

# 北陸地域製造業の 事業展開に関する調査 (富山県版)

2003年1月23日

日本政策投資銀行

富山事務所

# はじめに

- 本報告は、北陸地域における主要製造業者の事業活動に関する意識の把握を目的として、日本政策投資銀行北陸支店が2002年10月に実施しました「北陸地域製造業の事業展開に関するアンケート調査」結果をもとに、富山県内企業（注）について集計・分析を行ったものです。

（注）

- 対象会社：富山県に本社を置く製造業413社（資本金10百万円かつ売上高8億円以上）
- 回答会社：149社（回答率：36.1%）

# 1 . 回答会社属性

\*回答企業(149社)を業種別にみると、当地の製造業集積を反映し、金属製品18%、電気機械器具11%、化学(医薬品含む)11%、プラスチック製品9%、一般機械9%の5業種で全体の58%を占める。

\*工業統計表における事務所数との対比では、売上規模・資本金による調査範囲の設定等から、化学、電気機械器具、一般機械等でウエイトの違いが認められる。

回答企業149社の業種

| 業種            | 回答企業数 | 構成比 (%) | 工業統計表上の事業所数* | 構成比 (%) |
|---------------|-------|---------|--------------|---------|
| 食料品、飲料・たばこ・飼料 | 12    | 8.1     | 548          | 13.9    |
| 繊維工業          | 7     | 4.7     | 110          | 2.8     |
| 衣服その他の繊維製品    | 1     | 0.7     | 195          | 5.0     |
| 木材・木製品        | 5     | 3.4     | 182          | 4.6     |
| 家具・装備品        | 1     | 0.7     | 137          | 3.5     |
| パルプ・紙・紙加工品    | 3     | 2.0     | 113          | 2.9     |
| 出版・印刷         | 4     | 2.7     | 205          | 5.2     |
| 化学工業(医薬品含む)   | 16    | 10.7    | 132          | 3.4     |
| プラスチック製品      | 13    | 8.7     | 266          | 6.8     |
| 窯業・土石         | 8     | 5.4     | 219          | 5.6     |
| 鉄鋼・非鉄金属       | 11    | 7.4     | 176          | 4.5     |
| 金属製品          | 27    | 18.1    | 641          | 16.3    |
| 一般機械          | 13    | 8.7     | 497          | 12.6    |
| 電気機械器具        | 17    | 11.4    | 262          | 6.7     |
| 輸送用機械器具       | 3     | 2.0     | 82           | 2.1     |
| 精密機械器具        | 2     | 1.3     | 7            | 0.2     |
| その他・無回答       | 6     | 4.0     | 165          | 4.2     |
|               | 149   | 100.0   | 3937         | 100.0   |

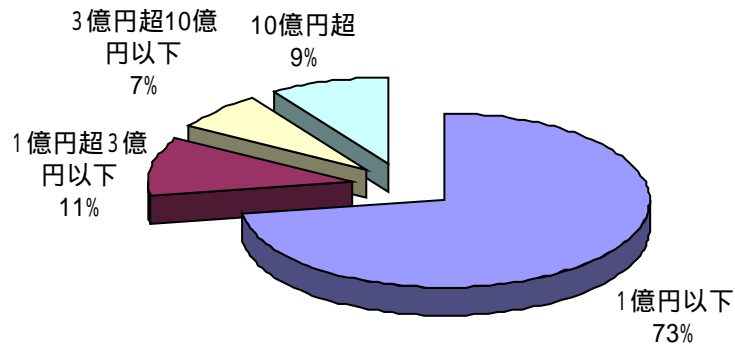
(注) \* ; 2001年12月現在(速報値)

# 回答会社属性

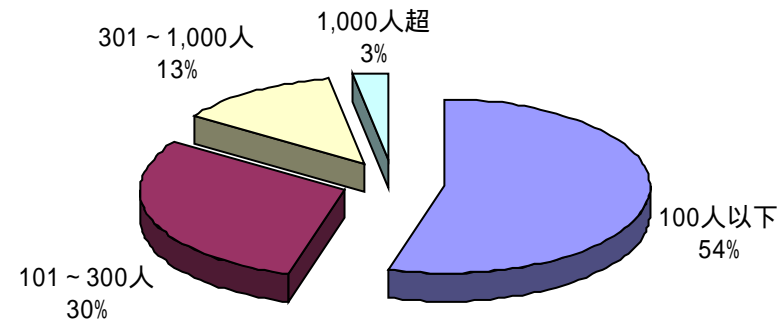
\*資本金規模では1億円以下が73%(108社)、従業員規模では100人以下が54%(81社)を占めており、それぞれ最もウエイトが大きい。なお、全体の91%(135社)が、いわゆる「中小企業」(資本金3億円以下または従業員数300人以下)に該当している。

\*売上高規模では、10億円超50億円以下が61%(92社)と過半を占める。

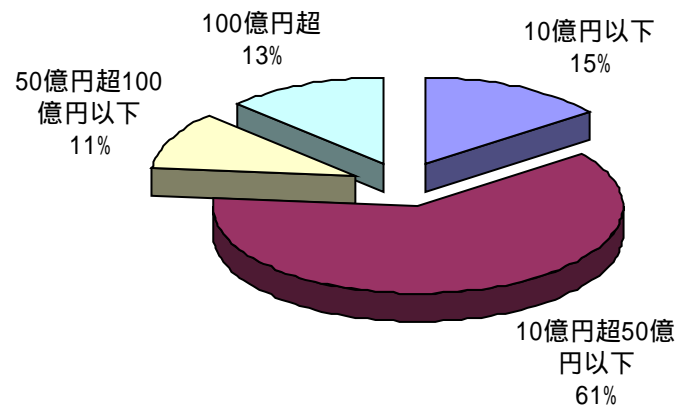
## 資本金規模



## 従業員規模



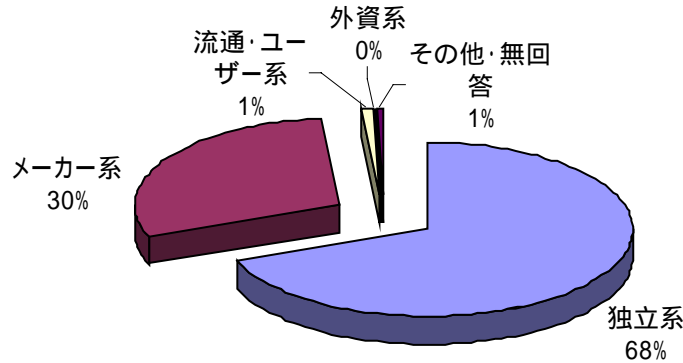
## 売上高規模



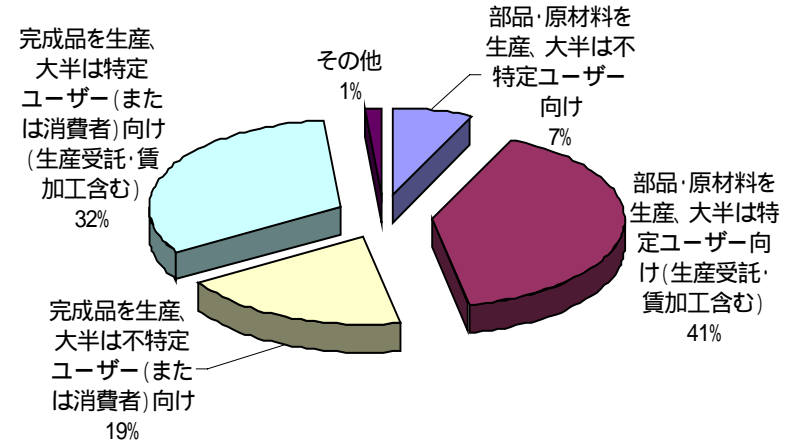
# 回答会社属性

- \*資本系列では、独立系が68%(103社)と最も大きく、次いでメーカー系が30%(44社)となっている。
- \*製品内容では、完成品が52%(77社)、部品・原材料が47%(70社)とほぼ拮抗している。また全体の72%(108社)が特定ユーザー向けに製品を販売している。
- \*製品の競合先(競合品)としては、国内他社品主体とした会社が全体の82%(122社)と大宗を占めている。

