

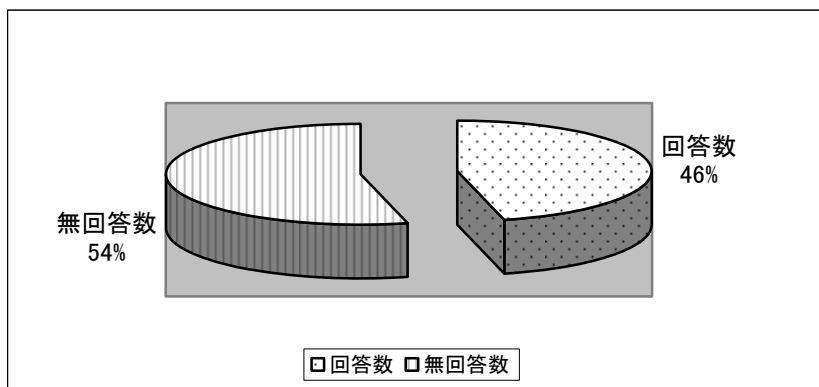
みやぎ自動車産業振興協議会の活動等に関するアンケート調査結果について

平成 20 年 2 月 27 日

みやぎ自動車産業振興協議会

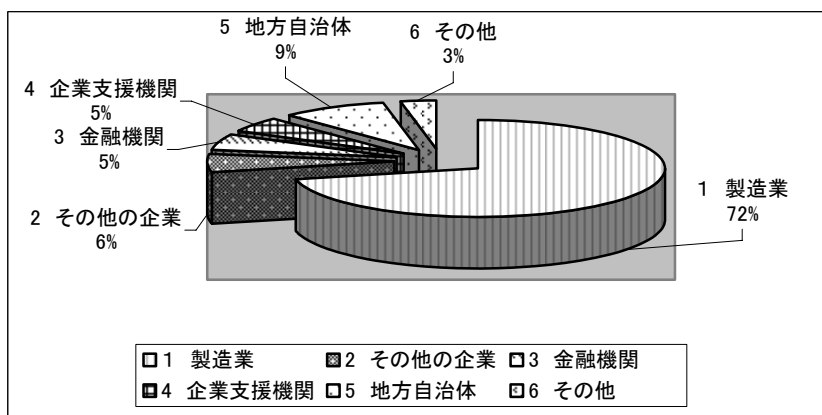
1 回答数

(1) 総会員数に対する回収率



本アンケートは、平成 19 年 12 月 4 日現在の協議会会員 212 会員に対して郵送でアンケートを送付し、98 会員から回答を頂きました。その回収率は 46%となりました。

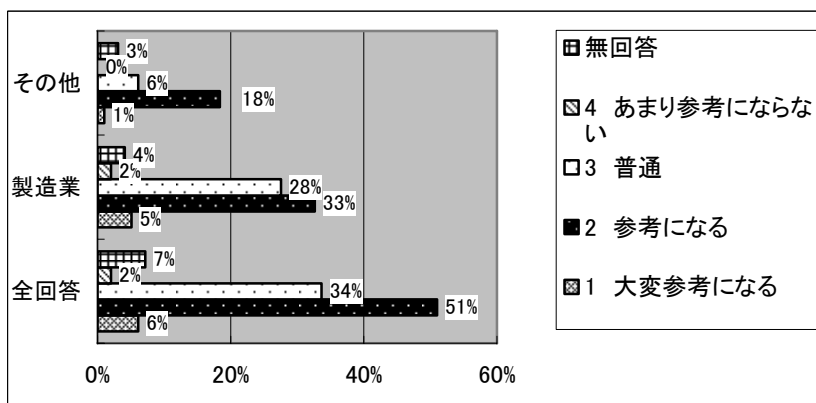
(2) 回答数に占める業種別割合



回答があった 98 会員の業種別の割合は上記のとおりであり、72%が製造業、次いで地方自治体関連の割合が多くなっています。

2 当協議会活動に対する感想

(1) MJK 通信の感想

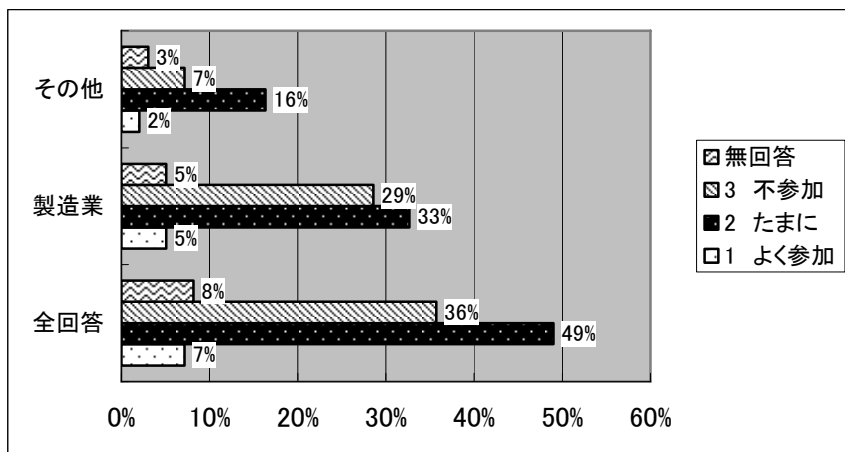


全ての回答者に対して、当協議会が電子メールで提供している情報（MJK通信）について感想をお聞きしました。

最も多かったのが、「参考になる」（51%）で、当協議会からの情報提供が何らかの役に立つと評価されていると考えられます。具体的な理由として記載が多かったものとしては、「協議会の活動状況が分かる」という内容のものが多く、当県の自動車産業支援情報の取得手段として認識されていると考えられます。

