

はじめに

近年、急速な少子高齢化など社会経済環境の構造的変化が一層進行していくなかで、変化に対応した地域づくりを地方公共団体が自主的・主体的に進めていくことが極めて重要となってきた。しかし、地域経済の停滞、雇用情勢の悪化、地域コミュニティの弱体化、社会的格差の拡大等、地方公共団体が直面する課題も複雑化・多様化してきている。

このため、当機構では、地方公共団体が直面している諸課題を多角的・総合的に解決するため、地方公共団体と共同して課題を取り上げ、全国的な視点と個々の地方公共団体の地域の実情に即した視点の双方から問題を分析し、その解決方策の研究を実施している。

本年度は5つのテーマを具体的に設定しており、本報告書は、このうちの一つの成果を取りまとめたものである。

調査対象地である東京都北区は、石神井川や隅田川の水流を利用して製紙・化学関連の製造業が立地し、その後それらを中心として、出版・印刷・金属・機械等の都市型製造業が立地してきた経緯があり、都内有数の産業集積地域を形成している。区内の製造業関連事業所は、8割以上が従業員9人以下の小規模事業所で占められ、昭和40年代のピーク時と比較すると事業所数が3分の1程度にまで減少している。その一方で、大規模事業所も多数立地し、事業所あたりの従業者数、付加価値額も東京23区で中位程度と比較的高い水準にある。また、事業所の業種構成は多種多様で、この多様性が北区の産業集積を特徴づけているといえる。

そこで、本研究では、北区内の産業集積地域及び製造業関連事業所の実態を把握するとともに、企業間連携の現状や課題、その強化に向けた方策について検討し、今後の北区における地域産業活性化に向けた基礎資料とすることを目的として検討したものである。

本研究の企画及び実施にあたっては、研究委員会の委員長及び委員をはじめ、関係者の方々から多くのご指導とご協力をいただいた。

また、本研究は、競艇の交付金による日本財団の助成金を受けて、北区と当機構が共同で行ったものである。ここに謝意を表する次第である。

本報告書が広く地方公共団体及び国の施策展開の一助となれば幸いである。

平成22年3月

財団法人 地方自治研究機構
理事長 佐野 徹治

目 次

第1章 調査の概要	3
1 調査研究の背景・目的.....	3
2 調査研究の項目と方法.....	4
3 調査研究の体制.....	6
第2章 東京都北区の産業集積の現状	9
1 北区の概況.....	9
2 区内の製造業の現状.....	10
第3章 区内事業所における産業集積の現状と課題	17
1 区内事業所に対するアンケートの実施概要・実施結果.....	17
2 企業への訪問調査.....	47
3 実態調査からみた北区の中小製造業の姿.....	56
第4章 企業間取引・連携の課題に対応した今後の連携強化に向けた方策	63
1 北区における産業活性化の方向.....	63
2 区内産業集積における取引・連携の将来イメージ.....	71
委員・事務局名簿	91

第 1 章 調査の概要

第1章 調査の概要

1 調査研究の背景・目的

1) 調査研究の背景

(1) 都市部における産業集積地域の変化

近年、都市部の産業集積地域では、都市化の進展に伴う操業環境の変化や、経営者・技能者の高齢化、後継者・担い手の不足等から中小企業の撤退や廃業が増大してきている。しかし、産業集積のメリットを活かした企業間連携の強化を通じて、個々の事業所が有する優れた人材・技術・設備等の有効活用を図り、産業集積地域全体の個性や競争力を高めていくことが可能と考えられる。

(2) 北区における産業集積の特性

北区は、戦前から、石神井川や隅田川の水流を利用して製紙・化学関連の製造業が立地し、その後それらを中心として、出版・印刷・金属・機械等の都市型製造業が立地してきた経緯があり、多様な業種の企業が立地する都内有数の産業集積地域を形成している。区内の製造業関連の事業所は昭和40年代のピーク時から激減してきているものの、現在も残る製造業の中には、小規模であるが、独自の高い技術をもった企業が数多く存在する。

また、経済活動のグローバル化、情報化の進展などを背景として、産業集積内での企業の関係も変化しつつあり、地域内での分業にもとづく取引、地域の大企業と中小企業との系列受注といった関係とは異なる、必ずしも地域内に限定されない広域的な取引・連携が展開されている。

今後、北区の産業集積においては、今後の産業構造の変化の動向を踏まえ、企業間取引・連携を促進する視点から、地域の中小企業間ネットワーク構築などを検討することが求められる。

2) 調査研究の視点

(1) 北区の産業集積の現状・ポテンシャルを把握する

- ・ 製造業の事業所の集積の特性の分析（業種構成、出荷額等の推移）
- ・ 企業間連携を主導する役割が期待される機関（大学、産業支援機関、異業種交流グループなど）とこれまでの取組経緯のとりまとめ
- ・ 外部環境としての社会経済動向、政策の動向などのとりまとめ
- ・ 企業間連携の視点からみた北区産業集積の強み・弱み等のとりまとめ

(2) 企業間連携に対するニーズを踏まえて連携のイメージを検討する

- ・ 小規模事業所に対するアンケートに基づく連携ニーズ把握
- ・ 中規模事業所に対するヒアリングに基づく連携ニーズ把握と連携のイメージの検討
- ・ 国内先進地域の取組事例分析に基づく、地域内事業所の連携イメージの検討

(3) 北区の産業集積の特性を活かした産業振興施策の展開方向

- ・企業間連携促進、連携イメージの実現に向けた課題
- ・企業間連携促進に向けた施策のあり方、および関連主体の取組方向

2 調査研究の項目と方法

1) 調査研究の項目

調査の目的を踏まえ、調査項目として次の3項目を掲げた。報告書の各章は本項目にしたがい、取りまとめている。

- 1 東京都北区の産業集積の現状
- 2 区内事業所における産業集積の現状と課題
 1. 区内事業所に対するアンケートの実施概要・実施結果
 2. 区内事業所に対するヒアリングの実施概要・実施結果
- 3 企業間取引・連携の課題に対応した今後の連携強化に向けた方策
 1. 北区における産業活性化の方向
 2. 区内産業集積における取引・連携の将来イメージ

報告書の各項目（章）の概要は次のとおりとなっている。

1 東京都北区の産業集積の現状（第2章）

北区の産業の現状として、製造業関連の集積・業種構成などについてデータ分析を行った。

2 区内事業所における産業集積の現状と課題（第3章）

区内事業所を対象としたアンケートおよびヒアリング調査に基づき、区内の産業集積及び産業集積内の企業間の取引・連携のあり方について現状・課題を取りまとめた。

3 企業間取引・連携の課題に対応した今後の連携強化に向けた方策（第4章）

区内事業所の現状・課題を踏まえて、区内の産業集積の振興に向けて求められる方策について取りまとめた。

2) 調査研究の方法

調査項目について明らかにするため、下記の調査を行った。

図表-1 調査研究の方法

調査研究方法	調査方法	摘要
区内事業所における企業間連携の現状と課題	アンケート調査	<ul style="list-style-type: none"> ○調査対象：区内製造業事業所 957 ○調査内容： <ul style="list-style-type: none"> ・事業所の属性（従業員規模、年商規模） ・事業所の概要（業務範囲、取引先） ・操業環境（北区立地のメリット、景況） ・経営上の課題と今後の事業展開（課題、新規事業取組み） ・研究、技術開発における連携（連携の有無、ニーズ、課題） ・行政の支援制度（利用の有無、意向） ○調査方法：調査票を郵送配布・回収 平成21年7～8月実施
	ヒアリング調査	<ul style="list-style-type: none"> ○調査対象：区内製造業事業所 18 ○調査内容： <ul style="list-style-type: none"> ・事業所の概要 ・立地環境・産業集積地としての北区の評価 ・企業間取引の現状・広がり ・産学官連携・異業種連携等の連携への取組状況 ・持続的な事業展開に向けた取組み（新たな技術開発、事業取組み） ・国、都、区に期待する支援のあり方 ○調査方法：アンケート回答事業所に対してヒアリングを依頼 平成21年9～平成22年1月実施
国内産業集積地域における企業間連携強化等の集積促進の取組の現状	書面調査 ヒアリング調査	<ul style="list-style-type: none"> ○調査対象：国内他地域の産業集積地域 ○調査内容：産業集積の特性、産業集積内の取引・連携促進に向けた取組 ○調査方法：産業集積地域における産業振興の推進組織（行政、産業支援機関など）に対するヒアリング調査 平成21年11～平成22年1月

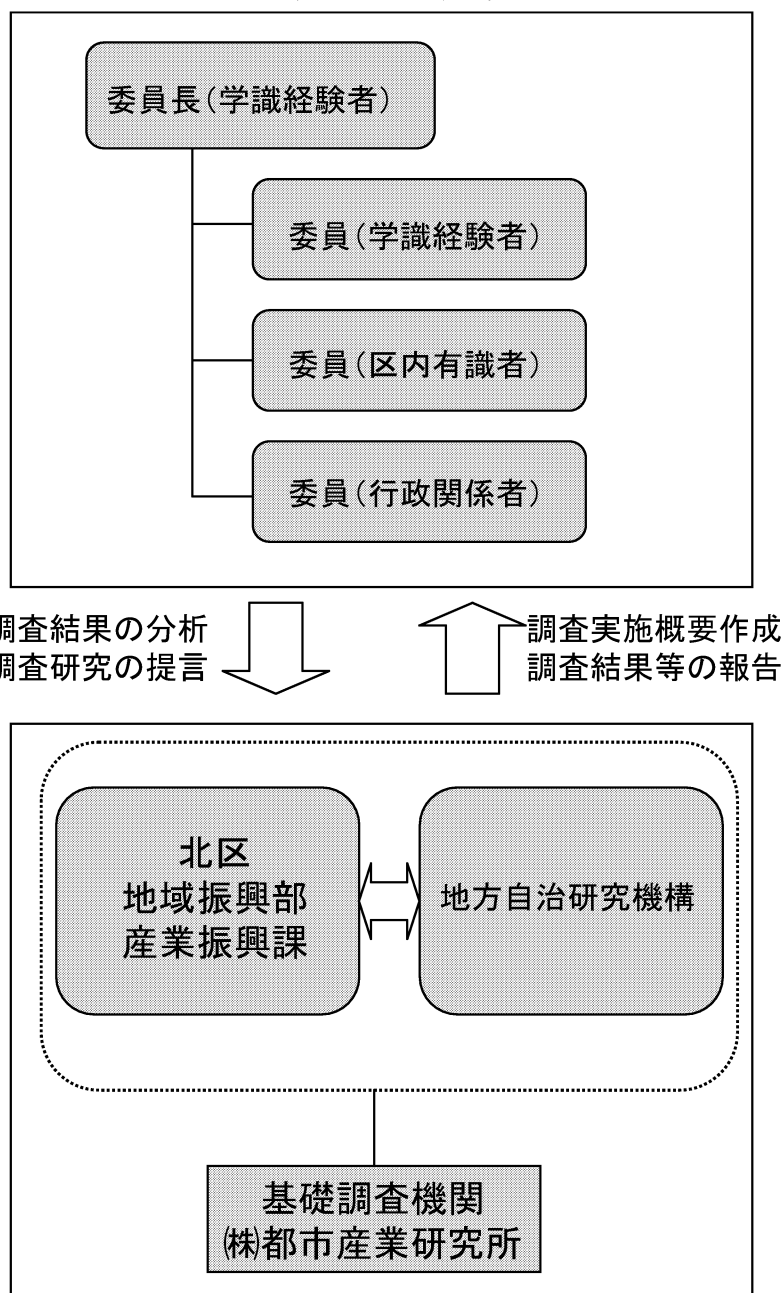
3 調査研究の体制

学識経験者、区内有識者、行政関係者等で構成する「調査研究委員会」を設置し、調査結果の分析及び調査研究結果の提案の検討を行った。

委員会は、3回（6月、10月、2月）開催した。

また、北区（産業振興課）、地方自治研究機構（調査研究部）で構成する事務局を設置し、委員会での審議に必要な資料収集、調査研究の具体的な方法について検討を行った。調査研究の一部については、基礎調査機関・株式会社都市産業研究所に委託して実施した。

図表-2 調査研究の体制



第2章 東京都北区の産業集積の現状

第2章 東京都北区の産業集積の現状

1 北区の概況

北区の平成21年4月1日現在の人口は319,470人、世帯数は167,842世帯。区域は、東西に約2.9km 南北に約9.3kmと南北に細長い形状で、面積20.59k m²。東京都の北東部に位置し、北は荒川を隔てて埼玉県の川口市、戸田市に接している。

交通機関は、区内にJRの駅が都内最多の11駅位置していることに加え、JR山手線、JR京浜東北線、JR埼京線、JR東北本線、JR高崎線、東京メトロ南北線、埼玉高速鉄道線、都営三田線、都電荒川線と、多くの路線を利用することが可能で、区内はもとより都内各地、東京近郊区との連絡において極めて交通利便性の高い地域である。

図表-3 北区の位置



2 区内の製造業の現状

1) 製造業の現状

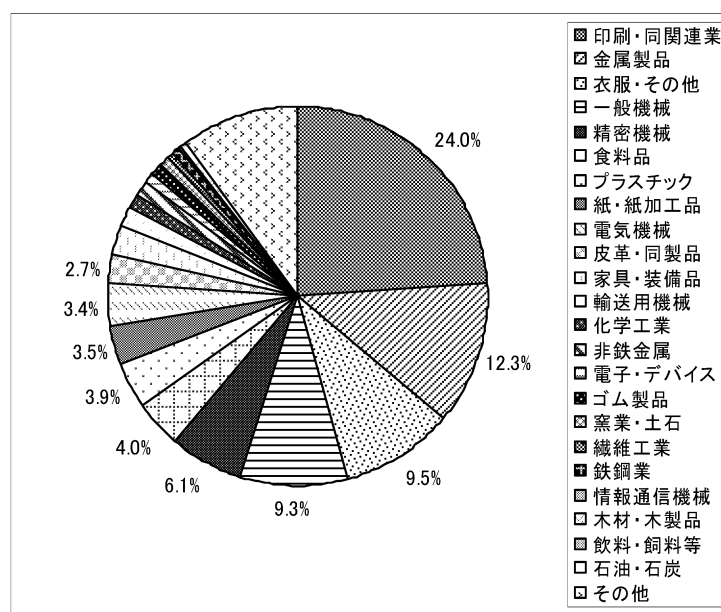
平成 17 年工業統計調査によると、平成 17 年 12 月 31 日現在における北区の製造業事業所数は 1,189 事業所（全事業所）で、従業者数は 12,346 人（全事業所）、製造品出荷額等は 3,080 億 9,879 万円（全事業所）となっている。

事業所数（事業所）	従業者数（人）	製造品出荷額等（万円）
1,189	12,346	30,809,879

(1) 事業所数

事業所数の業種別にみると、印刷・同関連業が 285 事業所と最も多く、全事業所の 24.0% を占めている。また、金属製品も 146 事業所（12.3%）と多く、以下、衣服・その他の 113 事業所（9.5%）、一般機械 110 事業所（9.3%）が続いている。

図表-4 北区の製造業の事業所数



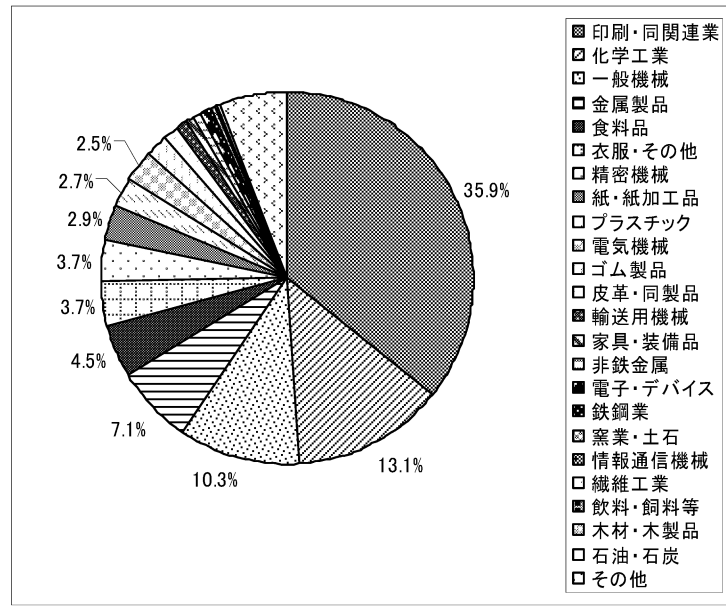
出所) 平成 17 年工業統計調査

(2) 従業者数

従業者数を業種別にみると、事業所数でも 1 番目だった印刷・同関連業が 4,435 人と最も多く、北区の全従業者数（12,346 人）の 35.9% を占めている。続いて、事業所数では 13 番目だった化学工業が 1,616 人（13.1%）で、以下、一般機械の 1,275 人（10.3%）、金属製品の 881 人（7.1%）となっている。

ここで、1 事業所あたりの従業者数をみると、最も多いのは化学工業で、1 事業所あたり 107.7 人となっている。続いてゴム製品が 24.2 人で、印刷・同関連業が 15.6 人となっており、化学工業の事業所の規模が他の業種に比べて非常に大きいことが分かる。

図表-5 北区の製造業の従業者数



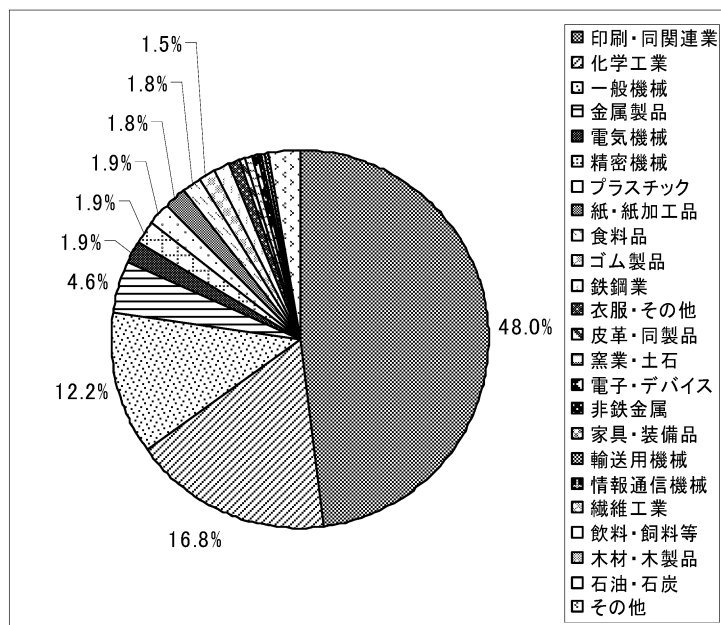
出所) 平成 17 年工業統計調査

(3) 製造品出荷額等

製造品出荷額等を業種別にみると、やはり、印刷・同関連業が 1,479 億 5,526 万円と全体の 48.0%を占めており、印刷・同関連業が北区の中心的な産業であることがわかる。続いて、化学工業が 518 億 7,046 万円 (16.8%) で、以下、一般機械の 376 億 7,660 万円 (12.2%)、金属製品の 142 億 4,809 万円 (4.6%) となっている。

1 事業所あたりの製造品出荷額等とみると、化学工業が最も多く、1 事業所あたり 34 億 5,803 万円となっている。続いて、鉄鋼業が 6 億 8,422 万円で、以下、印刷・同関連業 5 億 1,914 万円、一般機械が 3 億 4,251 万円となっている。

図表-6 北区の製造業の製造品出荷額等



出所) 平成 17 年工業統計調査

図表-7 北区の製造業

	事業所数 (事業所)	従業者数 (人)	1事業所 あたりの 従業者数	製造品出荷額等 (万円)	1事業所 あたりの 製造品出荷額等
総数	1 189	12 346	-	30 809 879	-
構成比	100%	100%	-	100%	-
印刷・同関連業	285	4 435	15.6	14 795 526	51 914
構成比	24.0%	35.9%	-	48.0%	-
金属製品	146	881	6.0	1 424 809	9 759
構成比	12.3%	7.1%	-	4.6%	-
衣服・その他	113	459	4.1	273 544	2 421
構成比	9.5%	3.7%	-	0.9%	-
一般機械	110	1 275	11.6	3 767 660	34 251
構成比	9.3%	10.3%	-	12.2%	-
精密機械	73	458	6.3	592 427	8 115
構成比	6.1%	3.7%	-	1.9%	-
食料品	48	552	11.5	541 774	11 287
構成比	4.0%	4.5%	-	1.8%	-
プラスチック	46	337	7.3	591 477	12 858
構成比	3.9%	2.7%	-	1.9%	-
紙・紙加工品	42	361	8.6	552 713	13 160
構成比	3.5%	2.9%	-	1.8%	-
電気機械	41	310	7.6	592 647	14 455
構成比	3.4%	2.5%	-	1.9%	-
皮革・同製品	32	176	5.5	179 242	5 601
構成比	2.7%	1.4%	-	0.6%	-
家具・装備品	27	84	3.1	84 089	3 114
構成比	2.3%	0.7%	-	0.3%	-
輸送用機械	20	102	5.1	76 653	3 833
構成比	1.7%	0.8%	-	0.2%	-
化学工業	15	1 616	107.7	5 187 046	345 803
構成比	1.3%	13.1%	-	16.8%	-
非鉄金属	15	81	5.4	85 266	5 684
構成比	1.3%	0.7%	-	0.3%	-
電子・デバイス	12	72	6.0	103 913	8 659
構成比	1.0%	0.6%	-	0.3%	-
ゴム製品	11	266	24.2	464 739	42 249
構成比	0.9%	2.2%	-	1.5%	-
窯業・土石	11	39	3.5	169 952	15 450
構成比	0.9%	0.3%	-	0.6%	-
繊維工業	6	19	3.2	10 312	1 719
構成比	0.5%	0.2%	-	0.0%	-
鉄鋼業	6	41	6.8	410 530	68 422
構成比	0.5%	0.3%	-	1.3%	-
情報通信機械	6	24	4.0	45 784	7 631
構成比	0.5%	0.2%	-	0.1%	-
木材・木製品	4	9	2.3	x	-
構成比	0.3%	0.1%	-	-	-
飲料・飼料等	2	12	6.0	x	-
構成比	0.2%	0.1%	-	-	-
石油・石炭	-	-	-	-	-
構成比	-	-	-	-	-
その他	118	737	6.2	841 802	7 134
構成比	9.9%	6.0%	-	2.7%	-

出所) 平成 17 年工業統計調査

2) 北区の製造業の5年間の動向

平成12年12月31日現在における事業所数等との比較を行う。

	H12	H17	増減	増減率
事業所数(事業所)	1,606	1,189	△417	△26.0%
従業者数(人)	14,686	12,346	△2,340	△15.9%
製造品出荷額等(万円)	39,192,646	30,809,879	△8,382,767	△21.4%

(1) 事業所数

事業所数は5年間で417事業所(△26.0%)減少しているが、そのうち最も多く減少しているのが印刷・同関連業の97事業所で、減少した事業所全体の23.3%を占めている。

続いて、衣服・その他の69事業所(△16.6%)、一般機械の41事業所(△9.8%)、金属製品の36事業所(△8.6%)となっている。

(2) 従業者数

従業者数は5年間で2,340人(△15.9%)減少しており、業種別にみると、一般機械が581人と最も多く、全体の従業者数の減少に占める割合は24.8%に上る。また、大規模な食品工場の転出等により食料品も464人の減少(△19.8%)と多く、以下、衣服・その他の312人(△13.3%)、印刷・同関連業の224人(△9.6%)、金属製品の217人(△9.3%)と続いている。

5年前と比較して、事業所数は減少したが従業者数が増えた業種にも注目したい。化学工業は7事業所が減少しているが、従業者数は103人増加している。また、ゴム製品は3事業所減少したが、従業者数は53人増加しており、非鉄金属は6事業所減少したが、従業者数は5人増加している。

(3) 製造品出荷額等

製造品出荷額等は5年間で838億2,767万円(△21.4%)減少しており、業種別では、食料品の落ち込みが358億3,641万円と最も大きく、減少額全体に占める割合も42.8%に上る。以下は、印刷・同関連業の134億5,849万円(△16.1%)、化学工業の115億7,555万円(△13.8%)が続いている。

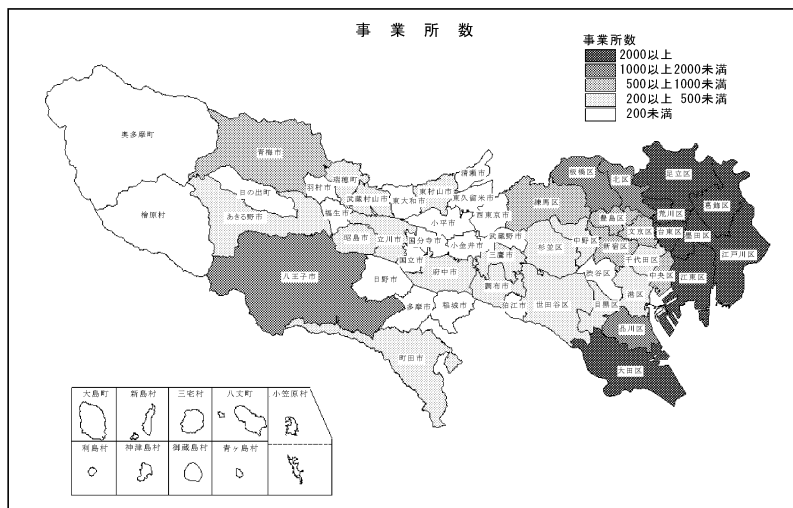
5年前と比較して、事業所数、従業者数が減少したものの、製造品出荷額等が増加した業種もある。20事業所が減少し従業者数が14人減少したプラスチックは製造品出荷額等では24億1,768万円の増加となっている。また、6事業所が減少し従業者数が18人減少した窯業・土石も製造品出荷額等では3億1,187万円の増加となっている。

6事業所が減少、従業者数が5人増加した非鉄金属は、製造品出荷額等は4,432万円の増加となっている。

同様に事業所数は減少したが従業者数は増加していた化学工業、ゴム製品では、製造品出荷額等は減少している。化学工業においては、生産から研究・開発へと機能が変化していることが推測される。

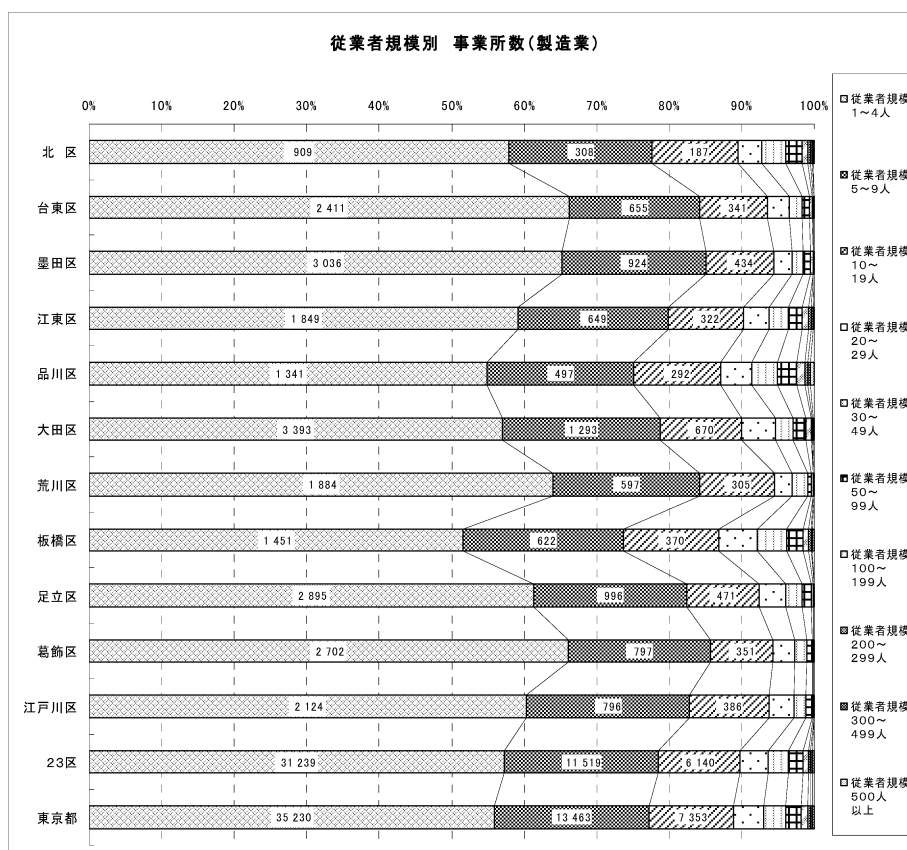
3) 主要工業区における従業者規模別の事業所数比較

23区内で、製造業の工場・作業所・鉱業所が1,000以上立地している11区(平成20年工業統計調査)において、平成18年事業所・企業統計調査を用いて従業者規模別で事業所数を比較すると以下のとおりとなる。従業者数が9人以下の事業所が11区のどの区でも7割を超えており、従業者規模が小さい事業所の占める割合が高くなっていることが分かる。



