

製造業集積地における企業間のつながり —取引ネットワークに関するアンケート調査 (2009年12月実施)の結果概要—

2010年11月30日

執筆者

植杉威一郎(RIETI, 一橋大学)

岡室博之(一橋大学)

平田英明(法政大学)

大久保俊亮(一橋大学大学院)

アンケート調査の概要

- データだけでは分からない企業間のつながり、金融機関との関係を把握することが目的。
- 企業向けアンケート調査を、2つの主体が同時期に実施
一橋大学が、文部科学省委託事業「持続的成長を可能にする産業・金融ネットワークの設計：研究代表者 渡辺努一橋大学教授」の一環として実施
経済産業省中小企業庁事業環境部企画課調査室が委託・実施
大田区産業経済部産業振興課が協力
- アンケート設計に関与した者（執筆者以外）
渡辺努（一橋大学）、稲葉大（キャノングローバル戦略研究所）、清水千弘（麗澤大学）、間真実（一橋大学大学院）
山田正人（前中小企業庁調査室長）、星野光明（現調査室長）、青木洋紀（調査室補佐）、相田政志（調査室）
石井芳明（大田区産業振興課長）



アンケート調査の概要

- 調査実施時点

発送：2009年12月、回収：2010年1月末まで

- 対象業種・地域

東大阪市、大田区、浜松市に本社を置く製造業を営む企業
2006年事業所・企業統計で製造業事業所の多い上位3市
町村

大田区以外の広域京浜地域（品川区、横浜市、川崎市、相模原市、大和市）+ 目黒区に本社を置く製造業を営む企業
大企業・中小企業両方を対象

- 調査票発送数・回答企業数

発送数：14,094社、回答企業数：1,829社



回答企業の概要、製造拠点の移転・拡張



回答企業の概要

- 産業集積地に対するアンケート調査であり、金属製品、機械器具、プラスチック製品といった業種が多い。
- 従業員20人以下の企業の比率が約7割。日本全体の企業規模分布と比べると、まだ、小規模企業の比率は少ない。しかし、これら企業のアンケート調査の回答率が低いことを考慮に入れると、他の同様の調査よりも、小規模企業の動向を的確に把握できるのではないか。
- 最も多いのは、設立以来31～40年の企業。一方で、開業後10年以下とそれほど時間の経っていない企業、70年超の老舗と呼べる企業なども、それぞれ一定割合存在する。

回答企業の概要

本社所在地

地区	観測値数	構成比(%)
東大阪	289	15.80
浜松	306	16.73
大田区	309	16.89
大田区以外の広域 京浜地域	925	50.57
計	1,829	100

業種

	観測値数	構成比(%)
金属製品	288	16.04
その他製造業	206	11.48
電気機械器具	197	10.97
精密機械器具	138	7.69
一般機械器具	130	7.24
輸送用機械器具	108	6.02
プラスチック製品	108	6.02
製造業以外	96	5.35
印刷・同関連	86	4.79
食料品・飲料・たばこ・飼料	67	3.73
非鉄金属	62	3.45
繊維	60	3.34
木材・木製品	48	2.67
電子部品・デバイス	46	2.56
鉄鋼	36	2.01
情報通信機械器具	30	1.67
化学	27	1.5
パルプ・紙・紙加工品	24	1.34
窯業・土石製品	21	1.17
ゴム製品	9	0.5
石油製品・石炭製品	6	0.33
なめし革・同製品・毛皮	2	0.11
計	1,795	100

回答企業の概要

企業年齢

	0～10年	11～20年	21～30年	31～40年	41～50年	51～70年	70年超	計
観測値数	147	196	268	361	340	330	113	1,755
構成比(%)	8.38	11.17	15.27	20.57	19.37	18.8	6.44	100

売上高

	5千万円以下	5千万円超 1億円以下	1億円超3 億円以下	3億円超5 億円以下	5億円超10 億円以下	10億円超	計
観測値数	312	199	396	190	182	244	1,523
構成比(%)	20.49	13.07	26	12.48	11.95	16.02	100

従業員数

	0～5人	6～20人	21～50人	51～100人	101～300 人	301人以上	計
観測値数	514	762	329	119	54	12	1,790
構成比(%)	28.72	42.57	18.38	6.65	3.02	0.67	100

