

札幌型ものづくり振興戦略中間年調査

－ 調査報告書【概要版】 －

平成 26 年 2 月

札幌市経済局

1 調査の概要

1-1 調査目的

ものづくり産業の振興を図るため、平成23年度から平成27年度までの5年間に札幌市が取り組む施策を示した「札幌型ものづくり振興戦略」の推進に伴い、中間年の平成25年度において、ものづくり企業の経営課題や求める施策についてアンケート調査を行うことで、ものづくり企業の現況を把握し、現状に即した施策の構築につなげる。

1-2 調査対象

札幌市内に本社を置く「札幌型ものづくり振興戦略」で定める主要6産業（食料品製造業、金属・機械製造業、印刷業、IT産業、コンテンツ産業、バイオ産業）の企業へアンケートを送付し、経営課題等のものづくり企業の現状について調査を実施した。

1 調査対象抽出基準	株式会社東京商工リサーチが所有するTSR企業データ等をもとに札幌市内に本社を置く、主要6産業（食料品製造業、金属・機械製造業、印刷業、IT産業、コンテンツ産業、バイオ産業）の企業を対象として抽出。
2 送付件数	1,884件
3 有効回答数・回答率	591件・31.4%
4 調査方法	郵送及び電話またはFAX
5 回答・調査期間	平成25年11月19日～12月20日
6 特記事項	移転先不明や廃業等のため、郵送未達分83社を有効回答率の算出にあたり、分母（送付総件数1,967社）より除外

産業	合計	未着・倒産	送付件数	回答あり	回答なし	回答率
食料品製造業	304	5	299	84	215	28.1%
金属・機械製造業	464	13	451	141	310	31.3%
印刷業	242	3	239	67	172	28.0%
IT産業	670	47	623	208	415	33.4%
コンテンツ産業	233	14	219	66	153	30.1%
バイオ産業	54	1	53	25	28	47.2%
総計	1,967	83	1,884	591	1,293	31.4%

