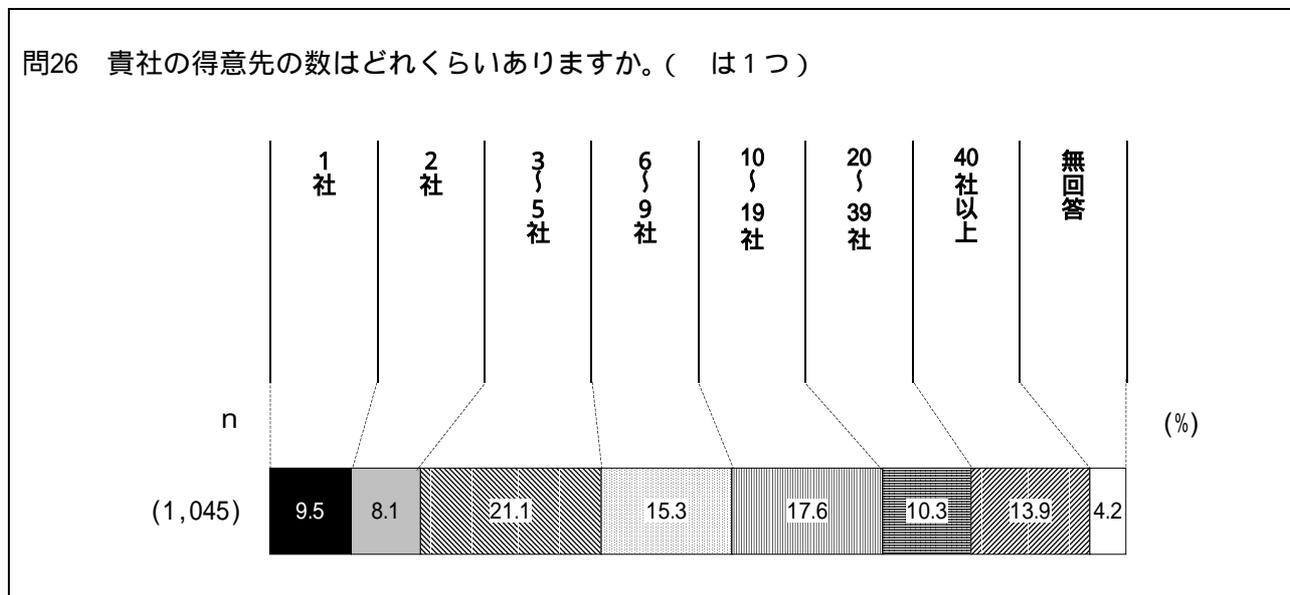


3 取引・販売

(1) 得意先の数

1社が1割で、5社以下は合わせて4割弱、10社以上が4割強。



経営組織別

経営組織別	回答数	1社	2社	3~5社	6~9社	10~19社	20~39社	40社以上	無回答
合計	1045	99	85	220	160	184	108	145	44
	100.0	9.5	8.1	21.1	15.3	17.6	10.3	13.9	4.2
株式会社	309	8	10	34	37	59	50	105	6
	100.0	2.6	3.2	11.0	12.0	19.1	16.2	34.0	1.9
有限会社	370	15	24	82	77	81	46	36	9
	100.0	4.1	6.5	22.2	20.8	21.9	12.4	9.7	2.4
合資会社	4	1	-	-	1	2	-	-	-
	100.0	25.0	-	-	25.0	50.0	-	-	-
その他法人	1	-	-	-	-	-	-	-	1
	100.0	-	-	-	-	-	-	-	100.0
個人事業所	357	74	51	103	44	42	12	4	27
	100.0	20.7	14.3	28.9	12.3	11.8	3.4	1.1	7.6

経営組織別に得意先の数を見ると

- ・株式会社では、10社以上の得意先がある事業所は約69%であり、特に「40社以上」の割合が34%と、他の区分と比較して高い割合となっている。
- ・有限会社では、10社以上の得意先がある事業所は約44%、9社以下は約54%となっている。
- ・個人事業所では、10社以上の得意先がある事業所は約16%であり、9社以下が約76%、1社のみも約21%となっている。

