



資料 No. 134  
平成 26 年 3 月

中小工業における規模間業績格差の要因について  
—大阪府内製造業の受注及び経営状況に関する調査—

大阪府商工労働部

(大阪産業経済リサーチセンター)

# まえがき

地域経済の発展にとって製造業は基幹的な産業であり、特に、大阪は古くから製造業が地域経済のけん引役となってきました。大阪では、出荷額を見ても中小規模工場が高い割合を占めるなど、中小工業が特に重要な役割を果たしています。

しかし、近年、情報化・グローバル化の下で、競争が広域化するとともに、長期の安定的な取引関係も崩れており、中小工業は厳しい経営環境が続いています。こうした状況の下で、中小工業の中でも相対的に規模の大きい上位層と、規模が小さい中下位層とで付加価値生産性や利益率の格差が生じています。

経済環境が劇的に変化していく下で、個々の中小工業が置かれた環境、直面する課題は様々ですが、多種多様な中小企業を個々の経営に分解する前に、今一度、群として捉えなおす必要があるのではないのでしょうか。

本報告書では、アンケート調査によって各企業が、規模によって様々な課題を抱えながら事業展開している実態を明らかにしております。本報告書が、そうした状況を踏まえたきめ細かな施策展開につながるための一助となれば幸いです。

調査実施に当りまして、ご多忙にもかかわらず、格別のご協力をいただきました皆様に、厚く御礼申し上げます。

本調査を担当した職員と執筆分担は、次のとおりです。

第1章第1・2節、第2～8章 主任研究員 町田光弘、客員研究員 孟 哲男  
第1章第3節、参考資料 客員研究員 孟 哲男、主任研究員 町田光弘

平成26年3月

大阪産業経済リサーチセンター  
センター長 小林 伸生



# 目 次

要 約	1
<b>第 1 章 はじめに</b>	5
第 1 節 調査の背景と目的	5
第 2 節 製造業の規模構造	9
第 3 節 既存統計からみた規模間格差	12
<b>第 2 章 アンケート調査回答企業の概要</b>	22
第 1 節 アンケート調査の概要	22
第 2 節 回答企業の概要	23
第 3 節 最近 10 年間の業態変化と規模変動	27
<b>第 3 章 大阪府内中小製造業の規模間業績格差の実態と変化</b>	29
第 1 節 業態別格差	29
第 2 節 資本金階層別格差	31
第 3 節 従業者規模別格差	32
<b>第 4 章 受注環境と業績格差</b>	37
第 1 節 受注先との取引関係	37
第 2 節 受注先の開拓	41
<b>第 5 章 競争環境と業績格差</b>	43
第 1 節 競争相手の状況	43
第 2 節 競争力についての自己評価と新製品開発	45
<b>第 6 章 経済環境変化と経営資源保有格差</b>	47
第 1 節 情報化と規模間格差	47
第 2 節 グローバル化と規模間格差	50
<b>第 7 章 経営課題と公的支援策の利用</b>	54
第 1 節 経営課題	54
第 2 節 公的支援策	57
<b>第 8 章 おわりに</b>	61
参考文献	64
参考資料 1 調査票	65

<b>参考資料 2 集計表</b> .....	70
1. 単純集計 .....	70
2. 規模別（資本金、従業者：3 類型） .....	86
3. 業態別（6 類型） .....	108
4. 業種別（4 類型） .....	131

## 要約

### 第1章 はじめに

わが国製造業において、大企業と中小企業の付加価値生産性格差が1980年代以降再び拡大し始めたが、1990年代以降については、従業員50～299人規模の企業と49人以下の規模の企業とで格差が拡大しつつある。

本調査では、中小企業内での上位層と中下位層といった規模間で業績格差を発生させる要因及び、その拡大要因について明らかにすることを目的とするが、その際に、受注量と受注単価などの需要面の格差を中心とした分析を行う。

まず、法人企業統計から規模間の業績格差をみると、中小企業内格差は全体としてだけでなく、多くの業種においても1990年代後半以降に拡大基調にある。

次に、景気動向との関係については、大企業と中小規模企業との格差は、景気拡大と共に大きくなり、景気後退と共に縮小するといった相関関係にある。これに対して、中小規模企業と零細規模企業との格差は、景気拡大と共に縮小し、景気後退と共に拡大するという逆相関の関係にある。これは、景気拡大期に中小規模企業からあふれ出した仕事が外注として零細規模企業にも回ってくる一方で、景気後退期には中小規模企業が内製化を進めることにより、零細規模企業における受注減少が激しくなることを示唆している。

第三に、1995年頃までの付加価値生産性格差の拡大は、資本装備率である程度説明可能であるが、それ以降の拡大については、資本装備率では説明しづらく、資本生産性の逆格差の縮小によって説明できる。

### 第2章 アンケート調査回答企業の概要

大阪府内の製造業に属する常用雇用者299人以下の会社企業に対して、2013年10～12月に郵送自記式アンケート調査を実施した。有効発送数は2,965社で、有効回答数786社（有効回答率26.5%）であった。

回答企業の業態は、「自社製品企業」が最も多く、次いで「特定企業の専属でない下請企業」が多く、これら2つの業態で8割を超える。資本金規模は「1千万～3千万円未満」が過半を占め、従業員数の平均は38人、従業員1人当たりの売上高の平均は2,039万円であった。ただし、資本金、従業員、従業員1人当たりの売上高の分散は大きい。

最近10年間の業態変化としては、下請企業から自社製品企業へと緩やかな移行がみられ、下請企業の中でも専属的下請企業から特定企業の専属でない下請企業への緩やかな動きがみられる。企業規模については、従業員規模では拡大と縮小がほぼ拮抗しているが、資本金規模では拡大がみられる一方で縮小は少ない。

### 第3章 大阪府内中小製造業内の規模間業績格差の実態と変化

特定企業の専属的下請企業と自認する企業は約1割にすぎず、中小企業内格差について、特定企業を頂点とした階層構造を前提とした業態間格差を中心に捉えるのは適切ではないと考えられる。生産性、収益性の観点からみると、中小企業は下位層（資本金1千万円未満、従業員規模1～9人）、中位層（資本金1千万～3千万円未満、従業員規模10～49人）、上位層（資本金3千万円以上、従業員規模50人以上）に類型化することができる。

売上高増減率、売上高営業利益率の分布をみると、企業規模別格差は10年前にも一定存在したが、49人以下の規模層の経営が悪化することにより格差が拡大し、現在、中小企業内で大きな業績格差が生じている。

### 第4章 受注環境と業績格差

主な受注品の単価を10年前との比較でみると、低下した企業割合が上昇した企業割合を上回る一方で、原材料仕入れ価格は、上昇した企業割合が6割以上を占め、低下した企業割合を大きく上回っている。「原料高製品安」は、中小企業一般にみられる。中小企業内の規模別にみると、規模が大きくなる程、受注単価が上昇した割合が高まるが、低下した割合も高まる。ただし、「3割以上低下」の割合は50人以上層で小さい。一方、原材料仕入れ価格は、規模が小さくなる程、上昇した割合がやや高まっている。規模が小さい程、厳しい取引環境に置かれている割合がやや高まる。

受注先数増減は規模に応じて大きく異なり、規模別収益格差は、受注単価の変化よりも受注量の変化によって主にもたらされていると思われる。その中で1～9人層では、受注先が減少している企業が多いにも関わらず、受注先開拓を「特に行っていない」も多く、受身の姿勢の企業割合が高い。

新たな受注先を獲得するための課題については、「営業の人材が不足している」という回答が最も多く、10人以上の企業で顕著である。一方、1～9人層では「資金が不足している」というのが他の層よりも多いことが特徴である。受注先を開拓していくために求められる支援策は、10人以上の企業では「新製品・技術開発の支援」が最も多く、売り込むための製品が先決という企業が多い。次いで、「営業・広報担当の人材育成支援」となっている。一方、1～9人層では「受発注斡旋事業」が最も多い。

### 第5章 競争環境と業績格差

競争相手の数やその増減についても規模別で明確な差は認められない。

自社の競争力の評価については、「総合力」で1～9人層が低く、10～49人層と50人以上とはほとんど同じであった。各競争力についてみると、「営業力」は、1～9人層で低いと認識する企業が多く、この差が「総合力」の差につながっている。

最近10年間で新製品・技術開発や競合企業が導入していない新たな生産方法の導入をしたかどうかについては、規模が大きいほど、実施した割合が高まっている。

## 第6章 経済環境変化と経営資源保有格差

自社ホームページの開設割合は、規模が大きくなると高まる。自社ホームページ開設企業の生産性、収益性は高く、情報化への対応が格差を拡大した一因であるとみられる。ただ、ホームページを開設している企業の中でも規模別に生産性、利益率の格差があり、大きな要因とすることはできない。

海外との取引等の有無を従業員規模別にみると、規模が大きくなるほど取引等の割合が高まっており、海外との関わりの程度の差異が業績格差の一因になっているとみられる。

## 第7章 経営課題と公的支援策の利用

不足している人材は、全体的には「営業・販売従事者」と「熟練技能者」が多い。「研究者・技術者」は、50人以上層では多くの企業があげた職種であるが、1～9人層では少ない。経営上の課題は、「受注単価が低い」を筆頭に受注に関するものである。規模別には、「受注量が少ない」及び「受注が不安定」については規模が小さいほど高い割合となっている。また、「資金難」についても規模の小さい企業で課題とする割合が高い。一方、「技術開発力が不足」は規模が大きくなるほど割合が高い。

公的支援に関する情報は、1～9人層については、ほとんどの経路で他の層を下回っており、「どこからも入手していない」が29.9%を占める。最近10年間で利用した公的支援策については、1～9人層では「資金繰り」が突出している。関心・必要性はあるが利用できなかった公的支援策については、10人以上の企業では「技術・製品開発」の割合が高く、1～9人層では「資金繰り」の割合が高い。利用しようと考えたができなかった支援策については、1～9人層で「設備投資」「公的認証制度の活用」が他の規模層よりも高いことが特徴である。公的支援策を利用できなかった理由としては、「要件を満たさなかった」、「情報収集が十分でなかった」などであるが、1～9人層で「資金不足」との回答が多いのが特徴である。

## 第8章 おわりに

中小企業内格差拡大の要因は、規模の小さい企業が原料高製品安で厳しい状況に置かれているという取引関係のあり方に一因があるとみられるが、小さい企業が取引関係そのものを失うことが主な要因となっている。グローバル化・情報化の下で、中小企業内の階層構造は、大企業、中小企業上位層・中位層・下位層という高いピラミッドによる安定的な生産構造から、大企業と中小企業上位層若しくは、中小企業中位層を含めた生産システムでの完結度合いが高まり、中小企業中下位層は補完的な活用に留まるようになった。国内生産システムは、下位層にとって不安定化したものへと移行してきた。

こうした状況の下、中小企業（中）下位層の存続・発展は、自ら国内外の需要を開拓することにかかっているが、中小企業上位層の発展を支えることを通じた存立も可能である。各規模層の経営課題を踏まえ、こうした前向きな企業の動きを支援していく必要がある。





## 第1章 はじめに

### 第1節 調査の背景と目的

わが国の雇用・経済構造は、1950年代前半の高度経済成長初期において、大企業を頂点とする近代的部門と農業、小企業等の前近代的な部門に分かれ、「いわば一国のうちに、先進国と後進国の二重構造が存在するのに等しい」（経済企画庁編、1957、p. 36）と指摘された。二重構造における中小企業と大企業の賃金、生産性等の格差が議論されたが、その原因としては、資本力に劣る中小企業において従業者1人当たりの資本が少なく、物的生産性が低いことがあげられた。このため、中小企業の設備近代化が政策的な目標とされた。

このような二重構造論は、高度経済成長の進展の中で、自営業者や家族労働力などの低賃金労働力が縮小に向かい、下火になったが、石油危機後の労働条件の悪化を経て1980年代に「新二重構造」「新たな二重構造」として再燃する。高田（1989）は、1970年代後半以降企業規模別生産性格差が再び拡大しつつあることを指摘している。ただし、「かつて指摘された『二重構造』が現在そのまま残っているのではなく、より現代的な形へ変化してきた（p. 98）」とし、これを「新たな二重構造」と呼ぶ<sup>1</sup>。その特徴を、わが国経済においては、中堅層が充実し生産力は向上したが、効率性と問題性を併せ持っていることにあると捉え、特に、労働市場の二重性が残存していることを強調した。

さらに、高田（2003）では、従業員1人当たりの売上高について、大企業=100とした中小企業の指数が1996年頃から再び格差拡大傾向にあると指摘している<sup>2</sup>（pp. 74-75）。そうした中でも、中小企業の収益状況について、「資本金5,000万円～1億円未満の中小企業上位層では相対的に堅調」に推移しているのに対して「資本金200万円未満層、200～500万円未満層では業績がよくない傾向」（p. 168）にあるとし、中小企業と大企業との格差だけではなく、中小企業の中でも階層化していることが示されている<sup>3</sup>。

---

<sup>1</sup> ただし、高田（2003）において、「新たな二重構造」という表現は誤解を生むとして、「重層的階層構造、格差構造」と言い直されている（pp.173-147）。

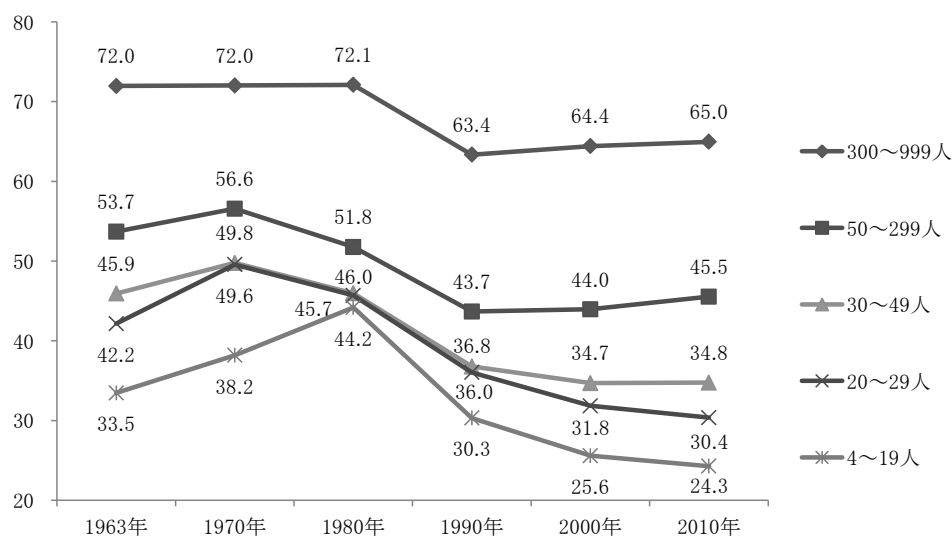
<sup>2</sup> 同指数は、1993年に42.5であったが、1996年に39.3、2001年には34.8になっている（表4-3、p.78）。

<sup>3</sup> 町田（2009）は機械金属工業の事業所単位で、町田（2013）は製造業の企業単位で、いずれも経済産業省『工業統計表』を用いて、従業者規模別に付加価値生産性格差を検討し、1990年代以降、50人以上の中堅規模層と49人以下の中小企業下位層との格差が大きくなっているとしている。

ここで、製造業における規模別格差について、「工業統計表」から確認しておこう。従業員1,000人以上の企業における従業員1人当たりの粗付加価値額を100とする指数は、高度経済成長期半ばの1963年には、従業員50～299人の53.7から、同4～9人の33.5まで従業員規模に応じた格差が広がっていた。このような大企業と中小企業との格差は、わが国経済が高度経済成長を遂げる中で1960年代に縮小し、中小企業内格差は、1970年代に急速に縮小した。1980年における同指数は50～299人で51.8であるのに対して、4～19人は44.2に上昇している。その差は7.6ポイントとなっており、1963年の20.2、1970年の18.4から大きく縮小した。

しかし、中小企業内格差は、1980年代以降再び拡大し始めた。1990年代以降については、従業員50～299人で指数が上昇しているのに対して、49人以下では低下している。50人を分水嶺として堅調な規模層と低調な規模層との差が大きくなっているのである。1990年代以降、情報通信革命とグローバル化が急速に進展する中で、わが国はデフレ経済へと突入し、大企業の生産体制、外注行動も大きく変化した。こうした状況の下で、中小企業内での規模間格差が拡大してきたのである。

図表 1-1-1 付加価値生産性指数の推移（企業規模別）



(注) 従業員1,000人以上の企業における従業員1人当たりの粗付加価値額を100とした指数。

資料：経済産業省「工業統計表（企業統計編）」

本調査では、中小企業内の規模間での格差を発生させる要因及び、その拡大要因について明らかにすることを目的とする。付加価値生産性格差の原因としては、二重構造が当初問題となった際には、物的生産性格差をもたらす資本装備率格差に主たる焦点が当たった（図表 1-1-2 (1)）。これは、労働と並ぶ生産要素である資本投入量に着目した供給面からみた捉え方である。

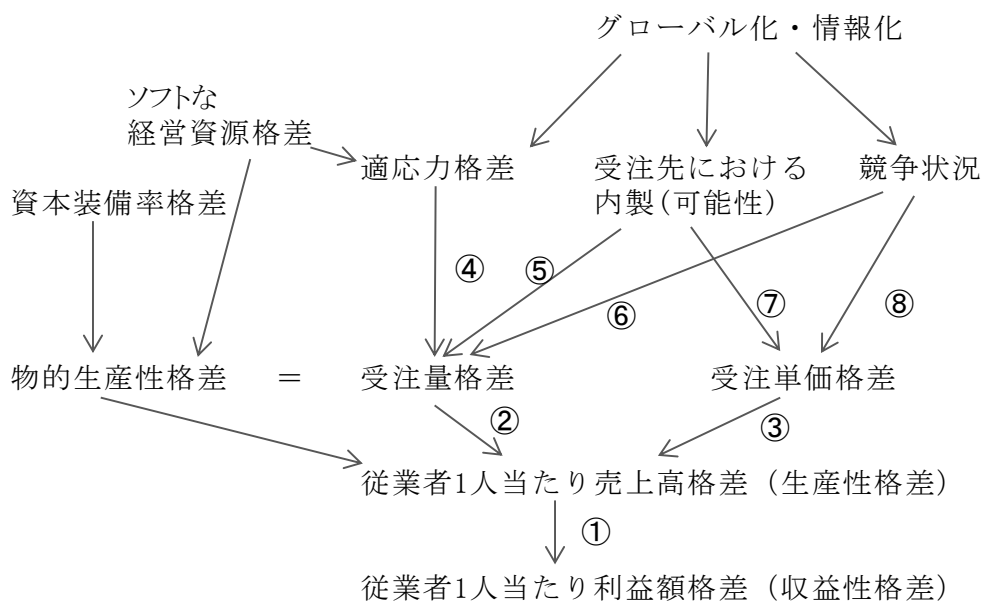
しかし、1990 年代以降、わが国は基調として供給過剰経済にあり、供給面よりも需要面が企業群の業績において重要とみられる。本調査においては、図表 1-1-2 (2) のように需要面の格差を中心とした分析を行う。すなわち、収益性格差（の拡大）は、生産性格差（の拡大）に起因する（図表 1-1-2 (2) 中の①）。生産性格差（の拡大）は、主に規模の小さい企業で受注量が少ない（減少してきた）ことと（②）、受注単価が低い（低下している）こと（③）による。

受注量格差は、グローバル化・情報化が進展する中で、それに対処できる人材などのソフトな経営資源の格差に基づく適応力格差（④）、受注先における内製化（⑤）、競争状況の熾烈さ（⑥）によってもたらされる。また、受注単価格差は、受注先との価格交渉力に反映される受注先における内製可能性（⑦）や競争状況の熾烈さ（⑧）によってもたらされる。こうした近年における規模別格差の背景には、グローバル化・情報化の下での受注先の海外移転、供給量の拡大とその裏側にある国内需要低迷に伴うデフレ経済の問題がある。このような構図を想定し、アンケート調査を実施した。

図表 1-1-2 規模別生産性・収益性格差の構図

(1) 供給面の格差

(2) 需要面の格差



以下、第1章第2節、第3節で、既存統計を用いて製造業の規模構造と規模別格差をみる。第2章以降は、大阪府内中小製造業を対象としたアンケート調査による分析結果を示す。まず、第2章ではアンケート調査の概要を示す。次いで、第3章は規模間の生産性・収益性格差について吟味し、第4章以降の従業者規模層に基づいて分析する理由を説明する。第4章では、受注単価の変化や決定方法など受注環境について述べる。第5章で競争環境、第6章でグローバル化、情報化との関係を明らかにする。第7章では、規模別に経営課題と公的支援策の利用をみることにより、各規模層における課題解決や支援のあり方について検討する。第8章は、全体のまとめである。

## 第2節 製造業の規模構造

わが国の製造業（従業者4人以上）は20万企業強存在するが、その99.1%までが中小企業である。中小企業は、従業者数では67.7%、出荷額では39.7%を占める（図表1-2-1）。

中小企業が、企業数では圧倒的に多数を占めるが、従業者数でのシェアは低くなり、出荷額になるとさらに低い割合となる構図は、中小企業内の従業者規模別シェアでもみられる。図表1-2-2は、資本金要件を加味せずに従業者規模だけみた規模別の企業数、従業者数、粗付加価値額の分布である。従業者4～9人の規模層は全企業の46.6%を占めるが、従業者数では7.4%、粗付加価値額では2.8%に過ぎない。一方、50～299人の規模層では、粗付加価値額のシェアが企業数のシェアを上回っている。

図表1-2-1 製造業の大企業・中小企業別構成比（従業者4人以上、2010年）

（単位：企業、人、百万円）

	計	大企業		中小企業	
			構成比(%)		構成比(%)
企業数	201,781	1,882	0.9	199,899	99.1
従業者数	7,663,847	2,478,415	32.3	5,185,432	67.7
出荷額	289,107,683	174,317,609	60.3	114,790,074	39.7

（注）大企業については、「会社組織」は、資本金3億円超、かつ、従業者300人超、「組合・その他」、「個人」は従業者300人超の企業。中小企業については、「会社組織」は、資本金3億円以下、または、従業者300人以下、「組合・その他」、「個人」は従業者300人以下の企業。

資料：経済産業省『平成22年工業統計表（企業統計編）』

図表1-2-2 製造業の企業数、従業者数、粗付加価値額の従業者規模別分布（2010年）

（単位：企業、人、百万円、%）

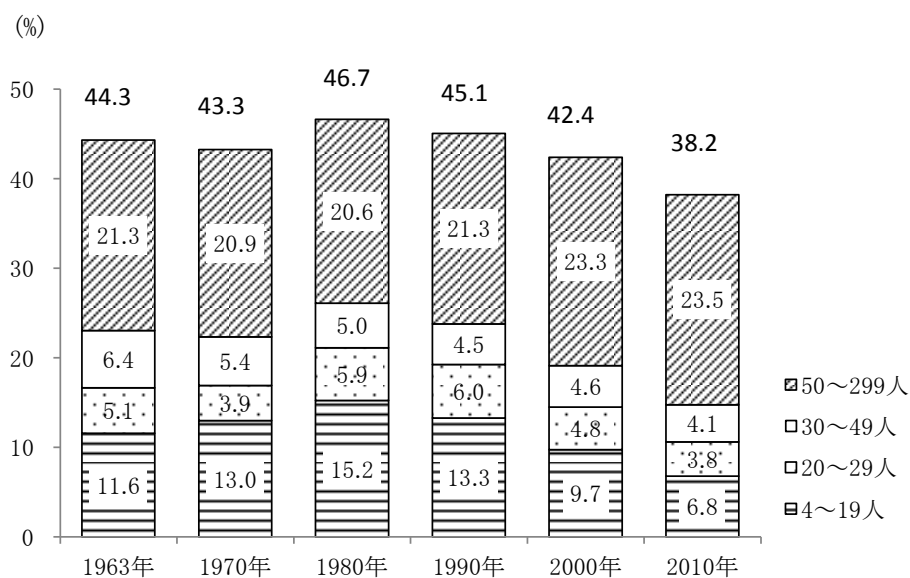
	企業数		従業者数		粗付加価値額	
		構成比		構成比		構成比
4～9人	93,957	46.6	564,345	7.4	2,782,847	2.8
10～19人	48,020	23.8	652,276	8.5	4,042,318	4.0
20～29人	22,526	11.2	550,522	7.2	3,862,192	3.8
30～49人	13,326	6.6	517,926	6.8	4,159,347	4.1
50～99人	12,285	6.1	854,206	11.1	7,836,330	7.8
100～199人	6,507	3.2	898,282	11.7	9,772,786	9.7
200～299人	2,046	1.0	495,405	6.5	6,036,359	6.0
中小規模企業小計	198,667	98.5	4,532,962	59.1	38,492,179	38.2
300～399人	1,502	0.7	575,239	7.5	8,094,493	8.0
500～999人	990	0.5	682,777	8.9	10,786,836	10.7
1,000～4,999人	550	0.3	1,046,486	13.7	22,729,448	22.6
5,000人以上	72	0.0	826,383	10.8	20,542,469	20.4
大規模企業小計	3,114	1.5	3,130,885	40.9	62,153,246	61.8
合計	201,781	100.0	7,663,847	100.0	100,645,426	100.0

（注）従業者4人以上の製造事業所を企業単位に組み替えた数値。

資料：経済産業省「工業統計表（企業統計編）」

このような粗付加価値額構成比を時系列にみたのが図表 1-2-3 である。2010 年において、中小規模企業（ここでは従業者規模 299 人以下の企業）が占めるシェア 38.2%のうち、50～299 人規模層が 23.5%と中小規模企業の 6 割以上を占めていることがわかる。ここで注目すべきは、第一に、中小規模企業のシェアが 1980 年の 46.7%をピークに低下傾向にあることである。二度の石油危機を経験し、高度経済成長の終焉が明らかになった 1980 年以降、製造業の付加価値創出における中小規模企業の役割が表面的には低下し続けている。第二に、中小規模企業を規模別にみると、49 人以下の企業のシェア低下が続く一方で、50～299 人規模のシェアは上昇傾向にあることである。すなわち、中小規模企業のシェア低下は、49 人規模以下の企業のシェア縮小であって、50 人以上の企業は 1980 年代以降、シェアを拡大させているのである。

図表 1-2-3 製造業の粗付加価値額における中小規模企業の構成比とその内訳



(注) 1980 年と 1990 年の企業規模 4～19 人の粗付加価値額は、事業所規模 4 人以上の値から企業規模 20 人以上の値を差し引いて求めた。

資料：経済産業省「工業統計表（企業統計編）」

時系列比較では従業者規模でみてきたが、中小企業は、従業者規模だけでなく、資本金規模と合せて決められている。そこで、従業者規模と資本金規模との関係をみておく。従業者規模別・資本金規模別の企業数の分布をみると、同じ従業者規模でも資本金規模に、かなりばらつきがみられるが、従業者規模が大きくなるほど、資本金規模も大きくなるという緩やかな関係がある。各従業者規模における資本金規模の中央値が含まれる階層（図表1-2-4の太枠で囲まれた箇所）をみると、従業者数4～9人が資本金300万～1千万円未満、以下、10～49人が1千～3千万円未満、50～99人が3千～5千万円未満、100～299人が5千万～1億円未満となっている。

図表1-2-4 企業従業者規模と資本金規模との関係（製造業、2010年）

（単位：企業）

	300万円 未満	300万～ 1千万円 未満	1千万～ 3千万円 未満	3千万～ 5千万円 未満	5千万～ 1億円 未満	1億～ 3億円 未満	3億～ 10億円 未満	10億～ 100億円 未満	100億円 以上	計
4人～9人	1,328	37,639	30,761	1,604	675	142	49	23	6	72,227
10人～19人	483	13,686	25,946	2,876	1,323	263	99	40	5	44,721
20人～29人	132	3,850	13,414	2,634	1,475	293	129	40	7	21,974
30人～49人	32	1,168	7,166	2,426	1,645	436	185	75	13	13,146
50人～99人	17	494	5,037	2,568	2,611	838	410	167	13	12,155
100人～199人	2	106	1,499	1,185	1,809	896	639	302	28	6,466
200人～299人	2	9	231	246	540	353	371	271	16	2,039
300人～499人	0	2	93	120	324	231	317	350	55	1,492
500人～999人	0	1	34	40	110	138	210	340	113	986
1,000人～4,999人	0	0	4	6	25	24	64	182	242	547
5,000人以上	0	0	0	0	1	0	2	8	61	72
計	1,996	56,955	84,185	13,705	10,538	3,614	2,475	1,798	559	175,825

（注）太線で囲んだ箇所は、各従業者規模層について資本金額の中央値が含まれる資本金階層。

資料：経済産業省「工業統計表（企業統計編）」



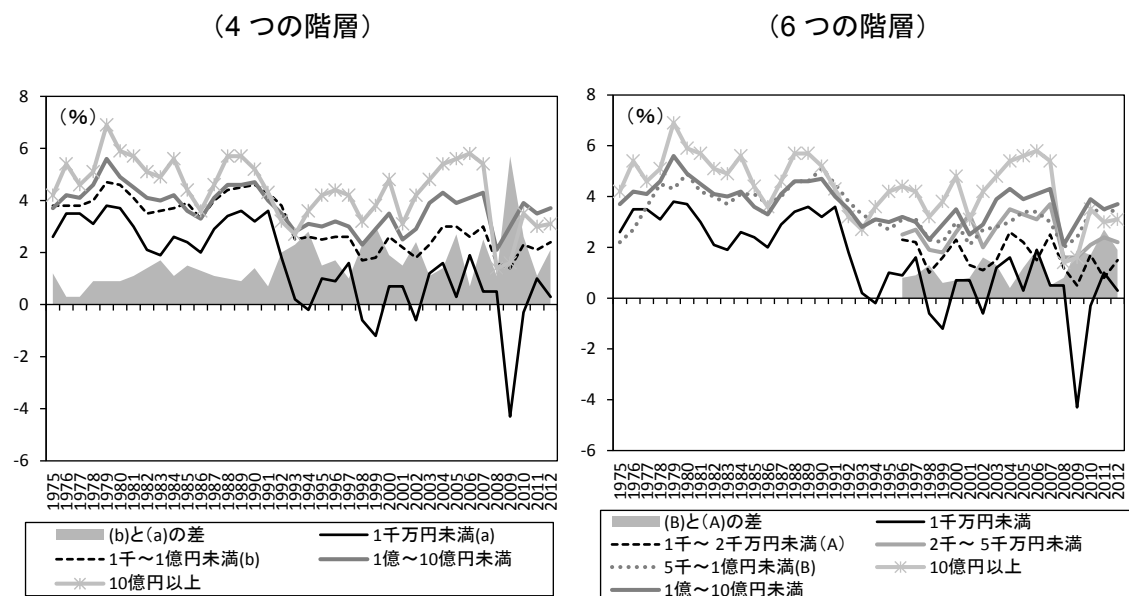
### 第3節 既存統計からみた規模間格差

#### 1. 規模間業績格差の長期推移と景気変動

製造業について、企業業績を表す売上高営業利益率（営業利益／売上高）の長期推移を資本金規模別にみたものが図表1-3-1である。規模間（4つの階層間、または6つの階層間）の業績格差は、バブル経済崩壊後の1992年頃を境目に拡大している。注目すべきは、「1千～1億円未満」企業と「1千万円未満」企業との業績格差も広がったことである（左図の面グラフ：影を付けた部分）。中規模企業と、零細企業を除いた小規模間企業との業績格差の動向を確認するために、「5千～1億円未満」企業と「1千～2千万円未満」企業との業績格差の推移をみると（右図の面グラフ）、1996年以降、中・小規模間の規模間業績格差は、零細企業の影響を取り除いた場合でも拡大したことがわかる。

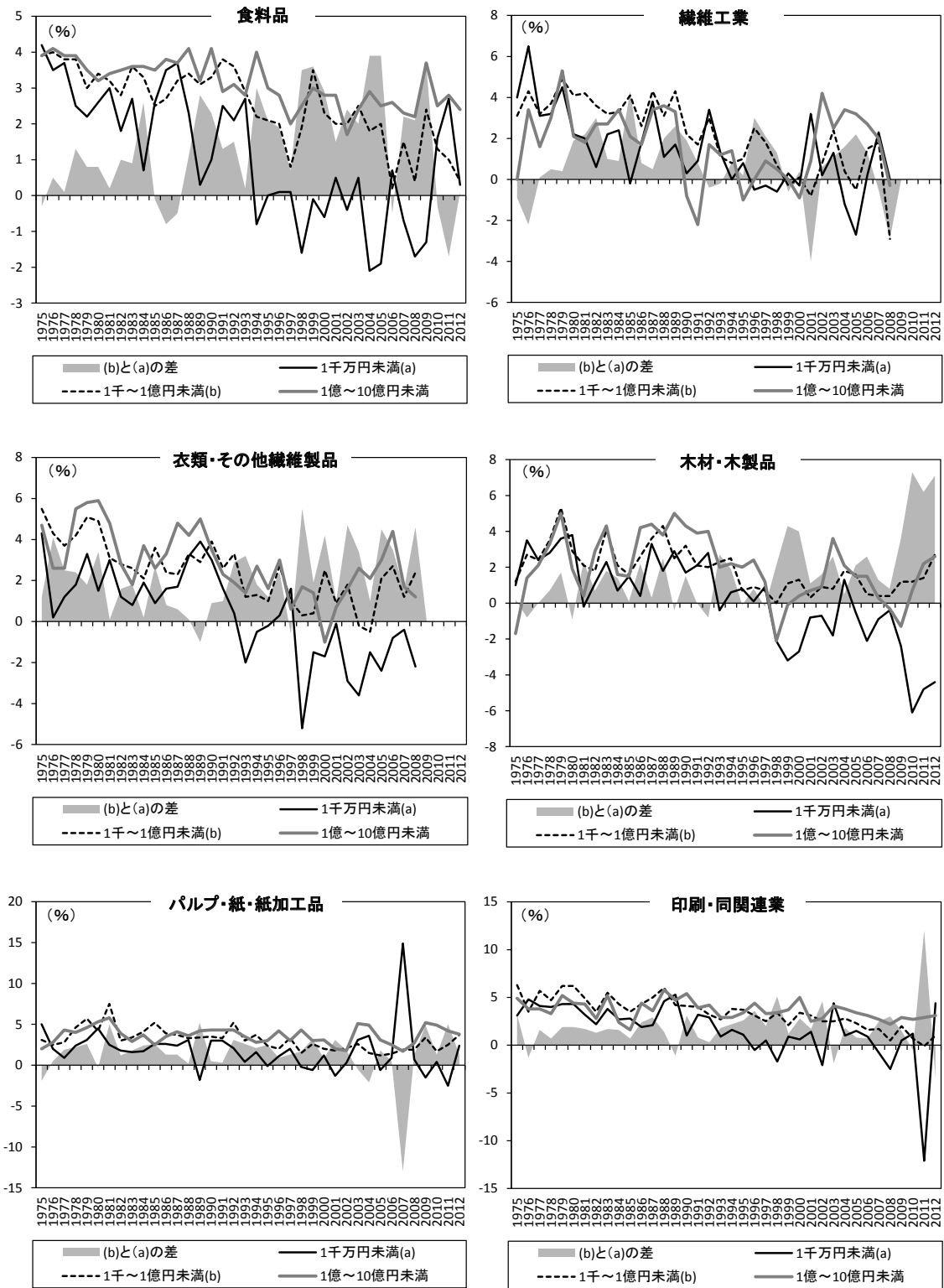
次に、業種別の規模間業績格差の推移をみる。図表1-3-2は、製造業のうち、長期の時系列データが取れない業種や産業分類が変わり時系列で接続しないと考えられる業種を除いた、16業種の規模別売上高営業利益率の推移を示したものである。なお、中規模企業と小規模企業との業績格差、すなわち「1千～1億円未満」・「1千万円未満」間の業績格差は面グラフ（影を付けた部分）で表示した。それがおおむね拡大傾向にあったと判断した業種は、図表1-3-3のとおりである。具体的には、「食料品」、「木材・木製品」、「印刷・同関連業」、「化学工業」、「石油製品・石炭製品」、「非鉄金属」、「金属製品」、「電気機械器具」、「その他の製造業」である。それ以外の業種は拡大したとは判断しがたいが、縮小傾向にあるわけでもない。

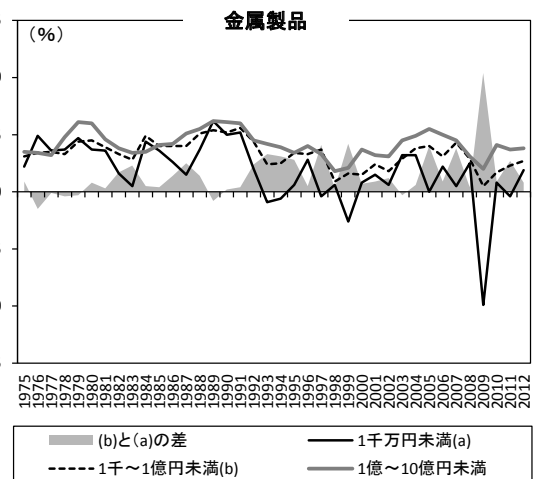
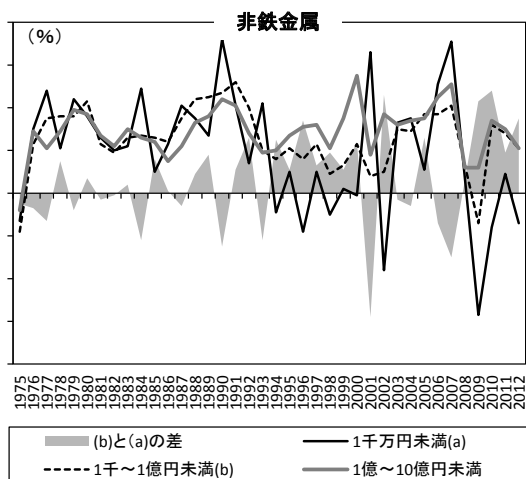
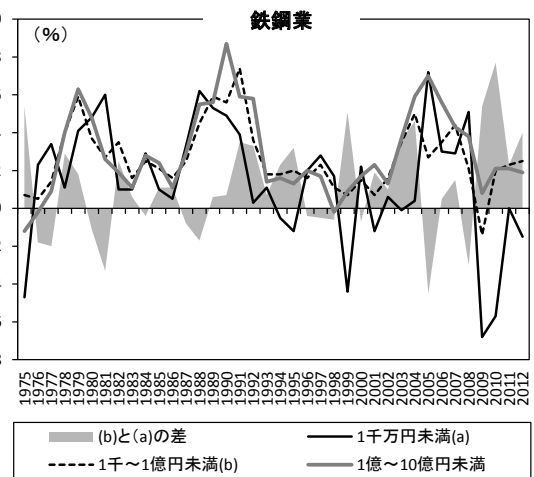
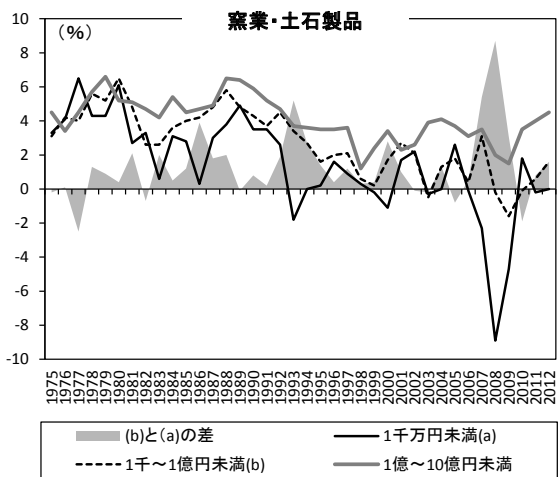
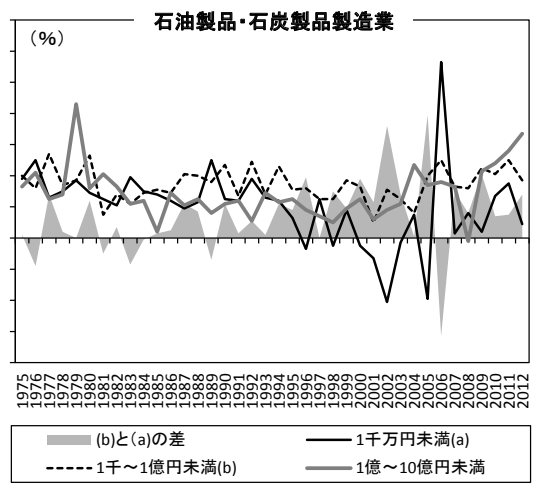
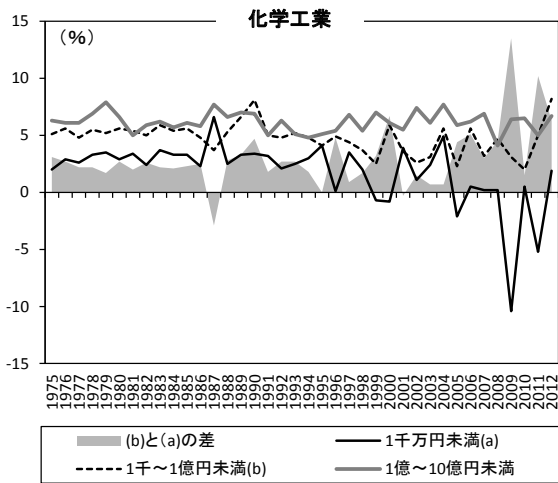
図表1-3-1 資本金規模別の売上高営業利益率の推移（製造業）

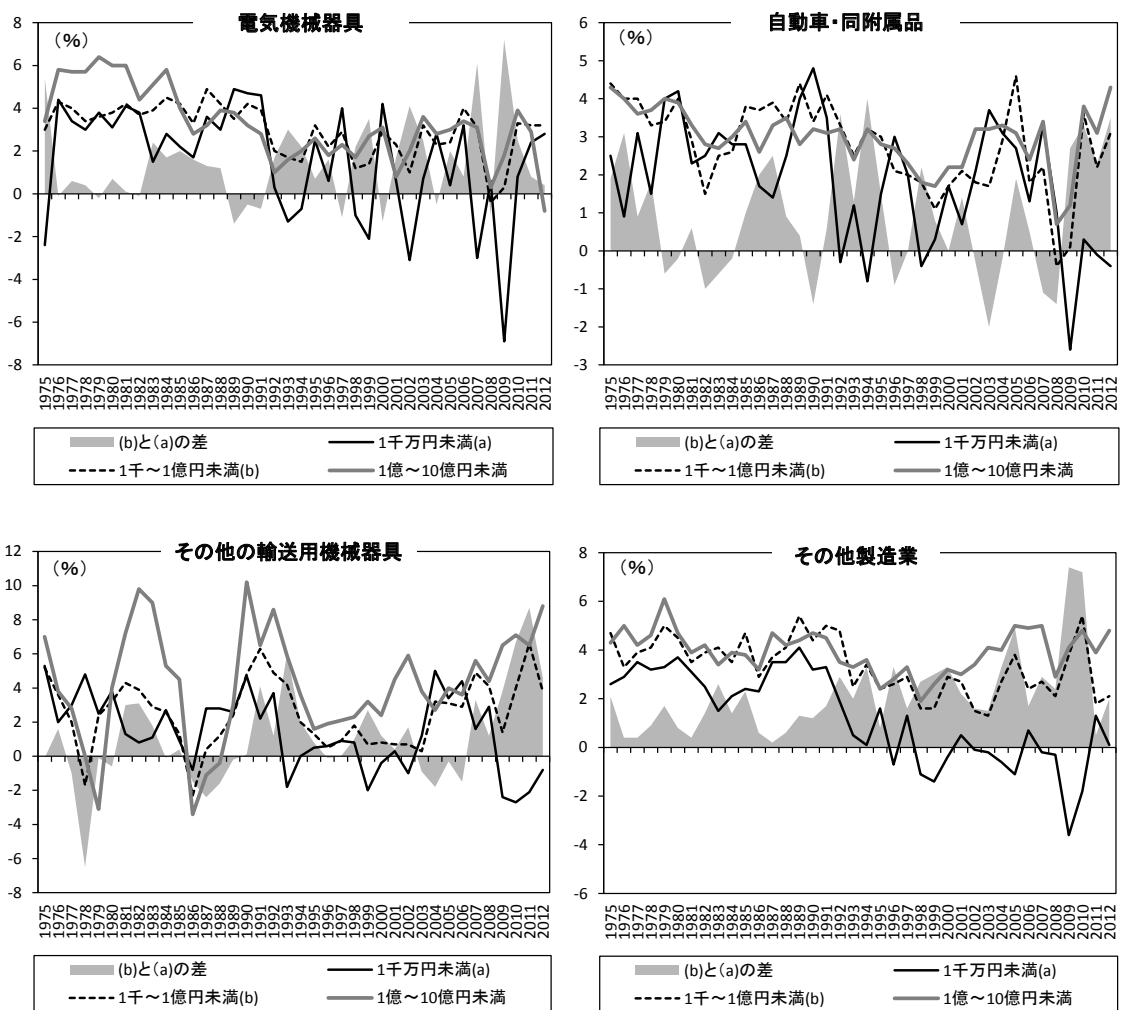


資料：財務省「法人企業統計調査（時系列データ）」。

図表 1-3-2 業種別の規模間業績（売上高営業利益率）格差の推移







資料：財務省「法人企業統計調査（時系列データ）」。

図表 1-3-3 産業別・業種別でみた規模間業績格差の動向

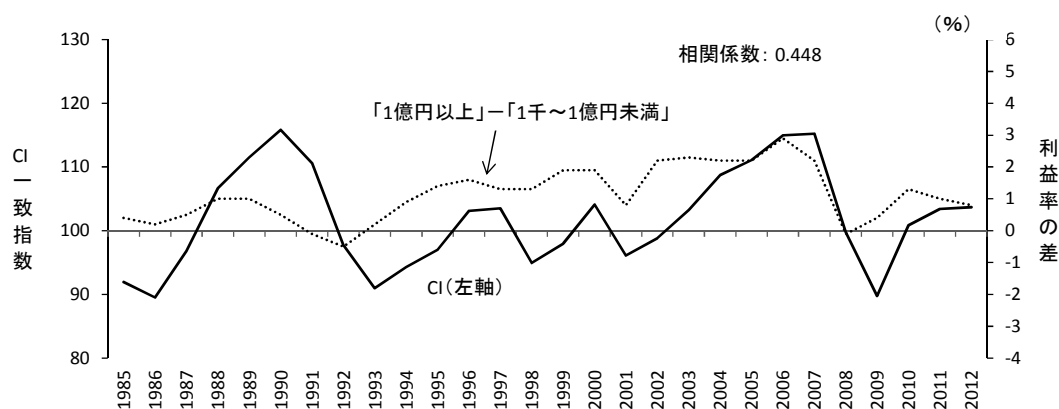
産業類型	業種	
	拡大傾向	拡大していない
生活関連・その他型	食料品 印刷・同関連業 その他の製造業	繊維工業 衣類その他繊維製品
基礎素材型（金属以外）	木材・木製品 化学工業 石油製品・石炭製品	パルプ・紙・紙加工品 窯業・土石製品
基礎素材型（金属）	非鉄金属 金属製品	鉄鋼業
加工組立型	電気機械器具	自動車・同附属品 その他の輸送用機械器具

資料：図表 1-3-2 に基づいて整理。

次に、規模間の業績格差と景気変動との関係を見よう。図表 1-3-4 に見られるように、大企業と中小規模企業との業績格差を代表する資本金「1 億円以上」と、「1 千～1 億円未満」との業績格差は、おおむね景気と連動している（両者の相関係数は 0.448）。つまり、大企業・中小規模企業間の業績格差は、景気が上昇すると拡大し、逆に悪化すると縮小する。大企業の場合は装置型産業が多いため、稼働率の変動を通じて景気が業績に直結し、中規模企業と比較して利益率の振れが激しくなることによるとみられる。なお、外注を減らすなど景気変動に柔軟に対応できる中規模企業は多く存在すると考えられる。

図表 1-3-4 規模企業間業績格差の推移と景気変動

<大企業・中小規模企業間の格差>

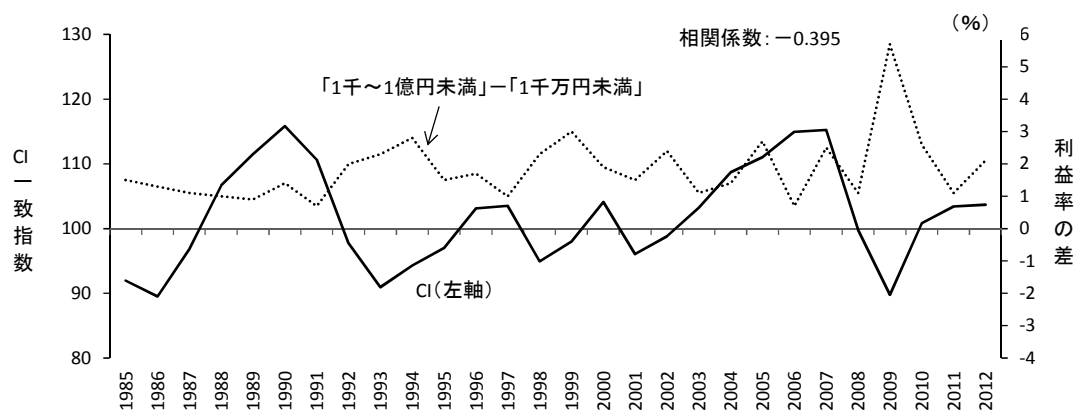


(注) CI 指数は、年度別の 12 か月の平均値。

資料：図表 1-3-1 および内閣府「景気動向指数」。

図表 1-3-5 中規模企業・零細規模企業間業績格差の推移と景気変動

<中小規模企業・零細規模企業間の格差>



(注) CI 指数は、年度別の 12 か月の平均値。

資料：図表 1-3-1 および内閣府「景気動向指数」。

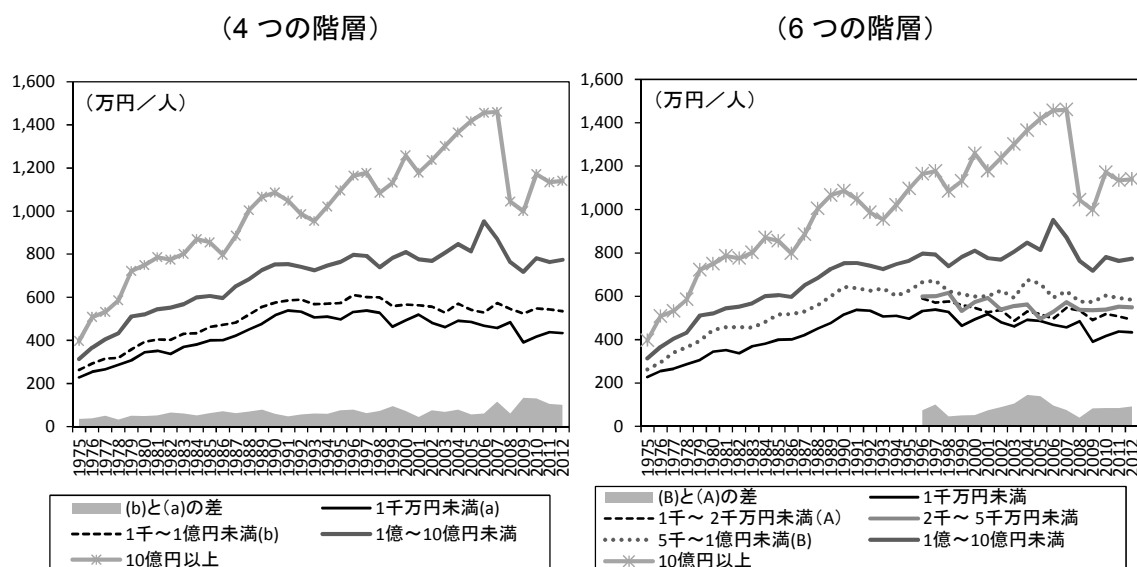
一方、中小規模・零細規模間の業績格差を表す、「1千～1億円未満」と「1千万円未満」との業績格差については、図表1-3-5のように、景気変動と逆の動きを呈している。つまり、中小規模・零細規模間の格差は、景気がよくなれば縮小し、悪化すれば拡大する傾向がある（相関係数は：-0.395）。景気拡大期には中小規模企業でこなしきれなくなった生産を零細規模企業に外注するため、零細規模企業の業績が向上し、格差が縮小する。これに対して、景気後退期には中規模企業で外注を減らし内製するため、小規模企業の生産が中規模企業以上に落ち込み格差が拡大すると考えられる。しかし、いざなぎ景気（2002年～2008年）においては、業績格差と景気変動との関係が明確には現れていない。

## 2. 格差変動要因（資本装備率、グローバル化の影響について）

規模間業績格差の直接要因は生産性の格差である。資本金規模別の付加価値生産性（労働生産性）の長期推移は、図表1-3-6に示されている。図表1-3-7は、『中小企業白書』（2013年版）で取り上げられた大企業・中規模企業・小規模事業者別の付加価値生産性の推移である（中小企業庁編、2013）。

この二つの図表から、規模間の付加価値生産性格差は（10億円以上の企業を除けば）、業績格差の場合と同様に1992年頃より広がったことがわかる。大企業の付加価値生産性は全期間にかけて拡大したが、中規模企業のそれは1990年代に入ってから横ばいで推移している。小規模企業の付加価値生産性は、ここ20年間、低下し続けており、経営状況は厳しさを増している。

図表1-3-6 資本金規模別の付加価値生産性の推移（製造業）

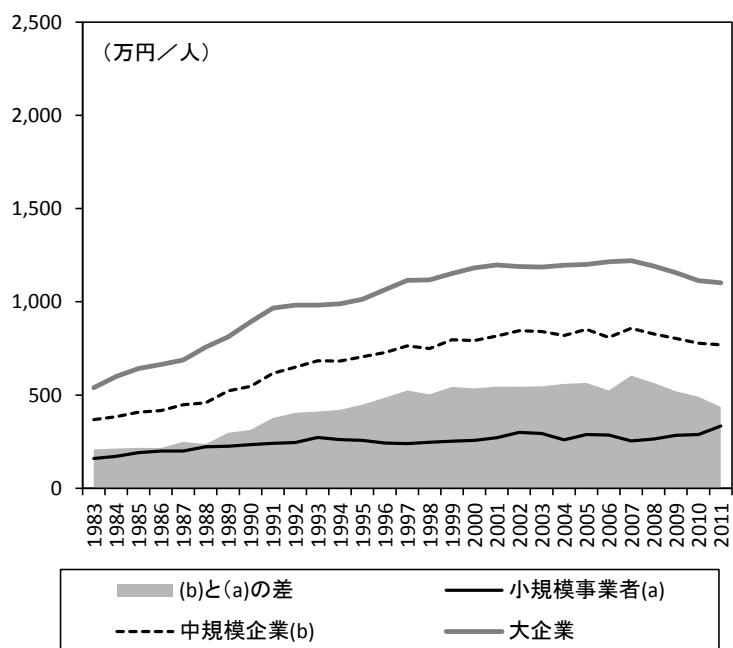


(注) 付加価値生産性（労働生産性）＝付加価値額／従業員数

付加価値額＝人件費＋支払利息等＋動産・不動産賃借料＋租税公課＋営業純益

資料：財務省「法人企業統計調査（時系列データ）」。

図表 1-3-7 大企業・中規模・小規模別の付加価値生産性の推移（製造業）



- (注) 1. 小規模企業、または小規模事業者とは、中小企業基本法の規定に基づく「小規模企業者」で、中小企業のうち、常時雇用する従業員 20 人以下の企業をいう。また、中規模企業とは、小規模企業以外の中小企業をいう。
2. 数値は中央値。

