

平成15年度産地概況調査結果について

平成16年4月
中小企業庁

0. 本調査結果のポイント

平成14年における全国の産地の総生産額は、8兆7,155億円（前年比5.6%減）であり、平成15年は、8兆1,794億円（同6.2%減）の見込みとなっている。また、平成15年の産地の企業数は48,558となり、平成14年と比べて4,218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」（83.2%）、「受注単価の低下」（52.9%）、「競合輸入品の増加」（46.7%）などが上位を占め、国内全体の景気低迷が産地に大きな影響を与えている。

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」、「地域として公的支援が受けやすい」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。

産地の将来について今後重点的にとるべき対策として多くの産地が「製品の高付加価値化」（79.6%）、「新製品の開発・新分野進出」（75.6%）を挙げており、高付加価値化、技術開発等の必要性を認識している産地が多かった。

- ・ 調査時点 平成15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15年11月
- ・ 調査対象 年間生産額が、おおむね5億円以上の538産地

1. 総生産額

- ・ 全国産地の平成14年の総生産額は、8兆7,155億円（前年比5.6%減）。平成15年は、8兆1,794億円（同6.2%減）の見込み。

平成14年における全国の産地の総生産額は、8兆7,155億円（前年比5.6%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2兆1,026億円（全体の24.1%）、次いで「雑貨・その他」1兆5,534億円（全体の17.8%）の順となっている。

また、平成15年の総生産額の計画又は見込みは、8兆1,794億円（前年比6.2%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