従業者数別

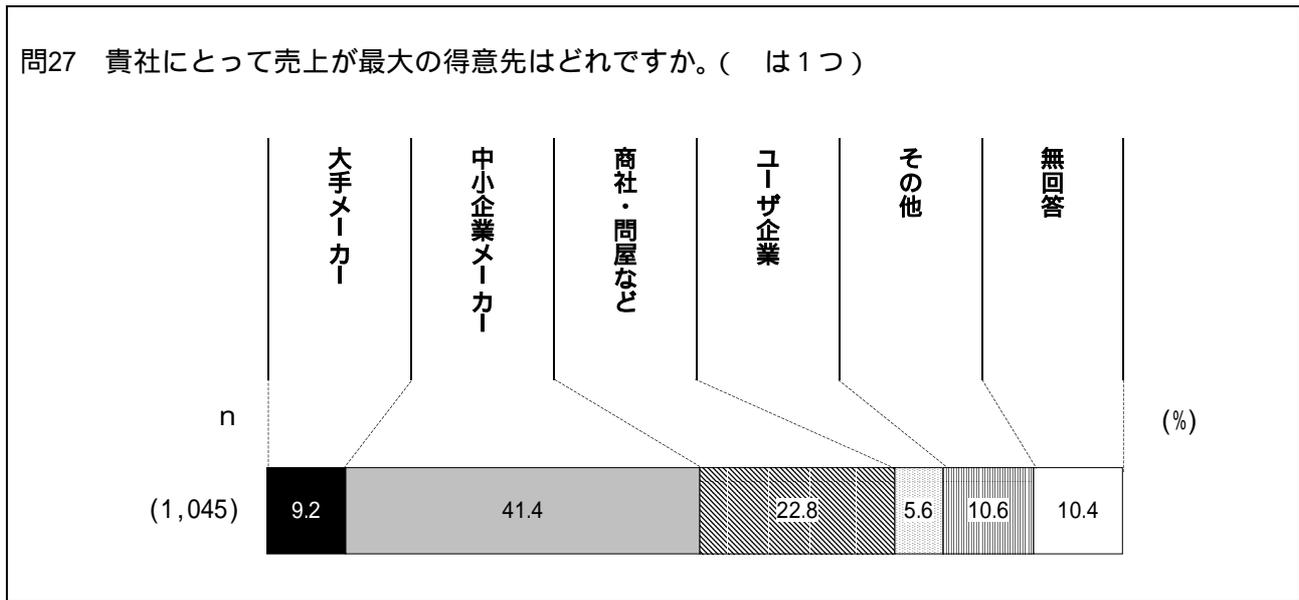
	回 答 数	1 社	2 社	3 ～ 5 社	6 ～ 9 社	10 ～ 19 社	20 ～ 39 社	40 社 以上	無 回 答
1～4人	690 100.0	83 12.0	77 11.2	183 26.5	118 17.1	119 17.2	50 7.2	26 3.8	34 4.9
5～9人	205 100.0	11 5.4	5 2.4	28 13.7	34 16.6	45 22.0	34 16.6	45 22.0	3 1.5
10～29人	113 100.0	1 0.9	2 1.8	9 8.0	7 6.2	18 15.9	19 16.8	52 46.0	5 4.4
30～49人	17 100.0	1 5.9	-	-	-	-	5 29.4	11 64.7	-
50～99人	9 100.0	-	-	-	-	2 22.2	-	7 77.8	-
100人以上	4 100.0	-	1 25.0	-	-	-	-	3 75.0	-

従業者数別に得意先の数を見ると、

- ・従業者数が増加するに従い、得意先の数は増加する傾向にあり、1～4人の事業所では、得意先が9社以下の事業所は約67%、10社以上が約28%なのに対して、10人以上の事業所では、10社以上が約80%以上と、高い割合になっている。

(2) 売上が最大の得意先・業態

「中小企業メーカー」が4割強で、「商社・問屋など」が2割強、「大手メーカー」が1割弱



経営組織別

経営組織別	回答数	大手メーカー	中小企業メーカー	商社・問屋など	ユーザ企業	その他	無回答
合計	1045	96	433	238	58	111	109
	100.0	9.2	41.4	22.8	5.6	10.6	10.4
株式会社	309	58	95	89	25	28	14
	100.0	18.8	30.7	28.8	8.1	9.1	4.5
有限会社	370	30	166	79	28	31	36
	100.0	8.1	44.9	21.4	7.6	8.4	9.7
合資会社	4	-	3	-	-	-	1
	100.0	-	75.0	-	-	-	25.0
その他法人	1	-	-	-	-	-	1
	100.0	-	-	-	-	-	100.0
個人事業所	357	8	167	70	5	52	55
	100.0	2.2	46.8	19.6	1.4	14.6	15.4

