

# 平成13年度産地概況調査結果について

平成14年3月  
中小企業庁

## 0. 本調査結果のポイント

平成12年における全国の産地の総生産額は、10兆0,046億円（前年比3.5%減）であり、平成13年は、9兆5,194億円（同4.8%減）の見込みとなっている。平成13年の産地の企業数は53,805となり、平成12年と比べて4,680企業減少（8.0%減）している。

産地の抱える問題は、「内需の不振」（86.9%）、「受注単価の低下」（52.2%）、「競合輸入品の増加」（46.1%）などが上位を占め、長引く不況の影響を反映している。

こうした状況下において、産地の集積のメリットとしては、「適切な分業体制が築かれている」があげられる一方、「熟練技術・技能工の確保が容易」、「販路が確立されている」といったメリットが失われつつある。

一方で、近年は、消費者への直接販売が増加傾向にあるほか、インターネットのホームページを作成し、製品や企業の情報を発信している組合等や企業が増加しており、全体の9割の産地では何らかの形でホームページによる情報発信を行っている。

- ・ 調査時点 平成13年9月末  
但し、意識調査（産地における問題等）の記入時点は、平成13年11月。
- ・ 調査対象 年間生産額が、おおむね5億円以上の541産地。

## 1 . 総生産額

- ・ **全国産地の平成12年の総生産額は、10兆0,046億円（前年比3.5%減）。平成13年は、9兆5,194億円（同4.8%減）の見込み。**

平成12年における全国の産地の総生産額は、10兆0,046億円（前年比3.5%減）であった。業種別に生産額の内訳を見ると、「機械・金属」が最も多く2兆6,382億円（全体の26.4%）、次いで「衣服・その他の繊維製品」1兆7,027億円（全体の17.0%）「繊維」1兆6,131億円の（全体の16.1%）順となっている。