出所) 平成20年工業統計調査 工業統計地図(全事業所)

図表-8 北区と主要工業区との製造業の従業者規模別事業所数比較



出所) 平成18年事業所・企業統計調査

第3章 区内事業所における産業集積の現状と課題

第3章 区内事業所における産業集積の現状と課題

1 区内事業所に対するアンケートの実施概要・実施結果

1) アンケート実施概要

(1) 調査の目的

アンケート調査により北区の産業に関する事業所の意見収集を行い、その傾向やニーズを分析し課題を整理することで、今後の施策展開の基礎資料を得ることを目的に実施した。あわせて、今後、回収した調査票をもとに事業所別の特性をまとめ、区内事業所のデータベースを作成する。

(2) 調査の概要

① 調査対象（配布数）

区内の製造業事業所（区内産業団体の名簿より抽出、957 事業所）

② 調査方法

郵送による配布・回収

③ 実施期間

平成21年7月22日から8月4日まで

④ 回答結果

281 事業所から回収を得た（回収率 29.3%）

⑤ アンケート項目

- 事業所の属性（事業所名、代表者名、連絡先、従業員規模、年商規模）
- 事業所の概要（業務範囲、取引先）
- 操業環境（北区立地のメリット、景況）
- 経営上の課題と今後の事業継承、展開（課題、新規事業取組み）
- 研究開発、技術開発における連携（連携の有無、ニーズ、課題）
- 行政の支援制度（利用の有無、意向）

2) 母集団の特性

(1) 業種分類と業種構成

業種は、日本標準産業分類を基礎に「主要製品または加工内容」の設問から図表-9 のような基準で分類した。

耐久消費財や生産財を中心とした「機械工業」が 32.0%、「その他の製造業」が 29.5%、「印刷関連」は 16.4%を占めている。

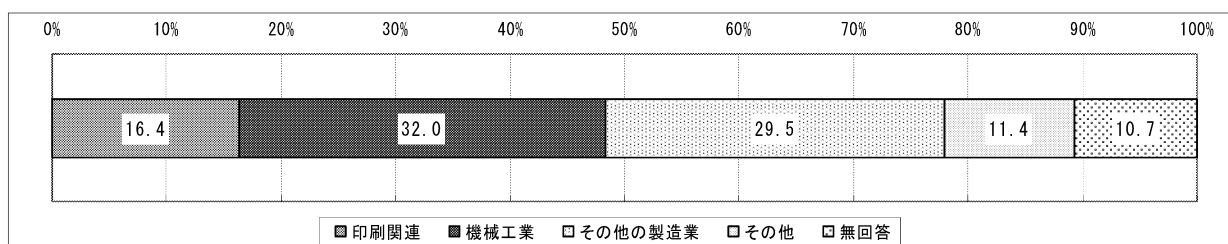
図表-9 業種分類の考え方

分類	内容
1 印刷関連	<ul style="list-style-type: none"> 印刷・同関連業に分類される企業 印刷業から派生したと思われるデザイン・企画等も含めて分類。
2 機械工業	<ul style="list-style-type: none"> 非鉄金属、金属製品、一般機械、電気機械、情報通信機械、電子部品・デバイス、輸送用機械、精密機械に分類される企業。耐久消費財や生産財生産に関わる企業を抽出。 プラスチック製品やゴム製品等でも耐久消費財、生産財に関連した製品、部品を製作していると思われる回答や生産設備を持たない（企画や設計に特化）可能性のある回答もこの項目に分類した。
3 その他の製造業	<ul style="list-style-type: none"> 食料品、飲料・たばこ・飼料、繊維工業、衣服・その他の繊維製品、木材・木製品、家具・装備品、パルプ・紙・紙加工品、石油製品、プラスチック製品、ゴム製品、なめし革・同製品、窯業・土石に分類される企業 非鉄金属、金属製品等でも生活用品等の生産に関わる企業は、この項目に分類した。
4 その他	<ul style="list-style-type: none"> 上記以外の業種。建設業や製造業に関連した機械器具、部品、部品等を扱う商社もこの項目に分類した。 プラスチック製品や非鉄金属に分類される可能性もあるが、建設業の性格が強いと思われる回答は、この項目に分類した。

図表-10 業種別構成

		合計	構成
全 体		281	100.0%
業 種	印刷関連	46	16.4%
	機械工業	90	32.0%
	その他の製造業	83	29.5%
	その他	32	11.4%
	無回答	30	10.7%

図表-11 業種別構成



(2) 保有する機能

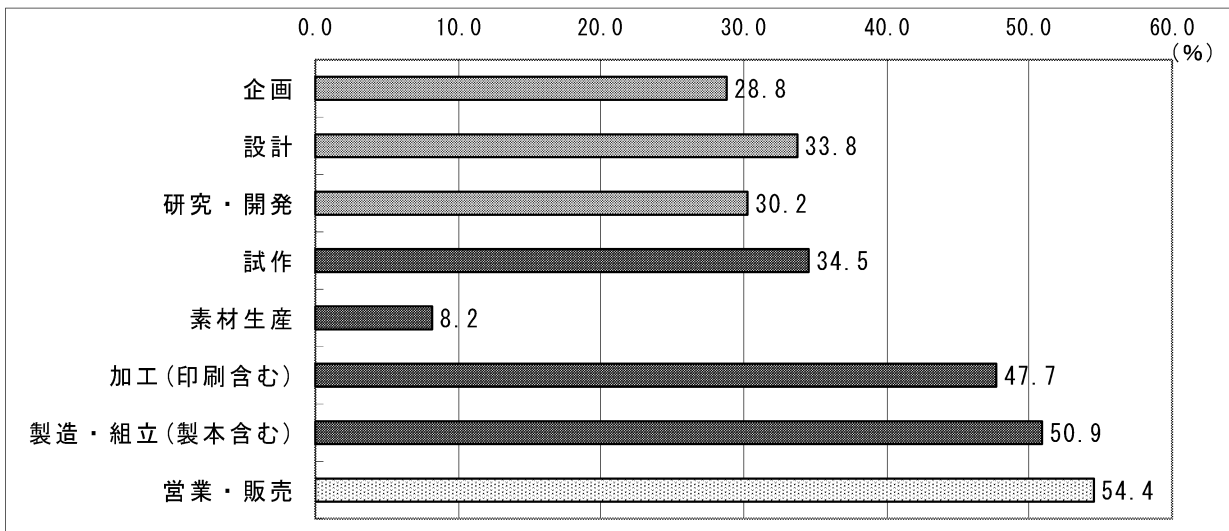
保有する工程、機能の有無を設問した。製造業を調査対象としているが、機能別にみると、「製造・組立(製本を含む)」が50.9%、「加工(印刷含む)」が47.7%となっている。「試作」は34.5%である。「試作」は、組立や加工に比べると、保有率が低くなっている。部品加工等でも量産の前に必ず試作があるわけだが、回答項目の「試作」を試作専業、あるいは試作専用設備と捉えて「なし」と回答した可能性も考えられる。

設計や企画は概ね30%程度が「あり」としている。「企画」が28.8%、「設計」が33.8%、「研究・開発」が30.2%である。

「営業・販売」は54.4%が「あり」としている。中小企業の現場では、取引先との対応に携わる者を営業という場合が多く、「営業・販売」を広く取引先との折衝と捉えると「あり」となる。特に小零細規模の企業では経営者等が営業を兼務する場合が多い。

専業の部署や担当がいなければ「なし」と回答した可能性も考えられる。

図表-12 各機能の保有率



(3) 機能分類

上の設問で8つの機能もしくは工程の有無を質問したものをもとに、保有機能によって業態や操業形態、取引等で特質があると考えられるため、保有機能から回答企業を分類化した。

まず、回答項目のうち「企画」、「設計」、「研究・開発」のいずれか1つでも「あり」とする回答は、商品の企画や製品・部品の開発、設計能力を持つと判断して「設計・開発」とした。「試作」、「素材生産」、「加工」、「製造・組立」のいずれか1つでも「あり」とした回答は生産機能を持つと判断して「生産・加工」とした。「営業・販売」を「あり」とした回答は「営業」とした。

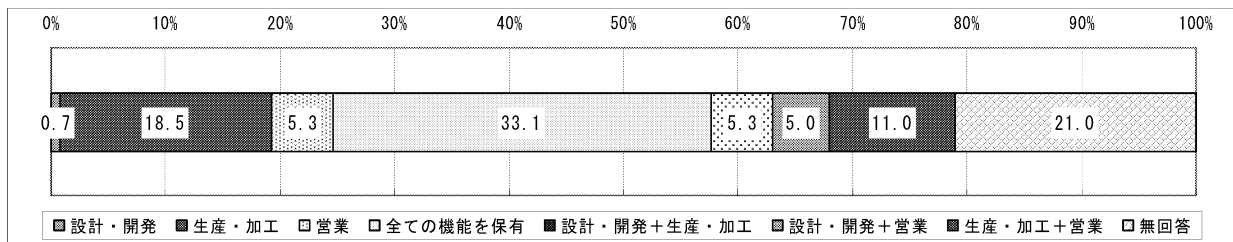
この3つの機能を組み合わせて、次の7つに分類した。①設計・開発、②生産・加工、③営業、④全ての機能を保有(設計・開発+生産・加工+営業)、⑤設計・開発+生産・加工、⑥設計・開発+営業、⑦生産・加工+営業である。この分類による集計結果は図表-14の通りである。設計・開発、生産・加工、営業の全ての機能を保有する企業が33.1%と最も大きな割合を占めて

いる。続いて、生産・加工が18.5%を占めている。営業のみの企業も15社ほどある。

図表-13 機能分類の考え方

分類	内容
1 設計・開発	「1. 企画」、「設計・デザイン」、「研究・開発」のいずれか1つでも「あり」と回答する企業
2 生産・加工	「4. 試作」、「5. 素材生産」、「6. 加工」、「7. 製造・組立」のいずれか1つでも「あり」と回答した企業
3 営業	「8. 営業・販売」を「あり」と回答した企業

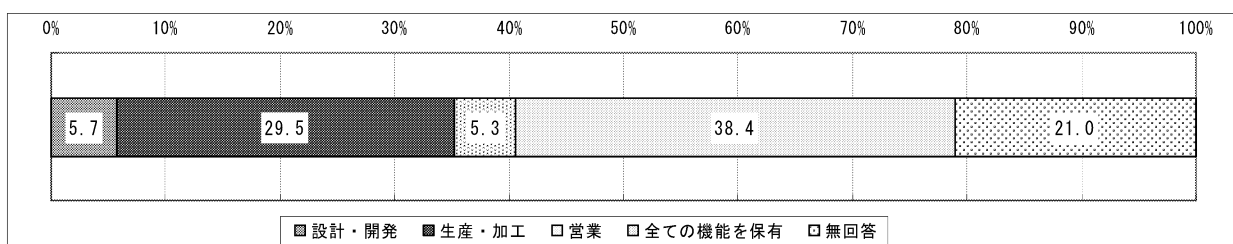
図表-14 機能分類7タイプ



ところで、営業を上に見たように「取引先との対応」と広く捉えた場合、概ねどの企業にも営業の機能はあると考えられ、上の7つの分類の①設計・開発と⑥設計・開発+営業の企業の持つ機能は同じであり、1つの分類にまとめられる。②生産・加工と⑦生産・加工+営業、④全ての機能を保有（設計・開発+生産・加工+営業）と⑤設計・開発+生産・加工もそれぞれ同じようにまとめた。これに営業のみを加えた4つの分類でみた場合の構成は、図表-15のとおりである。

「全ての機能を保有」が38.4%、「生産・加工」が29.5%、「設計・開発」が5.7%となっている。何らかの企画や開発、設計能力を持つ企業からの回答が多くなっている。

図表-15 機能分類4タイプ

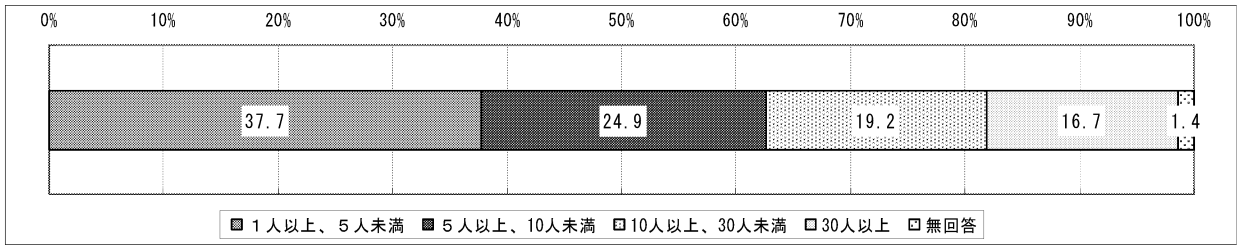


(4) 従業者規模

従業者規模は「1人以上5人未満」が37.7%、「5人以上10人未満」24.9%、「10人以上30人未満」19.2%と、30人未満の企業が81.8%を占めている。

「30人以上」の16.7%、47社の規模別内訳をみると、「30人以上50人未満」が12社、「50人以上100人未満」23社、「100人以上」12社となっている。

図表-16 従業者規模



(5) 業種・従業者規模と機能分類

4つの分類を基に業種別の機能分類をみると、機械工業では90社中「全ての機能を保有」が最も多く、42.2%である。「生産・加工」は40.0%を占め、「設計・開発」は4.4%となっている。開発や設計能力を持つ企業の割合が全体と比較してやや高くなっている。

その他の製造業も機械工業とほぼ同様の構成になっているが、「全ての機能を保有」の構成比が高くなっており、83社中49.4%を占める。「設計・開発」の3.6%を含めても開発・設計能力を持つと思われる割合が、やや高くなっている。印刷関連は「生産・加工」が46社中43.4%と最も構成比が高くなっている。「全ての機能を保有」は32.6%である。製版や印刷、製本に加え印刷物やウェブサイト等の企画やデザインの能力を持つということであろう。その他の業種の32社もみておくと、「設計・開発」18.8%、「全ての機能を保有」18.8%、「生産・加工」6.3%となっている。商品企画やデザイン、設計能力の比重が大きくなっている。また卸売業が含まれているためか「営業」のみの企業も21.9%ある。

従業者規模別に機能分類をみると、従業者規模が大きくなるとともに「全ての機能を保有」の構成比が高くなっている。1人以上5人未満が23.6%、5人以上10人未満が35.7%、10人以上30人未満が50.0%、30人以上では59.6%である。

図表-17 業種・従業者規模と機能分類

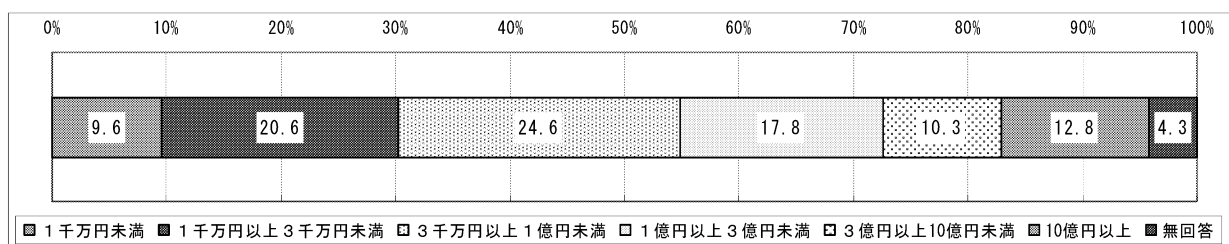
	合計	分類項目 (%)				
		設計・開発	生産・加工	営業	全ての機能を保有	
全体	281	5.7	29.5	38.4	33.1	
業種	印刷関連	46	0.0	43.4	0.0	32.6
	機械工業	90	4.4	40.0	2.2	42.2
	その他の製造業	83	3.6	31.4	2.4	49.4
	その他	32	18.8	6.3	21.9	18.8
従業員規模	1人以上5人未満	106	4.7	31.1	6.6	23.6
	5人以上10人未満	70	5.7	37.1	5.7	35.7
	10人以上30人未満	54	5.6	22.3	3.7	50.0
	30人以上	47	12.6	21.3	4.3	59.6

3) 母集団の概要

(1) 年商規模

「1千万円以上3千万円未満」が20.6%、「3千万円以上1億円未満」24.6%、「1億円以上3億円未満」が17.8%を占めている。

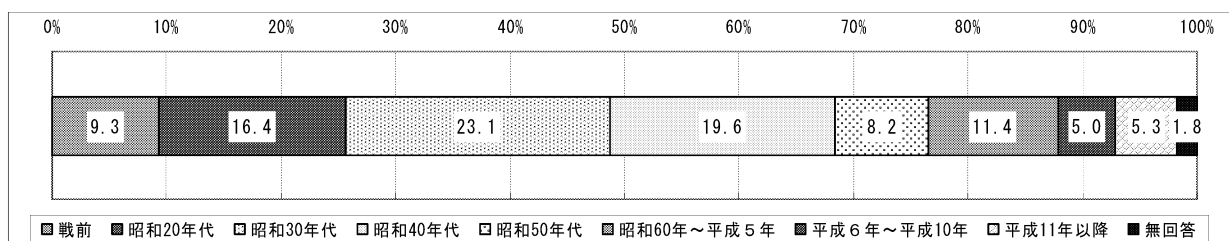
図表－18 年商規模



(2) 操業開始時期

昭和20年代から40年代に操業を始めた企業が多い。「昭和30年代」が最も多く23.1%、「昭和40年代」が19.6%、「昭和20年代」が16.4%となっている。なお、昭和60年から平成11年以降までの回答を合計すると21.7%と高くなっており、新たな起業も見受けられる。

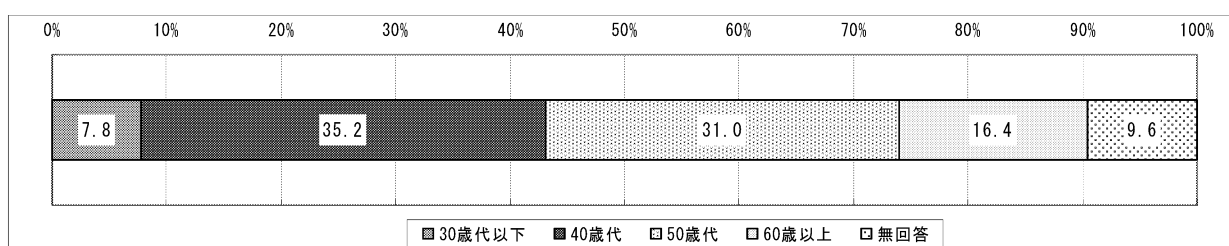
図表－19 操業開始時期



(3) 従業員の平均年齢

40歳代が最も多く35.2%、次いで50歳代が31.0%となっている。

図表－20 従業員の平均年齢



(4) 事業所数

59.8%が1ヶ所とし、32.0%が複数の事業所を持つとしている。複数の事業所を持つものをみると、2ヶ所持つ企業が51社、18.1%ある。3ヶ所以上持つ企業もあり、最大で15ヶ所の事業所を持つとする回答があった。

図表-21 事業所数

No.	カテゴリー名	n	%
1	0箇所	3	1.1
2	1箇所	168	59.8
3	2箇所	51	18.1
4	3箇所	19	6.8
5	4箇所	8	2.8
6	5箇所	1	0.4
7	6箇所以上	11	3.9
	無回答	20	7.1
	全体	281	100.0

4) 取引について

(1) 受注販売地域

この調査は取引地域を「北区」、「23区内」、「国内」、「海外」の4つに区分して設問している。各地域の受注・販売先の事業所数についての設問の合計事業所数は「北区」897件、「23区内」9,568件、「国内」25,184件、「海外」604件となっている。

図表-22 受注販売先事業所数(地域別)

地 域	事業所数(回答された件数の合計)
北 区	897 件
23 区内	9,568 件
国 内	25,184 件
海 外	604 件
合 計	36,253 件

国内から広く仕事を受け、海外からの受注もある。反面、北区内での取引は全体からみるとわずかで取引事業所合計の2.5%である。因みに「北区」の受注・販売先事業所数0件と記入されたものが33.5%、無回答(未記入)が19.2%あった。ただ、業種別にみると、印刷関連は「北区」を0件と記した回答は13.0%に止まり、6件以上とする回答は32.6%であった。印刷関連は他の業種と比べ、区内での取引は多い。

受注・販売額の地域ごとの割合も設問している。「23区内」と「国内」では「0割」から「9割以上10割以下」の各カテゴリーに回答が分散している。「北区」では「0割」45.6%、「1割未満」11.4%、「1割以上3割未満」19.2%というように割合の低いカテゴリーに回答が集中している。金額面からみても都内や国内に受注・販売先は広がっている。

図表-23-1 地域別受注・販売金額割合：北区

No.	カテゴリー名	n	%
1	0割	128	45.6
2	1割未満	32	11.4
3	1割以上、3割未満	54	19.2
4	3割以上、5割未満	13	4.6
5	5割以上、7割未満	4	1.4
6	7割以上、9割未満	4	1.4
7	9割以上、10割以下	10	3.6
	無回答	36	12.8
	全体	281	100.0

図表-23-2 地域別受注・販売金額割合：23区内

No.	カテゴリー名	n	%
1	0割	37	13.2
2	1割未満	9	3.2
3	1割以上、3割未満	35	12.5
4	3割以上、5割未満	36	12.8
5	5割以上、7割未満	37	13.2
6	7割以上、9割未満	48	17.1
7	9割以上、10割以下	45	16.0
	無回答	34	12.1
	全体	281	100.0

図表-23-3 地域別受注・販売金額割合：国内

No.	カテゴリー名	n	%
1	0割	53	18.9
2	1割未満	7	2.5
3	1割以上、3割未満	51	18.1
4	3割以上、5割未満	31	11.0
5	5割以上、7割未満	33	11.7
6	7割以上、9割未満	26	9.3
7	9割以上、10割以下	42	14.9
	無回答	38	13.5
	全体	281	100.0

図表-23-4 地域別受注・販売金額割合：海外

No.	カテゴリー名	n	%
1	0割	212	75.4
2	1割未満	9	3.2
3	1割以上、3割未満	14	5.0
4	3割以上、5割未満	1	0.4
5	5割以上、7割未満	2	0.7
6	7割以上、9割未満	0	0.0
7	9割以上、10割以下	1	0.4
	無回答	42	14.9
	全体	281	100.0

(2) 発注仕入地域

発注・仕入先も受注・販売先と同様の傾向があり、各地域の事業所合計数は「北区」671件、「23区内」5,957件、「国内」71,054件、「海外」111件で、東京、国内に拡がり比重も大きくなっている。

図表-24 発注・仕入先事業所数(地域別)

地 域	事業所数(回答された件数の合計)
北 区	671 件
23 区内	5,957 件
国 内	71,054 件
海 外	111 件
合 計	77,793 件

因みに「北区」の受注・販売先事業所数0件と記入されたものが28.8%、無回答(未記入)が26.7%あった。印刷関連は発注・仕入でも相対的に「北区」に取引先を持つ企業が多く、0件は15.2%に止まり、6件以上は21.7%になっている。

取引金額の割合も受注・販売先と同様に「23区内」と「国内」では「0割」から「9割以上10割以下」の各カテゴリーに回答が分散している。「北区」では「0割」39.1%、「1割未満」6.8%、「1割以上3割未満」21.0%というように割合の低いカテゴリーに回答が集中している。

図表-25-1 地域別発注・仕入金額割合:北区

No.	カテゴリー名	n	%
1	0割	110	39.1
2	1割未満	19	6.8
3	1割以上、3割未満	59	21.0
4	3割以上、5割未満	14	5.0
5	5割以上、7割未満	8	2.8
6	7割以上、9割未満	4	1.4
7	9割以上、10割以下	6	2.1
	無回答	61	21.7
	全体	281	100.0

図表-25-2 地域別発注・仕入金額割合:23区

No.	カテゴリー名	n	%
1	0割	32	11.4
2	1割未満	5	1.8
3	1割以上、3割未満	32	11.4
4	3割以上、5割未満	29	10.3
5	5割以上、7割未満	38	13.5
6	7割以上、9割未満	49	17.4
7	9割以上、10割以下	36	12.8
	無回答	60	21.4
	全体	281	100.0

図表-25-3 地域別発注・仕入金額割合:国内

No.	カテゴリー名	n	%
1	0割	62	22.1
2	1割未満	2	0.7
3	1割以上、3割未満	46	16.4
4	3割以上、5割未満	28	10.0
5	5割以上、7割未満	23	8.2
6	7割以上、9割未満	23	8.2
7	9割以上、10割以下	32	11.4
	無回答	65	23.1
	全体	281	100.0

図表-25-4 地域別発注・仕入金額割合:海外

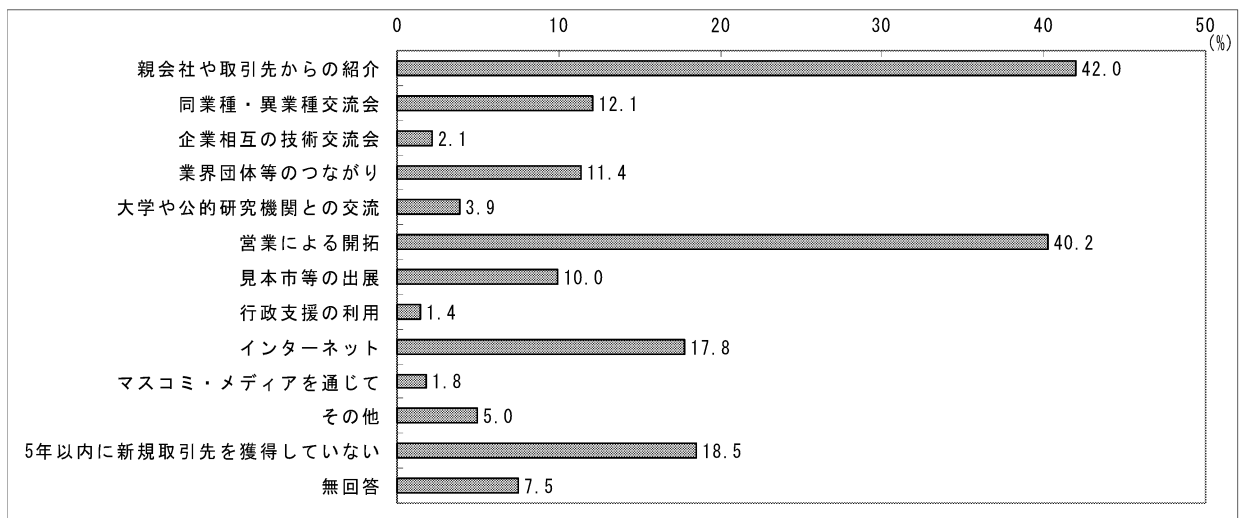
No.	カテゴリー名	n	%
1	0割	187	66.5
2	1割未満	7	2.5
3	1割以上、3割未満	8	2.8
4	3割以上、5割未満	6	2.1
5	5割以上、7割未満	0	0.0
6	7割以上、9割未満	4	1.4
7	9割以上、10割以下	2	0.7
	無回答	67	23.8
	全体	281	100.0

(3) 新規取引先の獲得

この5年間に新しい取引先を開拓したかどうかについての設問では、281社中52社、18.5%が「5年以内に新規取引先を獲得していない」としている。

「獲得していない」52社と無回答の21社を除いた208社の新規開拓の方法、経路は「親会社や取引先からの紹介」56.6%と「営業による開拓」54.3%（ともに281社を母数に構成比を算出）が目立った割合を示している。

