

川崎市内中堅中小企業経営実態調査レポート

～新規事業・新分野進出について～

目次

I. 調査要領と回答企業の概要	2 ページ
II. 景況感と事業方針について	4 ページ
(1) 現在（平成 26 年 8 月）の受注・販売状況（概ね半年前との比較）及び今後の受注見通し（概ね半年後）について	
(2) 今後（概ね 3 年後）の事業方針について	
III. 消費税増税について	7 ページ
(1) 消費税率引上げ（8%）による業績への影響について	
(2) 価格転嫁について	
(3) 不当行為の有無について	
(4) 消費税率 10%への引上げについて	
IV. 新規事業・新分野進出について	11 ページ
1. 新規事業・新分野進出について	
(1) 最近 10 年程度で新規事業・新分野進出を実施または検討したかについて	
(2) 新規事業・新分野進出への取組みを始めた時期について	
(3) 新規事業・新分野進出の進捗状況について	
(4) 新規事業・新分野進出における現在の状況と今後の見通しについて	
(5) 新規事業・新分野進出による業績以外のプラス効果について	
(6) 新規事業・新分野進出に際する外部との連携について	
(7) 新規事業・新分野進出において連携を実施・検討している相手について	
(8) 新規事業・新分野進出のテーマ・コンセプト	
(9) 新規事業・新分野進出を実施・検討している、あるいは関心をもっている理由について	
(10) 新規事業・新分野進出にあたっての主な課題について	
(11) 新規事業・新分野進出を検討しない、必要がないと感じている理由について	
2. 新規事業・新分野進出における公的機関等の活用及び期待する施策について	
(1) 新規事業・新分野進出にあたり相談している（する予定）の機関等について	
(2) 新規事業・新分野進出にあたり期待する公的支援施策について	
(3) 新規事業・新分野進出にあたり既に活用している（したことがある）公的支援施策について	
V. 医療産業分野への進出について	21 ページ
(1) 医療産業分野への進出について	
(2) 医療産業分野への進出にあたっての課題・要望について	
VI. 経営課題・その他	22 ページ

I. 調査要領と回答企業の概要

1 調査要領

(1) 調査目的

市内企業が関心を持つ企業の経営課題や基本的動向を把握することを目的に実施。

(2) 調査テーマ

新規事業・新分野進出について

(3) 調査方法

郵送によるアンケート方式（返信用封筒による返送およびFAXによる返信）

(4) 調査時期

平成 26 年 9 月 17 日（水）～平成 26 年 9 月 30 日（火）

(5) 調査の対象企業

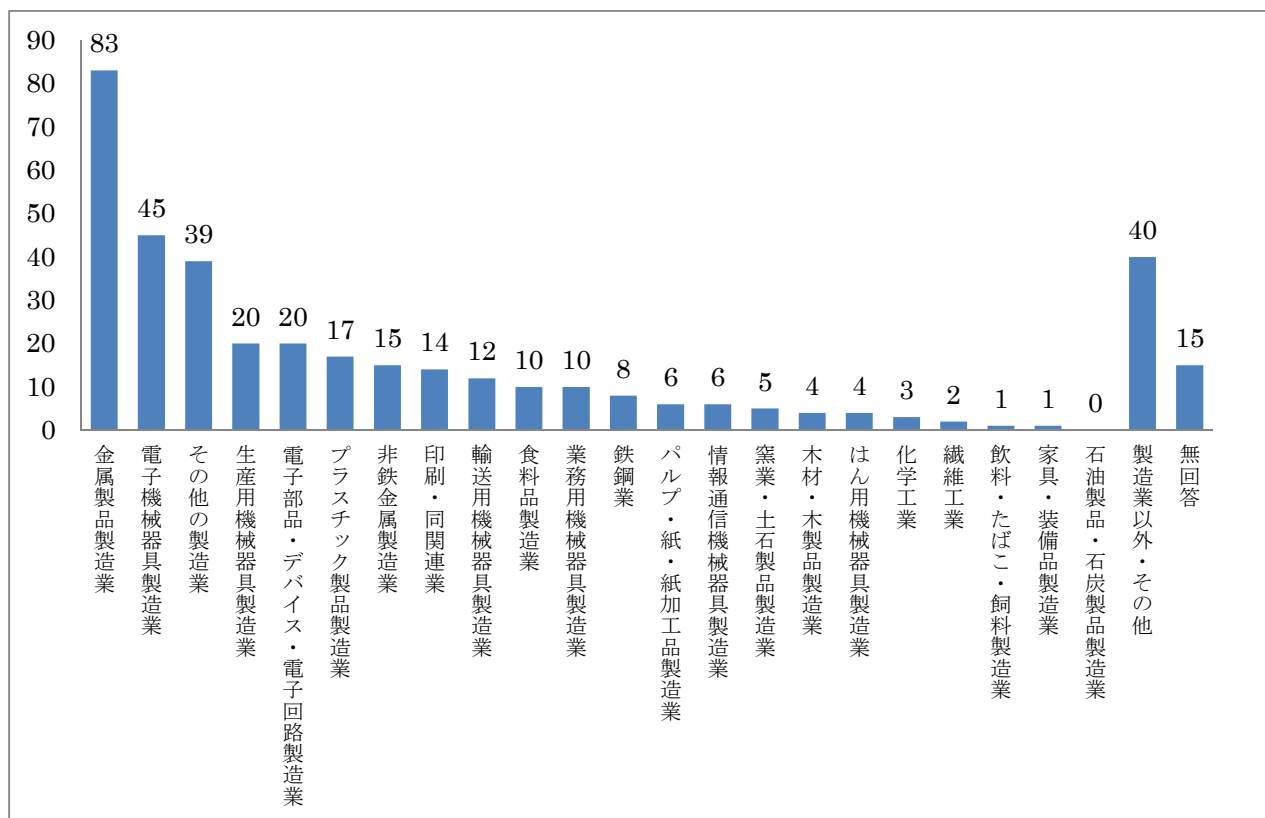
公益財団法人川崎市産業振興財団がデータを保有する川崎市の中堅・中小企業
（製造業・製造関連業）1,968 社

(6) 回答状況

有効回答企業数：380 社 有効回答率 19.3%

2 回答企業の概要

図1 回答企業の業種内訳 (N=380)



(原則として主業基準分類で集計、業種内訳は日本標準産業分類に基づく)

図2 回答企業の従業員数内訳 (N=380)

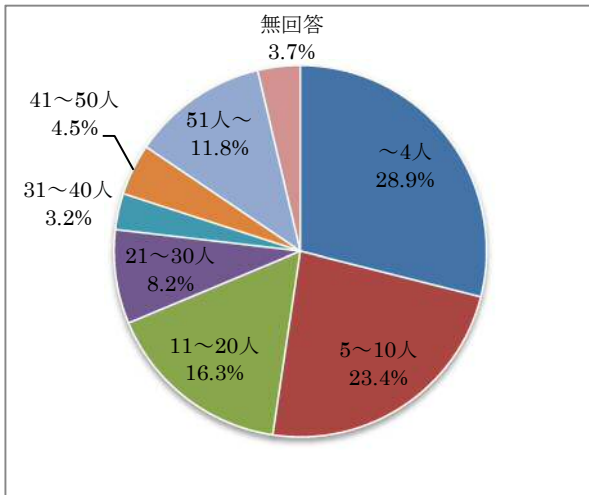


図3 回答企業の資本金内訳 (N=380)

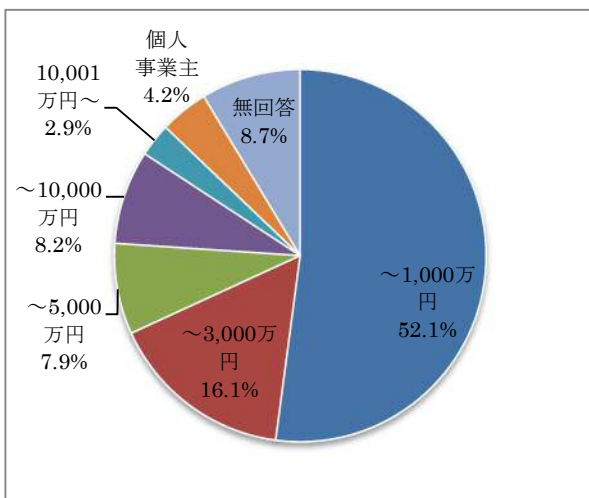
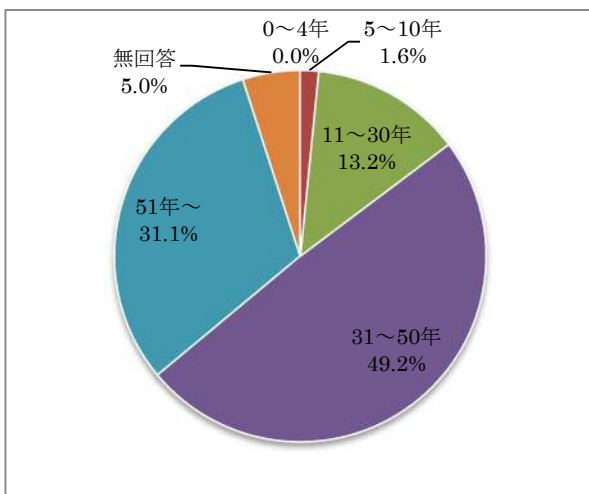


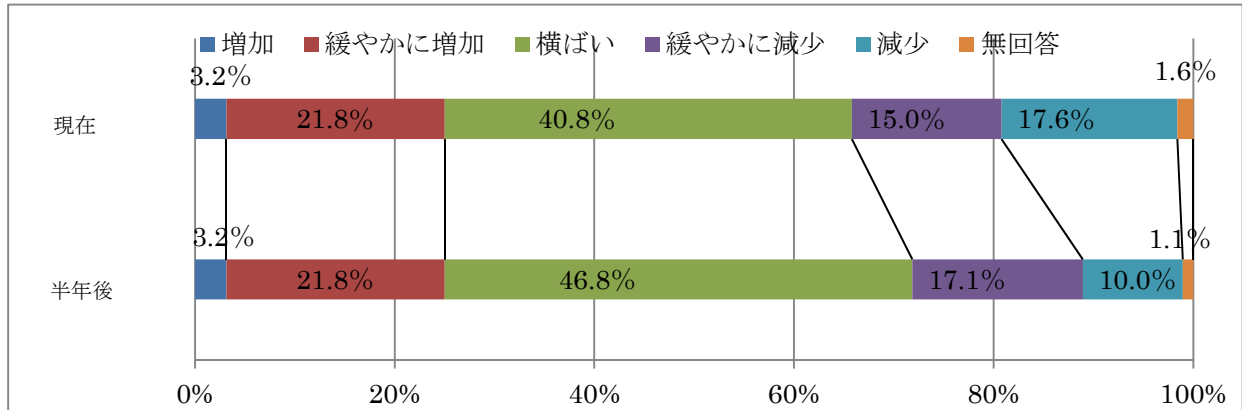
図4 回答企業の業歴内訳 (N=380)