1-3 調査実施機関

株式会社東京商工リサーチ 北海道支社

2 調査結果

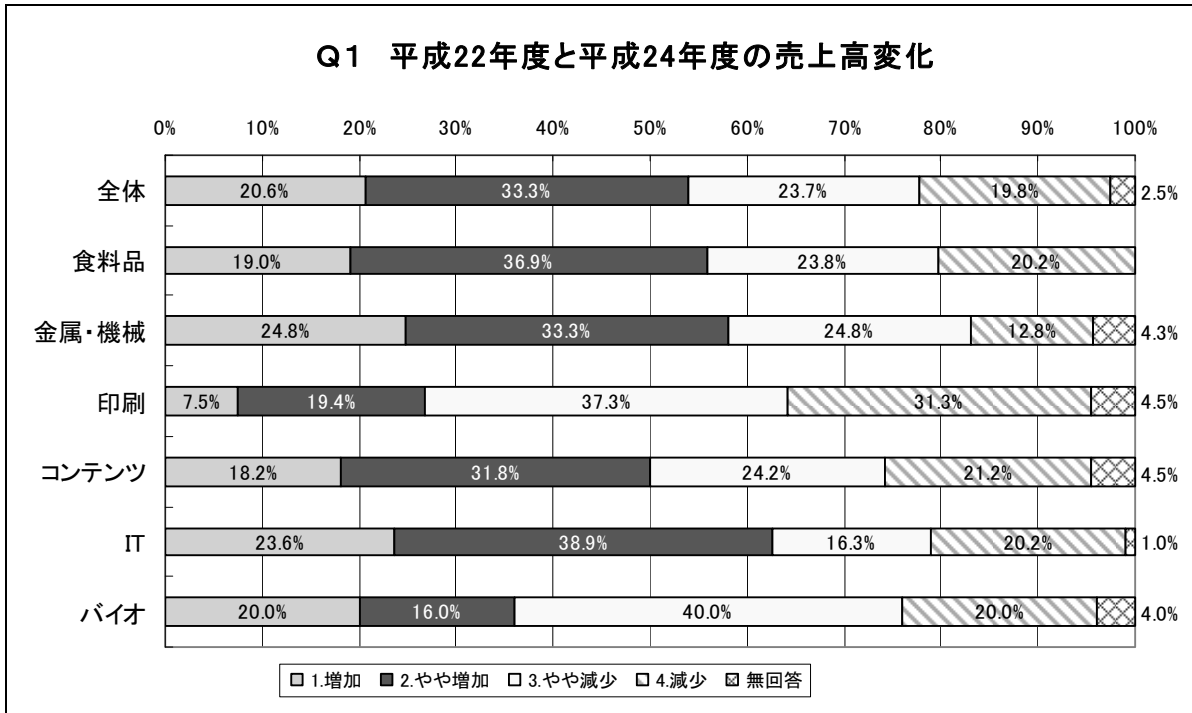
2-1 調査結果の概要

全産業共通の質問項目に対する調査結果については、各産業別に以下の傾向が見られた。

	食料品 製造業	金属・機械 製造業	印刷業	コンテンツ 産業	IT産業	バイオ産業
売上 (H22-24 比較)	増加傾向	増加傾向	減少傾向	横ばい	増加傾向	減少傾向
売上増加 の主要因	・既存受注先の 業績向上 ・新規販路開拓	・既存受注先の 業績向上 ・景気回復による 需要増	・営業強化 ・新規販路開拓	・既存受注先の 業績向上 ・営業強化	・新規販路開拓 ・営業強化	新商品開発効果
売上減少 の主要因	景気低迷による 需要減	景気低迷による 需要減	・景気低迷による 需要減 ・同業他社との 競争激化	・景気低迷による 需要減 ・取引先からの 値下げ要請	景気低迷による 需要減	・景気低迷による 需要減 ・営業販売力 不足
強み	品質	技術力	スピード	品質	取引先との 信頼関係	技術力
弱み	コスト	営業力	営業力	営業力	営業力	資金力
今後の 優先的取組	・人材育成 ・新製品開発	・人材育成 ・技術力向上	・人材育成 ・国内販路開拓	・人材育成 ・技術力向上	・人材育成 ・技術力向上	・国内販路開拓 ・新製品開発
強化したい職種	技術職	技術職	営業職	技術職	技術職	技術職
強化したい能力	・専門的な技術 ・管理スキル	専門的な技術	営業力	・専門的な技術 ・コミュニケーション力	・専門的な技術 ・コミュニケーション力	専門的な技術
今後の取組	・OJT ・社外研修	OJT	・社外研修 ・中途者採用	OJT	OJT	中途者採用
海外展開を実施 又は検討中の 企業の割合	約3割	約1割	ほぼ無し	約4割	約2割	約7割
海外展開地域	・台湾 ・中国大陸 ・香港	・中国大陸 ・ロシア ・欧州	・タイ	・台湾 ・シンガポール ・タイ	・ベトナム ・タイ ・中国大陸	・台湾 ・アメリカ ・欧州
海外展開におけ る行政に求める 支援	現地バイヤーと の商談会	商習慣・市場に 関するセミナー	特に必要ない	・現地バイヤーと の商談会 ・コーディネーター 等の紹介	コーディネーター 等の紹介	展示会や商談会 などの出展
海外展開を 検討しない理由	必要性なし	必要性なし	必要性なし	海外向け製品等 がない	必要性なし	必要性なし
IT 導入・活用の 課題	コスト負担	導入効果が 分からない	コスト負担	コスト負担	コスト負担	コスト負担
今後活用したい コンテンツ	・自社 HP ・SNS ・ネット広告	・自社 HP ・ネット広告 ・新聞雑誌	・自社 HP ・ネット広告 ・SNS	・自社 HP ・ネット広告 ・SNS ・動画投稿サイト	・自社 HP ・ネット広告 ・SNS	・自社 HP ・SNS ・動画投稿サイト
今後活用したい 外部専門家	開発製造技術	開発製造技術	省エネルギー化	開発製造技術	マーケティング	開発製造技術
札幌市へ 期待する 産業振興施策	・設備投資に係 る融資制度 ・資金繰りに係 る融資制度	・資金繰りに係 る融資制度 ・設備投資に係 る融資制度	・資金繰りに係 る融資制度 ・設備投資に係 る融資制度	・資金繰りに係 る融資制度 ・地域ブランドに 関する取組	・資金繰りに係 る融資制度 ・研究開発に係 る補助制度	・研究開発に係 る補助制度 ・地域ブランドに 関する取組