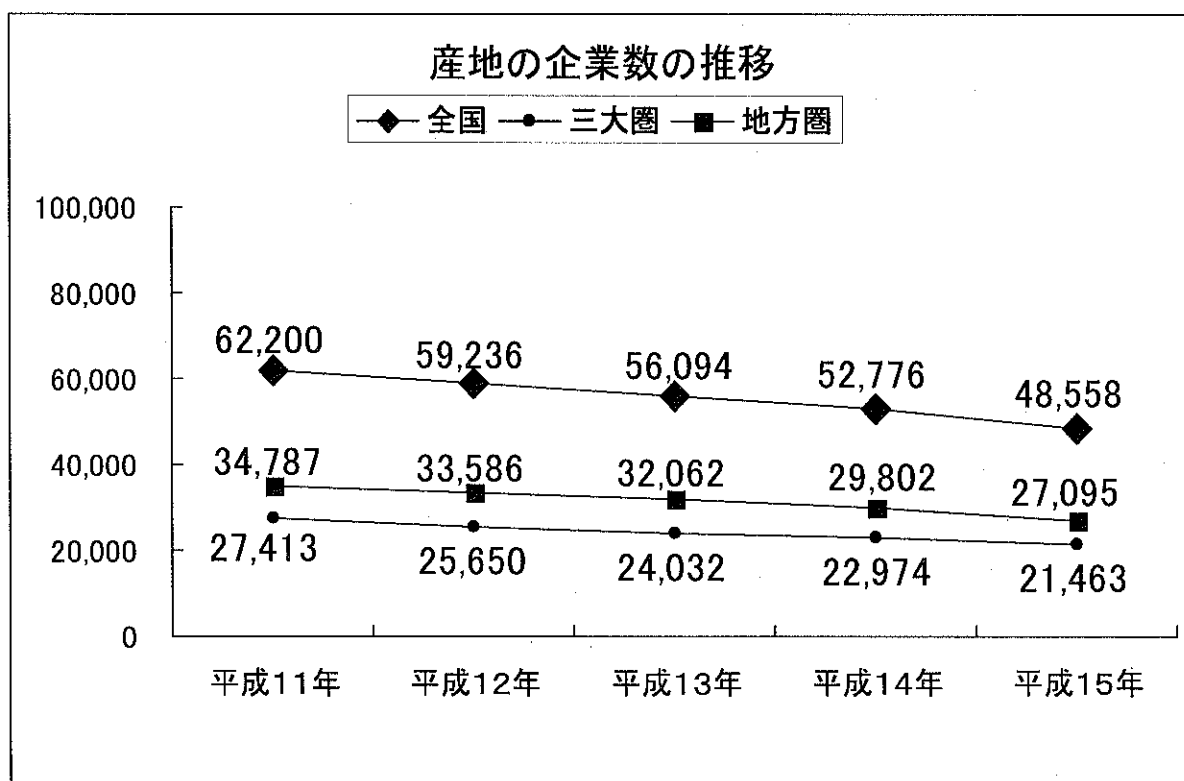
（単位：億円）

	平成14年	平成15年	
		(計画又は見込み)	前年比
合計	87,155	81,794	-6.2%
食料品	14,299	13,498	-5.6%
繊維	10,880	9,668	-11.1%
衣服・その他繊維製品	14,975	14,341	-4.2%
木工・家具	6,560	5,765	-12.1%
窯業・土石	3,881	3,570	-8.0%
機械・金属	21,026	20,656	-1.8%
雑貨・その他	15,534	14,296	-8.0%

2. 産地の企業数

・平成15年の産地の企業数は48,558となり、対前年度比8.0%減少となっている。

平成15年9月末における産地の企業数は48,558と、平成14年と比べて4,218企業の減少（前年比8.0%減）となっている。また、平成11年と比較して13,642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5,950企業、「地方圏」が7,692企業であった。

