

**荒川区製造業実態調査・経営支援事業  
実施報告書**

平成26年2月  
荒川区

## 目 次

． 荒川区製造業実態調査・経営支援事業の実施概要	
1．実施の目的	1
2．調査の進め方	2
． 経営支援事業の実施結果	
1．経営支援事業の実施概要	3
2．経営相談・アドバイスの実施結果	3
3．産業経済部職員による調査への参加	3
4．調査員への個別具体的な相談事例及び助言事例	4
． 実態調査結果の概要	
1．調査票集計概要	6
2．基礎調査結果 (地域別企業数、資本金別企業数など)	8
3．分野ごとの調査結果	
(1)景況・経営全般	11
(2)融資・資金繰り	24
(3)事業の承継	27
(4)災害への備え・電力料金の値上げの影響	30
(5)海外との関わり	35
(6)販路拡大	40
(7)新製品・技術の開発	44
(8)産学連携への取組	48
4．自由記載	51
． 調査結果の分析	
1．M A C C企業との比較	55
2．景況感別の企業実態	80
． 参考資料	
周知・P R関係	88
・事前通知ハガキ	
・東京商工会議所からの周知文書	
・区報・産業ナビでの周知	
調査票	89

## ・荒川区製造業実態調査・経営支援事業の実施概要

### 1. 調査の目的

「モノづくりの街 荒川」として、荒川区の街の形成に中心的な役割を担ってきた製造業は、現在、社会経済の情勢の変化を受け、経営状況が大きく変化をしています。

本事業は、経営状況や経営環境、区への要望等に関する調査を実施し、今後の区の産業振施策の策定・実施に活用することが目的です。

さらに今回の調査の特徴として、調査員に、中小企業への経営診断や助言を専門とする「中小企業診断士」を活用しました。これにより調査員が、事業所を訪問する際、調査を通じて得た経営課題等に対し、助言を行い、また区の施策の活用等を通じて、課題の克服に繋げ、安定的な経営の継続に寄与させることも、本事業を実施した目的の一つです。

目的を整理して示すと以下のとおりです。

- (1) 区内製造業の実態を調査し、課題・要望などの現場の声を収集して今後の区の施策に生かす
- (2) 中小企業診断士が、調査を通じて気が付いた各事業所の課題に対して、区の支援施策を用いながら助言し、課題の克服に繋げ、安定的な経営の継続に寄与させる
- (3) 区の産業支援施策を事業所に伝える  
(荒川区企業支援事業紹介パンフレットを配布)
- (4) 最新の企業情報を産業経済部の活動に役立てる(経営実態の把握など)

調査項目の概要は以下のとおりです。

- (1) 景況・経営全般
- (2) 融資・資金繰り
- (3) 事業の承継
- (4) 災害への備え・電力料金の値上げの影響
- (5) 海外との関わり
- (6) 販路拡大
- (7) 新製品・技術の開発
- (8) 産学連携への取組

## 2. 調査の進め方

### (1) 対象企業

区が有する企業情報データベースに製造業として登録されている事業所を対象としました。ただし、電話帳などの製造業情報を参考にしました。(2,496社)

### (2) 事業所への協力依頼・周知など

なお、実際の調査に対し、調査協力依頼のハガキを郵送して、宛先不明で戻ってきた企業等を差し引きした2,391社としました。

また、周知方法については、「荒川区報」「あらかわ産業ナビ」に加え、東京商工会議所荒川支部にも調査実施の周知に関して、会員企業にもFAXで周知の協力をいただきました。

数値で示すと以下のとおりとなります。

対象項目	該当数	回収率	補足
当初母数	2,496		調査依頼のハガキを送付した企業数
調査対象除外	105		宛先不明で戻ってきた企業等
調査対象数	2,391		(a)
対象外	493		(b)
休業中	48		休業中であることが確認できたもの
廃業	202		廃業したことが確認できたもの
区外移転	27		事業所が区外移転したと確認できたもの
対象外	71		業種が製造業以外で対象外だったもの
不明	145		調査企業の状況不明のもの
調査対象数	1,898		(a)-(b)=(c)
回答あり	1,532	80.7%	営業中で、調査票が回収できたもの(d)
調査拒否	366		(c/d)

### (3) 調査員について

実施者：荒川区中小企業経営協会

調査員：中小企業診断士

### (4) 調査時期

平成25年6月21日から9月30日まで

### (5) 持参資料

調査票

荒川区企業支援事業紹介パンフレット

区制度融資のチラシ

国の公的融資制度の紹介チラシ（東京商工会議所マル経融資）

### (6) 調査票の内容

(参考参照)

## ．経営支援事業の実施結果

### 1．経営支援事業の実施概要

先に記したとおり、本調査の特徴として、調査員に「中小企業診断士」を活用しました。調査を通じて得た経営課題等へ助言を行い、課題の克服に繋げることが目的でしたが、この章では、この取り組みを報告します。

目的や期待できる効果を示すと以下のとおりです。

- (1) 調査を通じて得た経営課題等に対し、助言を行い、課題の克服に繋げ、安定的な経営の継続に寄与させる
- (2) 助言の際に、区の支援策を紹介し、また活用を促すことで、区の支援施策の認知度を高める（相談等が無い企業にも区の支援パンフレットを渡す）
- (3) 中小企業への経営診断や助言を専門とする「中小企業診断士」と区内事業者が調査を通じて接することで、第三者からの助言を受ける機会を設ける

### 2．経営相談・アドバイスの実施結果

調査員からの報告を集計すると、以下とおりです。（単位：件）

相談の あった 企業数	延べ 相談 件数	具体的内容									
		経営 全般	製品 開発	販路 開拓	生産 管理	I T 化	資金 繰り	節電 災害	海外 展開	産学 連携	その 他
512	599	224	27	110	13	29	116	28	15	12	25
(構成比)		37%	5%	18%	2%	5%	19%	5%	3%	2%	4%

経営全般とは、事業展開、継承問題、廃業などを示します。

### 3．産業経済部職員による調査への参加

区産業経済部の若手職員を中心に、区内事業所の経営の実態を感じ、その経験を今後の業務に活かすよう、調査員の協力を得て、事業所への調査に同行しました。

#### (1) 参加職員数

19名

#### (2) 実績

訪問企業数 117社

#### (3) 時期

7月下旬～8月下旬

#### (4) 職員の感想

- ・景気回復の効果は、区内の中小企業に波及していないと実感しました。
- ・費用対効果の面から、設備投資に踏み切れない状況にあると感じました。
- ・仕事を中断して、調査に協力をしてもらうことは大変でした。
- ・区の施策に関心はあるものの、理解を得られていない状況にありました。

#### 4. 調査員への個別具体的な相談事例及び助言事例

企業側相談内容	調査員の助言内容
・国内需要減退への対応方法を訊ねられた。	・インターネットを利用した直接販売など新しい販路の広げ方や海外展開についてアドバイスした。
・ECサイトの構築	・ECサイトの概要を説明して、あらかじめショッピングモールを紹介しました。
・デザイン力向上	・デザインの必要性を説明して、高度特定分野専門家派遣事業を紹介しました。
・下請けをやっているが、最近注文が減少している	・取扱い業務では、最近個人の需要が伸びている。工場の入り口に周囲の一般客向けの看板を掲げて周知し、新規需要を開拓するべきと助言しました。
・代替品が増えて売り上げが落ちている	・一般的な製品であっても、何か別の素材を練り込んで機能アップして付加価値をつけてみてはどうか。現行とは異なる一般向けの製品を作ってみてはどうか。といったアドバイスを行いました。
・IT化	・事業所のIT化は重要と説明し、区支援施策を紹介しました。
・新規設備投資を通じた競争力の強化実現	・区の制度融資や各種補助金制度を紹介しました。
・仕事量の減少に伴う経営相談	・荒川区の経営相談を紹介しました。
・最近できた近隣のマンションから、騒音の苦情を受けるようになった。	・(建物が古いので、防音化はなかなか難しい状況にあるが)夜の時間帯の操業をできるだけ避けると同時に、設備を更新することを考えてみてはどうか。さらに区への相談をアドバイスしました。
・注文が落ちている。	・技術を活かしつつ、他のマーケット向きの商品を開発してはどうかと助言しました。

<p>・売上の低迷が著しい。</p>	<p>・販路開拓の為に区で行っている施策を紹介しました。</p>
<p>・億単位の資金が必要になり、区の制度融資では賄えない。</p>	<p>・まずは区に相談を進めるとともに、事業アイデアを使い、ベンチャーキャピタルからの出資を求めるなど、他の資金調達方法を紹介しました。</p>
<p>・新商品を作っているが、消費者ニーズがつかめず、宣伝や販売ルートの拡大に苦慮している。</p>	<p>・ホームページの作成や、見本市などの出展を勧めました。(なお、区の見本市補助を紹介)</p>
<p>・新規の採用者は、長続きせず、即戦力として期待できない。</p>	<p>・即戦力の確保にはコスト負担の覚悟は必要です。長期的に技術者を育成することも検討頂く必要があります。なお、人材の確保に関しては、区に就労支援課があるので、相談することを勧めました。</p>
<p>・区の入札に参加に興味がある。</p>	<p>・荒川区役所HPに掲載している「入札・契約情報」をご案内しました。</p>
<p>・設備が老朽化しているが、資金調達が難しい。</p>	<p>・「荒川区中小企業融資制度」のチラシをお示しして概要を説明しました。</p>
<p>・営業力が弱いがどうしたらよいか。</p>	<p>・「見本市等出展補助」等の区の支援施策の活用を検討をお勧めしました。</p>
<p>・区で「内職派遣の制度があるのなら利用したい」との要望があった。</p>	<p>就労支援課を紹介しました。</p>
<p>・古くなった(既に使っていない)製造設備の処分に困っている。</p>	<p>・業界の集まりが定期的にあるとのことだったので、そういう場で相談を持ちかけてみても良いのではとアドバイスを行いました。</p>
<p>・当社は金型を製作しているが、最近では価格競争になっていて受注が急減している。その対策はどのようにしたらよいか。</p>	<p>貴社の「得意領域や強み」について、再確認をしてください。例えば、他社より、「品質が優れている」、「納期が早い」、あるいは「細かな要望にも応えている」などです。</p> <p>次に、それらをお客様に強く訴求することによって、価格競争を回避することができるようになります。</p> <p>さらに、中長期的には、お客様の対象を絞り込んだ方が、結果的にはお客様の固定化が図られ、受注の安定化につながります。このようなアドバイスを行いました。</p>

## ．実態調査結果の概要

### 1．調査票集計概要

各調査結果を示す前に、調査の集計概要や企業の状況、組織、資本金、従業員数など今回の調査結果の概要を示しました。

#### 調査対象数（当初母数）

区から2,496社の企業へ、調査の依頼を郵便等で案内しました。

#### 調査実施数

このうち、調査協力依頼のハガキを郵送して、宛先不明で戻ってきた企業等を差し引きした105社を除外して、実際に調査対象とした企業数は、2,391社となりました。

#### 調査回収状況

実際に訪問して、休業中等が確認できた493事業所を対象外とし、調査対象を1,898事業所といたしました。

なお、調査拒否が366社あり、調査を実施して調査票が回収でき、本調査のデータとして活用できた企業数は1,532社であり、回収率は80.7%となりました。

#### 集計概要（再掲）

対象項目	該当数	回収率	補足
当初母数	2,496		調査依頼のハガキを送付した企業数
調査対象除外	105		宛先不明で戻ってきた企業等
差引数	2,391		(a)
対象外	493		(b)
休業中	48		休業中であることが確認できたもの
廃業	202		廃業したことが確認できたもの
区外移転	27		事業所が区外移転したと確認できたもの
対象外	71		業種が製造業以外で対象外だったもの
不明	145		調査企業の状況不明のもの
調査対象数	1,898		(a)-(b)=(c)
回答あり	1,532	80.7%	営業中で、調査票が回収できたもの(d) (c/d)
調査拒否	366		

調査回答企業の規模等概要一覧

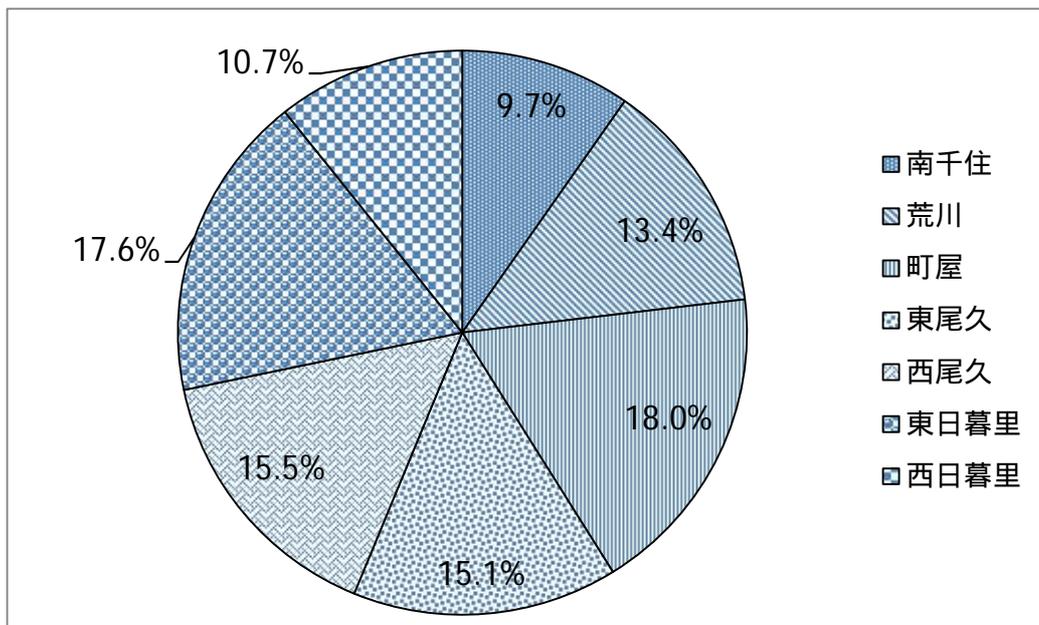
集計項目	対象項目	該当数	比率(*1)	補足
経営組織	1.有限会社	484	31.9%	有限会社と回答した企業数
	2.株式会社	493	32.5%	株式会社と回答した企業数
	3.個人	532	35.1%	個人企業と回答した企業数
	4.合資会社	7	0.5%	合資会社と回答した企業数
	5.合名会社	0	0.0%	合名会社と回答した企業数
	6.合同会社	1	0.0%	合同会社と回答した企業数
	計	1517	100.0%	「経営組織」有効回答数
資本金	<=300万	346	37.7%	300万円以下
	<=1,000万	419	45.6%	300円超 1,000万円以下
	<=5,000万	121	13.2%	1,000万円超 5,000万円以下
	<=3億	32	3.5%	5,000万円超 3億円以下
	計	918	100.0%	「資本金」有効回答数
従業員数	<=5	875	74.8%	5人以下、家族経営相当
	<=20	205	17.5%	5人超 20人以下、零細企業
	<=50	58	5.0%	20人超 50人以下、小規模企業
	<=300	31	2.7%	50人超 300人以下、中規模企業
	>300	1	0.0%	大企業相当
	計	1170	100.0%	「従業員数」有効回答数

## 2. 基礎調査結果

地域別企業数、従業員数別企業数、資本金別企業数、経営者年代別企業数、業種別企業数を以下に示します。

### (1) 地域別企業数

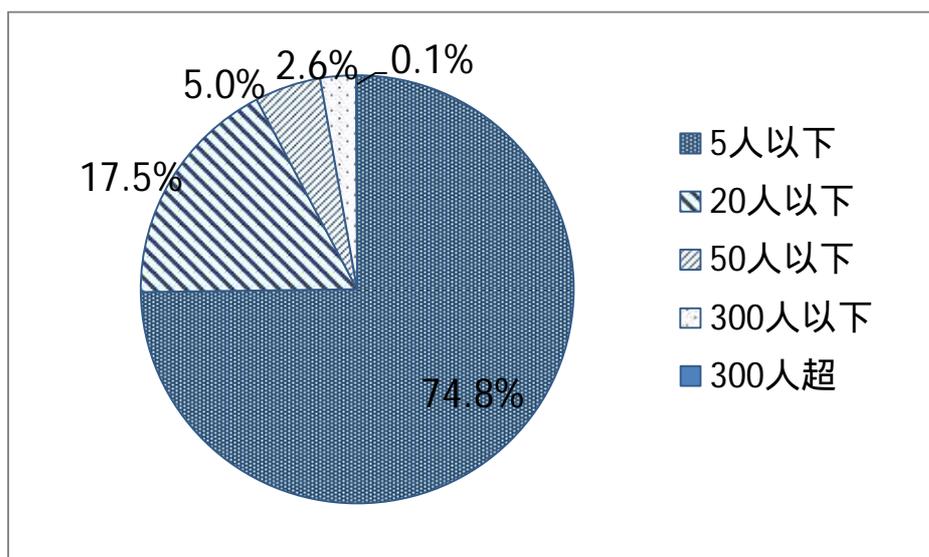
今回の調査の有効回答企業1532社を南千住、荒川、町屋、東尾久、西尾久、東日暮里、西日暮里地域に区分して集計を行いました。



選択肢	回答数	構成比
南千住	148	9.7%
荒川	206	13.4%
町屋	276	18.0%
東尾久	231	15.1%
西尾久	238	15.5%
東日暮里	269	17.6%
西日暮里	164	10.7%
合計	1532	100.0%

回答のあった企業数は、多い順に、町屋地区、東日暮里地区、西尾久地区、東尾久地区の順になり西日暮里、南千住地区は企業の比率が低くなっています。

( 2 ) 従業員数別企業数

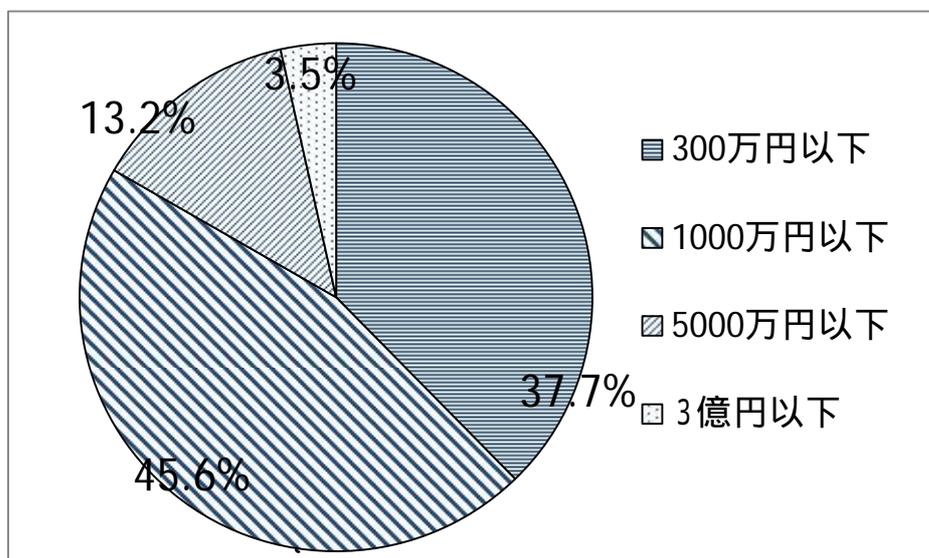


( 回答内訳 )

	5人以下	6～20人	21～50人	50～300人	301人～	合計
数	875	205	58	31	1	1170
構成比	74.8%	17.5%	5.0%	2.6%	0.1%	100.0%

従業員数5人以下が約3/4、また20人以下では92%となっており、小規模・零細企業が非常に多い。

( 3 ) 資本金別企業数

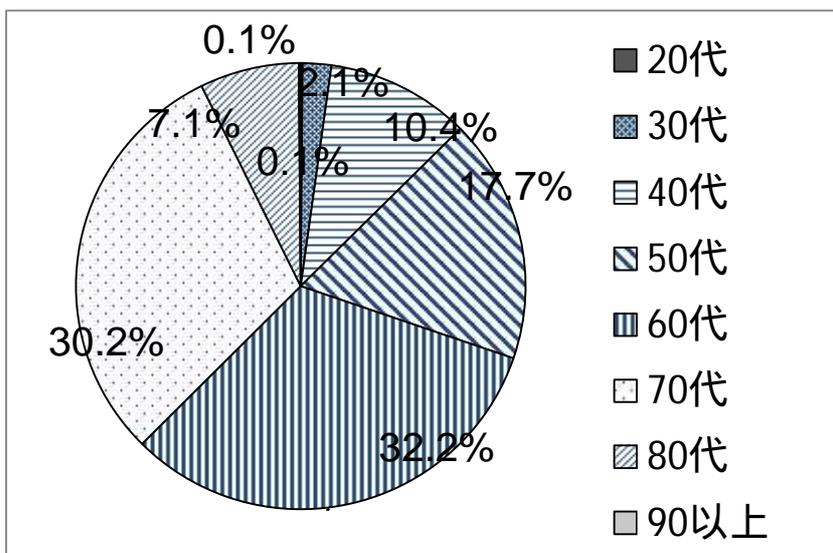


( 回答内訳 )

	300万円以下	301～1000万	1001～5000万	5001～3億円以下	合計
数	346	419	121	32	918
構成比	37.7%	45.6%	13.2%	3.5%	100.0%

荒川区の製造業における資本金での規模別では、1000万円以下の企業が全体の約80%以上を占めており、資本の小さい企業が多い。

( 5 ) 経営者年代別企業数



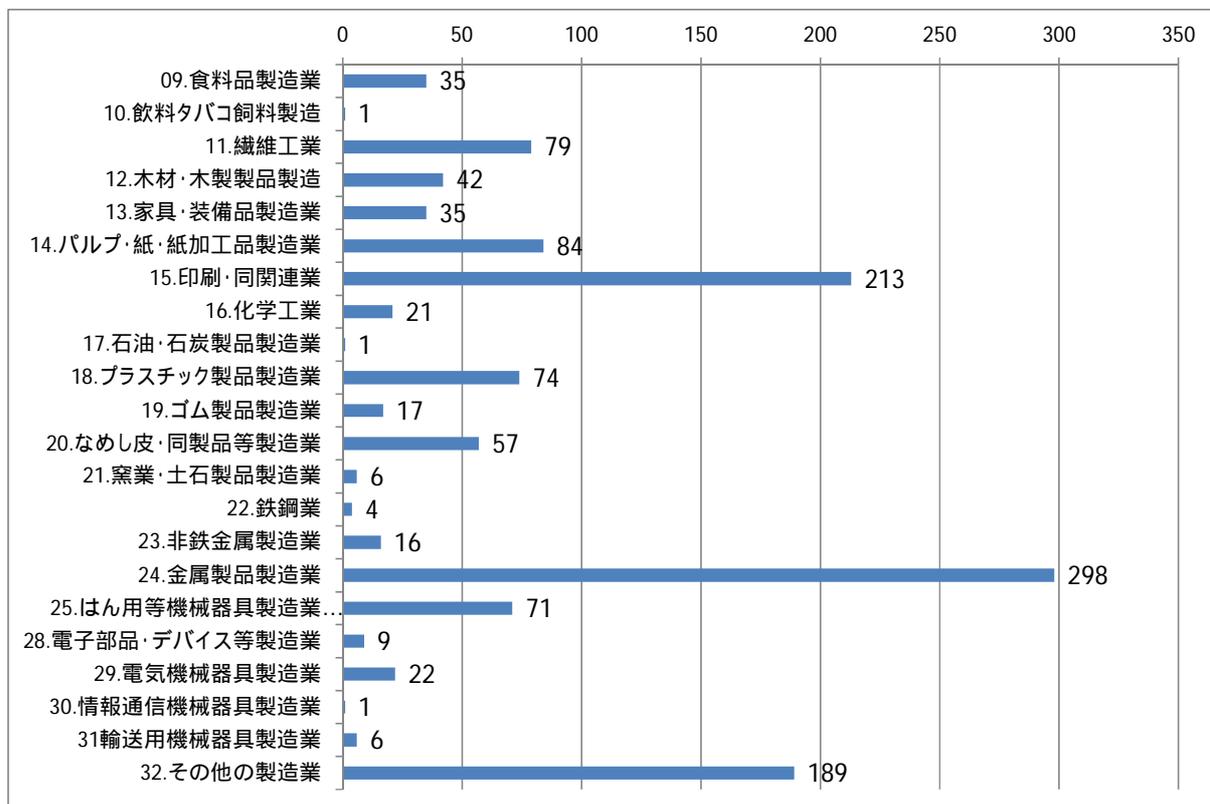
( 回答内訳 )

	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	90以上	合計
数	2	30	151	258	470	441	104	2	1458
構成比	0.1%	2.1%	10.4%	17.7%	32.2%	30.2%	7.1%	0.1%	100.0%

経営者年代別では、60代以上の経営者が圧倒的に多いという結果となり、全体で60歳以上の経営者を見ると約7割に達していることが確認できます。

( 5 ) 業種別一覧

( n = 1,281 )

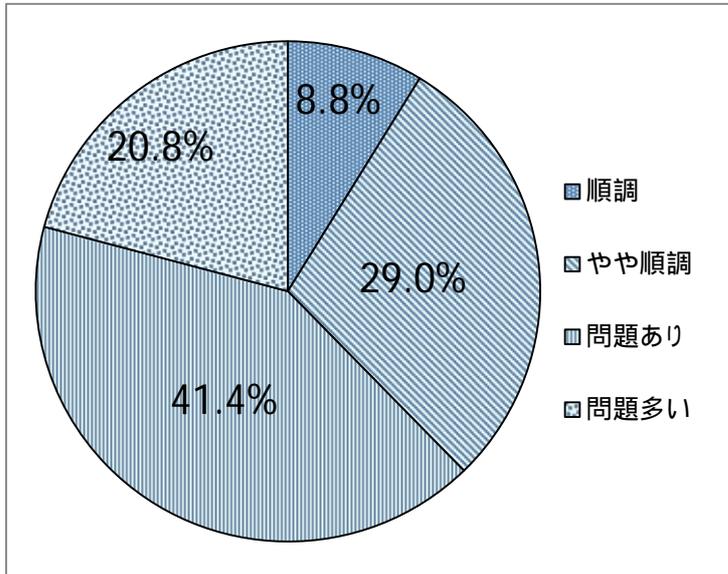


分類別に一覧を見ると、金属製品製造業、印刷・紙加工業に関連する企業数が多いことが確認できます。

### 3 分野ごとの調査結果

#### (1) 景況・経営全般

##### Q1 - 1 事業の現状 (1 選択)



選択肢	回答数	構成比
順調	134	8.8%
やや順調	443	29.0%
問題あり	634	41.4%
問題多い	319	20.8%
合計	1530	100.0%

「順調・やや順調」と回答の企業数は577社(37.8%)、一方「問題あり・問題多い」との企業数は953社(62.2%)にて、調査対象企業の約2/3が、現状について厳しい判断をしています。

#### [ 自由記載より抜粋 ]

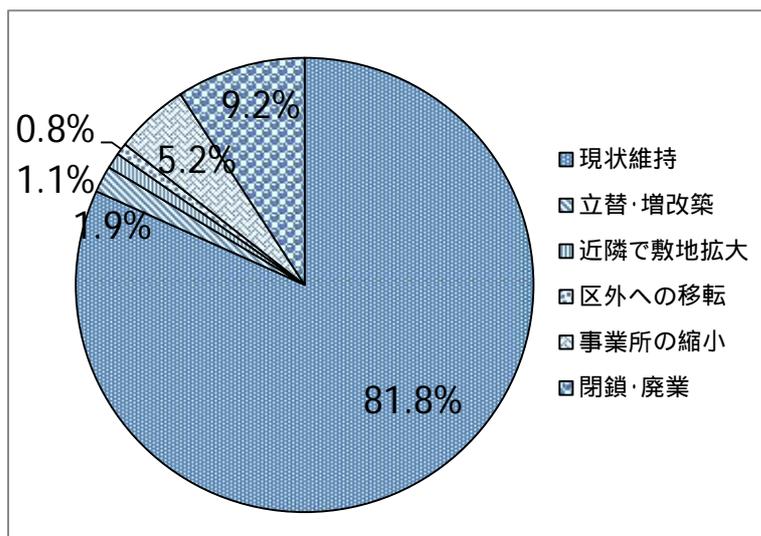
##### 順調・やや順調

- ・リーマンショック後の落込みからやや回復しつつある。(金属製品製造業)
- ・今だけかもしれないが順調。ただ、原油価格が上がっているので、原材料価格が高くなって、その分値段が上げられないと苦しくなる。(プラスチック製品製造業)
- ・特殊なメッキ加工に特化しているため。競合先が少なく受注順調である。設備フル稼働である。(金属製品製造業)

##### 問題あり・問題多い関連

- ・売上減少、従業員の高齢化、多額の債務といった問題を抱えている。(パルプ・紙・紙加工品製造業)
- ・親会社からの単価引下げ要請がある。(印刷・同関連業)
- ・OEMが主体。自社製品の売上が伸びない。(その他の製造業)
- ・中国等外国との価格競争に太刀打ちできない。(パルプ・紙・紙加工品製造業)
- ・東日本大震災で主要機械設備が壊れて以降受注が大きく減少してしまった。(金属製品製造業)
- ・円安による材料費の高騰、油の高騰、電気代高騰など製品単価にかかる負担増にもかかわらず、大手メーカーからはコストダウン要求が多々有り。職人の高齢化による人材も不足しがちになってきている。(金属製品製造業)

Q1 - 2 今後(2～3年)の事業(1選択)



選択肢	回答数	構成比
現状維持	1251	81.8%
立替・増改築	29	1.9%
近隣で敷地拡大	17	1.1%
区外への移転	13	0.8%
事業所の縮小	80	5.2%
閉鎖・廃業	140	9.2%
合計	1530	100.0%

今後(2～3年)の事業の意向について、「現状維持」が大多数を占めています(1,251社)。「立替・増改築」という前向きな方向は少なく(29社)。「敷地拡大」と言う回答はほとんどありません(17社)。

「区外への移転」と言う回答も少なく(13社)。「事業所の縮小(80社)」や「閉鎖・廃業(140社)」がやや多い状況にあります。

[ 自由記載より抜粋 ]

現状維持

- ・事業拡大意欲はあるが、近隣用地確保等ネックもあり、当面現状維持。(金属製品製造業)
- ・海外での事業拡大を計画している。(化学工業)
- ・代表者が健康で働ける限り続ける。(家具・装備品製造業)

事業所の縮小

- ・売上は、かつての1/3に減少している。(その他の製造業)

閉鎖・廃業

- ・事業は個人事業として継続したい意向がある。(繊維工業)
- ・後継者がいないので廃業予定である。(機械器具製造業)

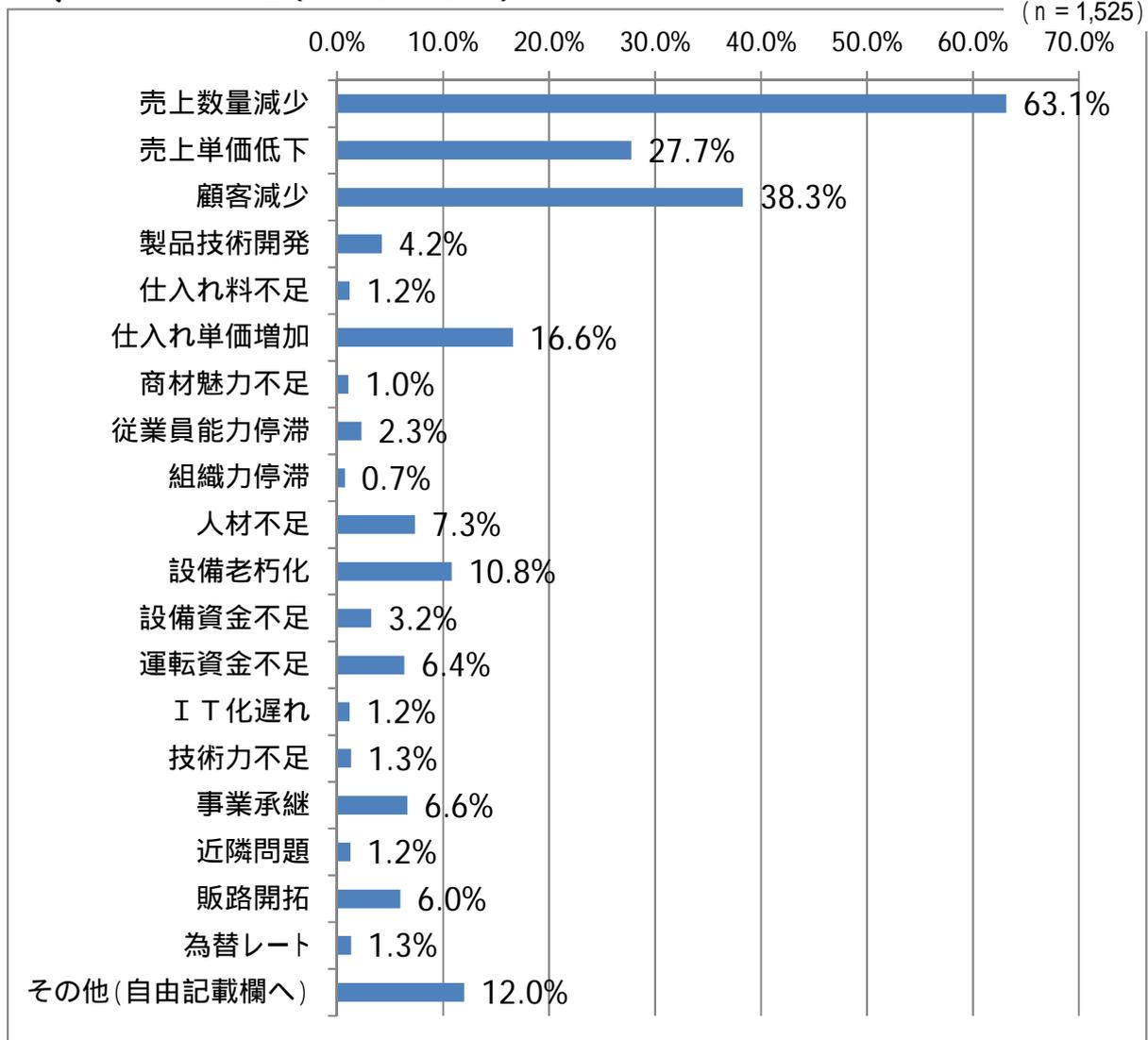
区外への移転

- ・避難道路計画次第で区外移転も検討している(プラスチック製品製造業)

近隣で敷地拡大

- ・埼玉県と荒川区のどちらかで拡大する予定である。(パルプ・紙・紙加工品製造業)