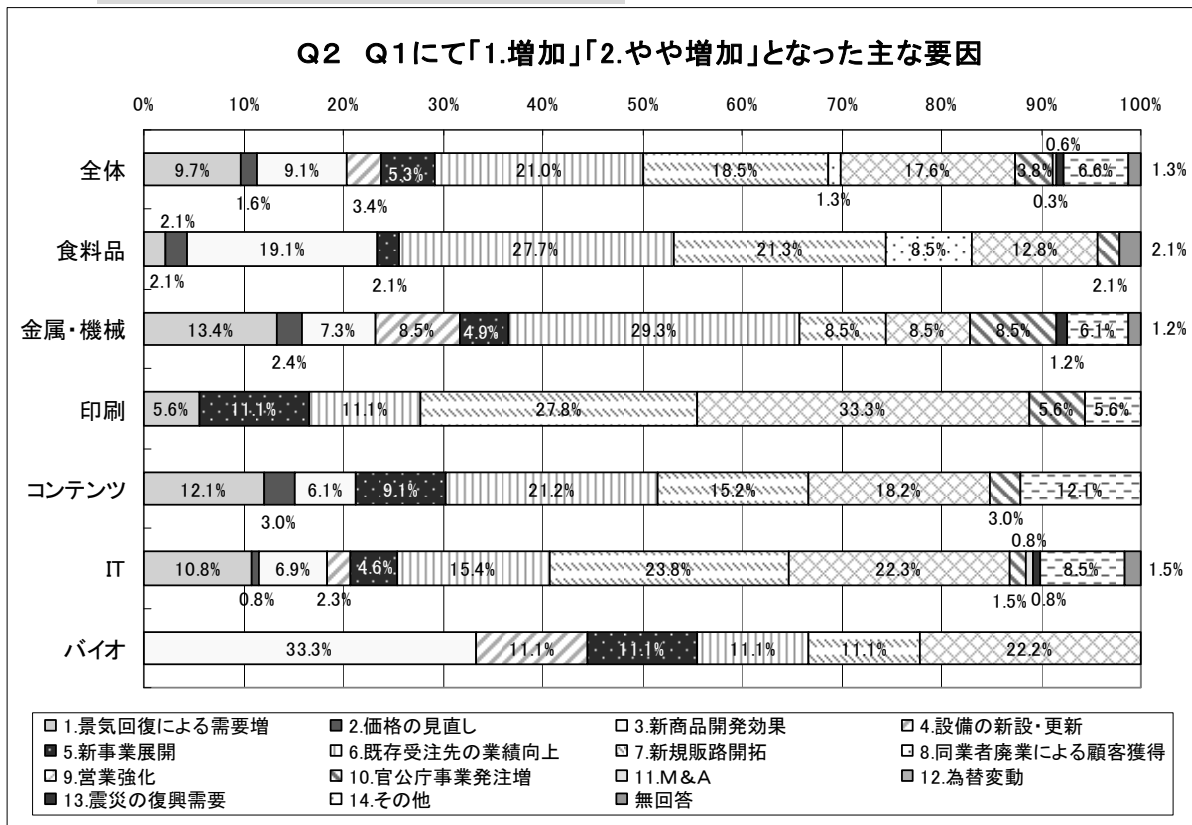
【平成22年度決算売上高と平成24年度決算売上高の比較について】

⇒ 全体の半数以上が「増加」「やや増加」



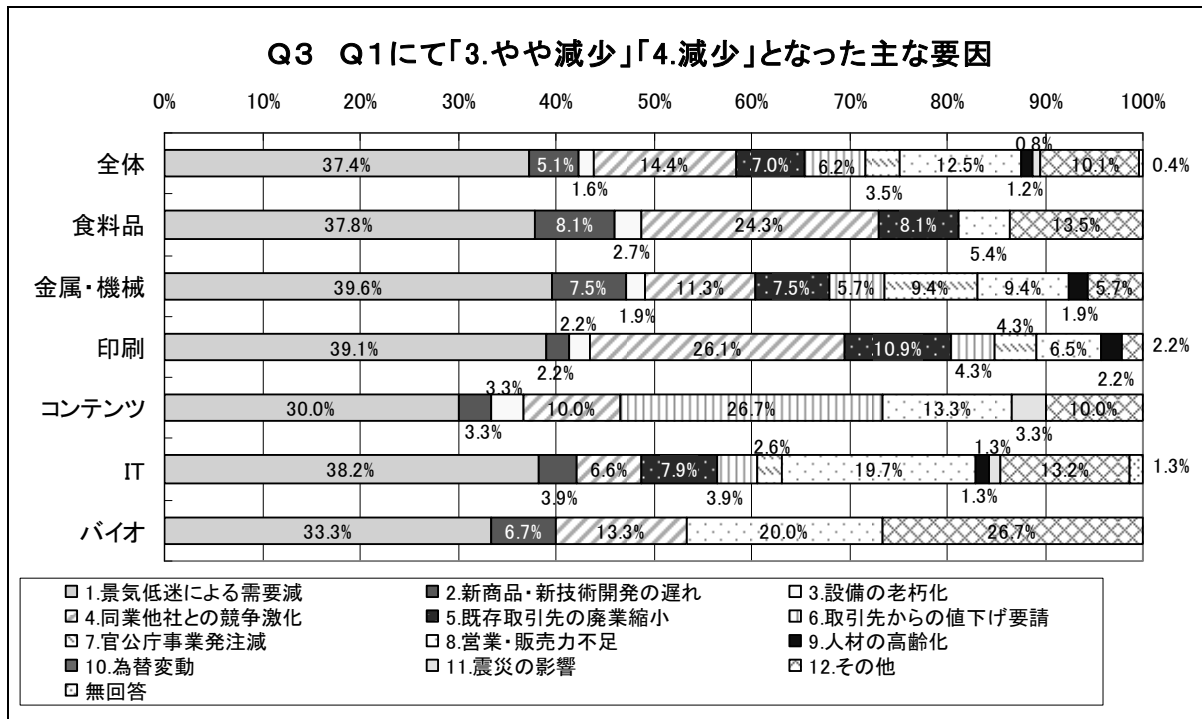