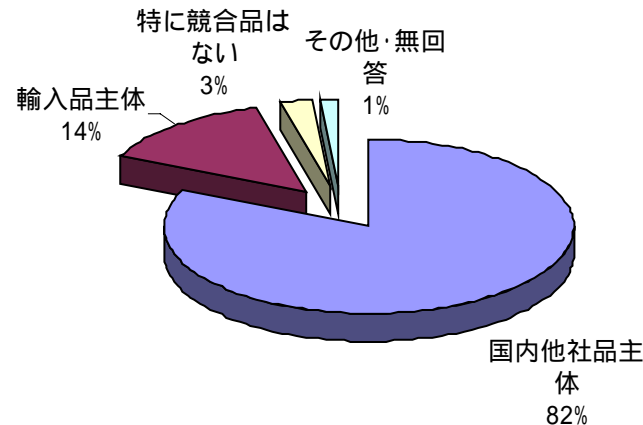
## 資本系列



## 製品内容と需要先



## 製品競合先(競合品)



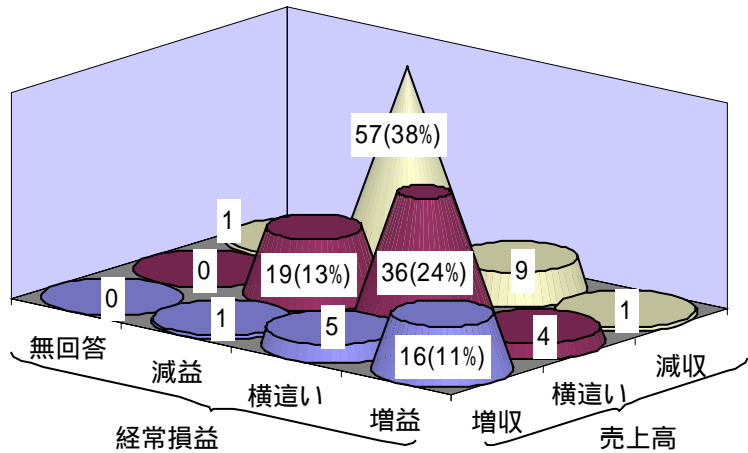
## 2. 最近の業績の傾向と今後の展望

\* 回答企業の最近の業績の傾向(売上高と経常損益)をみると、減収減益が38%(57社)と最も高く、増収増益は11%(16社)にとどまる。

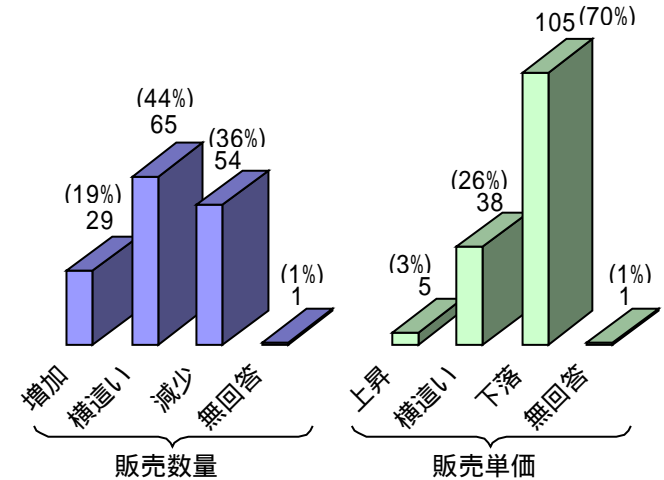
\* 販売数量減少36%(54社)に対して、販売単価下落は70%(105社)と割合が高い。

\* 事業の今後の展望については、業績向上・維持可能とした会社が50%(75社)、業績維持が難しいとした会社が48%(72社)とほぼ半々である。ただし、かなりの業績向上が期待できるとした会社は僅か3%(4社)に過ぎない。なお、主要業種別では医薬品において業績向上・維持可能の割合が高い。

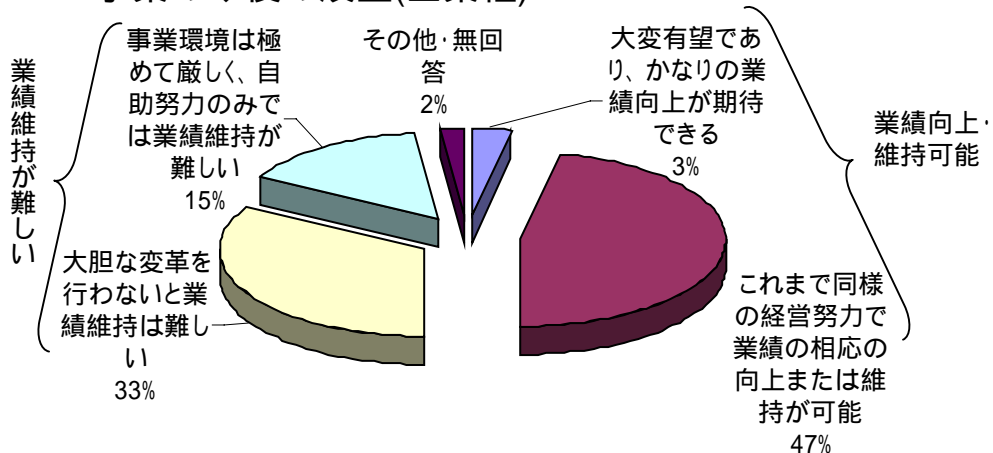
最近の業績の傾向(売上高と経常損益)



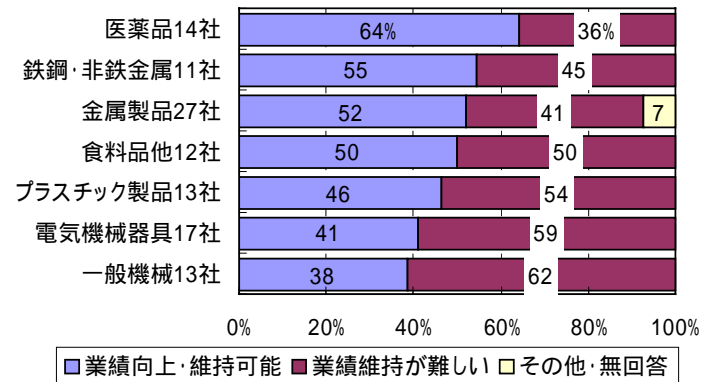
最近の業績の動向(販売数量と販売単価)



事業の今後の展望(全業種)



事業の今後の展望(主要業種別)

