

## 滋賀県中小企業等実態調査に係る結果の概要

### 1 調査の概要

#### (1) 調査目的

本調査は、滋賀県内の中小企業等の現状や課題、主要な経営戦略等について把握し、中小企業の振興のための条例制定や施策の立案等に必要な基礎資料とすることを目的に、龍谷大学との共同研究の一環として実施した。

#### (2) 調査設計および回収結果

調査対象	滋賀県内 6,000 事業所（製造業 3,000 事業所、非製造業 3,000 事業所） 〔「平成 21 年経済センサスー基礎調査」の民営事業所データから中小企業者の規模に相当する事業所を無作為抽出。〕
調査方法	郵送配布・郵送回収、記名方式
調査期間	平成 23 年 10 月 26 日～平成 23 年 11 月 8 日
回収状況	回収数 1,309 事業所（製造業 671 事業所、非製造業 638 事業所） このうち廃業等を除く製造業 585 事業所、非製造業 578 事業所を集計。 回収率 22.5% (宛先不明数等：180 事業所)

### 2 主な調査結果

#### (1) 基本属性について

##### ① 回答事業所の所在地域別構成割合

	大津地域	南部地域	甲賀地域	東近江地域	湖東地域	湖北地域	湖西地域	無回答
製造業 (N=585)	10.1%	18.1%	17.1%	17.1%	13.0%	14.4%	7.0%	3.2%
非製造業 (N=578)	22.1%	21.8%	10.6%	14.7%	11.1%	12.6%	3.6%	3.5%

##### ② 回答事業所の従業員（正社員）規模別構成割合

	0人～5人	6人～20人	21人以上	無回答
製造業 (N=585)	45.6%	23.4%	19.0%	12.0%
非製造業 (N=578)	58.6%	14.5%	5.4%	21.5%

〔※「無回答」は、従業員（正社員）数の記入欄が空欄となっていた事業所を集計したもので、その中には「従業員（正社員）数 0 人」である事業所を含んでいるものと考えられる。〕

(2) 事業活動の概要について

① 独自の製品や商品、技術、サービス等の保有状況

調査項目	製造業 (N=585)	非製造業 (N=578)
①自社ブランド製品・商品を保有	24.3%	7.1%
②自社独自技術、サービス等を保有	24.6%	7.4%
③産業財産権 <sup>*</sup> を保有	11.5%	2.1%

※調査対象とした産業財産権:特許権(国内)、特許権(海外)、実用新案権、意匠権、商標権

② 企業としての現在の強み (回答数上位3項目) (3LA%)

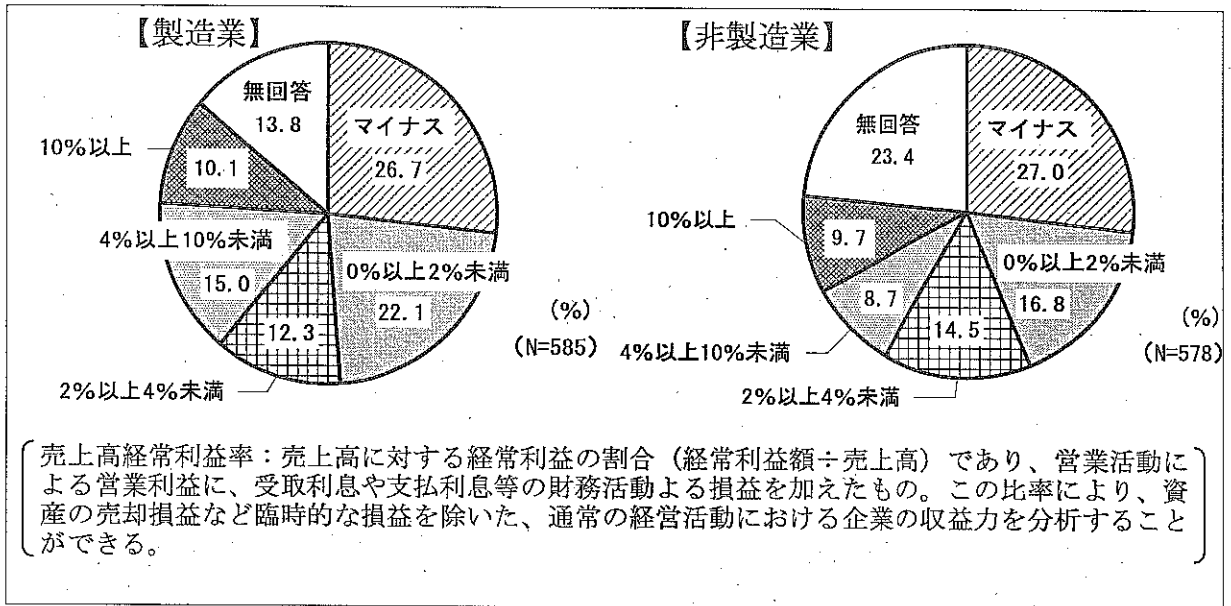
	製造業 (N=585)		非製造業 (N=578)	
1位	取引先との信頼関係	36.9%	取引先との信頼関係	32.0%
2位	技術力	29.1%	人材	26.1%
3位	多品種小ロット対応	23.4%	技術力	25.6%

③ 県内中小企業等が今後強化したいと考えるもの (回答数上位3項目) (3LA%)

	製造業 (N=585)		非製造業 (N=578)	
1位	人材	28.4%	人材	24.2%
2位	技術力	22.4%	販売力	14.2%
3位	販売力	17.8%	技術力	13.7%