【売上高増加の要因について】

⇒ 全体では「既存受注先の業績向上」が最多



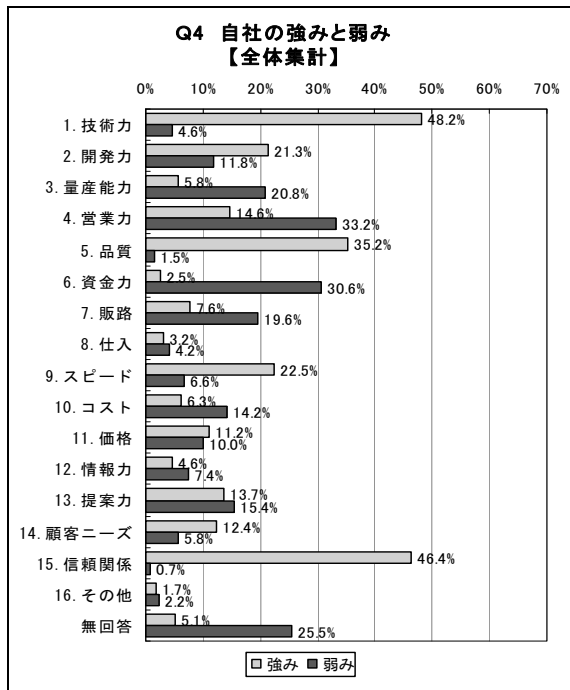
【売上高減少の要因について】

⇒ 「景気低迷による需要減」が最多



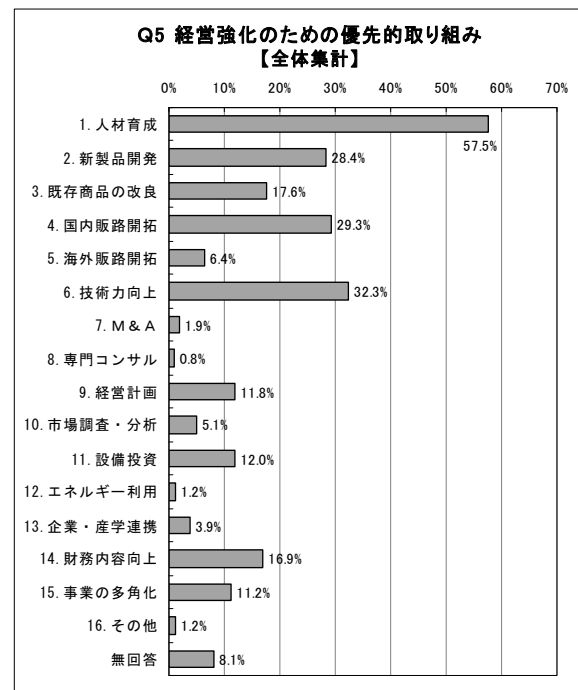
