

平成27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27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	894	17.9%

※有効回答数：821件

※無効回答は、アンケートの郵送停止のみの回答など

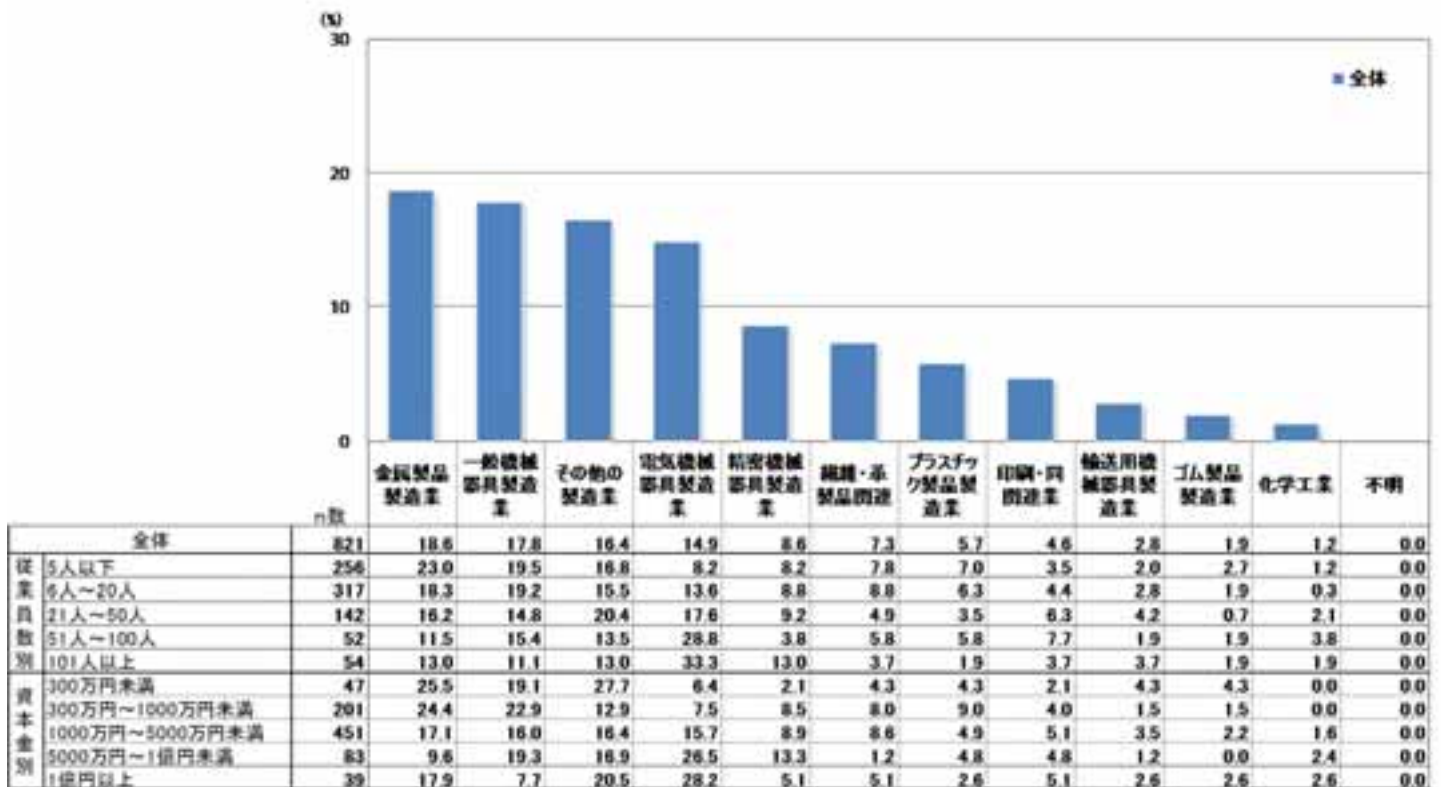
※集計結果は、原則として小数点第2位以下を四捨五入して表記しているため、合計が100%にならない場合がある。

※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

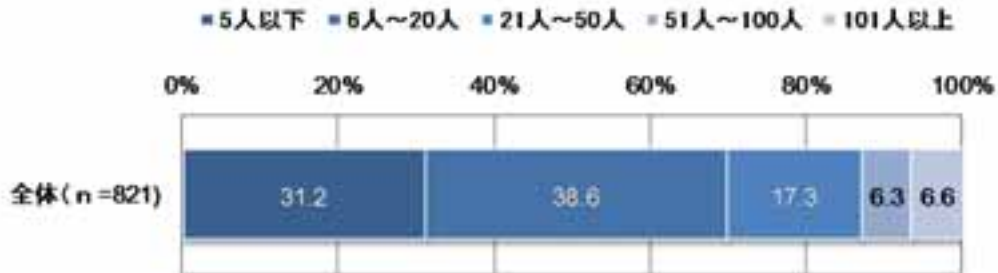
- 回答企業（821社）の業種構成は、「金属製品製造業」が18.6%、「一般機械器具製造業」が17.8%、「その他の製造業」が16.4%、「電気機械器具製造業」が14.9%となっており、これら4業種で67.7%を占めている。
- 従業員数別でみると、従業員数が少ない企業では、「金属製品製造業」「一般機械器具製造業」の比率が高く、従業員数が多い企業は「電気機械器具製造業」の比率が高い傾向がある。
- 資本金別でみると、資本金が小さい企業では、「金属製品製造業」が、資本金が大きい企業では「電気機械器具製造業」の比率が高い傾向が見られる。



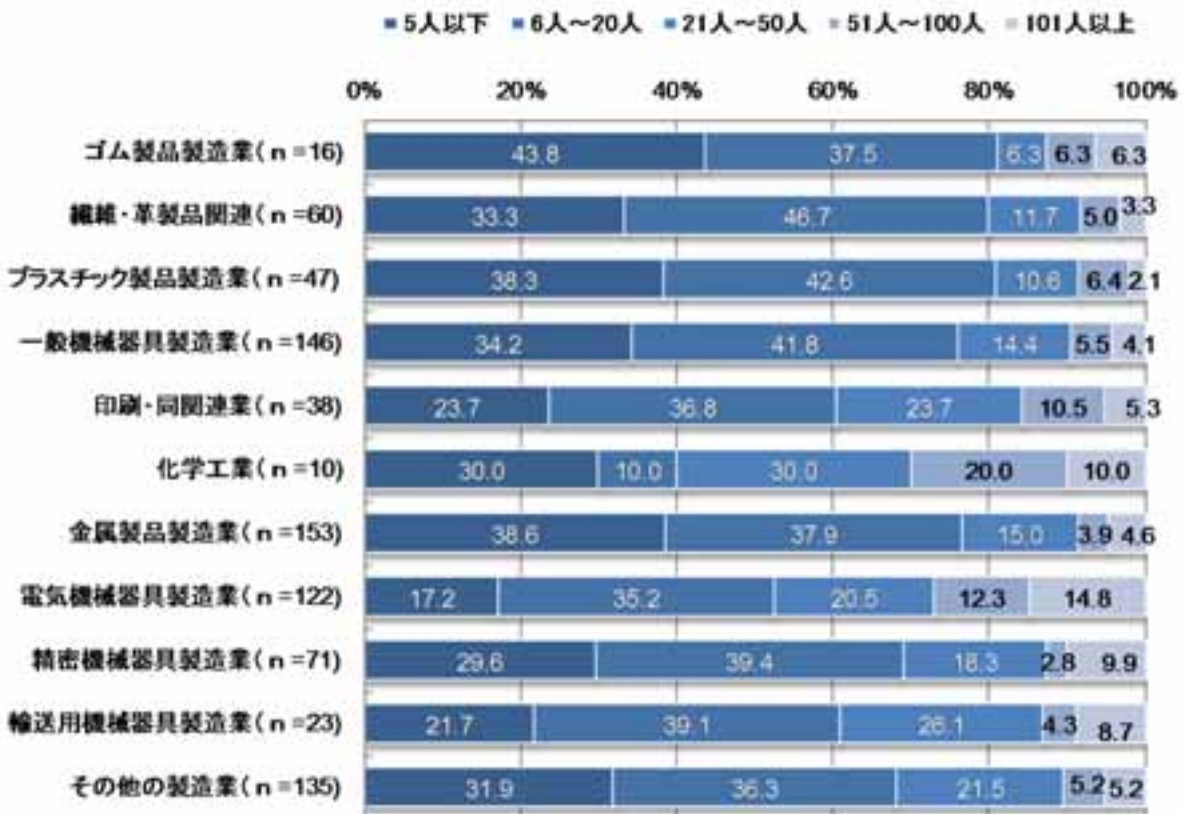
F 2 従業員数

- 回答企業（821社）の従業員数の構成は、「6人～20人」が38.6%を占める。これに「5人以下」が31.2%で続いており、全体の69.8%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、従業員数「20人以下」の比率が、ゴム製品製造業で81.3%、プラスチック製品製造業で80.9%、繊維・革製品製造業で80.0%となっており従業員数が少ない傾向がある。一方、電気機械器具製造業では「20人以下」の比率が52.5%にとどまっている。

【全体】



【業種別】



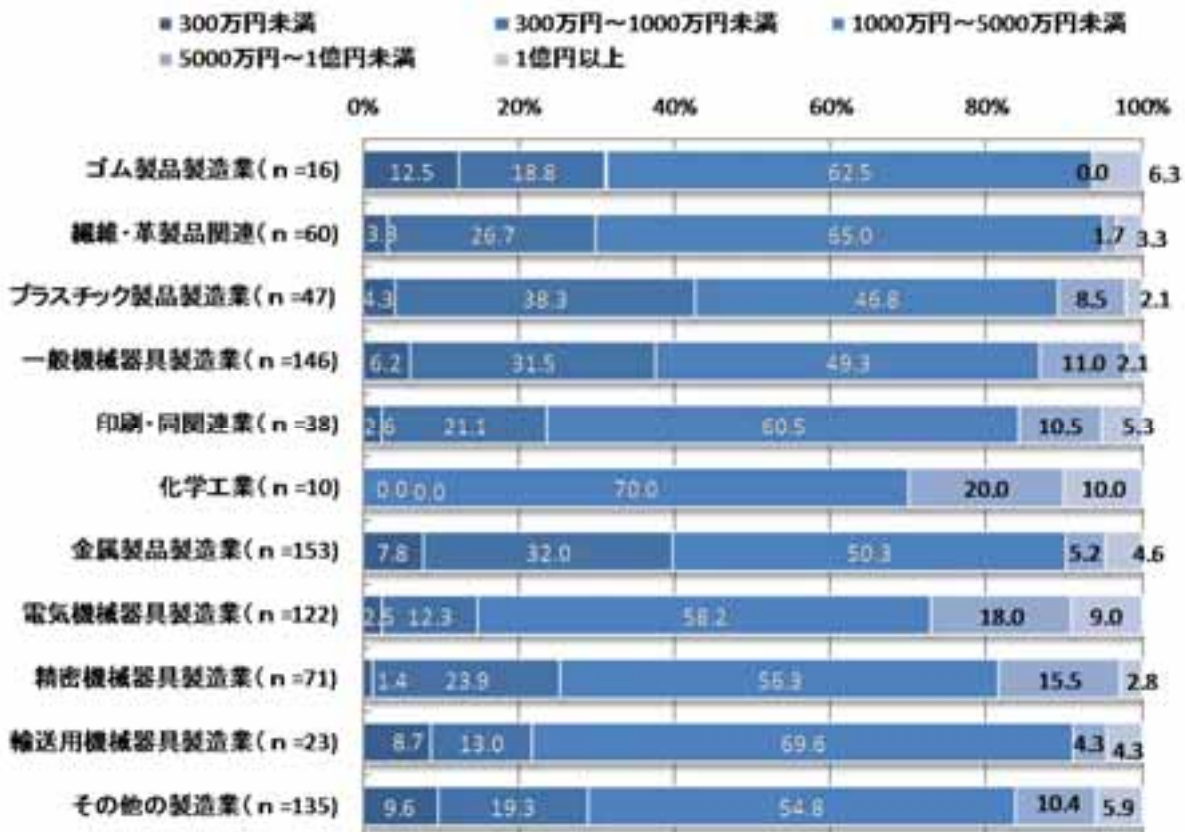
F 3 資本金

- 回答企業（821社）の資本金構成は、「1,000万円～5,000万円未満」が54.9%、「300万円～1,000万円未満」が24.5%を占めている。「1,000万円以上」は全体の69.8%。
- 業種別で「1,000万円以上」の比率をみると、電気機械器具製造業が85.2%、輸送用機械器具製造業が78.3%を占めており高い。
- 一方、「1,000万円未満」の比率を見ると、プラスチック製品製造業が42.6%、金属製品製造業が39.9%、一般機械器具製造業が37.7%を占めており高い。

