

平成16年度産地概況調査の結果について

<まえがき>

本調査は、全国主要産地の現状と最近の動きを概括的にとらえ、産地の実態を明らかにするとともに、全国の産地振興策に資することを目的として、昭和38年度から実施しているものである。

本報告書は、平成16年度において実施した産地の概況及び産地の意識（現況と動向）調査の部分をまとめたものである。

本調査の実施にあたり、都道府県、産地組合等ご協力をいただいた関係各位に対して深く感謝いたします。

<調査要領>

1. 調査対象産地

「産地」とは、中小企業の存立形態のひとつで、同一の立地条件のもとで同一業種に属する製品を生産し、市場を広く全国や海外に求めて製品を販売している多数の企業集団である。

本調査では、年間生産額がおおむね5億円以上の産地を対象とし、平成15年度産地概況調査対象産地名簿に掲載されている産地を基に、都道府県、都道府県中小企業団体中央会の協力を得て必要に応じ追加、削除を行った。その結果、平成16年度は566の産地を調査対象とし、486の産地から回答を得たものである。

2. 調査時点

産地概況調査の時点は、平成16年10月1日、産地意識調査の記入時点は、平成16年12月とした。

3. 調査項目

調査は産地の概況調査と産地の意識調査とし、主要調査項目は次のとおりである。

産地概況調査：業種・形成時期、産地の組合、産地の企業数及び産地組合への加入状況、産地の地域、生産額・輸出額・企業数の推移、生産品目・輸出品目、産地の形態別企業数、産地の従業者規模別企業数・従業者数、生産者の専業・副業の状況、倒産・転業・廃業・休業・開業状況

産地意識調査：産地の抱える問題と集積のメリット、出荷動向、倒産・廃業の動向、産地企業の海外展開の動向、雇用の動向、産地内企業の環境変化への対応、異業種交流会の状況、産地間の連携、産地の将来

4. 調査方法

調査は、各産地組合等に対して調査票を郵送して行った。

(注) ① 地域圏の区分は、(1)「東京圏」が埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、(2)「名古屋圏」が愛知県、岐阜県、三重県、(3)「大阪圏」が京都府、大阪府、兵庫県、(4)「地方圏」が(1)～(3)以外の道県である。

② 産地類型の区分は、平成15年度の実産額に占める輸出額の比率が20%以上の産地を輸出型産地、20%未満の産地を内需型産地とした。

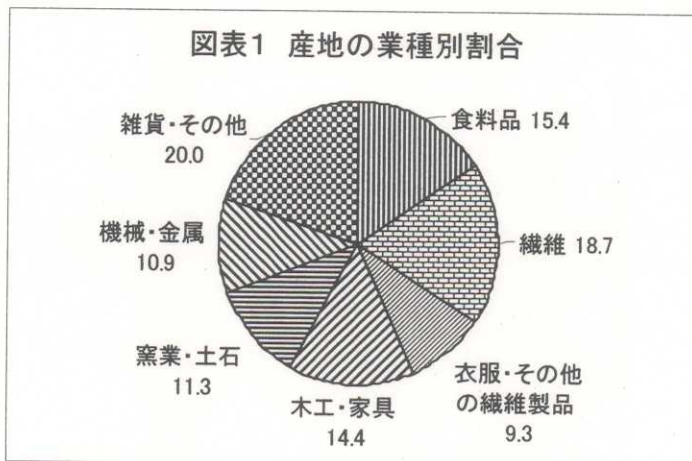
I 産地概況調査結果の概要

1. 産地の概要

(1) 産地数、産地形成時期 (2表、3表、4表 ※別添集計結果表。以下、各項目において同じ。)

今回の調査で回答があった486産地を業種別にみると、「雑貨・その他」が97産地 (全産地の20.0%)、「繊維」が91産地 (同18.7%)、「食料品」が75産地 (同15.4%)、「木工・家具」が70産地 (同14.4%)、「窯業・土石」55産地 (同11.3%)、「機械・金属」が53産地 (同10.9%)、「衣服・その他の繊維製品」が45産地 (同9.3%)である。

(図表1参照)



地域別にみると、関東が144産地 (全産地の29.6%)、近畿が94産地 (同19.3%)、

中部が71産地 (同14.6%)、九州が50産地 (同10.3%)、東北が46産地 (同9.5%)、四国が36産地 (同7.4%)、中国が33産地 (同6.8%)である。

産地の形成時期は、「江戸時代又はそれ以前」168産地 (全産地の34.6%)、「明治時代」121産地 (同24.9%)、「昭和21年以降」119産地 (同24.5%)が多くなっている。

(2) 企業数、従業者数

(イ) 業種別企業数・従業者数 (2表)

産地の企業総数は37,317企業、従業者総数は405,714人である。業種別にみると、企業数では「繊維」が全体の30.4%、従業者数では「機械・金属」が20.7%、「雑貨・その他」が19.6%を占めている。

一産地平均の企業数は76.8企業である。「繊維」(124.7企業)、「窯業・土石」(95.0企業)、「衣服・その他の繊維製品」(74.4企業)で多い一方、「食料品」(45.7企業)では少なくなっている。

一産地平均の従業者数は、834.8人である。「衣服・その他の繊維製品」(1609.7人)、「機械・金属」(1584.2人)で多く、「木工・家具」(377.8人)、「窯業・土石」(512.7人)では少なくなっている。

(ロ) 地域別企業数・従業者数 (3表)

地域別の企業数は、近畿11,922企業 (全体の31.9%)、中部8,635企業 (同23.1%)、関東8,097企業 (同21.7%)となっており、これら3地域で全体の76.7%を占めている。

地域別の従業者数は、近畿119,955人 (全体の29.6%)、関東91,513人 (同22.6%)、中部63,616人 (同15.7%)となっており、これら3地域で全

体の67.9%を占めている。

(ハ) 従業者規模別企業数 (5表)

集計可能な443産地について、従業者規模別企業数をみると、従業者5人以下の企業が63.8%、6~20人が23.5%であり、従業者20人以下が87.3%を占めている。

業種別にみると、「繊維」(従業者20人以下95.3%)、「窯業・土石」(同94.1%)、「木工・家具」(同90.5%)で小規模な企業が多くなっている。

(二) 企業形態別企業数 (6表)

集計可能な467産地について、企業形態別の企業数をみると、独立メーカーが54.5%、下請関連企業が33.6%である。製造卸(8.7%)、卸売業(3.2%)は少ない。

