

赤穂市内製造業実態調査
調査結果報告書

平成23年3月

赤 穂 市

[目次]

第1章 調査の概要	3
調査目的	3
調査対象	3
調査方法	3
調査期間	4
調査票回収結果	4
集計基準	4
第2章 集計結果	5
I. 事業所(者)概要について	5
I-1 資本金	5
I-2 操業開始年	5
I-3 従業員数	6
I-4 自社HPの有無	6
II. 景況感について	7
II-1 景況感	7
II-2 業績推移	9
III. 貴社の経営戦略等について	10
III-1 生産拠点	10
III-2 生産形態	10
III-3 自社製品	11
III-4 自社製品・技術のPR	12
III-5 自社の“強み”	12
III-6 経営課題	14
III-7 経営戦略	15
III-8 販路開拓	16
III-9 人材育成	16
III-10 赤穂市内立地のメリット/デメリット	17
IV. 赤穂市の施策について	19
IV-1 現行施策の“認知度”と“評価”	19
IV-2 [テーマ別] 取組みと提言	21
①産業フェアや展示会等への出展による販路開拓について	21
②インターネットを活用した販路開拓について	22
③社外研修制度を利用した人材育成について	23
④放射光施設「SPring-8」「ニュースバル」の活用について	24
IV-3 市の支援・振興策に対する意見(自由記入)	25
第3章 データ(単純集計結果)	26

第1章 調査の概要

調査目的

当調査は、赤穂市の産業振興にあたり、より効果的な政策を立案するための考察データを収集するために実施しており、当アンケート調査においては、「市内企業（事業所・事業者）の事業内容・経営課題・市政へのニーズ」を把握・分析することを主目的としている。

調査対象

赤穂市内に所在している“本社”69箇所と、赤穂市内に所在している“事業所（本社除く）”31箇所を調査対象としている。

なお、“本社”69箇所の内訳は、『製造業』に分類される企業46社（主業41社、従業5社）、『設備工事業』に分類される企業23社であり、“事業所”31箇所に関しては『生産施設』29件、『開発研究施設』2件となっている。

[属性別件数]¹

(図表1)属性別調査対象件数

所在形態	内訳(業種、形態)	件数
本社	[主業]製造業	41
	[従業]製造業	5
	その他(設備工事業)	23
事業所	生産施設	29
	開発研究施設	2
合計		100

調査方法

①郵送調査

調査対象100社に対して調査票を郵送。

②フォローコール

平成23年2月21日～同年2月28日にかけて、返送のない事業所に対して回答を促すフォローコールを実施。

¹ 帝国データバンクが保有する135万社の企業概要データベース（COSMOS2）から抽出した。

調査期間

平成 23 年 1 月 20 日 ～ 同年 3 月 8 日

調査票回収結果

[回収件数]

A. 調査対象	100 件
B. 調査票回収数	62 件
C. 入力不可（白紙等）	0 件
D. 有効回答数（B－C）	62 件
E. 調査票回収率（D／A）	62.0 %

[属性別回収件数]

(図表2)属性別回収状況

所在形態	内訳(業種、形態)	回収件数	調査件数	回収率
本社	[主業]製造業	27	41	65.9%
	[従業]製造業	3	5	60.0%
	その他(設備工事業)	17	23	73.9%
事業所	生産施設	14	29	48.3%
	開発研究施設	1	2	50.0%
合計		62	100	62.0%

集計基準

今回の調査で回答いただいた内容について、調査票の設問に沿って、以下の基準で集計・分析を実施した。

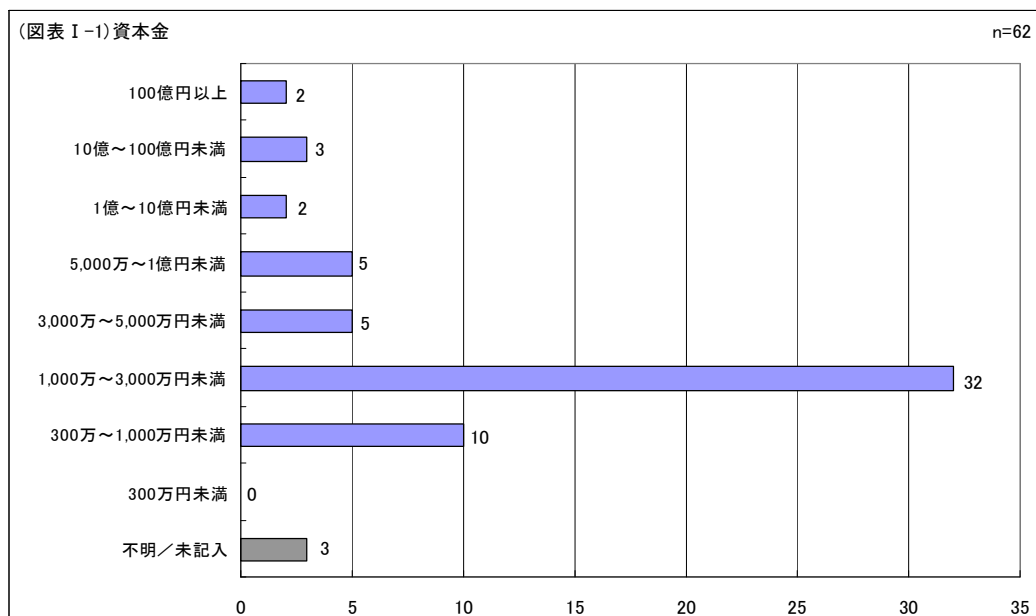
[集計・分析基準]

- ・ 集計にあたって、設問ごとに有効回答のみをカウントし、全体に占める回答数の割合（構成比）を算出している。
- ・ 構成比は小数点第 2 位を四捨五入して表示させている。そのため、パーセンテージの合計が 100.0%にならない場合がある。
- ・ 設問が複数回答の場合、回答件数を母数として構成比を算出している。そのため、合計が 100.0%を超える場合がある。

第2章 集計結果

I. 事業所（者）概要について

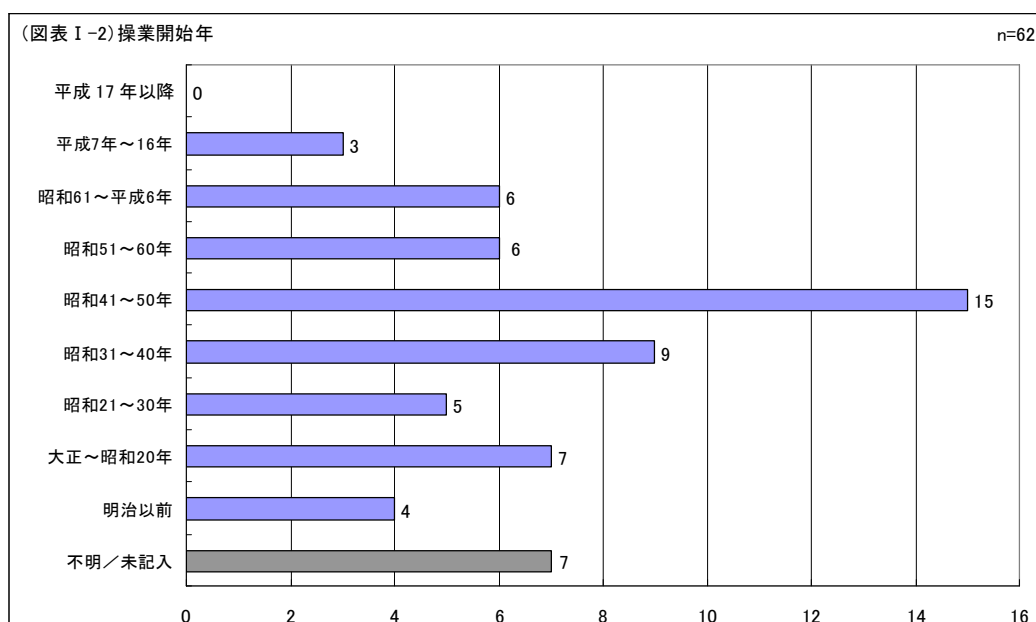
I-1 資本金



市内事業所（者）に資本金を尋ねてみると、「1,000 万～3,000 万円未満」と回答した事業所（者）が 32 件（51.6%）と最も多かった。また、資本金 1 億円未満の事業所（者）が、全体の約 9 割を占めている。

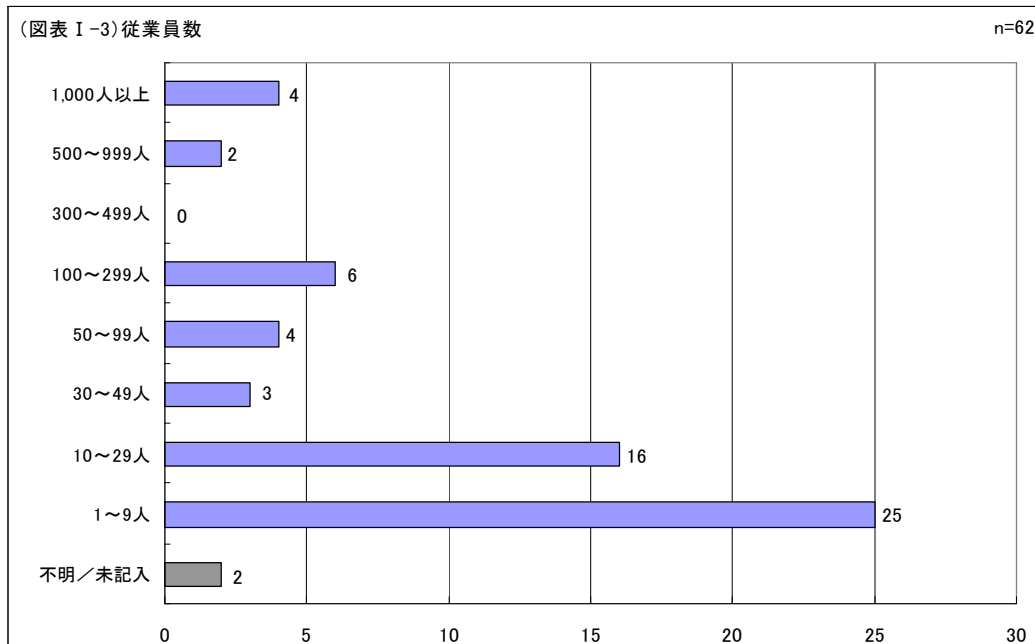
なお、「100 億円以上」と回答した 2 社は、いずれも本社が市外に所在している企業である。

I-2 操業開始年



市内事業所(者)の操業開始年を見てみると、昭和 41～50 年にかけての創業が最も多かった。一方で、平成 17 年以降に操業開始したと回答した企業は 0 件であり、市内での起業が停滞していることが見て取れる。

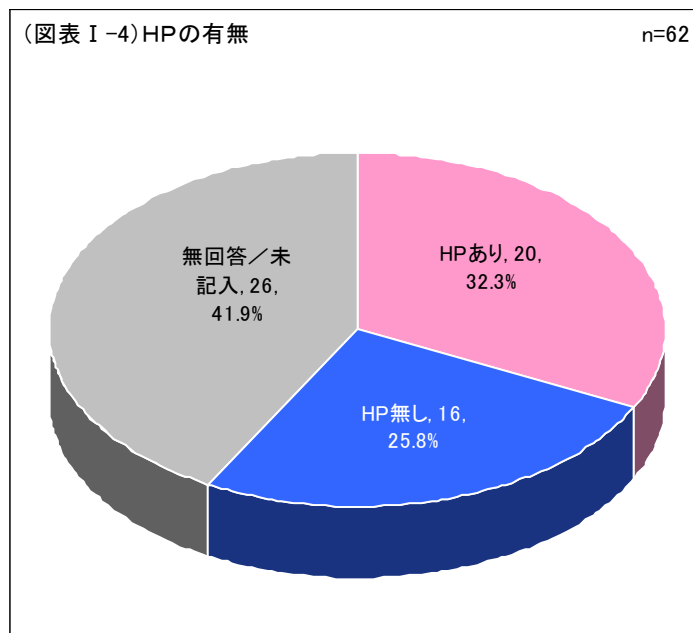
I - 3 従業員数



市内事業所(者)の従業員数を見てみると、「1～9人」(25件)が最も多く、全体の約4割を占めている。次いで、「10～29人」(16件)となっており、小規模事業所(者)の多さが目立っている。