【全体】



【業種別】

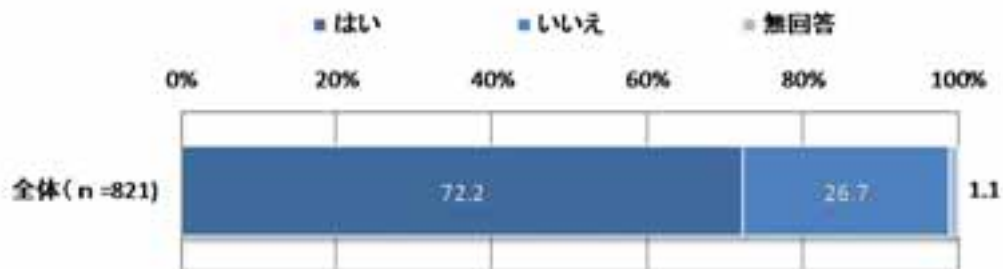


III 調査結果

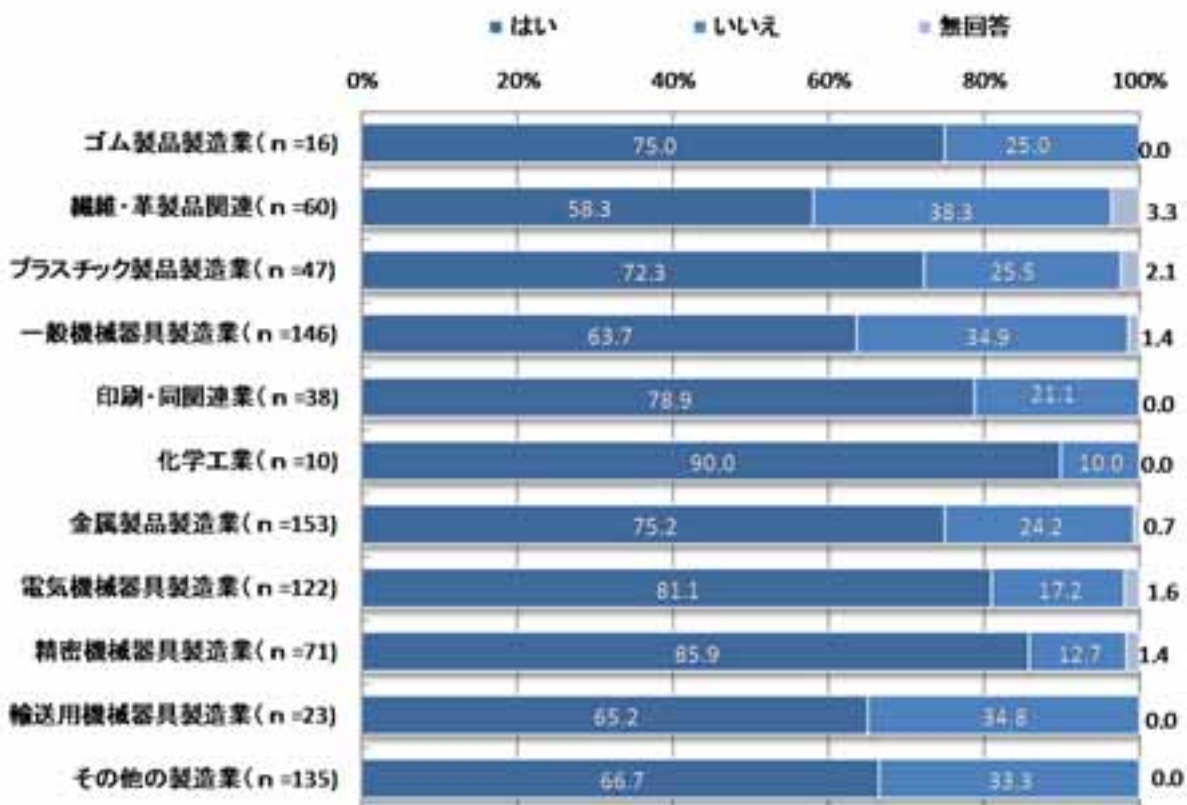
1 「下請代金支払遅延等防止法」の認知状況

- 「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72.2%、「いいえ」（知らない）が26.7%となった。
- 業種別でみると、「いいえ」（知らない）比率が繊維・革製品関連では、38.3%、一般機械器具製造業では34.9%を占めており、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い傾向が見られ、5人以下の企業では「いいえ」が38.7%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53.2%を占めている。

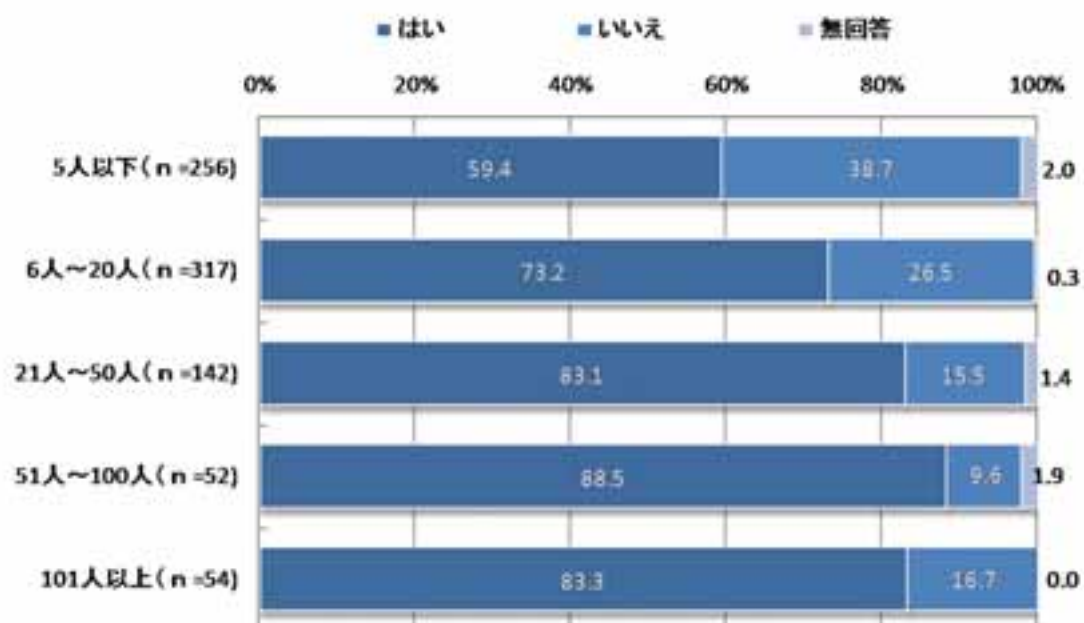
【全体】



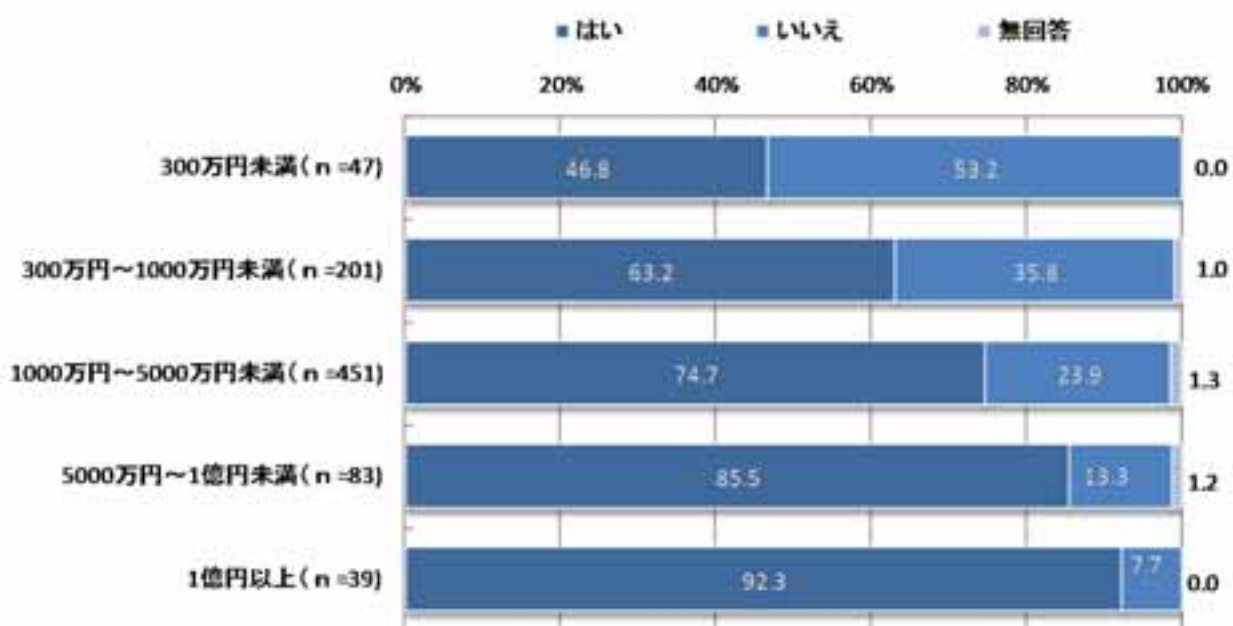
【業種別】



【従業員数別】



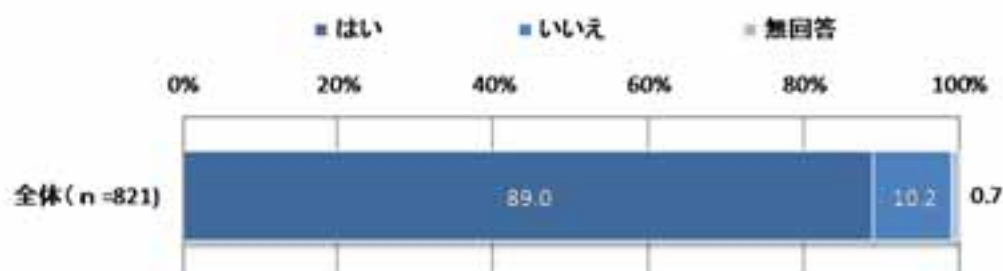
【資本金別】



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89.0%、「いいえ」が10.2%となった。
- 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71.1%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（78.3%）の比率も比較的低い。
- 従業員数別では、従業員数5人以下の企業では、書面を取り交わしを行っていない企業の比率が16.4%と他の規模と比較して高い。
- 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。