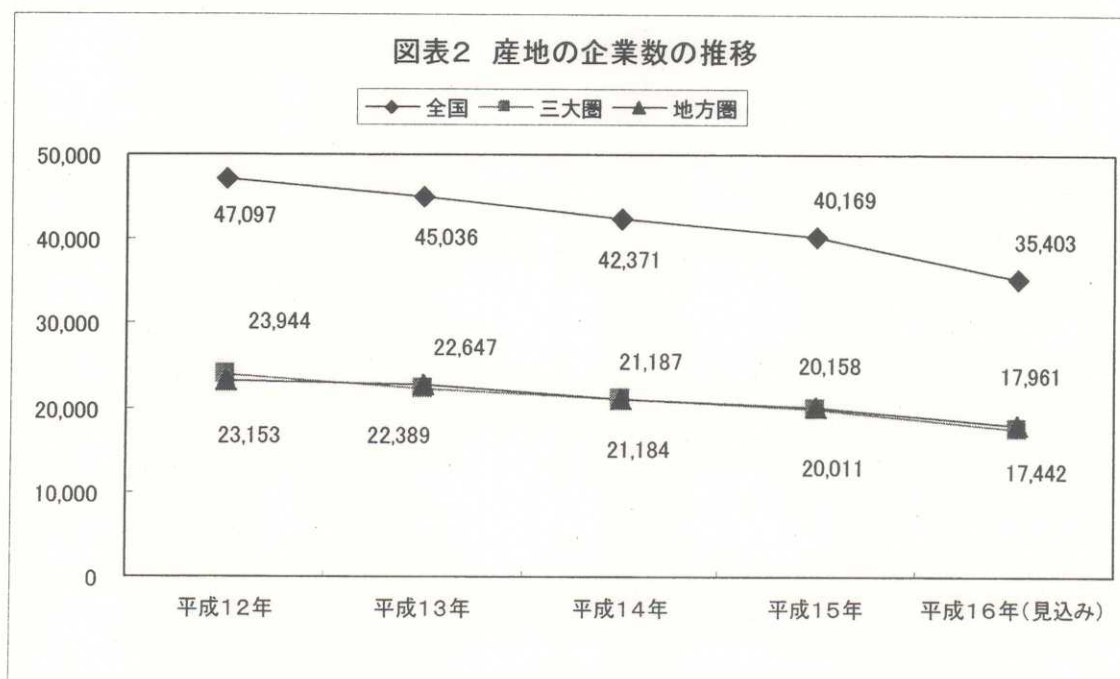
業種別にみると、独立メーカーは「食料品」(94.0%)、「窯業・土石」(89.8%)、「木工・家具」(64.4%)が多い。下請関連企業が多いのは「繊維」(61.2%)である。また、製造卸は「衣服・その他の繊維製品」(22.6%)、卸売業は「雑貨・その他」(18.6%)でそれぞれ若干多くなっている。

(ホ) 企業数の推移 (9表、10表)

企業数の推移をみると(各年度の回答産地が異なるので注意を要するが)、毎年減少傾向にある。平成12年と15年を比較すると、6,928企業(14.7%)減少している。

地域圏でみると、「三大圏(東京圏、名古屋圏、大阪圏)」が3,933企業(16.4%)の減少、「地方圏」が2,995企業(12.9%)の減少となっている。(図表2参照)

業種別にみると、「織物」2,574企業(21.4%)と「機械・金属(銑鉄鋳物を除く)」1,176企業(25.3%)での減少が大きくなっている。



(3) 生産額・輸出額

(イ) 生産額 (7表、9表、10表)

生産額を金額で把握することが可能な431産地の集計では、平成15年の産地の総生産額は74,517億円である。

業種別にみると、「衣服・その他の繊維製品」17,944億円（全体の24.1%）、「雑貨・その他」14,639億円（同19.6%）、「機械・金属」14,426億円（同19.4%）、「食料品」13,018億円（同17.5%）の生産額が大きくなっている。

地域別にみると、「関東」18,118億円（全体の24.3%）、「中部」17,428億円（同23.4%）、「近畿」13,721億円（同18.4%）の生産額が大きい。

輸出型産地、内需型産地に分けてみると、輸出型産地が5,685億円、内需型産地が68,828億円で、内需型産地が92.4%を占めている。

生産額の推移をみると（各年度の回答産地が異なるので注意を要するが）、年ごとに減少している。平成12年と15年を比較すると、84,918億円から74,517億円へと10,401億円（12.2%）減少している。（図表3参照）

内需型産地と輸出型産地では、内需型産地が平成12年の79,609億円から15年の68,832億円へと10,777億円（13.5%）減少しているのに対し、輸出型産地では53,09億円から5,684億円へとわずかに増加している。

図表3 産地の生産額の推移

（単位：億円）

	平成12年 (425産地)	平成13年 (428産地)	平成14年 (429産地)	平成15年 (431産地)	平成16年 (413産地)
合計	84,918	78,902	76,457	74,517	67,519
食料品	13,080	12,855	12,825	13,018	12,715
繊維	7,781	7,125	6,484	6,485	5,979
衣服・その他の繊維製品	19,609	17,216	18,013	17,944	16,709
木工・家具計	6,274	5,671	5,164	5,064	4,683
窯業・土石計	3,914	3,458	3,228	2,941	2,831
機械・金属計	17,110	16,385	15,690	14,426	10,638
雑貨・その他	17,150	16,192	15,053	14,639	13,964

（注）1. 各年度の回答産地数は異なるので注意を要する。

2. 平成16年度は計画又は見込みである。

（ロ）輸出額（8表、9表）

平成15年の金額把握が可能な387産地の集計では、輸出額は2,618億円である。地域別にみると、「近畿」1,341億円（全体の51.2%）、「関東」848億円（同32.4%）、「中部」（同12.0%）である。この3地域で全体の98.6%を占める。

業種でみると、「機械・金属」1,301億円（全体の49.7%）、「雑貨・その他」799億円（同30.5%）、「繊維」455億円（同17.4%）で大部分（97.6%）を占めている。

輸出額の推移をみると（各年度の回答産地が異なるので注意を要するが）、毎年減少傾向にある。平成12年と15年を比べると、3,577億円から2,299億円へと1,278

8億円（35.7%）減少している。

（4）生産者の専業・副業状況（11表）

産地企業の専業、副業の状況を見ると、専業の企業が94.6%、副業の企業が5.4%である。業種でみると、「繊維」で副業の企業が多い（904企業、12.2%）。一方、「衣服・その他の繊維製品」や「窯業・土石」では副業の企業は少ない。

副業である企業の従業者数は14,274人（全体の3.9%）、生産額は1,201億円（同2.1%）である。

（5）産地の倒産・転業・廃業・休業・開業状況（12表）

（イ）倒産状況

平成15年の倒産企業は118企業であり、14年の187企業から69企業（36.9%）減少した。また、平成16年1～9月の倒産は57企業である。平成14年から16年1～9月の合計で、倒産が多い業種は「雑貨・その他」（105企業）、「衣服・その他の繊維製品」（63企業）、「木工・家具」（60企業）である。

（ロ）転業状況

平成15年の転業企業は287企業である。14年の478企業から191企業（40.0%）減少している。また、平成16年1～9月の転業は135企業である。平成14年から16年1～9月の合計で、転業が多い業種は「繊維」（688企業）で、そのうち織物が667企業である。

（ハ）廃業状況

平成15年の廃業企業は926企業である。14年の1,000企業から74企業（7.4%）減少している。また、平成16年1～9月の廃業は770企業である。平成14年から16年1～9月の合計で、廃業が多い業種は「繊維」（1,118企業、うち織物975企業）、「衣服・その他の繊維製品」（459企業）企業である。

（ニ）休業状況

平成15年の休業企業は723企業である。14年の802企業から79企業（9.9%）減少している。また、平成16年1～9月の休業は682企業である。平成14年から16年1～9月の合計で、休業が多い業種は「繊維」（1,887企業）で、そのほとんどが織物（1,848企業）である。

（ホ）開業状況

平成15年の開業企業は86企業である。14年の118企業から32企業（27.1%）減少している。また、平成16年1～9月の開業は62企業である。平成14年から16年1～9月の合計で、開業が多い業種は「衣服・その他の繊維製品」（62企業）、「木工・家具」（54企業）、「繊維」（50企業）である。