### (3) 最近の業績について

#### ① 直近決算での売上高経常利益率

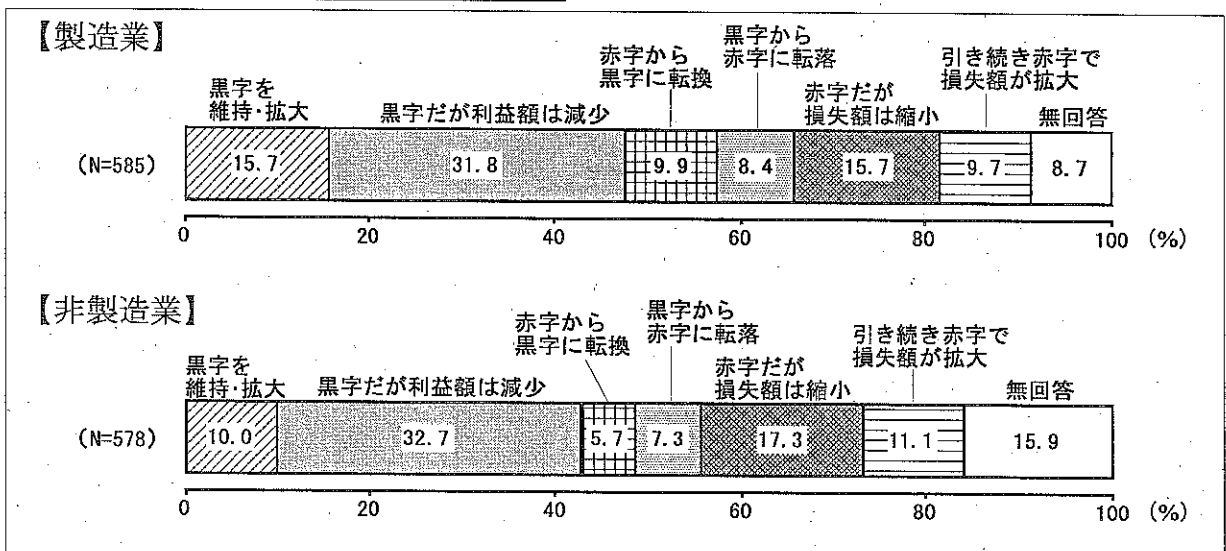


マイナス（経常損益が赤字）となっている事業所は、製造業、非製造業で約 27% となっている。

一方、プラス（経常損益が黒字）となっている事業所は、製造業の 59.5%、非製造業の 49.7%となっている。

マイナスとなっている事業所とプラスとなっている事業所との割合とを比較すると、プラスとなっている事業所の割合のほうが製造業で 32.8 ポイント、非製造業で 22.7 ポイント大きくなっている。

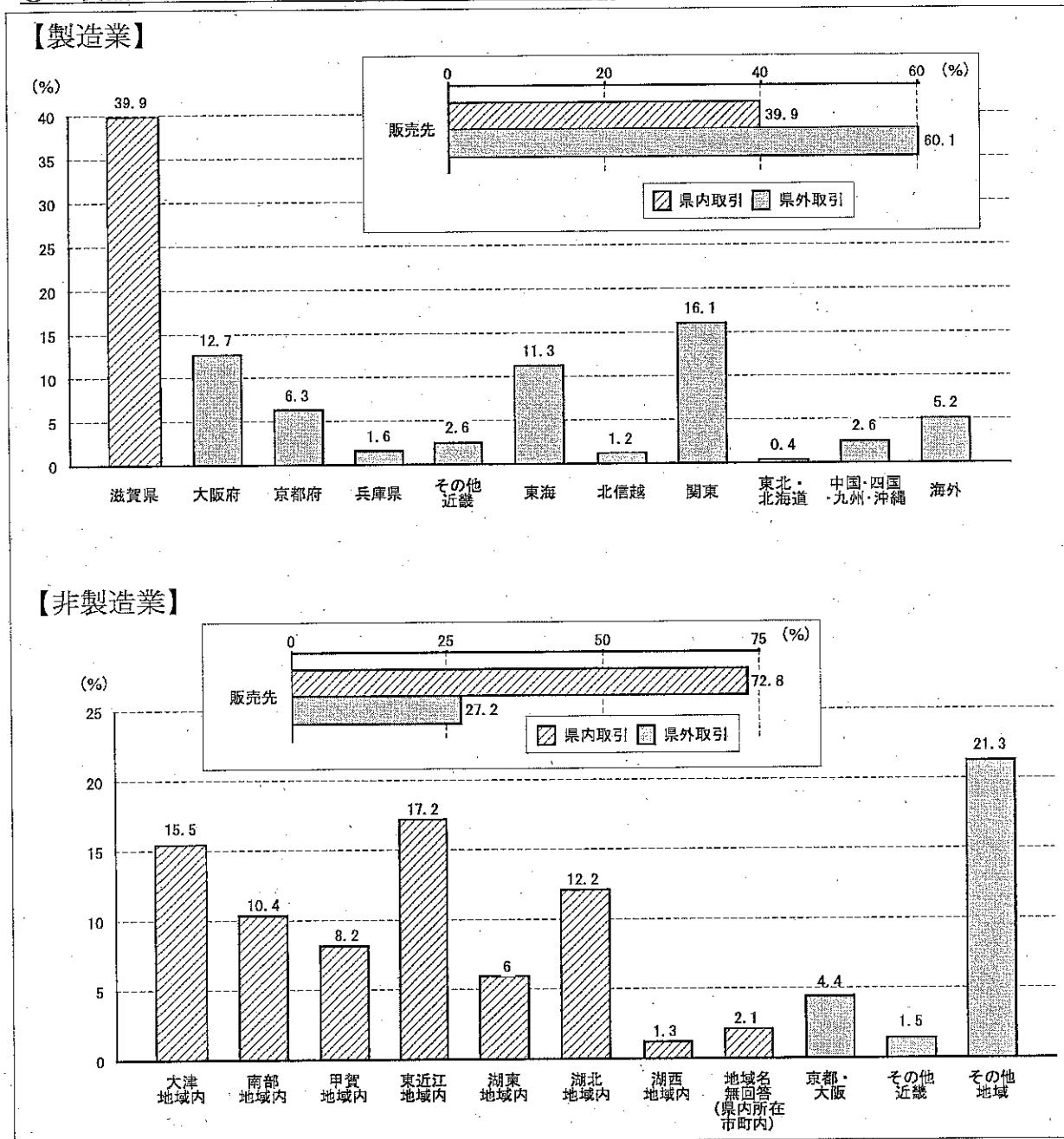
#### ② 3期前と比較した経常損益の変化



経常損益について、リーマンショック前にあたる3期前の決算と比較した変化についてたずねたところ、「黒字だが利益額は減少」とした事業所が製造業 31.8%、非製造業 32.7%となっており、製造業の黒字事業所の約 55%、非製造業の黒字事業所の約 68%を占めている。