資料：中小企業庁「中小企業白書 2013」より引用。データの元は「法人企業統計年報」（再編加工）。

付加価値生産性（労働生産性）の格差は資本装備率と資本生産性で説明される。式で示すと、付加価値生産性（ $Y/L$ ）＝資本装備率（ $K/L$ ）×資本生産性（ $Y/K$ ）という関係がある。資本装備率は資本ストック（有形固定資産）（ $K$ ）を従業員数（ $L$ ）で除したものであり、従業員一人当たりの設備等の保有状況を示す。資本生産性は、付加価値額（ $Y$ ）を資本ストックで除したもので、資本ストック 1 単位が生み出す付加価値額を表す。

まず、資本金規模別、および大企業・中規模・小規模別の資本装備率からみていこう（図表 1-3-8、図表 1-3-9）。図表のように、小規模企業の資本装備率は中規模企業、大企業と比較して低い。その差は 1995 年頃まで拡大したが、その後はほとんど横ばいで推移している。つまり、1995 年頃までの労働生産性格差の拡大は資本装備率で説明可能であるが、それ以降の拡大については、資本装備率では説明しづらい。

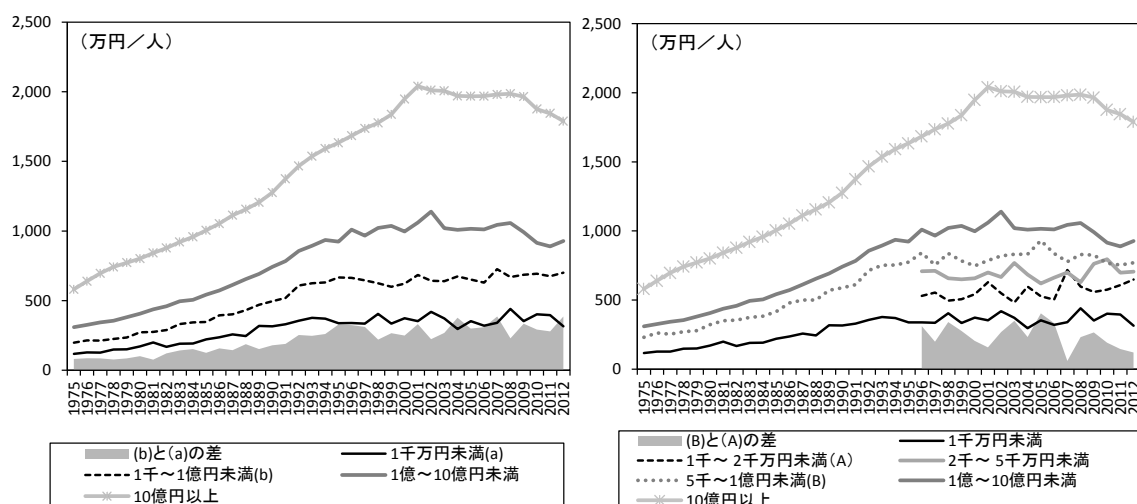
資本生産性格差についてみると（図表 1-3-10、図表 1-3-11）、小規模企業で高く、規模が大きいほど低いという「逆格差」がみられる。この資本生産性は、小規模企業が低下し続けてきたのに対して、中規模企業および大企業の場合は 1995 年頃まで低下し、その後は横ばいで推移している。資本生産性の規模間格差（逆格差）は、1995 年頃から着実に縮小してきた。以上のことから、1990 年代後半以降の規模間業績格差の拡大は、資本生産性

の逆格差の縮小によって説明することができる。なお、小規模企業の資本生産性の低下は、結局のところ、分子である付加価値が伸び悩んだ結果であるとも捉えられる。

図表 1-3-8 資本金規模別の資本装備率（製造業）

（4つの階層）

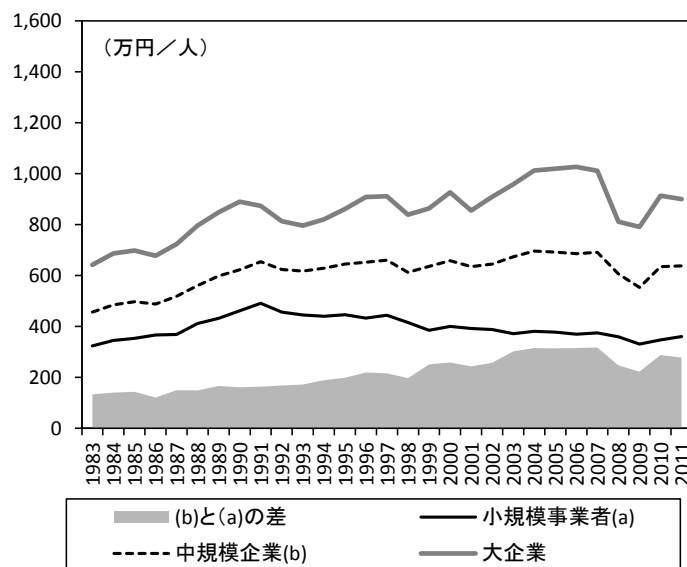
（6つの階層）



（注）資本装備率（労働装備率）＝有形固定資産（建設仮勘定を除く、期首・期末平均）／従業員数。

資料：財務省「法人企業統計調査（時系列データ）」。

図表 1-3-9 大企業・中規模・小規模別の資本装備率（製造業）



（注）図表 1-3-7 に同じ。

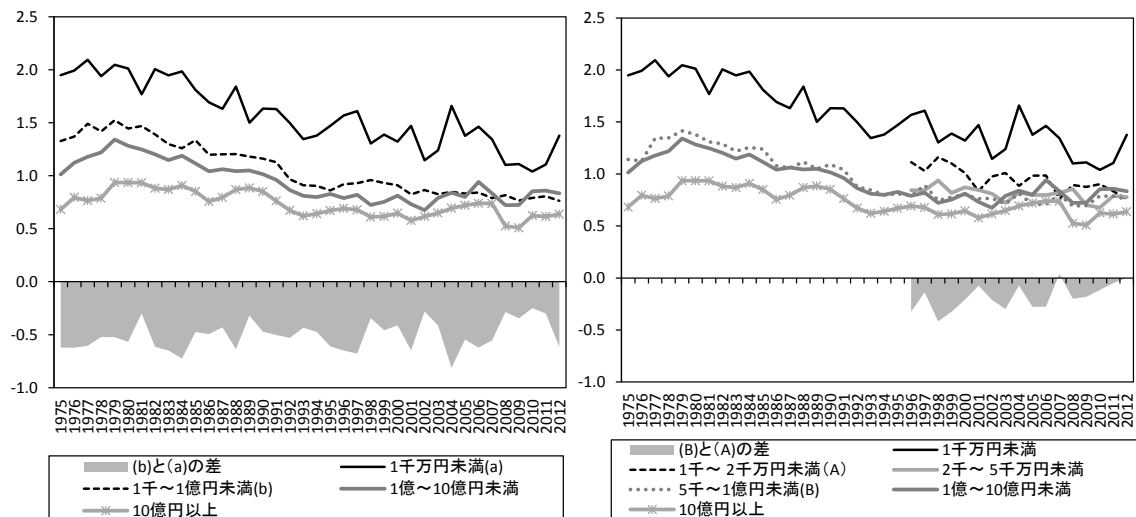
資料：中小企業庁「中小企業白書 2013」より引用。データの元は「法人企業統計年報」（再編加工）。



図表 1-3-10 資本金規模別の資本生産性の推移

(4つの階層)

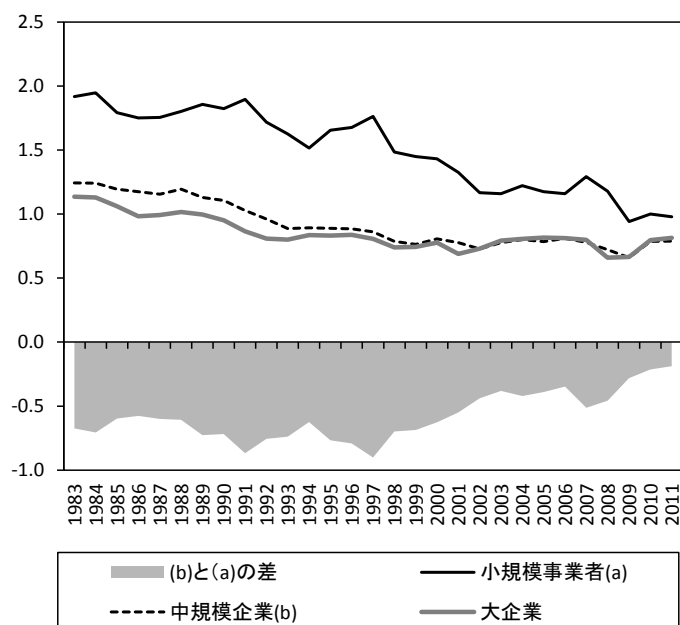
(6つの階層)



- (注) 1. 資本生産性=付加価値額/有形固定資産 (建設仮勘定を除く、期首・期末平均)  
 2. 資本生産性 (Y/K) は、付加価値生産性 (Y/L) を資本装備率 (K/L) で除して求めた。

資料：図表 1-3-6 および図表 1-3-8 により算出。

図表 1-3-11 大企業・中規模・小規模別の資本生産性の推移



(注) 図表 1-3-7 に同じ。

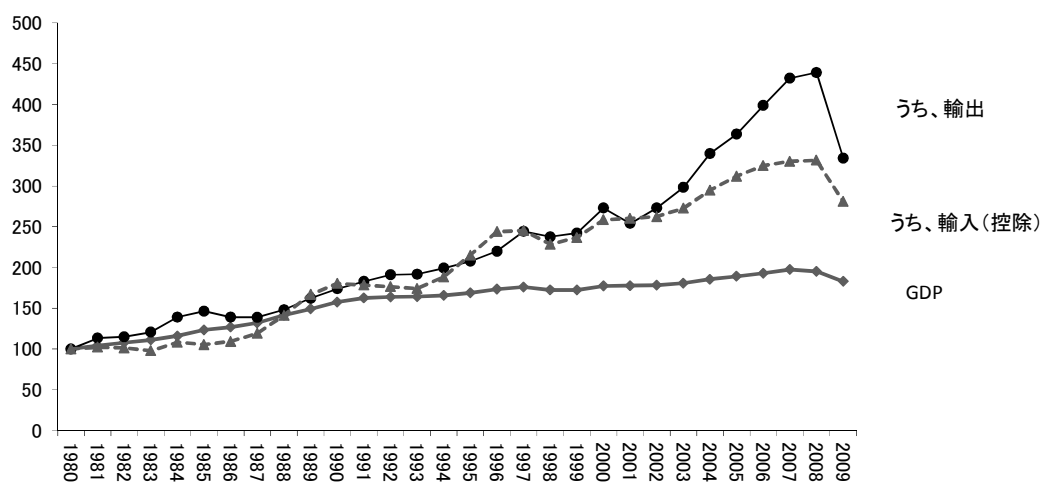
資料：中小企業庁「中小企業白書 2013」より引用。データの元は「法人企業統計年報」(再編加工)。

以上でみたように、1990年代後半以降の規模間格差の拡大は景気変動や資本装備率では説明ができない。規模間業績格差、とくに中小企業内の業績格差が拡大した原因を明らかにすることは、本調査の主要な目的である。

通商白書（2008）では、グローバル化が国内経済に与える影響が拡大し、企業間の格差が顕在化したと指摘している。需要面の要因としては、外需・設備投資主導の成長構造が、外需・設備投資に依存している企業とそうでない企業との間に収益格差を生み出しているという。供給面の要因としては、大企業と中小企業との間で交易条件の格差が広がったことを挙げている。

実際、図表 1-3-12 で確認できるように、国内総生産（支出側）の構成要素である輸出・輸入の伸びが顕著になったのは、規模間格差が拡大し始めた 1990年代半ばである。このことから、グローバル化の影響が規模間業績格差の拡大をもたらしたことが窺える。そして、上述した交易条件の格差が広がった要因として、中小企業の価格交渉力の弱さが挙げられるが、本調査では、とりわけ、価格交渉力の 10 年間の変化とその要因について考察する。

図表 1-3-12 輸出入の推移（1980 年を 100 とした指数）



(注) GDP：国内総生産（支出側、実質：連鎖方式、平成 12 年基準）

資料：内閣府「国民経済計算」。

## 第2章 アンケート調査回答企業の概要

### 第1節 アンケート調査の概要

中小企業内規模間格差の要因について明らかにするために、大阪府内の常用雇用者 299 人以下の会社企業に対して、下記の要領でアンケート調査を実施した。

図表 2-1-1 アンケート調査の概要

調査対象	地域	大阪府内（単一事業所企業及び大阪府内本社の複数事業所企業）	
	業種	製造業（日本標準産業分類に掲げる大分類）	
	規模	企業常用雇用者数 299 人以下の会社企業	
調査方法	郵送自記式アンケート調査		
使用名簿	総務省統計局 事業所母集団データベース「平成 24 年次フレーム」		
調査時期	平成 25 年 10 月～12 月		
調査回答基準	平成 25 年 9 月 30 日時点		
発送数	企業常用雇用者 0～ 9 人		1,000 社
	10～ 29 人		1,000 社
	30～299 人		1,000 社
	計		3,000 社
有効発送数	2,965 社		
有効回答数	786 社（有効回答率 26.5%）		

## 第2節 回答企業の概要

回答企業の属性は、以下のとおりである。

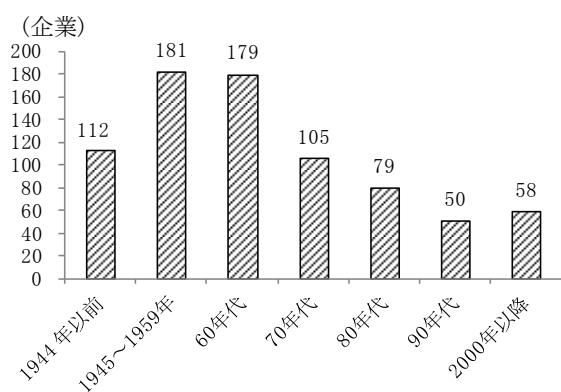
創業年は、戦後から1960年代までに創業した企業が多い。なお、2000年以降に創業した企業もみられるため、10年前と比較する場合には、創業年が2004年以降の企業は除外して分析した。

業種は、繊維工業、印刷、食料品などの「生活関連・その他型」が27.3%を占める。プラスチック製品、化学工業、紙・加工品などの「基礎素材型（金属以外）」は21.4%、金属製品などが含まれる「基礎素材型（金属）」は30.8%、生産用機械器具、電気機械器具などが含まれる「加工組立型」は20.5%を占める。

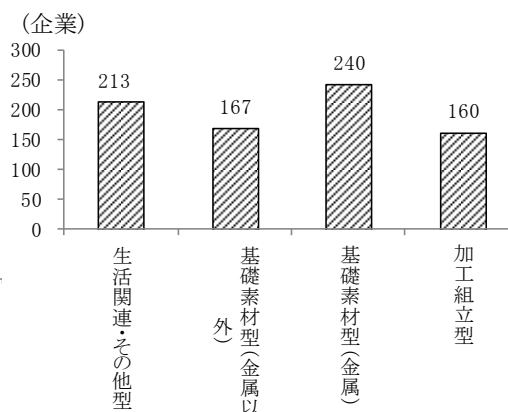
業態については、「自社製品を持つ下請でない企業（以下、自社製品企業）」が最も多く、次いで「特定企業の専属でない下請企業」が多い。これら2つの業態で8割を超える。特定企業の下請企業と自らを認識している企業は全体の約1割であり、その中では1次下請企業が多くを占め、2次以下の下請企業は少ない。

図表2-2-1 回答企業の概要（その1）：創業年、業種、業態、資本金規模の分布

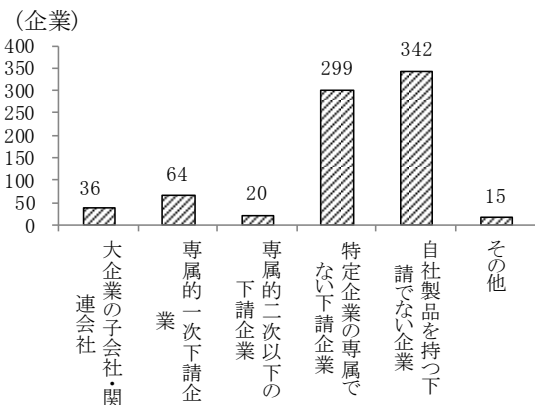
(1) 創業年



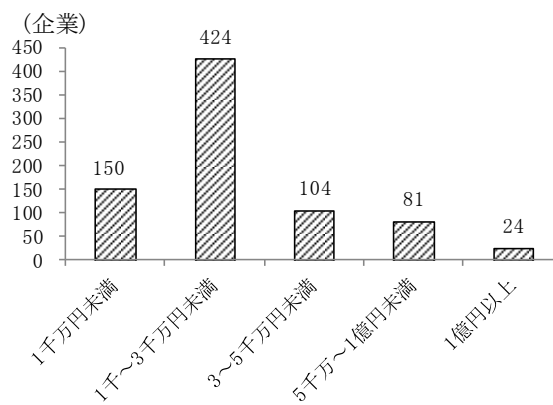
(2) 業種



(3) 業態



(4) 資本金規模



企業規模を示す指標としては、資本金、従業員数、売上高などがある。

まず、資本金規模は、「1千万～3千万円未満」が過半を占めるが、「1千万円未満」も150企業、3千万円以上も209企業と相当数の企業から回答があった。

次に、量的な回答についてみると、従業員数の平均は37.7人、売上高の平均は9億2,402万円であった。両項目に回答があった企業について従業員1人当たりの売上高を算出し、その平均を求めると2,039万円であった。ただし、これらは分散の大きい数値である。従業員数は、「10～19人」が最も多く、「1～3人」が60企業、「100人以上」が63企業となるなど各規模層で一定の回答があった。売上高規模では、「1億～3億円未満」が最も多く、「10億円以上」がそれに並ぶほどの回答数があるなどばらつきがみられ、平均値を下回る企業が多くを占める。従業員1人当たり売上高についても、「1,000万～1,500万円未満」が最も多いが、他の階層にも広くばらついている。なお、10年前と比較して各平均値にほとんど変化はないが、標準偏差は若干高まっており、ばらつきが大きくなっている。

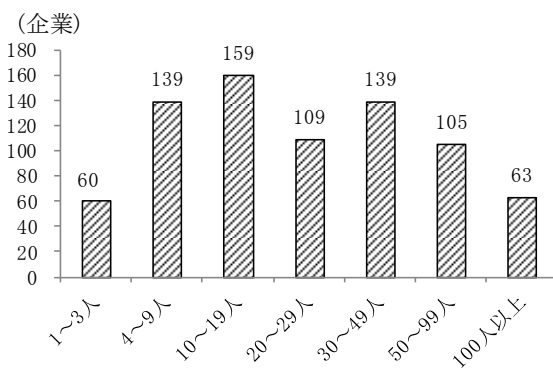
図表 2-2-2 回答企業の概要（その2）：従業員数、売上高等の平均値

(単位:企業、人、万円)

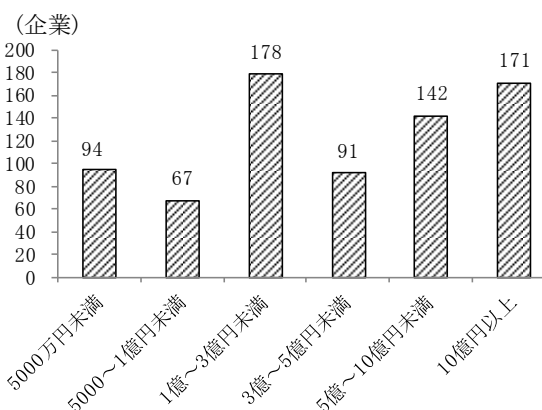
		度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
従業員数	現在	774	1	500	37.7	49.52
	10年前	692	1	400	37.6	45.64
売上高	現在	743	300	2,076,500	92,402	172,309.68
	10年前	677	500	1,868,700	91,110	155,789.97
従業員1人当たり売上高	現在	737	167	10,500	2,039	1,512.14
	10年前	659	200	10,000	2,038	1,355.67

図表 2-2-3 回答企業の概要（その3）：従業員規模、売上高規模等の分布

(5) 従業員規模

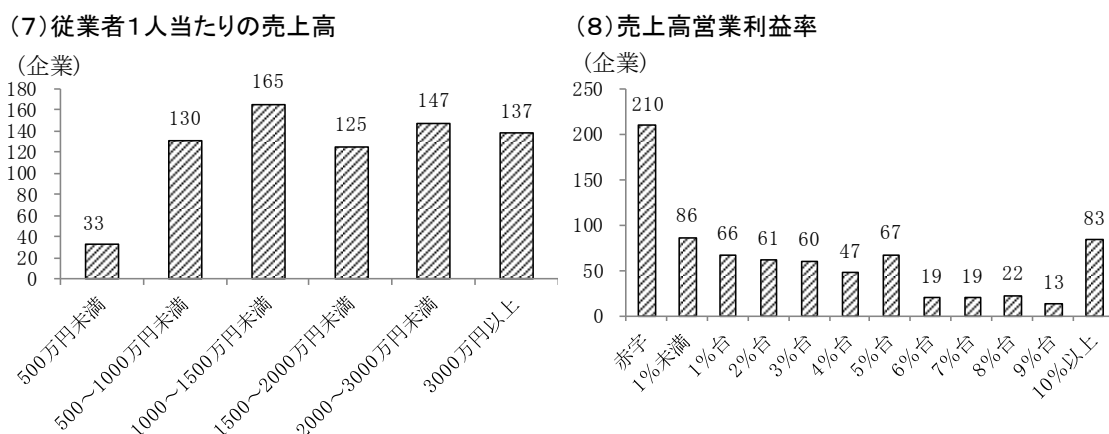


(6) 売上高規模

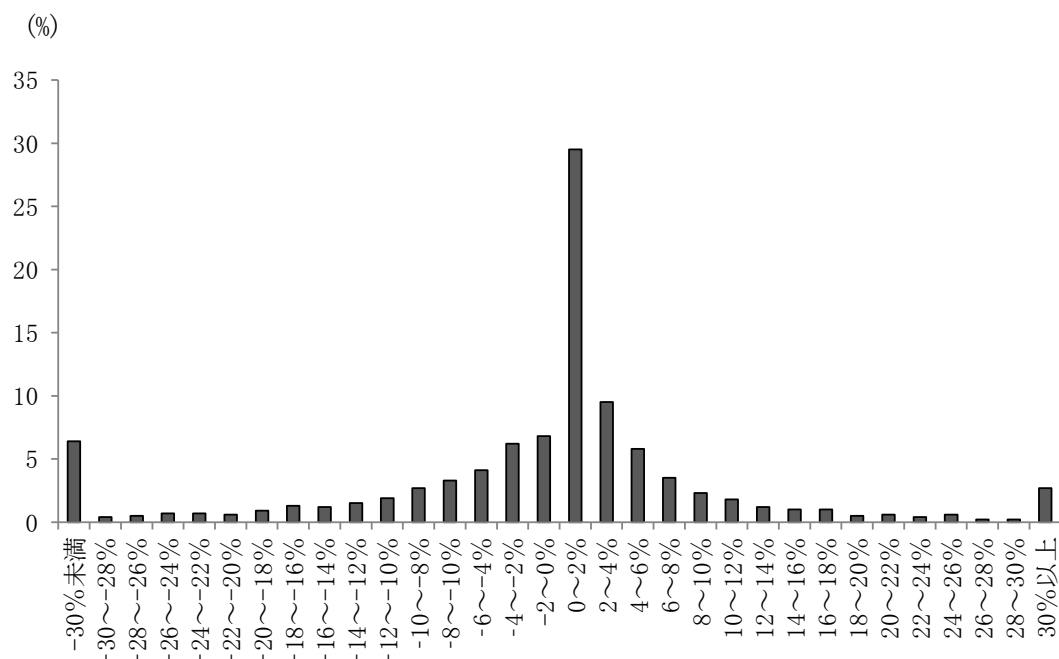


売上高営業利益率は、「赤字」の企業が 27.9%を占め、「1%未満」の企業が 11.4%であり、以下、利益率が上昇するに連れて概ね割合が低くなっていくが、「10%以上」の企業も 11.0%みられ、高収益企業の裾野が広い分布になっている。

図表 2-2-4 回答企業の概要（その 4）：従業員規模、売上高規模等の分布



図表 2-2-5 中小企業の売上高営業利益率の分布 (2009 年度)



資料：中小企業庁『中小企業白書 2011 年版』、原資料は、財務省「平成 21 年度法人企業統計調査」

(注) 中小企業は、資本金 1 千万円以上 1 億円未満の企業。

ここで、売上高と売上高営業利益率を用いて営業利益額を求め、そこから従業員1人当たりの営業利益額を算出する。ただし、売上高営業利益率は階級度数なので、各階級の中点を平均値とした。その際、オープンエンドの「赤字」と「10%以上」については、赤字企業、売上高営業利益率が10%以上の企業の分布状況をさらに詳しく示した『中小企業白書 2011年版』を参考に、売上高利益率を「赤字」の場合は-11.8%、「10%以上」の場合は20.5%とした<sup>4</sup>。

算出の結果としては、現在の従業員1人当たり営業利益額の平均は58万円となった。10年前は92万円であったことから利益額は大きく低下し、ばらつきも大きくなっている。

図表 2-2-6 従業員1人当たりの営業利益額

(単位:企業、万円)

	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
現在	711	-1,096	2,153	58	251.54
10年前	616	-917	1,179	92	195.33

<sup>4</sup> 具体的な算出方法については、各階級の中点を平均値とし加重平均した(「-30%未満」は-31%、「30%以上」は31%として処理)。

### 第3節 最近10年間の業態変化と規模変動

中小企業の属性の最近10年間での変化をみておく。

まず、最近10年間の業態の変化をみると、全体の94.4%までが10年前と同じ業態で事業を継続している。

次に、下請企業の中の業態変化としては、10年前の専属的下請企業のうち、現在、特定企業の専属でない下請企業へと移行した企業は、11.8%を占める。逆に、10年前に特定企業の専属でない下請企業であったが、現在、専属的下請企業へと移行した企業は1.2%にすぎない。特定企業への依存から受注先を多角化した企業が多かったことが示されている。

第三に、10年前の下請企業から自社製品企業へと移行した企業については2.8%に留まるものの、10年前の自社製品企業から下請企業へと移行した企業の割合1.3%よりは高く、緩やかではあるものの自社製品企業へと脱皮しつつある状況がうかがえる。

図表2-3-1 最近10年間の業態変化

(単位:企業)

		現在の業態						合計
		大企業の子会社・関連会社(ア)	専属的一次下請企業(イ)	専属的二次以下の下請企業(ウ)	特定企業の専属でない下請企業(エ)	自社製品を持つ下請でない企業(オ)	その他(カ)	
10年前の業態	大企業の子会社・関連会社 ①	27	1	1	1	3	0	33
	専属的一次下請企業 ②	0	43	1	6	2	0	52
	専属的二次以下の下請企業 ③	0	0	14	2	0	0	16
	特定企業の専属でない下請企業 ④	1	2	1	247	7	1	259
	自社製品を持つ下請でない企業 ⑤	4	1	1	2	303	0	311
	その他 ⑥	0	0	0	0	1	12	13
	合計	32	47	18	258	316	13	684

業態変更なし(太枠の企業数合計)		646	684	合計	94.4%
業態変更あり	専属的下請企業(②+③)から特定企業の専属でない下請企業(エ)へ	8	68	②+③	11.8%
	特定企業の専属でない下請企業(④)から専属的下請企業(イ+ウ)へ	3	259	④	1.2%
	下請企業(②+③+④)から自社製品企業(オ)へ	9	327	②+③+④	2.8%
	自社製品企業(⑤)から下請企業(イ+ウ+エ)へ	4	311	⑤	1.3%

資本金階層の成長については、10年前の階層に留まる企業が91.3%と大半を占めるものの、上方へと移動した企業割合は7.2%と下方移動1.4%よりも多く、資本金規模では、中小企業の緩やかな拡大傾向が示される<sup>5</sup>。

<sup>5</sup> ただし、10年前に存在したが、それ以降に廃業した企業がある一方、最近10年間に創業した企業を除外していることに留意が必要である。



図表 2-3-2 最近 10 年間の資本金規模の変動

(単位:企業)

		現在の資本金規模					合計
		1千万円未満	1千~3千万円未満	3~5千万円未満	5千万~1億円未満	1億円以上	
10年前の 資本金規模	1千万円未満	108	21	1	3	0	133
	1千~3千万円未満	3	359	11	8	1	382
	3~5千万円未満	2	1	84	4	0	91
	5千万~1億円未満	0	1	1	60	1	63
	1億円以上	0	1	0	1	20	22
	合計	113	383	97	76	22	691

資本金規模	変更なし	631	691	91.3%
	上方へ移動	50	691	7.2%
	下方へ移動	10	691	1.4%

一方、従業者規模の変動については、規模階層の区切りを 7 段階と細かくみると、従業者規模の変動のある企業は 36.1%となる。その中で上方移動は 17.8%、下方移動は 18.3%とほぼ均衡しており、従業者規模からみると中小企業全体としての成長は留まっている。なお、規模階層の区切りを 3 段階にすると、上方移動 7.4%、下方移動 7.8%となる。資本金規模と比較すると、成長においては資本金、従業者規模ともに拡大するが、縮小においては従業者規模を減らす、資本金規模は減りにくいという傾向があることがわかる。縮小する企業について考慮すると、企業規模の把握には、資本金よりも従業者規模の方がより適切であるとみられる。

図表 2-3-3 最近 10 年間の従業者規模の変動

(単位:企業)

		現在の従業者規模							合計
		1~3人	4~9人	10~19人	20~29人	30~49人	50~99人	100人以上	
10年前の 従業者規模	1~3人	28	6	4	0	1	0	0	39
	4~9人	15	85	21	1	1	2	0	125
	10~19人	4	27	90	22	11	1	0	155
	20~29人	0	1	24	47	24	4	0	100
	30~49人	1	1	4	17	78	15	1	117
	50~99人	0	0	0	3	14	63	9	89
	100人以上	0	0	0	2	1	12	50	65
	合計	48	120	143	92	130	97	60	690

従業者規模 変更なし	従業者規模変更あり					合計
	上方移動		下方移動		合計	
	階層超え		階層超え			
441	249	123	51	126	54	690
63.9%	36.1%	17.8%	7.4%	18.3%	7.8%	100.0%

(注) 影をつけた箇所は、階層 (1~9 人、10~49 人、50 人以上) を超え、従業者規模が変更した企業数。

### 第3章 大阪府内中小製造業内の規模間業績格差の実態と変化

#### 第1節 業態別格差

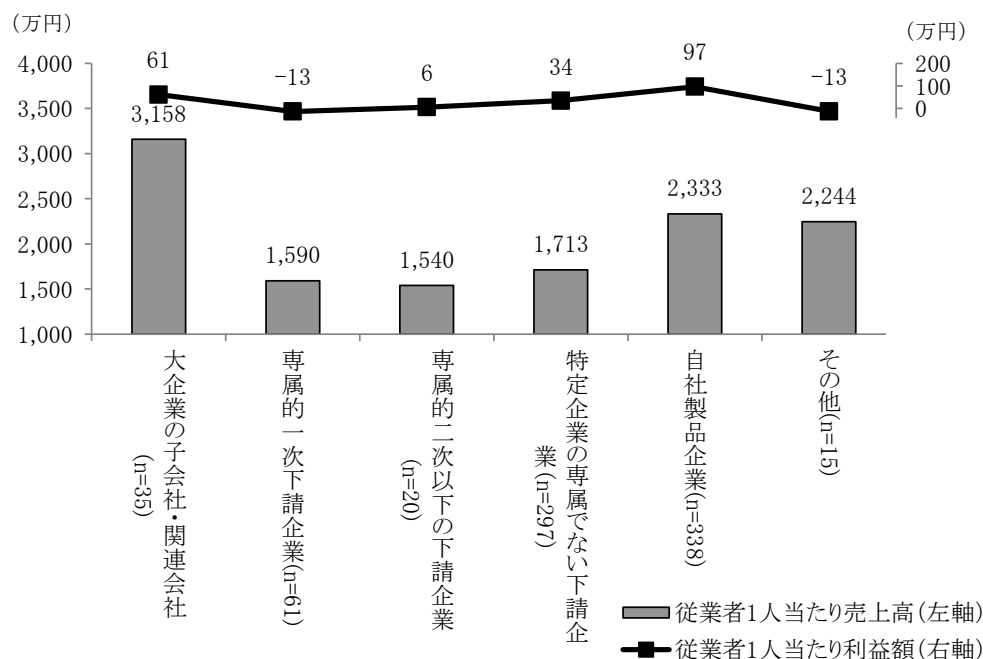
巽（1960）は、中小企業の階層構造を、独占資本が下請関係を通じて利潤を獲得するための形態として捉え、以下の五つの階層に分類した。すなわち、

- (A) 独占企業の子会社
- (B) 系列企業
- (C) 専属的下請企業
- (D) 浮動的下請企業
- (E) 浮動的再・再々下請零細小企業

という中小企業の階層分化である（p.82）。この階層分化が各企業間の格差を拡大し、それはまた賃金格差ともなっており現われているとしている。

そこで、中小企業内格差をもたらすと考えられた業態別に、従業員1人当たり売上高をみると、「大企業の子会社・関連会社」が最も多く、次いで「自社製品企業」となっており、下請企業は少ない。一方、従業員1人当たりの利益額については「自社製品企業」が最も多く、下請企業は少ない。下請企業の中では、「特定企業の専属でない下請企業」が従業員1人当たりの売上高、利益額とも専属的下請企業よりも高い。さらに標本数は少ないが、「専属的二次下請企業」と「専属的二次以下の下請企業」では従業員1人当たりの売上高はほぼ同じで、従業員1人当たりの利益額は、「専属的二次以下の下請企業」が「専属的二次下請企業」を上回ってさえいる。

図表3-1-1 従業員1人当たり売上高と利益額の平均値（業態別）



下請企業についてみると、「専属的一次下請企業」「専属的二次以下の下請企業」、それ以外の下請企業という具合に生産性や利潤が減少するといった階層化が生じているとは言い難い。また、「特定企業の専属でない下請企業」は、生産性や収益性において専属的下請企業を上回っており、下請ピラミッドの末端で特定の親企業を持たず、過度競争により低収益率にある「浮動的下請企業」というよりも、「受注先を多角化した下請企業」「自立的な受注型企业」という意味で捉える方がふさわしいとみられる。

前述したように、特定企業の専属的下請企業と自認する企業は約 1 割にすぎず、その中でも一次下請企業と二次以下の下請企業との格差が確認しづらい状況では、中小企業内格差について、特定企業を頂点とした階層構造を前提とした業態間格差を中心に捉えるのは適切ではないと考えられる<sup>6</sup>。

---

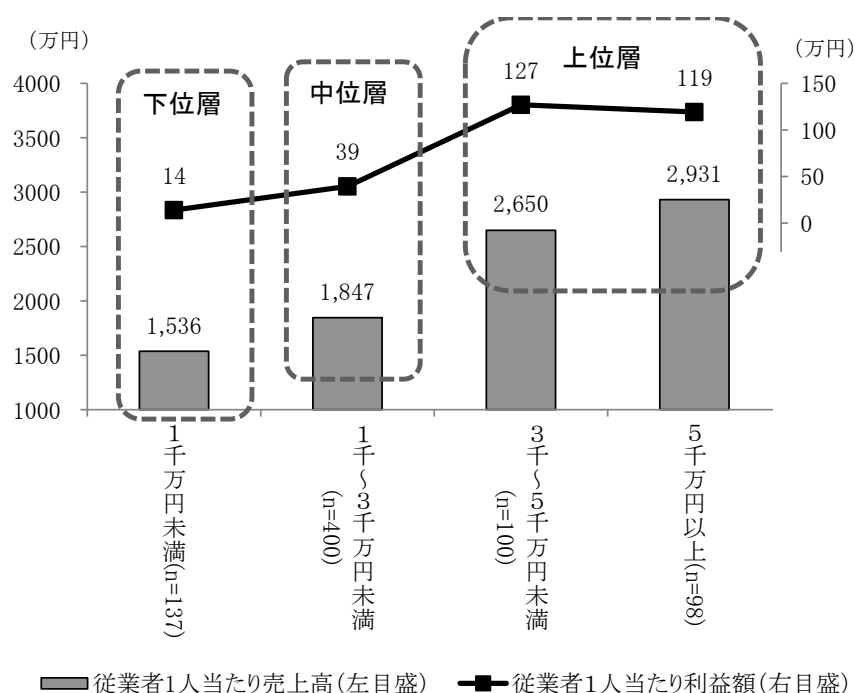
<sup>6</sup> もとより下請企業と自社製品企業との間で生産性、収益性格差がみられることから、業態に全く意味がないという訳ではない。

## 第2節 資本金階層別格差

では、中小企業と大企業を分かち量的な基準である資本金についてはどうであろうか。中村（1961）は、中小企業＝下請企業とみるのはきわめて一面的な観察であるとして、「中小資本の『量』から規定される『競争上の質または階層性』に注意すべき（p.74）」と主張した。すなわち、「資本は一般により高い利潤を求めて、その低い部門から高い部門へと移動するが、その移動の範囲は当該資本の規模によって制約され（p.29）」ている。階層間の移動が難しいのは、大規模部門では「技術水準が高く資本単位が大きくかつその有機的構成が高度化し、固定投資の厩大化をもたらししている（p.30）」からとみている。このように、中小企業内格差をみる場合には、資本金階層が有力な視点である。

そこで、中小企業内格差を資本金階層別にみると、資本金規模が大きくなるにつれて従業者1人当たりの売上高が増加していることがわかる。特に、資本金3千万円以上と「3千万円未満」とで格差が大きい。従業者1人当たりの利益額についても、資本金規模が大きくなるにつれて増加しているが、資本金「3～5千万円未満」と「5千万円以上」とでは平均利益額が逆転している。

図表3-2-1 従業者1人当たり売上高と利益額の平均値（資本金規模別）



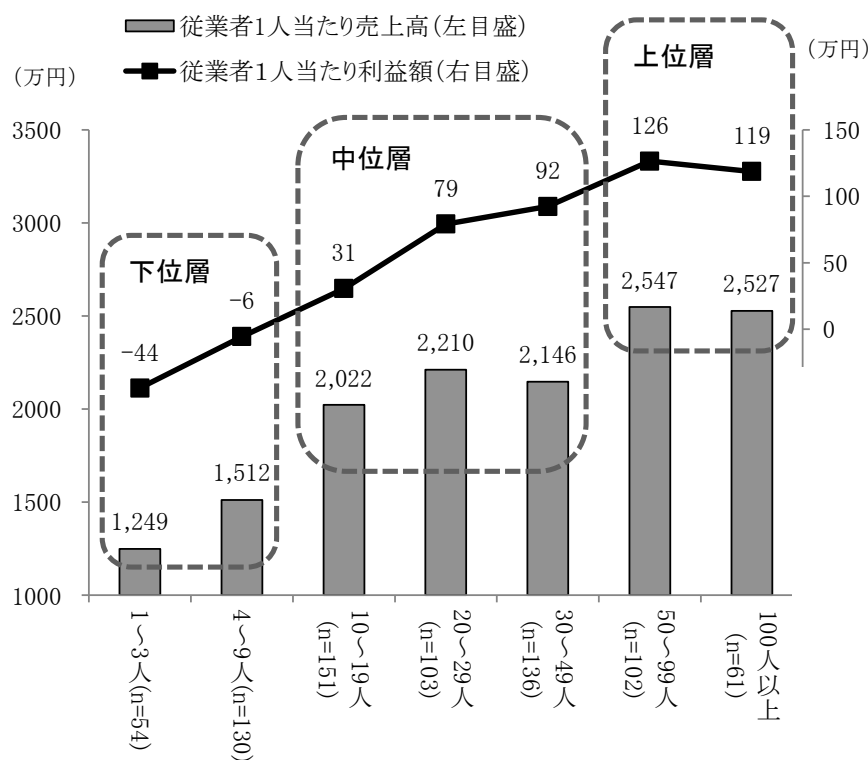
資本金階層でみた生産性、収益性の状況からは、資本金「1千万円未満」を中小企業下位層、資本金「1～3千万円未満」を中位層、資本金「3～5千万円未満」と「5千万円以上」を合わせた資本金「3千万円以上」を上位層と類型化することができる。

### 第3節 従業者規模別格差

次に、中小企業を規定するもう一つの要件である従業者規模別の従業者1人当たり売上高、利益額をみると、共に従業者規模の拡大に応じて増加傾向にある。ただし、従業者「20～29人」と「30～49人」では売上高で、「50～99人」と「100人以上」では売上高と利益額での逆転がみられる。また、「1～3人」と「4～9人」については利益額がマイナスになっている。

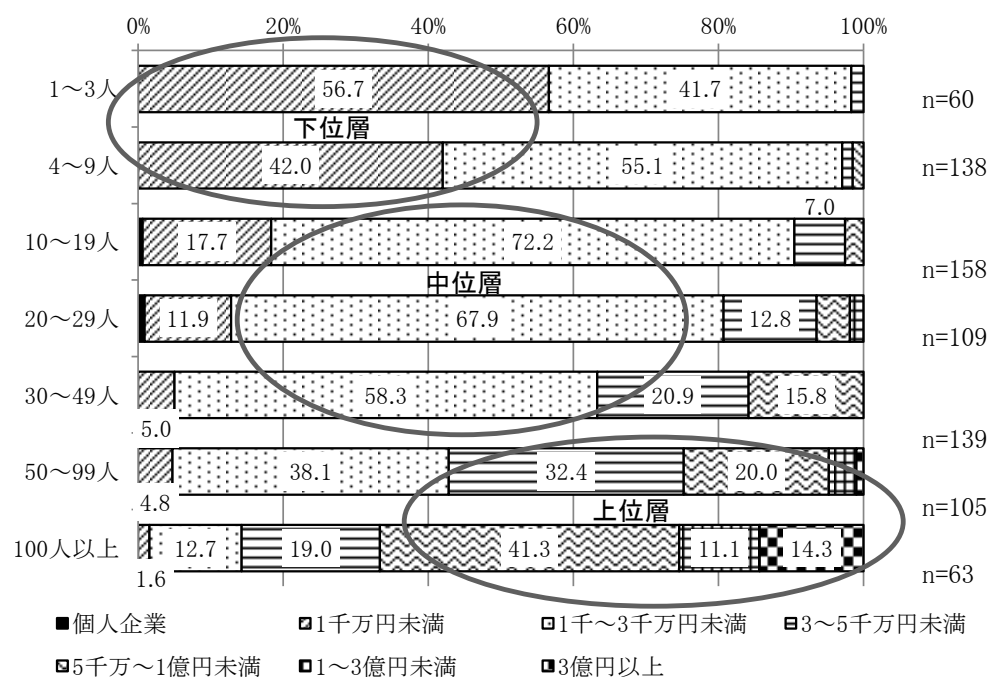
このような規模別の生産性や収益性の状況をみると、中小企業は従業者「1～9人」の下位層、「10～49人」の中位層、「50～299人」の上位層に分けることができる。

図表3-3-1 従業者1人当たり売上高と利益額の平均値（従業者規模別）



ここで、回答企業における従業者規模と資本金の関係についてみておくと、従業者数1～3人では資本金「1千万円未満」が過半数を占める。4～9人では資本金「1千～3千万円未満」が最も多いが、「1千万円未満」も42.0%を占める。10～19人、20～29人、30～49人については、いずれの層でも「1千～3千万円未満」が過半数を占める。50～99人でも「1千～3千万円未満」が最も多いが、その割合は38.1%に留まり、資本金3千万円以上で合算すると過半数を超える。100人以上では、資本金「5千万～1億円未満」が最も多い。

図表 3-3-2 従業者規模と資本金規模の関係



以上、中小企業内の階層を資本金及び従業者規模から捉えると、図表 3-3-3 のように、下位層が従業者 1～9 人、資本金 1 千万円未満、中位層は従業者 10～49 人、資本金 1 千万～3 千万円未満、上位層は従業者 50～299 人、資本金 3 千万円以上という対応関係が概ねみられる。

このように企業規模別に生産性、収益性格差が存在し、規模を表す指標としては資本金規模、従業者規模ともに有効である。ただし、前述したように、企業規模の成長局面では資本金規模、従業者規模ともに拡大するのに対して、縮小局面では資本金規模が減少しづらく、実際の企業規模を反映していない場合が少なくない。さらに、近年、資本よりも従業者という人的資源の重要性が高まっていると考えられる。こうしたことから、以下では、従業者規模別に中小企業の受注や競争状況などについて検討することにより、規模別格差の実態を分析していく。

図表 3-3-3 中小企業内階層についての資本金規模と従業者規模の対応

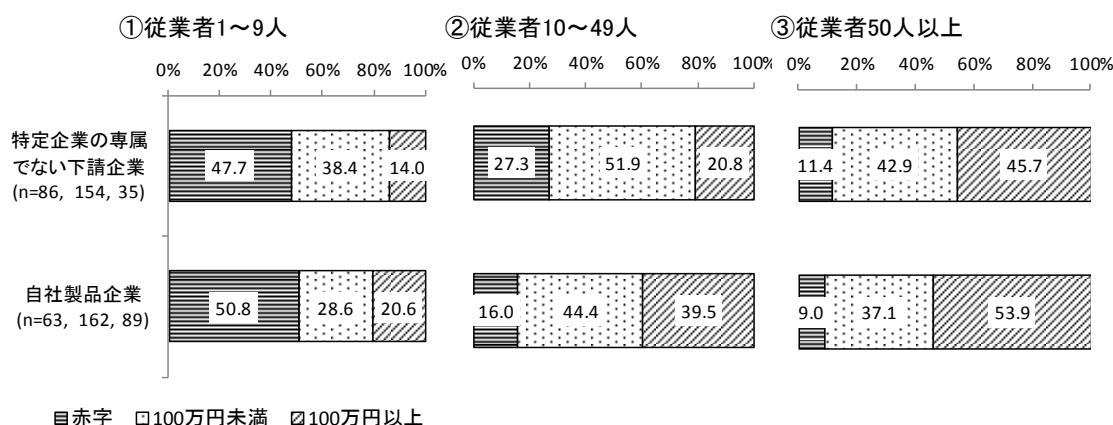
中小企業内階層	資本金規模	従業者規模
中小企業下位層	1 千万円未満	1～9 人
” 中位層	1 千万～3 千万円未満	10～49 人
” 上位層	3 千万円以上	50～299 人

それに先立ち、業態と従業員規模のいずれが収益性との関係が強いかを確認しておこう。図表 3-3-4 (1) により、回答企業数の多い「特定企業の専属でない下請企業」と「自社製品企業」について業態別の従業員 1 人当たりの利益額をみると、自社製品企業の方が「100 万円以上」の利益額の企業割合が高く、収益性が高い。ただし、その違いはさほど大きくはなく、従業員 1~9 人層における赤字企業の割合は自社製品企業の方が多など、相関関係は明瞭ではない。

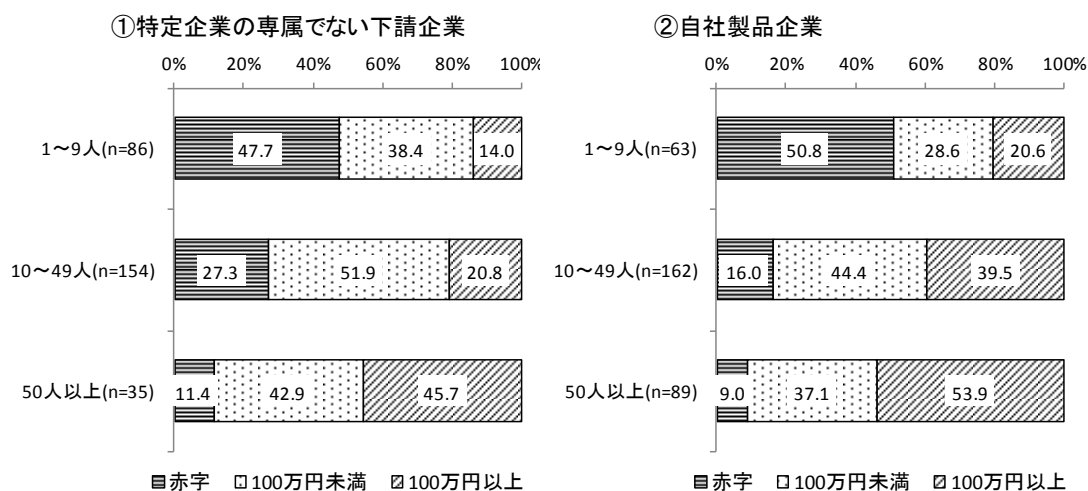
このクロス集計結果を図表 3-3-4 (2) のように、従業員規模別に並べて直してみると、いずれの業態においても、従業員規模が大きくなる程、「赤字」企業割合が低下し、「100 万円以上」の利益額の企業割合が上昇している。このように、業態別にも若干の格差が認められるものの、従業員規模で収益性格差が顕著である。

図表 3-3-4 業態・従業員規模と収益性との関係

(1) 業態別の従業員 1 人当たりの利益額(従業員規模別)



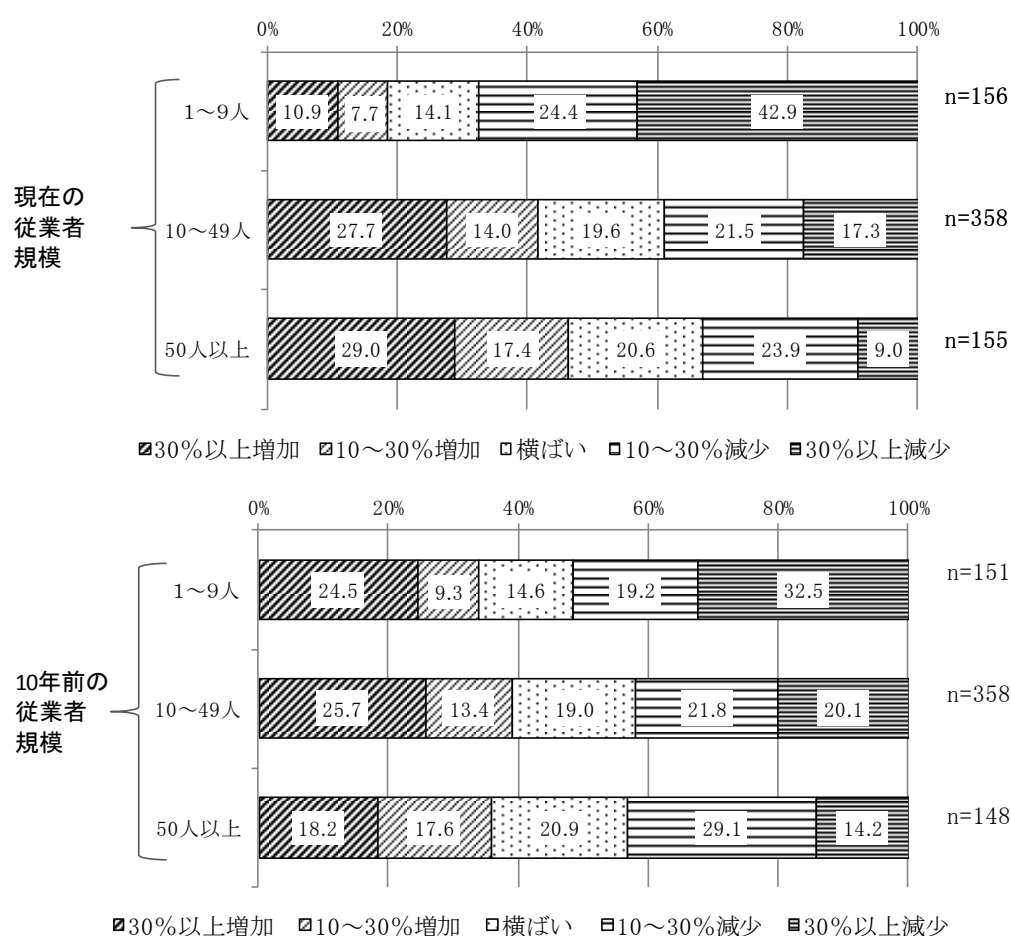
(2) 従業員規模別の従業員 1 人当たりの利益額(業態別)



このように顕著な差がみられる従業員規模別に10年間の成長をみておく。

まず、図表3-3-5の上図から売上高増減率の分布をみると、1～9人層では売上高が「30%以上減少」した企業が42.9%に達しており、「10～30%減少」と合わせて7割近い企業が売上高を減らしている。一方、売上高が増加した企業は2割に満たない。しかし、企業規模が大きくなるにつれて売上高が増加した企業割合が高まり、減少した企業割合が低下する。50人以上層になると、売上高が増加した企業割合が46.4%と、減少した企業割合32.8%を上回る。

図表3-3-5 売上高増減率（10年前との比較）



ただし、この規模別分析は、現在の従業員規模であり、売上高が大きく増減した企業は従業員規模も変化している可能性がある。50人以上層で売上急増企業の割合が高く、1～9人層で売上急減企業の割合が高いのは、その結果を示すだけかもしれない。そこで、図表3-3-5の下図から10年前の従業員規模別でもみておこう。それによると、現在の従業員規模ほどに規模間格差はみられないが、それでも「30%以上減少」の割合は1～9人層で32.5%

