

平成26年度

取引状況実態調査報告書

公益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 「下請代金支払遅延等防止法」の認知状況	6
2 通常の取引における注文書等の書面の取り交わし状況	8
3 最近1年間の取引で起きたトラブル	10
4 円安の影響	12
5 円安の悪影響の内容	14
6 円安の悪影響への対応策	16
7 今後、取引拡大を図る手段	18
8 展示会への出展頻度(年間)	20
9 今後1年以内に設備投資を行う予定があるか	22
10 海外拠点の設置状況	24
11 海外拠点(国名・都市名)	26
12 海外拠点の種類	28
13 東京都中小企業振興公社のホームページの閲覧目的	29

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、都内中小企業の経営の安定化や経営基盤の強化に向けた有効な施策を企画・展開するうえで参考となる情報を得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 5,000社

3 調査時期

平成26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
5,000	1,244	24.9%

※有効回答数：1,156件

※無効回答は、アンケートの郵送停止のみの回答など

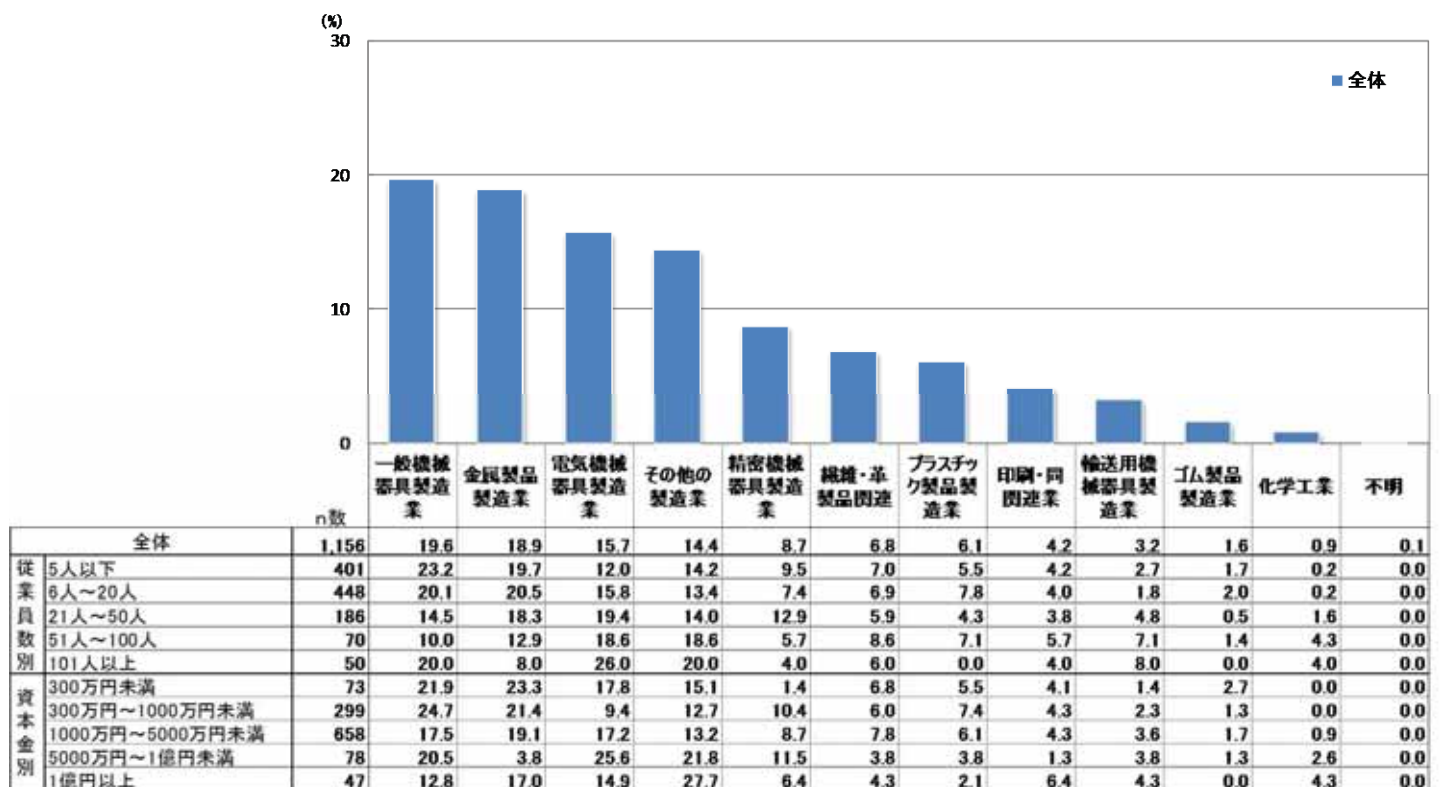
※集計結果は、原則として小数点第2位以下を四捨五入して表記しているため、合計が100%にならない場合がある。

※クロス集計のうち、表側のサンプル数が30未満の項目については誤差が大きいためコメントしていない。

II 回答企業の構成

F 1 業種

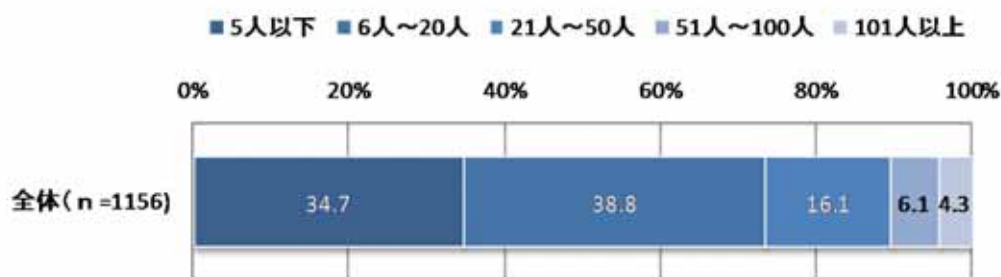
- 回答企業（1,156社）の業種構成は、「一般機械器具製造業」が19.6%、「金属製品製造業」が18.9%、「電気機械器具製造業」が15.7%、「その他の製造業」が14.4%までが1割以上となっており、これら4業種で68.5%を占めている。
- 従業員数別でみると、従業員数が少ない企業では、「一般機械器具製造業」「金属製品製造業」の比率が高く、従業員数が多い企業は「電気機械器具製造業」「その他製造業」などの比率が高い傾向がある。
- 資本金別でみると、資本金が小さい企業では、「金属製品製造業」が、資本金が大きい企業では「その他製造業」の比率が高い傾向が見られる。



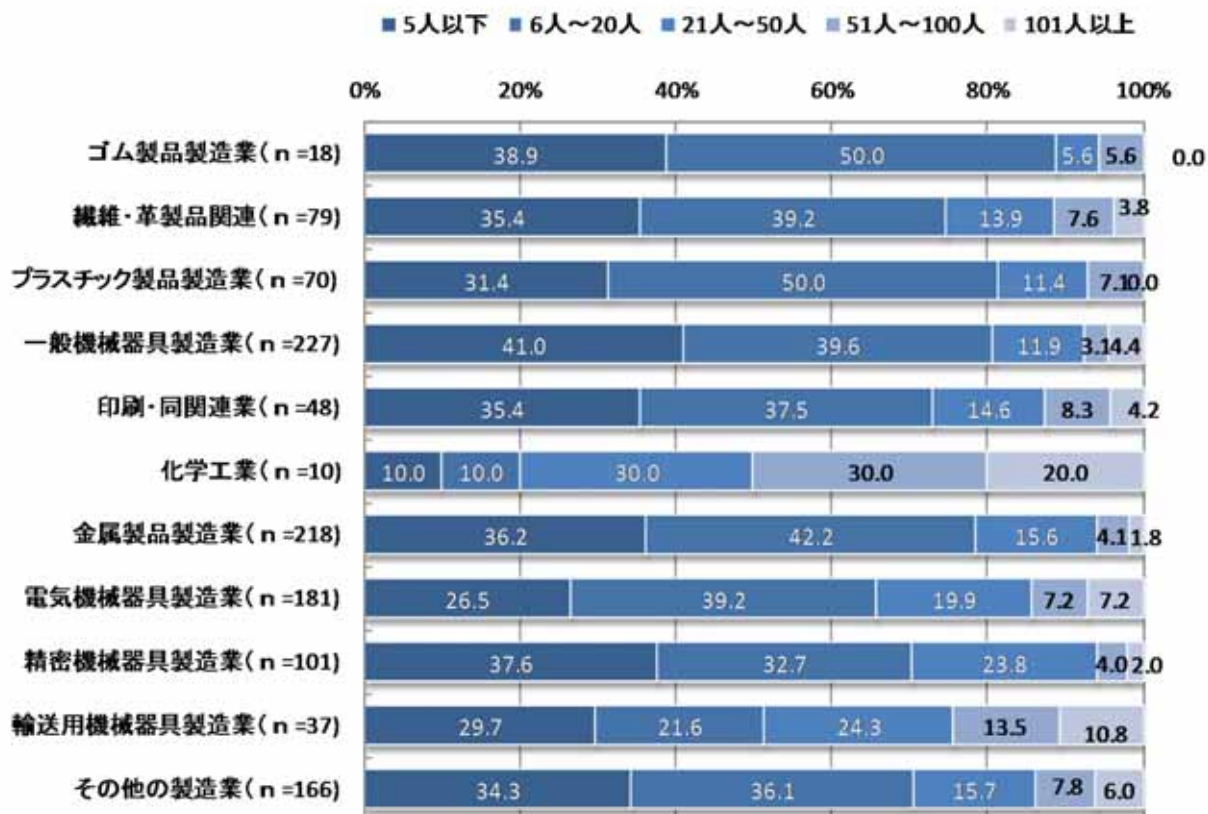
F 2 従業員数

- 回答企業（1,156社）の従業員数の構成は、「6人～20人」が38.8%を占める。これに「5人以下」が34.7%で続いており、全体の73.5%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、プラスチック製品製造業では、従業員数「20人以下」の比率が81.4%、一般機械器具製造業が80.6%、金属製品製造業が78.4%となっており従業員数が少ない傾向がある。

【全体】



【業種別】



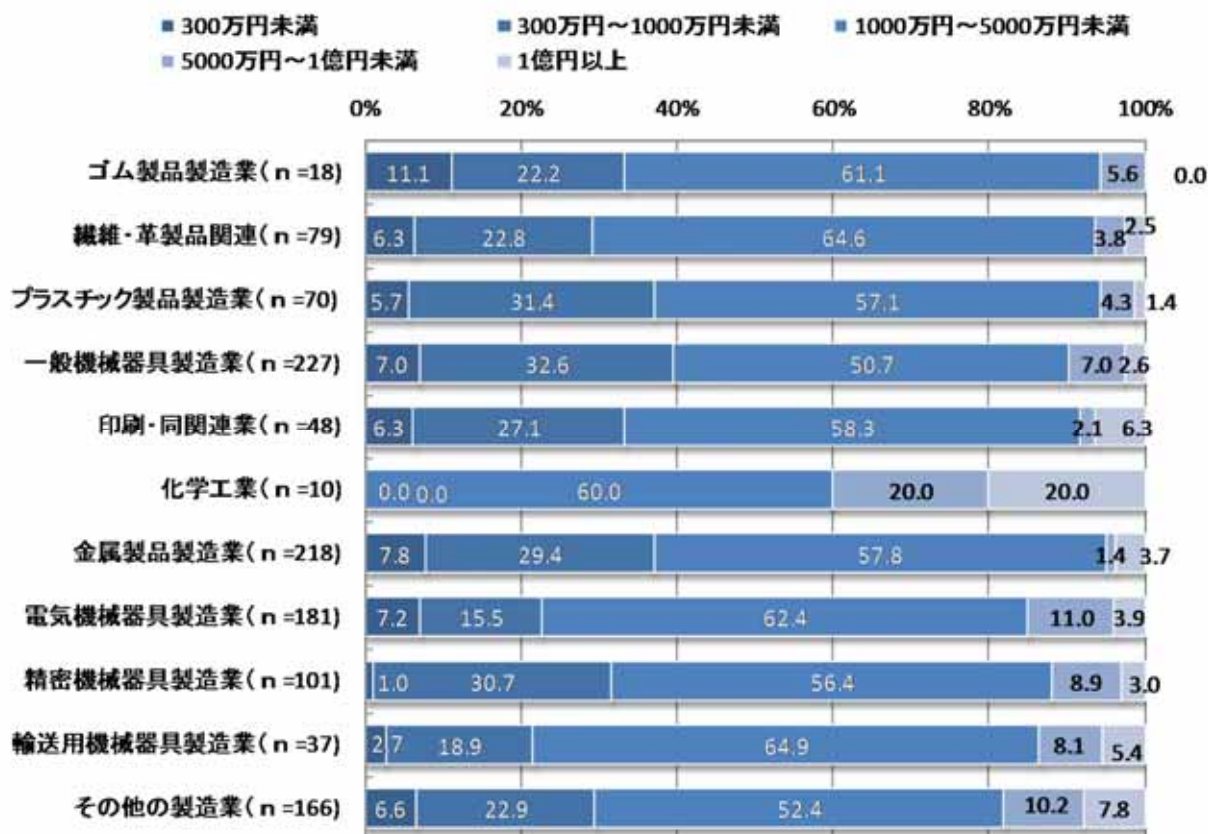
F 3 資本金

- 回答企業（1,156社）の資本金構成は、「1,000万円～5,000万円未満」が56.9%、「300万円～1,000万円未満」が25.9%を占めている。「1,000万円以上」は全体の67.7%。
- 業種別で「1,000万円以上」の比率をみると、輸送用機械器具製造業が78.4%、電気機械器具製造業が77.3%を占めており高い。
- 一方、「1,000万円未満」の比率を見ると、一般機械器具製造業が39.6%、金属製品製造業が37.2%、プラスチック製品製造業が37.1%を占めており高い。