(4) 取引関係について

① 製品・商品、サービス等の主な取引地域別販売額の比率

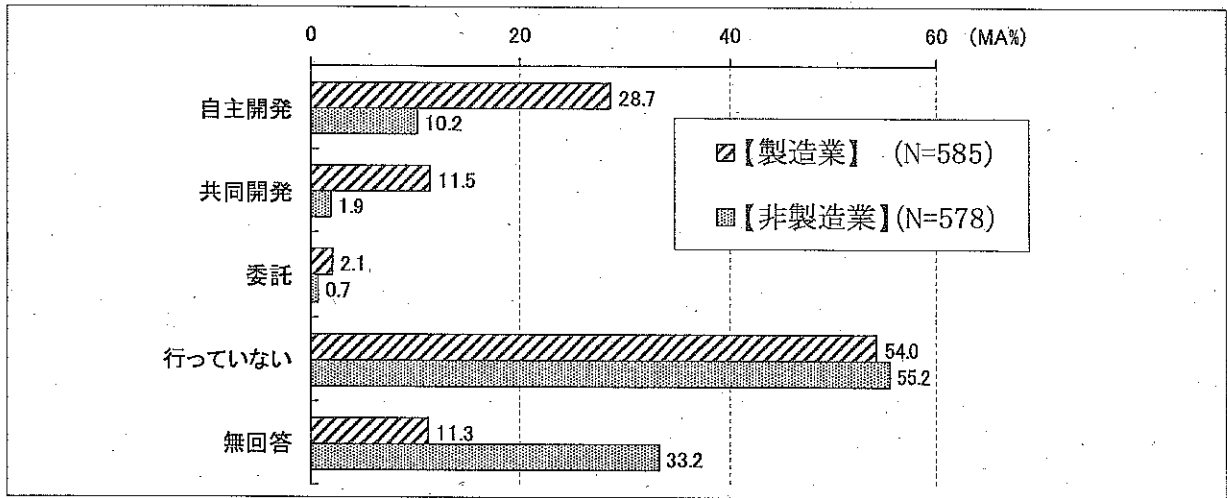


各事業所の直近決算における売上高と、製品やサービス等の販売先に関する主な取引地域の比率にもとづき、主な取引地域別販売額の比率を推計すると、製造業では、県外取引が県内取引を5割程度上回っており、非製造業では、県内取引が県外取引の約2.6倍であった。

② 販売先に係る過去1年間の新規取引のきっかけ(回答数上位3項目) (3LA%)

	製造業 (N=585)		非製造業 (N=578)	
1位	取引先からの紹介	27.0%	取引先からの紹介	22.3%
2位	営業開拓	26.8%	営業開拓	17.6%
3位	ホームページなどネット関連	11.5%	ホームページなどネット関連	7.1%