II. 景況感と事業方針について

(1) 現在（平成26年8月）の受注・販売状況（概ね半年前との比較）、及び今後の受注見通し（概ね半年後）について

図5 （単一回答、N=380）

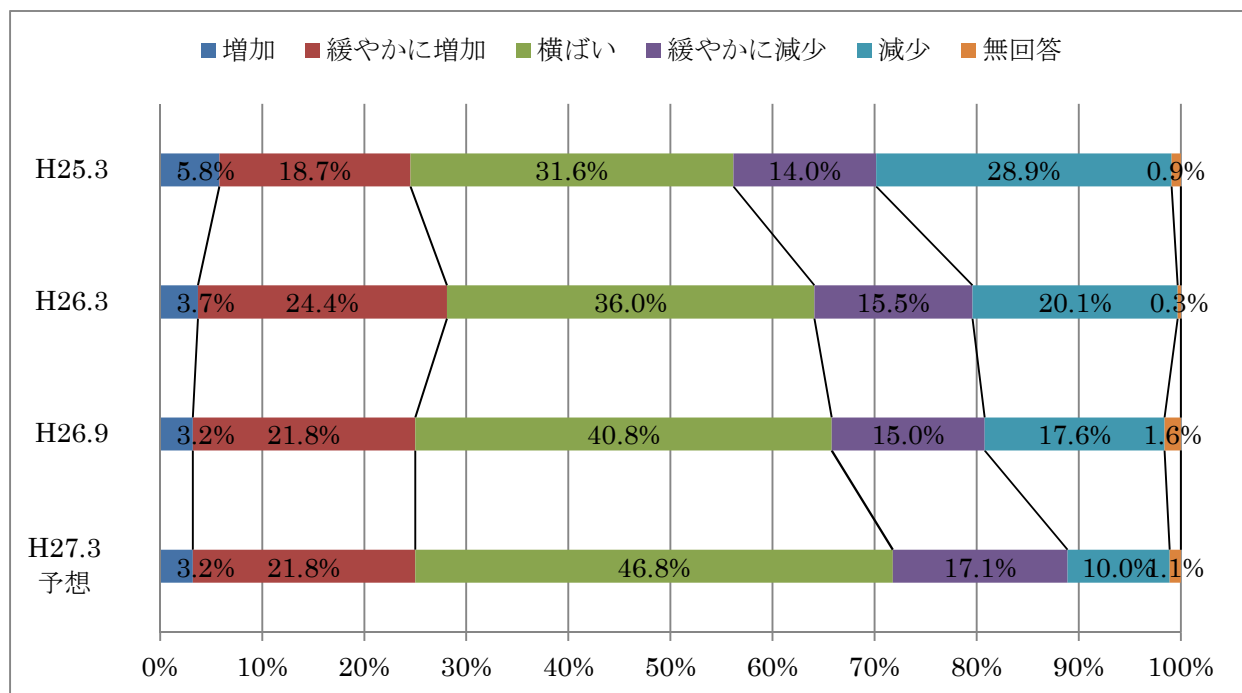


○概ね半年前と比較した現在（平成26年8月）の受注・販売状況と概ね半年後の受注見通しについて比較したところ以下の通りであり、受注見通しについて「横ばい」と回答する企業が多かった。

「増加」「緩やかに増加」 25.0% → 25.0%（±0ポイント）
 「横ばい」 40.8% → 46.8%（+6.0ポイント）
 「緩やかに減少」「減少」 32.6% → 27.1%（▲5.5ポイント）

★過去のアンケート調査における受注販売状況と今回調査における回答状況の比較について

図5-1

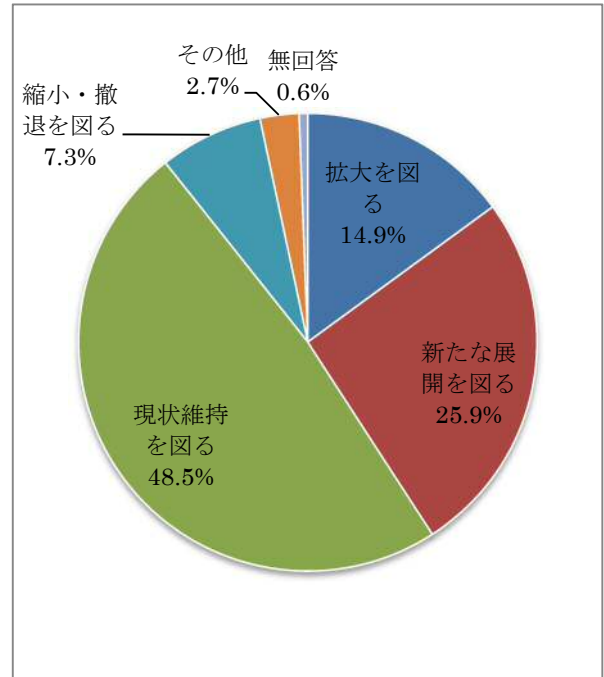
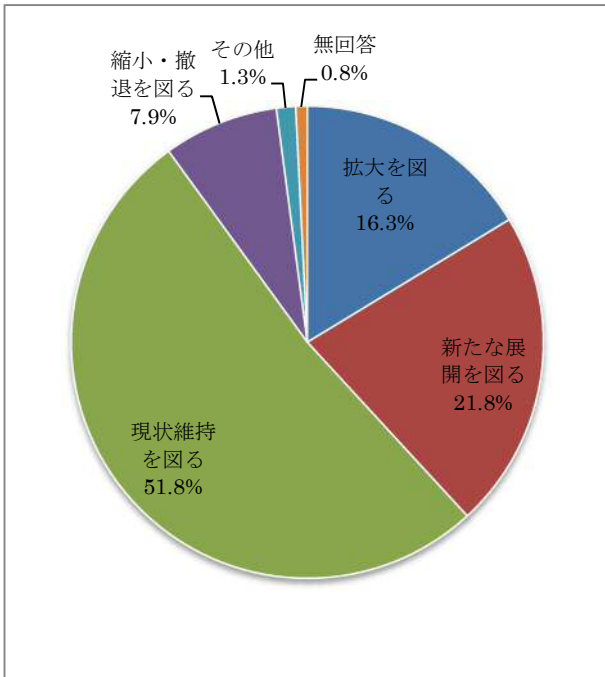


○平成25年3月及び平成26年3月に取りまとめたアンケートにおいて、各アンケート実施時の受注・販売状況（概ねアンケート実施時と1年前との比較）について回答を求めており、今回の結果と比較したところ、受注・販売状況について「緩やかに減少」「減少」と回答した企業の割合は年々減っているが、「横ばい」と回答した企業の割合は増えており、景気は停滞していることが伺える。本年度末においてもこの傾向は続く中小企業経営者は予想しており、先行きの景気判断について慎重な姿勢を示している。

(2) 今後(概ね3年後)の事業方針について

図6 今後(概ね3年後)の事業方針について(単一回答、N=380)

(参考) 図6-1 平成26年3月実施アンケート時の分布(単一回答、N=328)



○回答 380 社のうち、51.8% (197 社) が「現状維持を図る」と回答。次に、「新たな展開を図る」(21.8%、83 社)、「拡大を図る」(16.3%、62 社) が続き、「縮小・撤退を図る」を選択した企業は 7.9%、30 社であった。

○分布は昨年とおおむね変わらず。

★今後の受注見通し／今後の事業方針（概ね3年後）について

図6-2（N=380）

今後の受注見通し/ 事業方針	拡大を図る	新たな展開 を図る	現状維持を 図る	縮小・撤退 を図る	その他	無回答	総計
増加	7	2	3	0	0	0	12
緩やかに 増加	25	28	30	0	0	0	83
横ばい	19	38	113	5	3	0	178
緩やかに 減少	9	9	33	13	1	0	65
減少	2	6	17	12	1	0	38
無回答	0	0	1	0	0	3	4
総計	62	83	197	30	5	3	380

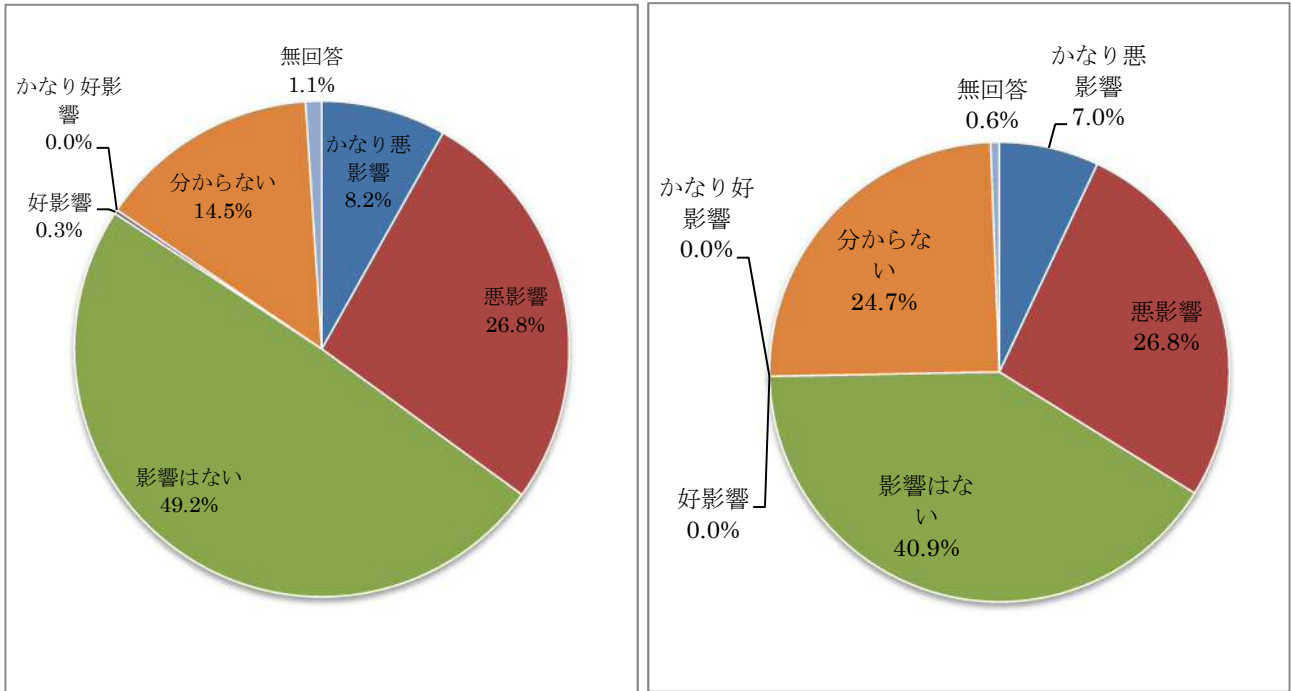
○今後の受注見通し（半年後）を「増加」または「緩やかに増加」と回答した企業のうち65.2%が、今後の事業方針（概ね3年後）を「拡大を図る」または「新たな展開を図る」という積極的な回答をしている。一方で、「緩やかに減少」または「減少」と回答した企業で積極的な事業方針を回答しているのは25.2%にとどまる。半年後の受注見通しが厳しい企業は、概ね3年後の事業方針についても消極的にならざるを得ないことが伺える。

Ⅲ. 消費税増税について

(1) 消費税率引き上げ(8%)による業績への影響について

図7 (単一回答、N=380)