【全体】



【業種別】

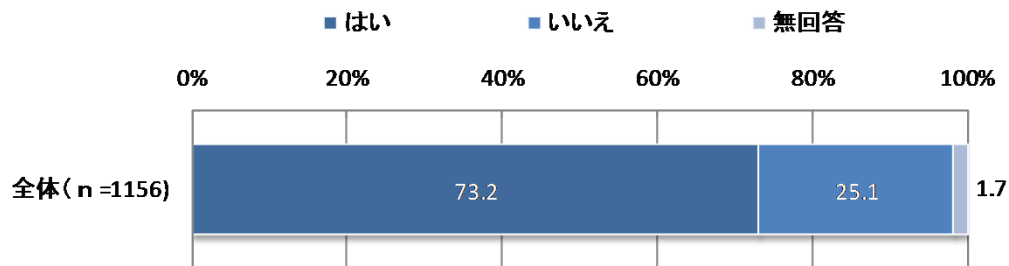


III 調査結果

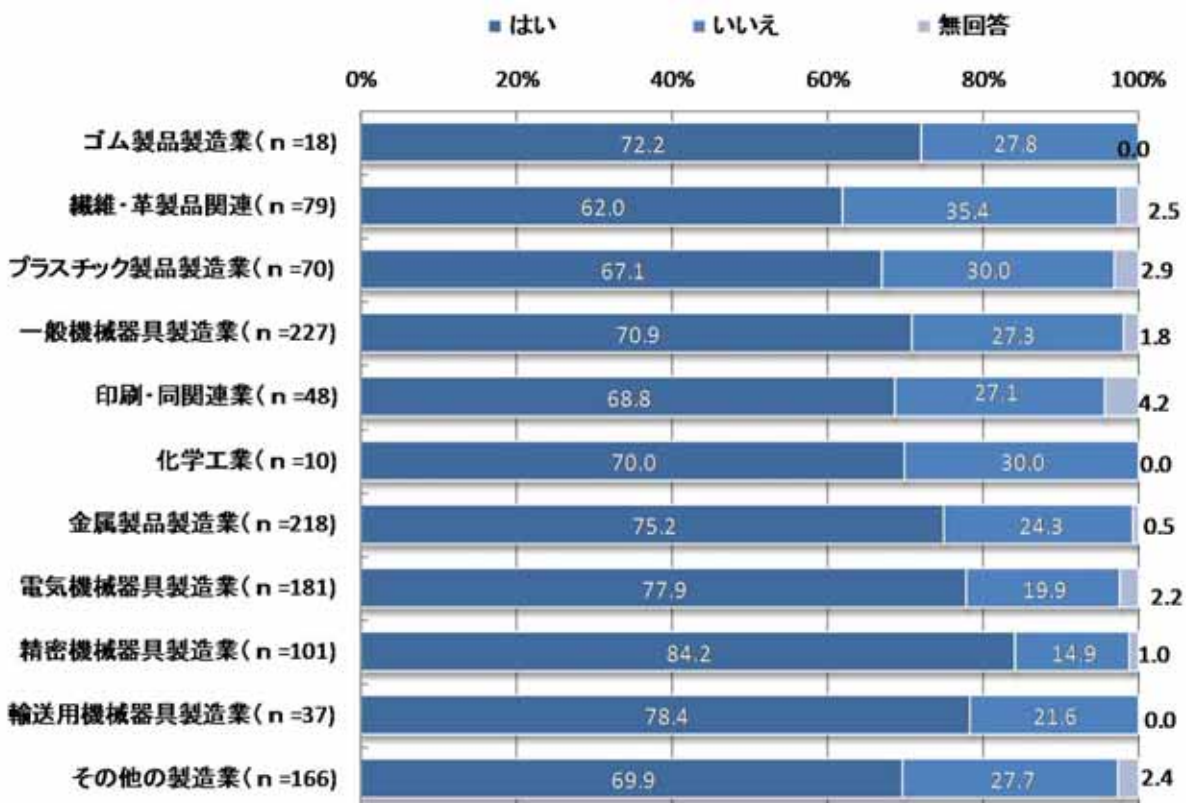
1 「下請代金支払遅延等防止法」の認知状況

- 「下請代金支払遅延等防止法」を知っているかを尋ねたところ、「はい」（知っている）が73.2%、「いいえ」（知らない）が25.1%となった。
- 業種別でみると、繊維・革製品関連では、「いいえ」（知らない）比率が3割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、認知していない企業の比率が高く、5人以下の企業では「いいえ」が37.7%を占めている。
- 資本金別でみると、資本金が小さい企業ほど、認知していない企業の比率が高く、300万円未満の企業では「いいえ」が52.1%を占める。

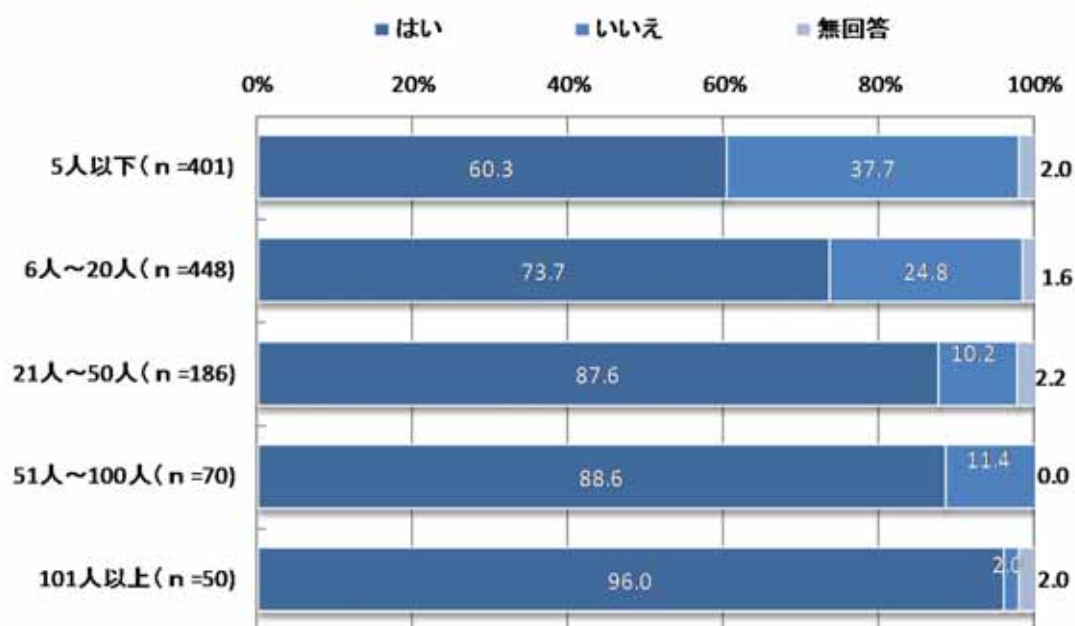
【全体】



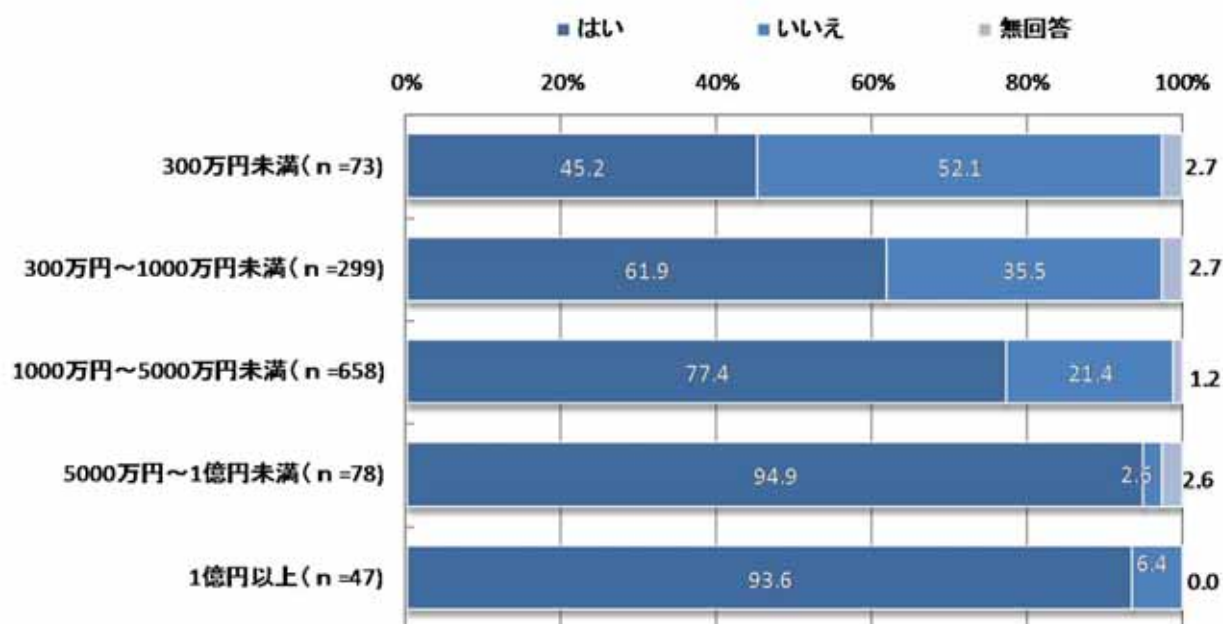
【業種別】



【従業員数別】



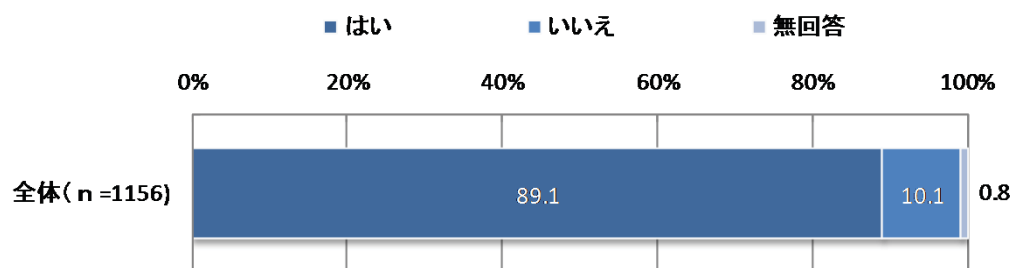
【資本金別】



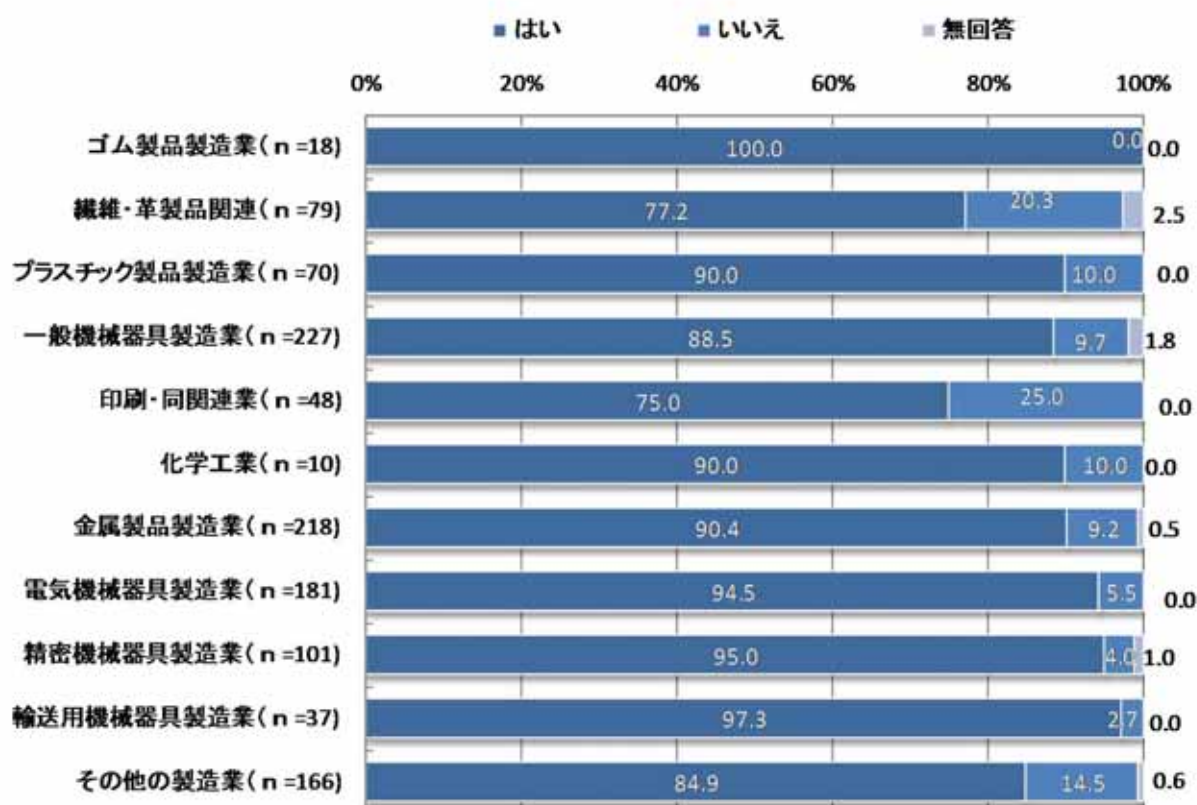
2 通常の取引における注文書等の書面の取り交わし状況

- 通常の取引で注文書等の書面を取り交わしているかを尋ねたところ、「はい」が89.1%、「いいえ」が10.1%。
- 業種別でみると、印刷・同関連業では書面を取り交わしている企業の比率が75.0%となっており他の業種と比較して低い。その他、繊維・革製品関連（77.2%）の比率も比較的低い。
- 従業員数別では従業員数が少ない企業ほど、資本金別では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ない企業の比率が高い。