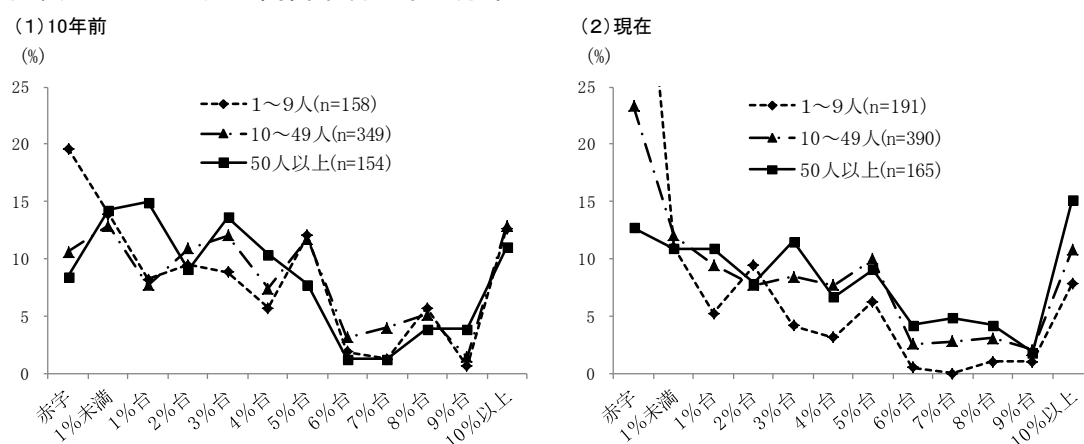


と大きいのに対して、10～49人層では20.1%、50人以上層で14.2%となっており、規模が大きくなるほど売上急減企業の割合は減っている。一方、「30%以上増加」の割合は、10～49人層で最も高く、1～9人層でもほぼ並んでいるが、50人以上層ではやや低い。こうした結果については、規模が大きくなるほど多様な事業を抱え、各事業の売上げの増減率が均されるので、50人以上層では、売上急増・急減企業の割合が共に低くなることが反映しているとみられる。さらに重要なのは、アンケート調査が、平成24年2月現在の常用雇用者が299人以下の企業を対象としている点であり、この10年間に廃業した企業や300人以上になった企業が含まれていないことに留意する必要がある。10年前に1～9人規模であり売上高が急減し廃業した企業や、10年前に50～299人規模であったが売上高が急増し300人以上になり今回の調査対象から外れた企業のことを勘案すると、10年前に存在した企業を母数とした場合、1～9人層の実態はもっと悪く、50人以上層の実態はもっと良い可能性が高い。そうしたことを勘案すると、やはり規模別に成長率格差が生じている。

次に、売上高営業利益率の分布をみると、10年前には、利益率が「10%以上」という高収益企業の割合に規模層で大きな差はみられないが、赤字企業割合が1～9人層で19.6%と他の階層よりも高かった。現在の赤字企業割合は、1～9人層で50.3%と急上昇し、10～19人層でも23.3%と高い割合になっているのに対して、50人以上層では12.7%となっており、大きな格差が開いている。また、利益率が「10%以上」の割合でも50人以上では15.2%と10年前の11.0%よりも高まっているのに対して、それ以下の層では低下している。10年間で、売上高営業利益率の規模別格差が拡大している。さらに、上述した調査対象外になった企業を勘案すると、差は一層顕著とみられる。

このように、企業規模別格差は10年前にも一定存在したが、49人以下の規模層の経営が悪化することにより格差が拡大し、現在、中小企業内で大きな業績格差が生じている。次章以降では、その要因について考える。

図表 3-3-6 売上高営業利益率の分布



## 第4章 受注環境と業績格差

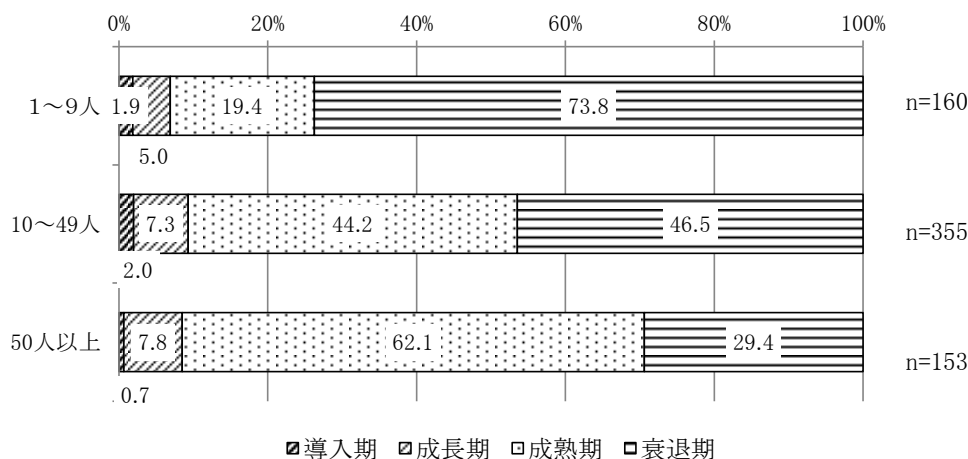
中小企業の収益性が低い主な理由としては、寡占大企業との取引の中で、中小企業が生み出した付加価値が大企業に移転してしまうことが指摘されてきた。中小企業が仕入れる大企業製造品の価格が高い一方で、大企業に販売する製品の価格が安いという、いわゆる「原料高製品安」の問題が、中小企業内でも格差要因となっているのであろうか。本章では、受注先との取引関係についてみていく。

### 第1節 受注先との取引関係

企業の業績は、どのような市場向けに販売しているかによって大きく左右される。ある規模層が直面する市場が成長しているか衰退しているかによって業績に差が出ると考えられる。そこで、主な受注品・加工内容の市場がどのような状況にあるかについてみると、「導入期」「成長期」との回答割合は低く、「成熟期」「衰退期」と認識する企業がほとんどであり、製造業を取り巻く市場環境が厳しいとの認識が示されている。

規模別にみると、1～9人層では73.8%までが「衰退期」と認識しているのに対して、50人以上ではその割合が29.4%に留まり、「成熟期」とする企業が62.1%を占める。規模が小さい企業は、市場が縮小する厳しい条件の下で経営していると認識している。

図表4-1-1 主な受注品の市場の段階



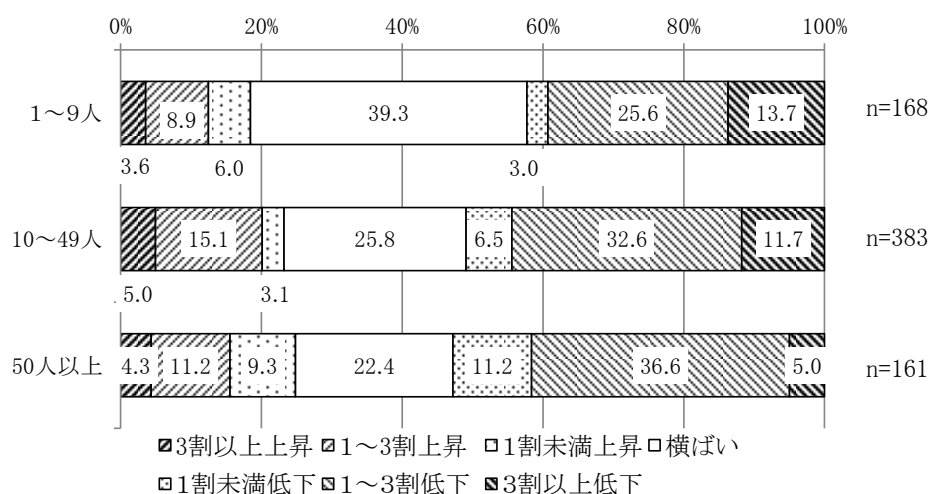
(注) 「不明」との回答を除いた回答企業数を母数とした割合。

次に、1～9人層の経営が厳しい背景としては、受注単価の低下が影響しているのではないかとある。この点を検証するために、主な受注品の単価が10年前と比較してどの程度変化したかを規模別にみた。各規模層とも主な受注単価は、低下した企業割合が上昇した企業割合を上回り、デフレ経済下で厳しい受注単価であったことが示されている。しかし、50人以上層と比べて、49人以下層で低下割合が大きいといった結果はみられない。

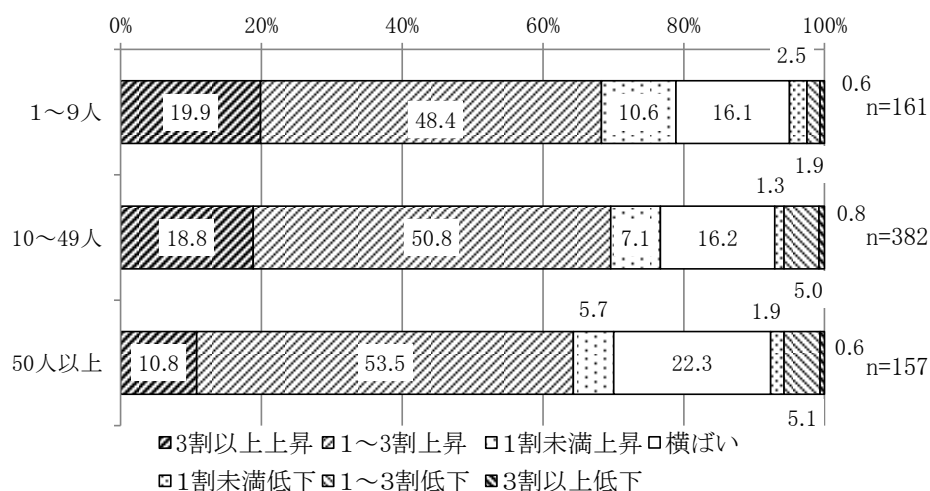
受注単価は、この10年で低下した企業割合が上昇した企業割合をいずれの規模層でも上回ったが、原材料（部品）仕入れ価格は、上昇した企業割合が7～8割を占め、低下した企業割合を大きく上回っている。いわゆる「原料高製品安」といった状況は、中小企業全体として明らかである。

中小企業内の規模別にみると、規模が大きくなる程、受注単価が上昇した割合は増えているが、低下した割合も増加している。ただし、「3割以上低下」の割合は、規模が大きいく程減少している。一方、原材料仕入れ価格は、規模が小さくなるほど上昇した割合が高い。顕著な差とまでは言えないものの、規模が小さいほど、厳しい取引環境に置かれている企業割合がやや高まる。

図表 4-1-2 主な受注単価の増減（10年前との比較）



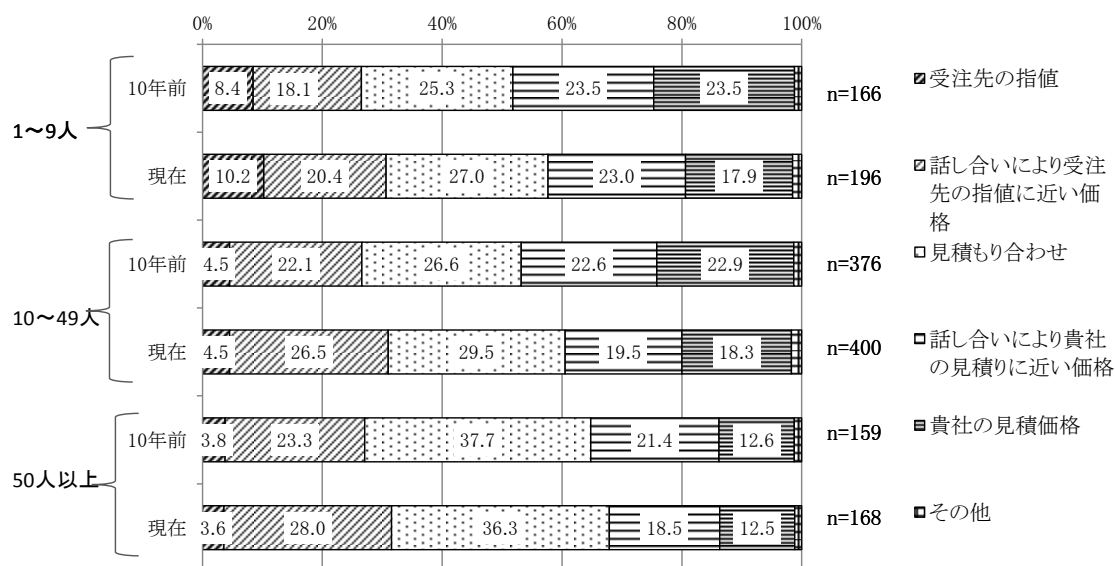
図表 4-1-3 主な原材料（部品）仕入れ価格の増減（10年前との比較）



受注単価の決定について、規模が小さいほど、受注先に言われるままの価格で受注するしかないといった立場の弱さがみられるのだろうか。そこで、主な受注先との受注価格の決定方法について従業員規模別にみると、必ずしもそうした傾向はみられない。むしろ、50人以上の企業の方が「貴社の見積価格」や「話し合いによって貴社の見積りに近い価格」で受注できるという企業割合が低い。この結果からは、規模が小さい企業が価格交渉、値付けで弱い立場に置かれているとは結論付けられない。

しかし、10年前との比較では、「貴社の見積価格」の割合は、1～9人層及び10～49人層で減少しているのに対して、50人以上層では横ばいである。その代わりに、1～9人層及び10～49人層では「見積り合わせ」の割合が高まっている。中小企業中下位層にとって受注単価の決まり方が不利になってきたことが示される。一方で、「話し合いにより受注先の指値に近い価格」で決まるという割合は、いずれの規模層でも上昇し、中小企業全体として厳しさを増したことが示されている。

図表 4-1-4 主な受注先との受注価格の決まり方（現在）



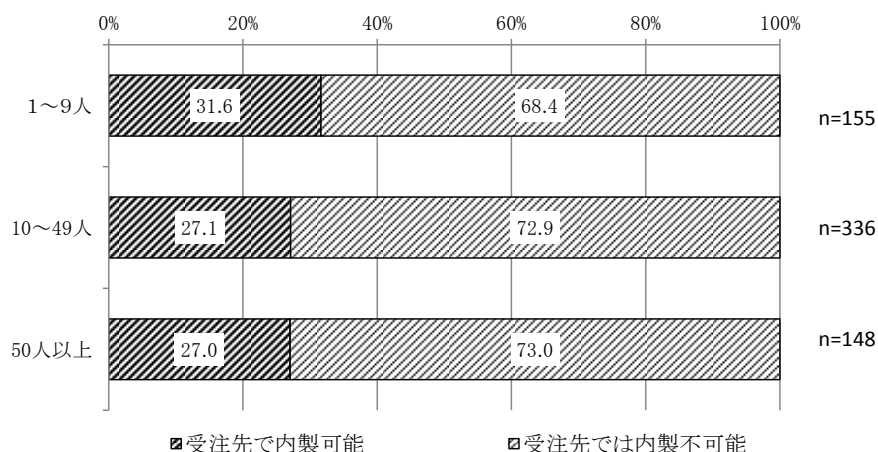
受注先との関係では、受注先が内製できる工程であれば、価格交渉において不利になるが、受注先が内製できないならば有利な価格付けをできるといったことも考えられる。そこで、主な受注品が受注先で内製可能かどうかをみると、「受注先で内製可能」は1～9人層でやや高く、相対的に不利な立場にある可能性がある。

ここで、供給要因にはなるが、受注先との関係で、中小企業の生産性に与える要因についての先行研究をみておく。深尾（2012）は、「1990年代以降上場企業を中心とする大企業と、それ以外の中小企業の間でTFP上昇に大きな差が生じ、中小企業が取り残された可

能性 (p.198)」を指摘した。企業規模間格差が急速に拡大した原因としては、「中小企業が研究開発や国際化の面で大企業に後れをとったこと (p.198)」や、「大企業の合理化や生産の海外移転により、サプライヤー関係を持つ企業間での資本関係の縮小や、継続的なサプライヤー関係の希薄化が進み、大企業からサプライヤーである中小企業への技術移転が縮小した (p.199)」可能性が挙げられている。このような生産性の向上に寄与してきたとみられる受注先からの技術移転は、中小企業内でもみられ、技術移転の減少が中小企業内格差の拡大に影響しているということはあるのだろうか。

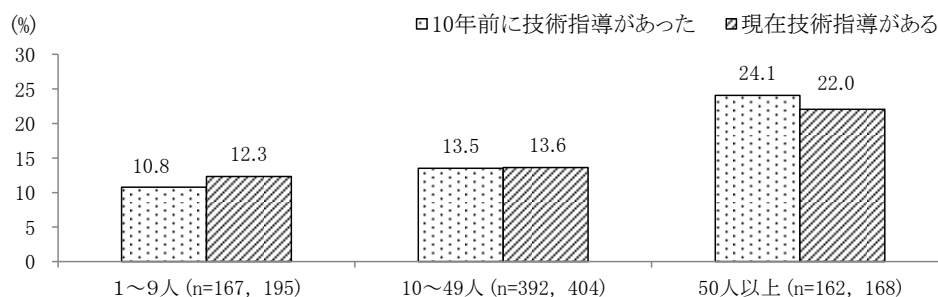
受注先からの技術指導の有無については、現在「ある」との回答は 15.3%にすぎず、10年前についても 15.5%とほとんど変わらない(巻末図表資 2-1-25 参照)。規模別みると、50人以上の企業では 22.0%とやや高いが、10年前の 24.1%と比べて、やや低下している。その一方で、1~9人層では、10.8%から 12.3%へと上昇している。中小企業上位層では受注先からの技術指導が減り、逆に、下位層で増えている。技術指導の有無が下位層の低迷要因になっておらず、規模間格差拡大の要因とは言えない。

図表 4-1-5 主な受注品は受注先で内製可能か



(注) 「不明」との回答を除いた回答企業数を母数とした割合。

図表 4-1-6 主な受注先からの技術指導の有無

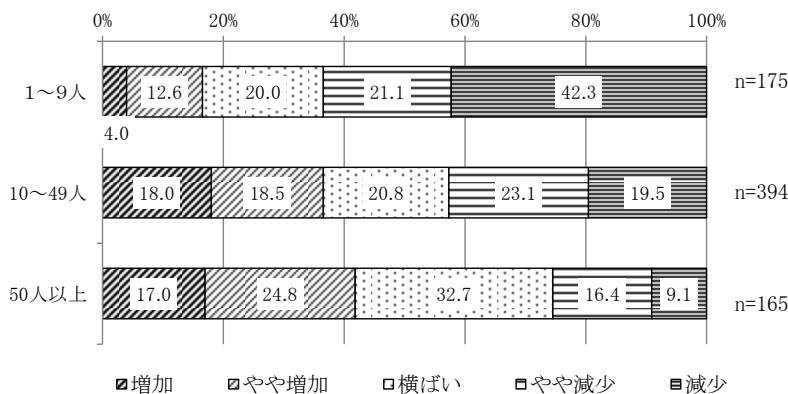


## 第2節 受注先の開拓

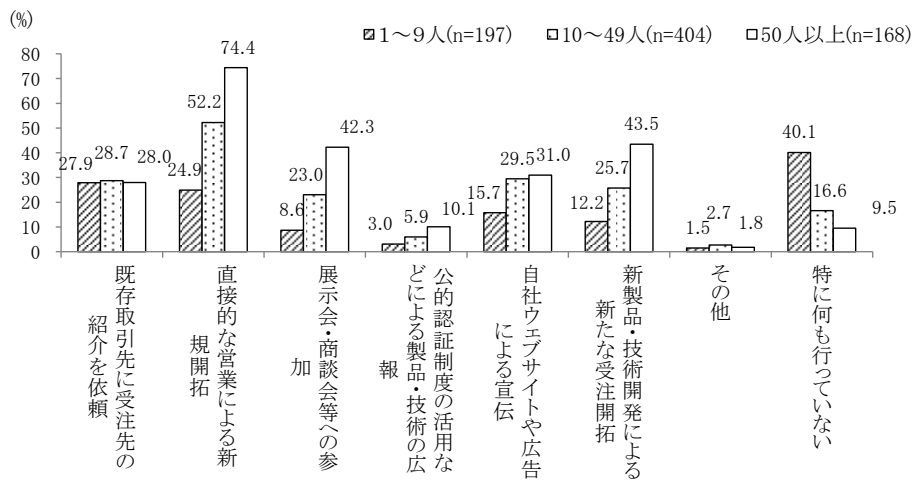
受注単価の変化に続き、受注量に關係する受注先数の増減をみていく。受注先数の増減割合は、規模に応じて大きく異なる。1～9人層では「やや減少」と「減少」が63.4%と「増加」と「やや増加」の割合16.6%を大きく上回るのに対して、50人以上層では25.5%に過ぎず、反対に「増加」と「やや増加」の割合が41.8%と大きい。規模別格差は、受注単価の変化よりも受注量の変化において特に1～9人層との間で顕著である。このことは、後述するように、経営課題の認識においても確認される。

受注先の減少を食い止めるために、新たな受注先を獲得することが必要である。そのため的手段となると、「既存取引先に受注先の紹介を依頼」については規模別に差異がみられないが、「直接的な営業による新規開拓」「展示会・商談会等への参加」では規模が大きくなるほど、取組割合が高い。反対に、1～9人層では、「特に行っていない」が40.1%に達し、受注先が減っている企業が多いにも関わらず、受身の姿勢の企業が多い。

図表 4-2-1 10年前と比べた受注先数の増減

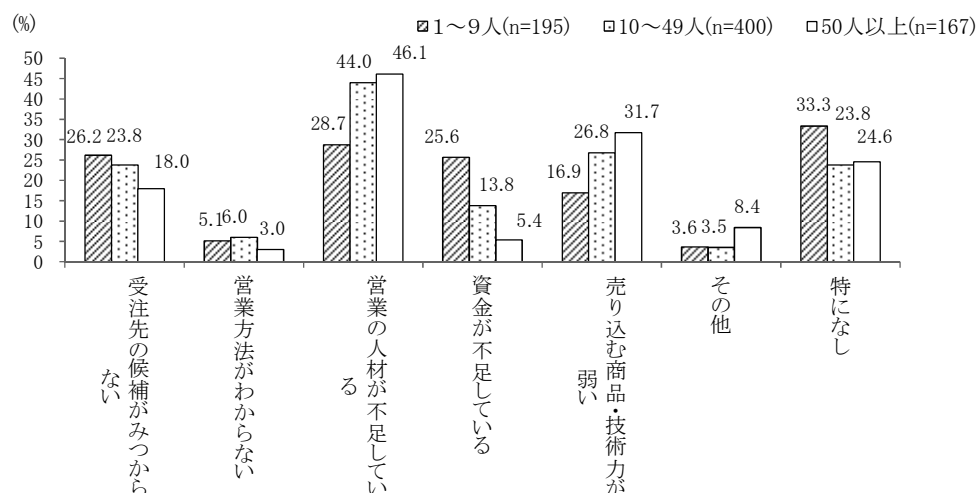


図表 4-2-2 新たな受注先獲得のための手段



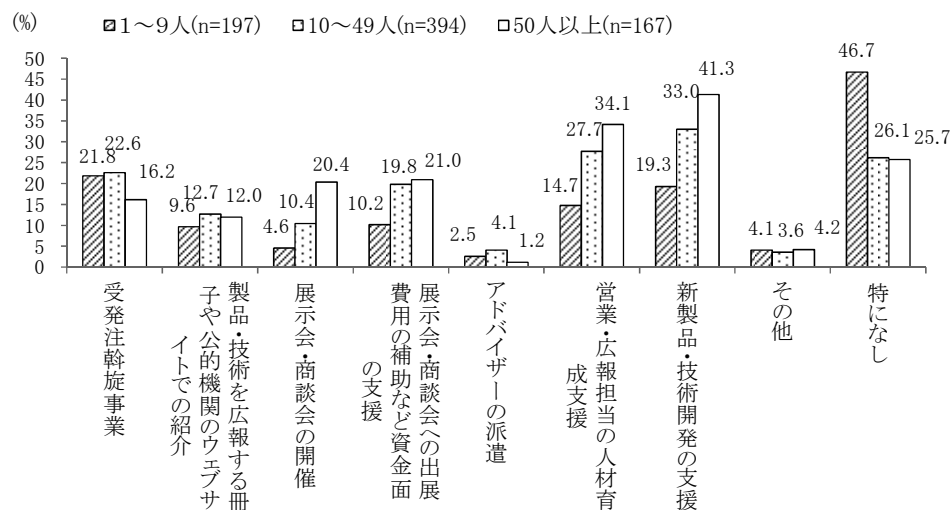
新たな受注先を獲得するための課題については、「営業の人材が不足している」という回答が最も多く、10人以上の企業で顕著である。一方、1～9人層では「資金が不足している」というのが他の層よりも多いことが特徴である。

図表 4-2-3 新たな受注先を獲得するための課題（複数回答）



受注先を開拓していくために求められる支援策は、10人以上の企業では「新製品・技術開発の支援」が最も多く、売り込むための製品が先決と考えられている。次いで、「営業・広報担当の人材育成支援」となっている。一方、1～9人層では「受発注斡旋事業」が最も多い。

図表 4-2-4 受注先を開拓していくために求められる支援策（複数回答）



## 第5章 競争環境と業績格差

中村（1960）は、中小資本のなかでは「同一階層間の競争の程度が低く有利な自主生産の潜在的機会の大きい中小企業上層部においては、この購入独占—大量発注に依存して、収奪を受けつつも剰余価値の一定量の取得—資本蓄積が可能である（p.56）」のに対して、「小規模部門であればあるほど、同一部門内における競争が激化し、製品価格は低下し蓄積の可能性が阻止される（p.57）」とみている。すなわち、競争が階層内で行われ、その程度によって収益獲得の厳しさが異なるとの見方である。

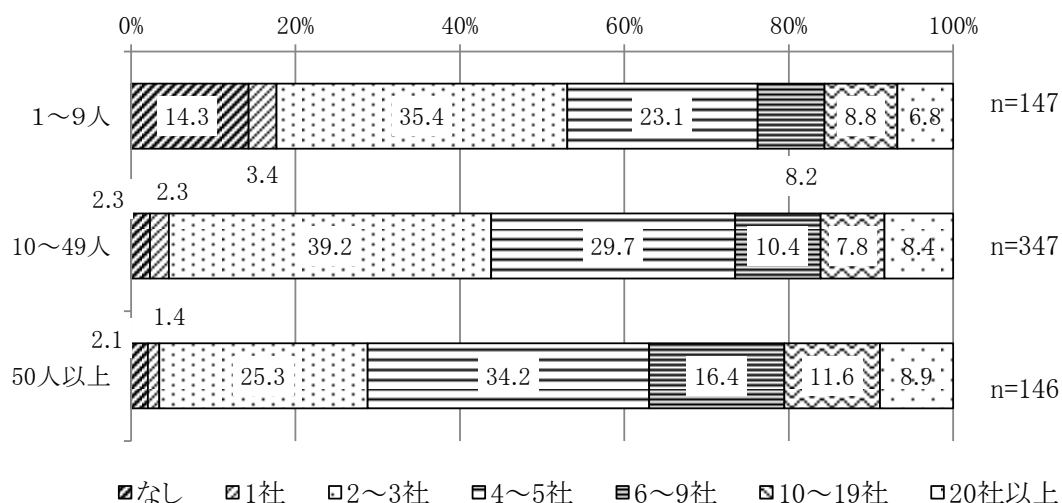
第4章では、受注先との関係で受注単価の決定方法や10年前との変化、受注先数などについて検討したが、本章では同業者との競争を検討することを通じて、規模間格差について考える。

### 第1節 競争相手の状況

競争の活発さを測ることは困難であるが、その代理変数としては競争相手の数が採用されることがある。規模の小さな企業は、同一規模層で多数の企業が存立し、そのため競争が激しく、業績が低迷することになるのであろうか。

ここで、主な受注品・加工内容についての競争相手の数についての認識をみると、規模が小さい企業の方が、競争相手が少ないと認識している。このデータからは規模が小さくなるほど競争が活発とは言えない。

図表 5-1-1 主な受注品・加工内容についての競争相手の数



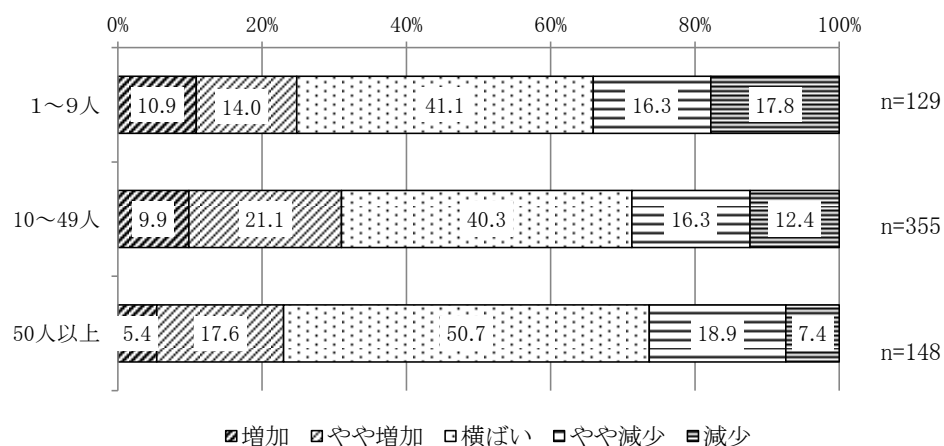
(注) 「不明」との回答を除いた回答企業数を母数とした割合。



競争相手の数の増減については、規模別で単純な傾向は認められないが、規模が小さい企業で競争相手の数が減ったという企業が多い。零細企業の廃業が近年増えていることを反映しているのかもしれない。

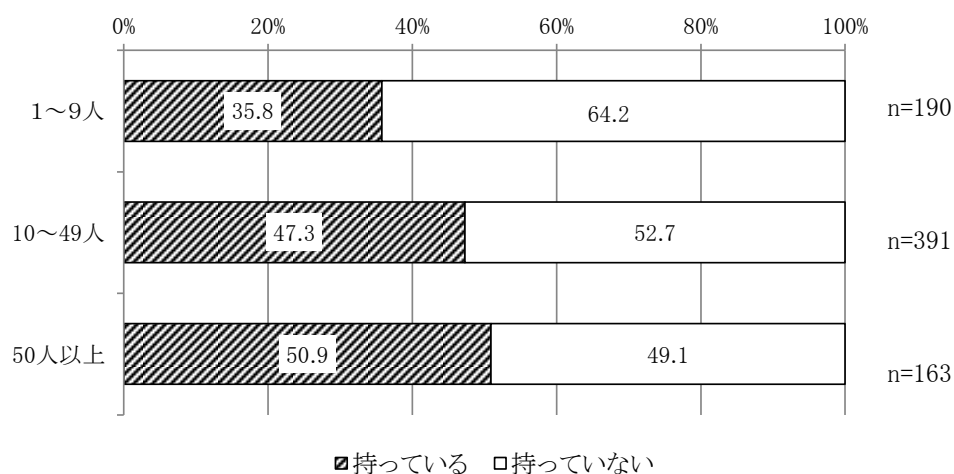
次に、競争相手がいなければ、当該製品・技術の受注単価を決定できるという観点からオンリーワン製品・技術の有無を調べると、規模が大きいほど、保有割合は高い。ただし、10～49人層と50人以上層との間では、それほど顕著な差は認められない。

図表 5-1-2 競争相手の数の増減



(注)「不明」との回答を除いた回答企業数を母数とした割合。

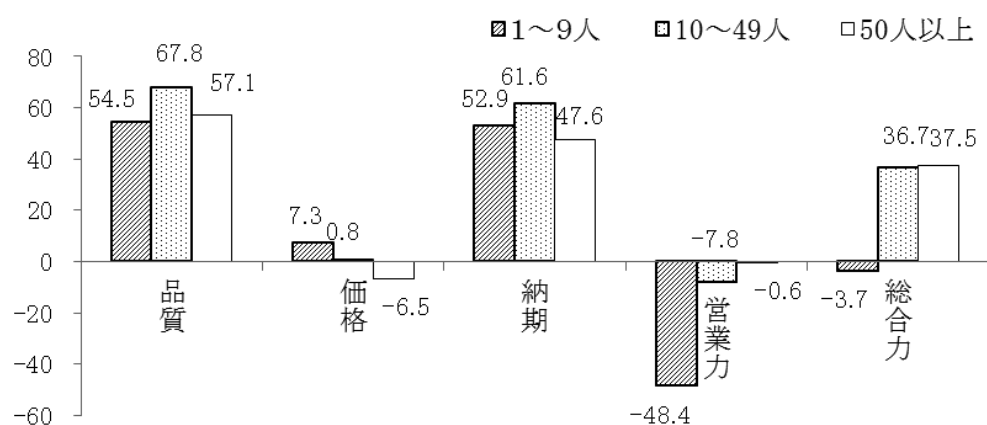
図表 5-1-3 オンリーワン製品・技術の有無



## 第2節 競争力についての自己評価と新製品開発

自社の競争力の評価については、「総合力」で1～9人層が低く、10～49人層と50人以上とではほとんど同じであった。各競争力についてみると、「品質」「価格」「納期」において規模別に大きな差異はみられないが、「営業力」は、1～9人層で低いと認識する企業が多く、この差が「総合力」の差につながっている。

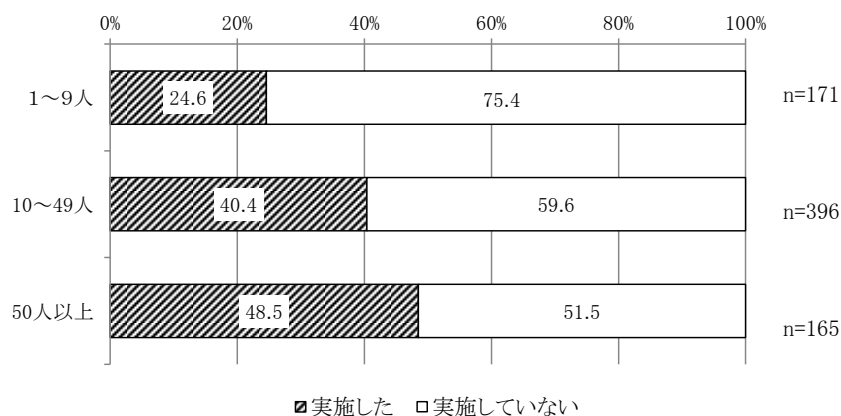
図表 5-2-1 自社の競争力に対する評価



(注) 値は、自社の各競争力が、他社と比べて「高い」及び「やや高い」と回答した割合から「低い」及び「やや低い」と回答した割合を引いたもの。

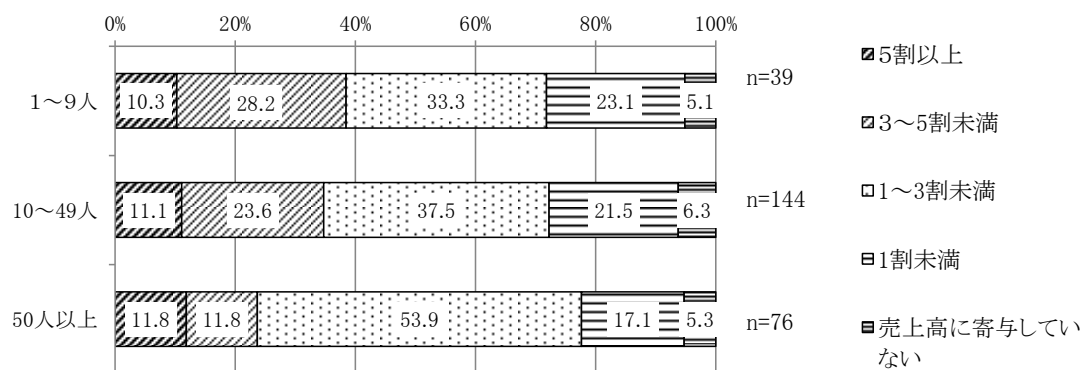
最近10年間で新製品・技術開発や競合企業が導入していない新たな生産方法の導入をしたかどうかについては、規模が大きいほど、実施した割合が高まっている。

図表 5-2-2 新製品・技術開発や新たな生産方法の導入



新製品・技術開発や新たな生産方法を導入した場合には、当該製品・技術が売上高に占める割合は、1～9人層及び10～49人層で、3割以上という高い割合を占める企業が多い。

図表 5-2-3 新製品開発等が現在の売上高に占める割合



(注) 「不明」との回答を除いた回答企業数を母数とした割合。

## 第6章 経済環境変化と経営資源保有格差

近年、「付加価値額の伸びに対するソフトな経営資源の寄与（全要素生産性）が高まっており、技術、情報をはじめソフト部門への資本・人材等の生産要素の投入が影響力を強めている」。そうした中で、中小企業の技術水準向上が大企業に比べ遅れつつあり、「人材、生産設備の質等、資本の量にはあられない経営諸資源の格差が拡大している（高田、2003、p.131）」とみられている。このことが、第1章で示したような資本装備率格差の変化では説明できない企業規模間格差を生じさせている可能性がある。

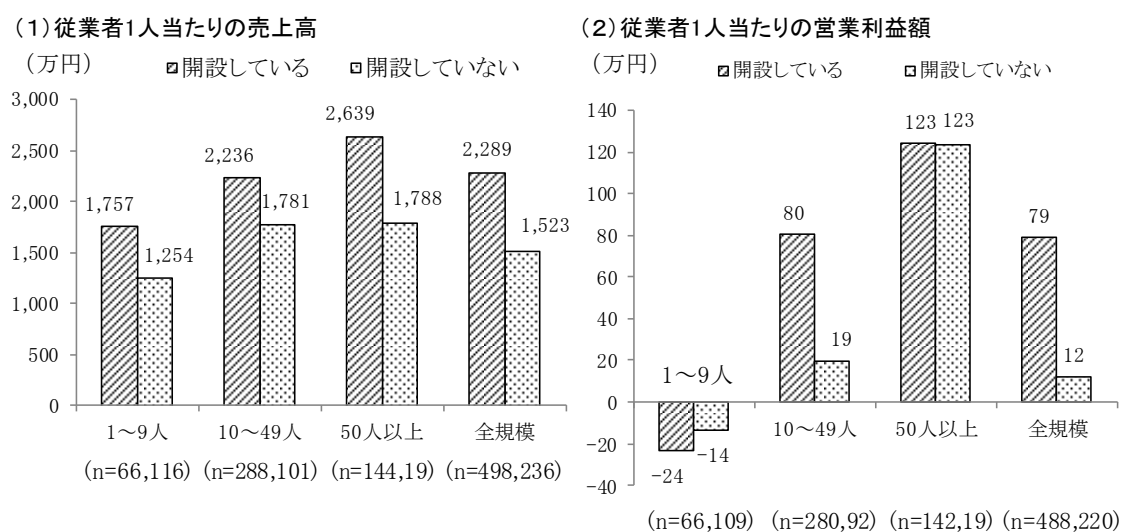
情報化、グローバル化といった経済環境変化は著しく、そうした変化に適応するためのソフトな経営資源を保有した規模層とそれに劣る規模層とで格差が広がっている可能性がある。情報化への適応は、当初は膨大な費用がかかったこともあり大企業で進んだが、情報関連機器の低廉化、インターネットの普及により1990年代半ば以降は、中小企業においても適応が進んだ。また、グローバル化についても、大企業を中心とした海外直接投資が中小企業でも散見されるようになった。

このような適応を可能にする経営資源の保有状況が中小企業内でも規模別に異なり、業績格差をもたらしたということが考えられる。ただし、そうした経営資源の保有状況自体を把握することは困難である。そこで、情報化・グローバル化への取組状況を示すホームページ開設状況や直接投資・貿易の取組状況などをみることにより、この問題を検討する。その際、冒頭で示した見方は、供給面から見た生産性向上のためのソフト部門への生産要素の投入という観点であったが、本章では、情報化やグローバル化に対応して需要を獲得するためのソフトな経営資源の保有状況の差という観点を組み入れて考察する。

## 第1節 情報化と規模間格差

まず、ホームページ開設の有無と従業者1人当たり売上高、営業利益額との関係を見ると、全規模では、ホームページを開設している企業の方が、売上高、営業利益額ともに高い。これを規模別にみると、そうした傾向が売上高において顕著にみられ、営業利益額についても10～49人規模で差が大きい。ホームページ開設が示す情報化への対応力が生産性、そして利益に正の影響を与えているとみられる。なお、50人以上では両者に差がみられないが、ホームページを開設していない企業が少ないことに留意が必要である。

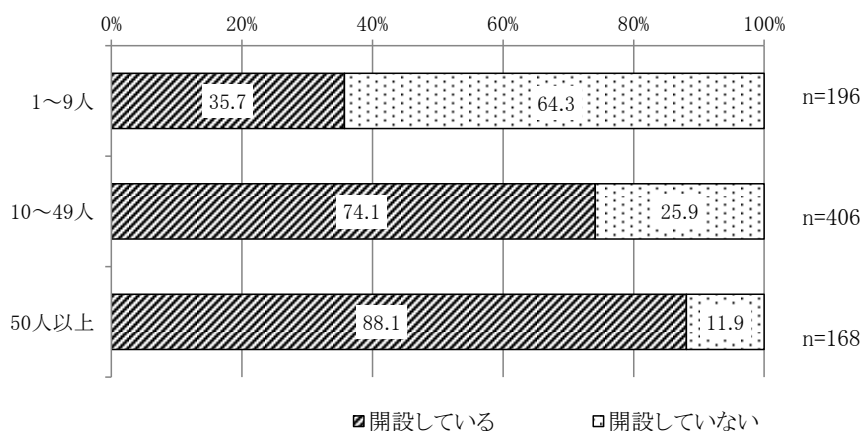
図表6-1-1 従業者1人当たりの売上高、営業利益額の平均（ホームページ開設の有無）



自社ホームページの開設割合は、規模が大きくなると、その割合は高まる。このため、自社ホームページの開設に示される情報化への対応能力の規模間の差異が、規模別の生産性格差、収益性格差に影響しているとみられる。

ただし、1～9人層では35.7%と3分の1に留まり、他の階層との差は大きい。10～49人では74.1%にまで高まり、50人以上の88.1%との差は相対的に小さい。また、ホームページを開設している企業の中でも規模別に生産性、利益率の格差がある。こうしたことから、中小企業上位層と中下位層との格差が、自社ホームページ開設に示唆される情報化への対応力以外の要因も大きいということを示している。

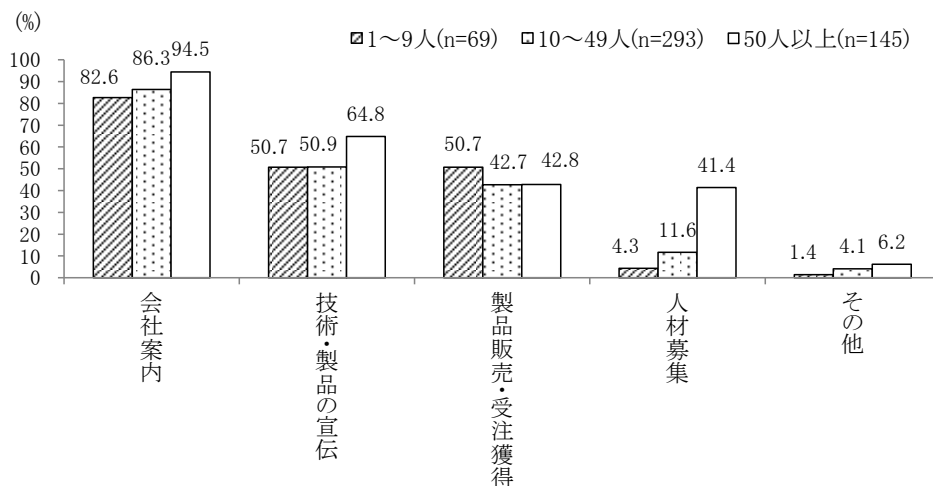
図表 6-1-2 自社ホームページ開設の有無（従業員規模別）



自社ホームページの活用方法については、いずれの規模層でも「会社案内」が最も多い。「技術・製品の宣伝」「製品販売・受注獲得」が約半分である。自社ホームページを開設している企業では直接的間接的に需要獲得に寄与していることが推測される。

一方、「人材募集」については49人以下層では少ないが、50人以上層では4割を超える。情報化対応能力がさらなる人材獲得につながるという好循環が50人以上の規模層で生じている可能性がある。

図表 6-1-3 自社ホームページの活用方法（複数回答）

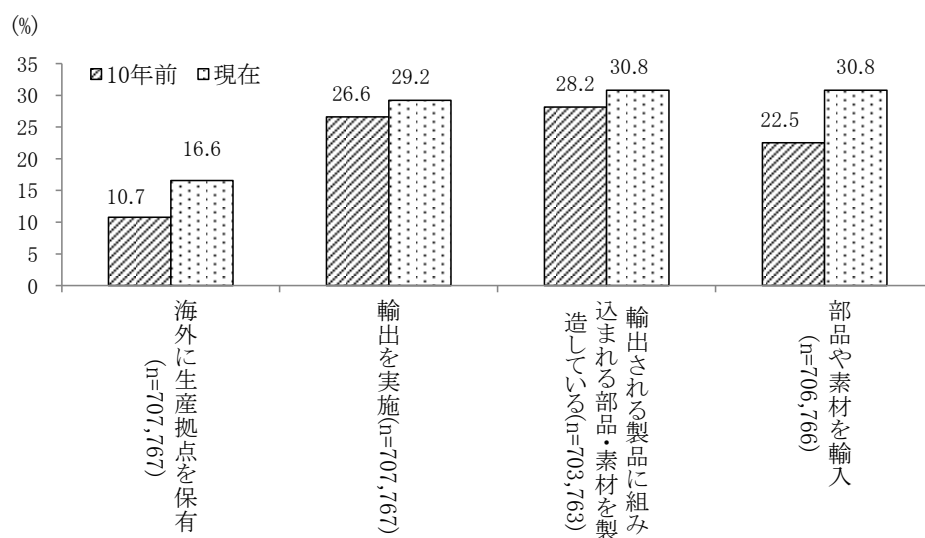


## 第2節 グローバル化と規模間格差

近年、グローバル化の進展が著しい。10年前においても「輸出を実施（以下、直接輸出）」する中小企業は26.6%、「輸出される部品に組み込まれる部品・素材を製造（以下、間接輸出）」する中小企業は28.2%と相当数の企業が海外市場との関わりを持っていたが、現在に置いては、それぞれ29.2%、30.8%と3ポイント程度上昇している。さらに伸びが大きいのが「部品や素材を輸入（以下、輸入）」する割合で22.5%から30.8%へと8ポイント以上増加している。また、「海外に生産拠点を保有（以下、海外に生産拠点）」する中小企業の割合も10年前の10.7%から現在では16.6%へと1.5倍になっている。

バブル経済崩壊以降、内需の低迷が顕著になる一方で低廉な労働力の確保が難しくなる中で、いかに外需を取り込んで製品の競争力をつけていくかが重要な課題となってきた。そうした状況において、海外との関係を構築できる能力が業績格差に影響を与えている可能性がある。

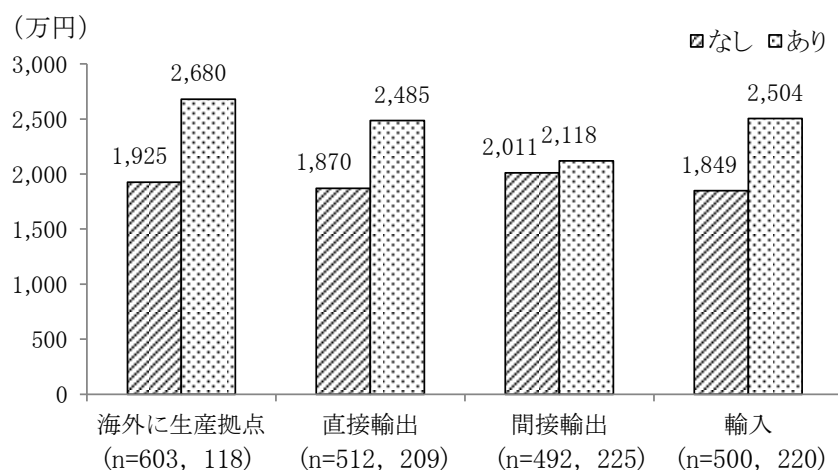
図表 6-2-1 海外との取引等



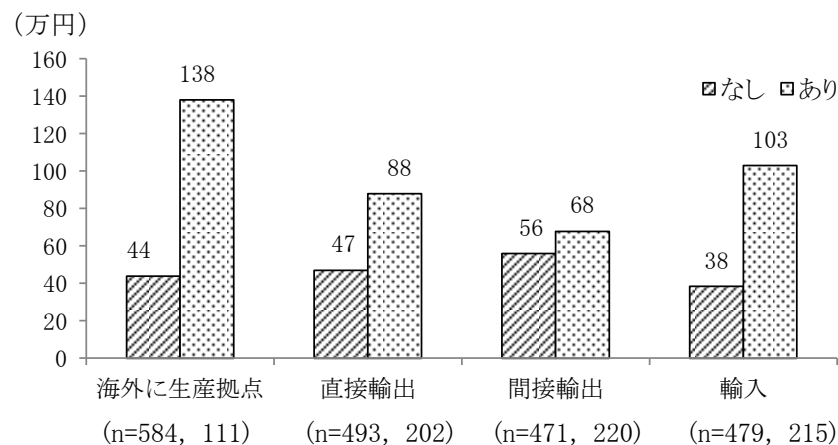
海外との取引等と従業者 1 人当たりの売上高、営業利益額との関係を見ると、海外との取引等を行っている企業の方が生産性、収益性ともに高い。海外との関係をもつことが生産性、収益性にプラスの影響を与えているとみられる。

ただし、「間接輸出」については、その差はわずかである。輸出による恩恵は受注先を介するため、それが受注先に留まり、下請企業にまでもたらされないこともあるとみられる。

図表 6-2-2 従業者 1 人当たりの売上高の平均値



図表 6-2-3 従業者 1 人当たりの営業利益額の平均値

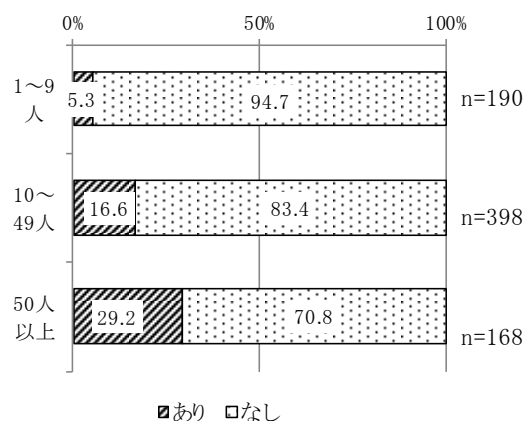




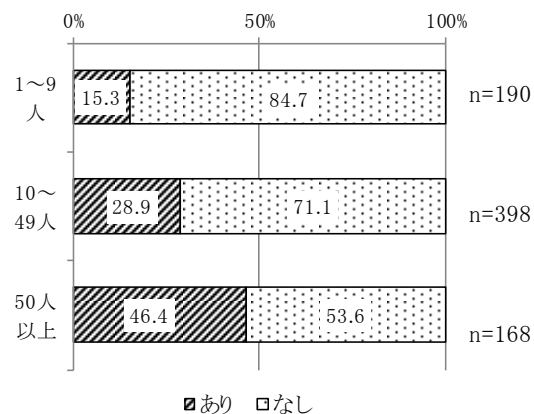
海外との取引等の有無を従業員規模別にみると、規模が大きくなるほど取引等の割合が高まっている。50人以上層では「海外に生産拠点」を保有する割合は29.2%、「直接輸出」する割合は46.4%に達する。このような海外との関わりの程度の差異が業績格差の一因になっているとみられる。

図表 6-2-4 海外との取引等を実施する企業の割合（従業員規模別）

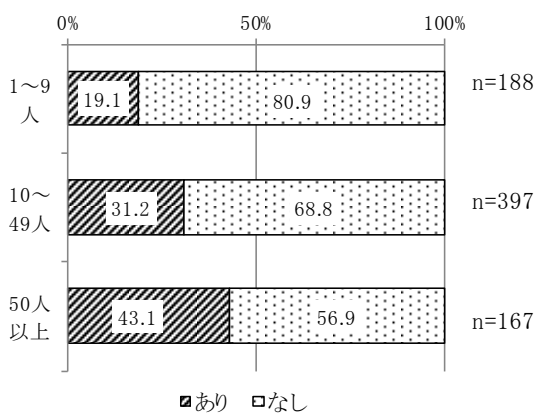
(1)海外に生産拠点



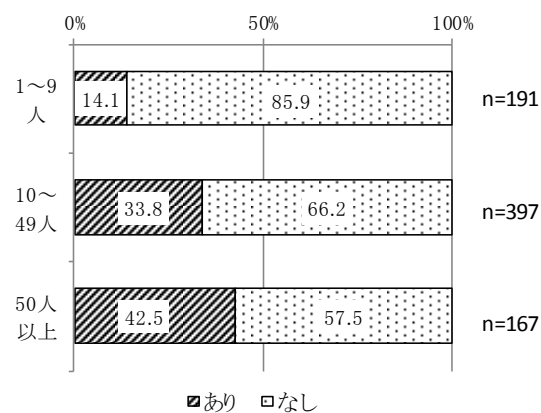
(2)直接輸出



(3)間接輸出

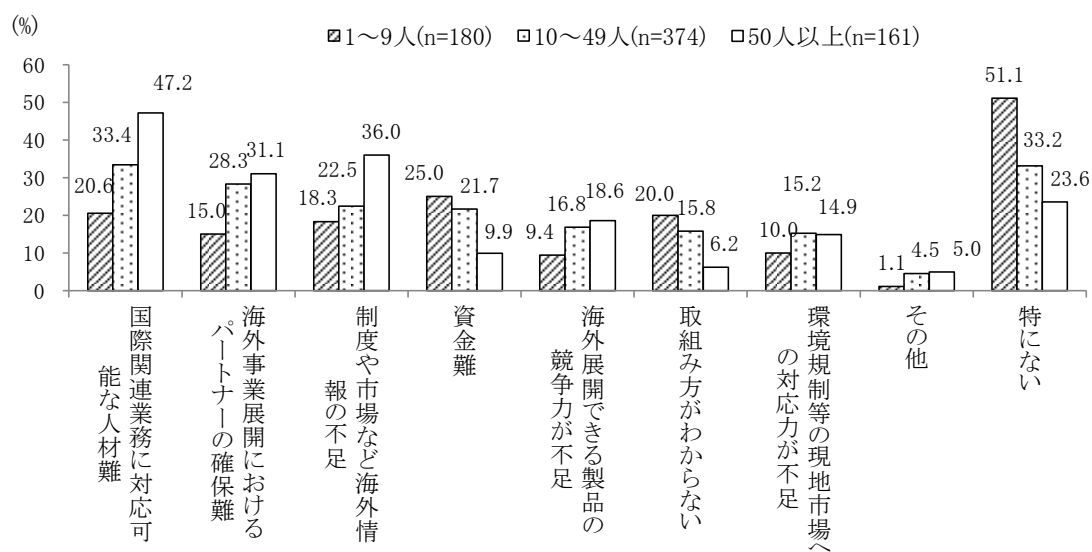


(4)輸入



海外への進出・取引（を検討）する上での課題は、既に海外進出や取引をしている企業が多い50人以上の層で各種の課題を指摘する割合が高い。同層で最も多いのは「国際関連業務に対応可能な人材難」であり、以下「制度や市場など海外情報の不足」「海外事業展開におけるパートナーの確保難」と続く。一方、1～9人層では「資金難」が最も多く、「国際関連業務に対応可能な人材難」「取り組み方がわからない」と続いており、違いがみられる。

図表 6-2-5 海外への進出・取引（を検討）する上での課題（複数回答）



## 第7章 経営課題と公的支援策の利用

中小企業内格差を生じさせる要因について、最も重要な経営資源と考えられる人材の不足感をみた後、経営課題を検討する。その後、公的支援策の利用状況と今後の方針についても規模別に示す。

