

中小製造業に聞いた 「ものづくり」の競争力について

我が国は「ものづくり立国」、「技術立国」として経済発展を遂げてきた。しかし、近年は中国など新興国が台頭し、価格面を中心に厳しい競争を強いられている。また、海外へ生産拠点を移す動きが増え、それらに呼応するように国内の製造業は事業所数や従業者数の減少が続いている。

このような状況にある我が国の「ものづくり」について、中小製造業の経営者はどのように考えているか、アンケート調査で探ってみた。

調査時点：2014年4月上旬

調査対象：大阪シティ信用金庫取引先企業
(大阪府内一円の製造業者)

調査方法：聞き取り法

依頼先数：630社

有効回答数：610社

有効回答率：96.8%

有効回答内訳：下の表のとおり

従業者	実数	構成比
10人未満	321社	52.6%
10～49人	248	40.7
50人以上	41	6.7
計	610	100.0

1. 競争力の状況

(1) 総合的な競争力

- 「維持している」が 87.2%

はじめに、我が国の「ものづくり」はアジアの新興国などと価格面を中心に厳しい競争を強いられているが、これら諸外国に対する「ものづくり」の競争力(優位性)について、技術面、品質面、価格面など総合的にどう認識しているか、すべての企業に聞いた結果が第1表 - (1)である。

全体としてみると、「変わらず強い競争力を維持している」と答えた企業は 16.4%である。また、「弱り気味だが、まだ競争力を維持している」とする企業が 70.8%あり、これら「競争力を維持している」とする企業の合計は 87.2%となる。一方、「もはや維持していない」と答えた企業は 12.8%あった。

以上のように、我が国の「ものづくり」について、総合的な競争力は「維持している」との見方が優勢になっている。

しかしその反面、7割強(70.8%)の企業は「弱り気味」と見ており、多くの企業が競争力の先行きに不安を抱いていることも示している。

第1表 - (1) 総合的な競争力

(%)

項目		変わらず 競争力を維持	弱り気味だが まだ維持	もはや 維持していない	計	+ 維持している
規模別	10人未満	15.3	69.7	15.0	100.0	85.0
	10~49人	16.9	71.8	11.3	100.0	88.7
	50人以上	22.0	73.1	4.9	100.0	95.1
全体		16.4	70.8	12.8	100.0	87.2

(2) 低価格攻勢への対抗

- 「対抗できる」が 89.0%

我が国の「ものづくり」の競争力は、やはり新興国などに対しては価格面が弱点になっていると思われる。それでは、低価格で攻勢をかけてくる新興諸国に対し、これから先も技術力や品質の高さを中心に据えて対抗していくことができると思うかどうか、すべての企業に聞いた結果が第1表 - (2)である。

全体として見ると、「十分対抗できる」と答えた企業は 11.8%にとどまるが、「やり方次第で対抗できる」と答えた企業が 77.2%あり、これら「対抗できる」とする企業の合計は 89.0%にのぼる。これに対し、「対抗できない」とする企業は 11.0%だった。

前項(1)で見たとおり、競争力の先行きに不安を抱いている企業は多いものの、これから先も工夫により何とか対抗していけると考えている企業が大多数となっている。

第1表 - (2) 低価格攻勢への対抗

(%)

項目		十分 対抗できる	やり方次第で 対抗できる	対抗できない	計	+ 対抗できる
規模別	10人未満	12.1	75.4	12.5	100.0	87.5
	10～49人	12.1	78.6	9.3	100.0	90.7
	50人以上	7.3	82.9	9.8	100.0	90.2
全体		11.8	77.2	11.0	100.0	89.0

(3) 「ものづくり」の問題点

- 「大手製造拠点の海外移転」が 67.2%

次に、すべての企業に対し、中小企業の立場から見て、現在の我が国の「ものづくり」はどういうところに問題があるか考えるか聞いた結果(複数回答)が第1表 - (3)である。

全体として見ると、「大手企業が製造拠点を海外に移転する動き」と答えた企業が 67.2%で最も多い。次いで、「台頭する新興国の産品との競争激化」が 54.1%と5割を超えており、以下、「若年人口減少等による国内需要の不足」とする企業が 42.8%、「若者の理科離れ、製造業離れ」が 25.1%、「企業等における投資・研究開発費の減少」が 24.6%などとなっている。