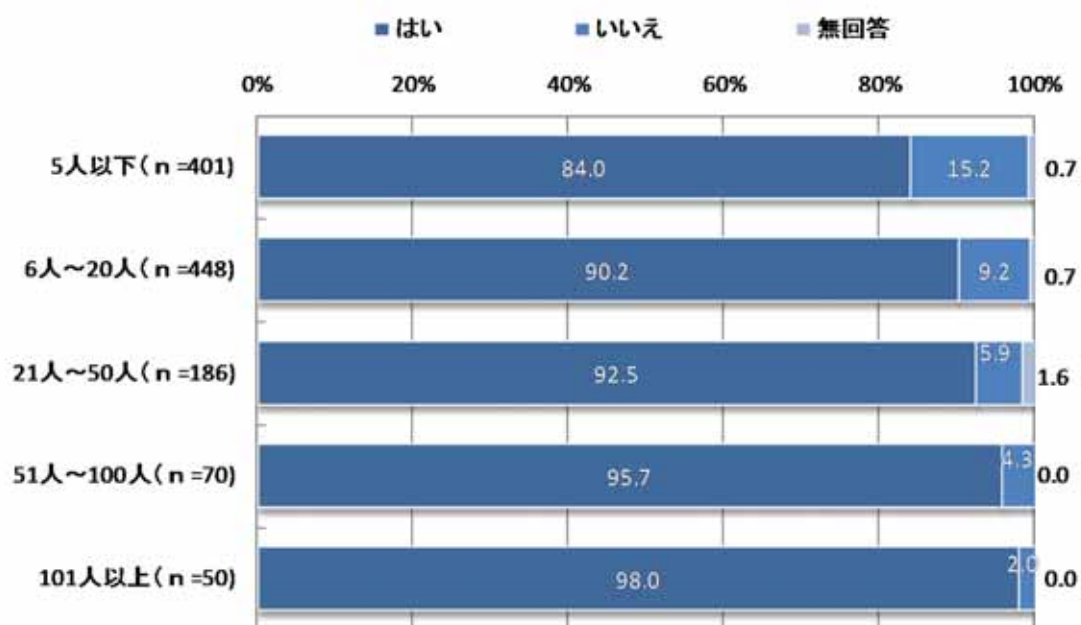
【全体】



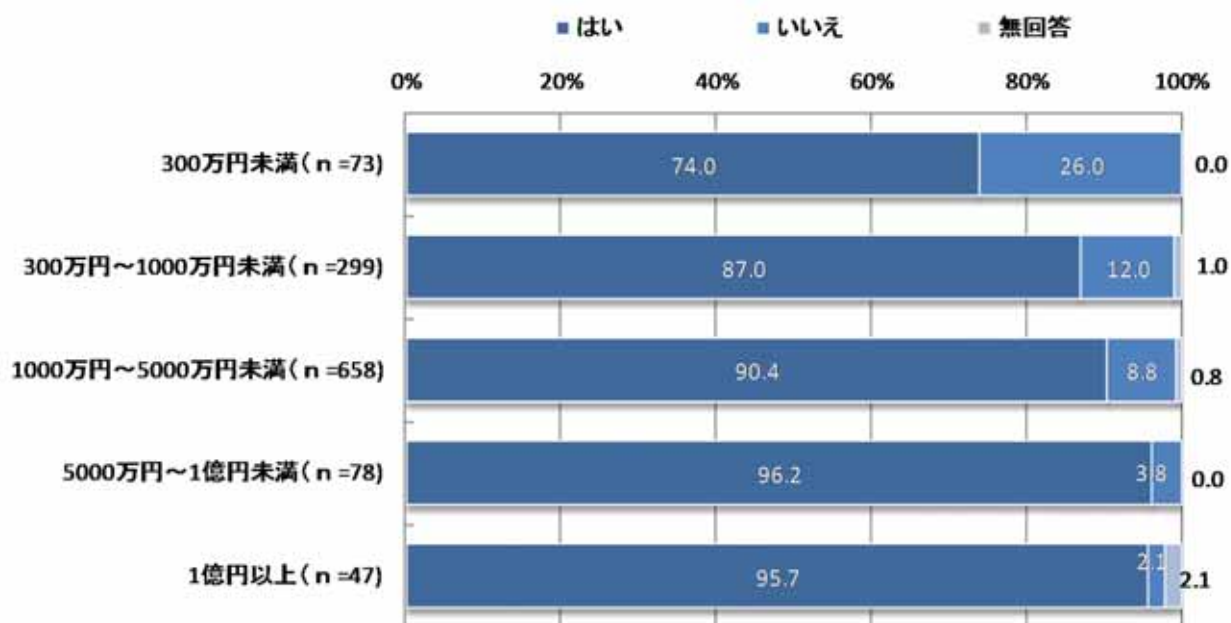
【業種別】



【従業員数別】

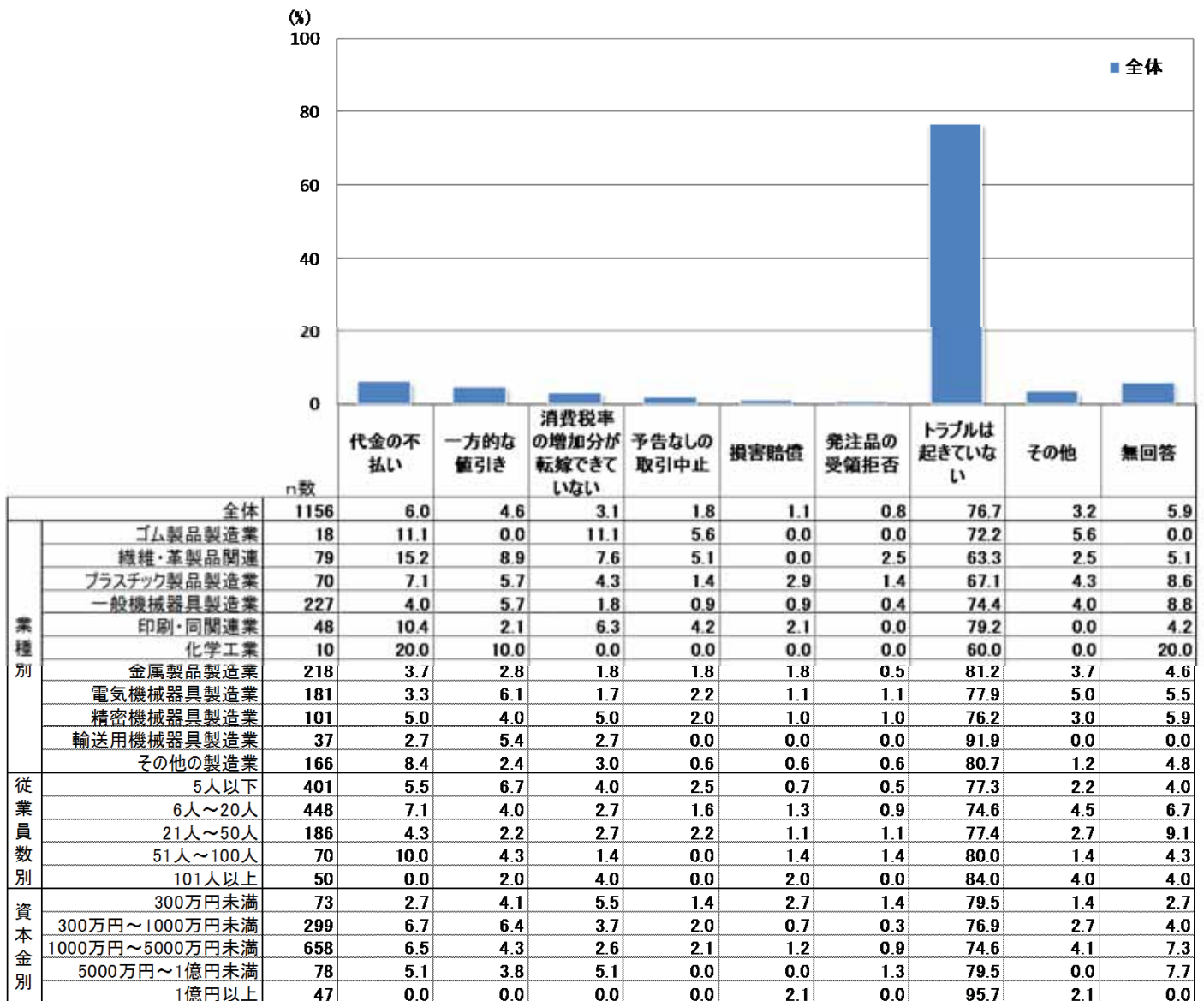


【資本金別】



3 最近1年間の取引で起きたトラブル

- 最近1年間の取引で起きたトラブルがどのようなものかを尋ねたところ、「トラブルは起きていない」が76.7%。全体の17.4%がなんらかのトラブルを回答している。
- トラブルの内容としては、「代金の不払い」（6.0%）、「一方的な値引き」（4.6%）、「消費税率の増加分が転嫁できていない」（3.1%）など。
- 業種別でみると、トラブルが「あった」比率が高いのは、繊維・革製品関連（39.2%）、印刷・同関連業（25.0%）などとなっている。
- 従業員数別でみると、「従業員数が51人～100人」「101人以上」の企業では「トラブルは起きていない」比率が8割を超えており、従業員数が少ない企業と比較して比率が高い（従業員数が少ない企業ほど何らかのトラブルがあった企業の比率が高い）。
- 資本金別でみると、1億円以上の企業では「トラブルは起きていない」比率が95.7%と、他が8割を下回っているのと比較して高い。



3 最近1年間の取引で起きたトラブル

【その他の回答内容】 [原文ママ]

- ・10年以上前の@でやってほしいとの依頼
- ・トラブルではないが請求金額から勝手に2~3%引いて支払をする取引先があるのでそれを禁止して欲しい
- ・トラブルはおきていないが、トラブル寸前といったところ
- ・リーマンショック前の単価の半値程しかもらえない
- ・為替変動によるコスト(増)の価格反映が困難
- ・一部差し値で注文有
- ・海外の規格対応問題にて苦勞している。CEマークULなど特殊製品につきこれら規格対応不可能。
- ・海外取引での支払遅延
- ・貴金属のめっきが固定価格のものもあり、価格値上に時間がかかる(ほとんどは連動制価格)。
- ・口答での指示に対する書面・メールの確認不足
- ・支払いが一週間遅れた
- ・支払遅延
- ・事前の連絡無しでこれまでの現金入金の手形(廻り)になった。
- ・受注金額が原価割れして大赤字を出しました
- ・受注内示のキャンセル
- ・消費税5%分すら払われていなかった取引先があったことが判明した
- ・紹介で仕事を引受け納入し合格したのにも係らず支払がされません。小額訴訟し勝訴しましたが不在裁判で困っております。メインの所は大丈夫なのです。不動産は他名義です。
- ・常識外の返品
- ・製品が返品されずに金額処理(伝票上のみで製品は使用されているかもしれない)
- ・素材の値上り分を転嫁できない。内示発注書が来てその後見積りを提出しキャンセルになった素材の無駄が発生。
- ・代金が1000~2000円で振込手数料を差し引いて振込まれた
- ・代金が約束より遅れる事がある
- ・代金の遅延
- ・大きなトラブルは起きておりません
- ・適度な価格競争
- ・納品して来たものが不良
- ・納品時に客先の受入れが外注のため、品質について理解されていなくて取扱いが乱暴である。問題がおきそう。
- ・半手半金の基準額が低く、手形に困っている
- ・不渡り
- ・不渡り手形(取引先の倒産)
- ・返品
- ・保証の問題
- ・予告無しに発注品を中国の会社に移した