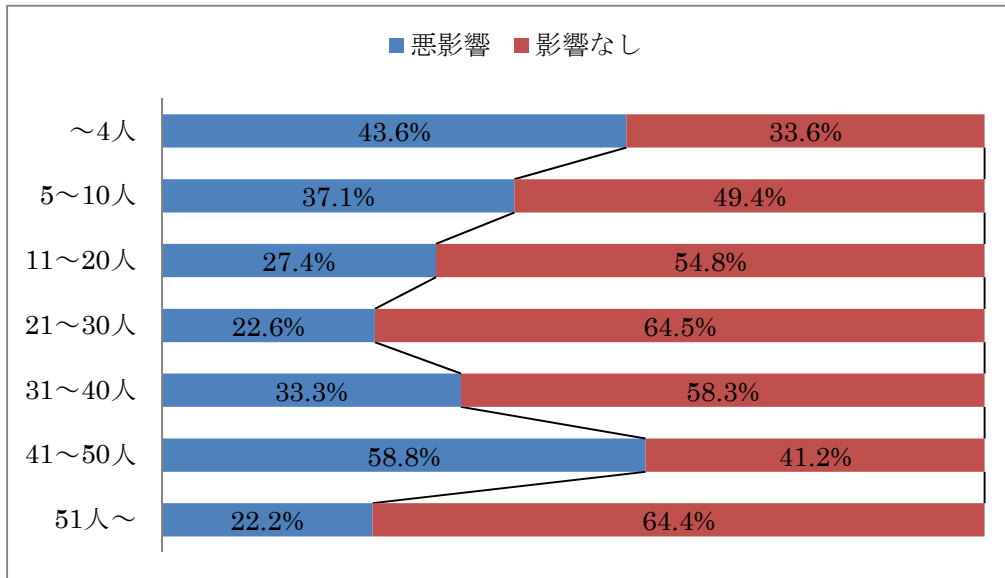
(参考) 図7-1 前回調査(平成26年3月)時
(単一回答、N=328)



- 「影響はない(49.2%、187社)」が最も多く、「悪影響(26.8%、102社)」、「分からない(14.5%、55社)」、と続いた。
- 税率変更前に実施した前回調査(平成26年3月)と比較すると、「分からない」が24.7%→14.5% (▲10.2ポイント)、「影響はない」が40.9%→49.2% (+8.3ポイント)、「悪影響」「かなり悪影響」の合計が33.8%→35.0% (+1.2ポイント)となった。判断を保留していた企業のうち多くが「影響はない」との判断をしたと推察される。
- 10社以上回答のあった業種のうち「かなり悪影響」と「悪影響」を選択した割合は「輸送用機械器具製造業」(58.8%)が最も高く、「印刷・同関連業」(50.0%)、「金属製品製造業」(39.7%)と続いた。「金属製品製造業」は前回調査時より33.0%増加しており、想定以上に影響が大きかったことが伺える。
- 具体的な悪影響について(自由記入、102社)
 - 「受注の減少」「仕入・材料費のコスト増加」「駆け込み需要の反動減」に概ね集約される。
 - 業種毎の比較で想定以上に影響が大きかった「金属製品製造業」も同様の意見であった。

★従業員数別の増税影響について

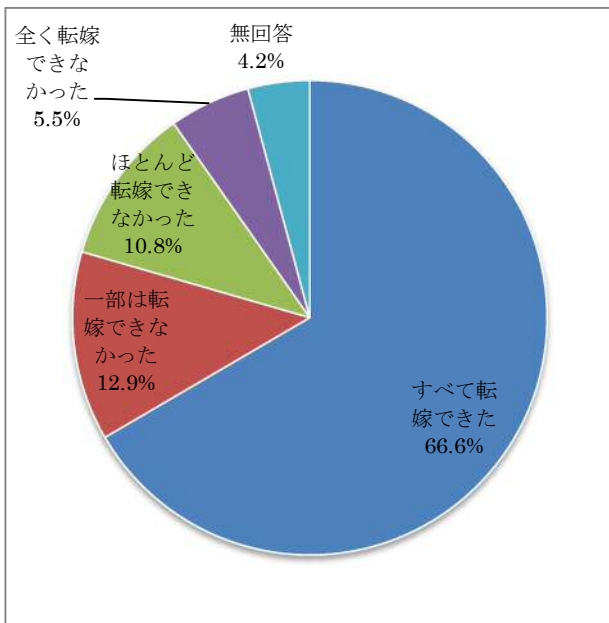
図7-2 (N=366)



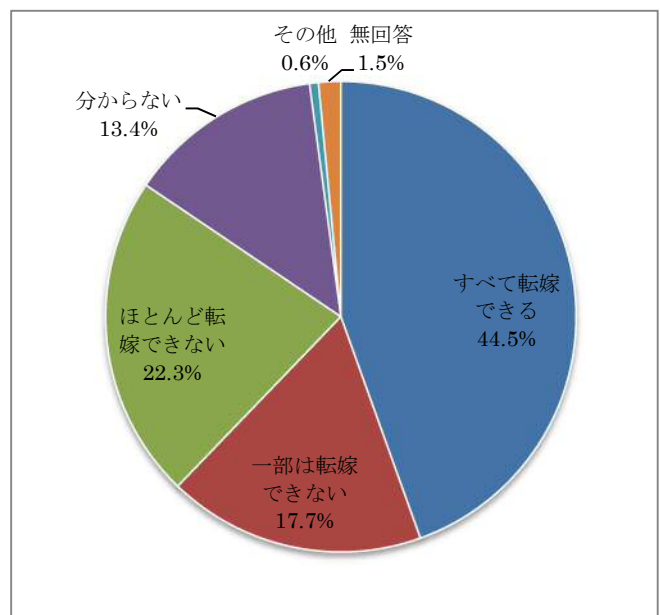
○若干の誤差はるものの、概ね、従業員数が少ないほど増税による影響を受けていることが伺える。

(2) 価格転嫁について

図8 (単一回答、N=380)



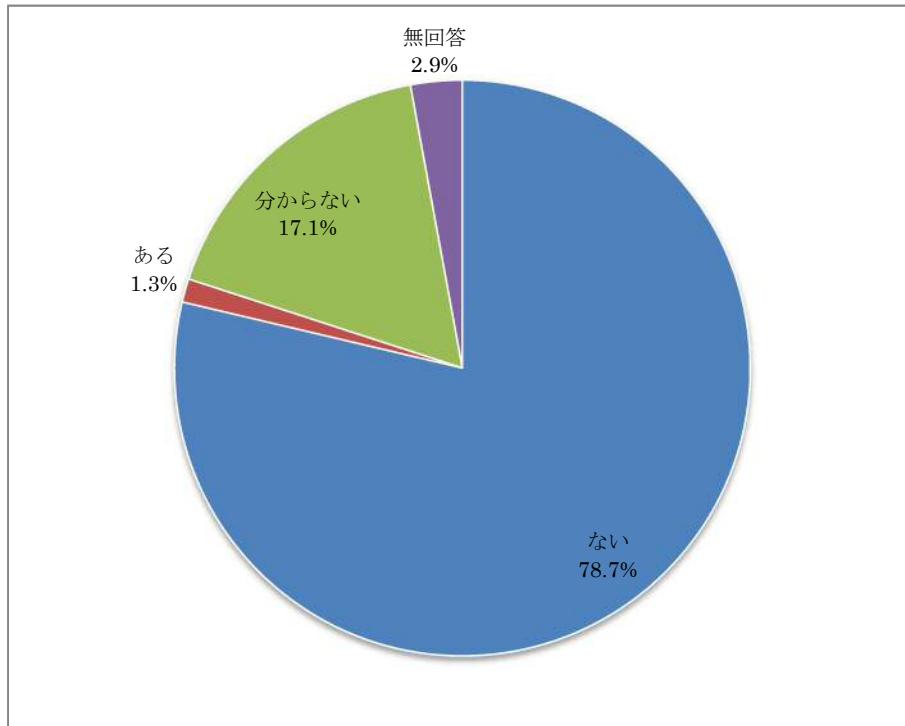
(参考) 図8-1 前回調査(平成26年3月)時
(単一回答、N=328)



- 「全て転嫁できた (66.6%、253社)」が最も多く、「一部は転嫁できなかった (12.9%、49社)」、「ほとんど転嫁できなかった (10.8%、41社)」と続いた。
- 税率変更前に実施した前回調査(平成26年3月)と比較すると、「すべて転嫁できた」が44.5%→66.6%(+22.1ポイント)と大幅に増加し、「一部は転嫁できなかった」が17.7%→12.9%(▲4.8ポイント)、「ほとんど転嫁できなかった」が22.3%→10.8%(▲11.5ポイント)と減少している。
- 「全く転嫁できなかった」と回答したのは、5.5%、21社であった。なお、特定の業種、または従業員数別の偏りはなかった。

(3) 不当行為の有無について

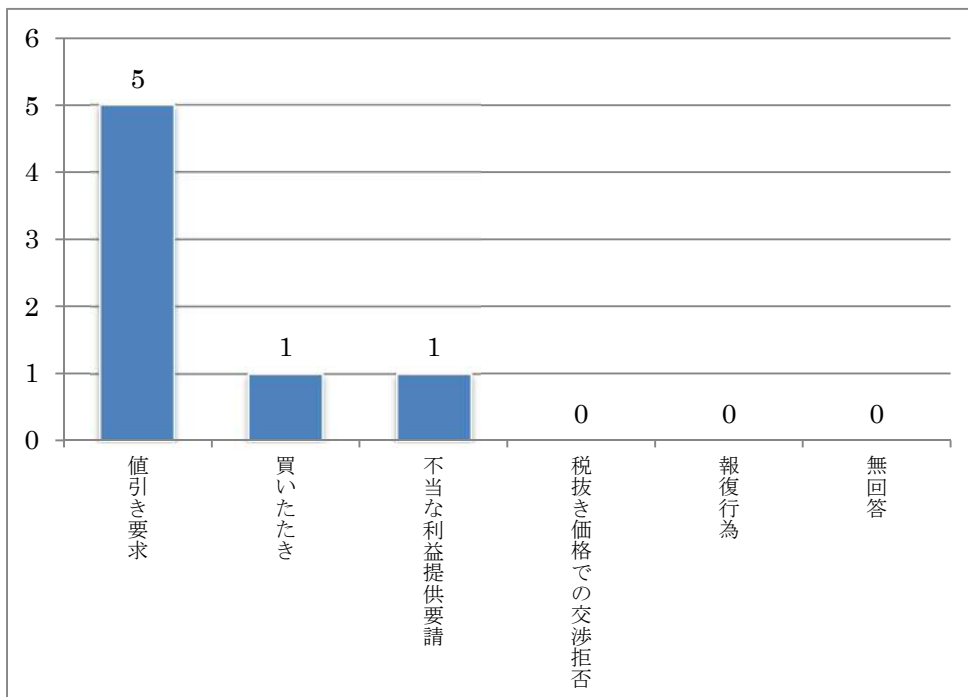
図9 (単一回答、N=380)