会員を製造業とその他の会員に区分した場合も、最も多かったは、「参考になる」で、全体の状況と変化はありませんでした。

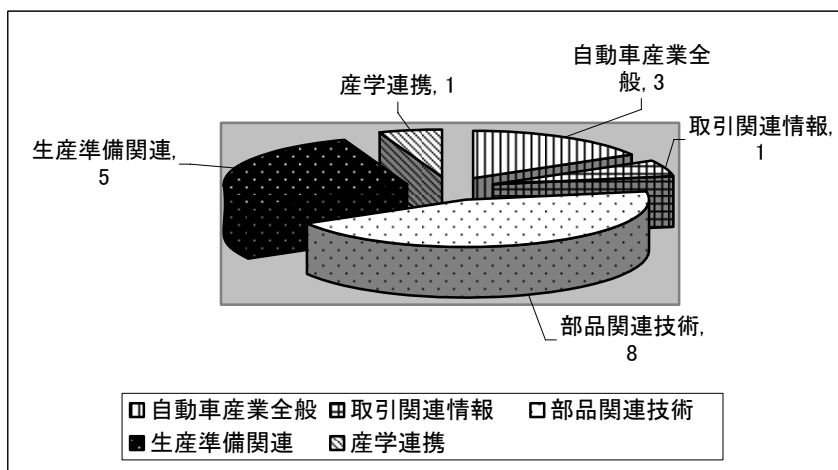
(2) MJK 通信を通じてご案内している各種セミナー、講演会等の参加状況



全ての回答者に対して、当協議会が電子メールを使用して案内している各種セミナー、講演会等に対して参加状況をお聞きしました。

その結果、全体では「たまに参加している」が49%と最も多く、製造業とその他の業種に分けて集計した結果においても、この状況に変わりはありませんでした。

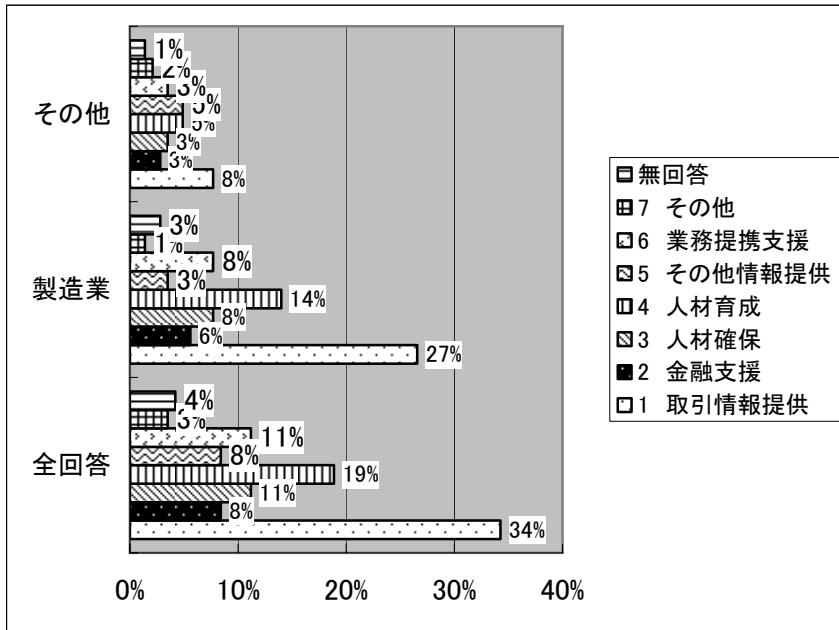
(3) 今後、セミナー等で取り上げて欲しいテーマ等の希望



全ての回答者に対して、当協議会等のセミナーで取り上げること希望するテーマについてお聞きしたところ、18件の回答がありました。

その内容について区分すると上記のように、部品関連の技術動向に関するものが8件と最も多くなりました。

3 当県の自動車産業施策で拡充を希望する分野



全ての回答者に対して当県の自動車産業施策について拡充を希望する分野についてお聞きしたところ、「取引情報提供」(34%)が最も多く、次いで「人材育成」(19%)となりました。

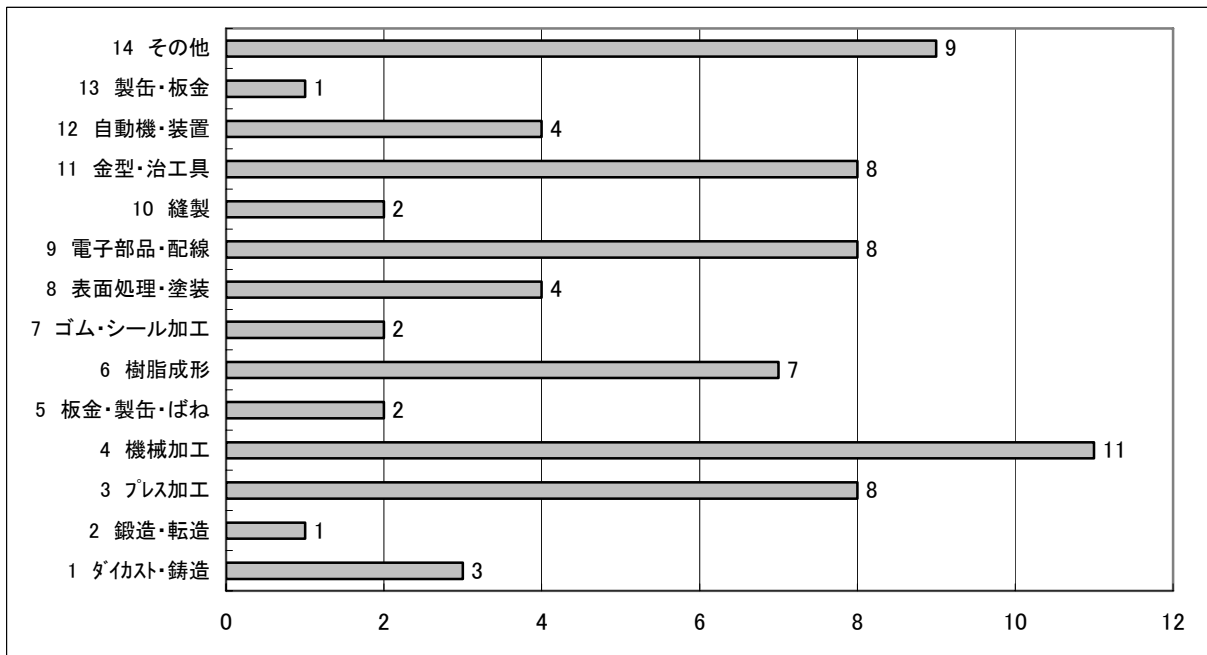
また、「人材育成」について「人材確保」、「業務提携支援」についての要望が多く、「人材育成」、「人材確保」の人材関連施策の要望を合計すると、全体の30%近くを占め、「取引情報提供」に劣らず、人材関連の支援施策の充実が求められていると考えられます。

4 製造業に従事する会員の事業活動状況と今後の取り組み

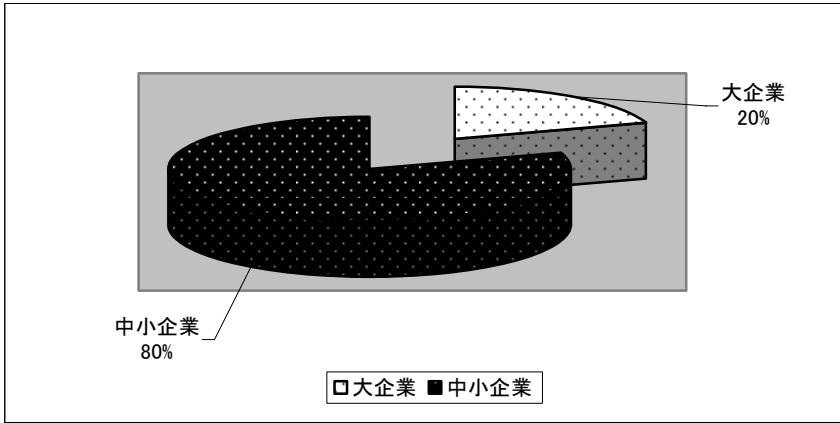
設問4から当協会の活動の中心である製造業に従事する会員について、事業活動の状況と今後の取り組み、当協会等で提供する支援施策に対するニーズについてお聞きしました。

(1) 製造業の業種別会員数

回答があった製造業会員70社を業種別に区分すると以下のようになりました。

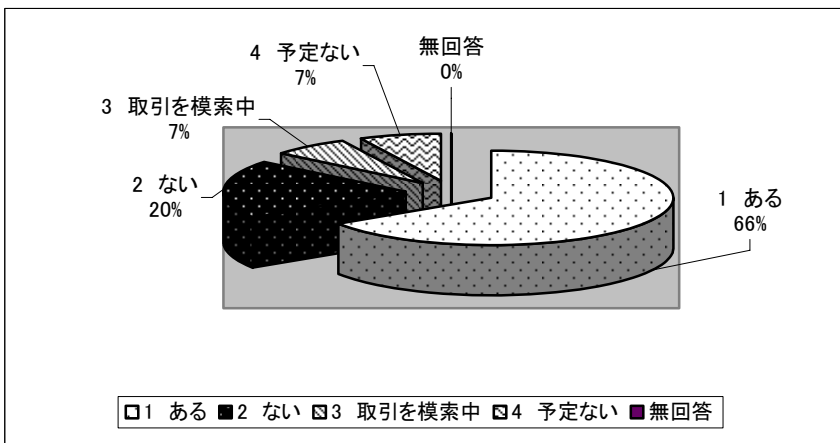


(2) 製造業会員に占める中小企業の割合



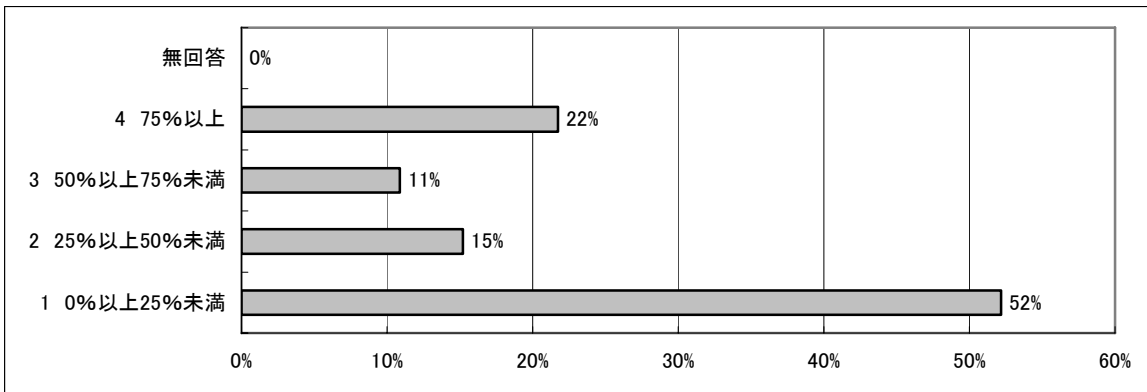
製造業会員 70 社の内、中小企業基本法で定める中小企業に区分される企業は 80% になっています。