(5) 研究開発の取組状況および形態

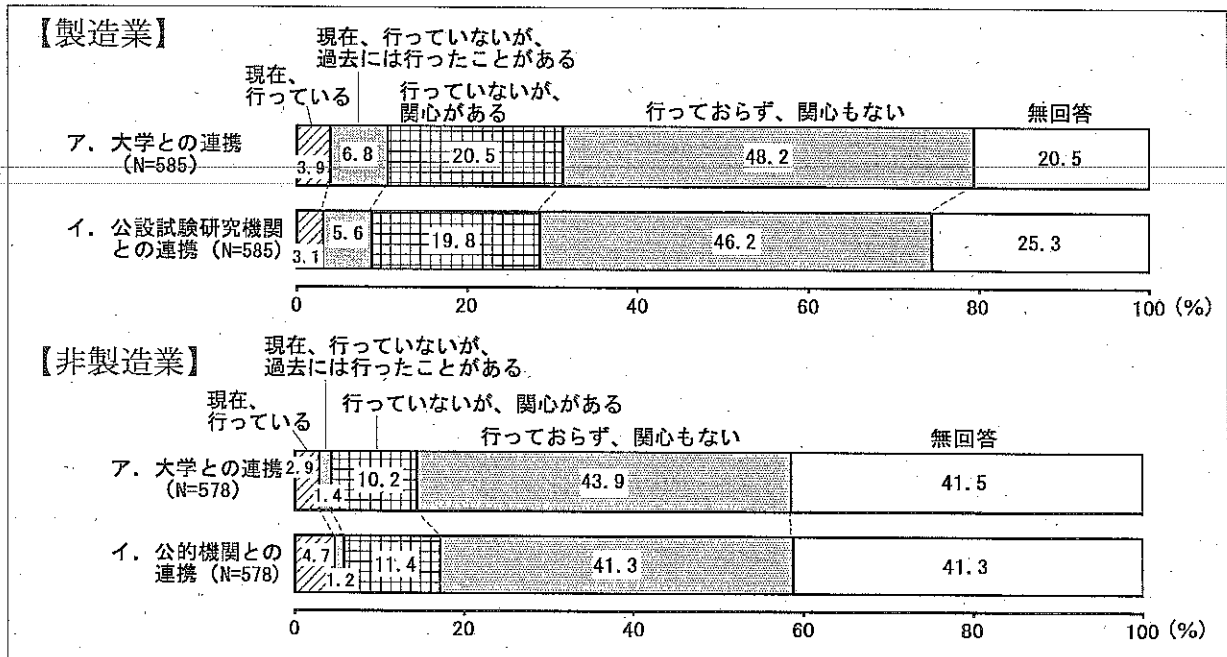


研究開発の形態として「自主開発」が中心で、製造業で 28.7%、非製造業で 10.2% となっている。

なお、研究開発を「行っていない」とした事業所は、製造業で 54.0%、非製造業で 55.2%となっている。

(6) 「連携」の取組について

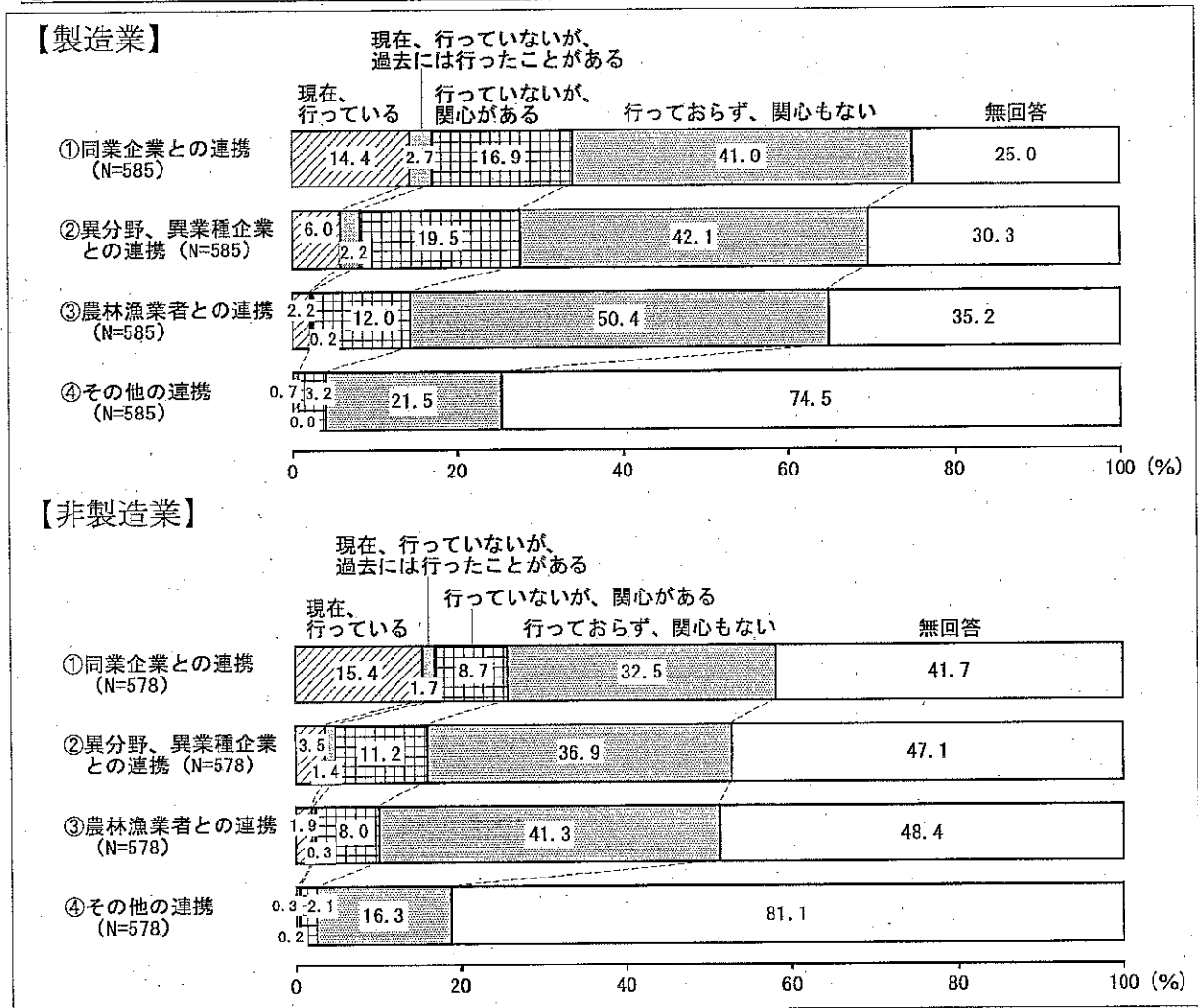
① 産学官連携の実績および関心度



“大学との連携”について、「現在行っている」または「現在、行っていないが、過去に行ったことがある」とした事業所は、製造業で 10.7%、非製造業で 4.3%となっている。

また、製造業において“イ 公設試験研究機関との連携”を「現在行っている」もしくは「現在、行っていないが、過去に行ったことがある」とした事業所は 8.7%、非製造業において“公的機関との連携”を「現在行っている」もしくは「現在、行っていないが、過去に行ったことがある」とした事業所は 5.9%となっている。

## ② 企業間連携等の実績および関心度



「現在行っている」もしくは「現在、行っていないが、過去に行ったことがある」とした企業間連携の形態として最も割合が大きいのは“①同業企業との連携”で、製造業、非製造業で17.1%となっている。

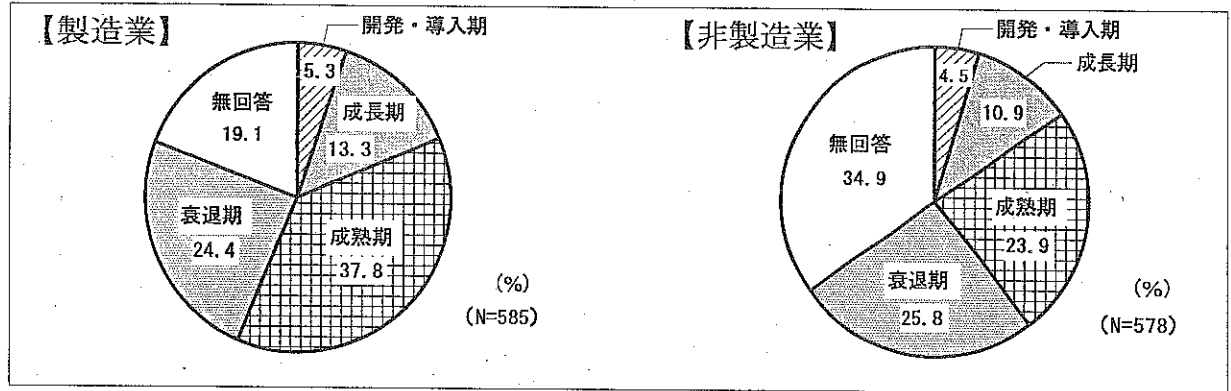
“②異分野、異業種企業との連携”について「現在行っている」もしくは「現在、行っていないが、過去に行ったことがある」とした事業所の割合は、製造業で8.2%、非製造業で4.9%となっている。

“③農林漁業者との連携”について「現在行っている」もしくは「現在、行っていないが、過去に行ったことがある」とした事業所の割合は、製造業で2.4%、非製造業で2.2%となっている。

### (7) 商工関係団体等での活動を通じて得られた効果 (回答数上位3項目) (MA%)

	製造業 (N=585)		非製造業 (N=578)	
1位	人的ネットワークが広がった	37.8%	人的ネットワークが広がった	34.6%
2位	関連情報の入手が容易になった	24.1%	関連情報の入手が容易になった	27.4%
3位	地域活動や社会貢献活動に積極的に取り組むようになった	17.5%	地域活動や社会貢献活動に積極的に取り組むようになった	20.9%