Q 1 - 3 現状課題（3個まで選択）

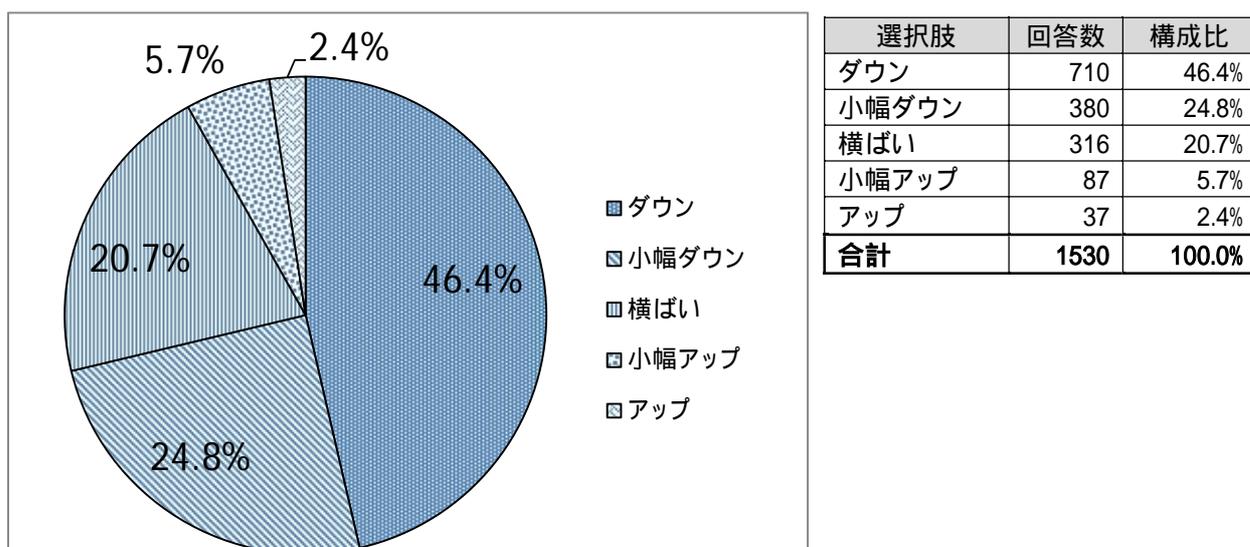


「売上数量減少」、「顧客減少」、「売上単価低下」が上位を占めています。その他に目立つのは、「仕入単価増加」でありコストアップと売上高の減少の厳しい状況にあります。また、「設備老朽化」と「設備資金不足」を合計すると14.0%であります。

[ 自由記載より抜粋 ]

- ・ 主要取引先への依存度が高過ぎるので取引が中止になると心配である。(プラスチック製品製造業)
- ・ 電気料金の高騰が心配である。(食料品製造業)
- ・ 仕事量の波が大きいので売上の変動が激しい。(印刷・同関連業)
- ・ 最終顧客の海外移転があり、売上は低下している。(印刷・同関連業)
- ・ 受注が減少して稼働率が30%になり問題と感じている。(金属製品製造業)

Q1 - 4 売上高推移（1選択・過去5年間ピーク時比較）



直近5年間の売上高推移は、「アップ」及び「小幅アップ」企業は、全体の8.1%に対して、「ダウン」、又は「小幅ダウン」は71.2%にて売上の不振企業が7割強となっています。

[自由記載より抜粋]

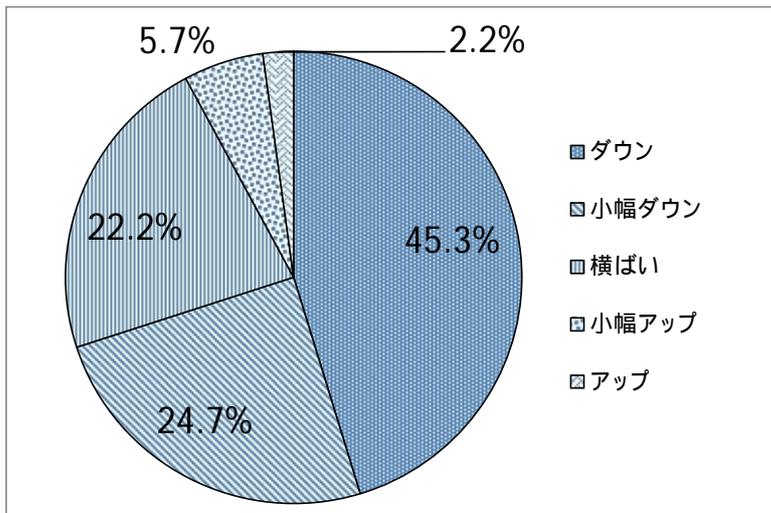
売上横ばい・アップ

- ・今は順調であるが、受注に波がある。（家具・装備品製造業）
- ・国内市場が縮小しても撤退する会社が多いので、残った会社にそれなりの受注が入ってくる。（その他の製造業）
- ・販社経由から直接取引を増加したので売上は小幅アップしている。（電気機械器具製造業）
- ・売上は減っていたが、昨年から今年にかけて少しアップ傾向である。（金属製品製造業）

売上大幅ダウン・ややダウン

- ・リーマンショック発生の1年後位から売上・利益が低下してきている。（金属製品製造業）
- ・リーマンショック後、取引先大企業が内製化したため売上が20%ダウン。（金属製品製造業）
- ・売上高はピーク時の1/3の状況である。（パルプ・紙・紙加工品製造業）

Q 1 - 5 利益水準推移（1選択 過去5年間ピーク時比較）



選択肢	回答数	構成比
ダウン	693	45.3%
小幅ダウン	378	24.7%
横ばい	339	22.2%
小幅アップ	87	5.7%
アップ	33	2.2%
合計	1530	100.0%

利益水準の推移についても、売上高推移と同様な傾向を示しています。

[ 自由記載より抜粋 ]

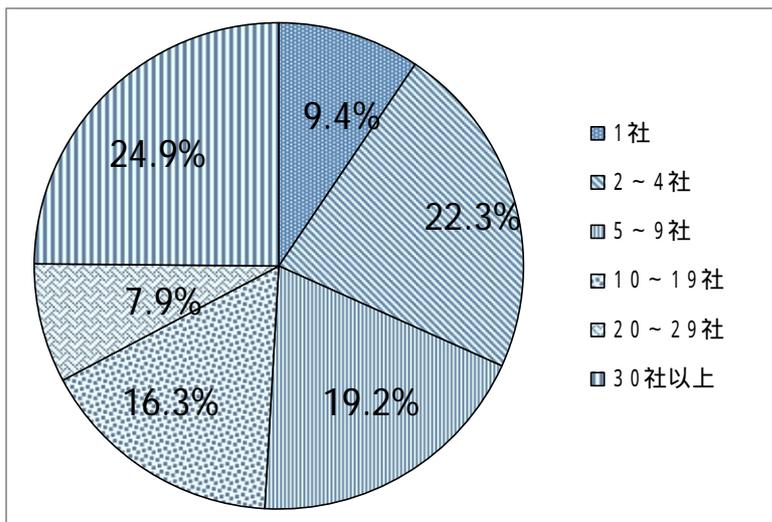
アップ～横ばい

- ・売上は小幅にアップしているが、輸入品との価格競争が厳しく利益率横ばい。（ゴム製品製造業）
- ・小幅アップ。個別見積受注のため利益は確保できている。（電気機械器具製造業）
- ・利幅の薄い取引先との取引を縮小したため小幅アップした。（食料品製造業）

ダウン

- ・小幅ダウン。輸入原料の値上げが原因によるものである。（化学工業）
- ・今年に入り大幅ダウンとなった。（金属製品製造業）
- ・売り上げダウンと円高の影響で約3割ダウンした。（木材・木製品製造業）
- ・利益がほとんどない状況である。（金属製品製造業）
- ・紙の印刷物が減っている。単価が下がっている。（印刷・同関連業）
- ・仕入単価は増加しても、売上単価は下げられる。（印刷・同関連業）
- ・売上は増加しても利益が低い。（印刷・同関連業）

Q 1 - 6 顧客社数（1 選択）



選択肢	回答数	構成比
1社	144	9.4%
2~4社	341	22.3%
5~9社	293	19.2%
10~19社	249	16.3%
20~29社	121	7.9%
30社以上	380	24.9%
<b>合計</b>	<b>1528</b>	<b>100.0%</b>

取引先が1社のみ依存している企業は9.4%、2~4社への依存は、22.3%となっており、下請け的な事業形態が多いと考えられます。

[ 自由記載より抜粋 ]

順調

- ・顧客数5~9社。個人客からのネット受注に注力。（その他の製造業）
- ・取引先を2社に絞った。細かい仕事を受けてもコストが合わない。（パルプ・紙・紙加工品製造業）

やや順調

- ・顧客数60社。固定客は10社。（印刷・同関連業）
- ・営業職9人で、一人当たり200社担当している。（金属製品製造業）
- ・顧客数2~4社。高齢化でお客が廃業している。（金属製品製造業）

現状維持

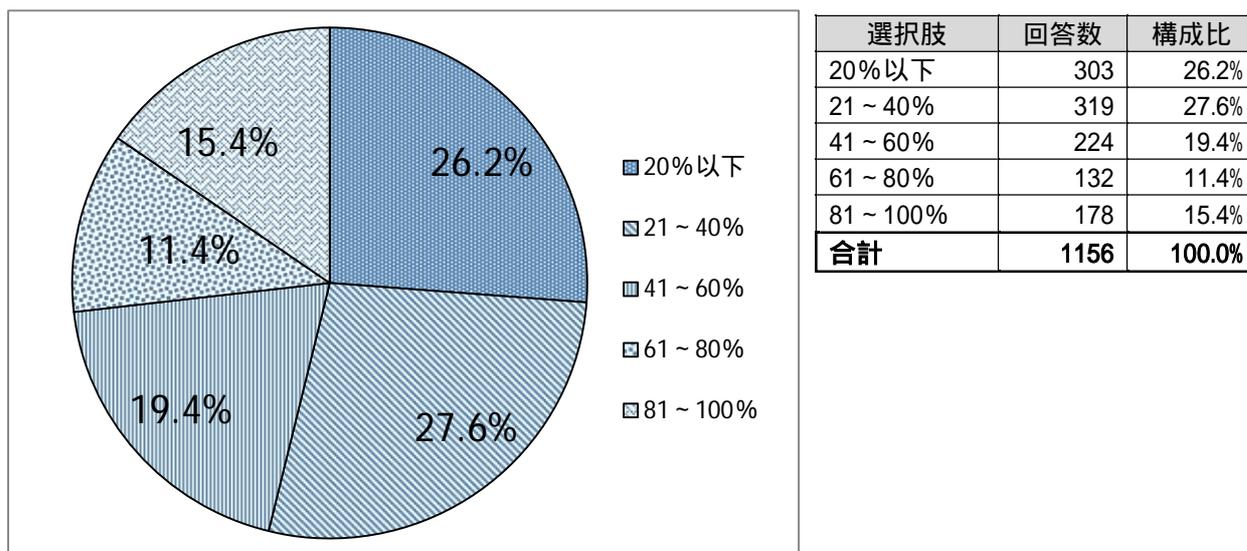
- ・昔は300社ぐらいあったが、今は半減している。（その他の製造業）

問題多い

- ・紙からITへの流れで仕事激減し、既存顧客は減少しているも、新規顧客で顧客数は30社程度と増加。（印刷・同関連業）

各区分は、“事業の現状（Q1-1）”の回答と本問を集計して表示。

## Q1 - 7 主要1社が売上高に占める比率



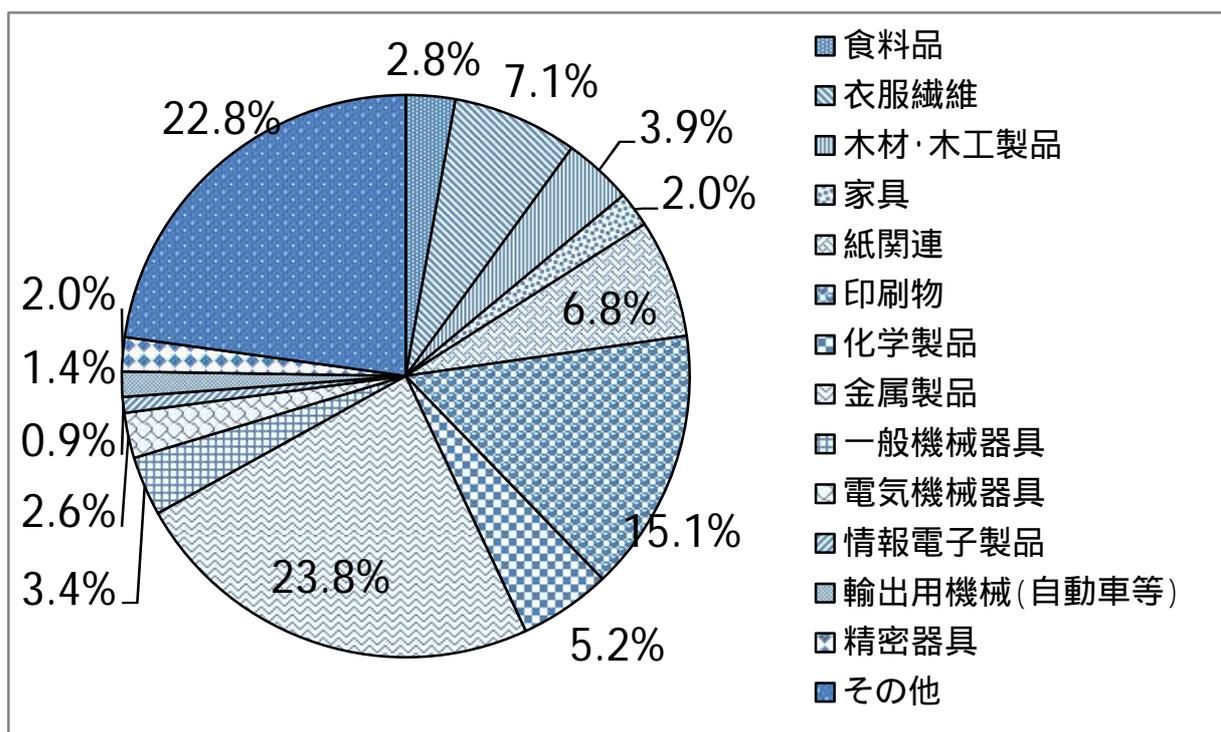
主要1社との売上比率が80%を超える企業数は、全体で178社（15.4%）、主要1社当たりの売上高が80%以上の企業の業績を比較すると、増収増益企業では3.9%であるのに対して、減収減益企業では16.9%と減収減益企業の場合、主要1社への依存度が約5倍となっています。（P82参照）

一方で、主要顧客1社への依存度が20%以下については、全体では303社（26.2%）であるが、増収増益企業は33.8%、一方、減収減益企業は24.3%となっています。

### [自由記載より抜粋]

- ・1社30%以下に抑えるようにしている。（金属製品製造業）
- ・リスク回避のため小口分散している。（金属製品製造業）
- ・一社に集中しないように心掛けている。（印刷・同関連業）
- ・業務特性上、2年契約での部品めっき作業などが多い。特定の1社に依存しているのではなく、長期契約の会社が入れ替わって仕事が続いている。（金属製品製造業）
- ・小売りもやっている。問屋経由は各社だいたい平均している。（食料品製造業）
- ・設備関連製品のため設備投資状況により比率が上下する。（電気機械器具製造業）
- ・売上の70%が継続取引先（約10社）。継続先の中でのシェアは流動的。（機械器具製造業）

Q 1 - 8 主要最終製品



選択肢	回答数	構成比
食料品	43	2.8%
衣服繊維	109	7.1%
木材・木工製品	60	3.9%
家具	31	2.0%
紙関連	104	6.8%
印刷物	231	15.1%
化学製品	80	5.2%
金属製品	364	23.8%
一般機械器具	52	3.4%
電気機械器具	40	2.6%
情報電子製品	14	0.9%
輸出用機械(自動車等)	22	1.4%
精密器具	30	2.0%
その他	348	22.8%
<b>合計</b>	<b>1528</b>	<b>100.0%</b>

選択肢	全体 (n=1528)	増収増益 増収増益 (n=97)		横ばい 横ばい (n=266)		減収減益 減収減益 (n=1022)	
	回答数	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
食料品	43	6	14.0%	8	18.6%	24	55.8%
衣服繊維	109	6	5.5%	20	18.3%	77	70.6%
木材・木工製品	60	3	5.0%	11	18.3%	41	68.3%
家具	31	1	3.2%	9	29.0%	18	58.1%
紙関連	104	5	4.8%	11	10.6%	81	77.9%
印刷物	231	8	3.5%	24	10.4%	174	75.3%
化学製品	80	7	8.8%	13	16.3%	47	58.8%
金属製品	364	19	5.2%	81	22.3%	229	62.9%
一般機械器具	52	8	15.4%	8	15.4%	33	63.5%
電気機械器具	40	3	7.5%	9	22.5%	22	55.0%
情報電子製品	14	2	14.3%	3	21.4%	8	57.1%
輸出用機械 (自動車等)	22	2	9.1%	1	4.5%	19	86.4%
精密器具	30	5	16.7%	8	26.7%	13	43.3%
その他	348	22	6.3%	60	17.2%	236	67.8%
合計	1528		97		266		1022

設問項目への無回答が143社あるために、全体欄の合計は一致しません。

企業数としては、多い順（その他を除き）に「金属製品（364社）」、「印刷物（231社）」、「衣服繊維（109社）」、「紙関連（104社）」となっています。

業種毎の経営状態として、「増収増益」の比率が高いものとしては、「食料品」、「一般機械器具」、「情報電子製品」、「精密器具」、「金属製品」となっています。

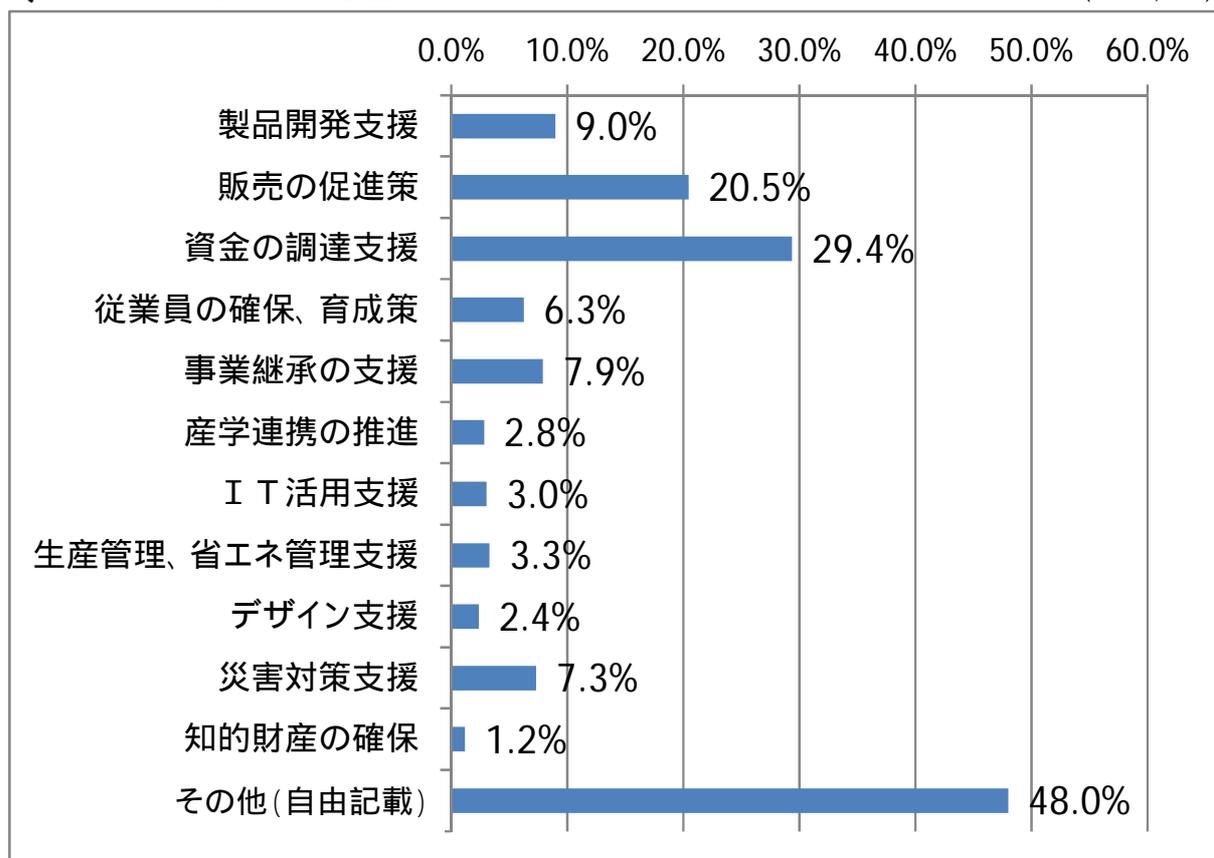
一方で、「減収減益」企業の比率が高い業種としては「(自動車等)輸出用機械」、「紙関連」、「印刷物」と回答を得ています。

Q 1 - 9 主要自社製品 (自由記載)

- ・避難ハッチ (避難用)
- ・水質検査機器や色検査機器用パーツ
- ・写真台紙
- ・パンチングプレス (穴あけ)
- ・プラスチックレンズ (白内障用)
- ・ローラー白杖 (盲人用の杖)
- ・卓上カレンダー
- ・椅子
- ・ガスバルブコック (ガス器具部品)
- ・印鑑ケース
- ・定規・テンプレート (筆記、製図用)
- ・鉛筆
- ・金属彫刻の版 (シルクスクリーン印刷、インクジェット印刷)
- ・雑貨 (ノベルティ)
- ・導管用継手 (パイプとパイプのつなぎ)
- ・宝飾品
- ・ベルト (生産ライン部品、ヒンジ (丁番))
- ・店舗内装用金物 店舗用金属フレーム (陳列棚、看板)
- ・精密ねじ
- ・社内伝票の印刷
- ・アクリル什器 小売店の什器
- ・金属部品
- ・カバン
- ・医療器具用パーツ
- ・トラック部品
- ・高級金庫用ダイヤル
- ・フルオーダー革製品
- ・粉碎機
- ・ブックカバー
- ・板金 建設現場計測装置用
- ・通い箱 (旅行用トランク)
- ・ミニマッサージャー 医療機器承認商品
- ・自動車計器類、スマートフォン
- ・お菓子類の包装容器 和菓子類の容器
- ・刻印版 銘板、キーホルダー他
- ・リーフホルダー 化粧品入れ
- ・土産物 (仏像レプリカ)
- ・紙、皮革、フィルム、シールなどの抜型製作
- ・快癒器 (首、肩、腰の凝った部分をほぐす)

Q1 - 10 強化すべき区の施策

(n = 1,514)



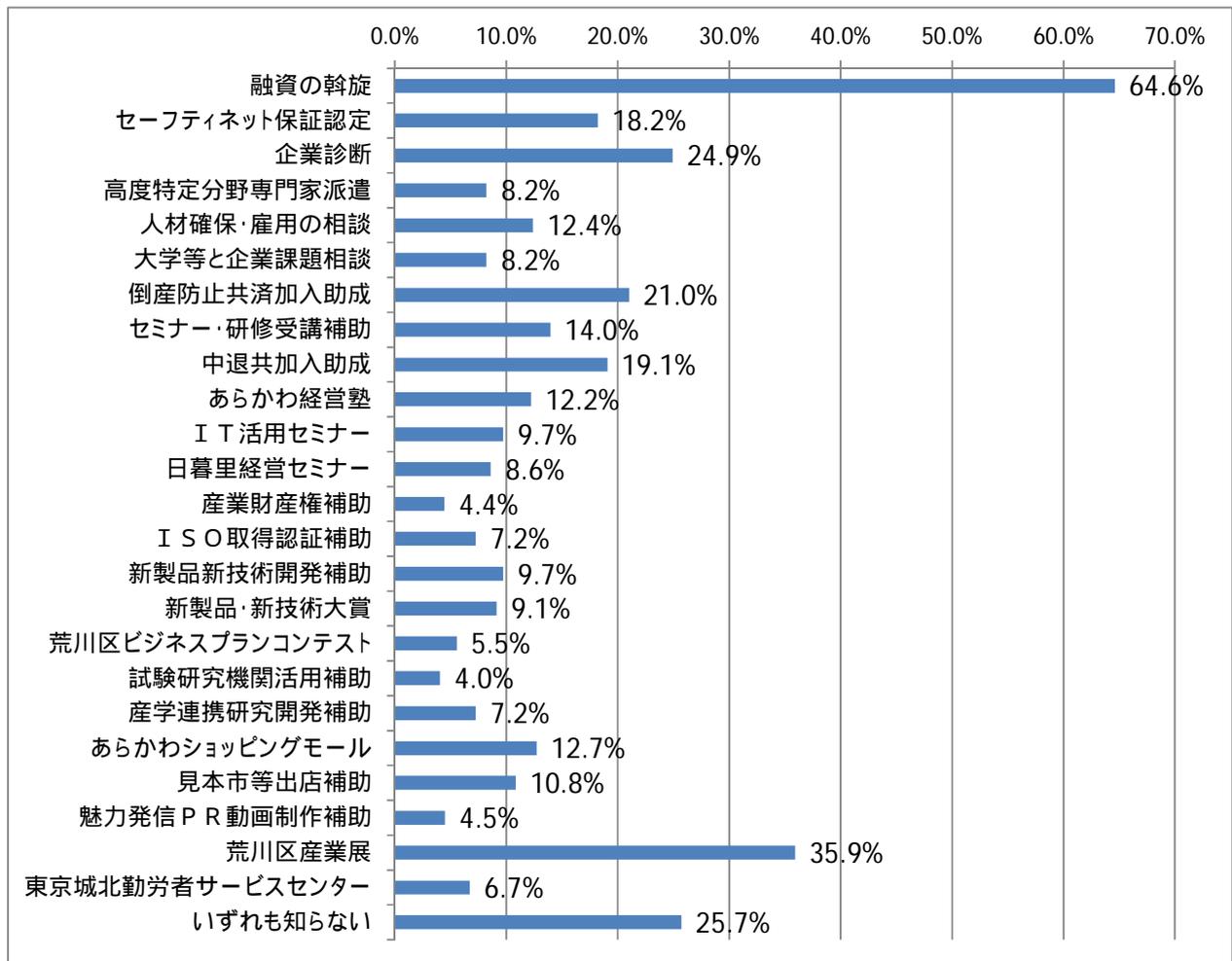
強化すべき区の施策として、その他を除き、トップは「資金の調達支援(29.4%)」、次いで「販売の促進策(20.5%)」、「製品開発支援(9.0%)」となっています。

[ 自由記載より抜粋 ]

- ・マーケティング全般支援
- ・各種の情報提供
- ・環境(騒音)対策
- ・企業の実情に即した支援策
- ・地場産業の振興策。
- ・事業者と地域のつながり強化
- ・緊急時の融資制度について融資実行までに時間がかかると共に、条件が厳しいので柔軟な対応ができると良い
- ・設備廃棄に対する助成金
- ・支援施策のアピール
- ・支援策応募の簡素化
- ・情報の共有・公開
- ・建物・設備更新に対する支援
- ・工場地域に対する住民の理解

Q 1 - 1 1 区が実施する事業の認知について（複数回答）

(n = 1,532)

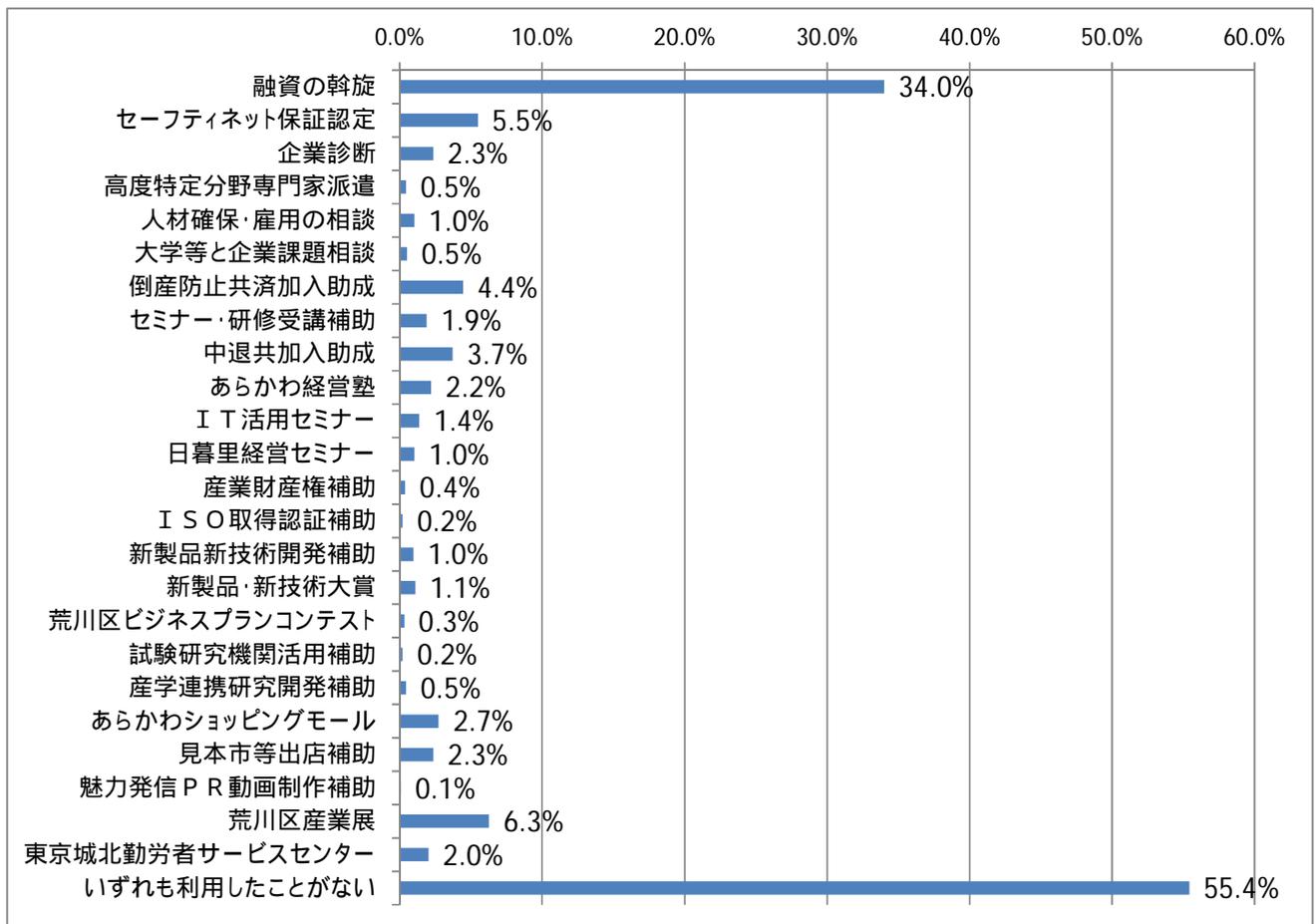


事業の認知に関して、「融資の斡旋（64.6%）」で回答企業の約2/3が知っている事業として回答しています。

これに次いで「荒川区産業展（35.9%）」、「企業診断（24.9%）」となっています。また、「いずれも知らない（25.7%）」と1/4以上の回答がありました。

Q 1 - 1 2 利用したことのある施策（複数回答）

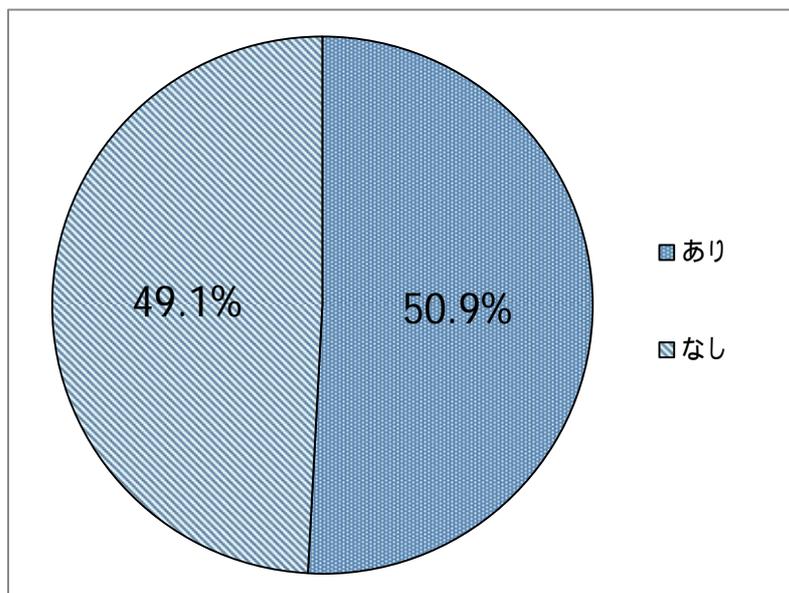
(n = 1,532)



このうち利用したことのある区の施策では、「融資の斡旋（34.0%）」がトップであり、次に「荒川区産業展（6.3%）」となっています。

## (2) 融資・資金繰り関係

### Q2 - 1 借入残高



選択肢	回答数	構成比
あり	711	50.9%
なし	687	49.1%
合計	1398	100.0%

1,398社より回答があったが、借入残の「ある」企業は50.9%、「なし」の企業は49.1%と拮抗しています。

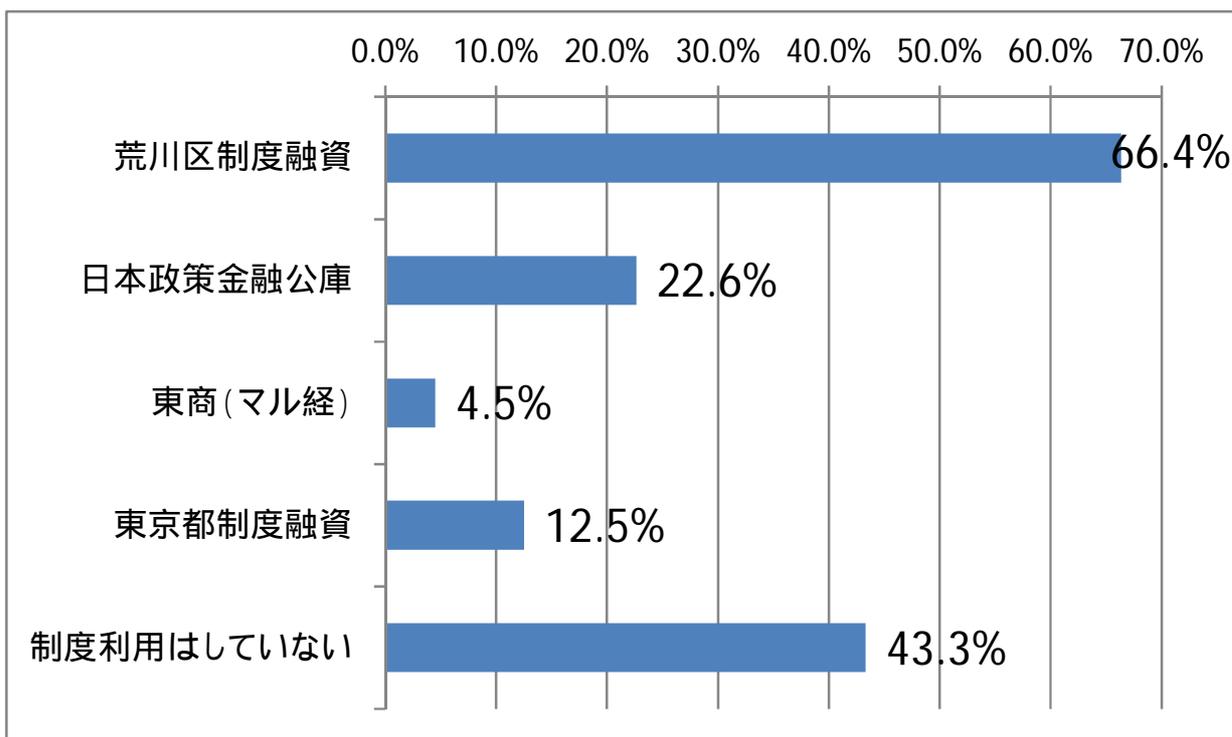
### Q2 - 1 借入残高について

借入残高ありと回答した企業に対して、借入残高の質問に対する回答を集計すると下記のとおりとなります。(回答企業数 509社)