2. 産地の現況と動向

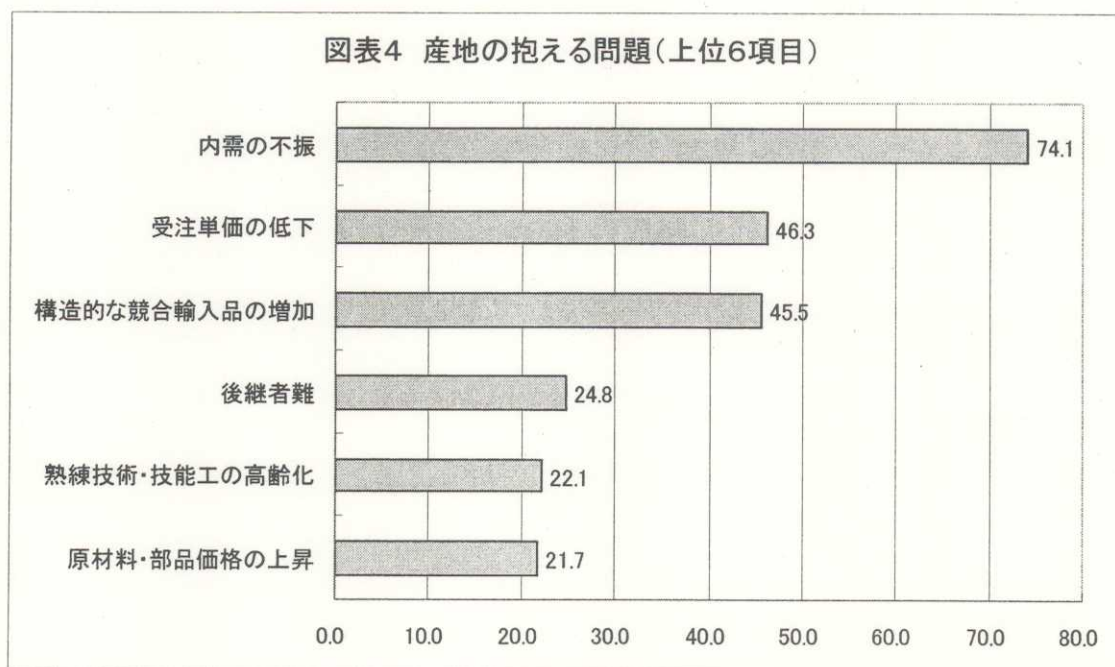
(1) 産地のかかえる問題 (13表)

産地のかかえる問題として多くの産地があげるのは、「内需の不振」(74.1%)、「受注単価の低下」(46.3%)、「構造的な競合輸入品の増加」(45.5%)、「後継者難」(24.8%)、「熟練技術・技能工の高齢化」(22.1%)、「原材料・部品価格の上昇」(21.7%)である(図表4参照)。不況の影響と構造的な変化の両面から、問題があげられている。

業種別にみると(他の業種と比べて特徴的な事項。以下、業種別分析において同じ。)、不況を反映してどの業種においても「内需の不振」が高い割合であげられているが、機械・金属においては57.7%と他の業種より低くなっている。衣服・その他の繊維製品と窯業・土石では、「受注単価の低下」(それぞれ60.0%、59.3%)が多く指摘されている。

また、衣服・その他の繊維製品と木工・家具では「構造的な競合輸入品の増加」(それぞれ82.2%、57.1%)、雑貨・その他では「後継者難」(37.2%)と「熟練技術・技能工の高齢化」(34.0%)が多く指摘され、これらの業種においては構造的な問題が大きいことが示唆される。

なお、比較的業況の良い食料品と機械・金属では、「原材料・部品価格の上昇」(それぞれ43.2%、57.7%)をあげる産地が多い。



(2) 産地集積のメリットと失われつつあるメリット

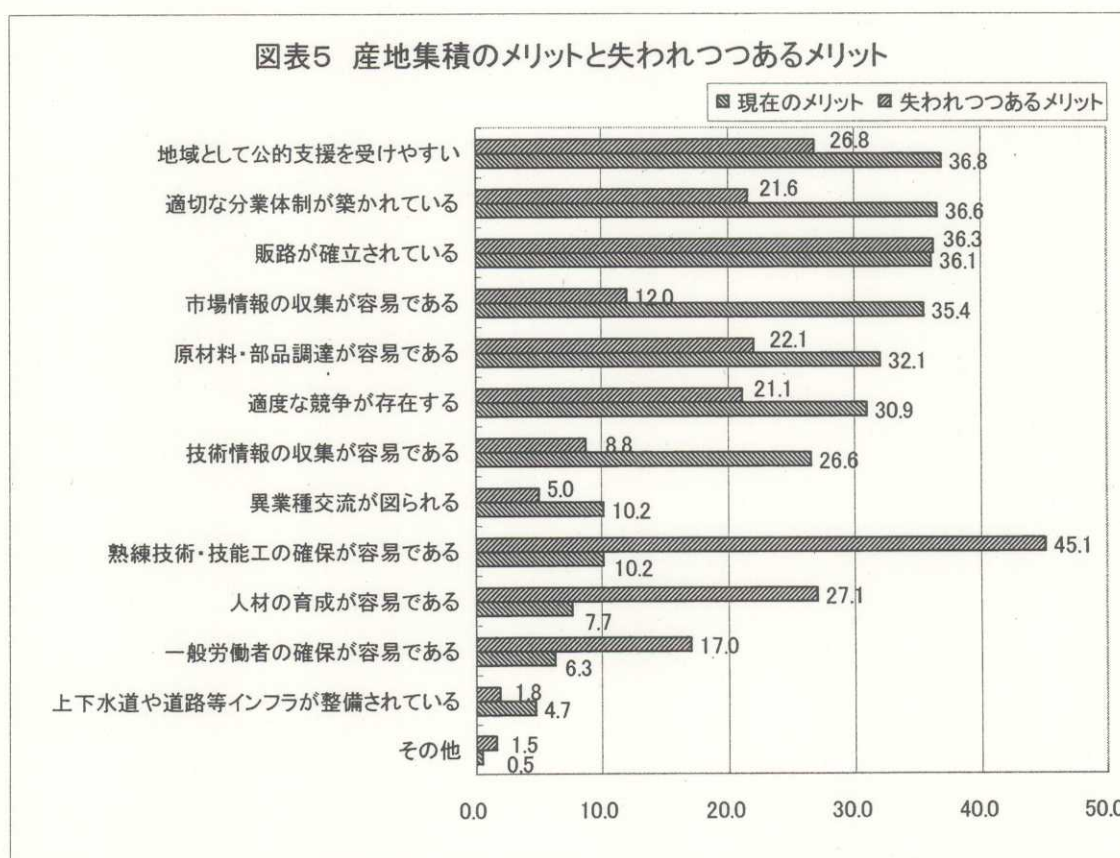
(イ) 産地集積のメリット (14表)

産地集積のメリットとしては、「地域として公的支援を受けやすい」(36.8%)、「適切な分業体制が築かれている」(36.6%)、「販路が確立されている」(36.1%)、「市場情報の収集が容易である」(35.4%)、「原材料・部品調達が容易である」(32.1%)、「適度な競争が存在する」(30.9%)、「技術情報の収集が容易である」(26.6%)などが指摘されている(図表5参照)。幅広い項目があげられており、突出した項目はみられ

ない。

業種別にみると、食料品では「市場情報の収集が容易である」(50.0%)、「販路が確立されている」(40.6%)、「技術情報の収集が容易である」(34.4%)が多い。繊維・衣服では「適切な分業体制が築かれている」(51.2%)と「技術情報の収集が容易である」(30.1%)が多く指摘されている。

木工・家具では「適度な競争が存在する」(45.39%)が多く、窯業・土石では「原材料・部品調達が容易である」(47.3%)と「地域として公的支援を受けやすい」(47.3%)、金属・機械では「市場情報の収集が容易である」(54.0%)、雑貨・その他では「販路が確立されている」(43.7%)が多くなっている。



(ロ) 失われつつあるメリット (15表)

産地集積にはさまざまなメリットが存在するが、ここ3年くらいの間に失われつつあるメリットとして指摘されているのは、「熟練技術・技能工の確保が容易である」(45.1%)、「販路が確立されている」(36.3%)、「人材の育成が容易である」(27.1%)、「地域として公的支援を受けやすい」(26.8%)、「原材料・部品調達が容易である」(22.1%)、「適切な分業体制が築かれている」(21.6%)、「適度な競争が存在する」(21.1%)などである。(図表5参照)