(3) 自動車部品に対する取り組みの状況



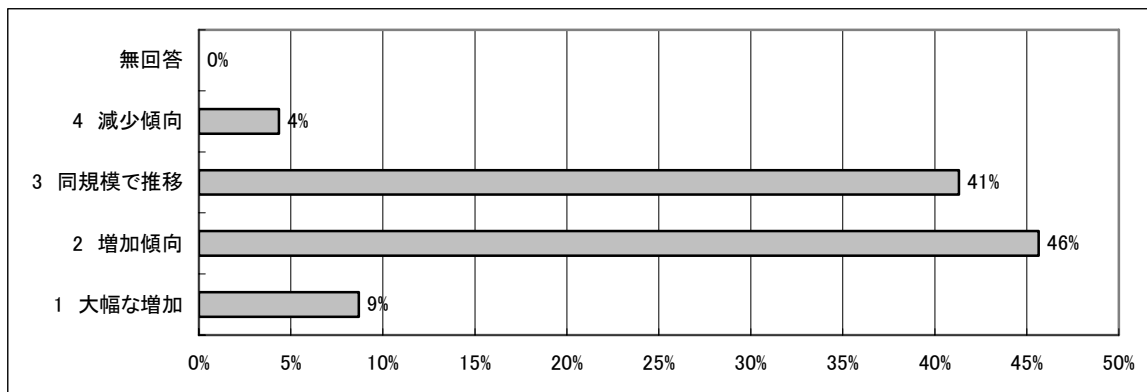
製造業会員 70 社のうち、自動車に組み込まれる部品（部品を製造する設備を含む。以下「自動車部品等」とします。）への取り組み状況をお聞きしたところ、「ある」と答えた会員が 66% になりました。また、本設問で「取引を模索中」とした会員が 7% になりましたが、本設問に対する回答を「ない」又は「予定ない」と回答しているものの、後の設問に対する回答から何らかのかたちで自動車部品等の製造を検討していると考えられる会員が 14 社有り、今後の進展が期待されます。

(4) 自動車部品等の生産を行っている企業の売上に占める自動車部品等の売上割合

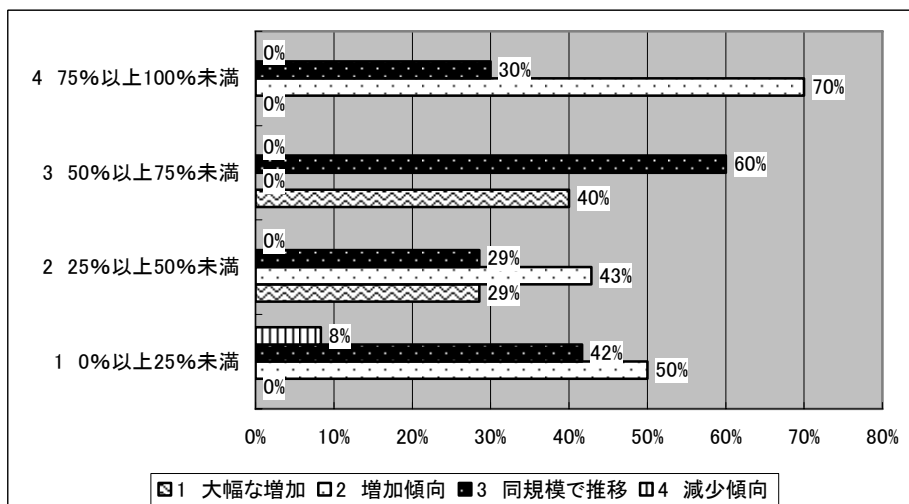


自動車部品等の生産を行っている46社に対して、売上に対する自動車品等の割合をお聞きしたところ、最も多かったのは「0%以上25%未満」（52%）で、次いで「75%以上」（22%）となりました。

(5) 過去3年間の自動車関連売上の傾向



自動車部品等の製造を行っていると回答があった46社に対して、過去3年間の自動車関連売上の傾向をお聞きしたところ、最も多かったのは「増加傾向」（46%）でした。次いで、「同規模で推移」（41%）とする企業が多くなっています。



自動車部品等の製造を行っていると回答があった46社を、売上に占める自動車部品等の割合で区分し、さらに過去3年間の自動車部品等の売上の傾向を加味してグラフに表すと上記のようになりました。

自動車部品等の売上割合が「25%以上50%未満」の企業では29%の企業が過去3年間の売上の傾向が「大幅に伸びている」と回答が有り、「50%以上75%未満」の企業では40%の企業が過去3年間の売上の傾向が「大幅に伸びている」との回答がありました。

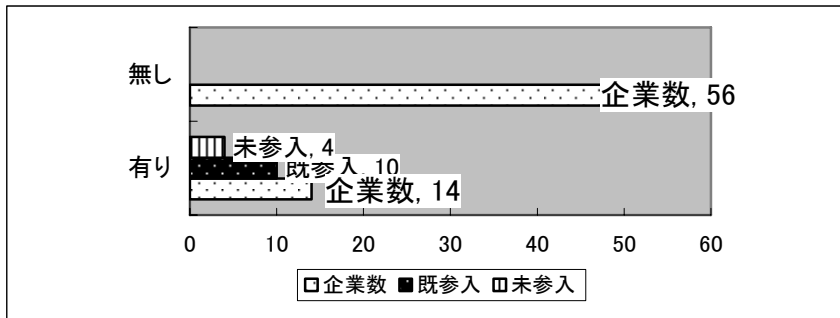
この結果から、もともと自社の売上に対して自動車部品等の売上が3割程度あり、自動車部品の製造に十分な経験がある企業で自動車部品等の生産が伸びている可能性があります。

その一方で、自動車の売上割合が「50%以上75%未満」とする企業では、「同規模で推移」が60%と半数を超えており、自動車部品製造の経験が豊富だとしても生産している部品によっては増産に繋がらない場合もあることが考えられます。

(6) 現在、自動車関連で取り組み始めているテーマ

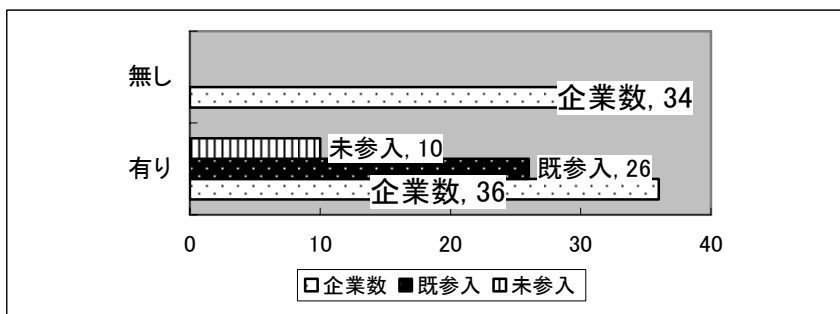
製造業会員に対して、現在、自動車部品等で取り組みを行っているテーマについて、「取引を希望するメーカー」、「生産又は加工可能な部品」、「対象とする地域」の3項目についてお聞きしたところ、以下のとおりの回答となりました。

①取引を希望するメーカーがあるとした企業



現在、自動車関連で取り組みを始めているテーマとして取引を希望するメーカーがあるとした企業は14社あり、うち既に自動車部品の製造を行っている企業は10社、未参入企業は4社となっています。