【自社の強み・弱みについて】

⇒ 強みは「技術力」、弱みは「営業力」



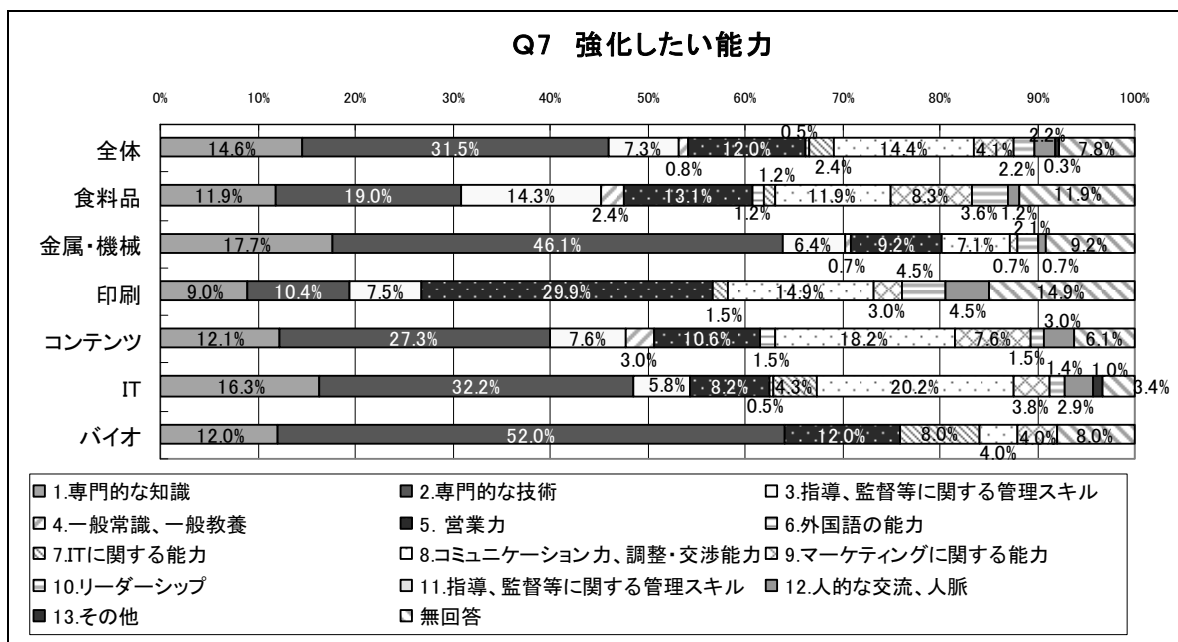
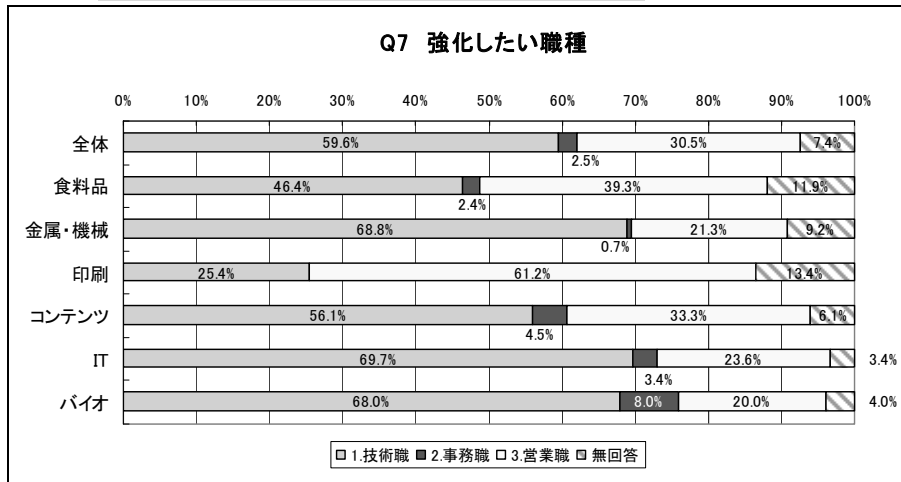
【今後3年間の経営強化のための優先的取組】