○「ない (78.7%、299 社)」が大部分を占め、「ある (1.3%、5 社)」は非常に少なかった。

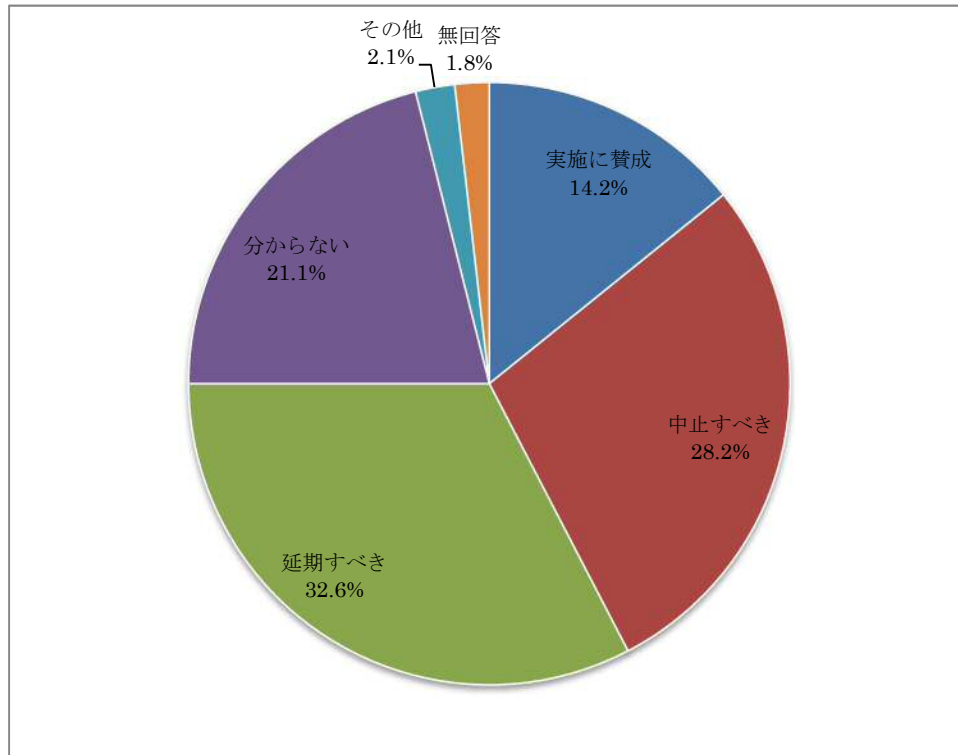
○具体的な不当行為の内容について「値引き要求」が5件、「買ったたき」「不当な利益提供要請」が各1件であった。

図10 (複数回答、N=7)



(4) 消費税率 10%への引き上げについて

図 11 (単一回答、N=380)



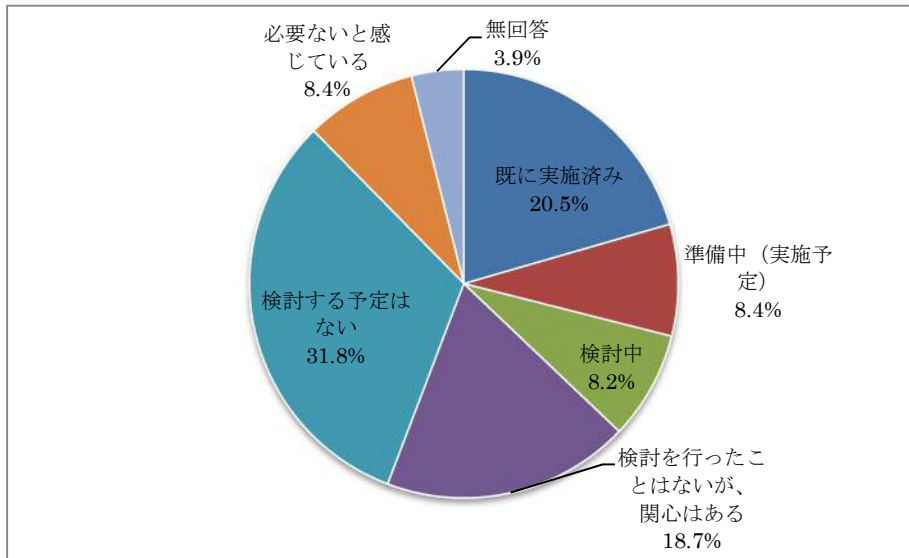
- 「延期すべき (32.6%、124 社)」が最も多く、「中止すべき (28.2%、107 社)」、「分からない (21.1%、80 社)」、「実施に賛成 (14.2%、54 社)」と続いた。
- 平成 26 年 4 月に消費税率が 8%に引き上げられた影響については、49.2%、187 社の中小企業経営者が影響はないと回答 (図 7) していたが、更なる消費税率引上げについては慎重な姿勢であることが伺える。

IV. 新規事業・新分野進出への取組みについて

1 新規事業・新分野進出（「既存事業とは異なる市場開拓」または「既存事業の市場において従来製品・技術とは異なる新製品・新技術を開発」）について

(1) 最近10年程度で新規事業・新分野進出を実施または検討したかについて

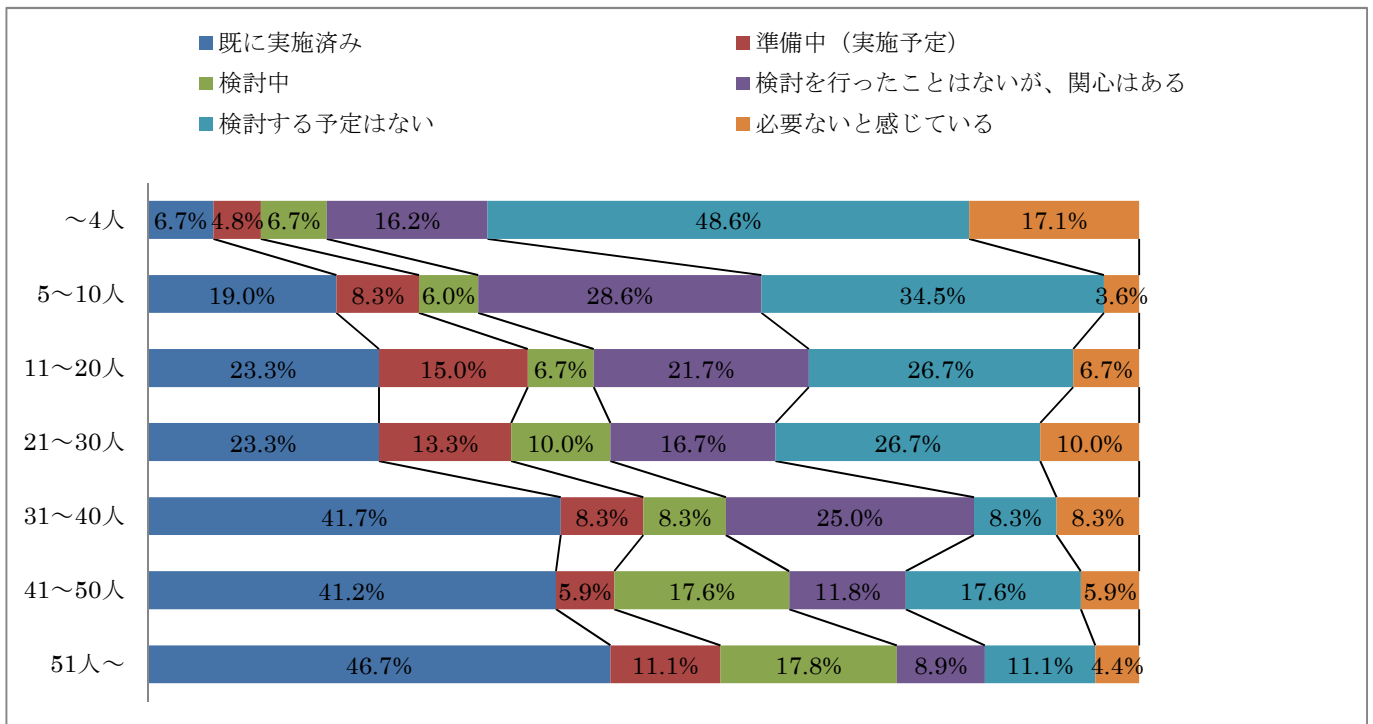
図12 (単一回答、N=380)



○「既に実施済み(20.5%、78社)」、「準備中(実施予定)(8.4%、32社)」を合計した28.9%、110社は新規事業・新分野進出実施の意向が明確であった。また、「検討中(8.2%、31社)」「検討を行ったことはないが、関心はある(18.7%、71社)」であった。

★従業員数別の新規事業・新分野進出状況について

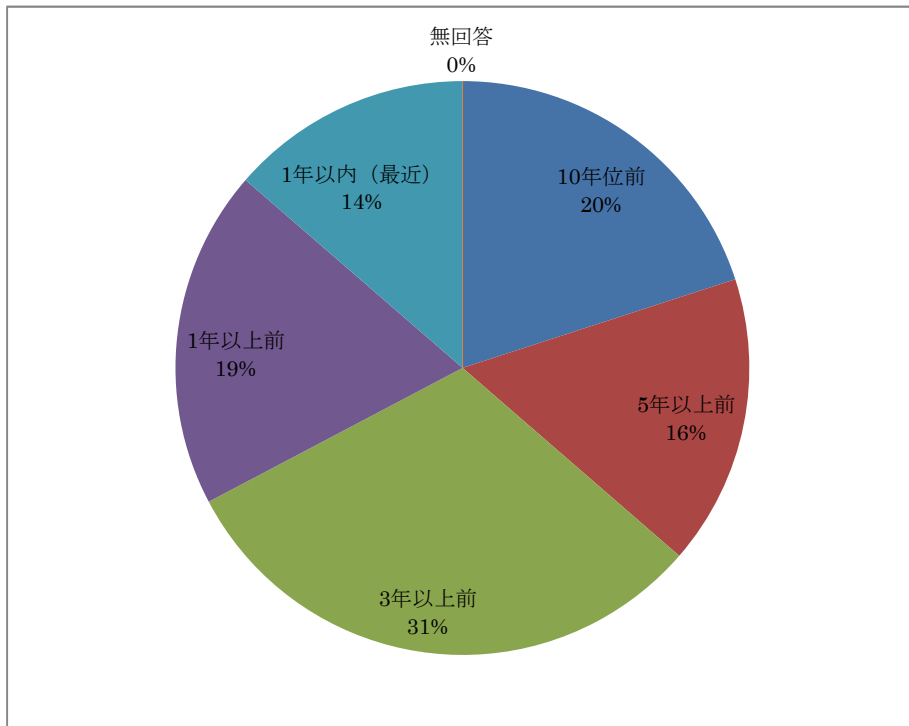
図12-1 (N=353)



○従業員数が多くなるほど、新規事業・新分野進出に対して積極的な姿勢が伺える。一方で、従業員数4名以下では「検討する予定はない」または「必要ないと感じている」の回答割合が高い。