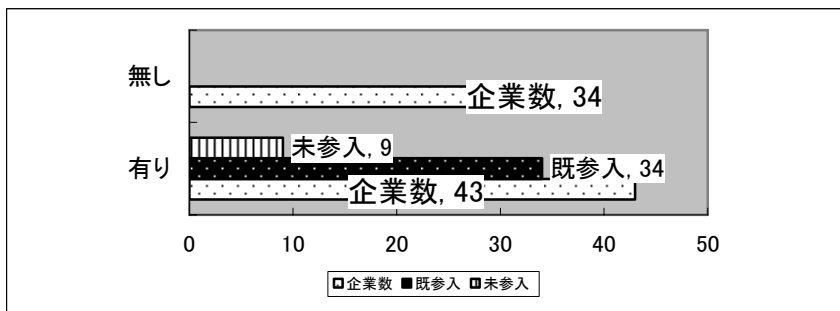
②生産又は加工可能な部品を想定している企業



現在、自動車関連で取り組み始めているテーマとして、生産又は加工可能な部品を想定しているとした企業は36社あり、うち既に自動車部品の製造を行っている企業は26社、未参入企業は10社となっています。

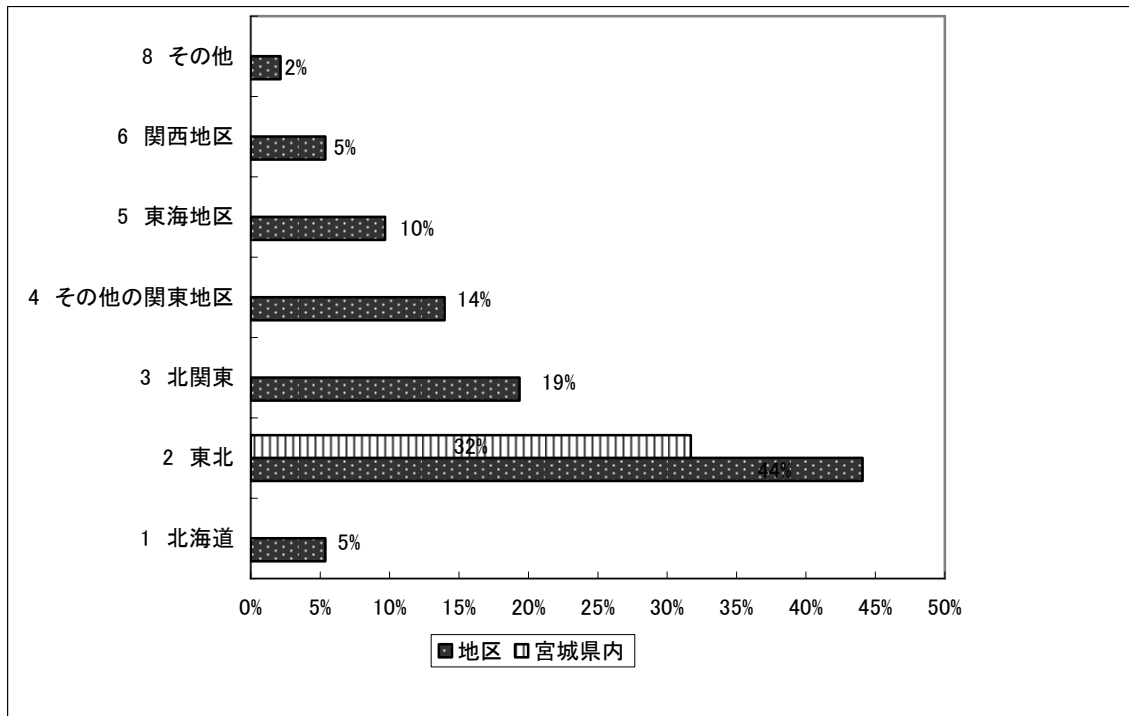
③対象とする地域を想定している企業

1) 企業数



現在、自動車関連で取り組み始めているテーマとして、対象とする地区を想定しているとした企業は43社あり、うち既に自動車部品の製造を行っている企業は34社、未参入企業は9社となっています。

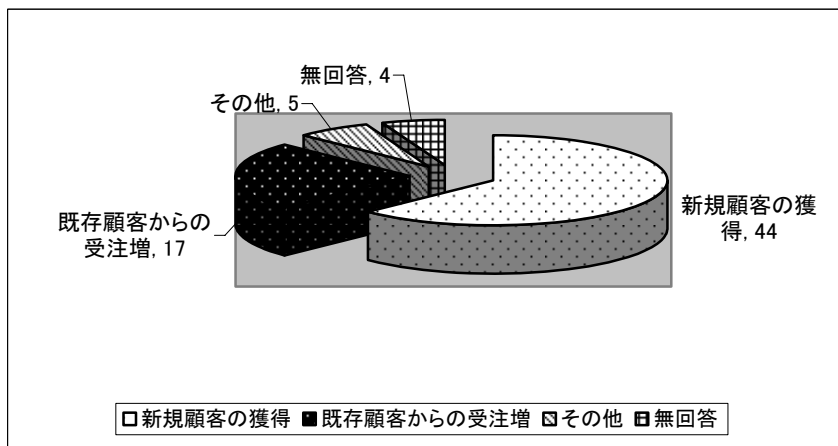
2) 対象地域



対象地区の割合で最も多かったのは、「東北地区」(44%)となっており、ついで「北関東地区」(19%)、「その他の関東地区」(14%)となっています。

「東北地区」のうち「宮城県」を想定している企業の割合は32%となっています。

(7) 取引拡大の方向性



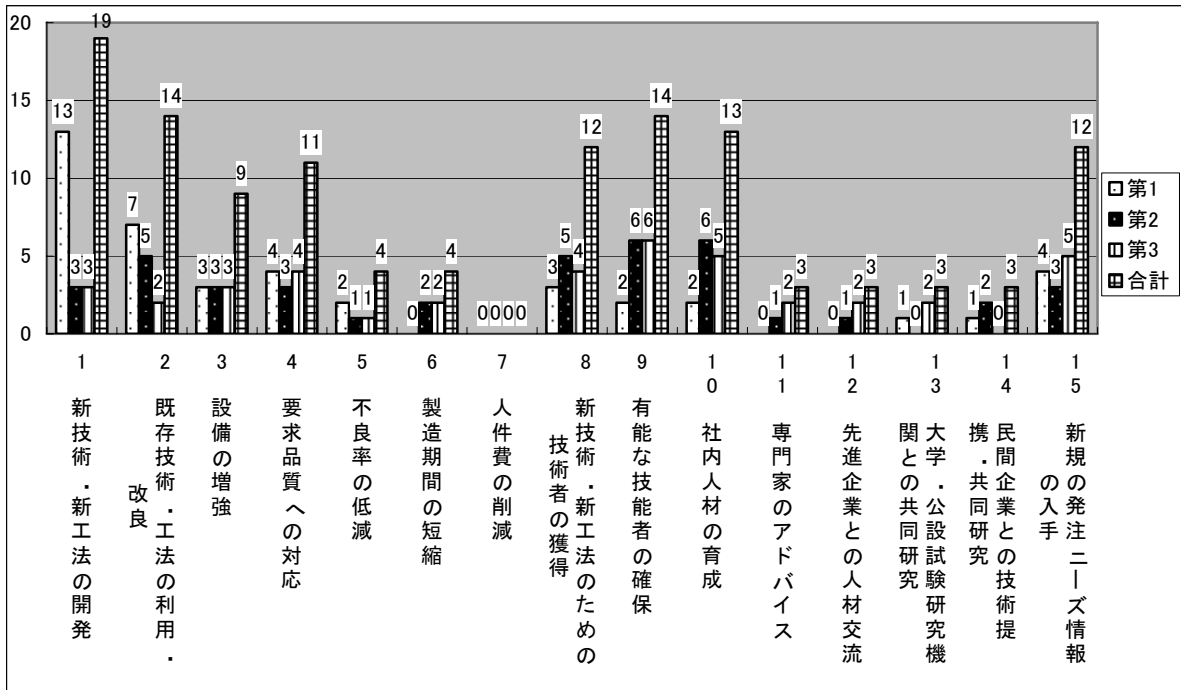
製造業会員 70 社に対して、現在の取引拡大の方向性について「新規顧客の獲得」、「既存顧客からの受注増」のどちらがより重要と考えているかについてお聞きしたところ、「新規顧客の獲得」の方が重要と回答した会員が 44 社となりました。