産地集積のメリットとしてあげられている事項と比較すると、メリットとしてあげられている割合が高い事項のうち、「地域として公的支援を受けやすい」「適切な分業体制が築かれている」「販路が確立されている」「原材料・部品調達が容易である」「適度な競争が存在する」などは失われつつあるメリットとしてあげられる割合も高い。一方、「市場情報の収集

が容易である」「技術情報の収集が容易である」などは、失われつつあるという指摘は少なくなっている。市場や技術の情報は産地集積の変わらないメリットとなっている。

また、「熟練技術・技能工の確保が容易である」「人材の育成が容易である」「一般労働者の確保が容易である」などは、産地集積のメリットとしてあげられる割合が小さいにもかかわらず、失われつつあるメリットとして高い割合であげられている。人材の確保に関わるメリットは、産地集積においてすでに低下しており、喪失が加速されているようである。

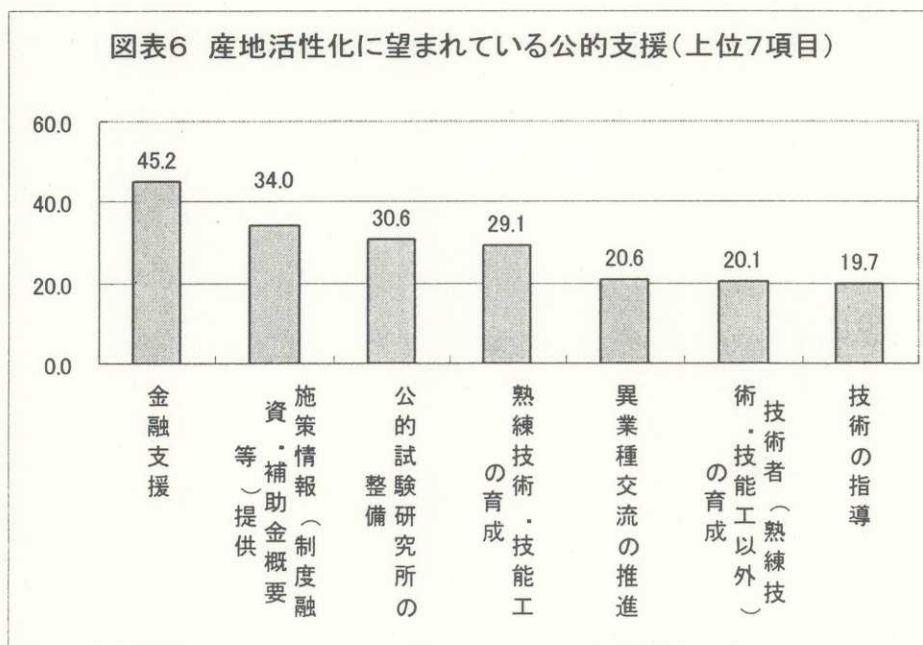
業種別にみると、食料品では「地域として公的支援を受けやすい」(34.5%)、「一般労働者の確保が容易である」(29.1%)ことを失われつつあるメリットとしてあげる割合が高い。繊維・衣服では「熟練技術・技能工の確保が容易である」(53.4%)、「適切な分業体制が築かれている」(33.1%)、「一般労働者の確保が容易である」(22.0%)などの割合が高い。特に、繊維では「熟練技術・技能工の確保が容易である」(58.0%)の割合が高く、熟練工・技能工の確保が困難になっているようである。

窯業・土石では「販路が確立されている」(42.6%)、「適度な競争が存在する」(27.7%)をあげる割合が高い。機械・金属では「販路が確立されている」(41.9%)、「原材料・部品調達が容易である」(30.2%)が多く指摘されている。雑貨・その他では「人材の育成が容易である」(35.4%)の指摘率が高い。

(3) 産地活性化に望まれる公的支援 (16表)

産地活性化のために望まれる公的支援としては、「金融支援」(45.2%)、「施策情報(制度融資・補助金概要等)提供」(34.0%)、「公的試験研究所の整備」(30.6%)、「熟練技術・技能工の育成」(29.1%)、「異業種交流の推進」(20.6%)、「技術者(熟練技術・技能工以外)の育成」(20.1%)、「技術の指導」(19.7%)をあげる産地が多くなっている。金融に関わる支援・情報や技術指導、人材育成の支援が望まれている。(図表6参照)

業種別にみると、食料品では「公的試験研究所の整備」(43.8%)、「技術の指導」(31.5%)を望む割合が高い。繊維では「技術者(熟練技術・技能工以外)の育成」(27.0%)を、衣服・その他の



繊維製品では「金融支援」(54.5%)、「施策情報(制度融資・補助金概要等)提供」(40.9%)、「外注先企業についての情報提供」(18.2%)を望む産地が多い。

窯業・土石では「公的試験研究所の整備」(40.7%)、「技術者(熟練技術・技能工以

外)の育成」(27.8%)を望む割合が高い。機械・金属では「熟練技術・技能工の育成」(37.3%)、「有力企業の誘致」(17.6%)を、雑貨・その他では「熟練技術・技能工の育成」(37.1%)、「異業種交流の推進」(28.1%)を望む産地が多い

(4) 産地の企業の出荷動向

(イ) 出荷水準が最も高かった年代(17表)

産地産品の出荷水準が最も高かった年代は、「平成元年～5年」(28.3%)、「昭和49年以前」(23.1%)、「昭和50年代」(22.3%)、「昭和60年代」(14.0%)の順となっている。

業種別にみると、食料品は「平成元年～5年」(25.7%)、繊維は「昭和49年以前」(41.8%)と「昭和50年代」(35.2%)、衣服・その他の繊維製品は「平成元年～5年」(42.2%)、木工・家具は「平成元年～5年」(30.4%)、窯業・土石は「平成元年～5年」(38.2%)と「昭和50年代」(23.6%)、機械・金属は「平成元年～5年」(41.2%)と「昭和50年代」(25.5%)に、最も出荷水準が高かった産地が多い。雑貨・その他は、平成元年以前の各年代にほぼ均等に分布している。

(ロ) 現在の出荷水準(18表)

出荷水準が最も高かった年代を100として、現在の出荷水準をみると、「40～60未満」36.1%、「20～40未満」24.3%、「60～80未満」16.6%である。60未満が74.2%を占める。最盛期に比べて出荷水準はかなり低下している。

業種別に出荷水準が60以下の割合をみると、食料品では42.5%であり、100(現在の出荷水準が最も高い)産地も1割(11.0%)程度ある。

繊維では出荷水準が低下している産地が特に多い(60未満94.6%)。衣服・その他の繊維製品(同75.6%)、木工・家具(同75.3%)、窯業・土石(同78.1%)、雑貨・その他(同81.1%)も同様に出荷水準が低下している。機械・金属(同63.2%)は他の業種に比べて若干ではあるが出荷水準の低下が小さい。

(ハ) 出荷水準低下の背景(19表)

出荷水準低下の背景は、「国内需要の全体の低迷」(75.9%)、「競合輸入品の増加」(52.7%)、「ライフスタイルの変化による製品ニーズの低下」(44.3%)、「価格競争力の低下」(34.3%)が主なものである。

業種別にみると、食料品では「ライフスタイルの変化による製品ニーズの低下」(54.7%)、「価格競争力の低下」(40.6%)のほか、「国内他地域の同業者との競合」(39.1%)を背景として指摘するものが多い。繊維では「多品種小ロット生産への移行」(25.6%)も比較的多い。衣服・その他の繊維製品は「競合輸入品の増加」(75.6%)、「価格競争力の低下」(51.1%)、「多品種小ロット生産への移行」(28.9%)をあげる産地が多い。

木工・家具は「競合輸入品の増加」(66.2%)、窯業・土石は「国内需要の全体の低迷」(85.5%)、「ライフスタイルの変化による製品ニーズの低下」(50.9%)、「国内他地域の同業者との競合」(32.7%)をあげる産地が多い。機械・金属は「国内需要の全