⇒ 「人材育成」が最優先



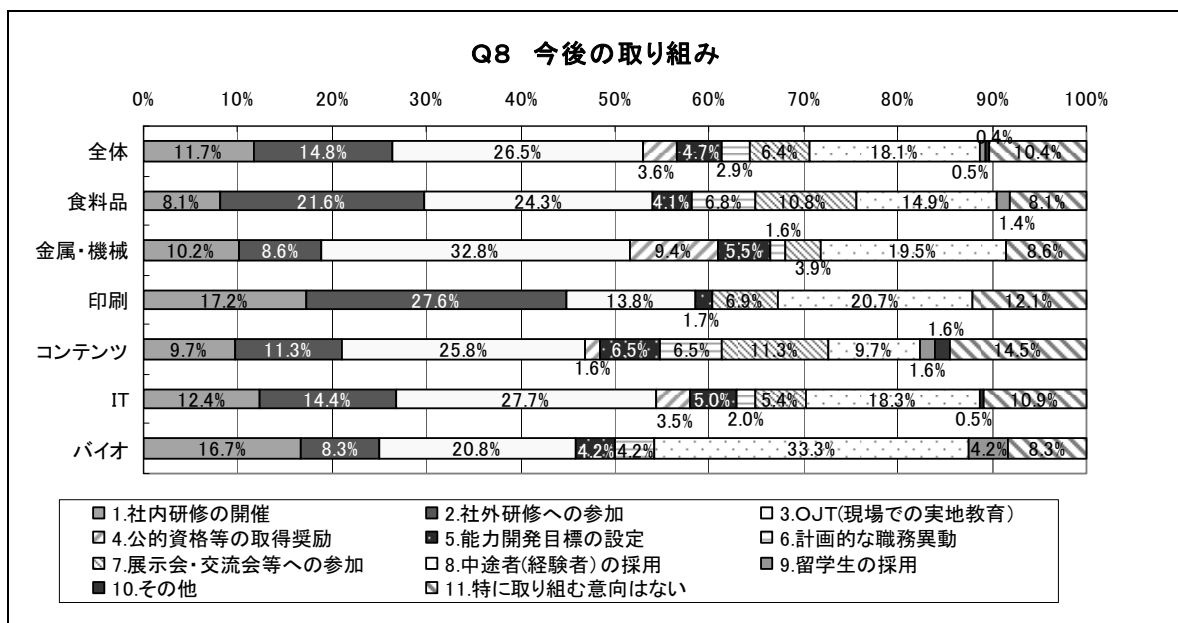
【人材育成を強化したい職種・能力について】

⇒ 全体では「技術職」・「専門的な技術」が最多



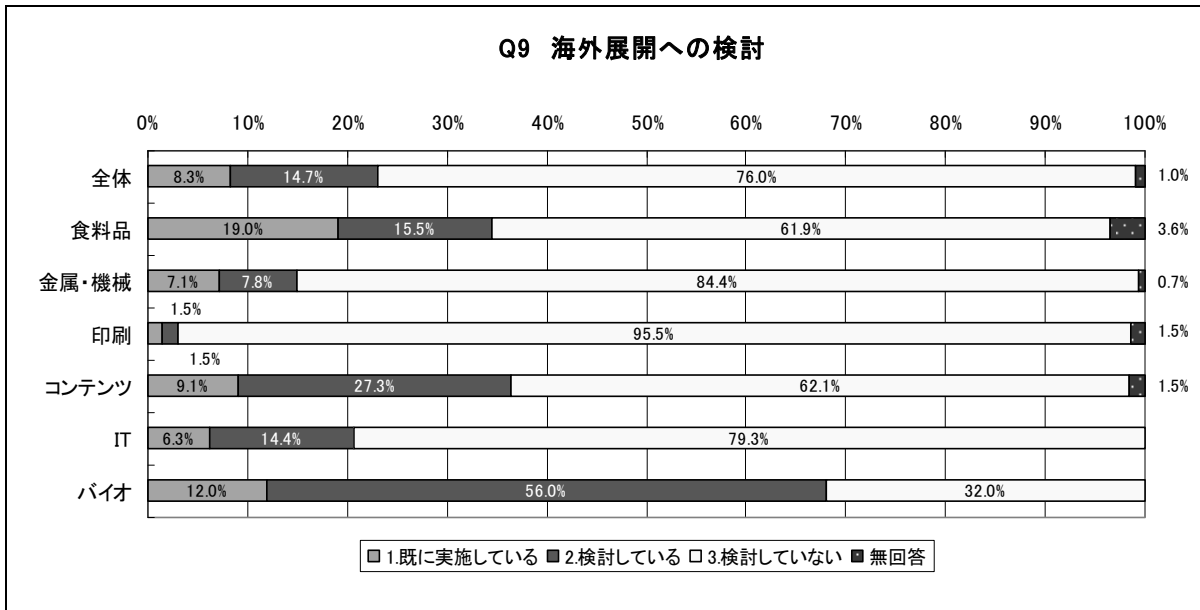
【人材育成に関する今後の取組】

⇒ 「OJT」が最多



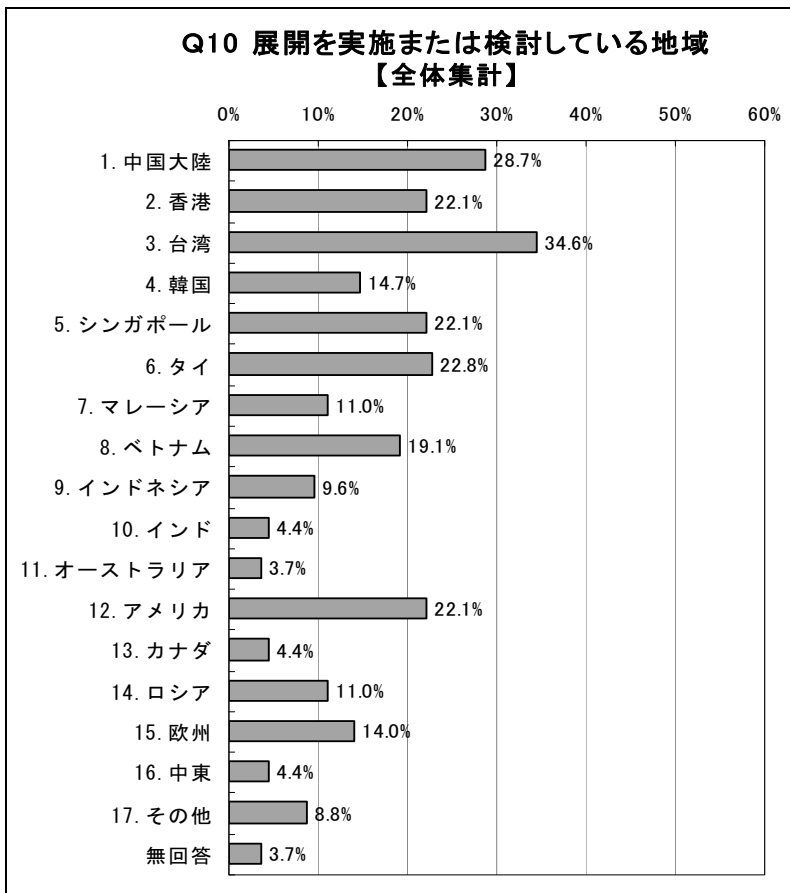
【製品・サービスの輸出や現地生産など、海外への展開について】

⇒ 全体の2割強が海外展開を実施・検討中”