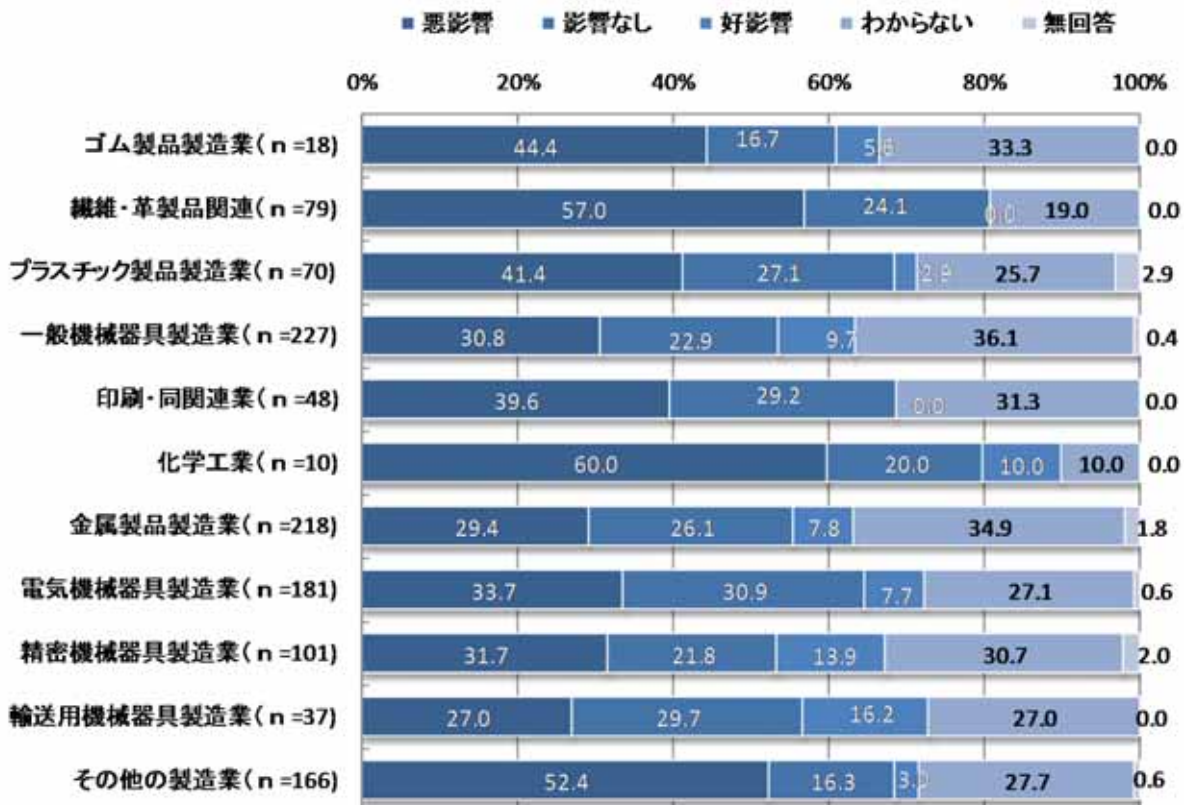
4 円安の影響

- 円安の影響はどのように感じているかを尋ねたところ、「悪影響」が37.3%、「影響なし」が24.4%、「好影響」が7.1%、「わからない」が30.3%。
- 業種別でみると、繊維・革製品関連、その他製造業では「悪影響」の比率が5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多い企業ほど、資本金別では資本金額が大きい企業ほど「わからない」の比率が低く、「悪影響」の比率が高い。

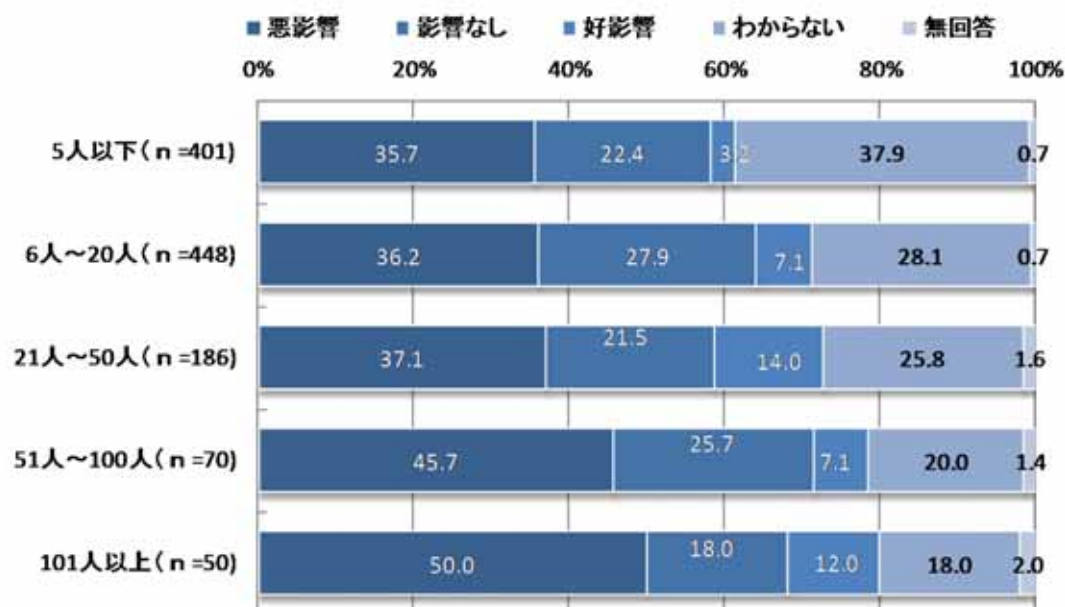
【全体】



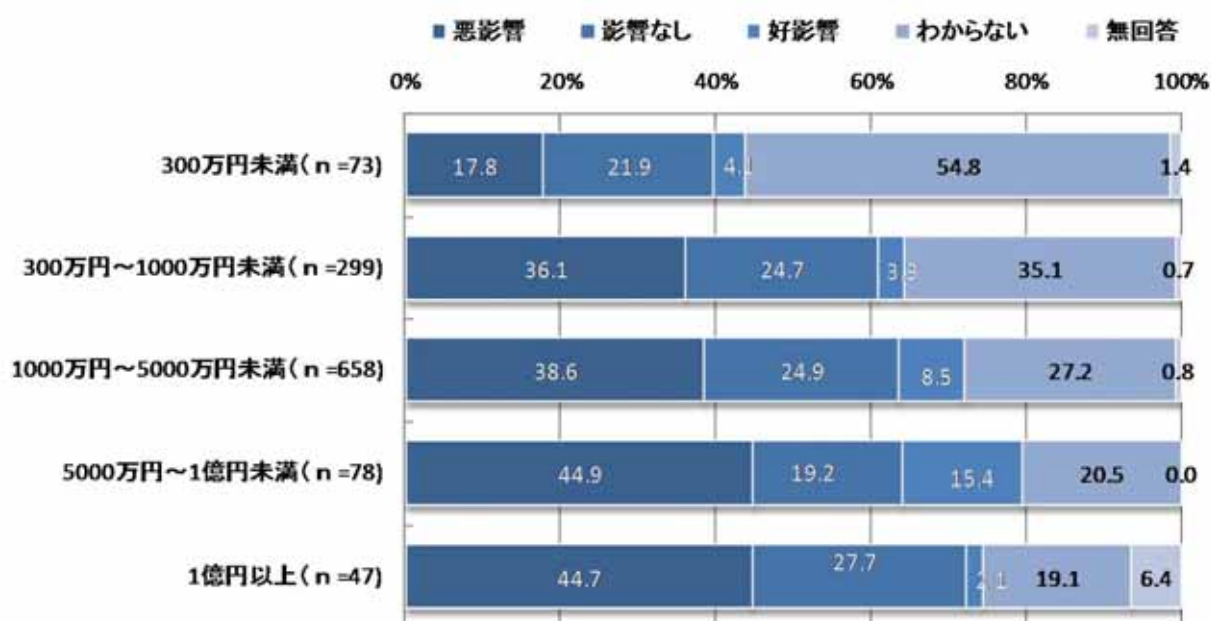
【業種別】



【従業員数別】

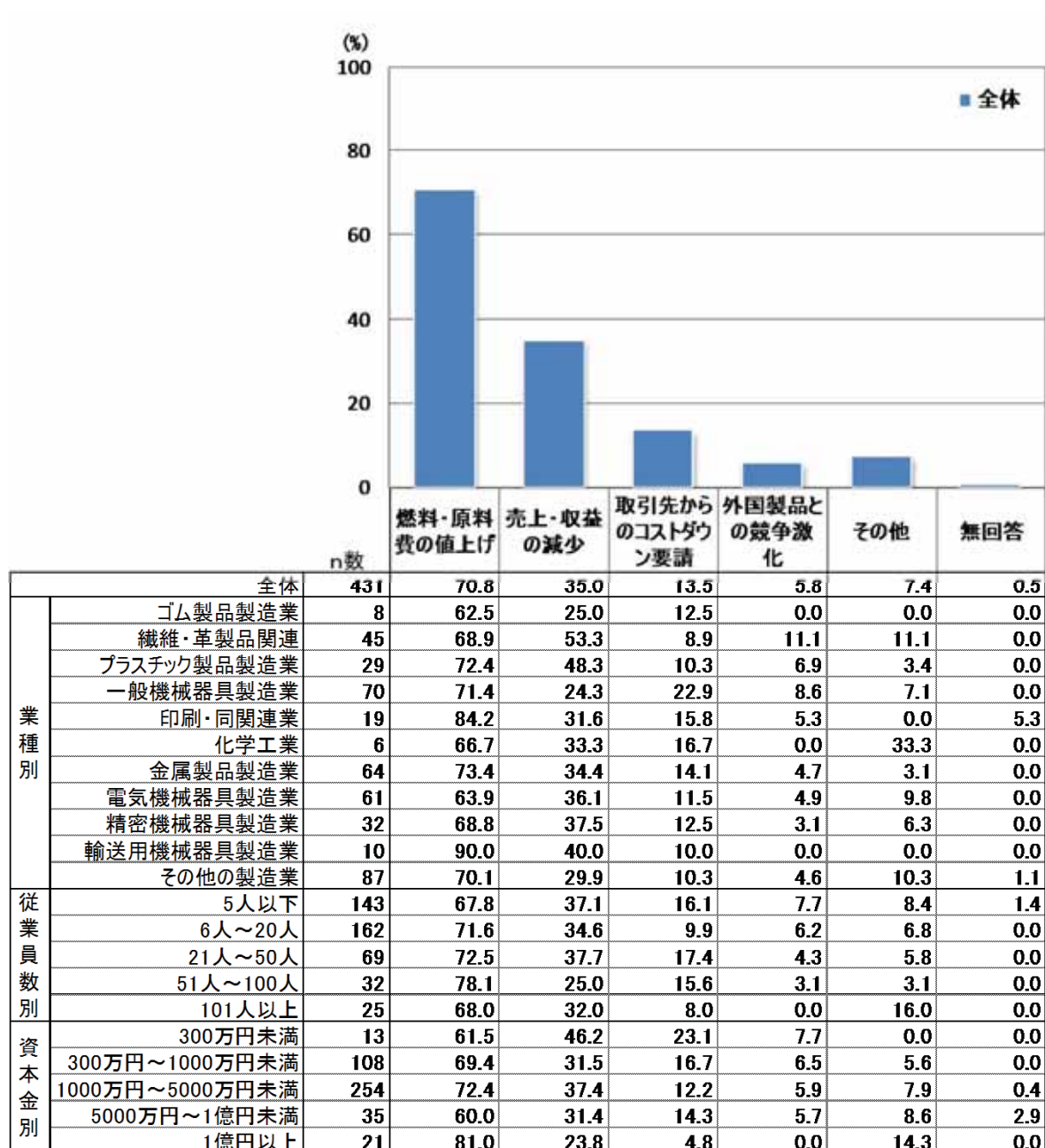


【資本金別】



5 円安の悪影響の内容

■円安の影響で「悪影響」と回答した企業（431社）に対して、悪影響の具体的な内容は何かを尋ねたところ、「燃料・原料費の値上げ」が70.8%で最も高い。次いで、「売上・収益の減少」が35.0%、「取引先からのコストダウン要請」が13.5%などとなっている。



5 円安の悪影響の内容

【その他の回答内容】 [原文ママ]