(8) 主要な製品・商品、技術、サービス等にあてはまるライフサイクル上の段階

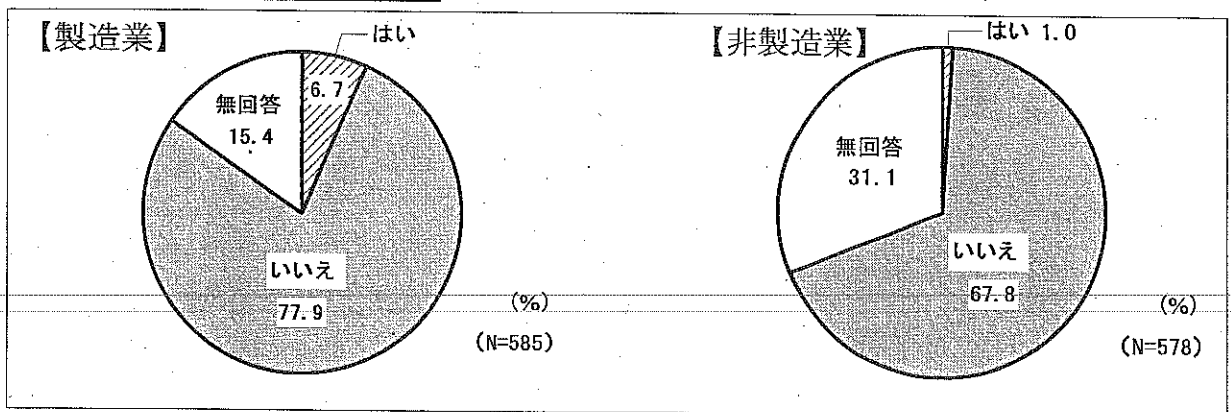


製造業において「成長期」および「成熟期」とした事業所の割合は51.1%で、「衰退期」とした割合の24.4%の約2倍となっている。

一方、非製造業において「成長期」および「成熟期」とした事業所の割合は34.8%で、「衰退期」とした割合の25.8%を3割強上回っている。

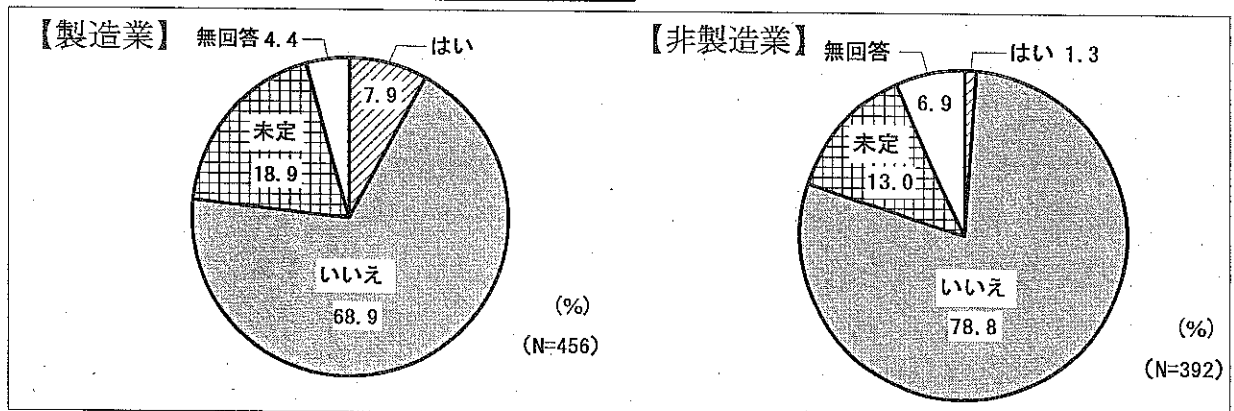
(9) 海外への事業展開の状況について

① 海外への事業展開の有無



製造業において海外へ事業展開をしているとした事業所の割合は、全体の6.7%となっている。一方、非製造業において海外へ事業展開をしているとした事業所の割合は、全体の1.0%となっている。

② 今後5年以内における海外展開の意向



海外へは事業展開していないとした事業所のうち、今後5年以内における海外展開の意向を持っている事業所の割合は、製造業で7.9%、非製造業で1.3%となっている。

(10) 立地について

① 滋賀県内に立地しているメリットおよびデメリット（回答数上位3項目）

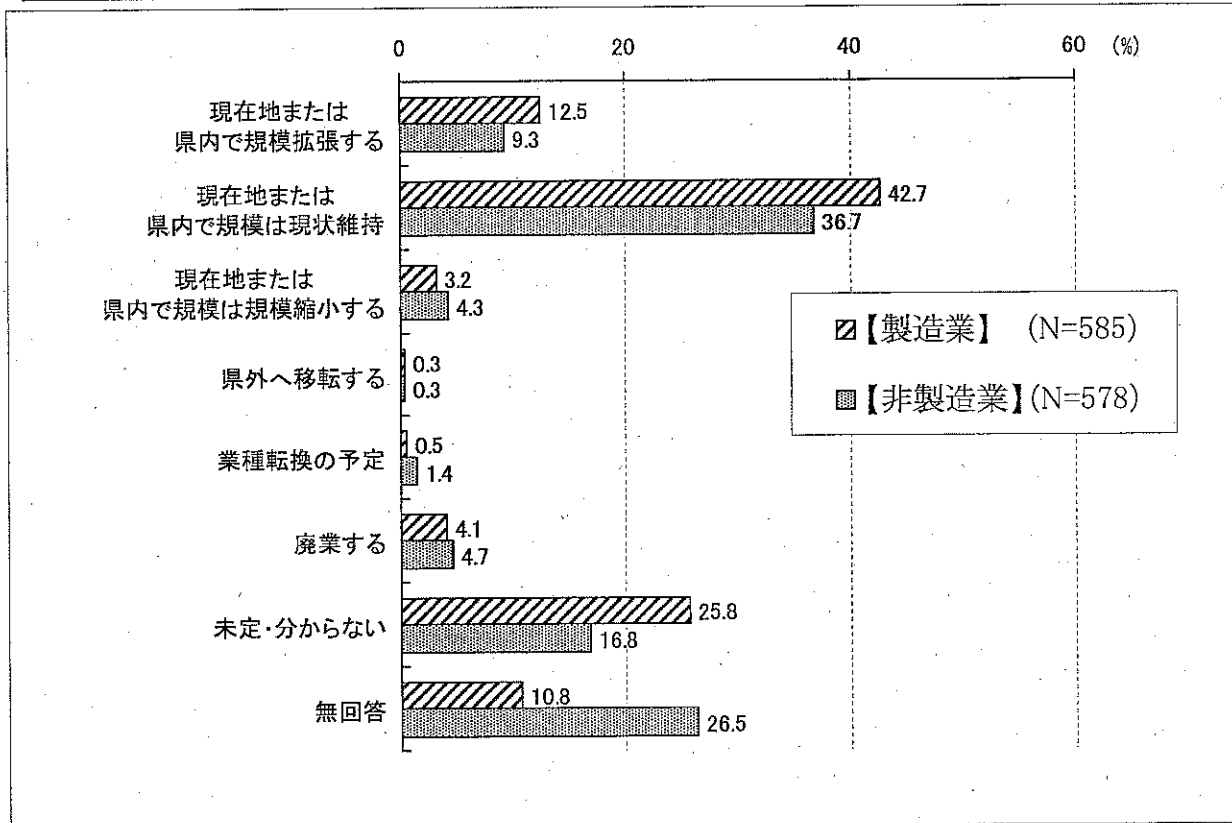
【メリット】 (3LA%)