なお、「500～999人」もしくは「1,000人以上」と回答した6社は、いずれも本社が市外に所在している企業である。

I - 4 自社HPの有無

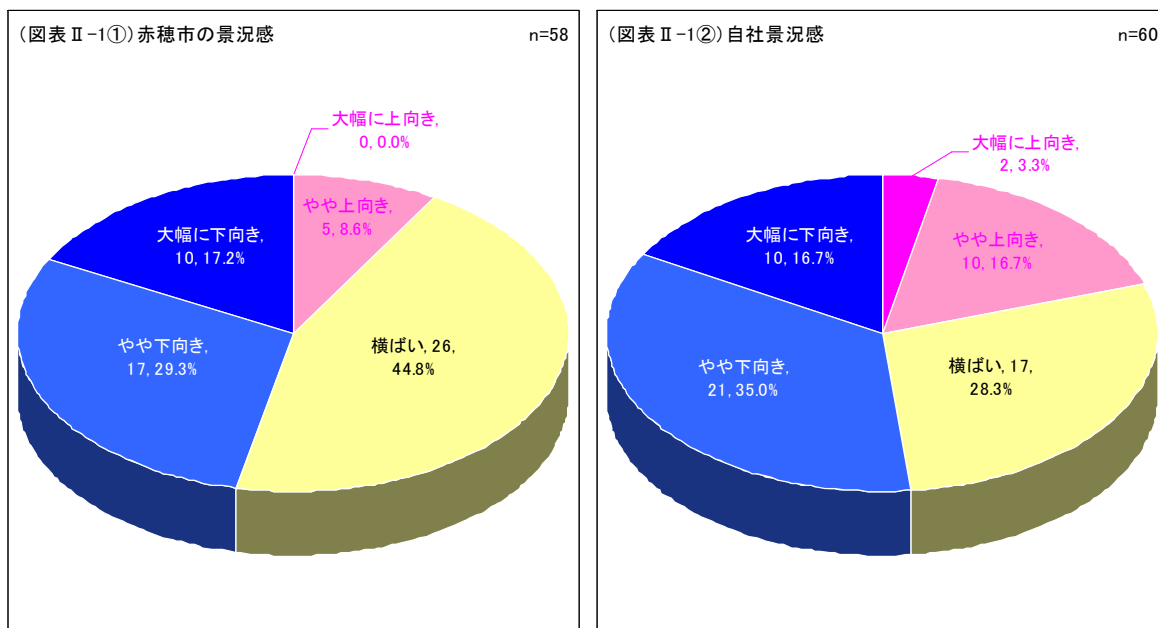


自社HPがあると回答した事業所(者)は全体の32.3%(20件)である。

約4割を占める「無回答/未記入」には、HPが無いためにマーケティングしていない事業所(者)も含まれていると考えられるので、HPを公開している事業所(者)は、全体の半数に満たないと推測される。

Ⅱ. 景況感について

Ⅱ-1 景況感



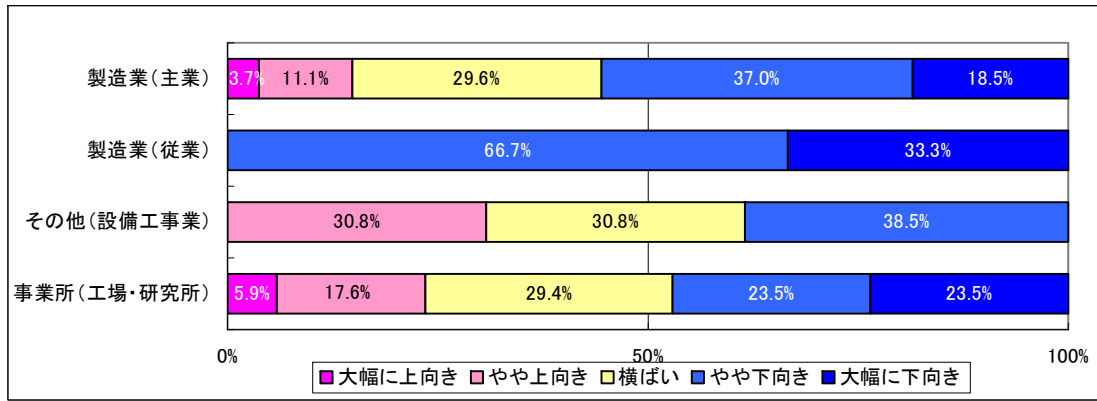
現時点の景況感(赤穂市／自社)について、昨年度と比較した結果を尋ねた。

いずれにおいても「上向き」傾向の回答は少なく、依然として不景気の感は否めないが、赤穂市と個別企業の景況感を比較すると、「やや上向き」の回答占有率に関しては、市の景況感で 8.6%だったのに対し、個別企業の景況感では 16.7%と、ほぼ倍の割合である。また、一方で、「やや下向き」の回答占有率に関しても、市の景況感で 29.3%だったのに対し、個別企業の景況感では 35.0%となっている。日本経済全体が先行きの見えない慢性的な停滞感に覆われている中、個々の企業に目を移すと、いわゆる“勝ち組”と“負け組”が明確化する傾向にあると捉えることができる。

また、図表Ⅱ-1③では、属性別の景況感を示している。

設備工事業や事業所と比較して、“市内に本社が所在する製造業”が「下向き」傾向の回答をしていることがうかがえる。

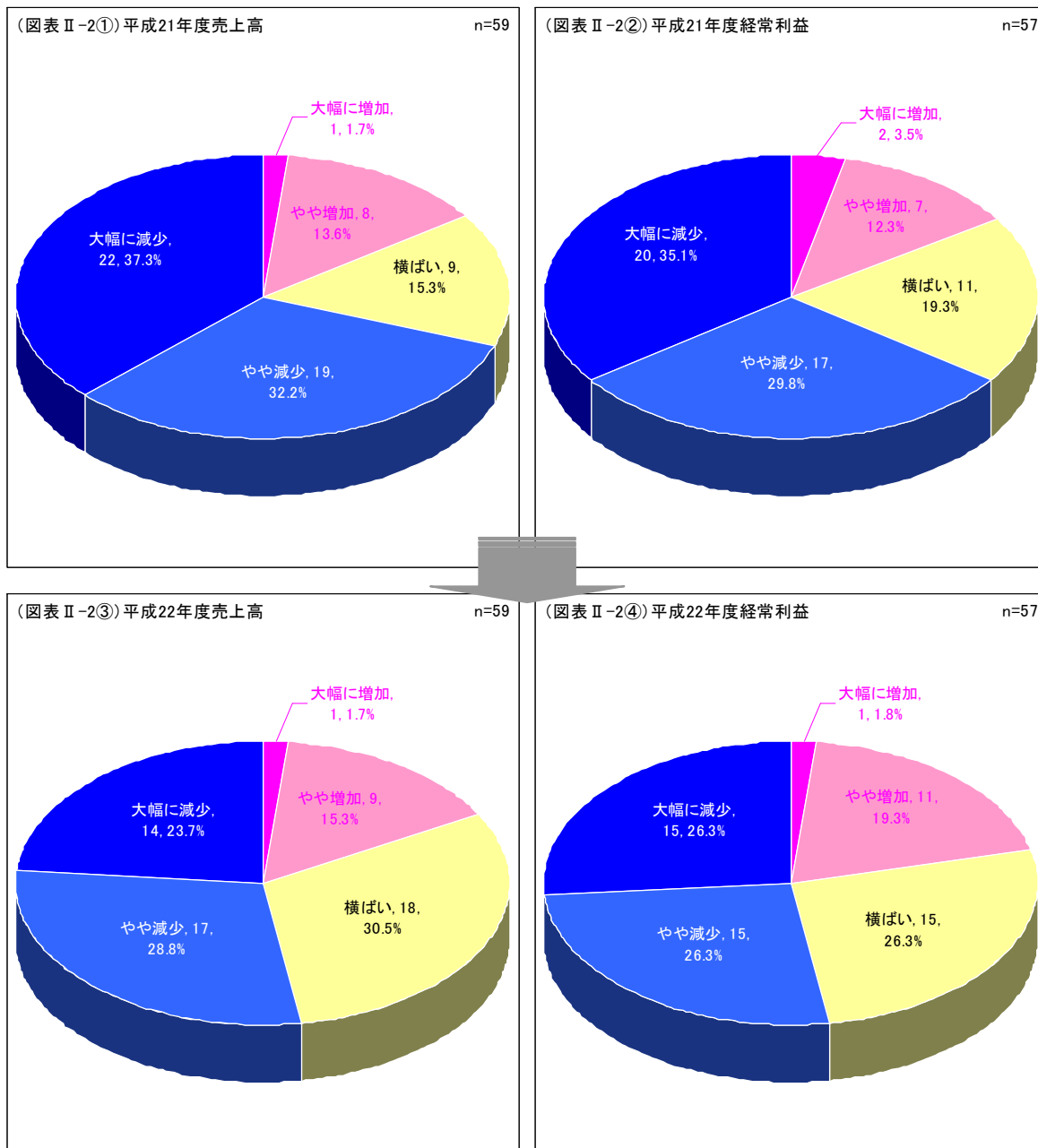
(図表 II-1③) 属性別 × 自社景況感



	大幅に上向き	やや上向き	横ばい	やや下向き	大幅に下向き	総計
製造業(主業)	1	3	8	10	5	27
製造業(従業)	0	0	0	2	1	3
その他(設備工事業)	0	4	4	5	0	13
事業所(工場・研究所)	1	3	5	4	4	17
総計	2	10	17	21	10	60

Ⅱ－２ 業績推移

[平成21年度・22年度売上高，経常利益]



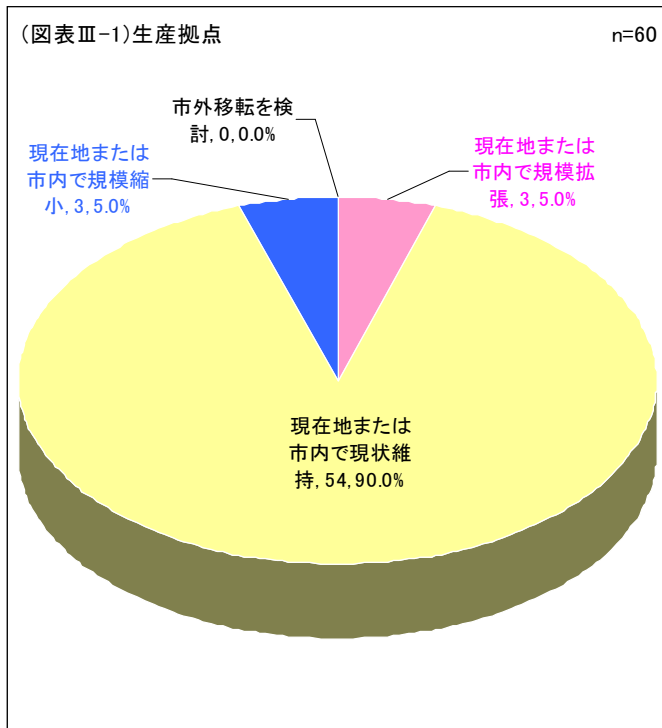
平成21年度・平成22年度の売上高／経常利益について、3年前(平成19年度当時)と比較してどのように変動したかを尋ねた。

平成21年度・平成22年度ともに、半数以上の事業所(者)が減少傾向の回答を選択しており、リーマンショック前の売上げまで回復(もしくは維持)できている事業所(者)が、全体の半分にも満たないことが見て取れる。