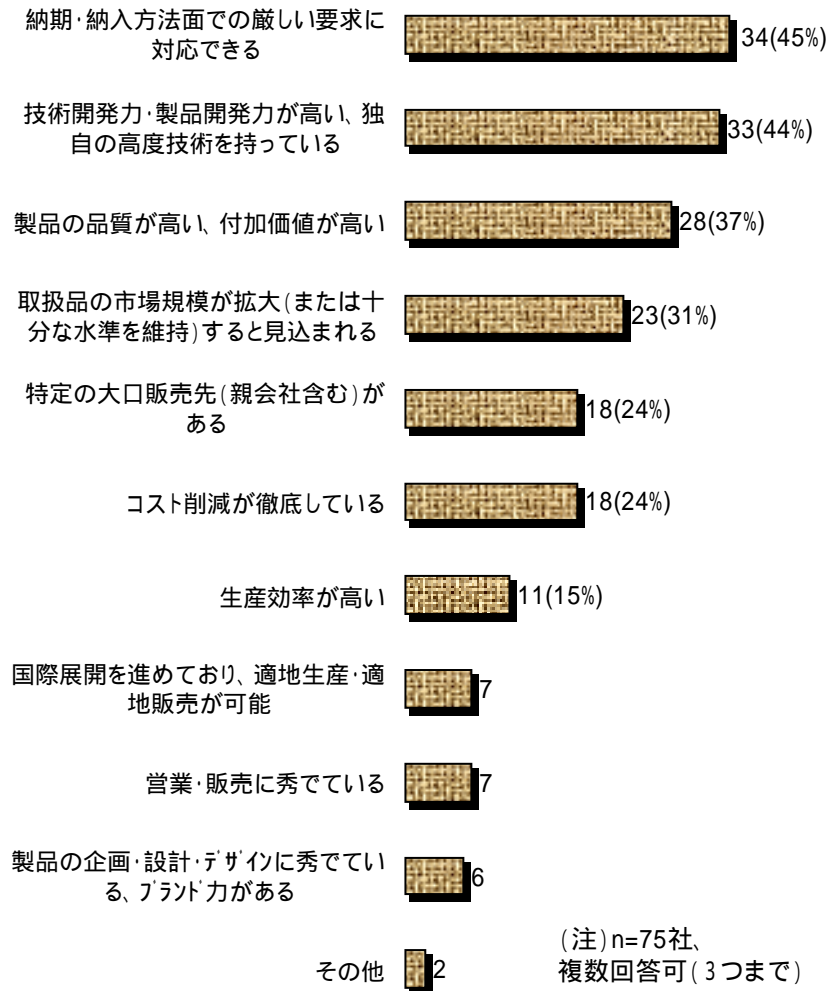


# 最近の業績の傾向と今後の展望

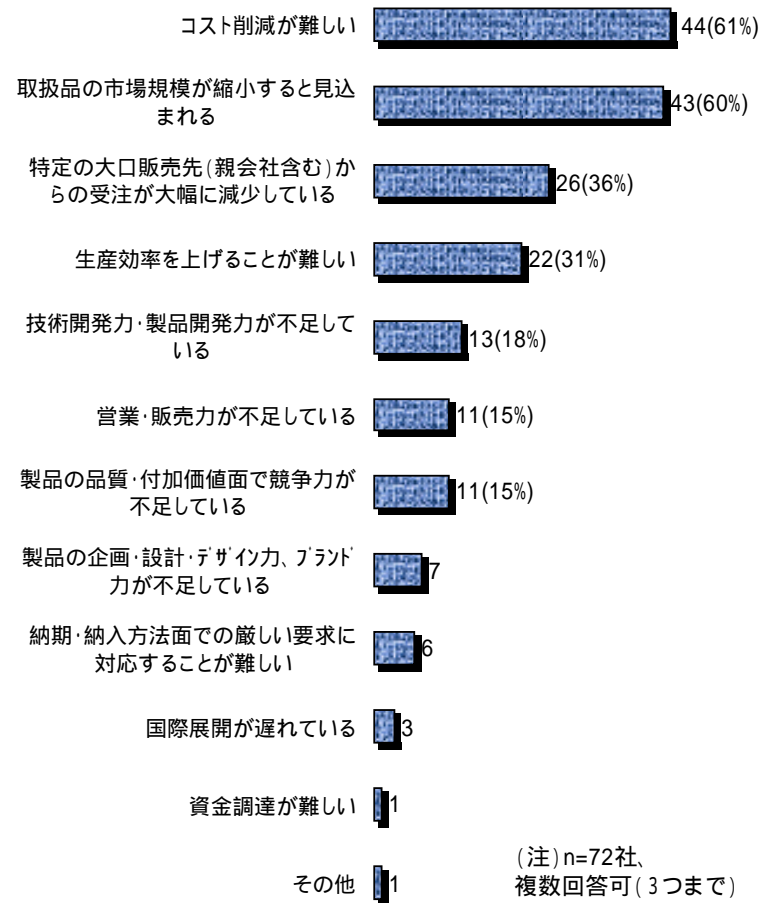
\*業績向上・維持可能とした75社からは、納期・納入方法への対応や技術開発力等の高さ、品質面・付加価値面の高さ等に対する自信が窺える。

\*一方、業績維持が難しいとした72社は、コスト削減が難しいことや市場規模の縮小が見込まれること、大口販売先からの受注が大幅に減少していることなどを主な理由として挙げている。

## 業績向上または維持が可能な理由(業績向上・維持可能とした75社)



## 維持困難の理由(業績維持が難しいとした72社)



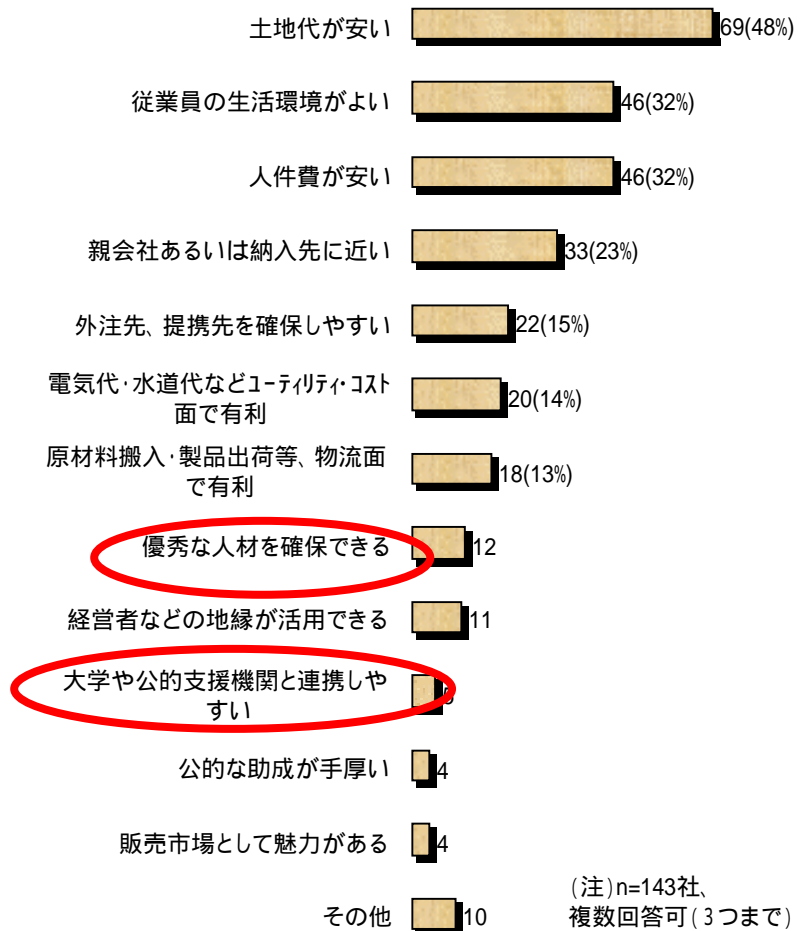
### 3. 生産拠点としての北陸地域の位置づけ

\*工場立地上の北陸地域のメリットとしては、土地代の安さが48%(69社)と半数近くを占めており、次いで従業員の生活環境の良さ32%(46社)、人件費の安さ32%(46社)と続いている。

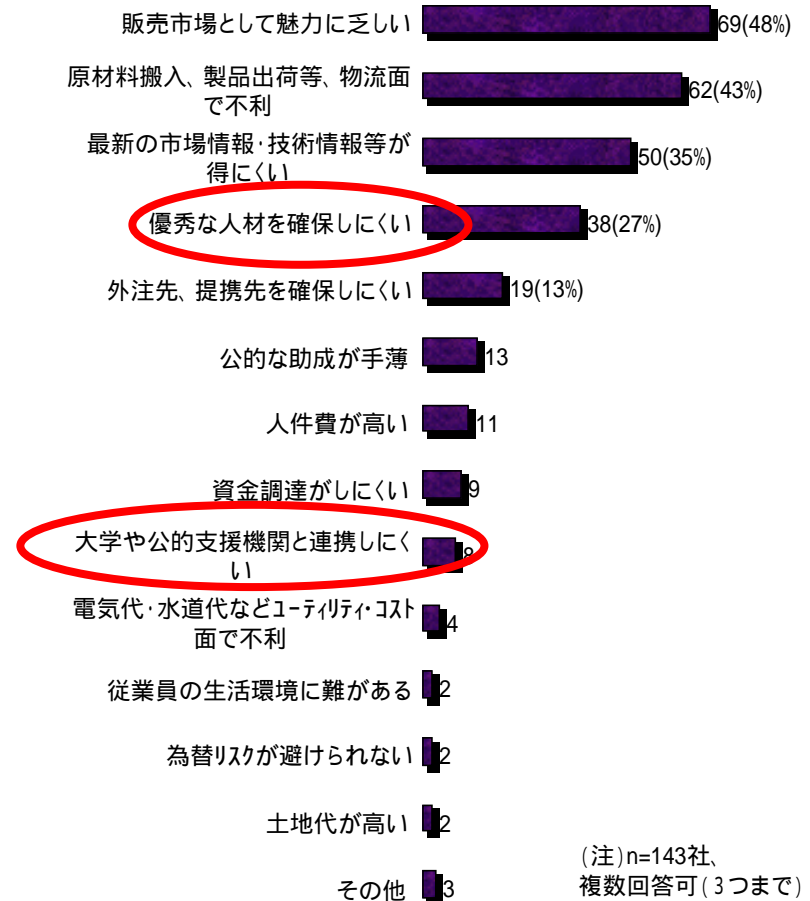
\*一方、デメリットには、販売市場として魅力に乏しい48%(69社)、物流面で不利43%(62社)、情報等が得にくい35%(50社)が上位にきている。また、優秀な人材が確保しにくい27%(38社)も目立つ。