また、平成13年の総生産額の計画又は見込みは、9兆5,194億円（前年比4.8%減）となっており、業種別に前年比を見ると、すべての業種でマイナスとなっている。

### 生産額

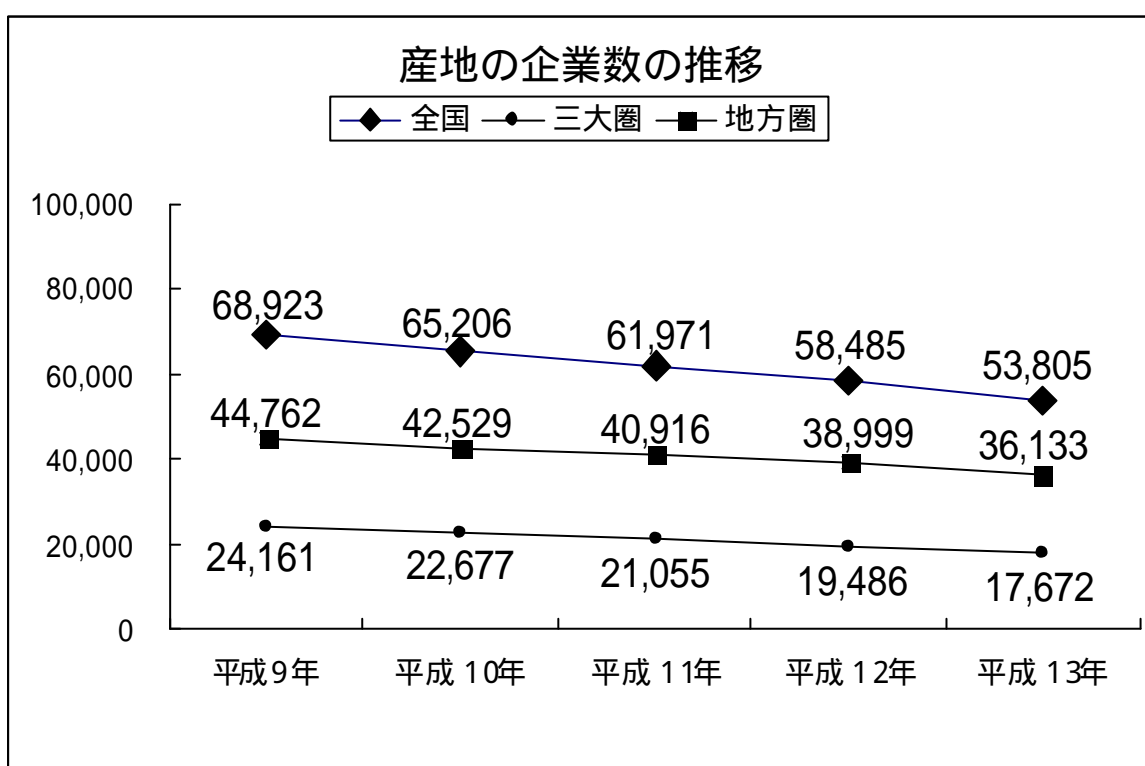
（単位：億円）

	平成12年	平成13年	
		(計画又は見込み)	前年比
<b>合計</b>	100,046	95,194	-4.8%
食料品	13,194	13,026	-1.3%
繊維・衣服合計	33,158	31,657	-4.5%
木工・家具	8,351	7,817	-6.4%
窯業・土石	4,619	4,315	-6.6%
機械・金属	26,382	24,550	-6.9%
雑貨・その他	14,342	13,829	-3.6%

## 2 . 産地の企業数

・平成13年の産地の企業数は53,805となり、平成12年と比べて4,680企業減少（前年比8.0%減）している。

平成13年9月末における産地の企業数は53,805と、平成12年と比べて4,680企業の減少（前年比8.0%減）となっている。また、最近5年では15,118企業が減少（21.9%減）しており、その内訳は、「三大圏（東京圏・名古屋圏・大阪圏）」が6,489企業、「地方圏」が8,629企業であった。