ただ、昨年度より今年度の方が、僅かではあるが売上・利益ともに「上向き」が増加しており、回復のきざしも読み取ることできる。

Ⅲ. 貴社の経営戦略等について

Ⅲ-1 生産拠点

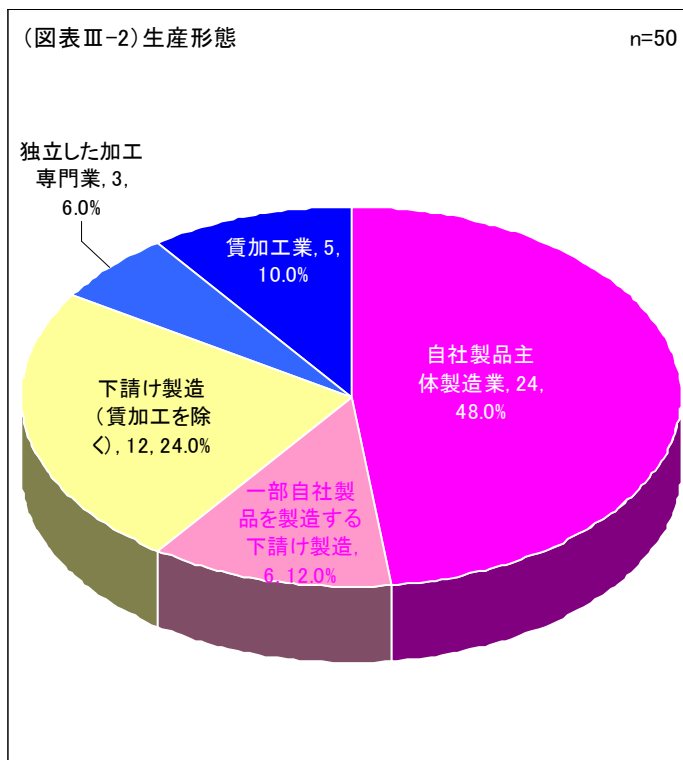


今後の生産拠点について尋ねた。

最も多かった回答は「現在地または市内で現状維持」であり、全体の90.0%(54件)という結果であった。

なお、「市外移転を検討」は0件であり、回答企業の全てが“市内(現在地)での事業継続を予定している”ことがわかった。

Ⅲ-2 生産形態



生産形態について尋ねた。

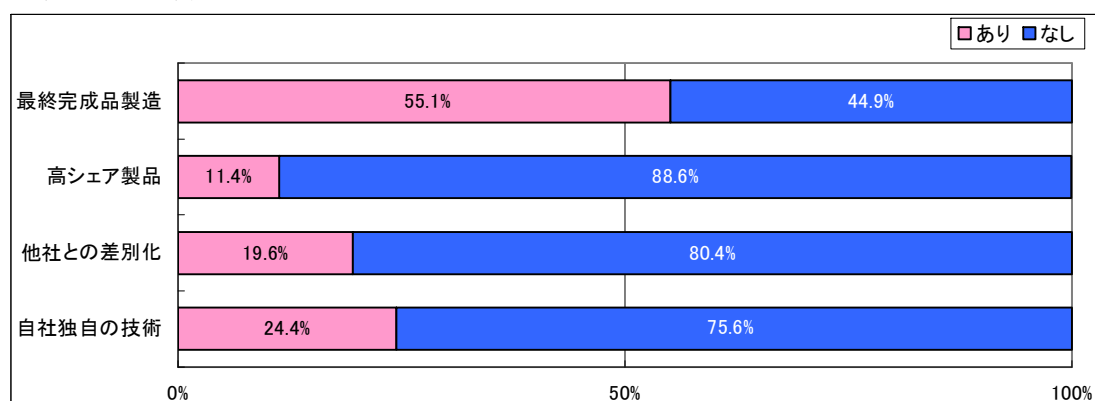
「自社製品主体製造業」が最も多く、回答全体の約半分(48.0%、24件)を占めた。

また、下請け製造(「一部自社製品を製造する下請け製造」、「下請け製造(賃加工除く)」)も、36.0%を占めている。

なお、「独立した加工専門業」は6.0%(3件)にとどまった。

Ⅲ－３ 自社製品

(図表Ⅲ-3) 自社製品



	あり	なし	総計
最終完成品製造	27	22	49
高シェア製品	5	39	44
他社との差別化	9	37	46
自社独自の技術	11	34	45

自社製品に関して、下記の4ポイントについて質問した。

①最終完成品製造の有無

「あり」と回答した企業が27件(55.1%)あり、うち17件が製造業(主業)に分類される企業であった。内容としては、特産物の塩や、船舶用装置、タンク等、多岐にわたっている。

②高シェア製品の有無

5社(11.4%)の企業が「あり」と回答している。うち、市内本社の企業は1件(塩製造)であり、残りの4件は事業所(工場)を市内に構える企業であった。

③他社との差別化の有無

「あり」と回答したのは9件で19.6%であった。なお、具体的な内容としては、高付加価値や短納期が挙げられている。

④自社独自技術の有無

「あり」と回答したのは11件で24.4%であった。うち、具体的内容の記入があったのは3件(いずれも塩製造関連企業)であり、3件共に、その製造工程・手法自体が技術である旨の回答をしている。

Ⅲ－４ 自社製品・技術のPR

(図表Ⅲ-4) 自社PR

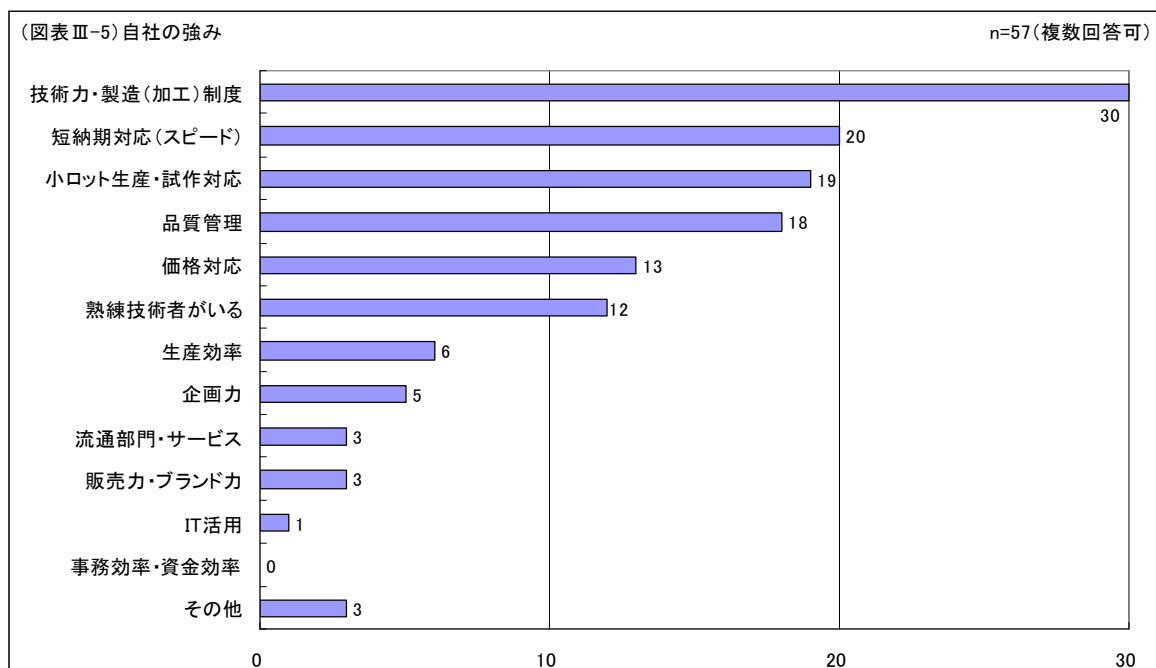
内容	件数
製品自体のオリジナリティ	5
高い技術力	5
生産体制(品質・低コスト・一貫生産等)	6
顧客ニーズへの対応力	3
企業マインド(経営方針・姿勢等)	4
合計	23

自社の製品や技術に関するPRポイントを尋ねた。

回答数は23件で、それぞれのコメントからは、総じて、自社の製品・技術・取り組み等に対して自信とプライドを持っているように感じられる。

なお、上図表は、自由記述式の回答を内容別に集約してカウントした結果である。

Ⅲ－５ 自社の“強み”



自社の“強み”について、複数回答可で尋ねた。

「技術力・製造(加工)制度」が最も多く、30件(52.6%)の回答を集めた。続いて、「短納期対応(スピード)」(20件、35.1%)、「小ロット生産・試作対応」(19件、33.3%)、「品質管理」(18件、31.6%)となっており、製造部門に関して“強み”を有していると考えている企業が多いことがわかる。

一方で、「企画力」や「流通部門・サービス」、「販売力・ブランド力」、「IT活用」、「事務効率・資金効率」等の販売・管理部門に関する項目については、回答数も少なく、製造部門と比較してあまり注力されていないといえる。

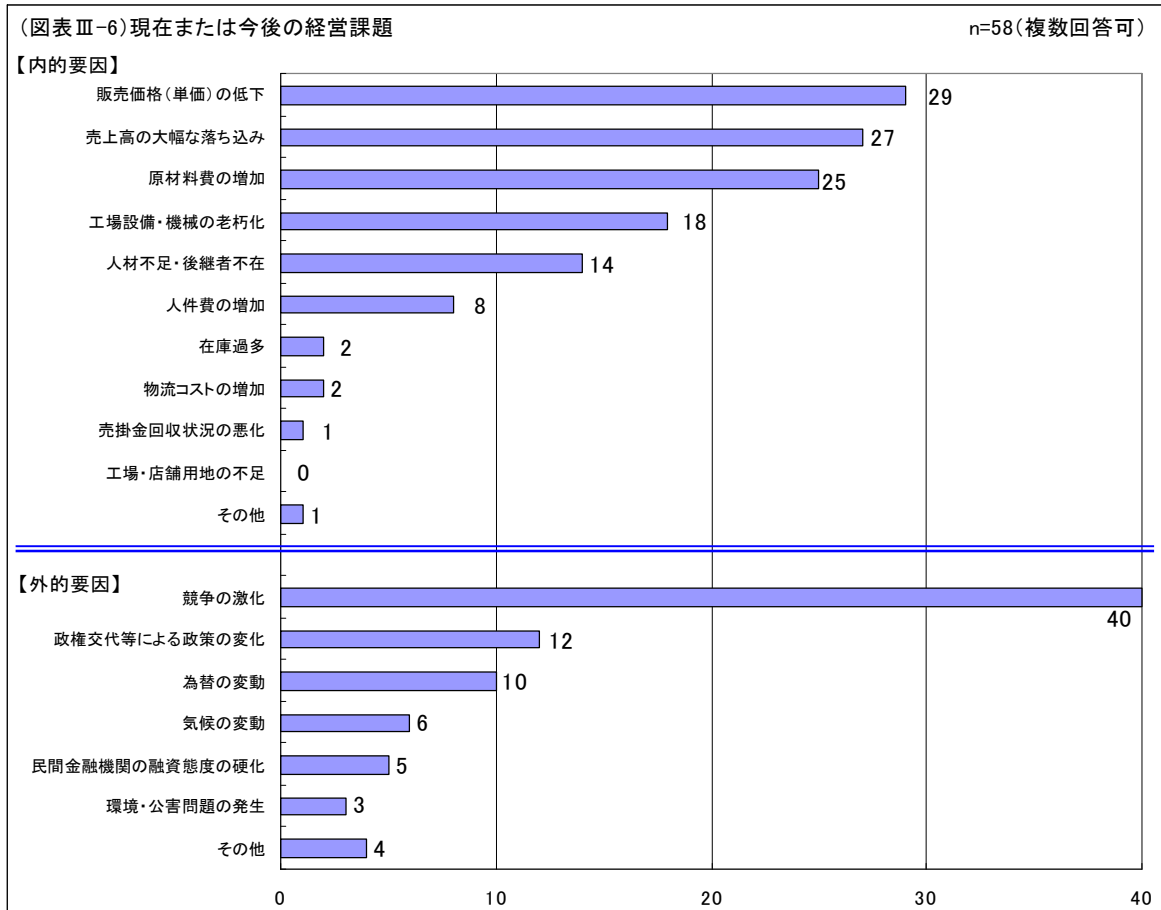
少ない人員・資本で操業している企業が多いため製造部門以外を強化することが困難であると考えられるが、事業をブラッシュアップし継続的に拡大していくためには、販管部門も重要な役割を担っている。特に、単独での販管部門強化が難しい企業に対しては、事業者とも十分協議して支援策を検討していく必要があると考えられる。

なお、「その他」は3件選択されており、具体的内容(2件のみ記述)として「販路」、「立地条件」を挙げている。

また、『“強み”を活かすための具体策・市への支援策への提言』(自由記述)については、合計で9件の回答があった。

市に対する提言の具体的内容としては、「企業間のマッチング」、「展示会の開催」、「受注支援」、「資金融資」など、やはり自社では手薄になりがちな販売管理面における支援を求める声が多い結果となった。

Ⅲ－6 経営課題



現在または今後の経営課題について、複数回答可で尋ねた。

[内的要因]

経営課題のうち[内的要因]として最も回答を集めたのは「販売価格(単価)の低下」(29件)である。次いで、「売上高の大幅な落ち込み」(27件)と、売上高に直接関わる項目が多く選択された。

また、「人材不足・後継者不在」(14件)も、比較的多くの回答を集めており、中小企業・個人経営の事業所(者)では、雇用・後継者問題といった人的な悩みを抱えているケースが多いことも見て取れる。