(2) 取組みを始めた時期について

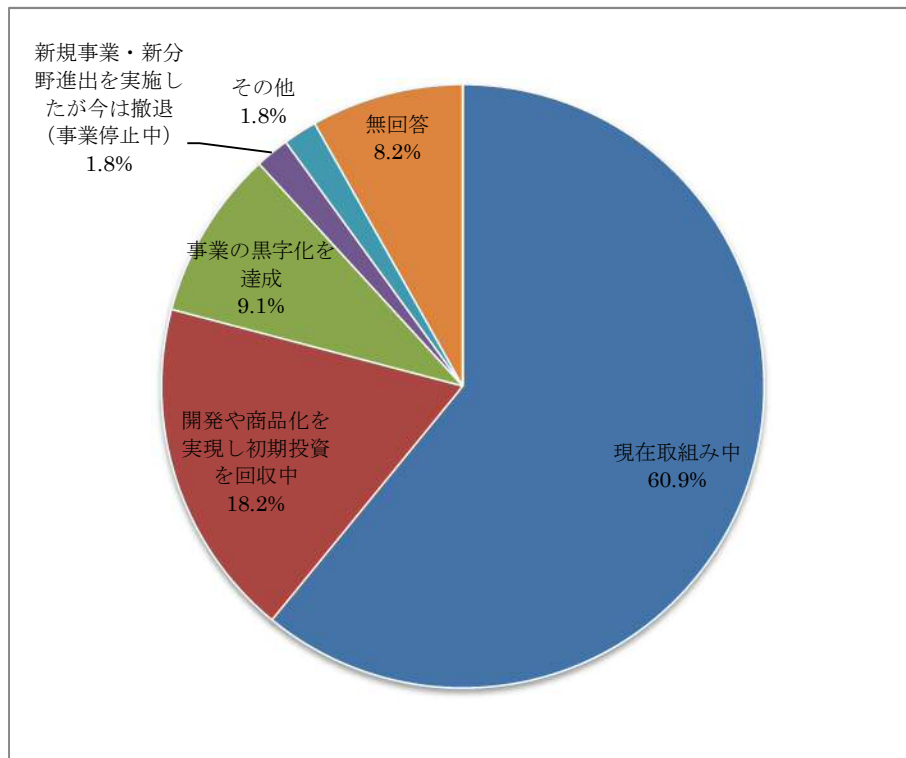
※(2)～(5)は(1)において「既の実施済み」「準備中(実施予定)」と回答した方を対象
図13. (単一回答、N=110)



○最近5年以内から取組みを始めた企業が約6割だった。

(3) 新規事業・新分野進出の進捗状況について

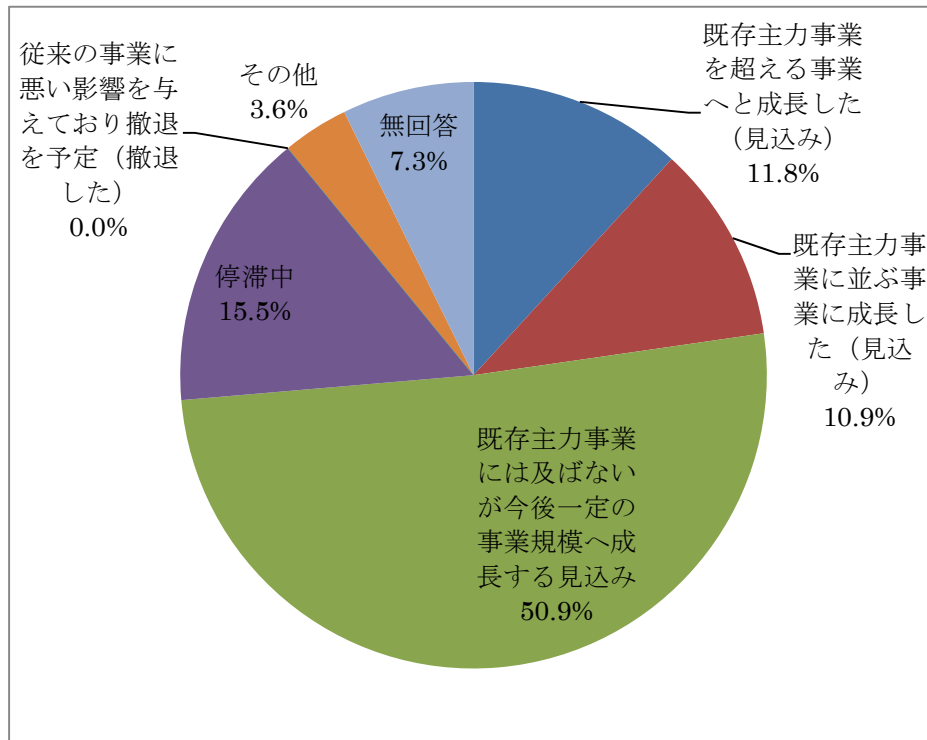
図14 (単一回答、N=110)



○現在取組み中(60.9%、67社)が非常に多かった。「事業の黒字化を達成(9.1%、10社)」は少なく、新規事業・新分野進出に対して課題が多いことが伺える。

(4) 現在の状況と今後の見通しについて

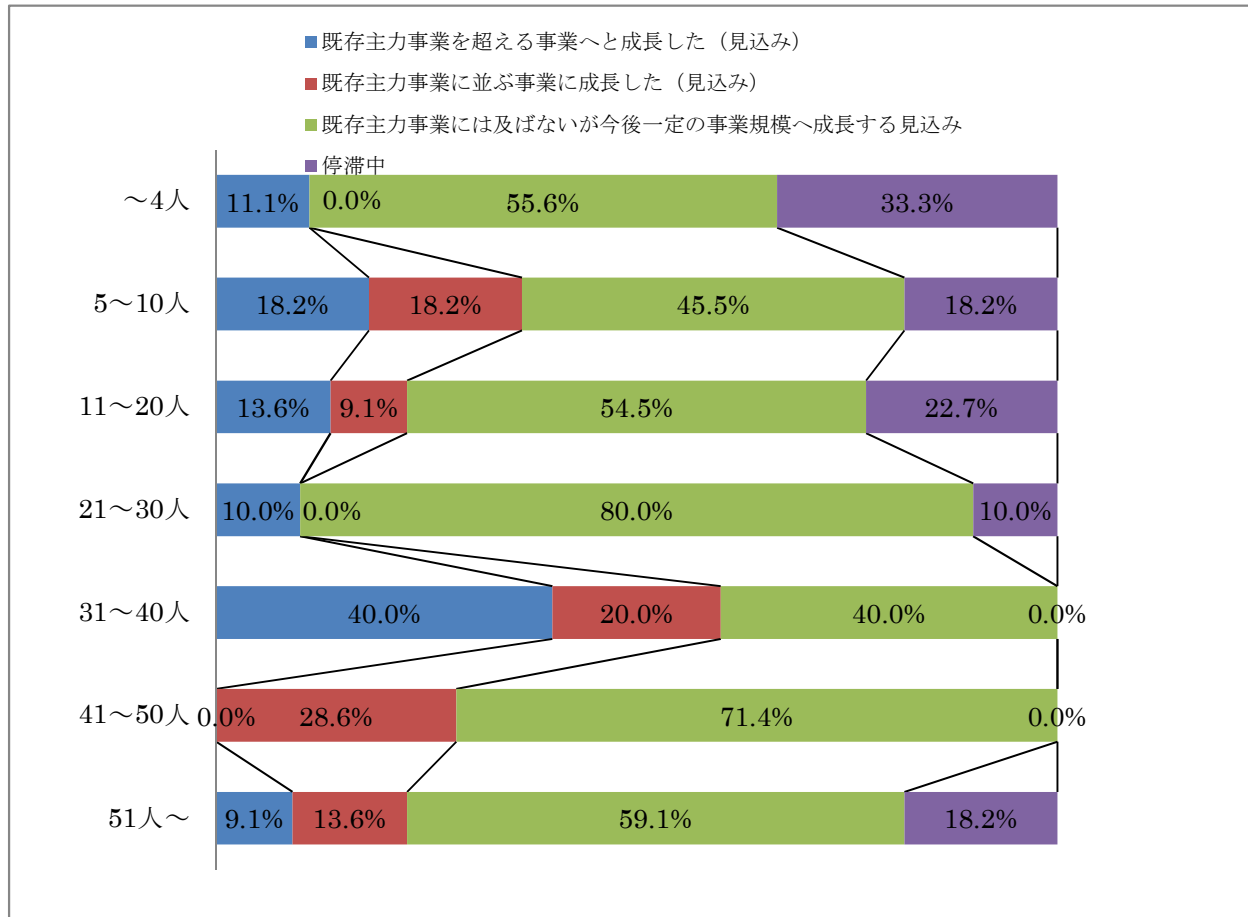
図 15 (単一回答、N=110)



○「既存主力事業を超える事業へと成長した(見込み) (11.8%、13社)」、「既存主力事業に並ぶ事業に成長した(見込み) (10.9%、12社)」、「既存主力事業には及ばないが今後一定の事業規模へ成長する見込み (50.9%、56社)」と、一定以上の成果を得る企業が約8割にのぼった。一方で、「従来事業に悪影響を与えており撤退を予定(撤退した)」を選択した企業はなかった。

★従業員数別の現在の状況と今後の見通しについて

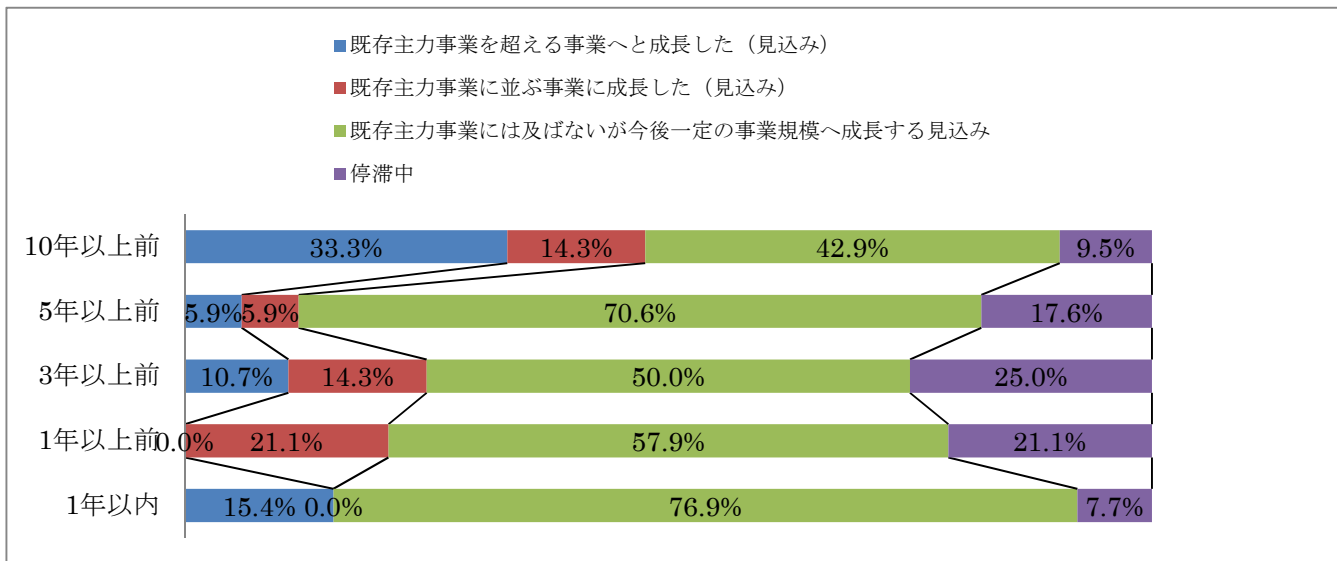
図 15-1 (単一回答、N=97)