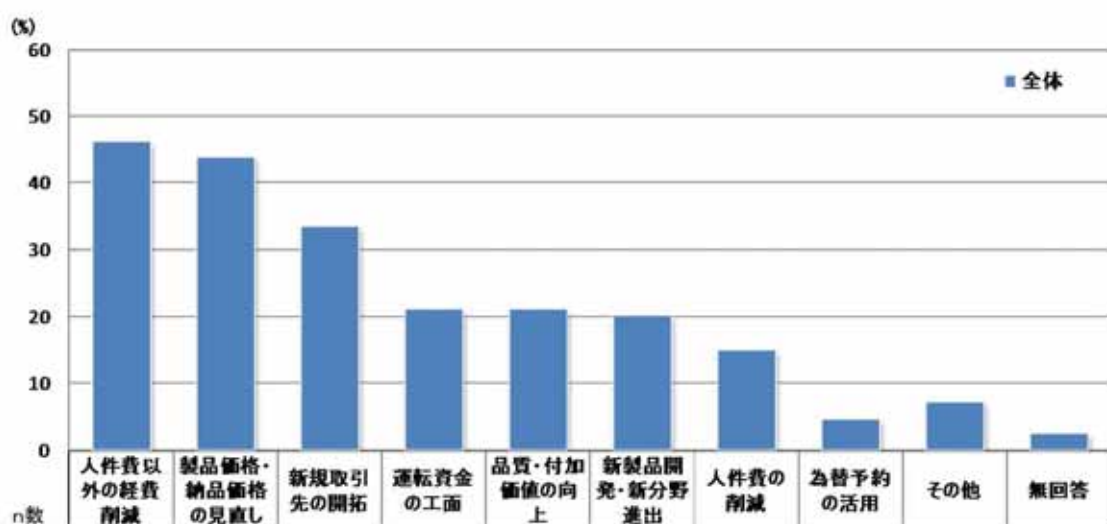
- ・ガソリン等は大幅に下がっているのにPP原料は下がらない。
- ・コストアップ
- ・円安の分が価格の変更が出来ない
- ・海外仕入の原価高
- ・海外調達に悪影響
- ・外国から購入する電子部品が多く価格が高騰している
- ・原材料の値上げ
- ・国内での受注の減少
- ・材料費の値上げ
- ・仕事無し
- ・仕入れ品の値上げ
- ・仕入価格の高騰が売価に転嫁できない
- ・仕入価格の増大
- ・仕入製品がドル支払いなので高くなってしまった。
- ・仕入製品の値上りによる収益の減少
- ・仕入代金の増加(海外より)
- ・仕入単価の見直し
- ・仕入単価の上昇
- ・車輜燃料費(ガソリン価格アップ)
- ・全般的に値上り
- ・素材の高騰
- ・中国からの輸入品を販売している為、商品原価が上がり売価に反映せざるを得ない
- ・電気代の値上げ
- ・輸入価格が高くなる
- ・輸入資材材料の値上げ
- ・輸入商品のコストUP要因
- ・輸入製品の価格が上がった
- ・輸入製品価格の上昇
- ・輸入品の値上り
- ・輸入品代金支払に影響
- ・予算オーバー、計画白紙
- ・隣国への受発注の関係で利幅が縮小

6 円安の悪影響への対応策

■円安の影響で「悪影響」と回答した企業（431社）に対して、悪影響への対応策は何かを尋ねたところ、「人件費以外の経費削減」が46.2%、「製品価格・納品価格の見直し」が43.9%でこの2つが4割を超えている。

以下、「新規取引先の開拓」が33.4%、「運転資金の工面」と「品質・付加価値の向上」が21.1%、「新製品開発・新分野進出」が20.2%、「人件費削減」が15.1%となっている。

■従業員数別では従業員数が少ない企業ほど、資本金別では資本金が小さい企業ほど「運転資金の工面」の比率が高い。逆に従業員数が多い企業、資本金が大きい企業ほど「新製品開発・新分野進出」の比率が高い。



		人数	人件費以外の経費削減	製品価格・納品価格の見直し	新規取引先の開拓	運転資金の工面	品質・付加価値の向上	新製品開発・新分野進出	人件費の削減	為替予約の活用	その他	無回答
全体		431	46.2	43.9	33.4	21.1	21.1	20.2	15.1	4.6	7.2	2.6
業種別	ゴム製品製造業	8	87.5	37.5	12.5	25.0	12.5	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	繊維・革製品関連	45	55.6	55.6	40.0	24.4	35.6	22.2	26.7	6.7	2.2	2.2
	プラスチック製品製造業	29	34.5	37.9	37.9	27.6	13.8	17.2	20.7	6.9	13.8	6.9
	一般機械器具製造業	70	55.7	32.9	31.4	21.4	20.0	17.1	11.4	1.4	2.9	5.7
	印刷・同関連業	19	68.4	36.8	36.8	21.1	21.1	15.8	21.1	5.3	5.3	0.0
	化学工業	6	33.3	16.7	50.0	0.0	33.3	50.0	0.0	0.0	33.3	0.0
	金属製品製造業	64	40.6	42.2	32.8	23.4	14.1	14.1	15.6	4.7	6.3	3.1
	電気機械器具製造業	61	39.3	57.4	31.1	23.0	18.0	16.4	9.8	1.6	8.2	1.6
	精密機械器具製造業	32	50.0	50.0	28.1	15.6	25.0	18.8	9.4	6.3	3.1	0.0
	輸送用機械器具製造業	10	30.0	10.0	30.0	0.0	30.0	30.0	20.0	0.0	10.0	0.0
その他の製造業	87	39.1	46.0	34.5	19.5	21.8	25.3	13.8	8.0	11.5	1.1	
従業員数別	5人以下	143	47.6	34.3	32.9	23.8	16.1	16.1	17.5	0.7	5.6	4.2
	6人～20人	162	43.8	47.5	32.7	21.6	22.2	19.8	17.9	6.8	8.6	3.1
	21人～50人	69	46.4	52.2	34.8	26.1	23.2	23.2	8.7	4.3	5.8	0.0
	51人～100人	32	43.8	53.1	37.5	9.4	21.9	28.1	6.3	9.4	6.3	0.0
	101人以上	25	56.0	40.0	32.0	4.0	36.0	28.0	12.0	8.0	12.0	0.0
資本金別	300万円未満	13	46.2	46.2	30.8	15.4	7.7	0.0	7.7	0.0	7.7	7.7
	300万円～1000万円未満	108	47.2	38.9	26.9	24.1	21.3	8.3	16.7	1.9	7.4	5.6
	1000万円～5000万円未満	254	46.5	44.9	35.8	21.7	21.3	25.2	15.4	5.5	6.3	1.6
	5000万円～1億円未満	35	34.3	57.1	34.3	17.1	14.3	28.6	11.4	8.6	8.6	0.0
	1億円以上	21	57.1	33.3	38.1	9.5	38.1	19.0	14.3	4.8	14.3	0.0

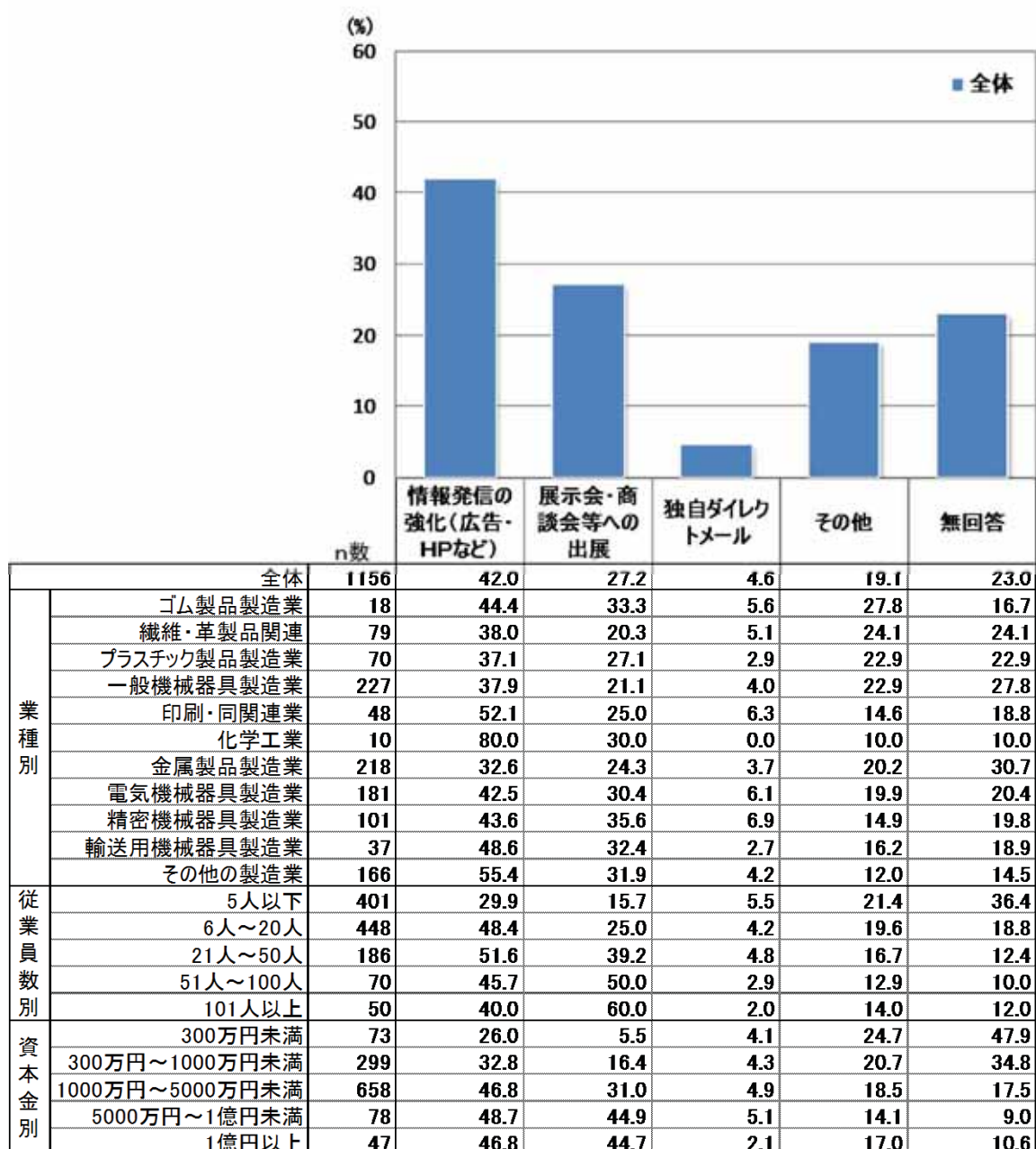
6 円安の悪影響への対応策

【その他の回答内容】 [原文ママ]

- ・製品価格・納品価格の見直しが可能な状況にない
- ・海外生産を国内に
- ・海外輸出の拡大
- ・泣き寝入り
- ・現状特に対策はしていない
- ・国内工場内の生産体制を強化
- ・今のところ何も出来ません
- ・材料の値上げはありますが価格を見直しするほどではない
- ・取引の減少
- ・手の打ちようがない
- ・小さな会社ですので対応に応じようが無い
- ・製作国の見直し
- ・設計変更に関わる時間コスト増
- ・対応策は無し
- ・対策が見当たらない
- ・待つしかない
- ・大手企業の国内生産減少による受注域と地方の最低賃金用修正
- ・値上げ
- ・値上の交渉
- ・中国→ベトナム
- ・中国からベトナムへ移管
- ・特に無し
- ・特に無し
- ・売上拡大
- ・輸入製品の金種、価格の見直し(ドル→円)
- ・利益の圧迫
- ・利益の削減
- ・利益の削減
- ・利益率の減少、値段据え置き

7 今後、取引拡大を図る手段

- 今後、取引拡大を図る手段としてどのようなものを考えているかを尋ねたところ、「情報発信の強化（広告・HPなど）」が42.0%、「展示会・商談会等への出展」が27.2%となった。
- 「その他」の内容としては、「特になし」、「新製品開発」、「営業力の強化」、「設備投資・設備の見直し」「新規事業」などの意見が挙げられている。
- 従業員数別でみると従業員数が多い企業ほど、資本金別でみると資本金が多い企業ほど「展示会・商談会への出展」の比率が高い。



7 今後、取引拡大を図る手段

【その他の回答内容】 [原文ママ]

- ・特に無し(33件)
- ・新製品開発(15件)
- ・営業力の強化(11件)
- ・考えていない(5件)
- ・設備投資(3件)
- ・新規事業への参入(2件)
- ・紹介(2件)
- ・BtoBにつき、特に無し
- ・SEO対策
- ・お客さんからの口コミでの紹介
- ・このままで良い
- ・さらなる営業強化
- ・しない
- ・プロデュースの強化
- ・ホームページ
- ・メーカー担当者と打合せする
- ・異業種交流
- ・営業
- ・営業コンサルタントの導入
- ・営業のみ
- ・営業マンの増員
- ・営業体制の強化
- ・営業品目の拡大
- ・下請会社
- ・何をして良いか分からず
- ・海外での現地生産・販売
- ・海外へのPR
- ・海外特派員?
- ・開発
- ・拡大は考えていない
- ・拡大を図るより適正価格で取引する
- ・企業力の強化
- ・基盤強化
- ・既取引業者、得意先への働きかけ
- ・既存メーカーへの売込み
- ・既存顧客からの情報、インターネットでの検索
- ・既存取引先への営業
- ・既存重視、口コミのみ
- ・機械設備
- ・技術開発
- ・技術力・営業力の強化
- ・技術力の向上
- ・客先訪問
- ・旧客層の見直し
- ・業種変更
- ・現取引先の密度を高める
- ・現状維持
- ・個々に営業
- ・個別営業
- ・個別営業の強化
- ・口コミ
- ・口コミ、ビジネス商談会、セミナー
- ・広範囲な情報検索
- ・行っていない
- ・今のままで良い
- ・今の顧客を大切にそして営業活動に時間をかける
- ・市場がよくないので考えてない
- ・支援の活用(人材マッチング等)
- ・自社営業
- ・自動化
- ・自販
- ・取引先との面談強化
- ・取引先の紹介
- ・受発注会等の参加
- ・需要が決まっていて拡大しない
- ・商談会等へ積極的に参加
- ・紹介等による訪問営業
- ・情報収集の強化
- ・伸びる企業との取引
- ・新規開発・飛込み
- ・新規市場の開拓
- ・新規取引先の開拓
- ・新事業
- ・新製品の拡販
- ・人材補充
- ・推薦、口コミ
- ・製品のグレードアップ
- ・誠意ある取引の積重ね
- ・積極的な提案営業
- ・設備の見直し
- ・設備の大型化
- ・他産業界の様子見る
- ・他市場の展開
- ・代理店等とのコミュニケーション強化
- ・大手が小さな所をしめつけるので小さな同業者が廃業している。例として小さな業者の取引先へ同業者が法外なやり方で入ってくる。大会社の社長を知っているとそういう所へ入り込んできたり法外な代金で入ってくる。
- ・地道な営業活動
- ・展示会を見に行く
- ・当社に合うメーカーを探す
- ・同業者による紹介
- ・同業者情報
- ・特定の客先の仕事で十分の為
- ・独自開発品を独自ルートでピーアール
- ・廃業検討中
- ・品質・性能・コスト見直し
- ・不可能
- ・分からない
- ・別に無し、注文多くて