ライバル企業の有無

- 企業間の取引ネットワークが形成される背景を知るために、企業間の競争環境について、「同業者でライバル企業はありますか」と質問。
- ライバル企業がないと回答する企業も存在する。規模は小さいが、利益率は高い。
- ライバル企業の所在地が遠くなるほど、自社の企業規模は拡大する。一方、自社の利益率は日本国内にライバルが所在する場合に最も高い。

ライバル企業の有無、ライバル企業の所在地

	はい	いいえ	計
観測値数	1,613	185	1,798
構成比(%)	89.71	10.29	100

	同じ市町 村内	同じ都道 府県内	同じ地方	日本国内	海外	計
観測値数	505	616	544	764	354	1,541
構成比(%)	32.77	39.97	35.3	49.58	22.97	100

ライバル企業の有無・所在地による自社の規模・利益率(中位値)

	従業員数	売上高営業利益率
いる	12	1.14%
いない	5	1.77%

	従業員数	売上高営業利益率
同じ市町村内	10	0.46%
同じ都道府県内	12	0.87%
同じ地方	14	1.01%
日本国内	15	1.38%
海外	15	0.55%

製造拠点の移転・拡張

- 所在する市区以外の地域に製造拠点を移転・拡張した経験を質問。
- 経験のある企業は、約2割。
- 企業規模、地域による違いが大きい。
 従業員5人以下企業では8%、101人以上企業では56%が経験。
 大田区、広域京浜、東大阪、浜松では、それぞれ、25%、22%、18%、6%が経験。
- 移転理由は、立地に関する制約、取引先の移転、地価・賃料の高さ、人材確保が困難というものが多い。

製造拠点の移転・拡張の主な理由(企業は最も当てはまるものを3つ回答)

	1位		2位		3位	
	観測値数	構成比(%)	観測値数	構成比	観測値数	構成比
拡張するための土地や賃工場が存在しない	87	27.10	47	21.46	18	10.98
地価・賃料が高い	45	14.02	54	24.66	34	20.73
取引先企業が移転した	45	14.02	9	4.11	6	3.66
人材確保が困難	25	7.79	33	15.07	30	18.29
人件費が高い	19	5.92	27	12.33	33	20.12
計	321	100	219	100	164	100

製造拠点の移転・拡張

- 東京・神奈川に所在する企業は関東以北に移転・拡張してきた傾向が強い。
- 海外への移転・拡張先としては、中国が大多数。

所在地別製造拠点の移転・拡張先(国内は上位5都道府県、海外はすべて)

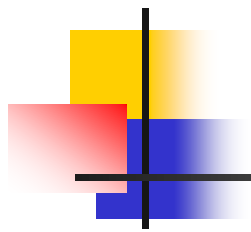
東京都			神奈川県			大阪府			静岡県		
国内											
	観測値数	構成比(%)		観測値数	構成比(%)		観測値数	構成比(%)		観測値数	構成比(%)
千葉県	18	14.29	神奈川県	33	24.81	大阪府	11	24.44	静岡県	7	50
神奈川県	14	11.11	茨城県	11	8.27	三重県	7	15.56	愛知県	2	14.29
山形県	11	8.73	福島県	8	6.02	奈良県	7	15.56	秋田県	1	7.14
埼玉県	10	7.94	栃木県	8	6.02	滋賀県	3	6.67	山形県	1	7.14
東京都	10	7.94	東京都	7	5.26	京都府	2	4.44	埼玉県	1	7.14
			静岡県	7	5.26	兵庫県	2	4.44	富山県	1	7.14
						岡山県	2	4.44	熊本県	1	7.14
計	126	100	計	133	100	計	45	100	計	14	100
海外											
	観測値数	構成比(%)		観測値数	構成比(%)		観測値数	構成比(%)		観測値数	構成比(%)
中国	5	71.43	中国	16	84.21	中国	4	80.00	インドネシア	1	50.00
タイ	1	14.29	アメリカ	1	5.26	フィリピン	1	20.00	タイ	1	50.00
台湾	1	14.29	タイ	1	5.26						
			ベトナム	1	5.26						
計	7	100	計	19	100	計	5	100	計	2	100

製造拠点の移転・拡張予定

- これまでの移転・拡張実績よりも、地元が候補地に挙がることが多い。
- 海外の移転先候補地に中国を挙げる場合は、実績に比して少ない。

所在地別製造拠点の移転・拡張候補地(国内は上位5都道府県、海外はすべて)