・ 100万円以下	44社
・ 100万円超 ~ 500万円迄	135社
・ 500万円超 ~ 1000万円迄	83社
・ 1000万円超 ~ 5000万円迄	149社
・ 5000万円超 ~ 1億円迄	49社
・ 1億円超	49社

Q 2 - 2 借入に対する制度利用（複数回答）

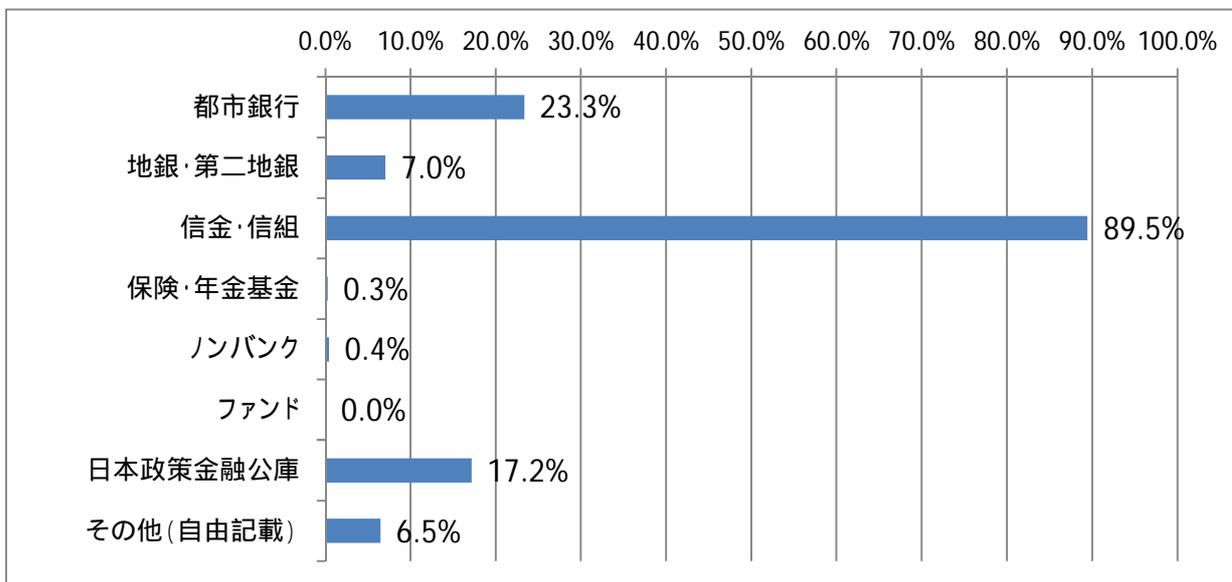
(n = 711)



荒川区制度融資を利用するが66.4%とおよそ2/3となっています。

Q 2 - 3 借入先（複数回答）

(n = 711)

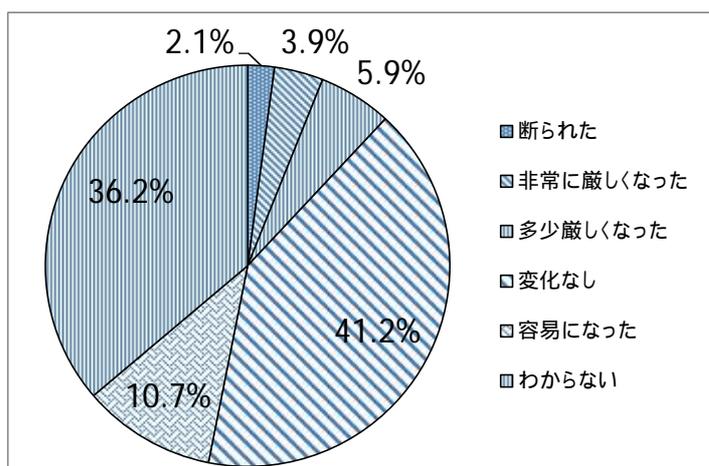


借入先の金融機関は、信金・信組の割合が圧倒的に高くなっています。

[ 自由記載より抜粋 ]

- ・個人
- ・親族
- ・知人
- ・親会社の金融子会社
- ・中小企業金融公庫

## Q 2 - 4 金融機関の貸し出し姿勢



選択肢	回答数	構成比
断られた	24	2.1%
非常に厳しくなった	44	3.9%
多少厳しくなった	66	5.9%
変化なし	463	41.2%
容易になった	120	10.7%
わからない	407	36.2%
合計	1124	100.0%

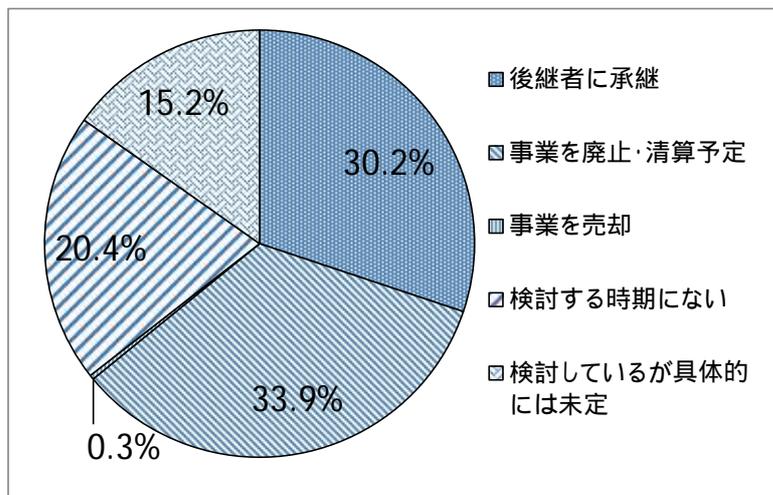
回答総数 1,124 社。「断られた」、「非常に厳しくなった」、「多少厳しくなった」との融資態度が厳しくなったことに関する回答は全体で 11.9% です。

### [ 自由記載より抜粋 ]

- ・今のところ、特に問題はない。(プラスチック製品製造業)
- ・細かなチェックが多くなってきた。(印刷・同関連業)
- ・保証協会の限度額を引き上げて欲しい。(機械器具製造業)
- ・借りにくい状況にある。厳しい経営が続いている。  
(機械器具製造業)
- ・人件費の負担が重く資金繰りが悪化傾向にある。(金属製品製造業)
- ・金融機関からは積極的に融資セールスを受けている。(金属製品製造業)
- ・売上に季節変動が大きく 4～7月頃資金繰りが厳しい。信用保証協会の承認が得られず新規融資が受けれていない。(その他の製造業)
- ・リーマンショック後の業績悪化、設備資金借入負担などからやや厳しい状況。  
(金属製品製造業)
- ・最近、不動産を一部売却して借入の返済をした。(金属製品製造業)
- ・銀行は冷たい。日本政策金融公庫・東京商工会議所は有難い。  
(パルプ・紙・紙加工品製造業)

### (3) 事業の承継

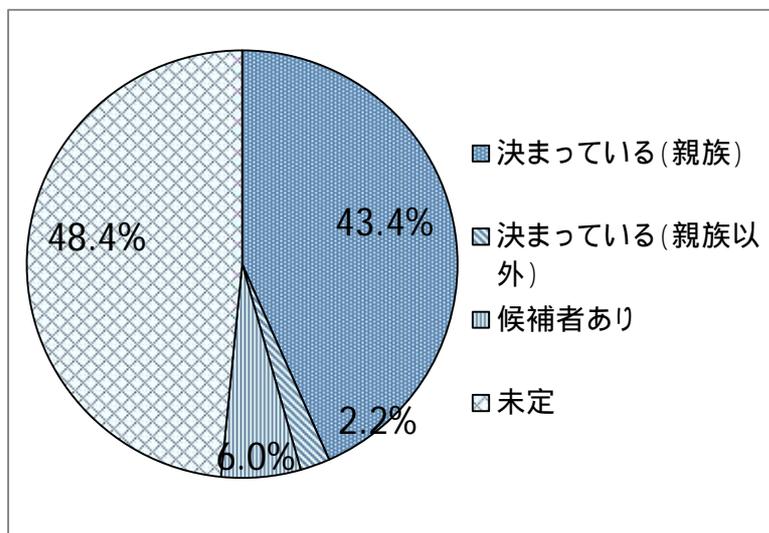
#### Q3 - 1 承継先 (1 選択)



選択肢	回答数	構成比
後継者に承継	433	30.2%
事業を廃止・清算予定	487	33.9%
事業を売却	5	0.3%
検討する時期がない	293	20.4%
検討しているが具体的には未定	218	15.2%
<b>合計</b>	<b>1436</b>	<b>100.0%</b>

「後継者に継承」するとの方針が決定している企業が30.2%、一方で、「事業を廃止・清算」する予定との回答が約34%と、1/3の企業が廃止・清算の方針との回答結果となっています。

#### Q3 - 2 後継者について (1 選択)



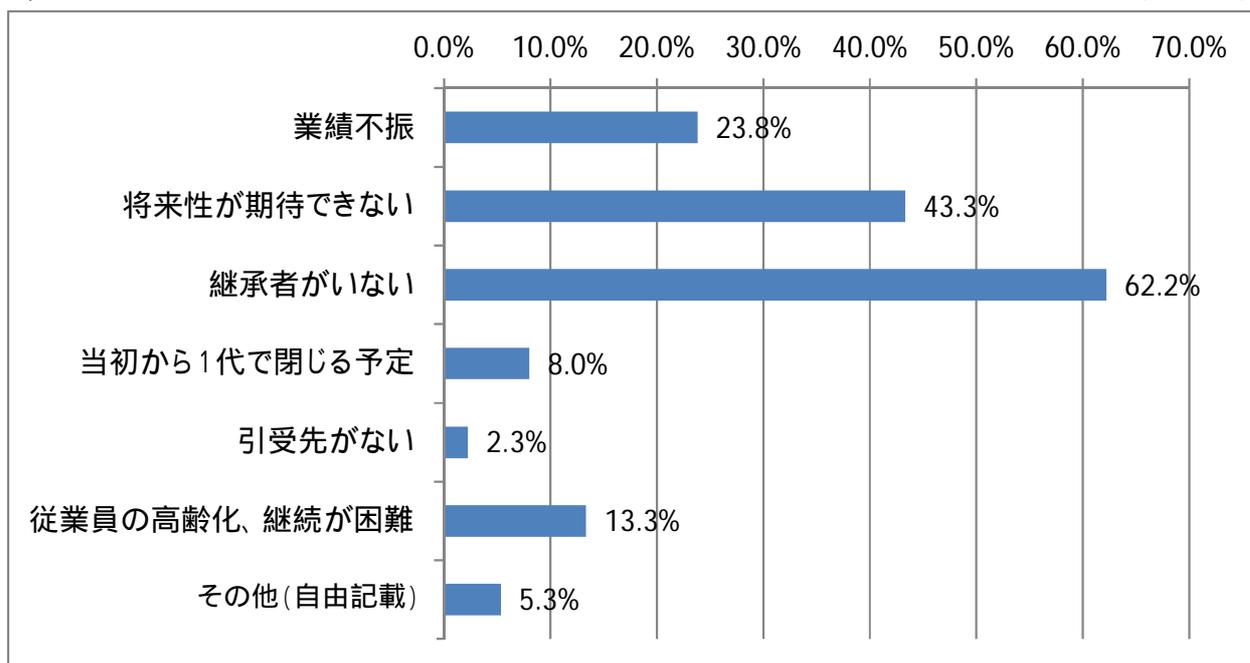
選択肢	回答数	構成比
決まっている(親族)	371	43.4%
決まっている(親族以外)	19	2.2%
候補者あり	51	6.0%
未定	414	48.4%
<b>合計</b>	<b>855</b>	<b>100.0%</b>

前項設問で「事業を廃止・清算予定」等と回答した企業以外に対して、意中の「後継者」について回答を求め、855社より回答を得ました。

4割以上が親族への承継であり、親族以外は2.2%と非常に低い数値となっています。

### Q 3 - 3 廃止の理由（複数可）

(n = 487)



前掲設問で、「事業を廃止・清算予定」との企業に対して、廃止の理由について回答を求め、487社より回答を得ました。

第1位の理由として、「後継者がいない」が62.2%となっています。

#### [ 自由記載より抜粋 ]

- ・業績不振。将来性が期待できない。当初から1代で閉じる予定。  
(繊維工業、金属製品製造業、印刷・同関連業、プラスチック製品製造業など)
- ・従業員が高齢化し継続が困難である。  
(金属製品製造業、パルプ・紙・紙加工品製造業、木材・木製品製造業など)
- ・業績不振。将来性が期待できない。引受先がない。従業員の高齢化。継続が困難。  
(印刷・同関連業、金属製品製造業、家具・装備品製造業など)

### Q 3 - 4 事業の承継について（自由記載）

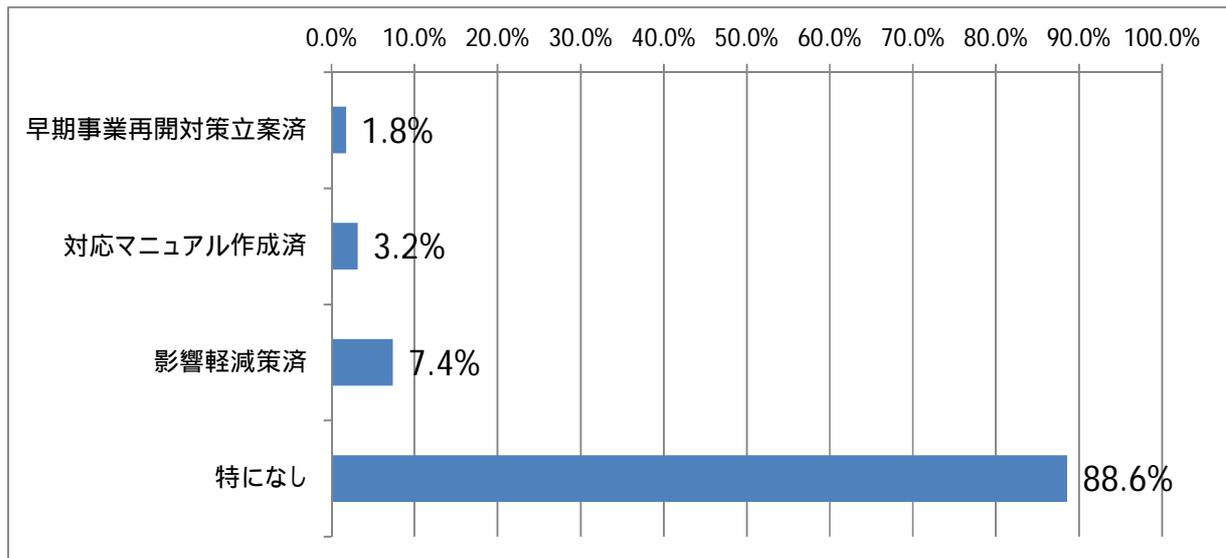
#### [ 自由記載より抜粋 ]

- ・相続対策を考えないといけない。（金属製品製造業）
- ・業績不振が悩み。（木材・木製品製造業）
- ・破産手続きの相談をしている。（電気機械器具製造業）
- ・息子に承継する予定。（その他の製造業）
- ・子供がやろうとしない。仕事がない。（なめし革・同製品・毛皮製造業）
- ・若い人を入れても長く続かない。（パルプ・紙・紙加工品製造業）
- ・一代で廃業予定。（印刷・同関連業）
- ・仕入先などへの事業譲渡を考えている。（パルプ・紙・紙加工品製造業）
- ・後継者確保は難しい。（家具・装備品製造業）
- ・親族に承継を考えているが現在の年収と同額を当社では与えられない。  
（輸送用機械器具製造業）
- ・将来性は厳しく将来的には廃業する可能性がある。（その他の製造業）
- ・息子に承継したところである。（その他の製造業）
- ・受注なくなれば廃業するしかない。（印刷・同関連業）
- ・死後に相続承継予定である。（その他の製造業）
- ・製造業の海外移転による事業不振のため厳しい。  
（電子部品・デバイス・電子回路製造業）
- ・後継者はいるが新たな発展の仕組みが作れなければ廃業するしかない。  
（印刷・同関連業）
- ・息子はいるが引き継がない（機械器具製造業）
- ・現在～2年後に息子の専務が承継する予定。（金属製品製造業）
- ・後継者（息子）が頑張っているので任せている。社長はバックアップするだけ。  
（プラスチック製品製造業）
- ・長男と二男が家族従業者として働いていて後継者になる。二人とも欲がなく、会社を大きくするつもりがないので、「このままでいい」と言っている。  
（金属製品製造業）
- ・夫婦どちらかが欠けたら廃業するしかない。（パルプ・紙・紙加工品製造業）
- ・現状は売上横ばいでも市場縮小のため、承継するタイミングで、続ける価値のある事業かどうかで、対応が異なる。（その他の製造業）

#### (4) 災害への備え・電力料金の値上げの影響

##### Q4-1 災害時への備え状況(複数可)

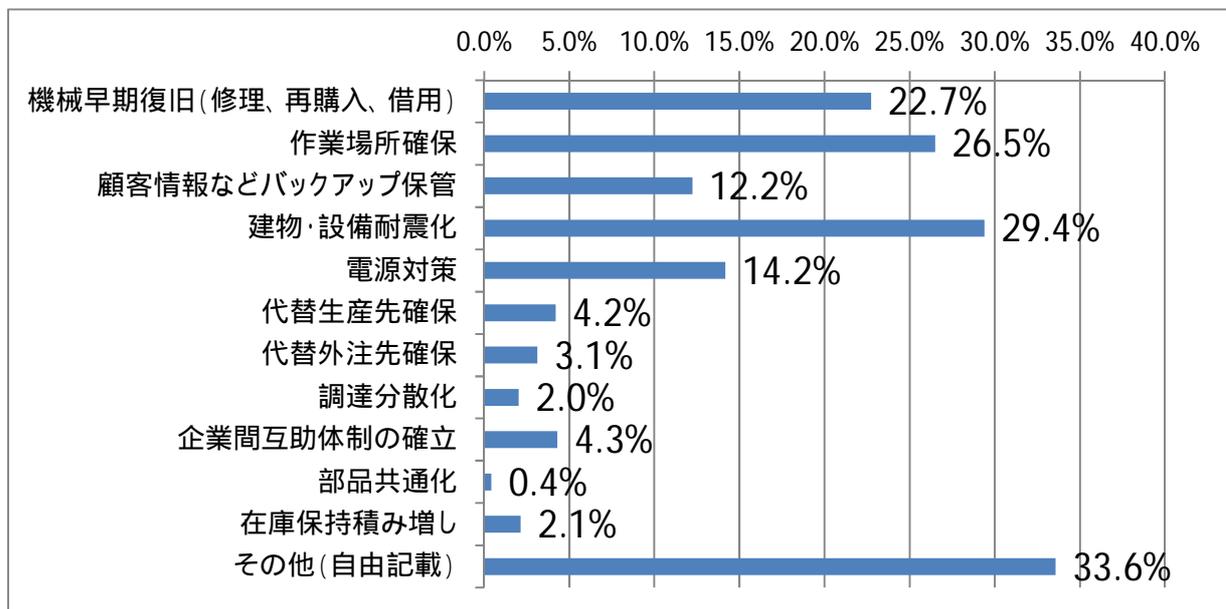
(n = 1,419)



「特になし」との回答が88.6%となっています。

##### Q4-2 災害に備えたいこと(3個まで選択)

(n = 932)

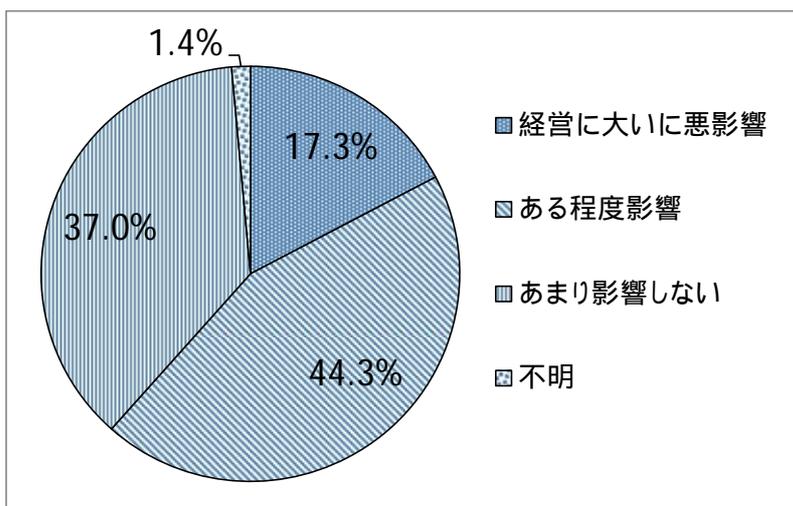


災害に備えたいこととして、「建物・設備耐震化」、「作業場所確保」、「機械早期復旧」がいずれも20%を超えています。

[ 自由記載より抜粋 ]

- ・代替生産先の確保。(機械器具製造業、化学工業、印刷・同関連業ほか)
- ・従業員の安全対策。(金属製品製造業)
- ・地震保険に加入済み。(パルプ・紙・紙加工品製造業、印刷・同関連業ほか)
- ・高所に資材を置かないようにしている。(パルプ・紙・紙加工品製造業)
- ・具体的な考えなし。(印刷・同関連業)
- ・分からない。(金属製品製造業)
- ・そこまで考える余裕がない。(金属製品製造業)
- ・建物(自宅)はすでに対応済み。(その他の製造業)
- ・機械の保険に加入している。(印刷・同関連業)
- ・本社の立替検討中である。(その他の製造業)
- ・フォークリフトの貸出、送電対策済。(印刷・同関連業)
- ・周辺インフラの整備、輸送ルートの確保。(その他の製造業)
- ・災害が起きたらそれまで。会社がなくなる。(パルプ・紙・紙加工品製造業)
- ・なるようにしかならない。(繊維工業)
- ・小規模企業で個別に災害に対する備えに対応することは無意味である。区で災害復旧に対する取り組みをお願いしたい。(印刷・同関連業)
- ・得意先が仕事を出せるかどうか。(印刷・同関連業)
- ・生命救済等の設備の設置をしている。(プラスチック製品製造業)
- ・被害が大きいと継続困難である。(その他の製造業)
- ・建物耐震済である(印刷・同関連業)
- ・顧客側状況による。(化学工業)
- ・5000万の高額設備もあるが旧式で修理も困難。(非鉄金属製造業)
- ・水害対策土嚢が必要と考えている。(なめし革・同製品・毛皮製造業)
- ・被災したら廃業する。(パルプ・紙・紙加工品製造業)
- ・事業継続できるかという状況なので災害に対する投資の余裕なし。  
(なめし革・同製品・毛皮製造業)

### Q 4 - 3 電力料金の値上げ（1選択）

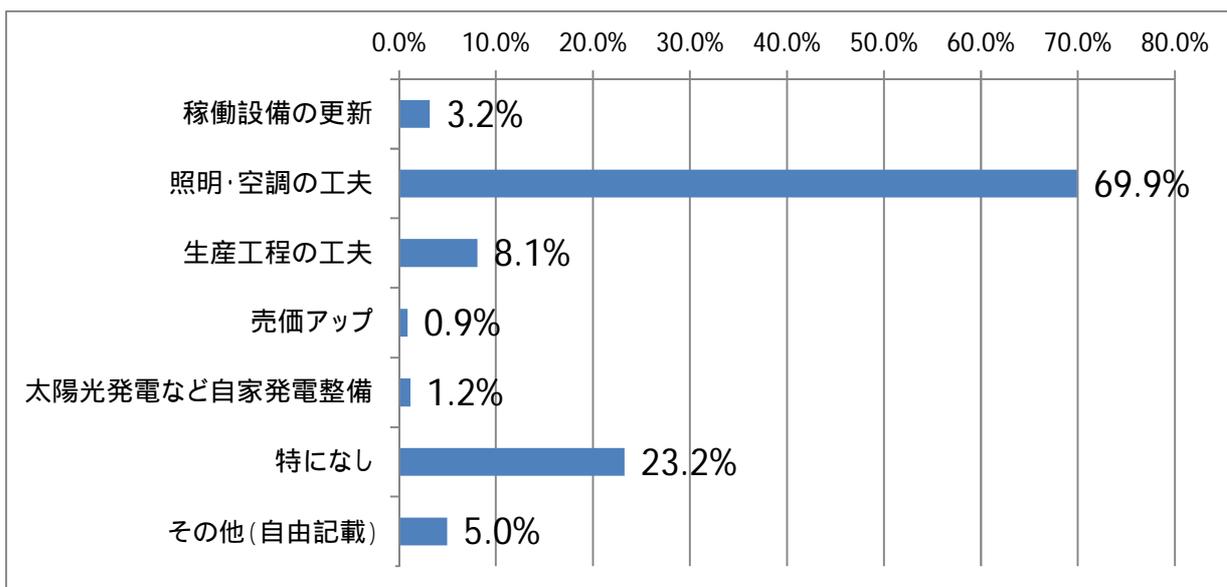


選択肢	回答数	構成比
経営に大いに悪影響	254	17.3%
ある程度影響	651	44.3%
あまり影響しない	544	37.0%
不明	21	1.4%
合計	1470	100.0%

電力料金の値上げについて、1,470社よりの回答を得たが、61.6%の企業が「経営に大いに悪影響」若しくは「ある程度影響する」と回答しています。

### Q 4 - 4 節電への取り組み（複数可）

(n = 1,347)



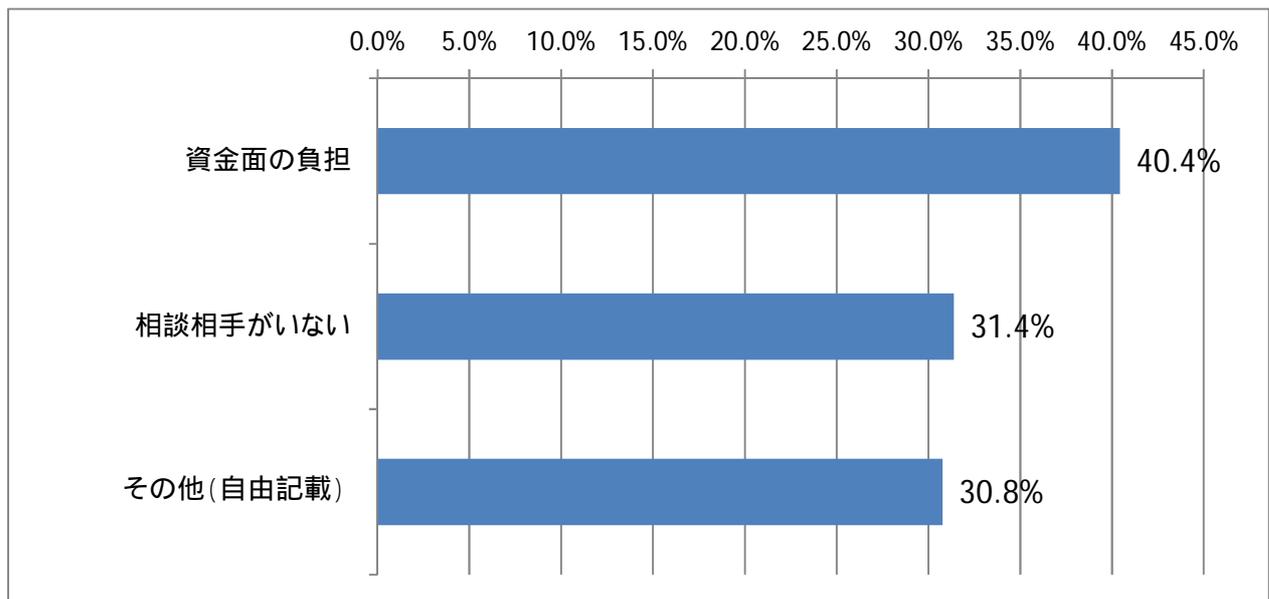
照明・空調の工夫に7割近く取り組んでいます。

#### [ 自由記載より抜粋 ]

- ・ LED化実施（金属製品製造業、その他の製造業）
- ・ ブレーカーアンペア下げる。（金属製品製造業）
- ・ 契約電力容量引下（金属製品製造業）
- ・ 節電のしようがない。使うときは使う。（金属製品製造業）
- ・ デマンド監視モニター設置（その他の製造業）
- ・ 電力管理システムの導入（印刷・同関連業）

Q 4 - 5 節電への課題（複数可）

(n = 497)



節電への課題として、「資金面の負担」が40.4%、「相談相手がない」が31.4%となっています。

[ 自由記載より抜粋 ]

- ・生産量が低下し電力料金も下がっている。(パルプ・紙・紙加工品製造業)
- ・考えていない。(非鉄金属製造業)
- ・投資効果への疑問がある。(食料品製造業)
- ・リースにて節電対策機器を導入したが効果が認められない。(金属製品製造業)
- ・区の研修会に出席したことがある。(輸送用機械器具製造業)
- ・資金をかけずに蛍光灯の間引き等を行っている。(印刷・同関連業)
- ・電気をまめに消す。(化学工業)
- ・震災後工場新築時に対応した。(食料品製造業)
- ・方法がわからない。(繊維工業)
- ・節電関連業者多く、選択肢が多いのでわからない。(化学工業)
- ・共同での対応を希望する。(印刷・同関連業)
- ・移転を見越し設備更新を控える。(プラスチック製品製造業)
- ・東電はピーク電力で料金を決めるので、節電しても電力料金自体は大幅アップとなる。(機械器具製造業)

#### Q 4 - 6 災害への備え・電力料金の値上げについて（自由記載）

##### [ 自由記載より抜粋 ]

##### 電力料金

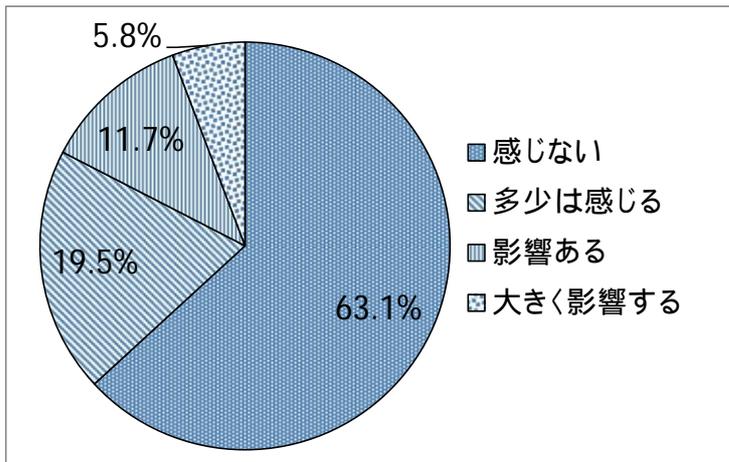
- ・電気代値上げ反対。（印刷・同関連業）
- ・2年前に動力の契約を減らした。（金属製品製造業）
- ・災害対応グッズ準備を検討。（機械器具製造業）
- ・ガスを大量に使用している。（非鉄金属製造業）
- ・電力購入の自由化の促進に興味あり。（金属製品製造業）
- ・保安協会からアドバイスを受けている。（パルプ・紙・紙加工品製造業）
- ・電力料金の値上げが原価率アップに響いている。（食料品製造業）
- ・動力電源の基本料金負担がきつい。（家具・装備品製造業）
- ・動力基本料金が安い。（家具・装備品製造業）
- ・UV電気乾燥炉の電力が大である。（印刷・同関連業）
- ・エコアクション21の認定を取得した。（電気機械器具製造業、印刷・同関連業）
- ・重要顧客への供給義務を重視している。（印刷・同関連業）
- ・電力管理システムを導入しているが、効果がある。（印刷・同関連業）
- ・暑い今年の夏も、クーラーも照明も点けない。（金属製品製造業）
- ・昨年の4月の電気料金値上げ以降、多少影響が出ている。（プラスチック製品製造業）
- ・事業所は賃貸物件であり、操業できなくなれば廃業する。加工品に汗がついたりすると不良品となるので、冷房を下げるわけにはいかない。（繊維工業）
- ・将来的には太陽光発電。現状はLED化。（食料品製造業）
- ・アンペア数を下げるか検討中。（家具・装備品製造業）
- ・電力大口需要家であり、ピークシフトへ協力した。（金属製品製造業）
- ・電力契約を落としたいが、古い機械の仕様がわからず、機器の増設を薦められたが無理。（その他の製造業）

##### 災害の備え

- ・小規模企業にとって、自分だけが災害の備えに万全でも、事業継続対策には意味がない。道路の寸断を防いだり、周辺建物の倒壊防止などを行政で支援すべき。物資も区内全域に分散して備蓄すべき。（その他の製造業）
- ・顧客情報が最も大切で、毎日バックアップを取っている。（印刷・同関連業）
- ・保険を掛けるくらいしかしていない。（パルプ・紙・紙加工品製造業）
- ・埼玉の協力工場などで製造しているので、場所が確保できれば問題ない。（なめし革・同製品・毛皮製造業）
- ・震災時にも修理に300万かった。（木材・木製品製造業）
- ・対策する余力はない。（金属製品製造業）

(5) 海外との関わり

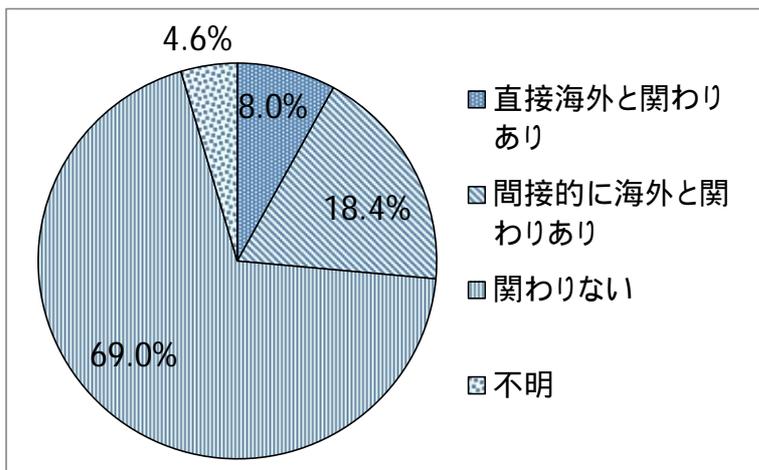
Q5 - 1 為替変動の影響 (1選択)



選択肢	回答数	構成比
感じない	834	63.1%
多少は感じる	257	19.5%
影響ある	154	11.7%
大きく影響する	76	5.8%
合計	1321	100.0%