	製造業 (N=585)		非製造業 (N=578)	
1位	受注先との距離	44.8%	長年のつきあい	28.2%
2位	自然災害が少ない	29.7%	自然災害が少ない	21.6%
3位	長年のつきあい	19.8%	受注先との距離	18.2%

【デメリット】 (3LA%)

	製造業 (N=585)		非製造業 (N=578)	
1位	公共交通機関の便	16.2%	公共交通機関の便	12.8%
2位	従業員の確保	13.3%	他社との競合	11.9%
3位	情報の入手	12.1%	道路交通事情	9.3%

② 今後の生産拠点・事業拠点に対する意向

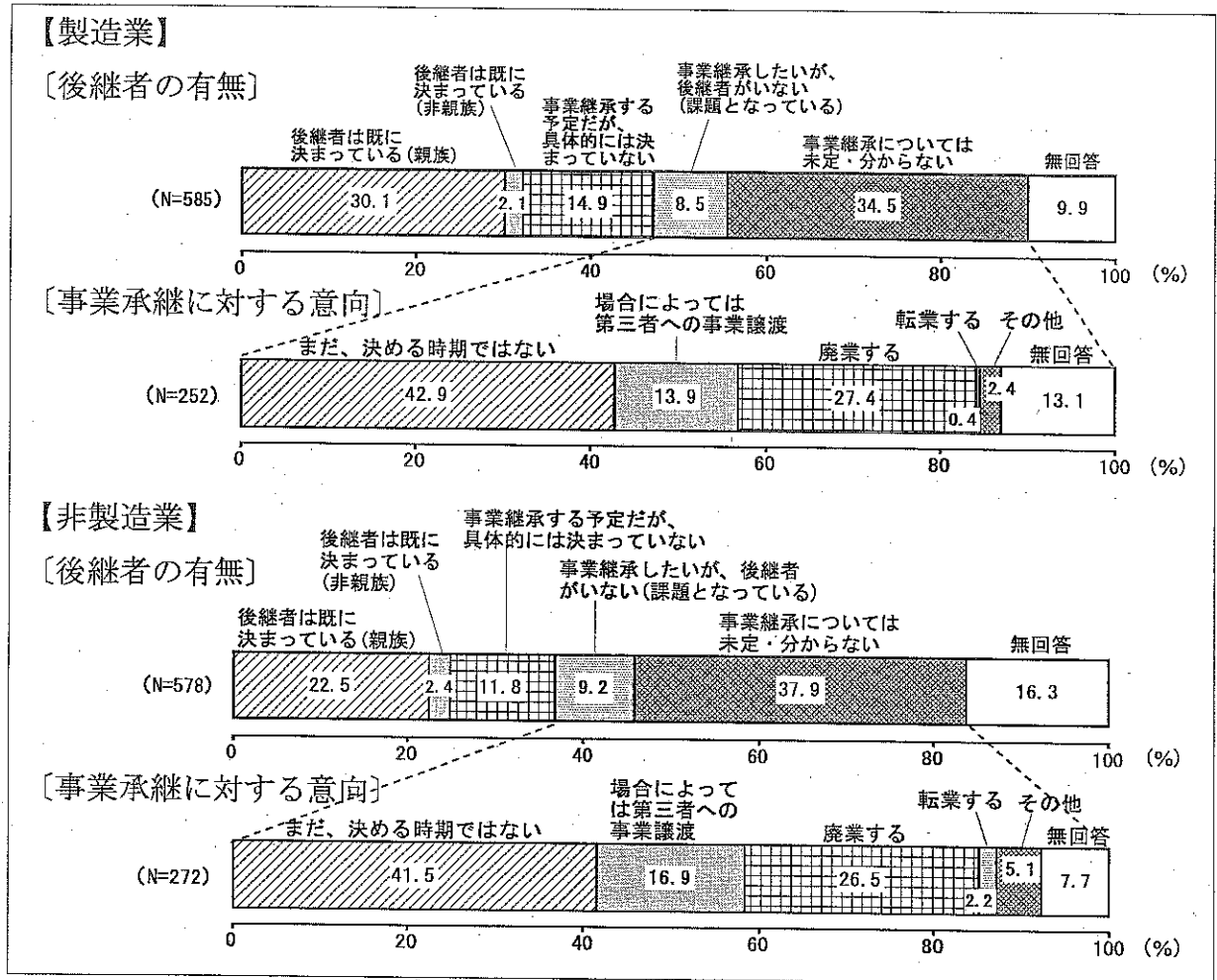


「現在地または県内で規模現状維持」とした事業所が最も多く、製造業で 42.7%、非製造業で 36.7%となっており、「現在地または県内で規模拡張する」と「現在地または県内で規模縮小する」とを加えた割合は、製造業で 58.4%、非製造業で 50.3%となっている。