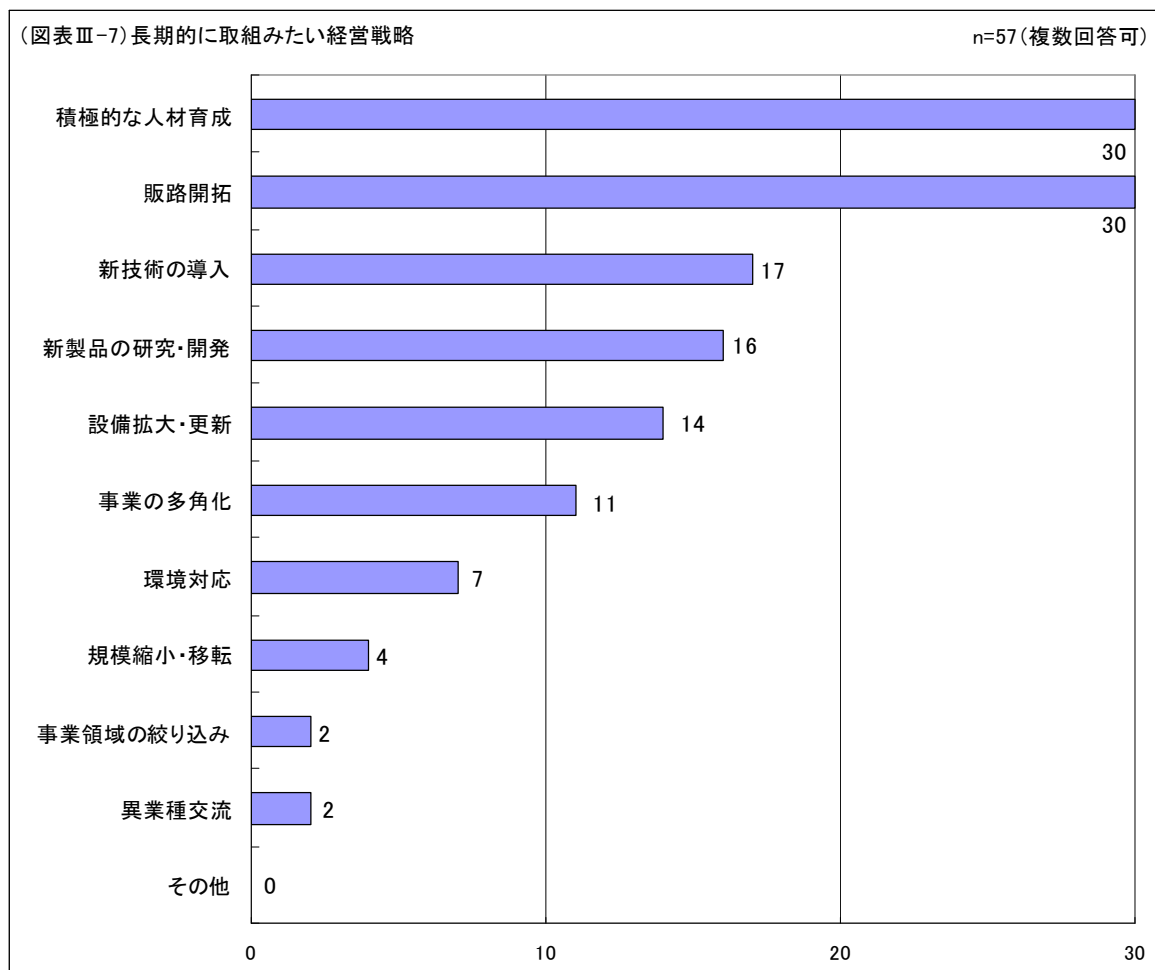
なお、「その他」欄では、「観光客の減少」等が挙げられている。

[外的要因]

[外的要因]として群を抜いて多くの回答を集めたのは「競争の激化」(40件)である。景気低迷が続く環境では、各事業所(者)で経費削減・取引先の見直し等が行われるため、市内においても同業間での消費者・受注獲得のための競争が激化していることが回答に表れている。

なお、「その他」欄への記入では、「国内需要の鈍化」等が挙げられている。

Ⅲ－７ 経営戦略

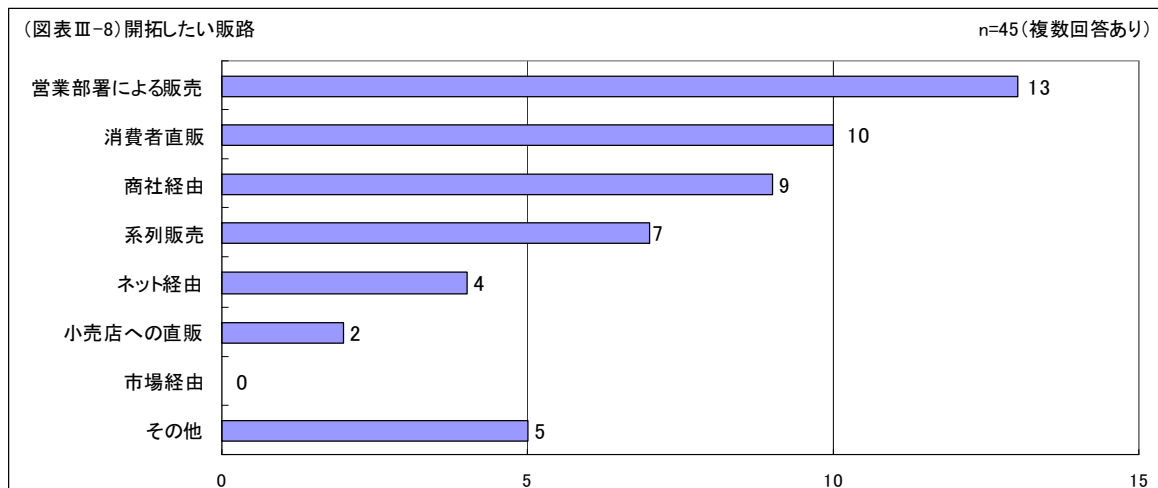


長期的に取り組みたい経営戦略について複数回答可で尋ねた。

多くの回答を集めている「積極的な人材育成」(30件)、「販路開拓」(30件)、「新技術の導入」(17件)、「新製品の研究・開発」(16件)については、“社外研修制度の充実”、“関連企業とのマッチング”、“産学連携の推進”等、行政の積極的な援助が可能であり、必要とされている分野である。

また、「設備拡大・更新」(14件)、「事業の多角化」(11件)も多く選択されており、こちらも“設備資金の融資”や“他事業への進出事例の紹介”等、市による間接的なバックアップ施策に期待がかかる分野であるといえる。

Ⅲ－８ 販路開拓

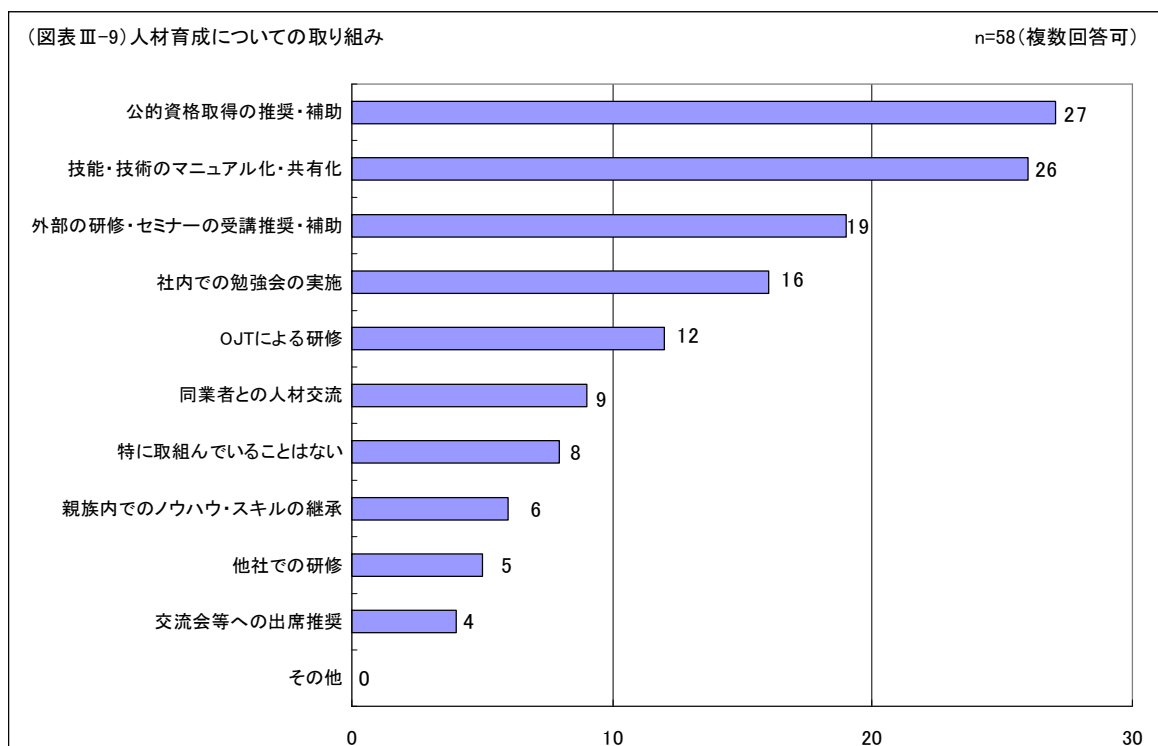


今後開拓したい(重要と考えている)販路について尋ねた。(複数の回答があった場合は全件をカウントした)

最も回答を集めたのは、「営業部署による販売」(13件)であった。“まずは従来の販売方法・販売先を強化する”という考えの結果だと思われる。

一方で、「ネット販売」(4件)や「その他」(5件)も一定数選択されている。特に「その他」では、「中小企業間の連携」や「海外販売」等といった“新しい手法・販売先”を考えているという意見も挙がっている。

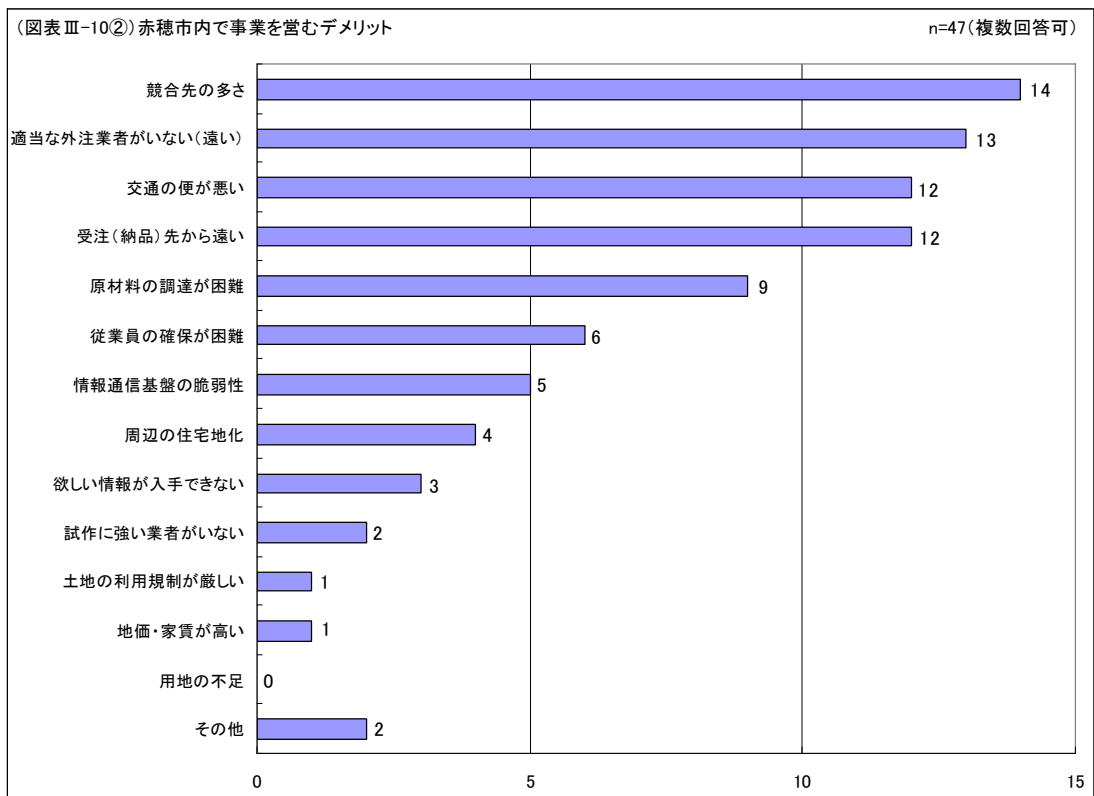
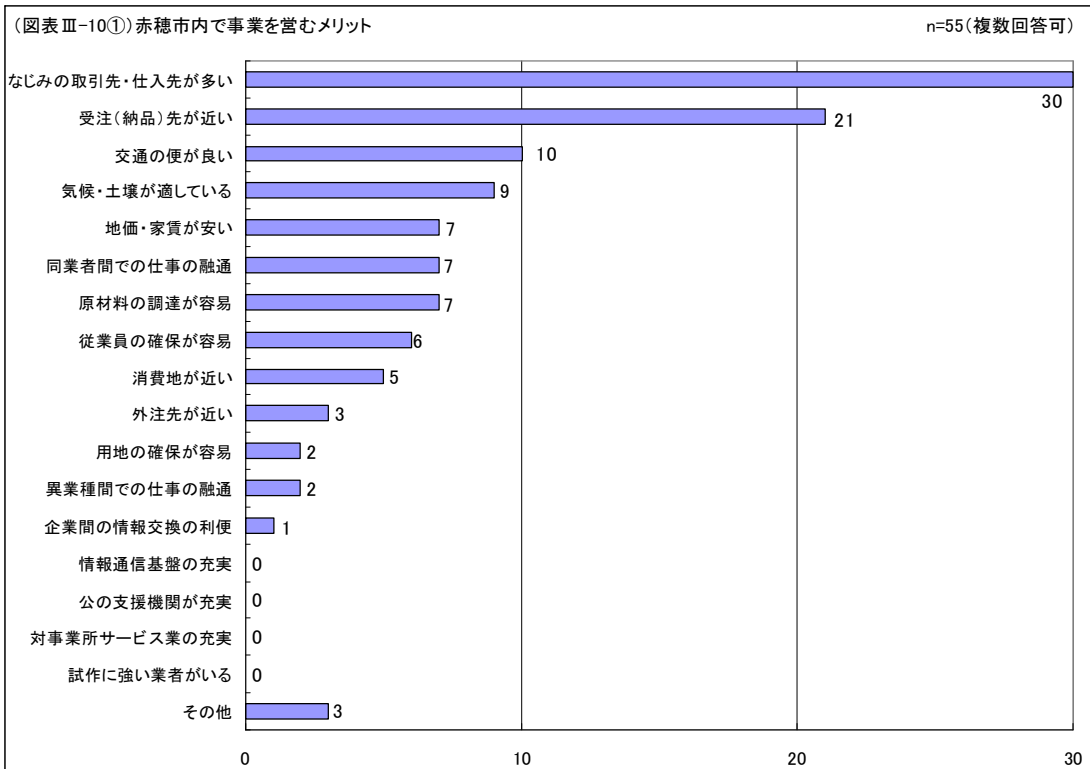
Ⅲ－９ 人材育成