○現在の状況と今後の見通しについて、従業員数別の相関は見られなかった。図 14-1 のとおり、従業員数が多いほど積極的に取り組んでいるが、一定の成果を得られるかどうかは必ずしも従業員数と比例しないことがうかがえる。図 12-1 で6割強が「検討する予定はない」または「必要ないと感じている」と回答した従業員数4名以下の企業でも、実際に新分野・新事業へ進出したところ6割強が一定以上の成果を得ている。

★取り組み始めた時期別の現在の状況と今後の見通しについて

図 15-2 (単一回答、N=98)

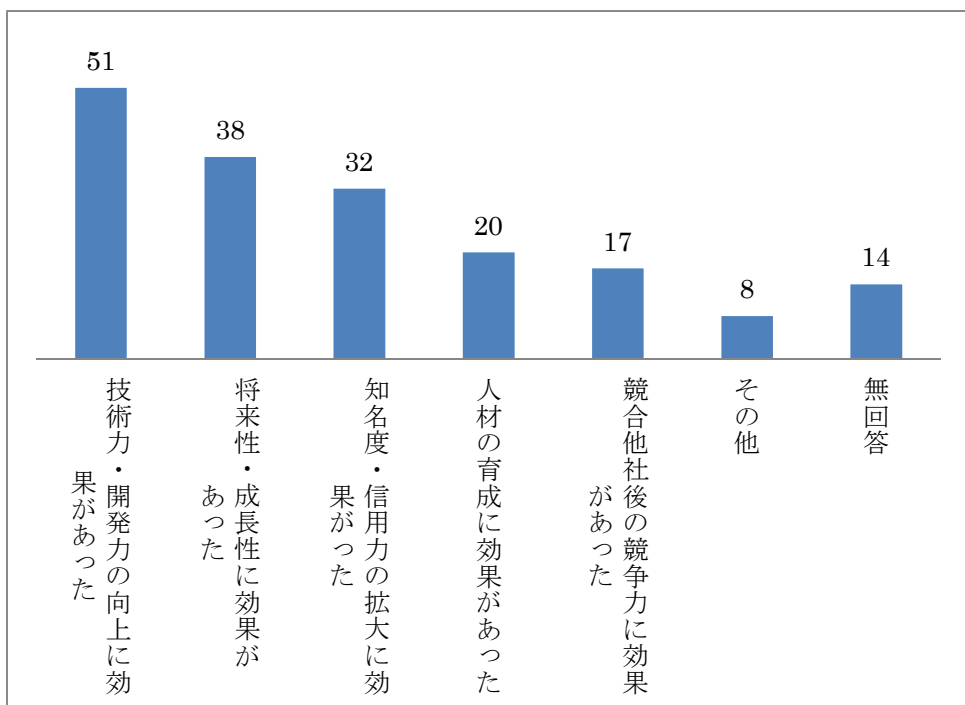


○新規事業・新分野進出に 10 年以上前から取り組む企業では「既存主力事業を超える事業に成長した (見込み) (33.3%、7 社)」または「既存主力事業に並ぶ事業へと成長した (見込み) (14.3%、3 社)」の回答が 47.6%、10 社となった。

○一つの目安として、10 年以上に渡り新規事業・新分野進出に取り組むことが新たな事業の柱を作る上で必要であることが伺える。

(5) 業績以外のプラス効果について

図 16 (複数回答、N=180)

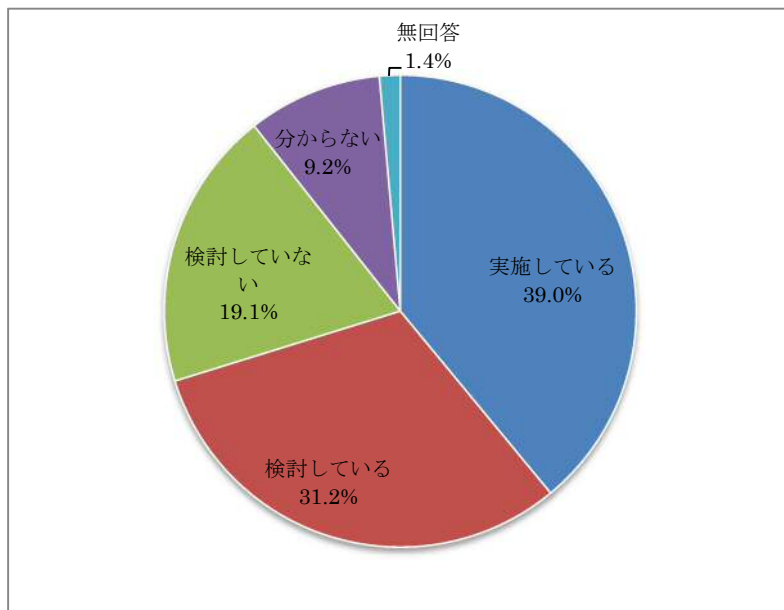


○「技術力・開発力の向上に効果があった (51 件)」が最も多く、「将来性・成長性に効果があった (38 件)」、「知名度・信用力の拡大に効果があった (32 件)」、「人材の育成に効果があった (20 件)」、「競合他社後の競争力に効果があった (17 件)」が続いた。

(6) 外部との連携について

※(1)で「既に実施済み」「準備中(実施予定)」「検討中」と回答した方を対象

図17(単一回答、N=141)



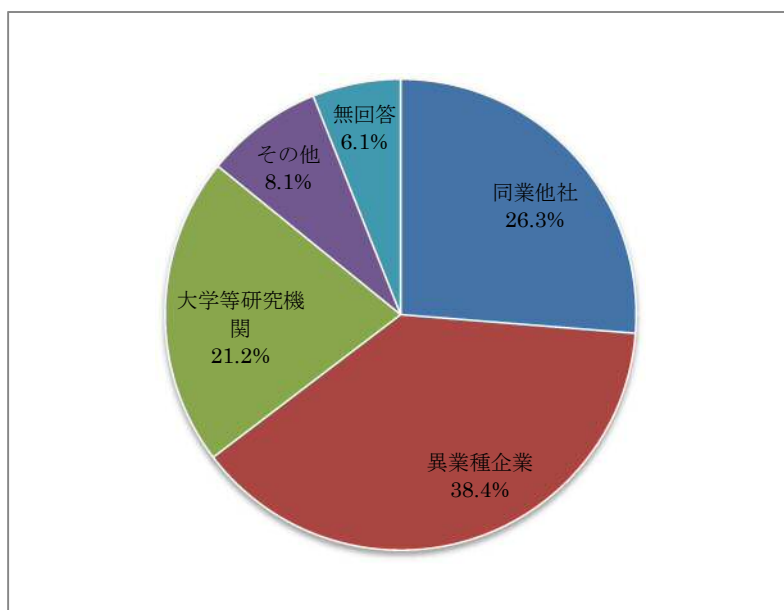
○「実施している(39.0%、55社)」「検討している(31.2%、44社)」を合計すると70.2%、99社にのぼった。

○図12-1で新規事業・新分野進出について「既に実施済み」または「準備中(実施予定)」と回答した従業員数4名以下の企業のうち、外部との連携について「実施している」または「検討している」と回答した企業は9割にのぼった。人的資源が限られていても、外部と連携することで新規事業・新分野進出に取り組むことが可能であると伺える。

(7) 連携を実施・検討している相手について

※(6)で「実施している」「検討している」と回答した方を対象

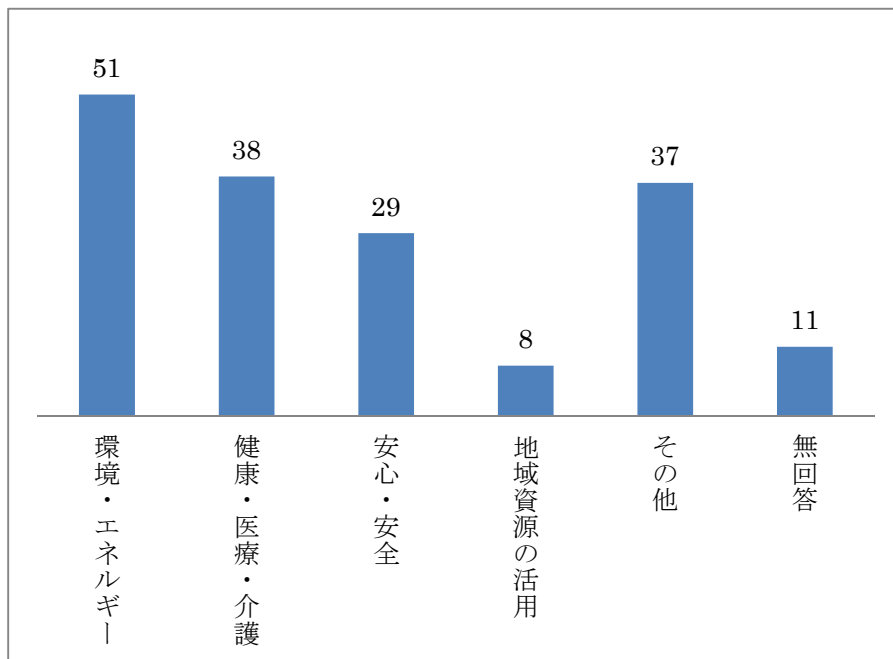
図18(単一回答、N=99)



○「異業種企業(38.4%、38件)」が最も多く、「同業他社(26.3%、26件)」、「大学等研究機関(21.2%、21件)」と続いた。

(8) テーマ・コンセプトについて

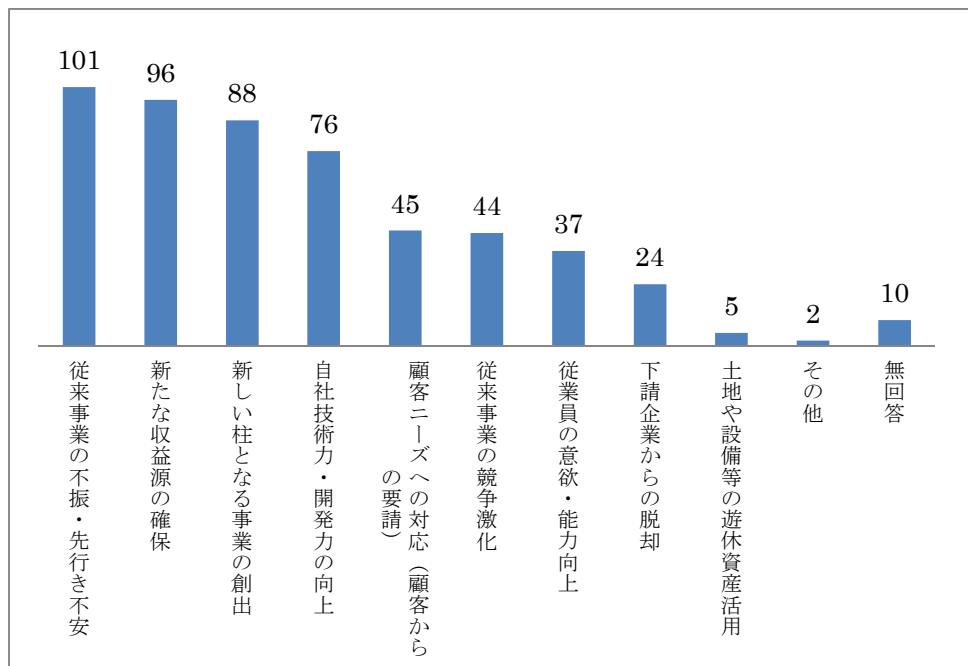
※(1)で「既に実施済み」「準備中(実施予定)」「検討中」と回答した方を対象
図19(複数回答、N=174)