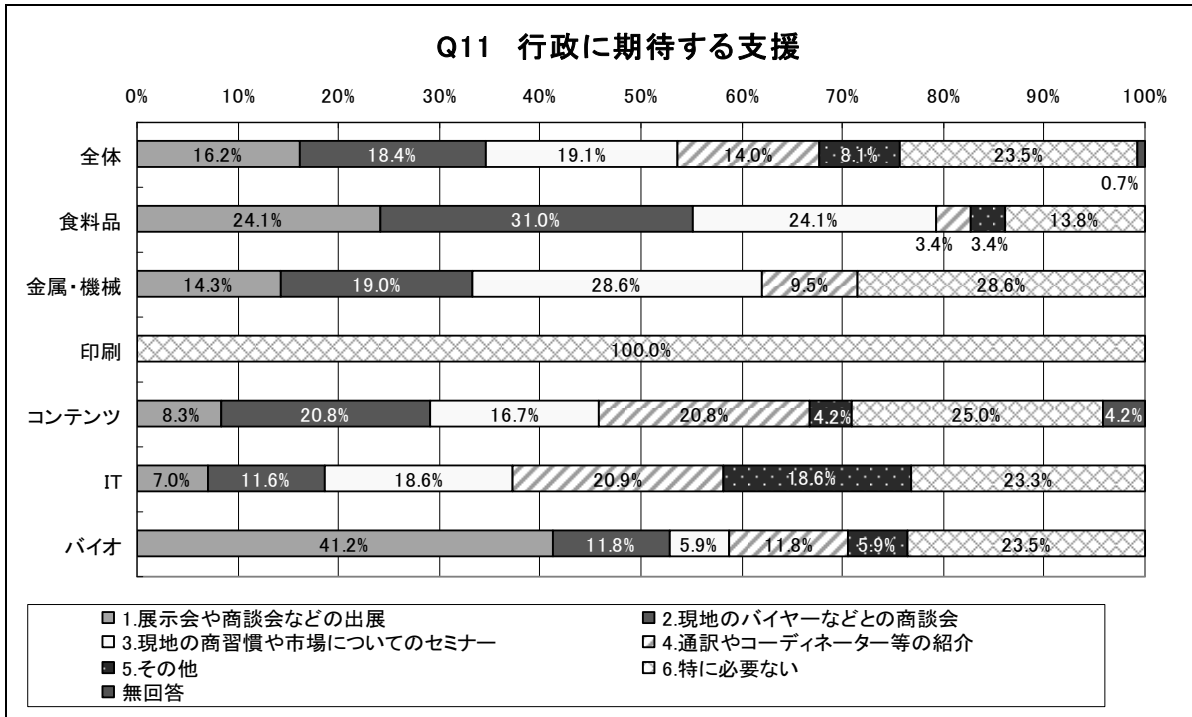
【海外展開を検討している地域について】

⇒ 東アジア・東南アジア中心



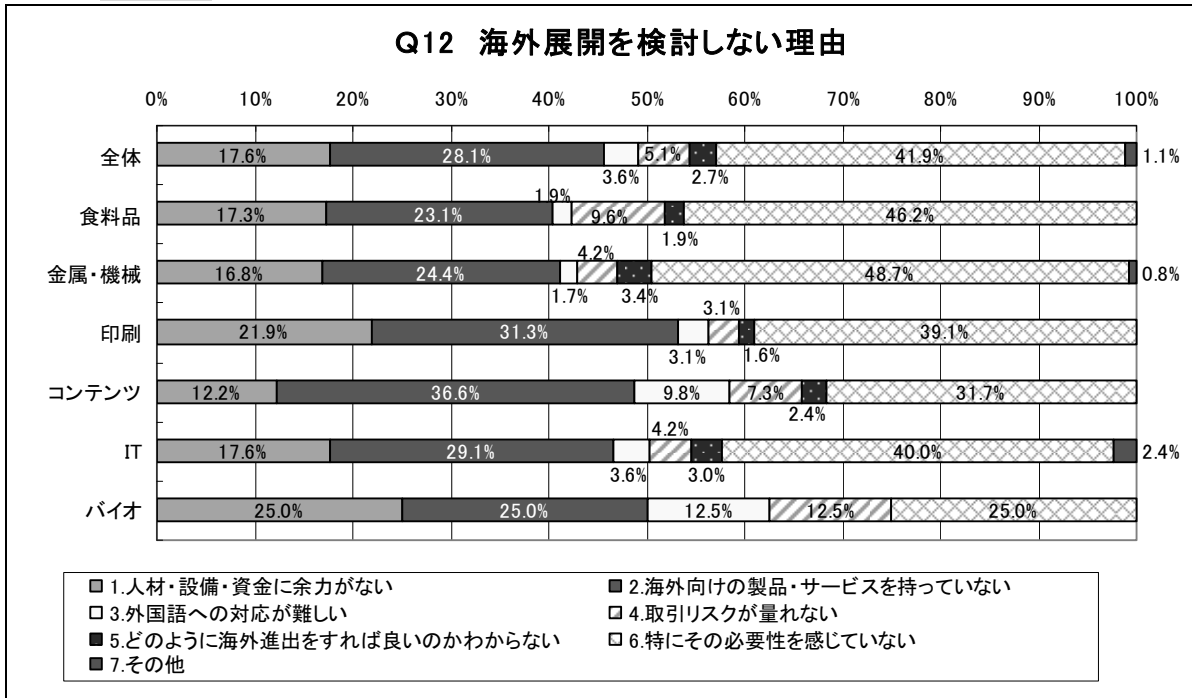
【海外展開の際に望む行政の支援について】

⇒ 約8割の企業が行政の支援を望んでいる



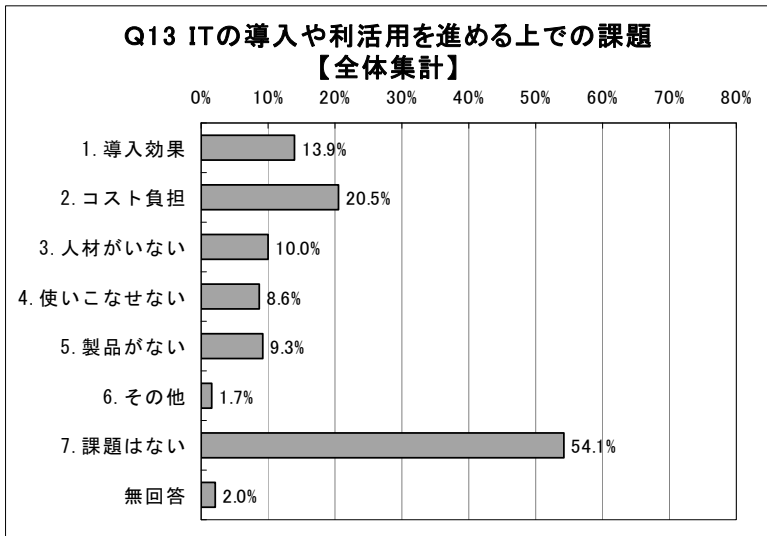
【海外展開を検討しない理由】

