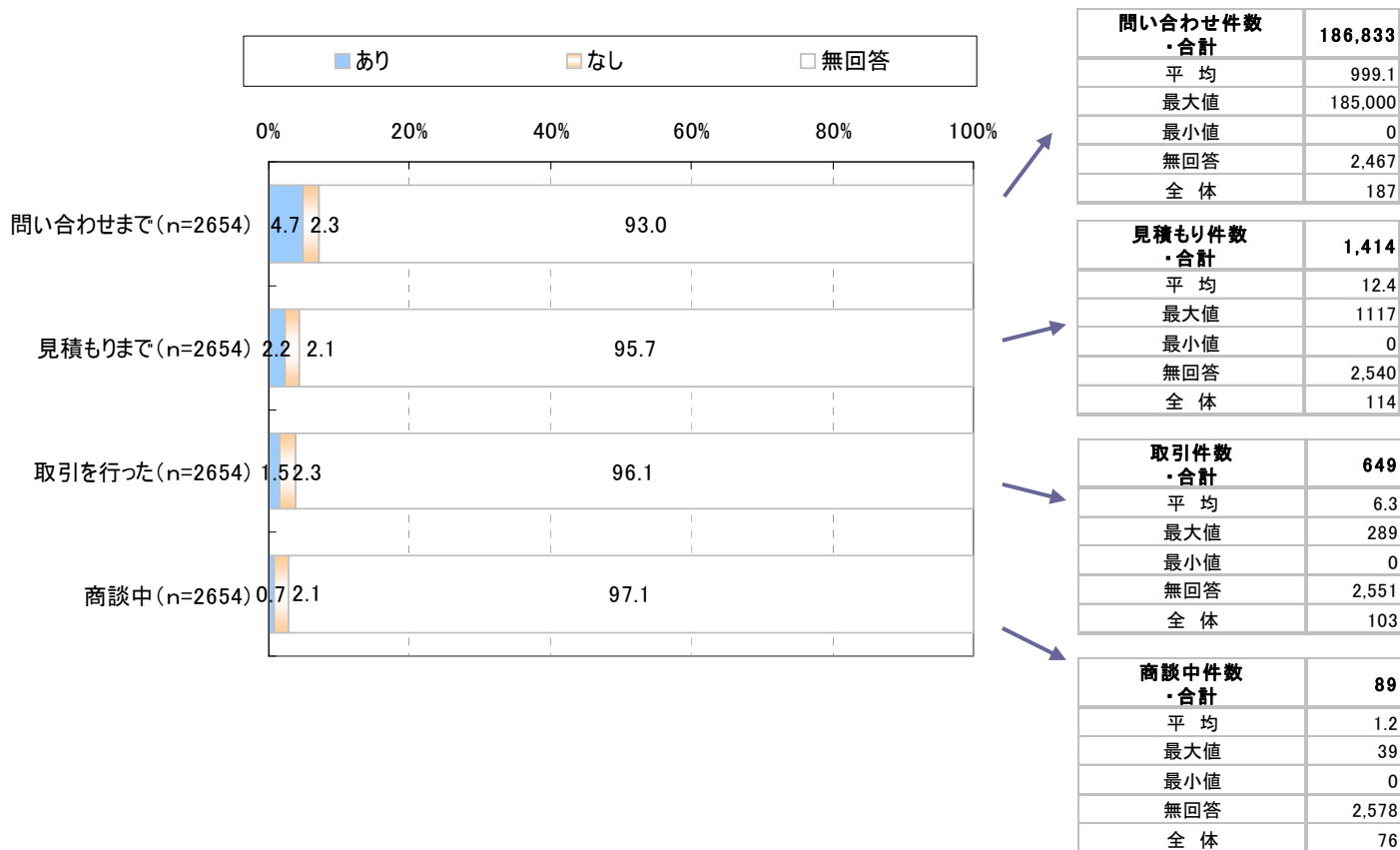


16 公社ホームページを利用した取引の成果

■ 公社ホームページを利用した取引の成果は以下の通り。

◇ 問い合わせまで……	「あった」比率 4.7%	問い合わせ合計件数	:186,833件
◇ 見積りまで……	「あった」比率 2.2%	見積り合計件数	:1,414件
◇ 取引を行った……	「取引」比率 1.5%	取引合計件数	:649件
◇ 商談中……	「商談中」比率 0.7%	商談中合計件数	:89件

【全体】



※平均値は、無回答を除いて算出

		n数	Q16-1.問い合わせまでの件数		
			あり	なし	無回答
合計		2,654	4.7	2.3	93.0
業種	金属製品製造業	498	6.4	1.8	91.8
	一般機械器具製造業	458	5.9	1.3	92.8
	電気機械器具製造業	351	4.8	2.6	92.6
	輸送用機械器具製造業	72	6.9	5.6	87.5
	精密機械器具製造業	158	5.1	1.9	93.0
	その他の製造業	309	2.6	2.9	94.5
	繊維・革製品関連	112	4.5	2.7	92.9
	印刷・同関連業	132	2.3	2.3	95.5
	化学品製造	256	4.3	0.8	94.9
	情報サービス業	276	3.3	4.0	92.8
従業員	5人以下	636	4.2	1.7	94.0
	6人～20人	1,063	5.5	2.1	92.5
	21人～50人	550	5.1	2.5	92.4
	51人～100人	226	3.5	1.8	94.7
	101人～300人	124	3.2	5.6	91.1
	301人以上	23	0.0	4.3	95.7
資本	300万円未満	11	0.0	0.0	100.0
	300万円～1000万円	1,514	5.1	2.0	92.9
	1000万円超～5000万円	834	5.0	2.6	92.3
	5000万円超～1億円	172	2.3	1.7	95.9
	1億円超	91	2.2	4.4	93.4

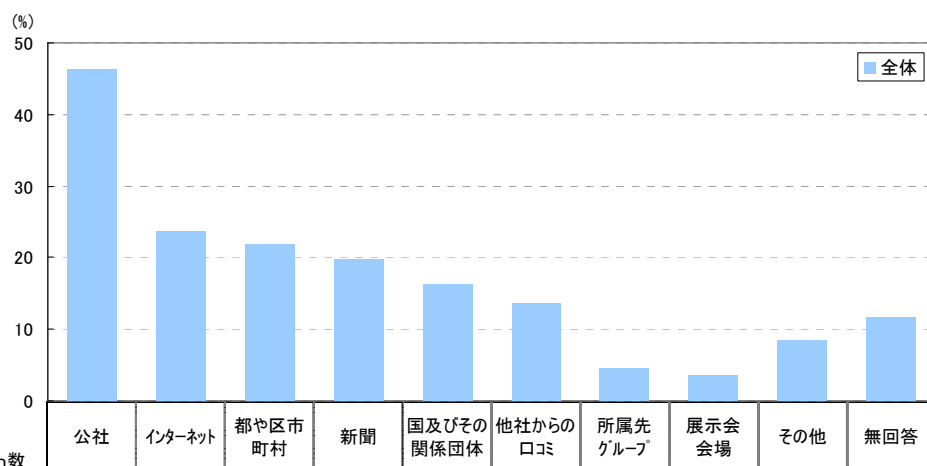
		n数	Q16-2.見積もりまでの件数		
			あり	なし	無回答
合計		2,654	2.2	2.1	95.7
業種	金属製品製造業	498	3.0	1.4	95.6
	一般機械器具製造業	458	2.4	1.3	96.3
	電気機械器具製造業	351	1.1	2.0	96.9
	輸送用機械器具製造業	72	0.0	5.6	94.4
	精密機械器具製造業	158	3.8	2.5	93.7
	その他の製造業	309	1.9	2.9	95.1
	繊維・革製品関連	112	3.6	0.9	95.5
	印刷・同関連業	132	0.0	2.3	97.7
	化学品製造	256	2.3	0.8	96.9
	情報サービス業	276	2.2	3.6	94.2
従業員	5人以下	636	4.2	1.3	94.5
	6人～20人	1,063	1.6	1.9	96.5
	21人～50人	550	1.5	2.4	96.2
	51人～100人	226	1.8	1.8	96.5
	101人～300人	124	1.6	5.6	92.7
	301人以上	23	0.0	4.3	95.7
資本	300万円未満	11	0.0	0.0	100.0
	300万円～1000万円	1,514	2.6	1.6	95.8
	1000万円超～5000万円	834	1.9	2.5	95.6
	5000万円超～1億円	172	0.6	2.3	97.1
	1億円超	91	1.1	4.4	94.5

		n数	Q16-3.取引を行った件数		
			あり	なし	無回答
合計		2,654	1.5	2.3	96.1
業種	金属製品製造業	498	1.0	1.8	97.2
	一般機械器具製造業	458	1.3	1.3	97.4
	電気機械器具製造業	351	2.6	2.0	95.4
	輸送用機械器具製造業	72	5.6	5.6	88.9
	精密機械器具製造業	158	1.9	2.5	95.6
	その他の製造業	309	0.6	3.6	95.8
	繊維・革製品関連	112	1.8	0.9	97.3
	印刷・同関連業	132	3.0	2.3	94.7
	化学品製造	256	1.6	1.2	97.3
	情報サービス業	276	0.4	4.3	95.3
従業員	5人以下	636	1.3	1.9	96.9
	6人～20人	1,063	1.6	1.9	96.5
	21人～50人	550	2.0	2.5	95.5
	51人～100人	226	1.8	2.7	95.6
	101人～300人	124	0.0	5.6	94.4
	301人以上	23	0.0	4.3	95.7
資本	300万円未満	11	0.0	0.0	100.0
	300万円～1000万円	1,514	1.5	1.9	96.6
	1000万円超～5000万円	834	1.8	2.6	95.6
	5000万円超～1億円	172	1.2	2.3	96.5
	1億円超	91	0.0	5.5	94.5

		n数	Q16-4.商談中の件数		
			あり	なし	無回答
合計		2,654	0.7	2.1	97.1
業種	金属製品製造業	498	0.4	1.6	98.0
	一般機械器具製造業	458	0.7	1.1	98.3
	電気機械器具製造業	351	0.9	2.0	97.2
	輸送用機械器具製造業	72	0.0	5.6	94.4
	精密機械器具製造業	158	3.2	2.5	94.3
	その他の製造業	309	0.3	3.2	96.4
	繊維・革製品関連	112	0.9	0.9	98.2
	印刷・同関連業	132	0.0	2.3	97.7
	化学品製造	256	0.8	0.8	98.4
	情報サービス業	276	0.4	4.0	95.7
従業員	5人以下	636	0.6	1.4	98.0
	6人～20人	1,063	0.7	1.9	97.5
	21人～50人	550	0.9	2.4	96.7
	51人～100人	226	0.9	2.2	96.9
	101人～300人	124	0.0	5.6	94.4
	301人以上	23	0.0	4.3	95.7
資本	300万円未満	11	0.0	0.0	100.0
	300万円～1000万円	1,514	0.5	1.7	97.8
	1000万円超～5000万円	834	1.0	2.5	96.5
	5000万円超～1億円	172	1.2	2.3	96.5
	1億円超	91	0.0	5.5	94.5