為替変動が「大きく影響する」との回答が5.8%に対して、「感じない」が63.1%でした。

Q5 - 2 輸出入について (1選択)

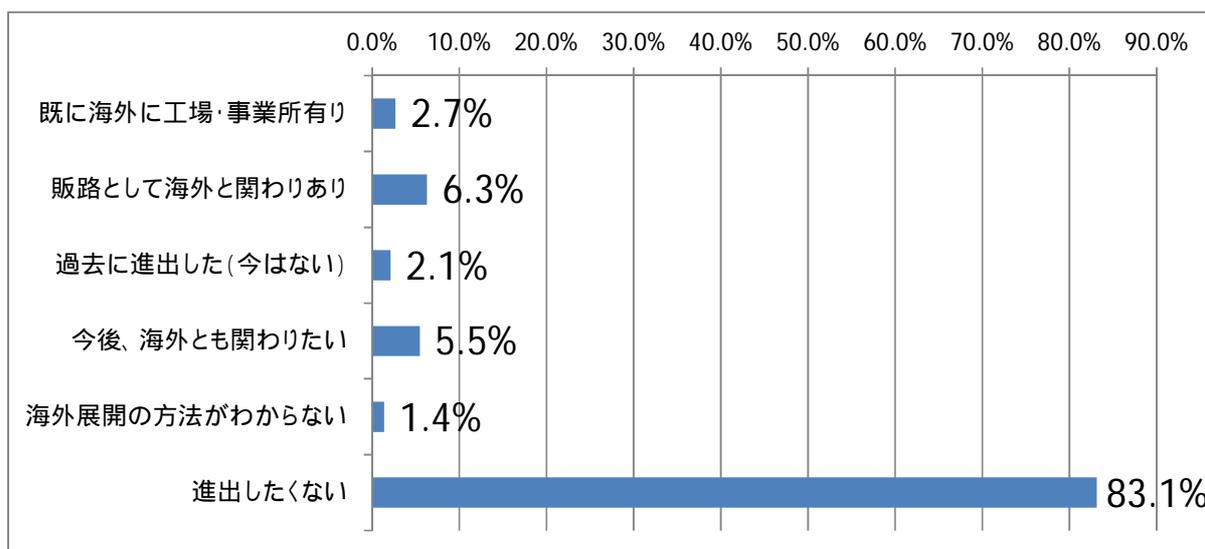


選択肢	回答数	構成比
直接海外と関わりあり	112	8.0%
間接的に海外と関わりあり	258	18.4%
関わりない	965	69.0%
不明	64	4.6%
合計	1399	100.0%

直接的及び間接的に海外と関わりがある企業は26.4%となっています。

### Q 5 - 3 海外への展開（複数可）

(n = 1,079)

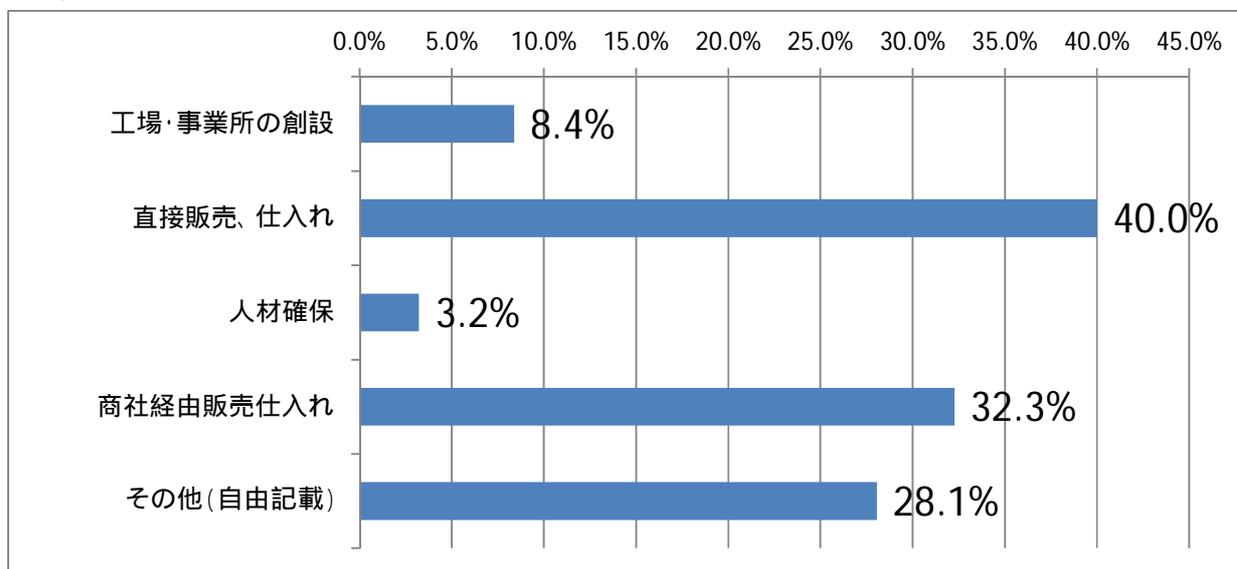


既に海外に工場・事業所を有する企業数の比率は2.7%、販路として海外と関わりがある企業数の比率が6.3%あることにより、海外事業を展開している企業は9.0%となります。

一方で、進出したくない企業が897社(83.1%)と圧倒的に多くなっています。

### Q 5 - 4 具体的な関わり方（複数可）

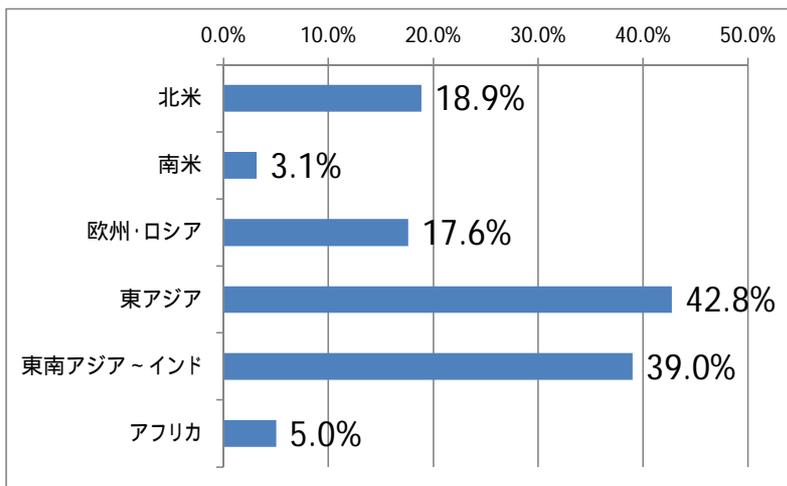
(n = 310)



[ 自由記載より抜粋 ]

- ・原料の仕入れ。しかし原料価格が上昇。(なめし革・同製品・毛皮製造業)
- ・知り合い経由での販売。(その他の製造業)
- ・海外の顧客が買いに来る。(金属製品製造業)
- ・現地業者へ製作依頼。(その他の製造業)
- ・円安が経営を圧迫。(プラスチック製品製造業)
- ・海外会員含めたコーディネート業務。(その他の製造業)
- ・いまは為替の影響を感じないが、ガソリン代が上がれば、運賃の上昇といった形で影響が出てくるのだろう。(機械器具製造業)
- ・外注先としても利用。(その他の製造業)
- ・今後直接仕入れ。(その他の製造業)
- ・製品販売先が北米地区。(輸送用機械器具製造業)
- ・顧客の輸出入手続きの代行。(化学工業)
- ・かつて中国へ生産委託をしたが、信頼性等に問題があり継続しなかった。  
(その他の製造業)
- ・各種説明会へは脚を運ぶが、成果がない。一般消費者向け事業ではないためと考える。(その他の製造業)
- ・海外進出で失敗した会社を多く知っているから。(金属製品製造業)
- ・材料が先物取引の対象であり、数倍高い値段になってしまい、仕入れ価格が上がってしまう。それを単価に反映できないため、非常に大変である。先物取引で金額操作をするのはやめてほしい。(鉄鋼業)

Q 5 - 5 今後展開したい（興味ある）世界の地域（国）（複数可）



選択肢	回答数	構成比
北米	30	18.9%
南米	5	3.1%
欧州・ロシア	28	17.6%
東アジア	68	42.8%
東南アジア～インド	62	39.0%
アフリカ	8	5.0%
合計	159	

東アジアや東南アジア～インドに高い関心が寄せられている。

今後展開したい（興味のある）国としてあげられた国名抜粋

北米	アメリカ
南米	具体的国名なし
欧州・ロシア	フランス、イギリス、ドイツ、ノルウェー
東アジア	中国、韓国、台湾、モンゴル
東南アジア・インド	タイ、ベトナム、インドネシア、シンガポール、ミャンマー
中東・アフリカ	サウジアラビア

## Q5 - 6 海外との関わりについて

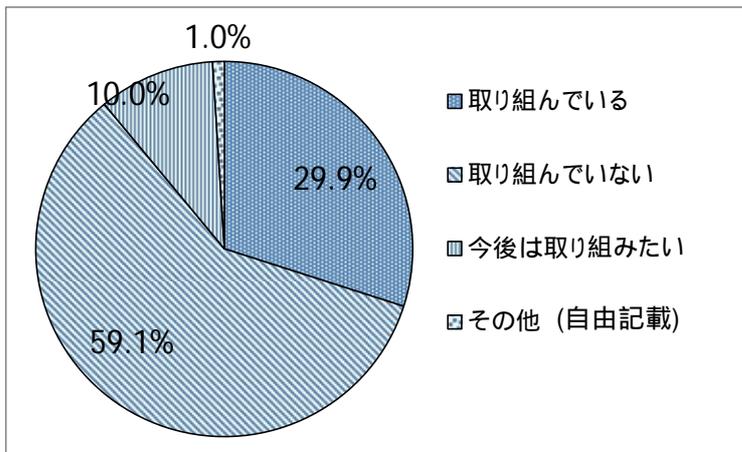
海外との関わりについての「自由記載」項目に書き込まれた内容の一部を抜粋し下記します。

### [ 自由記載より抜粋 ]

- ・受注があれば関わりたい。( 機械器具製造業 )
- ・原材料仕入れ先が外国であり円安の場合、悪影響が大きい。( その他の製造業 )
- ・取引先が生産拠点を海外に移転することで受注先を失う恐れがある。  
( 金属製品製造業 )
- ・直接取引は考えていない。( その他の製造業 )
- ・特にないが、仕入れ動向に注意。( 食料品製造業、金属製品製造業ほか )
- ・国機関からの情報は通り一遍過ぎ、自治体はもっと具体的な情報提供を。  
( その他の製造業 )
- ・特に海外取引の計画は無い。原材料( ナフサ )等の価格の影響が多少ある。  
( プラスチック製品製造業 )
- ・原材料の鉄等の仕入れを行っているが、海外品は品質があまりよくない。  
( 金属製品製造業 )
- ・メイドインジャパンブランドで海外メーカーと競争している。( 金属製品製造業 )
- ・今後の展開は今のところ考えていない。( プラスチック製品製造業 )
- ・中国( すでに実施 )、タイ、ベトナム、インド、生産拠点としての利用。  
( 繊維工業 )
- ・アメリカ、ドイツなどに輸出先を広げたい。( 金属製品製造業 )
- ・輸出事業では過去中国、香港を手がけたが、円安等もあり中止した。今後は欧米市場を狙いたい。( その他の製造業 )
- ・日本の若者は3K 職場に従事しない。海外へのシフトが進むと日本のものづくりはダメになる。( 非鉄金属製造業 )
- ・台湾との取引は、すでに有る。海外への進出は規模要件の問題が大きいと考えている。( 印刷・同関連業 )
- ・インドネシアに関心がある。国内での期待感薄い。国内での将来性は明るくない。  
( 電気機械器具製造業 )
- ・特定の国はない。現地に合うような製品・提携が出来れば出ていく。  
( なめし革・同製品・毛皮製造業 )
- ・仕事が流れて売り上げ減少している。( 金属製品製造業 )
- ・近隣諸国一般。貿易人材もいなく、為替リスクをとる考えもなく、基本的に商社経由。( 間接貿易 ) ( 化学工業 )
- ・信頼している先からの要望により展開していく。( なめし革・同製品・毛皮製造業 )
- ・革の値段が上がってお客さんが使わなくなった。材料費が高くなった。  
( なめし革・同製品・毛皮製造業 )

## (6) 販路拡大

### Q6-1 新たな販路開拓(1選択)



選択肢	回答数	構成比
取り組んでいる	420	29.9%
取り組んでいない	829	59.1%
今後は取り組みたい	140	10.0%
その他	14	1.0%
合計	1403	100.0%

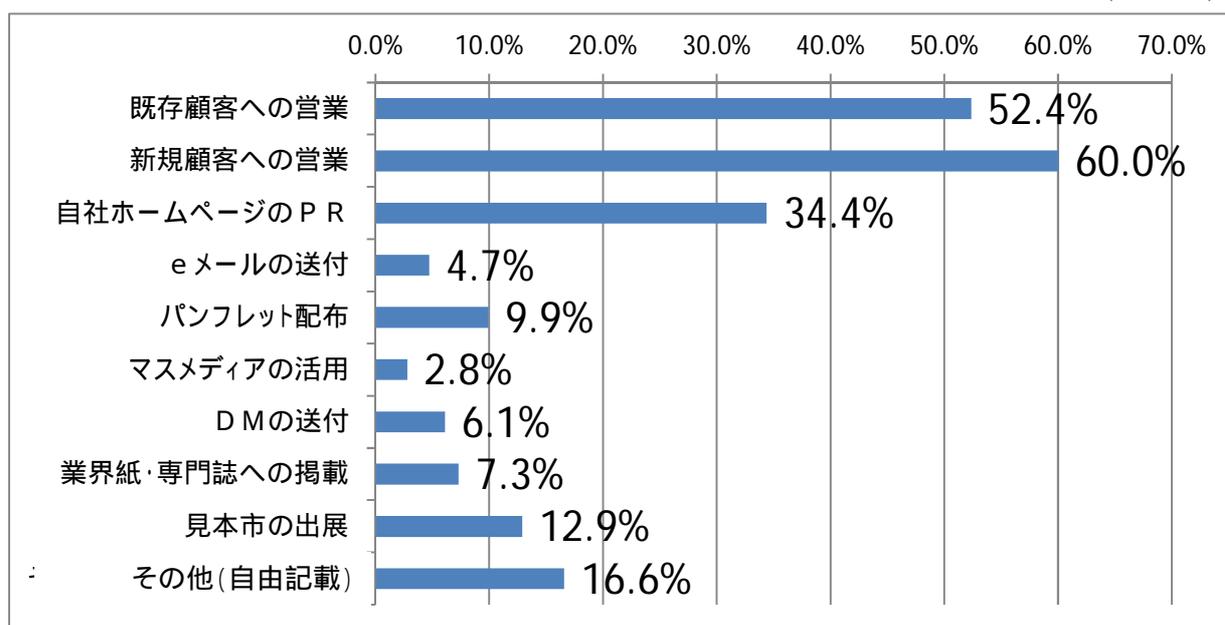
販路開拓に取り組んでいない企業が829社(59.1%)と半数以上を占めており、一方で、「今後は取り組みたい」と回答された企業は140社(10.0%)あります。

#### [ 自由記載より抜粋 ]

- ・百貨店の売り上げが減少したので、取引がなくなった。(木材・木製品製造業)
- ・飛び込みでは仕事は取れない。(パルプ・紙・紙加工品製造業)
- ・仕事仲間からの紹介が中心である。(なめし革・同製品・毛皮製造業)
- ・顧客からの紹介。(その他の製造業)
- ・取り組む余裕がない。(機械器具製造業)
- ・メディアに取り上げられて販路拡大に繋がっている。(その他の製造業)
- ・外注先経由を活用したい。(家具・装備品製造業)
- ・向こうからくるので新たな販路は心配していない。(印刷・同関連業)
- ・展示会への出品。(その他の製造業)

Q 6 - 2 具体的には（複数可）

(n = 573)

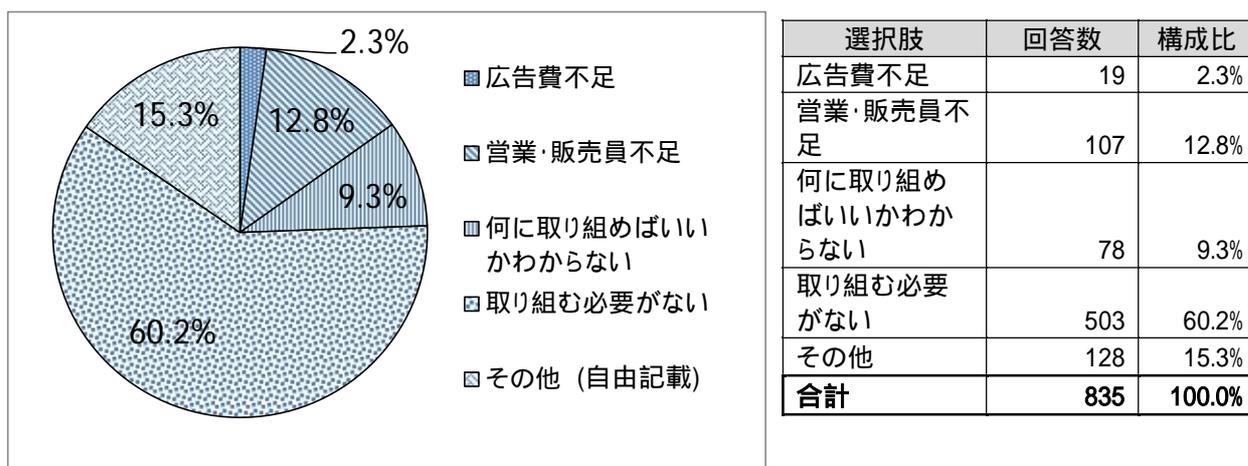


販路拡大のための「新規顧客への営業」に取り組んでいる企業は回答企業の60.0%に対して、HPを活用している企業比率が34.4%です。

[ 自由記載より抜粋 ]

- ・見本市の出展（印刷・同関連業、電気機械器具製造業、化学工業ほか）
- ・FAX（金属製品製造業）
- ・あらかわショッピングモール（金属製品製造業、繊維工業）
- ・おもしろそうなところに声をかける。（繊維工業）
- ・ネット通販システムへの加盟（その他の製造業）
- ・ホームページ立上げ中（その他の製造業）
- ・メールは取り組んでいるがうまく行かない。（化学工業）
- ・既存顧客からの紹介（機械器具製造業）
- ・一般消費者へアピールしたい（印刷・同関連業）
- ・営業強化に取り組みたい。（化学工業）
- ・加工技術を映像で発信したい（機械器具製造業）
- ・海外と取引はないが、外資系企業に顧客がいるので、英語のHPを制作したい。（その他の製造業）

### Q 6 - 3 取り組んでいない理由（1選択）



「取り組む必要がない」と回答した企業が半数を超えているが、Q 3 - 1 事業承継の問いにおいて「事業を廃止・清算予定」との回答企業が487社であったことを踏まえると、関連性があったものと考えられます。（P 27 参照）

#### [ 自由記載より抜粋 ]

- ・ 1社依存のため（金属製品製造業）
- ・ 1人では仕事を取っても対応できない。（金属製品製造業）
- ・ いま新しいことに取り組むのはリスクが大きい。（窯業・土石製品製造業）
- ・ これまで何度もトライしたが、上手くいかなかった。（木材・木製品製造業）
- ・ これ以上の仕事は人を雇う必要があるが、雇いたくない。  
（パルプ・紙・紙加工品製造業）
- ・ マーケットニーズの縮小。（パルプ・紙・紙加工品製造業）
- ・ メーカー毎に業者が決まっている。（繊維工業）
- ・ やってみたいが、コストが折り合うかどうか。息子（社長）に任せてある。  
（なめし革・同製品・毛皮製造業）
- ・ リスクのほうが大きい。（家具・装備品製造業）
- ・ 下手に動きたくない。（その他の製造業）
- ・ 価格ばかりが優先されるため。（金属製品製造業）
- ・ 過去取り組んで失敗した。現顧客重視。（印刷・同関連業）
- ・ 回っても仕事がない。外国に仕事があった。（金属製品製造業）
- ・ 環境変化で事業そのものが成り立たなくなった。  
（なめし革・同製品・毛皮製造業）
- ・ 既存客の深掘りによる売上拡大。（その他の製造業）
- ・ 現在の客に迷惑かけられない。（印刷・同関連業）

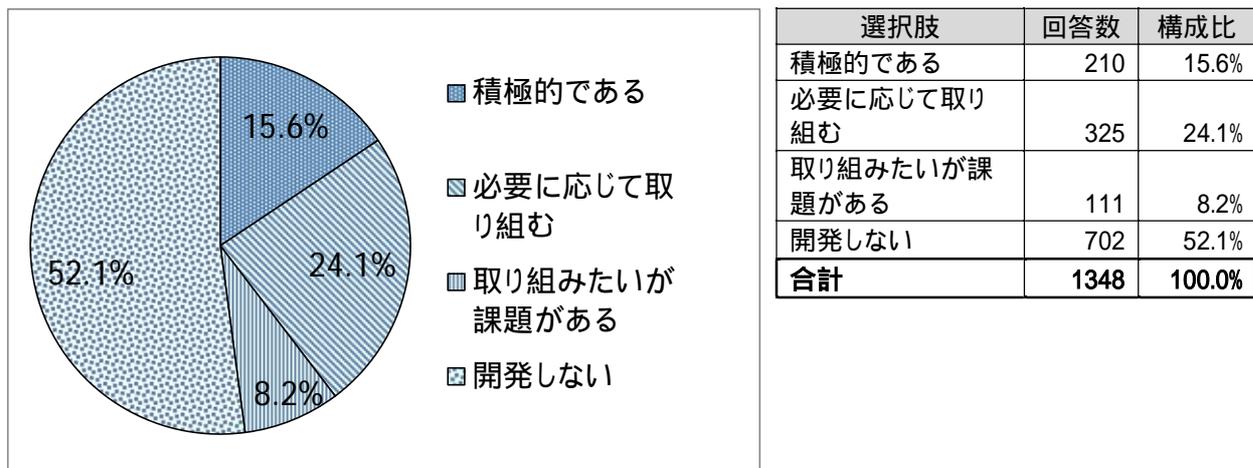
## Q6 - 4 販路拡大について

### [ 自由記載より抜粋 ]

- ・ 1社100%下請けで、新たな顧客は見つからない。(繊維工業)
- ・ 1人では対応に限界がある。(家具・装備品製造業)
- ・ 1人でやっているので手が回らない。(家具・装備品製造業)
- ・ 2～3年後で辞めようと思っている。(パルプ・紙・紙加工品製造業)
- ・ 20年程前に区を通して紹介された販売先企業と今も取引が続いており、大変感謝している。(金属製品製造業)
- ・ HPから問い合わせ、引合いあり。(木材・木製品製造業)
- ・ IT(自社ホームページ)に取り組みたい。(その他の製造業)
- ・ WEB直販に挑戦はしたい。(その他の製造業)
- ・ あえて拡大しても、利益率の悪い仕事になる。(繊維工業)
- ・ かなり専門分野なので専門的なアドバイザーに会いたい。(金属製品製造業)
- ・ トップセールスを実践している。(電気機械器具製造業)
- ・ ニッチな市場なので、人と人とのつながりから新規顧客の開拓を行う方法が良いと考えている。(パルプ・紙・紙加工品製造業)
- ・ まず、今の取引先の仕事をしっかりやる。(化学工業)
- ・ もう取引先を増やさなくても良いとも考えている。(プラスチック製品製造業)
- ・ 異業種への販路拡大。(印刷・同関連業)
- ・ 営業は行っているが、実現は難しい。(金属製品製造業)
- ・ 卸業者をとおさない小売先への営業を強化。(食料品製造業)
- ・ 下請けだから不要。(なめし革・同製品・毛皮製造業)
- ・ 何に取組んで良いかわからない。(機械器具製造業)
- ・ 外注が80%となっており、自社工場のキャパシティが販路拡大のネックにはならない。(食料品製造業)
- ・ 企業を見る力のある営業マンの教育が必要である。一方、既存の他者比、値段的に厳しい条件となりがちで、採算難しい。(化学工業)
- ・ 既存が大半だが、WEBを見て注文が来る。(金属製品製造業)
- ・ 業界の大手企業と直接取引があるので、特に何もしていない。(なめし革・同製品・毛皮製造業)
- ・ 個人事業者で今の1社との取引以外は考えていない。(機械器具製造業)
- ・ 個別受注生産であり既存顧客を大事にしており、むやみに拡大できない。(その他の製造業)
- ・ 口コミ、紹介がベスト。(パルプ・紙・紙加工品製造業)

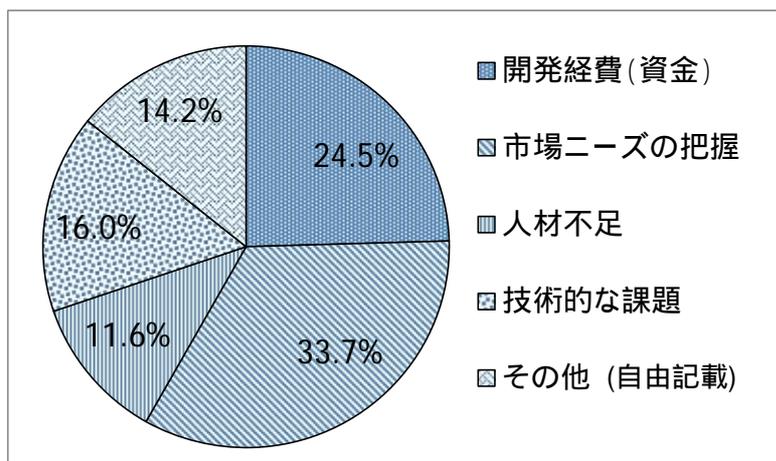
(7) 新製品・技術の開発

Q7-1 取り組み意欲(1選択)



「開発しない」と回答した企業は702社(52.1%)と半数以上あります。Q6-1「新たな販路開拓」の質問に対して「取り組んでいない」と回答した企業が59.1%あったことと本設問への回答には、取り組み意欲に関連性があったものと考えられます。(P40参照)

Q7 - 2 取り組む際の課題（1選択）



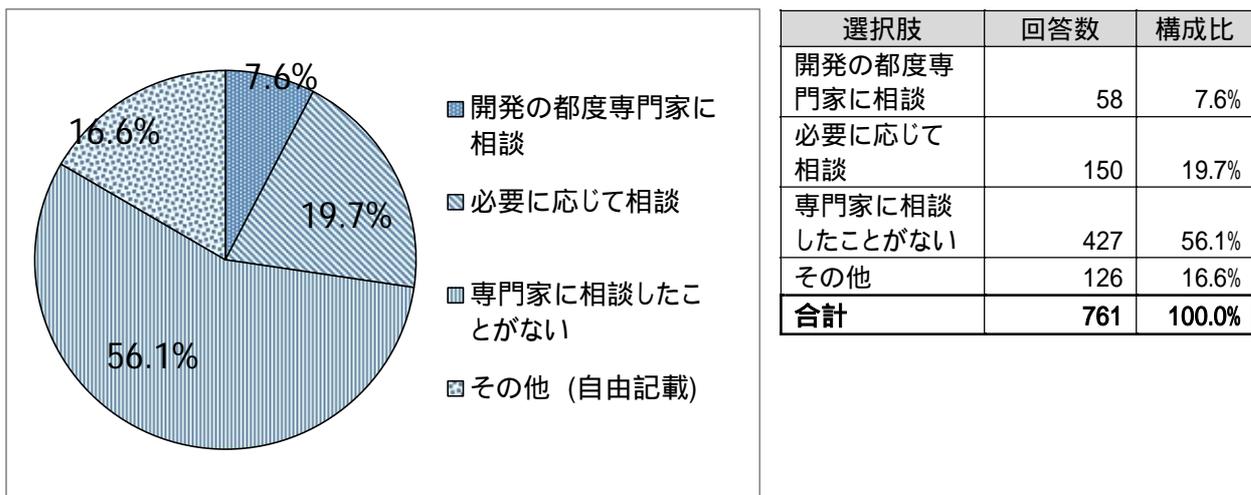
選択肢	回答数	構成比
開発経費(資金)	169	24.5%
市場ニーズの把握	232	33.7%
人材不足	80	11.6%
技術的な課題	110	16.0%
その他	98	14.2%
合計	689	100.0%

開発経費(資金)を課題として回答した企業が169社(24.5%)ありました。

[ 自由記載より抜粋 ]

- ・3Dプリンターに関する情報が欲しい。(その他の製造業)
- ・お客の要望に応じて都度取り組んでいる。(窯業・土石製品製造業)
- ・なかなか費用と時間がない。(繊維工業)
- ・ニーズの把握、技術の利用を一連の課題として取り組む人材の確保。(食料品製造業)
- ・ネットワーク・仲間の構築。(金属製品製造業)
- ・めったに使わないことをやるよりも外注した方が効率的。(家具・装備品製造業)
- ・モノが良くても高くは売れない。(その他の製造業)
- ・ユーザーからの技術的要望は常にあり、その都度こなしていく。(金属製品製造業)
- ・開発しても売価に反映できない。(その他の製造業)
- ・開発に必要な人手も集まらない。(繊維工業)
- ・顧客からの指定デザインへの適合要求が厳しい。(パルプ・紙・紙加工品製造業)
- ・後継者問題。(パルプ・紙・紙加工品製造業)
- ・在庫リスク。(機械器具製造業)
- ・産学共同に期待。(パルプ・紙・紙加工品製造業)
- ・市場ニーズの把握+技術的な課題。(機械器具製造業)
- ・市場の景況感に左右される。(印刷・同関連業)
- ・試作品に資金がかかる。(その他の製造業)
- ・量産可能になると中国へ移管される。(金属製品製造業)

### Q7 - 3 知的財産の関わり（1選択）



知的財産について「専門家に相談したことがない」と回答した企業が半数を超えています。

#### [ 自由記載より抜粋 ]

- ・ OEMが中心なので要請があれば。ただし、他社と比較されるので技術力は上げたい。（なめし革・同製品・毛皮製造業）
- ・ 過去に特許保有していた。（金属製品製造業）
- ・ 過去出願実績はないが、都度相談している。（その他の製造業）
- ・ 区に相談させてもらっている。年一回新製品を出している。（木材・木製品製造業）
- ・ 経費、人材、技術も課題あり。（その他の製造業）
- ・ 差別化ポイント少なくノウハウ化している。（なめし革・同製品・毛皮製造業）
- ・ 自ら商標登録申請した。（なめし革・同製品・毛皮製造業）
- ・ 信金ビジネスサポート。（プラスチック製品製造業）
- ・ 昔はいろいろ特許を取っていたが切れた。（プラスチック製品製造業）
- ・ 得意先技術と相談し対応している。（印刷・同関連業）
- ・ 特許3件保有している。（金属製品製造業）

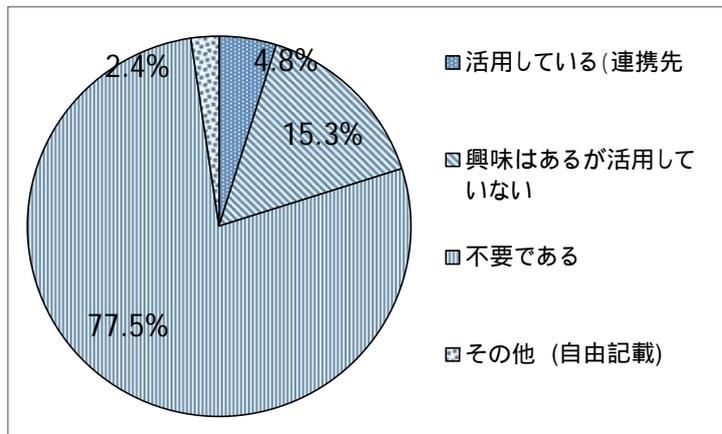
## Q7 - 4 新製品・技術の開発について

[ 自由記載より抜粋 ]

- ・ 3Dプリンターはコスト、品質を考えて検討したい。(その他の製造業)
- ・ OEM生産であるため供給先の要求を満たすことが開発に繋がる。(金属製品製造業)
- ・ お客さんと一緒に考える、使う人の要求に応じていく。  
(パルプ・紙・紙加工品製造業)
- ・ かつては特許を持っており、そのころは商売もうまく行っていた。(その他の製造業)
- ・ コストをかけても成り立たない。今ある設備を使って仕事をしていく。(繊維工業)
- ・ これまで何度も失敗したのでやりたくない。(輸送用機械器具製造業)
- ・ パテントに積極的に取り組み、5つ程特許保有。(金属製品製造業)
- ・ むしろ競争相手がいない。困って当社に相談に来る。(金属製品製造業)
- ・ 以前特許の取得を相談したことがあるが、真似されたら結局仕方がないのでやめてしまった。(その他の製造業)
- ・ 以前に特許で専門家に相談したことがあったが、取得する技術に至らなかった。  
(パルプ・紙・紙加工品製造業)
- ・ 下請けにも技術向上を要求している。(印刷・同関連業)
- ・ 価格競争が厳しく高付加価値商品を開発しても売上増加にむすびつきづらい。  
(その他の製造業)
- ・ 開発はお金がかかるし、零細は方向性が見える下請けの方が安全。(金属製品製造業)
- ・ 開発経費と人材不足が課題。銀行支援が必要。(機械器具製造業)
- ・ 技術開発については取引先と相談してやっている。(金属製品製造業)
- ・ 技術力のある企業との共同開発希望。(電気機械器具製造業)
- ・ 金属熱処理装置関係特許多数あり。(金属製品製造業)
- ・ 具体化すれば産学共同の支援をお願いしたい。(ゴム製品製造業)
- ・ 型を作る職人が高齢でいなくなったので、新製品は開発できない。(その他の製造業)
- ・ 見積り10件に1件しか受注できない。失注理由はわからない。(金属製品製造業)
- ・ 後継者がいれば取り組む。(その他の製造業)
- ・ 国内と国外で素材の種類が異なり、作業する前にどのような種類の素材であるか専門家に聞いている。(金属製品製造業)
- ・ 市場ニーズが飽和状態であり、ニッチ市場への参入、開発計画するも、販売予想以外も難しい。大手企業と違い、開発要員が少ない。(化学工業)
- ・ 資金を借りて新機械を導入し広げるもリスクが大きい。(ゴム製品製造業)
- ・ 取引先から改良製品のアイデアをもらって何度か試作したことがあるが、最終的に商品化されたことはない。(なめし革・同製品・毛皮製造業)
- ・ 常に技術を向上させていくのは職人の基本。(なめし革・同製品・毛皮製造業)

( 8 ) 産学連携への取り組み

Q 8 - 1 大学・研究機関との連帯・活用 ( 1 選択 )



選択肢	回答数	構成比
活用している	63	4.8%
興味はあるが活用していない	199	15.3%
不要である	1011	77.5%
その他	31	2.4%
<b>合計</b>	<b>1304</b>	<b>100.0%</b>

「活用している」、「興味があるが活用していない」を、合計しても20%程度にとどまっています。

[ 自由記載より抜粋 ]