これに対し、「県外に移転する」とした事業所は、製造業、非製造業ともに 0.3%となっている。



(11) 後継者の有無と事業承継に対する意向

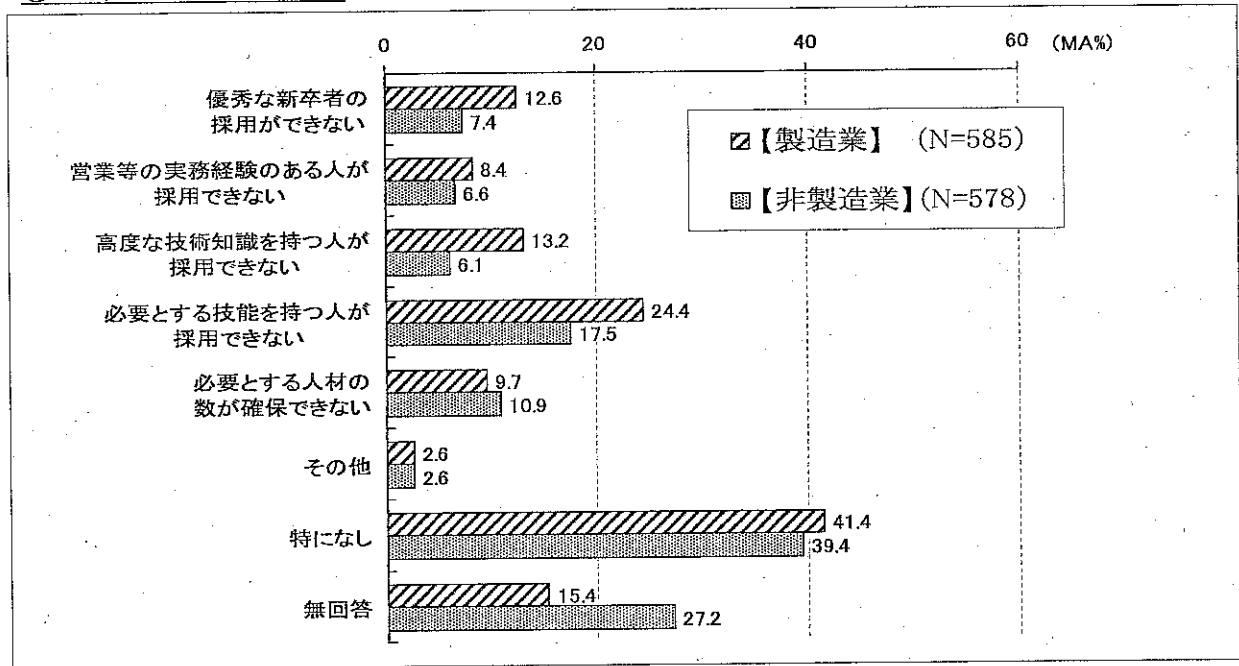


「事業継承したいが、後継者がいない(課題となっている)」、「事業継承については未定・分からない」とした事業所は、製造業で43.0%、非製造業で47.1%となっている。

当該事業所における事業承継に対する意向をみると、「まだ決める時期ではない」とした事業所は、製造業で42.9%、非製造業で41.5%となっており、「廃業する」とした事業所は、製造業で27.4%、非製造業で26.5%となっている。