経営組織別に売上が最大の得意先・業態を見ると、

- ・株式会社では、「中小企業メーカー」及び「商社・問屋など」が各30%前後であるのに対して、有限会社及び個人事業所では、「中小企業メーカー」が45%前後と割合が高く、「商社・問屋など」が20%前後と割合が低い。

従業員数別

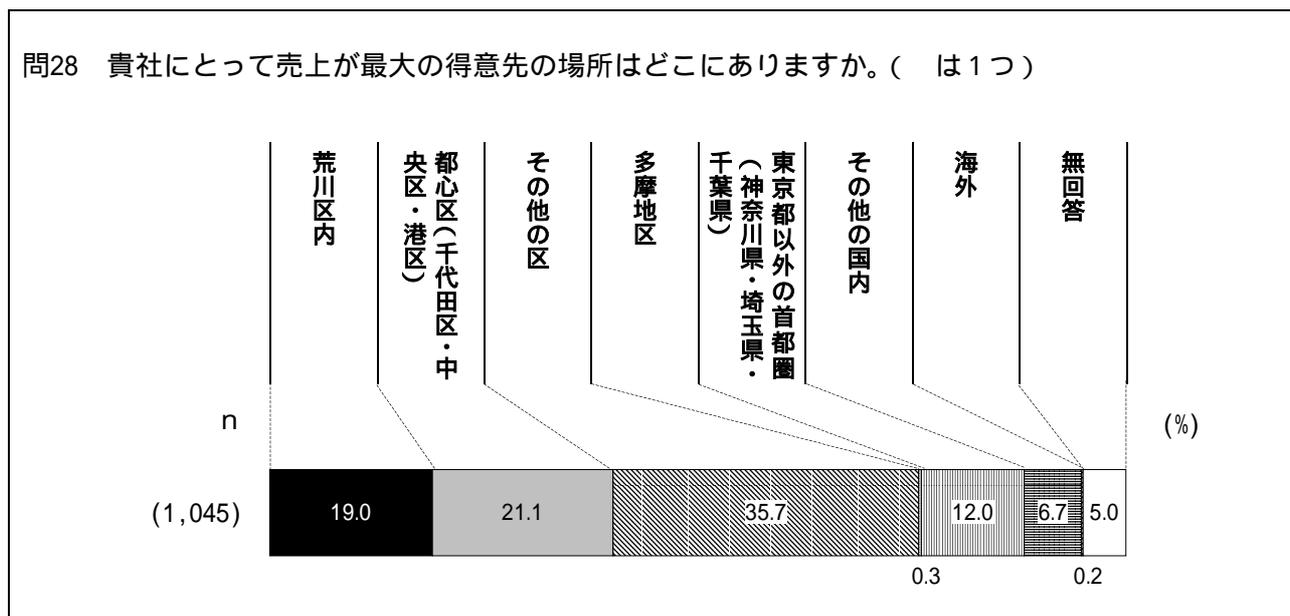
従業員数別	回答数	大手メーカー	中小企業メーカー	商社・問屋など	ユーザ企業	その他	無回答
1～4人	690	30	306	152	30	86	86
	100.0	4.3	44.3	22.0	4.3	12.5	12.5
5～9人	205	31	82	46	17	16	13
	100.0	15.1	40.0	22.4	8.3	7.8	6.3
10～29人	113	28	38	27	6	7	7
	100.0	24.8	33.6	23.9	5.3	6.2	6.2
30～49人	17	3	5	6	3	-	-
	100.0	17.6	29.4	35.3	17.6	-	-
50～99人	9	3	1	3	1	1	-
	100.0	33.3	11.1	33.3	11.1	11.1	-
100人以上	4	1	-	1	1	1	-
	100.0	25.0	-	25.0	25.0	25.0	-

従業員数別に売上が最大の得意先・業態を見ると、

- ・「中小企業メーカー」の割合は、従業員数が少ない事業所ほど高くなり、また反対に「商社・問屋など」及び「大手メーカー」の割合は、従業員数が多い事業所ほど高くなる傾向にある。