人材育成についてどのような取り組みを実施しているかを複数回答で尋ねた。

最も多かった回答は「公的資格取得の推奨・補助」(27件)であり、「技能・技術のマニュアル化・共有化」(26件)、「外部の研修・セミナーの受講推奨・補助」(19件)と続いている。一方で、「特に取組んでいることはない」と回答した事業所(者)も8件あり、事業所(者)間での温度差が見て取れる結果となった。

Ⅲ-10 赤穂市内立地のメリット／デメリット



赤穂市内に立地していることのメリットとデメリットについて、複数回答可で尋ねた。

メリットでは、「なじみの取引先・仕入先が多い」が、30 件と突出している。次いで「受注(納品)先が近い」(21 件)が続いており、これらの結果からは、“他地域と比較して優れている”、“赤穂だからこそ”というものはあまり感じることはできなかった。

一方で、デメリットでは、多種項目に回答がばらける結果となった。

ただ、メリットとデメリットの総選択数を比較すると、メリットがデメリットを上回る結果(メリット:113 件、デメリット 84 件)が出ており、これは、多くの企業が“現在の所在地である赤穂市に対して一定の納得感を持っている”ことの表れだと受け取ることもできる。

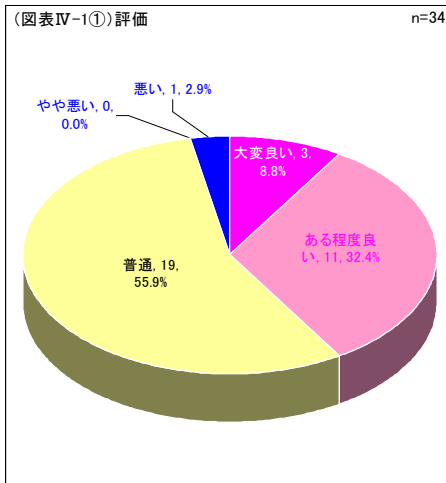
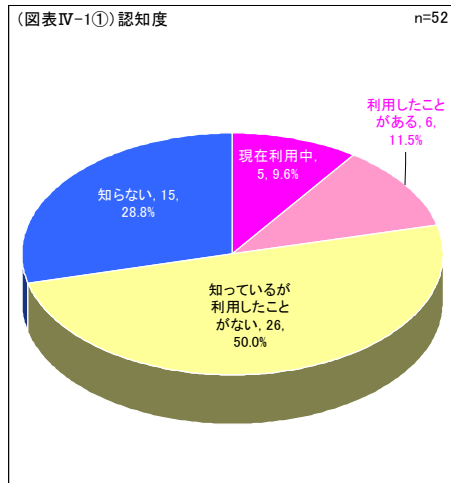
なお、「交通の便」と「受注先の距離」については、相反する項目がメリット・デメリット双方で多数選択されている。これは、“取引先等が集中していると考えられる大阪までの距離(交通インフラ)について、どのように感じているか”が企業によって異なるためだと推測できる。

IV. 赤穂市の施策について

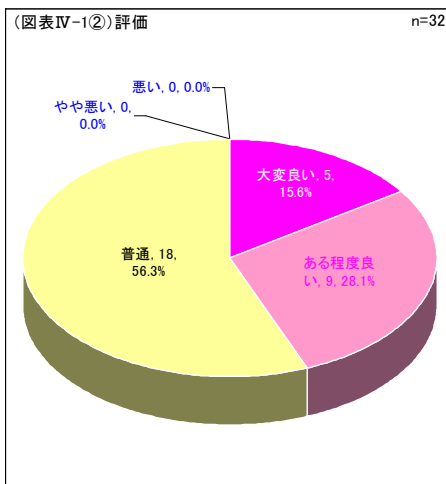
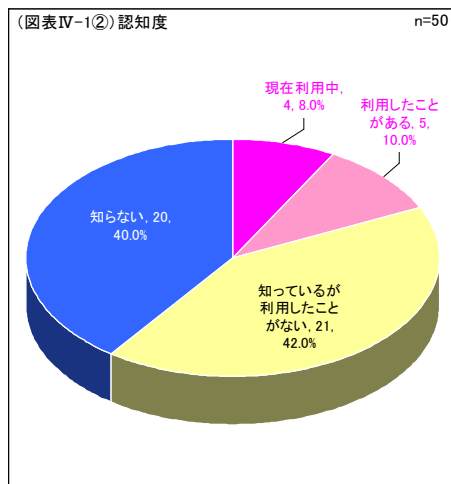
IV-1 現行施策の“認知度”と“評価”

[中小企業融資制度]

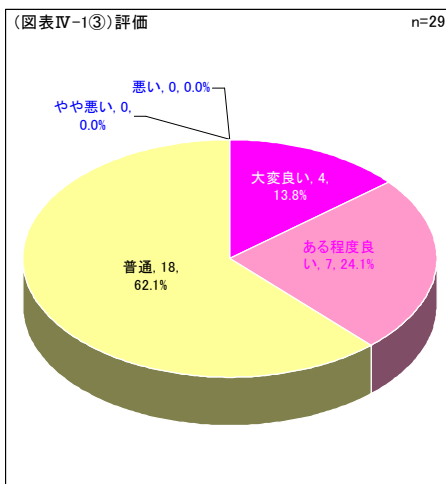
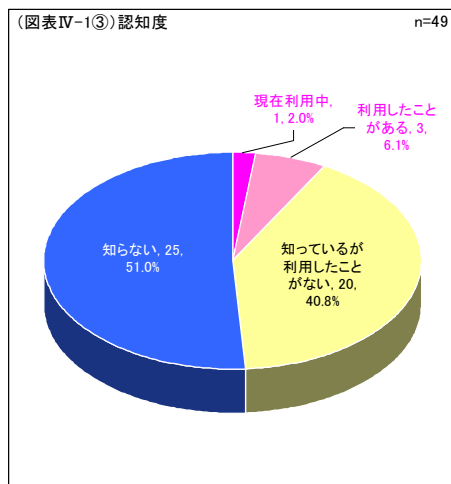
◆ 運転・設備資金に対する融資 (H22年度融資利率: 1.3%)



◆ 融資利用に必要な信用保証料の1/2助成

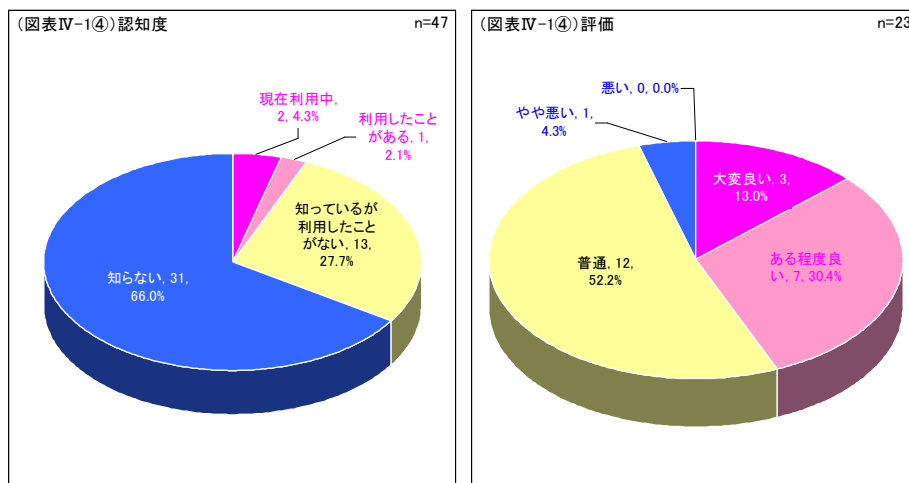


◆ 利子補給 (100万円以上の設備資金に係る1/3助成)

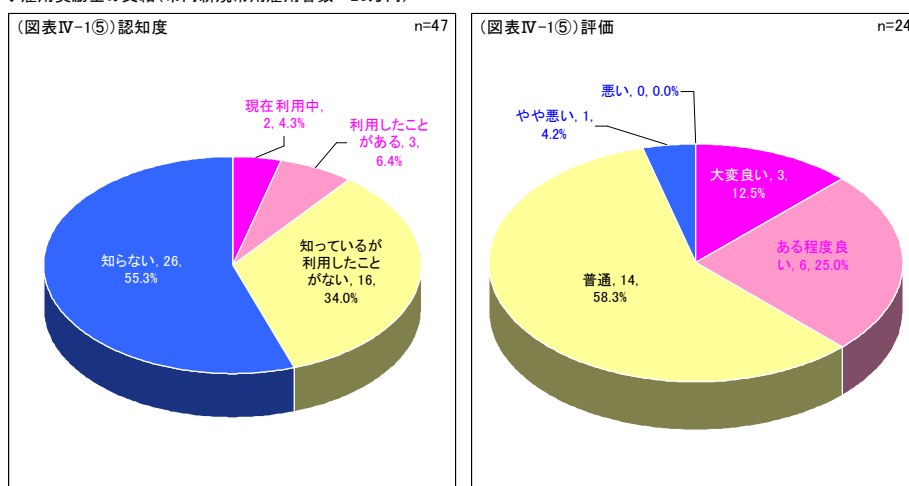


[工場立地促進制度]

◆工場設置奨励金の支給(固定資産税相当額)



◆雇用奨励金の支給(市内新規常用雇用者数×20万円)



市が実施している現行施策の“認知度”と“評価”について尋ねた。

[中小企業融資制度]

3つの制度全てにおいて、実際に「利用したことがある」と回答した企業は少数に留まっている。

制度に対する評価自体は、おおむね悪くないので、対象となりうる企業群に対するPR、周知徹底を図ることができれば、利用する企業は増加するのではないかとと思われる。

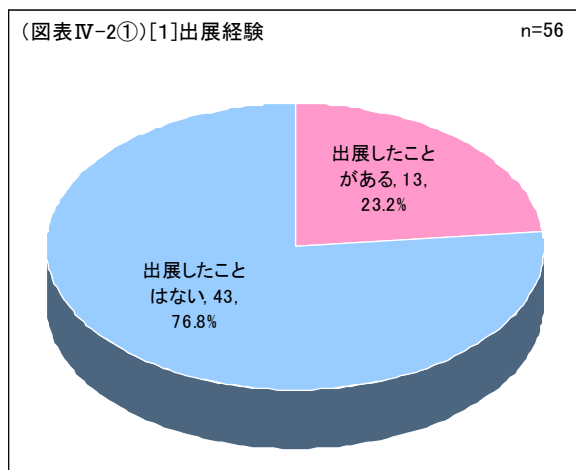
[工場立地促進制度]

元来、地元企業向けの制度ではないため、[中小企業融資制度]の3施策と比較しても認知度はさらに低く、2制度いずれにおいても「知らない」と回答した企業が半数以上であった。しかし、その一方で、こちらの2制度についても、評価面ではある程度の支持は獲得している。