17 中小企業支援策についての情報収集方法

- 中小企業支援策についての情報を主にどこから入手しているかを尋ねたところ、「公社」が46.2%で最も高い。以下、「インターネット」が23.7%、「都や区市町村」が21.8%、「新聞」が19.7%、「国及びその関係団体」が16.4%、「他社からの口コミ」が13.5%などとなっている。
- 業種別でみると、「公社」の比率が、精密機械器具製造業で56.3%、電気機械器具製造業で54.1%、金属製品製造業で52.6%と、これら3業種が50%を超えており、他の業種と比較して高い。
- 従業員数別では、従業員数が少ない企業ほど「公社」の比率が高い傾向が見られる。
- 資本金別でみると、「インターネット」の比率において資本金が大きい企業ほど比率も高い傾向が見られる。

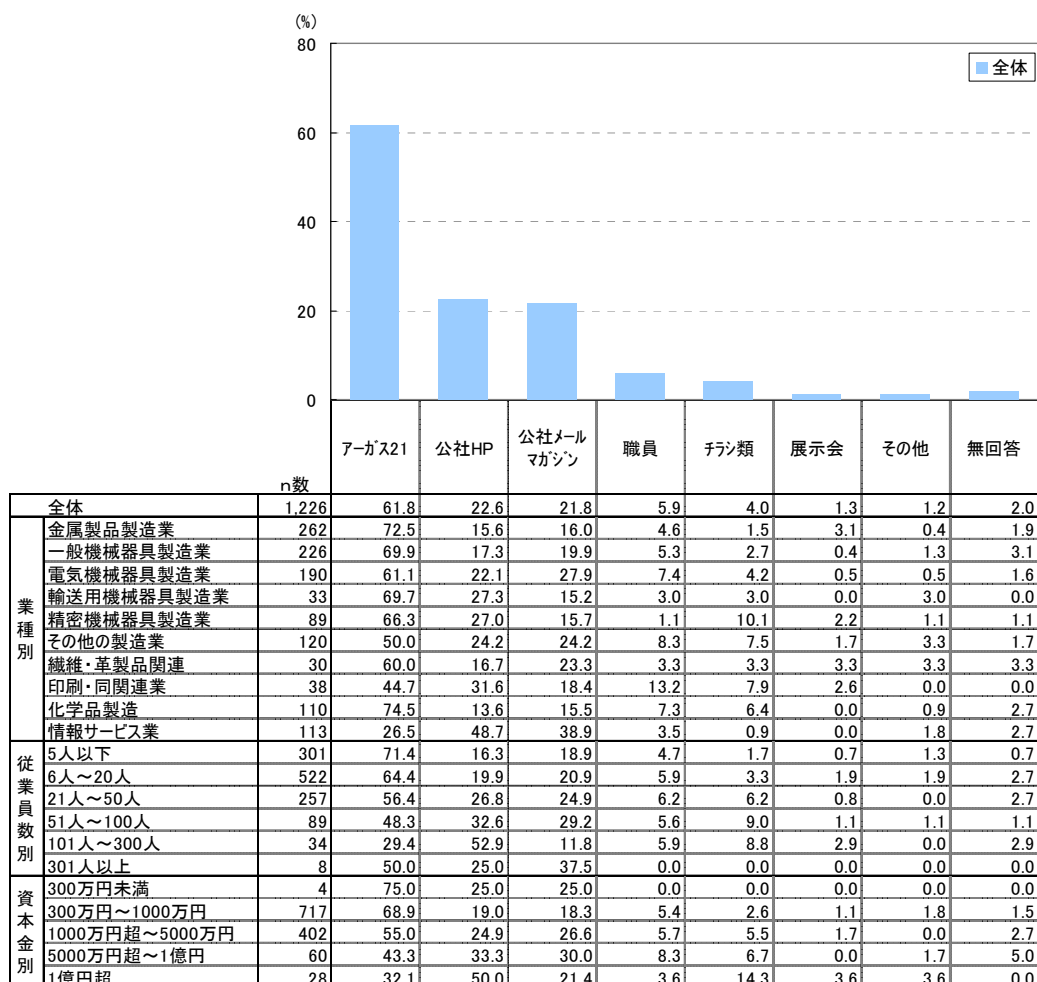


		n数	公社	インターネット	都や区市町村	新聞	国及びその関係団体	他社からの口コミ	所属先グループ	展示会場	その他	無回答
全体		2,654	46.2	23.7	21.8	19.7	16.4	13.5	4.6	3.6	8.5	11.6
業種別	金属製品製造業	498	52.6	17.9	23.7	18.1	15.3	13.7	4.8	3.2	6.2	12.7
	一般機械器具製造業	458	49.3	19.4	22.5	25.1	15.7	14.4	3.9	3.9	8.1	10.5
	電気機械器具製造業	351	54.1	26.8	19.9	21.9	15.7	12.3	5.4	4.6	8.0	8.0
	輸送用機械器具製造業	72	45.8	22.2	26.4	18.1	26.4	16.7	6.9	1.4	4.2	6.9
	精密機械器具製造業	158	56.3	28.5	19.0	24.1	19.0	12.0	1.9	8.9	7.0	7.6
	その他の製造業	309	38.8	19.4	24.3	14.9	14.9	11.3	4.9	2.9	10.0	13.9
	繊維・革製品関連	112	26.8	11.6	17.9	12.5	17.0	8.9	3.6	6.3	13.4	24.1
	印刷・同関連業	132	28.8	24.2	23.5	19.7	18.9	17.4	5.3	1.5	9.8	13.6
	化学製品製造	256	43.0	18.8	21.9	22.7	14.1	12.1	5.5	2.3	11.3	14.1
情報サービス業	276	40.9	48.9	18.8	15.2	19.2	17.4	4.0	2.2	8.3	9.1	
従業員数別	5人以下	636	47.3	17.9	22.2	13.5	8.8	13.8	4.6	3.8	6.3	16.7
	6人～20人	1,063	49.1	21.5	22.3	20.6	13.1	13.6	4.0	4.0	9.5	11.2
	21人～50人	550	46.7	26.4	19.3	24.4	23.1	13.3	5.3	2.7	9.1	7.8
	51人～100人	226	39.4	31.0	26.5	21.7	29.6	13.7	5.8	2.7	8.0	9.7
	101人～300人	124	27.4	43.5	21.0	20.2	33.1	12.9	4.8	6.5	9.7	9.7
	301人以上	23	34.8	39.1	17.4	26.1	4.3	8.7	4.3	0.0	0.0	13.0
資本金別	300万円未満	11	36.4	18.2	36.4	0.0	18.2	18.2	0.0	9.1	9.1	18.2
	300万円～1000万円	1,514	47.4	18.7	22.9	18.4	11.6	13.7	4.5	3.2	8.3	13.3
	1000万円超～5000万円	834	48.2	29.0	21.0	23.1	22.5	13.8	4.7	3.8	9.0	9.1
	5000万円超～1億円	172	34.9	31.4	20.3	17.4	26.2	15.7	7.0	5.2	7.0	9.3
	1億円超	91	30.8	44.0	14.3	19.8	22.0	4.4	1.1	4.4	7.7	9.9

18 会社から情報収集している場合の入手先

- 中小企業支援策についての情報を主に「会社」から入手していると回答した企業に、主な入手先を尋ねたところ、「アーガス21」が61.8%と突出して高くなった。これに「会社ホームページ」が22.6%、「会社メールマガジン」が21.8%が続いている。
- 業種別でみると、化学品製造や金属製品製造業では「アーガス21」の比率が7割を超えており高い。一方、情報サービス業では「アーガス21」が26.5%に留まり最も低く、「会社ホームページ」が48.7%で最も高い。
- 従業員数別では従業員数が多い企業ほど、資本金別では資本金が大きい企業ほど、すなわち企業規模が大きいほど、「アーガス21」の比率が低く、「会社ホームページ」が高い。