○「環境・エネルギー(51件)」が最も多く、「健康・医療・介護(38件)」、「その他(29件)」と続いた。

(9) 実施・検討をしている、あるいは関心を持っている理由について

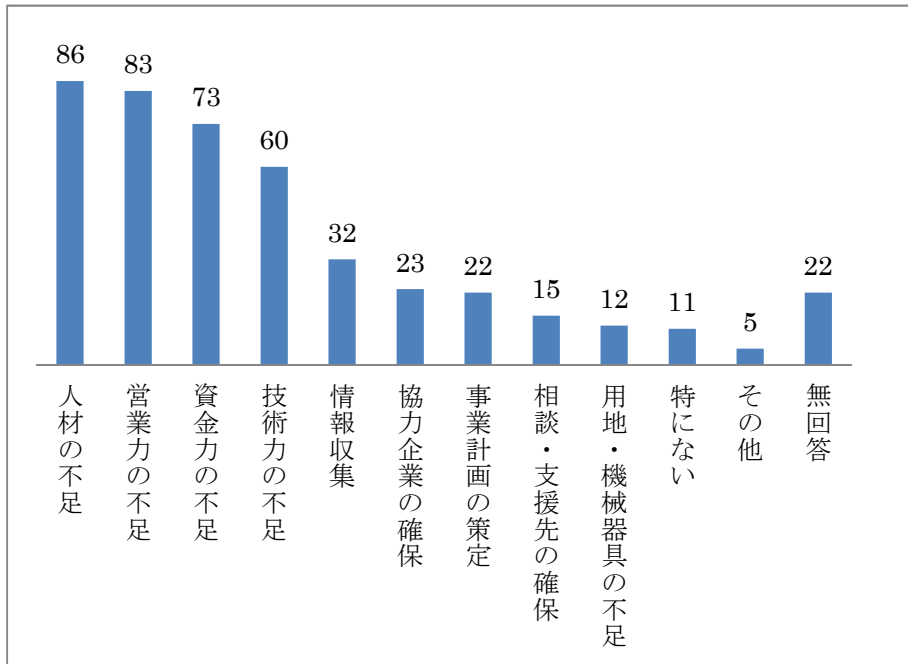
※(9)～(10)は、(1)で「既に実施済み」「準備中(実施予定)」「検討中」「検討を行ったことはないが、関心はある」と回答した方を対象
図20(複数回答、N=528)



○「従来事業の不振・先行き不安(101件)」が最も多く、「新たな収益源の確保(96件)」、「新しい柱となる事業の創出(88件)」と続いた。

(10) 主な課題について

図 21 (複数回答、N=444)

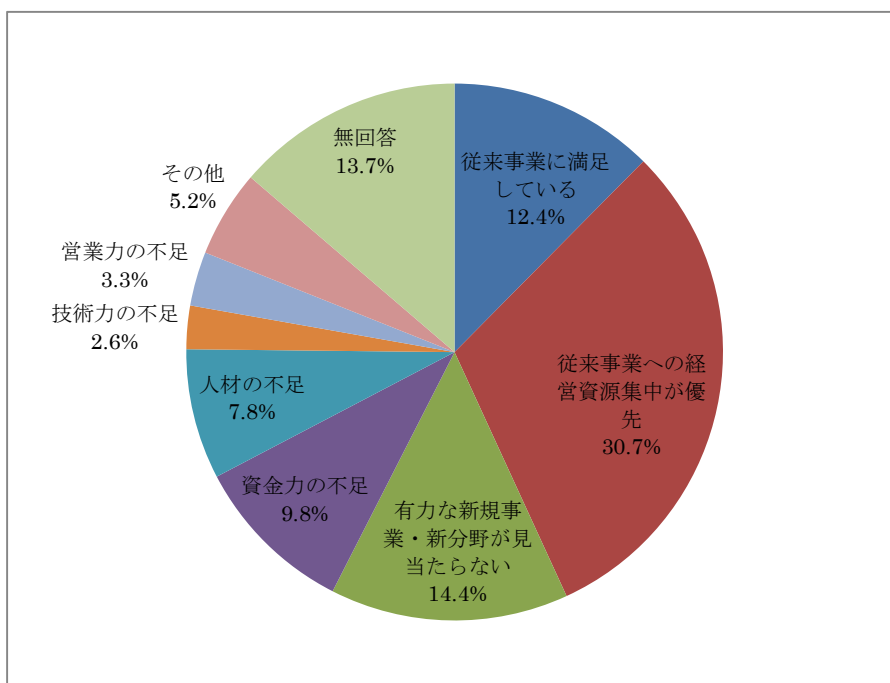


○「人材の不足 (86 件)」が最も多く、「営業力の不足 (83 件)」、「資金力の不足 (73 件)」と続いた。図 29 で挙げられている経営課題と類似した課題が上位となっている。

(11) 検討しない、必要性がないと感じている理由について

※ (1) で「検討する予定はない」「必要ないと感じている」と回答した方を対象

図 22 (単一回答、N=153)



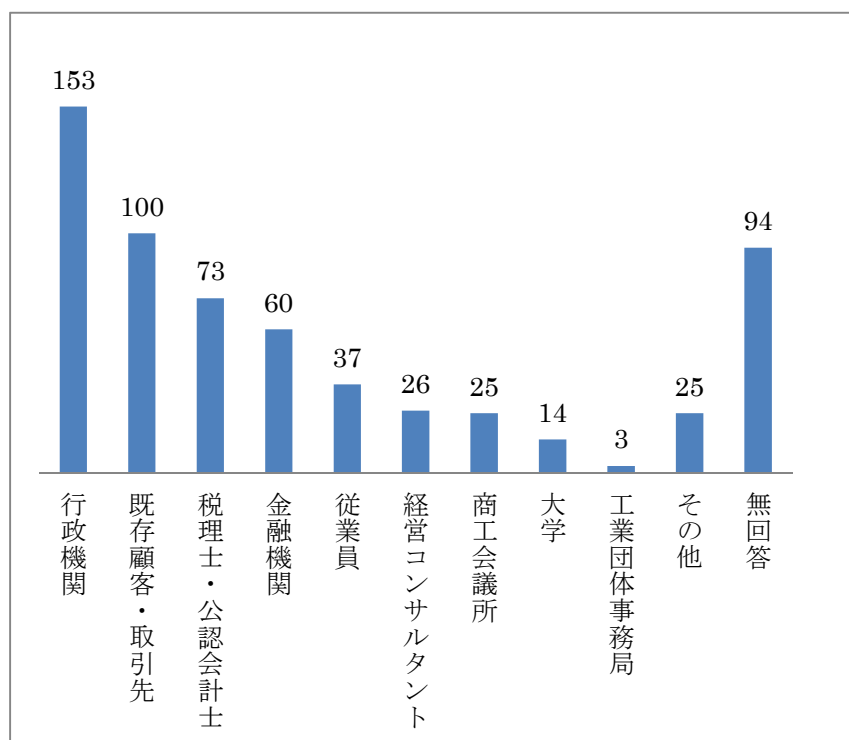
○「従来事業への経営資源が優先 (30.7%、47 社)」が最も多く、「有力な新規事業・新分野が見当たらない (14.4%、22 社)」、「従来事業に満足している (12.4%、19 社)」と続いた。