大手企業が製造拠点を海外に移す動きは円高が収まった現在も続いていると言われるが、これにより国内に生じる「産業空洞化」が、「新興国産品との競争激化」などの問題をしのぎ、中小製造業から見て最大の問題点と映っているようだ。

第1表 - (3) 「ものづくり」の問題点

(複数回答、%)

項目		大手製造 拠点の海外 移転	新興国 産品との 競争激化	国内需要 の不足	若者の理 科、製造業 離れ等	投資・研究 開発費の 減少	その他
区分							
規模別	10人未満	68.8	53.6	38.9	24.0	23.1	0.9
	10～49人	66.5	54.8	46.8	24.6	25.0	0.4
	50人以上	58.5	53.7	48.8	36.6	34.1	2.4
全体		67.2	54.1	42.8	25.1	24.6	0.8

2. 「ものづくり」の位置づけ

(1) 今後強化すべき産業

－ 「ものづくり」が 84.0%

前項1. では、中小製造業の多くが我が国の「ものづくり」はまだ競争力を「維持している」と考えていることが分かった。しかし同時に、競争力は「弱り気味」と認識している企業が相当数あり、「維持していない」と見る企業も少数あることなども分かった。

それでは、我が国の産業の将来的なあり方として、「ものづくり」「金融」「サービス」に大別すれば、いずれを最も強化し中心に据えるべきだと考えるか、すべての企業に聞いた結果が第2表 - (1)である。

全体として見ると、「ものづくりを強化し中心に据えるべき」と答えた企業が 84.0%で圧倒的に多い。これに対し、「ものづくりより、むしろサービス産業や観光などを強化するべき」とする企業は 12.6%、「ものづくりより、金融・資本市場、金融サービス産業を強化するべき」は 3.4%だった。

第2表 - (1) 今後強化すべき産業

(%)

項目		「ものづくり」を強化 中心に据えるべき (ものづくり立国)	サービスや 観光を強化 (サービス立国・ 観光立国)	金融・資本市場、 金融サービスを強化 (金融立国)	計
区分					
規模別	10人未満	82.6	14.0	3.4	100.0
	10～49人	84.7	12.1	3.2	100.0
	50人以上	90.2	4.9	4.9	100.0
全体		84.0	12.6	3.4	100.0

(2) 中小製造業の役割認識

- 「非常に重要」が 55.9%

次に、我が国が「ものづくり」を産業の中心に据え、優れた技術力や品質を維持・向上させていくうえで、自社を含む中小製造業が果たす役割についてどのように認識しているか、すべての企業に聞いた結果が第2表 - (2)である。

全体として見ると、「非常に重要」と答えた企業が 55.9%と過半数を占めた。また「やや重要」とする企業も 39.3%あり、これら「重要」とする企業を合計すると 95.2%となる。これに対し、「とくに重要ではない」はわずか 4.8%だった。

第2表 - (2) 中小製造業の役割認識

(%)

区分 \ 項目		非常に重要	やや重要	とくに重要ではない	計	+重要
規模別	10人未満	50.1	44.9	5.0	100.0	95.0
	10～49人	62.5	32.3	5.2	100.0	94.8
	50人以上	61.0	39.0	0	100.0	100.0
全体		55.9	39.3	4.8	100.0	95.2

(3) 役割の具体的内容

- 「完成品等メーカーとして」が 35.6%

最後に、前項(2)で、我が国の「ものづくり」の技術力や品質を維持・向上させるうえで中小製造業の役割が「重要」と答えた企業(581社、95.2%)に対し、具体的にどのような役割により重要と考えるのか聞いた結果が第2表 - (3)である。

全体として見ると、「下請けの域を超えたモジュールや完成品等のメーカーとして」と答えた企業が 35.6%、「新分野、新技術の開発者(イノベーター)として」が 34.3%、「優秀な下請けとして」は 30.1%だった。このように答えは三分されほぼ均衡しているが、「完成品等メーカーとして」が最も多く、「下請として」は最も少なかった。

第2表 - (3) 役割の具体的内容

(%)

区分 \ 項目		モジュールや完成品等のメーカーとして	新分野、新技術の開発者として	優秀な下請けとして	計
規模別	10人未満	34.1	30.5	35.4	100.0
	10～49人	36.6	38.3	25.1	100.0
	50人以上	41.5	39.0	19.5	100.0
全体		35.6	34.3	30.1	100.0