東京都		神奈川県		大阪府		静岡県					
国内		国内		国内		国内					
観測値数	構成比(%)	観測値数	構成比(%)	観測値数	構成比(%)	観測値数	構成比(%)				
神奈川県	13	31.71	神奈川県	26	66.67	大阪府	14	66.67	静岡県	8	61.54
東京都	12	29.27	東京都	4	10.26	東京都	2	9.52	東京都	4	30.77
埼玉県	5	12.20	埼玉県	2	5.13	京都府	1	4.76	愛知県	1	7.69
千葉県	5	12.20	北海道	1	2.56	奈良県	1	4.76			
茨城県	3	7.32	千葉県	1	2.56	島根県	1	4.76			
			新潟県	1	2.56	福岡県	1	4.76			
			長野県	1	2.56	熊本県	1	4.76			
			静岡県	1	2.56						
			大阪府	1	2.56						
			福岡県	1	2.56						
計	41	100.00	計	39	100.00	計	21	100.00	計	13	100.00
海外		海外		海外		海外					
観測値数	構成比	観測値数	構成比	観測値数	構成比	観測値数	構成比				
中国	1	25.00	中国	10	62.50	中国	1	33.33	中国	2	40.00
タイ	1	25.00	タイ	2	12.50	アメリカ	1	33.33	アメリカ	1	20.00
ベトナム	1	25.00	アメリカ	1	6.25	タイ	1	33.33	インドネシア	1	20.00
ミャンマー	1	25.00	インド	1	6.25			アジア	1	20.00	
			フィリピン	1	6.25						
			アジア	1	6.25						
計	4	100.00	計	16	100.00	計	3	100.00	計	5	100.00



地域における他社との交流

地域における他社との交流

- 取引関係以外にも存在する企業間のつながりを把握するために、multilateralなものも含めて、参加有無、そこで中心的な役割を果たしているか否かを質問。

工業会、業界団体、異業種交流会

受注配分、取引先紹介、商談会

共同研究・技術開発

- 業界団体や地元工業会への参加比率が高いが、共同研究・技術開発へ参加する企業の比率も2割超。
- 企業規模や企業年齢が大きくなると参加比率が上昇するのは、地元工業会、業界団体。反対に、企業年齢が高くなると参加比率が低下するのは、共同研究・技術開発（後で再度記述）。

取引関係以外の活動への参加状況

	地元工業会	業界団体	異業種交流会・勉強会	受注の配分	取引先の紹介	商談会	共同研究・技術開発	計
観測値数	551	606	515	92	305	266	268	1,156
構成比(%)	47.66	52.42	44.55	7.96	26.38	23.01	23.18	100

地域における他社との交流

- 他社への訪問について、「他社の現場を訪れて、そこの人々と話をしたり、工場内の様々なものや作業状況を見たりすることが日常的にあるか」と質問。
- 6割弱の企業があると回答。規模間の違いよりも、地域間の違いが大きい。大田区では63%、浜松では50%。
- 訪問先の企業は、販売・受注、仕入・外注先など取引先である場合が多い。同業者、信頼関係のある先を訪問する企業も一定割合存在。

他社への日常的な訪問の有無、訪問先企業の属性

	ある	ない	計
観測値数	1,024	755	1,779
構成比(%)	57.56	42.44	100

	販売・受注先	仕入・外注先	同業者	取引関係はないが信頼関係のある企業	その他	計
観測値数	742	661	320	128	15	1,022
構成比(%)	72.6	64.68	31.31	12.52	1.47	100

地域における他社との交流

- 他社を訪問することで得られるメリットの内容は、訪問先が取引先か取引先以外かで異なる。

取引先を訪問するグループ1で、それ以外を訪問するグループ2よりも特に回答比率が高いのは、受注機会の増大、伝えにくい情報のやり取り、先方の稼働状況の把握といった項目。

グループ1の方が、メリットの種類、得られる情報の種類において、グループ2よりも多い。

他社への日常的な訪問のメリット

	受注機会が増える	他社との間で技術的修正・提案を行いやすい	取引先の技術・能力的に判断できる	取引先工場の稼働状況を把握できる	電話やファックス、メールでは伝えにくい情報のやり取りができる	取引先の経営戦略に関する情報を豊富に獲得できる	メリットはない	その他	計
グループ1	431	412	487	447	426	210	3	14	787
構成比(%)	54.76	52.35	61.88	56.8	54.13	26.68	0.38	1.78	100
グループ2	68	125	115	95	76	52	5	9	229
構成比(%)	29.69	54.59	50.22	41.48	33.19	22.71	2.18	3.93	100
計	499	537	602	542	502	262	8	23	1,016
構成比(%)	49.11	52.85	59.25	53.35	49.41	25.79	0.79	2.26	100