図表-26 5年以内の新規取引先の獲得



機能分類別の新規開拓の状況をみると、生産・加工型の「5年以内に新規取引先を獲得していない」割合が高く22.9%となっている。新規開拓の方法をみると、どの分類も「親会社や取引

先からの紹介」の割合が高くなっている。その他の方法をみると、生産・加工型は「営業による開拓」の割合が31.3%と他の分類に比べ低い。全て保有型は50.0%、回答数が少ないが設計・開発型は62.5%、営業型は66.7%である。生産・加工型は「大学や公的研究機関との交流」や「見本市等の出展」の割合も相対的に低い。機械工業やその他の製造業のなかの生産・加工型は部品加工やユニットの組立を手掛けている場合が多いと考えられ、それらの部品は標準品というよりは、長期継続取引を前提とした特定のメーカーの特定の品目、品種の専用部品である場合が多いのではないかと考えられる。これに対して全て保有型や設計・開発型は開発・設計ができることから特定のメーカーや特定の品目、品種に限定しない標準品的な自社製品を持ち、営業活動や展示会を通じて広く取引先を開拓できる。このような違いが生産・加工型と全て保有型や設計・開発型との新規開拓や開拓の方法の違いに顕れていると考えられる。

業種別に新規開拓の状況を見ると、その他の業種の「5年以内に新規取引先を獲得していない」割合が他の業種に比べて低く、「営業開拓による開拓」の割合が59.4%と他の業種に抜きんで高い。これは、商社や代理店を含んでいることによるものだと考えられる。続けて新規開拓の方法をみていくと、業種による違いは大きくないが、印刷関連では「同業種・異業種交流会」を通じた新規開拓が23.9%あり、特徴的である。北区では印刷業やその関連業種の交流会活動が活発ということだろうか。その他の製造業では「インターネット」を使った新規開拓の割合が26.5%と他の業種と比べ高くなっている。

従業者規模別に状況を見ると、小規模なほど「新規取引先を獲得していない」割合が高くなっている。「1人以上5人未満」の規模は29.2%と全体と比べて割合が高く、「5人以上10人未満」の規模でも20.0%とやや高くなっている。新規開拓の方法をみると、相対的に人材に余裕があると考えられる「30人以上」の規模の企業は、本来の営業活動の他にも色々な機会を使って新規取引先を開拓しているようである。他の規模に比べ「同業種・異業種交流会」、「見本市等への出展」、「インターネット」等も活用し、新規開拓に繋げているようである。

図表-27 機能分類別・業種別・従業者規模別5年以内の新規取引先の獲得

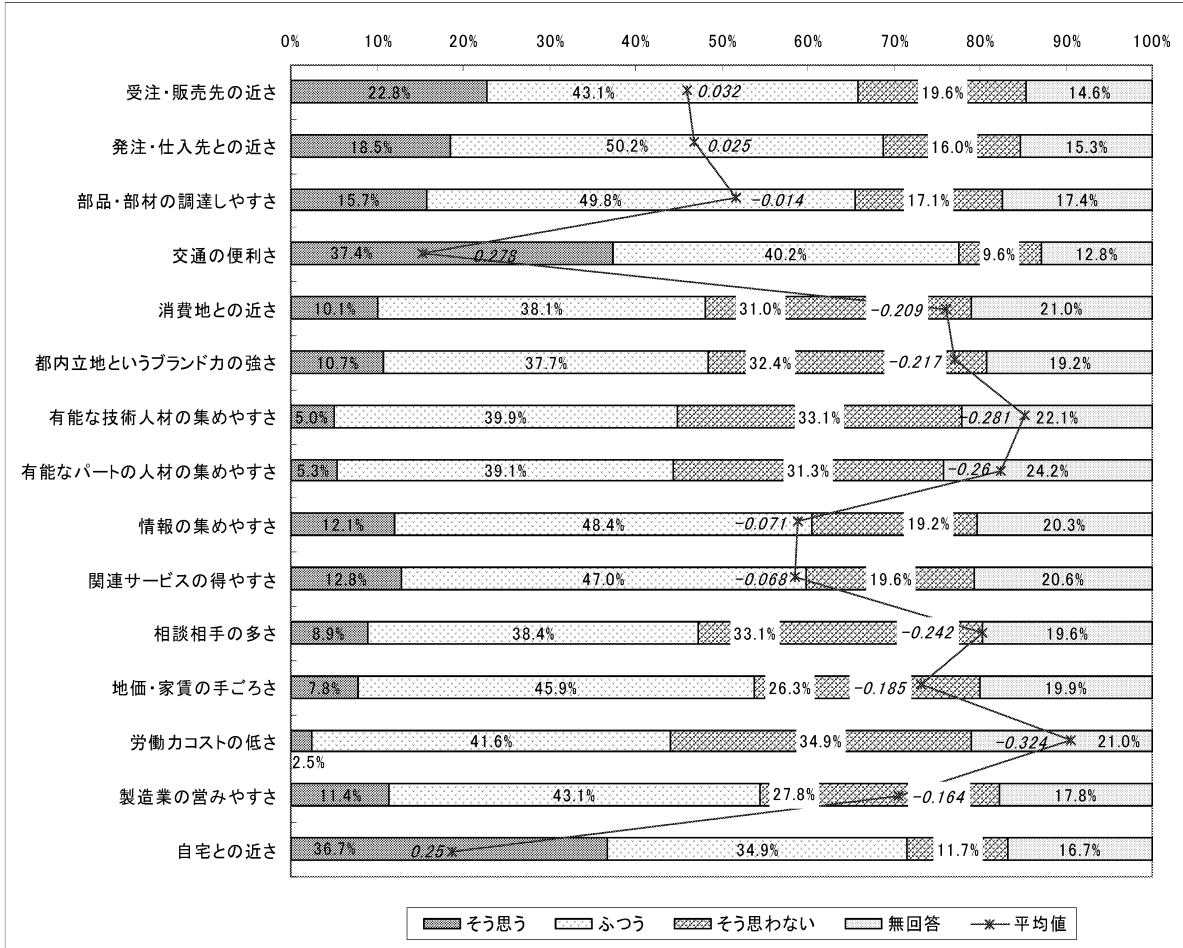
	合計	1(3). 5年以内の新規取引先の獲得												
		親会社や取引先からの紹介	同業種・異業種交流会	企業相互の技術交流会	業界団体等のつながり	大学や公的研究機関との交流	営業による開拓	見本市等の出展	行政支援の利用	インターネット	マスコミ・メディアを通じて	その他	5年以内に新規取引先を獲得していない	無回答
全体	281	42.0	12.1	2.1	11.4	3.9	40.2	10.0	1.4	17.8	1.8	5.0	18.5	7.5
機能分類														
設計・開発	16	56.3	6.3	6.3	25.0	6.3	62.5	25.0	0.0	37.5	0.0	0.0	0.0	0.0
生産・加工	83	42.2	13.3	1.2	9.6	0.0	31.3	6.0	1.2	13.3	2.4	3.6	22.9	6.0
営業	15	46.7	0.0	0.0	6.7	6.7	66.7	6.7	0.0	0.0	0.0	6.7	13.3	0.0
全ての機能を保有	108	49.1	14.8	1.9	14.8	8.3	50.0	15.7	2.8	29.6	2.8	8.3	13.9	1.9
業種														
印刷関連	46	50.0	23.9	2.2	8.7	2.2	37.0	4.3	0.0	15.2	0.0	2.2	23.9	4.3
機械工業	90	40.0	8.9	3.3	10.0	4.4	33.3	14.4	3.3	17.8	1.1	4.4	21.1	8.9
その他の製造業	83	37.3	9.6	1.2	12.0	4.8	42.2	6.0	0.0	26.5	2.4	6.0	20.5	4.8
その他	32	56.3	6.3	3.1	18.8	0.0	59.4	12.5	0.0	3.1	0.0	3.1	6.3	6.3
従業員規模														
1人以上、5人未満	106	28.3	13.2	3.8	10.4	3.8	17.0	1.9	0.0	10.4	1.9	5.7	29.2	12.3
5人以上、10人未満	70	42.9	10.0	1.4	8.6	2.9	38.6	10.0	1.4	11.4	0.0	5.7	20.0	4.3
10人以上、30人未満	54	46.3	5.6	0.0	13.0	3.7	53.7	9.3	1.9	31.5	1.9	5.6	11.1	5.6
30人以上	47	63.8	21.3	2.1	17.0	6.4	80.9	29.8	4.3	29.8	4.3	2.1	2.1	2.1

5) 操業環境について

(1) 北区の操業環境

北区の操業環境について、15の項目を挙げて評価を求めた。取引先との近接性も含めた交通条件、人材の確保、家賃や賃金等の費用、都市イメージなどで評価を求めた内容である。

図表-28 現在の操業環境



どの評価項目も「ふつう」とする回答が半数前後を占める。無回答が20%前後あり、この設問で挙げられた評価項目に対して、特に意識がない、もしくは判断がつかねたのではないかと考えられる。それぞれの項目に対して良否の判断をした回答は30%前後であったが、「そう思う」という肯定する回答よりも「そう思わない」という否定的な回答の割合が、やや多い項目が多い。「そう思う」を1点、「そう思わない」を-1点、「ふつう」を0点と評価を点数化し合計して、それぞれの項目の平均値を示したのが図表-28である。評価がプラスになっているのは「受注・販売先の近さ」、「発注・仕入先との近さ」、「交通の便利さ」といった交通条件である。「交通の便利さ」は相対的に高い値になっている。「自宅との近さ」も0.25と高い。残りの11項目はマイナスの評価になっている。「労働コストの低さ」の値が-0.324と相対的に大きい。

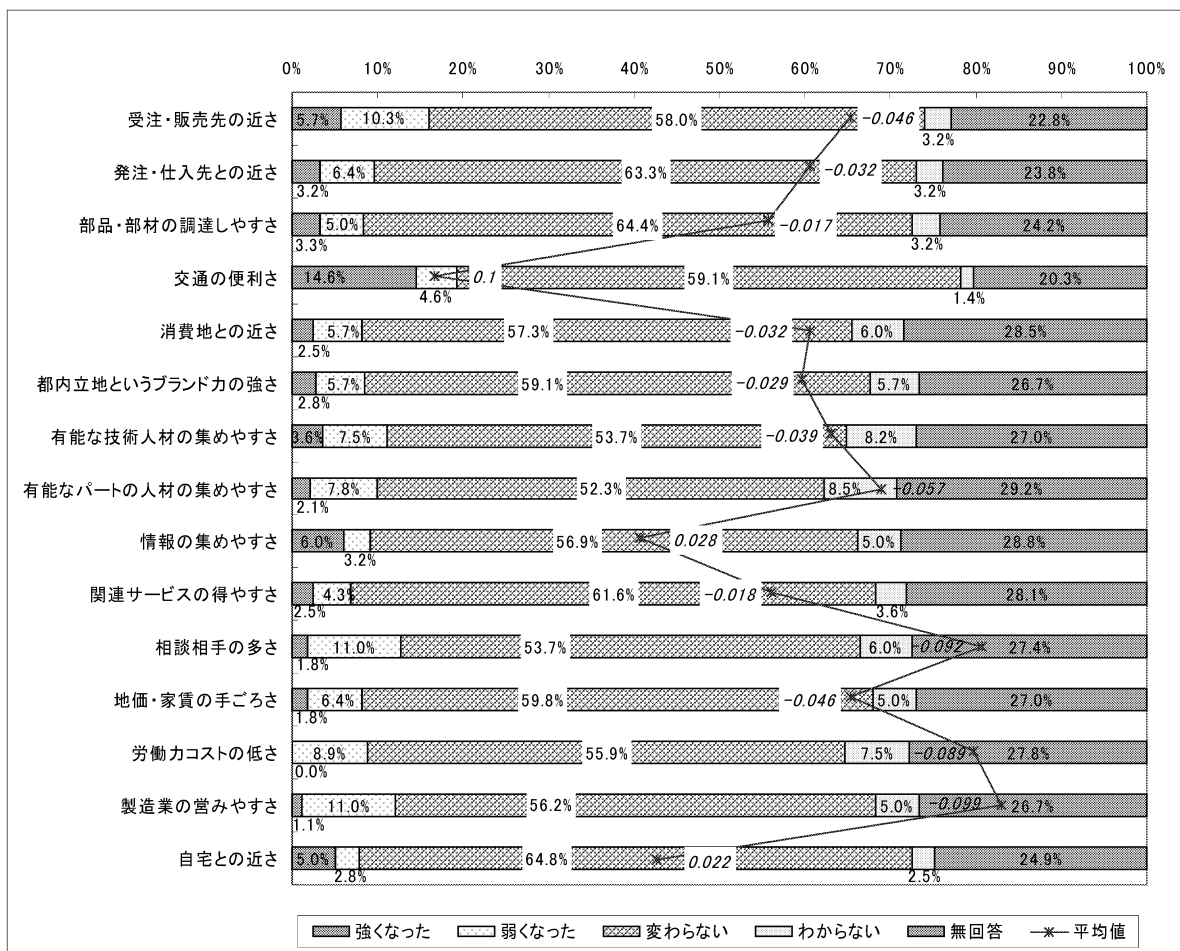
(2) 操業環境の変化

操業環境が10年前に比べ変化しているのかどうか、北区の立地上の優位性になっているのか

どうかの質問も併せて設けた。

どの項目も「変わらない」とする回答が 50～60%程度を占めている。判断がつかないと思われる「わからない」や無回答も 25～30%程度を占めている。「強くなった」、「弱くなった」という作業環境の変化があったとした回答は 10～15%程度であり、総じて「弱くなった」とする回答の割合の方が高くなっている。ここでも評価を点数化してみると、どの項目もわずかであるがマイナスになっている。「交通の便利さ」「情報の集めやすさ」「自宅との近さ」の3項目だけがプラスになっている。交通条件が良くなったとする判断は、東京メトロ南北線の開通や首都高速中央環状線の開通によるものとも考えられる。

図表-29 作業環境の変化



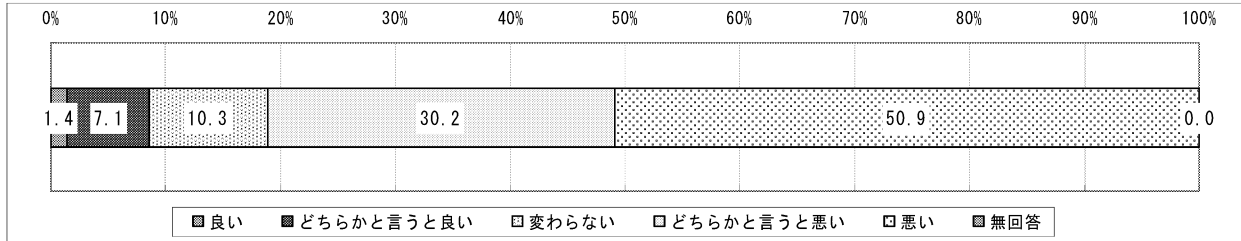
6) 現在の経営状況

(1) 前年同期と比較した景況

現在の経営状況についても調査した。まず前年との比較を設問した。この調査を実施したのは7月である。2008年の7月頃、景気は後退気味ではあったが、金融危機が起こる前であり、景気の水準はまだ悪くはない時期との比較で回答が寄せられたと考えられる。

「変わらない」とする回答が 10.3%あるが、「どちらかと言うと悪い」が 30.2%、「悪い」が 50.9%と 80%程度が悪い状況にある。

図表-30 前年同期と比較した景況



機能分類別に、生産・加工型と全て保有型を比べてみると、「悪い」とする回答は生産・加工型が 60.2%に対して全て保有型は 48.1%である。景況が良い方の回答は、生産・加工型には「良い」とする回答はないが、全て保有型には 2.8%ある。「どちらかと言えば良い」は生産・加工型の 1.2%に対して全て保有型が 13.0%となっている。生産・加工型の方が状況は良くない。設計・開発型、営業型をみると生産・加工型に比べ回答は分散し、最も大きな割合を「どちらかと言うと悪い」が約半数を占めている。このように他の機能分類と比べても生産・加工型は厳しい状況であり、部品の発注量や印刷物の外注等の落ち込みが激しいということであろうか。

図表-31 機能分類別・業種別・従業員別前年同期と比較した景況

	合計	2(2). 前年同期と比較した景況					
		良い	どちらか と言うと 良い	変わら ない	どちらか と言うと 悪い	悪い	無回答
全体	281	1.4	7.1	10.3	30.2	50.9	0.0
機能分類							
設計・開発	16	0.0	6.3	6.3	50.0	37.5	0.0
生産・加工	83	0.0	1.2	9.6	28.9	60.2	0.0
営業	15	6.7	13.3	6.7	46.7	26.7	0.0
全ての機能を保有	108	2.8	13.0	12.0	24.1	48.1	0.0
業種							
印刷関連	46	0.0	10.9	10.9	34.8	43.5	0.0
機械工業	90	1.1	5.6	12.2	20.0	61.1	0.0
その他の製造業	83	1.2	6.0	7.2	32.5	53.0	0.0
その他	32	3.1	9.4	6.3	31.3	50.0	0.0
従業員規模							
1人以上、5人未満	106	0.9	6.6	5.7	34.0	52.8	0.0
5人以上、10人未満	70	1.4	5.7	12.9	25.7	54.3	0.0
10人以上、30人未満	54	1.9	5.6	16.7	35.2	40.7	0.0
30人以上	47	2.1	12.8	8.5	21.3	55.3	0.0

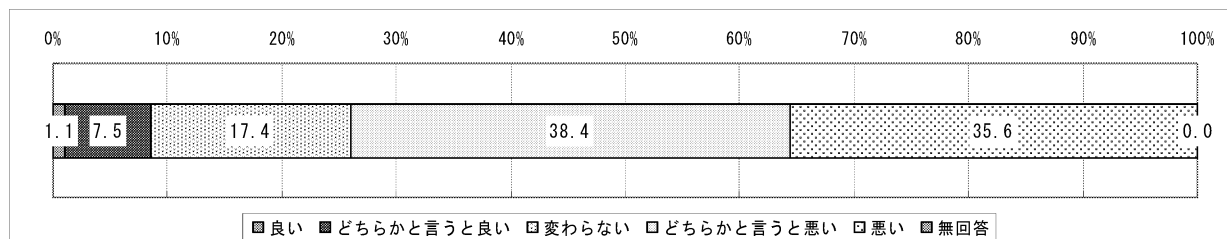
業種別にみると、どの業種も全体と同じ傾向にあるが、耐久消費財や生産財を中心とした機械工業の「悪い」とする回答が 61.1%と高くなっている。エコカー減税等で需要が喚起されているとはいえ、世界的な景気後退が直撃した自動車の生産の落ち込み等が直接影響していると考えられる。印刷関連は他の業種に比べると回答が分散しており、「どちらかと言うと良い」が 10.9%ある。他の業種に比べると景況はやや良いともいえるのではないかな。

従業員規模別では、10人以上30人未満の規模の「悪い」とする割合が他の規模に比べ低く 40.7%である。「良い」とする回答は若干ではあるが、規模が大きくなるにしたがって割合が高くなり、「どちらかと言うと良い」は30人以上の規模が 12.8%と他の規模より割合が高い。従業員規模の大きい方が、やや状況は良い。

(2) 今後の見通し

今後の見通しをどのように見ているだろうか。「良い」1.1%、「どちらかと言えば良い」7.5%、「変わらない」17.4%、「どちらかと言えば悪い」38.4%、「悪い」35.6%となっている。見通しには厳しさがあるが、現状よりはやや良い状況を予測しているとも考えられる。

図表-32 今後の見通し



機能分類別にみると、現状が厳しい生産・加工型が先行きに対しても見方が厳しく、「悪い」とする回答が 47.0%と他の分類に比べ割合が高くなっている。業種別では、その他の業種は相対的に楽観的なように考えられ、「良い」3.1%、「どちらかと言えば良い」12.5%と他の業種に比べ割合が高い。機械工業も 10.0%が「どちらかと言えば良い」と回答しており、わずかながらでも先行きに明るい見通しを持っている企業がある。

図表-33 機能分類別・業種別・従業員別今後の見通し

	合計	2(3). 今後の見通し					
		良い	どちらかと言うと良い	変わらない	どちらかと言うと悪い	悪い	無回答
全体	281	1.1	7.5	17.4	38.4	35.6	0.0
機能分類							
設計・開発	16	0.0	18.8	12.5	50.0	18.8	0.0
生産・加工	83	0.0	1.2	14.5	37.3	47.0	0.0
営業	15	6.7	13.3	13.3	33.3	33.3	0.0
全ての機能を保有	108	1.9	13.0	21.3	31.5	32.4	0.0
業種							
印刷関連	46	0.0	2.2	23.9	32.6	41.3	0.0
機械工業	90	0.0	10.0	13.3	35.6	41.1	0.0
その他の製造業	83	1.2	4.8	12.0	45.8	36.1	0.0
その他	32	3.1	12.5	9.4	40.6	34.4	0.0
従業員規模							
1人以上、5人未満	106	0.0	3.8	17.0	39.6	39.6	0.0
5人以上、10人未満	70	1.4	5.7	14.3	37.1	41.4	0.0
10人以上、30人未満	54	1.9	14.8	20.4	35.2	27.8	0.0
30人以上	47	2.1	8.5	19.1	40.4	29.8	0.0

従業員規模別では規模が大きいほど先行きに対して相対的に楽観的な見方をもっているようで10人以上30人未満の「どちらかと言えば良い」の14.8%が目立っている。

(3) 10年前との比較

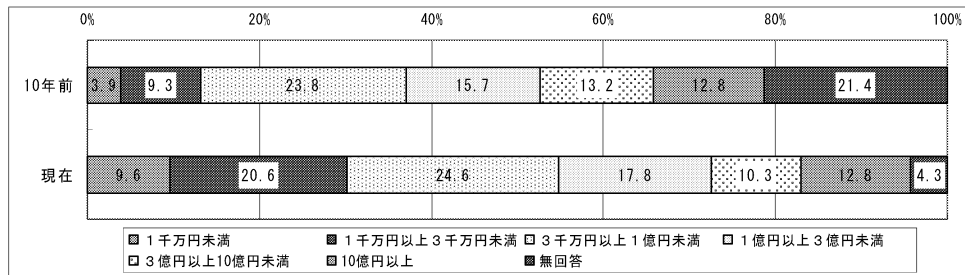
現在の従業員規模と売上高と並んで10年前の従業員規模、売上も質問している。10年前の1999年前後の経済情勢を振り返ると、バブル崩壊後の景気回復は97年第2四半期から後退期に入り、99年第1四半期から再び景気が回復に向かっている。「ITバブル」が起こったのもこの時期である。その後、「ITバブル」が崩壊し、景気は後退したものの1年程で回復に向かい、「実感なき景気拡大」と言われながらも2002年初めから戦後最長の拡大期を経験した。そして今回の急激

な景気減速に直面するわけである。

このような10年間の経過を挟んだ2つの時期を比較するわけだが、10年前は景気拡大期にあったこと、GDPの推移や規模をみても10年前の方が業況は良かったのではないかと。なお、10年前の売上高と従業者規模ともに回答率が低く、20%以上が無回答になっているため、参考的な検討になると思われる。10年前のものは無回答を除いて構成比を算出して現在と比較した。

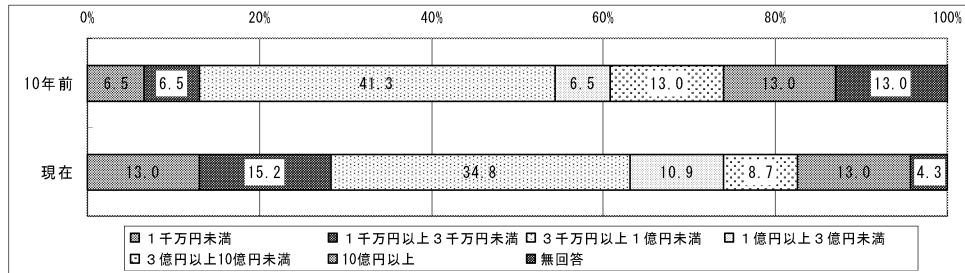
売上高から比較すると、「3千万円以上1億円未満」からそれ以上の階級では10年前の方が構成比が高く、3千万円未満の階級では10年前の方の構成比が低くなっている。単数回答方式のため具体的な売上はわからないが、全体の平均的な売上水準は10年前が高くなっている。

図表-34 10年前と現在の売上高比較

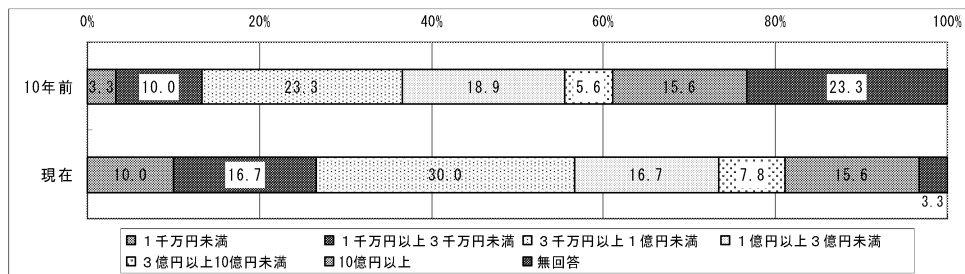


業種別には、どの業種も10年前の方が売上水準は高い。そのなかで、その他の製造業の現在の売上高の分布は「1億円以上3億円未満」と「1千万円以上3千万円未満」にピークがある。企業規模にもよるが、業況の良し悪しが二極化しているとも思われる。