(8) 取引拡大のための経営課題

製造業会員 70 社に対して、取引拡大の方向性の中で経営課題と考えていることを選択肢の中から第 3 位までを選択していただく形で伺った結果、65 社から回答がありました。

その結果を上取引拡大の方向性で区分すると以下のようになります。

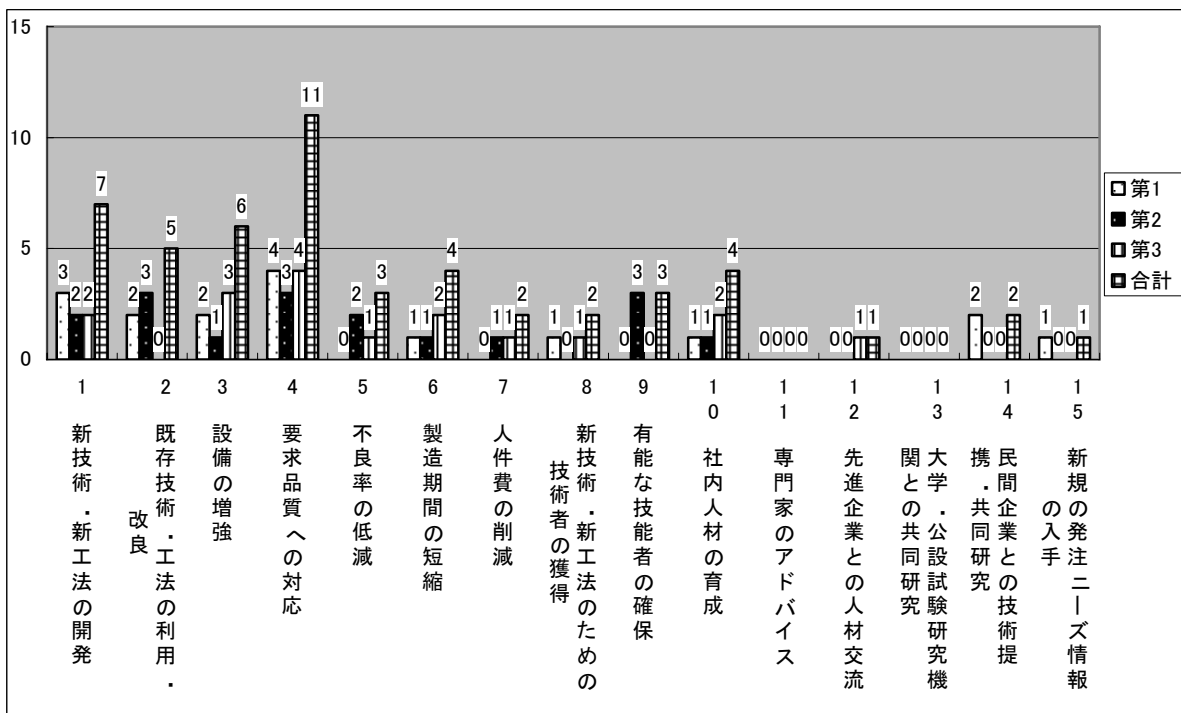
①新規顧客の獲得を重要とした企業の経営課題



「新規顧客の獲得」を重要とした企業 44 社（総選択数 124 件）の中で、第 1 位の経営課題として最も選択されたものは、「新技術・新工法の開発」（13 件）となりました。次いで、第 2 位の経営課題として多く選択されたのは「有能な技能者の確保」、「社内人材の育成」（各 6 件）となりました。

また、本設問で掲げた経営課題が第 3 位までに選ばれた件数を合計し、経営課題として最も多く選択されたものの順位を見ると、第 1 位が「新技術・新工法の開発」（19 件）、第 2 位が「既存技術・工法の利用・改良」（14 件）、「有能な技能者の確保」（14 件）となりました。

②既存顧客からの受注増を重要とした企業の経営課題



「既存顧客からの受注増」を重要とした企業 17 社（総選択数 51 件）の中で、第 1 位の経営課題として最も選択されたものは、「要求品質への対応」（4 件）となりました。

次いで、第2位の経営課題として「既存技術・工法の利用・改良」、「要求品質への対応」、
「有能な技能者の確保」（各3県）、第3位として「設備の増強」（3件）となりました。

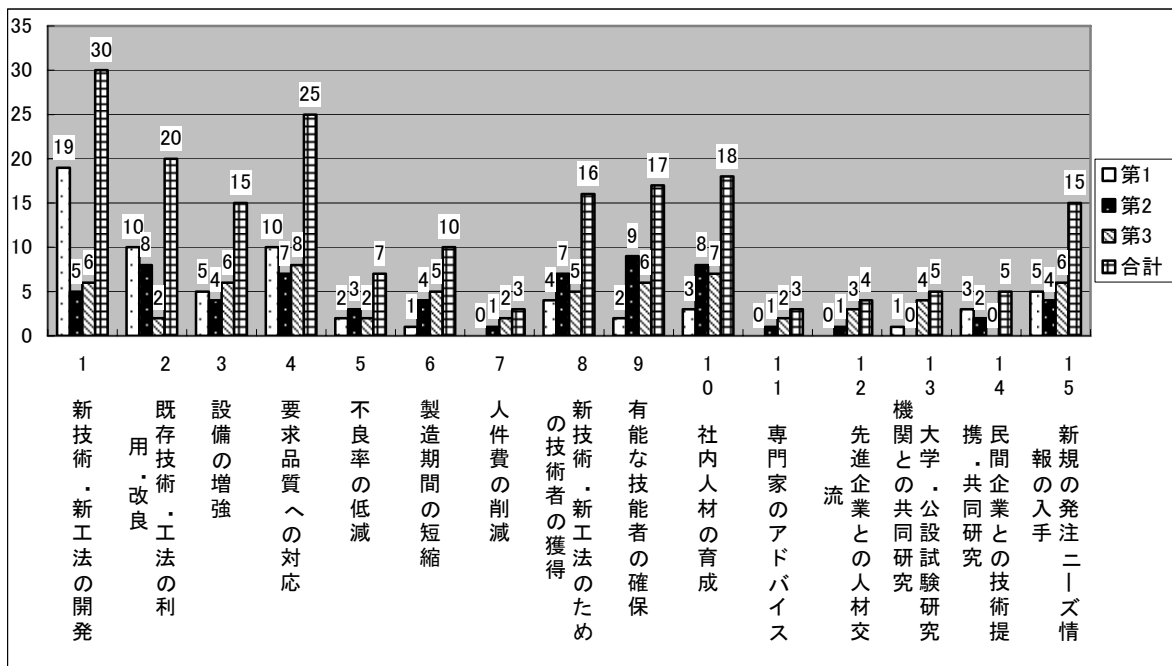
また、本設問で掲げた経営課題が第3位までに選ばれた件数を合計し、経営課題として最も多く選択されたものの順位を見ると、第1位が「要求品質への対応」（11件）、第2位が「新技術・新工法の開発」（7件）、「設備の増強」（6件）となりました。

③取引拡大の方向性の違いによる経営課題選択の傾向

上記の①と②の経営課題選択の傾向を比較すると、第1に「要求品質への対応」に注目すると、「既存顧客からの受注増」を重要とした企業が選択した経営課題総数のうち、同項目を選択した件数が約21%となっています。これは、「新規顧客の獲得」が重要とした企業が選択した経営課題総数のうち同項目が占める割合（約9%）と比較して高くなっています。