地域における他社との交流

- 共同研究・技術開発に焦点を当て、企業がどの主体と共同しているかを質問。
- 共同の相手としては、販売・受注先、仕入・外注先が多い。
- 同業者にライバル企業がない場合、(共同するに足る相手がないためか)同業者との共同は少なく、大学などとの共同が多い。

共同研究・技術開発を行う相手

	はい	いいえ	計	
仕入・外注先	486	642	1,128	
				100
	43.09	56.91		
販売・受注先	614	588	1,202	
				100
	51.08	48.92		
同業者	229	765	994	
				100
	23.04	76.96		
上記以外の民間企業	137	788	925	
				100
	14.81	85.19		
大学(短大・高専を含む)	139	818	957	
				100
	14.52	85.48		
公的研究機関(工業試験場)	114	822	936	
				100
	12.18	87.82		



販売先企業、仕入先企業との関係

取引先との関係-10年間における取引先数変化

- 販売・受注、仕入・外注という取引関係に注目し、現状と変化を質問。
- 最近10年間という比較的長い期間における取引先数の増減を集計。販売先数、仕入先数ともに、(減少+やや減少)>(増加+やや増加)
- 企業所在市区に取引先を限ると、増加+やや増加の比率が更に低く、取引関係の広域化が進展している。これまでの製造業集積の競争力低下が懸念される。
- 比較的大きな中小企業では、不等号の向きが反対になる。これまでの中小企業白書に係る調査では、この部分を主に対象にしていたために、取引先数が増加傾向という結果を得ていたのではないか。

最近10年間における取引先企業数の増減

	減少	やや減少	横ばい	やや増加	増加	計
販売・受注先企業総数	300	323	606	350	174	1,753
構成比(%)	17.11	18.43	34.57	19.97	9.93	100
うち所在市区町村内	287	269	783	129	45	1,513
構成比(%)	18.97	17.78	51.75	8.53	2.97	100
仕入・外注先企業総数	212	322	795	264	76	1,669
構成比(%)	12.7	19.29	47.63	15.82	4.55	100
うち所在市区町村内	208	299	828	124	29	1,488
構成比(%)	13.98	20.09	55.65	8.33	1.95	100

取引先との関係-1年間における取引先数変化

- 最近1年間(2008年12月以降2009年12月まで)における、短期的な取引先数の変化も質問。リーマンショック後の深刻な景気後退期における変化を知ることができる。
- 取引を始めた先数、取引をやめた先数、現在の取引先総数を質問。
- 継続的な取引先かどうかは1年間では分からないが、短期的には取引先数が減っているようには見えない。10年間における取引先数の減少は、足元ではなく中長期的な変化を反映している。

最近1年間における取引先企業数の増減

取引を始めた企業数

	0社	1~2社	3~6社	7~10社	11~30社	31社以上	計
販売・受注先企業総数	247	317	295	120	81	66	1,126
	21.94	28.15	26.2	10.66	7.19	5.86	100
仕入・外注先企業総数	340	308	196	74	46	38	1,002
	33.93	30.74	19.56	7.39	4.59	3.79	100

取引をやめた企業数

	0社	1~2社	3~6社	7~10社	11~30社	31社以上	計
販売・受注先企業総数	368	378	216	57	34	15	1,068
	34.46	35.39	20.22	5.34	3.18	1.4	100
仕入・外注先企業総数	436	368	131	33	15	1	984
	44.31	37.4	13.31	3.35	1.52	0.1	100

主な取引先の属性、回答企業との関係 – 1位販売・受注先

- 取引金額の大きな主要販売・受注先企業、主要仕入・外注先企業（最大5社）について質問。ここでは、取引金額が最も大きな企業についての結果を示す。
- 1位販売・受注先の本社所在地について、回答企業の所在都府県別に集計。神奈川県所在企業以外は、自ら立地している都府県所在企業との取引が最も多い。
- 海外に本社が所在する企業を直接の1位販売・受注先としている企業は、不明を除いた回答企業1183社中、9社のみ。海外にライバル企業がいると回答する企業が23%に上るのとは対照的。海外への販路開拓を大企業や卸売企業に依存している可能性。
- 1位販売・受注先企業の規模は、自社に比してかなり大きい。301人以上企業の比率は45%、中でも、1001人以上企業の比率は29%に上る。
- 1位販売・受注先との取引年数は長く、30年超とする企業が31%、5年以下とする企業が9%。近年の取引先数減少を乗り切った企業が残っている。