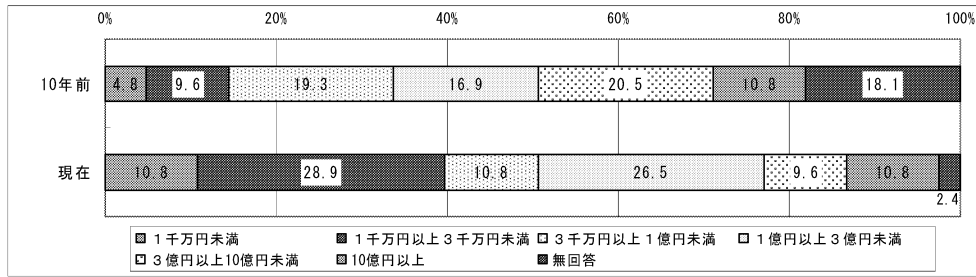
図表-35-1 業種別10年前と現在の売上高比較:印刷関連



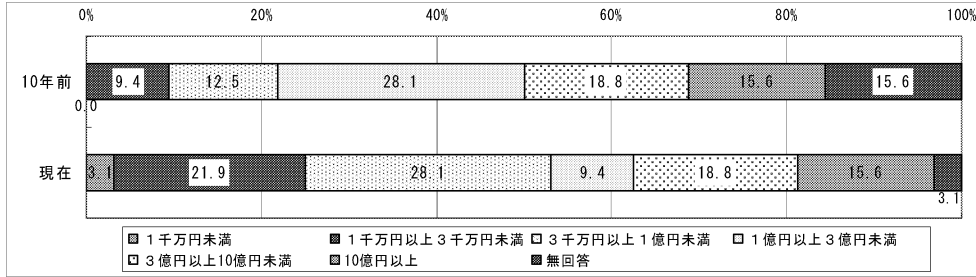
図表-35-2 業種別10年前と現在の売上高比較:機械工業



図表-35-3 業種別 10年前と現在の売上高比較:その他の製造業

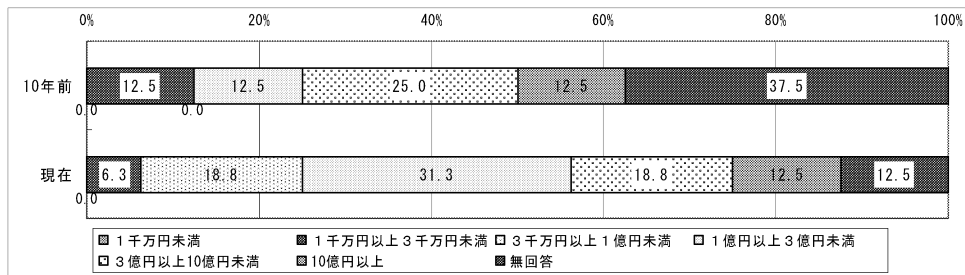


図表-35-4 業種別 10年前と現在の売上高比較:その他

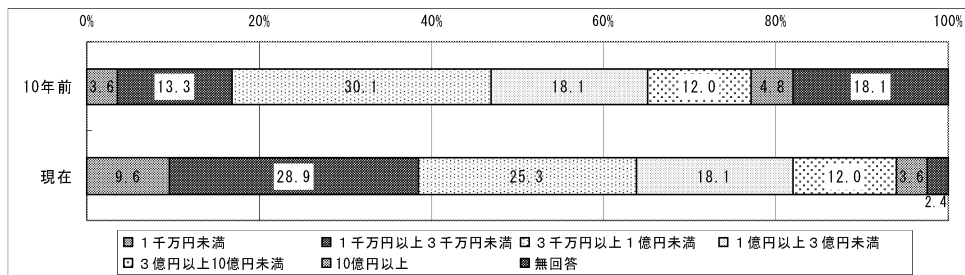


機能分類別には、全て保有型の相対的に現在の落ち込みが小さいとも考えられる。一方、設計・開発型は落ち込みが大きい。

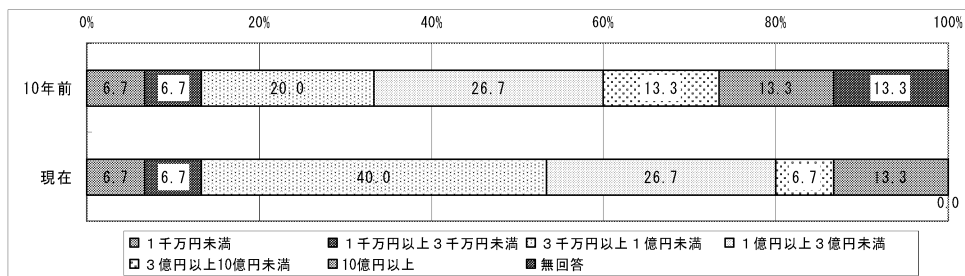
図表-36-1 機能別 10年前と現在の売上高比較:設計・開発型



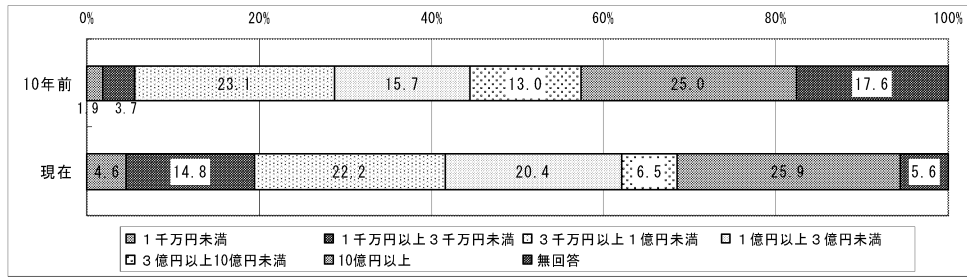
図表-36-2 機能別 10年前と現在の売上高比較:生産・加工型



図表-36-3 機能別 10年前と現在の売上高比較:営業型

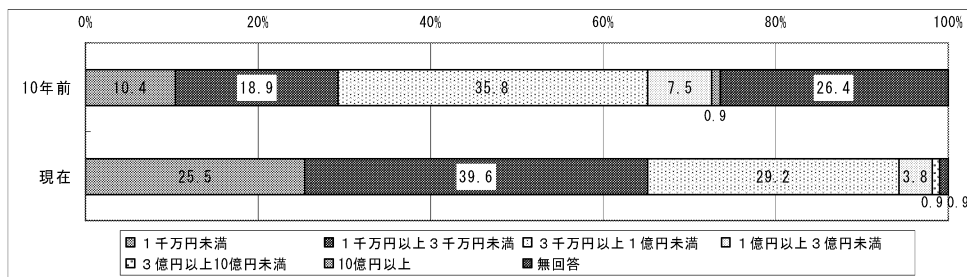


図表-36-4 機能別 10年前と現在の売上高比較: 全て保有型

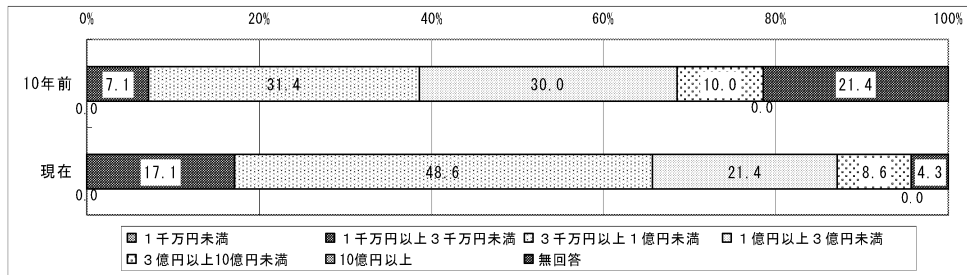


従業員規模別では、5人未満の規模と30人以上の規模の落ち込みは相対的に小さく、10人以上30人未満の規模の落ち込みが大きいと思われる。

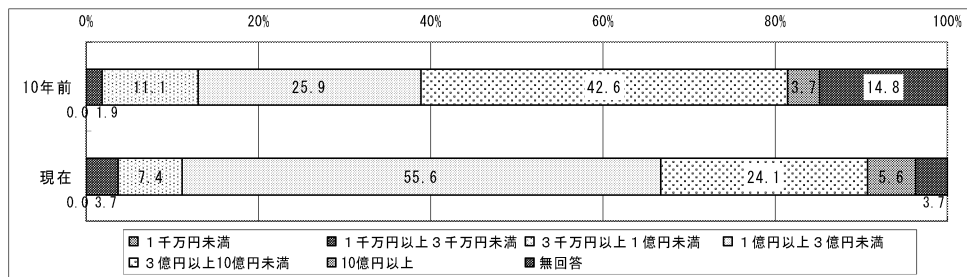
図表-37-1 規模別 10年前と現在の売上高比較: 1人以上5人未満



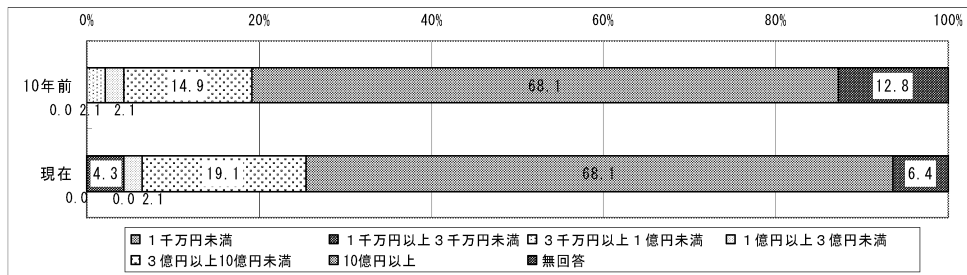
図表-37-2 規模別 10年前と現在の売上高比較: 5人以上10人未満



図表-37-3 規模別 10年前と現在の売上高比較: 10人以上30人未満

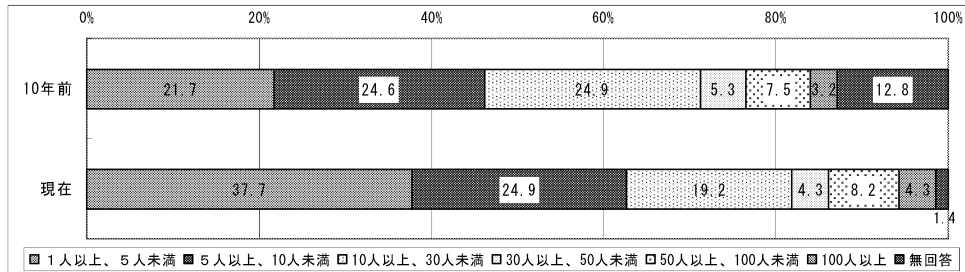


図表-37-4 機能別 10年前と現在の売上高比較: 30人以上



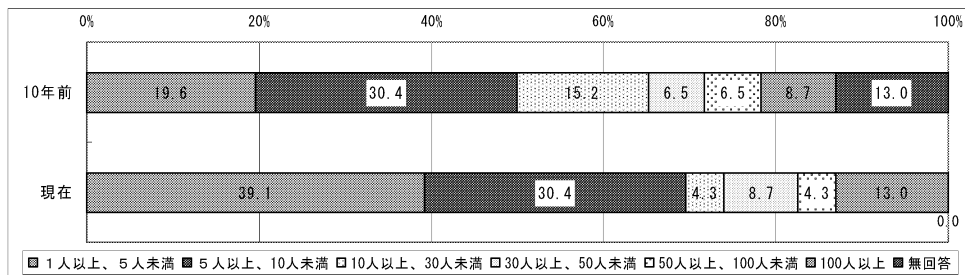
従業者規模の分布をみると、10年前に比べると「1人以上5人未満」の割合が高くなり、その他の規模が低くなっている。全体的に従業者数は縮小傾向にある。現在の1社（回答）当たり平均従業者数24.56名に対して、10年前は25.36名である。

図表－38 10年前と現在の規模比較

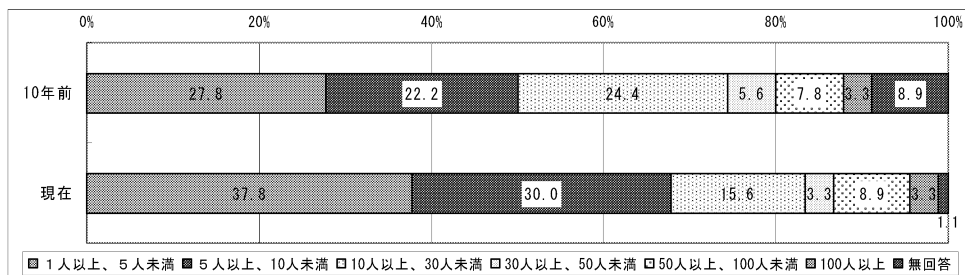


業種別にみると、機械工業除き10年前は「10人以上30人未満」もしくは「5人以上10人未満」の規模の割合が高かったが、現在ではどの業種も「1人以上5人未満」の割合が高くなっている。その他の製造業は「10人以上30人未満」が「1人以上5人未満」と同じ34.9%を占めている。

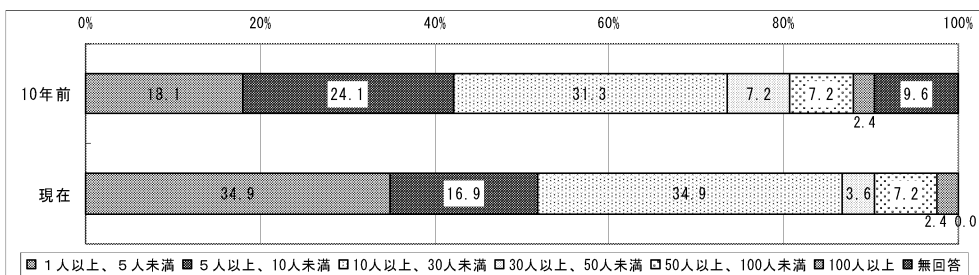
図表－39-1 業種別10年前と現在の規模比較：印刷関連



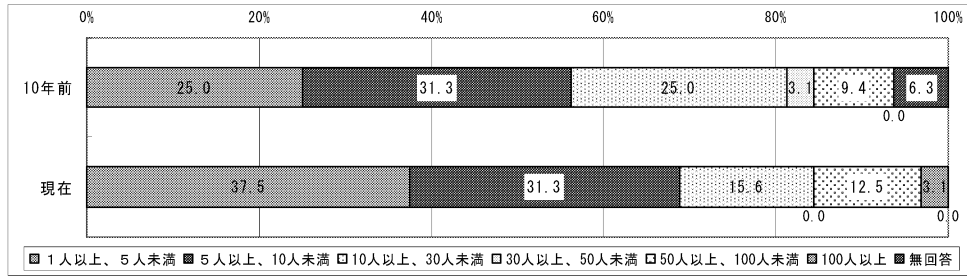
図表－39-2 業種別10年前と現在の規模比較：機械工業



図表－39-3 業種別10年前と現在の規模比較：その他の製造業

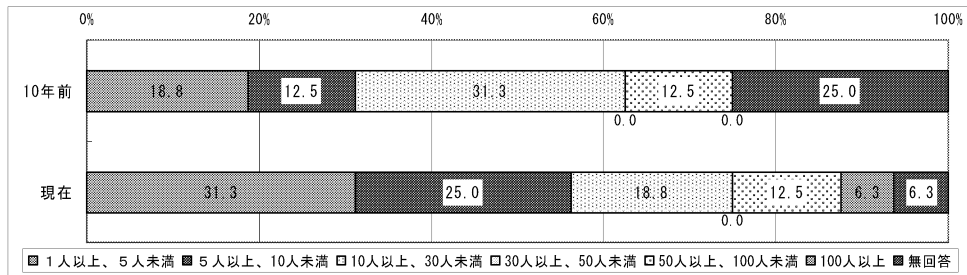


図表-39-4 業種別 10年前と現在の規模比較:その他

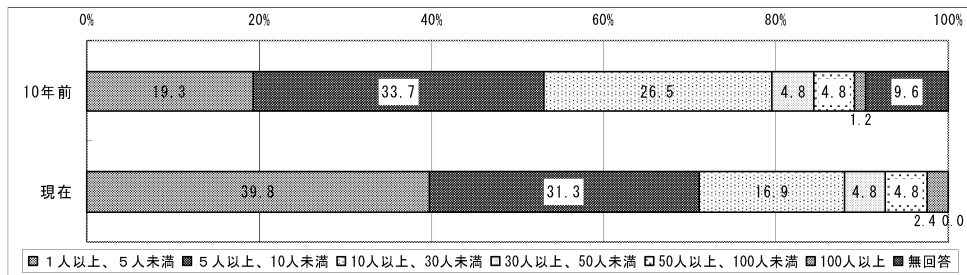


機能分類別でも10年前は「10人以上30人未満」もしくは「5人以上10人未満」の割合が高かったものが、現在は「1人以上5人未満」規模の割合が高くなる傾向がある。そのなかでも設計・開発型の規模別分布をみると、規模の縮小が著しいと思われる。一方、全て保有型は「10人以上30人未満」の割合は低くなってはいるが、規模別の分布は変化が小さく縮小は相対的に小幅と思われる。

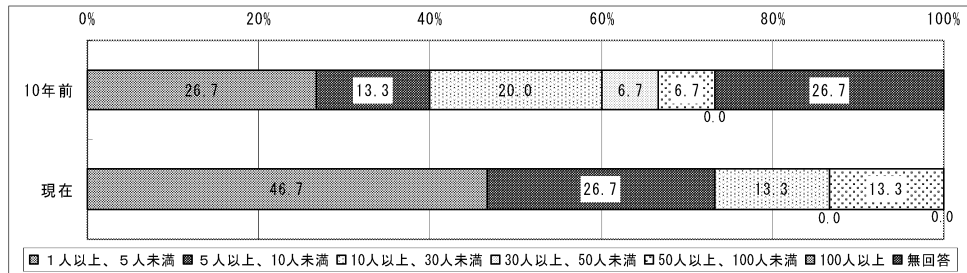
図表-40-1 機能別 10年前と現在の規模比較:設計・開発型



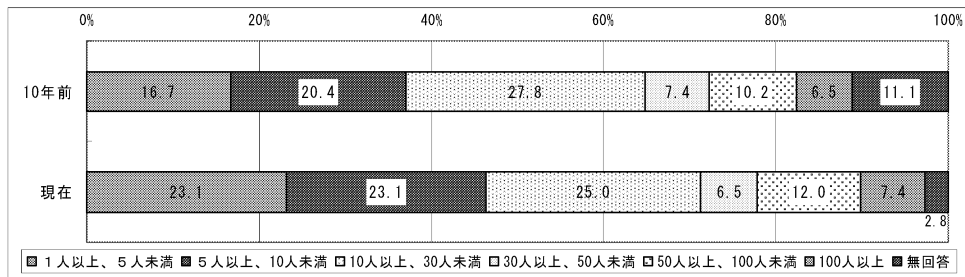
図表-40-2 機能別 10年前と現在の規模比較:生産・加工型



図表-40-3 機能別 10年前と現在の規模比較:営業型



図表-40-4 機能別 10年前と現在の規模比較: 全て保有型



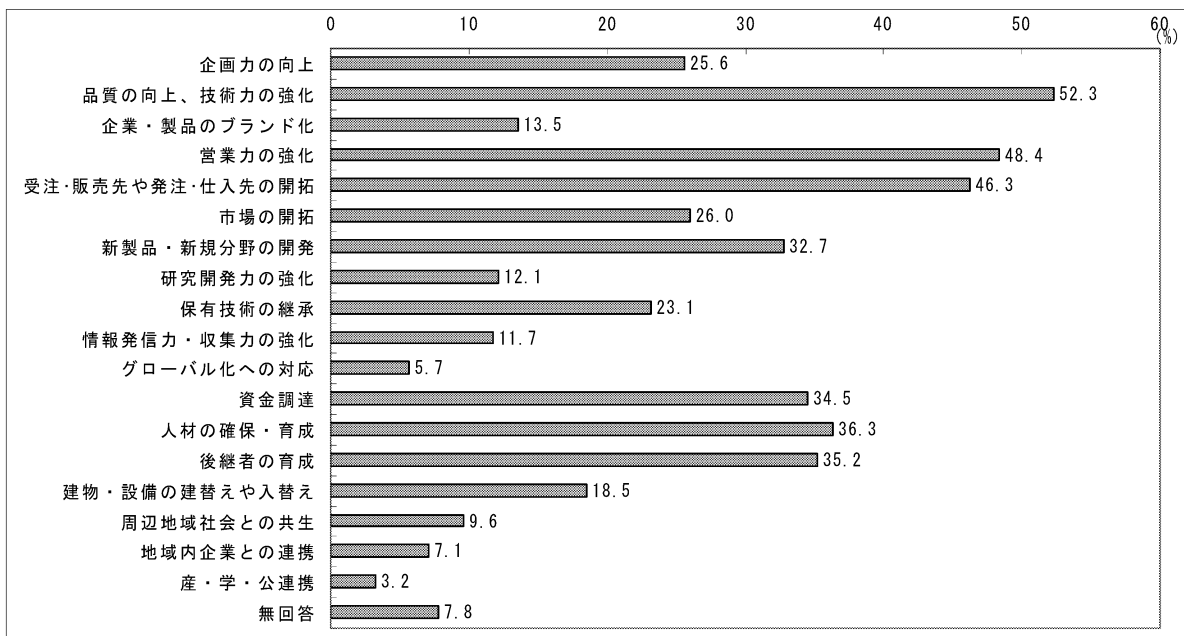
従業者規模の縮小は、現在の厳しい経済情勢によるパート等削減といった一過性の要因だけではなく、趨勢的な現象ではないかとも考えられる。新興工業国との競争に対応するため、人件費等固定費を減らし、生産性を高める方向にあるとも考えられる。

7) 経営上の課題

(1) 現在の課題

厳しい業況にあるが、現在の経営上の課題に対する設問では「品質の向上、技術力の強化」52.3%、「営業力の強化」48.4%、「受注・販売先や発注・仕入先の開拓」46.3%が高い割合を示している。「人材の確保・育成」36.3%、「後継者の育成」35.2%、「資金調達」34.5%、「新製品・新規分野の開発」32.7%で3割を超えた回答となった。

図表-41 重要だと感じる経営上の課題



機能分類別にみると、生産・加工型では全体の傾向と同じように「品質の向上、技術力の強化」59.0%、「受注・販売先や発注・仕入先の開拓」57.8%、「保有技術の継承」が30.1%と他の分類と比べ高い割合を示しているが、経営の継続が技能・技術に依拠している生産・加工型の特徴

である。「人材の確保・育成」39.8%が他の分類に比べ相対的に高い割合にあるのも「保有技術の継承」と関連していると考えられる。「建物・設備の建替えや入替え」も27.7%と他の分類に比べ高い割合を示している。生産設備の優劣が生産性や付加価値性に少なからず影響を持つことによる結果と考えられる。全て保有型は「品質の向上、技術力の強化」が最も高い割合にあるが、「新製品・新規分野の開発」50.9%が目立った割合を示し、他の業種よりも高い割合にある。「企画力の向上」33.3%、「研究開発力の強化」20.4%も相対的に高い割合である。自社製品を持つ場合や設計を含めた受注が多いこの分類の特徴と考えられる。「人材の確保・育成」も43.5%と高い割合にあるが、企画や開発、設計に携わる人材を求めている部分も大きいのではないかと推察される。

業種別にみると、印刷関連では「品質の向上、技術力の強化」60.9%、「営業力の強化」60.9%、「受注・販売先や発注・仕入先の開拓」47.8%が目立っている。機械工業も「品質の向上、技術力の強化」が最重要課題で61.1%の回答があった。その他の製造業は、「品質の向上、技術力の強化」が44.6%と最も高い回答割合を示しているが、「企画力の向上」が33.7%、「企業・製品のブランド化」21.7%、「新製品・新規分野の開発」43.4%と他の業種と比べて高い割合を示している。自社製品を持つ企業が多い結果ではないかと推察される。

図表-42 機能分類別・業種別・従業員規模別重要だと感じる経営上の課題

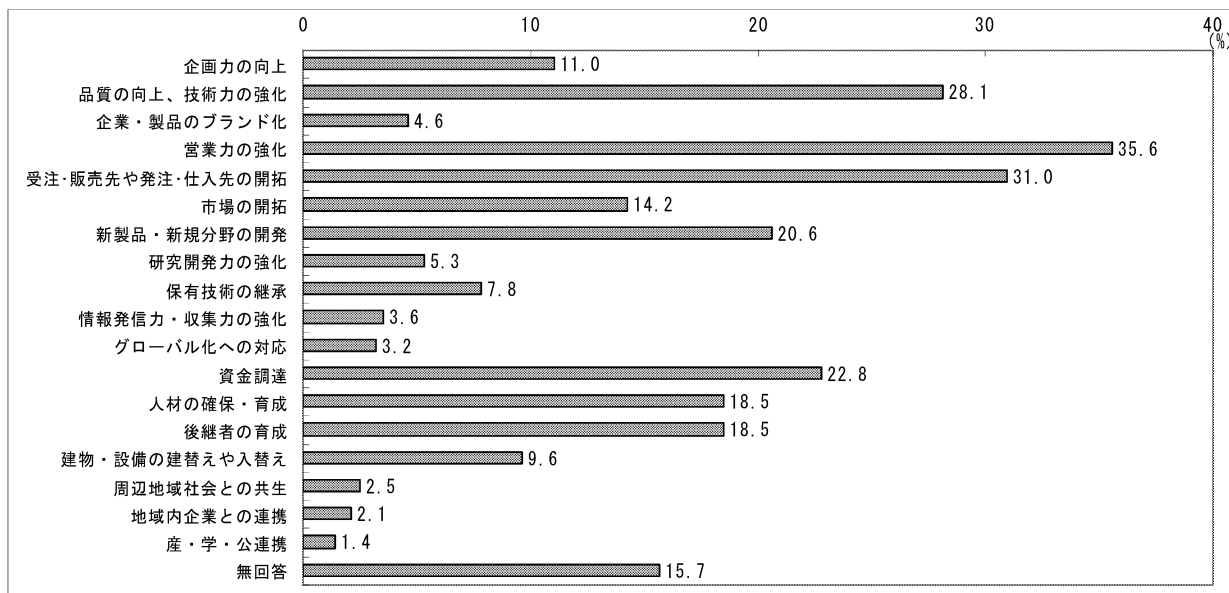
	合計	3(1).重要だと感じる経営上の課題																			
		企画力の向上	品質の向上、技術力の強化	企業・製品のブランド化	営業力の強化	受注・販売先や発注・仕入先の開拓	市場の開拓	新製品・新規分野の開発	研究開発力の強化	保有技術の継承	情報発信力の強化	グローバル化への対応	資金調達	人材の確保・育成	後継者の育成	建物・設備の建替えや入替え	周辺地域社会との共生	地域内企業との連携	産・学・無回答		
全体	281	25.6	52.3	13.5	48.4	46.3	26.0	32.7	12.1	23.1	11.7	5.7	34.5	36.3	35.2	18.5	9.6	7.1	3.2	7.8	
機能分類	設計・開発	16	31.3	50.0	18.8	68.8	37.5	37.5	31.3	18.8	12.5	0.0	50.0	25.0	18.8	0.0	12.5	6.3	0.0	0.0	
	生産・加工	83	22.9	59.0	7.2	47.0	57.8	24.1	21.7	4.8	30.1	10.8	6.0	30.1	39.8	39.8	27.7	9.6	6.0	3.6	4.8
	営業	15	20.0	26.7	6.7	73.3	73.3	46.7	33.3	13.3	0.0	20.0	6.7	53.3	26.7	46.7	6.7	0.0	13.3	0.0	0.0
	全ての機能を保有	108	33.3	57.4	20.4	49.1	38.9	24.1	50.9	20.4	23.1	10.2	8.3	33.3	43.5	35.2	16.7	10.2	7.4	3.7	3.7
業種	印刷関連	46	30.4	60.9	10.9	60.9	47.8	26.1	17.4	8.7	23.9	17.4	2.2	43.5	45.7	30.4	21.7	10.9	10.9	0.0	2.2
	機械工業	90	18.9	61.1	10.0	40.0	44.4	22.2	32.2	18.9	28.9	11.1	8.9	34.4	32.2	38.9	18.9	7.8	7.8	5.6	10.0
	その他の製造業	83	33.7	44.6	21.7	43.4	42.2	26.5	43.4	9.6	20.5	9.6	4.8	30.1	43.4	31.3	21.7	10.8	6.0	3.6	9.6
	その他	32	25.0	46.9	12.5	59.4	56.3	31.3	25.0	6.3	21.9	12.5	6.3	34.4	21.9	46.9	9.4	9.4	9.4	0.0	3.1
従業員規模	1人以上、5人未満	106	25.5	46.2	9.4	39.6	48.1	30.2	28.3	8.5	29.2	9.4	4.7	37.7	14.2	30.2	13.2	13.2	9.4	0.9	15.1
	5人以上、10人未満	70	22.9	55.7	7.1	51.4	50.0	22.9	24.3	5.7	24.3	12.9	5.7	38.6	44.3	48.6	24.3	4.3	10.0	4.3	4.3
	10人以上、30人未満	54	33.3	55.6	25.9	51.9	40.7	16.7	38.9	13.0	25.9	9.3	3.7	29.6	61.1	29.6	22.2	13.0	5.6	3.7	3.7
	30人以上	47	23.4	59.6	19.1	59.6	40.4	31.9	48.9	27.7	6.4	19.1	10.6	29.8	48.9	34.0	17.0	6.4	0.0	6.4	0.0

従業員規模別にみると、5人未満の規模と10人未満の規模で「資金調達」を挙げる割合が10人以上の規模に比べ高くなっている家財を含めた資金調達力の弱さや金融機関の姿勢の厳しさが背景にあるとも考えられる。10人未満の規模では、「後継者の育成」が48.6%と高い割合を示している。30人未満の規模は「人材の確保・育成」が61.1%と目立っている。「企業・製品のブランド化」も25.9%と他の規模に比べ相対的に高い割合を示している。自社製品等を持つ企業もあるが、規模が小さく信用力やブランド力が不足していると感じているとも考えられる。30人以上の規模では「新製品・新規分野の開発」48.9%が目立った割合を示し、他の規模よりも高い。自社製品を持つ企業が多いことによる結果ではないか。「研究開発力の強化」27.7%の他、「グローバル化への対応」10.6%が他の規模に比べ相対的に高い割合を示している。新興工業国等との競争に直面する企業、海外に進出する企業も少なからずあるのではないかと推察される。

(2) 短期的に取り組む必要がある課題

現在の経営上の課題のなかで、短期的に取り組む必要のある事項として「営業力の強化」が最も回答割合が高く 35.6%であった。この他では「受注・販売先や発注・仕入先の開拓」31.0%と「品質の向上、技術力の強化」28.1%が3割前後を占めている。