8 展示会への出展頻度（年間）

■展示会への出展は年間どのくらいの頻度で行っているかを尋ねたところ、「行っていない」が58.9%。「1～2回」が23.4%、「3～4回」が8.7%、「5回以上」が3.5%となった。

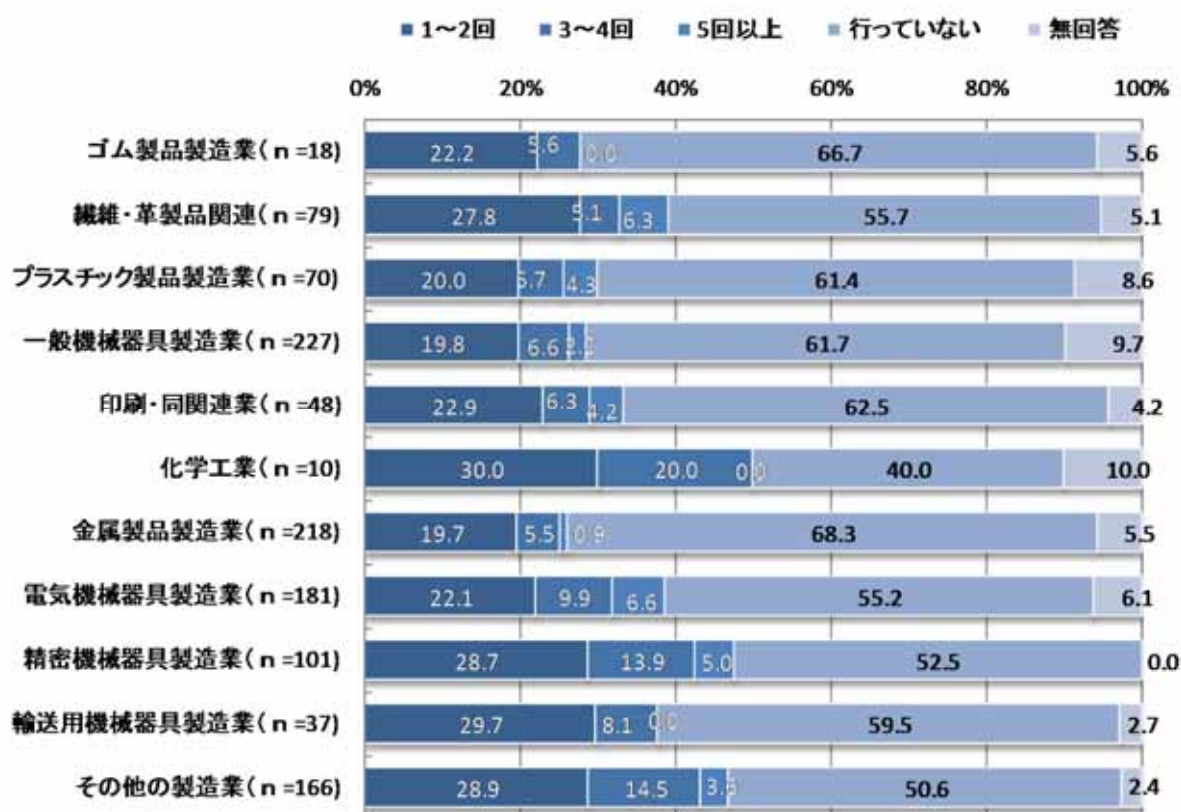
■業種別でみると、精密機械器具製造業やその他の製造業では、「1回以上」出展している企業の比率が約47%となっており他の業種と比較して高い。逆に、金属製品製造業や印刷・同関連業、一般機械器具製造業、プラスチック製品製造業などでは「行っていない」比率が6割を超えており高い。

■従業員数別でみると従業員数が少ない企業ほど、資本金別でみると資本金が小さい企業ほど展示会への出展を「行っていない」比率が高い。

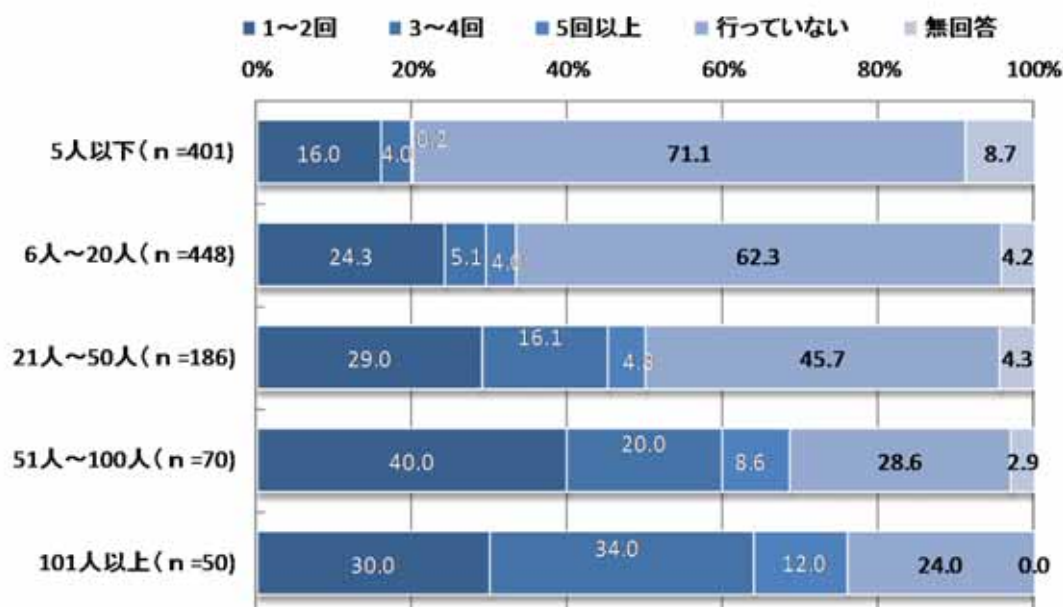
【全体】



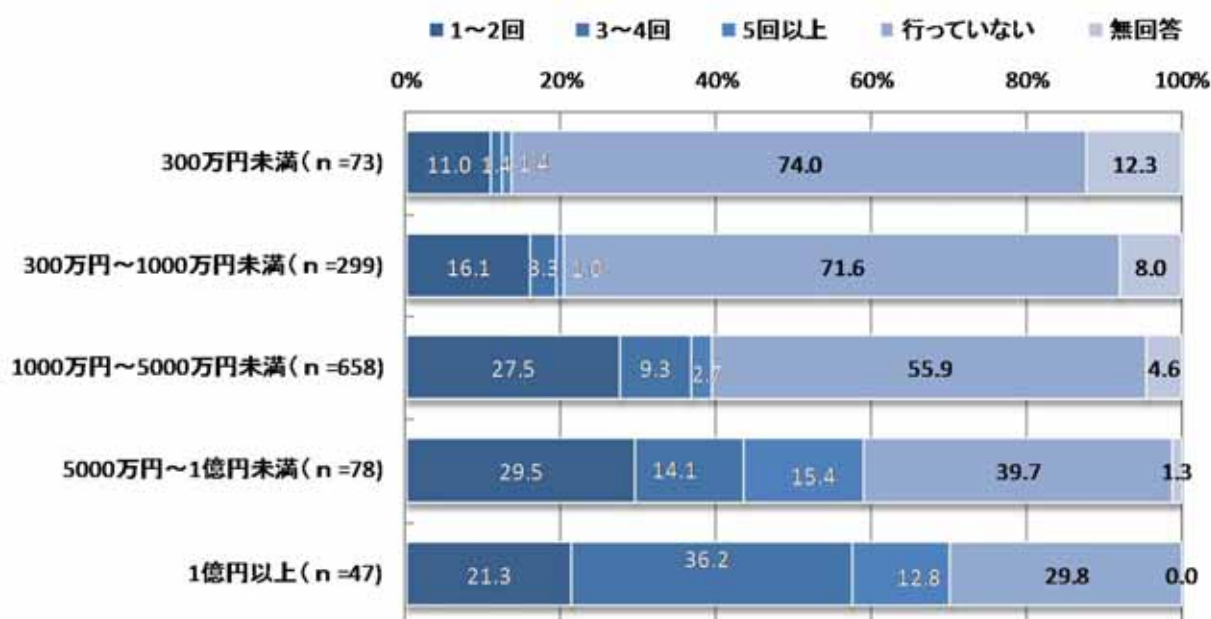
【業種別】



【従業員数別】



【資本金別】



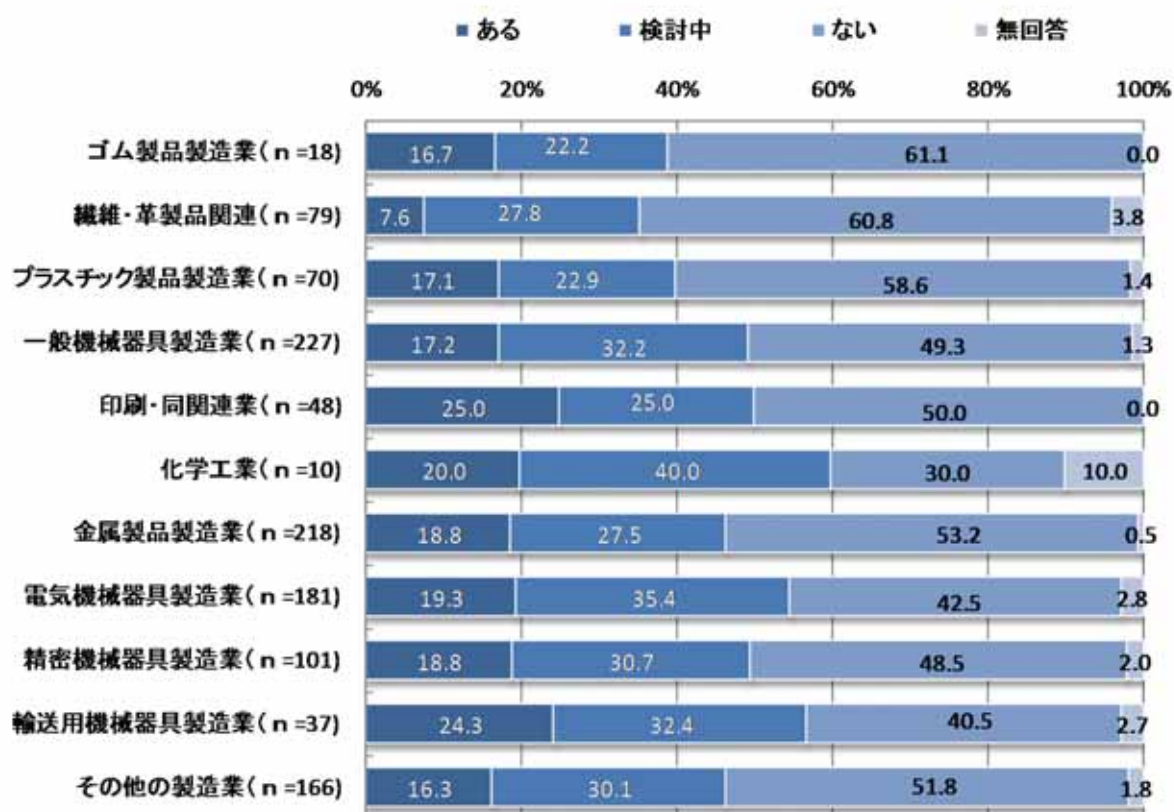
9 今後1年以内に設備投資を行う予定があるか

- 今後1年以内に設備投資を行う予定があるかを尋ねたところ、「ある」が17.7%、「検討中」が30.2%、「ない」が50.3%となった。
- 業種別でみると「ある」比率が高いのは、印刷・同関連業（25.0%）、輸送用機械器具製造業（24.3%）など。一方、「ない」比率が高いのは、繊維・革製品関連（60.8%）、プラスチック製品製造業（58.6%）など。
- 従業員数別でみると従業員数が多い企業ほど、資本金別でみると資本金が大きい企業ほど、今後1年以内に設備投資を行う予定が「ある」比率が高い傾向が見られる。