\*なお、産学官連携については、評価が定まっていない。

工場立地上の北陸地域のメリット  
(北陸地域に工場のある143社)



工場立地上の北陸地域のデメリット(同左)





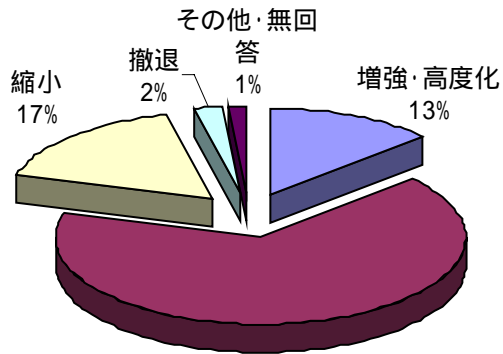
# 生産拠点としての北陸地域の位置づけ

\*北陸地域での今後の生産活動については、現状並が67%(95社)と最も大きく、次いで縮小17%(24社)、増強・高度化13%(19社)、撤退2%(2社)の順となっている。なお、主要業種別では電気機械器具において縮小・撤退の割合が高い。

\*現状並または増強・高度化とした114社に対して北陸に生産機能を残す理由を尋ねると、創業地を離れることは難しいが35%(40社)、北陸(または国内)に有力パートナーがいるが30%(35社)等が挙がっている。

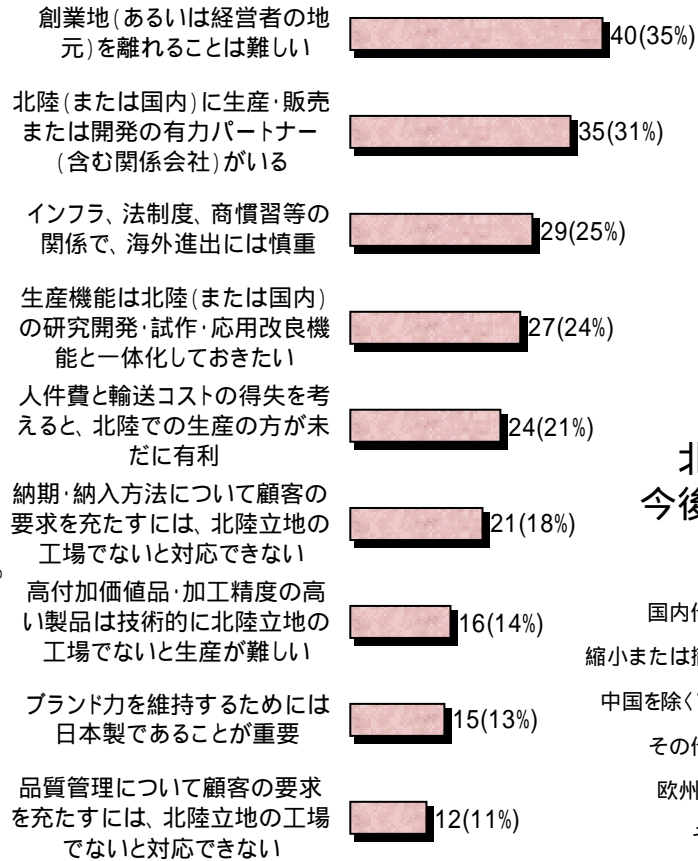
\*縮小または撤退とした27社の北陸地域生産分の今後のシフト先としては、中国が最も多い。

## 北陸地域での今後の生産活動(全業種)

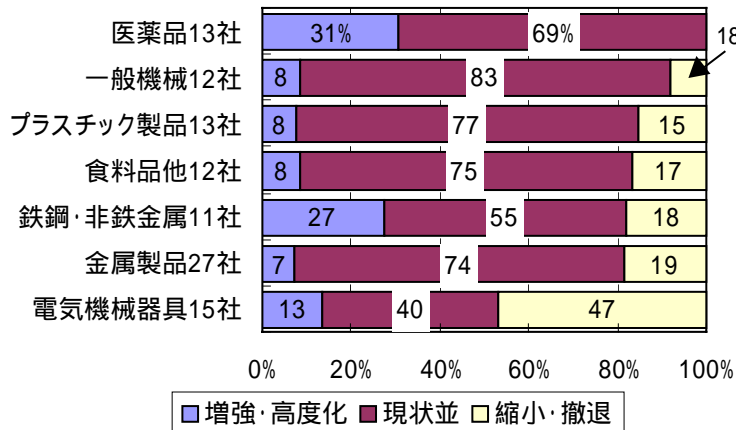


(注) 増強・高度化には他地域からの集約を含む

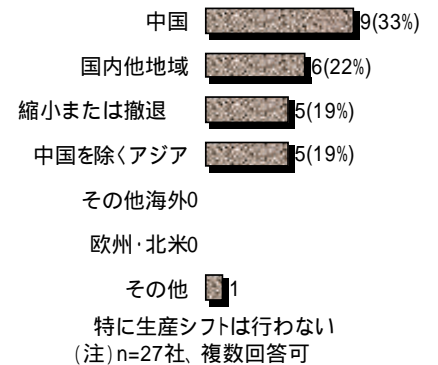
## 北陸地域に生産機能を残す理由



## 北陸地域での今後の生産活動(主要業種別)



## 北陸地域生産分の今後のシフト地域



(注) n=114社、その他 8 複数回答可 (3つまで)

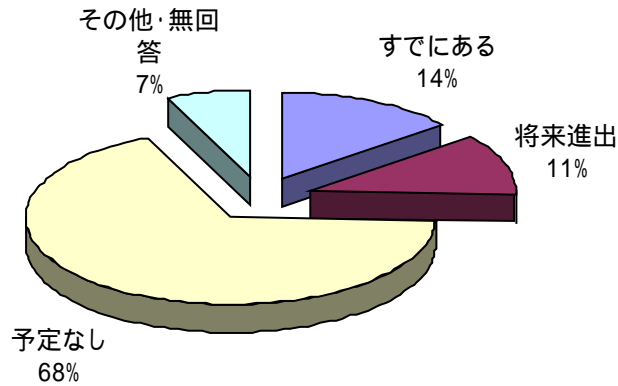
(注) n=27社、複数回答可

# 4 . 海外への工場進出状況

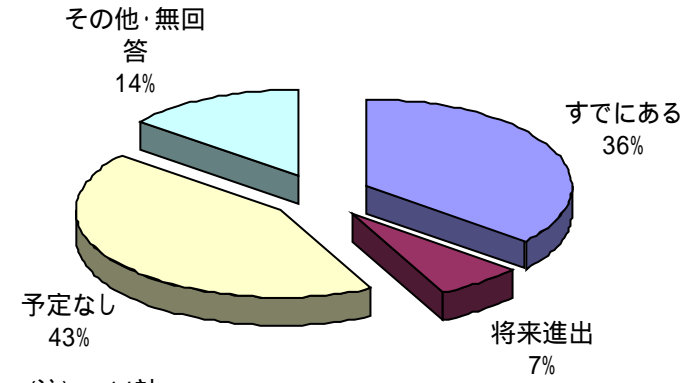
\*海外工場の有無については、進出の予定なしが68%(101社)と最も大きく、進出済が14%(21社)、将来進出は11%(17社)にとどまった。これを資本金3億円かつ従業員数300人以上の会社に限ると、4割弱が進出済としており、経営規模による違いが認められる。