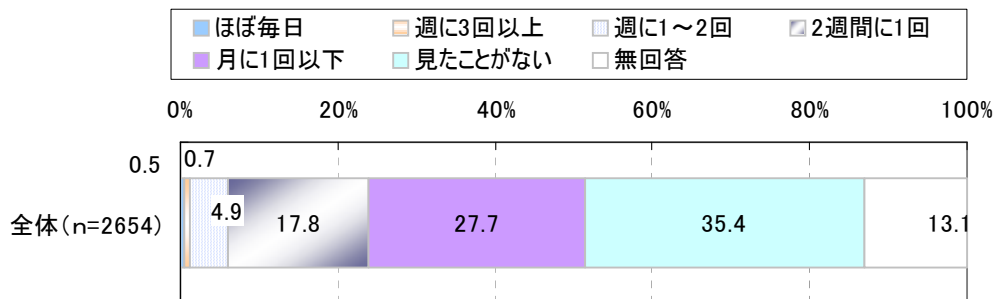
※中小企業支援策についての情報を主に「会社」から入手していると回答した企業限定



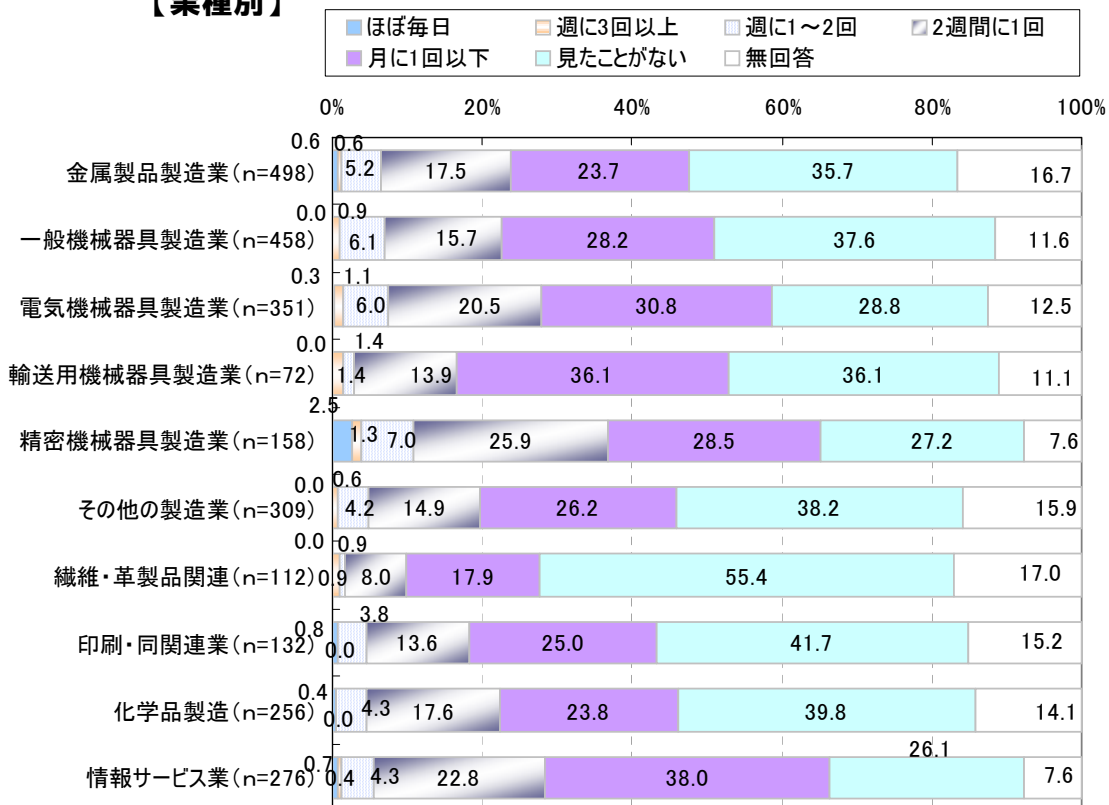
19-1 公社ホームページ（利用頻度）

- 公社ホームページの利用頻度を尋ねたところ、「ほぼ毎日」が0.5%、「週に3回以上」が0.7%、「週に1～2回」が4.9%で、合計6.0%が週1回以上見ている。「2週間に1回」(17.8%)、「月に1回以下」(27.7%)を含めると、全体の51.5%が「見たことがある」としている。
- 業種別でみると、繊維・革製品関連では「見たことがない」が55.4%と高い。逆に見たことがある比率が最も高いのは精密機械器具製造業で65.2%が「見たことがある」としている。
- 従業員数別では「5人以下」、資本金別では「300万円～1000万円」など企業規模が小さい場合で「見たことがない」の比率がやや高い。