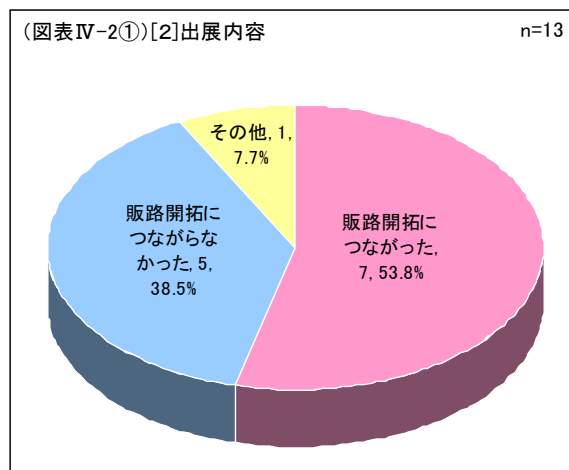
IV-2 [テーマ別] 取組みと提言

①産業フェアや展示会等への出展による販路開拓について

[1] 出展経験



[2] 出展内容

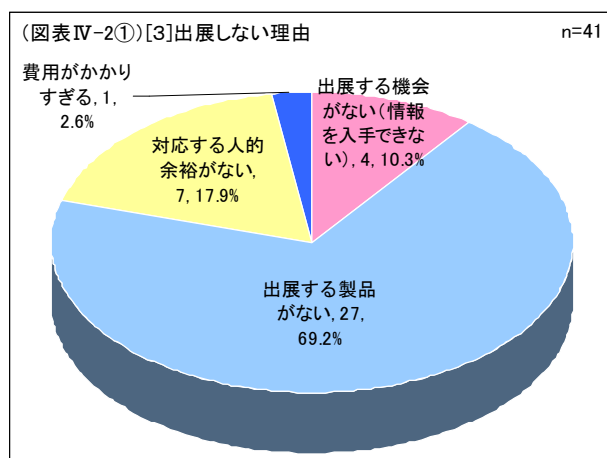


産業フェアや展示会等に出展した経験を持つ企業は23.2% (13件)であった。

また、出展経験のある企業13社のうち、半数以上の7社が「販路開拓につながった」と回答している。展示会等への出展は、新規の顧客を取り込むにあたって、有効な手段のひとつであるといえる。なお、「その他」の1件も、“直接ではないが多くの人脈ができた”旨の回答をしている。

「出展したフェアの名称」については、9件の回答があり、それぞれ異なっていた。また、「出展した時期」についても、定期的に出展している企業もあれば、スポットで参加している企業もあった。

[3] 出展しない理由



[1]で「出展したことがない」と回答した企業に、その理由を尋ねた。

最も多かった回答は「出展する製品がない」(69.2%、27件)であったが、それ以外の3割強の企業は、「出展する機会がない(情報を入手できない)」(10.3%)、「対応する人的余裕がない」(17.9%)、「費用がかかりすぎる」(2.6%)といった理由で出展していない。これらの企業は市の支援対象となると考えられる。

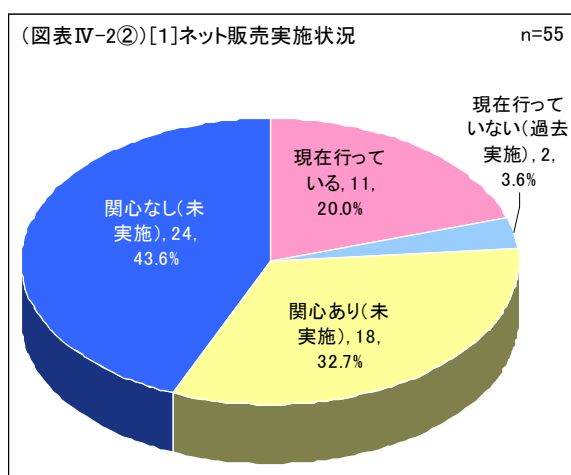
[4]市に対する意見・要望

4件の有効回答があり、うち2件は「市に対しては特になし」といった内容であった。

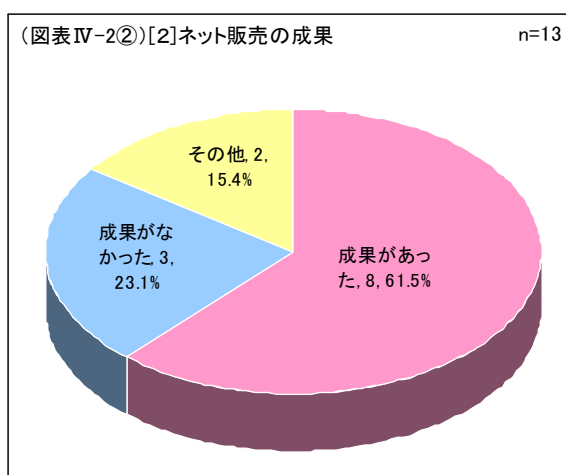
残り2件のうち1件は、『製品に対して市の認証マーク等を付けられれば、展示会で有効に働くのでは』といった内容の提言であった。他の1件は『小規模企業は展示会等で活性化できないのでは』という内容であった。

②インターネットを活用した販路開拓について

[1]ネット販売実施状況



[2]ネット販売の成果

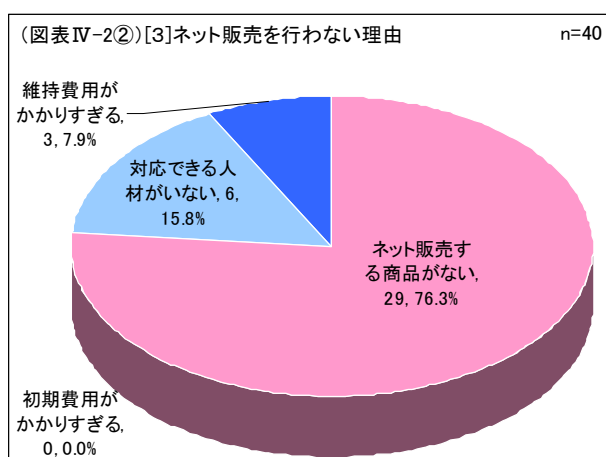


インターネットを活用した消費者向け直接販売を実施している企業は20.0% (11件)であった。

また、ネット販売を実施している企業に対して尋ねたところ、「成果があった」と回答した企業は6割を超えており(61.5%、8件)、一定の成果が見込めることがわかる。(「その他」の2件は、『あまり成果がない』旨の回答)

[1]にて、「行っていないが、関心がある」と回答した企業が32.7% (18件)あるが、これらの企業は支援対象として何らかの施策を講じたいところである。

[3]ネット販売を行わない理由



[1]で「ネット販売を行っていない」と回答した企業に、その理由を尋ねた。

最も多かった回答は「ネット販売する商品がない」(76.3%、29件)であったが、それ以外の企業は、「対応できる人材がない」(15.8%)、「維持費用がかかりすぎる」(7.9%)といった理由で実施していない。これらの企業は市の支援対象となると考えられる。

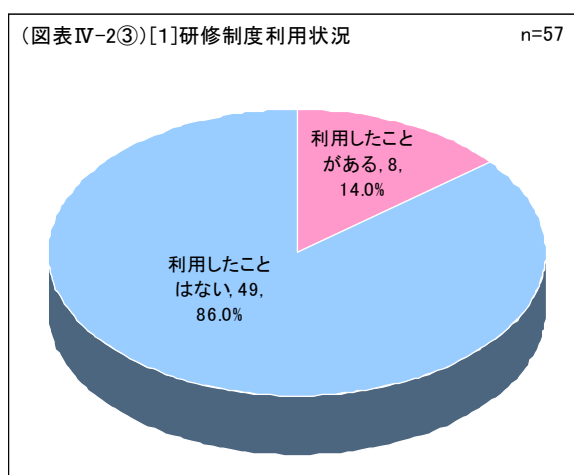
[4]市に対する意見・要望

3件の回答があり、うち1件は「特になし」といった内容であった。

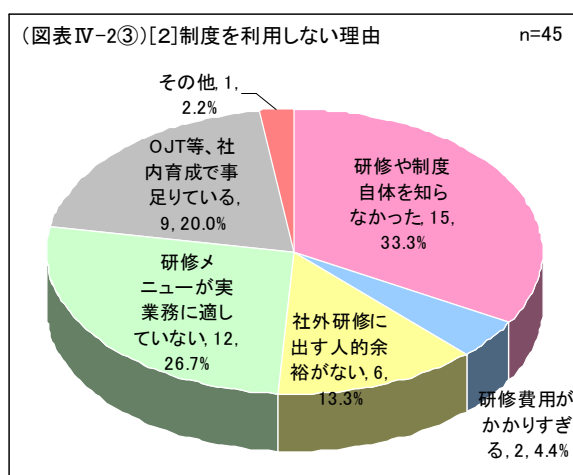
残り2件のうち1件は、『市のホームページで、商品紹介できるようにしてほしい』といった内容の提言であった。他の1件は『インターネットの使用法自体を教えて欲しい』という内容であった。

③社外研修制度を利用した人材育成について

[1]研修制度利用状況



[2]制度を利用しない理由



研修制度を「利用したことがある」と回答した企業は14.0% (8件)であった。

また、[1]にて、「利用したことはない」と回答した企業(49件)に対して、その理由を尋ねたところ、「研修や制度自体を知らなかった」との回答が最も多かった(33.3%、15件)。

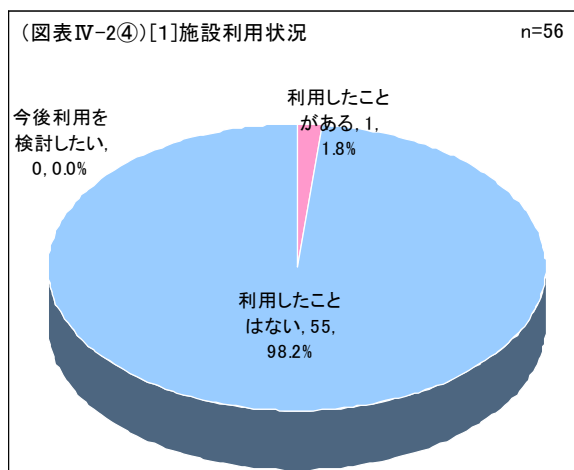
制度を利用しない理由は他にもあるが、まずは対象となる企業群に周知を図る必要があると考えられる。

[3]市に対する意見・要望

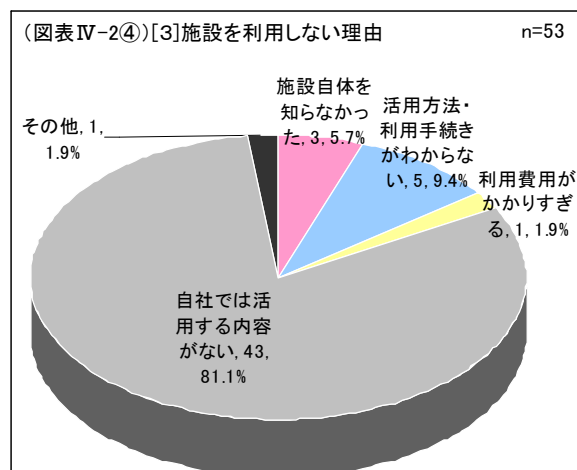
2件の回答があり、うち1件は「なし」といった内容、残り1件は、『公的資格の取得支援』を望む内容であった。

④放射光施設「SPring-8」「ニュースバル」の活用について

[1][2]施設利用状況



[3]施設を利用しない理由



放射光施設「SPring-8」、「ニュースバル」の利用状況について尋ねたところ、「利用したことがある」と回答したのは 1 社のみであった([2]利用した際の課題については、『素材の分析』と回答)。

大規模な施設であるため認知度は高いようだが、「高度な専門分野、一定の限られた分野で使用する施設」という現実と、それ以上のイメージによって、利用される機会は少ないようである。

IV-3 市の支援・振興策に対する意見（自由記入）

市政に対する意見・要望について、自由回答形式で尋ねた。
回答は8件のみであり、具体的な内容は以下の通りである。

[市に望むこと]

- ・ 企業共同体を形成するにあたっての企画・支援
- ・ 海外製造拠点への支援
- ・ 特産品(赤穂塩)振興支援
- ・ 公共工事の増加
- ・ 特に期待していない

[国に望むこと]

- ・ 内需振興
- ・ 国内産業活性化
- ・ 海外でなく国内での設備投資の促進

[その他]

- ・ アンケート自体に意味がないように思える。
- ・ ヒアリング(口頭)での調査の方が良い。

第3章 データ（単純集計結果）

1. 事業所（者）概要について

資本金 (n=62)