\*主要業種別では、プラスチック製品や電気機械器具において進出済の割合が高いのに対し、食料品等や医薬品などでは進出の予定なしが大半を占める。

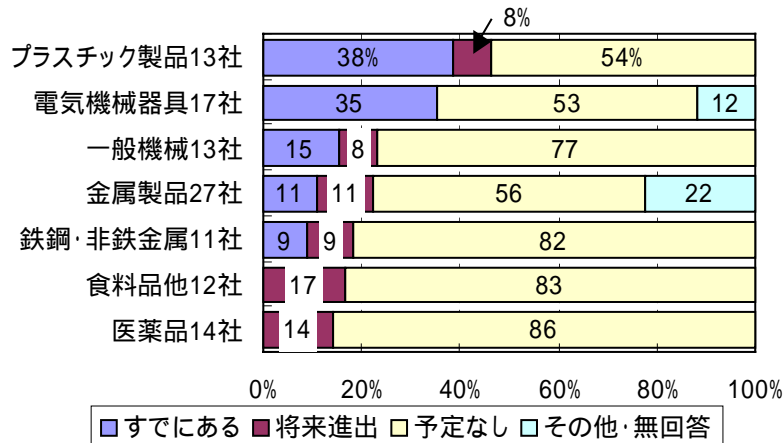
海外工場の有無(全業種)



資本金3億円かつ従業員数300人以上(14社)の海外工場の有無



海外工場の有無(主要業種別)

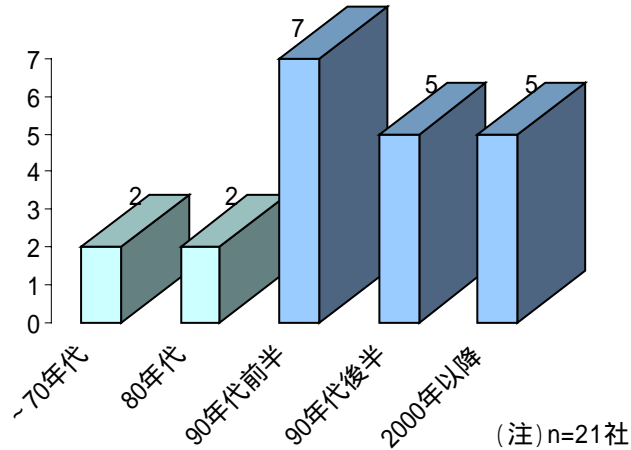


# 海外への工場進出状況

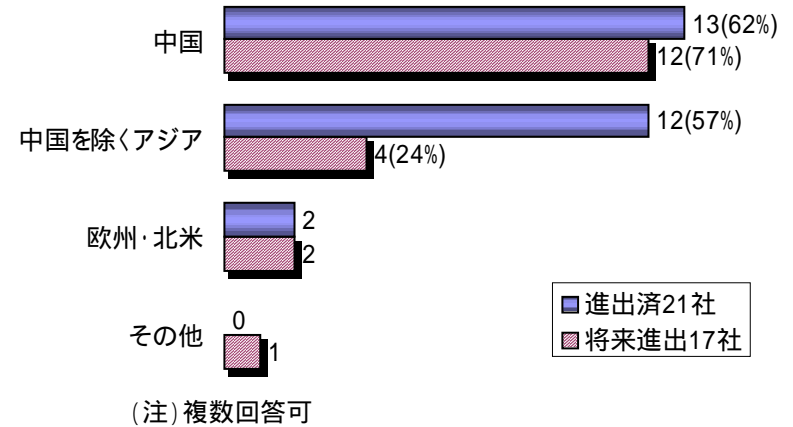
\*進出済とした21社の進出状況を見ると、進出時期は90年代以降に増加しており、海外工場所在国は中国および中国を除くアジアが多く、海外生産比率は10%未満が過半を占めている。

\*進出先については、進出済とした21社、将来進出とした17社いずれにおいても、中国を最も重視していることが分かる。

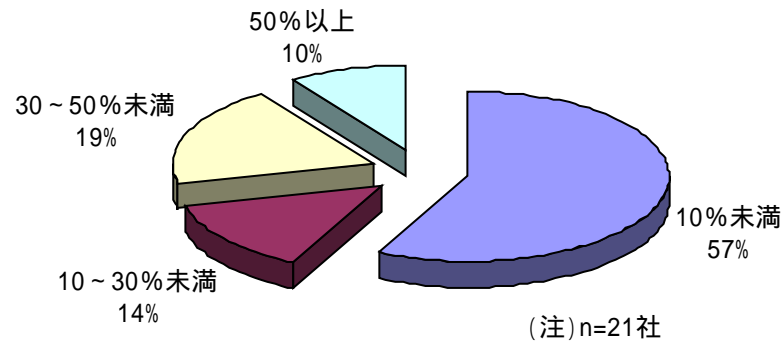
海外工場進出時期(進出済21社)



海外工場所在国(進出済21社、将来進出17社)



現在の海外生産比率(進出済21社)

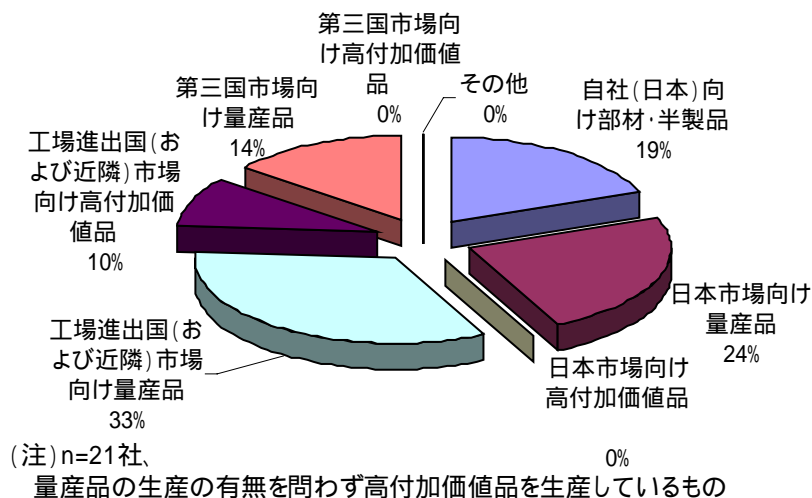


# 海外への工場進出状況

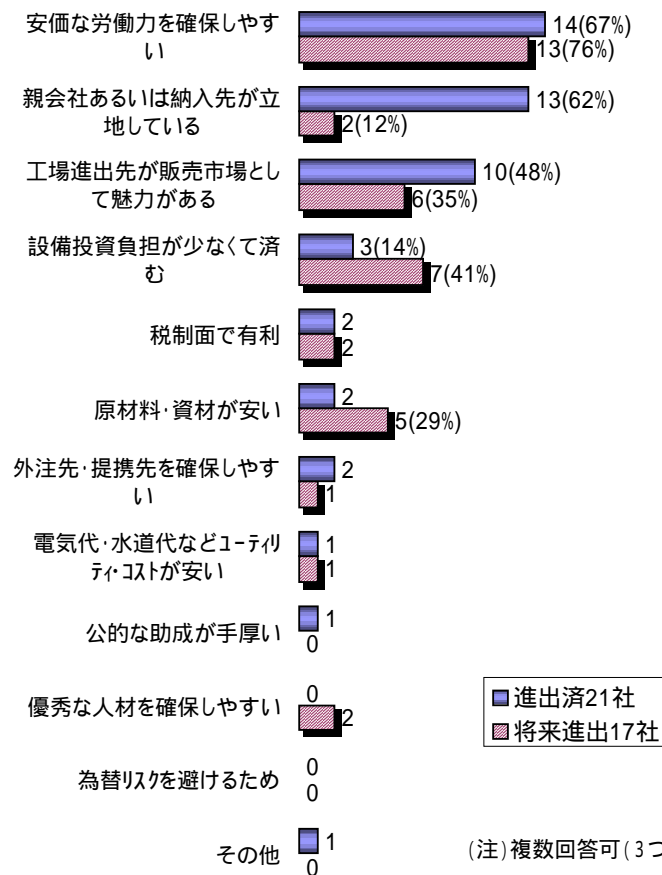
\*進出済21社の海外工場生産品の仕向地をみると、自社を含む日本市場向けが43%(9社)、海外市場向けが57%(12社)となっている。またグレードは量産品が全体の71%(15社)を占める。

\*進出済21社に対して、海外工場設置の理由を尋ねると、安価な労働力確保、取引先の進出対応、市場の拡大の3つが上位に挙がっている。また将来進出17社についても、進出済21社同様、安価な労働力確保が最多となった。