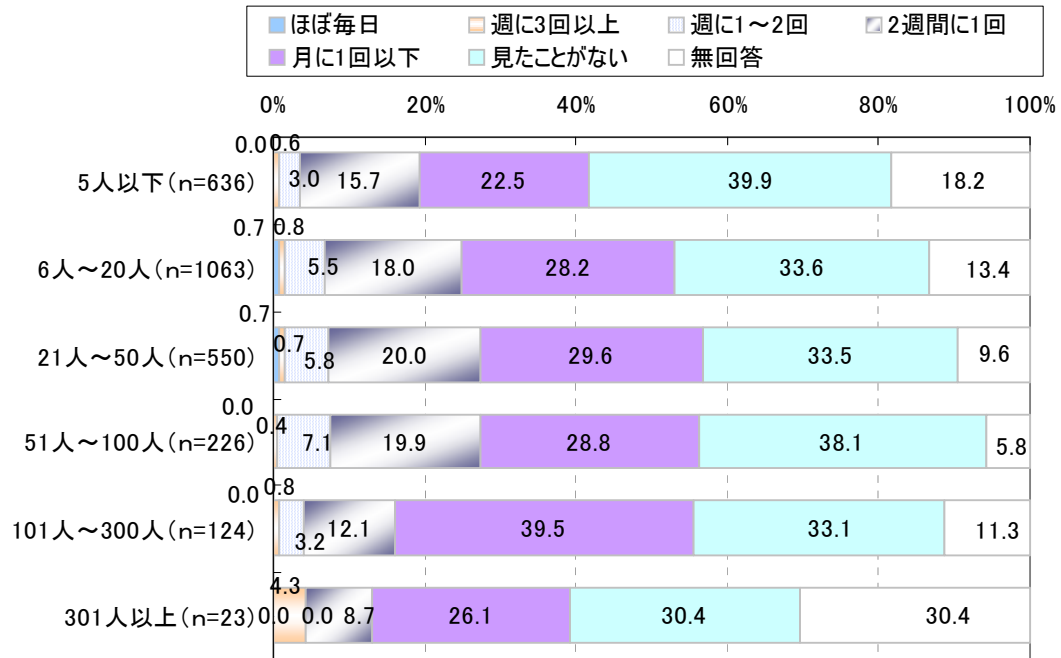
【全体】



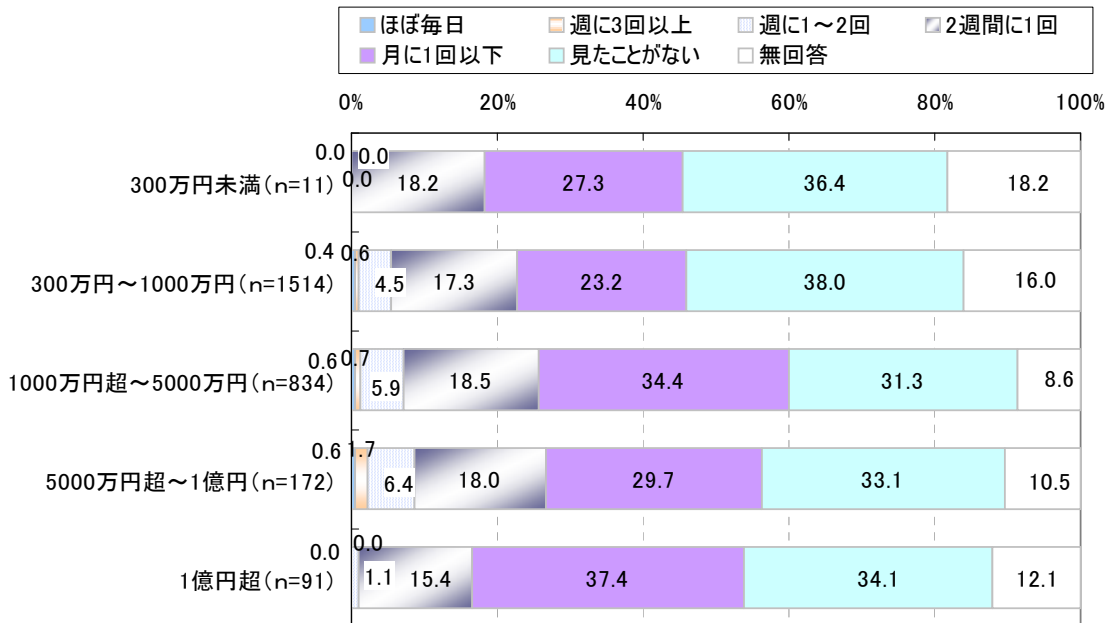
【業種別】



【従業員数別】



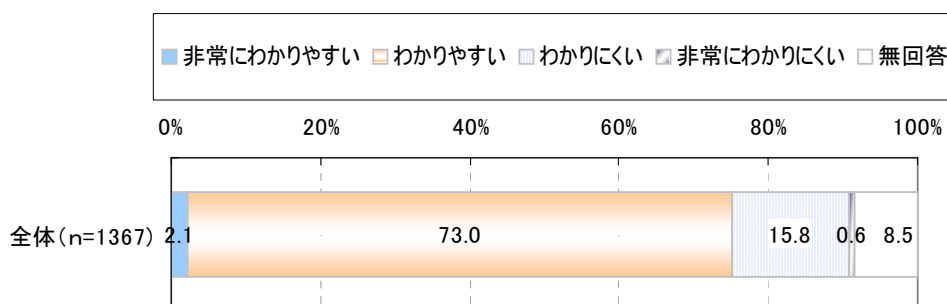
【資本金別】



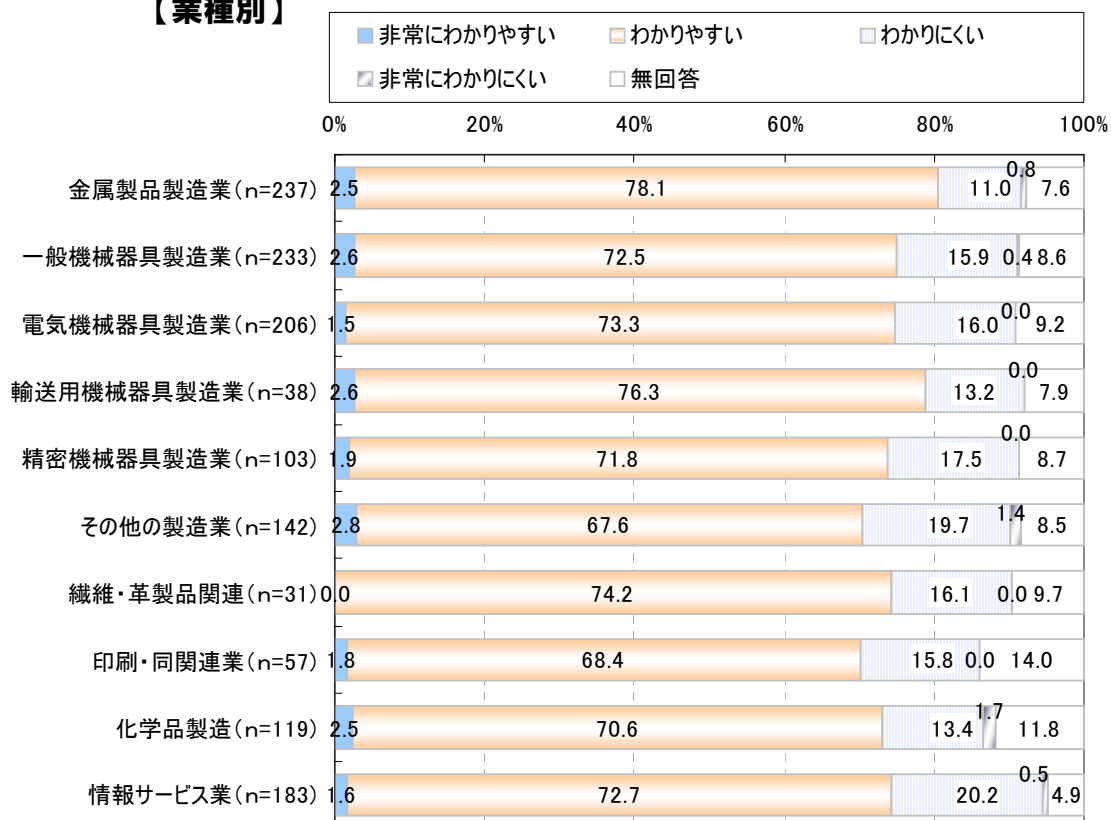
19-2 公社ホームページ（内容のわかりやすさ）

- 公社ホームページを見たことがある企業に対して、内容のわかりやすさを尋ねたところ、「非常にわかりやすい」が2.1%、「わかりやすい」が73.0%で合計75.1%が評価している。
- 業種別や従業員数別、資本金別で傾向の違いは見られない。

【全体】

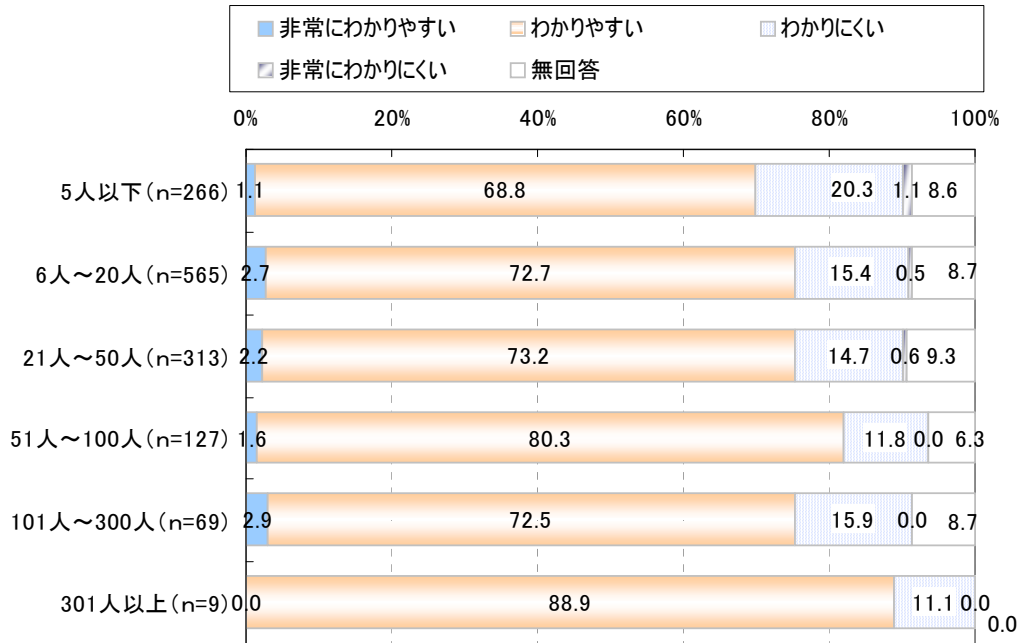


【業種別】

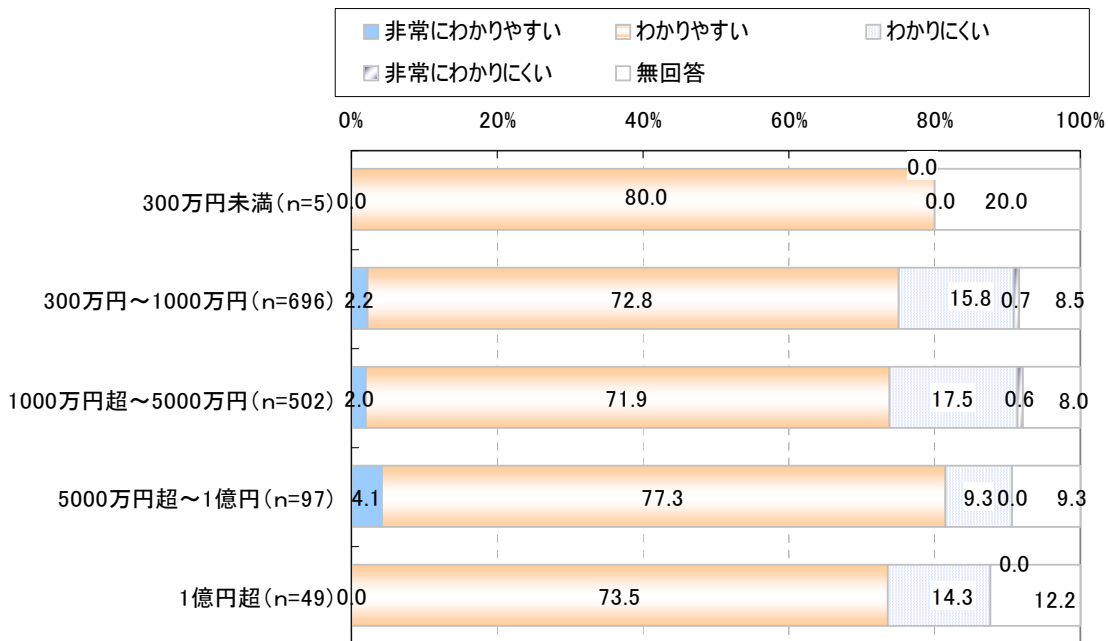


※「見たことがない」人を除く

【従業員数別】



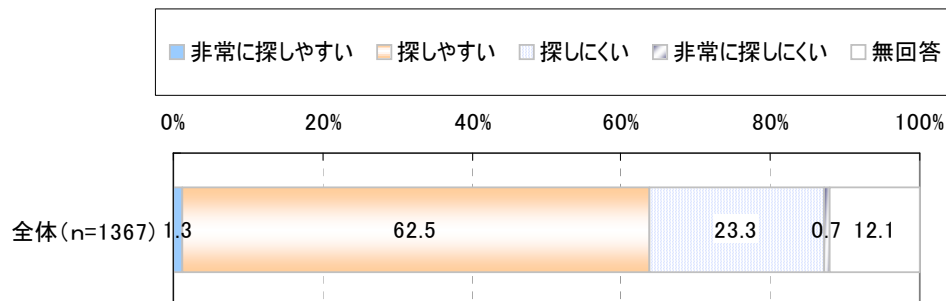
【資本金別】



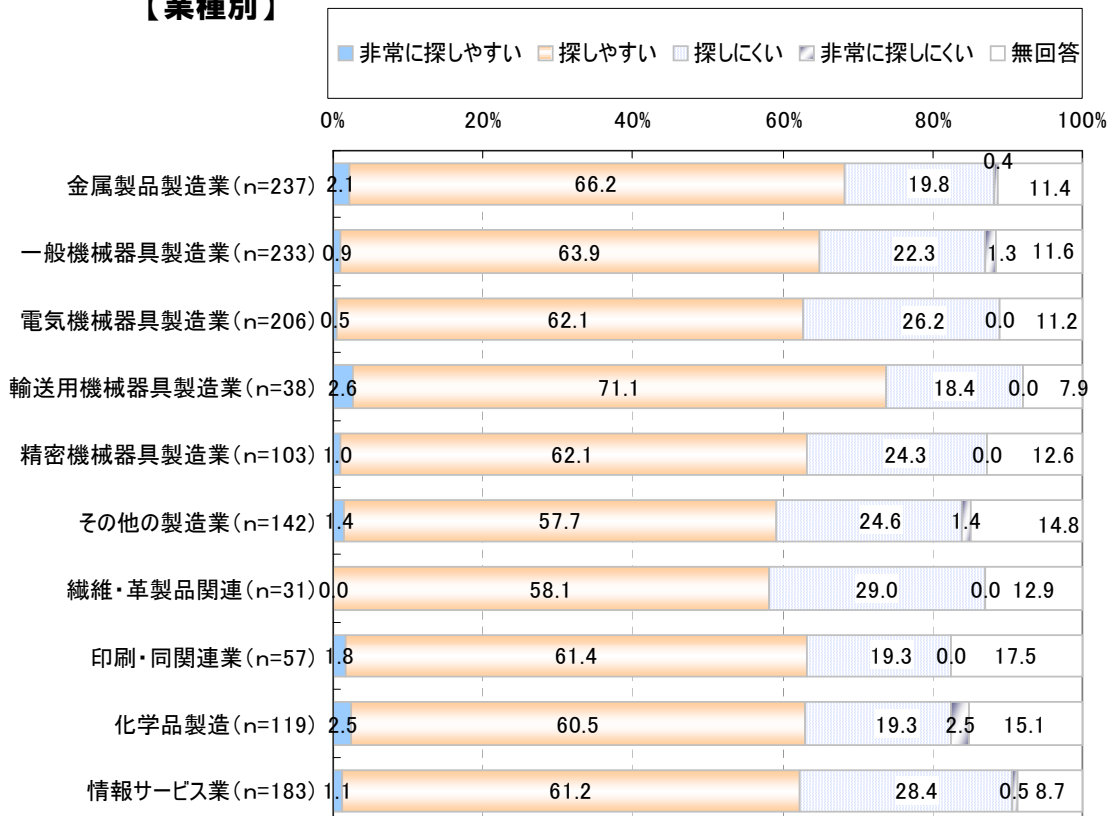
19-3 公社ホームページ（情報の探しやすいさ）

- 公社ホームページを見たことがある企業に対して情報の探しやすいさを尋ねたところ、「非常に探しやすい」が1.3%、「探しやすい」が62.5%で合計63.9%が評価している。
- 業種別でみると、サンプル数に注意が必要であるが、輸送用機械器具製造業では「探しやすい」の合計が73.7%と唯一7割を超えている。
- 従業員数別でみると、従業員数が少ない企業では「探しやすい」の合計が、従業員数が多い企業と比較し低い（「わかりにくい」と評価している企業の比率が高い）。