体の低迷」(89.6%)が多いが、「有力企業が産地から転出」(10.4%)という産地もある。雑貨・その他は「ライフスタイルの変化による製品ニーズの低下」(54.9%)を背景とする出荷水準の低下が多い。

(二) 出荷水準低下の影響 (20表)

出荷水準の低下は、産地と産地内企業に「雇用の減少」(71.6%)、「倒産・廃業の増加」(68.7%)、「産地内の競争激化」(51.1%)などの影響を与えている。

業種別にみると、食料品では「産地内の競争激化」(73.8%)、繊維・衣服では「倒産・廃業の増加」(83.3%)、「雇用の減少」(79.5%)、「事業転換の増加」(39.4%)などの影響があげられている。特に、衣服・その他の繊維製品では「海外展開の増加」(38.6%)も多くみられる。

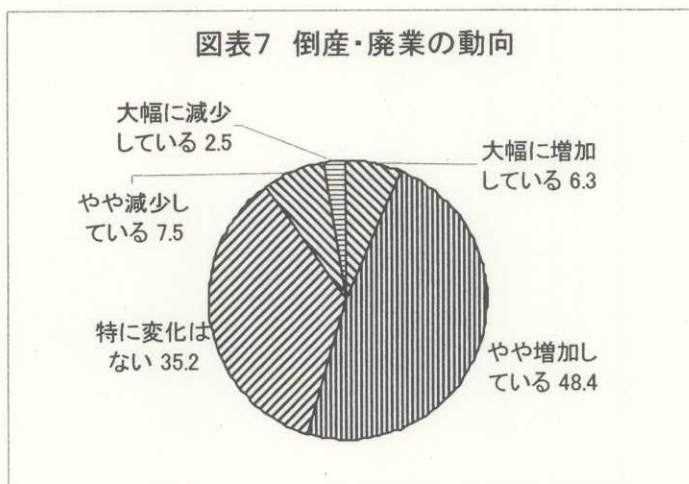
窯業・土石では「産地内の競争激化」(66.0%)の割合が大きい。機械・金属では「産地内の競争激化」(63.8%)のほか「海外展開の増加」(23.4%)、「産地外との取引の増加」(21.3%)がみられる。雑貨・その他では「雇用の減少」(75.3%)に影響としてあげるものが多い。

(5) 産地企業の倒産・廃業動向

(イ) 倒産・廃業の動向 (21表)

倒産・廃業の動向は、「大幅に増加している」6.3%、「やや増加している」48.4%、「特に変化はない」35.2%であり、半数以上の産地(54.7%)で増加していると回答している。(図表7参照)

業種別にみると、食料品(「大幅に増加している」+「増加している」53.4%)、繊維(同56.6%)、衣服・その他の繊維製品(62.2%)、木工・家具(同65.2%)、雑貨・その他(同55.4%)で倒産・廃業が増加している産地が半数を超えている。一方、窯業・土石(44.4%)、機械・金属(42.3%)では半数以下である。



(ロ) 倒産・廃業の原因 (22表)

倒産・廃業の原因は、「国内需要低迷による業況の悪化」(76.8%)、「輸入品との競合による業況の悪化」(37.1%)、「後継者不在」(31.3%)、「産地内の競争激化による淘汰」(16.6%)が主なものである。需要低迷による倒産・廃業が特に多い。

業種別にみると、食料品では「後継者不在」(48.7%)、「産地内の競争激化による淘汰」(38.5%)が原因とする産地が多い。繊維・衣服では「国内需要低迷による業況の悪化」(86.1%)、「輸入品との競合による業況の悪化」(55.7%)が多い。特に、衣服・その他の繊維製品では「輸入品との競合による業況の悪化」(67.9%)の割合が高

くなっている。窯業・土石では「輸入品との競合による業況の悪化」(47.8%)の割合が高く、機械・金属では「国内需要低迷による業況の悪化」(81.8%)、雑貨・その他では「後継者不在」(37.3%)を原因とする割合が高い。

(二) 倒産・廃業の影響 (23表)

産地内の一部の企業の倒産・廃業は、「産地の活気がなくなった」(70.8%)、「仕事量が減少した」(31.2%)、「倒産・廃業企業の従業者を他で吸収できず失業者が増加した」(21.7%)、「一部の役割を担う企業がなくなり、集積の分業機能が低下した」(18.2%)などの影響を与えている。

業種別にみると、食料品では「特に影響はない」(25.6%)とする産地も比較的多くなっている。繊維・衣服では、「仕事量が減少した」(43.1%)、「一部の役割を担う企業がなくなり、集積の分業機能が低下した」(25.5%)とする産地が多い。窯業・土石では「仕事量が減少した」(45.3%)が多くなっている。

機械・金属では「一部の役割を担う企業がなくなり、集積の分業機能が低下した」(31.8%)とする産地がある一方、「特に影響はない」(22.7%)とする産地もある。雑貨・その他では「倒産・廃業企業の従業者を他で吸収できず失業者が増加した」(30.0%)とする産地が多い。

産地内の分業が進んでいる業種では、産地内企業の倒産・廃業は、仕事量の減少や分業機能の低下につながっていることがうかがえる。

(6) 産地企業の海外展開

(イ) 海外に拠点をもつ企業の割合 (24表)

産地の中で海外に生産拠点をもち企業の割合は、「ない」65.4%、「20%未満」28.2%である。産地で海外拠点をもち企業の割合はあまり多くない。

業種別にみると、食料品(81.2%)、繊維(76.9%)、木工・家具(78.5%)、窯業・土石(79.6%)で、海外生産拠点をもち企業が「ない」とする産地が多い。一方、衣服・その他の繊維製品(57.8%)、機械・金属(50.0%)では、20%未満ではあるが海外拠点をもち企業のある産地が多い。

(ロ) 海外生産拠点のある地域 (25表)

海外生産拠点のある地域は、中国(89.4%)が群を抜いて多く、ベトナム(19.9%)、インドネシア(14.3%)、タイ(12.4%)が続いている。

業種別にみると、衣服その他の繊維製品ではベトナム(32.4%)に拠点をもち企業も多くなっている。木工・家具はインドネシア(28.6%)も多い。機械・金属は、台湾(27.6%)、タイ(20.7%)にも拠点を置く企業が多い。

(ハ) 海外拠点をもち企業の増減 (26表)

海外拠点をもち企業の増減傾向は、「変わらない」(63.8%)が最も多いが、「やや増加傾向」とする産地も27.5%ある。

業種別にみると、食料品(38.5%)、衣服・その他の繊維製品(32.4%)、雑貨

・その他（33.3%）で「やや増加傾向」にある産地の割合が高い。

（二）海外展開による国内生産・雇用への影響（27表）

海外展開による産地内企業の生産・雇用への影響をみると、生産については「ある程度減少した」（48.8%）、「大幅に減少した」（21.9%）とする産地が多い（「ある程度減少した」＋「大幅に減少した」70.7%）。

業種別にみると、衣服・その他の繊維製品（「ある程度減少した」＋「大幅に減少した」91.2%）、木工・家具（同78.5%）、機械・金属（同82.5%）で減少したとする産地が多い。特に、窯業・土石では「大幅に減少した」（54.5%）とする産地の割合が高くなっている。