### 海外工場生産品の仕向地とグレード(進出済21社)



### 海外工場設置の理由(進出済21社、将来進出17社)



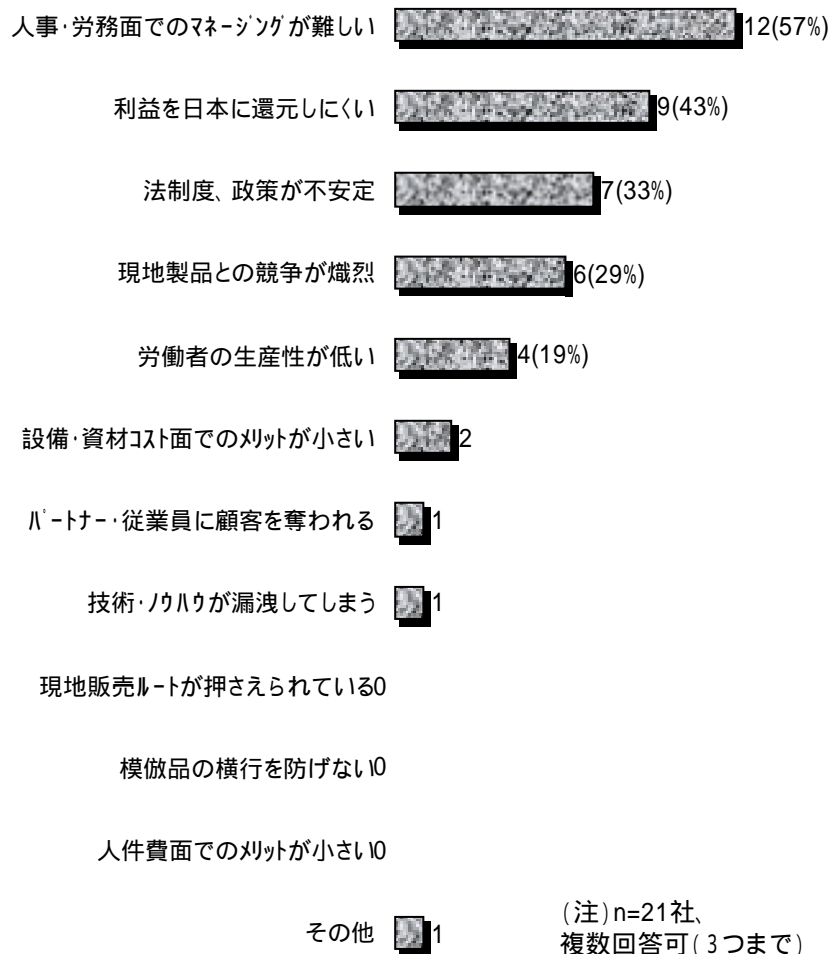
# 海外への工場進出状況

\*進出後に判明した問題点としては、人事・労務面でのマネージングが難しい157%(12社)、利益を日本に還元しにくい43%(9社)などが目立つ。

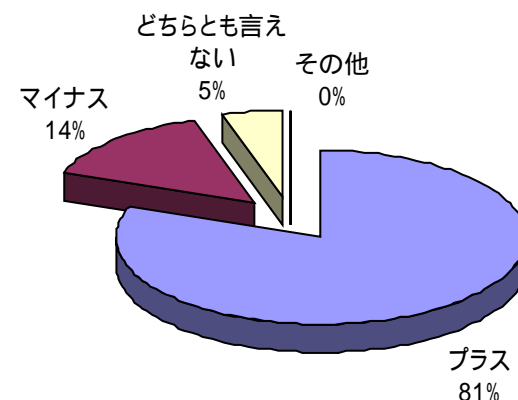
\*海外進出の総合評価はプラスと回答する企業が大半を占める。

\*進出済および将来進出とした38社の今後の生産設備投資の内外ウエイトをみると、国内重視16%(6社)に対し海外重視は11%(4社)と、海外での生産設備投資が考慮されるようになっている。

## 海外工場設置後に判明した問題点(進出済21社)

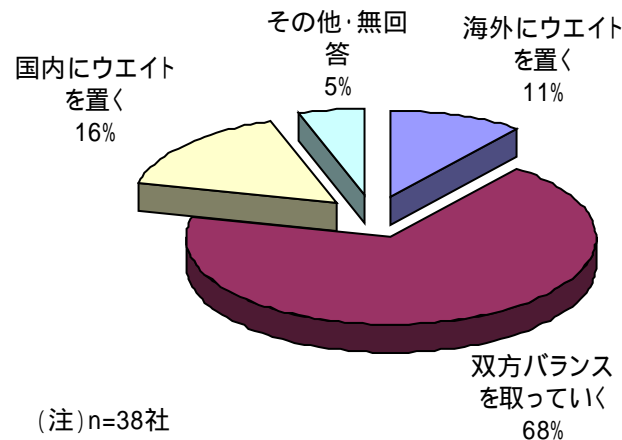


## 海外進出の総合評価(進出済21社)



(注) n=21社

## 今後の生産設備投資の内外ウエイト(進出済および将来進出38社)



(注) n=38社

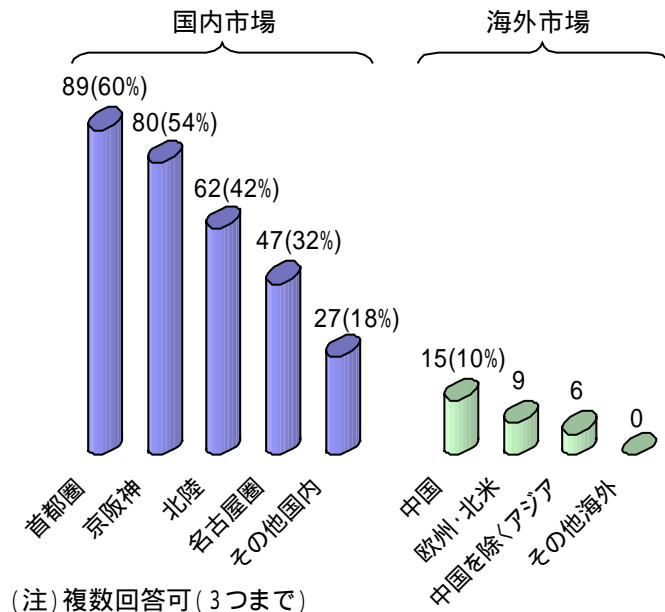
# 5 . 販売・製品企画の状況

\*販売市場として注力している地域としては国内市場が圧倒的であり、中でも経済規模の大きい首都圏と京阪神、次いで地元北陸地域の順となっている。一方、海外市場の中では中国が最も多い。

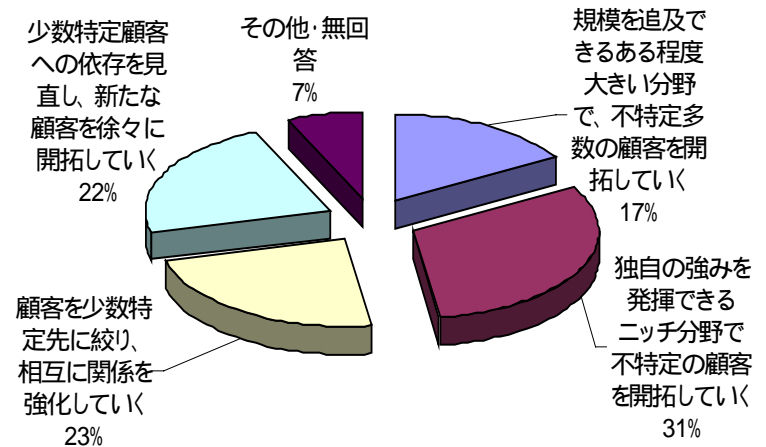
\*販売面の方向性については、新規顧客・不特定多数顧客の開拓を目指す会社が大半だが、中でも独自の強みを発揮できるニッチ分野を重視するとした会社が全体の3割(46社)を占める。