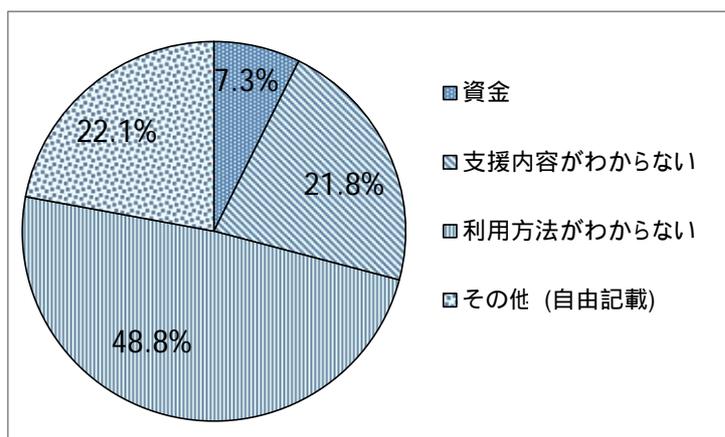
活用事例

- ・ 20年前に活用した。(その他の製造業)
- ・ 5年ほど前、東大から相談が来たことがある。(機械器具製造業)
- ・ 都・産技研に相談している。(機械器具製造業)
- ・ 今のままでは活用の判断ができない。(プラスチック製品製造業)

連携先として名前が挙がった大学名

- |          |           |              |
|----------|-----------|--------------|
| ・ 山形大学   | ・ 首都大学東京  | ・ 都立産業高等専門学校 |
| ・ 東京大学   | ・ 東京工業大学  | ・ 新潟大学       |
| ・ 山梨大学   | ・ 東北大学    |              |
| ・ 早稲田大学  | ・ 東京理科大学  | ・ 国学院大学      |
| ・ 東海大学   | ・ 神奈川工科大学 | ・ 拓殖大学       |
| ・ 湘南工科大学 | ・ 植草学園大学  |              |

## Q 8 - 2 連携・活用の課題（複数可）



選択肢	回答数	構成比
資金	30	7.3%
支援内容がわからない	90	21.8%
利用方法がわからない	201	48.8%
その他	91	22.1%
<b>合計</b>	<b>412</b>	<b>100.0%</b>

「支援内容が分からない」・「利用方法が分からない」の合計が70.6%と高い回答となっています。

### [ 自由記載より抜粋 ]

- ・メリットなどがピンとこないから。(その他の製造業)
- ・学術研究と製品化とのギャップがある。(電気機械器具製造業)
- ・技術漏えいのリスクがある。(機械器具製造業)
- ・大学内研究なのでビジネススパンに合わない。(金属製品製造業)
- ・支援内容・利用方法がともにわからない。(機械器具製造業)
- ・資金、時間、人材について余裕なし。(印刷・同関連業)
- ・資金 + 支援内容がわからない。(機械器具製造業)
- ・自社として利用する環境が整っていない。(繊維工業)
- ・自社開発が基本。(化学工業)
- ・相談などの話し合いディスカッションは良いが、実行まで至れない。  
(プラスチック製品製造業)
- ・耐久度などを調べる検査をしたい。(金属製品製造業)
- ・大学も資金がない。(情報通信機械器具製造業)
- ・大手に先に連携されてしまう。(なめし革・同製品・毛皮製造業)
- ・当面は具体的課題がない。(化学工業)

### Q 8 - 3 産学連携への取り組みについて

#### [ 自由記載より抜粋 ]

- ・ N E D O の仕事を受注している。( 機械器具製造業 )
- ・ デザイン、芸術系を相手先として希望。( 印刷・同関連業 )
- ・ レーザー技術が可能なら活用したい。( その他の製造業 )
- ・ 学校の先生は多忙である。また企業側のニーズに対応しづらい側面がある。  
( プラスチック製品製造業 )
- ・ 金属プレス工業会での取り組み、過去は板橋区工業試験場など利用していた。  
( 金属製品製造業 )
- ・ 後継者がいれば取り組みたい。( その他の製造業 )
- ・ 公的助成は手続きが面倒過ぎて中小企業に向かない。( その他の製造業 )
- ・ 今後も積極的にやっていきたい。( プラスチック製品製造業 )
- ・ 最新の研究と製品とどう結び付けるか。( 輸送用機械器具製造業 )
- ・ 材料の開発として可能性はある。( 非鉄金属製造業 )
- ・ 産学研究テーマへの意見出しはしている。( 機械器具製造業 )
- ・ 産学提携が必要な業務内容ではない。( 印刷・同関連業 )
- ・ 産学連携には興味あり、内容をよく知りたい。( プラスチック製品製造業 )
- ・ 市場性のあるアイデアでいかにして市場形成してゆくか相談したい。  
( 印刷・同関連業 )
- ・ 書類が面倒だが、機会があればやってみたい。( 金属製品製造業 )
- ・ 相手の先生が理解できるかどうかわからない。( その他の製造業 )
- ・ 多額な資金が必要であり、助成金の枠を大幅に拡充してほしい。( 金属製品製造業 )
- ・ 大学との連携に取り組んだことはあるが、途中で当社は外され、大学と大手企業に技術提供しただけとなったことがある。( 機械器具製造業 )
- ・ 大学より受注したことがある。( 金属製品製造業 )
- ・ 大手同業者から技術情報を入手できる。( 木材・木製品製造業 )
- ・ 必要性は感じている。業界団体で取り組んでいる。( なめし革・同製品・毛皮製造業 )
- ・ 毎年インターンシップで学生の受け入れを行い、学校からは先生に基本の講義をお願いして社員教育したことがある。( 金属製品製造業 )
- ・ 余剰生産品の再生産・製品化の研究を大学と話し合ったことがあるが実現していない。( その他の製造業 )

#### 4. 自由意見

企業からの自由意見を以下のとおりに整理しました。(Q9)

##### (1) 企業経営の課題、今後の展開について

###### 事業承継・後継者問題について

- ・若手経営者・後継者を支援してほしい。
- ・後継者問題、地域住民との関係など支援してほしい。
- ・事業環境も悪化しているので、事業承継で悩んでいる。
- ・事業承継対策を充実してほしい。

###### 景気・経営状況について

- ・円安の影響で材料・光熱費が高騰している。製品に転嫁できないので困っている。
- ・経済対策で上流では潤っているが、末端では関係ない。
- ・少子化、高齢化で売上減少している。支援してほしい。
- ・修理需要はある。
- ・アジアの安価製品との競争が厳しい。
- ・景気アップを継続してほしい。
- ・海外に出ていた仕事が最近戻ってきている。
- ・景気がよくない、オリンピック需要に期待している。

###### 資金繰りについて

- ・大手の手形支払いを抑制して現金化を進めれば資金繰りも助かる。
- ・荒川区、墨田区の洋食器製造の多くが廃業して、売上が減って資金繰りが厳しい。対応方法などの検討を支援してほしい。

###### 廃業・事業展開について

- ・病気休養後、受注復活できていない。単価低下している。親企業が廃業して困っている。
- ・ネットワーク仲間が廃業、取引先の熟練工場長が高齢化してダウン、発注が止まった。今は賃貸業を併設した。事業転換も必要。
- ・同業者の廃業が多い。今後について悩んでいる。
- ・廃業の相談を充実してほしい
- ・経営環境が厳しくなって、この先続けるか、廃業するか悩んでいる。

##### (2) 新製品開発について

- ・100%メイドインジャパンのマークが創設されると差別化ができて、消費者にアピールできるので、荒川区として検討してほしい。
- ・デザイン支援、産学連携を進めてほしい。
- ・産業財産権を強化したいので特許調査を支援してほしい。

(3) マーケティング・販路開拓・展示会について

- ・区の中でのマッチングを進めてほしい。区内で下請け、販売先を紹介してほしい。
- ・区のイベントは区内業者を活用してほしい。
- ・景気が低迷している、荒川区で得意先を紹介してほしい。
- ・今までの得意先のみ取引であるが、新規取引も検討したい。
- ・グループで展示会出展する場合の補助制度を強化してほしい。
- ・20年前に区の紹介で取引を開始して今も続いている。他区も連携して仕事の斡旋してほしい。

(4) 仕入・製造・品質管理について

仕入・外注化

- ・外注先が廃業したので、外注先を紹介してほしい。
- ・区内で下請け先を紹介してほしい。

生産技術・生産設備について

- ・設備導入をしたいが、助成を進めてほしい。
- ・設備の更新がしたいので補助制度を充実してほしい。
- ・3Dプリンターの事業化に関するセミナーを受講したい。紹介してほしい。

生産競争力について

- ・ユニフォーム系、クールビズを扱っているが、好調である。
- ・原油価格が高騰するとフィルム価格が上がり、コストアップになっている。
- ・Q(品質向上)・C(コスト削減)・D(納期遵守)を強化したいので支援してほしい。
- ・ものづくり施策補助金申請支援をして頂き、採択されて助かっている。
- ・原材料の値上げになっているが、価格に転嫁ができない。

(5) IT活用支援・情報発信について

- ・インターネット販売は代金が先に支払ってもらえるので、中小企業には良いビジネスである。ネット取引を更に進めたいので支援してほしい。
- ・取引先から「これからはメールで連絡したいので、メールを使えるように言われている」パソコンはあるが、使い方の支援をしてほしい。
- ・スマホが流行っているので社員教育したいので、支援してほしい。

(6) 共同化、グル - プ化・イベント支援について

グル - プ・共同化について

- ・都内に7件しかない製品を扱っている。
- ・若手のグル - プが交流会・セミナー - を行っているが、活動への各種支援してほしい。
- ・荒川区の同業者情報を知りたい。

荒川区のブランド力について

- ・荒川ものづくりのブランド化を進めてほしい。そのためには若者の意見を取り入れてほしい。
- ・日本のものづくりの現場は崩壊している。このままでは心配である。
- ・異業種の交流の活発化を支援してほしい。

(7) 融資について

- ・老朽化で新築にしたが、区の融資制度で助かっている。
- ・受注が拡大しているが、課題は運転資金である。
- ・信金、東商マル経以外の融資先を紹介してほしい。
- ・融資の限度額を上げてほしい。若手も融資が活用できる様にしてほしい。
- ・資金を借りやすくしてほしい。
- ・融資先を模索中、支援してほしい。
- ・融資制度を知らなかったが、今後活用したい。
- ・円高維持政策、若手人材確保、投資支援策など拡充してほしい。
- ・事業が拡大している。資金需要が高まっているので融資の協力をお願いしたい。

(8) 各種補助制度について

- ・工場を立て直したが、家賃補助制度で助かっている。引き続けてほしい。
- ・補助金も零細企業枠を設けるなど、地域特性に合ったものを補助するなど検討してほしい。
- ・助成の成功事例を多く紹介してほしい。
- ・荒川区の施策を有効活用している。
- ・伝統工芸承継者への支援メリットがある。マイスターは継承してほしい。
- ・ベトナム進出中であり支援依頼があり、海外創業補助金、中小機構支援を紹介していただき助かっている。引き続いて支援してほしい。
- ・補助金申請の簡素化を進めてほしい。

( 9 ) 防災対策・事業計継続計画立案について

- ・災害、防災対策を充実してほしい。
- ・防災対策。避難場所を明確にしてほしい。
- ・建物の耐震性について不動産屋が対応してくれない。

( 1 0 ) 他部門との連携、地域住民との問題等について

- ・図書館の工学関係書を充実してほしい。
- ・東京都立産業技術高等専門学校、首都大学東京の図書館利用ができる様にしてほしい。
- ・現在の工場を荒川区で買い取って高齢者住宅・介護施設などに使ってほしい。

## ・調査結果の分析

この章では、得られた調査結果の分析を行っています。

一つは、区が進めるMACCプロジェクト参加企業と調査全体との比較です。

もう一つは、景況感別の企業実態です。こちらは、「増収増益」、「横ばい」、「減収減益」と3つのグループに分け、それぞれのグループごとに、経営への取組状況の違いを示しています。

～MACCプロジェクトとは～

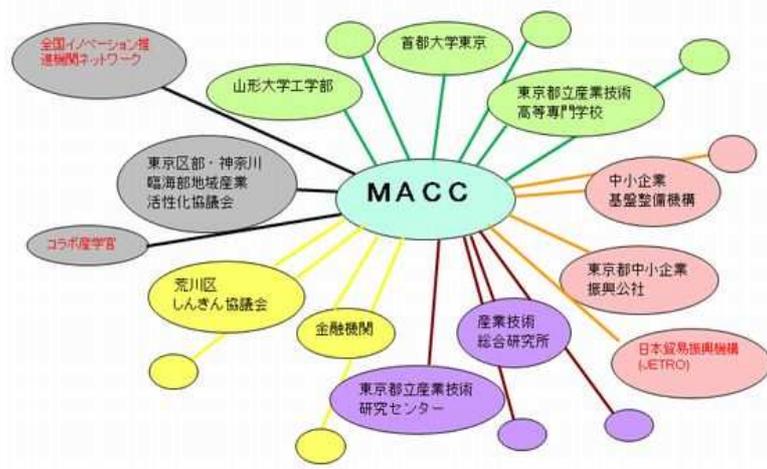
「MACCプロジェクト」は、荒川区内のモノづくりに関わる新事業展開を支援していくためのプロジェクトです。荒川区内企業を中心とした有機的なネットワークとして「顔の見えるネットワーク」を構築し、技術と知恵を集結して新たな事業を絶えず間なく生み出す「荒川区版産業クラスター」の形成を目指しています。

区では、MACCプロジェクトに参加する企業が元気になることで、その元気が他の企業にも波及し、ひいては荒川区内産業全体がもっと元気になることをめざしています。

その実現のためにMACCプロジェクトでは、中小企業の新事業展開に欠かせない大学・高専や各種支援機関との連携関係を構築しています。

またMACCプロジェクトに専属コーディネータ（MACCコーディネータ）を配置し、その調整役としてきめ細かい企業支援を実施しています。

各大学や支援機関を特定分野のスペシャリストである「専門医」とするならば、このMACCコーディネータは、経営相談から販路開拓といった課題・相談までワンストップで対応する企業支援の「かかりつけ医」として、MACCプロジェクトに参加する企業を強力に支援しています。



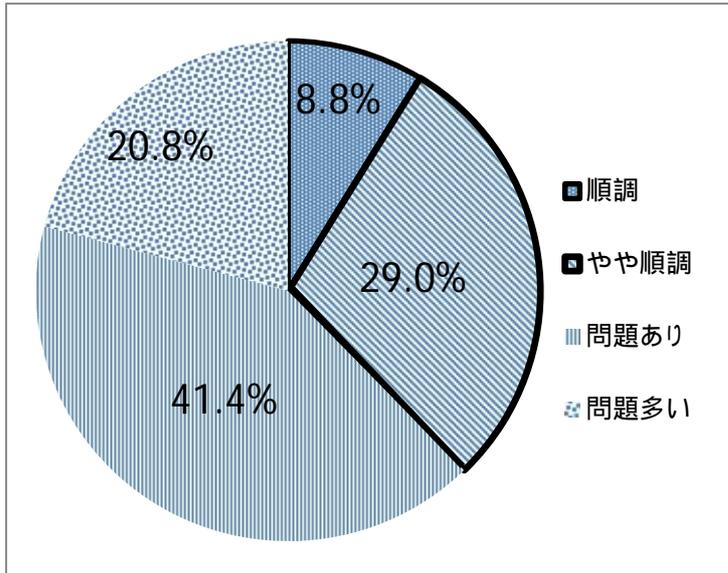
## 1. 調査企業全体とM A C C企業の比較

なお、今回調査して回答が得られた、51社を比較の対象にしています。

景況・経営全般

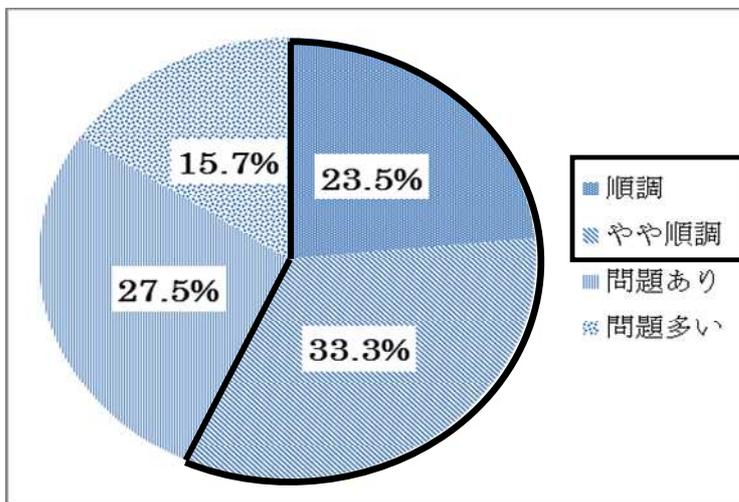
### (1) 事業の現状 (Q1 - 1)

調査全体 (回答数 N = 1,530)



選択肢	回答数	構成比
順調	134	8.8%
やや順調	443	29.0%
問題あり	634	41.4%
問題多い	319	20.8%
<b>合計</b>	<b>1530</b>	<b>100.0%</b>

M A C C企業の場合 (回答数 N = 51)

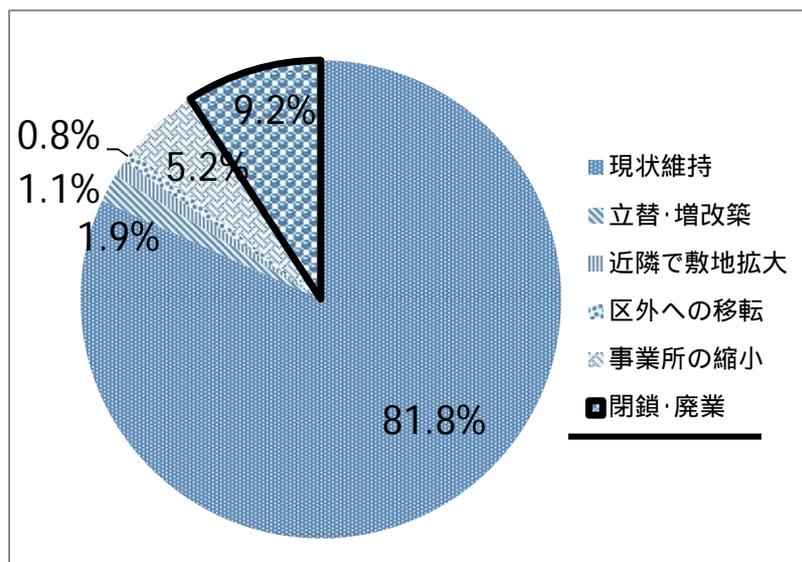


選択肢	回答数	構成比
順調	12	23.5%
やや順調	17	33.3%
問題あり	14	27.5%
問題多い	8	15.7%
<b>合計</b>	<b>51</b>	<b>100.0%</b>

全体では「順調・やや順調」が約38%に対して、M A C C登録企業では約57%であり、かなり多くなっています。

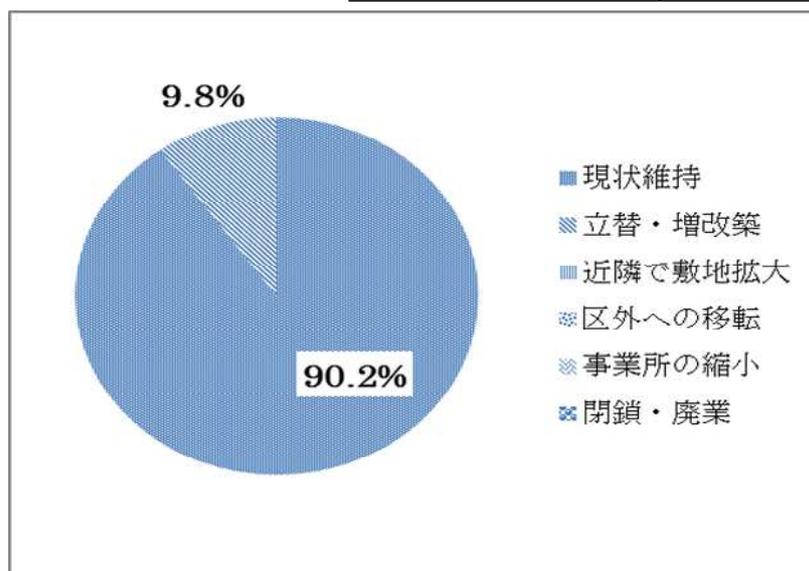
( 2 ) 事業の意向 ( 今後の方向性 ) ( Q 1 - 2 )

調査全体 ( 回答数 N = 1,530 )



選択肢	回答数	構成比
現状維持	1251	81.8%
立替・増改築	29	1.9%
近隣で敷地拡大	17	1.1%
区外への移転	13	0.8%
事業所の縮小	80	5.2%
閉鎖・廃業	140	9.2%
合計	1530	100.0%

MACC企業の場合 ( 回答数 N = 51 )



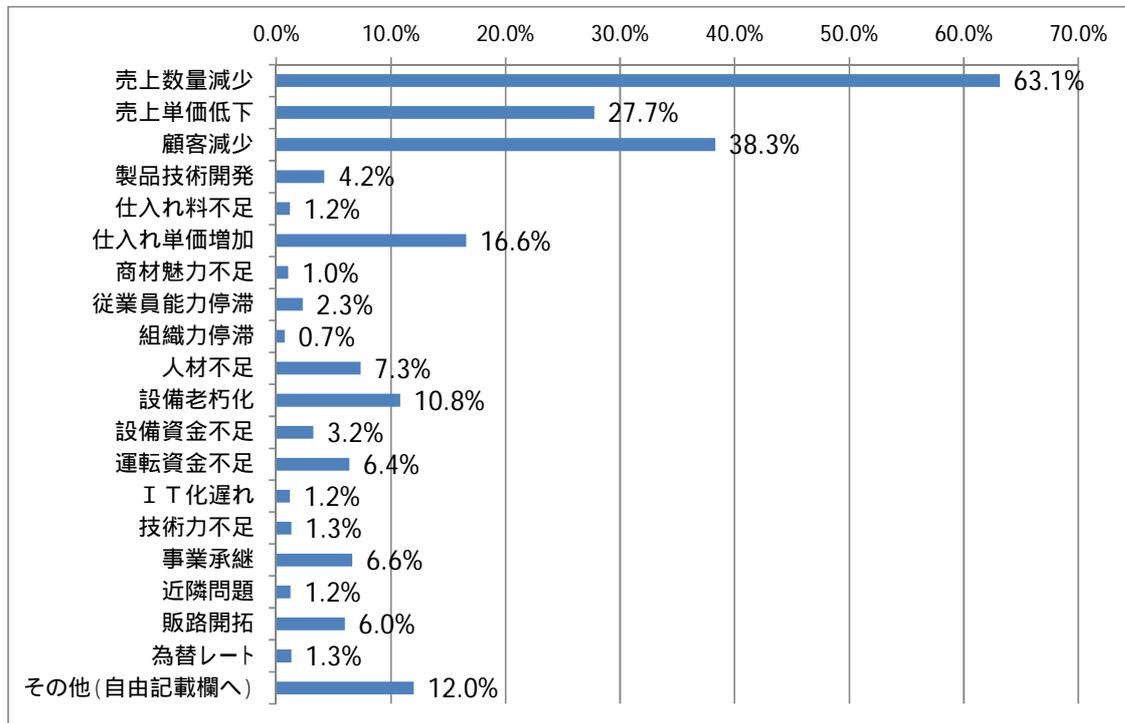
選択肢	回答数	構成比
現状維持	46	90.2%
立替・増改築	5	9.8%
近隣で敷地拡大	0	0.0%
区外への移転	0	0.0%
事業所の縮小	0	0.0%
閉鎖・廃業	0	0.0%
合計	51	100.0%

今後の動向については企業全体では「現状維持」が約 80% であるが、MACC 企業は 90% 超とさらに高い状況にあります。

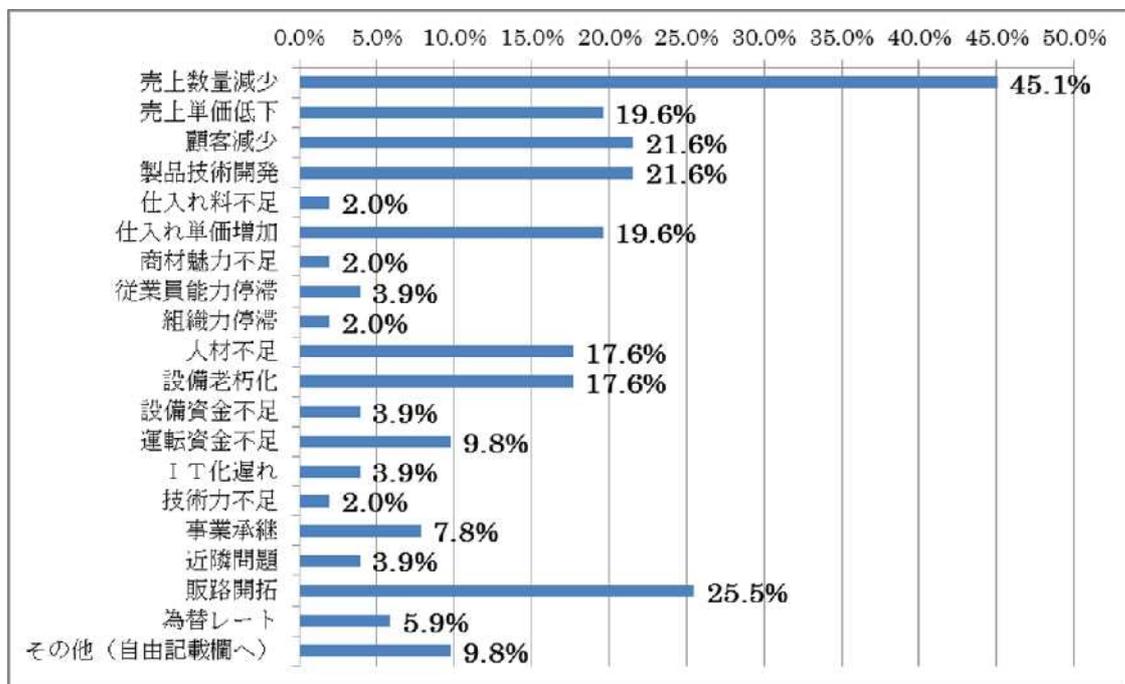
なお、企業全体では「廃業・閉鎖」が 9.5% 占めますが MACC 企業に廃業を予定している企業はありません。

(3) 現状の課題 (Q1 - 3)

調査全体 (回答数 N = 1,525)



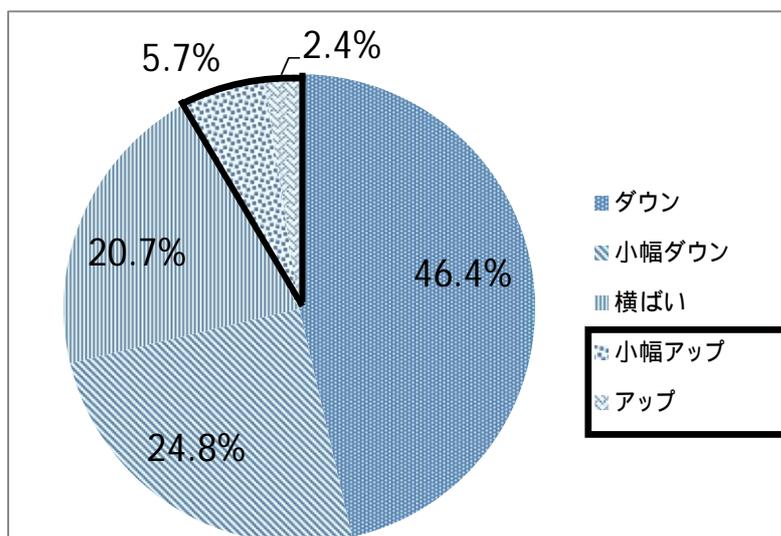
MACC企業の場合 (回答数 N = 49)



現状の課題は企業全体では「売上数量・単価低減、顧客減少」にあります。MACC企業では「売上数量減少、販路拡大、新製品開発」が多くなっています。

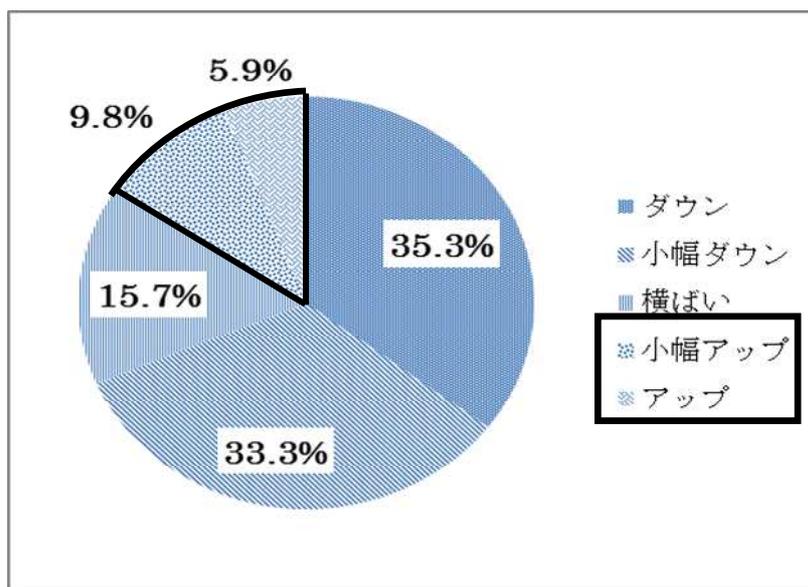
(4) 売上高推移(過去5年間)(Q1 - 4)

調査全体(回答数 N = 1,530)



選択肢	回答数	構成比
ダウン	710	46.4%
小幅ダウン	380	24.8%
横ばい	316	20.7%
小幅アップ	87	5.7%
アップ	37	2.4%
合計	1530	100.0%

MACC企業の場合(回答数 N = 51)

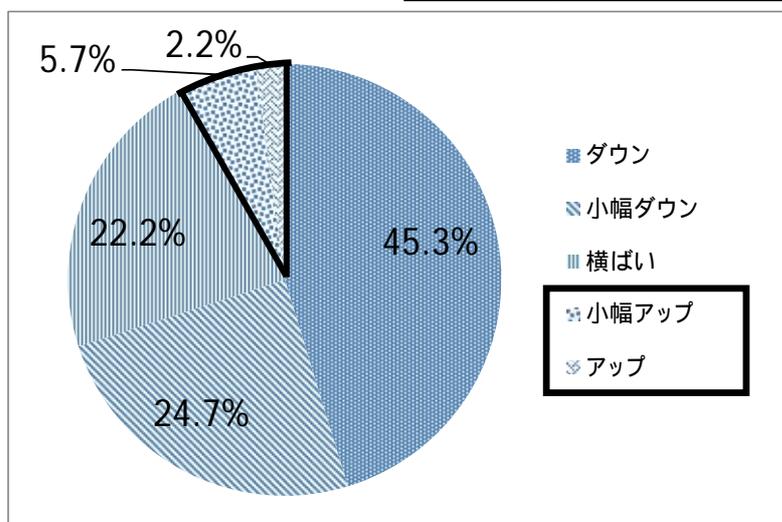


選択肢	回答数	構成比
ダウン	18	35.3%
小幅ダウン	17	33.3%
横ばい	8	15.7%
小幅アップ	5	9.8%
アップ	3	5.9%
合計	51	100.0%

売上高推移については「ダウン」・「小幅ダウン」は企業全体とMACC企業の比較では大きな差異はありません。しかし、「アップ」・「小幅アップ」に関しては、企業全体は約8%に対してMACC企業は約16%と多くなっています。

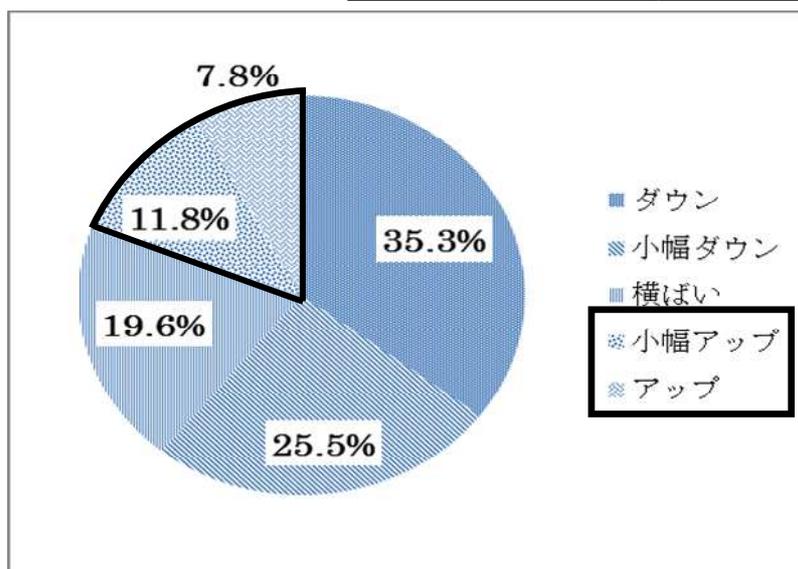
( 5 ) 利益水準推移 ( 過去 5 年間 )( Q 1 - 5 )

調査全体 ( 回答数 N = 1,530 )



選択肢	回答数	構成比
ダウン	693	45.3%
小幅ダウン	378	24.7%
横ばい	339	22.2%
小幅アップ	87	5.7%
アップ	33	2.2%
合計	1530	100.0%

MACC企業の場合 ( 回答数 N = 51 )

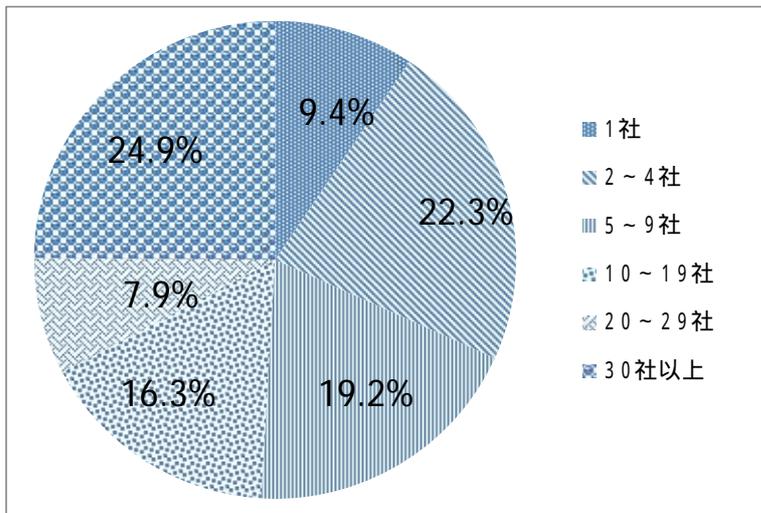


選択肢	回答数	構成比
ダウン	18	35.3%
小幅ダウン	13	25.5%
横ばい	10	19.6%
小幅アップ	6	11.8%
アップ	4	7.8%
合計	51	100.0%

利益水準については「ダウン」・「小幅ダウン」が共通して多い状況にあります。しかし、「アップ」・「小幅アップ」では、調査企業全体が約 8 % に対して、MACC 企業は約 20 % と高くなっています。