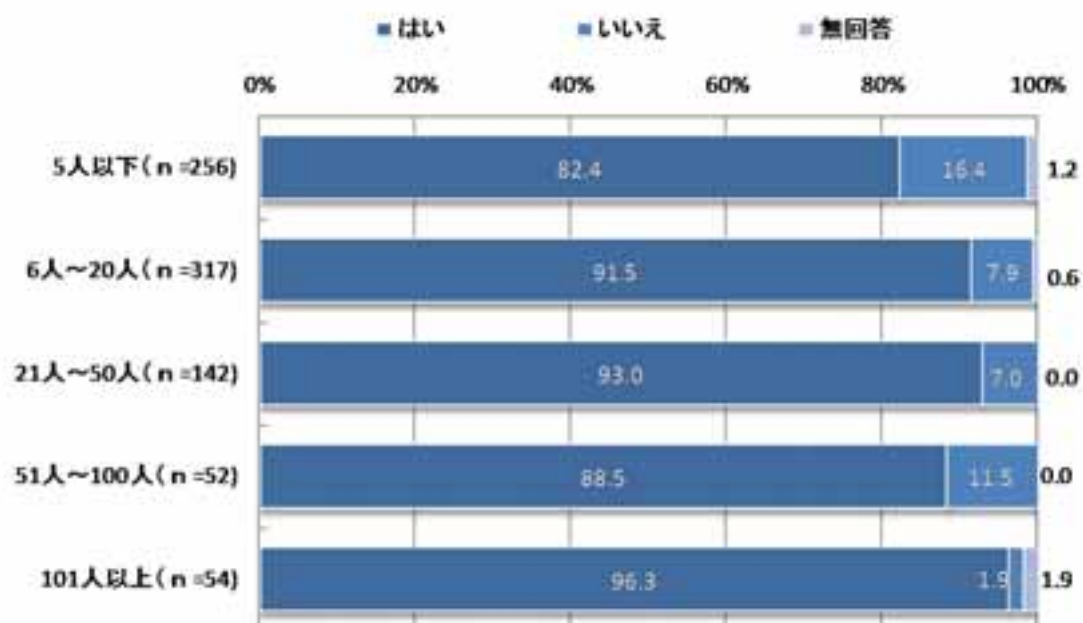
【全体】



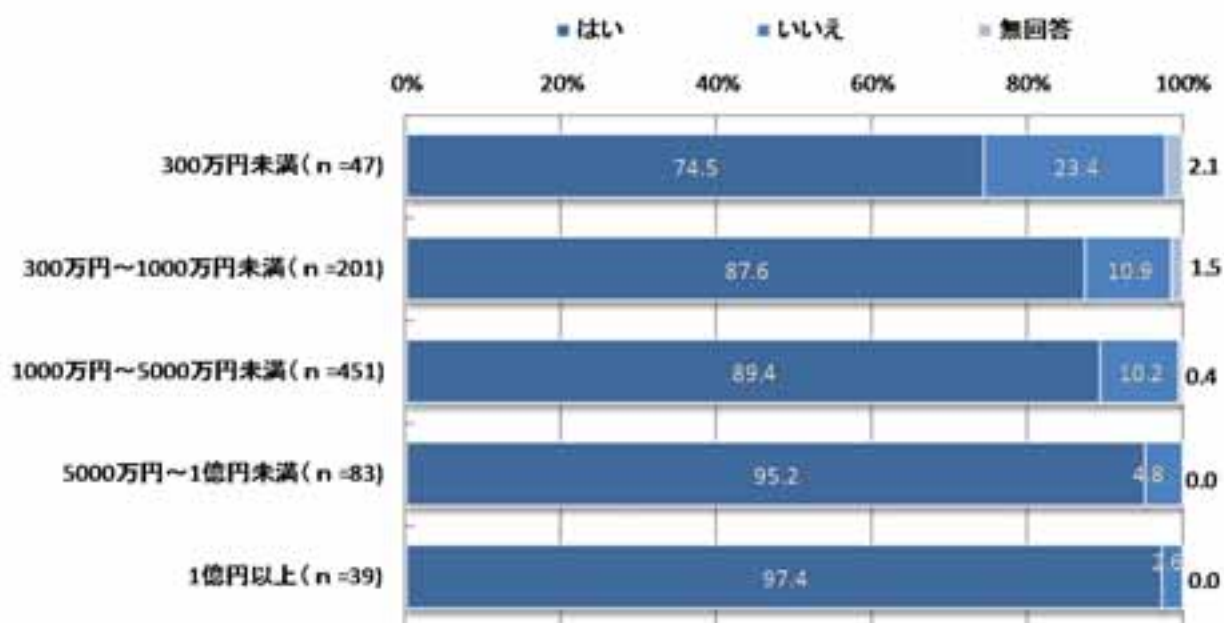
【業種別】



【従業員数別】

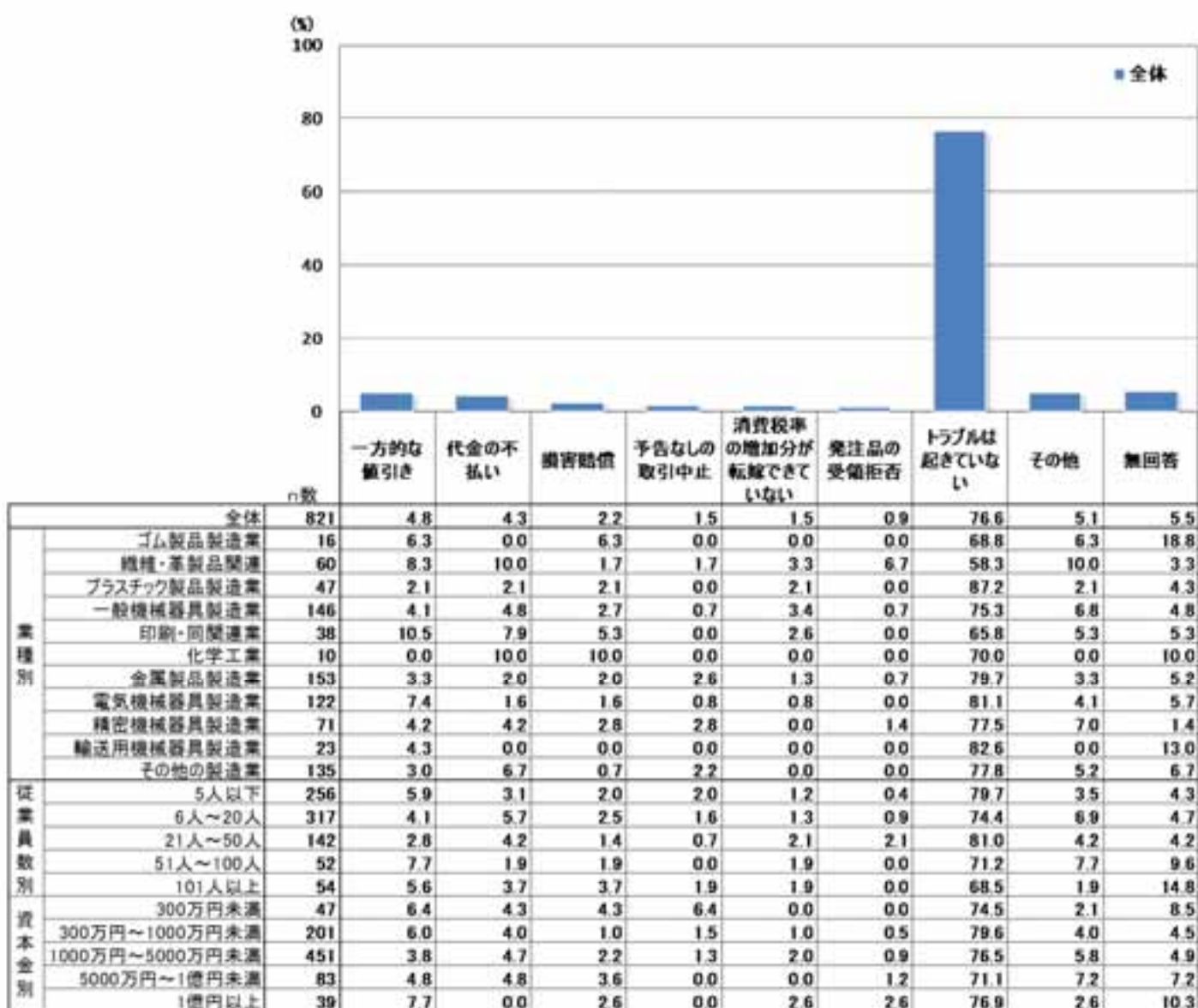


【資本金別】



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76.6%。全体の17.9%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、「一方的な値引き」（4.8%）、「代金の不払い」（4.3%）、「損害賠償」（2.2%）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（38.3%）、印刷・同関連業（28.9%）などとなっている。
- 従業員数別や資本金別によって、「トラブルが起きている」比率に大きな傾向の違いは見られない。



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】

- ・①購入(試験機)②返品禁止違反
- ・この質問事項は当たり前のよう起きており、野放し状態。何か起こればすべて下請に投げる風潮が固定化されており、これについては誰も何も言わなくなったことが原因。
- ・トラブル程の事は起きてはいないが注文を受けたのにもかかわらず得意先からの発注中止がたまにある。
- ・納品後、社内検査終了まで支払不可の連絡があったが話し合いにて解決
- ・一方的な支払の分割、先延ばし
- ・一方的な内製化による注文の減少
- ・加工方法が明記されてなく、品名にもその製品が何か想像できず、再製した。
- ・見積り時よりも数量が少ない注文
- ・厳しい値下げの要求
- ・口頭でのキャンセル
- ・最小ロットを下回る発注
- ・自己破産、廃業による貸倒れ
- ・取引開始前に見積もって合意していた価格を開始時にいきなり値下げ要求された
- ・取引基本契約書の再締結を依頼されたがその条項の内容が相手方に極めて有利な細かく厳しい縛りをかけたもので、顧問弁護士にはいってもらっているものの1年以上交渉が継続中
- ・取引先の子会社に100万円を出費しましたが親会社が民事再生となったため、子会社に対する100万円の返済を求めたが応じてくれずそのままになっている。親会社とは取引中止となった。
- ・受注予定がいつの間にか消えている
- ・消費税はもらえない、請求するも拒否
- ・消費税付の売上から4%値引きされている
- ・色落ちの問題
- ・生地裏加工を私共の取引先から発注されあるものを加工して製品として納められずにいる。取引先が交渉をしているが5000万くらいの支払金の回収ができずにいる
- ・製品不良のため買取
- ・代金の支払い遅延
- ・代金の支払い法現金→手形
- ・代金の遅延
- ・代金の不払い(中国)日本においては無い
- ・代金支払いの遅延
- ・代金支払いの遅延
- ・代金支払いの遅延
- ・代金支払いの遅延
- ・代金支払いの遅延
- ・代金支払いの遅延があったが、全額回収
- ・代金遅延
- ・倒産
- ・倒産による
- ・倒産の為、代金集金不能
- ・得意先倒産による代金未回収
- ・発注元より部品を購入しその部品を使用して修理委託を受けているが部品単価が上がっているのに修理費用に転嫁できない時がある
- ・不具合を理由に注文書なしで作り直し、当方では不具合品は納入していませんこれをもって取引を全て中止とのこと
- ・平成27 3月に請求した代金が未だに未払いになっている
- ・返品、交換(受注生産品の為困った)
- ・理由なき返品