また、第2に人材に関する項目に注目すると、「新規顧客の獲得」を重要とした企業は、「既存顧客からの受注増」を重要とした企業に比べて、人材に関する項目を経営の重要課題とする傾向がやや強く、「新技術・新工法のための技術者の獲得」、「有能な技能者の確保」、「社内人材の育成」の合計が、選択した経営課題総数に占める割合は31%なのに対して、「既存顧客からの受注増」を重要とした企業が同項目を選択した割合は18%になっています。

④製造業全体の傾向



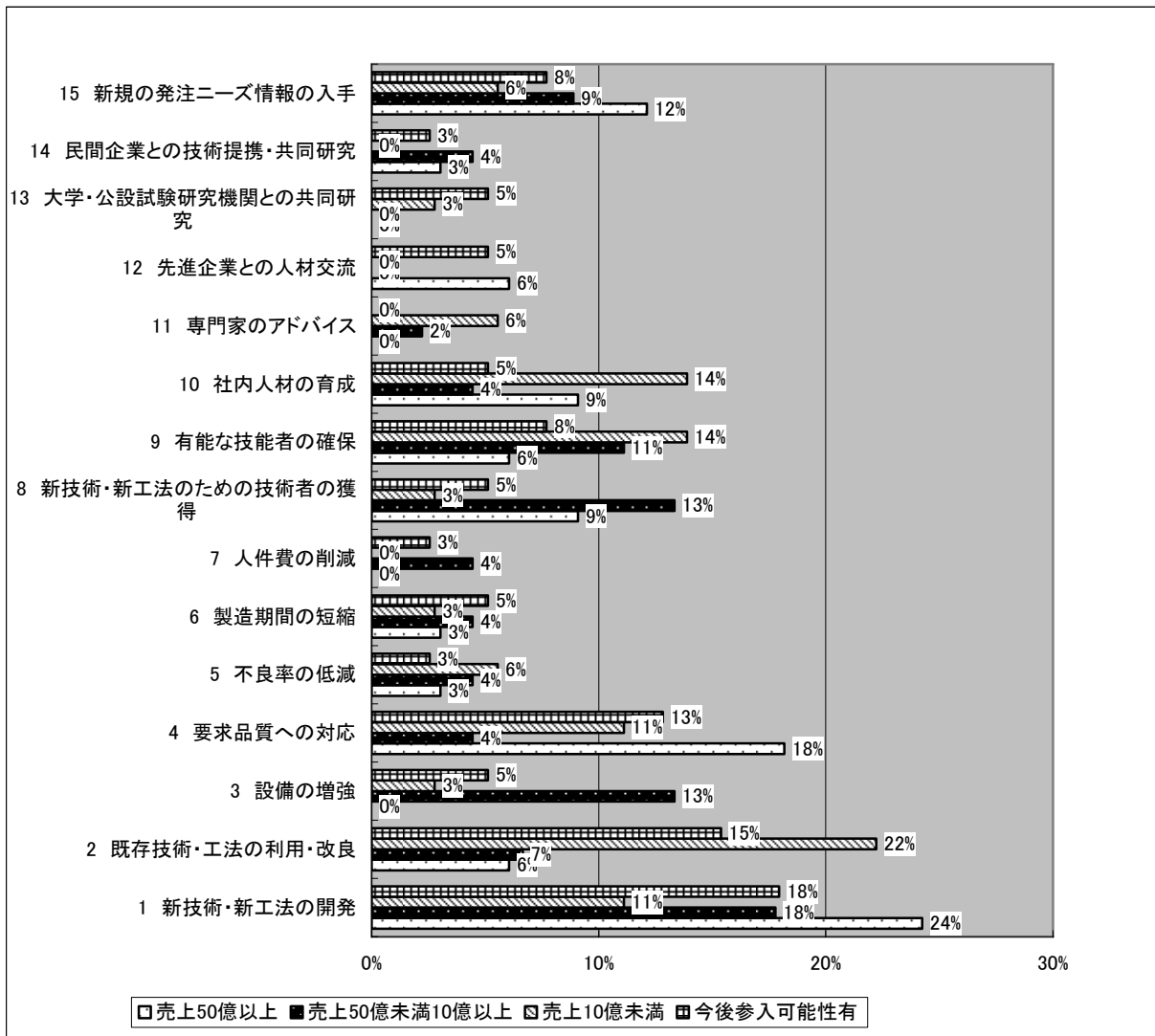
全体的な経営課題の選択傾向を見るために、取引拡大の方向性による区分をせずに集計すると、上のようなグラフとなりました。

第1位の課題として最も多く選択されているのは「新技術・新工法の開発」（19件）となりました。次いで第2位の課題として最も多く選択されている課題は「有能な技能者の確保」（9件）となっており、第3位の課題として最も多く選択されている課題は「要求品質への対応」（8件）となりました。

また、本設問で掲げた経営課題が第3位までに選ばれた件数を合計し、経営課題として最も多く選択されたものの順位を見ると、第1位が「新技術・新工法の開発」（30件）、第2位が「要求品質への対応」（25件）、第3位が「既存技術・工法の利用・改良」（20件）となっています。

全体の傾向を総括すると、上記の課題を人材の採用と社内人材の育成を通じて解決しようとしていることが推測され、在職者向け研修や人材のマッチングなど人的資源を強化する施策が必要とされていると考えられます。

⑤売上金額で区分した自動車部品関連企業と今後参入可能性のある企業の経営課題の傾向

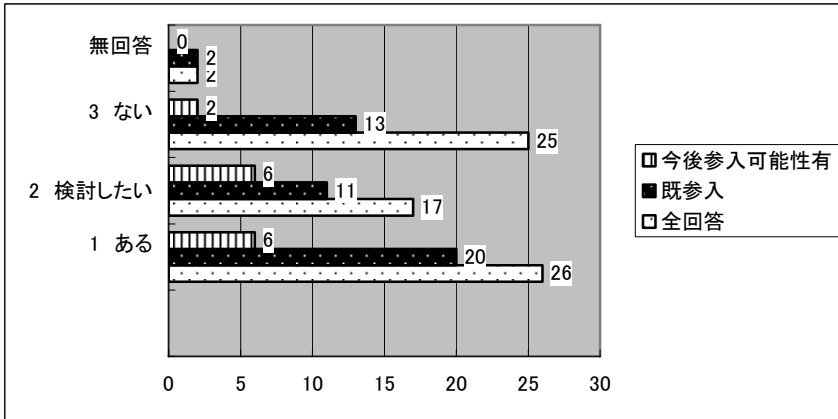


次に、自動車部品等の生産を行っているとした46社を売上金額で「10億未満」、「10億円以上50億円未満」、「50億円以上」、の3つに区分し、その区分ごとに上記の設問で掲げた経営課題が第3位まで選ばれたものの件数を合計し、総選択件数に占める割合を見てみると、上のグラフのようになりました。各区分の第3位までの経営課題を表にすると以下のようになります。

自動車部品関連企業及び今後参入を予定している企業の経営課題			
	第1	第2	第3
売上50億円以上	新技術・新工法の開発	要求品質への対応	新規の発注ニーズ情報の入手
売上50億円未満10億円以上	新技術・新工法の開発	設備の増強	新技術・新工法のための技術者の獲得
売上10億円未満	既存技術・工法の利用・改良	有能な技能者の確保	社内人材の育成
今後参入可能性有	新技術・新工法の開発	既存技術・工法の利用・改良	要求品質への対応