## (12) 人材の確保・育成について

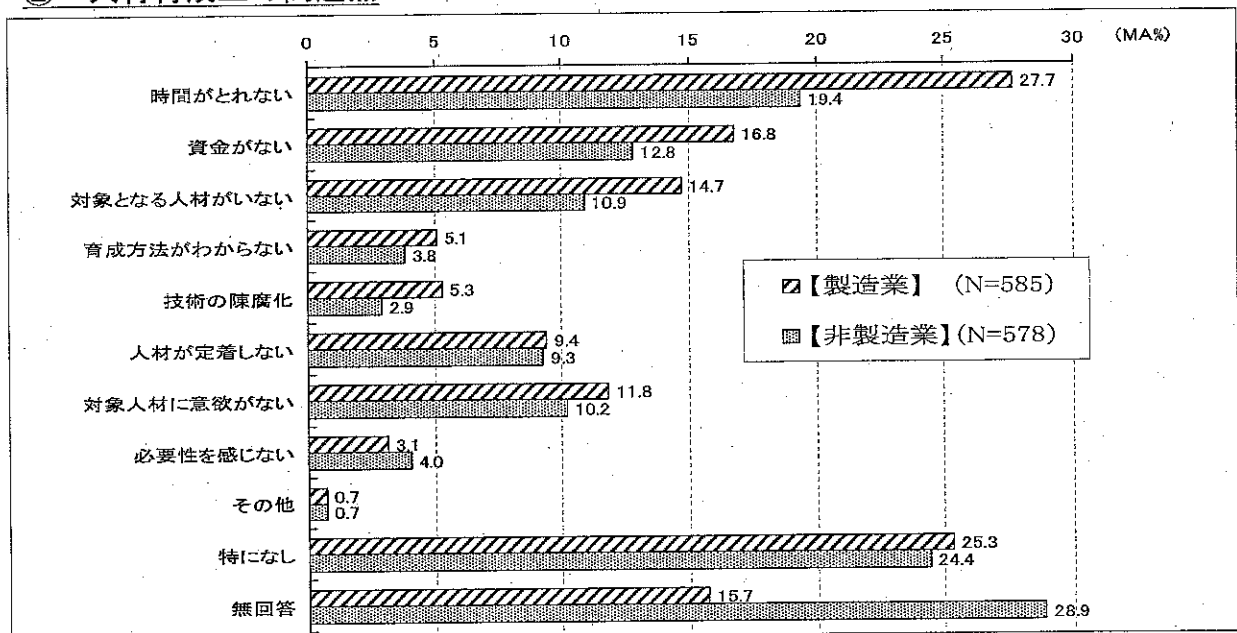
### ① 採用に関する課題



課題について「特になし」とした事業所が、製造業で41.4%、非製造業で39.4%となっている。

一方、課題としては、「必要とする技能を持つ人が採用できない」が最も多く、製造業で24.4%、非製造業で17.5%となっている。

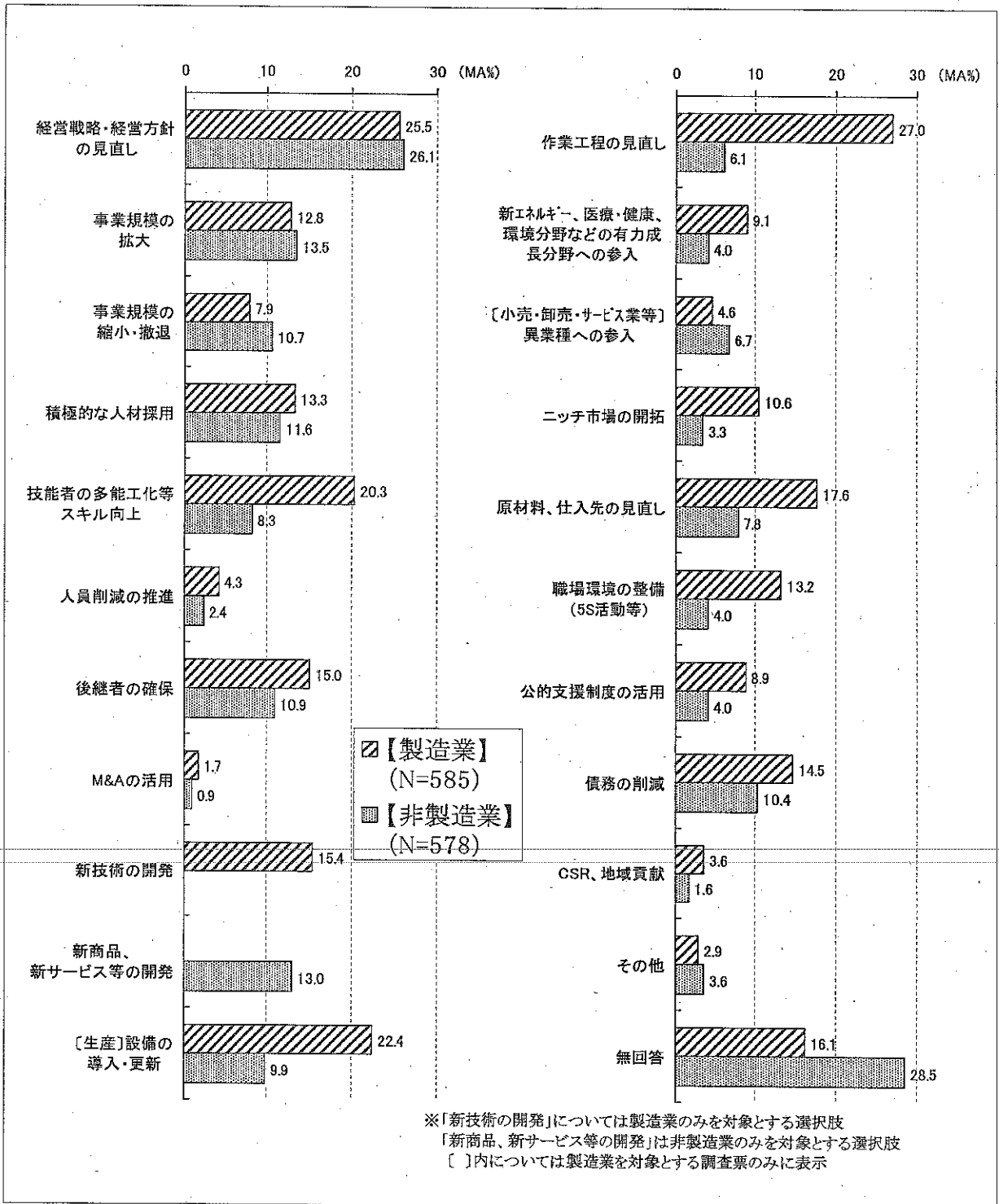
### ② 人材育成上の問題点



問題点について「時間がとれない」とした事業所が最も多く、製造業で27.7%、非製造業で19.4%となっている。次に多いのが「資金がない」とした事業所で、製造業で16.8%、非製造業で12.8%となっている。

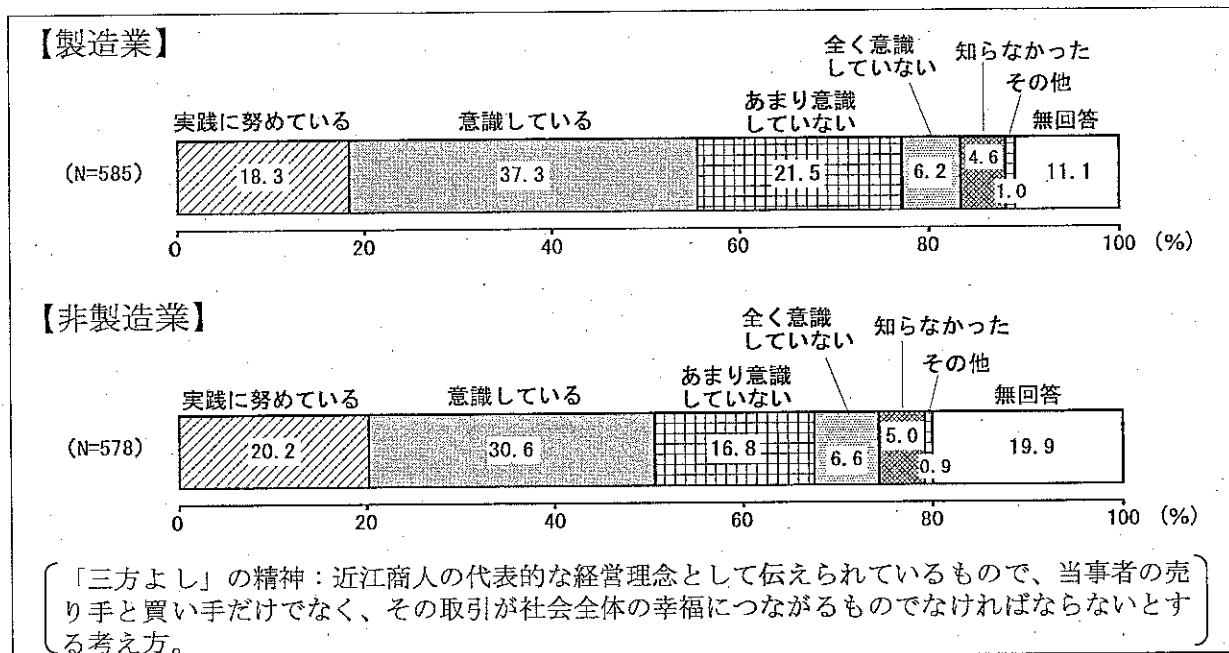
その一方で、問題点について「特になし」とした事業所が、製造業で25.3%、非製造業で24.4%となっている。

(13) 今後3年程度を見据えた新たな取組に対する意向について（回答数上位3項目）



回答数の多かった上位の項目として、製造業では「作業工程の見直し」27.0%、「経営戦略・経営方針の見直し」25.5%、「生産設備の導入・更新」22.4%となっている。一方、非製造業では、「経営戦略・経営方針の見直し」26.1%、「事業規模の拡大」13.5%、「新商品、新サービス等の開発」13.0%となっている。

(14) 「三方よし」の精神に対する考え



「実践に努めている」と「意識している」とした事業所の割合は、製造業で55.6%、非製造業で50.8%となっている。

データの説明

- (1) 図中のN (Number of case) は、設問に対する回答者数のことである。
- (2) 回答比率(%) は回答者数(N)を100%として算出し、小数点以下第2位を四捨五入して表示した。四捨五入の結果、内訳の合計が計に一致しないことがある。また、一人の回答者に複数の回答を求める設問では、回答比率(%)の計は100.0%を超える。
- (3) 図中に次のような表示がある場合は、複数回答を依頼した質問である。
  - ・ MA % (Multiple Answer) : 回答選択肢の中からあてはまるものをすべて選択する場合
  - ・ 3LA% (3 Limited Answer) : 回答選択肢の中からあてはまるものを3つ以内で選択する場合