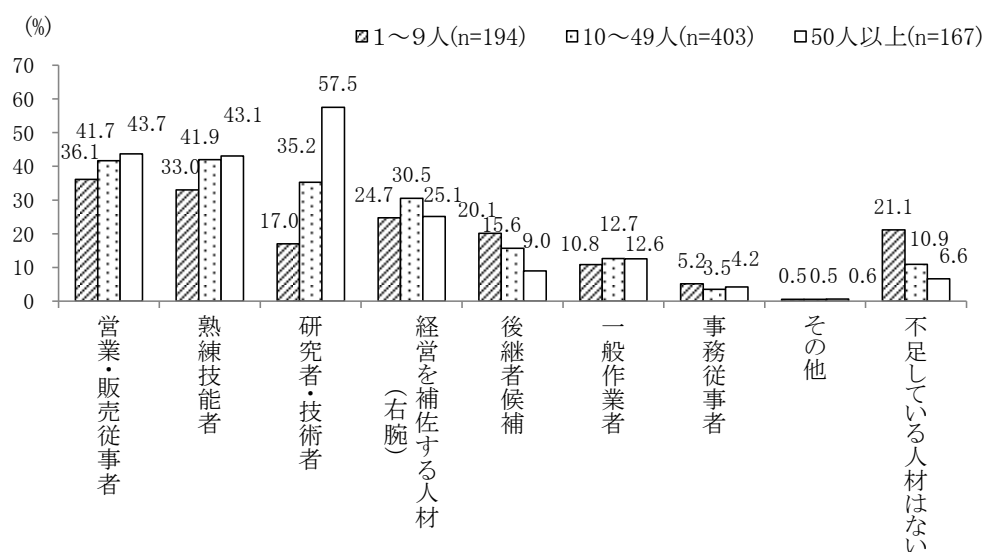
### 第1節 経営課題

不足している人材は、全体的には「営業・販売従事者」と「熟練技能者」が多い。規模を問わずに、生産現場の要となる人材と、製品を売る人材が必要であり、それらに対する不足感が示されている。

規模別に大きな差異がみられたのは、「研究者・技術者」である。50人以上層では57.5%と最も多くの企業があげた職種であるが、1～9人層では17.0%にすぎない。

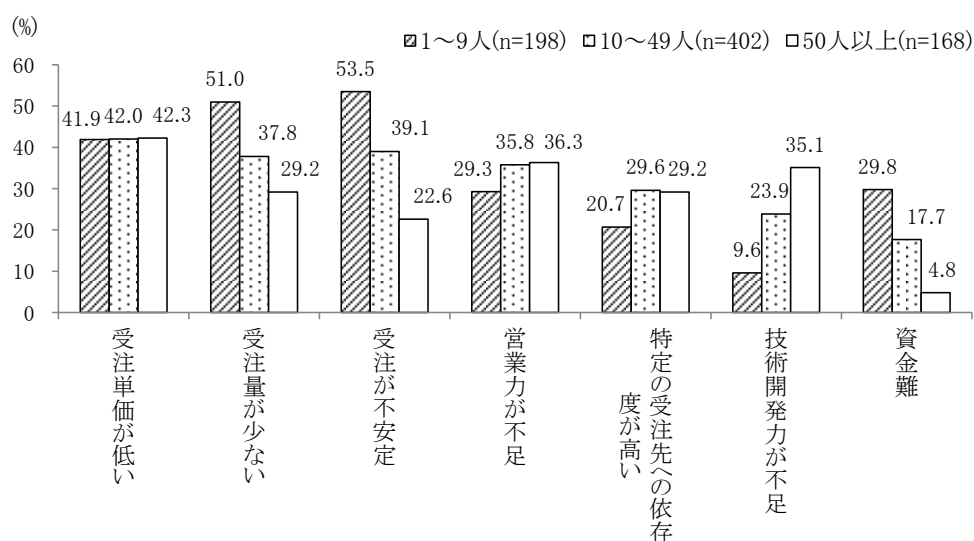
なお、「経営を補佐する人材（右腕）」については、規模が小さいほど代表者の役割が大きく、経営を補佐する人材が必要とされると考えたが、調査結果ではあまり差がなかった。

図表 7-1-1 不足している人材（複数回答）



経営上の課題としては、受注から生産、販売面など多岐にわたって掲げたが、多かったのは、「受注単価が低い」を筆頭に受注に関するものである。規模別には、「受注量が少ない」及び「受注が不安定」については規模が小さいほど高い割合となっている。また、「資金難」についても規模の小さい企業で課題とする割合が高い。一方、「技術開発力が不足」は規模が大きくなるほど割合が高い。

図表 7-1-2 経営上の課題（複数回答）



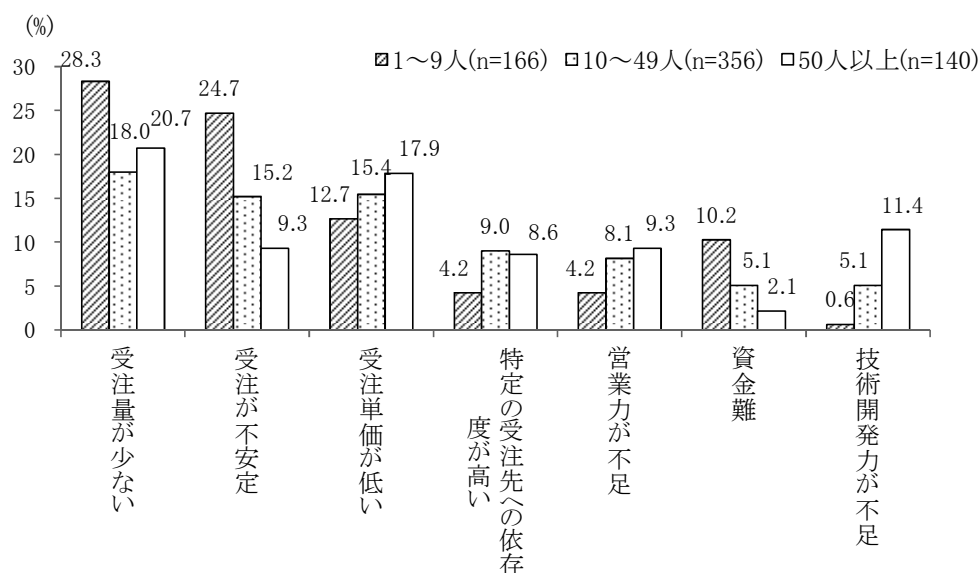
(注) あてはまるもの全てに回答。全体で回答が多かった7項目のみを図示し、他は下記のとおり。

	1~9人	10~49人	50人以上
自社製品を持っていない	16.2	17.9	8.9
仕入れ・外注価格が高い	12.1	15.9	15.5
生産性が低い	8.6	14.2	20.2
技能伝承が困難	12.1	14.7	14.9
設備が不足	11.1	15.2	11.3
後継者難	17.2	11.2	9.5
外注の品質・納期等が問題	6.1	11.2	6.0
企業ネットワークが弱い	6.6	4.2	3.0
(受注単価以外の)取引条件が悪い	3.5	2.7	5.4
その他	2.0	3.2	3.6
特になし	8.1	4.2	10.1

上記の経営課題の中で最も大きな課題としては、上位 7 位までの課題は同じだが、順番は、「受注量が少ない」が 1 位、「受注が不安定」が 2 位で、複数回答で 1 位であった「受注単価が低い」は 3 位になっている。「受注量が少ない」と「受注が不安定」は特に 1～9 人層で高い割合であり、これらが業績の低迷につながっている。一方、「受注単価が低い」は規模が大きいほど高くなっている。

こうした経営課題解決のために行っていることは課題に応じて様々である（巻末資料の図表資 2-1-45（自由記述）を参照）。「受注量が少ない」ことに対しては、営業活動強化、新規受注先開拓といった対応が主である。「受注単価が低い」ことについては、受注先との交渉による引き上げや見積りの見直しというのは少なく、海外生産を含めたコスト削減や、生産性の向上といった対応が中心である。「受注が不安定」や「特定の受注先への依存度が高い」ことについては、受注先の新規開拓や自社製品の拡大といった対応が目立つ。

図表 7-1-3 経営上の課題（最も大きなもの）



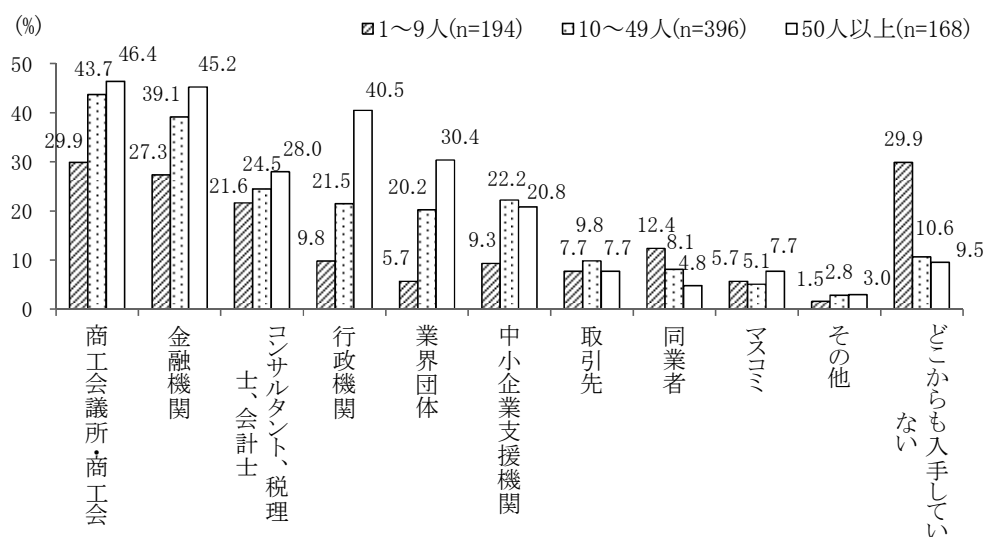
（注）最も大きなもの 1 つに回答。全体で回答が多かった 7 項目のみを図示し、他は下記のとおり。

	1～9人	10～49人	50人以上
技能伝承の困難	3.6	5.3	2.1
後継者難	4.2	2.5	2.1
仕入れ・外注価格が高い	1.8	2.8	3.6
自社製品を持っていない	1.8	2.0	3.6
設備が不足	0.0	3.4	2.1
生産性が低い	0.6	2.5	2.1
外注の品質・納期等が課題	1.2	1.7	1.4
企業ネットワークが弱い	1.2	0.3	0.7
(受注単価以外の)取引条件が悪い	0.0	0.3	0.0
その他	0.6	3.4	2.9

## 第2節 公的支援策

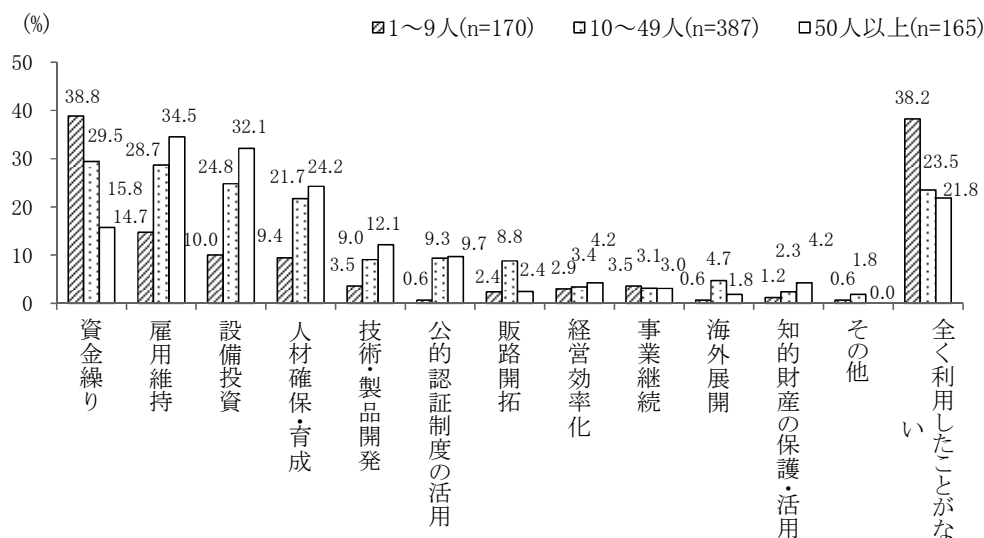
公的支援に関する情報は、多様な経路で入手している。最も多いのは「商工会議所・商工会」で、以下「金融機関」「コンサルタント、税理士、会計士」と続く。50人以上層では、「行政機関」も40.5%を占め、かなりの割合について行政機関から直接的な情報が伝わっている。また、「業界団体」「中小企業支援機関」については10人以上の企業で一定の割合を占める。1～9人層については、ほとんどの経路で他の層を下回っているが、「同業者」については他の層を上回っている。情報入手経路の少なさを同業者とのネットワークで補っている。ただ、それでも10人以上の企業では約9割がいずれかの経路で公的支援情報を入手しているのに対して、1～9人層では「どこからも入手していない」が29.9%を占める。

図表7-2-1 公的支援に関する情報の入手先（複数回答）



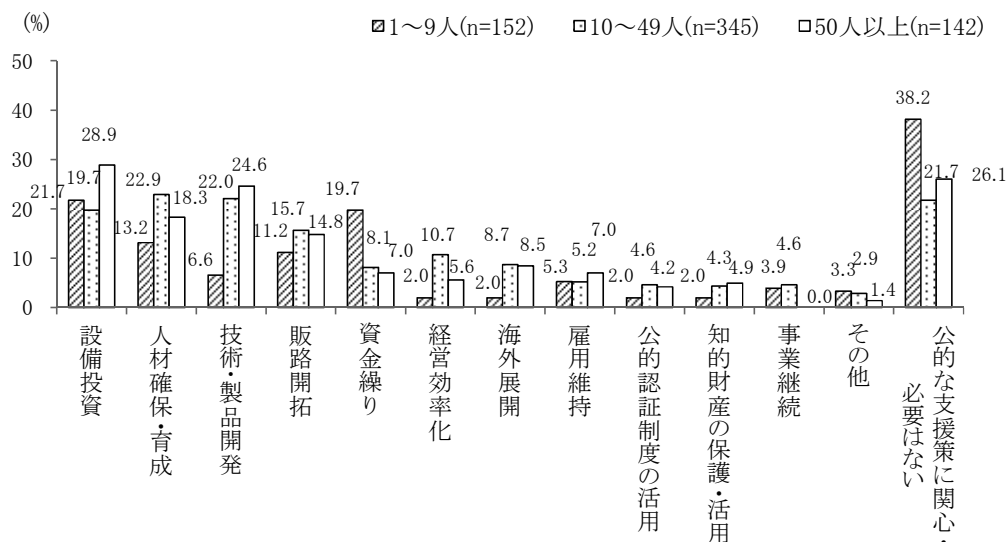
最近10年間で利用した公的支援策については、全体として「資金繰り」が最も多く、「雇用維持」「設備投資」と続く。しかし、規模によって利用施策は異なり、1～9人層では「資金繰り」が突出しているのに対して、それが50人以上層では4番目になっている。50人以上層では「雇用維持」「設備投資」「人材確保・育成」が多い。最近10年間で公的支援策を利用したことがない企業は、1～9人層で4割弱、10人以上層では2割強である。

図表 7-2-2 最近 10 年間で利用した公的支援策



次に、最近 10 年間で関心・必要性はあるが利用できなかった公的支援策については、「設備投資」「人材確保・育成」が挙げられている。規模別の特徴としては 10 人以上の企業では「技術・製品開発」の割合が高く、1~9 人層では「資金繰り」の割合が高い。

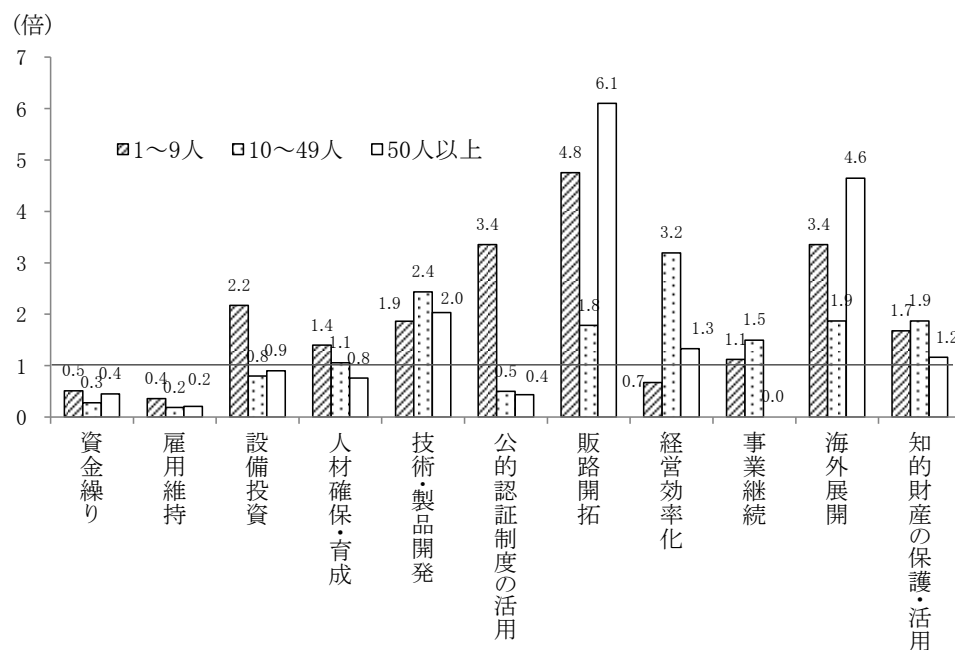
図表 7-2-3 最近 10 年間で関心・必要性はあるが利用できなかった公的支援策



利用頻度の高い支援策については、利用できなかった場合も多いと考えられることから、各支援策について、利用した利用できなかった割合で割合を除した倍率を求める。各支援策について、利用できなかった企業の割合が、利用した企業の割合を上回ると 1 を超え、その支援策は、利用度合いに比して利用できなかった企業の割合が高いことを示す。利用度の高い「資金繰り」「雇用維持」などの倍率は 1 を大きく下回り、これらの支援策は、利

用しようと考えたができなかった企業の割合は低いことがわかる。一方、「技術・製品開発」「販路開拓」「海外展開」などについては利用できなかった企業の割合が比較的高い。規模別にみると、1～9人層で「設備投資」「公的認証制度の活用」が他の規模層よりも高いことが特徴である。

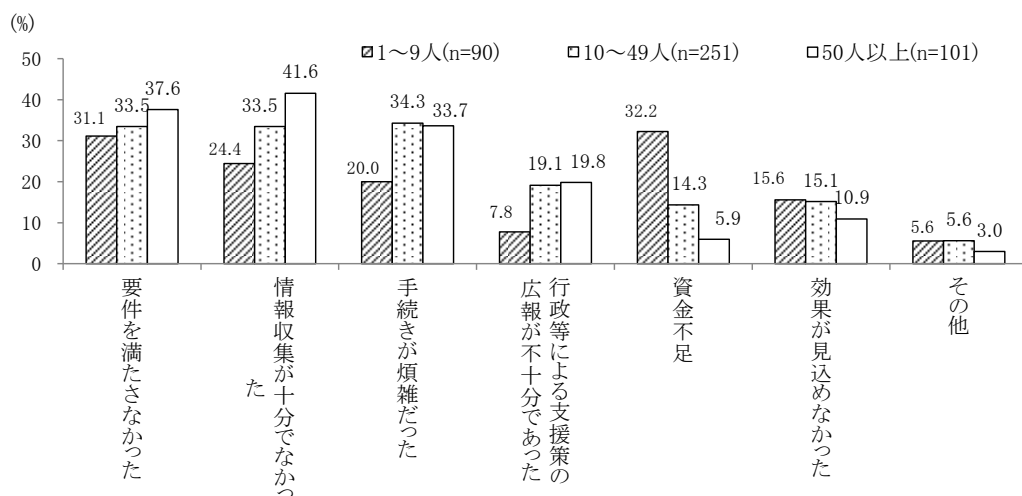
図表 7-2-4 各公的支援策について利用できなかった割合／利用した割合



公的支援策を利用できなかった理由は、手続きの煩雑さが指摘されることが多い。調査結果では、「手続きが煩雑だった」は3番目に多く、最も多いのは「要件を満たさなかった」で、次に「情報収集が十分でなかった」となっている。規模別では、1～9人層で「資金不足」との回答が多いのが特徴である。設備投資への補助金などの支給は、一定の割合に留まったり、後払いになったりするため、そうした費用を捻出できない企業が1～9人層で少なくないとみられる。

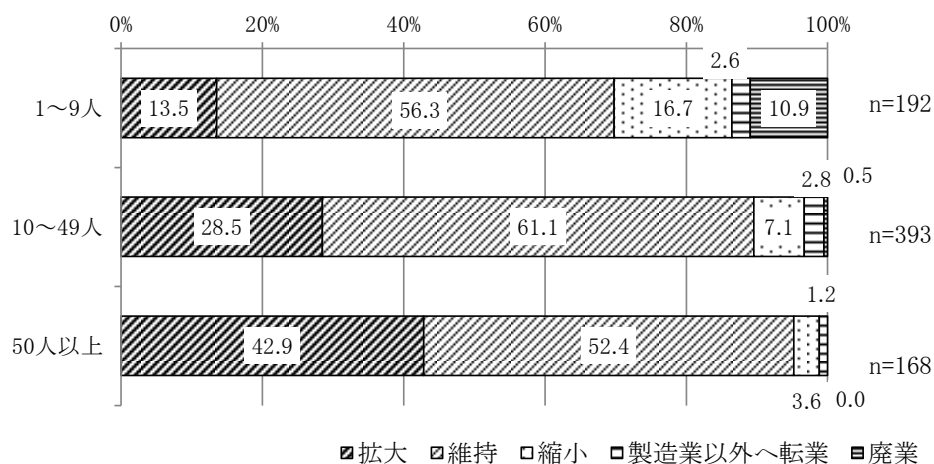


図表 7-2-5 公的支援策を利用できなかった理由



今後の事業規模は、現状「維持」がいずれの規模層でも過半数を占める。ただし、50人以上では「拡大」が42.9%を占めるのに対して、規模が小さくなるほど、その割合は低下している。1~9人層では「拡大」が13.5%に留まり、「縮小」の16.7%を下回り、「廃業」も10.9%を占めている。

図表 7-2-6 今後の事業規模について



## 第8章 おわりに

本調査では、中小企業内規模間の業績格差を発生させる要因及び、その拡大要因について、既存統計及び、需要面に焦点を当てたアンケート調査から分析を行った。

統計分析からは、付加価値生産性格差の拡大は、1995年頃までは資本装備率である程度説明可能であるが、それ以降は資本装備率格差の拡大はみられず、資本装備率格差では説明しづらいことを示した。また、中規模企業と零細企業との格差は、景気拡大と共に縮小し、景気後退と共に拡大するという逆相関の関係にあることが明らかになった。このことは、零細企業層が景気後退における需要縮小の調整弁とされてきたことを示唆する。しかし、2000年代半ばの景気回復期においては、その恩恵が零細企業層には及ばなかった。零細規模層は、1990年代後半以降のわが国経済の停滞の中で生産システムの中から乖離していき、2000年代半ばの景気回復期にも失った需要を取り戻せなかったため、規模間収益格差が拡大したと考えられる。

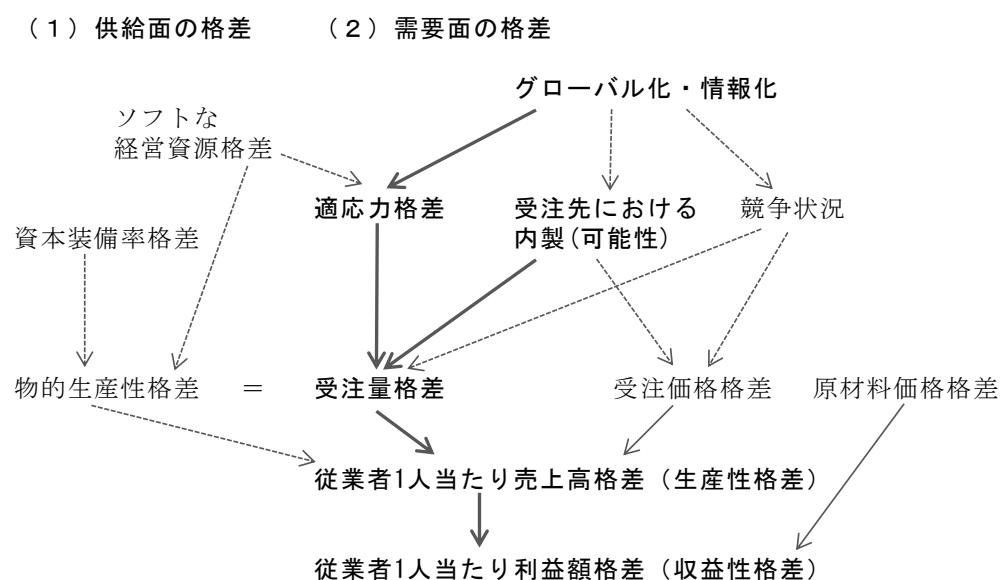
アンケート調査結果からは、まず、特定企業の専属的下請企業と自認する企業は約1割にすぎないこと、また、業態間の収益性格差よりも規模間の収益性格差が顕著にみられた。これらのことから、中小企業内格差については、特定企業を頂点とした階層構造を前提とした業態間格差を中心に捉えるよりも、従業員規模に基づく3つの階層で捉える方が望ましいことを示した。次に、格差をもたらす要因の検討を通じて、受注単価低下と原材料高という「原料高製品安」の問題は、中小企業全体の問題としては明らかであるが、中小企業内格差をもたらす主な要因とは言い難いことを示した。また、競争状況の熾烈さについても、特定の規模層の問題ではなく、零細企業の廃業等もあり、現存する企業の中については特定の規模層が厳しい状況にあると言ったことは言い難い。中小企業内格差は、主に受注先数の減少や受注量の少なさが問題であり、特に、1~9人層において深刻な問題となっている。第三に、経済環境変化との関係では、海外との関わりの程度の差異が業績格差の一因になっているとみられる。

このような状況を勘案すると、図表1-1-2で示した格差の構図は若干の修正を必要とする。すなわち、受注量の減少の差を中心として、それに加えて受注単価の低下により中小企業内格差が発生（拡大）すると捉え直す方が良いと考えられる。このことは、特に、中小企業下位層と中上位層との間で顕著にみられた。また、原材料価格格差の拡大は、収益格差の拡大に影響を与えている。資本装備率については格差が存在し、それが中小企業内生産性格差に影響しているとみられるが、近年の格差拡大にはつながっているとは言えない。これらの点を勘案して、再整理したのが図表8-1-1である。図表の中の太線が、中小企業内格差を拡大させた主な経路である。細線は弱い関係があると考えられた経路であり、点線は、格差そのものに関係するとは考えられるが、今回の調査からは、その拡大要因と考えられない若しくは、明確ではなかったことを示す。

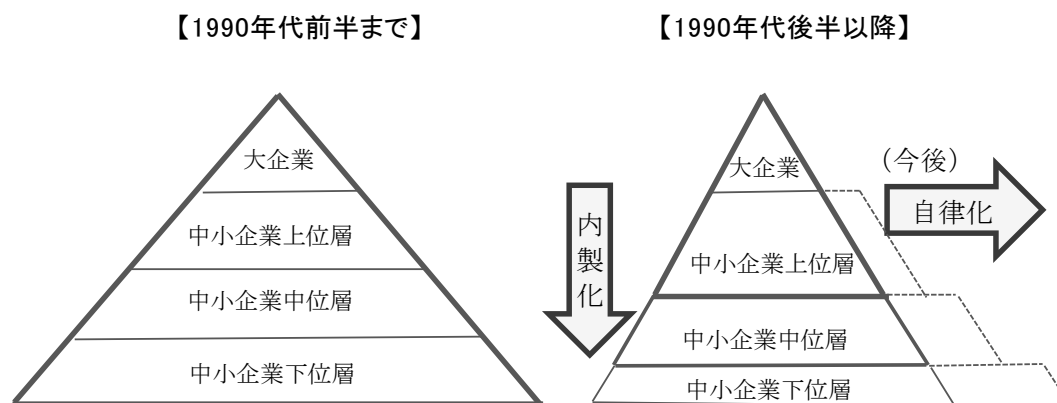
以上、中小企業内格差拡大は、相対的に規模の大きい企業が、小さい企業から安い価格で買い上げるといった取引関係のあり方よりも、小さい企業が取引関係そのものを失うこ

とが主要な要因と考えられる。単純化すれば、わが国の生産システムは、1990年頃までは大企業、中小企業上位層・中位層・下位層という裾野の広いピラミッドによる安定的な生産構造にあった。しかし、1990年代後半以降、グローバル化・情報化の下で、大企業は海外生産を進めたことや、薄型テレビの生産に示されるような大企業による資本集約的コンビナートの生産方式により、付加価値の大部分が生み出されるようになった。このため、中小企業にとっての国内生産システムは、やせ細ったピラミッドへと変化した（図表8-1-2）。国内需要が減る中で中小企業上位層は内製化を進め、大企業と中小企業上位層、若しくは中小企業中位層を含めた生産システムでの完結度合いが高まり、中小企業下位層は、補完的な活用に留まるようになった。このように、国内生産システムは、下位層にとって不安定化したものへと移行してきたのである。

図表8-1-1 規模別生産性・収益性格差の構図（改定）



図表8-1-2 生産システムの変化と今後の方向性



こうした状況の下で、中小企業（中）下位層の存立は、個々の企業にとっては縮小した国内市場で勝ち残ることが一つの選択肢であるが、層としての存続・発展は、自らが生産ピラミッドの頂点として国内外の需要を開拓することにかかっている。大企業や中小企業上位層に依存せずに、自ら需要を獲得できる力を身につける必要がある。国内外でニッチな市場を創造し、ニッチトップ企業となることが一つの方策である。

一方、中小企業上位層の中には、世界市場を相手にできる中小企業も育ってきている。経済産業省では、特色ある技術や製品、事業モデルで世界的に高いシェアを持つものづくり中堅・中小企業」を「グローバル・ニッチ・トップ企業」と呼んでいる（経済産業省・厚生労働省・文部科学省編、2011、p.139）。大企業の生産拠点が海外に移転すること等により地域での存在感を低下させる中、グローバル・ニッチ・トップ企業の中には、自身が海外から需要を獲得し、自らは海外市場にアクセスできない関連中小企業を束ねてものづくりを行う新たな動きがみられる。間接的な海外市場とのつながりでは収益性の向上を期待しにくい面もあるが、仕事量を確保することには貢献する。中小企業上位層では内製不可能な工程を担うことにより、収益性を維持・向上させつつ、上位層のグローバル・ニッチ・トップ企業の発展を支える基盤産業としての存立も可能となるであろう。

このような各規模層の方向性を踏まえ政策的な後押しが重要である。特に、各規模層が受注量を確保するために、新たな需要創出、成長する海外市場への展開を支援することが肝要である。大阪府では、「ものづくり企業の販路開拓支援事業」等により府内企業を国内外にPRしている（図表8-1-3参照）。前向きな企業を主たる施策対象と捉えたビジネスマッチングを今後とも推進していくとともに、多様な経路を通じて前向きな取組を行う企業を発掘・育成していくことが必要である。

図表 8-1-3 大阪府におけるものづくり企業の販路開拓支援事業

発掘	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪の優れた企業を発掘し顕彰</li> <li>・冊子を制作しバイヤー等に向け大阪の技術力をPR</li> </ul>
PR	<ul style="list-style-type: none"> <li>・効果の高い大規模展示会に出展する企業への支援（出展補助）を通じて大阪の技術力をPR</li> <li>・大阪府自らも出展し、バイヤー等に向け大阪の技術力をPRし、企業からの発注案件を獲得</li> </ul>
マッチング	<ul style="list-style-type: none"> <li>・B2Bセンターで企業からの発注上方をコーディネート</li> <li>・これまでの取り組みにプラスし、金融機関と連携し、その顧客企業を通じて、ビジネスマッチングを実施する仕組みを整備</li> </ul>

<http://www.pref.osaka.lg.jp/keizaikoryu/monodzukuri/index.html>

## 参考文献

- 経済企画庁編（1957）『経済白書—速すぎた拡大とその反省—』昭和 32 年度、至誠堂
- 経済産業省編（2008）『通商白書—新たな市場創造に向けた通商国家日本の挑戦—』日経印刷
- 経済産業省・厚生労働省・文部科学省編（2011）『ものづくり白書』2011 年版、経済産業調査会
- 巽信晴（1960）『独占段階における中小企業の研究』三一書房
- 中小企業庁編（2013）『中小企業白書—自己変革を遂げて躍動する中小企業・小規模事業者—』2013 年版、佐伯印刷
- 高田亮爾（1989）『現代中小企業の構造分析 —雇用変動と新たな二重構造—』新評論
- 高田亮爾（2003）『現代中小企業の経済分析 —理論と構造—』ミネルヴァ書房
- 中村秀一郎（1961）「独占資本主義の構造と中小企業問題」小林義雄他編『講座 中小企業 第 2 巻 独占資本と中小企業』有斐閣
- 深尾京司（2012）『「失われた 20 年」と日本経済』日本経済出版社
- 町田光弘（2009）「供給過剰時代における新たな分業構造と中堅規模層の台頭」大阪経済大学中小企業・経営研究所『中小企業季報』2009 No.4（通巻第 152 号）
- 町田光弘（2013）「規模間生産性格差と中小工業の存立基盤について」大阪産業経済リサーチセンター『産開研論集』第 25 号

参考資料 1 調査票



**秘** 大阪府内製造業の受注及び経営状況に関する調査票

(平成 25 年 9 月 30 日現在)

<p><b>ご記入にあたってのお願い</b></p> <p>① <b>届出調査</b> この調査は、統計法（平成 19 年法律第 53 号）第 24 条に基づき、総務大臣に届出を行っている届出統計調査です。 調査関係者は、統計法により、調査票の記入内容を他に漏らしたり、統計以外の目的に使用したりすることは固く禁じられています。</p> <p>② <b>調査目的</b> この調査は、大阪府内における製造業の経営状況を明らかにすることにより、大阪産業の維持・発展を図る方策を探るために実施するもので、大阪府商工労働施策の基礎資料となります。</p> <p>③ <b>ご記入方法</b> ご回答は、選択肢の番号を○で囲むか、あてはまる番号を記入してください。□内には具体的にご記入ください。整理番号は記入不要です。</p> <p>④ <b>ご回答は、平成 25 年 9 月 30 日時点の状況についてご記入ください。</b> 貴社の役員、または総務・企画部門などの責任者の方がご記入ください。</p> <p>⑤ <b>ご提出</b> ご記入のうちは、<u>11 月 11 日（月）まで</u>に同封の返信用封筒にてご返送ください。</p>	<p><b>◆お問い合わせ先・送り先◆</b></p> <p><b>大阪府商工労働部</b></p> <p><b>大阪産業経済リサーチセンター</b></p> <p>担当 : 町田</p> <p>〒559-8555 大阪市住之江区南港北 1-14-16 大阪府咲洲庁舎 24 階</p> <p>TEL 06-6210-9937 FAX 06-6210-9940</p> <p>URL <a href="http://www.pref.osaka.jp/aid/sangyo/index.html">http://www.pref.osaka.jp/aid/sangyo/index.html</a></p>
<p>貴事業所の名称</p>	<p>ご記入者名・役職</p>
<p>貴事業所の所在地 〒</p>	<p>電話番号</p> <p>FAX</p> <p>e-mail</p>

(整理番号)

I 貴社の概要

(整理番号)

--	--	--	--

問1 貴社の創業年は

西暦

						年
--	--	--	--	--	--	---

問2 貴社の現在、及び10年前の資本金規模は下記のいずれですか。(当てはまる番号1つのみに○)

- (1) 現在 : 1. 個人企業      2. 1千万円未満      3. 1千~3千万円未満      4. 3~5千万円未満  
 5. 5千万~1億円未満      6. 1~3億円未満      7. 3億円以上

(2) 10年前 : (                      ) ←上記選択肢番号を記入してください。

※ 創業後10年未満の場合、創業時の状況を回答してください(以下同様)。

問3 貴社の業種は何ですか。(1つのみ)

1. 食料品・飲料・たばこ・飼料      2. 繊維工業      3. 木材・木製品      4. 家具・装備品  
 5. パルプ・紙・紙加工品      6. 印刷・同関連業      7. 化学工業      8. 石油製品・石炭製品  
 9. プラスチック製品      10. ゴム製品      11. なめし革・同製品・毛皮      12. 窯業・土石製品  
 13. 鉄鋼業      14. 非鉄金属      15. 金属製品      16. はん用機械器具  
 17. 生産用機械器具      18. 業務用機械器具      19. 電子部品・デバイス      20. 電気機械器具  
 21. 情報通信機械器具      22. 輸送用機械器具      23. その他の製造業 (                      )

問4 貴社は、次のどの業態の企業ですか。また、10年前はどうでしたか(1つのみ)。

- (1) 現在 : 1. 大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)  
 2. (1.以外で特定企業の)専属的一次下請企業      3. 専属的二次以下の下請企業  
 4. 特定企業の専属でない下請企業  
 5. 自社製品を持つ下請でない企業      6. その他 (                      )

(2) 10年前 : (                      ) ←上記選択肢番号を記入してください。

問5 貴社の従業者と売上高(平成24年度又は直近決算時:概数でも結構です)

	従業者数			売上高			
	人	人	人	億	0	0	万円
現在							
10年前							

(注) 常勤役員、常用パートを含み、非常勤役員、日々又は1か月以内の期間で採用されたパート、出向・派遣労働者は含まない。

問6 貴社の平成24年度(又は直近決算時)及び10年前の売上高営業利益率は、どのぐらいですか?

- (1) 現在 : 1. 赤字      2. 1%未満      3. 1%台      4. 2%台      5. 3%台      6. 4%台  
 7. 5%台      8. 6%台      9. 7%台      10. 8%台      11. 9%台      12. 10%以上

(2) 10年前 : (                      ) ←上記選択肢番号を記入してください。(注) 売上高営業利益率=営業利益額/売上高

問7 貴社はホームページを開設していますか。

1. 開設している      2. 開設していない(⇒問9へ)

問8 前問で1.とご回答の場合、どのように活用していますか(複数回答可)。

1. 会社案内      2. 製品販売・受注獲得      3. 技術・製品の宣伝      4. 人材募集      5. その他

## Ⅱ 受注について（ここでの受注には、製品の販売も含みます。）

問9 主な受注品・加工内容の市場は下記のどの段階にありますか。

1. 導入(揺籃)期 2. 成長期 3. 成熟期 4. 衰退(縮小)期 5. 不明

問10 主な受注品の単価は10年前と比べて変化しましたか。(いずれか1つのみ)

上昇	1. 5割以上	2. 4~5割	3. 3~4割	4. 2~3割	5. 1~2割	6. 1割未満	7. 横ばい
低下	8. 1割未満	9. 1~2割	10. 2~3割	11. 3~4割	12. 4~5割	13. 5割以上	

問11 主な受注先との受注価格は、どのように決まりますか。また、10年前はどうでしたか（1つのみ）。

- (1)現在 : 1. 受注先の指値 2. 見積もり合わせ  
3. 話し合いにより受注先の指値に近い価格 4. 話し合いにより貴社の見積りに近い価格  
5. 貴社の見積価格 6. その他

(2)10年前 : ( ) ←上記選択肢番号を記入してください。

問12 主な受注品・加工内容は、主な受注先で内製可能な製造・加工品ですか。

1. 受注先で内製可能 2. 受注先では内製不可能 3. 不明

問13 主な受注先からの技術指導がありますか。また、10年前にはありましたか。

- (1)現在 : 1. ある 2. ない  
(2)10年前 : 1. あった 2. なかった

問14 受注先数は10年前と比べて、どのように変化しましたか。

1. 増加 2. やや増加 3. 横ばい 4. やや減少 5. 減少

問15 新たな受注先の獲得のために、どのようなことをしていますか（複数回答可）。

1. 既存取引先に受注先の紹介を依頼 2. 直接的な営業による新規開拓  
3. 展示会・商談会等への参加 4. 公的認証制度の活用などによる製品・技術の広報  
5. 自社ウェブサイトや広告による宣伝 6. 新製品・技術開発による新たな受注開拓  
7. その他 ( ) 8. 特に何も行ってない

問16 新たな受注先を獲得するための課題は何ですか（複数回答可）。

1. 受注先の候補が見つからない 2. 営業方法がわからない 3. 営業の人材が不足している  
4. 資金が不足している 5. 売り込む商品・技術力が弱い 6. その他 ( )  
7. 特になし

問17 受注先を開拓していくために求められる支援策は何ですか（複数回答可）。

1. 受発注斡旋事業 2. 製品・技術を広報する冊子や公的機関のウェブサイトでの紹介  
3. 展示会・商談会の開催 4. 展示会・商談会への出展費用の補助など資金面の支援  
5. アドバイザーの派遣 6. 営業・広報担当の人材育成支援  
7. 新製品・技術開発の支援 8. その他 ( ) 9. 特になし



### Ⅲ 経営状況（競争力、海外展開、経営課題）

問 18 主な受注品・加工内容について、受注獲得の際に競合する可能性のある競争相手の数はどのぐらいですか。

1. なし      2. 1社      3. 2～3社      4. 4～5社      5. 6～9社  
 6. 10～19社      7. 20～49社      8. 50～99社      9. 100社以上      10. 不明

問 19 上記の競争相手の数は、最近 10 年間で変化しましたか。

1. 増加      2. やや増加      3. 横ばい      4. やや減少      5. 減少      6. 不明

問 20 貴社では、他社で製造・加工できないオンリーワン製品・技術を持っていますか。

1. 持っている      2. 持っていない

問 21 下記の項目について、自社の競争力を競合企業と比べてどのように評価していますか。

(1) 品質の高さ	1. 高い	2. やや高い	3. 同程度	4. やや低い	5. 低い
(2) 価格競争力	1. 高い	2. やや高い	3. 同程度	4. やや低い	5. 低い
(3) 納期（短さ・柔軟さ）	1. 高い	2. やや高い	3. 同程度	4. やや低い	5. 低い
(4) 営業力	1. 高い	2. やや高い	3. 同程度	4. やや低い	5. 低い
(5) 上記を踏まえた総合力	1. 高い	2. やや高い	3. 同程度	4. やや低い	5. 低い

問 22 最近 10 年間で新製品・技術開発や競合企業が導入していない新たな生産方法の導入をしましたか。

1. 実施した      2. 実施していない（⇒問 24 へ）

問 23 上記設問で 1 とお答えの場合に、その技術や製品販売が現在の売上げに占める割合はどの程度ですか。

1. 5割以上      2. 4～5割未満      3. 3～4割未満      4. 2～3割未満  
 5. 1～2割未満      6. 1割未満      7. 売上高に寄与していない      8. 不明

問 24 海外と下記の関係があれば「○」、なければ「×」を回答欄に記入してください。

	現在	10年前
(1) 海外に生産拠点を保有（委託生産を含む）		
(2) 輸出を実施している（商社経由を含む）		
(3) 輸出される製品に組み込まれる部品・素材を製造している		
(4) 部品や素材を輸入		

問 25 海外への進出・取引（を検討）する上での課題は何ですか（複数回答可）。

1. 国際関連業務に対応可能な人材難      2. 海外事業展開におけるパートナーの確保難  
 3. 制度や市場など海外情報の不足      4. 環境規制等の現地市場への対応力が不足  
 5. 海外展開できる製品の競争力が不足      6. 資金難  
 7. 取組み方がわからない      8. その他（                                      ）      9. 特にない

問 26 主な原材料（部品）の仕入価格は 10 年前と比べて変化しましたか。

上昇	1. 5割以上	2. 4～5割	3. 3～4割	4. 2～3割	5. 1～2割	6. 1割未満	7. 横ばい
低下	8. 1割未満	9. 1～2割	10. 2～3割	11. 3～4割	12. 4～5割	13. 5割以上	

問 27 貴社で不足しているのはどのような人材ですか（複数回答可）。

1. 研究者・技術者      2. 熟練技能者      3. 一般作業員      4. 営業・販売従事者  
 5. 事務従事者      6. 経営を補佐する人材（右腕）      7. 後継者候補      8. その他（                                      ）  
 9. 不足している人材はない

問 28 経営上の課題は何ですか（複数回答可）。

- |                |                   |                     |
|----------------|-------------------|---------------------|
| 1. 受注量が少ない     | 2. 受注単価が低い        | 3. (受注単価以外の)取引条件が悪い |
| 4. 受注が不安定      | 5. 特定の受注先への依存度が高い | 6. 自社製品を持っていない      |
| 7. 仕入れ・外注価格が高い | 8. 外注の品質・納期等が問題   | 9. 企業ネットワークが弱い      |
| 10. 生産性が低い     | 11. 設備が不足         | 12. 技術開発力が不足        |
| 13. 営業力が不足     | 14. 技能伝承が困難       | 15. 後継者難            |
| 16. 資金難        | 17. その他 ( )       | 18. 特にない (⇒問 31 へ)  |

問 29 前問で 1.～17. を選んだ場合、最も大きな課題は何ですか（1つのみ）。 ( )

問 30 前問で選んだ課題解決のために、どのようなことをしていますか。

( )

問 31 今後の事業規模についてはどのように考えていますか。

1. 拡大 2. 維持 3. 縮小 4. 製造業以外へ転業 5. 廃業

#### IV 公的支援策の利用について

問 32 公的支援に関する情報をどこから入手していますか

(各機関のウェブサイト、メールマガジンを含む。複数回答可)。

- |         |                    |                  |         |
|---------|--------------------|------------------|---------|
| 1. 行政機関 | 2. 中小企業支援機関        | 3. 商工会議所・商工会     | 4. 業界団体 |
| 5. 金融機関 | 6. コンサルタント、税理士、会計士 | 7. 取引先           | 8. 同業者  |
| 9. マスコミ | 10. その他 ( )        | 11. どこからも入手していない |         |

問 33 最近 10 年間で、どのようなことに関して公的な支援を利用しましたか（複数回答可）。

- |                 |               |              |             |
|-----------------|---------------|--------------|-------------|
| 1. 人材確保・育成      | 2. 雇用維持       | 3. 資金繰り      | 4. 設備投資     |
| 5. 技術・製品開発      | 6. 知的財産の保護・活用 | 7. 公的認証制度の活用 | 8. 販路開拓     |
| 9. 経営効率化        | 10. 海外展開      | 11. 事業継続     | 12. その他 ( ) |
| 13. 全く利用したことがない |               |              |             |

問 34 最近 10 年間で、関心・必要性はあるが利用できなかった公的な支援策は何ですか（複数回答可）。

- |                     |               |              |             |
|---------------------|---------------|--------------|-------------|
| 1. 人材確保・育成          | 2. 雇用維持       | 3. 資金繰り      | 4. 設備投資     |
| 5. 技術・製品開発          | 6. 知的財産の保護・活用 | 7. 公的認証制度の活用 | 8. 販路開拓     |
| 9. 経営効率化            | 10. 海外展開      | 11. 事業継続     | 12. その他 ( ) |
| 13. 公的な支援策に関心・必要はない |               |              |             |

問 35 上記設問で 1.～12. とご回答の場合、支援策を利用し（でき）なかったのは何故ですか（複数回答可）。

- |                                  |                 |  |  |
|----------------------------------|-----------------|--|--|
| 1. 要件を満たさなかった                    |                 |  |  |
| 2. 資金不足（自社負担の資金捻出困難、後日受取資金の立替困難） |                 |  |  |
| 3. 手続きが煩雑だった（申請書類作成困難、暇がない）      |                 |  |  |
| 4. 行政等による支援策の広報が不十分であった          | 5. 情報収集が十分でなかった |  |  |
| 6. 効果が見込めなかった                    | 7. その他 ( )      |  |  |

**お忙しいところ、ご協力いただきまして、ありがとうございました。**

## 参考資料 2 集計表

### 1. 単純集計

図表資2-1-1 創業年

	度数	%
1944 年以前	112	14.7
1945～1959年	181	23.7
60年代	179	23.4
70年代	105	13.7
80年代	79	10.3
90年代	50	6.5
2000年以降	58	7.6
合計	764	100.0

図表資2-1-2 資本金規模

	現在		10年前	
	度数	%	度数	%
1千万円未満	150	19.2	134	19.4
1千～3千万円未満	424	54.2	382	55.2
3千～5千万円未満	104	13.3	91	13.2
5千万～1億円未満	81	10.3	63	9.1
1億円以上	24	3.1	22	3.2
合計	783	100.0	692	100.0

図表資2-1-3 資本金規模(3類型)

	度数	%
1千万円未満	150	19.2
1千～3千万円未満	424	54.2
3千万円以上	209	26.7
合計	783	100.0

図表資2-1-4 業種

	度数	%
食料品、飲料・たばこ・飼料	37	4.7
繊維工業	62	7.9
木材・木製品	12	1.5
家具・装備品	9	1.2
パルプ・紙・紙加工品	28	3.6
印刷・同関連業	62	7.9
化学工業	46	5.9
石油製品・石炭製品	0	0.0
プラスチック製品	60	7.7
ゴム製品	8	1.0
なめし革・同製品・毛皮	4	.5
窯業・土石製品	13	1.7
鉄鋼業	42	5.4
非鉄金属	28	3.6
金属製品	170	21.8
はん用機械器具	14	1.8
生産用機械器具	56	7.2
業務用機械器具	25	3.2
電子部品・デバイス	10	1.3
電気機械器具	38	4.9
情報通信機械器具	1	.1
輸送用機械器具	16	2.1
その他の製造業	39	5.0
合計	780	100.0

図表資2-1-5 業種(4類型)

	度数	%
生活関連・その他型	213	27.3
基礎素材型(金属以外)	167	21.4
基礎素材型(金属)	240	30.8
加工組立型	160	20.5
合計	780	100.0

図表資2-1-6 業態

	現在		10年前	
	度数	%	度数	%
大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	36	4.6	33	4.8
特定企業の専属的一次下請企業	64	8.2	52	7.5
専属的二次以下の下請企業	20	2.6	17	2.5
特定企業の専属でない下請企業	299	38.5	262	38.0
自社製品を持つ下請でない企業	342	44.1	311	45.1
その他	15	1.9	14	2.0
合計	776	100.0	689	100.0

図表資2-1-7 記述統計量(従業員数、売上高、および1人当たり売上高)

(単位:人、万円)

	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
従業員数(現在)	774	1	500	38	50
従業員数(10年前)	692	1	400	38	46
売上高(現在)	743	300	2,076,500	92,402	172,310
売上高(10年前)	677	500	1,868,700	91,110	155,790
1人当たり売上高(現在)	737	167	10,500	2,039	1,512
1人当たり売上高(10年前)	659	200	10,000	2,038	1,356

図表資2-1-8 従業員数

	現在		10年前	
	度数	%	度数	%
1~3人	60	7.8	39	5.6
4~9人	139	18.0	125	18.1
10~19人	159	20.5	155	22.4
20~29人	109	14.1	100	14.5
30~49人	139	18.0	118	17.1
50~99人	105	13.6	89	12.9
100人以上	63	8.1	66	9.5
合計	774	100.0	692	100.0

図表資2-1-9 従業員数(3類型)

	度数	%
1~9人	199	25.7
10~49人	407	52.6
50人以上	168	21.7
合計	774	100.0

図表資2-1-10 従業員数増減(10年間の変化)

	度数	%
増加	264	38.3
横ばい	99	14.3
減少	327	47.4
合計	690	100.0

図表資2-1-11 売上高

	現在		10年前	
	度数	%	度数	%
5000万円未満	94	12.7	58	8.6
5000万～1億円未満	67	9.0	59	8.7
1億～3億円未満	178	24.0	174	25.7
3億～5億円未満	91	12.2	98	14.5
5億～10億円未満	142	19.1	126	18.6
10億円以上	171	23.0	162	23.9
合計	743	100.0	677	100.0

図表資2-1-12 売上高増減率(10年間の変化)

	度数	%
30%以上増加	162	24.0
20～30%増加	46	6.8
10～20%増加	44	6.5
1～10%増加	41	6.1
横ばい	29	4.3
1～10%減少	54	8.0
10～20%減少	83	12.3
20～30%減少	69	10.2
30%以上減少	147	21.8
合計	675	100.0

図表資2-1-13 1人当たり売上高

	現在		10年前	
	度数	%	度数	%
500万円未満	33	4.5	21	3.2
500～1000万円未満	130	17.6	106	16.1
1000～1500万円未満	165	22.4	163	24.7
1500～2000万円未満	125	17.0	96	14.6
2000～3000万円未満	147	19.9	140	21.2
3000万円以上	137	18.6	133	20.2
合計	737	100.0	659	100.0

図表資2-1-14 1人当たり売上高増減率(10年間の変化)

	度数	%
30%以上増加	74	11.3
20～30%増加	51	7.8
10～20%増加	0	0.0
1～10%増加	0	0.0
横ばい	380	58.0
1～10%減少	0	0.0
10～20%減少	68	10.4
20～30%減少	21	3.2
30%以上減少	61	9.3
合計	655	100.0

図表資2-1-15 売上高営業利益率

	現在		10年前	
	度数	%	度数	%
赤字	210	27.9	82	12.3
1%未満	86	11.4	89	13.3
1%台	66	8.8	65	9.7
2%台	61	8.1	67	10.0
3%台	60	8.0	77	11.5
4%台	47	6.2	51	7.6
5%台	67	8.9	73	10.9
6%台	19	2.5	17	2.5
7%台	19	2.5	18	2.7
8%台	22	2.9	33	4.9
9%台	13	1.7	12	1.8
10%以上	83	11.0	83	12.4
合計	753	100.0	667	100.0

図表資2-1-16 記述統計量(1人当たり利益額(万円))

	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
現在	711	-1,096	2,153	58	252
10年前	616	-917	1,179	92	195

図表資2-1-17 1人当たり利益額

	現在		10年前	
	度数	%	度数	%
赤字	193	27.1	71	11.5
50万円未満	199	28.0	200	32.5
50～100万円未満	107	15.0	145	23.5
100～200万円未満	102	14.3	106	17.2
200～300万円未満	41	5.8	39	6.3
300万円以上	69	9.7	55	8.9
合計	711	100.0	616	100.0

図表資2-1-18 1人当たり利益額増減率(10年間の変化)

	度数	%
30%以上増加	142	23.3
20～30%増加	17	2.8
10～20%増加	19	3.1
1～10%増加	17	2.8
横ばい	21	3.4
1～10%減少	26	4.3
10～20%減少	23	3.8
20～30%減少	28	4.6
30%以上減少	316	51.9
合計	609	100.0

図表資2-1-19 ホームページの開設

	度数	%
開設している	524	67.1
開設していない	257	32.9
合計	781	100.0

図表資2-1-20 ホームページをどのように活用しているか(複数回答)