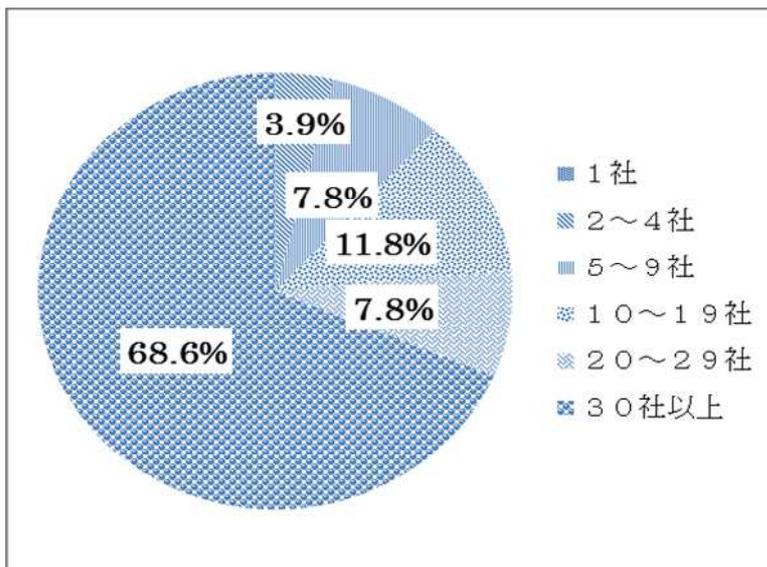
(6) 顧客社数 (Q1 - 6)

調査全体 (回答数 N = 1,528)



選択肢	回答数	構成比
1社	144	9.4%
2~4社	341	22.3%
5~9社	293	19.2%
10~19社	249	16.3%
20~29社	121	7.9%
30社以上	380	24.9%
<b>合計</b>	<b>1528</b>	<b>100.0%</b>

MACC企業の場合 (回答数 N = 51)

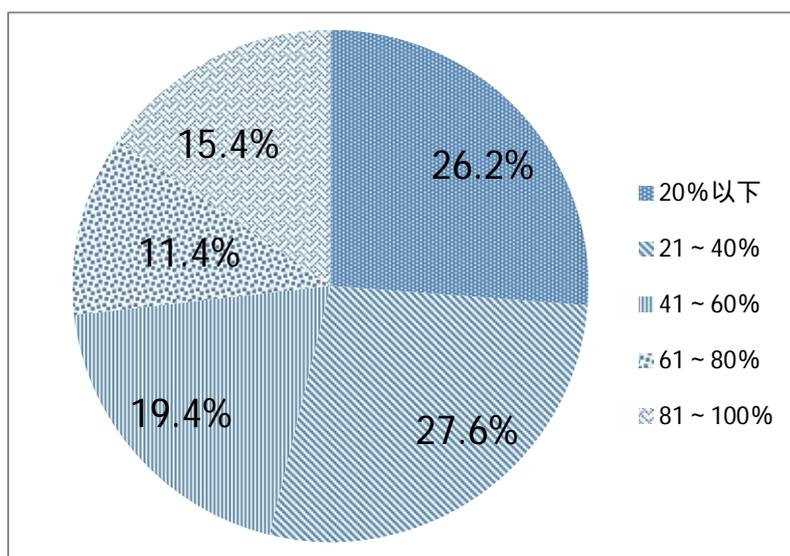


選択肢	回答数	構成比
1社	0	0.0%
2~4社	2	3.9%
5~9社	4	7.8%
10~19社	6	11.8%
20~29社	4	7.8%
30社以上	35	68.6%
<b>合計</b>	<b>51</b>	<b>100.0%</b>

主要顧客1社の売上構成比率は、調査企業全体では10社以下が50%以上を占める状況にありますが、MACC企業は10社以上が約90%であり、顧客と取引が多い傾向にあります。

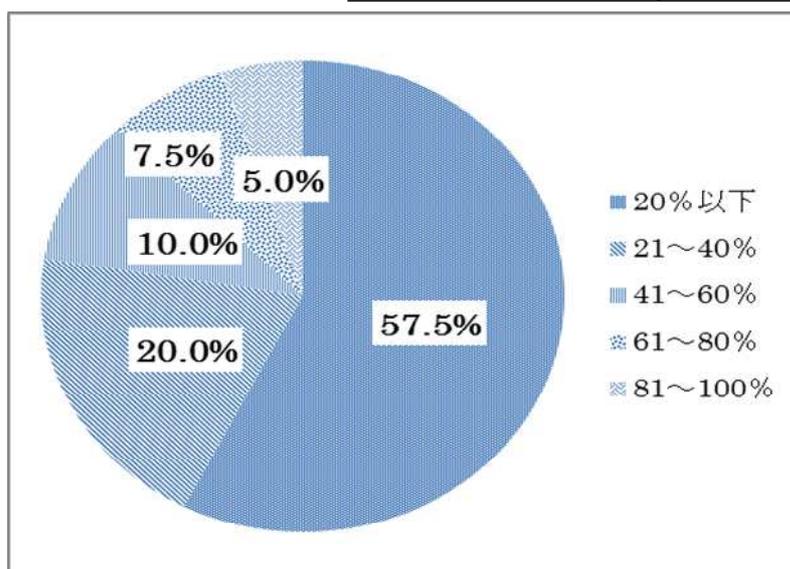
(7) 主要1社が売上高に占める比率 (Q1 - 7)

調査全体 (回答数 N = 1,156)



選択肢	回答数	構成比
20%以下	303	26.2%
21~40%	319	27.6%
41~60%	224	19.4%
61~80%	132	11.4%
81~100%	178	15.4%
<b>合計</b>	<b>1156</b>	<b>100.0%</b>

MACC企業の場合 (回答数 N = 40)

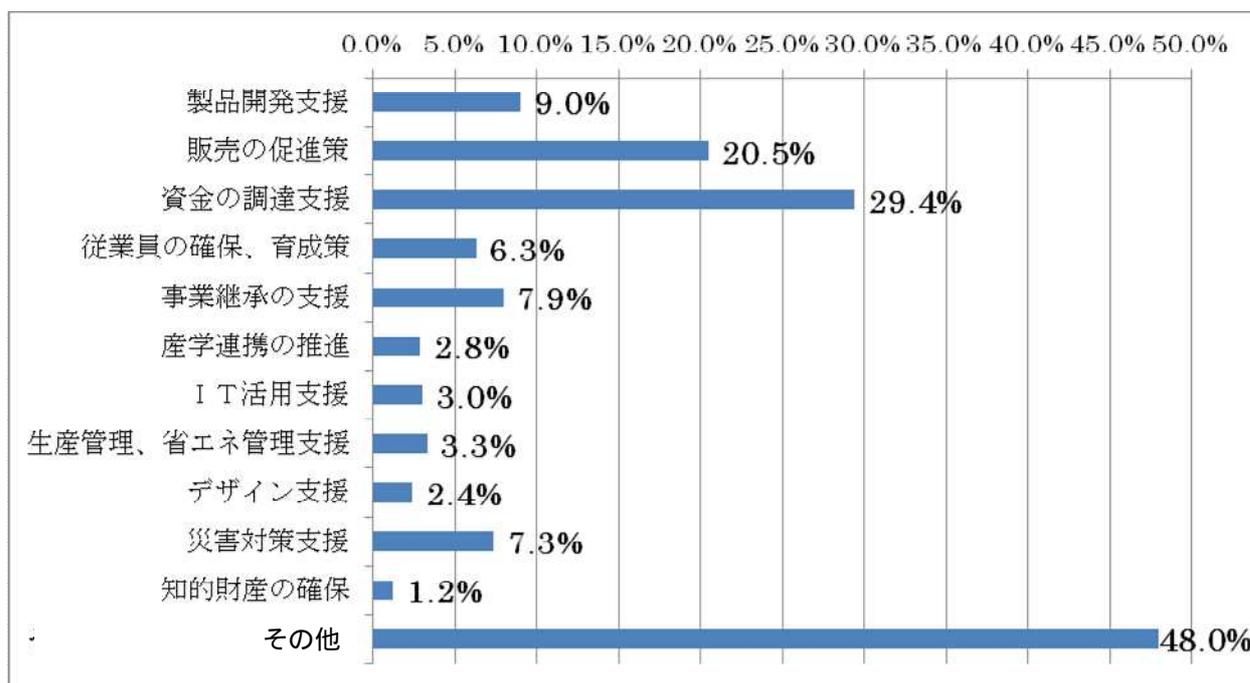


選択肢	回答数	構成比
20%以下	23	57.5%
21~40%	8	20.0%
41~60%	4	10.0%
61~80%	3	7.5%
81~100%	2	5.0%
<b>合計</b>	<b>40</b>	<b>100.0%</b>

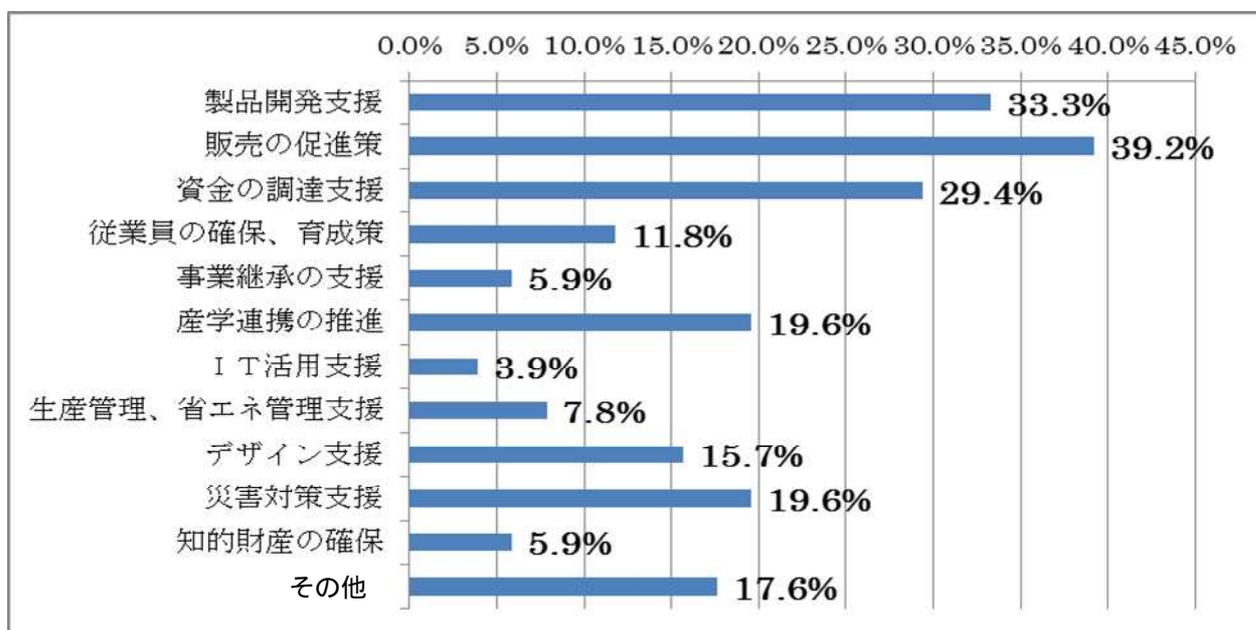
顧客取引の1社依存度は、MACC企業では「20%以下」が5割以上を占め、依存体質にはないことが読み取れます。

( 8 ) 強化すべき区の施策 ( 3 個まで選択 )( Q 1 - 1 0 )

調査全体 ( 回答数 N = 1,514 )



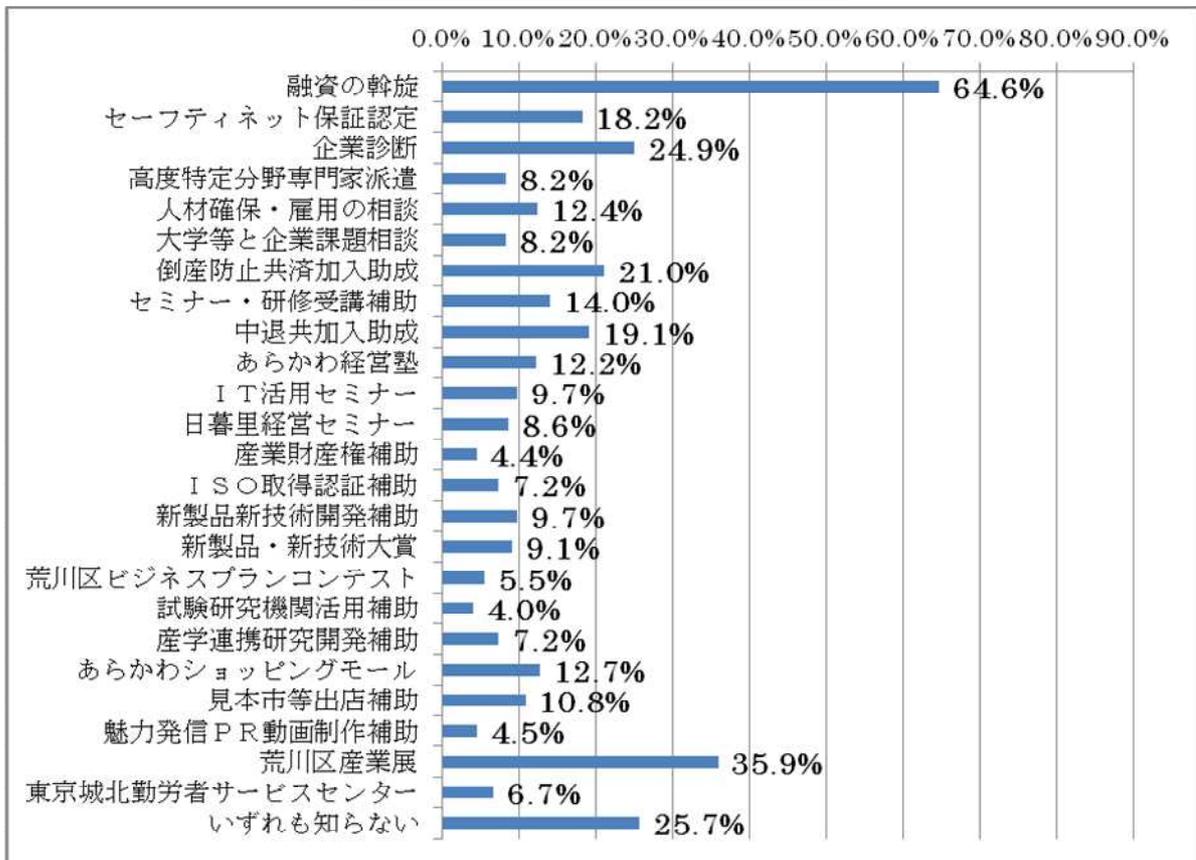
MACC企業の場合 ( 回答数 N = 51 )



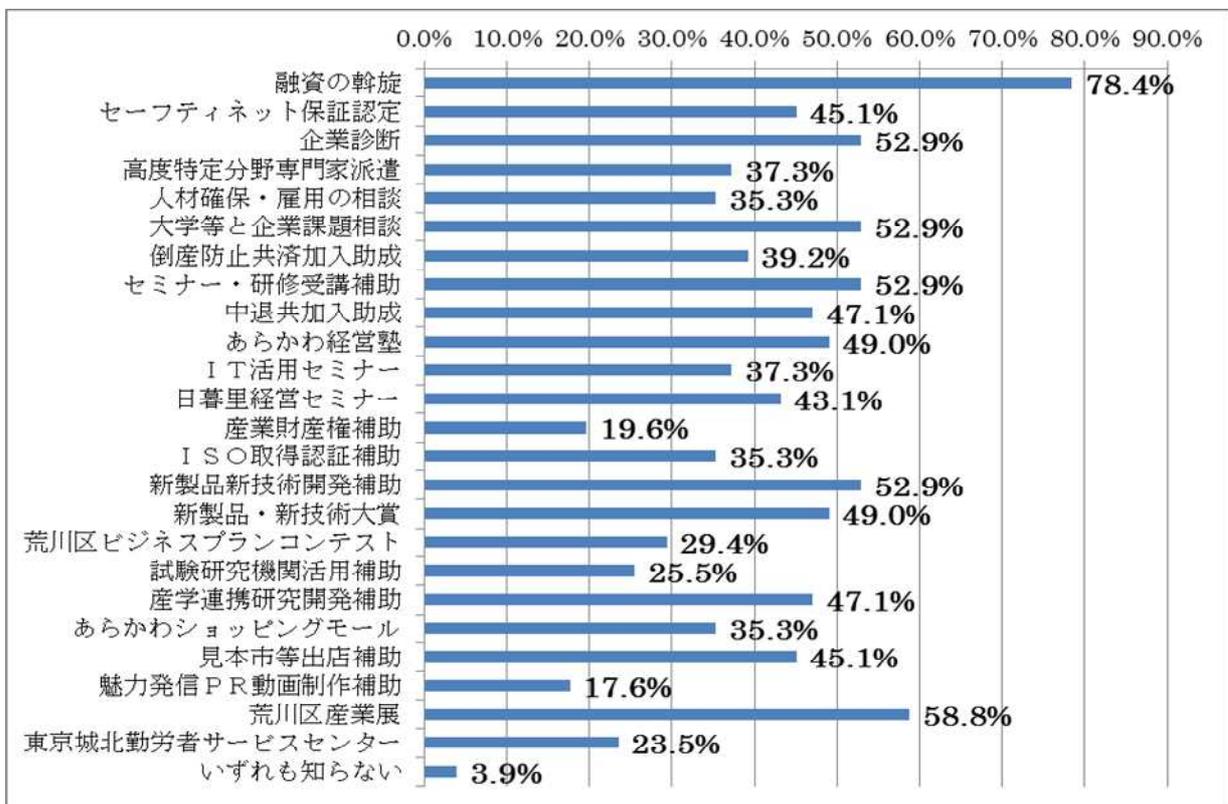
区の強化すべき施策については、調査企業全体では「資金の調達支援」、「販売促進」が多い状況にあります。MACC企業では「販売促進」、「新製品開発支援」、「資金調達支援」が多い状況にあります。

( 9 ) 区が実施する事業の認知 ( 複数回答 )( Q 1 - 1 1 )

調査全体 ( 回答数 N = 1,532 )



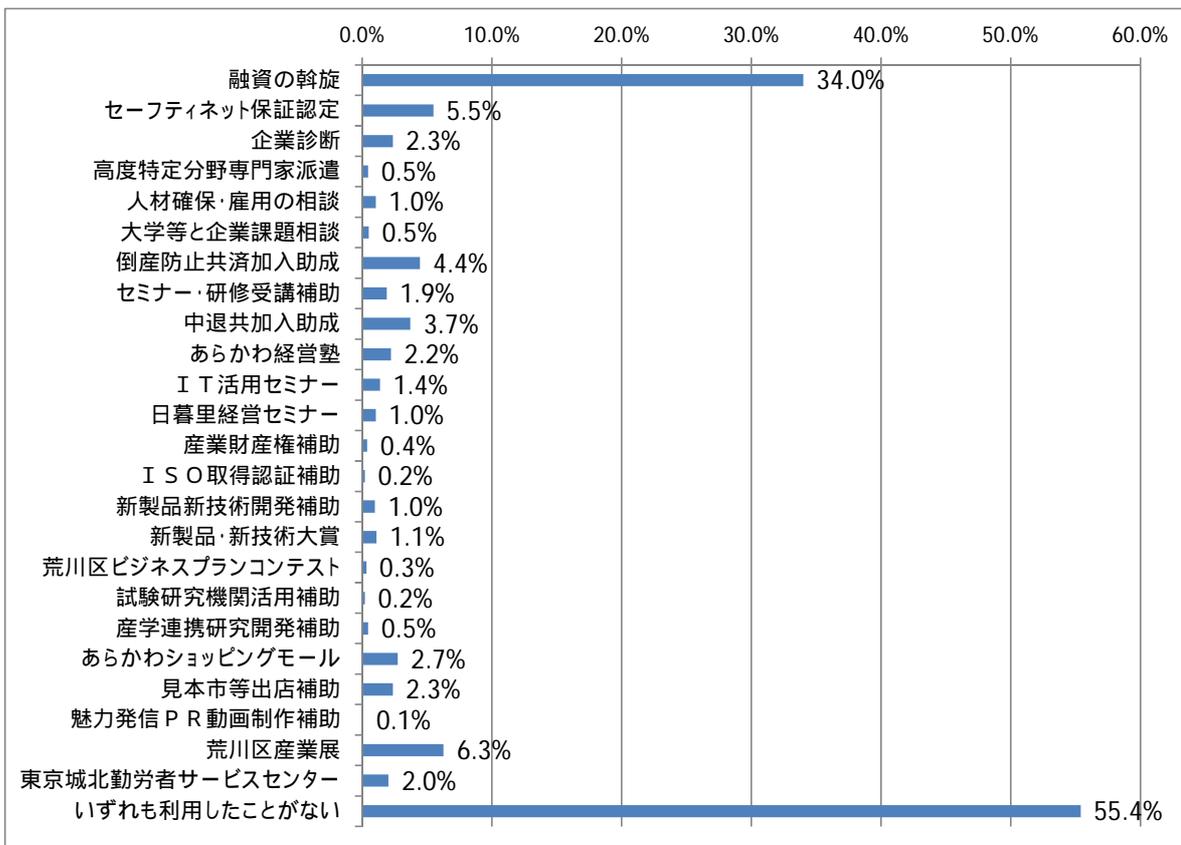
M A C C 企業の場合 ( 回答数 N = 51 )



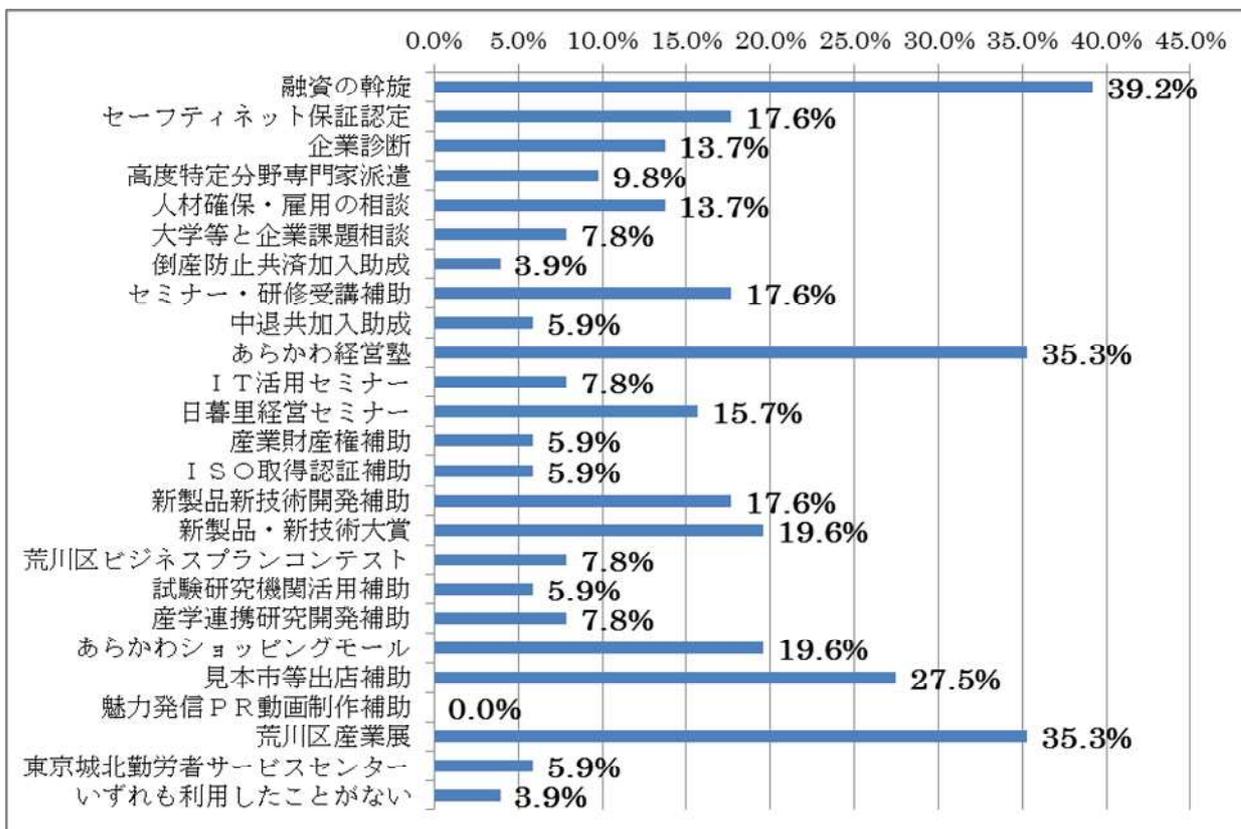
区の施策の認知度は、M A C C 企業が極めて高い回答が得られています。

(10) 利用したことがある施策(複数回答)(Q1-12)

調査全体(回答数 N = 1,532)



MACC企業の場合(回答数 N = 51)

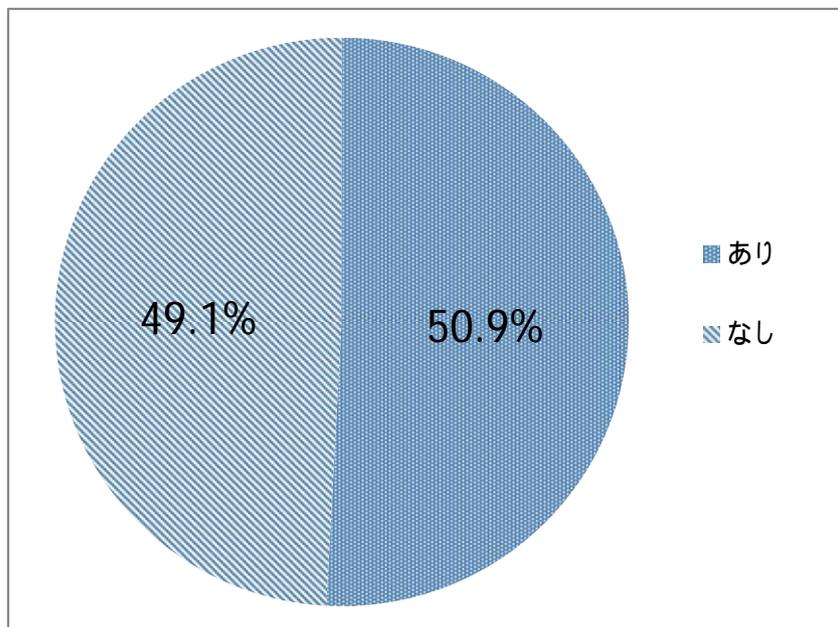


MACC企業の方が、施策を幅広く活用しています。

## 融資・資金繰り関係

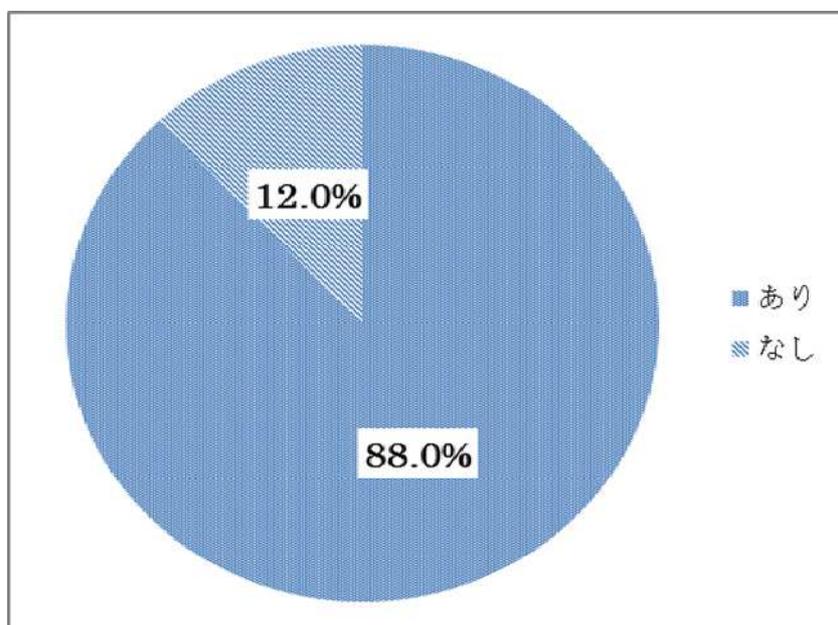
### (1) 借入金残高(Q2-1)

調査全体(回答数 N = 1,398)



選択肢	回答数	構成比
あり	711	50.9%
なし	687	49.1%
合計	1398	100.0%

### M A C C 企業の場合(回答数 N =50)

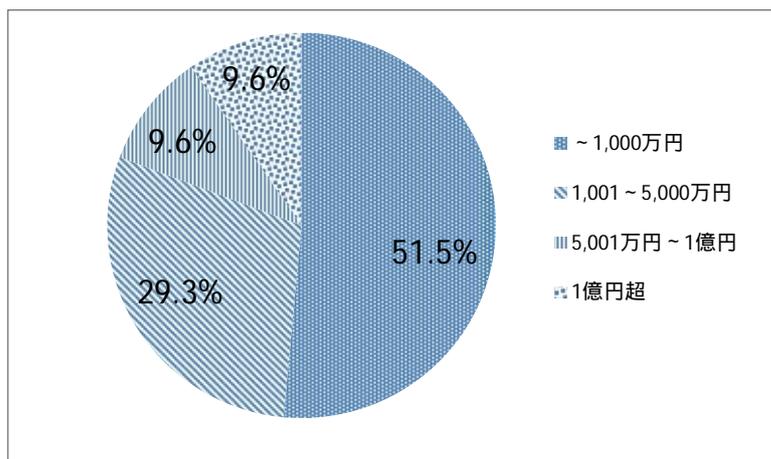


選択肢	回答数	構成比
あり	44	88.0%
なし	6	12.0%
合計	50	100.0%

借入金の「残高あり」の比率は、M A C C 企業が高い傾向にあります。

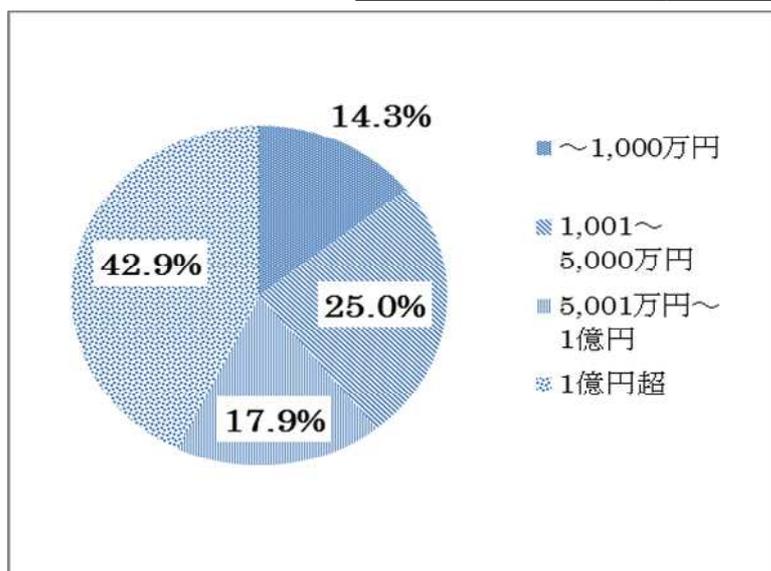
(2) 借入金額 (Q2 - 1)

調査全体 (回答数 N = 509)



選択肢	回答数	構成比
~1,000万円	262	51.5%
1,001 ~5,000万円	149	29.3%
5,001万円 ~1億円	49	9.6%
1億円超	49	9.6%
<b>合計</b>	<b>509</b>	<b>100.0%</b>

MACC企業の場合 (回答数 N =28)



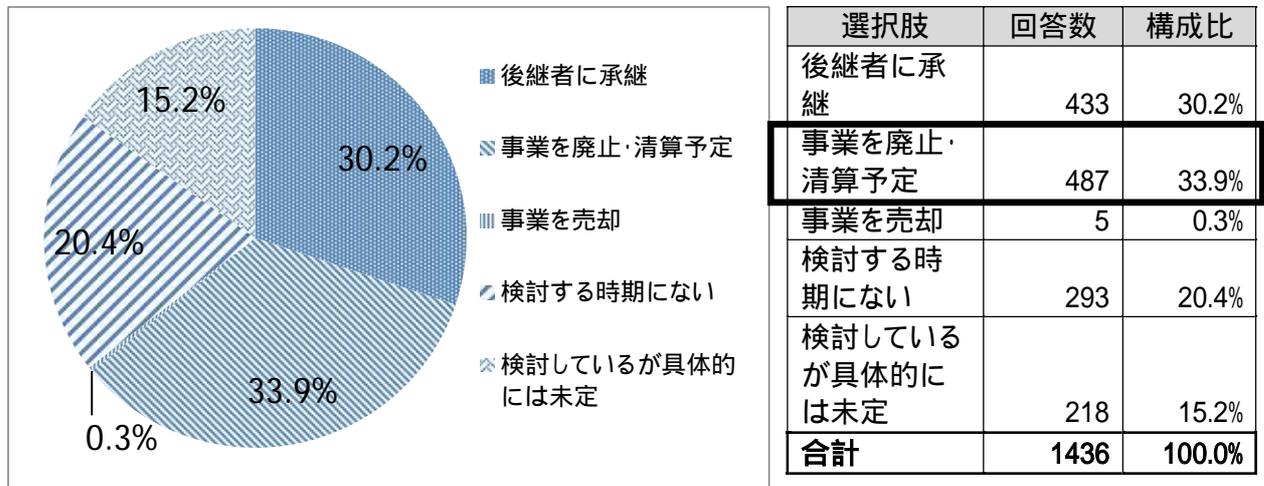
選択肢	回答数	構成比
~1,000万円	4	14.3%
1,001 ~5,000万円	7	25.0%
5,001万円 ~1億円	5	17.9%
1億円超	12	42.9%
<b>合計</b>	<b>28</b>	<b>100.0%</b>

借入金の残高の金額は、企業全体では1000万円以下が約50%ですが、MACC企業は1億円以上が約43%であり、事業の展開に高額の借入金を必要としているものと考えます。

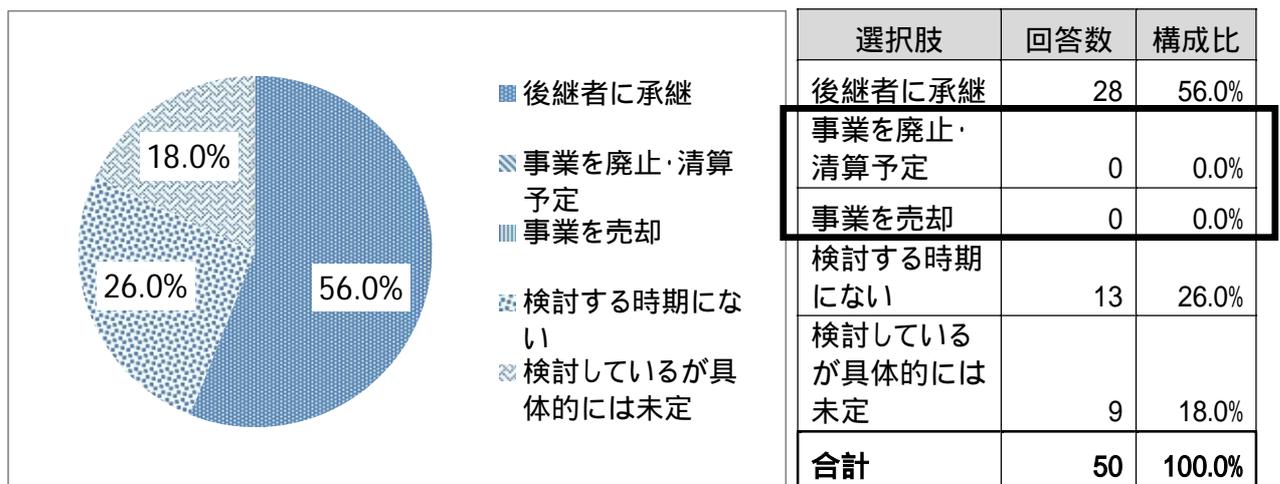
## 事業の承継

### (1) 継承先 (Q3 - 1)

調査全体 (回答数 N = 1,436)