(9)主要事業への参加意向

①展示商談会

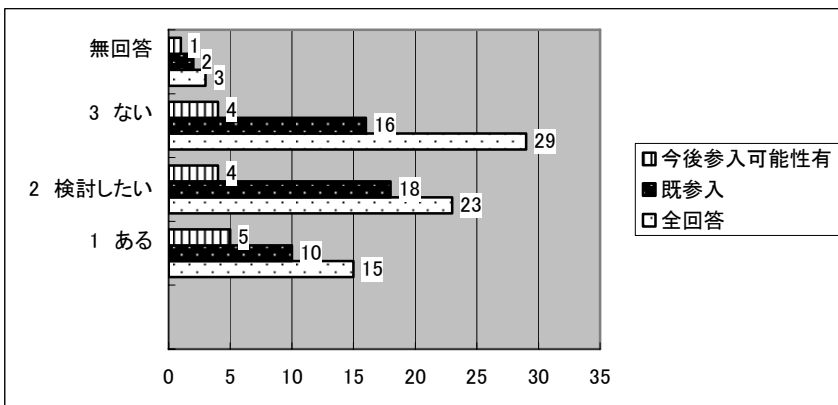


製造業会員 70 社に自動車メーカーやそのグループ企業に対して、新技術・新工法を提案する展示商談会への参加意向をお聞きしたところ、「ある」と回答した企業が 26 社あり、うち未参入企業が 6 社となっています。また、「検討したい」とした企業が 17 社あり、うち未参入企業が 6 社となっています。

参加意向が「ある」とした理由として、以下のものがありました。

- 今まで参加して、弊社の知名度が上がってきたように感じる
- 新製品の共同開発、評価ができる自動車関連メーカーと接点を持ちたい

②ものづくり実践研究会

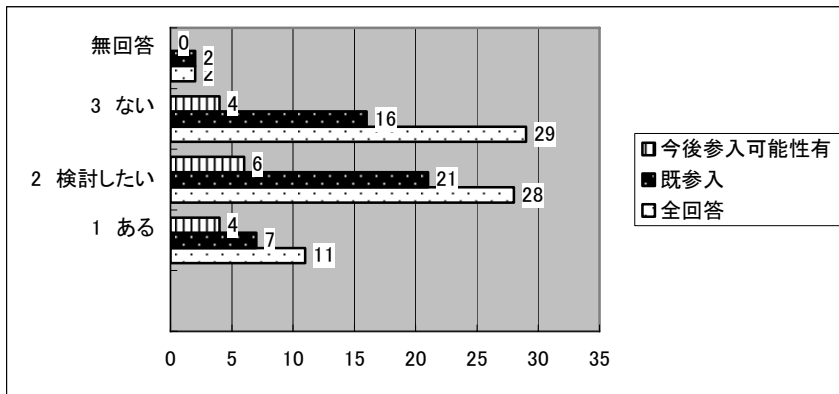


製造業会員 70 社に工場改善の手法を学ぶことを目的とした研究会への参加意向をお聞きしたところ、「ある」と回答した企業が 15 社あり、うち未参入企業が 5 社となっています。また、「検討したい」とした企業が 23 社あり、うち未参入企業が 4 社となっています。

参加意向が「ある」とした理由として、以下のようなものがありました。

- 現場の実力を高めることが新規の顧客確保につながると信じている
- 参加した社員に良い影響を与えているように思う

③自動車部品・機能構造研修会への参加意向

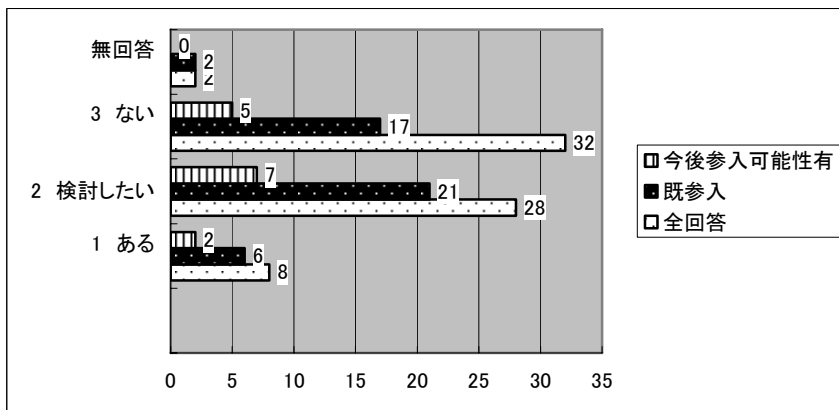


製造業会員 70 社に展示商談会への参加意向をお聞きしたところ、「ある」と回答した企業が 11 社あり、うち未参入企業が 4 社となっています。また、「検討したい」した企業が 28 社あり、うち未参入企業が 6 社となっています。

参加意向が「ある」及び「検討したい」とした理由として、以下のようなものがありました。

- 人材育成
- 今後の事業拡大への情報収集・意見交換

④専門家、アドバイザー派遣要望

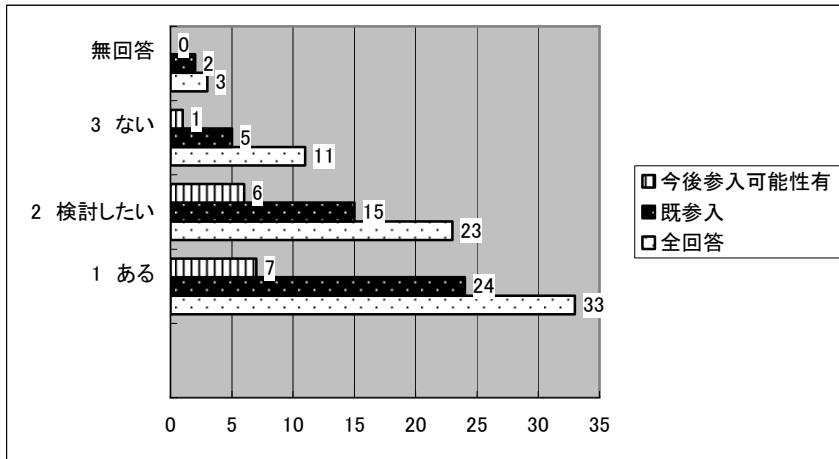


製造業会員 70 社に専門家、アドバイザーの派遣要望について意向をお聞きしたところ、「ある」と回答した企業が 8 社あり、うち未参入企業が 2 社となっています。また、「検討したい」とした企業が 28 社あり、うち未参入企業が 7 社となっています。

派遣要望が「ある」又は「検討したい」とした理由として、以下のものを挙げる企業もありました。

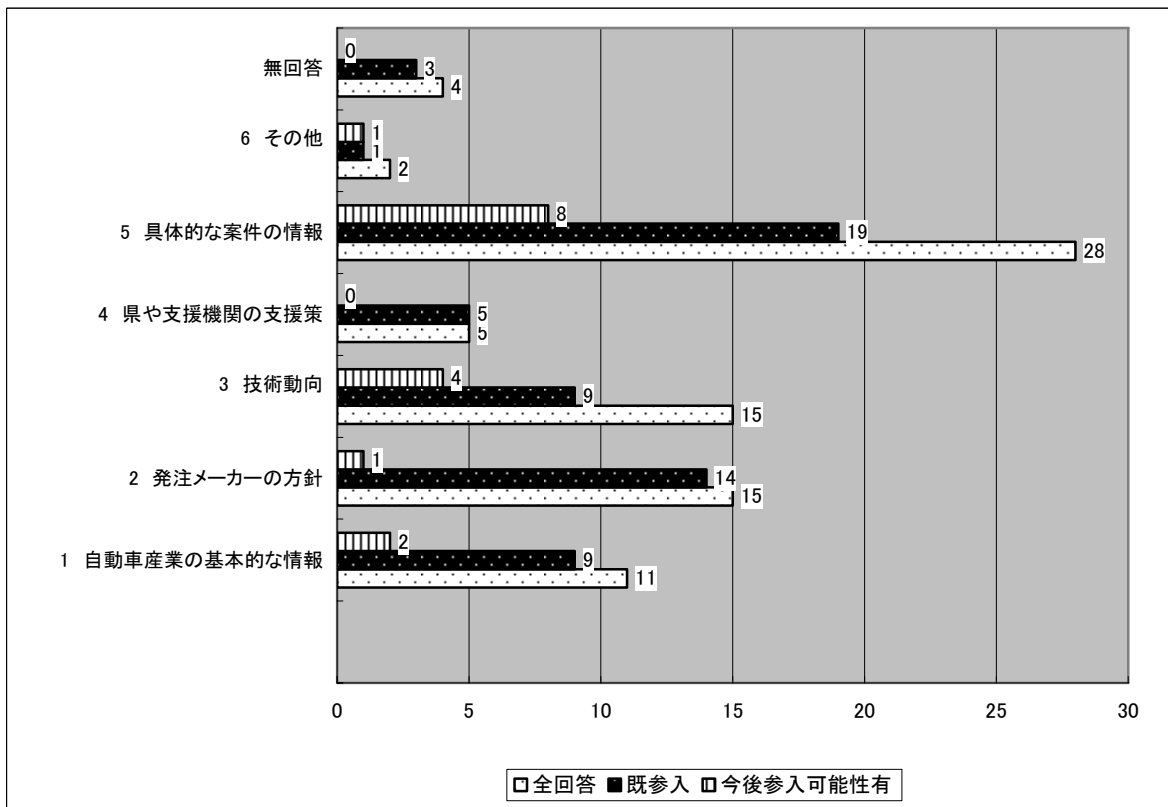
- 自動車部品等を受注するには現場改善力を付ける必要があるため
- いろいろな情報収集。第 3 者的視点意見収集