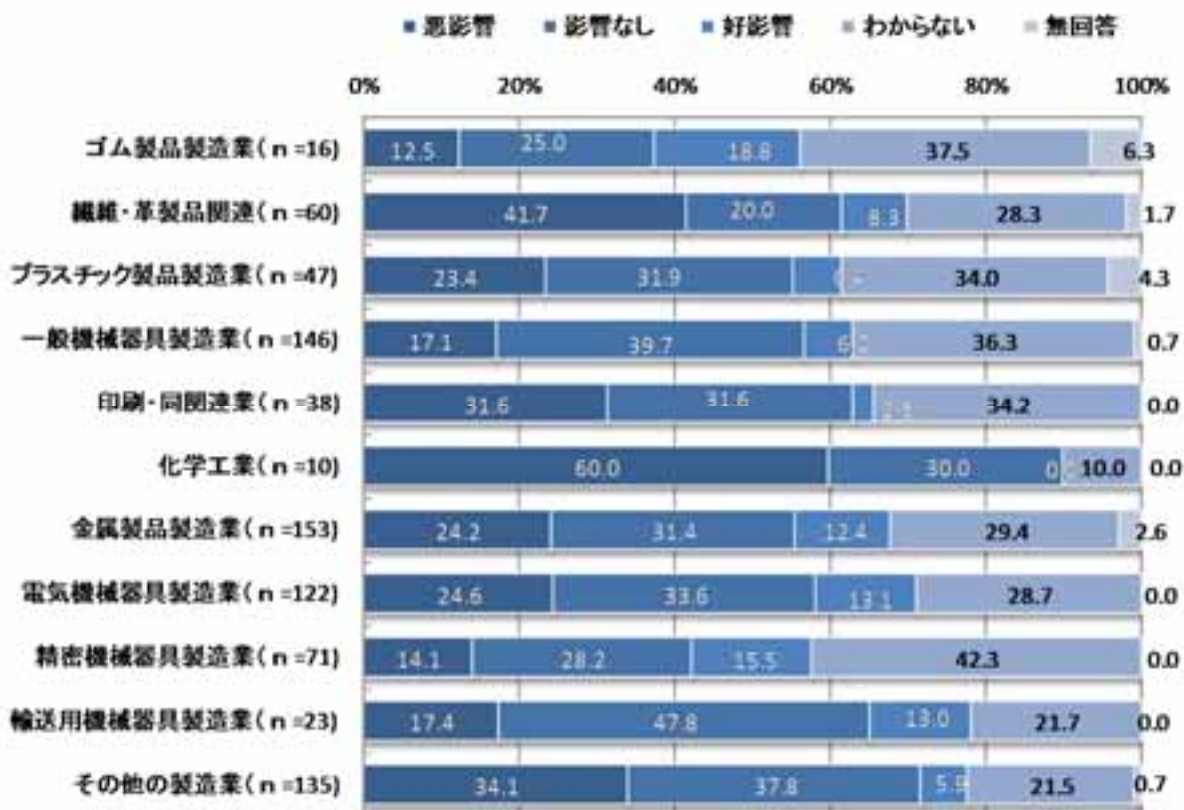
4 円安の影響

- 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25.3%、「影響なし」が33.5%、「好影響」が9.5%、「わからない」が30.5%。
- 業種別で「悪影響」の比率をみると、繊維・革製品関連で41.7%、その他製造業で34.1%、印刷・同関連業で31.6%となっており、他の業種と比較して高い。
- 従業員数別でみると、101人以上の企業では「悪影響」の比率が29.6%と高い一方で、「好影響」の比率も22.2%と他の従業員規模と比べて高い。
- 資本金別でみると、資本金額が小さい企業ほど「わからない」の比率が高く、資本金額が大きい企業ほど「好影響」の比率が高い傾向が見られる。

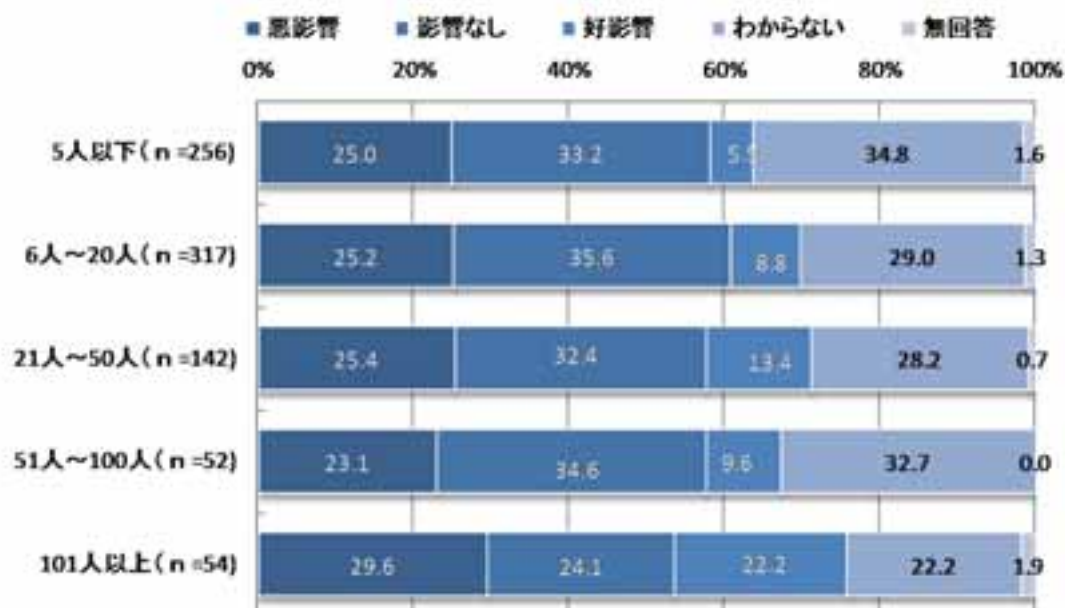
【全体】



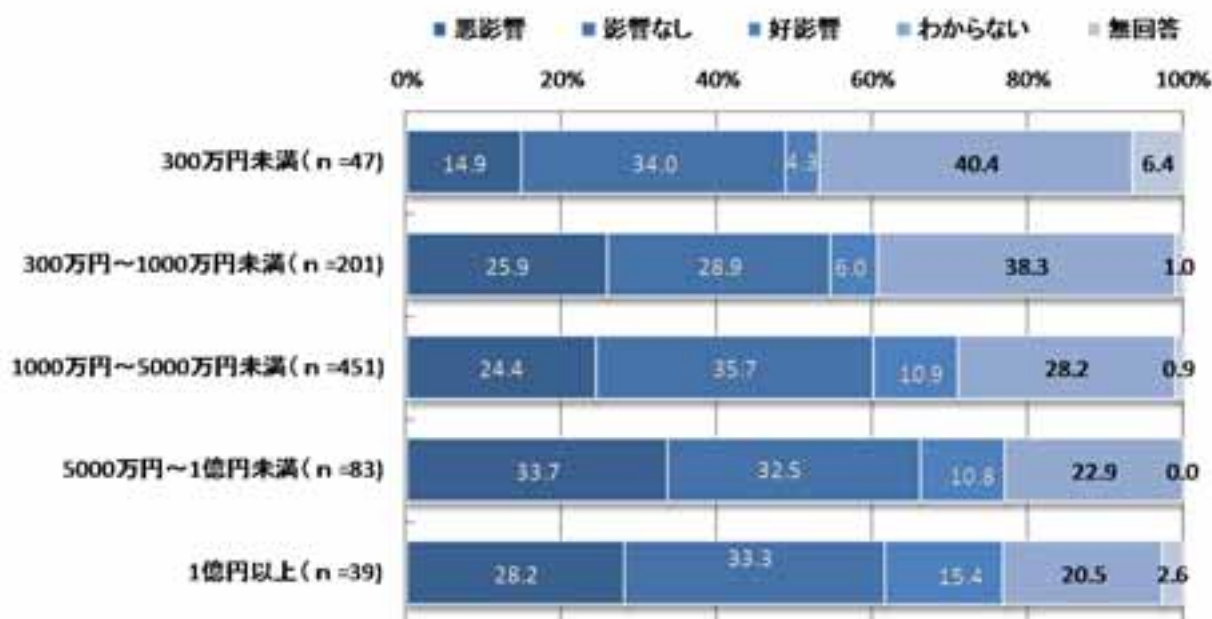
【業種別】



【従業員数別】

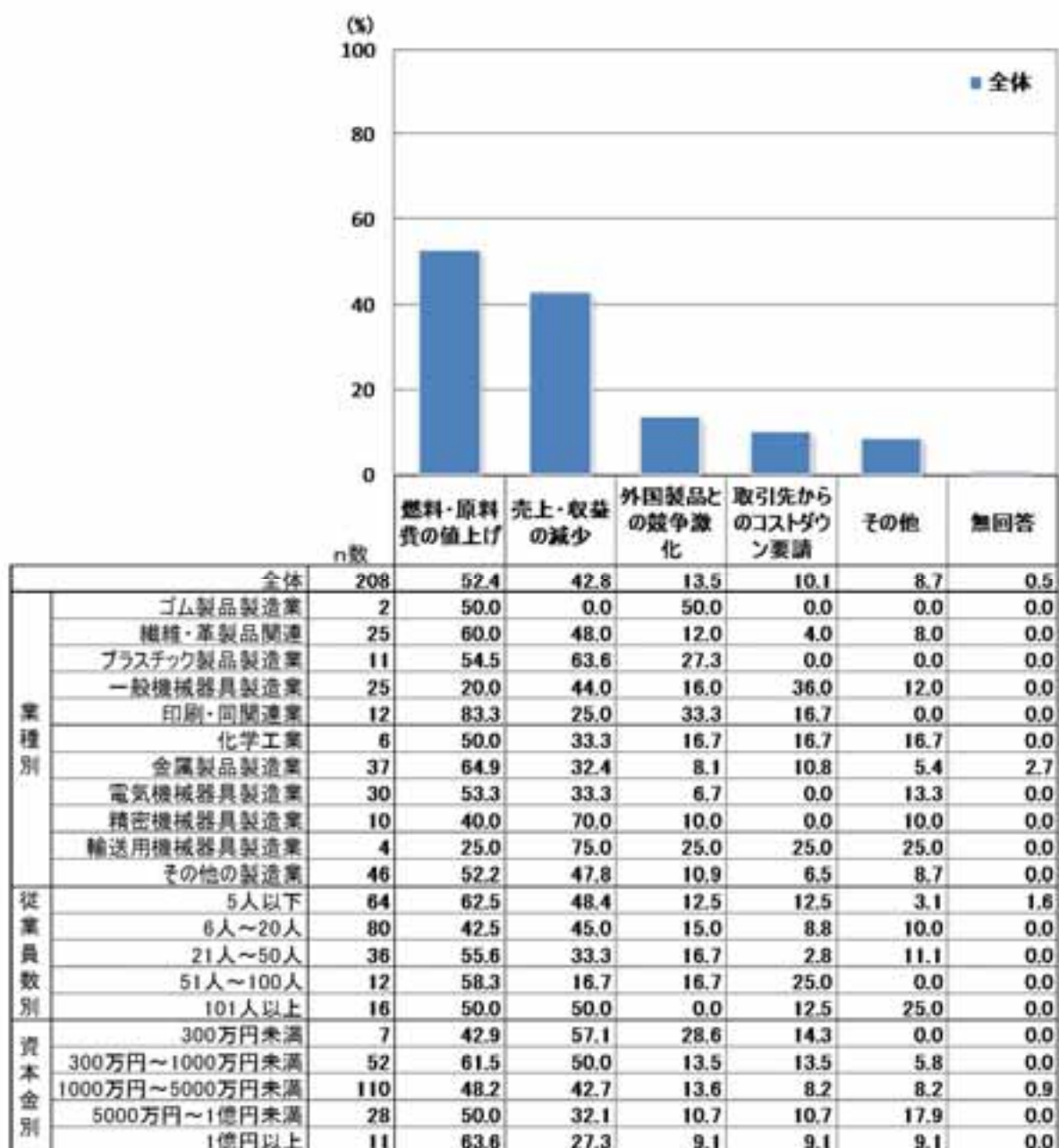


【資本金別】



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（208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52.4%で最も高い。次いで、「売上・収益の減少」が42.8%、「外国製品との競争激化」が13.5%、「取引先からのコストダウン要請」が10.1%などとなっている。



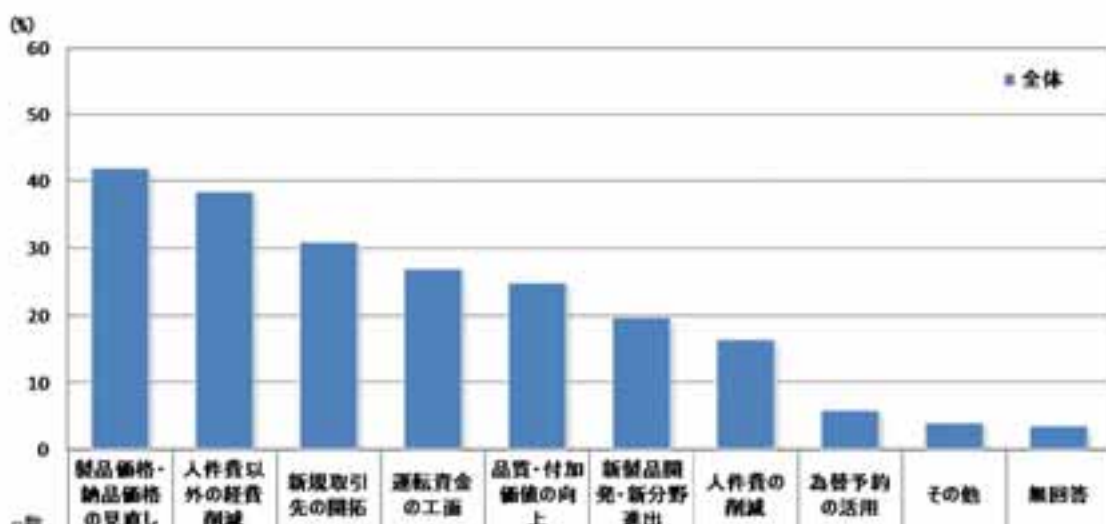
5 円安の悪影響の内容

【その他の回答内容】

- ・輸入品の価格上昇
- ・海外からのドル建て取引の損失 客先に転出来ず
- ・海外からの設備購入価格の値上がり
- ・海外への仕入れ代金支払いによる仕入れ価格の上昇
- ・工場が外国へ？
- ・国内家電関係、海外進出企業含め生産縮小
- ・材料費(部品)の値上り
- ・仕入れ単価の上昇
- ・仕入先が海外で生産しておりその影響で部品単価、金型代が上がった
- ・大請の料金アップ
- ・中国で精算し、輸入販売しているため
- ・輸入仕入れのため
- ・輸入仕入れ品の値上り
- ・輸入製品のコストup
- ・輸入肥料が高騰し、当社のお客様である農家が肥料代をおさえてしまう
- ・輸入品のコストup
- ・輸入品のコストアップ
- ・輸入品の大幅値上げ、客先になかなか認めてもらえない
- ・輸入品の値上がり