(3) 得意先の所在地

「荒川区内」が2割弱、「都心区」が2割強、「その他の区」が3割台半ば



経営組織別

経営組織別	回答数	荒川区内	都心区 (千代田区・中央区・港区)	その他の区	多摩地区	東京都以外の首都圏 (神奈川県・埼玉県・千葉県)	その他の国内	海外	無回答
合計	1045	199	221	373	3	125	70	2	52
	100.0	19.0	21.1	35.7	0.3	12.0	6.7	0.2	5.0
株式会社	309	19	89	108	1	45	36	2	9
	100.0	6.1	28.8	35.0	0.3	14.6	11.7	0.6	2.9
有限会社	370	75	71	138	1	52	23	-	10
	100.0	20.3	19.2	37.3	0.3	14.1	6.2	-	2.7
合資会社	4	1	1	2	-	-	-	-	-
	100.0	25.0	25.0	50.0	-	-	-	-	-
その他法人	1	-	-	-	-	-	-	-	1
	100.0	-	-	-	-	-	-	-	100.0
個人事業所	357	104	60	123	1	28	11	-	30
	100.0	29.1	16.8	34.5	0.3	7.8	3.1	-	8.4

経営組織別に最大の得意先の所在地を見ると、

- ・株式会社では、「その他の区」と「都心区」の割合が高いが、「荒川区内」は6%と低い。
- ・有限会社では、「その他の区」が約37%と最も高く、「荒川区内」及び「都心区」が各20%前後である。
- ・個人事業所では、「その他の区」が約35%、「荒川区内」が約29%であり、「都心区」の割合は約17%と、他の区分と比較して低い割合となっている。

従業者数別

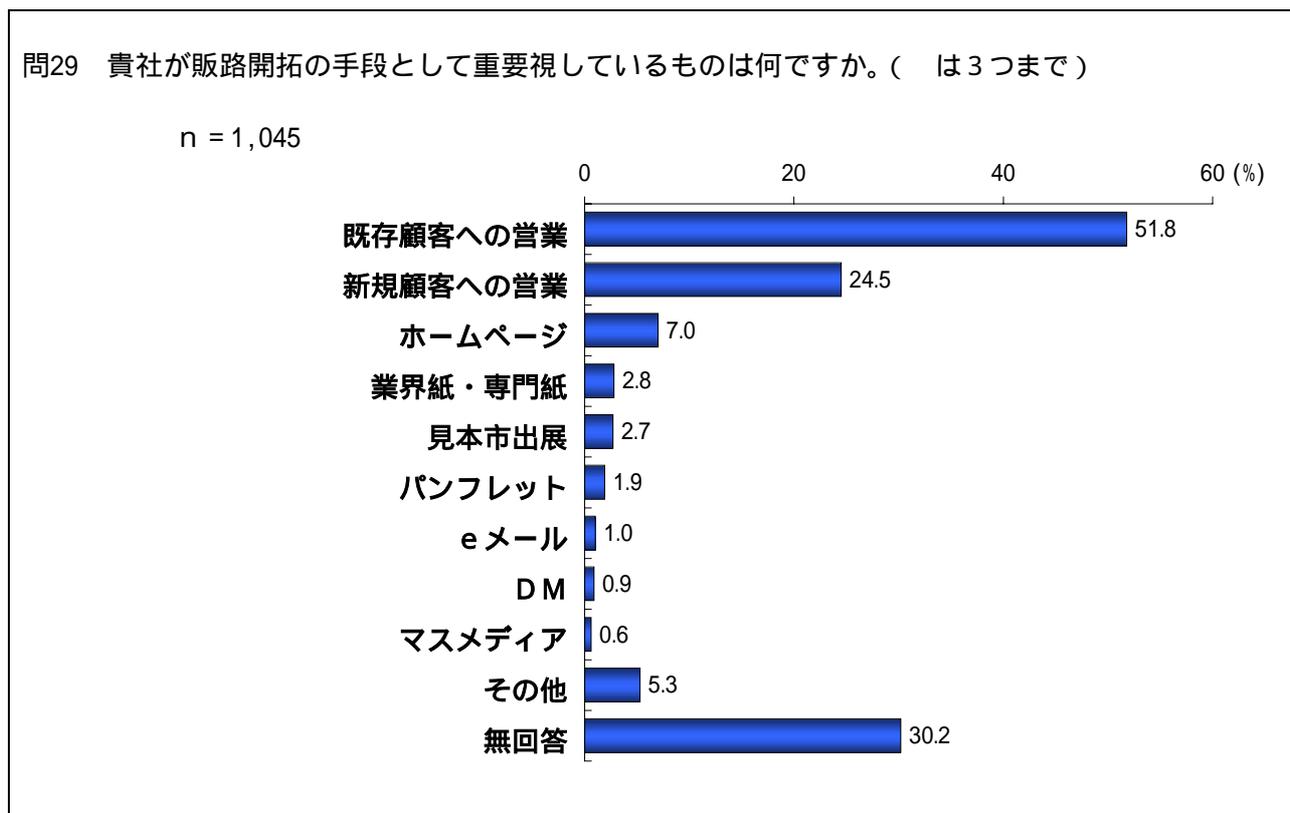
	回 答 数	荒 川 区 内	都 心 区 (千代田区・中央区・港区)	そ の 他 の 区	多 摩 地 区	東 京 都 以 外 の 首 都 圏 (神奈川県・埼玉県・千葉県)	そ の 他 の 国 内	海 外	無 回 答
合 計	1045 100.0	199 19.0	221 21.1	373 35.7	3 0.3	125 12.0	70 6.7	2 0.2	52 5.0
1～4人	690 100.0	165 23.9	133 19.3	239 34.6	2 0.3	74 10.7	31 4.5	1 0.1	45 6.5
5～9人	205 100.0	24 11.7	45 22.0	78 38.0	-	33 16.1	22 10.7	-	3 1.5
10～29人	113 100.0	10 8.8	29 25.7	45 39.8	1 0.9	14 12.4	12 10.6	-	2 1.8
30～49人	17 100.0	-	6 35.3	6 35.3	-	2 11.8	2 11.8	1 5.9	-
50～99人	9 100.0	-	4 44.4	2 22.2	-	2 22.2	1 11.1	-	-
100人以上	4 100.0	-	3 75.0	-	-	-	1 25.0	-	-

