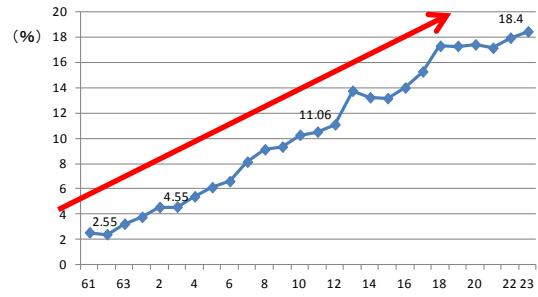


サプライヤー中小企業の現状と課題

○サプライヤー中小企業は我が国産業の競争力強化や地域の雇用確保に貢献している一方、国内需要の減少、円高による大手企業の海外移転、新興国企業とのコスト競争等により、依然厳しい状況におかれている。

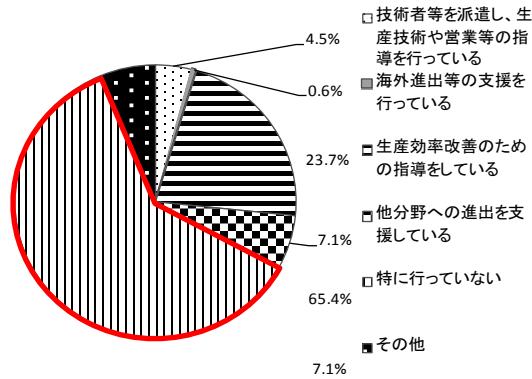
【製造業の海外現地生産比率】



出典:「企業行動に関するアンケート調査」(内閣府)

海外現地生産比率は昭和63年では2%程度であったが、平成23年には約20%近くになっており、企業の生産体制が海外にシフトしている。

【発注量が減少したサプライヤー中小企業への発注企業による支援】



出典:「発注方式等取引条件改善調査(平成23年度)」(中小企業庁)

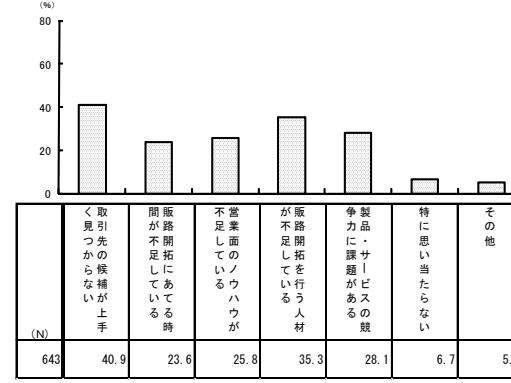
発注量が減少する場合に発注企業は何も支援を行っていない場合が多い。

○事業環境の変化に伴い、サプライヤー中小企業の業況は二極化。比較的好調なのは「課題解決型ビジネス」ができる企業。

【ヒアリングにおけるコメント】

- 経営者のマインドによって企業の業況は全然違う。売れる技術を持ち、取引の拡大に取り組む企業では売上げが増えている。(中小企業)
- 好調な企業では、顧客独自のニーズに対する課題解決サービスの質と価格を武器に他社との差別化を行い、売上げを維持・増加させている。このような企業では、営業・設計・製造が連携し、一体として事業を行うことで付加価値の高いサービスを提供することが可能になっている。(学者)

取引先開拓に向けた取組の成果が得られていない理由



取引先開拓に向けた取組の成果が得られない原因として、ノウハウ・人材等、自社の経営資源の不足を挙げる企業が多い。

出典:「発注方式等取引条件改善調査(平成23年度)」(中小企業庁)

○サプライヤー中小企業自らが、新興国企業との競争に対応するための取組や、取引の拡大に向けた取組を行っていくことが必要。

○自ら取引を拡大するに当たり、「課題解決型ビジネス」への展開とともに、自社で不足する経営資源を補完するための取組が必要。

今後の方向性

取引構造の多様化等の中、二次以下のサプライヤー中小企業が海外進出するには、現地での取引や資金・人材の確保など、様々な課題。このため、国内にとどまらざるを得ない企業も多く存在。

国内の拠点において、新興国企業とのコスト競争等に対応するため、生産性の向上等に向けた取組を行うことが必要。
また、人と機械との接点を中心に、生産性を2~3倍にする余地があるとの指摘。

現場の競争力の強化

中小企業が比較的強いとされる現場において、現場の改善等を通じ、生産性の向上を行う。
これにより、新興国企業とのコスト競争等に対応。

※自社のノウハウだけではなく、他社のノウハウや、現場の良い流れを作る汎用的な技術の活用がポイント。

課題解決型ビジネスへの展開のためには、営業から、設計・製造までが有機的に連携する「良い流れ」を作ることが必要。
しかし、サプライヤー中小企業では、取引先獲得等のノウハウや、設備・人材等経営資源が不足。

複数の企業が協力して事業を行っている先進的事例では、異業種連携により提供できるソリューションの幅が広がる、ノウハウ等の共有により提供する商品・サービスの質が向上するなど、一社ではできない事業展開が可能に。

ものづくり連携グループの活用

部品等の生産・加工を行う製造業の中小企業が、他の同種の中小企業または大企業等と、有機的に連携。
経営資源(設備、技術、個人の有する知識及び技能等)を有効に組み合わせることで相乗効果を創出し、一社ではできない事業活動を一つの組織形態として継続的に取り組む。

※単なる情報交換に終わらず、継続的な事業活動を行っていく仕組みとするために、「知識連携」と「取引連携」を組み合わせることがポイント。