【全体】

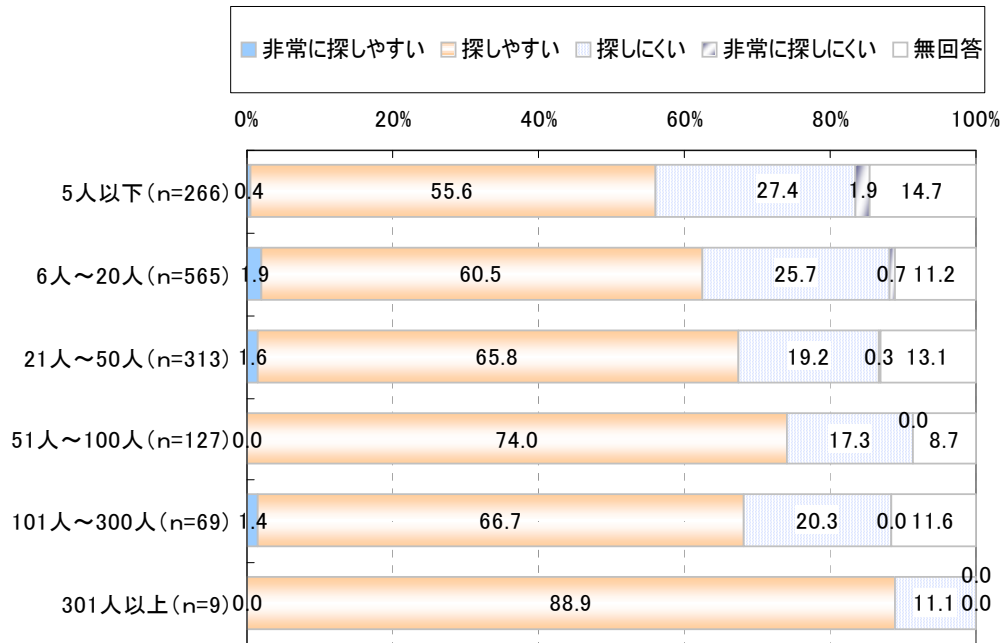


【業種別】

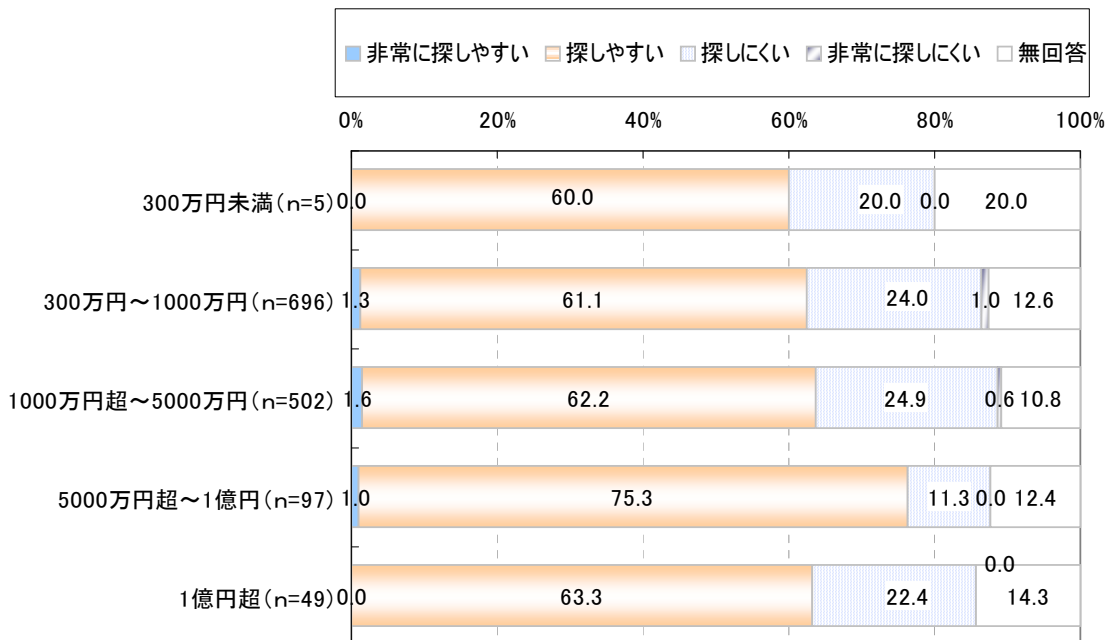


※「見たことがない」人を除く

【従業員数別】



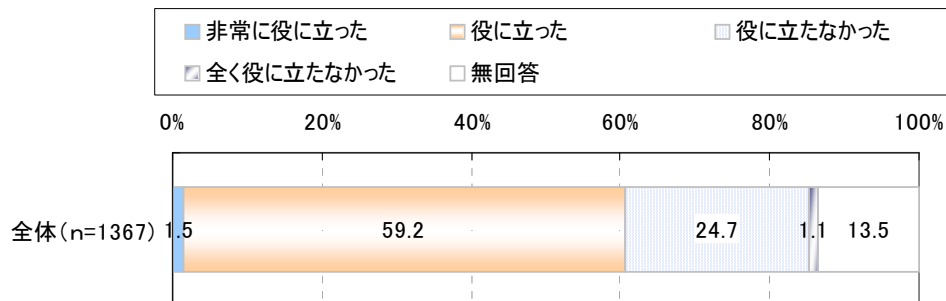
【資本金別】



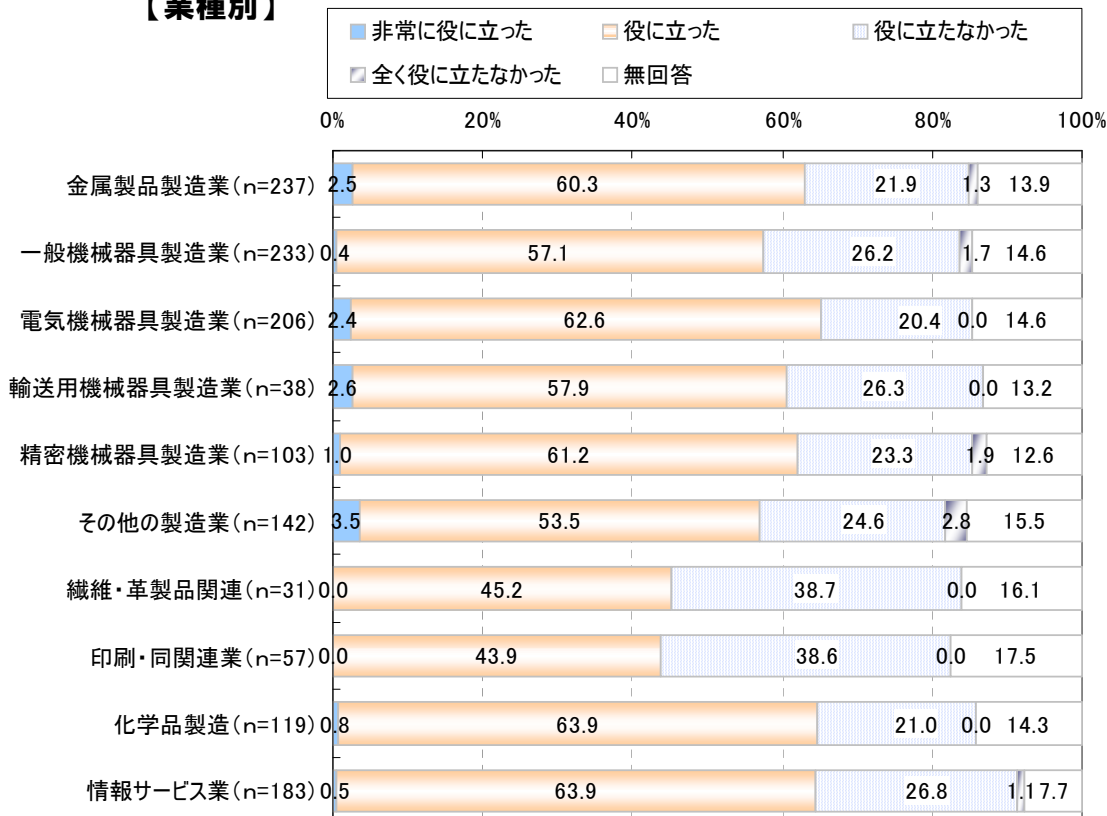
19-4 公社ホームページ（閲覧情報が役にたったか）

- 公社ホームページを見たことがある企業に対して閲覧した情報が役に立ったかを尋ねたところ、「非常に役に立った」が1.5%、「役に立った」が59.2%で合計60.7%が評価している。
- 業種別で見ると、サンプル数に注意が必要であるが、繊維・革製品関連や印刷・同関連業では「役に立たなかった」の比率が高い。
- 従業員数別で見ると、従業員数が多い企業ほど「役に立った」とする比率が高い。
- 資本金別の傾向に大きな差は見られない。