主な取引先の属性、回答企業との関係 – 1位販売・受注先

1位販売・受注先企業の所在地(国内は上位5都道府県、海外はすべて)

	東京都		神奈川県		大阪府		静岡県				
	観測値数	構成比(%)	観測値数	構成比(%)	観測値数	構成比(%)	観測値数	構成比(%)			
国内											
東京都	187	36.88	東京都	228	31.40	大阪府	80	28.17	静岡県	127	42.33
神奈川県	62	12.23	神奈川県	144	19.83	東京都	36	12.68	東京都	30	10.00
埼玉県	17	3.35	埼玉県	20	2.75	兵庫県	14	4.93	愛知県	15	5.00
千葉県	12	2.37	愛知県	11	1.52	愛知県	9	3.17	大阪府	7	2.33
茨城県	7	1.38	栃木県	8	1.10	滋賀県	4	1.41	神奈川県	5	1.67
			千葉県	8	1.10	京都府	4	1.41			
			高知県	8	1.10						
海外											
中国	0	0.00	中国	2	0.28	中国	0	0.00	中国	0	0.00
米国	1	0.20	米国	1	0.14	米国	0	0.00	米国	0	0.00
台湾	0	0.00	台湾	1	0.14	台湾	0	0.00	台湾	0	0.00
タイ	1	0.20	タイ	0	0.00	タイ	0	0.00	タイ	0	0.00
カナダ	1	0.20	カナダ	0	0.00	カナダ	0	0.00	カナダ	0	0.00
その他海外	2	0.39	その他海外	0	0.00	その他海外	0	0.00	その他海外	0	0.00
不明	168	33.14	不明	240	33.06	不明	123	43.31	不明	103	34.33
計	507	100	計	726	100	計	284	100	計	300	100

1位販売・受注先企業の従業員数

	1~5人	6~20人	21~50人	51~100人	101~300人	301~1000人	1001人以上	計
観測値数	64	122	155	128	227	210	362	1,268
構成比(%)	5.05	9.62	12.22	10.09	17.9	16.56	28.55	100

主な取引先の属性、回答企業との関係 – 1位仕入・外注先

- 1位仕入・外注先の本社所在地について、回答企業の所在都府県別に集計。神奈川県所在企業以外は、自ら立地している都府県所在企業との取引が最も多い。どの都府県に所在する企業でも、東京と大阪との取引が上位に入るなど、販売・受注先企業よりも、地理的な分布が広い印象。
- 海外に本社が所在する企業を直接の1位仕入・外注先としている企業は、不明を除いた回答企業1088社中、30社。1位販売・受注先よりは多い。
- 1位仕入・外注先企業の規模は、販売・受注先ほどではないが、自社に比して大きい。301人以上企業の比率は14%、中でも、1001人以上企業の比率は7%。
- 1位仕入・外注先企業との取引年数は、販売・受注先ほどではないが長い。30年超とする企業の比率が23%、5年以下とする企業が11%。

主な取引先の属性、回答企業との関係 – 1位仕入・外注先

1位仕入・外注先企業の所在地(国内は上位5都道府県、海外はすべて)

	東京都 観測値数 構成比(%)		神奈川県 観測値数 構成比(%)		大阪府 観測値数 構成比(%)		静岡県 観測値数 構成比(%)				
国内											
東京都	200	39.53	東京都	177	23.89	大阪府	90	31.03	静岡県	130	43.19
神奈川県	28	5.53	神奈川県	152	20.51	東京都	17	5.86	愛知県	23	7.64
埼玉県	12	2.37	埼玉県	15	2.02	兵庫県	8	2.76	東京都	19	6.31
大阪府	9	1.78	大阪府	8	1.08	京都府	4	1.38	大阪府	4	1.33
千葉県	8	1.58	兵庫県	6	0.81	滋賀県	3	1.03	三重県	2	0.66
						岡山県	3	1.03	広島県	2	0.66
海外											
中国	1	0.20	中国	8	1.08	中国	5	1.72	中国	1	0.33
米国	1	0.20	米国	4	0.54	米国	0	0.00	米国	0	0.00
韓国	0	0.00	韓国	3	0.40	韓国	0	0.00	韓国	0	0.00
台湾	1	0.20	台湾	2	0.27	台湾	0	0.00	台湾	0	0.00
英国	0	0.00	英国	1	0.13	英国	0	0.00	英国	0	0.00
その他海外	1	0.20	その他海外	1	0.13	その他海外	1	0.34	その他海外	0	0.00
不明	191	37.75	不明	301	40.62	不明	145	50.00	不明	113	37.54
計	506	100	計	741	100	計	290	100	計	301	100