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（208社）に対して、悪影響への対応策は何かを尋ねたところ、「製品価格・納品価格の見直し」が41.8%、「人件費以外の経費削減」が38.5%、「新規取引先の開拓」が30.8%、「運転資金の工面」が26.9%、「品質・付加価値の向上」が25.0%、「新製品開発・新分野進出」が19.7%、「人件費削減」が16.3%、「為替予約の活用」が5.8%、「その他」が3.8%、「無回答」が3.4%となっている。



業種別	従業員数別	資本金別	n数	対応策 (%)										
				製品価格・納品価格の見直し	人件費以外の経費削減	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	208	41.8	38.5	30.8	26.9	25.0	19.7	16.3	5.8	3.8	3.4
			ゴム製品製造業	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
			機械・革製品関連	25	40.0	44.0	36.0	44.0	28.0	24.0	20.0	12.0	0.0	0.0
			プラスチック製品製造業	11	27.3	54.5	45.5	27.3	36.4	9.1	27.3	0.0	0.0	0.0
			一般機械器具製造業	25	44.0	38.0	20.0	32.0	28.0	8.0	12.0	0.0	4.0	0.0
			印刷・同関連業	12	86.7	41.7	33.3	16.7	33.3	16.7	8.3	0.0	8.3	0.0
			化学工業	6	16.7	16.7	50.0	33.3	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0	33.3
			金属製品製造業	37	45.9	37.8	37.8	24.3	27.0	8.1	10.8	10.8	2.7	2.7
			電気機械器具製造業	30	36.7	43.3	30.0	16.7	20.0	23.3	6.7	3.3	6.7	3.3
			精密機械器具製造業	10	30.0	50.0	20.0	10.0	30.0	30.0	20.0	10.0	10.0	0.0
			輸送用機械器具製造業	4	25.0	0.0	25.0	50.0	25.0	0.0	25.0	25.0	25.0	0.0
			その他の製造業	46	47.8	32.6	23.9	28.3	19.6	30.4	26.1	4.3	2.2	6.5
			従業員数別											
			5人以下	64	42.2	43.8	31.3	29.7	20.3	15.6	15.6	0.0	3.1	4.7
			6人～20人	80	38.8	40.0	35.0	31.3	26.3	22.5	20.0	5.0	8.3	1.3
			21人～50人	36	41.7	25.0	22.2	27.8	30.6	13.9	13.9	8.3	0.0	2.8
			51人～100人	12	50.0	58.3	41.7	8.3	33.3	25.0	8.3	25.0	0.0	0.0
			101人以上	16	50.0	25.0	18.8	6.3	18.8	31.3	12.5	12.5	6.3	12.5
			資本金別											
			300万円未満	7	14.3	28.6	28.6	42.9	14.3	28.6	42.9	0.0	14.3	14.3
			300万円～1000万円未満	52	38.5	42.3	19.2	34.6	28.8	15.4	17.3	1.9	1.9	3.8
			1000万円～5000万円未満	110	44.5	38.2	38.2	28.2	25.5	20.9	15.5	5.5	3.6	2.7
			5000万円～1億円未満	28	53.6	35.7	21.4	3.6	25.0	10.7	10.7	3.6	7.1	0.0
			1億円以上	11	18.2	36.4	36.4	27.3	9.1	45.5	18.2	36.4	0.0	9.1

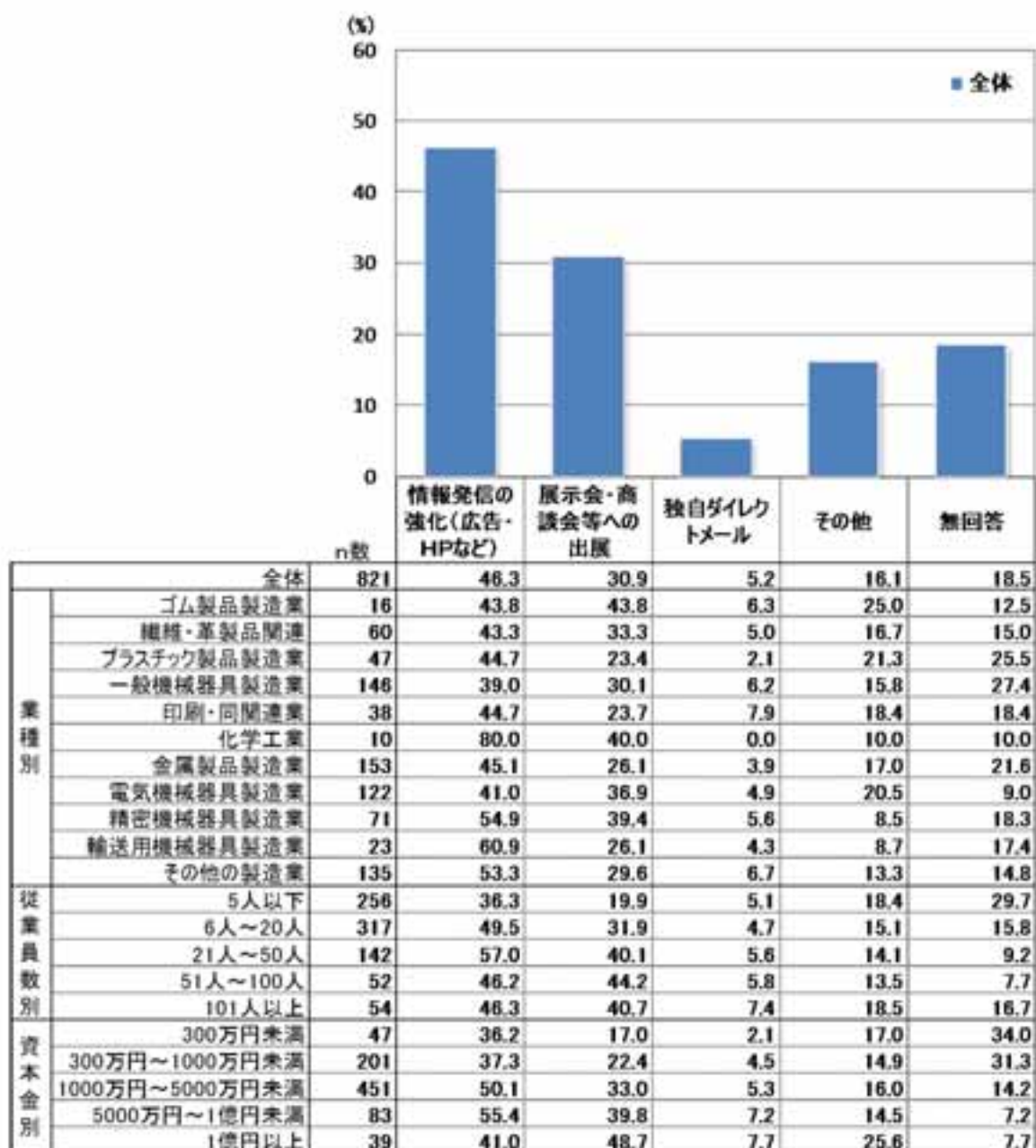
6 円安の悪影響への対応策

【その他の回答内容】

- ・日常活動で上記はすでに取り組んでおり、現実的には利益で補っているというのが現状です。
- ・廃業、転業、兼業予定しております
- ・国内調達を検討
- ・海外ビジネスの方向転換 輸出ビジネスの模索
- ・国内生産への切替
- ・対策なし
- ・利益上がらず、賞与が出せない、昇給ができずいる
- ・金融政策として円安誘導はまちがい

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46.3%、「展示会・商談会等への出展」が30.9%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」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」の比率が高くなる傾向が見られる。



7 今後、取引拡大を図る手段

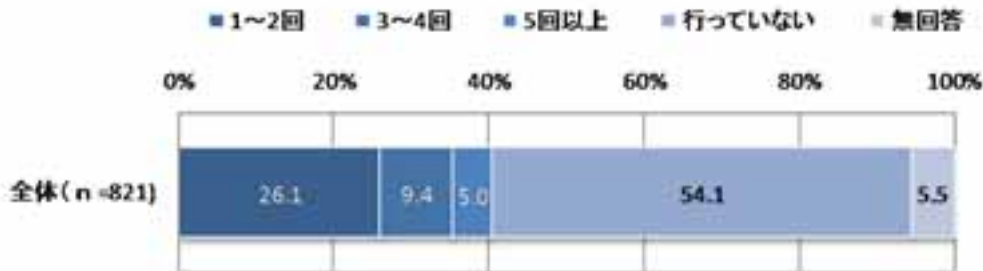
【その他の回答内容】

- ・特になし(16件)
- ・新商品の開発(9件)
- ・営業(7件)
- ・営業力の強化(5件)
- ・直接訪問(5件)
- ・ビジネスマッチング(3件)
- ・営業拡大(2件)
- ・考えていない(2件)
- ・取引先からの紹介(2件)
- ・インターネット
- ・クオリティーの高い製品を作ってロコミに任せる
- ・テレアポ
- ・ユーザーが固定されている
- ・営業の情報収集
- ・営業マンの育成
- ・営業マンの教育、質的向上
- ・営業力の強化(人員、拠点)
- ・下請脱皮へ
- ・何もしていない
- ・海外販路拡大
- ・各社営業
- ・拡大しない
- ・既存の客先掘り起し
- ・貴公社の海外販路開拓支援
- ・技術力の強化設備
- ・業態の多様化
- ・銀行等の紹介
- ・見込み客の掘り起し
- ・現状のままで
- ・顧客との信頼を深める
- ・ロコミ
- ・工事、人的充実
- ・国内企業の保護政策期待
- ・今の取引でよし
- ・細やかな営業活動
- ・自社営業
- ・自社製品の開発
- ・商品の値引き
- ・紹介
- ・紹介など
- ・新たな市場への進出
- ・新規取引先の開拓
- ・人脈の拡大
- ・人脈を用いた営業展開
- ・人脈作り
- ・生産依頼は営業をかけなくても来る状況なのであ
とは弊社の生産キャパシティ問題
- ・生産能力強化
- ・製造のスピード化
- ・製造元なのであまり営業活動しない
- ・製品改良
- ・設備投資
- ・台湾etc海外販路拡大
- ・知人からの紹介
- ・直接販売
- ・提案営業
- ・展示会出展料が高いのでなかなか出せない
- ・電話アシスタント
- ・同業顧客への拡販
- ・同業者、仕入れ先からの紹介
- ・得意先、仕入れ先からの紹介など
- ・得意先、取引先からの紹介
- ・得意先への働きかけ
- ・日常努力の継続
- ・販売代理店の活用
- ・予定はありません