\*製品企画の方法をみると、自社単独による企画が42%(62社)と最も大きい。

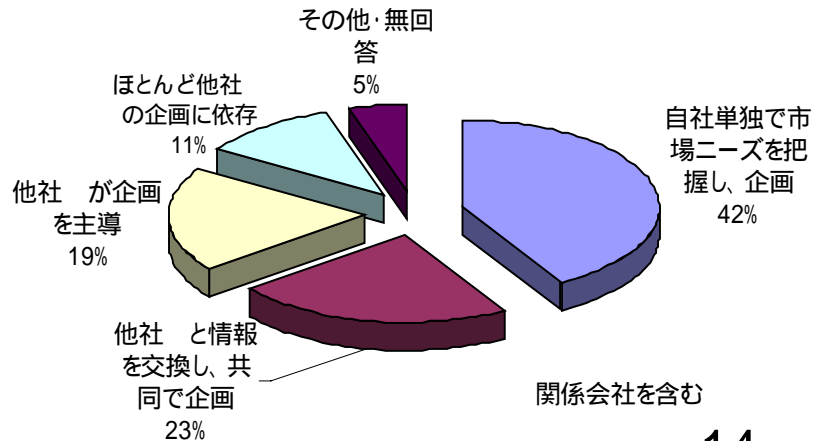
販売市場として注力している地域



販売面の方向性



製品企画の方法

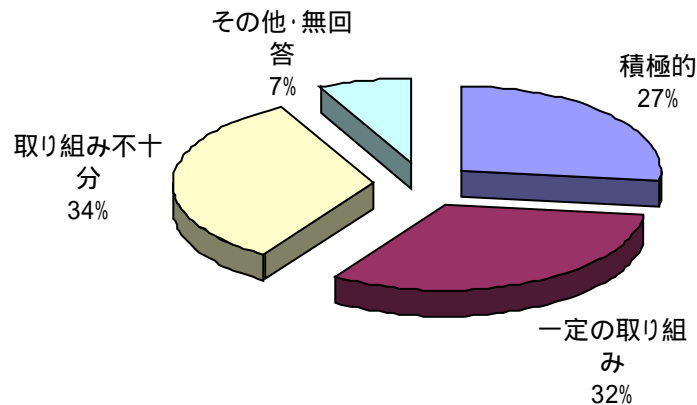


# 6 . 研究開発の状況

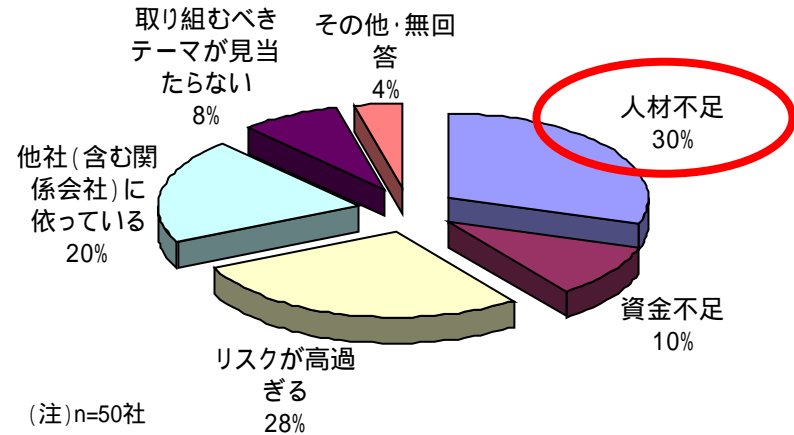
\*全体の約6割(88社)が、研究開発に一定以上取り組んでいる(積極的に取り組んでいるないし一定の取り組みは行っている)としている。なお、主要業種別では医薬品において一定以上取り組んでいる割合が高く、鉄鋼・非鉄金属などでは低くなっている。

\*取り組みが不十分とした50社に対しその理由を尋ねると、人材不足が30%(15社)と最も大きく、(研究開発を担うべき)優秀な人材の確保が重要な課題であることが分かる。

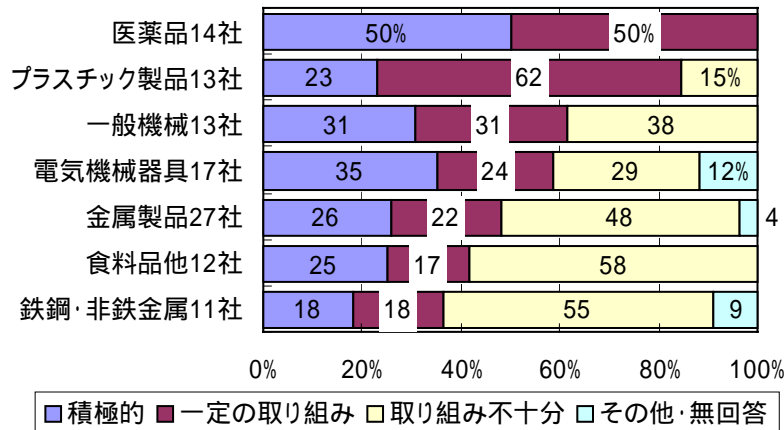
研究開発への取組姿勢(全業種)



研究開発の取り組みが不十分な理由  
(取り組み不十分50社)



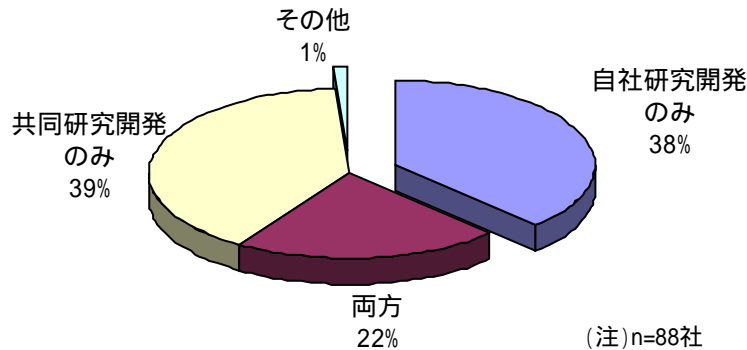
研究開発への取組姿勢(主要業種別)



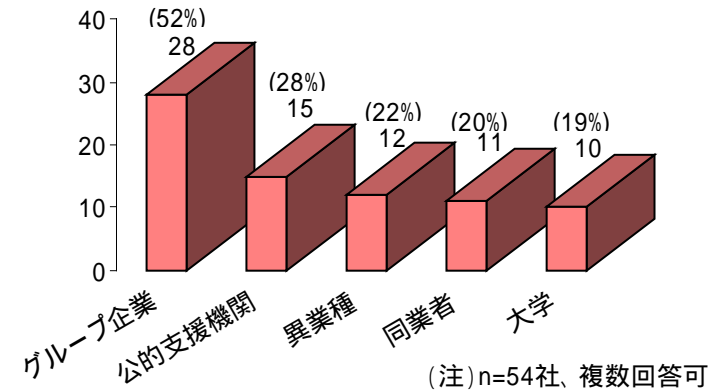
# 研究開発の状況

\* 研究開発に一定以上取り組んでいるとした88社のうち約6割が何らかの共同研究開発を実施している。  
 \* 共同研究開発の相手先は、グループ企業が最も多く、次いで公的支援機関、異業種他社、同業者、大学の順となっている。  
 \* 共同研究開発の成果としては、既に製品化に至ったり、目処が立ちつつあると答えた会社が約半数を占めた。一方、共同研究開発を進める上での問題点としては、資金負担や、成果の利用面・帰属面でのパートナーとの調整が挙げられている。

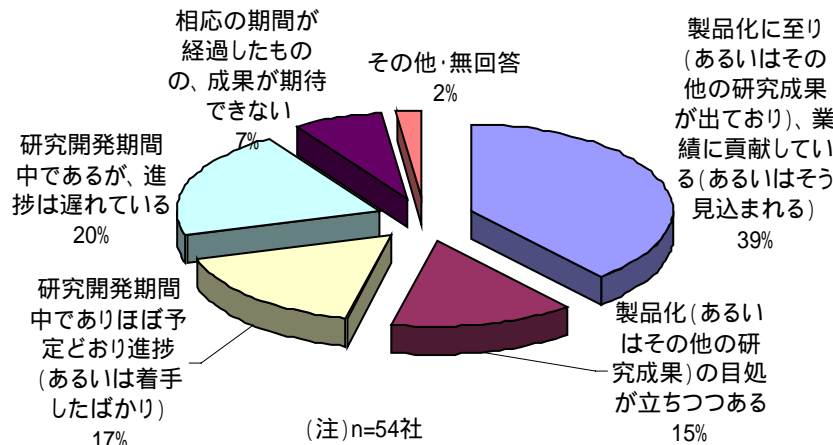
研究開発の態様(一定以上取り組んでいるとした88社)