従業者数別に最大の得意先の所在地を見ると、

- ・全体的には、「その他の区」と答えた事業所の割合が高いが、従業者数が増加するに従い、「都心区」の割合が高くなる。
- ・一方、「荒川区内」と答えた事業所は、1～29人の事業所のみであり、30人以上の事業所ではない。

(4) 販路開拓の手段

「既存顧客への営業」が過半数で、「新規顧客への営業」が4社中1社



従業員数別

	回 答 数	既 存 顧 客 へ の 営 業	新 規 顧 客 へ の 営 業	ホ ー ム ペ ー ジ	e メ ー ル	パ ン フ レ ッ ト	マ ス メ デ ィ ア	D M	業 界 紙 ・ 専 門 紙	見 本 市 出 展	そ の 他	無 回 答
合 計	1045 100.0	541 51.8	256 24.5	73 7.0	10 1.0	20 1.9	6 0.6	9 0.9	29 2.8	28 2.7	55 5.3	316 30.2
1～4人	690 100.0	304 44.1	109 15.8	30 4.3	4 0.6	8 1.2	3 0.4	3 0.4	11 1.6	18 2.6	40 5.8	272 39.4
5～9人	205 100.0	130 63.4	70 34.1	26 12.7	4 2.0	6 2.9	1 0.5	-	9 4.4	2 1.0	12 5.9	28 13.7
10～29人	113 100.0	83 73.5	59 52.2	12 10.6	2 1.8	4 3.5	1 0.9	4 3.5	8 7.1	6 5.3	2 1.8	9 8.0
30～49人	17 100.0	13 76.5	8 47.1	3 17.6	-	-	-	2 11.8	-	2 11.8	1 5.9	1 5.9
50～99人	9 100.0	7 77.8	5 55.6	2 22.2	-	1 11.1	-	-	1 11.1	-	-	-
100人以上	4 100.0	3 75.0	4 100.0	-	-	1 25.0	1 25.0	-	-	-	-	-

従業員数別に販路開拓の手段を見ると、

- ・全体的に、「既存顧客への営業」、「新規顧客への営業」の割合が高く、従業員数が増加するに従い、その割合が高くなる傾向にある。
- ・また、従業員数が増加するに従い、「ホームページ」の割合も高くなる傾向にある。