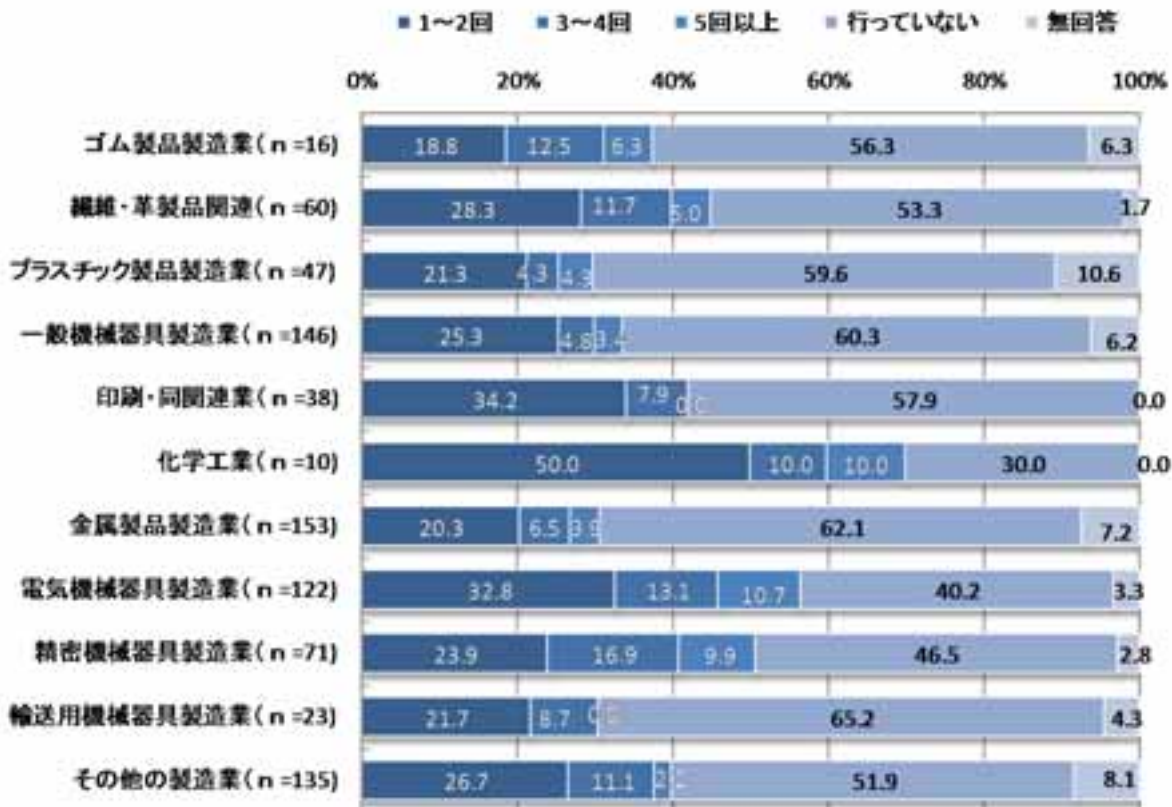
8 展示会への出展頻度（年間）

- 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54.1%。「1～2回」が26.1%、「3～4回」が9.4%、「5回以上」が5.0%となった。
- 業種別で展示会に「1回以上」出展している企業の比率をみると、電気機械器具製造業（56.6%）や、精密機械器具製造業（50.7%）の比率が他の業種と比較して高い。逆に、金属製品製造業や一般機械器具製造業などでは「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。

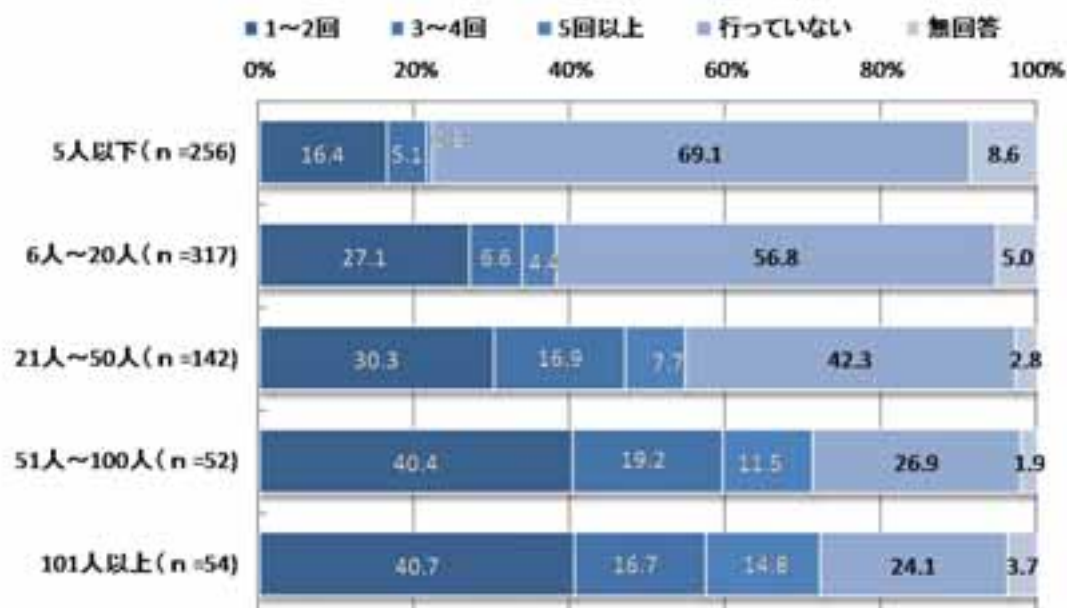
【全体】



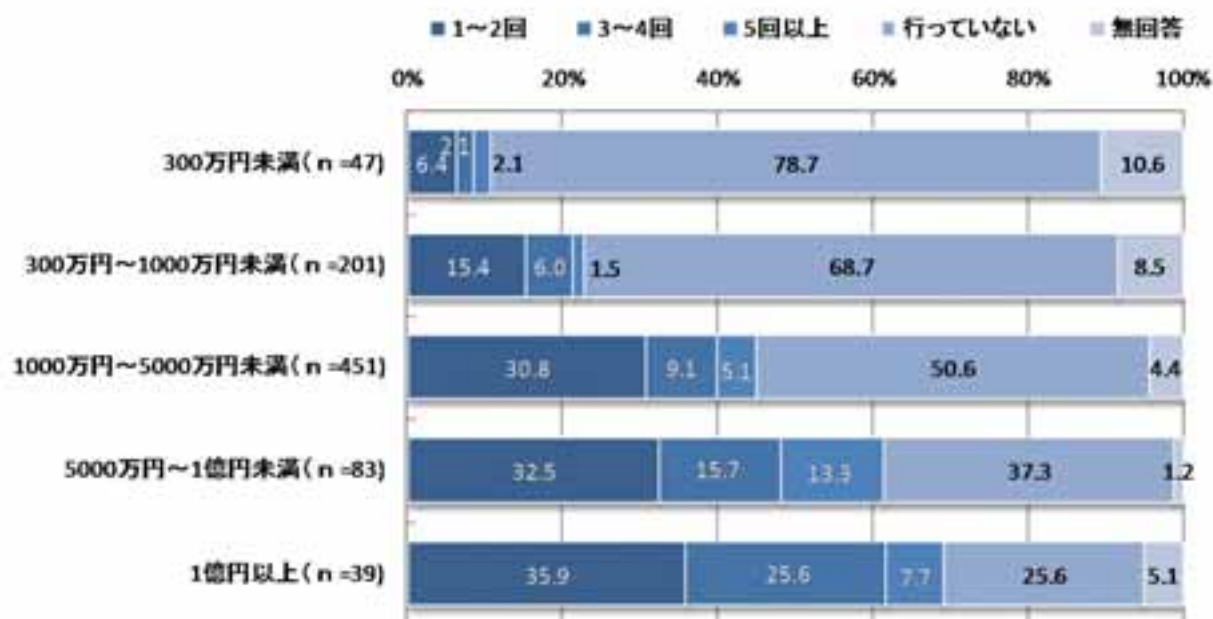
【業種別】



【従業員数別】



【資本金別】



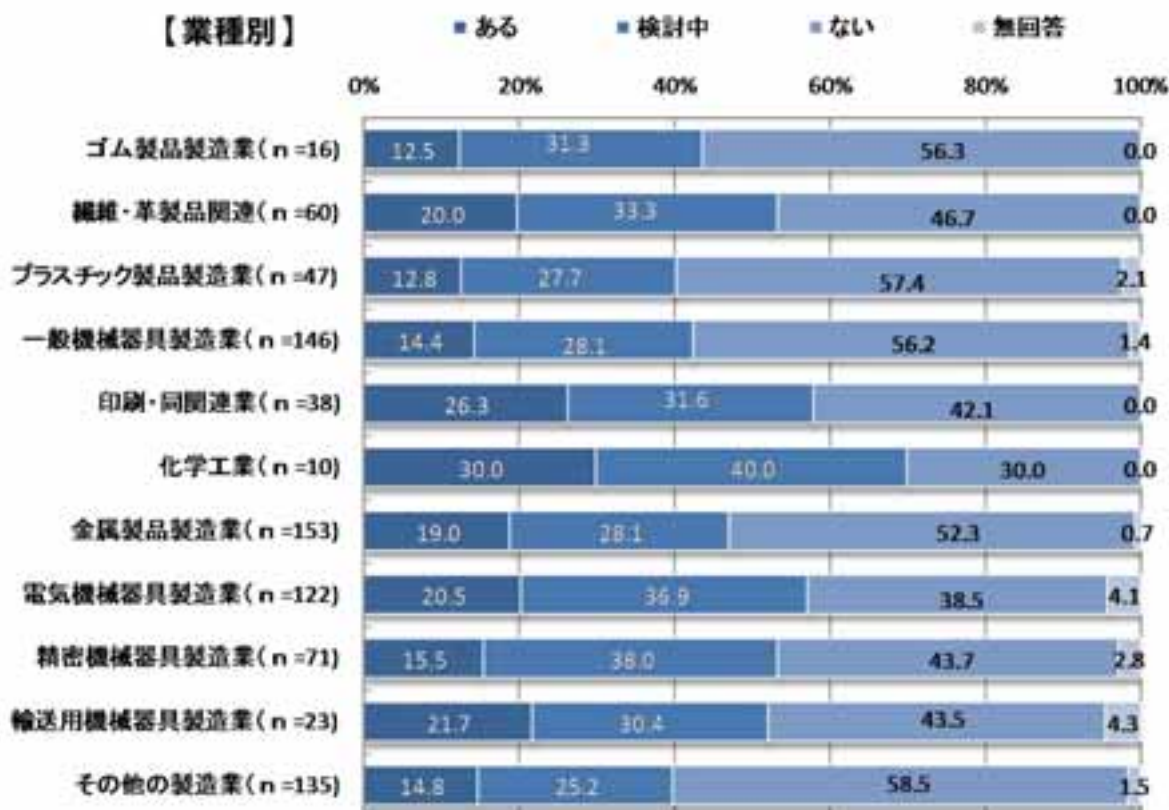
9 今後1年以内に設備投資を行う予定があるか

- 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17.5%、「検討中」が30.6%、「ない」が50.2%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（26.3%）、電気機械器具製造業（20.5%）など。一方、「ない」比率が高いのは、その他の製造業（58.5%）、プラスチック製品製造業（57.4%）、一般機械製造業（56.2%）、金属製品製造業（52.3%）など。
- 従業員数別でみると、従業員数が5人以下では「ある」が7.4%であるのに対して、51人～100人」では42.3%となっており差が見られる。
- 資本金別でみると、資本金額が1,000万円以上の企業では、今後1年以内に設備投資を行う予定が「ある」比率が2割以上となっており、1億円以上の企業では35.9%を占めるなど、資本金額が大きい企業ほど「ある」の比率が高い傾向が見られる。