1位仕入・外注先企業の従業員数

	1~5人	6~20人	21~50人	51~100人	101~300人	301~1000人	1001人以上	計
観測値数	187	306	201	148	135	79	84	1,140
構成比(%)	16.4	26.84	17.63	12.98	11.84	6.93	7.37	100



金融機関との関係

金融機関との関係

- 借入額1位、2位の金融機関との取引関係について質問。
- 業態別では、信用金庫、大手銀行、地方銀行、政府系金融機関の順に多くの企業が取引。ただし、地域間の差異は非常に大きい。
- 取引年数は、30年超が、1位、2位金融機関で、それぞれ35%、25%を占める。販売、仕入先同様、関係が長期にわたる場合が多い。

借入金金融機関の業態

借入額1位金融機関

	大手銀行	地方銀行	第2地方銀行	信用金庫	信用組合	政府系金融機関	計
観測値数	347	264	23	573	27	136	1,370
構成比(%)	25.33	19.27	1.68	41.82	1.97	9.93	100

借入額2位の金融機関

	大手銀行	地方銀行	第2地方銀行	信用金庫	信用組合	政府系金融機関	計
観測値数	271	202	14	274	19	180	960
構成比(%)	28.23	21.04	1.46	28.54	1.98	18.75	100

借入金金融機関との取引年数

借入額1位金融機関

	2年以下	5年以下	10年以下	15年以下	20年以下	30年以下	30年超	計
観測値数	34	100	193	123	175	250	473	1,348
構成比(%)	2.52	7.42	14.32	9.12	12.98	18.55	35.09	100

借入額2位の金融機関

	2年以下	5年以下	10年以下	15年以下	20年以下	30年以下	30年超	計
観測値数	44	108	172	107	130	141	235	937
構成比(%)	4.7	11.53	18.36	11.42	13.87	15.05	25.08	100

取引先数増減と金融機関の貸出態度

- 最近1年間で販売・受注先や仕入・外注先数の落ち込みが直ちに貸出態度を厳しくする傾向は見られない。
- 一方、最近10年間の取引先数の減少は、金融機関の貸出態度を厳格化させる。
- 販売・受注先数が減少した企業と増加/横ばいの企業では、1位金融機関への借入申込を拒絶もしくは減額された比率は、それぞれ、15%、9%。仕入・外注先数についても同様の傾向。

借入額1位金融機関の貸出態度と最近10年間の取引先数の変化

		最近10年間の販売・受注先数の変化	
		減少	増加／横ばい
借入額1位金融機関の貸出態度	厳格化(拒絶・減額)	65	77
	非厳格化(それ以外)	374	781
	厳格化率(%)	14.81	8.97

		最近10年間の仕入・外注先数の変化	
		減少	増加／横ばい
借入額1位金融機関の貸出態度	厳格化(拒絶・減額)	56	74
	非厳格化(それ以外)	322	790
	厳格化率(%)	14.81	8.56



年齢別にみた企業間のつながり

企業年齢別にみた企業間のつながり、金融機関との関係

- 創業から日の浅い企業、老舗企業も含め、企業年齢によって、これまでの集計結果がどのように異なるかを集計。
- 社歴10年以下の企業は8%、51年以上の企業は25%存在。
- 以下では、社歴10年以下を新規開業企業、71年以上を老舗企業と呼ぶ。
- 地域別では、大田区、東大阪で、新規開業企業比率が特に低い。

地域別企業年齢

	東大阪	浜松	大田区	大田区以外広域 京浜	計
0～10年	9 3.19	37 12.54	13 4.44	88 9.94	147 8.38
11～20年	26 9.22	41 13.90	18 6.14	111 12.54	196 11.17
21～30年	28 9.93	56 18.98	45 15.36	139 15.71	268 15.27
31～40年	59 20.92	57 19.32	54 18.43	191 21.58	361 20.57
41～50年	69 24.47	44 14.92	61 20.82	166 18.76	340 19.37
51～70年	72 25.53	37 12.54	80 27.30	141 15.93	330 18.80
71年～	19 6.74	23 7.80	22 7.51	49 5.54	113 6.44
計	282 100	295 100	293 100	885 100	1755 100