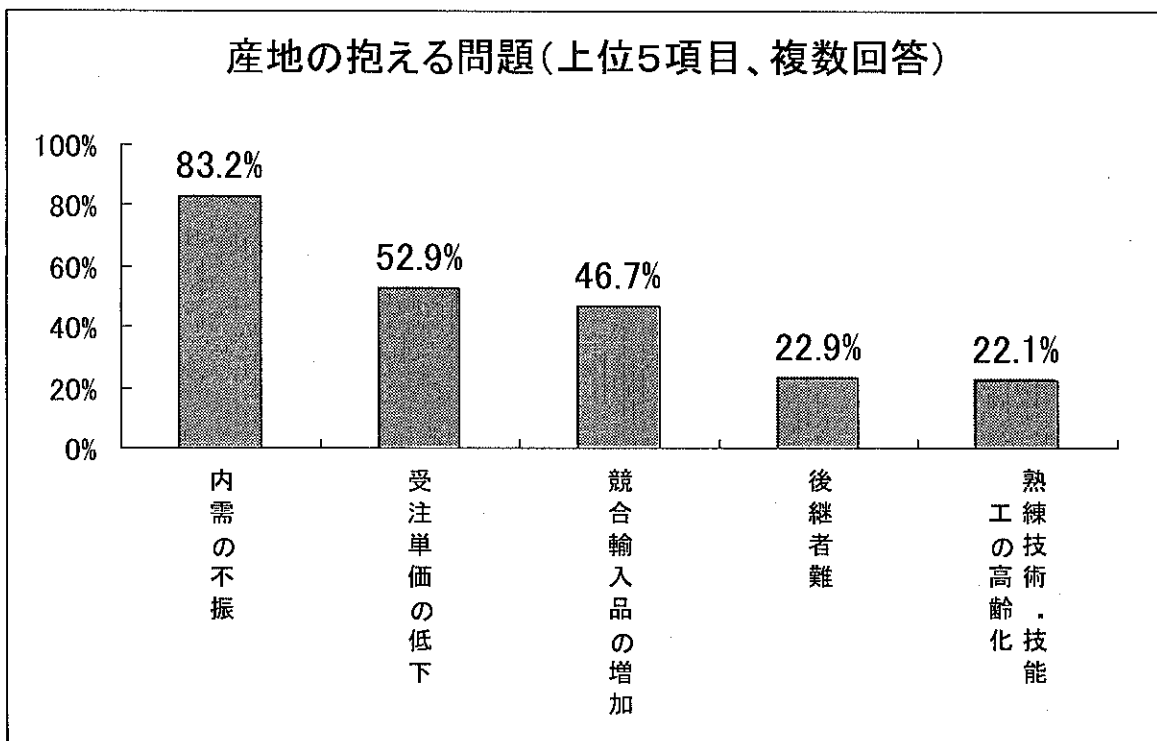


3. 産地の抱える問題

- ・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83.2%と最も多く、次いで「受注単価の低下」を挙げた産地が52.9%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46.7%、「後継者難」を挙げた産地が22.9%、「熟練技術・技能工の高齢化」を挙げた産地が22.1%、等と、構造的な問題を抱える産地もある。

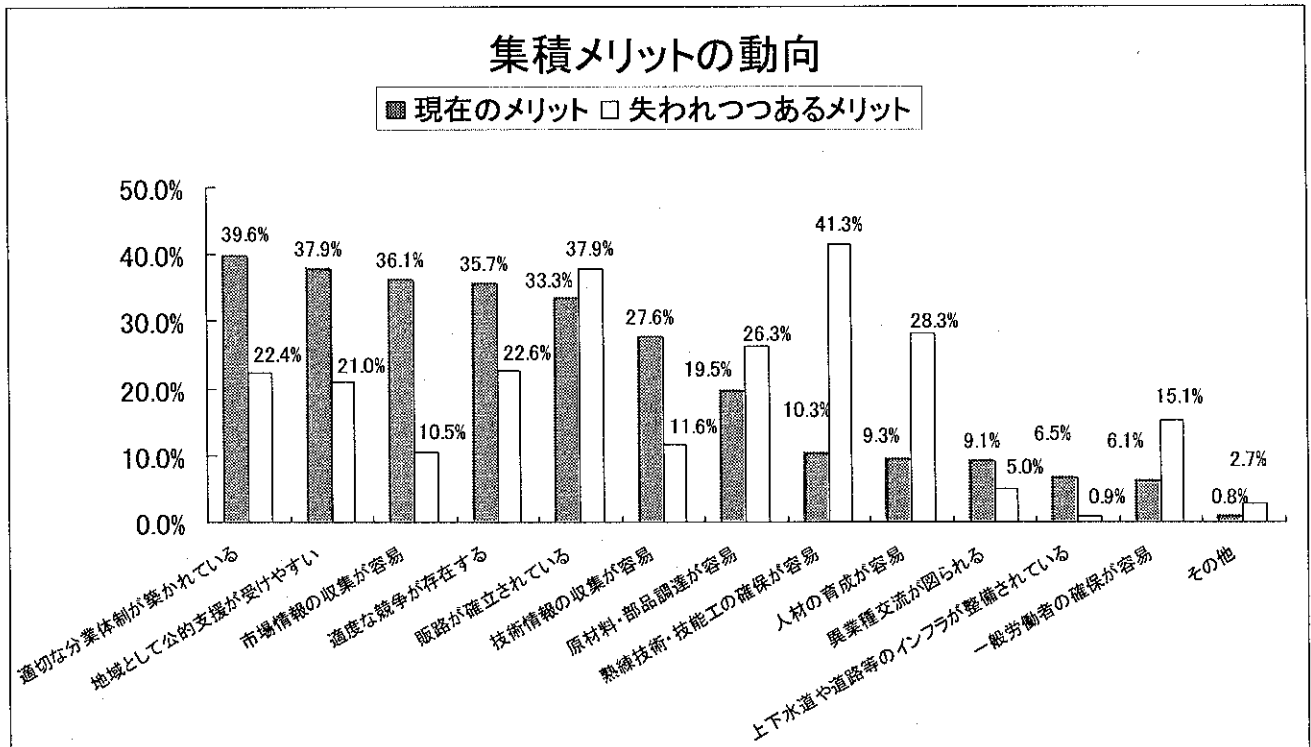


4. 集積メリットの動向

- ・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」（39.6%）、「地域として公的支援を受けやすい」（37.9%）、「市場情報の収集が容易」（36.1%）、「適度な競争が存在する」（35.7%）、「販路が確立されている」（33.3%）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。