項目	回答数	占有率(%)
300万円未満	0	0.0%
300万～1,000万円未満	10	16.1%
1,000万～3,000万円未満	32	51.6%
3,000万～5,000万円未満	5	8.1%
5,000万～1億円未満	5	8.1%
1億～10億円未満	2	3.2%
10億～100億円未満	3	4.8%
100億円以上	2	3.2%
不明／未記入	3	4.8%
合計	62	100.0%

操業開始年 (n=62)

項目	回答数	占有率(%)
明治以前	4	6.5%
大正～昭和20年	7	11.3%
昭和21～30年	5	8.1%
昭和31～40年	9	14.5%
昭和41～50年	15	24.2%
昭和51～60年	6	9.7%
昭和61～平成6年	6	9.7%
平成7年～16年	3	4.8%
平成17年以降	0	0.0%
不明／未記入	7	11.3%
合計	62	100.0%

従業員数 (n=62)

項目	回答数	占有率(%)
1～9人	25	40.3%
10～29人	16	25.8%
30～49人	3	4.8%
50～99人	4	6.5%
100～299人	6	9.7%
300～499人	0	0.0%
500～999人	2	3.2%
1,000人以上	4	6.5%
不明／未記入	2	3.2%
合計	62	100.0%

自社HPの有無 (n=62)

項目	回答数	占有率(%)
HPあり	20	32.3%
HP無し	16	25.8%
不明／未記入	26	41.9%
合計	62	100.0%

2. 景況感について

(1) 赤穂市および貴社の現在の景況感は昨年の同時期と比較して、どのような状況だと思われますか。該当するものひとつに○をつけてください。

赤穂市の景況感 (n=58)

項目	回答数	占有率(%)
1 大幅に上向き	0	0.0%
2 やや上向き	5	8.6%
3 横ばい	26	44.8%
4 やや下向き	17	29.3%
5 大幅に下向き	10	17.2%
合計	58	100.0%

貴社の景況感 (n=60)

項目	回答数	占有率(%)
1 大幅に上向き	2	3.3%
2 やや上向き	10	16.7%
3 横ばい	17	28.3%
4 やや下向き	21	35.0%
5 大幅に下向き	10	16.7%
合計	60	100.0%

(2) 3年前(平成19年度当時)と比較した、昨年度(平成21年度)および今年度見込み(平成22年度)の貴社の売上高・経常利益について、それぞれ該当するものひとつに○をつけてください。

昨年度(平成21年度)売上高 (n=59)

項目	回答数	占有率(%)
1 大幅に増加	1	1.7%
2 やや増加	8	13.6%
3 横ばい	9	15.3%
4 やや減少	19	32.2%
5 大幅に減少	22	37.3%
合計	59	100.0%

昨年度(平成21年度)経常利益 (n=57)

項目	回答数	占有率(%)
1 大幅に増加	2	3.5%
2 やや増加	7	12.3%
3 横ばい	11	19.3%
4 やや減少	17	29.8%
5 大幅に減少	20	35.1%
合計	57	100.0%

今年度見込み(平成22年度)売上高 (n=59)

項目	回答数	占有率(%)
1 大幅に増加	1	1.7%
2 やや増加	9	15.3%
3 横ばい	18	30.5%
4 やや減少	17	28.8%
5 大幅に減少	14	23.7%
合計	59	100.0%

今年度見込み(平成22年度)利益 (n=57)

項目	回答数	占有率(%)
1 大幅に増加	1	1.8%
2 やや増加	11	19.3%
3 横ばい	15	26.3%
4 やや減少	15	26.3%
5 大幅に減少	15	26.3%
合計	57	100.0%

3. 貴社の経営戦略等について

(1) 今後の“生産拠点”について、どのようにお考えですか。該当するものひとつに○をつけてください。

項目	回答数	占有率(%)
1 現在地または市内で規模拡張	3	5.0%
2 現在地または市内で現状維持	54	90.0%
3 現在地または市内で規模縮小	3	5.0%
4 市外移転を検討	0	0.0%
5 その他	0	0.0%
合計	60	100.0%

(2) 貴社の“生産形態”について、該当するものひとつに○をつけてください。

項目	回答数	占有率(%)
1 自社製品主体製造業	24	48.0%
2 一部自社製品を製造する下請け製造	6	12.0%
3 下請け製造(賃加工を除く)	12	24.0%
4 独立した加工専門業	3	6.0%
5 賃加工業	5	10.0%
合計	50	100.0%

(3) “貴社製品”について、該当するものに○をつけてください。また内容等についても具体的に記入してください。

項目	回答数	占有率(%)
1 有	27	55.1%
2 無	22	44.9%
合計	49	100.0%

項目	回答数	占有率(%)
1 有	5	11.4%
2 無	39	88.6%
合計	44	100.0%

項目	回答数	占有率(%)
1 有	9	19.6%
2 無	37	80.4%
合計	46	100.0%

項目	回答数	占有率(%)
1 有	11	24.4%
2 無	34	75.6%
合計	45	100.0%

(4) “貴社の製品・技術”について、簡潔にPRしてください。(100字程度)

個別の回答に関しては、下記参照。

(個々の企業情報に関わり事業所が特定されるため、一部公表を差し控えます。)

- ・創業当時と変わらぬ、技術・商品を守り続けている。
- ・加工食品メーカーの原料になる、エキス調味料(チキン・ポーク・ビーフ各エキス)の製造をしています。
- ・オリジナルドラム製造可。
- ・原料塩に含まれる所謂にがり特有のえぐ味、にがり味、等を高熱処理することで、ソフトな塩味に仕上げています。
- ・歴史ある塩の生産地「赤穂」の塩の味を追求し続け、中でも商品名「*****」はにがりを含ませたウェットタイプの粗塩で原料塩、にがりとも100%赤穂産で商品化。30年余の愛顧を頂いている。
- ・「*****」:塩田産の塩に近づけた天日塩使用の塩。海水から、飲料水を製造する特許所有(ミネラルを含む水)無機塩類を微粒化する技術他。
- ・主に、官需や、学生用、食品工場向作業着また、雨合羽を製造しており、一人一人が職人でもあり、高度な技術を身につける為に日々、努力しております。
- ・耐火物用途を主体とした原料の、ほぼ全ての粒度について粉碎加工を行なうことが出来る。
- ・3次元CADを活用した設計及びVE提案でトータルコスト削減を提案
- ・お客様の要求に依り小さな物から大きな物まで、真心こめて設計し、製作塗装・試運転し出荷することが出来る。又、客先の図面で製作する場合は、様々な観点から改善提案を実施し、客先の満足できる品物を作ることが出来る。
- ・ロッドの伸線、金属めっき、製鋼加工技術
- ・客先である大手電機メーカーを満足させる品質とコスト
- ・JR新幹線車両部品製造で培ったアルミ合金の加工、溶接技術
- ・電力用変圧器の補助回路配線、配管、構造物、さらにプラントの電気、計装制御装置、制御盤などを設計～製作～組立～試験検査までの一貫体制で生産します。また各種プラントの配管加工と現地工事でも実績を積み重ねています。
- ・小さくとも世界にきらりと光を放つ企業を目指しています。
- ・非常に高強度でしかも粒形を大幅に改良し、ユーザーに受け入れられている。
- ・顧客要求事項に基づき、部品の不具合も、加工寸法で調整し、モータ特性を合わせる事ができる。
- ・大容量変圧器の一環製造 高品質、信頼性の高い変圧器の製造
- ・客先である大手電機メーカーを満足させる品質とコスト
- ・独自の製法で作られるパイプ類は数多くの土木工事や建設現場で高い評価を受け、より施工しやすい、またより特化した特性を求められる現場の声を反映して、さらなる品質の向上を続けています。

- ・LPガスでは、万全な集中監視システム導入、全国展開では72万戸の取付けを完了しており、さらに安全・安心システムも導入致しております。
- ・電気設備工事全般、住宅のオール電化工事、太陽光発電システム、家電品販売、建築工場の高圧、低圧電気設備工事、FAシステム設計施工、電気工事に関するあらゆる事お引受け致します。
- ・正確な技術で丁寧な仕事を心掛けている。

(5) 貴社の“強み”は何ですか。該当するもの3つまでに○をつけてください。

自社の“強み”		(n=57:複数回答可)	
	項目	回答数	占有率(%)
1	企画力	5	8.8%
2	技術力・製造(加工)制度	30	52.6%
3	品質管理	18	31.6%
4	生産効率	6	10.5%
5	小ロット生産・試作対応	19	33.3%
6	短納期対応(スピード)	20	35.1%
7	価格対応	13	22.8%
8	販売力・ブランド力	3	5.3%
9	事務効率・資金効率	0	0.0%
10	流通部門・サービス	3	5.3%
11	IT活用	1	1.8%
12	熟練技術者がいる	12	21.1%
13	その他	3	5.3%
合計		133	233.3%

※『自社の“強み”を活かす具体策、市の支援策への提言』の個別回答に関しては、下記参照。

- ・低利の設備資金のさらなる整備をお願いしたい。
- ・塩の生産地としての赤穂を更にPRするためのグルメ開発（塩ラーメン以外）、イベント企画（カキまつり、シティマラソン等で塩の試供品配布等）、今年の塩大博覧会成果検証（費用対効果）
- ・赤穂、塩の結び付きから、「塩」を食用、工業用等の観点から、「塩」の特性利用等が学べる資料館の設置等。
- ・大手を含めた合同商談会・展示会の開催
- ・具体策は現在模索中である。
- ・大手企業とのマッチング企画
- ・主力商品として地域社会と人々の生活に密着した商品を取り扱っており、米穀ではISO22000認証を取得、LPガス部門では災害にも強く、ACU24の集中監視システムを導入致しております。
- ・赤穂市発注の建設、電気設備関係の工事の発注を優先的に地元業者にして頂きたい。
- ・信用と工場内のメンテナンス等と、即対応

(6) 現在または今後の“経営課題”は何ですか。該当するもの3つまでに○をつけてください。

今後の課題 (n=58:複数回答可)

項目	回答数	占有率(%)
【内的要因】		
1 売上高の大幅な落ち込み	27	46.6%
2 販売価格(単価)の低下	29	50.0%
3 人材不足・後継者不在	14	24.1%
4 工場設備・機械の老朽化	18	31.0%
5 工場・店舗用地の不足	0	0.0%
6 人件費の増加	8	13.8%
7 原材料費の増加	25	43.1%
8 物流コストの増加	2	3.4%
9 在庫過多	2	3.4%
10 売掛金回収状況の悪化	1	1.7%
11 その他	1	1.7%
【外的要因】		
12 競争の激化	40	69.0%
13 環境・公害問題の発生	3	5.2%
14 民間金融機関の融資態度の硬化	5	8.6%
15 為替の変動	10	17.2%
16 気候の変動	6	10.3%
17 政権交代等による政策の変化	12	20.7%
18 その他	4	6.9%
合計	207	356.9%

(7) 今後、貴社が“長期的に取り組みたい経営戦略”は何ですか。該当するもの3つまでに○をつけてください。

長期的に取り組みたい経営戦略 (n=57:複数回答可)

項目	回答数	占有率(%)
1 新製品の研究・開発	16	28.1%
2 新技術の導入	17	29.8%
3 環境対応	7	12.3%
4 販路開拓	30	52.6%
5 設備拡大・更新	14	24.6%
6 規模縮小・移転	4	7.0%
7 事業の多角化	11	19.3%
8 異業種交流	2	3.5%
9 事業領域の絞り込み	2	3.5%
10 積極的な人材育成	30	52.6%
11 その他	0	0.0%
合計	133	233.3%

(8) 今後、貴社が“開拓したい(重要と考えている)自社製品・サービスの販路”はどの形態ですか。該当する主なものひとつに○をしてください。

開拓したい販路 (n=45:複数回答あり)

項目	回答数	占有率(%)
1 商社経由	9	20.0%
2 営業部署による販売	13	28.9%
3 ネット経由	4	8.9%
4 系列販売	7	15.6%
5 小売店への直販	2	4.4%
6 市場経由	0	0.0%
7 消費者直販	10	22.2%
8 その他	5	11.1%
合計	50	111.1%

※複数箇所に○があった場合は、全件をカウントした。

(9) 貴社では“人材育成”についてどのような取り組みを実施していますか。該当するもの3つまでに○をつけてください。

人材育成 (n=58:複数回答可)

項目	回答数	占有率(%)
1 技能・技術のマニュアル化・共有化	26	44.8%
2 社内での勉強会の実施	16	27.6%
3 OJTによる研修	12	20.7%
4 他社での研修	5	8.6%
5 外部の研修・セミナーの受講推奨・補助	19	32.8%
6 同業者との人材交流	9	15.5%
7 交流会等への出席推奨	4	6.9%
8 公的資格取得の推奨・補助	27	46.6%
9 親族内でのノウハウ・スキルの継承	6	10.3%
10 特に取組んでいることはない	8	13.8%
11 その他	0	0.0%
合計	132	227.6%