「従来事業への経営資源が優先」の他、資金力・人材・技術力・営業力の不足等、経営資源に関する課題が理由として多く挙げられる。

2 公的支援機関等の活用及び期待する施策について

(1) 相談している（する予定の）機関、人は誰ですか

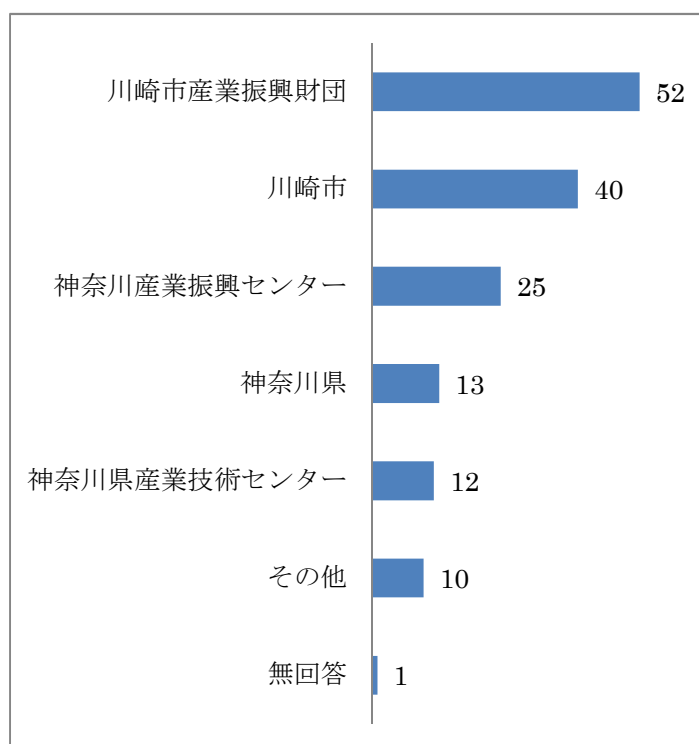
図 23（複数回答、N=610）



○「行政機関（153 件）」が最も多く、「既存顧客・取引先（100 件）」、「税理士・公認会計士（73 件）」と続いた。

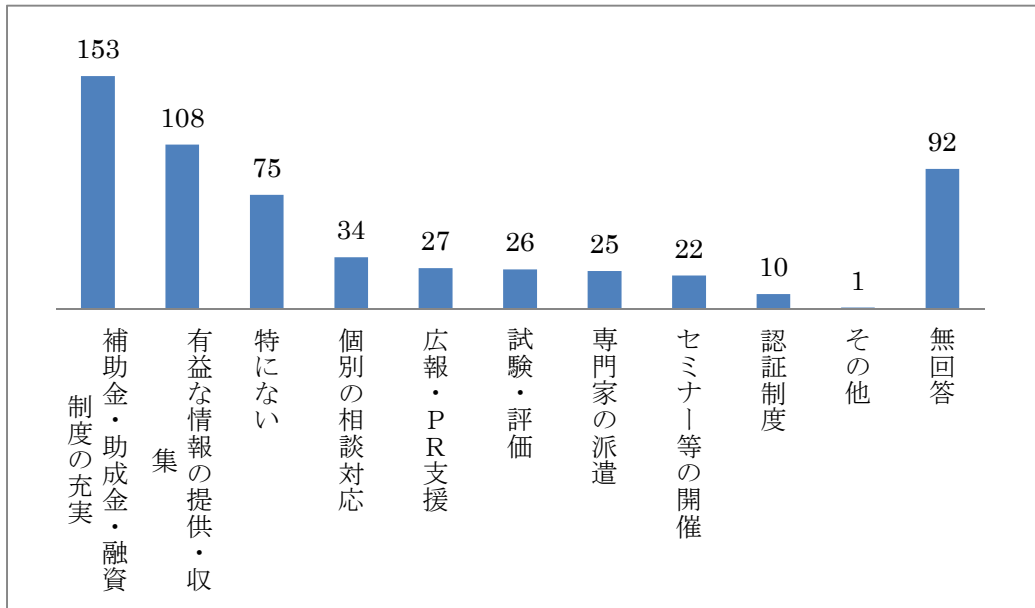
★行政機関（153 件）の内訳

図 23-1（複数回答、N=153）



(2) どのような公的支援施策を期待するかについて

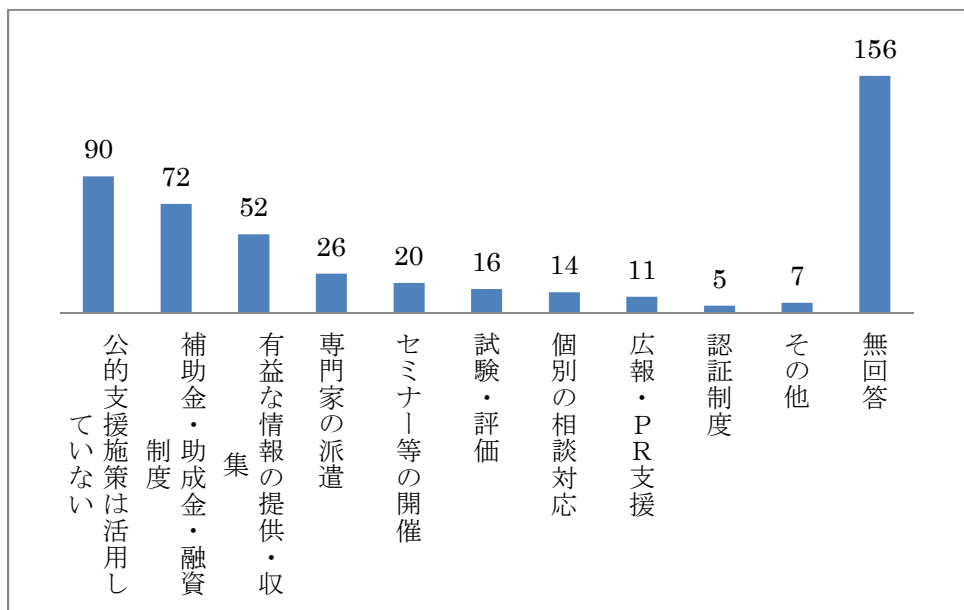
図 24 (複数回答、N=573)



○「補助金・助成金・融資制度の充実 (153 件)」が最も多く、「有益な情報の提供・収集 (108 件)」、「特にない (75 件)」と続いた。

(3) 既に活用している (したことがある) 公的支援施策について

図 25 (複数回答、N=469)



○活用した公的支援施策では「補助金・助成金・融資制度 (72 件)」が最も多かった。

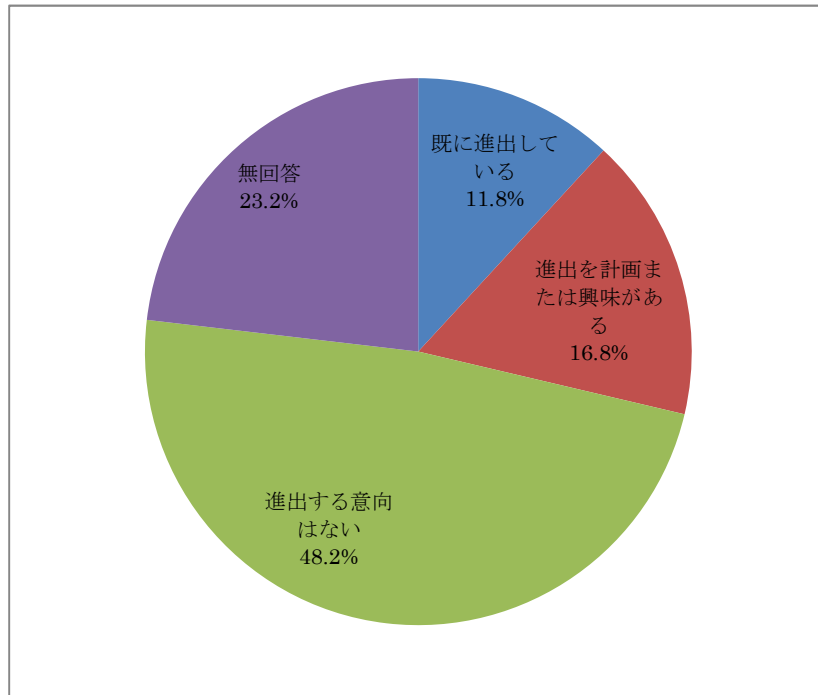
図 24 と同様に資金面と情報提供面での期待が特に高かった。

○「補助金・助成金・融資制度の充実 (153 件)」を期待すると回答した企業のうち、既に活用したことがあると回答した企業は 58 社 (37.9%) だった。また同様に、「有益な情報の提供・収集 (108 件)」を期待すると回答した企業のうち、既に活用したことがあると回答した企業は 40 社 (37.0%) だった。約 4 割の企業が、既に活用した公的支援施策に対して更なる拡充を求めていると伺える。

V. 医療産業分野への進出について

(1) 医療産業分野への進出について

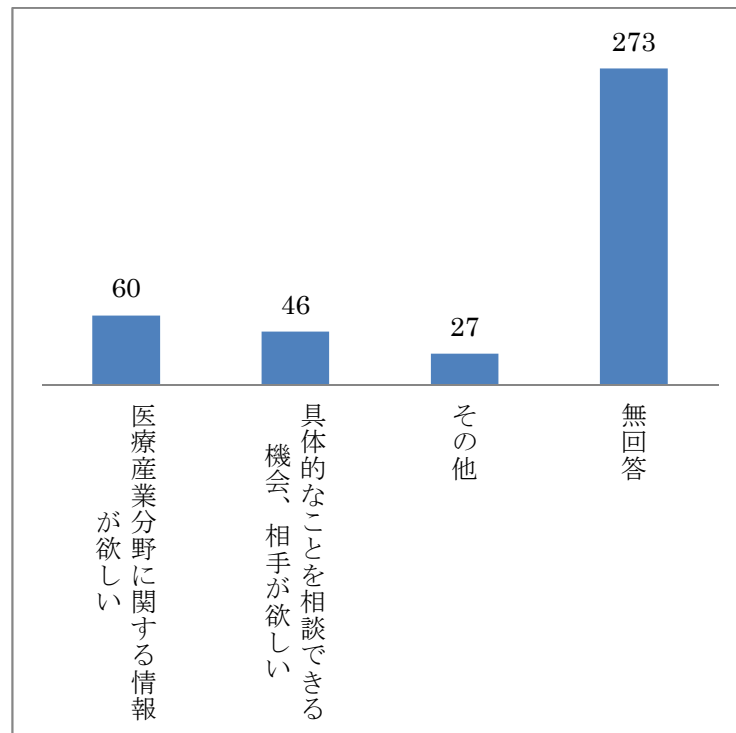
図 26 (単一回答、N = 380)



○「進出する意向はない (48.2%)」が最も高く、「進出を計画または興味がある (16.8%)」、「既に進出している (11.8%)」と続いた。

(2) 医療産業分野への進出にあたって課題、要望について

図 27 (複数回答、N = 406)

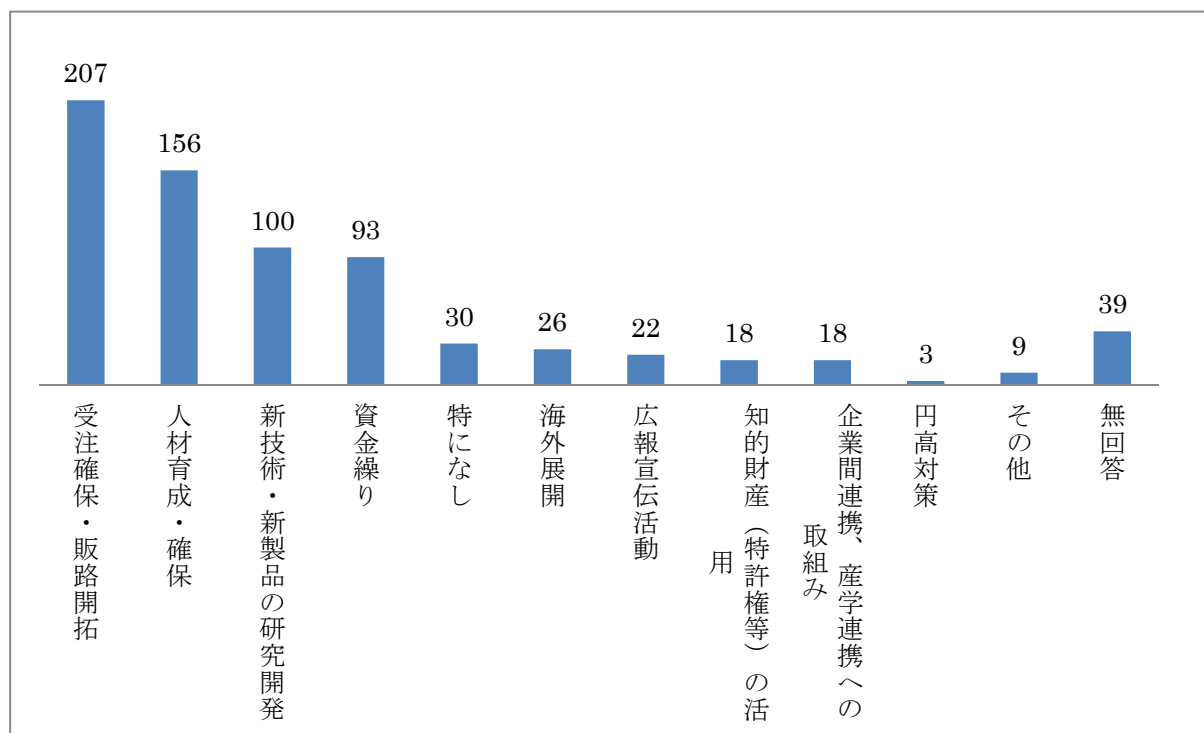


○「医療産業分野に関する情報が欲しい (60 件)」が最も多かった。

VI. 経営課題について

(1) 経営課題について

図 28 (複数回答、N=721)



- 「受注確保・販路開拓」が 207 件と一番多く、「人材育成・確保」が 156 件、「新技術・新製品の研究開発」が 100 件、資金繰りが 93 件と続き、この 4 項目が大きな比重を占めている。回答の傾向は前回調査と大きな変化はなかった。
- 今後の受注・販売状況について「増加」「緩やかな増加」と予想する経営者が増えていない状況（図 5）であり、企業経営者にとっては厳しい経営環境が続いていると言え、業績回復に向けて受注確保・販路開拓を最優先課題と挙げていることが伺える。
- 調査テーマである新事業・新分野進出については、事業規模に関わらず一定の成果を得ることができるものの、事業規模が小さいほど取り組みに消極的になっているとうかがえた。また、新事業・新分野を 10 年以上取り組んだ企業の半数は、既存事業に並ぶ以上の成果を得ている（見込んでい）と回答（図 15-2）しており、一定の成果を得るには時間を要するものの継続的な取組みが実を結び、実際の受注確保・販路開拓に繋がり、更には景況感が好転することを期待したい。