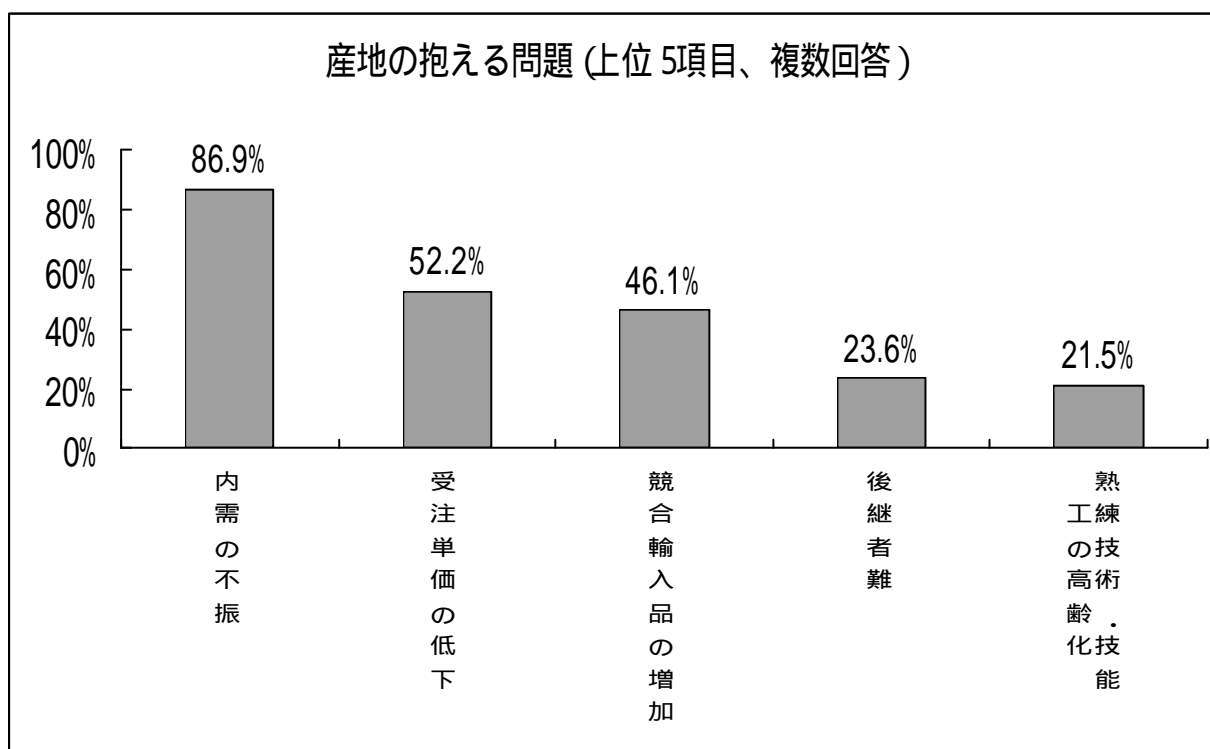


### 3 . 産地の抱える問題

- ・産地の抱える問題は、「内需の不振」、「受注単価の低下」など、長引く不況の影響を反映したものになっている。

産地の抱える問題については、「内需の不振」を挙げた産地が86.9%と最も多く、次いで「受注単価の低下」を挙げた産地が52.2%と、多くの産地が長引く不況の影響を受けていることが分かる。

また、「競合輸入品の増加」を挙げた産地が46.1%、「後継者難」を挙げた産地が23.6% 「熟練技術・技能工の高齢化」を挙げた産地が21.5%、等と、構造的な問題を抱える産地もある。

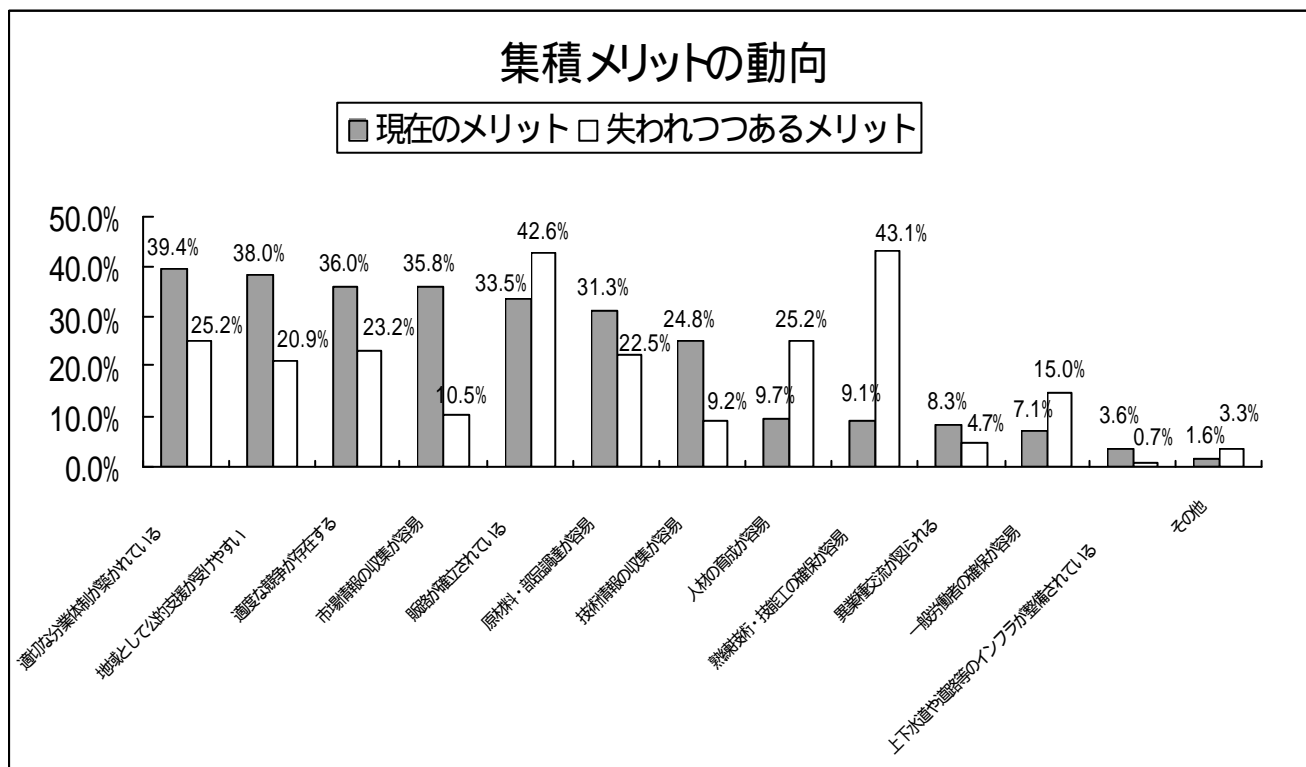


#### 4 . 集積メリットの動向

- ・ 産地として企業が集積することにより、適切な分業体制の構築、部品調達や情報収集、公的支援の面で有利。
- ・ 技術者・熟練工の確保、確立された販路といったメリットが失れつつある。