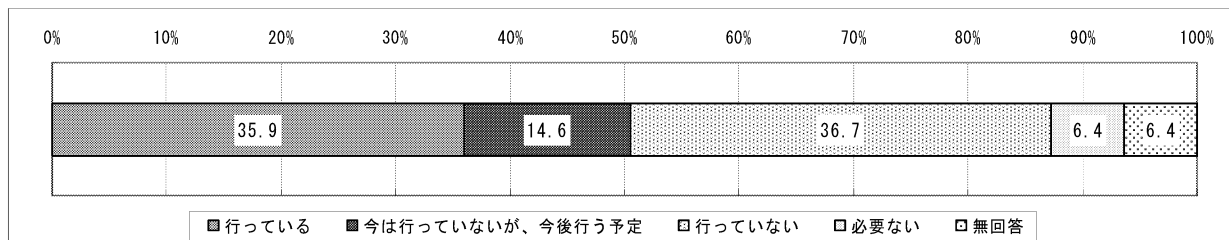
図表-43 短期的に取り組む必要のある課題



8) 人材教育

従業者の技術教育や技能教育の実施の有無の質問に対して「行っている」が35.9%、「今は行っていないが、今後行う予定」が14.6%と、実施している、あるいは行う予定であるとする回答が半数ある。一方で、「行っていない」が36.7%、「必要ない」が6.4%と、実施していない・必要性を感じない回答が4割強である。

図表-44 従業者の技術教育・技能教育の実施状況



機能分類別にみると、全て保有型は52.8%が「行っている」とし、25.9%が「行っていない」としている。設計・開発型は「行っている」、「行っていない」ともに37.5%である。これに対して生産・加工型は「行っている」が25.3%、「行っていない」が44.6%となっている。設計や製品開発といった体系的な知識、つまり技術が必要な分類は「行っている」割合が高く、現場で

培われ、習得する技能が重要な生産・加工型は低い。技術は講座のような形で教育できるが、技能はOJTによるところが大きく、講習・講座といった形はとりにくいという事情が全て保有型や設計・開発型と生産・加工型との回答割合の違いに表れていると考えられる。つまり生産・加工型でもOJTを通じて技能者は育成されていると考えることもできるのではないか。

従業者規模別では、従業者規模が小さい方が「行っている」の割合が低く、「行っていない」の割合が高いが、規模が大きくなるにしたがって、回答割合が逆転してくる。この種の調査では、どの地域でもみられる傾向である。この調査について考えると、従業者規模の小さい企業では生産・加工型が多いことも「行っていない」の割合が高い背景にあるが、一定期間を割かれる研修等に従業員を参加させる人的余裕がない、といった事情もあると考えられる。

図表－45 機能分類別・業種別・従業者規模別従業者の技術教育・技能教育の実施状況

	合計	3(3) 従業者の教育等を行っているか					
		行っている	今は行っていないが、今後行う予定	行っていない	必要ない	無回答	
全体	281	35.9	14.6	36.7	6.4	6.4	
機能分類	設計・開発	16	37.5	18.8	37.5	6.3	0.0
	生産・加工	83	25.3	15.7	44.6	6.0	8.4
	営業	15	26.7	20.0	46.7	0.0	6.7
	全ての機能を保有	108	52.8	14.8	25.9	3.7	2.8
業種	印刷関連	46	32.6	19.6	37.0	4.3	6.5
	機械工業	90	37.8	14.4	38.9	6.7	2.2
	その他の製造業	83	36.1	12.0	36.1	6.0	9.6
	その他	32	37.5	15.6	31.3	6.3	9.4
従業員規模	1人以上、5人未満	106	21.7	5.7	51.9	11.3	9.4
	5人以上、10人未満	70	20.0	24.3	41.4	5.7	8.6
	10人以上、30人未満	54	51.9	16.7	24.1	3.7	3.7
	30人以上	47	70.2	19.1	10.6	0.0	0.0

9) 今後の取り組み

(1) ここ5年以内に取り組み始めた事業

機能分類のもとにした8つの機能について、ここ5年間に「新たに始めた」、「今後の取り組みを検討している」、「取組もうと思ったが断念した」、「過去に取組んだが既に撤退した」、取組んでいない、必要ない」のどれに該当するかを質問した。

どの機能に対しても回答率が低く、40～45%が無回答になっている。そのため参考として集計結果をみると、「新たに始めた」や「今後取組みを検討している」の割合は高くなく、「新たに始めた」で10%を超えた項目は営業・販売の13.5%、試作12.8%、研究・開発11.7%、設計・デザインの10.3%であった。

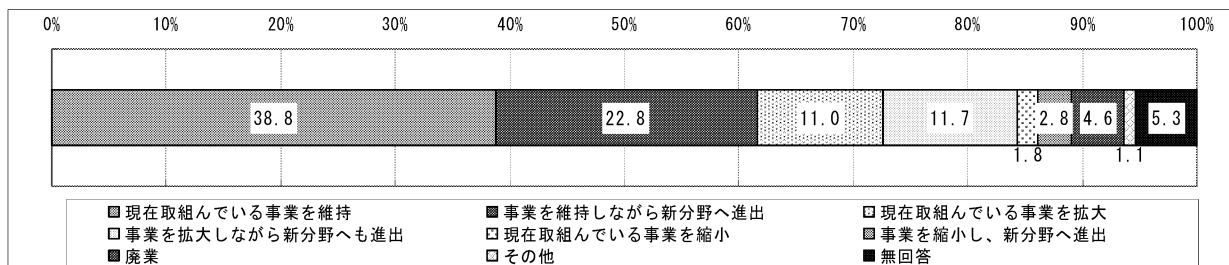
(2) 今後の事業展開

今後の事業展開について、「現在取り組んでいる事業を維持」が38.8%と最も高い割合を示している。「事業を維持しながら新分野へ進出」が22.8%あり、「現在取り組んでいる事業を拡大」という成長志向の回答が11.0%ある。「現在取り組んでいる事業を拡大しながら新分野へも進出」

という成長・拡大志向の回答も 11.7%ある。

「事業」をどのような範疇で捉えるか、ということもあるが、需要の移行や技術進歩等に適応しながら漸進的ではあるが能動的に進化し、事業を維持していくことも中小企業には重要であることを省みると、「現在取り組んでいる事業を維持」も積極性のある回答と捉えることもできる。

図表-46 今後の事業展開



機能分類別では、生産・加工型で「現在取り組んでいる事業を維持」の回答割合が高く、また他の分類に比べても高く 50.6%である。自社の加工技術や技能等をもとに受注を確保する、また技能や技術を進歩、継承して事業を維持するということであろうか。全て保有型は「事業を維持しながら新分野に進出」が 35.2%と回答割合が最も高く、他の分類に比べても高い割合を示している。「事業を拡大しながら新分野へ進出」も他の分類に比べ高く、19.4%である。成長・拡大志向が相対的に高いとみることもできるが、自社製品を持つ企業も多いと考えられることから、新商品の開発を新分野進出と捉えている面もあると考えられる。

業種別にみると、印刷関連は「現在取り組んでいる事業を維持」の回答割合が最も高く、また他の業種に比べても高く 52.2%である。「事業」を「印刷業」という広さで捉えたのではないか。その他の製造業は成長志向の「現在取り組んでいる事業を拡大」が 16.9%と他の業種と比べ相対的に割合が高くなっている。

従業者規模別では、5人未満の規模で「現在取り組んでいる事業を維持」の回答割合が高く、また他業種に比べても高く 50.0%である。10人未満の規模でも同様に、51.4%である。30人未満の規模では「現在取り組んでいる事業を拡大」の回答割合が高く、他の規模に比べても高く 25.9%である。「事業を維持しながら新分野に進出」も他の規模に比べ相対的に高く 25.9%である。30人以上の規模では「事業を維持しながら新分野に進出」が回答割合が高く、他の規模に比べても高く 38.3%である。「事業を拡大しながら新分野へも進出」も他の規模に比べ高く、23.4%である。30人以上の規模のこの結果は、成長・拡大志向が強い、あるいは頻繁に新商品の開発を試みる傾向にある全て保有型が多いことによると考えられる。

図表-47 機能分類別・業種別・従業者規模別今後の事業展開

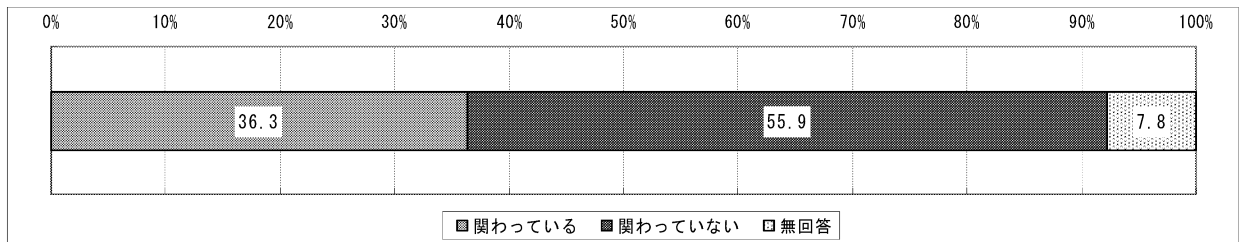
	合計	3(6). 今後の事業展開								
		現在取組 んでいる 事業を維 持	事業を維 持しながら 新分野 へ進出	現在取組 んでいる 事業を拡 大	事業を拡 大しながら 新分野 へも進出	現在取組 んでいる 事業を縮 小	事業を縮 小し、新 分野へ進 出	廃業	その他	無回答
全体	281	38.8	22.8	11.0	11.7	1.8	2.8	4.6	1.1	5.3
機能分類	設計・開発	16	43.8	25.0	12.5	6.3	0.0	6.3	6.3	0.0
	生産・加工	83	50.6	15.7	10.8	7.2	1.2	3.6	4.8	1.2
	営業	15	20.0	13.3	20.0	20.0	0.0	6.7	20.0	0.0
	全ての機能を保有	108	26.9	35.2	11.1	19.4	1.9	1.9	0.0	0.0
業種	印刷関連	46	52.2	19.6	4.3	10.9	0.0	2.2	4.3	2.2
	機械工業	90	33.3	23.3	8.9	13.3	2.2	4.4	5.6	1.1
	その他の製造業	83	37.3	21.7	16.9	12.0	2.4	2.4	2.4	1.2
	その他	32	43.8	21.9	15.6	6.3	0.0	3.1	6.3	0.0
従業者規模	1人以上、5人未満	106	50.0	17.0	4.7	5.7	3.8	2.8	11.3	0.9
	5人以上、10人未満	70	51.4	18.6	7.1	10.0	1.4	4.3	0.0	1.4
	10人以上、30人未満	54	22.2	25.9	25.9	14.8	0.0	3.7	0.0	1.9
	30人以上	47	17.0	38.3	14.9	23.4	0.0	0.0	0.0	6.4

10) 研究開発や技術開発の取り組み

(1) 研究開発等の取り組み

研究開発や技術開発に「関わっている」が36.3%、「関わっていない」が55.9%という結果になっている。

図表-48 研究開発や技術開発への関わり



機能分類別では全て保有型の63.9%、設計・開発型の43.8%と相対的に高い割合に示している。業種別には機械工業の50.0%、その他の製造業の37.3%が「関わっている」とし他業種と比べ高い割合を示している。

概略としては、研究開発や技術開発に取り組んでいるのは機械工業もしくはその他の製造業で全て保有型の企業が多いといえる。

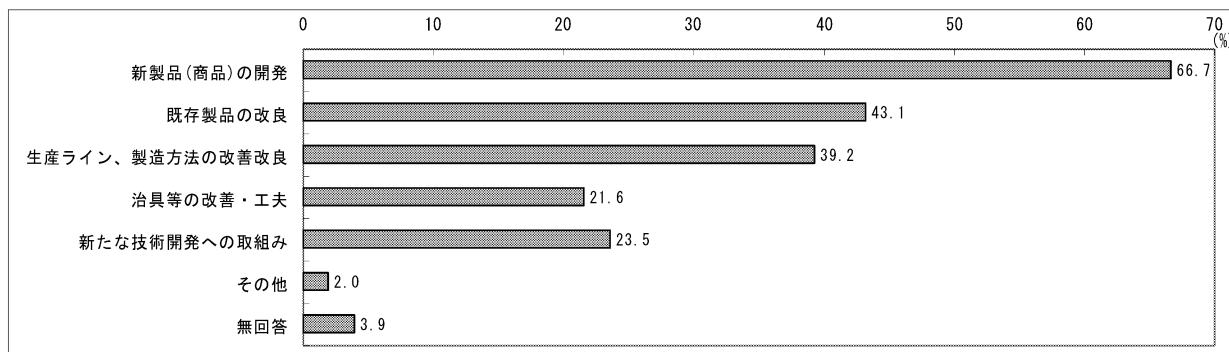
図表-49 機能分類別・業種別・従業者規模別研究開発や技術開発への関わり

	合計	4(1). 研究開発や技術開発へ			
		関わっている	関わっていない	無回答	
全体	281	36.3	55.9	7.8	
機能分類	設計・開発	16	43.8	56.3	0.0
	生産・加工	83	14.5	79.5	6.0
	営業	15	13.3	73.3	13.3
	全ての機能を保有	108	63.9	35.2	0.9
業種	印刷関連	46	19.6	69.6	10.9
	機械工業	90	50.0	45.6	4.4
	その他の製造業	83	37.3	57.8	4.8
	その他	32	15.6	71.9	12.5
従業者規模	1人以上、5人未満	106	20.8	66.0	13.2
	5人以上、10人未満	70	28.6	65.7	5.7
	10人以上、30人未満	54	50.0	46.3	3.7
	30人以上	47	63.8	31.9	4.3

(2) 研究開発の内容

研究開発や技術開発に取り組んでいる102社の開発の内容をみると、「新製品(商品)の開発」が66.7%と最も割合が高くなっている。「既存製品の改良」も43.1%ある。

図表-50 研究開発や技術開発の内容



全て保有型では76.8%が「新製品(商品)の開発」に取り組み、55.1%が「既存製品の改良」に取り組んでいる。全て保有型は新分野進出、シェアの維持や拡大のため新製品の開発に積極的に取り組んでいると考えられる。その他の製造業は「新製品(商品)の開発」に取り組む割合が4業種のなかで最も高く80.6%を占めている。

生産技術に関わる点をみると、全体では「生産ライン、製造方法の改善改良」が39.2%、「治具等の改善・工夫」21.6%となっている。生産機能を持つ生産・加工型は「生産ライン、製造方法の改善改良」に50.0%、「治具等の改善・工夫」には25.0%が取り組んでおり、4分類の中でも最も高い回答割合を示している。同じく生産機能を持つ全て保有型も生産技術の開発や工夫には積極的で43.5%が「生産ライン、製造方法の改善改良」に、20.3%が「治具等の改善・工夫」に取り組んでいる。

図表-51 機能分類別・業種別・従業員規模別研究開発の内容

	合計	4(2). 研究開発や技術開発の内容						
		新製品(商品)の開発	既存製品の改良	生産ライン、製造方法の改善改良	治具等の改善・工夫	新たな技術開発への取り組み	その他	無回答
全体	102	66.7	43.1	39.2	21.6	23.5	2.0	3.9
機能分類								
設計・開発	7	85.7	28.6	14.3	0.0	14.3	0.0	0.0
生産・加工	12	33.3	25.0	50.0	25.0	16.7	0.0	8.3
営業	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
全ての機能を保有	69	76.8	55.1	43.5	20.3	24.6	2.9	2.9
業種								
印刷関連	9	55.6	44.4	55.6	11.1	22.2	0.0	0.0
機械工業	45	60.0	44.4	40.0	28.9	28.9	2.2	4.4
その他の製造業	31	80.6	45.2	45.2	16.1	12.9	0.0	3.2
その他	5	40.0	40.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0
従業員規模								
1人以上、5人未満	22	40.9	22.7	31.8	13.6	27.3	9.1	13.6
5人以上、10人未満	20	55.0	50.0	25.0	15.0	10.0	0.0	0.0
10人以上、30人未満	27	70.4	33.3	48.1	29.6	7.4	0.0	3.7
30人以上	30	86.7	66.7	46.7	26.7	40.0	0.0	0.0

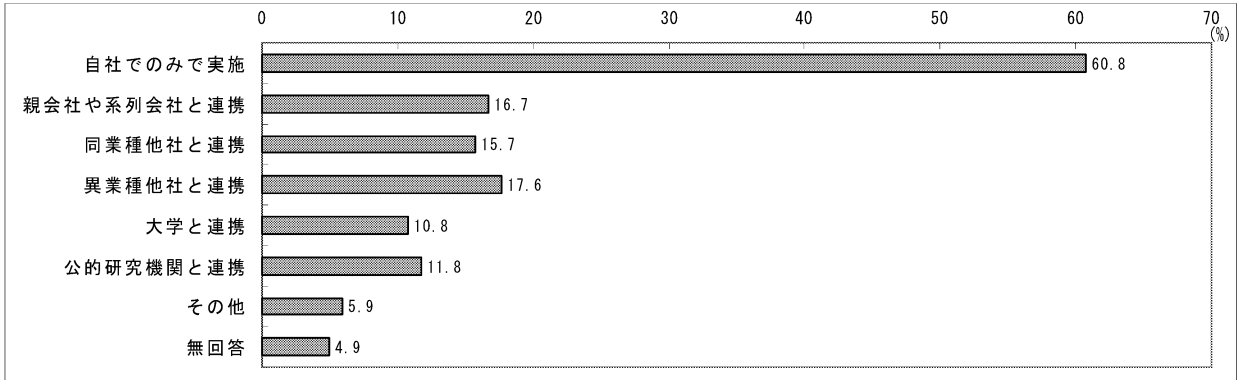
(3) 開発に際しての連携

開発案件ごとに他の企業や大学等と連携する場合とそうではない場合があると考えられるが、「自社のみで実施」とする回答が60.8%と最も高くなっている。連携は、どの場合も10~15%

程度に留まっている。

自社製品や自社の生産技術の開発は、自社でリスクを負って取り組むのが常であるとしても、ある部分は協力企業等に外注する部分がある。このようなところも「連携」と捉えたとすると、回答割合が増えた可能性もある。

図表－52 研究開発に際しての連携



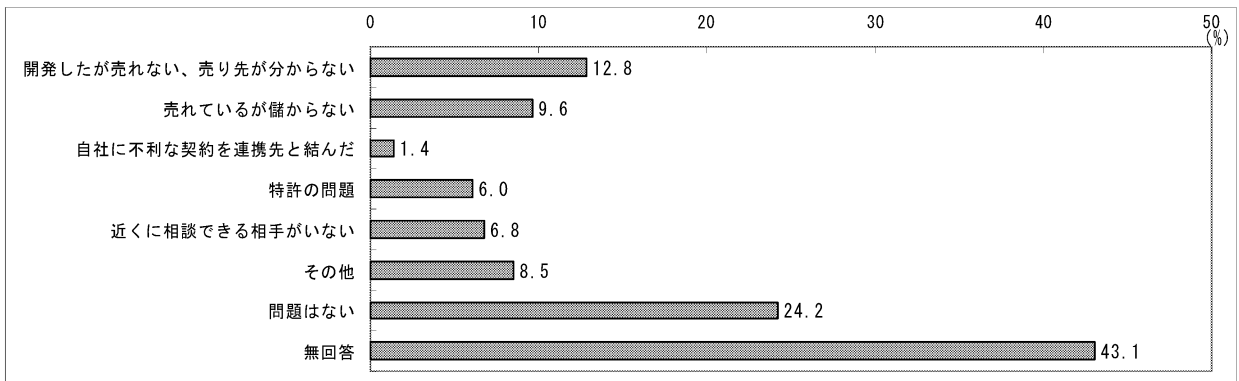
(4) 連携先の地域

開発に際しての連携先の立地地域を「北区」、「23 区内」、「国内」、「海外」の 4 つに区分し、地域ごとの事業所数を質問した。地域ごとの合計事業所数は「北区」23 件、「23 区内」128 件、「国内」142 件、「海外」4 件となっている。取引先と同じように連携先は、都内、国内に広がっている。

(5) 開発に際しての課題

開発に際しての課題について設問したが、回答率が低く無回答が 40%以上あった。そのため、参考として結果をみておくと、開発の経験から課題と感じた点では、「問題はない」が 24.2%と最も高い回答割合になっているが、具体的な課題としては「開発したが売れない、売り先が分からない」の割合がやや高く、12.8%となっている。

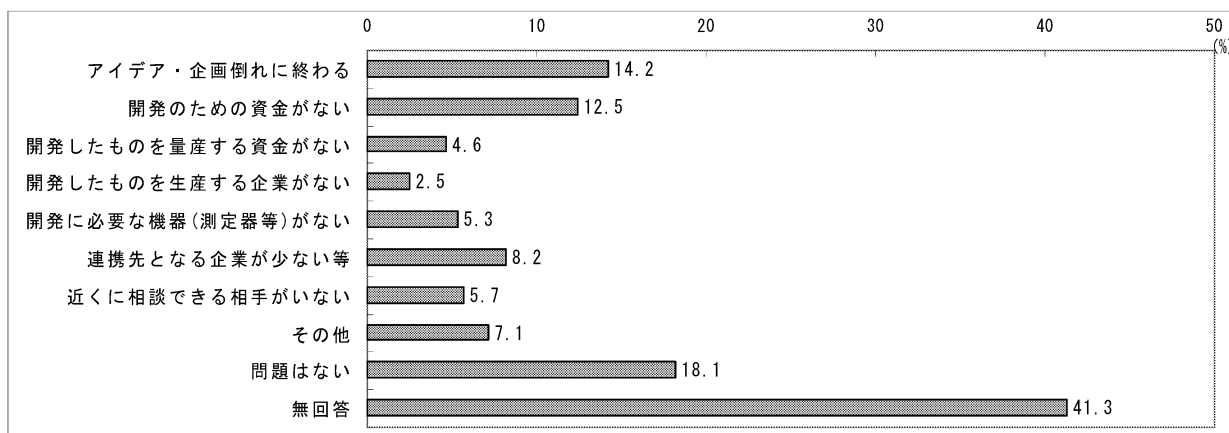
図表－53-1 研究開発に際しての課題(開発を行った)



今後、開発したい意向があるが、課題と感じる点も「問題はない」が 18.1%と最も割合が高

く、次いで「アイデア・企画倒れに終わる」の14.2%、「開発のための資金がない」の12.5%がやや高い割合を示している。

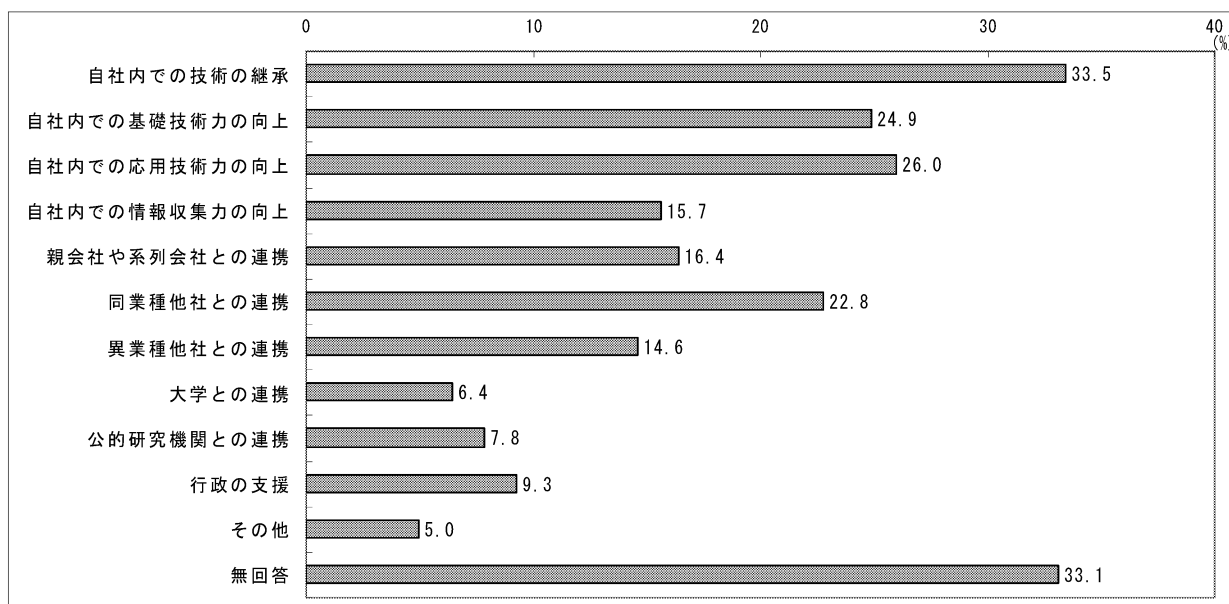
図表－53-2 研究開発に際しての課題(開発を行いたい)



(6) 今後の研究開発のために必要なこと

研究開発を続けていくために必要な事柄について設問したが、回答率が低く、33.1%が無回答である。ここも参考に結果をみておくと、20%を超えた回答は「自社内の技術の継承」33.5%、「自社内での応用技術力の向上」26.0%、「自社内での基礎技術力の向上」24.9%、「同業種他社との連携」22.8%である。

図表－54 今後の研究開発に必要なこと

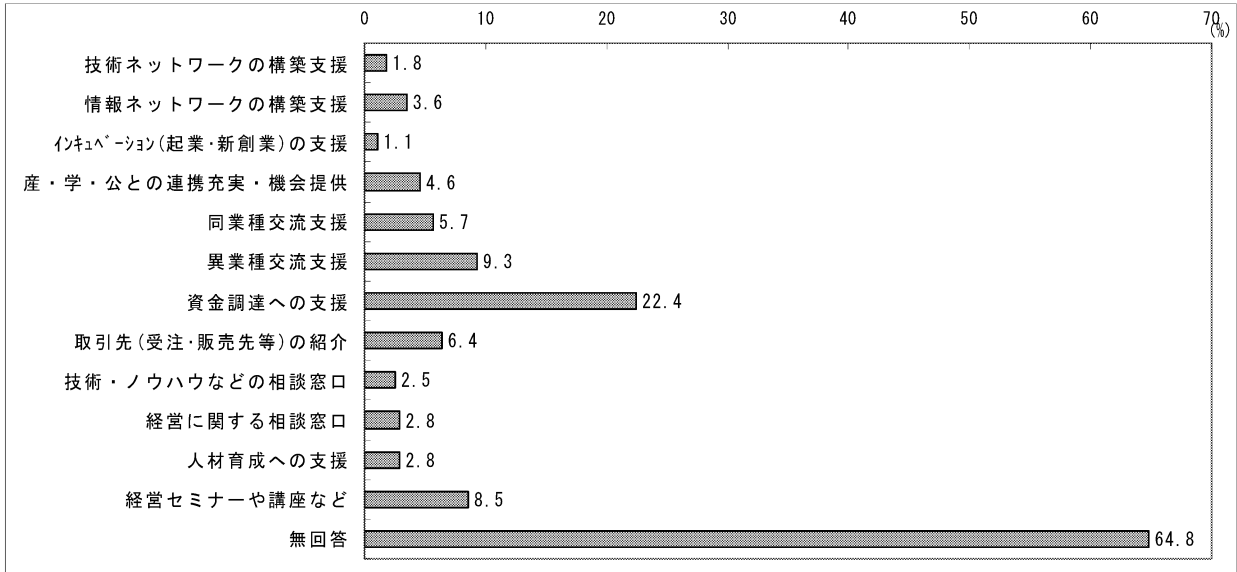


6. 支援策について

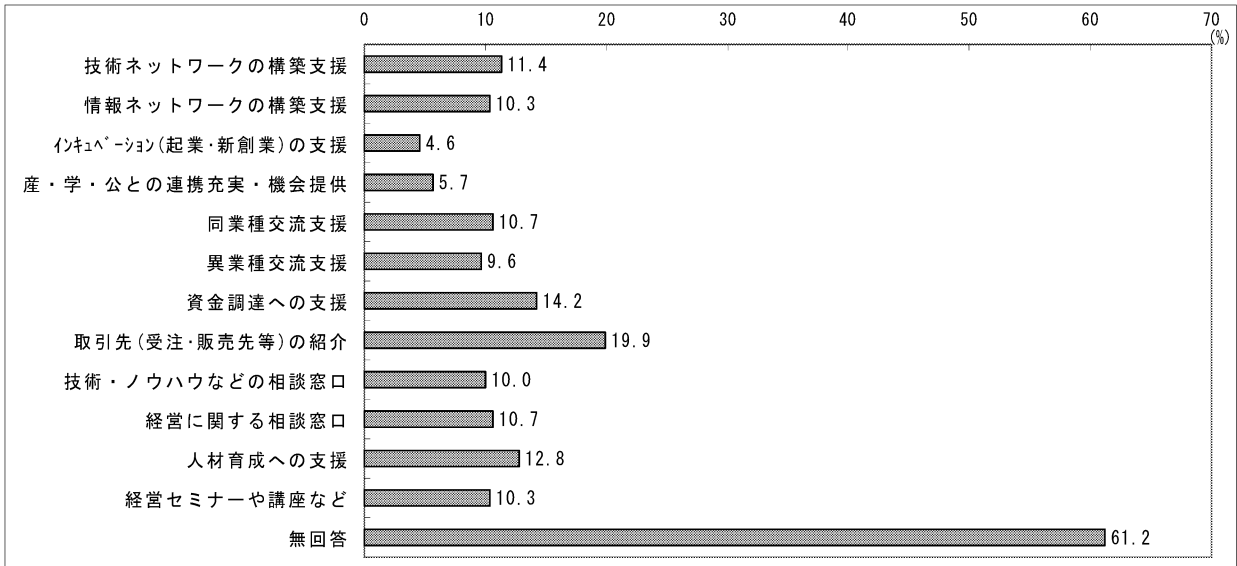
公的な支援策についての設問では、回答率は低く、60%以上が無回答であった。参考として回答結果をみておくと、利用(参加)したことのある支援制度では「資金調達への支援」が22.4%と目立っている。今後、利用(参加)したい支援制度では「取引先(受注・販売先等)の紹介」が最も回答割