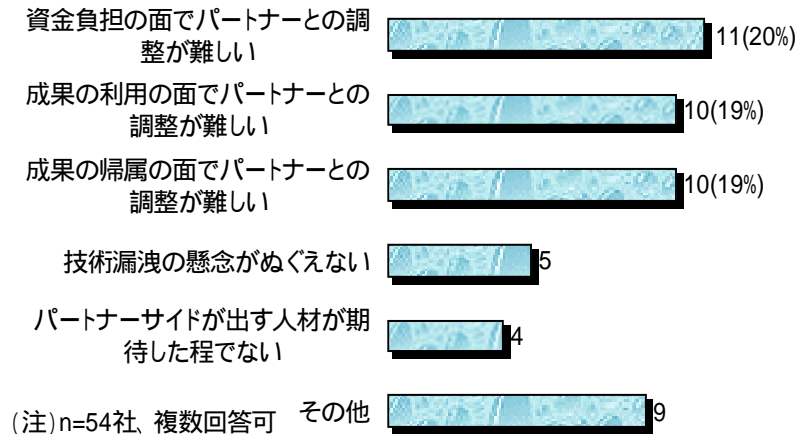
共同研究開発の相手先(実施54社)



共同研究開発成果(実施54社)



共同研究開発を進める上での問題点(実施54社)



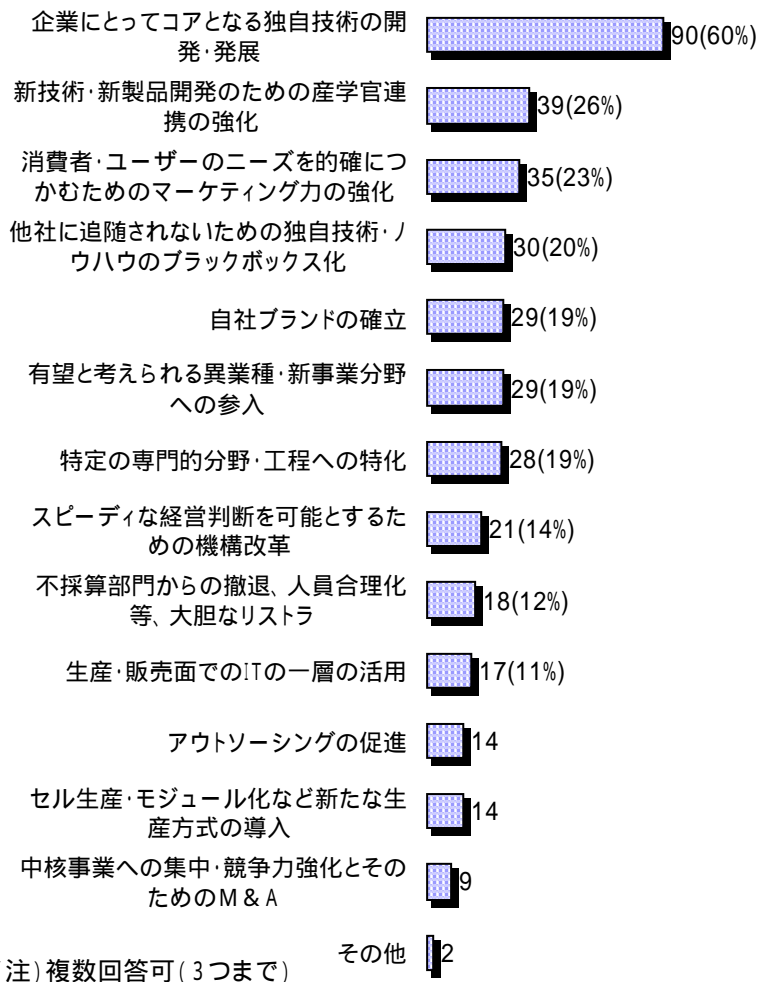


# 7. 製造業活性化に必要な対応に関する認識

\*製造業活性化のため企業にとって重要なこととしては、全体の約6割がコアとなる独自技術の開発・発展を挙げている。また、産学官連携強化、マーケティング力強化、技術のブラックボックス化、自社ブランド確立なども重視されている。

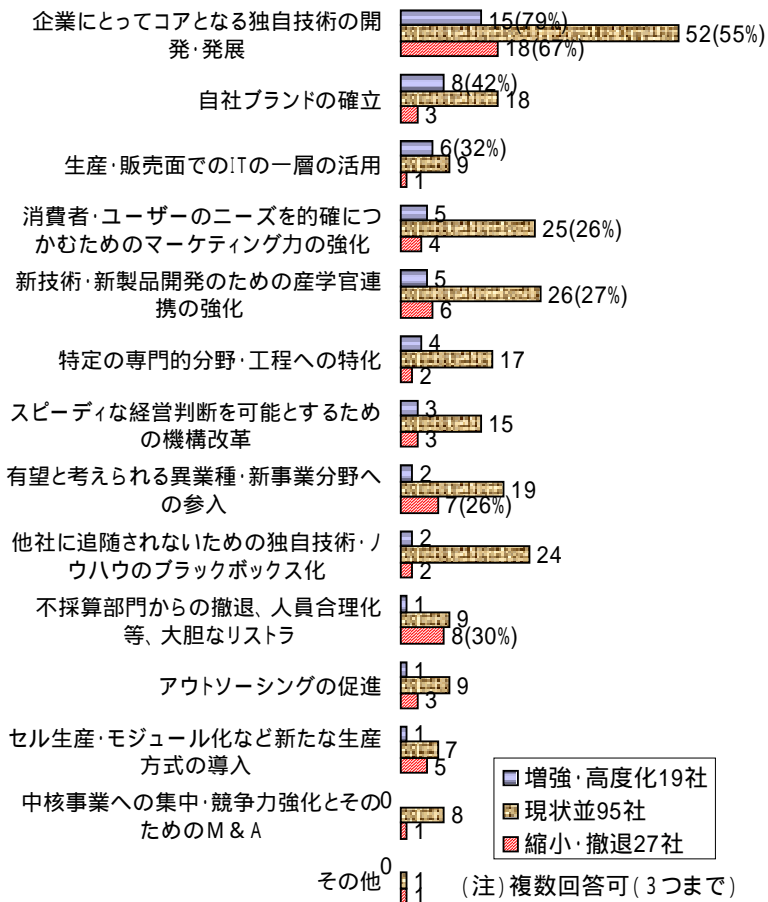
\*北陸地域での今後の生産活動別でみると、独自技術の開発・発展に一様に回答が集中した他は、増強・高度化とした19社では自社ブランド確立・IT活用など、現状並とした95社では産学官連携強化・マーケティング力強化など、縮小・撤退とした27社ではリストラなどがそれぞれ上位に挙がっている。

北陸地域の製造業活性化のため、企業にとって重要なこと



(注) 複数回答可(3つまで)

同左(北陸地域での今後の生産活動別)



■ 増強・高度化19社  
■ 現状並95社  
■ 縮小・撤退27社

(注) 複数回答可(3つまで)

# 8 . まとめと展望

- 地域における製造業の活性化のためには、企業と地域という2つの視点から、足下の変化を見据えて、これまで以上に多様な取り組みを推進していくことが必要であろう。

## <企業の視点>

- 内需成熟・中国台頭等といった外部環境の変化に対し、従来型大量生産では今後の成長が期待できない状況にあり、独自技術の開発・発展が一層重視されるとともに、しかるべき付加価値獲得に向けて、産学官連携強化、マーケティング力強化、自社ブランド確立、技術のブラックボックス化などを含む総合的な戦略策定とその実践が求められている。

## <地域の視点>

- 物理的インフラ整備に加えて、ソフト面での支援の更なる深化・高度化が求められている。
- とりわけ県内製造業が不足感を訴えている優秀な人材（研究開発・経営両面）の供給が喫緊の課題となっている。今後は地域としても差別化の追求が重要なものはいまでもないが、特に地域独自の経営資源（和漢薬、金属加工、深層水等）の有効活用、誘致対象の拡大（海外企業誘致、非生産部門の誘致、人材誘致）、実効的なセーフティネットの整備などに加えて、今回の調査ではその評価が曖昧であった産学官連携についても更なる拡充が必要となっている。

## 引用文献・参考文献

日本政策投資銀行北陸支店[2003] 『北陸地域製造業の事業展開に関するアンケート調査』

## お問い合わせ先

日本政策投資銀行 富山事務所 岩崎、吉田

( Tel . 076-442-4711 )

( Fax . 076-442-5092 )