### MACC企業の場合 (回答数 N = 50)

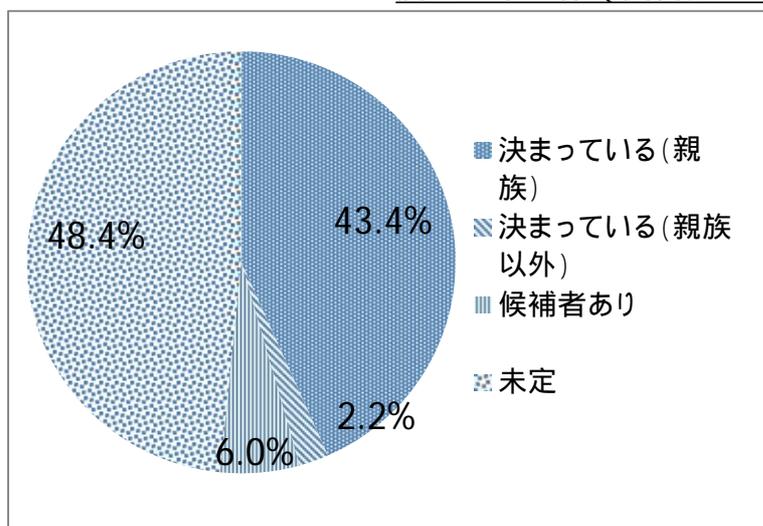


事業承継は企業全体では「後継者に承継」が約30%、「廃止・清算予定」が約34%と多い傾向にあります。

一方で、MACC企業には、「廃止・清算予定」を回答した企業はありません。

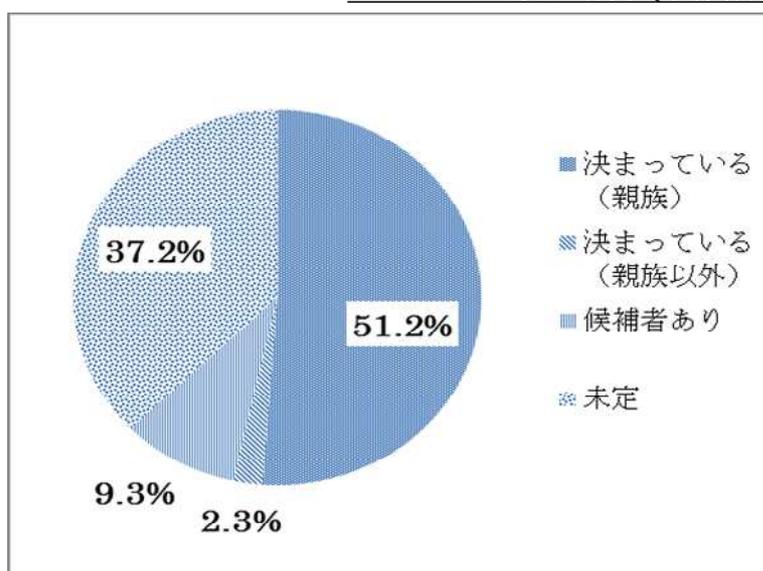
(2) 後継者について (Q3 - 2)

調査企業全体 (回答数 N = 855)



選択肢	回答数	構成比
決まっている (親族)	371	43.4%
決まっている (親族以外)	19	2.2%
候補者あり	51	6.0%
未定	414	48.4%
合計	855	100.0%

MACC企業の場合 (回答数 N = 43)



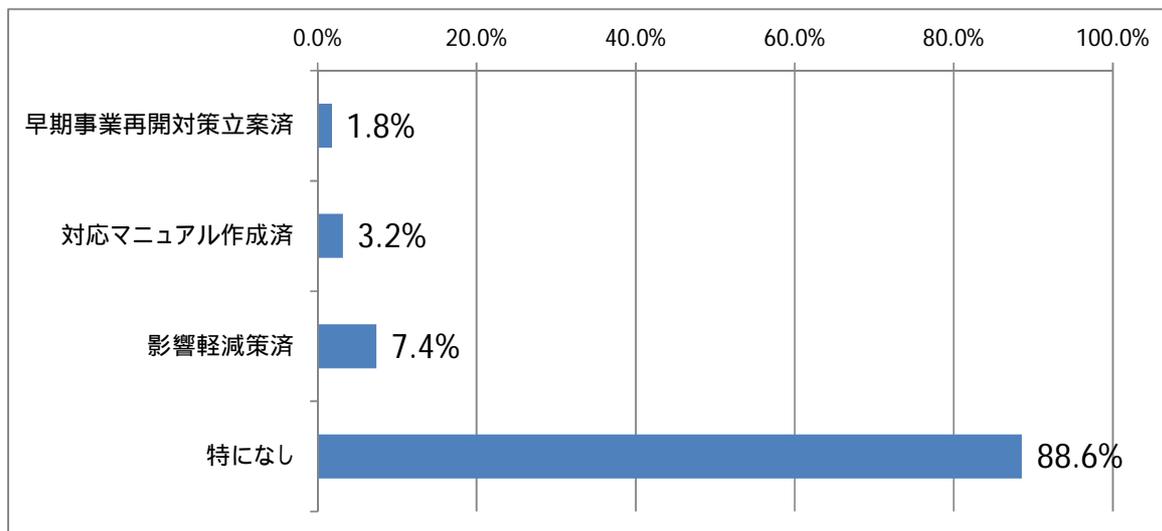
選択肢	回答数	構成比
決まっている (親族)	22	51.2%
決まっている (親族以外)	1	2.3%
候補者あり	4	9.3%
未定	16	37.2%
合計	43	100.0%

後継者について比較すると、MACC企業は「親族に決まっている」が多く、かつ「未定」が少ないのが特徴的です。

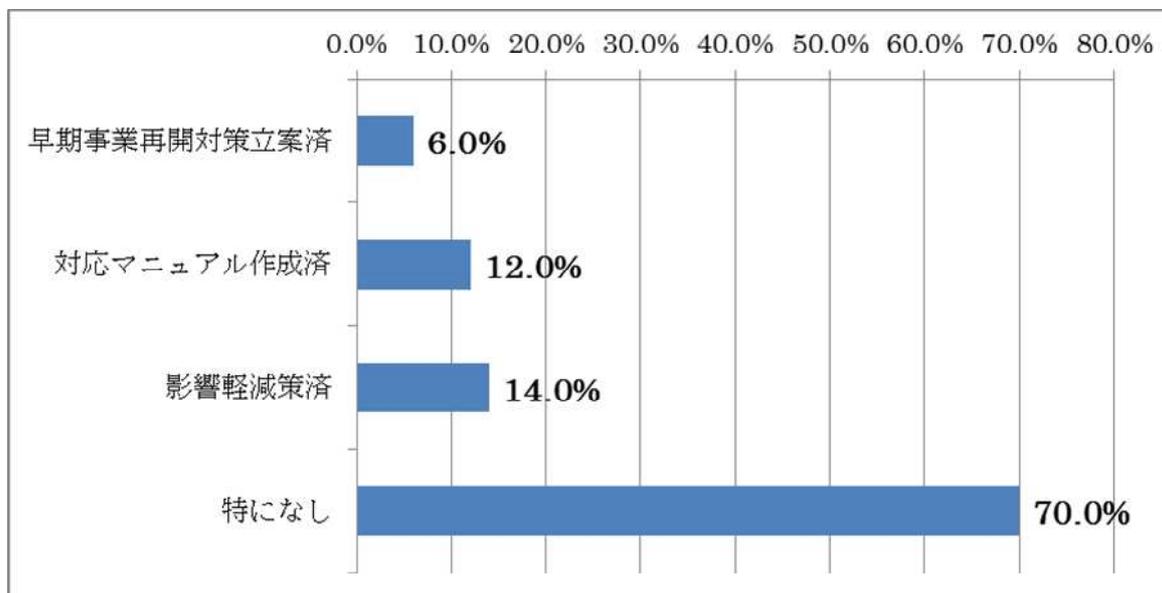
## 災害への備え・電力料金の値上げの影響

### (1) 災害備え状況(複数回答)(Q4-1)

調査全体(回答数 N = 1,419)



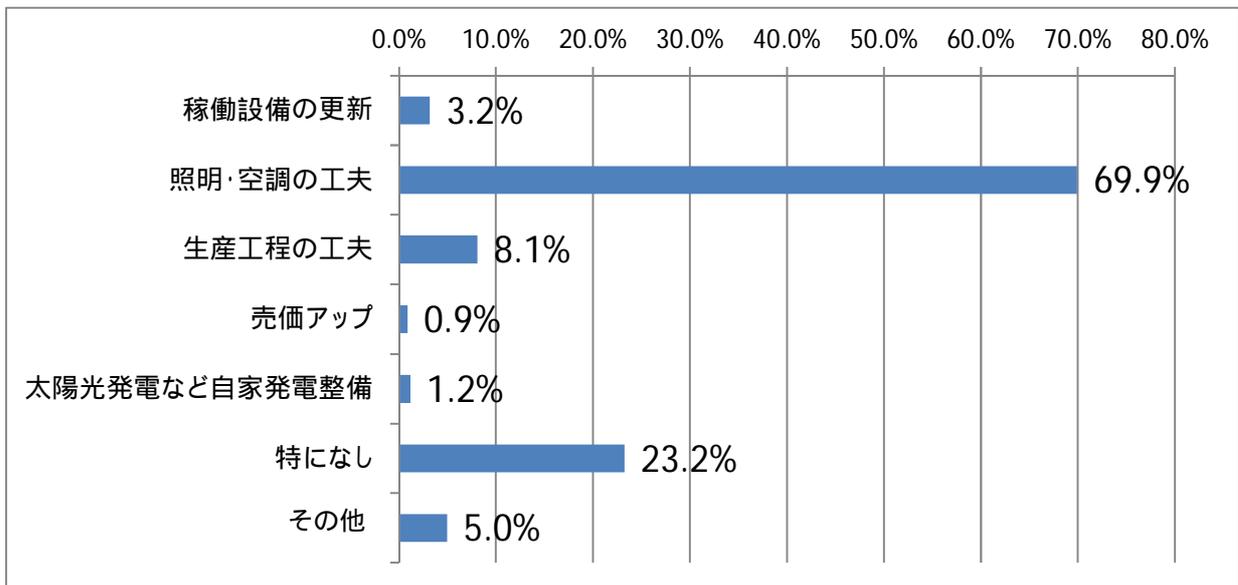
M A C C企業の場合(回答数 N = 50)



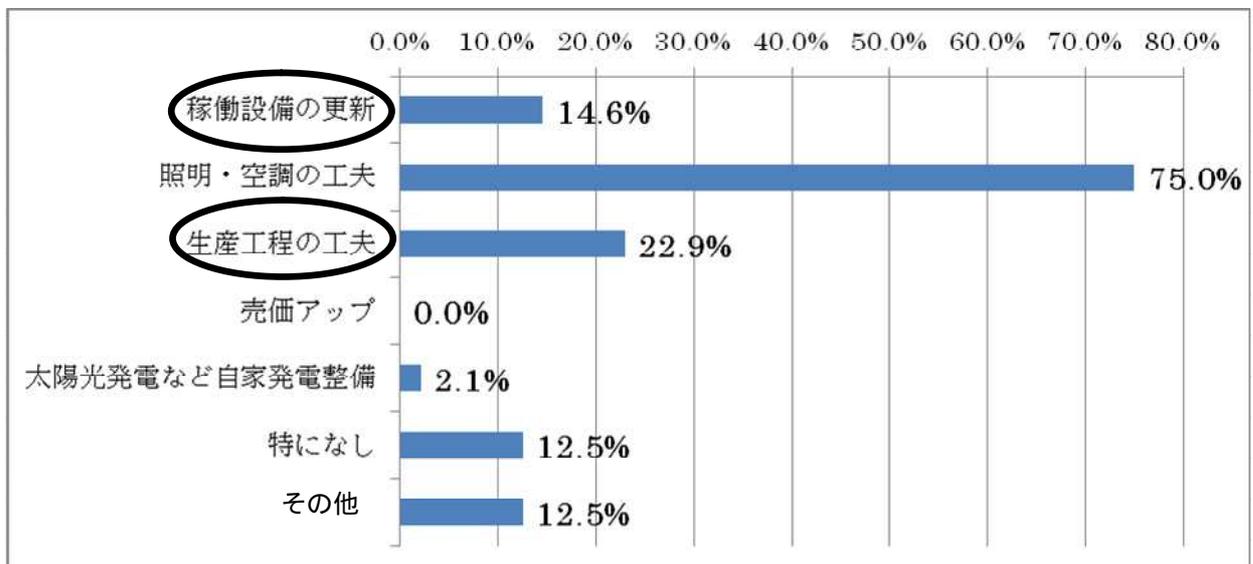
共通して「特になし(対策を行っていない)」が多い傾向にありますが、相対的にM A C C企業の方が各種対策を行っています。

( 2 ) 節電への取組 ( 複数回答 )( Q 4 - 4 )

調査全体 ( 回答数 N =1,347 )



MACC企業の場合 ( 回答数 N = 48 )

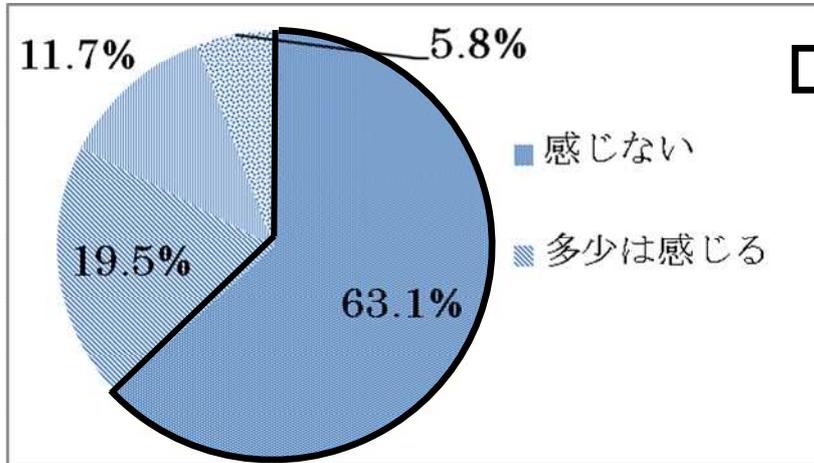


節電への取組では、「設備の更新」や「生産工程の工夫」が高くなっています。

海外との関わり

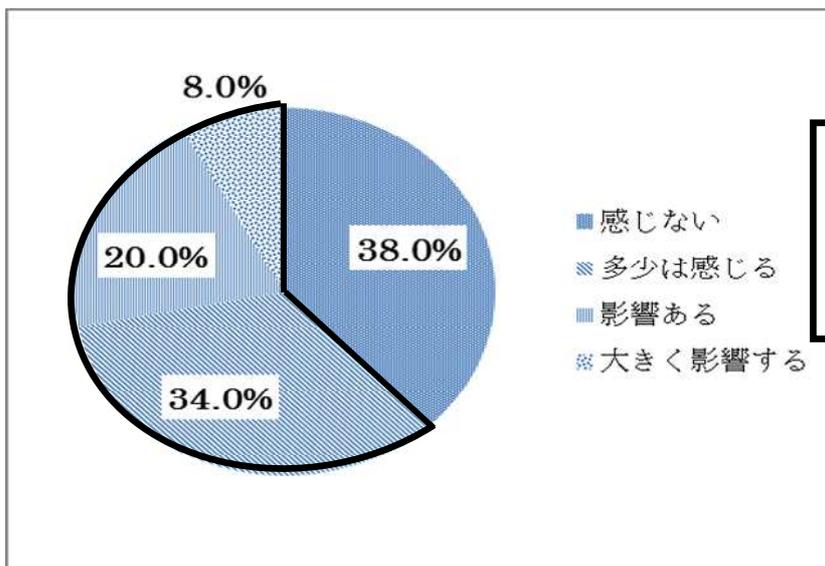
(1) 為替変動について (Q5 - 1)

調査全体 (回答数 N = 1,321)



選択肢	回答数	構成比
感じない	834	63.1%
多少は感じる	257	19.5%
影響ある	154	11.7%
大きく影響する	76	5.8%
合計	1321	100.0%

MACC企業の場合 (回答数 N = 50)

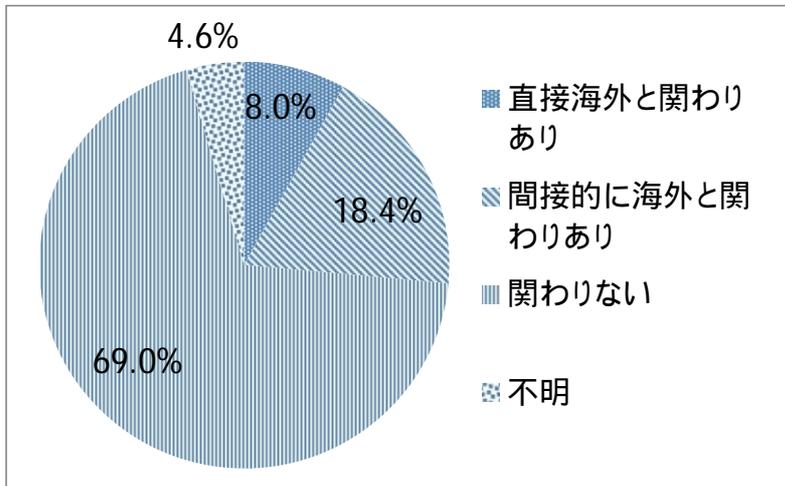


選択肢	回答数	構成比
感じない	19	38.0%
多少は感じる	17	34.0%
影響ある	10	20.0%
大きく影響する	4	8.0%
合計	50	100.0%

為替の影響は企業全体では「感じない」が63%と多いが、MACC企業は「感じる」「影響ある」が半数以上を占めています。

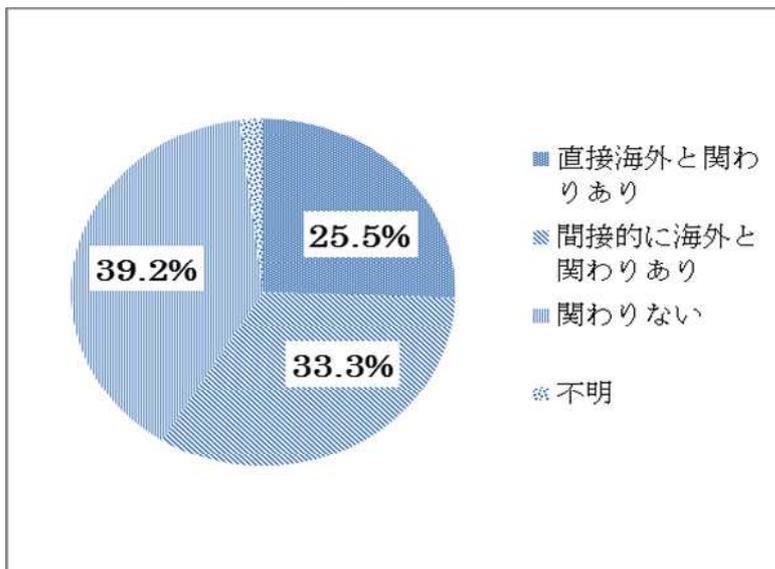
(2) 輸出入について (Q5 - 2)

調査全体 (回答数 N = 1,399)



選択肢	回答数	構成比
直接海外と関わりあり	112	8.0%
間接的に海外と関わりあり	258	18.4%
関わりない	965	69.0%
不明	64	4.6%
合計	1399	100.0%

MACC企業の場合 (回答数 N = 51)

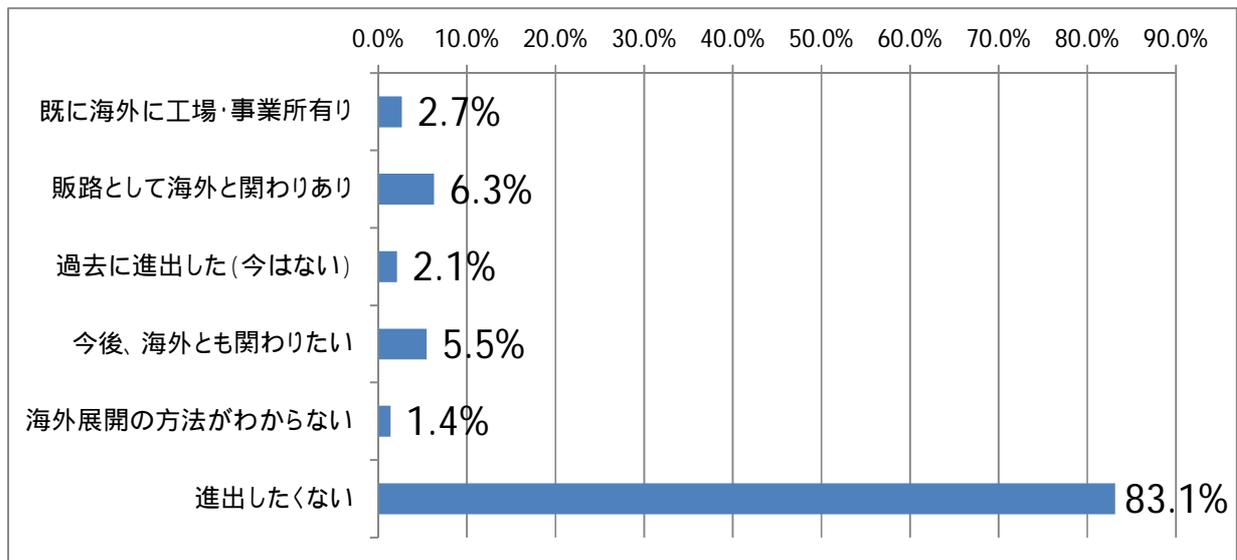


選択肢	回答数	構成比
直接海外と関わりあり	13	25.5%
間接的に海外と関わりあり	17	33.3%
関わりない	20	39.2%
不明	1	2.0%
合計	51	100.0%

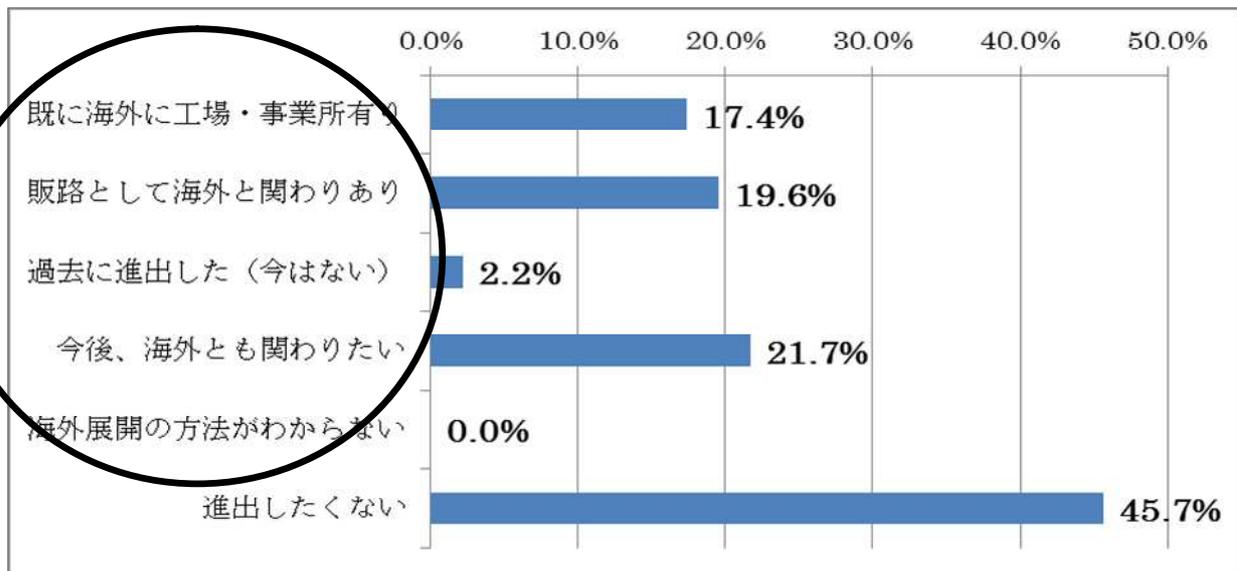
輸出入では企業全体は「関わりがない」が約70%で多いが、MACC企業では「直接または間接的に関わっている」が約60%を占めています。

( 3 ) 海外への展開 ( 複数回答 )( Q 5 - 3 )

調査全体 ( 回答数 N = 1,079 )



M A C C 企業の場合 ( 回答数 N = 46 )

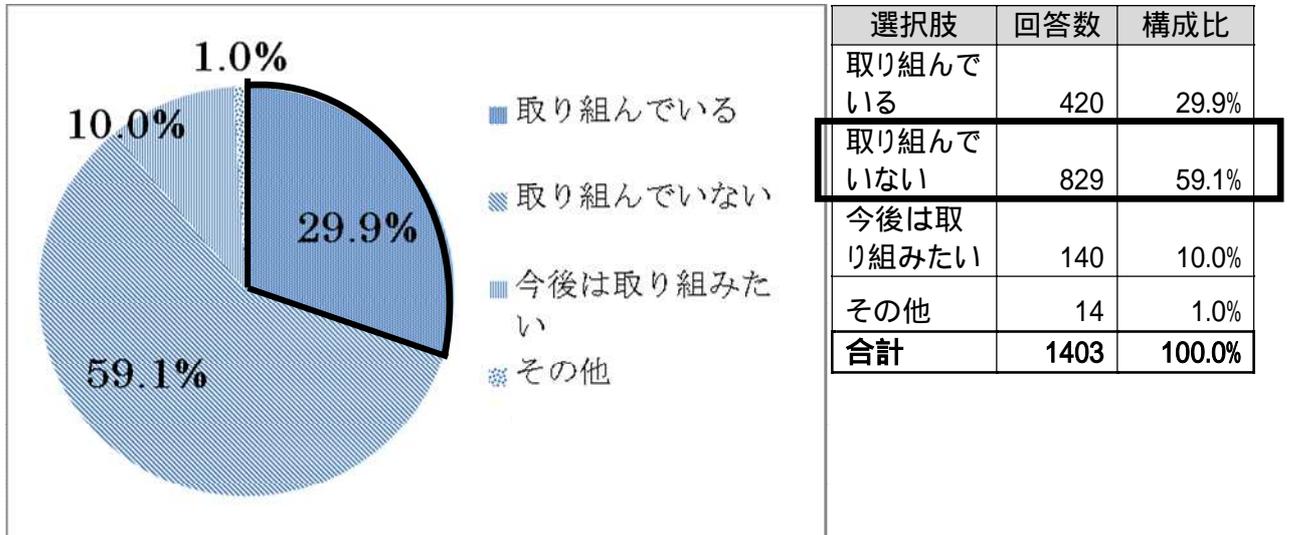


全体企業では、海外展開に対し「進出したくない」が80%以上であるが、M A C C 企業では、海外展開の実績を持つとともに、検討している比率が高い。

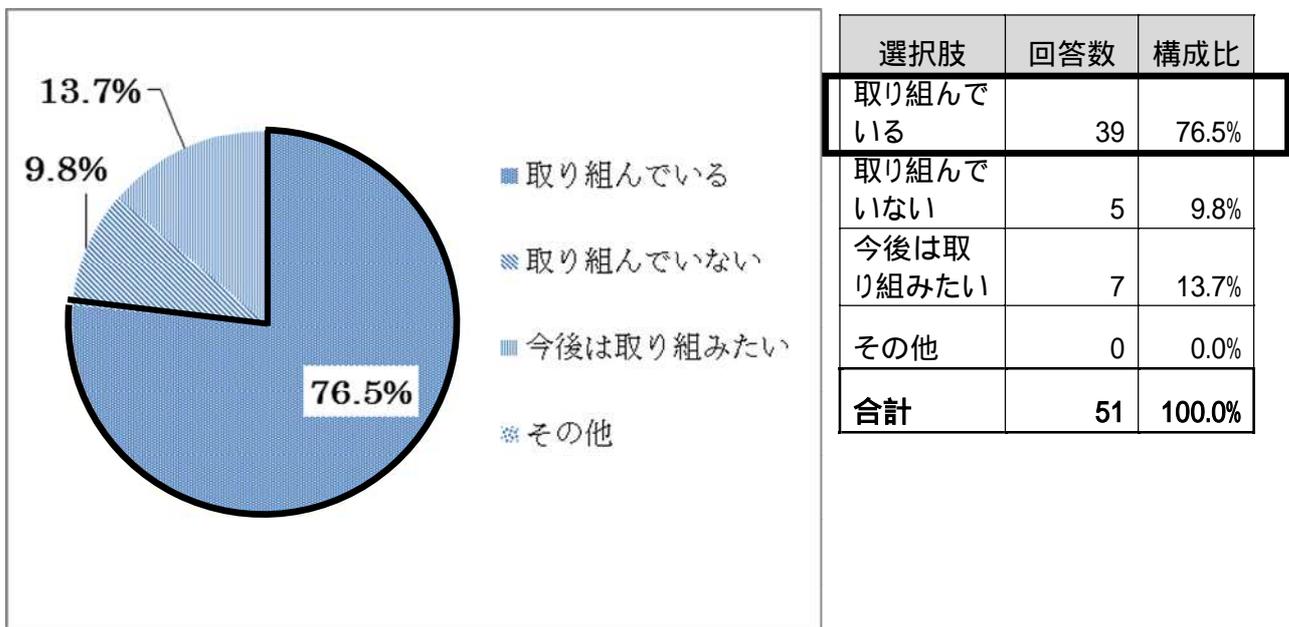
## 販路拡大

### (1) 新たな販路開拓 (Q6 - 1)

調査全体 (回答数 N = 1,403)



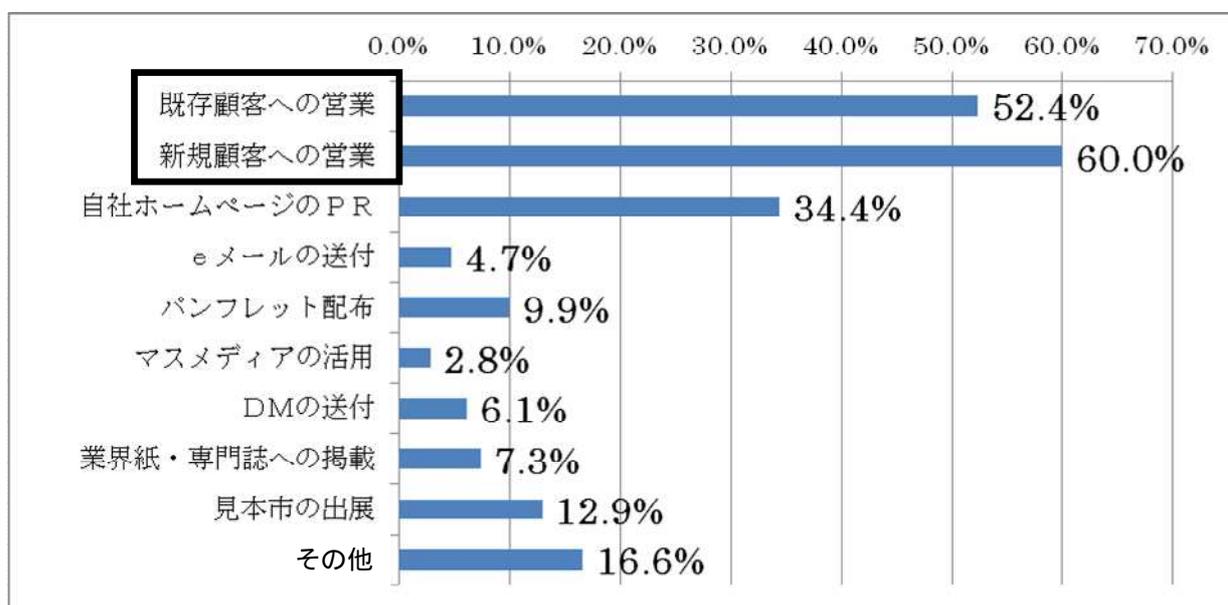
MACC企業の場合 (回答数 N = 51)



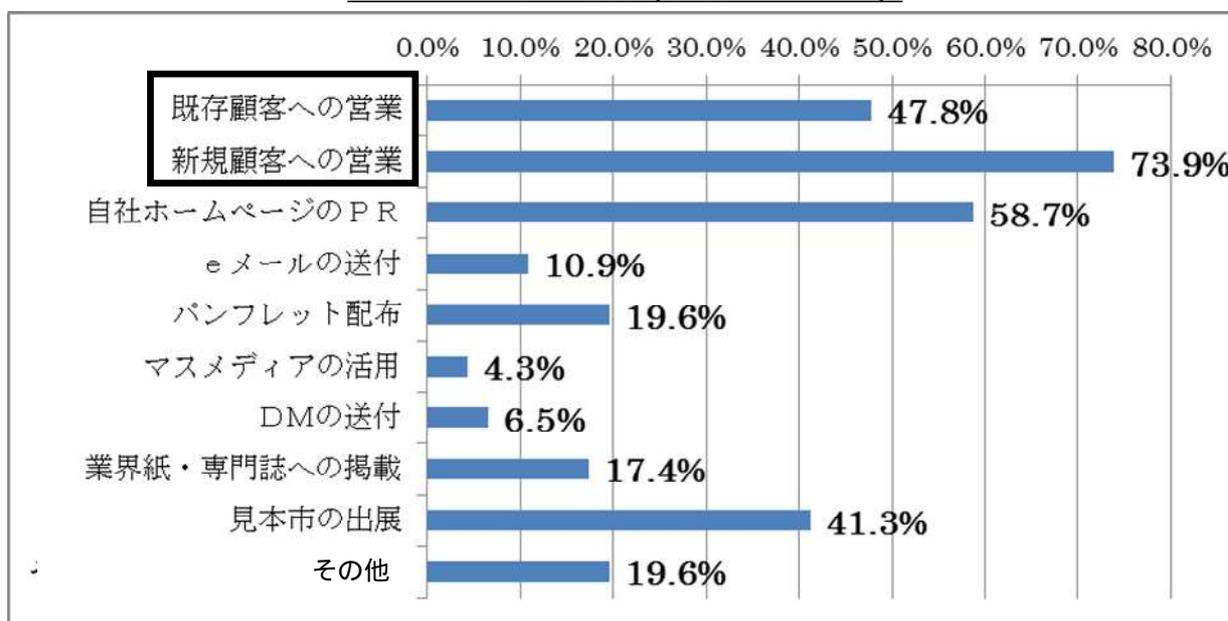
販路開拓に関して、全体企業は「取り組んでいない」が約60%であるが、MACC企業は約80%近くが取り組んでいます。