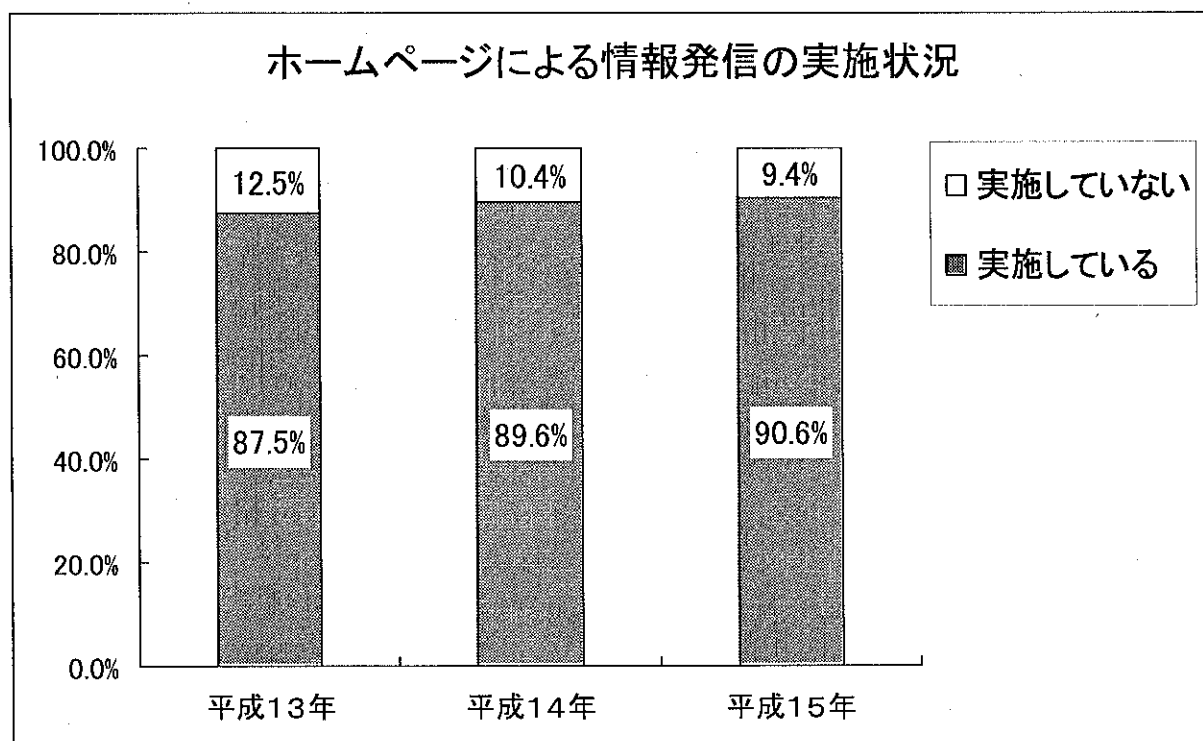
一方、失われつつあるメリットを見ると、「熟練技術・技能工の確保が容易」（41.3%）、「販路が確立されている」（37.9%）と続いており、技術者・熟練工を始めとする労働力の確保・育成や販路の開拓に関し、新たな工夫や対応が必要となっていることがうかがえる。



5. IT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・企業等が多く、約9割が「実施している」としており、ホームページを活用して商品の販売を拡大しようとする産地が増加している。



6. 産地の将来

- ・多くの産地が製品の高付加価値化、技術開発、販路開拓の必要性を認識している。

今後、産地が重点的にとるべき対策として、「製品の高付加価値化」(79.6%)、「新製品の開発・新分野進出」(75.6%)、「販路の新規開拓」(73.9%)と、多くの産地が製品の高付加価値化、技術開発、新規の販路開拓の必要性を認識している。