【全体】

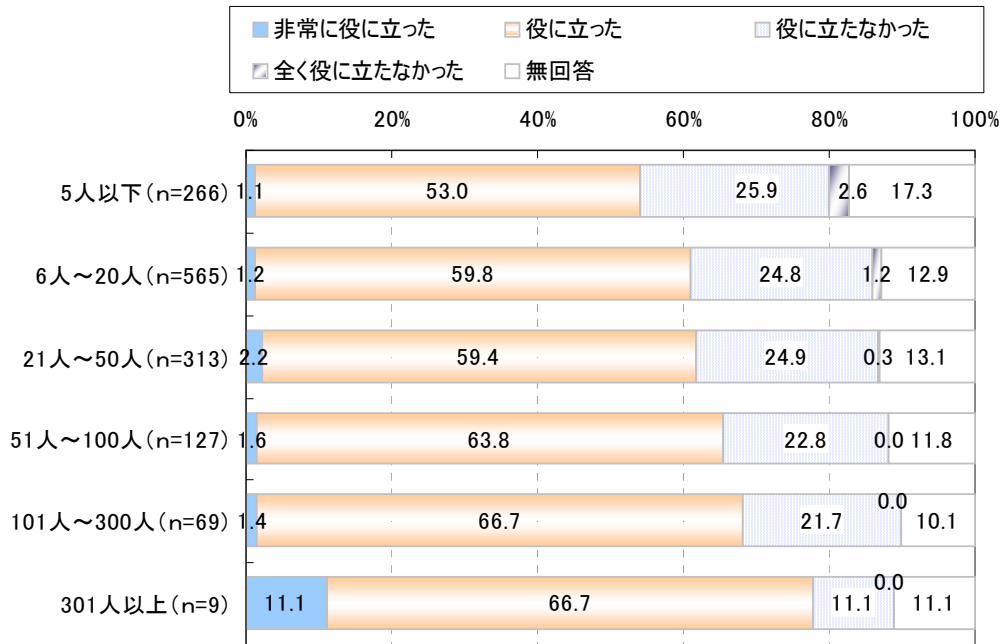


【業種別】

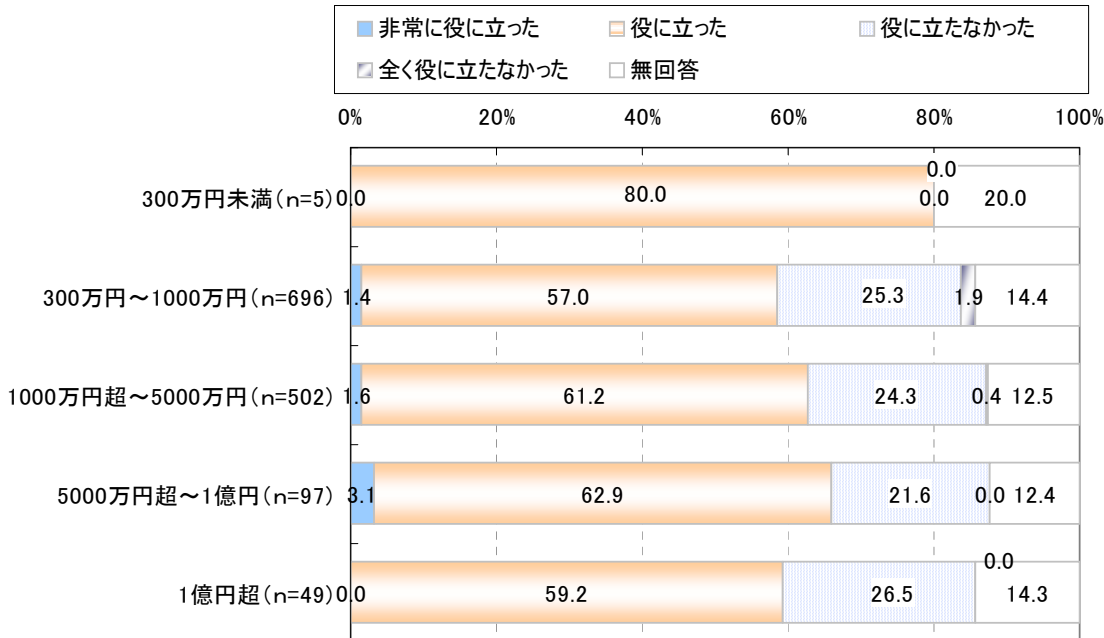


※「見たことがない」人を除く

【従業員数別】



【資本金別】

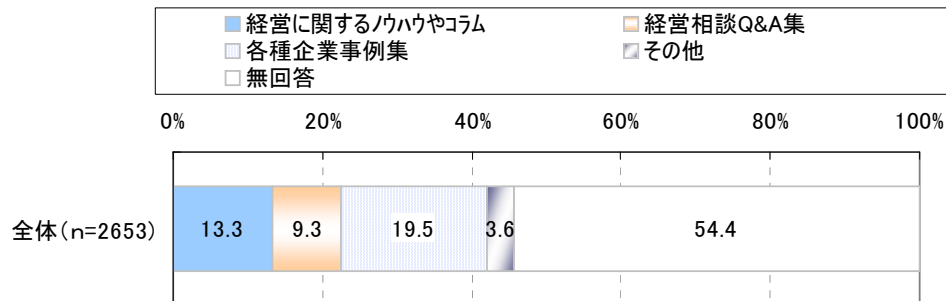


19-5 公社ホームページ（あると便利なコンテンツ）

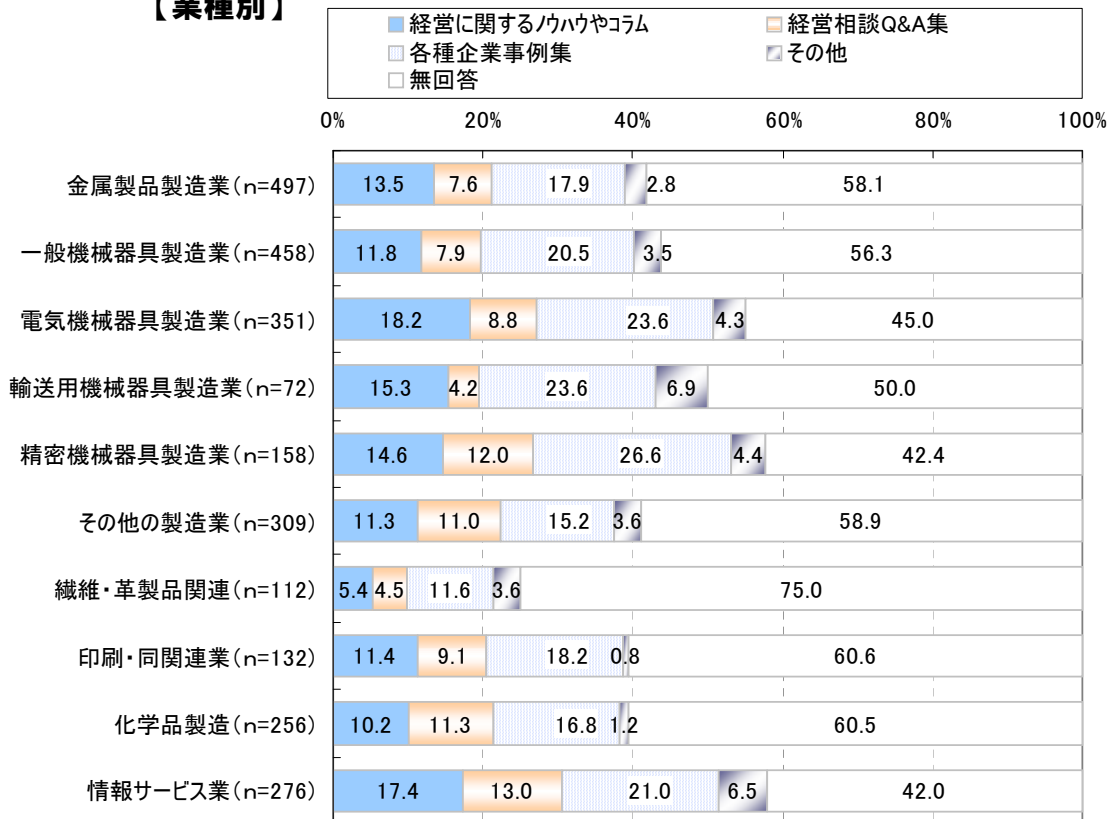
■ 公社ホームページにあると便利だと思うコンテンツを尋ねたところ、「各種企業事例集」が19.5%で最も高い。これに「経営に関するノウハウやコラム」が13.3%、「経営相談Q&A」が9.3%が続いている。