産地の現在の集積メリットを見ると「適切な分業体制が築かれている」（39.4%）、「地域として公的支援を受けやすい」（38.0%）、「適度な競争が存在する」（36.0%）、「市場情報の収集が容易」（35.8%）、「販路が確立されている」（33.5%）と回答した産地が多く、多数の企業が隣接することにより、部品等の調達や情報収集、公的支援の面で有利であることがうかがえる。

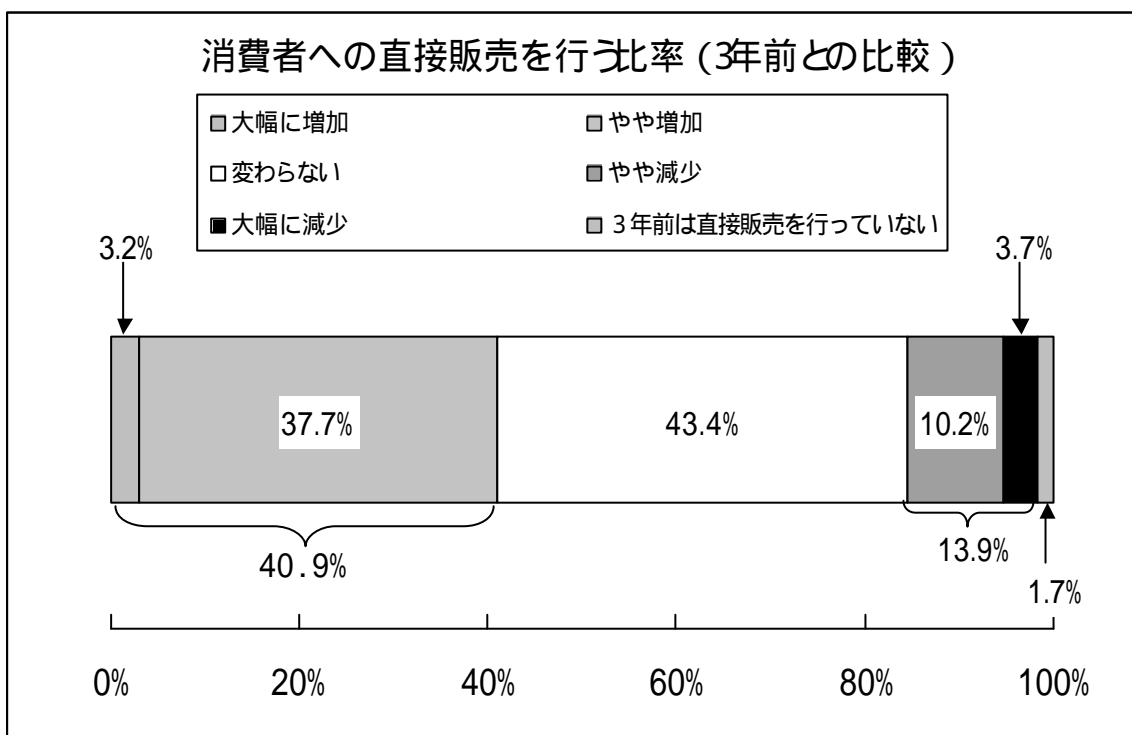
一方、失われつつあるメリットを見ると、「熟練技術・技能工の確保が容易」（43.1%）、「販路が確立されている」（42.6%）と続いており、技術者・熟練工を始めとする労働力の確保・育成や販路の開拓に関し、新たな工夫や対応が必要となっていることがうかがえる。



## 5 . 販売戦略の動向

### ・近年は、消費者への直接販売が増加傾向。

消費者への直接販売を行う比率の変化（3年前と比べて）については、「変わらない」と「やや増加」の合計が40.9%を占め、「やや減少」（10.2%）、「大幅に減少」（3.7%）を抑えて増加傾向が続いている。



## 6 . I T の活用状況

### ・ホームページによる情報発信は増加。

産地内でインターネットのホームページを作成し、製品や企業の情報を対外発信している組合等や企業の有無については、約9割が「実施している」としており、何らかの形でホームページの作成に取り組む産地が増加している。