	応答数	%
会社案内	451	88.1
製品販売・受注獲得	224	43.8
技術・製品の宣伝	280	54.7
人材募集	99	19.3
その他	23	4.5
合計	512	

図表資2-1-21 市場の段階

	度数	%
導入(揺籃)期	11	1.4
成長期	46	6.0
成熟期	287	37.6
衰退(縮小)期	331	43.3
不明	89	11.6
合計	764	100.0

図表資2-1-22 主な受注品単価が10年前と比べて

	度数	%
5割以上上昇	11	1.5
4～5割上昇	11	1.5
3～4割上昇	11	1.5
2～3割上昇	32	4.4
1～2割上昇	59	8.2
1割未満上昇	38	5.3
横ばい	206	28.5
1割未満低下	48	6.6
1～2割低下	123	17.0
2～3割低下	108	14.9
3～4割低下	46	6.4
4～5割低下	13	1.8
5割以上低下	17	2.4
合計	723	100.0

図表資2-1-23 受注価格のどのように決まるか

	現在		10年前	
	度数	%	度数	%
受注先の指値	46	5.9	39	5.5
見積もり合わせ	233	30.1	204	28.7
話し合いにより受注先の指値に近い価格	197	25.4	151	21.2
話し合いにより貴社の見積りに近い価格	156	20.1	160	22.5
貴社の見積価格	131	16.9	148	20.8
その他	12	1.5	9	1.3
合計	775	100.0	711	100.0

図表資2-1-24 主な受注先で内製可能な製造・加工品か

	度数	%
受注先で内製可能	184	24.1
受注先では内製不可能	466	61.0
不明	114	14.9
合計	764	100.0

図表資2-1-25 現在受注先からの技術指導があるか

	現在		10年前	
	度数	%	度数	%
ある	119	15.3	113	15.5
ない	659	84.7	618	84.5
合計	778	100.0	731	100.0

図表資2-1-26 受注先数は10年前と比べて

	度数	%
増加	109	14.6
やや増加	136	18.3
横ばい	176	23.6
やや減少	157	21.1
減少	167	22.4
合計	745	100.0

図表資2-1-27 新たな受注先の獲得のためにどのようなことをしていますか(複数回答)

	応答数	%
既存取引先に受注先の紹介を依頼	219	28.0
直接的な営業による新規開拓	391	50.1
展示会・商談会等への参加	183	23.4
公的認証制度の活用などによる製品・技術の広報	47	6.0
自社ウェブサイトや広告による宣伝	202	25.9
新製品・技術開発による新たな受注開拓	203	26.0
その他	17	2.2
特に何も行ってない	166	21.3
合計	781	100.0

図表資2-1-28 新たな受注先を獲得するための課題は何ですか(複数回答)

	応答数	%
受注先の候補が見つからない	181	23.4
営業方法がわからない	39	5.0
営業の人材が不足している	311	40.2
資金が不足している	115	14.9
売り込む商品・技術力が弱い	195	25.2
その他	35	4.5
特になし	204	26.4
合計	774	

図表資2-1-29 受注先を開拓していくために求められる支援策は(複数回答)

	応答数	%
受発注斡旋事業	162	21.0
製品・技術を広報する冊子や公的機関のウェブサイトでの紹介	89	11.6
展示会・商談会の開催	84	10.9
展示会・商談会への出展費用の補助など資金面の支援	133	17.3
アドバイザーの派遣	23	3.0
営業・広報担当の人材育成支援	197	25.6
新製品・技術開発の支援	242	31.4
その他	30	3.9
特になし	242	31.4
合計	770	

図表資2-1-30 競合する可能性のある競争相手の数

	度数	%
なし	32	4.1
1社	15	1.9
2~3社	227	29.1
4~5社	189	24.2
6~9社	74	9.5
10~19社	57	7.3
20~49社	25	3.2
50~99社	9	1.2
100社以上	18	2.3
不明	134	17.2
合計	780	100.0



図表資2-1-31 競争相手の数は、最近10年間で

	度数	%
増加	57	7.7
やや増加	122	16.6
横ばい	273	37.0
やや減少	108	14.7
減少	79	10.7
不明	98	13.3
合計	737	100.0

図表資2-1-32 他社で製造・加工できないオンリーワン製品・技術を持っているか

	度数	%
持っている	339	45.0
持っていない	414	55.0
合計	753	100.0

図表資2-1-33 自社の競争力を競合企業と比べてどのように評価しているか

(度数)	品質の高さ	価格競争力	納期(短さ・柔軟さ)	営業力	上記を踏まえた総合力
高い	177	54	215	42	28
やや高い	326	178	270	142	301
同程度	245	313	235	279	315
やや低い	23	190	44	215	109
低い	1	36	5	90	14
合計	772	771	769	768	767

(%)	品質の高さ	価格競争力	納期(短さ・柔軟さ)	営業力	上記を踏まえた総合力
高い	22.9	7.0	28.0	5.5	3.7
やや高い	42.2	23.1	35.1	18.5	39.2
同程度	31.7	40.6	30.6	36.3	41.1
やや低い	3.0	24.6	5.7	28.0	14.2
低い	0.1	4.7	.7	11.7	1.8
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

図表資2-1-34 新製品・技術開発や新たな生産方法の導入をしたか

	度数	%
実施した	286	38.5
実施していない	457	61.5
合計	743	100.0

図表資2-1-35 その技術や製品販売が現在の売上げに占める割合

	度数	%
5割以上	29	10.4
4～5割未満	18	6.5
3～4割未満	37	13.3
2～3割未満	58	20.8
1～2割未満	51	18.3
1割未満	53	19.0
売上げに寄与していない	16	5.7
不明	17	6.1
合計	279	100.0

図表資2-1-36 海外に生産拠点を保有(委託生産を含む)

	現在		10年前	
	度数	%	度数	%
いいえ	640	83.4	631	89.3
はい	127	16.6	76	10.7
合計	767	100.0	707	100.0

図表資2-1-37 輸出を実施している(商社経由を含む)

	現在		10年前	
	度数	%	度数	%
いいえ	543	70.8	519	73.4
はい	224	29.2	188	26.6
合計	767	100.0	707	100.0

図表資2-1-38 輸出される製品に組み込まれる部品・素材を製造している

	現在		10年前	
	度数	%	度数	%
いいえ	528	69.2	505	71.8
はい	235	30.8	198	28.2
合計	763	100.0	703	100.0

図表資2-1-39 部品や素材を輸入

	現在		10年前	
	度数	%	度数	%
いいえ	530	69.2	547	77.5
はい	236	30.8	159	22.5
合計	766	100.0	706	100.0

図表資2-1-40 海外への進出・取引を検討する上での課題(複数回答)

	応答数	%
国際関連業務に対応可能な人材難	243	33.5
海外事業展開におけるパートナーの確保難	185	25.5
制度や市場など海外情報の不足	177	24.4
環境規制等の現地市場への対応力が不足	100	13.8
海外展開できる製品の競争力が不足	110	15.2
資金難	144	19.8
取組み方がわからない	105	14.5
その他	28	3.9
特になし	258	35.5
合計	726	

図表資2-1-41 主な原材料(部品)の仕入価格は10年前と比べて

	度数	%
5割以上上昇	32	4.5
4~5割上昇	23	3.2
3~4割上昇	69	9.7
2~3割上昇	163	23.0
1~2割上昇	196	27.6
1割未満上昇	53	7.5
横ばい	125	17.6
1割未満低下	12	1.7
1~2割低下	18	2.5
2~3割低下	12	1.7
3~4割低下	1	0.1
4~5割低下	2	0.3
5割以上低下	3	0.4
合計	709	100.0

図表資2-1-42 不足している人材(複数回答)

	応答数	%
研究者・技術者	275	35.4
熟練技能者	310	39.9
一般作業員	95	12.2
営業・販売従事者	314	40.5
事務従事者	32	4.1
経営を補佐する人材(右腕)	217	28.0
後継者候補	122	15.7
その他	4	0.5
不足している人材はない	99	12.8
合計	776	

図表資2-1-43 経営上の課題(複数回答)

	応答数	%
受注量が少ない	305	39.2
受注単価が低い	328	42.1
(受注単価以外の)取引条件が悪い	28	3.6
受注が不安定	306	39.3
特定の受注先への依存度が高い	211	27.1
自社製品を持っていない	121	15.5
仕入れ・外注価格が高い	114	14.6
外注の品質・納期等が問題	69	8.9
企業ネットワークが弱い	35	4.5
生産性が低い	109	14.0
設備が不足	103	13.2
技術開発力が不足	177	22.7
営業力が不足	265	34.0
技能伝承が困難	110	14.1
後継者難	98	12.6
資金難	140	18.0
その他	24	3.1
特にない	51	6.5
合計	779	

図表資2-1-44 最も大きな経営上の課題は

	度数	%
受注量が少ない	142	21.2
受注単価が低い	101	15.1
(受注単価以外の)取引条件が悪い	1	0.1
受注が不安定	111	16.5
特定の受注先への依存度が高い	51	7.6
自社製品を持っていない	15	2.2
仕入れ・外注価格が高い	18	2.7
外注の品質・納期等が問題	10	1.5
企業ネットワークが弱い	4	0.6
生産性が低い	13	1.9
設備が不足	15	2.2
技術開発力が不足	36	5.4
営業力が不足	49	7.3
技能伝承が困難	28	4.2
後継者難	20	3.0
資金難	39	5.8
その他	18	2.7
合計	671	100.0

図表資2-1-45 最も大きな課題解決のために、どのようなことをしているか(自由記述)

1. 受注量が少ない

営業活動強化:他14件
新規開拓:他11件
新製品開発:他5件
新規受注品獲得:他1件
HPでの営業強化
新たな商品の開発とプライスダウン努力
イベント
営業人材補強、採用
営業スタッフの充実
営業で新規顧客の開拓をしている。
営業力及び技術開発力の強化
営業力強化、コストダウン、海外展開
営業力強化と素材をアピールと提案型営業
大手衣料品価格の安物ばかりで本当の日本製の商品が生産、計画が出来ない、物を作れない、いずれ廃業しかないと
親会社での営業
海外シフトにより国内での生産量が減っているのだからとむしがたい。
外作から内作へ切替を検討
稼働ラインの調整
既存取引先に受注先の紹介を依頼、直接的な営業による新規開拓、展示会・商談会等への参加、自社ウェブサイトや広告による宣伝
客先様要望の納期、価格に応える為、社内にて無理、無駄を無くす、機械化製作による工数削減
工場設備関係に注意。お客様にアイデアを提供する様に
工場の閉鎖を決めています
高品質・短期納期
コストダウンによる受注の確保
受注先の確保
受注先の紹介、開拓
受注先の本社へお願い
受注先への営業支援
受注数の最低ロットによる制限
受注量を増やす

2. 受注単価が低い

受注先と交渉
高付加価値化
原価低減
高付加価値商品の開発
コストダウン
新製品の開発
あまりにも安い価格の所とは取引を遠慮している
営業努力
大手メーカーから景気動向に関係なく年2回春と秋にキャンペーンのように1%~2%の価格の引下げ要求がある。社内の合理化で対応せよとのことであるが、限界である。平均1.5%の引下げを年2回、10年間続けると(100%-1.5%) <sup>20</sup> =73.9%
海外生産
海外生産によるコストダウン

主要取引先の業績に対しての生産体制の取り組み
上層部に直接話しし自社の過去の経緯をアピール、品質、納期多大の貢献をしている。
新規売込み活動、低コストの外注
新規先の開拓、技術開発
新規取引先開拓、輸出
新規取引先の開拓。人材の育成。
新規取引先の開発、企業ネットワークを作り、いろいろな発注に答える。
新規取引の開拓、既存取引先の新規商品の開拓、新製品の開発
新商品、客先川上分野へ進出
シンパ度アップと新規開拓
信用と信頼、そして安心の上にキメ細かい営業を展開
積極的な営業活動
疎遠顧客訪問による営業活動
ダイレクトメールにて営業案内の送付、ホームページ開設
他社の会社に営業活動
単価の値下げ
短納期品、即納品の受注を取り込む、内製化を計る
展示会の参加を含む営業活動
得意先へのアプローチ
ネット上での注文等
年内に自社製品をインターネット業者より販売予定
販売先の拡大
品質向上、コストダウン
品質のアピール
品質の良さ、短納期を守っている。
毎朝ミーティングして営業力をアップ
メインターゲットの年齢を引き上げ
より特定製品(市場)を絞り込み、経営資源を集中
特になし:他17件

海外製品仕入コストダウンしている。
価格競争が進む中、コスト削減に取り組んでいます。
加工、検査ジグの改善
経費節減、値上げ交渉、仕入単価見直し
公共事業拡大による市場全体の活性化
合理化
個数を増やしてもらい単価に合った作業をしている
コストの削減に努めるものの原材料費の値上げに最低賃金の上がり等で利益確保が出来ない。販売価格の高い商品を受注するようにする。
今後、単価の改定を依頼していく
作業時間の増加
仕入れ価格を抑える
仕入先への価格交渉

## 2. 受注単価が低い(続き)

仕入先にコストダウンを頼んだり、購入先を変えたりして利益率を高める努力をしているが、市場の原材料の価格上昇についていけず徒勞に終わっています。
社内製品のリストラ、標準化を行っている
受注案件、1件、1件利益を出せるように管理する
受注している商品周辺のアドバイス・提案
受注単価を抑えて見積りをおこなう。
新規販売先の開拓(販売単価を上げるため)
生産効率プロジェクトによる改善活動
生産コストの削減
生産性の向上、海外調達
生産性の向上を含めた原価低減
生産性を上げる
生産設備のリニューアルによる生産性の向上
生産能力を上げる努力、生産時間をのばす
製造コストの引き下げ
単価アップを小さめに交渉
ていねいな価格交渉
出来るだけ発注元の言われる価額に合せる。
得意先とのねばり強い交渉

得意先へ値上げの理解を求める。
独自性のある製品を考案中
特殊品のPR
取引業者の精査
なかなか単価を上げてもらうのが難しいが、話し合いを続けている。仕入をなるべく安くする様工夫しています。
納入ロットを見積書とおりに受注するためにチェックする
半自動化による人件費の削減
品質管理を徹底し、高規格品により他社商品との差別化を図る
不良品を出さない為の取り込み
見積り金額よりもなるべく値引きしないようにしている。
見積りのやり方を見直し
ムダの削減
安い人件費で物をつくる。
ローコストの材料調達、変動経費の削減、多能工化による人件費の削減などを行い、製品のコストダウン
特になし:他5件

## 3. (受注単価以外の)取引条件が悪い

原材料コスト低下
----------

## 4. 受注が不安定

営業力の強化:他5件
受注先を増やす:他1件
OTC薬の製造で末端の薬局の数が高齢化で減少している。新しい薬局の確保。ネット販売を視野。
新しい受注先を既存取引先に紹介を依頼する等
新たな受注先確保のための営業活動の強化
安定した受注の確保の為の営業活動
営業、人材育成
営業強化、海外進出
営業促進販売とお客様の生の声をヒアリングし改善反映させる。
営業ツールカタログ作成等新規品
エンドユーザーの調達計画等の情報入手他
親会社と交渉
海外への輸出
企画して提案で需要を促す
季節要因の少ない商品の取り組み
客先開拓
客先の拡大
継続営業
現在の客の紹介と新製品の紹介及び改良型のPR
顧客の増加
コストの追求
在庫調整
材料の買い付けの範囲の拡大
自社ウェブサイトの充実、量産品の生産体制の見直し、新商品開発
自社製品以外のものも開発製造

自社製品の拡大
受注先拡大、外注化
受注先の多様化
受注先分散、下請からの脱却
受注先への営業活動
受注先を増やし、柔軟な対応をする。
受注元へ情報提示の依頼や受注及び生産量をコントロール、安定した予定組みを行っている。
情報収集
新規開拓、利益率を上げる
新規顧客先からの受注
新規顧客数を増やすための営業
新規取引先の契約
新製品の開発
生産変動を追従させる
製品の向上
製品のリードタイムを短くする。ワンストップで完成する為の組織作り。
染色には充分気をつけて不上り品をなくして染直しとかクレームを無くして受注先から信用を得るように努めています
その都度交渉
他社に出来ない特殊技術
他の受注先を増やし、カバーできるようにしている。
他分野の受注確保
担当者との密な話し合い
定期物の依頼
展示会出展やホームページによる商品の宣伝、平均的に受注できるよう得意先へ依頼
得意先担当者への営業活動、提案

#### 4. 受注が不安定(続き)

ひたすら得意先への営業
部署の配置転換やワークシェアリング
変形労働
ホームページ他でPRに努めている。拡販型商品の開発に注力している。
得意先の拡大
特定受注先への依存度を低くしている。
取引先(業種)増やす
取引先の拡大

取引先の拡大を出来る営業力の強化と人材配置
年間商品の開発
年度ごとに客先の状況を確認している。
元請企業への定期的訪問等
ルート拡大、新製品の開発
若手育成
特になし:他15件

#### 5. 特定の受注先への依存度が高い

新規開拓:他11件
3年先を見すえ、知り合いを通して、既存以外の取引会社に訪問している。
営業活動の強化
営業強化、トップセールス
営業力UPの為、人材育成、新規開拓
海外子会社のPR
拡販
既存顧客の拡大
経営者の勉強会等に出席して出会うの機会を増やす。
自社製品のウエートの上昇
自社製品の開発
新規事業立上げ
新規分野の開拓
新製品開発により他分野への売上増加をはかる

新商品開発や市場開拓により売上の増加を推進
新製品の開発に力を入れている
人脈を介して新規取引先開拓
他社の売上高をアップするため、営業活動をより活発に。
展示会、商談会への参加
展示会の参加
同業他社は行きにくいので、異業種の取引先を捜している。
当社の規模に合った受注先の開拓
販売チャンネルを拡大する
広げる(受注先)
ホームページでの販促
特になし:他7件

#### 6. 自社製品を持っていない

模索中
開発室のメンバーを強化し自社製品づくりに向けて研究している
自社製品の開発
自社製品の模索
自社製品を持つための技術開発に取り組んでいる。

出資先の技術を応用した新製品の開発(自社製品)
人材の育成
提案制度
特になし

#### 7. 仕入れ・外注価格が高い

新しい仕入ルートの開拓、原材料の代替品模索
売り先への値上げを検討してもらう。
改善活動(商コスト、省エネ)の推進
コストカット
産地の需給事情により年間まとめ買いする。
仕入・外注先の開拓
仕入れ先、販売先との交渉を密に行うようにしている。
仕入先の集約

商社マージンを抜いた直接仕入れ(輸入)
製品の軽量化と量産化でコスト吸収
製品の選択と集中、製品・原料の標準化
設計、在庫の見直し
都市ガス及び電気料金の値上げが大きい為の省エネ対策
品種をある程度まとめ、1アイテムあたりの仕入量を増やし単価を下げている。

#### 8. 外注の品質・納期等が問題

新たな外注先を探し、試みしている
外注先の技術指導及び納期管理の徹底
外注先の変更を考えている
外注先を増やす

外注先を増やす事により問題を解決した。
こまやかな外注管理
指導、新規開拓

#### 9. 企業ネットワークが弱い

親会社との連携強化
情報収集と分析・検討、社内研修、提案力の育成。
人材募集・ブレイクの活用。

展示会、代理店の有効活用
特になし

### 10. 生産性が低い

改善活動、社員研修
採用活動と5S活動など
社内での生産技術力のアップの為、報・連・相会議実施
少量多品種の為、短納期に応える様に工程管理の見直し
省力化

設備投資
設備投資による新機種導入
設備導入の検討
中小企業基盤整備機構の支援
歩留り改善、機械化推進
特になし

### 11. 設備が不足

6次化事業による設備投資の調査
改装等
工場内の整理整頓(5S)
工場用地をさがしている
新規工場建築
少しずつ現在の設備の見直しを行なっている。
設備投資の実施

中古の設備等を各方面から声をかけてもらい購入したりしている。
取引先と様々な角度から検討している。
古い機械なのでメンテナンスに不安がある。以前の業者が廃業してしまったので、次が探せない。

### 12. 技術開発力が不足

忙しくて余裕がない。
現取引企業との信頼性の向上(品質、納期、価格等で)
開発部創設
外部との連携強化、開発への投資増強
技術顧問を雇い入れてます。
技術者の採用
技術部長を外部より招聘して課題にチャレンジ中
求人
教育の充実、技術者採用の検討
金属加工に関する月刊誌の購読
検討中
顧客アンケートの収集(要求事項の分析と改善)

作業品質の工程再確認(課題を見つける為)
市場・お得意先からのユーズの掘りおこし
人員増強
新規採用
人材育成に取り組んでいるが成果がない
新商品開発に努力しています。
新卒者募集、現在の人員の教育
専任者をおいている
多様な人材を採用し育成し技術開発力につなげる
定期的な会議の開催と新製品開発、他社との連携
優秀な技術者の採用
特になし

### 13. 営業力が不足

①トップセールス、②大学、研究所での成果発表
OIT
ウェブサイトの開設など広告活動に力を入れ始めている
営業人員の強化
営業人員の養成
営業人材の採用、担当先の配置等
営業の人材の取得
海外への生産移管、生産量の縮小、受注単価の低下、努力するも個人的営業では成果出ず
研修の参加
現状維持
様々な広報活動で営業の支援となるように取り組んでいる。
産官学の連携活動、新規営業担当者採用
時機をみて適当な人材の採用を心掛けている。
資金なし
就労環境の改善(デザイン、オフィスの導入など)
商社の活用
人員採用

新規採用(ハローワーク)募集
新規採用と育成努力
人材育成:他1件
人材教育:他1件
人材の積極的採用と育成(若手から高齢者まで)
人材募集、人材教育
人材を募集
人材を模索している
総合技術力UP対策(営業、技術部門、製造部門の一体化)
ネット販売
ネットワーク活用、ホームページ、DM
販売会社の設立
人材採用
毎年大卒以上の新卒採用を行ない、指導教育している。
ユーザーの直販
若手の育成強化、ベテラン退職者の契約雇用を検討
特になし:他3件

#### 14. 技能伝承が困難

(外国人の使用有)インドネシア人
技能伝承の強化
高性能の機械の入替(リース)
若年者の採用と育成
社内教育を実施
熟練技能者による計画的な後継者育成
人材育成、求人募集
人材確保
新人育成
新人の育成

積極的な人材募集活動
大学との技術提携及び外部技術指導
多能工化
都度教育
定年退職者の再雇用で若年従業員の育成を図っています。
出来るだけ若い人を雇用している
勉強会等の取り組み
若手雇用を積極的に行っている。
特になし:他3件

#### 15. 後継者難

銀行・税理士等と相談しながら進めている
自社の技術力や品質をアピール
育つのを待っている
日本人労働者が居つかない。入社してもすぐやめる為、外国人労働者を入れるしかない。

話し合いのみ
目下対策検討中
特になし:他8件

#### 16. 資金難

粗利益を上げるために仕事をシフトする。
売上の向上
会社基盤強化と効率化
借入金のリスク、国税、社保の分割支払
キャッシュフローを高める努力をしている。
銀行からの融資:他1件
銀行融資や助成金の活用
金融機関からの借り入れ
経費削減、人件費削減
経費削減、内容見直し等
公的資金。借入れ
個人の能力を最大限に活用できる環境づくり
コストダウン、仕入業者の見直し、販売努力
仕入れコスト削減、ランニングコストの見直し
試行錯誤
受注確保及び粗利額の向上に向けた動き
受注を増やす

商工会や信金、経営コンサル、会計士等に相談
新商品の企画生産に傾注
新製品の作成
製造原価を下げて利益率向上を目指し、借入をしない。
政府系金融機関等相談
節約
節約、給料・報酬の変動
積金
できるだけコスト削減、社長給料カット
徹底した経費の節減により利益の確保
特になし
取引先からの支援、自己資金調達(限界あり)
利益率を少しでも上げる為にコストの見直しを図っている。
リスクジュール及び持株会の株式を売却、取引保証金の取り崩し

#### 17. その他

環境の整備
原料在庫の積み増やし
購買先(現材料の多様化)
コスト削減
こまめな修理、10年後くらいに移転を検討中
自社オリジナル製品の開発
市場の縮小(世界的規模)の為特に解決策なし
情報集め
徐々に購入

新技術開発の強化
人材の確保と育成
同業他社との部品雄共用化
ネットでの求人、派遣会社の利用
納期に間に合わすよう残業等で補う
福利厚生面の充実
部品の共用化、同業他社との協調を含め
勉強会、あえてつき放す、面談を繰り返す



図表資2-1-46 今後の事業規模についてはどのように考えているか

	度数	%
拡大	210	27.5
維持	445	58.2
縮小	66	8.6
製造業以外へ転業	19	2.5
廃業	25	3.3
合計	765	100.0

図表資2-1-47 公的支援に関する情報の入手先(複数回答)

	応答数	%
行政機関	172	22.4
中小企業支援機関	142	18.5
商工会議所・商工会	313	40.7
業界団体	145	18.9
金融機関	288	37.5
コンサルタント、税理士、会計士	189	24.6
取引先	67	8.7
同業者	65	8.5
マスコミ	44	5.7
その他	19	2.5
どこからも入手していない	118	15.3
合計	769	

図表資2-1-48 最近10年間でどのようなことに関して公的な支援を利用したか(複数回答)

	応答数	%
人材確保・育成	141	19.3
雇用維持	194	26.5
資金繰り	208	28.4
設備投資	170	23.2
技術・製品開発	61	8.3
知的財産の保護・活用	18	2.5
公的認証制度の活用	53	7.2
販路開拓	42	5.7
経営効率化	27	3.7
海外展開	22	3.0
事業継続	23	3.1
その他	8	1.1
全く利用したことがない	195	26.6
合計	732	

図表資2-1-49 最近10年間で関心・必要性はあるが利用できなかった公的な支援策は(複数回答)

	応答数	%
人材確保・育成	127	19.6
雇用維持	37	5.7
資金繰り	68	10.5
設備投資	145	22.3
技術・製品開発	124	19.1
知的財産の保護・活用	25	3.9
公的認証制度の活用	25	3.9
販路開拓	92	14.2
経営効率化	48	7.4
海外展開	45	6.9
事業継続	23	3.5
その他	17	2.6
公的な支援策に関心・必要はない	174	26.8
合計	649	

図表資2-1-50 支援策を利用し(でき)なかった理由(複数回答)

	応答数	%
要件を満たさなかった	152	33.9
資金不足	73	16.3
手続きが煩雑だった	140	31.3
行政等による支援策の広報が不十分であった	76	17.0
情報収集が十分でなかった	150	33.5
効果が見込めなかった	64	14.3
その他	22	4.9
合計	448	

## 2. 規模別（資本金、従業者：3類型）

図表資2-2-1 創業年

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
1944年以前	7 4.9%	62 15.1%	43 20.7%	112 14.7%	11 5.9%	53 13.3%	47 28.1%	111 14.7%
1945～1959年	19 13.2%	91 22.1%	71 34.1%	181 23.7%	25 13.3%	95 23.9%	56 33.5%	176 23.4%
60年代	29 20.1%	103 25.1%	47 22.6%	179 23.5%	44 23.4%	96 24.1%	38 22.8%	178 23.6%
70年代	24 16.7%	63 15.3%	18 8.7%	105 13.8%	30 16.0%	67 16.8%	5 3.0%	102 13.5%
80年代	18 12.5%	52 12.7%	8 3.8%	78 10.2%	30 16.0%	40 10.1%	9 5.4%	79 10.5%
90年代	14 9.7%	25 6.1%	11 5.3%	50 6.6%	18 9.6%	25 6.3%	7 4.2%	50 6.6%
2000年以降	33 22.9%	15 3.6%	10 4.8%	58 7.6%	30 16.0%	22 5.5%	5 3.0%	57 7.6%
合計	144 100.0%	411 100.0%	208 100.0%	763 100.0%	188 100.0%	398 100.0%	167 100.0%	753 100.0%

図表資2-2-2 現在の資本規模

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
1千万円未満	150 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	150 19.2%	92 46.5%	50 12.3%	6 3.6%	148 19.2%
1千～3千万円未満	0 0.0%	424 100.0%	0 0.0%	424 54.2%	101 51.0%	269 66.3%	48 28.6%	418 54.1%
3千～5千万円未満	0 0.0%	0 0.0%	104 49.8%	104 13.3%	3 1.5%	54 13.3%	46 27.4%	103 13.3%
5千万～1億円未満	0 0.0%	0 0.0%	81 38.8%	81 10.3%	2 1.0%	31 7.6%	47 28.0%	80 10.4%
1億円以上	0 0.0%	0 0.0%	24 11.5%	24 3.1%	0 0.0%	2 0.5%	21 12.5%	23 3.0%
合計	150 100.0%	424 100.0%	209 100.0%	783 100.0%	198 100.0%	406 100.0%	168 100.0%	772 100.0%

図表資2-2-3 10年前の資本規模

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
1千万円未満	108 95.6%	21 5.5%	4 2.1%	133 19.2%	68 42.2%	57 15.7%	8 5.1%	133 19.5%
1千～3千万円未満	3 2.7%	359 93.7%	20 10.3%	382 55.3%	90 55.9%	241 66.2%	46 29.1%	377 55.2%
3千～5千万円未満	2 1.8%	1 0.3%	88 45.1%	91 13.2%	2 1.2%	42 11.5%	46 29.1%	90 13.2%
5千万～1億円未満	0 0.0%	1 0.3%	62 31.8%	63 9.1%	1 0.6%	22 6.0%	39 24.7%	62 9.1%
1億円以上	0 0.0%	1 0.3%	21 10.8%	22 3.2%	0 0.0%	2 0.5%	19 12.0%	21 3.1%
合計	113 100.0%	383 100.0%	195 100.0%	691 100.0%	161 100.0%	364 100.0%	158 100.0%	683 100.0%

図表資2-2-4 業種

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
食料品、飲料・たばこ・飼	7 4.7%	21 5.0%	9 4.3%	37 4.8%	5 2.5%	16 4.0%	15 9.0%	36 4.7%
繊維工業	16 10.7%	25 6.0%	21 10.1%	62 8.0%	19 9.6%	33 8.2%	8 4.8%	60 7.8%
木材・木製品	4 2.7%	5 1.2%	3 1.4%	12 1.5%	3 1.5%	7 1.7%	1 0.6%	11 1.4%
家具・装備品	3 2.0%	5 1.2%	1 0.5%	9 1.2%	3 1.5%	5 1.2%	1 0.6%	9 1.2%
パルプ・紙・紙加工品	6 4.0%	13 3.1%	9 4.3%	28 3.6%	10 5.1%	11 2.7%	6 3.6%	27 3.5%
印刷・同関連業	10 6.7%	42 10.0%	10 4.8%	62 8.0%	15 7.6%	35 8.7%	12 7.2%	62 8.1%
化学工業	7 4.7%	20 4.8%	19 9.1%	46 5.9%	7 3.5%	29 7.2%	9 5.4%	45 5.9%
石油製品・石炭製品	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
プラスチック製品	11 7.3%	34 8.1%	15 7.2%	60 7.7%	18 9.1%	29 7.2%	12 7.2%	59 7.7%
ゴム製品	6 4.0%	1 0.2%	1 0.5%	8 1.0%	4 2.0%	3 0.7%	1 0.6%	8 1.0%
なめし革・同製品・毛皮	0 0.0%	4 1.0%	0 0.0%	4 0.5%	3 1.5%	1 0.2%	0 0.0%	4 0.5%
窯業・土石製品	2 1.3%	7 1.7%	4 1.9%	13 1.7%	3 1.5%	6 1.5%	4 2.4%	13 1.7%
鉄鋼業	11 7.3%	20 4.8%	11 5.3%	42 5.4%	11 5.6%	22 5.4%	9 5.4%	42 5.5%
非鉄金属	6 4.0%	15 3.6%	7 3.4%	28 3.6%	4 2.0%	21 5.2%	3 1.8%	28 3.6%
金属製品	23 15.3%	104 24.8%	41 19.7%	168 21.6%	45 22.7%	90 22.3%	34 20.4%	169 22.0%
はん用機械器具	0 0.0%	6 1.4%	8 3.8%	14 1.8%	1 0.5%	5 1.2%	7 4.2%	13 1.7%
生産用機械器具	10 6.7%	32 7.6%	14 6.7%	56 7.2%	16 8.1%	26 6.4%	14 8.4%	56 7.3%
業務用機械器具	5 3.3%	10 2.4%	10 4.8%	25 3.2%	5 2.5%	14 3.5%	5 3.0%	24 3.1%
電子部品・デバイス	1 0.7%	4 1.0%	5 2.4%	10 1.3%	0 0.0%	5 1.2%	5 3.0%	10 1.3%
電気機械器具	5 3.3%	23 5.5%	10 4.8%	38 4.9%	7 3.5%	23 5.7%	8 4.8%	38 4.9%
情報通信機械器具	0 0.0%	0 0.0%	1 0.5%	1 0.1%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%	1 0.1%
輸送用機械器具	3 2.0%	9 2.1%	4 1.9%	16 2.1%	3 1.5%	10 2.5%	3 1.8%	16 2.1%
その他の製造業	14 9.3%	20 4.8%	5 2.4%	39 5.0%	16 8.1%	13 3.2%	9 5.4%	38 4.9%
合計	150 100.0%	420 100.0%	208 100.0%	778 100.0%	198 100.0%	404 100.0%	167 100.0%	769 100.0%

図表資2-2-5 現在の業態

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	2 1.3%	9 2.2%	25 12.0%	36 4.6%	2 1.0%	13 3.2%	20 12.0%	35 4.6%
特定企業の専属的・一次下請企業	14 9.4%	42 10.0%	8 3.8%	64 8.3%	14 7.1%	31 7.7%	16 9.6%	61 8.0%
専属的二次以下の下請企業	12 8.1%	3 0.7%	5 2.4%	20 2.6%	9 4.5%	9 2.2%	2 1.2%	20 2.6%
特定企業の専属でない下請企業	69 46.3%	177 42.3%	53 25.5%	299 38.6%	97 49.0%	164 40.9%	36 21.6%	297 38.8%
自社製品を持つ下請でない企業	49 32.9%	178 42.6%	114 54.8%	341 44.0%	70 35.4%	177 44.1%	91 54.5%	338 44.1%
その他	3 2.0%	9 2.2%	3 1.4%	15 1.9%	6 3.0%	7 1.7%	2 1.2%	15 2.0%
合計	149 100.0%	418 100.0%	208 100.0%	775 100.0%	198 100.0%	401 100.0%	167 100.0%	766 100.0%

図表資2-2-6 10年前の業態

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	3 2.7%	10 2.6%	20 10.2%	33 4.8%	2 1.3%	15 4.1%	15 9.5%	32 4.7%
特定企業の専属的・一次下請企業	8 7.1%	37 9.7%	7 3.6%	52 7.6%	6 3.8%	29 7.9%	16 10.1%	51 7.5%
専属的二次以下の下請企業	10 8.9%	3 0.8%	4 2.0%	17 2.5%	7 4.5%	9 2.5%	1 0.6%	17 2.5%
特定企業の専属でない下請企業	55 49.1%	156 41.1%	50 25.5%	261 37.9%	80 51.0%	149 40.7%	32 20.3%	261 38.3%
自社製品を持つ下請でない企業	34 30.4%	165 43.4%	112 57.1%	311 45.2%	57 36.3%	158 43.2%	91 57.6%	306 44.9%
その他	2 1.8%	9 2.4%	3 1.5%	14 2.0%	5 3.2%	6 1.6%	3 1.9%	14 2.1%
合計	112 100.0%	380 100.0%	196 100.0%	688 100.0%	157 100.0%	366 100.0%	158 100.0%	681 100.0%

図表資2-2-7 記述統計量(従業者数、売上高、および1人当たり売上高)

資本金規模		従業者数(人)		売上高(万円)		1人当たり売上高(万円)	
		現在	10年前	現在	10年前	現在	10年前
1千万円未満	平均値	12	13	19,136	19,553	1,536	1,614
	度数	148	117	138	112	137	109
	標準偏差	17	18	30,889	29,891	1,196	1,215
	最小値	1	1	300	500	225	200
	最大値	150	150	200,000	240,000	5,909	7,000
1千～3千万円未満	平均値	26	25	48,192	49,270	1,847	1,842
	度数	418	383	403	374	400	365
	標準偏差	26	24	61,505	73,153	1,387	1,273
	最小値	1	1	500	1,000	167	271
	最大値	206	160	522,000	758,000	10,500	10,000
3千万円以上	平均値	81	78	232,888	217,168	2,789	2,693
	度数	206	190	200	189	198	183
	標準偏差	71	63	273,529	231,403	1,680	1,377
	最小値	3	3	4,000	1,000	286	250
	最大値	500	400	2,076,500	1,868,700	9,913	7,771
合計	平均値	38	38	92,631	91,351	2,043	2,041
	度数	772	690	741	675	735	657
	標準偏差	50	46	172,486	155,958	1,513	1,356
	最小値	1	1	300	500	167	200
	最大値	500	400	2,076,500	1,868,700	10,500	10,000

(続き)

従業者規模		従業者数(人)		売上高(万円)		1人当たり売上高(万円)	
		現在	10年前	現在	10年前	現在	10年前
1～9人	平均値	5	7	7,106	10,656	1,435	1,554
	度数	199	168	184	158	184	158
	標準偏差	2	5	6,915	13,079	1,089	1,187
	最小値	1	1	300	500	167	200
	最大値	9	35	42,100	120,000	5,200	7,000
10～49人	平均値	25	25	53,106	54,079	2,115	2,069
	度数	407	365	390	358	390	348
	標準偏差	11	16	48,918	66,551	1,529	1,360
	最小値	10	1	2,600	1,000	244	250
	最大値	49	150	365,300	917,000	10,500	10,000
50人以上	平均値	107	97	273,083	249,315	2,540	2,444
	度数	168	157	163	155	163	151
	標準偏差	67	58	246,673	201,009	1,659	1,301
	最小値	50	5	30,000	12,000	311	417
	最大値	500	400	1,772,700	1,010,000	9,913	6,704
合計	平均値	38	37	90,273	88,953	2,039	2,031
	度数	774	690	737	671	737	657
	標準偏差	50	45	156,627	140,470	1,512	1,341
	最小値	1	1	300	500	167	200
	最大値	500	400	1,772,700	1,010,000	10,500	10,000

図表資2-2-8 現在の従業者数

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
1～3人	34 23.0%	25 6.0%	1 0.5%	60 7.8%	60 30.2%	0 0.0%	0 0.0%	60 7.8%
4～9人	58 39.2%	76 18.2%	4 1.9%	138 17.9%	139 69.8%	0 0.0%	0 0.0%	139 18.0%
10～19人	29 19.6%	114 27.3%	15 7.3%	158 20.5%	0 0.0%	159 39.1%	0 0.0%	159 20.5%
20～29人	14 9.5%	74 17.7%	21 10.2%	109 14.1%	0 0.0%	109 26.8%	0 0.0%	109 14.1%
30～49人	7 4.7%	81 19.4%	51 24.8%	139 18.0%	0 0.0%	139 34.2%	0 0.0%	139 18.0%
50～99人	5 3.4%	40 9.6%	60 29.1%	105 13.6%	0 0.0%	0 0.0%	105 62.5%	105 13.6%
100人以上	1 0.7%	8 1.9%	54 26.2%	63 8.2%	0 0.0%	0 0.0%	63 37.5%	63 8.1%
合計	148 100.0%	418 100.0%	206 100.0%	772 100.0%	199 100.0%	407 100.0%	168 100.0%	774 100.0%

図表資2-2-9 10年前の従業者数

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
1～3人	22 18.8%	16 4.2%	1 0.5%	39 5.7%	34 20.2%	5 1.4%	0 0.0%	39 5.7%
4～9人	46 39.3%	74 19.3%	4 2.1%	124 18.0%	100 59.5%	23 6.3%	2 1.3%	125 18.1%
10～19人	30 25.6%	113 29.5%	11 5.8%	154 22.3%	31 18.5%	123 33.7%	1 0.6%	155 22.5%
20～29人	9 7.7%	66 17.2%	25 13.2%	100 14.5%	1 0.6%	95 26.0%	4 2.5%	100 14.5%
30～49人	5 4.3%	73 19.1%	40 21.1%	118 17.1%	2 1.2%	99 27.1%	16 10.2%	117 17.0%
50～99人	4 3.4%	30 7.8%	55 28.9%	89 12.9%	0 0.0%	17 4.7%	72 45.9%	89 12.9%
100人以上	1 0.9%	11 2.9%	54 28.4%	66 9.6%	0 0.0%	3 0.8%	62 39.5%	65 9.4%
合計	117 100.0%	383 100.0%	190 100.0%	690 100.0%	168 100.0%	365 100.0%	157 100.0%	690 100.0%

図表資2-2-10 従業者数増減(10年間の変化)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
増加	30 25.6%	146 38.1%	87 46.3%	263 38.2%	19 11.3%	155 42.5%	90 57.3%	264 38.3%
横ばい	28 23.9%	54 14.1%	17 9.0%	99 14.4%	47 28.0%	44 12.1%	8 5.1%	99 14.3%
減少	59 50.4%	183 47.8%	84 44.7%	326 47.4%	102 60.7%	166 45.5%	59 37.6%	327 47.4%
合計	117 100.0%	383 100.0%	188 100.0%	688 100.0%	168 100.0%	365 100.0%	157 100.0%	690 100.0%

図表資2-2-11 現在の売上高

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
5000万円未満	46 33.3%	46 11.4%	1 0.5%	93 12.6%	90 48.9%	2 0.5%	0 0.0%	92 12.5%
5000万～1億円未満	26 18.8%	38 9.4%	3 1.5%	67 9.0%	54 29.3%	11 2.8%	0 0.0%	65 8.8%
1億～3億円未満	45 32.6%	119 29.5%	13 6.5%	177 23.9%	36 19.6%	141 36.2%	0 0.0%	177 24.0%
3億～5億円未満	9 6.5%	65 16.1%	17 8.5%	91 12.3%	4 2.2%	81 20.8%	6 3.7%	91 12.3%
5億～10億円未満	6 4.3%	93 23.1%	43 21.5%	142 19.2%	0 0.0%	114 29.2%	28 17.2%	142 19.3%
10億円以上	6 4.3%	42 10.4%	123 61.5%	171 23.1%	0 0.0%	41 10.5%	129 79.1%	170 23.1%
合計	138 100.0%	403 100.0%	200 100.0%	741 100.0%	184 100.0%	390 100.0%	163 100.0%	737 100.0%

図表資2-2-12 10年前の売上高

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
5000万円未満	25 22.3%	32 8.6%	1 0.5%	58 8.6%	54 34.2%	4 1.1%	0 0.0%	58 8.6%
5000万～1億円未満	21 18.8%	34 9.1%	3 1.6%	58 8.6%	44 27.8%	13 3.6%	0 0.0%	57 8.5%
1億～3億円未満	47 42.0%	115 30.7%	11 5.8%	173 25.6%	48 30.4%	120 33.5%	5 3.2%	173 25.8%
3億～5億円未満	12 10.7%	70 18.7%	16 8.5%	98 14.5%	9 5.7%	79 22.1%	9 5.8%	97 14.5%
5億～10億円未満	4 3.6%	88 23.5%	34 18.0%	126 18.7%	2 1.3%	101 28.2%	22 14.2%	125 18.6%
10億円以上	3 2.7%	35 9.4%	124 65.6%	162 24.0%	1 0.6%	41 11.5%	119 76.8%	161 24.0%
合計	112 100.0%	374 100.0%	189 100.0%	675 100.0%	158 100.0%	358 100.0%	155 100.0%	671 100.0%

図表資2-2-13 売上高増減率(10年間の変化)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
30%以上増加	25 22.3%	91 24.5%	46 24.3%	162 24.1%	17 10.9%	99 27.7%	45 29.0%	161 24.1%
20～30%増加	6 5.4%	22 5.9%	18 9.5%	46 6.8%	2 1.3%	31 8.7%	13 8.4%	46 6.9%
10～20%増加	4 3.6%	23 6.2%	17 9.0%	44 6.5%	10 6.4%	19 5.3%	14 9.0%	43 6.4%
1～10%増加	4 3.6%	17 4.6%	20 10.6%	41 6.1%	6 3.8%	21 5.9%	14 9.0%	41 6.1%
横ばい	6 5.4%	18 4.8%	4 2.1%	28 4.2%	11 7.1%	13 3.6%	5 3.2%	29 4.3%
1～10%減少	7 6.3%	33 8.9%	14 7.4%	54 8.0%	5 3.2%	36 10.1%	13 8.4%	54 8.1%
10～20%減少	13 11.6%	43 11.6%	27 14.3%	83 12.3%	21 13.5%	39 10.9%	23 14.8%	83 12.4%
20～30%減少	13 11.6%	42 11.3%	14 7.4%	69 10.3%	17 10.9%	38 10.6%	14 9.0%	69 10.3%
30%以上減少	34 30.4%	83 22.3%	29 15.3%	146 21.7%	67 42.9%	62 17.3%	14 9.0%	143 21.4%
合計	112 100.0%	372 100.0%	189 100.0%	673 100.0%	156 100.0%	358 100.0%	155 100.0%	669 100.0%

図表資2-2-14 現在の1人当たり売上高

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
500万円未満	17 12.4%	15 3.8%	1 0.5%	33 4.5%	21 11.4%	10 2.6%	2 1.2%	33 4.5%
500～1000万円未満	33 24.1%	83 20.8%	12 6.1%	128 17.4%	50 27.2%	61 15.6%	19 11.7%	130 17.6%
1000～1500万円未満	38 27.7%	102 25.5%	25 12.6%	165 22.4%	50 27.2%	97 24.9%	18 11.0%	165 22.4%
1500～2000万円未満	13 9.5%	75 18.8%	37 18.7%	125 17.0%	23 12.5%	70 17.9%	32 19.6%	125 17.0%
2000～3000万円未満	21 15.3%	72 18.0%	54 27.3%	147 20.0%	23 12.5%	77 19.7%	47 28.8%	147 19.9%
3000万円以上	15 10.9%	53 13.3%	69 34.8%	137 18.6%	17 9.2%	75 19.2%	45 27.6%	137 18.6%
合計	137 100.0%	400 100.0%	198 100.0%	735 100.0%	184 100.0%	390 100.0%	163 100.0%	737 100.0%

図表資2-2-15 10年前の1人当たり売上高

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
500万円未満	12 11.0%	7 1.9%	2 1.1%	21 3.2%	11 7.0%	9 2.6%	1 0.7%	21 3.2%
500～1000万円未満	23 21.1%	70 19.2%	12 6.6%	105 16.0%	41 25.9%	47 13.5%	18 11.9%	106 16.1%
1000～1500万円未満	34 31.2%	104 28.5%	24 13.1%	162 24.7%	54 34.2%	88 25.3%	20 13.2%	162 24.7%
1500～2000万円未満	10 9.2%	65 17.8%	21 11.5%	96 14.6%	12 7.6%	61 17.5%	23 15.2%	96 14.6%
2000～3000万円未満	14 12.8%	67 18.4%	59 32.2%	140 21.3%	20 12.7%	74 21.3%	46 30.5%	140 21.3%
3000万円以上	16 14.7%	52 14.2%	65 35.5%	133 20.2%	20 12.7%	69 19.8%	43 28.5%	132 20.1%
合計	109 100.0%	365 100.0%	183 100.0%	657 100.0%	158 100.0%	348 100.0%	151 100.0%	657 100.0%



図表資2-2-16 1人当たり売上高増減率(10年間の変化)

	資本金規模				従業員規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
30%以上増加	18 16.5%	41 11.3%	15 8.3%	74 11.3%	28 17.9%	34 9.8%	12 7.9%	74 11.3%
20～30%増加	4 3.7%	22 6.1%	25 13.8%	51 7.8%	2 1.3%	30 8.6%	19 12.6%	51 7.8%
10～20%増加	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
1～10%増加	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
横ばい	62 56.9%	213 58.7%	104 57.5%	379 58.0%	81 51.9%	210 60.3%	89 58.9%	380 58.0%
1～10%減少	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
10～20%減少	8 7.3%	32 8.8%	28 15.5%	68 10.4%	9 5.8%	36 10.3%	23 15.2%	68 10.4%
20～30%減少	3 2.8%	16 4.4%	2 1.1%	21 3.2%	7 4.5%	11 3.2%	3 2.0%	21 3.2%
30%以上減少	14 12.8%	39 10.7%	7 3.9%	60 9.2%	29 18.6%	27 7.8%	5 3.3%	61 9.3%
合計	109 100.0%	363 100.0%	181 100.0%	653 100.0%	156 100.0%	348 100.0%	151 100.0%	655 100.0%

図表資2-2-17 現在の売上高営業利益率

	資本金規模				従業員規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
赤字	55 39.6%	123 29.9%	32 15.8%	210 27.9%	96 50.3%	91 23.3%	21 12.7%	208 27.9%
1%未満	27 19.4%	35 8.5%	24 11.9%	86 11.4%	21 11.0%	47 12.1%	18 10.9%	86 11.5%
1%台	10 7.2%	35 8.5%	21 10.4%	66 8.8%	10 5.2%	37 9.5%	18 10.9%	65 8.7%
2%台	8 5.8%	36 8.8%	17 8.4%	61 8.1%	18 9.4%	30 7.7%	13 7.9%	61 8.2%
3%台	8 5.8%	34 8.3%	18 8.9%	60 8.0%	8 4.2%	33 8.5%	19 11.5%	60 8.0%
4%台	5 3.6%	27 6.6%	15 7.4%	47 6.3%	6 3.1%	30 7.7%	11 6.7%	47 6.3%
5%台	7 5.0%	45 10.9%	15 7.4%	67 8.9%	12 6.3%	39 10.0%	15 9.1%	66 8.8%
6%台	1 0.7%	11 2.7%	7 3.5%	19 2.5%	1 0.5%	10 2.6%	7 4.2%	18 2.4%
7%台	2 1.4%	8 1.9%	9 4.5%	19 2.5%	0 0.0%	11 2.8%	8 4.8%	19 2.5%
8%台	3 2.2%	11 2.7%	8 4.0%	22 2.9%	2 1.0%	12 3.1%	7 4.2%	21 2.8%
9%台	2 1.4%	6 1.5%	5 2.5%	13 1.7%	2 1.0%	8 2.1%	3 1.8%	13 1.7%
10%以上	11 7.9%	40 9.7%	31 15.3%	82 10.9%	15 7.9%	42 10.8%	25 15.2%	82 11.0%
合計	139 100.0%	411 100.0%	202 100.0%	752 100.0%	191 100.0%	390 100.0%	165 100.0%	746 100.0%

図表資2-2-18 10年前の売上高営業利益率

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
赤字	15 14.2%	49 13.2%	18 9.6%	82 12.3%	31 19.6%	37 10.6%	13 8.4%	81 12.3%
1%未満	19 17.9%	45 12.1%	25 13.3%	89 13.4%	22 13.9%	45 12.9%	22 14.3%	89 13.5%
1%台	10 9.4%	27 7.3%	28 14.9%	65 9.8%	13 8.2%	27 7.7%	23 14.9%	63 9.5%
2%台	8 7.5%	36 9.7%	23 12.2%	67 10.1%	15 9.5%	38 10.9%	14 9.1%	67 10.1%
3%台	14 13.2%	39 10.5%	24 12.8%	77 11.6%	14 8.9%	42 12.0%	21 13.6%	77 11.6%
4%台	4 3.8%	31 8.3%	16 8.5%	51 7.7%	9 5.7%	26 7.4%	16 10.4%	51 7.7%
5%台	17 16.0%	40 10.8%	15 8.0%	72 10.8%	19 12.0%	41 11.7%	12 7.8%	72 10.9%
6%台	0 0.0%	14 3.8%	3 1.6%	17 2.6%	3 1.9%	11 3.2%	2 1.3%	16 2.4%
7%台	2 1.9%	14 3.8%	2 1.1%	18 2.7%	2 1.3%	14 4.0%	2 1.3%	18 2.7%
8%台	3 2.8%	24 6.5%	6 3.2%	33 5.0%	9 5.7%	18 5.2%	6 3.9%	33 5.0%
9%台	2 1.9%	5 1.3%	5 2.7%	12 1.8%	1 0.6%	5 1.4%	6 3.9%	12 1.8%
10%以上	12 11.3%	48 12.9%	23 12.2%	83 12.5%	20 12.7%	45 12.9%	17 11.0%	82 12.4%
合計	106 100.0%	372 100.0%	188 100.0%	666 100.0%	158 100.0%	349 100.0%	154 100.0%	661 100.0%

図表資2-2-19 記述統計量(1人当たり利益額(万円))

資本金規模		現在	10年前
1千万円未満	平均値	14	84
	度数	128	96
	標準偏差	202	192
	最小値	-472	-145
	最大値	1,066	1,056
1千～3千万円未満	平均値	39	88
	度数	389	344
	標準偏差	231	183
	最小値	-791	-443
	最大値	2,153	1,025
3千万円以上	平均値	123	103
	度数	193	175
	標準偏差	304	221
	最小値	-1,096	-917
	最大値	1,320	1,179
合計	平均値	58	92
	度数	710	615
	標準偏差	252	195
	最小値	-1,096	-917
	最大値	2,153	1,179
従業者規模		現在	10年前
1～9人	平均値	-17	67
	度数	177	146
	標準偏差	200	192
	最小値	-590	-443
	最大値	1,066	1,056
10～49人	平均値	65	104
	度数	373	322
	標準偏差	260	210
	最小値	-1,096	-917
	最大値	2,153	1,179
50人以上	平均値	123	89
	度数	161	146
	標準偏差	264	163
	最小値	-902	-791
	最大値	1,333	820
合計	平均値	58	92
	度数	711	614
	標準偏差	252	196
	最小値	-1,096	-917
	最大値	2,153	1,179

図表資2-2-20 現在の1人当たり利益額

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
赤字	49 38.3%	115 29.6%	29 15.0%	193 27.2%	87 49.2%	86 23.1%	20 12.4%	193 27.1%
50万円未満	44 34.4%	110 28.3%	45 23.3%	199 28.0%	44 24.9%	112 30.0%	43 26.7%	199 28.0%
50～100万円未満	11 8.6%	67 17.2%	29 15.0%	107 15.1%	20 11.3%	68 18.2%	19 11.8%	107 15.0%
100～200万円未満	11 8.6%	50 12.9%	40 20.7%	101 14.2%	14 7.9%	46 12.3%	42 26.1%	102 14.3%
200～300万円未満	5 3.9%	20 5.1%	16 8.3%	41 5.8%	5 2.8%	22 5.9%	14 8.7%	41 5.8%
300万円以上	8 6.3%	27 6.9%	34 17.6%	69 9.7%	7 4.0%	39 10.5%	23 14.3%	69 9.7%
合計	128 100.0%	389 100.0%	193 100.0%	710 100.0%	177 100.0%	373 100.0%	161 100.0%	711 100.0%