■ 業種別でみると、「各種企業事例集」では精密機械製造業が26.6%を占めており他の業種と比較して高い。

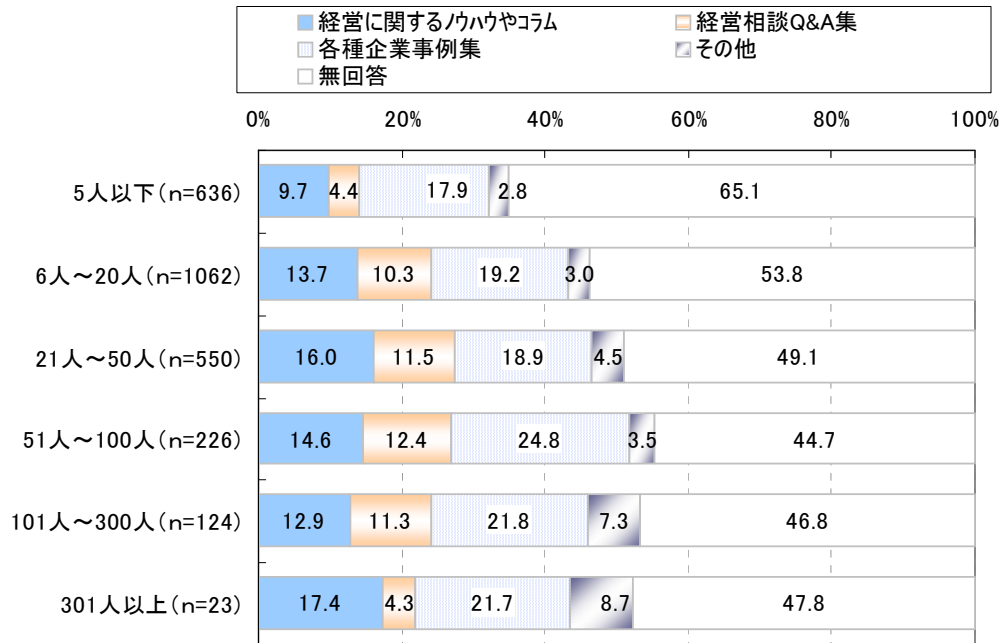
【全体】



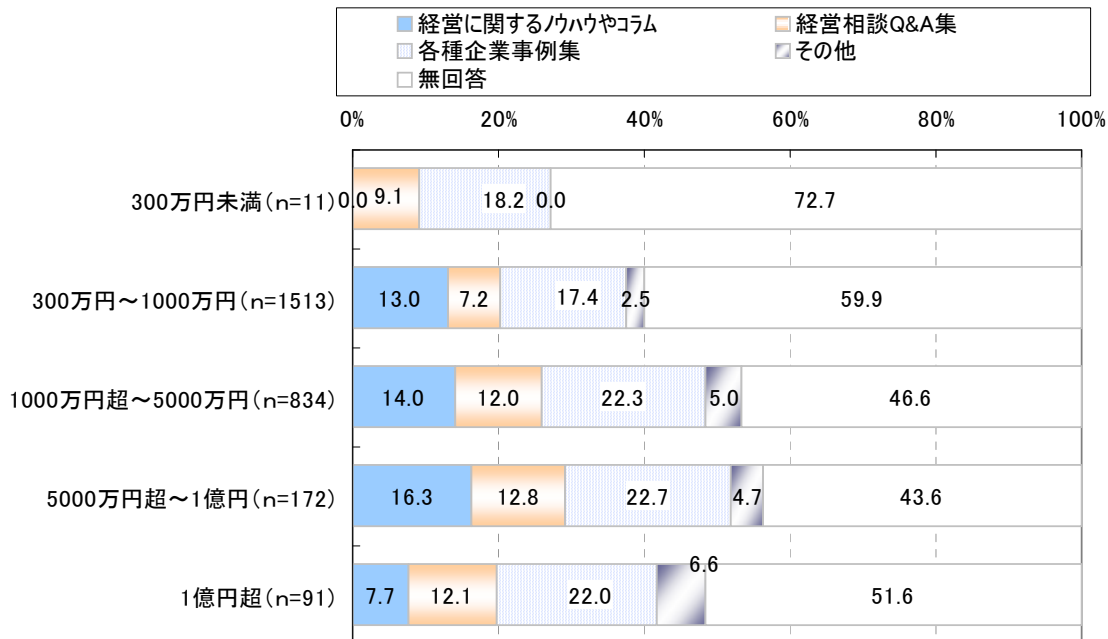
【業種別】



【従業員数別】



【資本金別】



20 設備投資予定（1年以内）

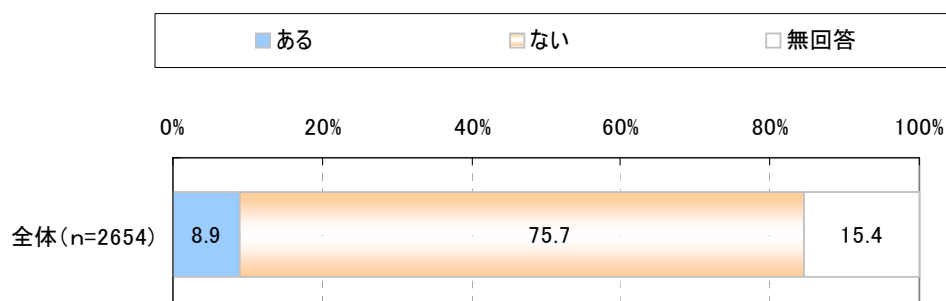
■ 公社では、中小企業の経営基盤強化や温暖化対策に役立つ設備投資を支援するため、今年度から設備リース事業を実施している。このことについて、今後1年以内に設備投資の予定があるかを尋ねたところ、全体の8.9%が「ある」と回答している。

■ 業種別で見ると、輸送用機械器具製造業において「ある」が15.3%に達しており最も高い。

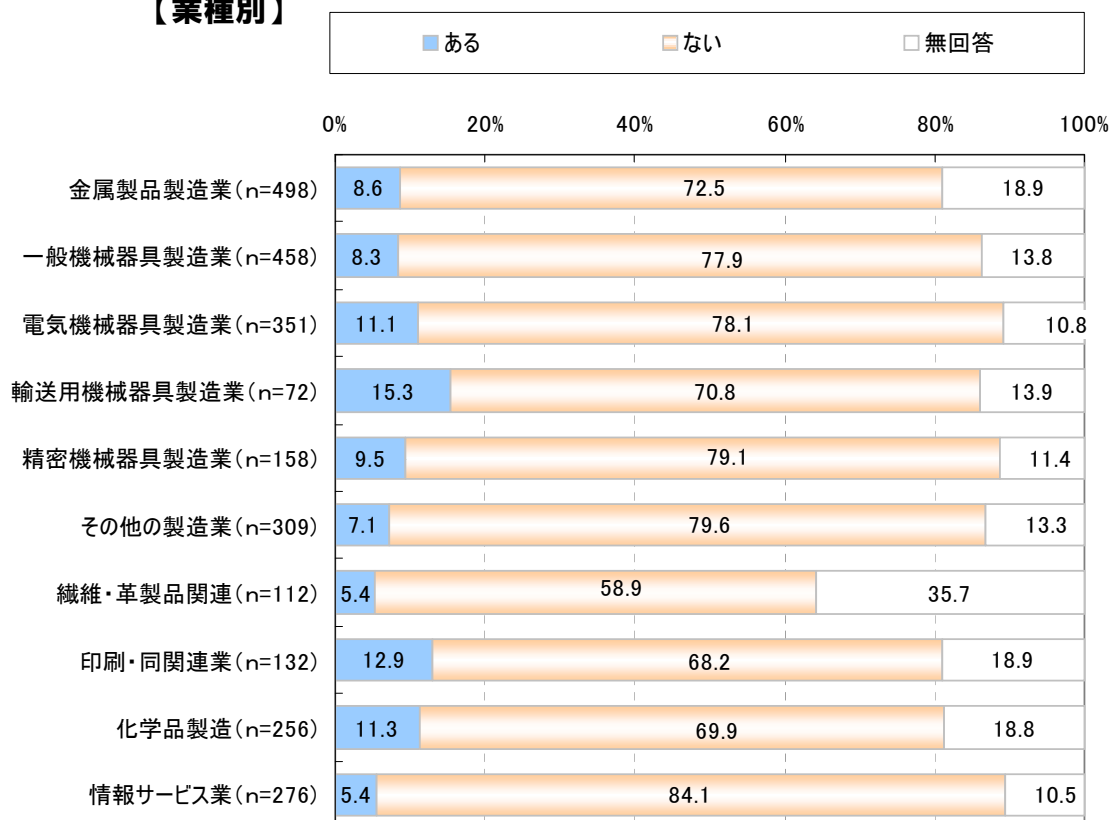
■ 従業員数別で見ると、6人～20人規模の企業で「ある」が8.4%に留まり低い。