合が高く、19.9%である。現在の経済情勢の下で、経営を維持するため受注を獲得し、売上をたてる必要性が高いことを反映したものではないかと考えられる。次いで「資金調達への支援」が高い割合を示し、14.2%となっている。なお、今後、利用（参加）したい支援制度に対しては回答割合が10%を超える項目が多い。行政の支援策には相応の期待があるのではないかと考えられる。今後、充実させて欲しい支援制度は「資金調達への支援」が最も回答割合が高く21.7%である。次いで「取引先（受注・販売先等）の紹介」が高い割合を示し、13.9%となっている。

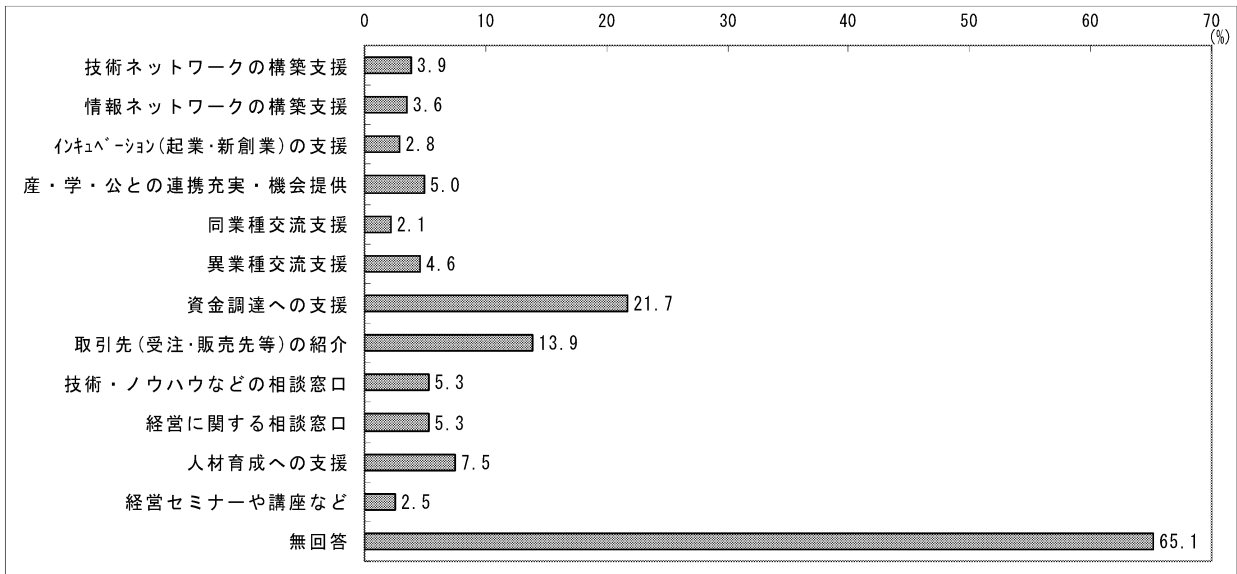
図表-55-1 利用したことのある支援制度



図表-55-2 今後、利用したい支援制度



図表-55-3 今後、充実させて欲しい支援制度



2 企業への訪問調査

1) 訪問調査の実施概要

アンケート調査を区内の企業を訪問し、経営者にインタビューをした。訪問企業はアンケートの回答企業その他、支援策の活用等を通じて北区と接触のある企業から選んでいる。それぞれの企業の業態や経営状況、経緯等に応じて質問項目は異なるが、

- ①それぞれの企業がどのような変遷を辿りどのような経営基盤を培ってきたのか、
- ②どのような将来展望を描きどのような取組みをしているのか、
- という点を中心として、
- ③経営基盤や将来への取組みに北区の工業集積がどのような関わりがあるのか、あるいはどのような期待があるのかを調査をした。

具体的には次のような質問項目を訪問企業に提示してインタビューした。

- ①創業からの経緯と現在の会社の概要
- ②現在の経営状況
- ③企業間取引
- ④他の企業との協力関係
- ⑤今後の事業の展開
- ⑥北区への立地の経緯と操業環境
- ⑦行政の支援策について

インタビューの結果の概要とりまとめにあたって、先行したアンケート調査の結果と関連づけ検証するため、訪問企業を4つの保有する機能分類と4つの業種類型にそって分類した。

図表-56 訪問企業の機能分類と業種類型

業種類型 \ 機能分類	印刷関連	機械工業	その他製造業	その他
設計開発型	—	—	—	F
生産加工型	—	A、B、O、Q	E、G、H、I、K、P	—
すべて保有型	—	C、D、J、M、N	R	L
その他	—	—	—	—

2) 実施結果

A社

■業務内容

- ・熱管理器具の開発、製造、販売、温度測定用精密機械、温度センサの開発、製造、販売

■これまでの経緯・現状認識

- ・超極細温度センサ（シース外径Φ0.15）をつくることのできるのは日本で2社のみ、世界でも数社。
- ・取引先について、今は交通ネットワークが発達し、送料も安いので（取引に距離は関係なくなってきた）、遠隔地でも困らないが、やはり近いほうが便利。
- ・技術に関する情報交換は盛んではない。切磋琢磨というより、企業秘密とすることが重要。

■今後の課題・ニーズ

- ・都立産業技術研究センターとは、研究開発で長い付き合いがある。
- ・作っているものが特殊なので、研究開発の結果がいろいろなものに生かされるかということ、それは難しい。
- ・中小企業振興公社の新事業補助に5年ごとに応募し、補助を受けている。
- ・新たな技術開発は、社員一丸となっていていろいろと取組んでいるが、形になって売れたものもあるが、失敗作もある。

B社

■業務内容

- ・精密金属熱処理加工の引受、熱処理炉の設計・製作及び施工、金属熱処理剤・焼入油の製造及び販売

■これまでの経緯・現状認識

- ・本社のほか、大宮といわきに工場を所有
- ・取引先は、全国にあり、同業者同士で業務を融通しあっている。
- ・本来はプラントの設計・製作であるが、近年は、顧客から委託され、加工して納品する（技術の提供）というパターンが増えてきた。
- ・大学などに実験用装置を納めており、東海大学や都立産業技術研究センターと付き合いがある。以前、共同研究を実施していた。

■今後の課題・ニーズ

- ・都市部において熱処理加工を事業として継続させていくための（環境対応型の）工法の開発が必要。

C社

■業務内容

- ・特殊試験装置・器具の設計製造、視覚障害者用福祉機器・設計・製造・販売・輸入

■これまでの経緯・現状認識

- ・創業当初は、研究所向けの基礎研究用の試験機の製造が中心。視覚障害者の方からの依頼で点字プリンタを製作したことがきっかけ。
- ・現在は、主に点字プリンタの設計・製造・販売を行い、扱っていない機器はドイツからの輸入代行を行っている。高速プリンタにも参入している。
- ・当社の製品は、特別支援学校や県立図書館には必ず入っている。

■今後の課題・ニーズ

- ・大学との共同研究の場合、大学は試験に満足して実用化まで考えていないことが多い。
- ・連携して開発に取り組むと、アイデアを出した分の見返りの話などで、モメることが多いので、産学官・異業種等の連携にはあまり顔を出していない。
- ・今まで販売した分のアフターケア、メンテナンスを大切にしていきたい。
- ・点字プリンタの両面印刷と図面印刷の統合を新しく開発したい。

D 社

■業務内容

- ・半導体関係の自動酸洗浄装置・電解装置等の製作、排ガス洗浄装置や排水処理装置等々の環境保全設備の製作や生産工場各種ラインの省力装置各種耐蝕製品関係、メッキ加工、鉛の加工、工事及び販売

■これまでの経緯・現状認識

- ・昭和3年の創業から純鍍金の専門工場として化学機械設備の耐酸施工を行ってきたが、昭和30年代から耐蝕プラスチック材（PVC・FRP）を使用した耐蝕化学機械装置の製作を開始し、今に至る。
- ・本社・工場のほかに、工場が1つ（栃木県）と事業所が1つ（千葉県）。
- ・以前は加工が主であったが、今は、設備機器を設計から行う受注生産が増えている。
- ・相談を受けて、設計して生産する。部品は購入する。

■今後の課題・ニーズ

- ・鉛やプラスチック、ステンレスと、素材を替え、職人が材料の扱いを覚えれば、新しい設備を作れるので、技術開発は特には必要とは感じていない。
- ・大学や産業支援機関との連携についても現状では考えていない。
- ・息子が後継者となることは決まっている。
- ・技術に精通したベテラン職員がおり、（従来は内勤の生産担当だったが）顧客からの相談対応、技術指導などを担当させたところ、売上が増大した。今後、この職員の技能をいかに共有し、継承していくかが課題。

E 社

■業務内容

- ・アクリル板加工、塩ビ・PET板加工

■これまでの経緯・現状認識

- ・製作は、量販店の店舗新設・改装時に納める什器が5割、メーカーの新商品開発時に納めるディスプレイ用の什器が5割。
- ・受注・販売先から図面で指定を受けて、要望に合わせて製作する。
- ・一つひとつ人の手で溶接するので多少仕上がりに差が生じるため、メーカーに納める分にはいいが、一般販売は難しいと感じている。
- ・事業所内でアクリル板加工から生産までの全工程ができるので、短期で納められるのが強み。
- ・北区での創業は、住まいが北区だったから。
- ・顧客が近いし、従業員の通勤を考えて、北区で事業所の規模を拡大。従業員が培ってきた溶接の技術が重要で、継続して勤めてもらいたいので、通勤にも配慮。

■今後の課題・ニーズ

- ・扱う素材を替えるとか顧客ターゲットを見直すとかは考えていない。今の事業の中で、顧客の希望の金額、納期、品質で納品することを重要視している。また、受注するのみでなく、商品開発、提案から行えるようになりたい。
- ・新たな事業展開として、一般の方から発注を受けてオーダーメイドの事業展開ができれば面白いと考えている。
以前、中央大学と、アクリル板の溶接の質の向上（泡ができないようにする）のため、一緒に研究したが成果は上がらなかった。ここをクリアできれば一般販売も可能となる。
- ・何かできないかと常に模索している。アイデア、ヒントはないかと交流会やフォーラムにも参加するようにしている。

F社

■業務内容

- ・止水板・防水材・アンカーボルトなどの製品開発・販売

■これまでの経緯・現状認識

- ・現在の取引先は、ゼネコン、施工業者、代理店など。
- ・業務フローは受注→デザイン→材料調達→加工（外注）→組立・検査→納入
部材の納入にあたっては、建設現場で施工を行うこともある。
- ・外注する加工の内容はネジ、プレス、熱処理など。発注場所は都内、埼玉・千葉（八潮、草加、三郷など）。発注先は、発注量によって変える。
- ・業務内容が（施工などの）技術に関するものなので、現場などで打ち合わせが必要となる。都内で打ち合わせの場合、北区に立地していると便利。

■今後の課題・ニーズ

- ・北区には質の高い技術をもった企業が多い。例えば、バスの車両の排ガスを抑制する技術など公共に应用できる技術も多いのではないかと。
- ・ゴムを溶剤でとかして、屋上に塗る技術を開発中。製品化に向けて、都立産業技術研究センターで引張試験を実施。
- ・長男・次男が営業面・技術面で後継者となっている。
- ・営業においては、納入価格だけでなく、技術を強調し、将来の補修費低減の効果を説明するように育成している。
- ・今後、北区内により取引先があれば積極的に取引していきたい。

G社

■業務内容

- ・釣り糸製造加工販売

■これまでの経緯・現状認識

- ・メーカーから素材を仕入れ、釣り糸独自の加工を社内で行っている。
- ・工程は、素材仕入（メーカーより）→加工（北区事業所）→パッケージ（鳩ヶ谷事業所）→出荷（商社経由、または直接販売店へ）
- ・海外取引において、ロシアなどは商社を介して取引。中国など新しいところは、商社を介さず、直接現地で釣り人が何を求めているのかなどを確認したいと考えている。
- ・大手メーカーにOEMで糸を供給している。大手メーカーでは納入にあたって、糸の強度試験のデータが求められる。糸の物性については仕入れメーカーの研究所からデータを提供してもらっているが、ナイロンの水分吸収・伸縮などのデータについては自社で検査機器を調達した。

■今後の課題・ニーズ

- ・ナノ技術を活用した素材生産を行っている企業（足立区）と共同でルアー用の釣り糸を開発した。ナイロンをナノ化して、炭素を分散させて配合することにより、強い釣り糸をつくることができる。足立区・北区で釣り糸メーカーは当社しかないことから、先方から引き合いがあり、工場を紹介したことがきっかけで、中小企業同士の共同開発がはじまった。
- ・完成した製品は、従来品より10%以上強く、第4のラインとして売り出している。

H社

■業務内容

- ・学校制服・婦人服・ビジネスユニフォームの製造卸業 / 学校制服の企画・製造・販売

■これまでの経緯・現状認識

- ・昭和13年に先代が巣鴨にて創業。昭和32年に北区に移転した。
- ・現在の主要な取引先は、百貨店で、スクールユニフォーム・ビジネスユニフォームを納入している。

■今後の課題・ニーズ

- ・以前は、学生などの技術研修を受け入れてきたが、近年は減少。
- ・検品、アフターサービスについても責任を持って対応することにより、顧客の信頼につながっている。
- ・今後は、百貨店・学校向けに（制服のデザインについて）提案型の営業を展開していきたい。

I社

■業務内容

- ・カメラケース、レンズケースの製造

■これまでの経緯・現状認識

- ・大手メーカーの協力工場として、一眼レフカメラケースを専門に製造してきた。
- ・近年は、アジアメーカーの台頭により大幅に受注減で厳しい状況。

■今後の課題・ニーズ

- ・新たな事業の開拓が求められるが、高齢化もあって、その方向を探り得ない状況である。また、周辺企業との接触が少なく、好立地条件を活かして新たな連携策が求められる。

J社

■業務内容

- ・上下水処理場設備機械・プラント設備機械の設計、開発、製作、販売（汚泥のかき寄せ機）

■これまでの経緯・現状認識

- ・先代は宮大工職人を抱え大手建設会社の神社建築部門を担ってきたが、現社長が大学院時代のネットワークを活かして、上下水処理場設備機械にチャレンジ。プラスチック成形で高強度のチェーンを開発し評価を得ている（高機能合成樹脂）。

■今後の課題・ニーズ

- ・先代のネットワークで優秀な金型屋と連携できて開発が可能となった。韓国市場の開拓も視野に入れ、韓国出身者を採用。

K社

■業務内容

- ・金属、アクリル、木材に文字、マーク、イラストなどの機械彫刻

■これまでの経緯・現状認識

- ・NC 彫刻機など各種彫刻機を有し、様々な彫刻に対応。最近は炭酸ガスレーザー彫刻機を導入し、より微細な加工もできるようになった。
昨年からの不況の影響を受け、受注が大幅に減少。

■今後の課題・ニーズ

- ・ノベルティ商品などを開拓しているが、数がまとまらず、社員7名を維持するのが厳しい状況。地域産業との連携により新たな分野、ブランド開拓が臨まれる。

L社

■業務内容

- ・防火・防煙シャッター、大型シャッターの製造・販売

■これまでの経緯・現状認識

- ・昭和初年に創業、昭和20年に与野で設立。販売先が広がったため営業拠点と工場（現在は無い）を北区に開設した。本社移転は昭和38年のこと。
- ・創業以来、シャッターを製作している。建築用、船舶用等あらゆるシャッターを手掛けているが、例えばヘリコプターの格納庫や高炉メーカーのサービスヤード等で使われる重量・大型シャッターに特色がある。
- ・重量シャッターのなかでも、昭和48年から手掛け始めた防火・防煙シャッターが販売の主流になっている。固定柱のない袖扉付き防火・防煙シャッター等も独自に開発している。

■今後の課題・ニーズ

- ・ATM ブース等にも製品の幅を拡げている。創業以来、特殊性のあるものを開発して経営基盤を固めてきたが、今後もこの姿勢を大事にしていきたい。
- ・「安全・安心」、「ユニバーサルデザイン」をテーマに製品を考案していく。

M社

■業務内容

- ・コンタクトプローブ等半導体検査機器の製作

■これまでの経緯・現状認識

- ・現社長が自転車用プレス部品やハーモニカのリードの製作に従事した後、1963年に現在地で創業した。
- ・創業当初はカメラ部品等を手掛けていたが、レコード針の感知レバーの製作が主になる。その後、レコード針のユニット全体を製作するようになり、欧州にも販路を拡げる。
- ・1980年代初めから電子デバイス検査用のコンタクトプローブの開発に着手し、86年にシリコンウェハ用4探針プローブの製品化に成功、販売を開始する。
- ・半導体の小型化・高集積化に呼応して、スプリングプローブ、積層プローブ等、各種のプローブを開発して業界での地位を確立している。

■今後の課題・ニーズ

- ・電子デバイスの進歩に呼応して、高品質なプローブの開発を続けている。これまでは半導体の小型化・高集積化に追従した開発であったが、最近では高周波プローブのような半導体の進歩をリードする製品も開発している。
- ・異業種交流事業に参加する等、異業種交流に関心がある。

N社

■業務内容

- ・探傷装置、着磁・脱磁装置、計測器等磁気応用装置の製造・販売

■これまでの経緯・現状認識

- ・1957年に創業。当初より磁気応用装置を手掛けている。事業の再編等により1993年に北区に事業所を置く。本社を置いたのは94年。
- ・同社の磁気技術には定評があり、探傷装置、着磁・脱磁装置に特色がある。電機、自動車、鉄道、造船、鉄鋼等、幅広い業界で、国内外に多く顧客を持つ。
- ・探傷装置、着磁・脱磁装置は高品質な工業材料、工業製品を保証するには不可欠な装置で、先進工業国では根強い需要がある。
技術水準が向上した新興工業国でも需要が拡大している。急成長する東アジアの市場に対応するため、2003年に中国に現地法人を設立した。

■今後の課題・ニーズ

- ・海外メーカーとの競争は激しいが、近年は中国等、新興工業国の中から新しい競争相手が現れている。新しい競争相手は、安価な模造品を製作している場合もあるが、技術的な追い上げもある。

- ・「脱磁気化」を標語に色々と先行開発に取り組んでいる。「脱磁気化」とはいつでも同社の基盤である磁気技術を捨てるということではなく、そこから派生する需要の開拓や周辺技術の活用という意味である。このテーマの下で開発した新商品には、例えば磁気を視覚化したガウスメーターがある。

O 社

■業務内容

- ・細もの線材の直線加工

■これまでの経緯・現状認識

- ・同社は 1975 年に創業。線材の直線加工を手掛けている。0.5mm 以下の線材を直線加工し、定尺に切断する細もの直線線材の加工が多く、鍼灸用の針、カテーテルのガイドワイヤー、コンタクトプローブのリード線等に使われる。
- ・巻線を折り曲げて直線化するため、材料を疲労させるが、同社の扱う線材は機能部品なので線材の物性を損なわないよう加工する必要がある。材質はステンレスの他、タングステン、金、銀、銅等、様々な素材で抗張力や表面光沢など素材の物性を損なわない加工を工夫した結果、自社で専用機を開発している。

■今後の課題・ニーズ

- ・直径 40 μ までの線材は、品質が安定した直線加工ができる。
- ・現在、市販されている最細の線材は 15 μ で、これの加工方法を研究中である。

P 社

■業務内容

- ・理化学硝子器械製造

■これまでの経緯・現状認識

- ・戦中からガラス製理化学機器の製作に携わっていた先代が 1967 年に創業、会社の設立は 88 年である。現社長は 2005 年に代表に就いた。
- ・ピーカーや試験管、実験機器、分析器等を製作している。同社の製品のユーザーは医療関係が多く、医療機器商社から注文を受けて大学や研究機関に納入されている。
- ・先代は硝子旋盤や型による硝子器械の制作等を業界のなかでも先駆けて取り入れてきた。同社の制作することの多い専用器は、スケッチのようなものがユーザーから示されて、試作をしながら仕様を固めていくのが業界の通常の仕方である。機械科出身の現社長は CAD を取り入れて、仕様作成を効率化し、工期の短縮化を図っている。

■今後の課題・ニーズ

- ・北海道のラベンダー農場との交流をきっかけにハーブオイルメーカーを考案、大手雑貨店の他、ネットや通販でも販売している。
- ・「攻めの経営」を標榜している。主力の理化学器械では「設計」という概念を取り入れた器械制作を売りに注文を拡げていく。また造形の多様性を活かして、デザインガラスの分野も拡大している。

Q社

■業務内容

- ・工作機械・建設機器用ホース・継手、ボーリング・地盤改良機器の製造販売

■これまでの経緯・現状認識

- ・同社は1966年に創業、工作機械用のホースを製作していた。当初は継手や金具は全て外注で組立だけ内製しており、流通加工に近い業態であった。
- ・輸入ボーリングマシンの付属ホースの製作を取引先の商社から依頼されて以来、建設関係の機器のホース等に進出する。またこれをきっかけに設備を導入し、技術の習得に努め継手や金具の内製化に取り組む。現在ではほぼ100%、内製している。
- ・現在は地盤改良用のスリーブパイプやコンプレッサー等、生産品目が広がっている。作業効率の良い地盤改良薬剤注入器も開発している。

■今後の課題・ニーズ

- ・自社開発の地盤改良薬剤注入器の改良やラインアップの拡充を図っている。また、建設現場での工程改善に繋がる製品の考案、開発に努めたいとしている。

R社

■業務内容

- ・各種キャスターの製造・販売

■これまでの経緯・現状認識

- ・1933年に先代が金属プレス加工業を創業、電気スイッチの部品等を製作していた。戦時中は軍需工場、戦後はオイルライターの筐体や編機の部品、パイプの継手等を製作していた。キャスターを手掛けるようになったのは自転車部品の納入先からアメリカ製のキャスターのコピーを依頼されたのがきっかけであった。
- ・コピー商品に改良を加えながら、独自の商品を開発し、キャスターメーカーに転身する。当初は椅子等の事務機器、手術台や保育器、ベッド等の医療機器用のキャスターが主力商品であったが、耐荷重性能や操作性が要求される運搬台車やコンテナ用が主力商品になった。
- ・大型キャスターでは定評あるメーカーとして地位を確立している。

■今後の課題・ニーズ

- ・潜在的には海外メーカーとの競争はある。同社の製品をコピーする新興国のメーカーもある。
- ・耐荷重、旋回径、荷台の高さ等の要求性能に応じた形状の研究、車輪やボディの材質の研究をし、様々な条件に対して最適な商品を提供できるようにし、1年保障をつける等、他社にないサービスで対抗している。
- ・最近では環境に配慮して、リサイクル性の高い材質の採用に注力している。

3 実態調査からみた北区の中小製造業の姿

アンケート調査と訪問調査から北区の製造業の発展可能性を伸ばすであろう点に注目しながら北区に立地する中小製造業の特徴的な点を概括する。訪問調査にならって企業それぞれの変遷や将来展望といった点と、個々の企業の経営と工業集積の関わりという点から整理する。

また、北区を城北地域の産業集積地域と位置づけた場合、城南地域の産業集積地域である大田区の状況と比較することは有効であると考えられる。そのため、必要に応じて、大田区の製造業の状況との比較も行った。

1) 個別企業の経営

(1) 従業者数の小規模化

主にアンケート調査からみると、10年前と比べ売上高が減少し、従業者規模が縮小している企業が多い。売上高の減少はリーマンショック以来の急激な景気の落ち込みによる部分が大きいと考えられる。ただ、従業者規模の縮小は現在の厳しい経済情勢によるパート等の削減といった一過性のものだけではなく、日本経済の発展条件の変化に対応する趨勢的な現象とも考えられる。例えば、新興工業国との競争に対応するため、人件費等の固定費を減らしつつも生産性を高める方向にあるのではないかと。企業経営の立場からみれば、「人員よりも人材」という姿勢を強めており、人材の育成と育成した人材の定着の重要性は高まっていると考えられる。

因みに、改めて従業者規模の分布をみてみると10年前は「5人以上10人未満」と「10人以上30人未満」の規模が大きい割合を占めていたが、現在は「1人以上5人未満」の規模に重心が移っている。

(2) 設計や開発能力を持つ企業が多い

アンケート調査では企画や開発能力を持つ企業、設計やデザイン能力を持つ企業の割合が多かった。アンケート調査のなかで分類した機能分類4タイプうち「企画」、「設計・デザイン」、「研究・開発」のうちいずれか1つ以上の機能を持つ分類の企業が44.1%（全て保有型38.4%、設計・開発型5.7%）を占めていた。

調査の主旨や質問項目、調査対象の違い等から単純に比較できないが、参考として2007年に大田区が実施した調査（大田区「大田区の産業に関する実態調査報告書」平成19年12月）の類似の設問と比較してみよう。大田区の調査でも保有機能について複数回答で質問している。北区の調査で保有率30.2%を示した「研究・開発」に対応するのが、大田区の調査での「製品や部品の開発」である。回答割合は19.9%である。「設計・デザイン」は33.8%を示しているが、大田区の調査ではこれに類似した回答項目に「製品や部品の設計」と「製品の意匠・デザイン」がある。「製品や部品の設計」の回答割合は24.0%、「製品の意匠・デザイン」は6.4%となっている（複数回答のため、2つの回答割合を単純に合計できない）。比較対象として大田区が適切かどうかの検討も必要だが、北区の中小製造業の特質として設計や開発能力を持つ企業が多い、と

いう推察をする基点にはなるのではないか。

設計や開発能力を持つ企業のなかにもいくつかの業態があると思われる。訪問調査では設計・開発型と全て保有型は全て自社製品を持つ企業であったが、客先の基本仕様に基づいて詳細設計をする受注形態や受託開発を主にする企業もあると考えられる。このような企業は、提案能力を高め、部品製作や製品製造の高品質化や高付加価値化を図った結果、設計能力を備えるようになったと考えられる。

(3) 事業の継続に意欲

アンケート調査の結果では事業の縮小や廃業を考える企業は少なく、事業を継続する意思を持つ企業が大半であった。現在の事業を拡大したいとする成長志向や新分野に進出したいとする拡張志向の回答が4割を超えていた。

経営の持続、あるいは発展のために技術の進歩や需要の移行等に対応して、創意工夫を重ねて商品や技能・技術の開発に努めるのが意欲ある製造業の姿である。訪問調査でも創意工夫を重ねている企業がほとんどであった。自社製品を持つ企業では、改良、改善を重ねながら新商品の開発に取り組み、生産・加工型でみられる部品加工を手掛ける企業では加工方法や専用機の考案や実用化に努めている。このような開発や実用化は漸進的な場合が多い。