(2) 具体的な取組(取組みたい)内容(複数回答)(Q6-2)

調査全体(回答数 N = 573)



MACC企業の場合(回答数 N = 46)



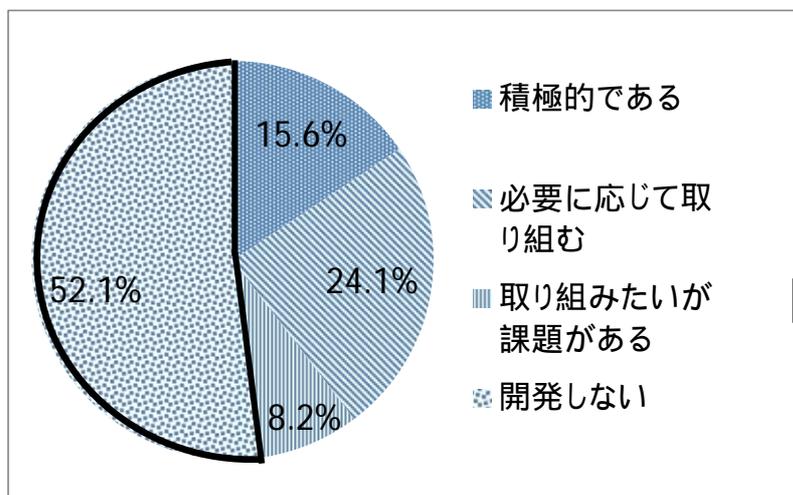
全体企業では「既存顧客への営業」が多いが、MACC企業は新規開拓比率が高いのが特徴的です。

さらに、ホームページの活用、展示会出展など積極的な販売活動を行っています。

## 新製品・技術の開発

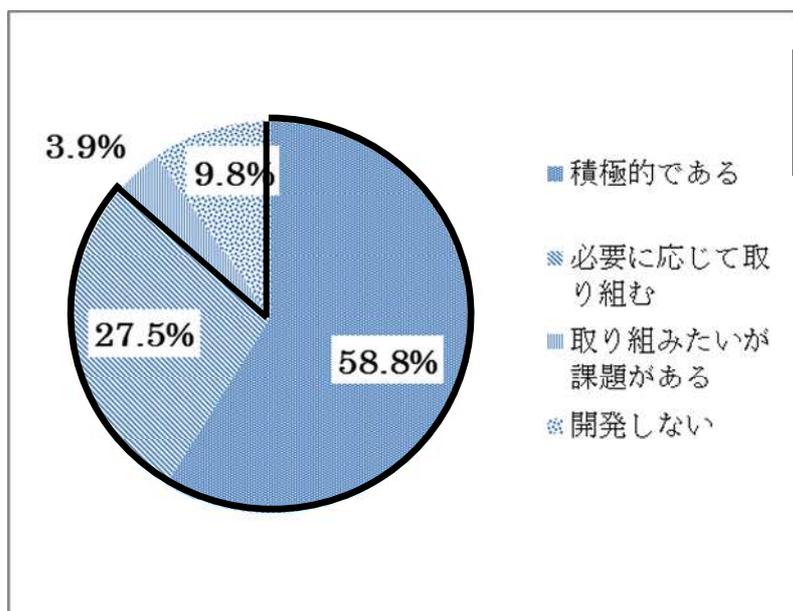
### (1) 新製品・技術開発 取り込み意欲 (Q7-1)

調査全体 (回答数 N =1,348)



選択肢	回答数	構成比
積極的である	210	15.6%
必要に応じて取り組む	325	24.1%
取り組みたいが課題がある	111	8.2%
開発しない	702	52.1%
合計	1348	100.0%

M A C C 企業の場合 (回答数 N =51)



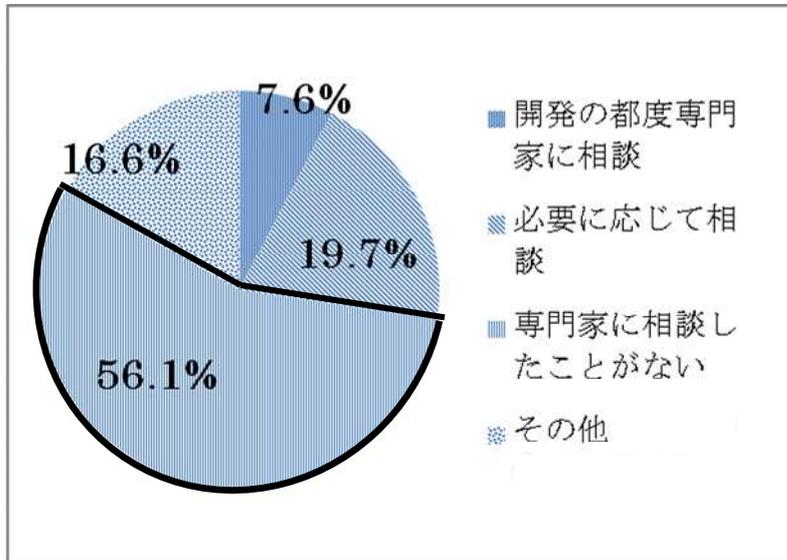
選択肢	回答数	構成比
積極的である	30	58.8%
必要に応じて取り組む	14	27.5%
取り組みたいが課題がある	2	3.9%
開発しない	5	9.8%
合計	51	100.0%

新製品開発は全体企業では「開発しない」が半数以上であり、「開発に取り組む（積極的・必要に応じて）」は約40%になっています。

一方でMACC企業は、「開発に取り組む（積極的・必要に応じて）」が約86%と非常に高い状況にあります。

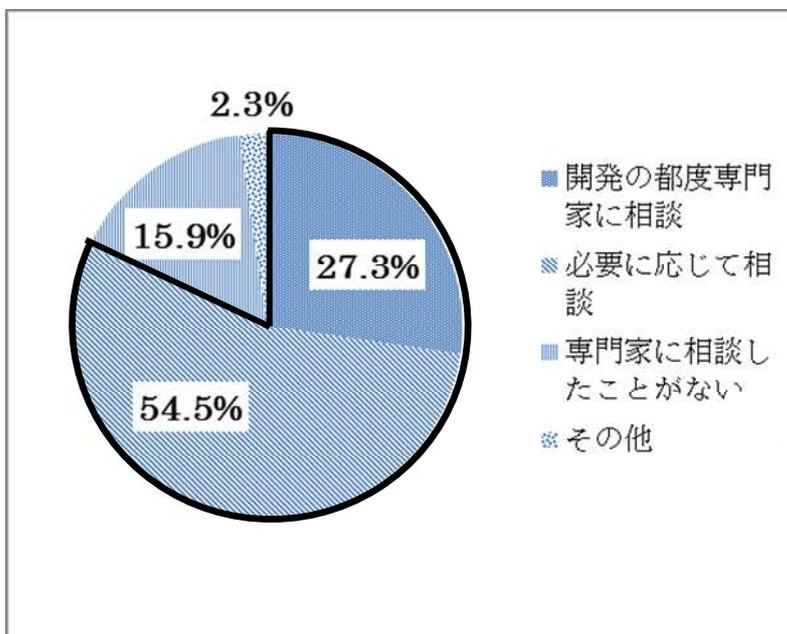
( 2 ) 知的財産の関わり ( Q 7 - 3 )

調査全体 ( 回答数 N =761 )



選択肢	回答数	構成比
開発の都度専門家に相談	58	7.6%
必要に応じて相談	150	19.7%
専門家に相談したことがない	427	56.1%
その他	126	16.6%
合計	761	100.0%

M A C C 企業の場合 ( 回答数 N =44 )



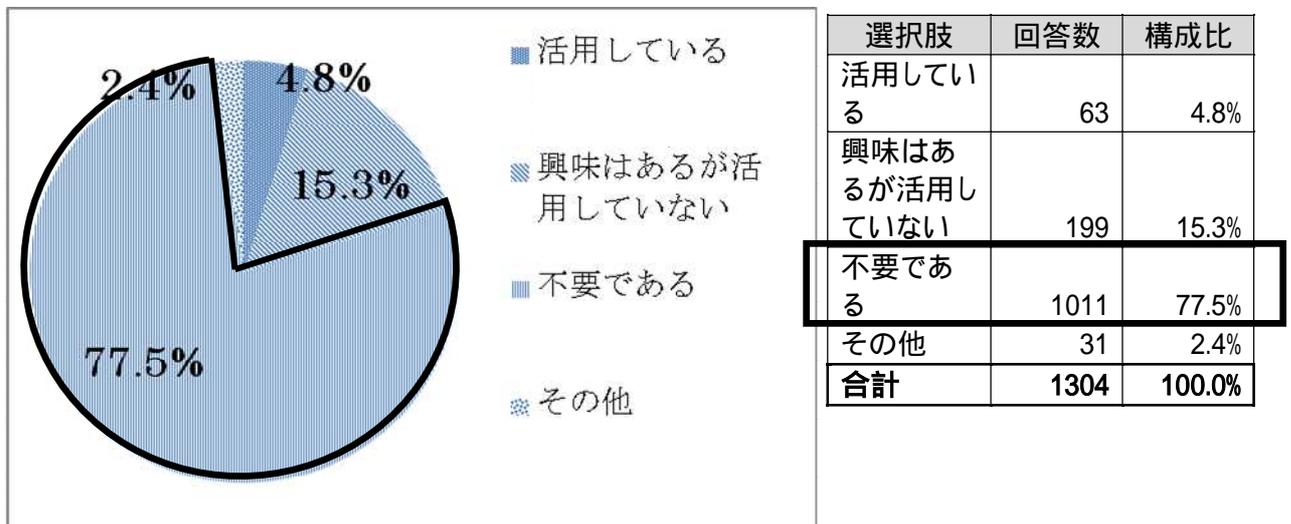
選択肢	回答数	構成比
開発の都度専門家に相談	12	27.3%
必要に応じて相談	24	54.5%
専門家に相談したことがない	7	15.9%
その他	1	2.3%
合計	44	100.0%

知財に関して、全体企業は「専門家に相談した事がない」比率が約56%で高く、「専門家に相談」が低い状況にあります。一方で、MACC企業は「専門家に相談」が約80%であり活用している実態が伺えます。

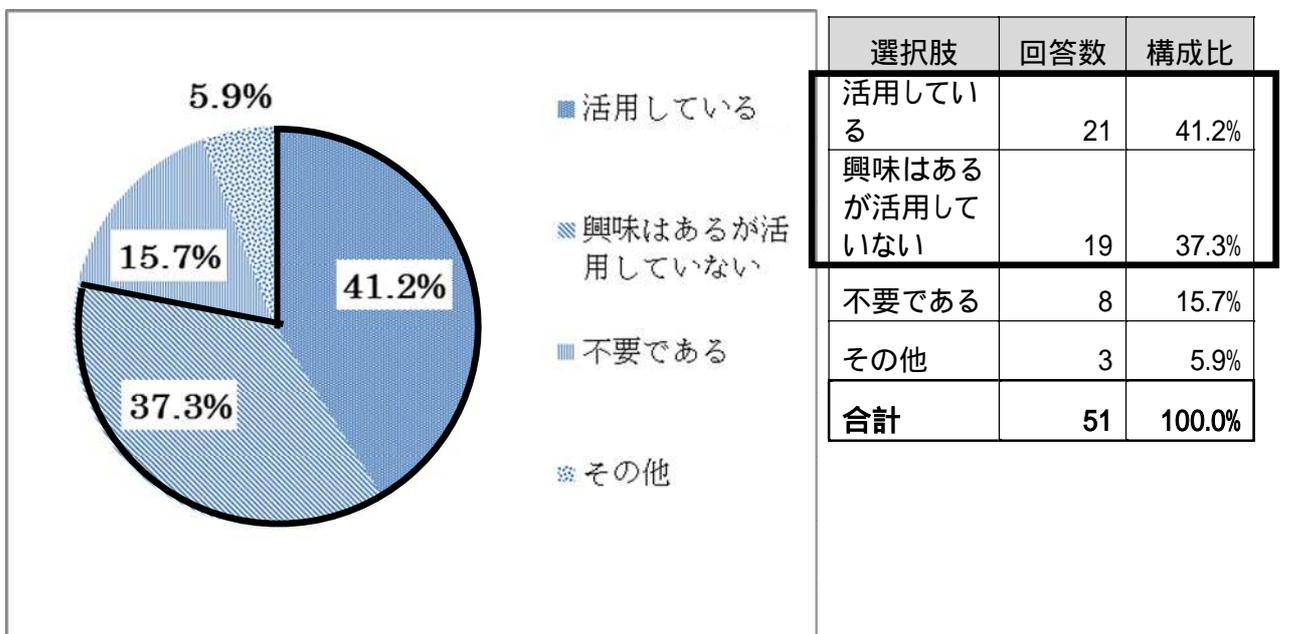
産学連携への取り組み

(1) 大学・研究機関との連携・活用 (Q8-1)

調査全体 (回答数 N =1,304)



MACC企業の場合 (回答数 N =51)



産学連携では全体企業は「必要がない」が77.5%と非常に高い状況にあります。MACC企業は「活用している」、「興味がある」が78.5%と積極的な姿勢が見られます。

## 2. 景況感別の企業実態

Q1-4 「売上高推移」やQ1-5 「利益水準推移」の回答を受け、「増収増益」、「横ばい」、「減収減益」と3つのグループに分けて、他の質問への回答において、特徴的な関係性が示された問いについて、分析を行います。

### Q1-1 事業の現状について

選択肢	全体		増収増益		横ばい		減収減益	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
順調	134	8.8%	48	49.5%	47	17.7%	25	2.4%
やや順調	443	29.0%	43	44.3%	149	56.0%	184	18.0%
問題あり	634	41.4%	6	6.2%	54	20.3%	524	51.2%
問題多い	319	20.8%	0	0.0%	16	6.0%	290	28.3%
合計	1530	100.0%	97	100.0%	266	100.0%	1023	100.0%

当然のことではあるが、「増収増益」グループは、他の「横ばい」グループや「減収減益」グループに比べ、事業そのものが順調であると答える割合が高くなっています。

### Q1-2 今後(2~3年)の事業意向について

選択肢	全体		増収増益		横ばい		減収減益	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
現状維持	1251	81.8%	80	82.5%	237	89.1%	807	78.9%
立替・増改築	29	1.9%	8	8.2%	7	2.6%	8	0.8%
近隣で敷地拡大	17	1.1%	6	6.2%	1	0.4%	6	0.6%
区外への移転	13	0.8%	3	3.1%	3	1.1%	7	0.7%
事業所の縮小	80	5.2%	0	0.0%	7	2.6%	69	6.7%
閉鎖・廃業	140	9.2%	0	0.0%	11	4.1%	126	12.3%
合計	1530	100.0%	97	100.0%	266	100.0%	1023	100.0%

今後の事業の意向について、各グループとも「現状維持」との回答が最も多くなっています。

「増収増益」グループにおいては、約15%が「立替・増改築」、「敷地拡大」を検討していますが、一方で「減収減益」グループでは、「事業所の縮小」ないし「閉鎖・廃業」を考えている企業が多い傾向にあります。

Q1 - 3 現状の課題に対する認識（複数回答）

選択肢	全体		増収増益		横ばい		減収減益	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
売上数量減少	963	63.1%	6	6.8%	63	24.0%	833	84.5%
売上単価低下	423	27.7%	12	12.5%	52	19.8%	321	31.4%
顧客減少	584	38.3%	10	10.4%	42	16.0%	504	49.3%
製品技術開発	64	4.2%	12	12.5%	13	5.0%	23	2.3%
仕入れ料不足	18	1.2%	1	1.0%	5	1.9%	10	1.0%
仕入れ単価増加	253	16.6%	17	17.7%	45	17.2%	163	15.9%
商材魅力不足	16	1.0%	0	0.0%	3	1.1%	12	1.2%
従業員能力停滞	35	2.3%	7	7.3%	8	3.1%	14	1.4%
組織力停滞	11	0.7%	3	3.1%	2	0.8%	4	0.4%
人材不足	112	7.3%	27	28.1%	29	11.1%	39	3.8%
設備老朽化	165	10.8%	15	15.6%	31	11.8%	87	8.5%
設備資金不足	49	3.2%	7	7.3%	8	3.1%	25	2.4%
運転資金不足	97	6.4%	5	5.2%	9	3.4%	62	6.1%
IT化遅れ	18	1.2%	2	2.1%	5	1.9%	9	0.9%
技術力不足	20	1.3%	2	2.1%	8	3.1%	7	0.7%
事業承継	101	6.6%	9	9.4%	21	8.0%	59	5.8%
近隣問題	19	1.2%	2	2.1%	6	2.3%	9	0.9%
販路開拓	91	6.0%	14	14.6%	15	5.7%	51	5.0%
為替レート	20	1.3%	3	3.1%	5	1.9%	8	0.8%
その他(自由記載欄へ)	183	12.0%	27	28.1%	74	28.2%	66	6.5%
合計	1525	-	96	-	262	-	1022	-

景況感が悪くなるにつれて、「売上減少（数量減少、単価低下）」「顧客の減少」を課題と回答する企業が増えている傾向が確認できます。

一方で、「増収増益」グループにおいては、「人材不足」「設備の老朽化」といった企業内部面における課題を回答する割合が増えています。

Q 1 - 6 顧客社数

選択肢	全体		増収増益		横ばい		減収減益	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
1社	144	9.4%	2	2.1%	33	12.4%	104	10.2%
2～4社	341	22.3%	7	7.2%	63	23.7%	257	25.1%
5～9社	293	19.2%	17	17.5%	42	15.8%	214	20.9%
10～19社	249	16.3%	18	18.6%	45	16.9%	163	15.9%
20～29社	121	7.9%	13	13.4%	24	9.0%	72	7.0%
30社以上	380	24.9%	40	41.2%	59	22.2%	212	20.7%
<b>合計</b>	<b>1528</b>	<b>100.0%</b>	<b>97</b>	<b>100.0%</b>	<b>266</b>	<b>100.0%</b>	<b>1022</b>	<b>100.0%</b>

Q 1 - 7 主要一社の売上比率

選択肢	全体		増収増益		横ばい		減収減益	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
20%以下	303	26.2%	26	33.8%	49	24.0%	186	24.3%
21～40%	319	27.6%	28	36.4%	58	28.4%	202	26.4%
41～60%	224	19.4%	15	19.5%	34	16.7%	156	20.4%
61～80%	132	11.4%	5	6.5%	25	12.3%	92	12.0%
81～100%	178	15.4%	3	3.9%	38	18.6%	129	16.9%
<b>合計</b>	<b>1156</b>	<b>100.0%</b>	<b>77</b>	<b>100.0%</b>	<b>204</b>	<b>100.0%</b>	<b>765</b>	<b>100.0%</b>

景況感が良い企業ほど取引先企業数も多く、主要一社の売上も低く、特定の取引先に依存していないことが見て取れます。

Q 1 - 10 強化すべき区の施策（3個まで選択）

選択肢	全体		増収増益		横ばい		減収減益	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
製品開発支援	136	9.0%	17	17.7%	17	6.5%	82	8.1%
販売の促進策	310	20.5%	14	14.6%	31	11.8%	234	23.1%
資金の調達支援	445	29.4%	37	38.5%	64	24.4%	288	28.5%
従業員の確保、育成策	95	6.3%	12	12.5%	19	7.3%	46	4.5%
事業継承の支援	120	7.9%	9	9.4%	21	8.0%	77	7.6%
産学連携の推進	43	2.8%	7	7.3%	4	1.5%	24	2.4%
IT活用支援	46	3.0%	9	9.4%	5	1.9%	27	2.7%
生産管理、省エネ管理支援	50	3.3%	5	5.2%	9	3.4%	27	2.7%
デザイン支援	36	2.4%	4	4.2%	3	1.1%	24	2.4%
災害対策支援	111	7.3%	13	13.5%	21	8.0%	65	6.4%
知的財産の確保	18	1.2%	2	2.1%	3	1.1%	11	1.1%
その他(下のテキストへ)	727	48.0%	31	32.3%	151	57.6%	501	49.5%
<b>合計</b>	<b>1514</b>	-	<b>96</b>	-	<b>262</b>	-	<b>1012</b>	-

Q1-11 区が実施する事業の認知（複数回答）

選択肢	全体		増収増益		横ばい		減収減益	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
融資の斡旋	990	64.6%	79	81.4%	164	61.7%	639	62.4%
セーフティネット保証認定	279	18.2%	26	26.8%	50	18.8%	166	16.2%
企業診断	382	24.9%	29	29.9%	73	27.4%	233	22.8%
高度特定分野専門家派遣	126	8.2%	11	11.3%	34	12.8%	65	6.3%
人材確保・雇用の相談	190	12.4%	18	18.6%	38	14.3%	109	10.6%
大学等と企業課題相談	126	8.2%	13	13.4%	24	9.0%	73	7.1%
倒産防止共済加入助成	322	21.0%	30	30.9%	66	24.8%	186	18.2%
セミナー・研修受講補助	214	14.0%	21	21.6%	34	12.8%	127	12.4%
中退共加入助成	292	19.1%	26	26.8%	63	23.7%	168	16.4%
あらかわ経営塾	187	12.2%	18	18.6%	27	10.2%	109	10.6%
IT活用セミナー	149	9.7%	15	15.5%	26	9.8%	91	8.9%
日暮里経営セミナー	132	8.6%	13	13.4%	27	10.2%	73	7.1%
産業財産権補助	68	4.4%	7	7.2%	16	6.0%	36	3.5%
ISO取得認証補助	111	7.2%	14	14.4%	20	7.5%	63	6.2%
新製品新技術開発補助	149	9.7%	14	14.4%	35	13.2%	86	8.4%
新製品・新技術大賞	140	9.1%	16	16.5%	27	10.2%	81	7.9%
荒川区ビジネスプランコンテスト	85	5.5%	10	10.3%	17	6.4%	46	4.5%
試験研究機関活用補助	62	4.0%	6	6.2%	14	5.3%	35	3.4%
産学連携研究開発補助	111	7.2%	8	8.2%	19	7.1%	68	6.6%
あらかわショッピングモール	195	12.7%	17	17.5%	45	16.9%	111	10.8%
見本市等出店補助	166	10.8%	20	20.6%	27	10.2%	101	9.9%
魅力発信PR動画制作補助	69	4.5%	9	9.3%	18	6.8%	36	3.5%
荒川区産業展	550	35.9%	36	37.1%	100	37.6%	354	34.6%
東京城北勤労者サービスセンター	103	6.7%	7	7.2%	22	8.3%	63	6.2%
いずれも知らない	394	25.7%	12	12.4%	71	26.7%	288	28.1%
合計	1532	-	97	-	206	-	1024	-

区が実施する支援施策についての回答をまとめたものです。

なお、Q1-10では、希望する施策については、「増収増益」グループで、「資金調達支援」をはじめ、全体的に望む割合が高くなります。

一方、景況感の悪いグループでは、「資金調達支援」と並んで「販売支援」を望んでいる回答が多い傾向にあります。

また区が実施している各施策についての認知度では（Q1-11）もっとも特徴的な部分としては、景況感が悪くなるにつれて「いずれの施策も知らない」という回答が多くなっています。

### Q 2 - 1 借入金残高

選択肢	全体		増収増益		横ばい		減収減益	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
あり	711	50.9%	73	80.2%	105	43.4%	433	46.6%
なし	687	49.1%	18	19.8%	137	56.6%	496	53.4%
合計	1398	100.0%	91	100.0%	242	100.0%	929	100.0%

### Q 2 - 2 借入に対する制度利用（複数回答）

選択肢	全体		増収増益		横ばい		減収減益	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
荒川区制度融資	472	66.4%	51	69.9%	74	70.5%	286	66.1%
日本政策金融公庫	161	22.6%	21	28.8%	21	20.0%	92	21.2%
東商(マル経)	32	4.5%	2	2.7%	3	2.9%	20	4.6%
東京都制度融資	89	12.5%	8	11.0%	9	8.6%	51	11.8%
制度利用はしていない	308	43.3%	20	27.4%	49	46.7%	208	48.0%
合計	711	-	73	-	105	-	433	-

借入金については、景況感が良いほど「借入金がある」と回答する割合が高くなっていることが確認できます。

また制度融資の利用先について大きな違いは見られなかったが、景況感が悪い企業ほど「制度を利用していない」と回答する企業の割合が高くなっています。

### Q 3 - 1 継承先

選択肢	全体		増収増益		横ばい		減収減益	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
後継者に承継	433	30.2%	50	56.8%	80	31.5%	251	26.3%
事業を廃止・清算予定	487	33.9%	5	5.7%	82	32.3%	379	39.8%
事業を売却	5	0.3%	1	1.1%	0	0.0%	4	0.4%
検討する時期にない	293	20.4%	20	22.7%	63	24.8%	171	17.9%
検討しているが具体的には未定	218	15.2%	12	13.6%	29	11.4%	148	15.5%
合計	1436	-	88	-	254	-	953	-

事業の継承については、景況感が良いほど、「後継者に承継」との回答が多いのに比べ、景況感が悪くなるにつれて「事業の廃止・清算」を考えている企業が多いことがわかります。

### Q 5 - 1 為替変動について

選択肢	全体		増収増益		横ばい		減収減益	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
感じない	834	63.1%	43	50.0%	148	65.2%	572	65.5%
多少は感じる	257	19.5%	16	18.6%	46	20.3%	162	18.6%
影響ある	154	11.7%	19	22.1%	24	10.6%	94	10.8%
大きく影響する	76	5.8%	8	9.3%	9	4.0%	45	5.2%
合計	1321	-	86	-	227	-	873	-

### Q 5 - 2 輸出入について

選択肢	全体		増収増益		横ばい		減収減益	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
直接海外と関わりあり	112	8.0%	21	22.8%	21	8.7%	43	4.7%
間接的に海外と関わりあり	258	18.4%	26	28.3%	46	19.0%	157	17.0%
関わりない	965	69.0%	43	46.7%	167	69.0%	679	73.5%
不明	64	4.6%	2	2.2%	8	3.3%	45	4.9%
合計	1399	-	92	-	242	-	924	-

### Q 5 - 3 海外への展開（複数回答）

選択肢	全体		増収増益		横ばい		減収減益	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
既に海外に工場・事業所有り	29	2.7%	6	8.0%	4	2.1%	11	1.6%
販路として海外と関わりあり	68	6.3%	12	16.0%	13	7.0%	25	3.6%
過去に進出した(今はない)	23	2.1%	1	1.3%	4	2.1%	16	2.3%
今後、海外とも関わりたい	59	5.5%	13	17.3%	7	3.7%	30	4.3%
海外展開の方法がわからない	15	1.4%	0	0.0%	4	2.1%	9	1.3%
進出したくない	897	83.1%	45	60.0%	155	82.9%	616	88.1%
合計	1079	-	75	-	187	-	699	-

海外展開についての設問ですが、景況感が良いグループほど輸出入などの形で海外取引に関わっている割合が高い傾向にあります。また海外への展開についても、景況感が良い企業ほど海外に工場や事業所を有している、または販路開拓などを行っている企業の割合が高いのが確認できます。

### Q 6 - 1 新たな販路開拓

選択肢	全体		増収増益		横ばい		減収減益	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
取り組んでいる	420	29.9%	60	65.9%	56	23.1%	238	25.5%
取り組んでいない	829	59.1%	24	26.4%	167	69.0%	585	62.6%
今後は取り組みたい	140	10.0%	6	6.6%	18	7.4%	100	10.7%
その他(下のテキストへ入力)	14	1.0%	1	1.1%	1	0.4%	11	1.2%
<b>合計</b>	<b>1403</b>	-	<b>91</b>	-	<b>242</b>	-	<b>934</b>	-

「増収増益」グループでは、新たな販路の開拓に積極的に取り組んでいるという企業の割合が、他のグループに比べて突出して高いことがわかります。

### Q 7 - 1 新製品・技術開発 取り込み意欲

選択肢	全体		増収増益		横ばい		減収減益	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
積極的である	210	15.6%	35	39.3%	38	16.5%	101	11.3%
必要に応じて取り組む	325	24.1%	24	27.0%	55	23.8%	209	23.3%
取り組みたいが課題がある	111	8.2%	6	6.7%	21	9.1%	69	7.7%
開発しない	702	52.1%	24	27.0%	117	50.6%	517	57.7%
<b>合計</b>	<b>1348</b>	-	<b>89</b>	-	<b>231</b>	-	<b>896</b>	-

### Q 7 - 3 知財の関わり

選択肢	全体		増収増益		横ばい		減収減益	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
開発の都度専門家に相談	58	7.6%	15	23.1%	8	6.2%	26	5.4%
必要に応じて相談	150	19.7%	17	26.2%	28	21.5%	85	17.8%
専門家に相談したことがない	427	56.1%	26	40.0%	74	56.9%	284	59.4%
その他(下のテキストへ入力)	126	16.6%	7	10.8%	20	15.4%	83	17.4%
<b>合計</b>	<b>761</b>	-	<b>65</b>	-	<b>130</b>	-	<b>478</b>	-

景況感の良いグループほど、新製品・新技術開発に積極的であることが確認できます。また景況感の良いグループほど、開発した製品や技術についての知的財産権に関する意識も高いことが確認できます。

Q 8 - 1 大学研究機関との連携

選択肢	全体		増収増益		横ばい		減収減益	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
活用している	63	4.8%	6	6.7%	16	7.3%	29	3.4%
興味はあるが活用していない	199	15.3%	25	28.1%	21	9.6%	123	14.3%
不要である	1011	77.5%	57	64.0%	179	81.7%	686	79.5%
その他	31	2.4%	1	1.1%	3	1.4%	25	2.9%
<b>合計</b>	<b>1304</b>	-	<b>89</b>	-	<b>219</b>	-	<b>863</b>	-

景況感が良いグループほど、大学研究機関との連携に取り組みたいと考えている割合が高くなっていますが、実際に活用しているのは各グループとも10%を下回っている状況にあります。

# 参考資料

## 周知・PR関係

### 事前通知八ガキ

平成 25 年 6 月

区内製造業事業者の皆様へ

**荒川区製造業実態調査への協力願い**

日頃より荒川区の産業振興にご協力いただきありがとうございます。この度、荒川区では今後の産業施策に活かすことを目的に、調査を実施いたします。

今後（6月下旬から9月の間）中小企業診断士の資格を有する調査員が伺います。お手数ではございますが、調査票にご回答いただくとともに、貴社の経営相談等にも応じますので、ぜひこの機会をご利用ください。

なお、本調査は他の目的に使用したり、企業の個別内容を公表することは一切ありません。

ご多忙のところ誠に恐縮ではございますが、ご協力をお願い申し上げます。

調査機関：荒川区中小企業経営協会  
 税理士法人タクト内 担当 増田  
 電話 3805-5871 F A X 3805-5873

実施元：荒川区産業経済部経営支援課 栗村・尾澤  
 荒川区荒川 2-1-5 セントラル荒川ビル 3F  
 電話 3803-2311 F A X 3803-2333  
 E-mail: keieishien@city.arakawa.tokyo.jp

### 東京商工会議所荒川支部からの周知文書

平成 2 5 年 6 月 吉 日

東京商工会議所 荒川支部  
 関係分科会 会員各位

荒川区産業経済部  
 経営支援課長 吉野 豊喜

**荒川区製造業実態調査への協力依頼について**

貴社、ますますご健勝のこととお喜び申し上げます。日頃より、荒川区の産業振興にご協力いただき、誠にありがとうございます。

この度、荒川区では、区内の中小製造業の実態を把握し、今後の施策に生かすために、「製造業実態調査」を実施いたします。

つきましては、下記のとおり調査員が貴社を訪問した際は、ご協力いただくようお願い申し上げます。

なお本調査結果は、上記目的以外に使用したり、企業の個別内容を公表することは一切ありませんので、併せて申し添えいたします。

記

- 調査対象 荒川区内の製造業事業者
- 調査期間 平成 2 5 年 6 月下旬～ 9 月下旬
- 調査方法 調査員が事業所を訪問し、調査票の質問事項について、聞き取りを通じてご回答いただきます。
- 調査機関 荒川区中小企業経営協会
- 経営相談 今回の調査の特徴として、「中小企業診断士」の資格を有する者が調査員として伺います。  
 つきましては、調査の一環として、貴社の経営課題等をお聞きいたしますが、必要に応じて、調査員が簡単な相談はその場で応じ、また区の支援策を紹介するなどを通じて、経営のアドバイスをいたします。  
 調査に回答いただくとともに、是非ご活用ください。

【問合せ先】  
 調査機関：荒川区中小企業経営協会 税理士法人タクト内  
 担当 増田  
 電話：3805-5871 F A X：3805-5873  
 実施元：荒川区産業経済部経営支援課 担当 栗村・尾澤  
 住所：荒川区荒川 2 - 1 - 5 セントラル荒川ビル 3 F  
 電話：3803-2311 F A X：3803-2333  
 E-mail: keieishien@city.arakawa.tokyo.jp

## 広報誌での周知

**区内製造業の実態調査にご協力を**

区は6月9日に、区内製造業の経営実態を把握し、今後の施策に活かすための調査を行います。中小企業診断士の資格を持つ調査員が直接伺い、聞き取り調査と経営相談を行います（調査結果は目的以外に使用しません）。

調査機関 荒川区中小企業経営協会  
 問合せ 経営支援課 ☎内線 459

（区報 6月21日号）

**区の新たな 産業振興施策に反映**

「区内製造業の実態調査」は、区内製造業の特性や経営内容を把握し、区の地域経済活性化に向けた有効な産業振興施策を展開する際の基礎データとするのが目的で、平成21年度以来、4年ぶりに実施する調査です。

調査対象は、荒川区産業情報システムに登録されている区内の中小製造業約2000社です。

調査期間は6月9日～9月末日まで、対象企業は、案内がききまを予め郵送し、後日、中小企業診断士の資格を持つ調査員が訪問し、聞き取り調査を行います。調査は、荒川区中小企業経営協会が実施し、調査員が訪問した際にはご希望に応じ、経営相談なども行います。

**「区内製造業の実態調査」を実施 ～あわせて経営相談などにも応じます～**

区は、区内の製造業の経営環境や経営状況の実態に関するアンケート調査を行い、今後の産業振興施策の策定に役立てています。今回の調査では、中小企業診断士の資格を持つ調査員が伺い、経営相談なども併せて行います。

この機会に、ぜひご活用ください。

**支援事業につなぎます**

調査項目は、中小企業が直面する経営環境や経営状況のほか、今後の経営課題や区の産業施策に関する意見、要望などの項目も設けています。

区は、調査結果をまとめた報告書を作成して、今後の産業振興施策に活用するとともに、区内企業の経営課題などに対しては、内容に応じて専門家による経営課題の助言や区の支援メニューの紹介などをはじめとした支援事業につなぐ取り組みを行います。

**調査員 募集**

調査員 荒川区中小企業経営協会  
 区 長 尾 澤 隆 雄  
 区 長 補 佐 西 川 太 一

問合せ 経営支援課

（産業ナビ 6月21日号）