雇用についても「ある程度減少した」（48.1%）と「大幅に減少した」（14.7%）が多い（「ある程度減少した」＋「大幅に減少した」63.6%）。

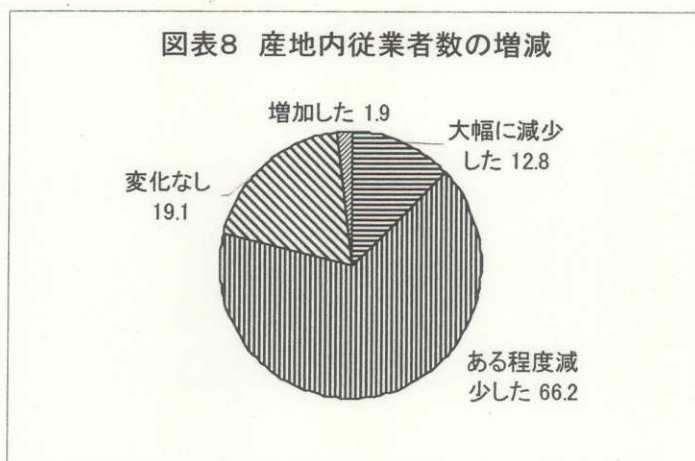
業種別にみると、衣服・その他の繊維製品（「ある程度減少した」＋「大幅に減少した」91.1%）、木工・家具（同76.9%）、機械・金属（同76.9%）で減少したとする産地が多い。特に、窯業・土石では「大幅に減少した」（36.4%）とする産地の割合が高くなっている。

生産、雇用とも同じ傾向を示しており、産地内企業の海外展開は、国内の生産と雇用の減少につながっている。

（七）産地の雇用動向

（イ）従業者の増減（28表）

産地内企業の従業者数の増減をみると、「ある程度減少した」66.2%、「大幅に減少した」12.8%であり、減少した産地が79.0%（「ある程度減少した」＋「大幅に減少した」）である。（図表8参照）



業種別にみると、繊維（22.2%）と衣服・その他の繊維製品（22.2%）で大幅に減少したとする産地が多い。減少したものの割合が比較的少ないのは、食品（「ある程度減少した」＋「大幅に減少した」66.2%）と機械・金属（同71.1%）の産地である。

（ロ）従業者減少の原因（29表）

従業者数減少の原因をみると、「景況悪化による企業のリストラ」（46.6%）、「倒産・廃業」（30.8%）、「新規採用の抑制」（12.9%）が主なものである。業種別にみると、繊維では「倒産・廃業」（48.6%）、窯業・土石では「景況悪化による企業のリストラ」（65.9%）、金属・機械では「新規採用の抑制」（29.7%）の割合が高い。

(ハ) 削減従業員の吸収 (29表)

削減された従業員がどのように吸収されているかをみると、「吸収されず失業者が増加」36.9%、「産地内の異業種企業が吸収」31.5%、「産地内の同業種企業が吸収」22.0%となっている。削減された従業員は失業するか、産地内の異業種あるいは同業種企業が吸収しており、産地外に就業の場を見つける例は少ない。

業種別にみると、食料品では「産地内の同業種企業が吸収」(28.2%)している割合が高く、窯業・土石では「産地内の異業種企業が吸収」(40.0%)が吸収している割合が高い。衣服・その他の繊維製品や木工・家具では「吸収されず失業者が増加」(それぞれ48.7%、42.9%)しているとする割合が高い。

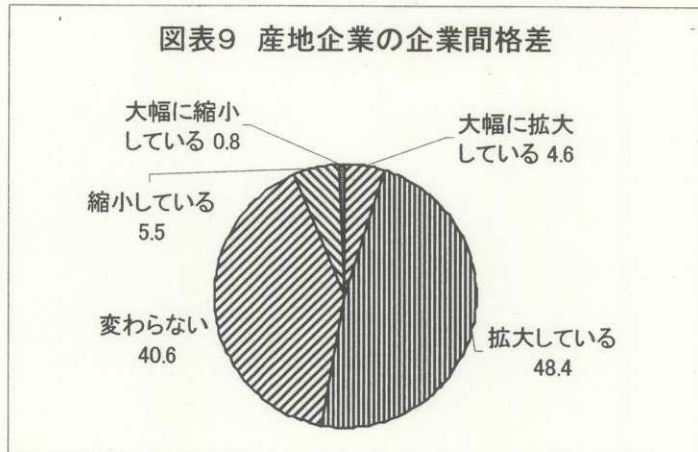
(8) 産地内企業の環境変化への対応

(イ) 産地内企業の業況

① 企業間の業況の格差 (30表)

産地における企業間の業況格差は、「拡大している」48.4%、「変わらない」40.6%であり、拡大しているとする割合が高い。(図表9参照)

業種別にみると、食料品と衣服・その他の繊維製品では「拡大している」(それぞれ55.4%、63.6%)とする割合が高く、繊維と窯業・土石、機械・金属では「変わらない」(それぞれ48.3%、46.3%、48.1%)とする割合が高い。



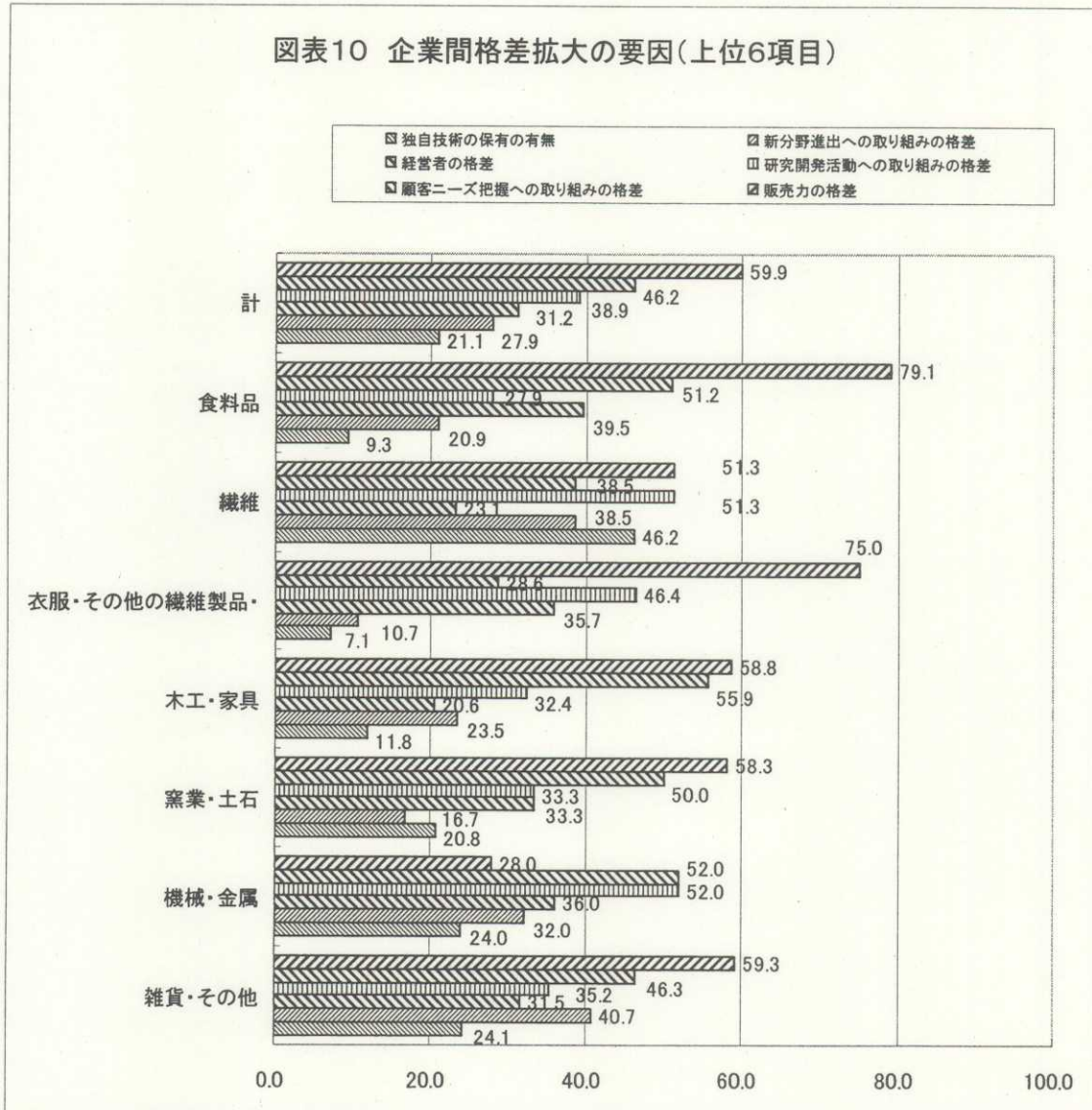
② 格差拡大の要因 (31表)