アンケート調査のなかで研究開発や技術開発への取組みについて、関わっていると回答は4割に満たなかったが、アンケート票のなかの「研究開発」、「技術開発」という言葉と企業が実感している創意工夫との間に隔たりがあったと思われる。

(4) 進む事業承継

区内には、昭和30年代、40年代に操業開始した事業所が多く(42.7%)、既に二代目、三代目経営者に移行している企業も多い。その中には、学卒後、商社、情報産業、研究機関などに従事していたが、時代の節目を迎え、家業に目を向けるようになった後継者もいる。訪問調査では、それまでに培った専門的知識や人脈を活かし、新分野展開、グローバル展開へと向かっている若手後継社長もあり、北区の新しい顔として育ちつつある。

このように新たな分野に挑戦しようとする企業は、これまでとは違う繋がりを求める傾向があり、区内でも新たな取引先を開拓したいとしている。

2) 地域的な繋がり

(1) 北区への立地要因は多様

北区には埼玉県に生産拠点を置く自動車メーカーに部品を供給する企業が立地している。このような企業は企業間関係や取引先の近接性が北区への立地理由になっている部分もあると考えられる。印刷関連の中小企業も、大手印刷会社の主要拠点がかつて北区にあったために立地が進

んだ。

ただ、今回の訪問調査では、事業所の北区への立地の経緯を手頃な広さの用地があった、経営者の出身地や事業所が元々立地していた場所に隣接した地域であった、事業所が元々あった場所の鉄道の沿線であった、というような北区への立地にあまり必然性を感じられない企業も多かった。元々、地域との繋がり少ない企業も多いのではないか。

アンケート調査をみると、3割を超える企業が複数の事業所を持っている。訪問調査や北区が実施してきた各種の調査からみると、事業所を拡張する場合、特に規模が大きい工場等は、拡張余力の乏しい北区域ではなく、埼玉県や北関東に展開する例が見受けられる。実質的な本社機能を区外の事業所に移している企業もある。成熟した経済の下、需要の拡大は見込めないが、そのなかでも事業内容を拡大する企業等は区外に事業所を展開する可能性はある。

(2) 企業間関係は広域

企業間取引をアンケート調査の結果からみると、区内での取引の比重は低く、国内各所との比重が高い。海外と取引をする企業もあり、取引は広域化している。経済のグローバル化とともに日本の製造業の海外展開が顕著になっているが、それ以前から経済成長とともに京浜地域、首都圏の製造業の生産機能は地方に分派し、拡散していた。それとともに取引地域も広がっており、今回の調査結果はこのような動向を反映したものでしょう。

北区の取引の様相を先にみた大田区の調査と比べてみると、大田区では区外から受注し、区内で外注するといった姿を描ける。従業者規模の大きな企業が区外から広く受注し、小零細規模の企業に外注するとも概括できる。いずれにしても区外から受注し、区内に外注する傾向のある大田区とは、やや取引の様相が異なる。

よく言われるように、大田区では小規模企業を中心に特定の工程に特化した企業が多く、あらゆる技能・技術が集積しているのが、北区に比べ区内に外注する割合が高い一因であろう。別の側面から考えると、大田区では中小製造業がある規模に成長すると、そこから分派独立（のれん分け）する企業を生み、その企業からもまた、分派独立する企業が生まれるといった形で集積を拡張してきた経緯がある。このような関係を土台に、相互の技能や特質をよく知り、取引をする関係が出来上がっているのではないか。これに比べ、地域との繋がりが少なく、北区に立地する必然性をあまり感じられない企業が多い北区では、地域にこだわらず、必要な技能・技術を求めて取引していると推察される。

(3) 印刷関連は地域内の繋がりは強い

一般的に北区内の製造業は地域との繋がりは少ないが、印刷関連は、他の業種に比べ、区内での取引も多く、異業種交流会等を通じた交流も活発なようである。

例えばパンフレット等の軽印刷は地域の商業者の需要に応えやすい面があり、印刷業は地域と繋がるきっかけの多い業種であろう。今回の調査では印刷関連業種について十分な調査ができた

かったが、区内需要という面から印刷関連業を捉え直してみるのも必要かもしれない。

(4) 顔の見える繋がりを期待

より高度な生産技術を求めて取引・連携は広域化する一方で、新製品開発や新技術開発には、顔を突き合わせての知識の交換や工夫が重視され、地元でのフェイス ツー フェイスの繋がりを期待する意見もあった。研究機能強化が進んでいる区内大手企業研究者からは試作品開発や単品加工に素早く対応できる近くの事業所を探しているとの声もあった。

(5) 地域社会との融和

区内工業は、この半世紀の間、公害問題等もあって地域社会との繋がりが薄れる方向で推移してきたが、もともと北区は工業の発展と共に歩んできた側面が強く、多くの人々が区内の工場で働き、技術を学び、独立して工場を営むなど、工業は生活の一部となってきた。また、工業経営者や従業者は、町会活動などを通じて地域社会の維持に関わってきたことを評価すべきとの意見もあった。

改めて、区内工業が雇用機会を生み、生活の現場を支えていく存在であることを評価し、地域社会の一員として位置づけることが期待される。

第4章 企業間取引・連携の課題に対応した 今後の連携強化に向けた方策

第4章 企業間取引・連携の課題に対応した今後の連携強化に向けた方策

1 北区における産業活性化の方向

1) 産業活性化ビジョンと将来像

北区は区内産業の発展的な将来像を描き、その実現への道筋を示す産業活性化ビジョンをおおよそ10年毎に策定している。現在の「北区産業活性化ビジョン」（以下、ビジョンという。）は平成20年1月に策定したもので、今後半世紀を展望して「創造」を理念、あるいは基本目標に置いている。「創造」とは「経営資源や競争力の源泉としての研究開発・技術開発のあり方、創造的な暮らしを演出する生活サービスのあり方、創造的で文化的なまちづくりの方向を問うもの」とし、今後約10年間の活性化策の方向も示している。

ビジョンに謳われる理念型としての基本目標と活性化策の基本方向を指針に、区内産業を活性化する具体策を検討し、示したものが「産業活性化ビジョン行動計画」（以下、行動計画という。）である。

北区の製造業振興は、このビジョンと行動計画にそって進められる。その土台になるのはビジョンがイメージする10年後の区内産業であり、あらためてまとめてみると、次のような姿になるだろう。

○「世界のフロントランナー」への飛躍

日本の製造業は世界中で調達・生産し販売する体制へと転換している。国際競争が広がるなか、日本の製造業、とりわけ国内の製造業集積は世界をリードする先進技術や製品を創出し供給するフロントランナーとしての発展可能性を持つ。

近代工業化以来、集積し、高度に進歩してきた様々な技能・技術は、北区の製造業が新しい時代環境への進歩的適応力を創出する基盤である。この基盤の上に新しい企業や産業人が集い、集積の多様性を広げ、厚みを増して、先進的な製品や技術、あるいは豊かな生活を提案する技術を創出する「世界のフロントランナー」の一翼を担っていく。

「世界のフロントランナー」の一翼を担う製造業は、商業やサービス業等、多くの区内産業との信頼に基づく連携によって、新しい価値を創造し、地域経済の循環を生む産業コミュニティを形成する。これは全国、世界との連携や取引を拓くプラットフォームともなる。

○豊かな地域生活

商店街に代表される地域に根差した商業の集積は、日常生活には欠かせない商品やサービスを提供する産業として、依然大きな役割を担っている。産業人同士、産業人と生活者、そして生活者同士が出会い交流する地域社会の中心的な存在として、商業の集積が重要な役割を担ってきたとともに、これからも期待が寄せられる。地域の消費需要に応えるのに加え、地域コミュニティの中心にある商店街は人々の連携と協働を育み、

豊かな地域生活を支えるコミュニティビジネスの苗床、そして要として活性化されていく。

少子高齢化社会の到来は、生活の仕方ばかりでなく生活の価値観も変えるかもしれない。従来にはなかった種類の、あるいは従来の経済合理性の尺度では割り切れないサービス等への欲求も顕われてくるだろう。地域の豊かな生活のためには、その充足も不可欠である。例えば、高齢化や就業形態の多様化等を反映して、一人暮らしの高齢者への見回りサービスや子育て支援サービスといった公共的性格を持ち地域の連帯が要となるようなサービスへの要請が生まれている。コミュニティビジネスは、このような地域に密着した新しい要請に応えるため活発に活動を繰り広げる。

商業の集積やコミュニティビジネスの活性化は、様々な就業機会を生む。地域の人々は自分の個性や資質を活かした、豊かな生活を実現する。

○産業文化都市

北区には近代工業の発祥以来の歴史を物語る産業遺産、生活とともに営々と培われた産業文化がある。北区の顔とも言える地域資源である。

様々な都市づくりと連動した、北区に残る産業の歴史と文化の再発見は、産業観光を創生し、多くの人々を北区に惹きつける。それは商業の発展機会をもたらすだけではなく、豊かな個性や才能を持った人々の交流を生むことで新しい事業機会も創る。さらにもてなしの精神やものづくりの気概といった産業の価値ある進歩には不可欠な産業文化が創り出され、発信する産業文化都市への飛躍に繋がる。

このような将来像のなかで、製造業の振興に直接関わるのは『「世界のフロントランナー」への飛躍』という部分である。

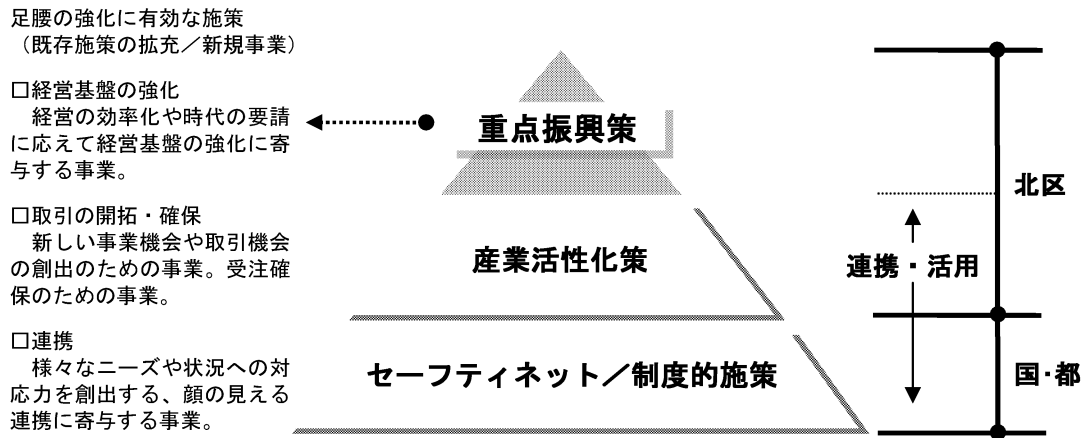
2) ビジョンの実現を目指した行動計画

活性化の具体策を示す行動計画の第一期はビジョンが公表された後、平成 21 年度に策定された。ただ、策定の時期は、アメリカでのリーマンショックに端を発した信用構造の崩壊が、瞬間に世界に伝播し、急激に景気が落ち込んだ時期と重なっていた。経営が盤石だと思われていた著名企業が倒産や経営危機に陥る等、百年に一度と形容される不況を考慮して計画されている。

中小製造業の多くは受注が大きく落ち込み、先行きへの懸念も大きく、技術の進歩や需要の移り変わりに応じて意欲的に経営を展開しようとしながらも、厳しい経済情勢を乗り越え、経営を続けることを優先しなくてはならない状況であった。北区が活性化の目標として『「世界のフロントランナー」への飛躍』を標榜するとしても、まずは厳しい経済情勢の下で区内の製造業の経営を支える施策が望まれた。第一期行動計画の計画期間は平成 21 年度からの 3 年間であるが、21 年度と 22 年度を第一期行動計画の前期として中小製造業の経営を支え、地歩を固めることに軸足を置いた施策を推進し、それ以降は経済情勢やビジョンの達成度を勘案して施策や事業の内容等を見直ししながら施策体系を段階的に拡充し、適切な運営を図ると

している。

図表-57 第一期行動計画(前期)の考え方



第一期行動計画の前期の考え方は上記の図表-57 に示している。北区はこれまでも様々産業活性化策を実施してきたが、第一期行動計画の前期目標からみて、実効性が高いと考えられる事業をこれらのなかから取り上げ拡充する。さらに新規事業を設け、重点事業と位置付けている。重点事業の主旨は次の通りである。

- 経営基盤の強化
 - ・経営の効率化や時代の要請に応えた経営基盤の強化に寄与する事業。
- 取引の開拓・確保
 - ・新しい事業機会や取引機会の創出のための事業。受注確保のための事業。
- 連携
 - ・様々なニーズや状況への対応力を創出し、顔の見える連携に寄与する事業。

重点事業のうち、具体的に製造業に関わるものを挙げると、制度融資等による金融対策の他、新製品・新技術開発支援事業、見本市等出展支援事業、北区未来を拓くものづくり表彰、エコアクション 21 認証取得支援事業が実施されている。

産業政策は国や東京都でも実施している。産業を振興するため様々な活性化策や制度融資、リーマンショック以降は緊急経済対策としてセーフティネット的な施策が実施されている。国や東京都との連携を密にして、国・東京都の活性化策や制度的施策、緊急対策も活用して政策効果を高めるように努めるとしている。

3) 行動計画のこれからの取組み

行動計画では、平成 23 年度から第一期行動計画の後期の実施を想定している。後期では従来からの産業活性化策や前期の重点事業に加え、区内の産業が時代環境に適応した発展を加速する活性化策を展開するとしている。この活性化策は、ビジョンに示された 5 つの産業活性化の基本戦略に沿って検討するとしている。因みに 5 つの基本戦略の概要は次の通りであ

る。

①地域資源の活用と新産業の創出

北区に集積する技術や知識を高度化と共有、開発型産業の育成、創造的産業活動の誘発により、区内産業の時代環境に適応した発展を促す。また、技術継承と事業継承を支援し、区内産業の基盤を維持する。

②連携の再構築と新たな時代への基盤づくり

新しい技術や事業の創出を促す環境を創るため、地域企業の有機的連携と広域連携を促進し、経営資源の相互利用を促進し、区内産業の社会的基盤としての産業コミュニティを再生する。

③くらしの創造と質の高いサービスの提供

地域の生活文化を資源に新しいライフスタイルを提案する商店街づくりやリ・デザイン、地域の生活者と産業の結びつきやコミュニティビジネスの育成に努め、豊かな地域を創る産業を活性化させる。

④元気に働く機会の創出と働く環境づくり

区内の有能な人材の活用の促進、女性の雇用機会の創出と就業環境の整備、高齢者や障害者の雇用促進に努める。若者のものづくりに対する関心の喚起や創造的な人材育成にも努め、地域ぐるみで就労を支援し、多様な雇用機会を生むプログラムを提供する。

⑤産業文化の発信とまちの魅力づくり

北区の持つ産業文化を発信し、おもてなし文化を醸成して知的関心を体感できるまちづくりに努める。都市と産業が相互に活力を高めるまちの「顔」づくりにも努め、産業文化都市の創造を目指す。

このような基本戦略に基づいて、活性化策を想定している。製造業に関わりのあるものは次のようなものである。なお、第一期行動計画の前期が終了する平成22年度末までの経済動向や前期の政策効果等を振り返り活性化策の内容も再度検討することになっている。

○地域資源の活用と新産業の創出

- ・ ビジネスマッチングの促進
- ・ 技術高度化への支援
- ・ 事業継続計画（BCP）策定への支援
- ・ 地域資源の活用と新産業の創出への支援

○連携の再構築と新たな時代への基盤づくり

- ・ 中小企業情報データベース化の構築
- ・ 産業団体等との懇談の場の設置

4) より充実した支援策の検討

(1) 北区における支援策の考え方

北区における産業振興、とりわけ製造業の振興については、今後、支援策を充実させてい

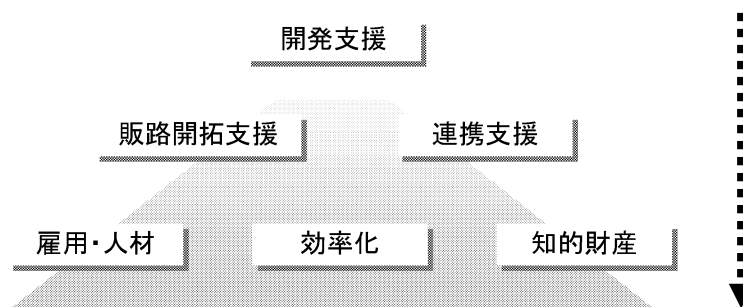
くことが望まれる。行動計画の支援策を検討するにあたっては、この調査の結果も考慮に入れる必要がある。産業振興のための支援策が国、都道府県、市区町村の各層でセーフティネット的な対策も含め多面的に実施されている。北区の支援策を充実させる際は、既にある支援策をもとに、北区の産業振興を取り巻く事情や予算規模等を考慮して製造業の発展を加速させるような支援の拡充が望まれる。

この調査の結果から、北区の製造業の振興に重要な視点を探ってみると、「新分野進出」やそれに伴う「開発」がキーワードの一つになるのではないだろうか。自社製品を持つ企業、開発や新分野進出に意欲を持つ企業が多いことが、調査結果から明らかである。「新分野の進出」、「開発」の捉え方は企業によって様々であるが、技術の進歩や需要の移行等に対応して、経営を持続する、あるいは発展するために創意工夫を重ねて商品や技能・技術の開発に努めるのが意欲ある製造業の姿である。北区は前述のとおり、平成21年度から新製品・新技術開発に対する助成事業を始めている。中小製造業の開発は、漸進的であることが多く、あまり派手ではないものが多い。ただ、このような積み重ねが中小製造業の経営基盤と進歩の源であり、加工技術の考案、実用化といったもの等の地道な創意工夫にも目配りをした支援策の運用が望まれる。

(2) 北区における支援策の拡充方向

北区における中小製造業支援の拡充方向として、「新分野進出・開発」を基点にするのも方法の一つだろう。

図表-58 支援施策体系の拡充イメージ



まず、「新分野進出・開発」では製品や技能・技術開発への支援がある。新分野進出を拡張的に考えると、新事業の創出や創業に関わる支援策も考えられるだろう。開発の成果を新分野進出に結びつけ企業の発展、ひいては北区の製造業の活性化に繋げるには、市場を開拓し、拡大する必要がある。「販路開拓、市場拡大」といった支援策も考えられる。製品や技能・技術を開発する際、企業間や産学が典型だが、様々な主体の連携が開発を加速する場合がある。

「連携」という点からも支援策が考えられるだろう。経営基盤がしっかりした企業の存在が地域産業の活性化の基盤になる。経営基盤の強化に繋がる支援策を「効率化」という視点から捉えて検討できる。ISOや環境配慮といった今日的な要請に関わる支援策もここに含めて考えられるだろう。雇用や人材の育成・活用も企業経営は無論のこと、北区の製造業の活性化には重要な事柄であり、雇用や人材育成に加え外部人材の活用という面からも支援策が考えら

れるだろう。また、ベルリンの壁の崩壊や新興工業国の台頭とともに世界規模で生産活動が展開されるようになるにつれ、特許等知的財産権が重要な問題となり、「知的財産権」に関わる支援策も実施されるようになっていく。

国、都道府県、市区町村の各層で様々な製造業への支援策を実施しており、ここで整理した視点で支援策を分類したのが図表-59である。支援の仕方には資金の助成をはじめいくつかの方法がある。その点を含めて、北区の製造業も活用できる国と東京都の支援策を整理した。具体的な方法を含め、ここに整理した支援策をふまえた支援策の拡充が望まれる。

図表-59 北区、東京都、経済産業省の支援策

分野	実施主体	事業名	支援の種類						
			助成/出資/補助	融資	税制の優遇	情報提供/相談/斡旋	イベント/セミナー/PR	その他	
【新分野進出・開発】	製品開発、技能・技術開発	北区	新製品・新技術開発支援事業	○					
		未来を拓くものづくり表彰					○		
		産業活性化支援資金融資		○					
		産業力強化融資		○					
		産学公スタートアップ助成事業	○						
		ものづくり新集積形成事業	○						
		新製品・新技術開発助成事業	○						
		社会的課題解決型研究開発助成事業	○						
		重点戦略プロジェクト支援事業	○						
		新商品の生産による新事業分野開拓者認定制度						(○)	
		デザイナー普及啓発セミナー					○		
		デザイナー活用支援事業				○			
		東京デザインマーケット					○		
		東京都ベンチャー技術大賞					○		
		八都府県共同産産マッチング事業							
	広域産産連携支援事業								
	提案公募型産産交流促進事業								
	基盤技術産産グループ支援事業								
	地域中小企業応援ファンド	○							
	事業可能性評価事業					○			
	国	戦略的基盤技術高度化支援事業	○						
	新連携策支援事業	○							
	スタートアップ支援事業	○							
	がんばれ！中小企業ファンド	○							
	地域イノベーション創出研究開発事業	○							
	地域資源活用型研究開発事業	○							
	S B I R段階的競争選抜技術革新支援事業	○							
	研究開発促進税制				○				
	中小企業に対する公的研究機関による実用化研究支援					○			
	北区	起業家セミナー					○		
起業家相談会					○				
インキュベーション施設(ネスト赤羽)の提供						○			
起業家支援資金融資			○						
東京都	創業融資		○						
創業助成金	○								
T O K Y O起業塾					○	○			
学生起業家選手権						○			
社会的企業家育成セミナー						○			
東京都ベンチャー技術大賞						○			
事業可能性評価事業									
国	ベンチャーファンド	○							
スタートアップ支援事業	○								
ベンチャープラザ						○			
がんばれ！中小企業ファンド	○								
北区	見本市等出展支援事業	○							
企業情報交換会(ビジネスネット)					○	○			
東京都	産業力強化融資		○						
海外取引総合相談(海外投資・貿易相談)									
海外取引総合相談(国際化支援相談)									
ものづくり新集積形成事業	○								
市場開拓助成	○								
中小企業ニューマーケット開拓支援事業					○				
東京都ベンチャー技術大賞						○			
産産交流展						○			
国際化対応力増強支援事業						○			
海外展開自立化支援事業					○				
東京デザインマーケット						○			
基盤技術産産グループ支援事業									
地域中小企業応援ファンド			○						

分野	実施主体	事業名	支援の種類					
			助成/出資/補助	融資	税制の優遇	情報提供/相談/斡旋	イベント/セミナー/PR	その他
【販路開拓】	国	地域資源活用新事業展開支援事業費補助金	○					
		スタートアップ支援事業	○					
		販路ナビゲーター創出支援事業				○	○	
		市場志向型ハンズオン支援事業				○	○	
		ベンチャーフェア				○	○	
		中小企業総合展					○	
【連携】	北区	地域資源活用型産業活性化プロジェクト	○			○		
		自主交流グループ活動支援事業	○					
	東京都	ものづくり新集積形成事業	○					
		産業力強化融資		○				
		産学公スタートアップ助成金	○					
		八都府市共同産産マッチング事業						
		広域産産連携支援事業						
	提案公募型産産交流促進事業							
	国	ベンチャープラザ					○	
		地域イノベーション創出研究開発事業	○					
【効率化】	北区	中小企業診断士による経営相談				○		
		エコアクション2.1認証取得支援事業	○					
		事業環境整備資金融資		○				
	東京都	産業力強化融資		○				
		ISO取得支援助成	○					
	経営革新計画承認支援事業				○			
	国	経営革新支援事業	○	○	○			
		新規現役人材を活用した中小企業支援				○		
		戦略的C I O育成支援事業				○		
		地域力連携拠点による支援事業				○		
中小企業投資促進税制（平成22年3月31日まで）			○					
【雇用・人材】	北区	ものづくり夜間大学					○	
		パソコン活用講座					○	
	東京都	試験研究機関の中小企業技術者研修・講習会					○	
		キャリアアップ講習					○	
		スーパーデザイナー養成講座					○	
		アジア人材受入育成支援事業					○	
		産業人材の確保				○	○	
		ものづくり経営人材育成事業					○	
		実践ものづくり中核人材育成				○		
	従業員の自立的キャリア開発支援事業					○		
	国	中小企業等基盤強化税制（平成21年3月31日まで）			○			
		人材投資促進税制			○			
		事業継承円滑化のための税制措置			○			
		事業継承円滑化支援事業				○		
		事業継続ファンド	○					
	人材育成事業（中小企業の経営者、従業員研修）					○		
	外部人材の活用	北区	知的所有権活用支援事業	○				
		東京都	専門家派遣事業				○	
	国	外国特許出願費用助成事業	○					
		外国侵害調査費用助成事業	○					
研究開発型中小企業に対する特許料等の軽減				○				
中小企業知的財産権保護対策事業		○						
地域中小企業知的財産戦略支援事業					○			
産業財産権の普及・相談に関する支援					○			
産業財産権情報の活用に関する支援					○			
産業財産権の出願手続等に関する支援			○	○				
産業財産権の審査・審判に関する支援（早期審査・早期審理制度）						○		

資料：北区資料、東京都資料、経済産業省資料

5) 支援の基本的な姿勢

北区は区内の製造業を活性化するには、支援策を拡充しながら積極的に展開する必要があるだろう。実効性のある支援のためには、行政と経営者相互の理解と信頼関係が必要である。区内の企業経営者や産業団体との対話の機会を重要視し、お互いの理解と信頼を深め、適切なきめ細かい支援策の運用を目指す必要もあるだろう。

産業振興策は、国や東京都でも実施している。行動計画でも国や都の支援策を活用する旨が謳われているが、北区単独では十分な支援ができない部分を補完するため活用するほか北区の支援策と組み合わせることで、支援の多様性や厚みを増す。国や都の支援策をよく把握

し、産業支援部局の他、東京都立産業技術センターや東京都中小企業振興公社といった関係機関との連絡を密にして、区内産業が支援策の活用可能性を拡げるよう努めることも望まれる。

2 区内産業集積における取引・連携の将来イメージ

1) 北区工業の連携構造の変化

北区は、明治初期に石神井川の水資源を利用する製紙工場、製紙工程で使う苛性ソーダ・さらし粉製造の発展を契機として、また、多くの軍需工場の火薬・鉄砲・火具製造所、被服製造所などの設置に牽引されて早い時期から工業が発展してきた。関連する印刷、紡績、金属製品、機械部品など多様な工場も集積し、城北工業集積の一角を担ってきた。

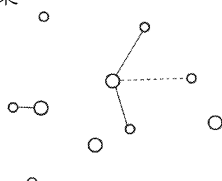
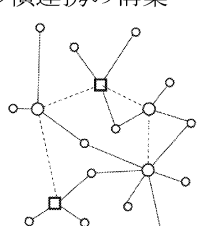
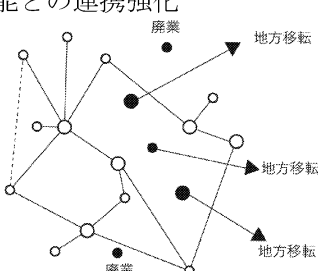
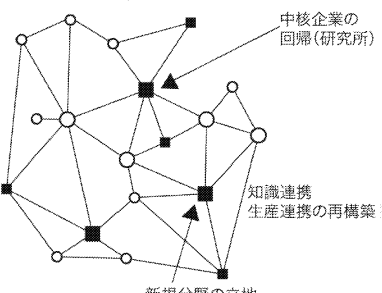
戦後も、戦前に蓄積した技術をベースとして、軍用地や軍需工場の跡地に、精密機械、大都市市場型工業など多くの工場が集積し、全国に先駆けて工業の発展を見たが、逆に過密・公害問題、労働力不足を招き、高度成長が始まった昭和30年代後半には北区から埼玉、北関東、東北など、地方への工場移転が始まっている（昭和41年の3,512工場が北区工場数のピーク）。

このように、北区は、明治初期から近代工業の発展を牽引し、昭和40年代まで、「工都北区」と称されたように、密な工業集積を誇ってきた。

その中で、北区を代表する印刷工業や精密機械工業（光学機器、理化学機器、試験機器等）は、工程間分業による取引連携を集積の特徴としてきたが、高度経済成長期以降の工場の地方分散、さらには海外展開に伴う急激な工場の減少で、この分業構造が分断されてきている。その再構築が北区工業の課題であり地域経済活性化の課題である。