(10) 赤穂市内で事業を営んでいるメリット・デメリットをどのようにお考えですか。該当するものそれぞれ3つまでに○をつけてください。

赤穂市立地メリット (n=55:複数回答可)

項目	回答数	占有率(%)
1 原材料の調達容易	7	12.7%
2 受注(納品)先が近い	21	38.2%
3 外注先が近い	3	5.5%
4 試作に強い業者がいる	0	0.0%
5 消費地が近い	5	9.1%
6 企業間の情報交換の利便	1	1.8%
7 同業者間での仕事の融通	7	12.7%
8 異業種間での仕事の融通	2	3.6%
9 地価・家賃が安い	7	12.7%
10 交通の便が良い	10	18.2%
11 対事業所サービス業の充実	0	0.0%
12 公の支援機関が充実	0	0.0%
13 情報通信基盤の充実	0	0.0%
14 用地の確保が容易	2	3.6%
15 従業員の確保が容易	6	10.9%
16 長年赤穂市で営んでいるため、なじみの取引先・仕入先が多い	30	54.5%
17 気候・土壌が適している	9	16.4%
18 その他	3	5.5%
合計	113	205.5%

赤穂市立地デメリット

(n=47:複数回答可)

	項 目	回答数	占有率(%)
1	原材料の調達が困難	9	19.1%
2	受注(納品)先から遠い	12	25.5%
3	適当な外注業者がない(遠い)	13	27.7%
4	試作に強い業者がない	2	4.3%
5	欲しい情報が入手できない	3	6.4%
6	競合先の多さ	14	29.8%
7	地価・家賃が高い	1	2.1%
8	交通の便が悪い	12	25.5%
9	情報通信基盤の脆弱性	5	10.6%
10	用地の不足	0	0.0%
11	従業員の確保が困難	6	12.8%
12	土地の利用規制が厳しい	1	2.1%
13	周辺の住宅地化	4	8.5%
14	その他	2	4.3%
	合 計	84	178.7%

4. 赤穂市の施策について

(1) 下記項目は、“赤穂市が実施している産業振興関連の施策”です。「認知度」「評価」について、該当する欄に○をつけてください。

[中小企業融資制度]

運転・設備資金に対する融資【認知度】

(n=52)

項目	回答数	占有率(%)
1 現在利用中	5	9.6%
2 利用したことがある	6	11.5%
3 知っているが利用したことがない	26	50.0%
4 知らない	15	28.8%
合計	52	100.0%

運転・設備資金に対する融資【評価】

(n=34)

項目	回答数	占有率(%)
1 大変良い	3	8.8%
2 ある程度良い	11	32.4%
3 普通	19	55.9%
4 やや悪い	0	0.0%
5 悪い	1	2.9%
合計	34	100.0%

融資利用に必要な信用保証料の1/2助成【認知度】

(n=50)

項目	回答数	占有率(%)
1 現在利用中	4	8.0%
2 利用したことがある	5	10.0%
3 知っているが利用したことがない	21	42.0%
4 知らない	20	40.0%
合計	50	100.0%

融資利用に必要な信用保証料の1/2助成【評価】

(n=32)

項目	回答数	占有率(%)
1 大変良い	5	15.6%
2 ある程度良い	9	28.1%
3 普通	18	56.3%
4 やや悪い	0	0.0%
5 悪い	0	0.0%
合計	32	100.0%

利子補給(100万円以上の設備資金に係る1/3助成)【認知度】

(n=49)

項目	回答数	占有率(%)
1 現在利用中	1	2.0%
2 利用したことがある	3	6.1%
3 知っているが利用したことがない	20	40.8%
4 知らない	25	51.0%
合計	49	100.0%

利子補給(100万円以上の設備資金に係る1/3助成)【評価】

(n=29)

項目	回答数	占有率(%)
1 大変良い	4	13.8%
2 ある程度良い	7	24.1%
3 普通	18	62.1%
4 やや悪い	0	0.0%
5 悪い	0	0.0%
合計	29	100.0%

[工場立地促進制度]

工場設置奨励金の支給(固定資産税相当額)【認知度】

(n=47)

項目	回答数	占有率(%)
1 現在利用中	2	4.3%
2 利用したことがある	1	2.1%
3 知っているが利用したことがない	13	27.7%
4 知らない	31	66.0%
合計	47	100.0%

工場設置奨励金の支給(固定資産税相当額)【評価】

(n=23)

項目	回答数	占有率(%)
1 大変良い	3	13.0%
2 ある程度良い	7	30.4%
3 普通	12	52.2%
4 やや悪い	1	4.3%
5 悪い	0	0.0%
合計	23	100.0%

雇用奨励金の支給(市内新規常用雇用者数×20万円)【認知度】

(n=47)

項目	回答数	占有率(%)
1 現在利用中	2	4.3%
2 利用したことがある	3	6.4%
3 知っているが利用したことがない	16	34.0%
4 知らない	26	55.3%
合計	47	100.0%

雇用奨励金の支給(市内新規常用雇用者数×20万円)【評価】

(n=24)

項目	回答数	占有率(%)
1 大変良い	3	12.5%
2 ある程度良い	6	25.0%
3 普通	14	58.3%
4 やや悪い	1	4.2%
5 悪い	0	0.0%
合計	24	100.0%

(2) 以下のテーマについて、貴社の現状や取り組み、または市の支援策への提言等をご回答ください。

①産業フェアや展示会等への出展による販路開拓について

[1]過去に産業フェアや展示会等に出展されたことはありますか。

出展経験

(n=56)

項目	回答数	占有率(%)
1 出展したことがある	13	23.2%
2 出展したことはない	43	76.8%
合計	56	100.0%

[2]設問[1]で、“1”を選択された方にお尋ねします。

◆出展したことによって、貴社の販路開拓につながりましたか。

出展内容

(n=13)

項目	回答数	占有率(%)
1 販路開拓につながった	7	53.8%
2 販路開拓につながらなかった	5	38.5%
3 その他	1	7.7%
合計	13	100.0%

[3]設問[1]で、“2”を選択された方にお尋ねします。出展したことはない理由は何ですか。

項目	回答数	占有率(%)
1 出展する機会がない(情報を入手できない)	4	9.8%
2 出展する製品がない	27	65.9%
3 対応する人的余裕がない	7	17.1%
4 費用がかかりすぎる	1	2.4%
5 その他	2	4.9%
合計	41	100.0%

[4] 産業フェアや展示会等に関して、市にはどのような支援を求めますか。ご意見・ご要望があれば具体的にご記入ください。

個別の回答に関しては、下記参照。

- ・何も期待しておらず特になし。
- ・ひょうご食品認証制度の様なもので、赤穂産「塩」について赤穂市の認証（マーク等の表示）があれば展示会でも当該商品に対する安心感が増すと思える。
- ・産業フェアや展示会で、小規模零細製造業が活性化されるとは思えない。企業は「人・物・金」と言われるが零細企業ではどれも、充分ではない。この点を各企業に合せ、バックアップする必要があると思う。

②インターネットを活用した販路開拓について

[1] インターネットを活用した消費者向け直接販売を行っていますか。

項目	回答数	占有率(%)
1 現在行っている	11	20.0%
2 現在行っておらず、過去に行ったことがある	2	3.6%
3 行っていないが、関心がある	18	32.7%
4 行っておらず、関心もない	24	43.6%
合計	55	100.0%

[2] 設問[1]で、“1”もしくは“2”を選択された方にお尋ねします。ネット販売を実施し、成果はありましたか。

項目	回答数	占有率(%)
1 成果があった	8	61.5%
2 成果がなかった	3	23.1%
3 その他	2	15.4%
合計	13	100.0%

[3] 設問[1]で、“3”もしくは“4”を選択された方にお尋ねします。ネット販売を行わない理由は何ですか。

ネット販売を行わない理由 (n=40)

項目	回答数	占有率(%)
1 ネット販売する商品がない	29	72.5%
2 対応できる人材がない	6	15.0%
3 初期費用がかかりすぎる	0	0.0%
4 維持費用がかかりすぎる	3	7.5%
5 その他	2	5.0%
合計	40	100.0%

[4] インターネットを活用した販路開拓に関して、市にはどのような支援を求めますか。ご意見・ご要望があれば具体的にご記入ください。

個別の回答に関しては、下記参照。

- ・なし
- ・市のホームページで、販売商品の紹介およびサイトを作してほしい
- ・インターネットのやり方を教えてほしい

③社外研修制度等を利用した人材育成について

[1] 兵庫技術研修大学校の「技術的レベルアップのための研修」や兵庫ものづくり支援センターの「中小企業の技術開発・製品開発支援」を利用したことはありますか。

研修制度利用状況 (n=57)

項目	回答数	占有率(%)
1 利用したことがある	8	14.0%
2 利用したことはない	49	86.0%
合計	57	100.0%

[2] 設問[1]で、“2”を選択された方にお尋ねします。これらの制度等を利用していない理由は何ですか。

制度を利用しない理由 (n=45)

項目	回答数	占有率(%)
1 研修や制度自体を知らなかった	15	33.3%
2 研修費用がかかりすぎる	2	4.4%
3 社外研修に出す人的余裕がない	6	13.3%
4 研修メニューが実業務に適していない	12	26.7%
5 OJT等、社内育成で事足りている	9	20.0%
6 その他	1	2.2%
合計	45	100.0%

[3] 人材育成に関して、市にはどのような支援を求めますか。ご意見・ご要望があれば具体的にご記入ください。

個別の回答に関しては、下記参照。

- ・なし
- ・公的資格取得の支援ができれば良いと思う。

④大型放射光施設「SPring-8」や中型放射光施設「ニュースバル」の活用について

[1] これらの施設を利用したことはありますか。

施設利用状況

(n=56)

項目	回答数	占有率(%)
1 利用したことがある	1	1.8%
2 利用したことはない	55	98.2%
3 今後利用を検討したい	0	0.0%
合計	56	100.0%

[2] 設問[1]で、“1”を選択された方にお尋ねします。利用した際の課題等についてご記入ください。

個別の回答に関しては、下記参照。

- ・素材の分析

[3] 設問[1]で、“2”を選択された方にお尋ねします。これらの施設を利用していない理由は何ですか。

施設を利用しない理由

(n=53)

項目	回答数	占有率(%)
1 施設自体を知らなかった	3	5.7%
2 活用方法・利用手続きがわからない	5	9.4%
3 利用費用がかかりすぎる	1	1.9%
4 自社では活用する内容がない	43	81.1%
6 その他	1	1.9%
合計	53	100.0%

[4] これらの施設の活用に関して、市にはどのような支援を求めますか。ご意見・ご要望があれば具体的にご記入ください。

個別の回答に関しては、下記参照。

- ・なし

(3) その他、“製造業に対する市の支援・振興策”について、ご意見がございましたらご記入ください。

個別の回答に関しては、下記参照。

- ・何も期待していない。
- ・市に対する特別の要望は有りませんが、国に対しては一刻も早く景気が回復する様施策を講じて欲しい（内需振興策）法人税大幅引下げ輸出産業だけ元気ではなく、国内産業が活性化する手を早く打って欲しい。
- ・地場産業でもある赤穂の塩についての現状把握をしていただき、振興・支援の力添え

を望みます。

- ・異業種を含めた共同受注体を作るにあたっての企画、海外製造拠点への支援
- ・赤穂市内だけではなく、全国的に、大企業（一部中小企業含）が一時の利益の為に安易に海外生産や調達を増加していく中、また、この度の円高でさらに、生産拠点を海外へ特に中国、インド、インドネシア、ベトナム等へシフトしていく状況の中、多くの企業は国内に設備投資しなくなり、我々の受注パイも減少をたどり、一度案件が出ると、各社で激しい競争となり、信じられない様な低価格で受注される。日本に生産拠点を置いて、国内に設備投資をする様な優遇処置を取るとか、国内の中小製造業の復活の為に、海外シフトする企業には課税するとか、手を打ってもらいたい。又、日本の人口を増し、若年の「もの作り」就労者層を厚くし、職人を増やし、安全で安心な「もの作り」日本の小企業を支援すべきである。
- ・文書回答は苦手なので、口頭の方がよい。
- ・土木、建築の公共工事を増やしてほしい。
- ・水道施設業の当社としましては、全く、このアンケートは意味のない様に思えました。税金をつかってこの様なことをするのは無意味と思えます。

赤穂市内製造業実態調査

平成 23 年 3 月発行

発行

赤穂市 企画振興部 観光商工課

〒678-0292 赤穂市加里屋 81

TEL : 0791-43-6838 Fax : 0791-46-3400

調査協力

株式会社帝国データバンク 産業調査部 近畿産業調査課

〒550-8691 大阪市西区靱本町 1-6-18

TEL : 06-6443-3855