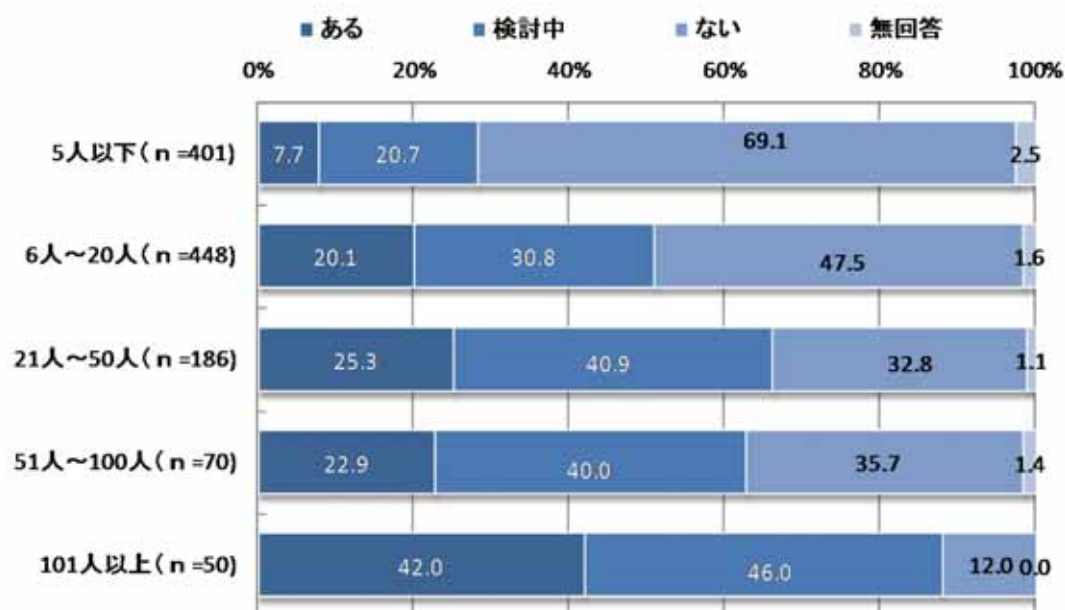
【全体】



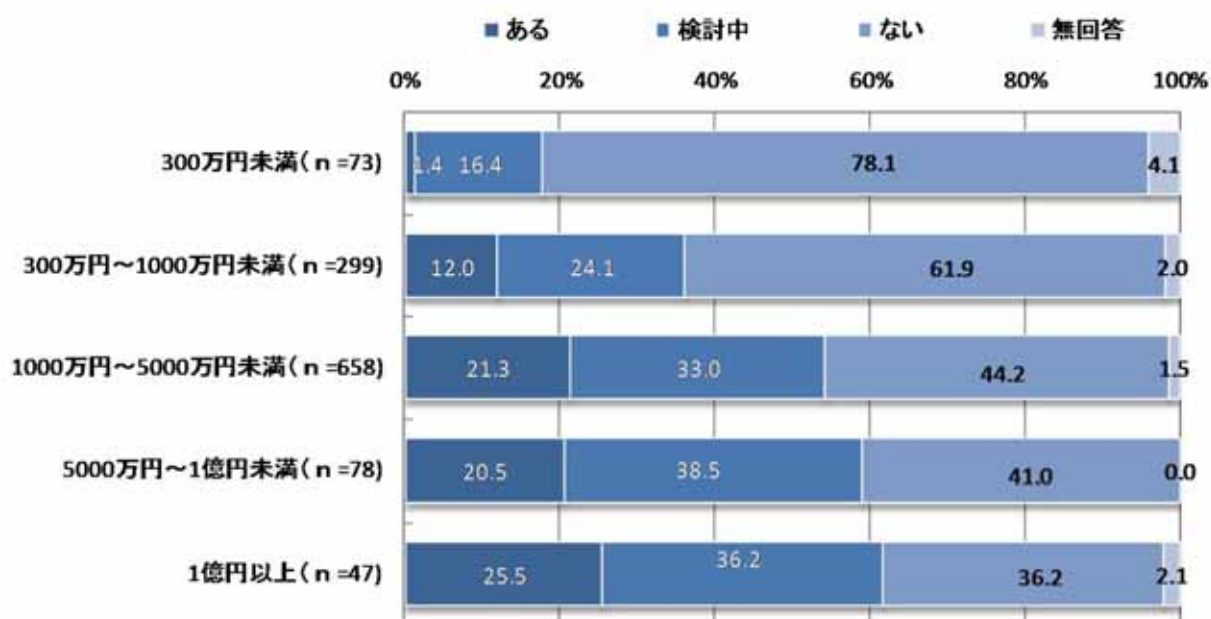
【業種別】



【従業員数別】



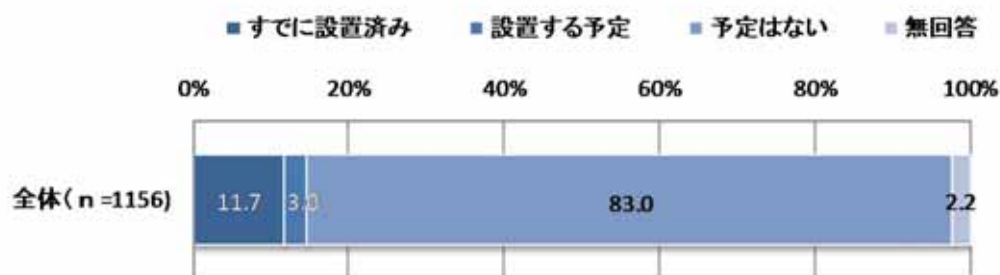
【資本金別】



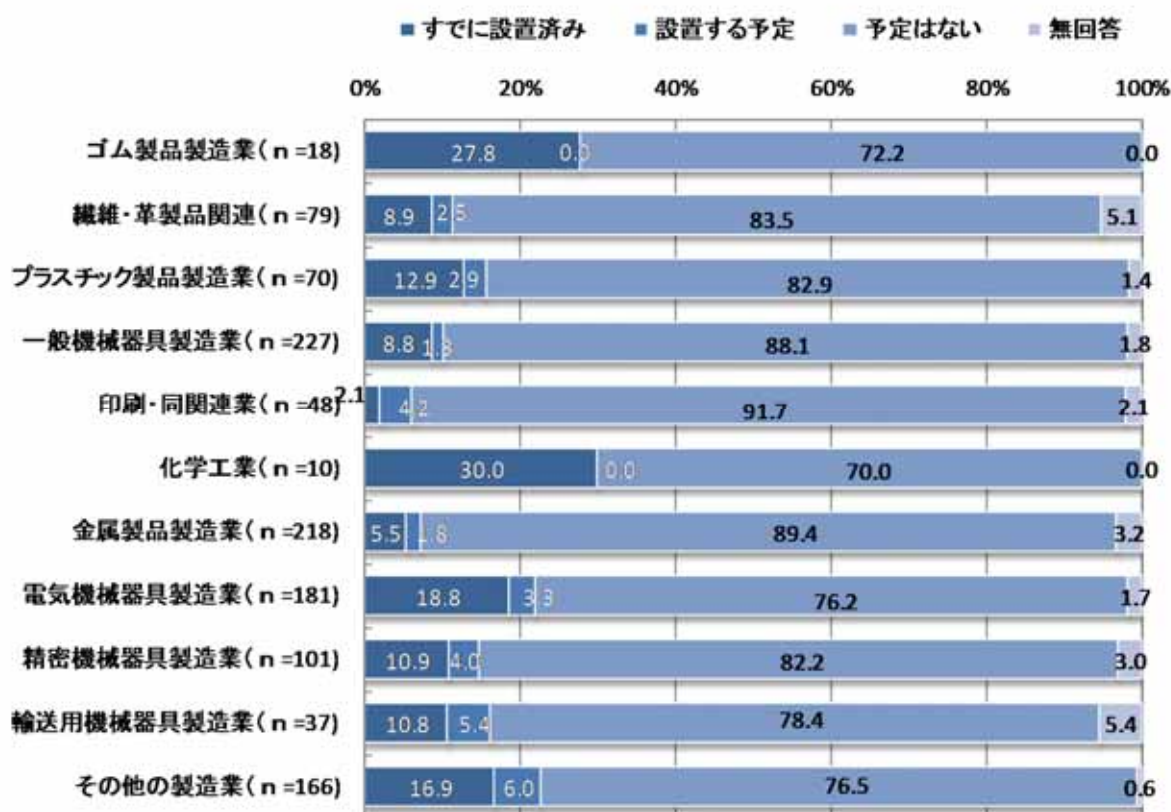
10 海外拠点の設置状況

- 現在、海外に拠点を設置しているかを尋ねたところ、「すでに設置済み」が11.7%、「設置する予定」が3.0%、「予定はない」が83.0%。
- 業種別でみると、「すでに設置済み」の比率が高いのは、電気機械器具製造業（18.8%）やその他製造業（16.9%）、プラスチック製品製造業（12.9%）など。
- 従業員数別でみると従業員数が多い企業ほど、資本金別でみると資本金が大きい企業ほど、海外拠点が「すでに設置済み」の比率が高い傾向が見られる。