図表-60は、明治以降の北区工業の特色とその連携構造の変化について、大きな時代区分で模式的に示したものである。

図表-60 北区工業の発展段階と連携構造の変化

	工業の特色	連携の特色
<p>■ 明治初期から昭和初期</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 西洋から近代工業技術の導入 ・ 抄紙工場、印刷局製紙工場・印刷工場、火薬工場の進出 ・ 上記の関連産業の集積 ・ 生活関連産業の集積 セルロイド、紙製品、衣服 ・ 精密機械工業の進出 ・ 軍工場の進出と民間工場の軍需工場へのシフト 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 資本家、国家が外国人技術者を招聘し近代工業に向けて様々な挑戦。 ・ 中核企業が関連技術分野の企業を創設し縦の連携構造を構築 
<p>■ 戦後～昭和40年代中期</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 軍用地の払い下げ ・ 軍需産業の平和産業へのシフト ・ 公害問題の激化（大気汚染、地盤沈下など） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中核企業を中心とする縦連携構造の強化 ・ 業種分野毎の横連携の構築 
<p>■ 昭和40年代中期～昭和60年代</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地方分散政策（工業再配置法、工業等制限法など） ・ 中核工場の地方移転 ・ 関連工場の休廃業 ・ 情報分野へのシフト 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 連携構造の崩壊（歯槽膿漏現象） ・ 連携の広域化（周辺地域、地方） ・ 都心機能との連携強化 
<p>■ 平成～</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 残った中核企業が研究機能強化 ・ 開発型企业へのシフト、進出 ・ 専門技術分野への特化 ・ 事業再構築の進展 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 連携構造の再構築 

2) 連携構造の再構築

我が国工業が、大量生産システムから変種変量生産へと大きく変化するなか、新たな時代に対応していくためには、既存産業の分業構造を組み替え、新たな連携の仕組みを構築することが問われている。

なかでも、産業活動の国際化に伴い、アジア規模のものづくりネットワークの構築を迫られているなか、技術や開発力を基軸とする産業構造の再編が求められる。北区の工業集積が蓄積し磨きあげてきた知や技を土台に以下のような連携構造の再構築に取り組むことが必要である。

①自律的・多元的な産業構造の構築

産業発展の歴史や技術集積の特性などの地域産業の個性を活かして、新たな時代に向けて多様な価値を次々と生み出す持続的な産業地域の形成

②開発型連携構造の構築

工程間分業などの生産連携から技術や開発力を基軸とする知識連携・技術連携構造への転換

③地域内連携と広域連携の複合

顔の見える地域内連携の高度化と周辺地域や国内外も含めた広域連携の促進及び地域内連携と広域連携の重層化

この新たな連携構造の構築を可能とするためには、大都市工業集積地域としての北区が育ててきた産業文化や蓄積してきた技術や技能を受け継ぎ、ものづくりを大切にしようとする地域社会関係を持続していくことが重要となる。具体には次のような諸点が問われる。

■地域固有技術の系譜／地域文化の醸成

北区が育ててきた技術や産業の歴史を評価し、それを地域文化として産業人、区民の共通の資産としていくこと。

■知の連携構造の構築／開発型中核的企業の育成／研究開発支援機関の強化

区内に研究開発や技術開発に取り組む知識連携・技術連携のしくみ・ネットワークを構築するとともに学術機関、研究開発支援機関などとの連携を図る。

■中堅・中小企業の開発力強化／共同開発プロジェクトの推進

区内企業の開発力を強化するため、地域ニーズ・シーズを探りつつ、テーマを選択しながら共同開発プロジェクト等に取り組む。

■知の媒介としての問屋機能の再評価／流通加工・物流システムの再構築

訪問調査でも区内企業は問屋機能、エンジニアリングサービスとの連携を重視していることが確認されたように、区内には機械工具をはじめとする問屋が集積し、素材や工具の調達だけでなく、仕事やノウハウの斡旋などで区内工業を多面的に支えてきた。より重要になると考えられる流通加工・物流サービスと連動するものづくりを育てていく。

■技術継承・事業継承／次世代技術者の育成

区内企業が蓄積してきた諸々の技術や技能は先進技術分野に取り組むベースとして重要であり、ものづくり機能を失いつつある「東京」で、区内企業は貴重な存在となりつつある。区内企業が培った技術・技能を今後も維持できるよう、事業継承、次世代技術者の育成に積極的に取り組む。

■知的活動にふさわしい産業空間の提供／住工共存の薦め

企画や研究開発活動の従事者に知的活動に相応しい快適な就業空間を提供することが望まれる。また、開発ニーズ調査やモニタリングに応じてくれる高質な生活価値観を有する住民の存在が必要となる。そのためにも、生産と居住が融合する地域づくりが重要となる。

■既存工業地の再利用、再生

北区は、隅田川・新河岸川に沿って大規模な工業地を残し、このまとまった用地は、新たな世紀に向けた貴重な北区の資産といえる。新たな産業活動、創造活動の舞台として、計画的に再利用を図っていくことが望まれる。

3) 地域社会ニーズに対応する産業群の育成

特に 21 世紀は、かつての大量生産・大量消費に特徴づけられた 20 世紀システムに代わり、最終消費サービス（特に医療・福祉、教育といった「対人サービス」）に対応した「サービス中心社会」への転換が進むと考えられる。

地域社会の崩壊に直面して、広い意味での公共福祉を実現する地域サービスのしくみを工夫し、それらと連携する産業システムを多角的に構築し、そこに集合する産業群を育て、集積の力を発揮させることが望まれる。具体的には、次のような産業分野、産業システムの創出・育成が考えられる。

■医療福祉分野

医療機器、福祉機器、介護ロボット、人工知能、自助具の開発
医療福祉サービスのネットワーク化、生体センサー、測定システム
段差解消機器、階段昇降機、移動ロボット、誘導システム

■子育て、食育、教育文化分野

教育機器、教育ソフト、デジタルアーカイブス、マルチメディア

■安全安心分野

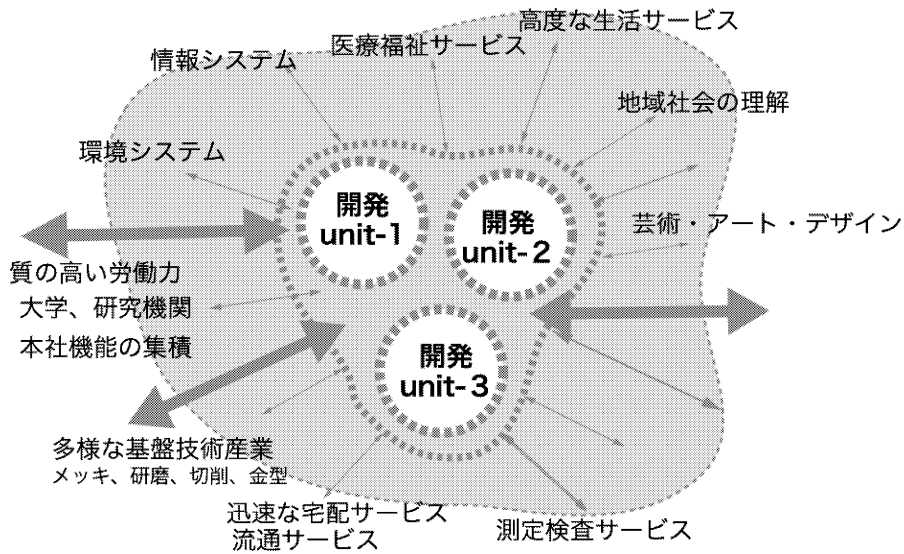
レスキューロボット、GPS 誘導システム、自律型空間移動システム

■環境エネルギー分野

スマートグリッド、省エネルギーシステム、省エネ居住空間

既に区内企業は、例えば、医療福祉分野では点字プリンター、カテーテル、視覚障害者誘導装置、センサーなどに取組み、教育文化分野ではマルチメディア教材、安全安心分野では GPS、防火シャッター、また環境分野では熱処理、高機能合成樹脂製品などの素材加工で先進的技術を構築し必要な製造設備を開発している。訪問調査からも明らかになっているように、地域社会の新たなニーズに関連する技術の取組みやその技術開発の裾野は多分野に広がっている。

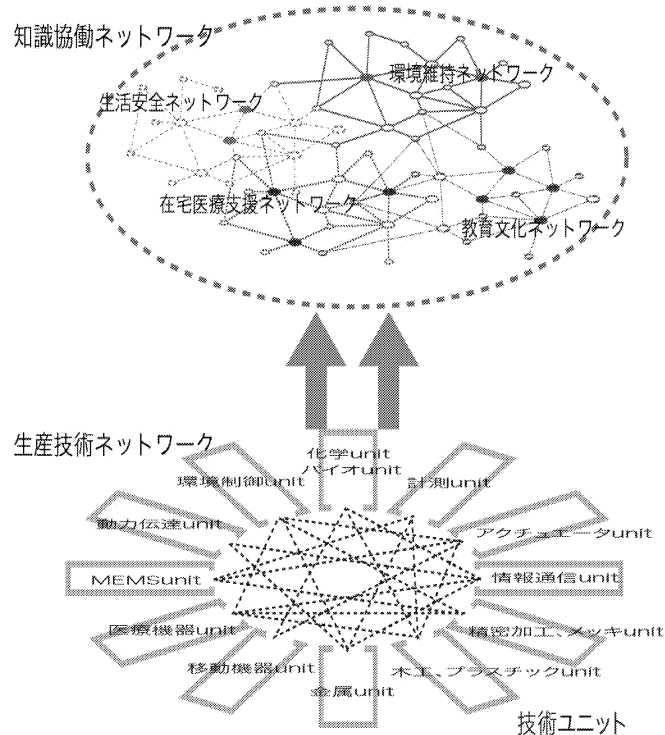
図表-61 地域社会ニーズに対応する産業群の育成



これからは、新たな地域社会のニーズを主導要因として地域的な経済循環が再編成されていくことになり、このような社会ニーズへの対応を起点とした新たな産業システムを工業のものづくり機能を含めて、いかに構築していくかが問われ、社会ニーズを支える技術群（技術ユニット）をどのように育てて行くかが課題となる。

改めて、地域に潜在する一つ一つの知や技を結集させ、社会ニーズや競争力強化に向けて組み替えることにより、相乗的な力を発揮できる仕組みを構築し開花させていくことになる。

図表-62 地域社会ニーズを支える技術群の育成



4) 開発型コアネットワークの構築

なかでも、北区には開発型企業が多い、あるいは研究開発志向を有する企業が多いという地域特性を活かして、地域企業、公設試験研究機関、大学などが連携して、新たな研究開発課題を設定し、共同で研究開発プロジェクトに取り組む「開発型コアネットワーク」を多層的に構築することを目指すものとする。

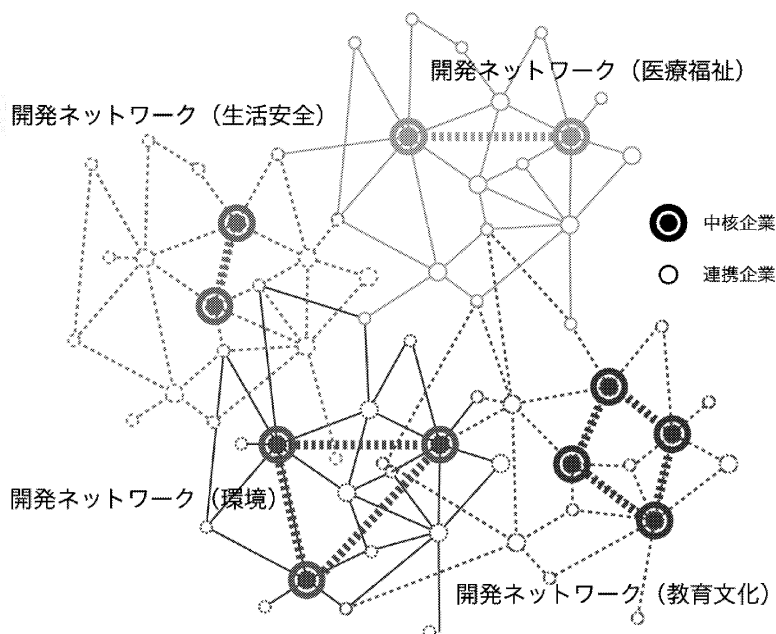
この数年、経済産業省等が提唱してきた「産業クラスター計画」にみるような広範囲・網羅的な連携でなくとも、強い開発志向を有する限られた企業が中心になって小規模ながら、より密で実質的な核を形成し、その核が中心になって関連する産業が参画しオープンな集合体を構築していくことになる。

既存の受発注のネットワークを通して企業間の信頼関係を高め、互いの技術力を活かしながら、地域の現場で「実物」を前に、知恵を集め、創造し、直ちに試みるような開発ネットワークを多層的に構築することになる。

テーマとしては、医療福祉、バイオ、ロボットなどの先端技術分野だけでなく、身近な生活密着商品の開発、加工技術、材料技術など、様々なテーマが考えられる。

なお、区内にある東京都立産業技術研究センター（西が丘本部）は、地域企業の開発ネットワーク構築の拠点として機能してきたが、平成23年度には臨海地区に移転予定であるため、新たな中核的試験研究機関、大学理工学部など代替機能の確保が望まれる。

図表-63 開発型コアネットワークを重層的に構築



加えて、この開発コアネットワーク機能を強化するためには、ものづくりだけでなく、商社・問屋、エンジニアリングサービス等のサービス機能の集積促進を図る必要がある。また、多様な産業活動を誘引し創造できる「まち」の総合力が重要となり、産業政策と都市政策をパッケージとする地域づくり、立地環境整備を改めて検討していく必要がある。具体的には、

次の諸点が課題となる。

→ 住み手と働き手の協働

地域内で生活者と生産者が知恵を出し合い、工夫を重ねることができるプラットフォームの形成

→ 想いを具現化できる地域、まち場のものづくりの復権

まちの中で、住民と生産者が、地域で必要とされるものやサービスを工夫し改良を重ねていく。商店街にもものづくり工房や開発ラボを埋め込むことも考えられる。

→ 多様な知識を集結し、高度な加工ができる地域

必要な知識や技術を地域内だけでなく地域外からも広く結集するエンジンとなり、高度加工に対応できる地域産業集積の育成

→ 商社・問屋、エンジニアリング等の専門サービスとの連携

上記を可能とするため、研究開発や高度なものづくりを支える商社機能、エンジニアリングサービス機能の集積促進と相互連携

→ 研究者、技術者が集まりやすい開発工房（プロジェクトラボ）

研究者、技術者が集まって、夜遅くまで安心して情報交流やものづくりの工夫ができる開発工房の確保

→ 成果の地域定着

開発製品や開発システムを地域でモニタリングすることができ、さらに改良を重ねることができる現場の提供や地域社会の理解の醸成

このように、北区産業が蓄積し磨きあげてきた知や技をベースに開発ネットワークを複合的に重ね、ダイナミックで継続的なイノベーションを次々と誘導し、広く発信していくことが望まれる。

参考資料
アンケート調査票

東京都北区の製造業の現状に関するアンケート

東京都北区
財団法人 地方自治研究機構

この調査は、区内製造業の生産技術連携、経営実態などを明らかにし、産業振興施策の基礎資料として活用することを目的に、東京都北区と財団法人地方自治研究機構が共同で実施するものです。

ご多忙とは存じますが、趣旨をご理解のうえ、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

1. この調査票は、上記の目的以外に使用されることはありません。また、調査結果は統計的に処理し、個別企業の内容が公表されることはありません。
2. ご回答は、経営者、または経営全体が分かる担当者の方にお願いします。
3. 各設問では、当てはまる番号に○をつけ、() 内や枠内に該当する事項を具体的にお書きください。
4. 記入したアンケート用紙（本調査票）は、平成21年8月4日（火）までに、同封の返信用封筒に入れてご投函ください（切手は不要です）。
5. 調査の内容等、不明な点がございましたら、下記担当者へお問い合わせください。

※ この調査票は、北区内にある、製造分野に携わる事業所にお送りしています。万が一、該当しない場合は、この調査票は破棄してください。

東京都北区 産業振興課	<small>み か じ り</small> 三日尻、中澤、塚原
〒114-8503 東京都北区王子 1-11-1	北とぴあ 11 階
TEL : (03) 5390-1235	FAX : (03) 5390-1141
HP : <input type="text" value="東京都北区"/>	<input type="button" value="検索"/>
	クリック

《貴事業所の概要についてお書きください》

事業所名	代表者名		記入者ご氏名 (役職・所属)	()
所在地	TEL () FAX ()		電話・ファクス	—
E-Mail アドレス	ホームページの有無		あり ・ なし	
主要製品名 または 加工内容	(塗装業、製本業…と分類して分析を行うため、業種・業態などの判断材料とします)			
年商規模 ※直近の年間 売上高	1. 1千万円未満	3. 3千万円以上1億円未満	5. 3億円以上10億円未満	10年前の 売上高 (左記の選択肢のうち) 1・2・3・4・5・6
北区での操業 開始時期	2. 1千万円以上3千万円未満	4. 1億円以上3億円未満	6. 10億円以上	
従業員数	1. 戦前	3. 昭和30年代	5. 昭和50年代	7. 平成6年～平成10年
従業員数の 平均年齢	2. 昭和20年代	4. 昭和40年代	6. 昭和60年～平成5年	8. 平成11年以降
事業所数 ※工場兼事務所は 工場とする	合計 _____人 (役員含む)	うち、 パート・アルバイト _____人 研究開発・技術開発従事者数 _____人	外国人従業者数 _____人	10年前の 従業者数 合計 _____人 (役員含む)
	1. 30歳代以下	3. 50歳代	60歳以上の 従業者数	経営者の 年齢 _____歳
	2. 40歳代	4. 60歳以上		
	合計 _____か所	うち、 国内の工場 _____か所 海外の工場 _____か所	国内の事務所・営業所など _____か所 海外の事務所・営業所など _____か所	

1 貴事業所の概要について

- (1) 下表の工程について、貴事業所はどの機能を担っていますか（それぞれ当てはまるもの1つに○）
 また、機能を持っている場合、どこが中心的に役割を担っていますか（それぞれ当てはまるものすべてに○）

生産工程	事業所に機能の有無	どこが中心的に役割を担っていますか		
		自事業所	自社の他事業所	他社(取引先など)
1. 企画	あり・なし			
2. 設計・デザイン	あり・なし			
3. 研究・開発	あり・なし			
4. 試作	あり・なし			
5. 素材生産	あり・なし			
6. 加工（印刷含む）	あり・なし			
7. 製造・組立（製本含む）	あり・なし			
8. 営業・販売	あり・なし			

- (2) 取引先の所在地について、地域別にお答えください

【 取引先事業所数をお書きください 】

取引先の所在地	北区	23区内	国内	海外	合計
受注・販売先	社	社	社	社	社
発注・仕入先	社	社	社	社	社

【 取引金額（年商）をおよその割合でお書きください 】

取引先の所在地	北区	23区内	国内	海外	合計
受注・販売先	割	割	割	割	10割
発注・仕入先	割	割	割	割	10割

- (3) 5年以内に新規取引先を獲得しましたか（当てはまるものすべてに○）

1. 親会社や取引先（受発注先）からの紹介	7. 見本市等の出展
2. 同業種・異業種交流会	8. 行政支援の利用
3. 企業相互の技術交流会	9. インターネット
4. 業界団体等のつながり	10. マスコミ・メディアを通じて
5. 大学や公的研究機関との交流	11. その他（ ）
6. 営業による開拓	12. 5年以内に新規取引先を獲得していない

2 操業環境について

- (1) 貴事業所が北区内に立地していることの「強み」について伺います（それぞれ、あなたの考えに近いもの1つに○）
 また、10年前と比較して、国内の他の地域に対する優位性はどうか変わったと感じますか（それぞれ当てはまるもの1つに○）

	「強み」である			10年前と比較して優位性は			
	そう思う	ふつう	そう思わない	強くなった	弱くなった	変わらない	わからない
1. 受注・販売先との近さ							
2. 発注・仕入先との近さ							
3. 部品・部材の調達しやすさ							
4. 交通の便利さ							
5. 消費地との近さ							
6. 都内立地というブランド力の強さ							
7. 有能な技術人材の集めやすさ							
8. 有能なパート人材の集めやすさ							
9. 情報の集めやすさ							
10. 関連サービスの得やすさ (機械の修理や検査がしやすいなど)							
11. 相談相手(同業種など)の多さ							
12. 地価・家賃の手ごろさ							
13. 労働力コスト(人件費)の低さ							
14. 製造業の営みやすさ (近隣住民の理解が得やすいなど)							
15. 自宅との近さ							

その他、北区での操業について、お気づきの点があれば具体的にお書きください

- (2) 前年同期と比較した景況はどうか（当てはまるもの1つに○）

1. 良い 2. どちらかと言うと良い 3. 変わらない 4. どちらかと言うと悪い 5. 悪い

- (3) 今後の見通しはどうか（当てはまるもの1つに○）

1. 良い 2. どちらかと言うと良い 3. 変わらない 4. どちらかと言うと悪い 5. 悪い

3 経営の動向と課題

(1) 下記の項目は、貴事業所の経営上の課題として、重要だと感じますか（主に当てはまるもの5つに○）

1. 企画力の向上	10. 情報発信力・収集力の強化
2. 品質の向上、技術力の強化	11. グローバル化への対応
3. 企業・製品のブランド化	12. 資金調達
4. 営業力の強化	13. 人材の確保・育成
5. 受注・販売先や発注・仕入先の開拓	14. 後継者の育成
6. 市場の開拓	15. 建物・設備の建替えや入替え
7. 新製品・新規分野の開発	16. 周辺地域社会との共生
8. 研究開発力の強化	17. 地域内企業との連携
9. 保有技術の継承	18. 産・学・公連携

その他、重要だと感じることを具体的にお書きください

(2) (1)の項目について、特に短期的に取組む必要があると考えている項目は何ですか（主に当てはまるもの3つまで（1）の選択肢の番号でお答えください）

(3) 従業員の技術教育や技能教育を積極的に行っていますか（当てはまるもの1つに○）

1. 行っている	3. 行っていない
2. 今は行っていないが、今後行う予定である	4. 必要ない

(4) 5年以内に下記の項目について、新たに事業取組みを始めましたか ※例えば、従来は部品加工を行っていたが新製品の開発を始めた、など（それぞれ当てはまるもの1つに○）

	新たに始めた	今後取組みを検討している	取組もうと思っ たが断念した	過去に取組んだ が既に撤退した	取組んでいない 必要ない
1. 企画					
2. 設計・デザイン					
3. 研究・開発					
4. 試作					
5. 素材生産					
6. 加工（印刷含む）					
7. 製造・組立（製本含む）					
8. 営業・販売					

- (5) 新たに取組み始めた事業について具体的にお書きください
また、その概要が分かるパンフレット等がありましたら、この調査票と一緒に返送してください

--

- (6) 今後の事業展開についてお答えください (当てはまるもの1つに○)

1. 現在取組んでいる事業を維持	5. 現在取組んでいる事業を縮小
2. 現在取組んでいる事業を維持しながら 新分野へ進出	6. 現在取組んでいる事業を縮小し、 新分野へ進出
3. 現在取組んでいる事業を拡大	7. 廃業
4. 現在取組んでいる事業を拡大しながら、 新分野へも進出	8. その他 ()

4 研究開発、技術開発について

- (1) 貴事業所では現在、研究開発や技術開発 (生産工程、生産技術の改善も含む) に関わっていますか (当てはまるもの1つに○)

1. 関わっている	2. 関わっていない ⇒設問(5)へ
-----------	--------------------

- (2) (1)で1.と回答した方へお尋ねします。どのような研究開発・技術開発に関わっていますか (当てはまるものすべてに○)

1. 新製品 (商品) の開発	4. 治具等の改善・工夫
2. 既存製品の改良	5. 新たな技術開発への取組み
3. 生産ライン、製造方法の改善改良	6. その他 ()

- (3) その研究開発・技術開発は、どこかと連携して行っていますか (当てはまるものすべてに○)

1. 自社のみで実施	5. 大学と連携
2. 親会社や系列会社と連携	6. 公的研究機関と連携
3. 同業種他社と連携	7. その他
4. 異業種他社と連携	()

(4) (3) で 2. ～ 7. と回答した方へお尋ねします。連携先の事業所数を所在地域別でお書きください

連携先の所在地	北区	23区内	国内	海外	合計
事業所数	社	社	社	社	社

(5) 今後の持続的な研究開発や技術開発についてお尋ねします

その際に、課題と感ずる点は何ですか（それぞれ、主に当てはまるもの3つに○）

【 これまでに開発（改善）を行ったが、問題・課題と感ずた点 】

1. 開発したが売れない、売り先が分からない	5. 近くに相談できる相手がない
2. 売れているが儲からない	6. その他
3. 自社に不利な契約を連携先と結んだ	()
4. 特許の問題	7. 問題はない

【 今後 開発（改善）を行いたいが、問題・課題と感ずる点 】

1. アイデア・企画倒れに終わる	6. 連携先となる技術力のある企業が少ない、 どんな企業があるか分からない
2. 開発のための資金がない	7. 近くに相談できる相手がない
3. 開発したものを量産する資金がない	8. その他 ()
4. 開発したものを生産する企業がない	9. 問題はない
5. 開発に必要な機器（測定器等）がない	

(6) 今後の持続的な研究開発や技術開発のために何が必要だと感ずますか（当てはまるものすべてに○）

1. 自社内での技術の継承	7. 異業種他社と連携
2. 自社内での基礎技術力の向上	8. 大学との連携
3. 自社内での応用技術力の向上	9. 公的研究機関との連携
4. 自社内での情報収集力の向上	10. 行政の支援
5. 親会社や系列会社と連携	11. その他
6. 同業種他社と連携	()

5 行政の支援制度について

(1) 下表の公的な支援制度について、利用(参加)したことがありますか、また、今までの利用(参加)の有無に関わらず、今後、利用(参加)したいですか(それぞれ当てはまるものに○)
また、今後もっと充実させてほしいと考える支援制度はどれですか(主に当てはまるもの3つまで○)

	利用(参加)した ことがある	今後、利用(参加) したい	今後、特に充実 させてほしい
1. 技術ネットワークの構築支援			
2. 情報ネットワークの構築支援			
3. インキュベーション(起業・新創業)の支援			
4. 産・学・公との連携充実・機会提供			
5. 同業種交流支援			
6. 異業種交流支援			
7. 資金調達への支援			
8. 取引先(受注・販売先や発注・仕入先)の紹介			
9. 技術・ノウハウなどの相談窓口			
10. 経営に関する相談窓口			
11. 人材育成への支援			
12. 経営セミナーや講座など			

その他、公的な支援制度についてお気づきの点があれば具体的にお書きください

6 その他

行政への意見や要望など、ご自由にお書きください

委員・事務局名簿

委員・事務局名簿

《委員》

氏名	所属・肩書
鵜飼 信一	早稲田大学商学学術院教授
加藤 秀雄	埼玉大学経済学部教授
里見 泰啓	早稲田大学産業経営研究所研究協力員
鈴木 節男	東京都立産業技術研究センター理事
橋本 恒彦	三立機器株式会社代表取締役社長
越阪部 和彦	東京都北区地域振興部部長
中島 次男	財団法人地方自治研究機構事務局長兼法制執務部長

《事務局》

氏名	所属・肩書
伊藤 清武	株式会社都市産業研究所
小宮山 庄一	東京都北区地域振興部産業振興課課長
三日尻 光男	東京都北区地域振興部産業振興課係長
中澤 玲子	東京都北区地域振興部産業振興課主任主事
塚原 寿子	東京都北区地域振興部産業振興課主任主事
佐々木 一彰	財団法人地方自治研究機構調査研究部主任研究員
緒方 優紀	財団法人地方自治研究機構調査研究部研究員
宮崎 大	財団法人地方自治研究機構調査研究部研究員

(順不同)

発行 平成 22 年 3 月

東京都北区産業振興課

〒114-8503 東京都北区王子 1 丁目 11 番 1 号
北とびあ 11 階

TEL 03 (5390) 1235

財団法人 地方自治研究機構

〒102-0082 東京都千代田区一番町 25 番地
全国町村議員会館 3 階

TEL 03 (3237) 1411

印刷 株式会社ワコー