図表資2-2-21 10年前の1人当たり利益額

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
赤字	13 13.5%	41 11.9%	17 9.7%	71 11.5%	27 18.5%	32 9.9%	12 8.2%	71 11.6%
50万円未満	40 41.7%	114 33.1%	45 25.7%	199 32.4%	51 34.9%	102 31.7%	47 32.2%	200 32.6%
50～100万円未満	20 20.8%	82 23.8%	43 24.6%	145 23.6%	32 21.9%	84 26.1%	28 19.2%	144 23.5%
100～200万円未満	11 11.5%	53 15.4%	42 24.0%	106 17.2%	17 11.6%	50 15.5%	38 26.0%	105 17.1%
200～300万円未満	5 5.2%	25 7.3%	9 5.1%	39 6.3%	10 6.8%	17 5.3%	12 8.2%	39 6.4%
300万円以上	7 7.3%	29 8.4%	19 10.9%	55 8.9%	9 6.2%	37 11.5%	9 6.2%	55 9.0%
合計	96 100.0%	344 100.0%	175 100.0%	615 100.0%	146 100.0%	322 100.0%	146 100.0%	614 100.0%

図表資2-2-22 1人当たり利益額増減率(10年間の変化)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
30%以上増加	15 15.6%	64 18.8%	63 36.6%	142 23.3%	17 11.8%	73 22.9%	52 35.6%	142 23.3%
20～30%増加	2 2.1%	12 3.5%	3 1.7%	17 2.8%	2 1.4%	11 3.4%	4 2.7%	17 2.8%
10～20%増加	1 1.0%	11 3.2%	7 4.1%	19 3.1%	4 2.8%	9 2.8%	6 4.1%	19 3.1%
1～10%増加	3 3.1%	10 2.9%	4 2.3%	17 2.8%	2 1.4%	11 3.4%	4 2.7%	17 2.8%
横ばい	4 4.2%	12 3.5%	5 2.9%	21 3.4%	7 4.9%	11 3.4%	3 2.1%	21 3.4%
1～10%減少	2 2.1%	13 3.8%	11 6.4%	26 4.3%	4 2.8%	12 3.8%	10 6.8%	26 4.3%
10～20%減少	5 5.2%	15 4.4%	3 1.7%	23 3.8%	7 4.9%	11 3.4%	5 3.4%	23 3.8%
20～30%減少	4 4.2%	18 5.3%	6 3.5%	28 4.6%	7 4.9%	12 3.8%	9 6.2%	28 4.6%
30%以上減少	60 62.5%	186 54.5%	70 40.7%	316 51.9%	94 65.3%	169 53.0%	53 36.3%	316 51.9%
合計	96 100.0%	341 100.0%	172 100.0%	609 100.0%	144 100.0%	319 100.0%	146 100.0%	609 100.0%

図表資2-2-23 ホームページの開設

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
開設している	59 39.6%	289 68.6%	176 84.2%	524 67.3%	70 35.7%	301 74.1%	148 88.1%	519 67.4%
開設していない	90 60.4%	132 31.4%	33 15.8%	255 32.7%	126 64.3%	105 25.9%	20 11.9%	251 32.6%
合計	149 100.0%	421 100.0%	209 100.0%	779 100.0%	196 100.0%	406 100.0%	168 100.0%	770 100.0%

図表資2-2-24 ホームページをどのように活用しているか(複数回答)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
会社案内	47 79.7%	243 87.1%	161 92.5%	451	57 82.6%	253 86.3%	137 94.5%	447
製品販売・受注獲得	27 45.8%	125 44.8%	72 41.4%	224	35 50.7%	125 42.7%	62 42.8%	222
技術・製品の宣伝	28 47.5%	135 48.4%	117 67.2%	280	35 50.7%	149 50.9%	94 64.8%	278
人材募集	2 3.4%	36 12.9%	61 35.1%	99	3 4.3%	34 11.6%	60 41.4%	97
その他	2 3.4%	9 3.2%	12 6.9%	23	1 1.4%	12 4.1%	9 6.2%	22
合計	59	279	174	512	69	293	145	507

図表資2-2-25 市場の段階

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
導入(揺籃)期	2 1.4%	9 2.2%	0 0.0%	11 1.4%	3 1.5%	7 1.8%	1 0.6%	11 1.5%
成長期	8 5.5%	23 5.5%	15 7.4%	46 6.0%	8 4.1%	26 6.6%	12 7.3%	46 6.1%
成熟期	28 19.3%	150 36.1%	109 53.7%	287 37.6%	31 15.7%	157 39.9%	95 57.9%	283 37.5%
衰退(縮小)期	79 54.5%	188 45.3%	63 31.0%	330 43.3%	118 59.9%	165 42.0%	45 27.4%	328 43.5%
不明	28 19.3%	45 10.8%	16 7.9%	89 11.7%	37 18.8%	38 9.7%	11 6.7%	86 11.4%
合計	145 100.0%	415 100.0%	203 100.0%	763 100.0%	197 100.0%	393 100.0%	164 100.0%	754 100.0%

図表資2-2-26 主な受注品単価が10年前と比べて

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
5割以上上昇	1 0.8%	3 0.7%	7 3.5%	11 1.5%	1 0.6%	8 2.1%	2 1.2%	11 1.5%
4～5割上昇	1 0.8%	5 1.2%	5 2.5%	11 1.5%	2 1.2%	5 1.3%	4 2.5%	11 1.5%
3～4割上昇	2 1.7%	5 1.2%	4 2.0%	11 1.5%	3 1.8%	6 1.6%	1 0.6%	10 1.4%
2～3割上昇	10 8.5%	18 4.5%	4 2.0%	32 4.4%	10 6.0%	18 4.7%	4 2.5%	32 4.5%
1～2割上昇	7 5.9%	30 7.5%	21 10.4%	58 8.1%	5 3.0%	40 10.4%	14 8.7%	59 8.3%
1割未満上昇	2 1.7%	23 5.7%	12 6.0%	37 5.1%	10 6.0%	12 3.1%	15 9.3%	37 5.2%
横ばい	40 33.9%	123 30.7%	42 20.9%	205 28.5%	66 39.3%	99 25.8%	36 22.4%	201 28.2%
1割未満低下	8 6.8%	22 5.5%	18 9.0%	48 6.7%	5 3.0%	25 6.5%	18 11.2%	48 6.7%
1～2割低下	16 13.6%	70 17.5%	37 18.4%	123 17.1%	19 11.3%	70 18.3%	31 19.3%	120 16.9%
2～3割低下	13 11.0%	58 14.5%	37 18.4%	108 15.0%	24 14.3%	55 14.4%	28 17.4%	107 15.0%
3～4割低下	9 7.6%	25 6.2%	12 6.0%	46 6.4%	9 5.4%	30 7.8%	7 4.3%	46 6.5%
4～5割低下	5 4.2%	7 1.7%	1 0.5%	13 1.8%	5 3.0%	7 1.8%	1 0.6%	13 1.8%
5割以上低下	4 3.4%	12 3.0%	1 0.5%	17 2.4%	9 5.4%	8 2.1%	0 0.0%	17 2.4%
合計	118 100.0%	401 100.0%	201 100.0%	720 100.0%	168 100.0%	383 100.0%	161 100.0%	712 100.0%

図表資2-2-27 現在受注価格のどのようにつながるか

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
受注先の指値	18 12.5%	21 5.0%	7 3.4%	46 6.0%	20 10.2%	18 4.5%	6 3.6%	44 5.8%
見積り合わせ	40 27.8%	130 31.0%	63 30.3%	233 30.2%	53 27.0%	118 29.5%	61 36.3%	232 30.4%
話し合いにより受注先の指値に近い価格	30 20.8%	104 24.8%	61 29.3%	195 25.3%	40 20.4%	106 26.5%	47 28.0%	193 25.3%
話し合いにより貴社の見積りに近い価格	35 24.3%	79 18.8%	41 19.7%	155 20.1%	45 23.0%	78 19.5%	31 18.5%	154 20.2%
貴社の見積価格	21 14.6%	81 19.3%	29 13.9%	131 17.0%	35 17.9%	73 18.3%	21 12.5%	129 16.9%
その他	0 0.0%	5 1.2%	7 3.4%	12 1.6%	3 1.5%	7 1.8%	2 1.2%	12 1.6%
合計	144 100.0%	420 100.0%	208 100.0%	772 100.0%	196 100.0%	400 100.0%	168 100.0%	764 100.0%

図表資2-2-28 10年前は受注価格がどのようにつながるか

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
受注先の指値	18 16.1%	15 3.8%	6 3.0%	39 5.5%	14 8.4%	17 4.5%	6 3.8%	37 5.3%
見積り合わせ	32 28.6%	102 25.5%	70 35.5%	204 28.8%	42 25.3%	100 26.6%	60 37.7%	202 28.8%
話し合いにより受注先の指値に近い価格	23 20.5%	81 20.3%	46 23.4%	150 21.2%	30 18.1%	83 22.1%	37 23.3%	150 21.4%
話し合いにより貴社の見積りに近い価格	22 19.6%	99 24.8%	39 19.8%	160 22.6%	39 23.5%	85 22.6%	34 21.4%	158 22.5%
貴社の見積価格	17 15.2%	99 24.8%	31 15.7%	147 20.7%	39 23.5%	86 22.9%	20 12.6%	145 20.7%
その他	0 0.0%	4 1.0%	5 2.5%	9 1.3%	2 1.2%	5 1.3%	2 1.3%	9 1.3%
合計	112 100.0%	400 100.0%	197 100.0%	709 100.0%	166 100.0%	376 100.0%	159 100.0%	701 100.0%

図表資2-2-29 主な受注先で内製可能な製造・加工品か

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
受注先で内製可能	37 25.5%	99 24.2%	46 22.2%	182 23.9%	49 25.1%	91 23.0%	40 24.7%	180 23.9%
受注先では内製不可能	79 54.5%	252 61.6%	134 64.7%	465 61.1%	106 54.4%	245 62.0%	108 66.7%	459 61.0%
不明	29 20.0%	58 14.2%	27 13.0%	114 15.0%	40 20.5%	59 14.9%	14 8.6%	113 15.0%
合計	145 100.0%	409 100.0%	207 100.0%	761 100.0%	195 100.0%	395 100.0%	162 100.0%	752 100.0%

図表資2-2-30 現在受注先からの技術指導があるか

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
ある	24 16.1%	55 13.2%	40 19.1%	119 15.4%	24 12.3%	55 13.6%	37 22.0%	116 15.1%
ない	125 83.9%	362 86.8%	169 80.9%	656 84.6%	171 87.7%	349 86.4%	131 78.0%	651 84.9%
合計	149 100.0%	417 100.0%	209 100.0%	775 100.0%	195 100.0%	404 100.0%	168 100.0%	767 100.0%

図表資2-2-31 10年前は受注先からの技術指導があるか

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
あった	15 12.3%	55 13.6%	42 20.8%	112 15.4%	18 10.8%	53 13.5%	39 24.1%	110 15.3%
なかった	107 87.7%	350 86.4%	160 79.2%	617 84.6%	149 89.2%	339 86.5%	123 75.9%	611 84.7%
合計	122 100.0%	405 100.0%	202 100.0%	729 100.0%	167 100.0%	392 100.0%	162 100.0%	721 100.0%

図表資2-2-32 受注先数は10年前と比べて

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
増加	12 9.7%	64 15.5%	33 16.2%	109 14.7%	7 4.0%	71 18.0%	28 17.0%	106 14.4%
やや増加	24 19.4%	66 15.9%	46 22.5%	136 18.3%	22 12.6%	73 18.5%	41 24.8%	136 18.5%
横ばい	17 13.7%	97 23.4%	61 29.9%	175 23.6%	35 20.0%	82 20.8%	54 32.7%	171 23.3%
やや減少	28 22.6%	93 22.5%	35 17.2%	156 21.0%	37 21.1%	91 23.1%	27 16.4%	155 21.1%
減少	43 34.7%	94 22.7%	29 14.2%	166 22.4%	74 42.3%	77 19.5%	15 9.1%	166 22.6%
合計	124 100.0%	414 100.0%	204 100.0%	742 100.0%	175 100.0%	394 100.0%	165 100.0%	734 100.0%

図表資2-2-33 新たな受注先の獲得のためにどのようなことをしていますか(複数回答)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
既存取引先に受注先の紹介を依頼	38 25.7%	112 26.6%	68 32.5%	218	55 27.9%	116 28.7%	47 28.0%	218
直接的な営業による新規開拓	49 33.1%	188 44.7%	152 72.7%	389	49 24.9%	211 52.2%	125 74.4%	385
展示会・商談会等への参加	20 13.5%	83 19.7%	80 38.3%	183	17 8.6%	93 23.0%	71 42.3%	181
公的認証制度の活用などによる製品・技術の広報	5 3.4%	23 5.5%	19 9.1%	47	6 3.0%	24 5.9%	17 10.1%	47
自社ウェブサイトや広告による宣伝	23 15.5%	118 28.0%	61 29.2%	202	31 15.7%	119 29.5%	52 31.0%	202
新製品・技術開発による新たな受注開拓	18 12.2%	94 22.3%	91 43.5%	203	24 12.2%	104 25.7%	73 43.5%	201
その他	3 2.0%	9 2.1%	5 2.4%	17	3 1.5%	11 2.7%	3 1.8%	17
特に何も行ってない	55 37.2%	95 22.6%	16 7.7%	166	79 40.1%	67 16.6%	16 9.5%	162
合計	148	421	209	778	197	404	168	769

図表資2-2-34 新たな受注先を獲得するための課題は何ですか(複数回答)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
受注先の候補がみつからない	29 19.6%	103 24.7%	48 23.2%	180	51 26.2%	95 23.8%	30 18.0%	176
営業方法がわからない	5 3.4%	24 5.8%	10 4.8%	39	10 5.1%	24 6.0%	5 3.0%	39
営業の人材が不足している	41 27.7%	181 43.4%	89 43.0%	311	56 28.7%	176 44.0%	77 46.1%	309
資金が不足している	33 22.3%	66 15.8%	15 7.2%	114	50 25.6%	55 13.8%	9 5.4%	114
売り込む商品・技術力が弱い	32 21.6%	99 23.7%	64 30.9%	195	33 16.9%	107 26.8%	53 31.7%	193
その他	7 4.7%	14 3.4%	14 6.8%	35	7 3.6%	14 3.5%	14 8.4%	35
特になし	52 35.1%	105 25.2%	47 22.7%	204	65 33.3%	95 23.8%	41 24.6%	201
合計	148	417	207	772	195	400	167	762

図表資2-2-35 受注先を開拓していくために求められる支援策は(複数回答)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
受発注幹旋事業	29 19.7%	88 21.3%	45 21.7%	162	43 21.8%	89 22.6%	27 16.2%	159
製品・技術を広報する冊	17 11.6%	45 10.9%	27 13.0%	89	19 9.6%	50 12.7%	20 12.0%	89
展示会・商談会の開催	11 7.5%	35 8.5%	38 18.4%	84	9 4.6%	41 10.4%	34 20.4%	84
展示会・商談会への出展	18 12.2%	67 16.2%	48 23.2%	133	20 10.2%	78 19.8%	35 21.0%	133
アドバイザーの派遣	3 2.0%	13 3.1%	7 3.4%	23	5 2.5%	16 4.1%	2 1.2%	23
営業・広報担当の人材育	18 12.2%	112 27.1%	67 32.4%	197	29 14.7%	109 27.7%	57 34.1%	195
新製品・技術開発の支援	29 19.7%	133 32.1%	79 38.2%	241	38 19.3%	130 33.0%	69 41.3%	237
その他	10 6.8%	13 3.1%	7 3.4%	30	8 4.1%	14 3.6%	7 4.2%	29
特になし	65 44.2%	132 31.9%	44 21.3%	241	92 46.7%	103 26.1%	43 25.7%	238
合計	147	414	207	768	197	394	167	758

図表資2-2-36 競合する可能性のある競争相手の数

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
なし	14 9.5%	16 3.8%	2 1.0%	32 4.1%	21 10.7%	8 2.0%	3 1.8%	32 4.2%
1社	3 2.0%	6 1.4%	6 2.9%	15 1.9%	5 2.6%	8 2.0%	2 1.2%	15 2.0%
2～3社	44 29.7%	127 30.2%	54 25.8%	225 29.0%	52 26.5%	136 33.6%	37 22.0%	225 29.3%
4～5社	26 17.6%	100 23.8%	63 30.1%	189 24.3%	34 17.3%	103 25.4%	50 29.8%	187 24.3%
6～9社	13 8.8%	31 7.4%	29 13.9%	73 9.4%	12 6.1%	36 8.9%	24 14.3%	72 9.4%
10～19社	11 7.4%	25 6.0%	21 10.0%	57 7.3%	13 6.6%	27 6.7%	17 10.1%	57 7.4%
20～49社	4 2.7%	19 4.5%	2 1.0%	25 3.2%	6 3.1%	14 3.5%	5 3.0%	25 3.3%
50～99社	1 0.7%	5 1.2%	3 1.4%	9 1.2%	1 0.5%	4 1.0%	4 2.4%	9 1.2%
100社以上	1 0.7%	15 3.6%	2 1.0%	18 2.3%	3 1.5%	11 2.7%	4 2.4%	18 2.3%
不明	31 20.9%	76 18.1%	27 12.9%	134 17.2%	49 25.0%	58 14.3%	22 13.1%	129 16.8%
合計	148 100.0%	420 100.0%	209 100.0%	777 100.0%	196 100.0%	405 100.0%	168 100.0%	769 100.0%

図表資2-2-37 競争相手の数は、最近10年間で

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
増加	7 5.7%	41 10.0%	9 4.5%	57 7.8%	14 8.2%	35 8.9%	8 4.9%	57 7.8%
やや増加	17 13.9%	65 15.9%	39 19.3%	121 16.5%	18 10.6%	75 19.0%	26 16.0%	119 16.4%
横ばい	40 32.8%	151 36.8%	80 39.6%	271 36.9%	53 31.2%	143 36.2%	75 46.3%	271 37.3%
やや減少	16 13.1%	56 13.7%	36 17.8%	108 14.7%	21 12.4%	58 14.7%	28 17.3%	107 14.7%
減少	15 12.3%	44 10.7%	20 9.9%	79 10.8%	23 13.5%	44 11.1%	11 6.8%	78 10.7%
不明	27 22.1%	53 12.9%	18 8.9%	98 13.4%	41 24.1%	40 10.1%	14 8.6%	95 13.1%
合計	122 100.0%	410 100.0%	202 100.0%	734 100.0%	170 100.0%	395 100.0%	162 100.0%	727 100.0%

図表資2-2-38 他社で製造・加工できないオンリーワン製品・技術を持っているか

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
持っている	53 37.3%	179 43.8%	107 53.8%	339 45.2%	68 35.8%	185 47.3%	83 50.9%	336 45.2%
持っていない	89 62.7%	230 56.2%	92 46.2%	411 54.8%	122 64.2%	206 52.7%	80 49.1%	408 54.8%
合計	142 100.0%	409 100.0%	199 100.0%	750 100.0%	190 100.0%	391 100.0%	163 100.0%	744 100.0%



図表資2-2-39 「品質の高さ」の評価

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
高い	22 15.1%	101 24.3%	54 25.8%	177 23.0%	40 20.9%	95 23.7%	38 22.6%	173 22.8%
やや高い	65 44.5%	177 42.7%	84 40.2%	326 42.3%	77 40.3%	182 45.4%	64 38.1%	323 42.5%
同程度	51 34.9%	125 30.1%	67 32.1%	243 31.6%	61 31.9%	119 29.7%	60 35.7%	240 31.6%
やや低い	8 5.5%	11 2.7%	4 1.9%	23 3.0%	12 6.3%	5 1.2%	6 3.6%	23 3.0%
低い	0 0.0%	1 0.2%	0 0.0%	1 0.1%	1 0.5%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.1%
合計	146 100.0%	415 100.0%	209 100.0%	770 100.0%	191 100.0%	401 100.0%	168 100.0%	760 100.0%

図表資2-2-40 「価格競争力」の評価

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
高い	11 7.6%	26 6.3%	16 7.7%	53 6.9%	11 5.7%	34 8.5%	7 4.2%	52 6.9%
やや高い	31 21.4%	97 23.4%	50 23.9%	178 23.1%	51 26.6%	87 21.8%	39 23.2%	177 23.3%
同程度	71 49.0%	172 41.4%	69 33.0%	312 40.6%	82 42.7%	160 40.1%	65 38.7%	307 40.4%
やや低い	27 18.6%	100 24.1%	63 30.1%	190 24.7%	37 19.3%	102 25.6%	48 28.6%	187 24.6%
低い	5 3.4%	20 4.8%	11 5.3%	36 4.7%	11 5.7%	16 4.0%	9 5.4%	36 4.7%
合計	145 100.0%	415 100.0%	209 100.0%	769 100.0%	192 100.0%	399 100.0%	168 100.0%	759 100.0%

図表資2-2-41 「納期(短さ・柔軟さ)」の評価

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
高い	38 26.0%	134 32.5%	42 20.1%	214 27.9%	48 25.1%	132 33.2%	29 17.3%	209 27.6%
やや高い	47 32.2%	140 34.0%	82 39.2%	269 35.1%	68 35.6%	134 33.7%	64 38.1%	266 35.1%
同程度	51 34.9%	112 27.2%	72 34.4%	235 30.6%	60 31.4%	111 27.9%	62 36.9%	233 30.8%
やや低い	8 5.5%	23 5.6%	13 6.2%	44 5.7%	13 6.8%	18 4.5%	13 7.7%	44 5.8%
低い	2 1.4%	3 0.7%	0 0.0%	5 0.7%	2 1.0%	3 0.8%	0 0.0%	5 0.7%
合計	146 100.0%	412 100.0%	209 100.0%	767 100.0%	191 100.0%	398 100.0%	168 100.0%	757 100.0%

図表資2-2-42 「営業力」の評価

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
高い	6 4.1%	21 5.1%	15 7.2%	42 5.5%	6 3.2%	22 5.5%	11 6.6%	39 5.2%
やや高い	22 15.2%	71 17.2%	49 23.4%	142 18.5%	16 8.4%	87 21.8%	37 22.2%	140 18.5%
同程度	43 29.7%	158 38.3%	76 36.4%	277 36.2%	54 28.4%	150 37.6%	70 41.9%	274 36.2%
やや低い	42 29.0%	117 28.4%	56 26.8%	215 28.1%	61 32.1%	107 26.8%	45 26.9%	213 28.2%
低い	32 22.1%	45 10.9%	13 6.2%	90 11.7%	53 27.9%	33 8.3%	4 2.4%	90 11.9%
合計	145 100.0%	412 100.0%	209 100.0%	766 100.0%	190 100.0%	399 100.0%	167 100.0%	756 100.0%

図表資2-2-43 「上記を踏まえた総合力」の評価

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
高い	2 1.4%	14 3.4%	12 5.7%	28 3.7%	5 2.6%	14 3.5%	7 4.2%	26 3.4%
やや高い	42 29.0%	170 41.3%	89 42.6%	301 39.3%	44 23.0%	185 46.5%	70 41.7%	299 39.5%
同程度	70 48.3%	161 39.1%	83 39.7%	314 41.0%	86 45.0%	146 36.7%	77 45.8%	309 40.8%
やや低い	25 17.2%	59 14.3%	25 12.0%	109 14.2%	45 23.6%	50 12.6%	14 8.3%	109 14.4%
低い	6 4.1%	8 1.9%	0 0.0%	14 1.8%	11 5.8%	3 0.8%	0 0.0%	14 1.8%
合計	145 100.0%	412 100.0%	209 100.0%	766 100.0%	191 100.0%	398 100.0%	168 100.0%	757 100.0%

図表資2-2-44 新製品・技術開発や新たな生産方法の導入をしたか

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
実施した	35 28.5%	147 35.7%	104 50.7%	286 38.6%	42 24.6%	160 40.4%	80 48.5%	282 38.5%
実施していない	88 71.5%	265 64.3%	101 49.3%	454 61.4%	129 75.4%	236 59.6%	85 51.5%	450 61.5%
合計	123 100.0%	412 100.0%	205 100.0%	740 100.0%	171 100.0%	396 100.0%	165 100.0%	732 100.0%

図表資2-2-45 その技術や製品販売が現在の売上げに占める割合

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
5割以上	3 8.8%	12 8.3%	14 13.9%	29 10.4%	4 9.8%	16 10.3%	9 11.4%	29 10.5%
4～5割未満	3 8.8%	8 5.6%	7 6.9%	18 6.5%	2 4.9%	12 7.7%	3 3.8%	17 6.2%
3～4割未満	4 11.8%	25 17.4%	8 7.9%	37 13.3%	9 22.0%	22 14.2%	6 7.6%	37 13.5%
2～3割未満	11 32.4%	23 16.0%	24 23.8%	58 20.8%	8 19.5%	28 18.1%	22 27.8%	58 21.1%
1～2割未満	6 17.6%	25 17.4%	20 19.8%	51 18.3%	5 12.2%	26 16.8%	19 24.1%	50 18.2%
1割未満	5 14.7%	34 23.6%	14 13.9%	53 19.0%	9 22.0%	31 20.0%	13 16.5%	53 19.3%
売上高に寄与していない	0 0.0%	8 5.6%	8 7.9%	16 5.7%	2 4.9%	9 5.8%	4 5.1%	15 5.5%
不明	2 5.9%	9 6.3%	6 5.9%	17 6.1%	2 4.9%	11 7.1%	3 3.8%	16 5.8%
合計	34 100.0%	144 100.0%	101 100.0%	279 100.0%	41 100.0%	155 100.0%	79 100.0%	275 100.0%

図表資2-2-46 海外に生産拠点を保有(委託生産を含む)(現在)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
いいえ	132 89.8%	352 86.1%	154 73.7%	638 83.4%	180 94.7%	332 83.4%	119 70.8%	631 83.5%
はい	15 10.2%	57 13.9%	55 26.3%	127 16.6%	10 5.3%	66 16.6%	49 29.2%	125 16.5%
合計	147 100.0%	409 100.0%	209 100.0%	765 100.0%	190 100.0%	398 100.0%	168 100.0%	756 100.0%

図表資2-2-47 海外に生産拠点を保有(委託生産を含む)(10年前)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
いいえ	110 94.8%	364 93.6%	155 77.5%	629 89.2%	157 98.7%	341 90.0%	125 78.6%	623 89.4%
はい	6 5.2%	25 6.4%	45 22.5%	76 10.8%	2 1.3%	38 10.0%	34 21.4%	74 10.6%
合計	116 100.0%	389 100.0%	200 100.0%	705 100.0%	159 100.0%	379 100.0%	159 100.0%	697 100.0%

図表資2-2-48 輸出を実施している(商社経由を含む)(現在)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
いいえ	120 81.6%	306 74.8%	115 55.0%	541 70.7%	161 84.7%	283 71.1%	90 53.6%	534 70.6%
はい	27 18.4%	103 25.2%	94 45.0%	224 29.3%	29 15.3%	115 28.9%	78 46.4%	222 29.4%
合計	147 100.0%	409 100.0%	209 100.0%	765 100.0%	190 100.0%	398 100.0%	168 100.0%	756 100.0%

図表資2-2-49 輸出を実施している(商社経由を含む)(10年前)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
いいえ	95 81.9%	305 78.4%	117 58.5%	517 73.3%	133 83.6%	291 76.8%	87 54.7%	511 73.3%
はい	21 18.1%	84 21.6%	83 41.5%	188 26.7%	26 16.4%	88 23.2%	72 45.3%	186 26.7%
合計	116 100.0%	389 100.0%	200 100.0%	705 100.0%	159 100.0%	379 100.0%	159 100.0%	697 100.0%

図表資2-2-50 輸出される製品に組み込まれる部品・素材を製造している(現在)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
いいえ	111 76.6%	285 69.9%	130 62.5%	526 69.1%	152 80.9%	273 68.8%	95 56.9%	520 69.1%
はい	34 23.4%	123 30.1%	78 37.5%	235 30.9%	36 19.1%	124 31.2%	72 43.1%	232 30.9%
合計	145 100.0%	408 100.0%	208 100.0%	761 100.0%	188 100.0%	397 100.0%	167 100.0%	752 100.0%

図表資2-2-51 輸出される製品に組み込まれる部品・素材を製造している(10年前)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
いいえ	87 76.3%	288 74.2%	128 64.3%	503 71.8%	125 79.6%	279 73.8%	93 58.9%	497 71.7%
はい	27 23.7%	100 25.8%	71 35.7%	198 28.2%	32 20.4%	99 26.2%	65 41.1%	196 28.3%
合計	114 100.0%	388 100.0%	199 100.0%	701 100.0%	157 100.0%	378 100.0%	158 100.0%	693 100.0%

図表資2-2-52 部品や素材を輸入(現在)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
いいえ	120 81.6%	297 72.6%	111 53.4%	528 69.1%	164 85.9%	263 66.2%	96 57.5%	523 69.3%
はい	27 18.4%	112 27.4%	97 46.6%	236 30.9%	27 14.1%	134 33.8%	71 42.5%	232 30.7%
合計	147 100.0%	409 100.0%	208 100.0%	764 100.0%	191 100.0%	397 100.0%	167 100.0%	755 100.0%

図表資2-2-53 部品や素材を輸入(10年前)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
いいえ	103 88.8%	312 80.2%	130 65.3%	545 77.4%	144 90.0%	293 77.5%	103 65.2%	540 77.6%
はい	13 11.2%	77 19.8%	69 34.7%	159 22.6%	16 10.0%	85 22.5%	55 34.8%	156 22.4%
合計	116 100.0%	389 100.0%	199 100.0%	704 100.0%	160 100.0%	378 100.0%	158 100.0%	696 100.0%

図表資2-2-54 海外への進出・取引を検討する上での課題(複数回答)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
国際関連業務に対応可能な人材難	23 16.9%	132 34.3%	87 42.6%	242	37 20.6%	125 33.4%	76 47.2%	238
海外事業展開におけるパートナーの確保難	18 13.2%	101 26.2%	66 32.4%	185	27 15.0%	106 28.3%	50 31.1%	183
制度や市場など海外情報の不足	21 15.4%	88 22.9%	67 32.8%	176	33 18.3%	84 22.5%	58 36.0%	175
環境規制等の現地市場への対応力が不足	13 9.6%	56 14.5%	31 15.2%	100	18 10.0%	57 15.2%	24 14.9%	99
海外展開できる製品の競争力が不足	8 5.9%	67 17.4%	35 17.2%	110	17 9.4%	63 16.8%	30 18.6%	110
資金難	32 23.5%	82 21.3%	29 14.2%	143	45 25.0%	81 21.7%	16 9.9%	142
取組み方がわからない	28 20.6%	59 15.3%	18 8.8%	105	36 20.0%	59 15.8%	10 6.2%	105
その他	3 2.2%	16 4.2%	9 4.4%	28	2 1.1%	17 4.5%	8 5.0%	27
特になし	65 47.8%	138 35.8%	55 27.0%	258	92 51.1%	124 33.2%	38 23.6%	254
合計	136	385	204	725	180	374	161	715

図表資2-2-55 主な原材料(部品)の仕入価格は10年前と比べて

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
5割以上上昇	2 1.8%	19 4.8%	9 4.6%	30 4.2%	6 3.7%	21 5.5%	5 3.2%	32 4.6%
4～5割上昇	4 3.5%	13 3.3%	6 3.0%	23 3.3%	5 3.1%	12 3.1%	6 3.8%	23 3.3%
3～4割上昇	20 17.7%	36 9.1%	13 6.6%	69 9.8%	21 13.0%	39 10.2%	6 3.8%	66 9.4%
2～3割上昇	24 21.2%	94 23.7%	45 22.8%	163 23.1%	37 23.0%	84 22.0%	40 25.5%	161 23.0%
1～2割上昇	29 25.7%	116 29.3%	51 25.9%	196 27.8%	41 25.5%	110 28.8%	44 28.0%	195 27.9%
1割未満上昇	9 8.0%	26 6.6%	18 9.1%	53 7.5%	17 10.6%	27 7.1%	9 5.7%	53 7.6%
横ばい	19 16.8%	68 17.2%	37 18.8%	124 17.6%	26 16.1%	62 16.2%	35 22.3%	123 17.6%
1割未満低下	2 1.8%	4 1.0%	6 3.0%	12 1.7%	4 2.5%	5 1.3%	3 1.9%	12 1.7%
1～2割低下	2 1.8%	9 2.3%	7 3.6%	18 2.5%	3 1.9%	11 2.9%	4 2.5%	18 2.6%
2～3割低下	1 0.9%	8 2.0%	3 1.5%	12 1.7%	0 0.0%	8 2.1%	4 2.5%	12 1.7%
3～4割低下	0 0.0%	0 0.0%	1 0.5%	1 0.1%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%	1 0.1%
4～5割低下	1 0.9%	0 0.0%	1 0.5%	2 0.3%	0 0.0%	2 0.5%	0 0.0%	2 0.3%
5割以上低下	0 0.0%	3 0.8%	0 0.0%	3 0.4%	1 0.6%	1 0.3%	0 0.0%	2 0.3%
合計	113 100.0%	396 100.0%	197 100.0%	706 100.0%	161 100.0%	382 100.0%	157 100.0%	700 100.0%

図表資2-2-56 不足している人材(複数回答)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
研究者・技術者	29 19.6%	129 31.0%	117 56.0%	275	33 17.0%	142 35.2%	96 57.5%	271
熟練技能者	54 36.5%	181 43.5%	73 34.9%	308	64 33.0%	169 41.9%	72 43.1%	305
一般作業者	16 10.8%	55 13.2%	23 11.0%	94	21 10.8%	51 12.7%	21 12.6%	93
営業・販売従事者	54 36.5%	168 40.4%	91 43.5%	313	70 36.1%	168 41.7%	73 43.7%	311
事務従事者	6 4.1%	19 4.6%	7 3.3%	32	10 5.2%	14 3.5%	7 4.2%	31
経営を補佐する人材(右腕)	41 27.7%	110 26.4%	66 31.6%	217	48 24.7%	123 30.5%	42 25.1%	213
後継者候補	27 18.2%	72 17.3%	23 11.0%	122	39 20.1%	63 15.6%	15 9.0%	117
その他	1 0.7%	0 0.0%	3 1.4%	4	1 0.5%	2 0.5%	1 0.6%	4
不足している人材はない	28 18.9%	54 13.0%	17 8.1%	99	41 21.1%	44 10.9%	11 6.6%	96
合計	148	416	209	773	194	403	167	764

図表資2-2-57 経営上の課題(複数回答)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
受注量が少ない	63 42.3%	174 41.5%	67 32.2%	304	101 51.0%	152 37.8%	49 29.2%	302
受注単価が低い	69 46.3%	170 40.6%	88 42.3%	327	83 41.9%	169 42.0%	71 42.3%	323
(受注単価以外の)取引条件が悪い	5 3.4%	14 3.3%	9 4.3%	28	7 3.5%	11 2.7%	9 5.4%	27
受注が不安定	76 51.0%	169 40.3%	61 29.3%	306	106 53.5%	157 39.1%	38 22.6%	301
特定の受注先への依存度が高い	30 20.1%	129 30.8%	52 25.0%	211	41 20.7%	119 29.6%	49 29.2%	209
自社製品を持っていない	30 20.1%	66 15.8%	24 11.5%	120	32 16.2%	72 17.9%	15 8.9%	119
仕入れ・外注価格が高い	19 12.8%	57 13.6%	38 18.3%	114	24 12.1%	64 15.9%	26 15.5%	114
外注の品質・納期等が問題	14 9.4%	36 8.6%	18 8.7%	68	12 6.1%	45 11.2%	10 6.0%	67
企業ネットワークが弱い	11 7.4%	17 4.1%	7 3.4%	35	13 6.6%	17 4.2%	5 3.0%	35
生産性が低い	11 7.4%	62 14.8%	34 16.3%	107	17 8.6%	57 14.2%	34 20.2%	108
設備が不足	20 13.4%	61 14.6%	21 10.1%	102	22 11.1%	61 15.2%	19 11.3%	102
技術開発力が不足	13 8.7%	93 22.2%	71 34.1%	177	19 9.6%	96 23.9%	59 35.1%	174
営業力が不足	34 22.8%	159 37.9%	71 34.1%	264	58 29.3%	144 35.8%	61 36.3%	263
技能伝承が困難	20 13.4%	59 14.1%	30 14.4%	109	24 12.1%	59 14.7%	25 14.9%	108
後継者難	23 15.4%	62 14.8%	13 6.3%	98	34 17.2%	45 11.2%	16 9.5%	95
資金難	45 30.2%	78 18.6%	16 7.7%	139	59 29.8%	71 17.7%	8 4.8%	138
その他	2 1.3%	12 2.9%	10 4.8%	24	4 2.0%	13 3.2%	6 3.6%	23
特にない	10 6.7%	24 5.7%	17 8.2%	51	16 8.1%	17 4.2%	17 10.1%	50
合計	149	419	208	776	198	402	168	768

図表資2-2-58 最も大きな経営上の課題は

	資本金規模				従業員規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
受注量が少ない	32 25.2%	77 21.1%	32 18.2%	141 21.1%	47 28.3%	64 18.0%	29 20.7%	140 21.1%
受注単価が低い	18 14.2%	51 14.0%	32 18.2%	101 15.1%	21 12.7%	55 15.4%	25 17.9%	101 15.3%
(受注単価以外の)取引条件が悪い	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%	1 0.1%	0 0.0%	1 0.3%	0 0.0%	1 0.2%
受注が不安定	30 23.6%	57 15.6%	24 13.6%	111 16.6%	41 24.7%	54 15.2%	13 9.3%	108 16.3%
特定の受注先への依存度が高い	4 3.1%	35 9.6%	12 6.8%	51 7.6%	7 4.2%	32 9.0%	12 8.6%	51 7.7%
自社製品を持っていない	2 1.6%	8 2.2%	5 2.8%	15 2.2%	3 1.8%	7 2.0%	5 3.6%	15 2.3%
仕入れ・外注価格が高い	2 1.6%	8 2.2%	8 4.5%	18 2.7%	3 1.8%	10 2.8%	5 3.6%	18 2.7%
外注の品質・納期等が問題	3 2.4%	4 1.1%	3 1.7%	10 1.5%	2 1.2%	6 1.7%	2 1.4%	10 1.5%
企業ネットワークが弱い	0 0.0%	2 0.5%	2 1.1%	4 0.6%	2 1.2%	1 0.3%	1 0.7%	4 0.6%
生産性が低い	0 0.0%	8 2.2%	5 2.8%	13 1.9%	1 0.6%	9 2.5%	3 2.1%	13 2.0%
設備が不足	1 0.8%	9 2.5%	5 2.8%	15 2.2%	0 0.0%	12 3.4%	3 2.1%	15 2.3%
技術開発力が不足	1 0.8%	21 5.8%	14 8.0%	36 5.4%	1 0.6%	18 5.1%	16 11.4%	35 5.3%
営業力が不足	5 3.9%	27 7.4%	17 9.7%	49 7.3%	7 4.2%	29 8.1%	13 9.3%	49 7.4%
技能伝承が困難	6 4.7%	17 4.7%	4 2.3%	27 4.0%	6 3.6%	19 5.3%	3 2.1%	28 4.2%
後継者難	7 5.5%	12 3.3%	1 0.6%	20 3.0%	7 4.2%	9 2.5%	3 2.1%	19 2.9%
資金難	15 11.8%	19 5.2%	4 2.3%	38 5.7%	17 10.2%	18 5.1%	3 2.1%	38 5.7%
その他	1 0.8%	10 2.7%	7 4.0%	18 2.7%	1 0.6%	12 3.4%	4 2.9%	17 2.6%
合計	127 100.0%	365 100.0%	176 100.0%	668 100.0%	166 100.0%	356 100.0%	140 100.0%	662 100.0%

図表資2-2-59 今後の事業規模についてはどのように考えているか

	資本金規模				従業員規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
拡大	24 16.4%	107 26.1%	79 38.3%	210 27.6%	26 13.5%	112 28.5%	72 42.9%	210 27.9%
維持	88 60.3%	238 58.0%	118 57.3%	444 58.3%	108 56.3%	240 61.1%	88 52.4%	436 57.9%
縮小	19 13.0%	42 10.2%	5 2.4%	66 8.7%	32 16.7%	28 7.1%	6 3.6%	66 8.8%
製造業以外へ転業	6 4.1%	8 2.0%	4 1.9%	18 2.4%	5 2.6%	11 2.8%	2 1.2%	18 2.4%
廃業	9 6.2%	15 3.7%	0 0.0%	24 3.1%	21 10.9%	2 0.5%	0 0.0%	23 3.1%
合計	146 100.0%	410 100.0%	206 100.0%	762 100.0%	192 100.0%	393 100.0%	168 100.0%	753 100.0%

図表資2-2-60 公的支援に関する情報の入手先(複数回答)

	資本金規模				従業員規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
行政機関	19 13.0%	81 19.6%	72 34.6%	172	19 9.8%	85 21.5%	68 40.5%	172
中小企業支援機関	15 10.3%	83 20.1%	44 21.2%	142	18 9.3%	88 22.2%	35 20.8%	141
商工会議所・商工会	37 25.3%	171 41.4%	104 50.0%	312	58 29.9%	173 43.7%	78 46.4%	309
業界団体	11 7.5%	72 17.4%	62 29.8%	145	11 5.7%	80 20.2%	51 30.4%	142
金融機関	45 30.8%	154 37.3%	88 42.3%	287	53 27.3%	155 39.1%	76 45.2%	284
コンサルタント、税理士、 会計士	29 19.9%	107 25.9%	53 25.5%	189	42 21.6%	97 24.5%	47 28.0%	186
取引先	8 5.5%	38 9.2%	21 10.1%	67	15 7.7%	39 9.8%	13 7.7%	67
同業者	15 10.3%	34 8.2%	16 7.7%	65	24 12.4%	32 8.1%	8 4.8%	64
マスコミ	8 5.5%	22 5.3%	14 6.7%	44	11 5.7%	20 5.1%	13 7.7%	44
その他	5 3.4%	10 2.4%	4 1.9%	19	3 1.5%	11 2.8%	5 3.0%	19
どこからも入手していない	33 22.6%	64 15.5%	21 10.1%	118	58 29.9%	42 10.6%	16 9.5%	116
合計	146	413	208	767	194	396	168	758

図表資2-2-61 最近10年間でどのようなことに関して公的な支援を利用したか(複数回答)

	資本金規模				従業員規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
人材確保・育成	10 8.3%	77 19.0%	54 26.6%	141	16 9.4%	84 21.7%	40 24.2%	140
雇用維持	15 12.4%	108 26.6%	71 35.0%	194	25 14.7%	111 28.7%	57 34.5%	193
資金繰り	48 39.7%	119 29.3%	39 19.2%	206	66 38.8%	114 29.5%	26 15.8%	206
設備投資	28 23.1%	78 19.2%	63 31.0%	169	17 10.0%	96 24.8%	53 32.1%	166
技術・製品開発	3 2.5%	30 7.4%	28 13.8%	61	6 3.5%	35 9.0%	20 12.1%	61
知的財産の保護・活用	2 1.7%	10 2.5%	6 3.0%	18	2 1.2%	9 2.3%	7 4.2%	18
公的認証制度の活用	5 4.1%	31 7.6%	17 8.4%	53	1 0.6%	36 9.3%	16 9.7%	53
販路開拓	7 5.8%	26 6.4%	9 4.4%	42	4 2.4%	34 8.8%	4 2.4%	42
経営効率化	5 4.1%	13 3.2%	8 3.9%	26	5 2.9%	13 3.4%	7 4.2%	25
海外展開	1 0.8%	12 3.0%	9 4.4%	22	1 0.6%	18 4.7%	3 1.8%	22
事業継続	5 4.1%	14 3.4%	4 2.0%	23	6 3.5%	12 3.1%	5 3.0%	23
その他	1 0.8%	6 1.5%	1 0.5%	8	1 0.6%	7 1.8%	0 0.0%	8
全く利用したことがない	37 30.6%	114 28.1%	44 21.7%	195	65 38.2%	91 23.5%	36 21.8%	192
合計	121	406	203	730	170	387	165	722

図表資2-2-62 最近10年間で関心・必要性はあるが利用できなかった公的な支援策は(複数回答)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
人材確保・育成	23 22.3%	71 19.8%	33 17.8%	127	20 13.2%	79 22.9%	26 18.3%	125
雇用維持	7 6.8%	19 5.3%	11 5.9%	37	8 5.3%	18 5.2%	10 7.0%	36
資金繰り	18 17.5%	36 10.0%	14 7.6%	68	30 19.7%	28 8.1%	10 7.0%	68
設備投資	19 18.4%	84 23.4%	41 22.2%	144	33 21.7%	68 19.7%	41 28.9%	142
技術・製品開発	5 4.9%	74 20.6%	44 23.8%	123	10 6.6%	76 22.0%	35 24.6%	121
知的財産の保護・活用	3 2.9%	14 3.9%	8 4.3%	25	3 2.0%	15 4.3%	7 4.9%	25
公的認証制度の活用	2 1.9%	18 5.0%	5 2.7%	25	3 2.0%	16 4.6%	6 4.2%	25
販路開拓	9 8.7%	47 13.1%	36 19.5%	92	17 11.2%	54 15.7%	21 14.8%	92
経営効率化	3 2.9%	29 8.1%	16 8.6%	48	3 2.0%	37 10.7%	8 5.6%	48
海外展開	3 2.9%	29 8.1%	13 7.0%	45	3 2.0%	30 8.7%	12 8.5%	45
事業継続	3 2.9%	16 4.5%	4 2.2%	23	6 3.9%	16 4.6%	0 0.0%	22
その他	6 5.8%	8 2.2%	3 1.6%	17	5 3.3%	10 2.9%	2 1.4%	17
公的な支援策に関心・必要はない	33 32.0%	95 26.5%	45 24.3%	173	58 38.2%	75 21.7%	37 26.1%	170
合計	103	359	185	647	152	345	142	639

図表資2-2-63 支援策を利用し(でき)なかった理由(複数回答)

	資本金規模				従業者規模			
	1千万円未満	1千～3千万円未満	3千万円以上	合計	1～9人	10～49人	50人以上	合計
要件を満たさなかった	21 30.9%	89 36.2%	42 31.6%	152	28 31.1%	84 33.5%	38 37.6%	150
資金不足	17 25.0%	44 17.9%	11 8.3%	72	29 32.2%	36 14.3%	6 5.9%	71
手続きが煩雑だった	17 25.0%	83 33.7%	40 30.1%	140	18 20.0%	86 34.3%	34 33.7%	138
行政等による支援策の広報が不十分であった	10 14.7%	41 16.7%	25 18.8%	76	7 7.8%	48 19.1%	20 19.8%	75
情報収集が十分でなかった	19 27.9%	80 32.5%	51 38.3%	150	22 24.4%	84 33.5%	42 41.6%	148
効果が見込めなかった	7 10.3%	41 16.7%	16 12.0%	64	14 15.6%	38 15.1%	11 10.9%	63
その他	6 8.8%	11 4.5%	5 3.8%	22	5 5.6%	14 5.6%	3 3.0%	22
合計	68	246	133	447	90	251	101	442



### 3. 業態別（6類型）

図表資2-3-1 創業年

	大企業の子会社・関連会社（資本を受け入れ）	特定企業の専属的・一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
1944年以前	4 11.1%	8 13.3%	0 0.0%	27 9.2%	69 20.8%	2 13.3%	110 14.6%
1945～1959年	7 19.4%	13 21.7%	2 11.1%	64 21.8%	87 26.2%	5 33.3%	178 23.6%
60年代	7 19.4%	12 20.0%	6 33.3%	76 25.9%	72 21.7%	5 33.3%	178 23.6%
70年代	5 13.9%	8 13.3%	5 27.8%	50 17.0%	37 11.1%	0 0.0%	105 13.9%
80年代	2 5.6%	5 8.3%	2 11.1%	33 11.2%	35 10.5%	0 0.0%	77 10.2%
90年代	5 13.9%	4 6.7%	2 11.1%	22 7.5%	14 4.2%	2 13.3%	49 6.5%
2000年以降	6 16.7%	10 16.7%	1 5.6%	22 7.5%	18 5.4%	1 6.7%	58 7.7%
合計	36 100.0%	60 100.0%	18 100.0%	294 100.0%	332 100.0%	15 100.0%	755 100.0%

図表資2-3-2 現在の資本規模

	大企業の子会社・関連会社（資本を受け入れ）	特定企業の専属的・一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
1千万円未満	2 5.6%	14 21.9%	12 60.0%	69 23.1%	49 14.4%	3 20.0%	149 19.2%
1千～3千万円未満	9 25.0%	42 65.6%	3 15.0%	177 59.2%	178 52.2%	9 60.0%	418 53.9%
3千～5千万円未満	3 8.3%	6 9.4%	4 20.0%	40 13.4%	49 14.4%	1 6.7%	103 13.3%
5千万～1億円未満	11 30.6%	2 3.1%	1 5.0%	12 4.0%	55 16.1%	0 0.0%	81 10.5%
1億円以上	11 30.6%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.3%	10 2.9%	2 13.3%	24 3.1%
合計	36 100.0%	64 100.0%	20 100.0%	299 100.0%	341 100.0%	15 100.0%	775 100.0%

図表資2-3-3 10年前の資本規模

	大企業の子会社・関連会社（資本を受け入れ）	特定企業の専属的・一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
1千万円未満	2 6.5%	9 18.8%	10 66.7%	68 25.4%	40 12.8%	2 18.2%	131 19.1%
1千～3千万円未満	8 25.8%	36 75.0%	1 6.7%	155 57.8%	171 54.8%	7 63.6%	378 55.2%
3千～5千万円未満	3 9.7%	2 4.2%	3 20.0%	34 12.7%	48 15.4%	1 9.1%	91 13.3%
5千万～1億円未満	8 25.8%	1 2.1%	1 6.7%	9 3.4%	44 14.1%	0 0.0%	63 9.2%
1億円以上	10 32.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 0.7%	9 2.9%	1 9.1%	22 3.2%
合計	31 100.0%	48 100.0%	15 100.0%	268 100.0%	312 100.0%	11 100.0%	685 100.0%

図表資2-3-4 業種

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的・一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
食料品、飲料・たばこ・飼料	4 11.4%	2 3.1%	0 0.0%	2 0.7%	28 8.2%	1 6.7%	37 4.8%
繊維工業	3 8.6%	5 7.8%	0 0.0%	20 6.7%	31 9.1%	2 13.3%	61 7.9%
木材・木製品	0 0.0%	0 0.0%	3 15.0%	3 1.0%	4 1.2%	2 13.3%	12 1.6%
家具・装備品	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	5 1.7%	4 1.2%	0 0.0%	9 1.2%
パルプ・紙・紙加工品	0 0.0%	3 4.7%	1 5.0%	9 3.0%	14 4.1%	0 0.0%	27 3.5%
印刷・同関連業	2 5.7%	8 12.5%	3 15.0%	32 10.7%	16 4.7%	1 6.7%	62 8.0%
化学工業	4 11.4%	3 4.7%	0 0.0%	8 2.7%	31 9.1%	0 0.0%	46 6.0%
石油製品・石炭製品	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
プラスチック製品	5 14.3%	2 3.1%	1 5.0%	31 10.4%	18 5.3%	2 13.3%	59 7.6%
ゴム製品	1 2.9%	1 1.6%	0 0.0%	3 1.0%	3 0.9%	0 0.0%	8 1.0%
なめし革・同製品・毛皮	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.3%	3 0.9%	0 0.0%	4 0.5%
窯業・土石製品	2 5.7%	0 0.0%	0 0.0%	5 1.7%	6 1.8%	0 0.0%	13 1.7%
鉄鋼業	2 5.7%	1 1.6%	2 10.0%	18 6.0%	16 4.7%	2 13.3%	41 5.3%
非鉄金属	0 0.0%	3 4.7%	0 0.0%	13 4.4%	12 3.5%	0 0.0%	28 3.6%
金属製品	6 17.1%	11 17.2%	6 30.0%	87 29.2%	56 16.5%	3 20.0%	169 21.9%
はん用機械器具	3 8.6%	0 0.0%	0 0.0%	3 1.0%	8 2.4%	0 0.0%	14 1.8%
生産用機械器具	1 2.9%	3 4.7%	2 10.0%	15 5.0%	32 9.4%	1 6.7%	54 7.0%
業務用機械器具	0 0.0%	3 4.7%	0 0.0%	5 1.7%	17 5.0%	0 0.0%	25 3.2%
電子部品・デバイス	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	7 2.3%	3 0.9%	0 0.0%	10 1.3%
電気機械器具	1 2.9%	7 10.9%	0 0.0%	12 4.0%	18 5.3%	0 0.0%	38 4.9%
情報通信機械器具	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.1%
輸送用機械器具	0 0.0%	6 9.4%	0 0.0%	6 2.0%	4 1.2%	0 0.0%	16 2.1%
その他の製造業	1 2.9%	6 9.4%	2 10.0%	12 4.0%	16 4.7%	1 6.7%	38 4.9%
合計	35 100.0%	64 100.0%	20 100.0%	298 100.0%	340 100.0%	15 100.0%	772 100.0%

図表資2-3-5 10年前の業態

(10年前)	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	27 84.4%	1 2.1%	1 5.6%	1 0.4%	3 0.9%	0 0.0%	33 4.8%
特定企業の専属的一次下請企業	0 0.0%	43 91.5%	1 5.6%	6 2.3%	2 0.6%	0 0.0%	52 7.6%
専属的二次以下の下請企業	0 0.0%	0 0.0%	14 77.8%	2 .8%	0 0.0%	0 0.0%	16 2.3%
特定企業の専属でない下請企業	1 3.1%	2 4.3%	1 5.6%	247 95.7%	7 2.2%	1 7.7%	259 37.9%
自社製品を持つ下請でない企業	4 12.5%	1 2.1%	1 5.6%	2 0.8%	303 95.9%	0 0.0%	311 45.5%
その他	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.3%	12 92.3%	13 1.9%
合計	32 100.0%	47 100.0%	18 100.0%	258 100.0%	316 100.0%	13 100.0%	684 100.0%

図表資2-3-6 記述統計量(従業者数、売上高、および1人当たり売上高)