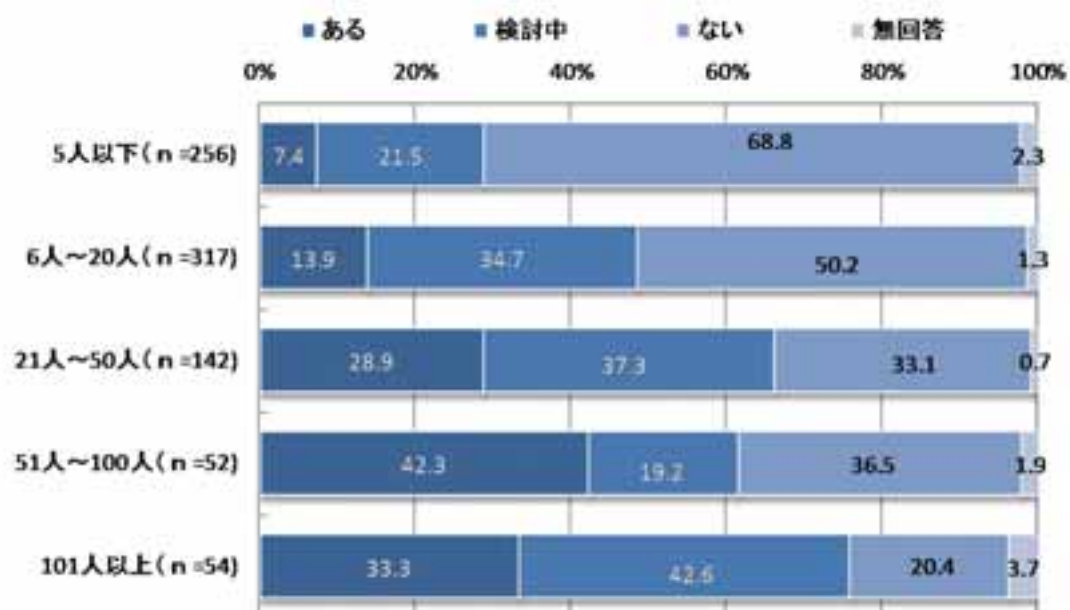
【全体】



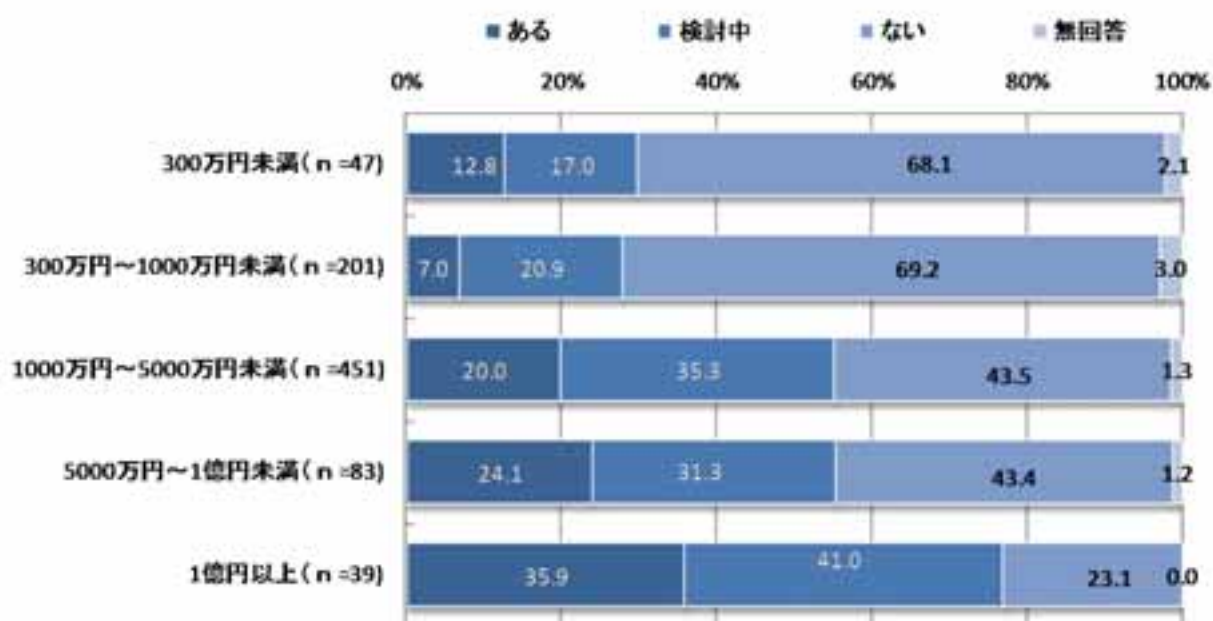
【業種別】



【従業員数別】



【資本金別】



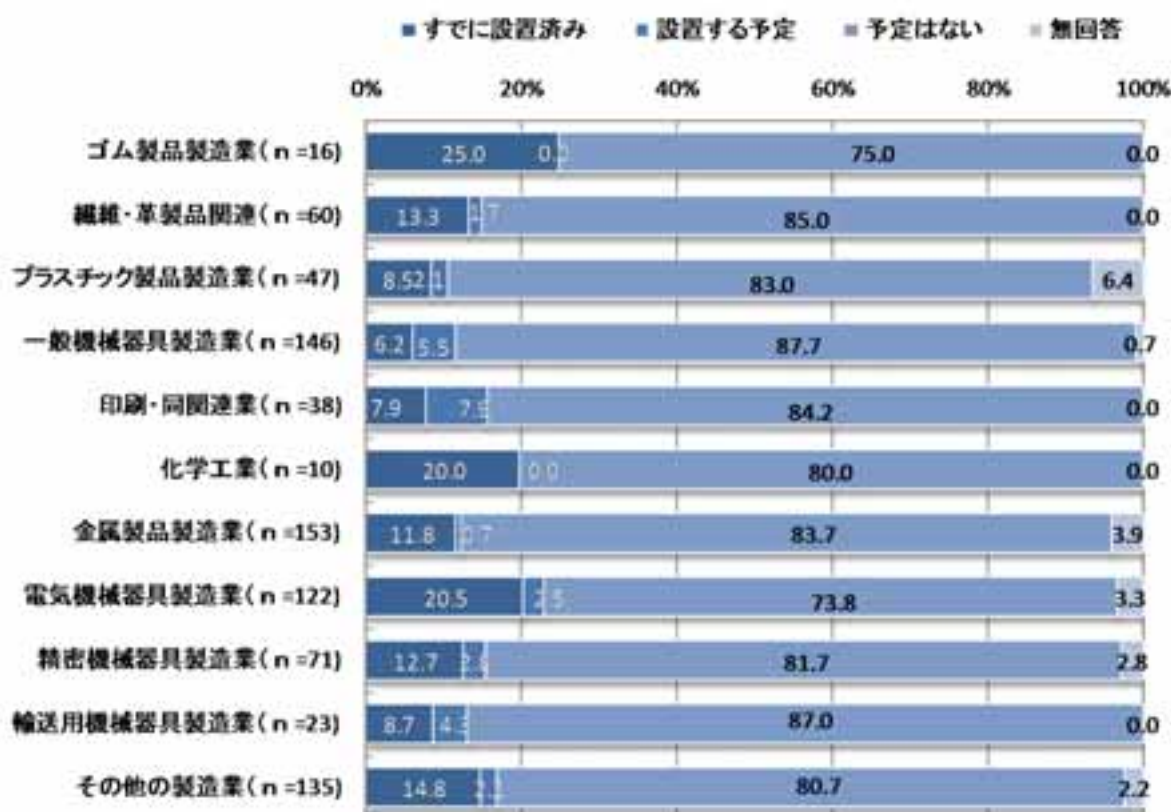
10 海外拠点の設置状況

- 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12.7%、「設置する予定」が2.8%、「予定はない」が82.2%。
- 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（20.5%）やその他の製造業（14.8%）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。