■ 資本金別で見ると、300万円～1,000万円の「ある」が6.5%と他と比較してやや低い。

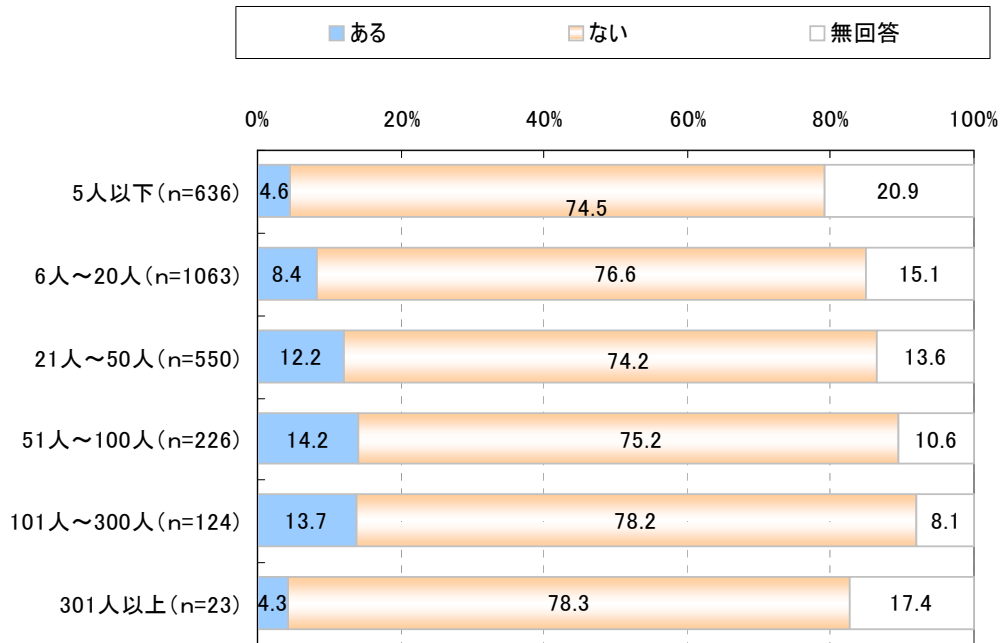
【全体】



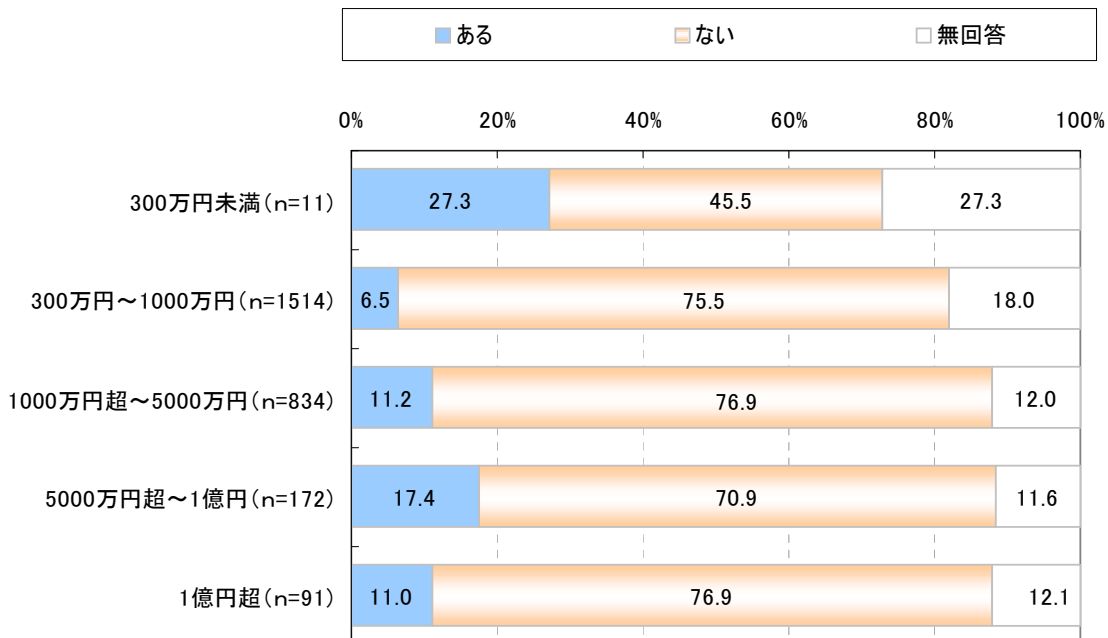
【業種別】



【従業員数別】



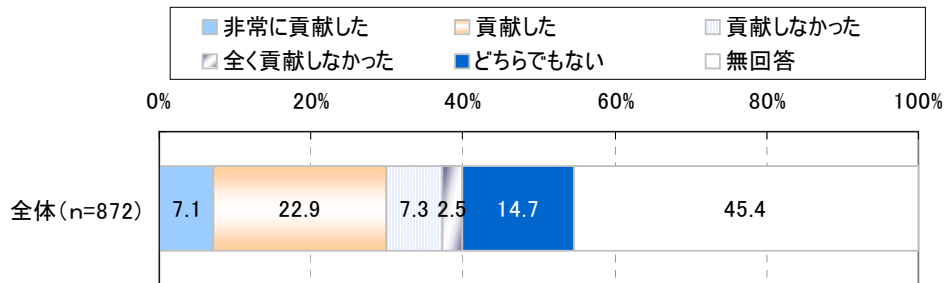
【資本金別】



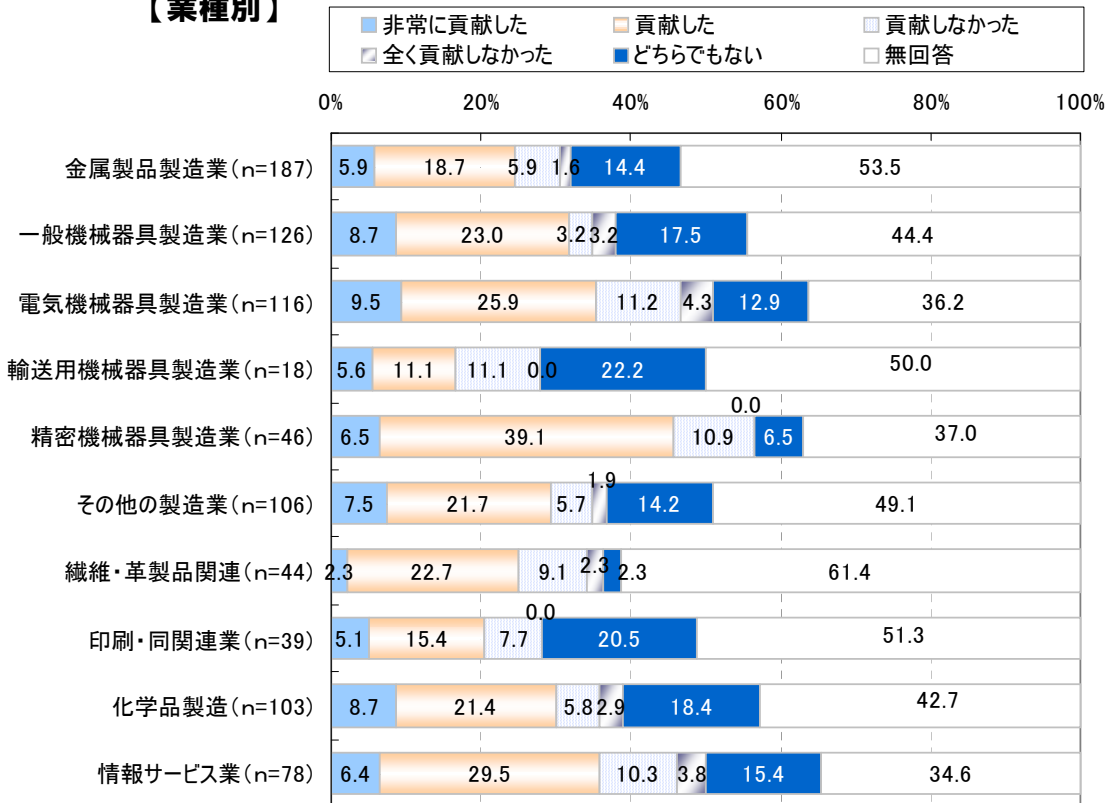
2 1 公社事業を利用して業績に貢献したか

- 公社事業を利用した方に、利用した事業が業績に貢献したかを尋ねたところ、「非常に貢献した」が7.1%、「貢献した」が22.9%を占め、合計30.0%が貢献したと回答している。
- 業種別で見ると、精密機械器具製造業では「貢献した」の合計が45.7%と特に高い。
- 資本金別で見ると、1000万円以上の企業では「貢献した」の合計が4割を超えているのに対して、1000万円以下の合計は2割程度に留まっており、差が見られる。

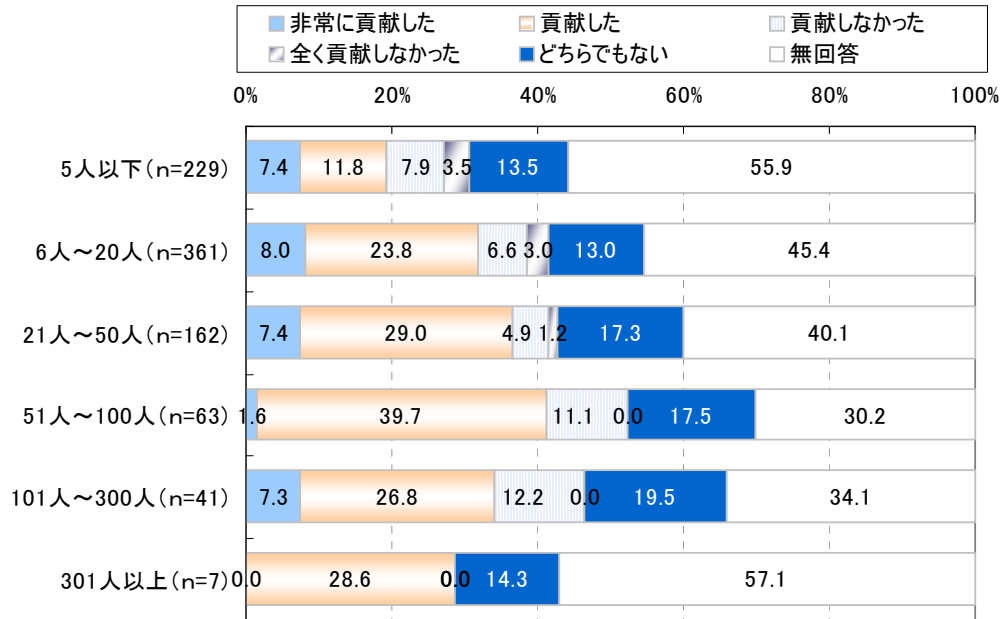
【全体】



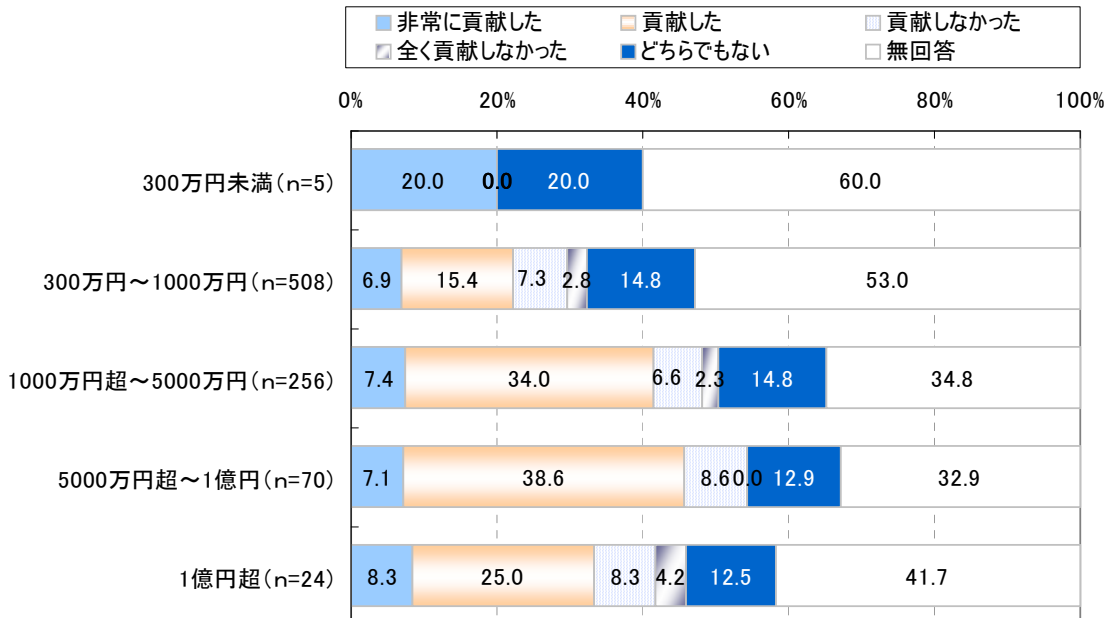
【業種別】



【従業員数別】



【資本金別】



2 2 公社事業を利用しなかった理由

■ 公社事業を利用しなかった人に、その理由を尋ねたところ、「自社に合う支援策がない」が26.6%で最も高い。以下、「支援を必要としない」が16.4%、「活用方法がわからない」が14.5%、「他の支援機関を活用している」が8.4%と続いている。

■ 業種別でみると、情報サービス業や電気機械器具製造業では「自社に合う支援策がない」の比率が3割を超えており、他の業種と比較して高い。