		従業者数(人)		売上高(万円)		1人当たり売上高(万円)	
		現在	10年前	現在	10年前	現在	10年前
大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	平均値	86	92	261,659	258,057	3,158	2,839
	度数	35	27	32	28	31	26
	標準偏差	68	82	266,175	258,250	2,599	2,326
	最小値	3	2	5,000	4,000	311	556
	最大値	233	400	838,800	917,000	9,286	10,000
特定企業の専属的一次下請企業	平均値	35	34	53,405	52,940	1,590	1,694
	度数	61	49	59	48	57	45
	標準偏差	36	32	67,202	60,974	1,186	1,189
	最小値	1	2	1,300	3,200	244	271
	最大値	190	165	276,100	322,700	6,700	4,579
専属的二次以下の下請企業	平均値	24	34	45,679	55,000	1,540	1,622
	度数	20	17	19	16	19	15
	標準偏差	35	41	79,431	67,546	1,745	1,711
	最小値	1	1	300	800	225	289
	最大値	150	150	280,000	220,000	7,185	6,082
特定企業の専属でない下請企業	平均値	28	28	55,333	51,287	1,713	1,710
	度数	297	268	290	264	288	257
	標準偏差	38	33	96,050	73,696	1,212	1,052
	最小値	1	1	400	500	167	250
	最大値	275	198	650,000	556,700	7,647	6,667
自社製品を持つ下請でない企業	平均値	43	42	120,259	117,246	2,333	2,307
	度数	338	311	322	303	321	298
	標準偏差	56	48	215,184	188,890	1,546	1,376
	最小値	1	1	600	600	300	200
	最大値	500	320	2,076,500	1,868,700	10,500	8,300
その他	平均値	38	44	85,143	143,945	2,244	2,469
	度数	15	12	14	11	14	11
	標準偏差	55	67	124,170	244,514	1,827	2,112
	最小値	4	4	1,800	4,000	450	500
	最大値	213	216	397,200	763,800	6,205	6,000
合計	平均値	38	38	92,872	91,485	2,043	2,038
	度数	766	684	736	670	730	652
	標準偏差	50	46	173,005	156,440	1,518	1,360
	最小値	1	1	300	500	167	200
	最大値	500	400	2,076,500	1,868,700	10,500	10,000

図表資2-3-7 現在の従業者数

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
1~3人	1 2.9%	2 3.3%	4 20.0%	33 11.1%	19 5.6%	0 0.0%	59 7.7%
4~9人	1 2.9%	12 19.7%	5 25.0%	64 21.5%	51 15.1%	6 40.0%	139 18.1%
10~19人	2 5.7%	16 26.2%	5 25.0%	66 22.2%	66 19.5%	0 0.0%	155 20.2%
20~29人	4 11.4%	5 8.2%	0 0.0%	48 16.2%	48 14.2%	3 20.0%	108 14.1%
30~49人	7 20.0%	10 16.4%	4 20.0%	50 16.8%	63 18.6%	4 26.7%	138 18.0%
50~99人	7 20.0%	12 19.7%	1 5.0%	24 8.1%	60 17.8%	0 0.0%	104 13.6%
100人以上	13 37.1%	4 6.6%	1 5.0%	12 4.0%	31 9.2%	2 13.3%	63 8.2%
合計	35 100.0%	61 100.0%	20 100.0%	297 100.0%	338 100.0%	15 100.0%	766 100.0%

図表資2-3-8 10年前の従業者数

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
1~3人	1 3.7%	2 4.1%	3 17.6%	21 7.8%	10 3.2%	0 0.0%	37 5.4%
4~9人	1 3.7%	7 14.3%	2 11.8%	61 22.8%	50 16.1%	4 33.3%	125 18.3%
10~19人	0 0.0%	13 26.5%	3 17.6%	68 25.4%	66 21.2%	3 25.0%	153 22.4%
20~29人	4 14.8%	6 12.2%	2 11.8%	34 12.7%	51 16.4%	1 8.3%	98 14.3%
30~49人	4 14.8%	11 22.4%	4 23.5%	46 17.2%	50 16.1%	2 16.7%	117 17.1%
50~99人	7 25.9%	7 14.3%	2 11.8%	24 9.0%	48 15.4%	0 0.0%	88 12.9%
100人以上	10 37.0%	3 6.1%	1 5.9%	14 5.2%	36 11.6%	2 16.7%	66 9.6%
合計	27 100.0%	49 100.0%	17 100.0%	268 100.0%	311 100.0%	12 100.0%	684 100.0%

図表資2-3-9 従業者数増減(10年間の変化)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
増加	11 40.7%	22 44.9%	1 5.9%	96 36.0%	126 40.6%	4 33.3%	260 38.1%
横ばい	1 3.7%	4 8.2%	5 29.4%	41 15.4%	44 14.2%	2 16.7%	97 14.2%
減少	15 55.6%	23 46.9%	11 64.7%	130 48.7%	140 45.2%	6 50.0%	325 47.7%
合計	27 100.0%	49 100.0%	17 100.0%	267 100.0%	310 100.0%	12 100.0%	682 100.0%

図表2-3-10 現在の売上高

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
5000万円未満	0 0.0%	5 8.5%	7 36.8%	52 17.9%	28 8.7%	2 14.3%	94 12.8%
5000万～1億円未満	1 3.1%	8 13.6%	1 5.3%	33 11.4%	21 6.5%	2 14.3%	66 9.0%
1億～3億円未満	5 15.6%	18 30.5%	5 26.3%	77 26.6%	68 21.1%	2 14.3%	175 23.8%
3億～5億円未満	1 3.1%	7 11.9%	1 5.3%	41 14.1%	36 11.2%	4 28.6%	90 12.2%
5億～10億円未満	7 21.9%	13 22.0%	3 15.8%	48 16.6%	69 21.4%	1 7.1%	141 19.2%
10億円以上	18 56.3%	8 13.6%	2 10.5%	39 13.4%	100 31.1%	3 21.4%	170 23.1%
合計	32 100.0%	59 100.0%	19 100.0%	290 100.0%	322 100.0%	14 100.0%	736 100.0%

図表2-3-11 10年前の売上高

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
5000万円未満	1 3.6%	3 6.3%	3 18.8%	30 11.4%	19 6.3%	2 18.2%	58 8.7%
5000万～1億円未満	2 7.1%	5 10.4%	2 12.5%	32 12.1%	16 5.3%	1 9.1%	58 8.7%
1億～3億円未満	2 7.1%	17 35.4%	3 18.8%	79 29.9%	70 23.1%	2 18.2%	173 25.8%
3億～5億円未満	3 10.7%	5 10.4%	4 25.0%	40 15.2%	40 13.2%	3 27.3%	95 14.2%
5億～10億円未満	3 10.7%	12 25.0%	0 0.0%	48 18.2%	62 20.5%	0 0.0%	125 18.7%
10億円以上	17 60.7%	6 12.5%	4 25.0%	35 13.3%	96 31.7%	3 27.3%	161 24.0%
合計	28 100.0%	48 100.0%	16 100.0%	264 100.0%	303 100.0%	11 100.0%	670 100.0%

図表2-3-12 売上高増減率(10年間の変化)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
30%以上増加	9 32.1%	15 31.3%	2 12.5%	61 23.1%	73 24.3%	2 18.2%	162 24.3%
20～30%増加	2 7.1%	4 8.3%	2 12.5%	18 6.8%	19 6.3%	0 0.0%	45 6.7%
10～20%増加	2 7.1%	1 2.1%	1 6.3%	19 7.2%	21 7.0%	0 0.0%	44 6.6%
1～10%増加	4 14.3%	2 4.2%	0 0.0%	14 5.3%	20 6.6%	0 0.0%	40 6.0%
横ばい	0 0.0%	1 2.1%	1 6.3%	11 4.2%	13 4.3%	2 18.2%	28 4.2%
1～10%減少	2 7.1%	4 8.3%	0 0.0%	14 5.3%	32 10.6%	2 18.2%	54 8.1%
10～20%減少	4 14.3%	6 12.5%	1 6.3%	29 11.0%	42 14.0%	1 9.1%	83 12.4%
20～30%減少	2 7.1%	4 8.3%	1 6.3%	30 11.4%	29 9.6%	1 9.1%	67 10.0%
30%以上減少	3 10.7%	11 22.9%	8 50.0%	68 25.8%	52 17.3%	3 27.3%	145 21.7%
合計	28 100.0%	48 100.0%	16 100.0%	264 100.0%	301 100.0%	11 100.0%	668 100.0%

図表2-3-13 現在の1人当たり売上高

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的・一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
500万円未満	1 3.2%	5 8.8%	4 21.1%	13 4.5%	9 2.8%	1 7.1%	33 4.5%
500～1000万円未満	4 12.9%	14 24.6%	5 26.3%	64 22.2%	39 12.1%	3 21.4%	129 17.7%
1000～1500万円未満	6 19.4%	18 31.6%	5 26.3%	77 26.7%	54 16.8%	3 21.4%	163 22.3%
1500～2000万円未満	5 16.1%	6 10.5%	2 10.5%	55 19.1%	54 16.8%	1 7.1%	123 16.8%
2000～3000万円未満	3 9.7%	7 12.3%	0 0.0%	45 15.6%	87 27.1%	3 21.4%	145 19.9%
3000万円以上	12 38.7%	7 12.3%	3 15.8%	34 11.8%	78 24.3%	3 21.4%	137 18.8%
合計	31 100.0%	57 100.0%	19 100.0%	288 100.0%	321 100.0%	14 100.0%	730 100.0%

図表2-3-14 10年前の1人当たり売上高

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的・一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
500万円未満	0 0.0%	2 4.4%	3 20.0%	9 3.5%	7 2.3%	0 0.0%	21 3.2%
500～1000万円未満	5 19.2%	11 24.4%	4 26.7%	47 18.3%	36 12.1%	2 18.2%	105 16.1%
1000～1500万円未満	6 23.1%	15 33.3%	4 26.7%	76 29.6%	58 19.5%	3 27.3%	162 24.8%
1500～2000万円未満	1 3.8%	5 11.1%	1 6.7%	48 18.7%	37 12.4%	3 27.3%	95 14.6%
2000～3000万円未満	6 23.1%	4 8.9%	0 0.0%	49 19.1%	78 26.2%	0 0.0%	137 21.0%
3000万円以上	8 30.8%	8 17.8%	3 20.0%	28 10.9%	82 27.5%	3 27.3%	132 20.2%
合計	26 100.0%	45 100.0%	15 100.0%	257 100.0%	298 100.0%	11 100.0%	652 100.0%

図表2-3-15 1人当たり売上高増減率(10年間の変化)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的・一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
30%以上増加	4 15.4%	5 11.1%	2 13.3%	31 12.1%	32 10.8%	0 0.0%	74 11.4%
20～30%増加	3 11.5%	2 4.4%	0 0.0%	18 7.0%	27 9.2%	1 9.1%	51 7.9%
10～20%増加	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
1～10%増加	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
横ばい	18 69.2%	27 60.0%	10 66.7%	143 55.9%	172 58.3%	5 45.5%	375 57.9%
1～10%減少	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
10～20%減少	1 3.8%	4 8.9%	0 0.0%	22 8.6%	39 13.2%	1 9.1%	67 10.3%
20～30%減少	0 0.0%	1 2.2%	1 6.7%	11 4.3%	7 2.4%	1 9.1%	21 3.2%
30%以上減少	0 0.0%	6 13.3%	2 13.3%	31 12.1%	18 6.1%	3 27.3%	60 9.3%
合計	26 100.0%	45 100.0%	15 100.0%	256 100.0%	295 100.0%	11 100.0%	648 100.0%

図表資2-3-16 現在の売上高営業利益率

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
赤字	11 30.6%	22 36.7%	6 33.3%	93 32.5%	73 22.0%	4 30.8%	209 28.1%
1%未満	7 19.4%	10 16.7%	6 33.3%	23 8.0%	37 11.1%	2 15.4%	85 11.4%
1%台	1 2.8%	5 8.3%	3 16.7%	29 10.1%	25 7.5%	1 7.7%	64 8.6%
2%台	0 0.0%	4 6.7%	0 0.0%	24 8.4%	30 9.0%	2 15.4%	60 8.1%
3%台	1 2.8%	3 5.0%	1 5.6%	19 6.6%	34 10.2%	2 15.4%	60 8.1%
4%台	1 2.8%	3 5.0%	2 11.1%	22 7.7%	19 5.7%	0 0.0%	47 6.3%
5%台	5 13.9%	1 1.7%	0 0.0%	26 9.1%	33 9.9%	0 0.0%	65 8.7%
6%台	0 0.0%	4 6.7%	0 0.0%	5 1.7%	10 3.0%	0 0.0%	19 2.6%
7%台	1 2.8%	1 1.7%	0 0.0%	5 1.7%	10 3.0%	1 7.7%	18 2.4%
8%台	2 5.6%	1 1.7%	0 0.0%	6 2.1%	13 3.9%	0 0.0%	22 3.0%
9%台	1 2.8%	3 5.0%	0 0.0%	3 1.0%	6 1.8%	0 0.0%	13 1.7%
10%以上	6 16.7%	3 5.0%	0 0.0%	31 10.8%	42 12.7%	1 7.7%	83 11.1%
合計	36 100.0%	60 100.0%	18 100.0%	286 100.0%	332 100.0%	13 100.0%	745 100.0%

図表資2-3-17 10年前の売上高営業利益率

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
赤字	5 17.9%	3 7.0%	2 13.3%	43 16.5%	29 9.6%	0 0.0%	82 12.4%
1%未満	4 14.3%	4 9.3%	6 40.0%	30 11.5%	43 14.2%	1 9.1%	88 13.3%
1%台	4 14.3%	2 4.7%	2 13.3%	25 9.6%	28 9.3%	2 18.2%	63 9.5%
2%台	1 3.6%	5 11.6%	1 6.7%	26 10.0%	33 10.9%	1 9.1%	67 10.2%
3%台	2 7.1%	8 18.6%	1 6.7%	27 10.3%	36 11.9%	2 18.2%	76 11.5%
4%台	2 7.1%	7 16.3%	0 0.0%	17 6.5%	25 8.3%	0 0.0%	51 7.7%
5%台	3 10.7%	3 7.0%	1 6.7%	30 11.5%	33 10.9%	2 18.2%	72 10.9%
6%台	0 0.0%	3 7.0%	0 0.0%	6 2.3%	7 2.3%	1 9.1%	17 2.6%
7%台	0 0.0%	1 2.3%	1 6.7%	10 3.8%	5 1.7%	1 9.1%	18 2.7%
8%台	1 3.6%	3 7.0%	0 0.0%	16 6.1%	12 4.0%	0 0.0%	32 4.8%
9%台	2 7.1%	0 0.0%	0 0.0%	3 1.1%	7 2.3%	0 0.0%	12 1.8%
10%以上	4 14.3%	4 9.3%	1 6.7%	28 10.7%	44 14.6%	1 9.1%	82 12.4%
合計	28 100.0%	43 100.0%	15 100.0%	261 100.0%	302 100.0%	11 100.0%	660 100.0%

図表資2-3-18 記述統計量(1人当たり利益額(万円))

		現在	10年前
大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	平均値	61	75
	度数	31	25
	標準偏差	437	334
	最小値	-1,096	-917
	最大値	1,320	950
特定企業の専属的・一次下請企業	平均値	-13	74
	度数	55	39
	標準偏差	167	153
	最小値	-791	-413
	最大値	328	683
専属的二次以下の下請企業	平均値	6	25
	度数	18	13
	標準偏差	68	60
	最小値	-118	-94
	最大値	216	101
特定企業の専属でない下請企業	平均値	34	66
	度数	275	240
	標準偏差	228	169
	最小値	-902	-431
	最大値	1,333	1,056
自社製品を持つ下請でない企業	平均値	97	119
	度数	314	283
	標準偏差	264	208
	最小値	-496	-791
	最大値	2,153	1,179
その他	平均値	-13	99
	度数	12	10
	標準偏差	207	94
	最小値	-590	6
	最大値	217	299
合計	平均値	58	91
	度数	705	610
	標準偏差	252	195
	最小値	-1,096	-917
	最大値	2,153	1,179

図表資2-3-19 現在の1人当たり利益額

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的・一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
赤字	9 29.0%	20 36.4%	6 33.3%	87 31.6%	66 21.0%	4 33.3%	192 27.2%
50万円未満	6 19.4%	21 38.2%	10 55.6%	79 28.7%	76 24.2%	4 33.3%	196 27.8%
50~100万円未満	3 9.7%	5 9.1%	1 5.6%	49 17.8%	47 15.0%	1 8.3%	106 15.0%
100~200万円未満	3 9.7%	5 9.1%	0 0.0%	29 10.5%	62 19.7%	2 16.7%	101 14.3%
200~300万円未満	4 12.9%	2 3.6%	1 5.6%	9 3.3%	24 7.6%	1 8.3%	41 5.8%
300万円以上	6 19.4%	2 3.6%	0 0.0%	22 8.0%	39 12.4%	0 0.0%	69 9.8%
合計	31 100.0%	55 100.0%	18 100.0%	275 100.0%	314 100.0%	12 100.0%	705 100.0%



図表資2-3-20 10年前の1人当たり利益額

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
赤字	5 20.0%	2 5.1%	2 15.4%	38 15.8%	24 8.5%	0 0.0%	71 11.6%
50万円未満	7 28.0%	18 46.2%	6 46.2%	79 32.9%	83 29.3%	4 40.0%	197 32.3%
50~100万円未満	5 20.0%	10 25.6%	4 30.8%	63 26.3%	59 20.8%	3 30.0%	144 23.6%
100~200万円未満	3 12.0%	5 12.8%	1 7.7%	31 12.9%	64 22.6%	1 10.0%	105 17.2%
200~300万円未満	2 8.0%	2 5.1%	0 0.0%	14 5.8%	19 6.7%	2 20.0%	39 6.4%
300万円以上	3 12.0%	2 5.1%	0 0.0%	15 6.3%	34 12.0%	0 0.0%	54 8.9%
合計	25 100.0%	39 100.0%	13 100.0%	240 100.0%	283 100.0%	10 100.0%	610 100.0%

図表資2-3-21 1人当たり利益額増減率(10年間の変化)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
30%以上増加	9 36.0%	5 12.8%	3 23.1%	47 19.8%	77 27.5%	1 10.0%	142 23.5%
20~30%増加	0 0.0%	1 2.6%	0 0.0%	7 3.0%	9 3.2%	0 0.0%	17 2.8%
10~20%増加	3 12.0%	2 5.1%	0 0.0%	6 2.5%	8 2.9%	0 0.0%	19 3.1%
1~10%増加	1 4.0%	0 0.0%	0 0.0%	5 2.1%	10 3.6%	1 10.0%	17 2.8%
横ばい	1 4.0%	3 7.7%	1 7.7%	6 2.5%	9 3.2%	1 10.0%	21 3.5%
1~10%減少	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	10 4.2%	16 5.7%	0 0.0%	26 4.3%
10~20%減少	2 8.0%	0 0.0%	0 0.0%	11 4.6%	10 3.6%	0 0.0%	23 3.8%
20~30%減少	0 0.0%	1 2.6%	1 7.7%	11 4.6%	14 5.0%	0 0.0%	27 4.5%
30%以上減少	9 36.0%	27 69.2%	8 61.5%	134 56.5%	127 45.4%	7 70.0%	312 51.7%
合計	25 100.0%	39 100.0%	13 100.0%	237 100.0%	280 100.0%	10 100.0%	604 100.0%

図表資2-3-22 ホームページの開設

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
開設している	26 72.2%	28 43.8%	7 35.0%	183 61.6%	264 77.6%	10 66.7%	518 67.1%
開設していない	10 27.8%	36 56.3%	13 65.0%	114 38.4%	76 22.4%	5 33.3%	254 32.9%
合計	36 100.0%	64 100.0%	20 100.0%	297 100.0%	340 100.0%	15 100.0%	772 100.0%

図表2-3-23 ホームページをどのように活用しているか(複数回答)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
会社案内	24 96.0%	26 96.3%	7 100.0%	158 88.3%	222 85.7%	0	437
製品販売・受注獲得	10 40.0%	7 25.9%	1 14.3%	74 41.3%	126 48.6%	0	218
技術・製品の宣伝	15 60.0%	8 29.6%	3 42.9%	90 50.3%	156 60.2%	0	272
人材募集	6 24.0%	5 18.5%	1 14.3%	21 11.7%	65 25.1%	0	98
その他	1 4.0%	0 0.0%	1 14.3%	2 1.1%	18 6.9%	0	22
合計	25	27	7	179	259	0	497

図表2-3-24 市場の段階

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
導入(揺籃)期	1 2.8%	1 1.6%	0 0.0%	6 2.0%	3 0.9%	0 0.0%	11 1.5%
成長期	2 5.6%	3 4.9%	1 5.0%	13 4.4%	27 8.2%	0 0.0%	46 6.1%
成熟期	16 44.4%	19 31.1%	3 15.0%	96 32.7%	144 43.5%	5 38.5%	283 37.5%
衰退(縮小)期	14 38.9%	26 42.6%	11 55.0%	136 46.3%	133 40.2%	6 46.2%	326 43.2%
不明	3 8.3%	12 19.7%	5 25.0%	43 14.6%	24 7.3%	2 15.4%	89 11.8%
合計	36 100.0%	61 100.0%	20 100.0%	294 100.0%	331 100.0%	13 100.0%	755 100.0%

図表2-3-25 主な受注品単価が10年前と比べて

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
5割以上上昇	0 0.0%	0 0.0%	1 5.9%	4 1.4%	6 1.9%	0 0.0%	11 1.5%
4~5割上昇	1 3.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 0.7%	6 1.9%	1 7.7%	10 1.4%
3~4割上昇	0 0.0%	1 1.9%	0 0.0%	4 1.4%	6 1.9%	0 0.0%	11 1.5%
2~3割上昇	1 3.3%	1 1.9%	0 0.0%	10 3.6%	20 6.2%	0 0.0%	32 4.5%
1~2割上昇	3 10.0%	3 5.8%	1 5.9%	18 6.5%	30 9.3%	2 15.4%	57 8.0%
1割未満上昇	1 3.3%	2 3.8%	0 0.0%	12 4.3%	21 6.5%	1 7.7%	37 5.2%
横ばい	11 36.7%	15 28.8%	6 35.3%	67 24.0%	101 31.4%	3 23.1%	203 28.5%
1割未満低下	1 3.3%	5 9.6%	0 0.0%	22 7.9%	19 5.9%	0 0.0%	47 6.6%
1~2割低下	4 13.3%	8 15.4%	4 23.5%	56 20.1%	49 15.2%	2 15.4%	123 17.3%
2~3割低下	5 16.7%	9 17.3%	4 23.5%	47 16.8%	39 12.1%	3 23.1%	107 15.0%
3~4割低下	1 3.3%	8 15.4%	0 0.0%	20 7.2%	16 5.0%	1 7.7%	46 6.5%
4~5割低下	1 3.3%	0 0.0%	0 0.0%	9 3.2%	2 0.6%	0 0.0%	12 1.7%
5割以上低下	1 3.3%	0 0.0%	1 5.9%	8 2.9%	7 2.2%	0 0.0%	17 2.4%
合計	30 100.0%	52 100.0%	17 100.0%	279 100.0%	322 100.0%	13 100.0%	713 100.0%

図表2-3-26 現在受注価格のどのように決まるか

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
受注先の指値	2 5.6%	12 18.8%	4 21.1%	18 6.1%	10 3.0%	0 0.0%	46 6.0%
見積もり合わせ	11 30.6%	18 28.1%	2 10.5%	108 36.5%	88 26.3%	4 26.7%	231 30.2%
話し合いにより受注先の指値に近い価格	13 36.1%	23 35.9%	9 47.4%	76 25.7%	67 20.0%	4 26.7%	192 25.1%
話し合いにより貴社の見積りに近い価格	6 16.7%	8 12.5%	3 15.8%	51 17.2%	82 24.5%	5 33.3%	155 20.3%
貴社の見積価格	3 8.3%	3 4.7%	1 5.3%	41 13.9%	80 23.9%	1 6.7%	129 16.9%
その他	1 2.8%	0 0.0%	0 0.0%	2 0.7%	8 2.4%	1 6.7%	12 1.6%
合計	36 100.0%	64 100.0%	19 100.0%	296 100.0%	335 100.0%	15 100.0%	765 100.0%

図表2-3-27 10年前は受注価格がどのように決まるか

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
受注先の指値	1 3.4%	6 11.8%	5 29.4%	21 7.6%	6 1.9%	0 0.0%	39 5.6%
見積もり合わせ	11 37.9%	15 29.4%	3 17.6%	90 32.5%	81 25.7%	2 16.7%	202 28.8%
話し合いにより受注先の指値に近い価格	7 24.1%	15 29.4%	5 29.4%	57 20.6%	62 19.7%	3 25.0%	149 21.3%
話し合いにより貴社の見積りに近い価格	6 20.7%	10 19.6%	2 11.8%	60 21.7%	77 24.4%	3 25.0%	158 22.5%
貴社の見積価格	4 13.8%	5 9.8%	2 11.8%	47 17.0%	83 26.3%	3 25.0%	144 20.5%
その他	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 0.7%	6 1.9%	1 8.3%	9 1.3%
合計	29 100.0%	51 100.0%	17 100.0%	277 100.0%	315 100.0%	12 100.0%	701 100.0%

図表2-3-28 主な受注先で内製可能な製造・加工品か

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
受注先で内製可能	9 25.7%	25 39.7%	9 45.0%	90 30.8%	42 12.7%	5 35.7%	180 23.9%
受注先では内製不可能	22 62.9%	32 50.8%	9 45.0%	149 51.0%	241 73.0%	7 50.0%	460 61.0%
不明	4 11.4%	6 9.5%	2 10.0%	53 18.2%	47 14.2%	2 14.3%	114 15.1%
合計	35 100.0%	63 100.0%	20 100.0%	292 100.0%	330 100.0%	14 100.0%	754 100.0%

図表2-3-29 現在受注先からの技術指導があるか

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
ある	5 13.9%	35 55.6%	4 20.0%	43 14.6%	31 9.1%	0 0.0%	118 15.4%
ない	31 86.1%	28 44.4%	16 80.0%	252 85.4%	309 90.9%	14 100.0%	650 84.6%
合計	36 100.0%	63 100.0%	20 100.0%	295 100.0%	340 100.0%	14 100.0%	768 100.0%

図表資2-3-30 10年前は受注先からの技術指導があるか

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
あった	7 21.9%	24 44.4%	5 27.8%	43 15.4%	32 9.9%	0 0.0%	111 15.4%
なかった	25 78.1%	30 55.6%	13 72.2%	237 84.6%	292 90.1%	13 100.0%	610 84.6%
合計	32 100.0%	54 100.0%	18 100.0%	280 100.0%	324 100.0%	13 100.0%	721 100.0%

図表資2-3-31 受注先数は10年前と比べて

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
増加	6 18.8%	3 5.4%	2 10.5%	46 16.1%	49 14.9%	1 7.1%	107 14.6%
やや増加	9 28.1%	14 25.0%	4 21.1%	48 16.8%	56 17.0%	4 28.6%	135 18.4%
横ばい	7 21.9%	17 30.4%	1 5.3%	58 20.4%	88 26.7%	2 14.3%	173 23.5%
やや減少	4 12.5%	9 16.1%	5 26.3%	62 21.8%	70 21.3%	3 21.4%	153 20.8%
減少	6 18.8%	13 23.2%	7 36.8%	71 24.9%	66 20.1%	4 28.6%	167 22.7%
合計	32 100.0%	56 100.0%	19 100.0%	285 100.0%	329 100.0%	14 100.0%	735 100.0%

図表資2-3-32 新たな受注先の獲得のためにどのようなことをしていますか(複数回答)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
既存取引先に受注先の紹介を依頼	14 38.9%	12 19.4%	3 15.8%	104 35.0%	76 22.2%	0 0.0%	209
直接的な営業による新規開拓	25 69.4%	18 29.0%	7 36.8%	125 42.1%	201 58.8%	0 0.0%	376
展示会・商談会等への参加	10 27.8%	5 8.1%	0 0.0%	58 19.5%	105 30.7%	0 0.0%	178
公的認証制度の活用などによる製品・技術の広報	3 8.3%	3 4.8%	1 5.3%	11 3.7%	28 8.2%	0 0.0%	46
自社ウェブサイトや広告による宣伝	5 13.9%	6 9.7%	1 5.3%	71 23.9%	110 32.2%	0 0.0%	193
新製品・技術開発による新たな受注開拓	11 30.6%	9 14.5%	3 15.8%	36 12.1%	141 41.2%	0 0.0%	200
その他	1 2.8%	3 4.8%	2 10.5%	6 2.0%	5 1.5%	0 0.0%	17
特に何も行ってない	4 11.1%	29 46.8%	9 47.4%	78 26.3%	42 12.3%	0 0.0%	162
合計	36	62	19	297	342	0.0%	756

図表資2-3-33 新たな受注先を獲得するための課題は何ですか(複数回答)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
受注先の候補がみつからない	7 19.4%	11 17.7%	4 20.0%	88 29.7%	66 19.7%	0	176
営業方法がわからない	1 2.8%	4 6.5%	0 0.0%	18 6.1%	16 4.8%	0	39
営業の人材が不足している	11 30.6%	16 25.8%	2 10.0%	117 39.5%	156 46.6%	0	302
資金が不足している	3 8.3%	7 11.3%	2 10.0%	52 17.6%	44 13.1%	0	108
売り込む商品・技術力が弱い	18 50.0%	17 27.4%	3 15.0%	56 18.9%	94 28.1%	0	188
その他	1 2.8%	3 4.8%	2 10.0%	7 2.4%	22 6.6%	0	35
特になし	8 22.2%	20 32.3%	8 40.0%	89 30.1%	72 21.5%	0	197
合計	36	62	20	296	335	0	749

図表資2-3-34 受注先を開拓していくために求められる支援策は(複数回答)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
受発注斡旋事業	3 8.3%	15 24.2%	3 15.0%	84 28.8%	50 14.9%	0	155
製品・技術を広報する冊子や公的機関のウェブサイト	3 8.3%	7 11.3%	2 10.0%	22 7.5%	51 15.2%	0	85
展示会・商談会の開催	4 11.1%	3 4.8%	0 0.0%	28 9.6%	46 13.7%	0	81
展示会・商談会への出展費用の補助など資金面のアドバイザーの派遣	4 11.1%	7 11.3%	1 5.0%	36 12.3%	82 24.5%	0	130
営業・広報担当の人材育成支援	0 0.0%	1 1.6%	0 0.0%	7 2.4%	13 3.9%	0	21
新製品・技術開発の支援	10 27.8%	16 25.8%	2 10.0%	63 21.6%	95 28.4%	0	186
その他	14 38.9%	17 27.4%	1 5.0%	70 24.0%	134 40.0%	0	236
特になし	3 8.3%	2 3.2%	2 10.0%	11 3.8%	12 3.6%	0	30
合計	11 30.6%	23 37.1%	13 65.0%	103 35.3%	86 25.7%	0	236
合計	36	62	20	292	335	0	745

図表資2-3-35 競合する可能性のある競争相手の数

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
なし	0 0.0%	9 14.3%	1 5.0%	11 3.7%	10 2.9%	0 0.0%	31 4.0%
1社	2 5.7%	3 4.8%	2 10.0%	2 0.7%	6 1.8%	0 0.0%	15 1.9%
2~3社	4 11.4%	18 28.6%	4 20.0%	95 32.0%	97 28.4%	5 35.7%	223 29.0%
4~5社	12 34.3%	9 14.3%	2 10.0%	72 24.2%	88 25.8%	3 21.4%	186 24.2%
6~9社	4 11.4%	8 12.7%	3 15.0%	18 6.1%	38 11.1%	2 14.3%	73 9.5%
10~19社	5 14.3%	0 0.0%	1 5.0%	14 4.7%	35 10.3%	2 14.3%	57 7.4%
20~49社	0 0.0%	2 3.2%	2 10.0%	6 2.0%	14 4.1%	1 7.1%	25 3.2%
50~99社	0 0.0%	1 1.6%	0 0.0%	3 1.0%	5 1.5%	0 0.0%	9 1.2%
100社以上	0 0.0%	1 1.6%	0 0.0%	8 2.7%	9 2.6%	0 0.0%	18 2.3%
不明	8 22.9%	12 19.0%	5 25.0%	68 22.9%	39 11.4%	1 7.1%	133 17.3%
合計	35 100.0%	63 100.0%	20 100.0%	297 100.0%	341 100.0%	14 100.0%	770 100.0%

図表資2-3-36 競争相手の数は、最近10年間で

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
増加	1 3.2%	4 7.5%	0 0.0%	25 8.8%	26 7.9%	0 0.0%	56 7.7%
やや増加	5 16.1%	10 18.9%	5 26.3%	39 13.8%	56 17.1%	3 23.1%	118 16.2%
横ばい	11 35.5%	24 45.3%	7 36.8%	102 36.0%	121 36.9%	5 38.5%	270 37.1%
やや減少	4 12.9%	6 11.3%	0 0.0%	40 14.1%	54 16.5%	2 15.4%	106 14.6%
減少	3 9.7%	5 9.4%	2 10.5%	31 11.0%	36 11.0%	2 15.4%	79 10.9%
不明	7 22.6%	4 7.5%	5 26.3%	46 16.3%	35 10.7%	1 7.7%	98 13.5%
合計	31 100.0%	53 100.0%	19 100.0%	283 100.0%	328 100.0%	13 100.0%	727 100.0%

図表資2-3-37 他社で製造・加工できないオンリーワン製品・技術を持っているか

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
持っている	14 40.0%	20 32.3%	8 44.4%	109 37.5%	179 55.4%	5 35.7%	335 45.1%
持っていない	21 60.0%	42 67.7%	10 55.6%	182 62.5%	144 44.6%	9 64.3%	408 54.9%
合計	35 100.0%	62 100.0%	18 100.0%	291 100.0%	323 100.0%	14 100.0%	743 100.0%

図表資2-3-38 「品質の高さ」の評価

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
高い	5 13.9%	11 17.7%	4 20.0%	66 22.4%	85 25.3%	4 30.8%	175 23.0%
やや高い	15 41.7%	25 40.3%	9 45.0%	128 43.4%	141 42.0%	5 38.5%	323 42.4%
同程度	15 41.7%	23 37.1%	6 30.0%	96 32.5%	97 28.9%	4 30.8%	241 31.6%
やや低い	1 2.8%	3 4.8%	1 5.0%	4 1.4%	13 3.9%	0 0.0%	22 2.9%
低い	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.1%
合計	36 100.0%	62 100.0%	20 100.0%	295 100.0%	336 100.0%	13 100.0%	762 100.0%

図表資2-3-39 「価格競争力」の評価

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
高い	2 5.6%	3 4.9%	0 0.0%	18 6.1%	29 8.6%	1 7.7%	53 7.0%
やや高い	11 30.6%	11 18.0%	5 26.3%	71 24.0%	75 22.3%	2 15.4%	175 23.0%
同程度	11 30.6%	37 60.7%	7 36.8%	127 42.9%	120 35.7%	6 46.2%	308 40.5%
やや低い	11 30.6%	8 13.1%	7 36.8%	68 23.0%	92 27.4%	3 23.1%	189 24.8%
低い	1 2.8%	2 3.3%	0 0.0%	12 4.1%	20 6.0%	1 7.7%	36 4.7%
合計	36 100.0%	61 100.0%	19 100.0%	296 100.0%	336 100.0%	13 100.0%	761 100.0%

図表資2-3-40 「納期(短さ・柔軟さ)」の評価

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
高い	5 13.9%	16 25.8%	6 30.0%	95 32.4%	86 25.7%	5 38.5%	213 28.1%
やや高い	10 27.8%	27 43.5%	6 30.0%	107 36.5%	113 33.7%	4 30.8%	267 35.2%
同程度	17 47.2%	17 27.4%	5 25.0%	80 27.3%	111 33.1%	2 15.4%	232 30.6%
やや低い	4 11.1%	2 3.2%	3 15.0%	9 3.1%	22 6.6%	2 15.4%	42 5.5%
低い	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 0.7%	3 0.9%	0 0.0%	5 0.7%
合計	36 100.0%	62 100.0%	20 100.0%	293 100.0%	335 100.0%	13 100.0%	759 100.0%

図表資2-3-41 「営業力」の評価

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
高い	6 16.7%	4 6.7%	1 5.3%	14 4.8%	17 5.1%	0 0.0%	42 5.5%
やや高い	3 8.3%	8 13.3%	2 10.5%	54 18.4%	72 21.4%	2 15.4%	141 18.6%
同程度	13 36.1%	27 45.0%	4 21.1%	111 37.8%	112 33.3%	5 38.5%	272 35.9%
やや低い	12 33.3%	11 18.3%	8 42.1%	78 26.5%	100 29.8%	5 38.5%	214 28.2%
低い	2 5.6%	10 16.7%	4 21.1%	37 12.6%	35 10.4%	1 7.7%	89 11.7%
合計	36 100.0%	60 100.0%	19 100.0%	294 100.0%	336 100.0%	13 100.0%	758 100.0%

図表資2-3-42 「上記を踏まえた総合力」の評価

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
高い	4 11.1%	1 1.7%	0 0.0%	10 3.4%	13 3.9%	0 0.0%	28 3.7%
やや高い	7 19.4%	26 43.3%	7 36.8%	124 42.3%	130 38.6%	4 30.8%	298 39.3%
同程度	20 55.6%	24 40.0%	10 52.6%	111 37.9%	137 40.7%	8 61.5%	310 40.9%
やや低い	4 11.1%	7 11.7%	2 10.5%	43 14.7%	51 15.1%	1 7.7%	108 14.2%
低い	1 2.8%	2 3.3%	0 0.0%	5 1.7%	6 1.8%	0 0.0%	14 1.8%
合計	36 100.0%	60 100.0%	19 100.0%	293 100.0%	337 100.0%	13 100.0%	758 100.0%

図表資2-3-43 新製品・技術開発や新たな生産方法の導入をしたか

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
実施した	7 21.9%	19 33.9%	4 21.1%	96 33.7%	154 47.0%	2 15.4%	282 38.5%
実施していない	25 78.1%	37 66.1%	15 78.9%	189 66.3%	174 53.0%	11 84.6%	451 61.5%
合計	32 100.0%	56 100.0%	19 100.0%	285 100.0%	328 100.0%	13 100.0%	733 100.0%



図表資2-3-44 その技術や製品販売が現在の売上げに占める割合

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
5割以上	2 28.6%	2 10.5%	2 50.0%	7 7.4%	16 10.8%	0 0.0%	29 10.5%
4～5割未満	0 0.0%	1 5.3%	0 0.0%	8 8.4%	8 5.4%	1 50.0%	18 6.5%
3～4割未満	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	12 12.6%	24 16.2%	0 0.0%	36 13.1%
2～3割未満	2 28.6%	4 21.1%	0 0.0%	19 20.0%	33 22.3%	0 0.0%	58 21.1%
1～2割未満	1 14.3%	4 21.1%	1 25.0%	17 17.9%	28 18.9%	0 0.0%	51 18.5%
1割未満	1 14.3%	6 31.6%	1 25.0%	19 20.0%	25 16.9%	0 0.0%	52 18.9%
売上高に寄与していない	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	7 7.4%	8 5.4%	0 0.0%	15 5.5%
不明	1 14.3%	2 10.5%	0 0.0%	6 6.3%	6 4.1%	1 50.0%	16 5.8%
合計	7 100.0%	19 100.0%	4 100.0%	95 100.0%	148 100.0%	2 100.0%	275 100.0%

図表資2-3-45 海外に生産拠点を保有(委託生産を含む)(現在)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
いいえ	29 80.6%	56 90.3%	19 95.0%	256 88.3%	262 78.0%	13 92.9%	635 83.8%
はい	7 19.4%	6 9.7%	1 5.0%	34 11.7%	74 22.0%	1 7.1%	123 16.2%
合計	36 100.0%	62 100.0%	20 100.0%	290 100.0%	336 100.0%	14 100.0%	758 100.0%

図表資2-3-46 海外に生産拠点を保有(委託生産を含む)(10年前)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
いいえ	27 84.4%	44 89.8%	17 100.0%	254 93.4%	272 85.8%	10 90.9%	624 89.4%
はい	5 15.6%	5 10.2%	0 0.0%	18 6.6%	45 14.2%	1 9.1%	74 10.6%
合計	32 100.0%	49 100.0%	17 100.0%	272 100.0%	317 100.0%	11 100.0%	698 100.0%

図表資2-3-47 輸出を実施している(商社経由を含む)(現在)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
いいえ	24 66.7%	54 87.1%	19 95.0%	244 84.1%	184 54.8%	13 92.9%	538 71.0%
はい	12 33.3%	8 12.9%	1 5.0%	46 15.9%	152 45.2%	1 7.1%	220 29.0%
合計	36 100.0%	62 100.0%	20 100.0%	290 100.0%	336 100.0%	14 100.0%	758 100.0%

図表資2-3-48 輸出を実施している(商社経由を含む)(10年前)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
いいえ	24 75.0%	45 91.8%	17 100.0%	229 84.2%	187 59.0%	10 90.9%	512 73.4%
はい	8 25.0%	4 8.2%	0 0.0%	43 15.8%	130 41.0%	1 9.1%	186 26.6%
合計	32 100.0%	49 100.0%	17 100.0%	272 100.0%	317 100.0%	11 100.0%	698 100.0%

図表資2-3-49 輸出される製品に組み込まれる部品・素材を製造している(現在)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
いいえ	27 75.0%	49 79.0%	18 90.0%	190 65.5%	225 67.8%	12 85.7%	521 69.1%
はい	9 25.0%	13 21.0%	2 10.0%	100 34.5%	107 32.2%	2 14.3%	233 30.9%
合計	36 100.0%	62 100.0%	20 100.0%	290 100.0%	332 100.0%	14 100.0%	754 100.0%

図表資2-3-50 輸出される製品に組み込まれる部品・素材を製造している(10年前)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
いいえ	26 81.3%	41 83.7%	16 94.1%	187 68.8%	219 70.0%	9 81.8%	498 71.8%
はい	6 18.8%	8 16.3%	1 5.9%	85 31.3%	94 30.0%	2 18.2%	196 28.2%
合計	32 100.0%	49 100.0%	17 100.0%	272 100.0%	313 100.0%	11 100.0%	694 100.0%

図表資2-3-51 部品や素材を輸入(現在)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
いいえ	24 66.7%	54 87.1%	17 85.0%	225 77.3%	193 57.8%	11 78.6%	524 69.2%
はい	12 33.3%	8 12.9%	3 15.0%	66 22.7%	141 42.2%	3 21.4%	233 30.8%
合計	36 100.0%	62 100.0%	20 100.0%	291 100.0%	334 100.0%	14 100.0%	757 100.0%

図表資2-3-52 部品や素材を輸入(10年前)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
いいえ	25 78.1%	45 91.8%	15 88.2%	233 85.3%	213 67.6%	8 72.7%	539 77.3%
はい	7 21.9%	4 8.2%	2 11.8%	40 14.7%	102 32.4%	3 27.3%	158 22.7%
合計	32 100.0%	49 100.0%	17 100.0%	273 100.0%	315 100.0%	11 100.0%	697 100.0%

図表資2-3-53 海外への進出・取引を検討する上での課題(複数回答)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
国際関連業務に対応可能な人材難	11 33.3%	16 27.1%	3 16.7%	82 30.1%	123 38.1%	0 0.0%	235
海外事業展開におけるパートナーの確保難	9 27.3%	10 16.9%	2 11.1%	64 23.5%	96 29.7%	0 0.0%	181
制度や市場など海外情報の不足	6 18.2%	13 22.0%	2 11.1%	52 19.1%	100 31.0%	0 0.0%	173
環境規制等の現地市場への対応力が不足	6 18.2%	6 10.2%	3 16.7%	33 12.1%	49 15.2%	0 0.0%	97
海外展開できる製品の競争力が不足	8 24.2%	5 8.5%	1 5.6%	33 12.1%	63 19.5%	0 0.0%	110
資金難	5 15.2%	11 18.6%	2 11.1%	60 22.1%	61 18.9%	0 0.0%	139
取組み方がわからない	3 9.1%	7 11.9%	2 11.1%	50 18.4%	39 12.1%	0 0.0%	101
その他	1 3.0%	3 5.1%	0 0.0%	6 2.2%	17 5.3%	0 0.0%	27
特になし	13 39.4%	25 42.4%	12 66.7%	118 43.4%	82 25.4%	0 0.0%	250
合計	33	59	18	272	323	0	705

図表資2-3-54 主な原材料(部品)の仕入価格は10年前と比べて

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
5割以上上昇	1 3.7%	0 0.0%	1 6.3%	12 4.4%	17 5.4%	0 0.0%	31 4.4%
4~5割上昇	1 3.7%	1 1.9%	0 0.0%	5 1.8%	14 4.4%	0 0.0%	21 3.0%
3~4割上昇	1 3.7%	4 7.4%	3 18.8%	24 8.8%	34 10.8%	2 16.7%	68 9.7%
2~3割上昇	7 25.9%	12 22.2%	2 12.5%	68 24.8%	71 22.5%	2 16.7%	162 23.2%
1~2割上昇	8 29.6%	14 25.9%	5 31.3%	76 27.7%	87 27.5%	4 33.3%	194 27.8%
1割未満上昇	1 3.7%	5 9.3%	3 18.8%	21 7.7%	22 7.0%	1 8.3%	53 7.6%
横ばい	7 25.9%	15 27.8%	1 6.3%	53 19.3%	44 13.9%	2 16.7%	122 17.5%
1割未満低下	0 0.0%	2 3.7%	1 6.3%	4 1.5%	5 1.6%	0 0.0%	12 1.7%
1~2割低下	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	5 1.8%	12 3.8%	1 8.3%	18 2.6%
2~3割低下	0 0.0%	1 1.9%	0 0.0%	2 0.7%	9 2.8%	0 0.0%	12 1.7%
3~4割低下	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.4%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.1%
4~5割低下	1 3.7%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.4%	0 0.0%	0 0.0%	2 0.3%
5割以上低下	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 0.7%	1 0.3%	0 0.0%	3 0.4%
合計	27 100.0%	54 100.0%	16 100.0%	274 100.0%	316 100.0%	12 100.0%	699 100.0%

図表資2-3-55 不足している人材(複数回答)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
研究者・技術者	16 44.4%	17 26.6%	3 15.0%	81 27.4%	153 45.4%	0	270
熟練技能者	15 41.7%	34 53.1%	9 45.0%	121 40.9%	120 35.6%	0	299
一般作業員	6 16.7%	11 17.2%	4 20.0%	37 12.5%	34 10.1%	0	92
営業・販売従事者	16 44.4%	18 28.1%	5 25.0%	101 34.1%	164 48.7%	0	304
事務従事者	1 2.8%	2 3.1%	0 0.0%	11 3.7%	18 5.3%	0	32
経営を補佐する人材(右腕)	4 11.1%	17 26.6%	4 20.0%	70 23.6%	116 34.4%	0	211
後継者候補	1 2.8%	13 20.3%	5 25.0%	43 14.5%	55 16.3%	0	117
その他	2 5.6%	0 0.0%	0 0.0%	2 0.7%	0 0.0%	0	4
不足している人材はない	3 8.3%	5 7.8%	4 20.0%	50 16.9%	33 9.8%	0	95
合計	36	64	20	296	337	0	753

図表資2-3-56 経営上の課題(複数回答)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
受注量が少ない	9 25.7%	25 39.7%	5 26.3%	124 41.8%	134 39.4%	0 0.0%	297
受注単価が低い	18 51.4%	33 52.4%	11 57.9%	147 49.5%	109 32.1%	0 0.0%	318
(受注単価以外の)取引条件が悪い	0 0.0%	2 3.2%	1 5.3%	12 4.0%	13 3.8%	0 0.0%	28
受注が不安定	12 34.3%	22 34.9%	11 57.9%	131 44.1%	118 34.7%	0 0.0%	294
特定の受注先への依存度が高い	7 20.0%	29 46.0%	7 36.8%	87 29.3%	73 21.5%	0 0.0%	203
自社製品を持っていない	3 8.6%	18 28.6%	7 36.8%	73 24.6%	13 3.8%	0 0.0%	114
仕入れ・外注価格が高い	4 11.4%	3 4.8%	1 5.3%	35 11.8%	67 19.7%	0 0.0%	110
外注の品質・納期等が問題	2 5.7%	5 7.9%	2 10.5%	24 8.1%	32 9.4%	0 0.0%	65
企業ネットワークが弱い	1 2.9%	5 7.9%	1 5.3%	8 2.7%	20 5.9%	0 0.0%	35
生産性が低い	5 14.3%	10 15.9%	1 5.3%	32 10.8%	59 17.4%	0 0.0%	107
設備が不足	2 5.7%	7 11.1%	3 15.8%	35 11.8%	52 15.3%	0 0.0%	99
技術開発力が不足	12 34.3%	6 9.5%	3 15.8%	59 19.9%	94 27.6%	0 0.0%	174
営業力が不足	10 28.6%	16 25.4%	4 21.1%	93 31.3%	132 38.8%	0 0.0%	255
技能伝承が困難	3 8.6%	8 12.7%	2 10.5%	38 12.8%	57 16.8%	0 0.0%	108
後継者難	3 8.6%	8 12.7%	3 15.8%	36 12.1%	44 12.9%	0 0.0%	94
資金難	1 2.9%	9 14.3%	3 15.8%	58 19.5%	64 18.8%	0 0.0%	135
その他	2 5.7%	1 1.6%	1 5.3%	5 1.7%	15 4.4%	0 0.0%	24
特にない	5 14.3%	2 3.2%	2 10.5%	17 5.7%	24 7.1%	0 0.0%	50
合計	35	63	19	297	340	0	754

図表資2-3-57 最も大きな経営上の課題は

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
受注量が少ない	5 17.9%	12 22.2%	1 6.7%	54 20.3%	66 22.9%	4 36.4%	142 21.5%
受注単価が低い	9 32.1%	9 16.7%	6 40.0%	44 16.5%	30 10.4%	3 27.3%	101 15.3%
(受注単価以外の)取引条件が悪い	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.3%	0 0.0%	1 0.2%
受注が不安定	2 7.1%	6 11.1%	2 13.3%	58 21.8%	39 13.5%	2 18.2%	109 16.5%
特定の受注先への依存度が高い	1 3.6%	5 9.3%	2 13.3%	29 10.9%	12 4.2%	1 9.1%	50 7.6%
自社製品を持っていない	2 7.1%	4 7.4%	0 0.0%	6 2.3%	2 0.7%	0 0.0%	14 2.1%
仕入れ・外注価格が高い	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 1.1%	15 5.2%	0 0.0%	18 2.7%
外注の品質・納期等が問題	1 3.6%	1 1.9%	0 0.0%	2 0.8%	6 2.1%	0 0.0%	10 1.5%
企業ネットワークが弱い	1 3.6%	1 1.9%	0 0.0%	2 0.8%	0 0.0%	0 0.0%	4 0.6%
生産性が低い	1 3.6%	2 3.7%	0 0.0%	5 1.9%	5 1.7%	0 0.0%	13 2.0%
設備が不足	1 3.6%	0 0.0%	0 0.0%	3 1.1%	11 3.8%	0 0.0%	15 2.3%
技術開発力が不足	2 7.1%	2 3.7%	0 0.0%	9 3.4%	22 7.6%	0 0.0%	35 5.3%
営業力が不足	2 7.1%	3 5.6%	0 0.0%	12 4.5%	32 11.1%	0 0.0%	49 7.4%
技能伝承が困難	0 0.0%	3 5.6%	1 6.7%	9 3.4%	14 4.9%	0 0.0%	27 4.1%
後継者難	0 0.0%	3 5.6%	0 0.0%	9 3.4%	6 2.1%	0 0.0%	18 2.7%
資金難	0 0.0%	2 3.7%	2 13.3%	18 6.8%	15 5.2%	1 9.1%	38 5.7%
その他	1 3.6%	1 1.9%	1 6.7%	3 1.1%	12 4.2%	0 0.0%	18 2.7%
合計	28 100.0%	54 100.0%	15 100.0%	266 100.0%	288 100.0%	11 100.0%	662 100.0%

図表資2-3-58 今後の事業規模についてはどのように考えているか

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
拡大	13 36.1%	14 23.0%	3 15.0%	63 21.7%	113 33.7%	4 26.7%	210 27.7%
維持	22 61.1%	34 55.7%	13 65.0%	180 62.1%	182 54.3%	8 53.3%	439 58.0%
縮小	1 2.8%	10 16.4%	2 10.0%	28 9.7%	21 6.3%	3 20.0%	65 8.6%
製造業以外へ転業	0 0.0%	2 3.3%	0 0.0%	7 2.4%	10 3.0%	0 0.0%	19 2.5%
廃業	0 0.0%	1 1.6%	2 10.0%	12 4.1%	9 2.7%	0 0.0%	24 3.2%
合計	36 100.0%	61 100.0%	20 100.0%	290 100.0%	335 100.0%	15 100.0%	757 100.0%

図表2-3-59 公的支援に関する情報の入手先(複数回答)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的・一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
行政機関	13 38.2%	9 14.5%	2 10.0%	62 21.3%	85 25.1%	0	171
中小企業支援機関	2 5.9%	14 22.6%	2 10.0%	52 17.9%	71 21.0%	0	141
商工会議所・商工会	8 23.5%	21 33.9%	6 30.0%	117 40.2%	152 45.0%	0	304
業界団体	6 17.6%	10 16.1%	1 5.0%	47 16.2%	79 23.4%	0	143
金融機関	6 17.6%	15 24.2%	6 30.0%	114 39.2%	137 40.5%	0	278
コンサルタント、税理士、会計士	6 17.6%	19 30.6%	8 40.0%	73 25.1%	77 22.8%	0	183
取引先	4 11.8%	7 11.3%	3 15.0%	28 9.6%	23 6.8%	0	65
同業者	2 5.9%	6 9.7%	3 15.0%	31 10.7%	21 6.2%	0	63
マスコミ	3 8.8%	2 3.2%	1 5.0%	11 3.8%	26 7.7%	0	43
その他	1 2.9%	1 1.6%	0 0.0%	7 2.4%	9 2.7%	0	18
どこからも入手していない	10 29.4%	11 17.7%	6 30.0%	42 14.4%	44 13.0%	0	113
合計	34	62	20	291	338	0	745

図表2-3-60 最近10年間でどのようなことに関して公的な支援を利用したか(複数回答)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的・一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
人材確保・育成	2 6.7%	14 26.4%	5 26.3%	59 21.0%	58 17.8%	0 0.0%	138
雇用維持	12 40.0%	16 30.2%	3 15.8%	78 27.8%	81 24.9%	0 0.0%	190
資金繰り	0 0.0%	17 32.1%	7 36.8%	91 32.4%	81 24.9%	0 0.0%	196
設備投資	3 10.0%	13 24.5%	7 36.8%	70 24.9%	71 21.8%	0 0.0%	164
技術・製品開発	1 3.3%	3 5.7%	2 10.5%	13 4.6%	41 12.6%	0 0.0%	60
知的財産の保護・活用	0 0.0%	1 1.9%	0 0.0%	5 1.8%	12 3.7%	0 0.0%	18
公的認証制度の活用	1 3.3%	3 5.7%	2 10.5%	20 7.1%	25 7.7%	0 0.0%	51
販路開拓	0 0.0%	1 1.9%	1 5.3%	15 5.3%	22 6.8%	0 0.0%	39
経営効率化	0 0.0%	4 7.5%	1 5.3%	6 2.1%	14 4.3%	0 0.0%	25
海外展開	0 0.0%	1 1.9%	0 0.0%	5 1.8%	16 4.9%	0 0.0%	22
事業継続	0 0.0%	3 5.7%	0 0.0%	9 3.2%	11 3.4%	0 0.0%	23
その他	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 1.4%	4 1.2%	0 0.0%	8
全く利用したことがない	15 50.0%	10 18.9%	5 26.3%	66 23.5%	94 28.9%	0 0.0%	190
合計	30	53	19	281	325	0	708