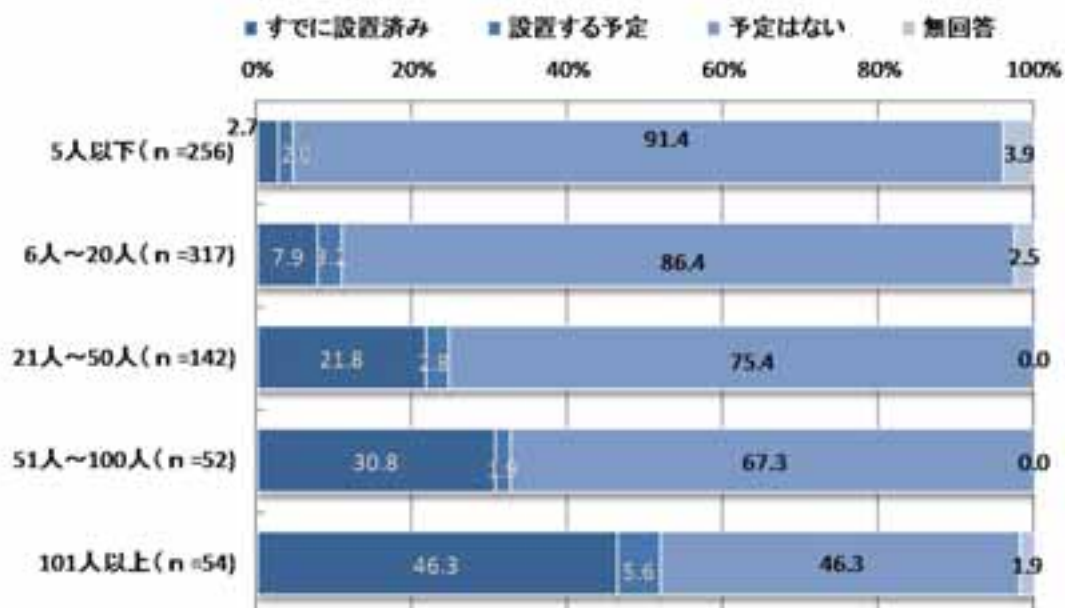
【全体】



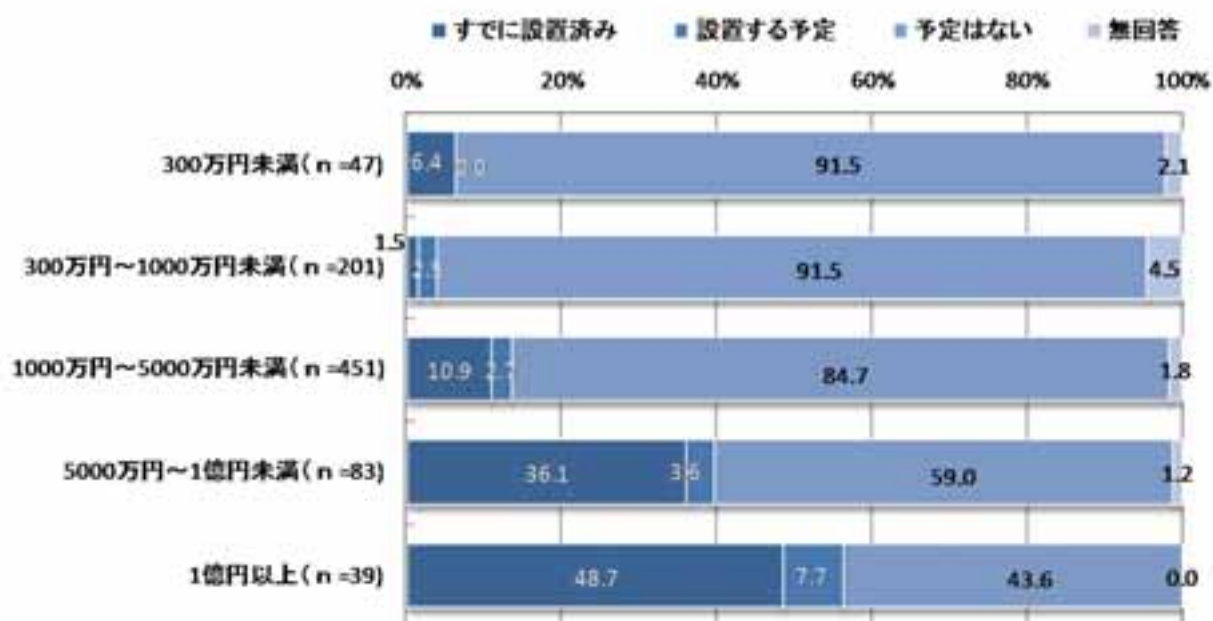
【業種別】



【従業員数別】

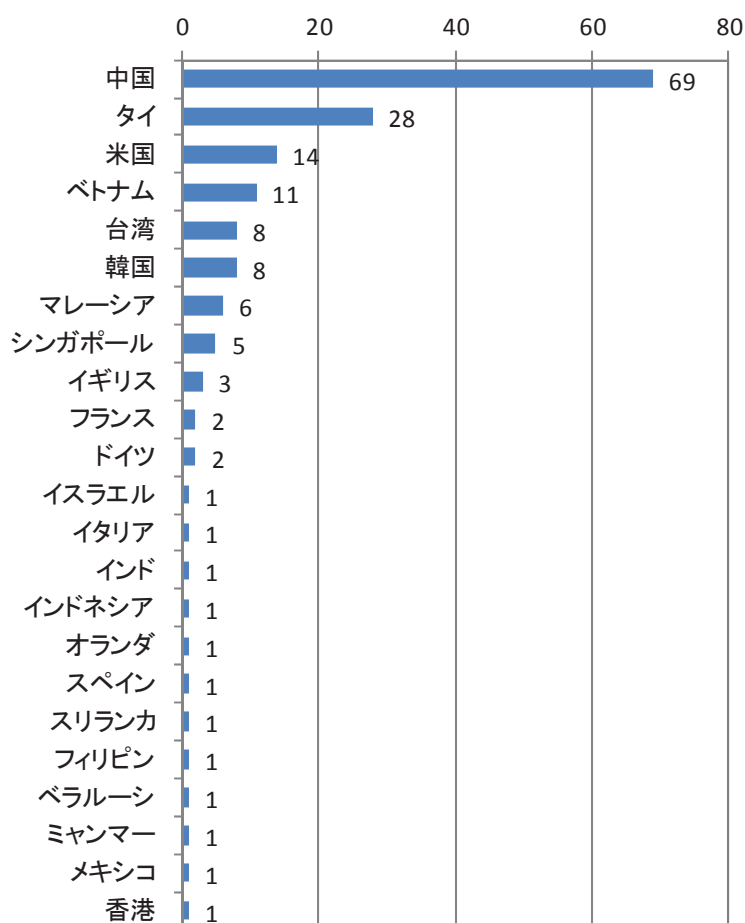


【資本金別】



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（104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」、「米国」、「ベトナム」、「台湾」、「韓国」、「マレーシア」、「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、広州、香港、タイではバンコク、米国ではロサンゼルス、ベトナムではホーチミンなど。



1 1 海外拠点（国名・都市名）

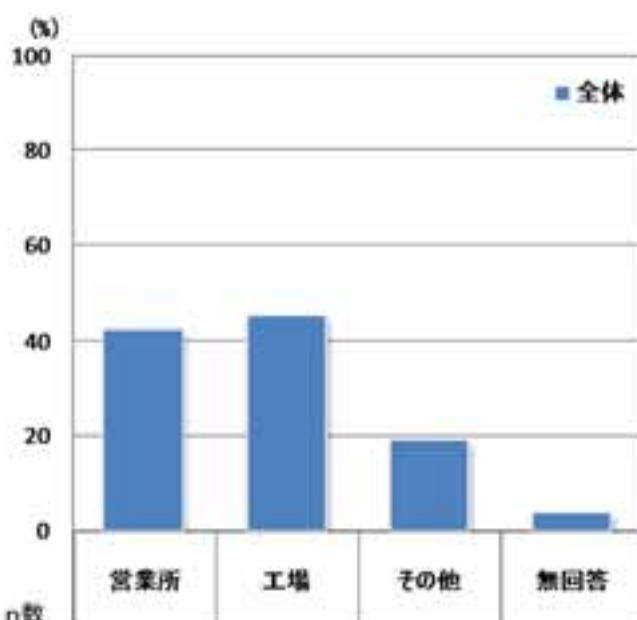
国	都市名	件数
中国		69
	上海	25
	広州	5
	香港	5
	北京	4
	深圳	4
	青島	3
	大連	3
	蘇州	2
	中山	2
	シンヤン	1
	海陽市	1
	惠州市	1
	広東省	1
	杭州	1
	江蘇省太倉市	1
	黒龍江省	1
	上河	1
	成部	1
	天津	1
東莞	1	
武漢	1	
-	4	
タイ		28
	バンコク	16
	チョンブリ	3
	アユタヤ	2
	プラーチーンブリー	2
	サムットプラカーン	1
	サラブリー	1
	ラヨン	1
	-	2
	米国	
ロサンゼルス		4
ケンタッキー州		2
オハイオ州		1
サンフランシスコ		1
シアトル		1
トーランス		1
ニュージャージー		1
ミルウォーキー		1
-		2

国	都市名	件数
ベトナム		11
	ホーチミン	5
	ダナン	1
	ハイホン	1
	バクニン	1
	ハノイ	1
	ロンハウ	1
-	1	
韓国		8
	ソウル	3
	seongmam-si	1
	安山	1
	水原	1
-	2	
台湾		8
	台北	3
	台中	2
	高雄	1
	新竹	1
中歴	1	
マレーシア		6
	クアラルンプール	4
	ジョホールバル	1
ペナン	1	
シンガポール		5
	シンガポール	1
-	4	
イギリス		3
	ロンドン	1
	サリー	1
-	1	
フランス		2
	パリ	1
ニュー	1	
ドイツ		2
	デュッセルドルフ	1
ベルリン	1	
イスラエル	-	1
イタリア	トリノ	1
インド	デリー	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
スペイン	マドリード	1
スリランカ	コロンボ	1
フィリピン	セブ	1
ベラルーシ	ミンスク	1
ミャンマー	ヤンゴ	1
メキシコ	グアナファト	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（104社）に、拠点の種類を尋ねたところ、「工場」が45.2%、「営業所」が42.3%を占めている。

「その他」の内容としては、「代理店」などが挙げられている。



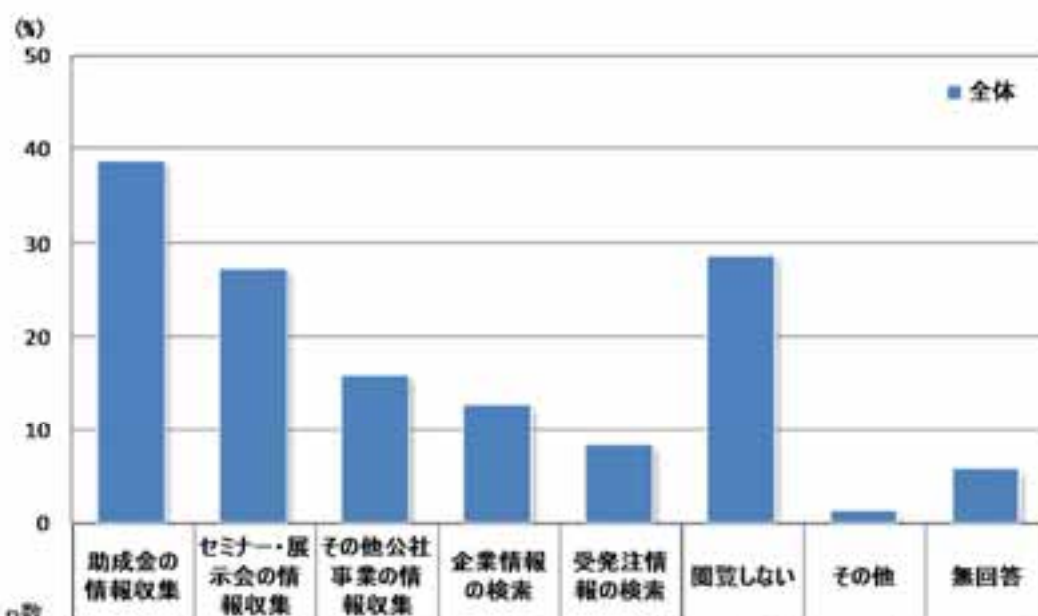
業種別	n数				
	全体	営業所	工場	その他	無回答
全体	104	42.3	45.2	19.2	3.8
ゴム製品製造業	4	50.0	75.0	0.0	0.0
繊維・革製品関連	8	25.0	50.0	25.0	0.0
プラスチック製品製造業	4	0.0	50.0	25.0	25.0
一般機械器具製造業	9	55.6	44.4	22.2	0.0
印刷・同関連業	3	33.3	66.7	0.0	0.0
化学工業	2	0.0	100.0	50.0	0.0
金属製品製造業	18	33.3	50.0	27.8	0.0
電気機械器具製造業	25	44.0	36.0	20.0	4.0
精密機械器具製造業	9	55.6	22.2	33.3	0.0
輸送用機械器具製造業	2	0.0	100.0	0.0	0.0
その他の製造業	20	60.0	40.0	5.0	10.0
従業員数別					
5人以下	7	28.6	28.6	14.3	28.6
6人～20人	25	28.0	48.0	28.0	0.0
21人～50人	31	38.7	35.5	25.8	6.5
51人～100人	16	56.3	56.3	12.5	0.0
101人以上	25	56.0	52.0	8.0	0.0
資本金別					
300万円未満	3	33.3	0.0	33.3	33.3
300万円～1000万円未満	3	33.3	33.3	33.3	0.0
1000万円～5000万円未満	49	32.7	46.9	22.4	4.1
5000万円～1億円未満	30	56.7	43.3	16.7	0.0
1億円以上	19	47.4	52.6	10.5	5.3

【その他の主な回答内容】

- ・エイジェント
- ・ショールーム、代理店
- ・ソフトウェア開発
- ・パートナー工場
- ・研究所+生産工場
- ・現地企業 販売メンテナンス
- ・合併会社
- ・仕入、衣料品雑貨など
- ・事務所
- ・修理用サービスセンター
- ・出先(工場とのやりとり 香港)
- ・代理店
- ・内職
- ・販売子会社
- ・販売店(ロサンゼルス)

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28.6%で「無回答」(5.7%)を除くと、65.7%が閲覧している。
- 閲覧目的は、「助成金の情報収集」(38.7%)、「セミナー・展示会の情報収集」(27.3%)、「その他公社事業の情報収集」(15.8%)、「企業情報の検索」(12.7%)の順となっている。
- 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、「閲覧しない」比率が高い傾向が見られる。



業種別	n数	割合 (%)							
		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	821	38.7	27.3	15.8	12.7	8.3	28.6	1.2	5.7
ゴム製品製造業	16	25.0	25.0	12.5	25.0	12.5	31.3	0.0	6.3
繊維・革製品関連	60	36.7	20.0	5.0	13.3	5.0	40.0	0.0	5.0
プラスチック製品製造業	47	29.8	17.0	17.0	17.0	8.5	31.9	2.1	12.8
一般機械器具製造業	146	39.7	21.9	13.0	11.6	8.9	31.5	1.4	7.5
印刷・関連業	38	55.3	39.5	21.1	7.9	2.6	26.3	2.6	0.0
化学工業	10	60.0	70.0	20.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0
金属製品製造業	153	28.8	18.3	18.3	19.0	15.0	32.0	1.3	5.2
電気機械器具製造業	122	42.6	34.4	16.4	9.0	7.4	24.6	1.6	4.1
精密機械器具製造業	71	43.7	33.8	23.9	9.9	7.0	21.1	0.0	2.8
輸送用機械器具製造業	23	52.2	39.1	13.0	17.4	8.7	21.7	0.0	4.3
その他の製造業	135	40.0	31.9	14.8	8.9	4.4	25.9	1.5	7.4
従業員数別									
5人以下	256	23.4	19.1	14.1	14.1	10.2	36.7	0.8	9.8
6人～20人	317	43.5	28.4	17.7	14.5	7.9	28.7	1.6	3.8
21人～50人	142	47.9	33.8	17.6	12.7	4.9	24.6	0.7	3.5
51人～100人	52	55.8	40.4	11.5	1.9	7.7	15.4	3.8	1.9
101人以上	54	42.6	29.6	13.0	5.6	11.1	13.0	0.0	7.4
資本金別									
300万円未満	47	25.5	19.1	4.3	19.1	17.0	38.3	2.1	8.5
300万円～1000万円未満	201	24.4	16.4	15.4	13.4	11.4	36.3	0.0	9.5
1000万円～5000万円未満	451	45.2	30.6	17.3	13.3	6.2	26.6	1.3	4.7
5000万円～1億円未満	83	43.4	41.0	15.7	6.0	3.6	20.5	3.6	1.2
1億円以上	39	43.6	25.6	15.4	7.7	15.4	17.9	0.0	5.1