企業間格差拡大の要因としては、「販売力の格差」(59.9%)、「顧客ニーズ把握への取り組みの格差」(46.2%)、「研究開発活動への取り組みの格差」(38.9%)、「経営者の格差」(31.2%)、「新分野進出への取り組みの格差」(27.9%)、「独自技術の保有の有無」(21.1%)などがあげられている。顧客のニーズを把握した販売力や技術力・研究開発力が企業格差拡大の要因になっている。

業種別にみると、食料品では「販売力の格差」(79.1%)、「経営者の格差」(39.5%)の割合が他の業種より高く、繊維では「研究開発活動への取り組みの格差」(51.3%)、「独自技術の保有の有無」(46.2%)「新分野進出への取り組みの格差」(36.5%)の割合が高い。

衣服・その他の繊維製品では、「販売力の格差」(75.0%)、「研究開発活動への取り組みの格差」(46.4%)の割合が高く、木工・家具では「顧客ニーズ把握への取り組みの格差」(55.9%)のほか「後継者の有無」(23.5%)の割合も比較的高くなっている。機械・金属では「研究開発活動への取り組みの格差」(52.0%)のほか「経営者以外の

スタッフの格差」(20.0%)も一定の割合を示している。雑貨・その他では「新分野進出への取り組みの格差」(40.7%)の割合が高くなっている。(図表10参照)



(ロ) 消費者への直接販売

① 消費者への直接販売の実施(32表)

商社や問屋を通さず直接消費者の販売することについては、「企業単位でのみ実施している」47.1%、「組合等でも企業単位でも実施している」29.7%であり、「実施していない」産地は22.3%と少ない。

業種別にみると、食料品、衣服・その他の繊維製品、木工・家具では「企業単位でのみ実施している」(それぞれ67.6%、60.5%、54.4%)割合が高い。また、窯業・土石では「組合等でも企業単位でも実施している」(49.1%)とする割合が高くなっている。一方、繊維と機械・金属では、製品の性質を反映してか「実施していない」(それぞれ35.2%、37.3%)とする割合も高くなっている。

② 消費者への直接販売の比率(33表)

3年前と比較した消費者への直接販売の比率は、「変わらない」44.7%、「やや増加し

た」40.0%であり、全体に増加傾向にある。業種別にみると衣服・その他の繊維製品と雑貨・その他では「やや増加した」（それぞれ55.9%、52.1%）とする割合が高い。他方、機械・金属では「変わらない」（64.5%）とする割合が高い。

(ハ) インターネットによる情報発信（34表）

① ホームページの作成状況

ホームページを作成し、製品や企業の情報をインターネットで対外発信している組合や企業については、「組合等でも企業単位でも実施している」46.5%、「企業単位でのみ実施している」36.3%である。「実施していない」（13.4%）とする産地は少ない。

業種別にみると、食料品、衣服・その他の繊維製品、木工・家具では「企業単位でのみ実施している」（それぞれ50.7%、40.9%、43.9%）ものが多い。窯業・土石、機械・金属では「組合等でも企業単位でも実施している」（それぞれ65.5%、57.7%）割合が高い。繊維では「実施していない」（29.1%）とする割合も高い。

② ホームページ作成の効果（35表）

ホームページ作成による効果は「照会等が増え、PR等に効果」（45.2%）があるとする割合が高いが、「アクセスも少なく期待した程の効果はない」（38.1%）とする産地もかなりの割合を示している。ホームページ作成の効果は、相半ばしている。

業種別にみると、食料品、木工・家具、雑貨・その他では「照会等が増え、PR等に効果」（それぞれ50.8%、52.5%、54.4%）があるとする割合が高い。逆に、繊維、衣服・その他の繊維製品、窯業・土石では「アクセスも少なく期待した程の効果はない」（それぞれ44.1%、51.4%、52.1%）とする割合が高い。

(ニ) アウトソーシングの活用（36表）

産地でアウトソーシング（業務の一部の運営・実施のみならず企画・設計も外部に委託すること）を活用している企業は、「ない」（80.2%）産地が多く、「ある」（19.8%）産地は少ない。業種別にみると、食料品では「ない」（91.8%）とする割合が高く、衣服・その他の繊維製品では「ある」（38.6%）とする割合が高くなっている。

(ホ) 産地内の分業体制

① 分業体制の変化（37表）

i) 3年前との比較

産地に立地する企業間での分業体制の3年前と比較した変化は、「変化なし」（59.4%）、「そもそも分業体制はない」（21.7%）とする産地が多く、「分業体制に支障が出ている」（15.3%）とする産地はわずかである。

業種別にみると、繊維と衣服・その他の繊維製品では「分業体制に支障が出ている」（それぞれ28.1%、22.7%）とする産地の割合が比較的高くなっている。機械・金属では「変化なし」（72.5%）とする割合が高い。食料品や窯業・土石では「そもそも分業体制はない」（それぞれ39.4%、32.7%）とする割合が比較的高い。もともとの分業の進展度合いによって、変化にも違いがある。

ii) 3年後の見込み

分業体制変化の3年後の見込みは、「変化なし」52.9%、「分業体制に支障が出ている」21.7%、「そもそも分業体制はない」20.0%である。現在と比べ、3年後には分業体制に支障が出ると見込む産地が増えている。

業種別にみると、繊維と衣服・その他の繊維製品で「分業体制に支障が出ている」（それぞれ40.4%、33.3%）と見込む産地が多い。機械・金属では、3年後も「変化なし」（72.5%）とする割合が高い。

② 分業体制への支障理由と対応（38表）

分業体制に支障が出ている理由は、「産地内企業の倒産・廃業」（71.0%）、「産地内企業の事業縮小」（69.2%）、「産地内企業の価格競争力の低下」（28.0%）、「産地内企業の技術力の低下・陳腐化」（24.3%）を指摘するものが多い。

分業体制の支障発生に対する産地内企業の対応は、「国内他地域の企業から新たな取引先を探す」（44.7%）、「自社で内製化する」（37.9%）、「産地内の企業から新たな取引先を探す」（36.9%）、「海外の企業から新たな取引先を探す」（20.4%）である。「対応不能である」（17.5%）とするものも2割弱ある。

（へ）コンピューターネットワークの形成（39表）

コンピューターネットワークにより、産地内または産地外の企業と結ばれている企業の有無については、「ない」68.4%、「ある」31.6%である。コンピューターネットワークの形成はまだ進んでいない。業種別にみると、衣服・その他の繊維製品と機械・金属では「ある」（それぞれ41.9%、46.9%）とする割合が高く、これらの業種ではコンピューターネットワーク形成について一定の進展がみられる。

（9）異業種交流（産地内）の状況

（イ）異業種交流会の活動状況（40表）

産地内での異業種交流会の活動状況は「あまり活動していない」（46.7%）が多い。「存在しない」も15.8%ある。「勉強会や情報交換を実施している」（24.4%）、「共同開発・共同販売等を試みているが、まだ成果は上がっていない」（10.8%）、「新製品・新技術開発、販路拡大等の成果があがっている」（2.3%）は多くない。異業種交流会はあまり活発に行われていない。業種別にみると、機械・金属で「勉強会や情報交換を実施している」（39.2%）割合が高い。