企業年齢別にみた企業間のつながり-地域における他社との交流

- 新規開業企業は、地元工業会、業界団体への参加が少なく、参加しても中心的な役割を果たさない。
- 一方、共同研究・技術開発には多く参加し、中心的な役割を果たす。
- 共同する相手も、大学との場合が多い。

年齢別取引関係以外の活動への参加状況

地域における他社との交流(活動への参加)

同(中心的な役割)

	地域における他社との交流(活動への参加)				同(中心的な役割)			
	地元工業会	業界団体	共同研究・ 技術開発	計	地元工業会	業界団体	共同研究・ 技術開発	計
0~10年	28	36	41	85	1	6	9	16
	32.94	42.35	48.24	100	6.25	37.5	56.25	100
11~20年	43	41	42	111	4	5	7	16
	38.74	36.94	37.84	100	25.00	31.25	43.75	100
21~30年	59	59	34	144	0	9	11	25
	40.97	40.97	23.61	100	0.00	36.00	44.00	100
31~40年	97	96	41	221	8	8	8	24
	43.89	43.44	18.55	100	33.33	33.33	33.33	100
41~50年	113	122	49	225	18	26	9	52
	50.22	54.22	21.78	100	34.62	50.00	17.31	100
51~70年	152	169	37	250	17	27	6	51
	60.80	67.60	14.80	100	33.33	52.94	11.76	100
71年~	47	68	18	85	6	25	4	33
	55.29	80.00	21.18	100	18.18	75.76	12.12	100
計	539	591	262	1,121	54	106	54	217
	48.08	52.72	23.37	100	24.88	48.85	24.88	100

企業年齢別にみた企業間のつながり-取引先数の変化

- 新規開業企業では、販売・受注先数において、(減少+やや減少) < (増加+やや増加)。
- 一方、最も(減少+やや減少)の比率が高いのが、社歴41～50年の企業。
- もっとも、所在市区内での販売・受注先数は、新規開業企業でも減少傾向。

年齢別最近10年間における取引先企業数の増減

	減少	やや減少	横ばい	やや増加	増加	計
0～10年	14	21	46	30	25	136
	10.29	15.44	33.82	22.06	18.38	100
11～20年	33	20	69	39	27	188
	17.55	10.64	36.7	20.74	14.36	100
21～30年	45	46	90	46	31	258
	17.44	17.83	34.88	17.83	12.02	100
31～40年	71	63	118	68	25	345
	20.58	18.26	34.2	19.71	7.25	100
41～50年	61	73	96	69	26	325
	18.77	22.46	29.54	21.23	8	100
51～70年	44	64	126	65	27	326
	13.5	19.63	38.65	19.94	8.28	100
71年～	17	20	39	23	11	110
	15.45	18.18	35.45	20.91	10	100
計	285	307	584	340	172	1,688
	16.88	18.19	34.6	20.14	10.19	100

企業年齢別にみた企業間のつながり-1位取引先との間で用いられる支払手段

- 1位販売・受注先、1位仕入・外注先との間で用いられる支払手段についてみると、新規開業企業では手形が使われない。
- 特に、支払手段として手形を使う比率が5%にとどまっている。
- 振込に比べて支払までの期間が長い手形を使いたくても使えない場合には、資金繰りが厳しくなる。

年齢別1位仕入・外注先への代金の最終的な支払方法

	請求書の発行後に銀行振込	手形	納入時点で即受取	買入債務との相殺	廻し手形	計
0~10年	81	5	4	8	3	93
	87.10	5.38	4.30	8.60	3.23	100
11~20年	109	20	3	3	15	132
	82.58	15.15	2.27	2.27	11.36	100
21~30年	121	41	1	7	22	173
	69.94	23.70	0.58	4.05	12.72	100
31~40年	134	73	4	13	16	212
	63.21	34.43	1.89	6.13	7.55	100
41~50年	147	82	2	8	27	223
	65.92	36.77	0.90	3.59	12.11	100
51~70年	127	97	2	13	15	213
	59.62	45.54	0.94	6.10	7.04	100
71年~	43	34	1	3	2	75
	57.33	45.33	1.33	4.00	2.67	100
計	762	352	17	55	100	1,121
	67.98	31.40	1.52	4.91	8.92	100

企業年齢別にみた金融機関との関係

- 新規開業企業では、1位金融機関との面談頻度は低い。また、当座預金口座を開設する比率が非常に低い。
- 当座預金口座を開設して、手形や小切手を発行するには信用力が足りないと金融機関からみなされ、手形を支払いに使えない企業が多い可能性がある。