⑤取引関連情報提供要望

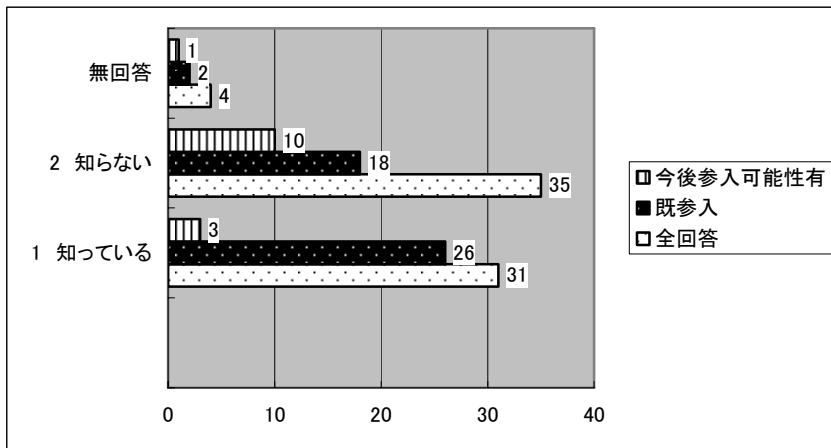


製造業会員 70 社に取引関連情報の要望について意向をお聞きしたところ、「ある」と回答した企業 33 社あり、うち未参加企業が 7 社となっています。また、「検討したい」とした企業が 23 社あり、うち未参加企業が 6 社となっています。

提供を求める情報の内容についてお聞きしたところ、下記のような回答となり、最も多かったのは「具体的な案件の情報」(28 件) でした。次いで「発注メーカーの方針」、「技術動向」(各 15 件) となりました。



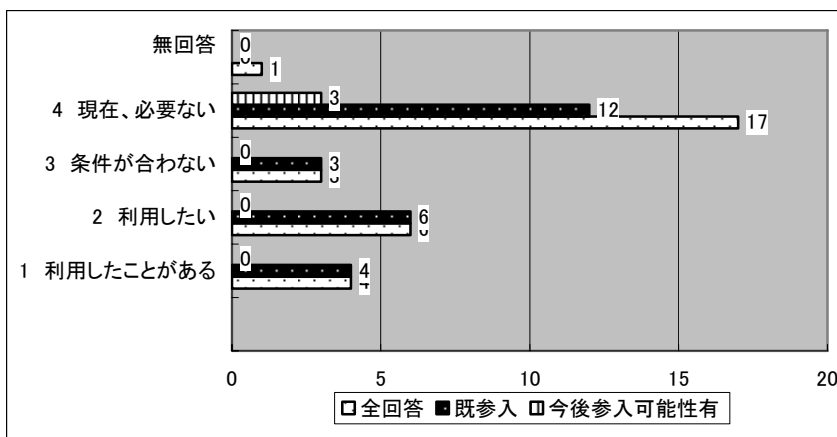
⑥金融支援制度の認知度



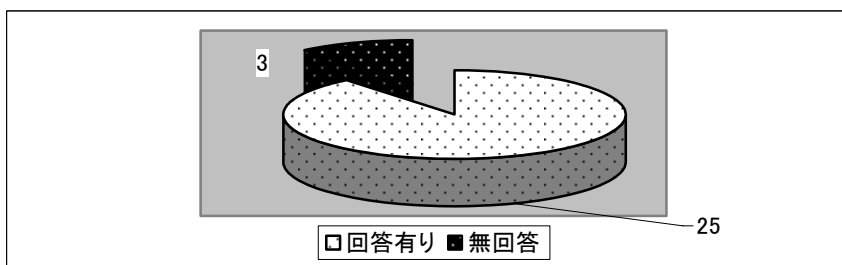
製造業会員 70 社に協議会の支援機関が実施している金融支援制度の認知度合いをお聞きしたところ、「知っている」と回答した企業 31 社あり、うち未参入企業が 3 社となっています。また、「知らない」とした企業が 35 社あり、うち未参入企業が 10 社となっています。これは参入を検討している企業の約 7 割にあたります。

さらに、「知っている」と回答のあった企業に対して利用についての意向をお聞きしたところ、以下のような回答となりました。

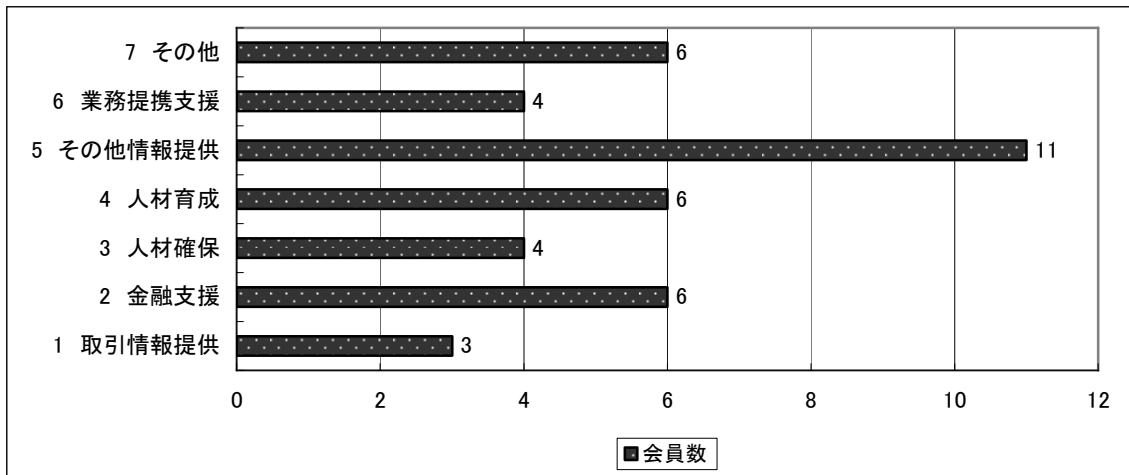
「利用したい」とした企業は 6 社あり、また「利用したいが条件が合わない」とした企業は 3 社ありました。最も多かったのは、「現在、必要ない」とした企業であり、17 社となりました。



5 その他会員が協力可能な内容(製造業以外の会員からの回答)



製造業以外の会員 28 会員に対して、当県の自動車産業施策に協力可能な分野の有無とその内容についてお聞きしたところ、うち 25 会員から協力可能な分野があるとの回答がありました。



その内容について最も多かったのは、「その他の情報提供」（11件）となっており、次いで「金融支援」、「人材育成」、「その他」となっています。

具体的な内容としては、「マッチングの支援」、「業務支援」などが挙げられています。支援策については、協議会のホームページを利用するなどして、会員の皆様にお知らせしていきたいと考えております。

6 おわりに

本調査につきましては、会員の皆様方のご協力により多数のご意見を頂戴することができました。今後も、皆様方のご意見を参考に協議会関連事業を運営して参りたいと考えておりますので、引き続きご指導、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

なお、協議会に対するご意見、ご要望につきましては常時承りますので、協議会事務局までご連絡ください。