（ロ）異業種交流会の効果（41表）

異業種交流会の産地活性化への効果については、「それなりに効果がある」（69.1%）で、活動自体はあまり活発ではないものの一定の効果はあると評価している産地が多い。しかし、「ほとんど効果はない」（22.7%）とする産地も2割強存在する。

業種別にみると、木工・家具（「それなりに効果がある」（82.5%））で評価が高くなっている。逆に、衣服・その他の繊維製品と雑貨・その他では「ほとんど効果はない」（そ

れぞれ26.7%、28.6%)とする産地の割合が若干高い。

(10) 産地間連携の状況

(イ) 他産地との連携・交流の実施(42表)

他産地との連携・交流は、「行っていない」(54.7%)産地が多い。「勉強会や情報交換を実施している」産地は35.8%である。産地間の連携・交流はまだ進んでいない。

業種別にみると、窯業・土石と機械・金属で「勉強会や情報交換を実施している」(それぞれ50.0%、42.3%)割合が高くなっている。

(ロ) 連携・交流の今後(43表)

他産地との連携・交流を行っている場合、今後をどのように考えているかをみると、「成果は上がっていないが今後期待し引き続き活動していく」(87.0%)、「大いに成果が上がっているので引き続き活動していく」(10.6%)という回答が多く、現時点で成果が出ているものは多くないものの、今後期待して活動を続けるという産地が多い。

業種別にみると、木工・家具と窯業・土石で「大いに成果が上がっているので引き続き活動していく」(それぞれ19.2%、20.7%)とする産地が比較的多い。

(ハ) 連携・交流への意識(43表)

他産地との連携・交流を行っていない場合、今後の考え方を聞いたところ、「将来的に考えている」(48.7%)と「全く考えていない」(51.3%)産地が相半ばしている。業種別にみると、木工・家具と窯業・土石で「将来的に考えている」(それぞれ65.6%、61.5%)産地が多くなっている。

(11) 産地の将来

(イ) 産地の将来への意識(44表)

現在と比較した5年後の産地の姿については、「衰退する」47.0%、「現状と同じ」46.1%である。「発展する」は6.9%としかなく、将来については総じて悲観的な考えをもつ産地が多い。

業種別にみると、繊維と衣服・その他の繊維製品では「衰退する」(それぞれ64.8%、57.8%)と考える産地が多くなっている。食料品、窯業・土石、機械・金属では「現状と同じ」(それぞれ58.1%、57.4%、59.6%)とする割合が高い。

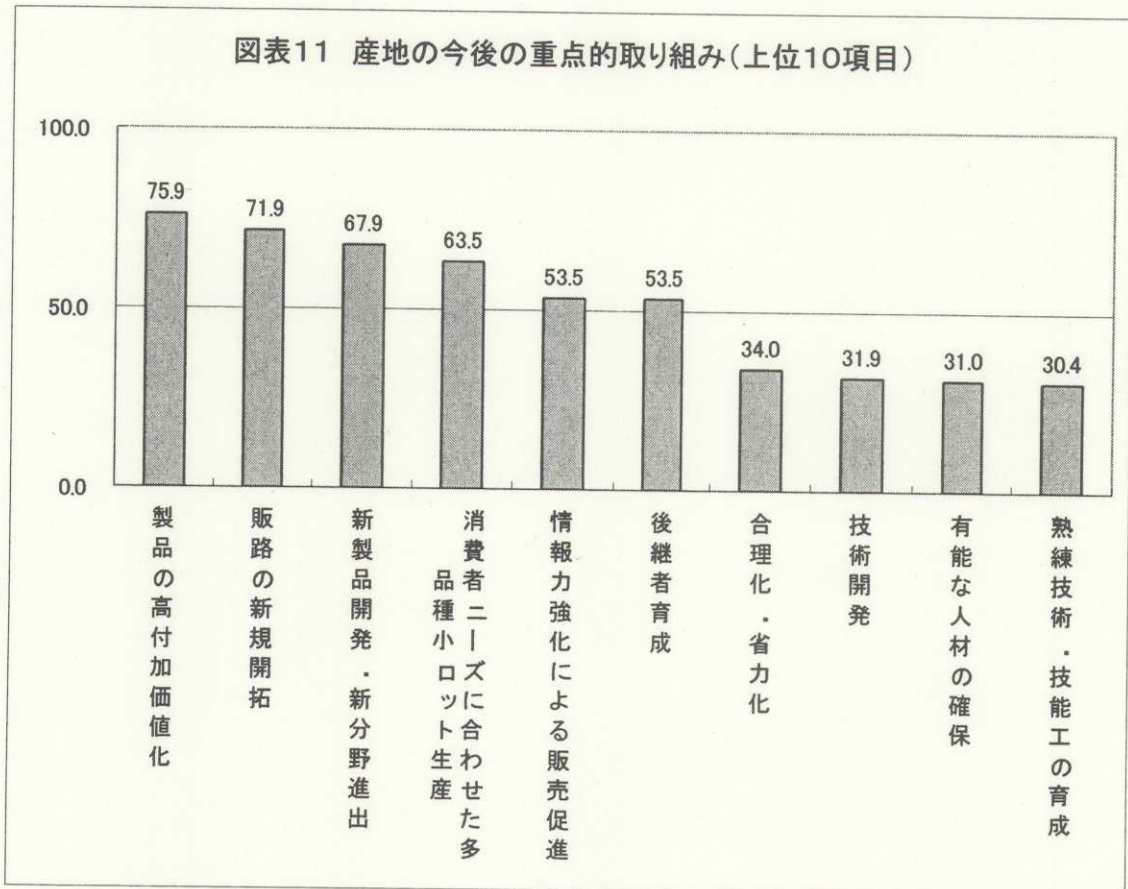
(ロ) 産地発展の理由(45表)

5年後に発展すると回答した産地は少ないが、発展する理由は「新分野進出、新製品開発を行っており、成功が期待されるため」(75.0%)、「既存産地製品に対する需要が高まっているため」(40.6%)、「従来集積における業種から業種転換を行い、成功しているため」(21.9%)、「産地外との協力体制が有効に機能しているため」(18.8%)、「産地内ネットワークが有効に機能しているため」(15.6%)というものである。

新分野進出、新製品開発、業種転換などが成功していることを理由にあげるものが多い。また、既存産地製品への需要の回復をあげるものの割合も高い。

(ハ) 今後の対応策 (46表)

産地や産地企業が今後重点的にとっていく対応策は、「製品の高付加価値化」(75.9%)、「販路の新規開拓」(71.9%)、「新製品開発・新分野進出」(67.9%)、「消費者ニーズに合わせた多品種小ロット生産」(63.5%)、「情報力強化による販売促進」(53.5%)、「後継者育成」(53.5%)が高い割合を示している。製品の高付加価値化や新製品開発・新分野進出とを踏まえた販路の積極的開拓が志向されている。(図表11参照)



業種による特徴をみると、食料品では「情報力強化による販売促進」(62.5%)、合理化・省力化」(52.8%)が他の業種に比べて高い。繊維では「消費者ニーズに合わせた多品種小ロット生産」(80.0%)、「新製品開発・新分野進出」(80.0%)、「技術開発」(40.0%)の割合が高い。衣服・その他の繊維製品では、「消費者ニーズに合わせた多品種小ロット生産」(68.2%)、「情報力強化による生産性向上」(38.6%)、「納期の短縮化」(38.6%)、「海外進出・輸入品活用」(31.8%)が高い割合を示している。

窯業・土石では「共同事業(共同受発注・研究開発)」(30.9%)の割合が高く、機械・金属では「技術開発」(46.2%)、「合理化・省力化」(44.2%)、「熟練技術・技能工の育成」(42.3%)、「有能な人材の確保」(40.4%)の割合が高い。雑貨・その他では「後継者育成」(62.8%)をあげるものが多い。今後の対応策は、業種の特性を反映したものとなっている。