年齢別1位金融機関との取引状況

	当座預金 口座開設	従業員の 給与振込	個人資産 の運用	役員派 遣受け入 れ	取引先企 業の紹介	金融機関 からの情 報提供	計
0～10年	28	55	16	0	3	25	79
	35.44	69.62	20.25	0	3.8	31.65	100
11～20年	87	67	23	0	7	43	124
	70.16	54.03	18.55	0	5.65	34.68	100
21～30年	139	87	44	1	16	64	171
	81.29	50.88	25.73	0.58	9.36	37.43	100
31～40年	199	116	62	3	14	82	229
	86.9	50.66	27.07	1.31	6.11	35.81	100
41～50年	207	92	46	3	15	83	238
	86.97	38.66	19.33	1.26	6.3	34.87	100
51～70年	219	99	56	7	15	90	237
	92.41	41.77	23.63	2.95	6.33	37.97	100
71年～	62	31	16	1	10	35	77
	80.52	40.26	20.78	1.3	12.99	45.45	100
計	941	547	263	15	80	422	1,155
	81.47	47.36	22.77	1.3	6.93	36.54	100

企業年齢別にみた金融機関との関係

- 1位金融機関により借入申込が拒絶・減額される比率は、新規開業企業でもそれほど高くない。全体の11%に対して、14%。
- 一方で、借入申込をしない企業の比率が高い。業績好調で取引先も増やす傾向にある新規開業企業には、資金需要はあるはず。
- 自己資金に依存している、もしくは、拒絶されることを予想して、最初から借入申込をしない可能性がある。

年齢別借入申込に対する1位金融機関の対応

	拒絶	減額された が貸出	申込額ど おりに貸出	増額セー ルス	申込せず	計
0～10年	6	8	38	12	38	99
	6.06	8.08	38.38	12.12	38.38	100
11～20年	7	10	68	20	43	148
	4.73	6.76	45.95	13.51	29.05	100
21～30年	7	11	104	26	52	197
	3.55	5.58	52.79	13.20	26.40	100
31～40年	12	18	122	25.00	78	254
	4.72	7.09	48.03	9.84	30.71	100
41～50年	8	18	116	38	77	254
	3.15	7.09	45.67	14.96	30.31	100
51～70年	10	20	120	35	68	252
	3.97	7.94	47.62	13.89	26.98	100
71年～	3	5	39	16	18	80
	3.75	6.25	48.75	20.00	22.50	100
計	53	90	607	172	374	1,284
	4.13	7.01	47.27	13.40	29.13	100

まとめ

企業間における販売、仕入などの取引関係

- 最近10年間では、販売・受注先企業数、仕入・外注先企業数ともに減少傾向。特に、同一市区内での減少が顕著であり、集積内での取引が少なくなっている。
- ほとんどの企業は、海外に本社のある企業を直接の販売先とはしていない。輸出には大企業や卸売業者が介在しており、外需増加のメリットを間接的にしか享受していない可能性。

取引関係以外の企業間のつながり

- 地元工業会や業界団体への参加が主。企業訪問も多く行われている。
- 産業集積地であるためか、共同研究・技術開発への参加比率も高い。
- 販売・受注先や仕入・外注先と共同研究・技術開発を行う企業の比率は、他の企業と共同する比率を上回る。企業の技術・研究開発にとって、取引先との関係は大きな役割を果たす。
- 取引先企業に対する直接訪問には、関係を安定させる効果がある。一方、取引関係にはない企業に対して行う訪問には、メリットが少ないように見える。

まとめ

企業と金融機関のつながり

- 長期的な販売・仕入関係の縮小は、貸出態度の厳格化を通じて、企業と金融機関の関係を厳しいものにする。

新規開業企業

- 大田区や東大阪における新規開業製造業企業の比率は非常に低い。同一市区内での取引先数が減少している傾向を踏まえると、産業集積の「開業の苗床」としての機能が低下している可能性。
- 新規開業企業は、業績は相対的に好調で、取引先数を増やす傾向にあるなど、積極的な経営を行っている。
- しかしながら、1位金融機関との関係、1位仕入・外注先への支払方法を見ると、他よりも厳しい資金繰り環境に直面している。
- 旺盛な資金需要があると予想されるのに借入申込を行わない(行えない?)、当座預金口座を開設していないために手形による支払ができないといった点が、制約になっているようだ。