図表資2-3-61 最近10年間で関心・必要性はあるが利用できなかった公的な支援策は(複数回答)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
人材確保・育成	7 25.9%	10 22.7%	2 11.8%	45 17.9%	62 21.6%	0 0.0%	126
雇用維持	2 7.4%	2 4.5%	0 0.0%	18 7.2%	14 4.9%	0 0.0%	36
資金繰り	1 3.7%	4 9.1%	2 11.8%	27 10.8%	32 11.1%	0 0.0%	66
設備投資	6 22.2%	8 18.2%	4 23.5%	52 20.7%	66 23.0%	0 0.0%	136
技術・製品開発	3 11.1%	5 11.4%	4 23.5%	48 19.1%	59 20.6%	0 0.0%	119
知的財産の保護・活用	1 3.7%	0 0.0%	1 5.9%	8 3.2%	15 5.2%	0 0.0%	25
公的認証制度の活用	0 0.0%	1 2.3%	0 0.0%	12 4.8%	9 3.1%	0 0.0%	22
販路開拓	4 14.8%	5 11.4%	0 0.0%	38 15.1%	41 14.3%	0 0.0%	88
経営効率化	1 3.7%	4 9.1%	1 5.9%	19 7.6%	21 7.3%	0 0.0%	46
海外展開	2 7.4%	5 11.4%	1 5.9%	9 3.6%	27 9.4%	0 0.0%	44
事業継続	1 3.7%	2 4.5%	0 0.0%	10 4.0%	10 3.5%	0 0.0%	23
その他	1 3.7%	1 2.3%	2 11.8%	5 2.0%	7 2.4%	0 0.0%	16
公的な支援策に関心・必要はない	7 25.9%	12 27.3%	6 35.3%	68 27.1%	75 26.1%	0 0.0%	168
合計	27	44	17	251	287	0	626

図表資2-3-62 支援策を利用し(でき)なかった理由(複数回答)

	大企業の子会社・関連会社(資本を受け入れ)	特定企業の専属的一次下請企業	専属的二次以下の下請企業	特定企業の専属でない下請企業	自社製品を持つ下請でない企業	その他	合計
要件を満たさなかった	9 47.4%	11 36.7%	4 40.0%	60 34.5%	63 31.8%	0 0.0%	147
資金不足	1 5.3%	6 20.0%	2 20.0%	34 19.5%	25 12.6%	0 0.0%	68
手続きが煩雑だった	3 15.8%	8 26.7%	1 10.0%	55 31.6%	67 33.8%	0 0.0%	134
行政等による支援策の広報が不十分であった	1 5.3%	1 3.3%	2 20.0%	31 17.8%	37 18.7%	0 0.0%	72
情報収集が十分でなかった	6 31.6%	10 33.3%	2 20.0%	52 29.9%	73 36.9%	0 0.0%	143
効果が見込めなかった	3 15.8%	5 16.7%	1 10.0%	23 13.2%	31 15.7%	0 0.0%	63
その他	1 5.3%	1 3.3%	2 20.0%	8 4.6%	9 4.5%	0 0.0%	21
合計	19	30	10	174	198	0	431

#### 4. 業種別（4類型）

図表資2-4-1 創業年

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
1944年以前	32 15.4%	28 17.2%	29 12.4%	23 14.8%	112 14.8%
1945～1959年	39 18.8%	35 21.5%	69 29.6%	35 22.6%	178 23.5%
60年代	45 21.6%	43 26.4%	57 24.5%	34 21.9%	179 23.6%
70年代	29 13.9%	20 12.3%	29 12.4%	27 17.4%	105 13.8%
80年代	21 10.1%	17 10.4%	25 10.7%	15 9.7%	78 10.3%
90年代	20 9.6%	11 6.7%	11 4.7%	8 5.2%	50 6.6%
2000年以降	22 10.6%	9 5.5%	13 5.6%	13 8.4%	57 7.5%
合計	208 100.0%	163 100.0%	233 100.0%	155 100.0%	759 100.0%

図表資2-4-2 現在の資本規模

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
1千万円未満	50 23.5%	36 21.6%	40 16.8%	24 15.0%	150 19.3%
1千～3千万円未満	117 54.9%	80 47.9%	139 58.4%	84 52.5%	420 54.0%
3千～5千万円未満	26 12.2%	26 15.6%	30 12.6%	22 13.8%	104 13.4%
5千万～1億円未満	15 7.0%	21 12.6%	21 8.8%	24 15.0%	81 10.4%
1億円以上	5 2.3%	4 2.4%	8 3.4%	6 3.8%	23 3.0%
合計	213 100.0%	167 100.0%	238 100.0%	160 100.0%	778 100.0%

図表資2-4-3 10年前の資本規模

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
1千万円未満	46 25.8%	32 20.5%	36 16.8%	19 13.6%	133 19.3%
1千～3千万円未満	98 55.1%	76 48.7%	126 58.9%	80 57.1%	380 55.2%
3千～5千万円未満	18 10.1%	26 16.7%	27 12.6%	20 14.3%	91 13.2%
5千万～1億円未満	11 6.2%	18 11.5%	19 8.9%	15 10.7%	63 9.2%
1億円以上	5 2.8%	4 2.6%	6 2.8%	6 4.3%	21 3.1%
合計	178 100.0%	156 100.0%	214 100.0%	140 100.0%	688 100.0%



図表資2-4-4 業種

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
食料品、飲料・たばこ・飼料	37 17.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	37 4.7%
繊維工業	62 29.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	62 7.9%
木材・木製品	0 0.0%	12 7.2%	0 0.0%	0 0.0%	12 1.5%
家具・装備品	9 4.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	9 1.2%
パルプ・紙・紙加工品	0 0.0%	28 16.8%	0 0.0%	0 0.0%	28 3.6%
印刷・同関連業	62 29.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	62 7.9%
化学工業	0 0.0%	46 27.5%	0 0.0%	0 0.0%	46 5.9%
石油製品・石炭製品	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
プラスチック製品	0 0.0%	60 35.9%	0 0.0%	0 0.0%	60 7.7%
ゴム製品	0 0.0%	8 4.8%	0 0.0%	0 0.0%	8 1.0%
なめし革・同製品・毛皮	4 1.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 0.5%
窯業・土石製品	0 0.0%	13 7.8%	0 0.0%	0 0.0%	13 1.7%
鉄鋼業	0 0.0%	0 0.0%	42 17.5%	0 0.0%	42 5.4%
非鉄金属	0 0.0%	0 0.0%	28 11.7%	0 0.0%	28 3.6%
金属製品	0 0.0%	0 0.0%	170 70.8%	0 0.0%	170 21.8%
はん用機械器具	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	14 8.8%	14 1.8%
生産用機械器具	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	56 35.0%	56 7.2%
業務用機械器具	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	25 15.6%	25 3.2%
電子部品・デバイス	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	10 6.3%	10 1.3%
電気機械器具	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	38 23.8%	38 4.9%
情報通信機械器具	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%	1 0.1%
輸送用機械器具	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	16 10.0%	16 2.1%
その他の製造業	39 18.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	39 5.0%
合計	213 100.0%	167 100.0%	240 100.0%	160 100.0%	780 100.0%

図表資2-4-5 現在の業態

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
大企業の子会社・関連会社 (資本を受け入れ)	10 4.7%	12 7.3%	8 3.4%	5 3.2%	35 4.5%
特定企業の専属的一次下 請企業	21 10.0%	9 5.5%	15 6.3%	19 12.0%	64 8.3%
専属的二次以下の下請企 業	5 2.4%	5 3.0%	8 3.4%	2 1.3%	20 2.6%
特定企業の専属でない下 請企業	72 34.1%	59 35.8%	118 49.6%	49 31.0%	298 38.6%
自社製品を持つ下請でな い企業	98 46.4%	76 46.1%	84 35.3%	82 51.9%	340 44.0%
その他	5 2.4%	4 2.4%	5 2.1%	1 0.6%	15 1.9%
合計	211 100.0%	165 100.0%	238 100.0%	158 100.0%	772 100.0%

図表資2-4-6 10年前の業態

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
大企業の子会社・関連会社 (資本を受け入れ)	9 5.0%	13 8.5%	8 3.7%	2 1.4%	32 4.7%
特定企業の専属的一次下 請企業	12 6.7%	10 6.5%	13 6.0%	17 12.2%	52 7.6%
専属的二次以下の下請企 業	5 2.8%	2 1.3%	7 3.3%	3 2.2%	17 2.5%
特定企業の専属でない下 請企業	62 34.6%	54 35.3%	104 48.4%	41 29.5%	261 38.0%
自社製品を持つ下請でな い企業	88 49.2%	70 45.8%	78 36.3%	74 53.2%	310 45.2%
その他	3 1.7%	4 2.6%	5 2.3%	2 1.4%	14 2.0%
合計	179 100.0%	153 100.0%	215 100.0%	139 100.0%	686 100.0%

図表資2-3-7 記述統計量(従業者数、売上高、および1人当たり売上高)

		従業者数(人)		売上高(万円)		1人当たり売上高(万円)	
		現在	10年前	現在	10年前	現在	10年前
生活関連・その他型	平均値	35	35	74,491	83,721	1,989	1,991
	度数	209	180	196	173	194	166
	標準偏差	53	46	138,833	138,581	1,739	1,511
	最小値	1	1	800	1,200	311	289
	最大値	500	400	1,501,000	917,000	10,500	10,000
基礎素材型(金属以外)	平均値	38	36	91,202	88,310	2,041	2,077
	度数	163	152	157	148	155	145
	標準偏差	48	44	149,602	144,298	1,555	1,357
	最小値	1	2	700	600	200	200
	最大値	280	320	931,800	1,010,000	9,913	7,361
基礎素材型(金属)	平均値	36	36	88,913	77,572	2,085	2,037
	度数	239	212	229	209	229	205
	標準偏差	47	43	169,741	115,732	1,436	1,296
	最小値	1	1	300	500	167	300
	最大値	273	220	1,772,700	929,000	8,302	8,300
加工組立型	平均値	43	45	118,088	119,333	2,011	2,035
	度数	158	143	156	143	154	139
	標準偏差	49	51	219,472	215,954	1,207	1,216
	最小値	1	1	600	900	244	271
	最大値	275	252	2,076,500	1,868,700	7,185	7,415
合計	平均値	38	38	91,737	90,387	2,035	2,033
	度数	769	687	738	673	732	655
	標準偏差	50	46	170,615	153,988	1,502	1,348
	最小値	1	1	300	500	167	200
	最大値	500	400	2,076,500	1,868,700	10,500	10,000

図表資2-4-8 現在の従業者数

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
1～3人	17 8.1%	16 9.8%	20 8.4%	7 4.4%	60 7.8%
4～9人	44 21.1%	29 17.8%	40 16.7%	25 15.8%	138 17.9%
10～19人	42 20.1%	25 15.3%	52 21.8%	38 24.1%	157 20.4%
20～29人	27 12.9%	23 14.1%	39 16.3%	20 12.7%	109 14.2%
30～49人	34 16.3%	37 22.7%	42 17.6%	25 15.8%	138 17.9%
50～99人	32 15.3%	22 13.5%	27 11.3%	24 15.2%	105 13.7%
100人以上	13 6.2%	11 6.7%	19 7.9%	19 12.0%	62 8.1%
合計	209 100.0%	163 100.0%	239 100.0%	158 100.0%	769 100.0%

図表資2-4-9 10年前の従業者数

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
1～3人	12 6.7%	7 4.6%	13 6.1%	7 4.9%	39 5.7%
4～9人	33 18.3%	28 18.4%	43 20.3%	20 14.0%	124 18.0%
10～19人	43 23.9%	32 21.1%	45 21.2%	34 23.8%	154 22.4%
20～29人	24 13.3%	26 17.1%	31 14.6%	18 12.6%	99 14.4%
30～49人	29 16.1%	28 18.4%	35 16.5%	25 17.5%	117 17.0%
50～99人	23 12.8%	22 14.5%	24 11.3%	20 14.0%	89 13.0%
100人以上	16 8.9%	9 5.9%	21 9.9%	19 13.3%	65 9.5%
合計	180 100.0%	152 100.0%	212 100.0%	143 100.0%	687 100.0%

図表資2-4-10 従業者数増減(10年間の変化)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
増加	54 30.0%	56 37.1%	93 43.9%	59 41.5%	262 38.2%
横ばい	23 12.8%	21 13.9%	34 16.0%	21 14.8%	99 14.5%
減少	103 57.2%	74 49.0%	85 40.1%	62 43.7%	324 47.3%
合計	180 100.0%	151 100.0%	212 100.0%	142 100.0%	685 100.0%

図表資2-4-11 現在の売上高

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
5000万円未満	26 13.3%	24 15.3%	30 13.1%	13 8.3%	93 12.6%
5000万～1億円未満	21 10.7%	17 10.8%	17 7.4%	12 7.7%	67 9.1%
1億～3億円未満	56 28.6%	30 19.1%	51 22.3%	39 25.0%	176 23.8%
3億～5億円未満	20 10.2%	15 9.6%	36 15.7%	20 12.8%	91 12.3%
5億～10億円未満	31 15.8%	37 23.6%	44 19.2%	29 18.6%	141 19.1%
10億円以上	42 21.4%	34 21.7%	51 22.3%	43 27.6%	170 23.0%
合計	196 100.0%	157 100.0%	229 100.0%	156 100.0%	738 100.0%

図表資2-4-12 10年前の売上高

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
5000万円未満	11 6.4%	17 11.5%	17 8.1%	13 9.1%	58 8.6%
5000万～1億円未満	19 11.0%	10 6.8%	19 9.1%	10 7.0%	58 8.6%
1億～3億円未満	46 26.6%	32 21.6%	59 28.2%	36 25.2%	173 25.7%
3億～5億円未満	33 19.1%	20 13.5%	26 12.4%	19 13.3%	98 14.6%
5億～10億円未満	24 13.9%	37 25.0%	40 19.1%	24 16.8%	125 18.6%
10億円以上	40 23.1%	32 21.6%	48 23.0%	41 28.7%	161 23.9%
合計	173 100.0%	148 100.0%	209 100.0%	143 100.0%	673 100.0%

図表資2-4-13 売上高増減率(10年間の変化)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
30%以上増加	33 19.2%	27 18.2%	60 28.7%	41 28.9%	161 24.0%
20～30%増加	6 3.5%	12 8.1%	18 8.6%	9 6.3%	45 6.7%
10～20%増加	6 3.5%	12 8.1%	17 8.1%	9 6.3%	44 6.6%
1～10%増加	6 3.5%	11 7.4%	12 5.7%	11 7.7%	40 6.0%
横ばい	6 3.5%	4 2.7%	9 4.3%	10 7.0%	29 4.3%
1～10%減少	23 13.4%	13 8.8%	15 7.2%	3 2.1%	54 8.0%
10～20%減少	21 12.2%	17 11.5%	25 12.0%	20 14.1%	83 12.4%
20～30%減少	24 14.0%	16 10.8%	17 8.1%	12 8.5%	69 10.3%
30%以上減少	47 27.3%	36 24.3%	36 17.2%	27 19.0%	146 21.8%
合計	172 100.0%	148 100.0%	209 100.0%	142 100.0%	671 100.0%

図表資2-4-14 現在の1人当たり売上高

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
500万円未満	9 4.6%	12 7.7%	8 3.5%	4 2.6%	33 4.5%
500～1000万円未満	45 23.2%	22 14.2%	40 17.5%	23 14.9%	130 17.8%
1000～1500万円未満	51 26.3%	30 19.4%	51 22.3%	31 20.1%	163 22.3%
1500～2000万円未満	27 13.9%	30 19.4%	33 14.4%	33 21.4%	123 16.8%
2000～3000万円未満	29 14.9%	35 22.6%	49 21.4%	34 22.1%	147 20.1%
3000万円以上	33 17.0%	26 16.8%	48 21.0%	29 18.8%	136 18.6%
合計	194 100.0%	155 100.0%	229 100.0%	154 100.0%	732 100.0%

図表資2-4-15 10年前の1人当たり売上高

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
500万円未満	6 3.6%	9 6.2%	2 1.0%	4 2.9%	21 3.2%
500～1000万円未満	33 19.9%	23 15.9%	30 14.6%	20 14.4%	106 16.2%
1000～1500万円未満	45 27.1%	27 18.6%	55 26.8%	35 25.2%	162 24.7%
1500～2000万円未満	20 12.0%	24 16.6%	34 16.6%	17 12.2%	95 14.5%
2000～3000万円未満	29 17.5%	29 20.0%	45 22.0%	36 25.9%	139 21.2%
3000万円以上	33 19.9%	33 22.8%	39 19.0%	27 19.4%	132 20.2%
合計	166 100.0%	145 100.0%	205 100.0%	139 100.0%	655 100.0%

図表資2-4-16 1人当たり売上高増減率(10年間の変化)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
30%以上増加	16 9.7%	17 11.8%	18 8.8%	22 16.1%	73 11.2%
20～30%増加	8 4.8%	8 5.6%	25 12.2%	10 7.3%	51 7.8%
10～20%増加	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
1～10%増加	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
横ばい	102 61.8%	87 60.4%	120 58.5%	70 51.1%	379 58.2%
1～10%減少	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
10～20%減少	15 9.1%	17 11.8%	16 7.8%	19 13.9%	67 10.3%
20～30%減少	6 3.6%	4 2.8%	7 3.4%	3 2.2%	20 3.1%
30%以上減少	18 10.9%	11 7.6%	19 9.3%	13 9.5%	61 9.4%
合計	165 100.0%	144 100.0%	205 100.0%	137 100.0%	651 100.0%

図表資2-4-17 現在の売上高営業利益率

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
赤字	69 33.8%	48 30.2%	58 25.6%	32 20.3%	207 27.7%
1%未満	25 12.3%	18 11.3%	24 10.6%	19 12.0%	86 11.5%
1%台	20 9.8%	9 5.7%	24 10.6%	13 8.2%	66 8.8%
2%台	13 6.4%	13 8.2%	20 8.8%	15 9.5%	61 8.2%
3%台	15 7.4%	14 8.8%	18 7.9%	13 8.2%	60 8.0%
4%台	14 6.9%	12 7.5%	12 5.3%	9 5.7%	47 6.3%
5%台	15 7.4%	12 7.5%	25 11.0%	14 8.9%	66 8.8%
6%台	4 2.0%	7 4.4%	5 2.2%	3 1.9%	19 2.5%
7%台	5 2.5%	4 2.5%	6 2.6%	3 1.9%	18 2.4%
8%台	5 2.5%	3 1.9%	9 4.0%	5 3.2%	22 2.9%
9%台	3 1.5%	5 3.1%	2 0.9%	3 1.9%	13 1.7%
10%以上	16 7.8%	14 8.8%	24 10.6%	29 18.4%	83 11.1%
合計	204 100.0%	159 100.0%	227 100.0%	158 100.0%	748 100.0%

図表資2-4-18 10年前の売上高営業利益率

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
赤字	27 15.3%	13 8.9%	25 12.4%	17 12.2%	82 12.3%
1%未満	26 14.7%	20 13.7%	25 12.4%	18 12.9%	89 13.4%
1%台	12 6.8%	13 8.9%	22 10.9%	17 12.2%	64 9.6%
2%台	23 13.0%	11 7.5%	21 10.4%	12 8.6%	67 10.1%
3%台	22 12.4%	13 8.9%	22 10.9%	18 12.9%	75 11.3%
4%台	10 5.6%	18 12.3%	11 5.4%	12 8.6%	51 7.7%
5%台	20 11.3%	14 9.6%	27 13.4%	12 8.6%	73 11.0%
6%台	3 1.7%	3 2.1%	8 4.0%	3 2.2%	17 2.6%
7%台	4 2.3%	4 2.7%	7 3.5%	3 2.2%	18 2.7%
8%台	8 4.5%	8 5.5%	7 3.5%	10 7.2%	33 5.0%
9%台	3 1.7%	5 3.4%	4 2.0%	0 0.0%	12 1.8%
10%以上	19 10.7%	24 16.4%	23 11.4%	17 12.2%	83 12.5%
合計	177 100.0%	146 100.0%	202 100.0%	139 100.0%	664 100.0%

図表資2-4-19 記述統計量(1人当たり利益額(万円))

		現在	10年前
生活関連・その他型	平均値	39	82
	度数	188	158
	標準偏差	296	231
	最小値	-1,096	-917
	最大値	2,153	1,179
基礎素材型(金属以外)	平均値	51	120
	度数	149	137
	標準偏差	198	198
	最小値	-402	-423
	最大値	954	1,049
基礎素材型(金属)	平均値	48	83
	度数	217	187
	標準偏差	231	179
	最小値	-902	-443
	最大値	943	820
加工組立型	平均値	111	87
	度数	152	132
	標準偏差	253	168
	最小値	-625	-341
	最大値	1,320	912
合計	平均値	59	92
	度数	706	614
	標準偏差	250	196
	最小値	-1,096	-917
	最大値	2,153	1,179

図表資2-4-20 現在の1人当たり利益額

	生活関連・その他型	基礎素材型(金属以外)	基礎素材型(金属)	加工組立型	合計
赤字	61 32.4%	42 28.2%	56 25.8%	31 20.4%	190 26.9%
50万円未満	57 30.3%	39 26.2%	61 28.1%	42 27.6%	199 28.2%
50~100万円未満	21 11.2%	22 14.8%	35 16.1%	28 18.4%	106 15.0%
100~200万円未満	31 16.5%	22 14.8%	32 14.7%	16 10.5%	101 14.3%
200~300万円未満	6 3.2%	11 7.4%	13 6.0%	11 7.2%	41 5.8%
300万円以上	12 6.4%	13 8.7%	20 9.2%	24 15.8%	69 9.8%
合計	188 100.0%	149 100.0%	217 100.0%	152 100.0%	706 100.0%

図表資2-4-21 10年前の1人当たり利益額

	生活関連・その他型	基礎素材型(金属以外)	基礎素材型(金属)	加工組立型	合計
赤字	20 12.7%	12 8.8%	24 12.8%	15 11.4%	71 11.6%
50万円未満	59 37.3%	42 30.7%	57 30.5%	42 31.8%	200 32.6%
50~100万円未満	32 20.3%	32 23.4%	49 26.2%	30 22.7%	143 23.3%
100~200万円未満	28 17.7%	24 17.5%	30 16.0%	24 18.2%	106 17.3%
200~300万円未満	6 3.8%	10 7.3%	12 6.4%	11 8.3%	39 6.4%
300万円以上	13 8.2%	17 12.4%	15 8.0%	10 7.6%	55 9.0%
合計	158 100.0%	137 100.0%	187 100.0%	132 100.0%	614 100.0%

図表資2-4-22 1人当たり利益額増減率(10年間の変化)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
30%以上増加	28 17.8%	30 22.2%	46 24.9%	38 29.2%	142 23.4%
20~30%増加	6 3.8%	1 .7%	7 3.8%	3 2.3%	17 2.8%
10~20%増加	7 4.5%	4 3.0%	8 4.3%	0 0.0%	19 3.1%
1~10%増加	6 3.8%	4 3.0%	3 1.6%	4 3.1%	17 2.8%
横ばい	5 3.2%	1 0.7%	8 4.3%	7 5.4%	21 3.5%
1~10%減少	8 5.1%	7 5.2%	6 3.2%	5 3.8%	26 4.3%
10~20%減少	4 2.5%	6 4.4%	8 4.3%	5 3.8%	23 3.8%
20~30%減少	5 3.2%	8 5.9%	9 4.9%	6 4.6%	28 4.6%
30%以上減少	88 56.1%	74 54.8%	90 48.6%	62 47.7%	314 51.7%
合計	157 100.0%	135 100.0%	185 100.0%	130 100.0%	607 100.0%

図表資2-4-23 ホームページの開設

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
開設している	136 64.2%	109 66.1%	155 64.9%	120 75.0%	520 67.0%
開設していない	76 35.8%	56 33.9%	84 35.1%	40 25.0%	256 33.0%
合計	212 100.0%	165 100.0%	239 100.0%	160 100.0%	776 100.0%

図表資2-4-24 ホームページをどのように活用しているか(複数回答)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
会社案内	113 85.6%	100 92.6%	133 88.7%	101 85.6%	447
製品販売・受注獲得	53 40.2%	47 43.5%	61 40.7%	61 51.7%	222
技術・製品の宣伝	50 37.9%	65 60.2%	82 54.7%	81 68.6%	278
人材募集	22 16.7%	24 22.2%	21 14.0%	31 26.3%	98
その他	6 4.5%	5 4.6%	7 4.7%	5 4.2%	23
合計	132	108	150	118	508

図表資2-4-25 市場の段階

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
導入(揺籃)期	0 0.0%	2 1.2%	7 3.0%	2 1.3%	11 1.4%
成長期	14 6.7%	9 5.5%	10 4.3%	13 8.2%	46 6.1%
成熟期	56 26.9%	59 36.2%	95 41.3%	75 47.5%	285 37.5%
衰退(縮小)期	116 55.8%	78 47.9%	82 35.7%	53 33.5%	329 43.3%
不明	22 10.6%	15 9.2%	36 15.7%	15 9.5%	88 11.6%
合計	208 100.0%	163 100.0%	230 100.0%	158 100.0%	759 100.0%



図表資2-4-26 主な受注品単価が10年前と比べて

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
5割以上上昇	1 0.5%	2 1.3%	8 3.6%	0 0.0%	11 1.5%
4～5割上昇	2 1.1%	2 1.3%	7 3.1%	0 0.0%	11 1.5%
3～4割上昇	6 3.2%	0 0.0%	3 1.3%	2 1.4%	11 1.5%
2～3割上昇	9 4.7%	11 7.1%	11 4.9%	1 0.7%	32 4.5%
1～2割上昇	15 7.9%	13 8.4%	21 9.3%	9 6.1%	58 8.1%
1割未満上昇	11 5.8%	4 2.6%	15 6.7%	6 4.1%	36 5.0%
横ばい	42 22.1%	47 30.5%	65 28.9%	51 34.5%	205 28.6%
1割未満低下	14 7.4%	11 7.1%	11 4.9%	12 8.1%	48 6.7%
1～2割低下	40 21.1%	26 16.9%	35 15.6%	22 14.9%	123 17.2%
2～3割低下	25 13.2%	21 13.6%	28 12.4%	32 21.6%	106 14.8%
3～4割低下	15 7.9%	7 4.5%	14 6.2%	10 6.8%	46 6.4%
4～5割低下	6 3.2%	4 2.6%	2 0.9%	1 0.7%	13 1.8%
5割以上低下	4 2.1%	6 3.9%	5 2.2%	2 1.4%	17 2.4%
合計	190 100.0%	154 100.0%	225 100.0%	148 100.0%	717 100.0%

図表資2-4-27 現在受注価格のどのように決まるか

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
受注先の指値	20 9.5%	7 4.2%	6 2.6%	13 8.3%	46 6.0%
見積もり合わせ	49 23.2%	52 31.3%	79 33.6%	51 32.5%	231 30.0%
話し合いにより受注先の指値に近い価格	60 28.4%	38 22.9%	61 26.0%	36 22.9%	195 25.4%
話し合いにより貴社の見積りに近い価格	48 22.7%	37 22.3%	40 17.0%	31 19.7%	156 20.3%
貴社の見積価格	33 15.6%	28 16.9%	43 18.3%	25 15.9%	129 16.8%
その他	1 0.5%	4 2.4%	6 2.6%	1 0.6%	12 1.6%
合計	211 100.0%	166 100.0%	235 100.0%	157 100.0%	769 100.0%

図表資2-4-28 10年前は受注価格がどのように決まるか

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
受注先の指値	19 10.2%	5 3.2%	8 3.6%	7 4.9%	39 5.5%
見積もり合わせ	36 19.4%	55 35.3%	63 28.6%	49 34.3%	203 28.8%
話し合いにより受注先の指値に近い価格	45 24.2%	28 17.9%	51 23.2%	25 17.5%	149 21.1%
話し合いにより貴社の見積りに近い価格	47 25.3%	30 19.2%	49 22.3%	34 23.8%	160 22.7%
貴社の見積価格	38 20.4%	35 22.4%	45 20.5%	27 18.9%	145 20.6%
その他	1 0.5%	3 1.9%	4 1.8%	1 0.7%	9 1.3%
合計	186 100.0%	156 100.0%	220 100.0%	143 100.0%	705 100.0%

図表資2-4-29 主な受注先で内製可能な製造・加工品か

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
受注先で内製可能	60 29.4%	41 25.3%	52 22.2%	30 19.0%	183 24.1%
受注先では内製不可能	113 55.4%	92 56.8%	146 62.4%	110 69.6%	461 60.8%
不明	31 15.2%	29 17.9%	36 15.4%	18 11.4%	114 15.0%
合計	204 100.0%	162 100.0%	234 100.0%	158 100.0%	758 100.0%

図表資2-4-30 現在受注先からの技術指導があるか

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
ある	28 13.4%	16 9.8%	40 16.7%	35 21.9%	119 15.4%
ない	181 86.6%	147 90.2%	200 83.3%	125 78.1%	653 84.6%
合計	209 100.0%	163 100.0%	240 100.0%	160 100.0%	772 100.0%

図表資2-4-31 10年前は受注先からの技術指導があるか

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
あった	20 10.5%	21 13.5%	35 15.5%	36 23.5%	112 15.4%
なかった	170 89.5%	135 86.5%	191 84.5%	117 76.5%	613 84.6%
合計	190 100.0%	156 100.0%	226 100.0%	153 100.0%	725 100.0%

図表資2-4-32 受注先数は10年前と比べて

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
増加	28 14.3%	20 12.3%	36 15.8%	23 15.0%	107 14.5%
やや増加	23 11.7%	39 24.1%	47 20.6%	27 17.6%	136 18.4%
横ばい	37 18.9%	27 16.7%	63 27.6%	47 30.7%	174 23.5%
やや減少	49 25.0%	40 24.7%	44 19.3%	23 15.0%	156 21.1%
減少	59 30.1%	36 22.2%	38 16.7%	33 21.6%	166 22.5%
合計	196 100.0%	162 100.0%	228 100.0%	153 100.0%	739 100.0%

図表資2-4-33 新たな受注先の獲得のためにどのようなことをしていますか(複数回答)

	生活関連・その他型	基礎素材型(金属以外)	基礎素材型(金属)	加工組立型	合計
既存取引先に受注先の紹介を依頼	55 26.1%	52 31.5%	70 29.2%	41 25.8%	218
直接的な営業による新規開拓	106 50.2%	94 57.0%	108 45.0%	78 49.1%	386
展示会・商談会等への参加	53 25.1%	38 23.0%	45 18.8%	45 28.3%	181
公的認証制度の活用などによる製品・技術の広報	8 3.8%	10 6.1%	17 7.1%	12 7.5%	47
自社ウェブサイトや広告による宣伝	44 20.9%	45 27.3%	64 26.7%	48 30.2%	201
新製品・技術開発による新たな受注開拓	44 20.9%	50 30.3%	55 22.9%	52 32.7%	201
その他	7 3.3%	2 1.2%	5 2.1%	3 1.9%	17
特に何も行っていない	43 20.4%	32 19.4%	56 23.3%	35 22.0%	166
合計	211	165	240	159	775

図表資2-4-34 新たな受注先を獲得するための課題は何ですか(複数回答)

	生活関連・その他型	基礎素材型(金属以外)	基礎素材型(金属)	加工組立型	合計
受注先の候補がみつからない	50 23.8%	47 28.5%	55 23.2%	28 17.9%	180
営業方法がわからない	8 3.8%	8 4.8%	16 6.8%	6 3.8%	38
営業の人材が不足している	79 37.6%	72 43.6%	95 40.1%	63 40.4%	309
資金が不足している	33 15.7%	23 13.9%	29 12.2%	27 17.3%	112
売り込む商品・技術力が弱い	61 29.0%	45 27.3%	51 21.5%	37 23.7%	194
その他	9 4.3%	8 4.8%	8 3.4%	10 6.4%	35
特になし	47 22.4%	31 18.8%	78 32.9%	47 30.1%	203
合計	210	165	237	156	768

図表資2-4-35 受注先を開拓していくために求められる支援策は(複数回答)

	生活関連・その他型	基礎素材型(金属以外)	基礎素材型(金属)	加工組立型	合計
受発注斡旋事業	46 22.3%	34 20.7%	46 19.6%	35 22.0%	161
製品・技術を広報する冊子や公的機関のウェブサイト	14 6.8%	22 13.4%	30 12.8%	22 13.8%	88
展示会・商談会の開催	23 11.2%	18 11.0%	23 9.8%	19 11.9%	83
展示会・商談会への出展費用の補助など資金面の	31 15.0%	35 21.3%	35 14.9%	31 19.5%	132
アドバイザーの派遣	4 1.9%	4 2.4%	12 5.1%	2 1.3%	22
営業・広報担当の人材育成支援	50 24.3%	47 28.7%	60 25.5%	39 24.5%	196
新製品・技術開発の支援	52 25.2%	56 34.1%	69 29.4%	62 39.0%	239
その他	9 4.4%	6 3.7%	11 4.7%	3 1.9%	29
特になし	69 33.5%	50 30.5%	79 33.6%	44 27.7%	242
合計	206	164	235	159	764

図表資2-4-36 競合する可能性のある競争相手の数

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
なし	9 4.3%	6 3.6%	11 4.6%	6 3.8%	32 4.1%
1社	3 1.4%	5 3.0%	4 1.7%	3 1.9%	15 1.9%
2~3社	50 23.8%	36 21.6%	76 31.8%	62 39.2%	224 28.9%
4~5社	41 19.5%	58 34.7%	47 19.7%	43 27.2%	189 24.4%
6~9社	20 9.5%	13 7.8%	25 10.5%	14 8.9%	72 9.3%
10~19社	18 8.6%	16 9.6%	18 7.5%	5 3.2%	57 7.4%
20~49社	10 4.8%	6 3.6%	6 2.5%	3 1.9%	25 3.2%
50~99社	4 1.9%	0 0.0%	3 1.3%	2 1.3%	9 1.2%
100社以上	5 2.4%	3 1.8%	7 2.9%	3 1.9%	18 2.3%
不明	50 23.8%	24 14.4%	42 17.6%	17 10.8%	133 17.2%
合計	210 100.0%	167 100.0%	239 100.0%	158 100.0%	774 100.0%

図表資2-4-37 競争相手の数は、最近10年間で

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
増加	16 8.2%	14 8.8%	19 8.3%	8 5.4%	57 7.8%
やや増加	24 12.3%	27 16.9%	39 17.1%	31 20.9%	121 16.6%
横ばい	55 28.2%	57 35.6%	93 40.8%	67 45.3%	272 37.2%
やや減少	37 19.0%	23 14.4%	28 12.3%	18 12.2%	106 14.5%
減少	35 17.9%	20 12.5%	14 6.1%	9 6.1%	78 10.7%
不明	28 14.4%	19 11.9%	35 15.4%	15 10.1%	97 13.3%
合計	195 100.0%	160 100.0%	228 100.0%	148 100.0%	731 100.0%

図表資2-4-38 他社で製造・加工できないオンリーワン製品・技術を持っているか

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
持っている	89 44.1%	76 46.3%	94 40.5%	77 51.7%	336 45.0%
持っていない	113 55.9%	88 53.7%	138 59.5%	72 48.3%	411 55.0%
合計	202 100.0%	164 100.0%	232 100.0%	149 100.0%	747 100.0%

図表資2-4-39 「品質の高さ」の評価

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
高い	50 23.9%	34 20.6%	54 23.0%	37 23.6%	175 22.8%
やや高い	86 41.1%	69 41.8%	98 41.7%	71 45.2%	324 42.3%
同程度	63 30.1%	55 33.3%	78 33.2%	47 29.9%	243 31.7%
やや低い	10 4.8%	6 3.6%	5 2.1%	2 1.3%	23 3.0%
低い	0 0.0%	1 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.1%
合計	209 100.0%	165 100.0%	235 100.0%	157 100.0%	766 100.0%

図表資2-4-40 「価格競争力」の評価

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
高い	17 8.2%	9 5.4%	16 6.8%	10 6.4%	52 6.8%
やや高い	50 24.0%	45 27.1%	54 23.1%	27 17.2%	176 23.0%
同程度	85 40.9%	69 41.6%	94 40.2%	64 40.8%	312 40.8%
やや低い	45 21.6%	34 20.5%	60 25.6%	50 31.8%	189 24.7%
低い	11 5.3%	9 5.4%	10 4.3%	6 3.8%	36 4.7%
合計	208 100.0%	166 100.0%	234 100.0%	157 100.0%	765 100.0%

図表資2-4-41 「納期(短さ・柔軟さ)」の評価

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
高い	57 27.5%	51 30.9%	67 28.5%	37 23.7%	212 27.8%
やや高い	69 33.3%	63 38.2%	84 35.7%	53 34.0%	269 35.3%
同程度	66 31.9%	36 21.8%	73 31.1%	58 37.2%	233 30.5%
やや低い	14 6.8%	13 7.9%	10 4.3%	7 4.5%	44 5.8%
低い	1 0.5%	2 1.2%	1 0.4%	1 0.6%	5 0.7%
合計	207 100.0%	165 100.0%	235 100.0%	156 100.0%	763 100.0%

図表資2-4-42 「営業力」の評価

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
高い	11 5.3%	9 5.5%	12 5.1%	9 5.7%	41 5.4%
やや高い	41 19.9%	26 15.8%	45 19.2%	29 18.5%	141 18.5%
同程度	74 35.9%	61 37.0%	90 38.5%	52 33.1%	277 36.4%
やや低い	56 27.2%	54 32.7%	57 24.4%	46 29.3%	213 28.0%
低い	24 11.7%	15 9.1%	30 12.8%	21 13.4%	90 11.8%
合計	206 100.0%	165 100.0%	234 100.0%	157 100.0%	762 100.0%

図表資2-4-43 「上記を踏まえた総合力」の評価

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
高い	11 5.4%	4 2.4%	6 2.6%	7 4.5%	28 3.7%
やや高い	74 36.1%	64 38.8%	97 41.3%	63 40.1%	298 39.1%
同程度	84 41.0%	69 41.8%	98 41.7%	63 40.1%	314 41.2%
やや低い	33 16.1%	21 12.7%	31 13.2%	23 14.6%	108 14.2%
低い	3 1.5%	7 4.2%	3 1.3%	1 0.6%	14 1.8%
合計	205 100.0%	165 100.0%	235 100.0%	157 100.0%	762 100.0%

図表資2-4-44 新製品・技術開発や新たな生産方法の導入をしたか

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
実施した	70 36.3%	60 36.8%	90 39.3%	63 41.4%	283 38.4%
実施していない	123 63.7%	103 63.2%	139 60.7%	89 58.6%	454 61.6%
合計	193 100.0%	163 100.0%	229 100.0%	152 100.0%	737 100.0%

図表資2-4-45 その技術や製品販売が現在の売上げに占める割合

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
5割以上	5 7.6%	6 10.3%	10 11.2%	8 12.7%	29 10.5%
4～5割未満	8 12.1%	2 3.4%	3 3.4%	5 7.9%	18 6.5%
3～4割未満	9 13.6%	7 12.1%	9 10.1%	11 17.5%	36 13.0%
2～3割未満	8 12.1%	16 27.6%	22 24.7%	12 19.0%	58 21.0%
1～2割未満	14 21.2%	11 19.0%	13 14.6%	11 17.5%	49 17.8%
1割未満	17 25.8%	8 13.8%	17 19.1%	11 17.5%	53 19.2%
売上高に寄与していない	3 4.5%	3 5.2%	8 9.0%	2 3.2%	16 5.8%
不明	2 3.0%	5 8.6%	7 7.9%	3 4.8%	17 6.2%
合計	66 100.0%	58 100.0%	89 100.0%	63 100.0%	276 100.0%

図表資2-4-46 海外に生産拠点を保有(委託生産を含む)(現在)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
いいえ	182 87.5%	142 86.1%	193 82.8%	118 76.1%	635 83.4%
はい	26 12.5%	23 13.9%	40 17.2%	37 23.9%	126 16.6%
合計	208 100.0%	165 100.0%	233 100.0%	155 100.0%	761 100.0%

図表資2-4-47 海外に生産拠点を保有(委託生産を含む)(10年前)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
いいえ	166 89.2%	144 91.1%	192 90.1%	124 85.5%	626 89.2%
はい	20 10.8%	14 8.9%	21 9.9%	21 14.5%	76 10.8%
合計	186 100.0%	158 100.0%	213 100.0%	145 100.0%	702 100.0%

図表資2-4-48 輸出を実施している(商社経由を含む)(現在)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
いいえ	175 84.1%	107 64.8%	169 72.5%	87 56.1%	538 70.7%
はい	33 15.9%	58 35.2%	64 27.5%	68 43.9%	223 29.3%
合計	208 100.0%	165 100.0%	233 100.0%	155 100.0%	761 100.0%

図表資2-4-49 輸出を実施している(商社経由を含む)(10年前)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
いいえ	160 86.0%	107 67.7%	161 75.6%	86 59.3%	514 73.2%
はい	26 14.0%	51 32.3%	52 24.4%	59 40.7%	188 26.8%
合計	186 100.0%	158 100.0%	213 100.0%	145 100.0%	702 100.0%

図表資2-4-50 輸出される製品に組み込まれる部品・素材を製造している(現在)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
いいえ	183 88.4%	108 66.7%	140 60.1%	92 59.4%	523 69.1%
はい	24 11.6%	54 33.3%	93 39.9%	63 40.6%	234 30.9%
合計	207 100.0%	162 100.0%	233 100.0%	155 100.0%	757 100.0%

図表資2-4-51 輸出される製品に組み込まれる部品・素材を製造している(10年前)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
いいえ	166 89.7%	110 71.0%	135 63.4%	90 62.1%	501 71.8%
はい	19 10.3%	45 29.0%	78 36.6%	55 37.9%	197 28.2%
合計	185 100.0%	155 100.0%	213 100.0%	145 100.0%	698 100.0%

図表資2-4-52 部品や素材を輸入(現在)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
いいえ	156 75.4%	111 67.7%	165 70.5%	95 61.3%	527 69.3%
はい	51 24.6%	53 32.3%	69 29.5%	60 38.7%	233 30.7%
合計	207 100.0%	164 100.0%	234 100.0%	155 100.0%	760 100.0%

図表資2-4-53 部品や素材を輸入(10年前)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
いいえ	143 77.3%	120 76.4%	172 80.4%	109 75.2%	544 77.6%
はい	42 22.7%	37 23.6%	42 19.6%	36 24.8%	157 22.4%
合計	185 100.0%	157 100.0%	214 100.0%	145 100.0%	701 100.0%

図表資2-4-54 海外への進出・取引を検討する上での課題(複数回答)

	生活関連・その 他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
国際関連業務に対応可能な人材難	53 27.7%	51 32.1%	62 28.7%	74 48.1%	240
海外事業展開におけるパートナーの確保難	42 22.0%	37 23.3%	54 25.0%	52 33.8%	185
制度や市場など海外情報の不足	48 25.1%	43 27.0%	45 20.8%	40 26.0%	176
環境規制等の現地市場への対応力が不足	25 13.1%	28 17.6%	27 12.5%	18 11.7%	98
海外展開できる製品の競争力が不足	30 15.7%	26 16.4%	31 14.4%	22 14.3%	109
資金難	34 17.8%	39 24.5%	42 19.4%	28 18.2%	143
取組み方がわからない	33 17.3%	27 17.0%	31 14.4%	14 9.1%	105
その他	7 3.7%	2 1.3%	9 4.2%	10 6.5%	28
特になし	68 35.6%	59 37.1%	86 39.8%	43 27.9%	256
合計	191	159	216	154	720

図表資2-4-55 主な原材料(部品)の仕入価格は10年前と比べて

	生活関連・その 他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
5割以上上昇	5 2.7%	10 6.4%	17 7.8%	0 0.0%	32 4.6%
4~5割上昇	6 3.2%	9 5.7%	6 2.8%	1 0.7%	22 3.1%
3~4割上昇	26 14.0%	19 12.1%	15 6.9%	9 6.3%	69 9.8%
2~3割上昇	43 23.1%	34 21.7%	51 23.4%	33 23.2%	161 22.9%
1~2割上昇	54 29.0%	42 26.8%	56 25.7%	43 30.3%	195 27.7%
1割未満上昇	11 5.9%	12 7.6%	19 8.7%	11 7.7%	53 7.5%
横ばい	28 15.1%	21 13.4%	42 19.3%	32 22.5%	123 17.5%
1割未満低下	3 1.6%	3 1.9%	1 0.5%	5 3.5%	12 1.7%
1~2割低下	7 3.8%	4 2.5%	3 1.4%	4 2.8%	18 2.6%
2~3割低下	2 1.1%	1 0.6%	6 2.8%	3 2.1%	12 1.7%
3~4割低下	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.7%	1 0.1%
4~5割低下	0 0.0%	1 0.6%	1 0.5%	0 0.0%	2 0.3%
5割以上低下	1 0.5%	1 0.6%	1 0.5%	0 0.0%	3 0.4%
合計	186 100.0%	157 100.0%	218 100.0%	142 100.0%	703 100.0%



図表資2-4-56 不足している人材(複数回答)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
研究者・技術者	49 23.6%	61 36.7%	79 33.3%	85 53.5%	274
熟練技能者	78 37.5%	55 33.1%	102 43.0%	74 46.5%	309
一般作業員	30 14.4%	22 13.3%	24 10.1%	18 11.3%	94
営業・販売従事者	87 41.8%	82 49.4%	83 35.0%	59 37.1%	311
事務従事者	12 5.8%	8 4.8%	9 3.8%	3 1.9%	32
経営を補佐する人材(右腕)	56 26.9%	49 29.5%	66 27.8%	45 28.3%	216
後継者候補	30 14.4%	28 16.9%	35 14.8%	29 18.2%	122
その他	1 0.5%	3 1.8%	0 0.0%	0 0.0%	4
不足している人材はない	28 13.5%	22 13.3%	32 13.5%	16 10.1%	98
合計	208	166	237	159	770

図表資2-4-57 経営上の課題(複数回答)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
受注量が少ない	92 43.8%	65 38.9%	85 35.7%	62 39.2%	304
受注単価が低い	92 43.8%	77 46.1%	96 40.3%	61 38.6%	326
(受注単価以外の)取引条件が悪い	9 4.3%	7 4.2%	8 3.4%	4 2.5%	28
受注が不安定	80 38.1%	62 37.1%	86 36.1%	78 49.4%	306
特定の受注先への依存度が高い	59 28.1%	48 28.7%	58 24.4%	46 29.1%	211
自社製品を持っていない	27 12.9%	24 14.4%	43 18.1%	27 17.1%	121
仕入れ・外注価格が高い	30 14.3%	25 15.0%	35 14.7%	23 14.6%	113
外注の品質・納期等が問題	19 9.0%	11 6.6%	25 10.5%	12 7.6%	67
企業ネットワークが弱い	9 4.3%	12 7.2%	9 3.8%	5 3.2%	35
生産性が低い	35 16.7%	20 12.0%	35 14.7%	19 12.0%	109
設備が不足	27 12.9%	33 19.8%	29 12.2%	12 7.6%	101
技術開発力が不足	33 15.7%	53 31.7%	46 19.3%	44 27.8%	176
営業力が不足	74 35.2%	68 40.7%	69 29.0%	52 32.9%	263
技能伝承が困難	17 8.1%	25 15.0%	37 15.5%	30 19.0%	109
後継者難	29 13.8%	18 10.8%	29 12.2%	22 13.9%	98
資金難	47 22.4%	30 18.0%	36 15.1%	24 15.2%	137
その他	5 2.4%	5 3.0%	6 2.5%	7 4.4%	23
特にない	12 5.7%	11 6.6%	18 7.6%	10 6.3%	51
合計	210	167	238	158	773

図表資2-4-58 最も大きな経営上の課題は

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
受注量が少ない	44 24.6%	28 18.8%	45 21.7%	24 18.2%	141 21.1%
受注単価が低い	26 14.5%	26 17.4%	32 15.5%	17 12.9%	101 15.1%
(受注単価以外の)取引条件が悪い	1 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.1%
受注が不安定	29 16.2%	24 16.1%	35 16.9%	23 17.4%	111 16.6%
特定の受注先への依存度が高い	13 7.3%	6 4.0%	22 10.6%	10 7.6%	51 7.6%
自社製品を持っていない	2 1.1%	2 1.3%	5 2.4%	6 4.5%	15 2.2%
仕入れ・外注価格が高い	4 2.2%	6 4.0%	6 2.9%	1 0.8%	17 2.5%
外注の品質・納期等が問題	3 1.7%	1 0.7%	3 1.4%	3 2.3%	10 1.5%
企業ネットワークが弱い	2 1.1%	1 0.7%	1 0.5%	0 0.0%	4 0.6%
生産性が低い	3 1.7%	4 2.7%	5 2.4%	1 0.8%	13 1.9%
設備が不足	5 2.8%	7 4.7%	2 1.0%	1 0.8%	15 2.2%
技術開発力が不足	9 5.0%	9 6.0%	8 3.9%	9 6.8%	35 5.2%
営業力が不足	18 10.1%	12 8.1%	10 4.8%	9 6.8%	49 7.3%
技能伝承が困難	2 1.1%	3 2.0%	14 6.8%	9 6.8%	28 4.2%
後継者難	1 0.6%	4 2.7%	8 3.9%	7 5.3%	20 3.0%
資金難	13 7.3%	11 7.4%	8 3.9%	6 4.5%	38 5.7%
その他	4 2.2%	5 3.4%	3 1.4%	6 4.5%	18 2.7%
合計	179 100.0%	149 100.0%	207 100.0%	132 100.0%	667 100.0%

図表資2-4-59 今後の事業規模についてはどのように考えているか

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
拡大	56 27.1%	48 28.7%	53 22.9%	51 32.9%	208 27.4%
維持	114 55.1%	96 57.5%	145 62.8%	87 56.1%	442 58.2%
縮小	24 11.6%	13 7.8%	16 6.9%	13 8.4%	66 8.7%
製造業以外へ転業	8 3.9%	3 1.8%	5 2.2%	3 1.9%	19 2.5%
廃業	5 2.4%	7 4.2%	12 5.2%	1 0.6%	25 3.3%
合計	207 100.0%	167 100.0%	231 100.0%	155 100.0%	760 100.0%

図表資2-4-60 公的支援に関する情報の入手先(複数回答)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
行政機関	32 15.4%	37 22.4%	59 25.2%	41 26.3%	169
中小企業支援機関	35 16.8%	30 18.2%	47 20.1%	28 17.9%	140
商工会議所・商工会	68 32.7%	74 44.8%	96 41.0%	73 46.8%	311
業界団体	34 16.3%	31 18.8%	47 20.1%	33 21.2%	145
金融機関	66 31.7%	64 38.8%	91 38.9%	63 40.4%	284
コンサルタント、税理士、会計士	45 21.6%	45 27.3%	59 25.2%	39 25.0%	188
取引先	16 7.7%	14 8.5%	18 7.7%	18 11.5%	66
同業者	16 7.7%	13 7.9%	20 8.5%	16 10.3%	65
マスコミ	11 5.3%	6 3.6%	18 7.7%	9 5.8%	44
その他	2 1.0%	7 4.2%	4 1.7%	6 3.8%	19
どこからも入手していない	39 18.8%	23 13.9%	36 15.4%	20 12.8%	118
合計	208	165	234	156	763

図表資2-4-61 最近10年間でどのようなことに関して公的な支援を利用したか(複数回答)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
人材確保・育成	34 17.8%	26 16.1%	47 21.0%	34 22.7%	141
雇用維持	34 17.8%	35 21.7%	79 35.3%	45 30.0%	193
資金繰り	60 31.4%	46 28.6%	61 27.2%	38 25.3%	205
設備投資	33 17.3%	39 24.2%	67 29.9%	29 19.3%	168
技術・製品開発	7 3.7%	12 7.5%	25 11.2%	16 10.7%	60
知的財産の保護・活用	1 0.5%	4 2.5%	5 2.2%	7 4.7%	17
公的認証制度の活用	9 4.7%	10 6.2%	21 9.4%	13 8.7%	53
販路開拓	10 5.2%	8 5.0%	17 7.6%	6 4.0%	41
経営効率化	5 2.6%	6 3.7%	8 3.6%	7 4.7%	26
海外展開	5 2.6%	3 1.9%	8 3.6%	6 4.0%	22
事業継続	5 2.6%	5 3.1%	5 2.2%	8 5.3%	23
その他	2 1.0%	3 1.9%	1 0.4%	2 1.3%	8
全く利用したことがない	61 31.9%	45 28.0%	47 21.0%	41 27.3%	194
合計	191	161	224	150	726

図表資2-4-62 最近10年間で関心・必要性はあるが利用できなかった公的な支援策は(複数回答)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
人材確保・育成	35 21.3%	25 17.1%	31 15.7%	34 25.0%	125
雇用維持	14 8.5%	7 4.8%	8 4.1%	8 5.9%	37
資金繰り	26 15.9%	17 11.6%	13 6.6%	11 8.1%	67
設備投資	38 23.2%	32 21.9%	45 22.8%	27 19.9%	142
技術・製品開発	20 12.2%	32 21.9%	35 17.8%	34 25.0%	121
知的財産の保護・活用	8 4.9%	5 3.4%	5 2.5%	7 5.1%	25
公的認証制度の活用	4 2.4%	4 2.7%	9 4.6%	8 5.9%	25
販路開拓	21 12.8%	23 15.8%	27 13.7%	20 14.7%	91
経営効率化	11 6.7%	7 4.8%	14 7.1%	16 11.8%	48
海外展開	8 4.9%	9 6.2%	16 8.1%	12 8.8%	45
事業継続	4 2.4%	7 4.8%	7 3.6%	5 3.7%	23
その他	4 2.4%	4 2.7%	7 3.6%	2 1.5%	17
公的な支援策に関心・必要はない	47 28.7%	38 26.0%	59 29.9%	30 22.1%	174
合計	164	146	197	136	643

図表資2-4-63 支援策を利用し(でき)なかった理由(複数回答)

	生活関連・その他型	基礎素材型 (金属以外)	基礎素材型 (金属)	加工組立型	合計
要件を満たさなかった	37 34.3%	34 32.1%	44 34.4%	35 34.7%	150
資金不足	21 19.4%	19 17.9%	19 14.8%	13 12.9%	72
手続きが煩雑だった	30 27.8%	33 31.1%	38 29.7%	37 36.6%	138
行政等による支援策の広報が不十分であった	20 18.5%	18 17.0%	21 16.4%	17 16.8%	76
情報収集が十分でなかった	41 38.0%	37 34.9%	39 30.5%	33 32.7%	150
効果が見込めなかった	12 11.1%	19 17.9%	20 15.6%	12 11.9%	63
その他	1 0.9%	4 3.8%	9 7.0%	8 7.9%	22
合計	108	106	128	101	443

(終)





大阪産業経済リサーチセンター 平成 26 年 3 月発行  
〒559-8555 大阪市住之江区南港北 1-14-16 咲洲庁舎 24 階／電話 06(6210)9479