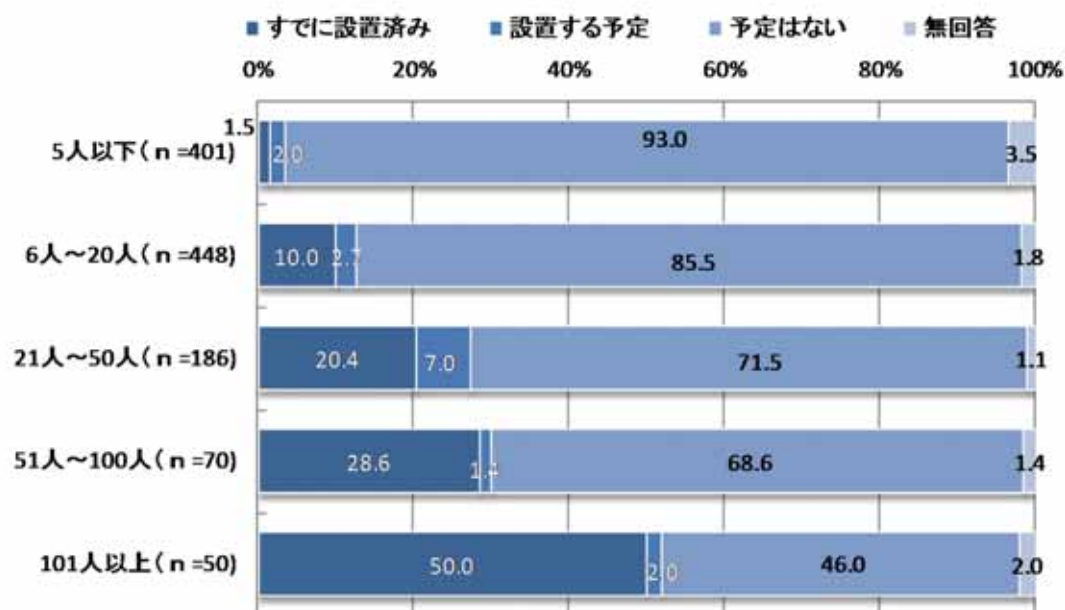
【全体】



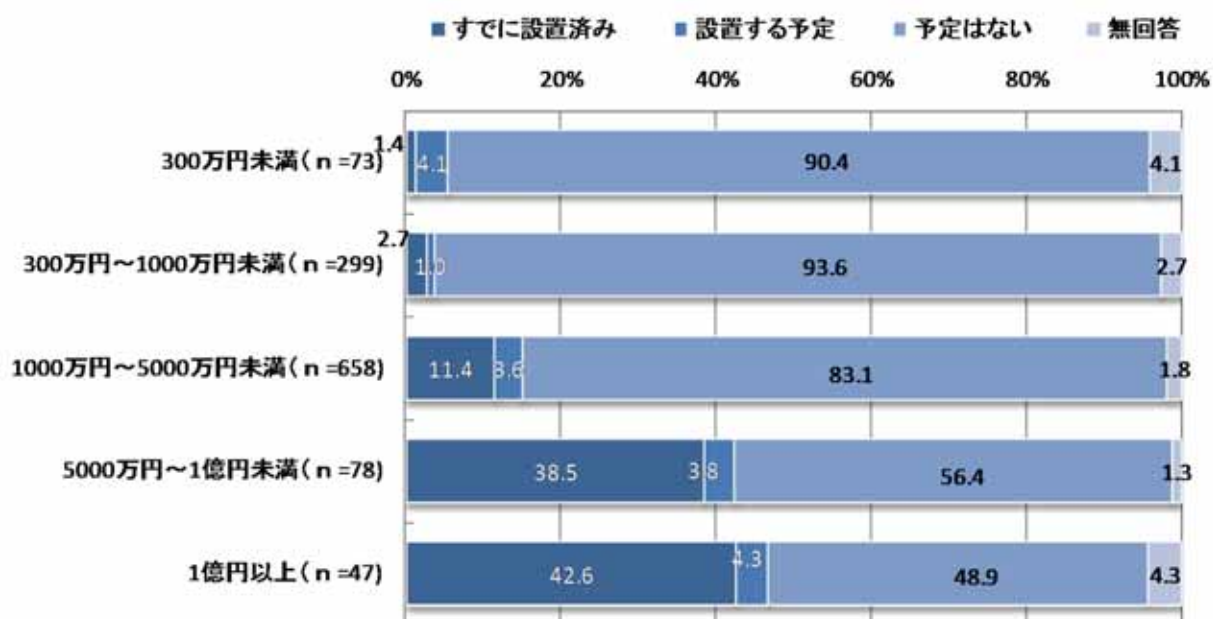
【業種別】



【従業員数別】

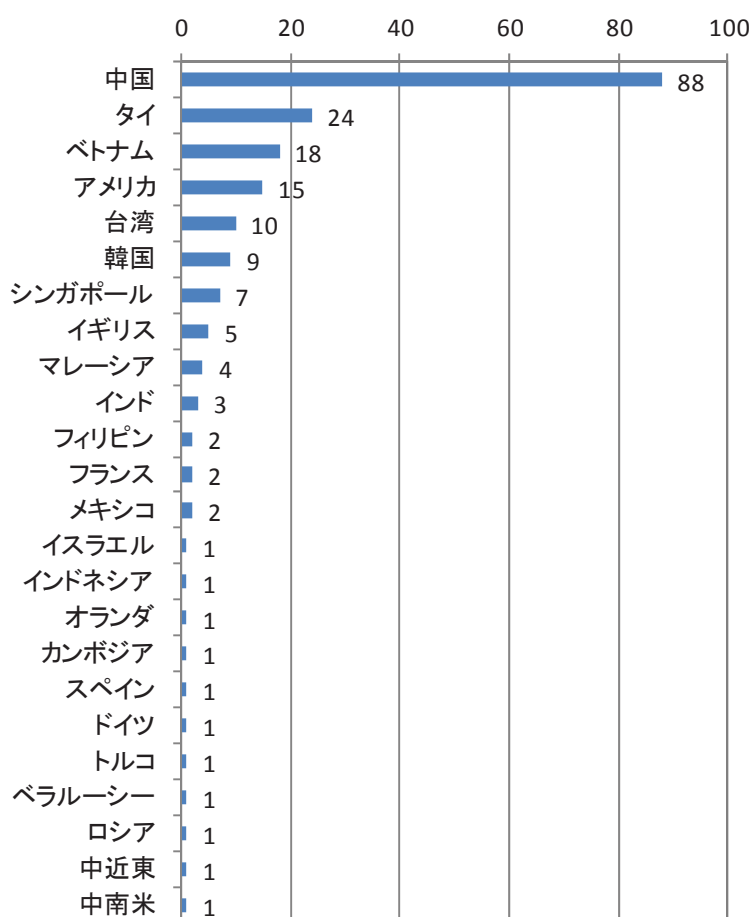


【資本金別】



1 1 海外拠点（国名・都市名）

- 海外拠点を「すでに設置済み」と回答した企業（135社）に、拠点の国名と都市名を自由回答形式で尋ねた。
- 国では「中国」が突出している。以下、「タイ」、「ベトナム」、「アメリカ」、「台湾」、「韓国」、「シンガポール」などが続いている。
- 都市名では多いのは、中国では上海、香港、タイではバンコク、ベトナムではハノイ、ホーチミンなど。



1 1 海外拠点（国名・都市名）

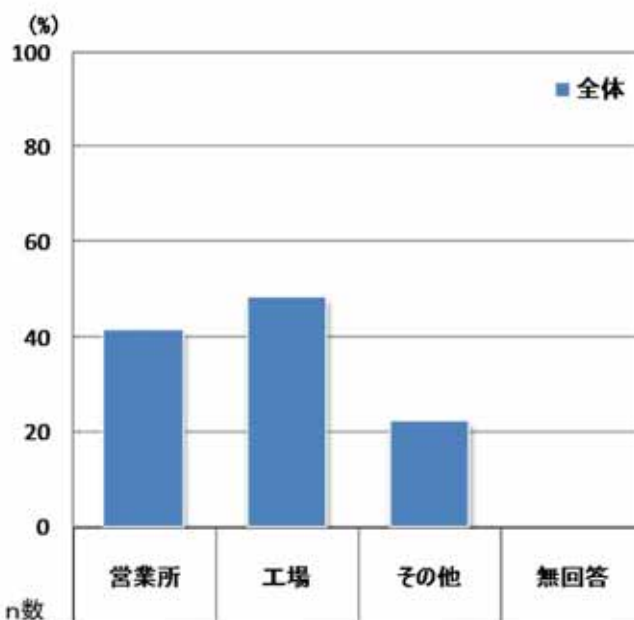
中国		88
	上海	28
	香港	9
	深圳	6
	広州	4
	大連	4
	青島	3
	北京	3
	江蘇省昆山市	2
	東莞	2
	アモイ	1
	タイ	1
	ベトナム	1
	温州	1
	火炭	1
	鷄西	1
	広東省	1
	広東省東莞市	1
	杭州	1
	江蘇省	1
	合肥	1
	山東省海陽市	1
	上海、他	1
	上海・広州	1
	蘇州	1
	大連、蘇州	1
	中山、香港	1
	長安	1
	佛山	1
	廣東省東莞市長安	1
	宁波・景德鎮	1
	膠州	1
	-	5
タイ		24
	バンコク	13
	アユタヤ	3
	アマタナコン	2
	チョンブリ	2
	サムットプラカーン	1
	プラチンブリ	1
	-	2
ベトナム		18
	ハノイ	8
	ホーチミン	6
	ビンズン	2
	ダナン	1
	-	1
アメリカ		15
	ロサンゼルス	3
	カリフォルニア	2
	エジソン(ニュージャージー州)	1
	オクラホマ	1
	カンサス州 ウィチタ	1
	サンノゼ	1
	ダラス	1
	デトロイト	1
	ニュージャージー州	1
	ニューヨーク	1
	ミシガン州ウッドヘブン	1
	-	1

台湾		10
	台北	4
	高雄	1
	新竹	1
	台中	1
	台中縣	1
	台北、他	1
	-	1
韓国		9
	ソウル	5
	プサン	1
	水原	1
	-	2
シンガポール		7
	-	6
	Eastech	1
イギリス		5
	ロンドン	2
	サーピトン	1
	バークシャー	1
	ハンブシャー州	1
マレーシア		4
	ジョホールバル	1
	ペナン	1
	-	2
インド		3
	チェンナイ	1
	ニムラナ	1
	バンガロール	1
フィリピン		2
	セブ	1
	マニラ	1
フランス		2
	ニース	1
	パリ	1
メキシコ		2
	アグアスカリエンテス	1
	ティファナ	1
イスラエル		1
インドネシア	ジャカルタ	1
オランダ	アムステルダム	1
カンボジア	-	1
スペイン	マドリード	1
ドイツ	ベルリン	1
トルコ	イスタンブール	1
ベラルーシー	ミンスク	1
ロシア	モスクワ	1
中南米	-	1
中近東	-	1

12 海外拠点の種類

■海外拠点を「すでに設置済み」と回答した企業（135社）に、拠点の種類を尋ねたところ、「工場」が48.1%、「営業所」が41.5%。

「その他」の内容としては、「協力会社」「営業拠点」「生産管理拠点」などが挙げられている。



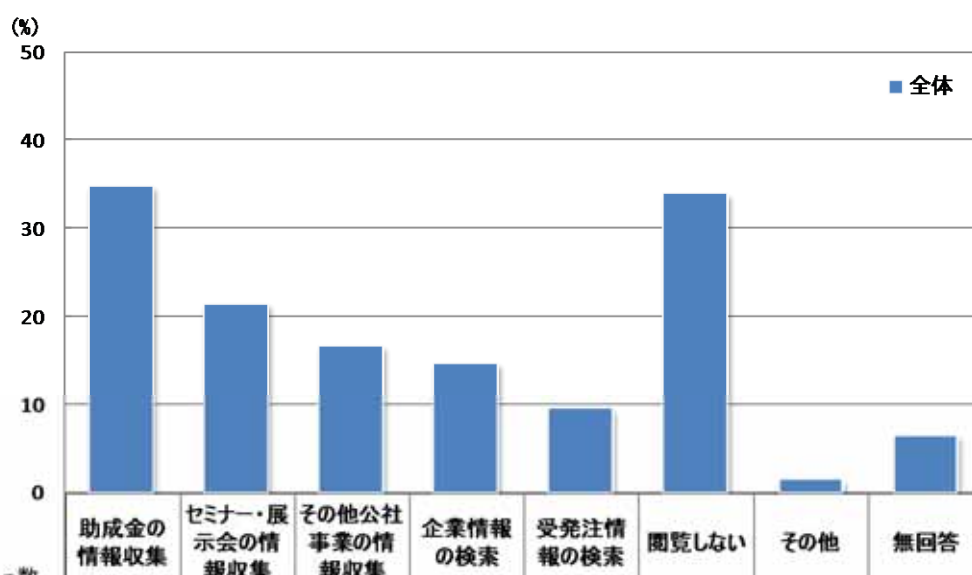
業種別	n数	割合 (%)			
		営業所	工場	その他	無回答
全体	135	41.5	48.1	22.2	0.0
ゴム製品製造業	5	40.0	100.0	0.0	0.0
繊維・革製品関連	7	14.3	57.1	28.6	0.0
プラスチック製品製造業	9	22.2	66.7	11.1	0.0
一般機械器具製造業	20	60.0	25.0	25.0	0.0
印刷・同関連業	1	100.0	0.0	0.0	0.0
化学工業	3	33.3	66.7	33.3	0.0
金属製品製造業	12	41.7	50.0	16.7	0.0
電気機械器具製造業	34	41.2	52.9	14.7	0.0
精密機械器具製造業	11	45.5	36.4	27.3	0.0
輸送用機械器具製造業	4	25.0	50.0	25.0	0.0
その他の製造業	28	42.9	42.9	35.7	0.0
従業員数別					
5人以下	6	0.0	50.0	50.0	0.0
6人～20人	45	40.0	40.0	26.7	0.0
21人～50人	38	39.5	52.6	21.1	0.0
51人～100人	20	55.0	50.0	15.0	0.0
101人以上	25	48.0	52.0	16.0	0.0
資本金別					
300万円未満	1	100.0	0.0	0.0	0.0
300万円～1000万円未満	8	12.5	50.0	37.5	0.0
1000万円～5000万円未満	75	33.3	50.7	24.0	0.0
5000万円～1億円未満	30	60.0	40.0	16.7	0.0
1億円以上	20	55.0	50.0	20.0	0.0

【その他の主な回答内容】

- ・協力会社
- ・営業拠点
- ・生産管理拠点
- ・倉庫／在庫拠点
- ・実験室
- ・代理店
- ・駐在員事務所
- ・販売代理店

1 3 東京都中小企業振興公社のホームページの閲覧目的

- 東京都中小企業振興公社のホームページをどのような目的で閲覧するかを尋ねたところ、「閲覧しない」が33.9%で、「無回答」(6.5%)を除くと、59.6%が閲覧している。
- 閲覧目的で多いのは、「助成金の情報収集」(34.8%)、「セミナー・展示会の情報収集」(21.5%)など。
- 従業員数別で見ると従業員数が多い企業ほど、資本金別で見ると資本金が大きい企業ほど、「セミナー・展示会の情報収集」の比率が高い傾向が見られる。



業種別	n数	閲覧目的 (%)							
		助成金の情報収集	セミナー・展示会の情報収集	その他公社事業の情報収集	企業情報の検索	受発注情報の検索	閲覧しない	その他	無回答
全体	1156	34.8	21.5	16.7	14.7	9.5	33.9	1.5	6.5
ゴム製品製造業	18	27.8	16.7	16.7	22.2	11.1	33.3	0.0	0.0
繊維・革製品関連	79	31.6	20.3	13.9	11.4	7.6	29.1	1.3	12.7
プラスチック製品製造業	70	32.9	12.9	12.9	21.4	8.6	34.3	1.4	8.6
一般機械器具製造業	227	30.0	15.9	15.0	14.5	11.5	39.6	1.3	4.0
印刷・関連業	48	39.6	27.1	16.7	10.4	2.1	35.4	0.0	2.1
化学工業	10	60.0	20.0	30.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0
金属製品製造業	218	31.7	16.1	14.7	18.8	12.8	37.2	1.4	8.7
電気機械器具製造業	181	38.7	26.5	21.0	13.3	6.6	31.5	3.3	6.6
精密機械器具製造業	101	47.5	26.7	22.8	10.9	10.9	26.7	0.0	5.0
輸送用機械器具製造業	37	37.8	27.0	13.5	16.2	16.2	29.7	0.0	5.4
その他の製造業	166	32.5	29.5	16.3	12.0	7.2	32.5	1.8	6.6
従業員数別									
5人以下	401	20.9	14.0	14.7	16.5	13.7	41.1	1.0	8.7
6人～20人	448	37.1	22.5	17.6	16.3	8.3	33.5	1.8	4.5
21人～50人	186	57.0	25.3	20.4	12.4	4.8	21.5	2.2	7.0
51人～100人	70	40.0	38.6	11.4	7.1	8.6	28.6	1.4	4.3
101人以上	50	34.0	34.0	18.0	6.0	6.0	34.0	0.0	8.0
資本金別									
300万円未満	73	16.4	9.6	11.0	9.6	16.4	46.6	0.0	15.1
300万円～1000万円未満	299	21.4	15.4	14.4	17.4	13.7	38.8	2.3	9.4
1000万円～5000万円未満	658	42.1	23.1	17.9	14.7	7.9	31.3	1.5	4.3
5000万円～1億円未満	78	39.7	34.6	20.5	12.8	5.1	28.2	0.0	3.8
1億円以上	47	36.2	34.0	17.0	8.5	2.1	29.8	0.0	10.6