⇒ 「人材・設備・資金に余力がない」「どのように海外進出をすれば良いかわからない」が約2割



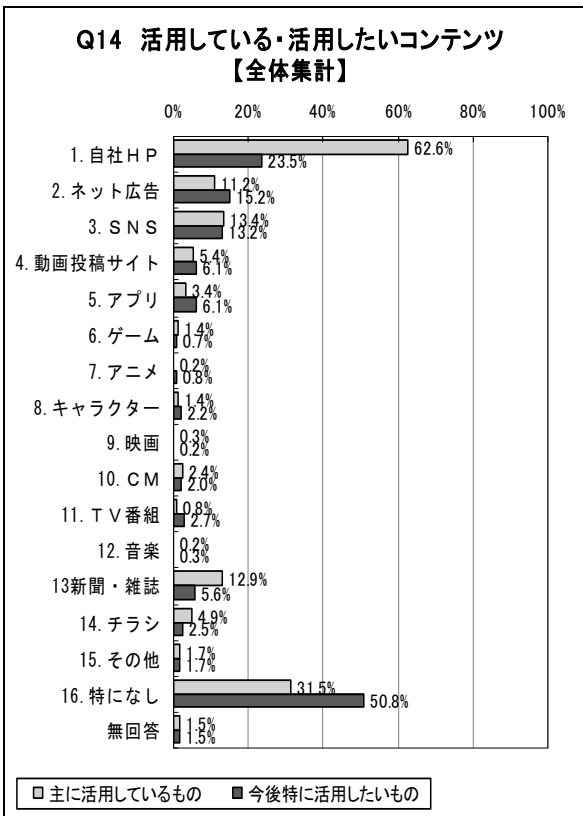
【ITの導入・利活用を進める上での課題】

⇒ 課題の中では「コストが負担できない」



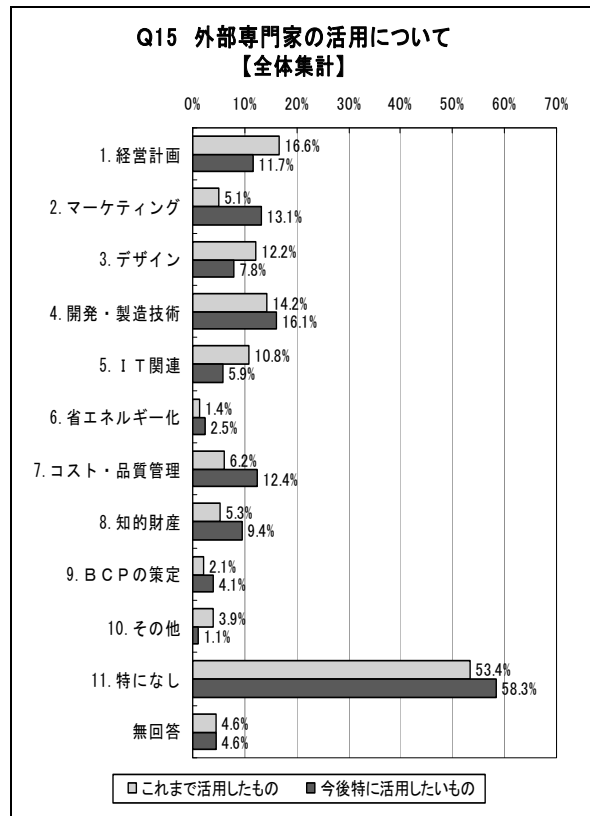
【コンテンツの活用について】

⇒ 「自社HP」以外では「ネット広告」・「SNS」が多い



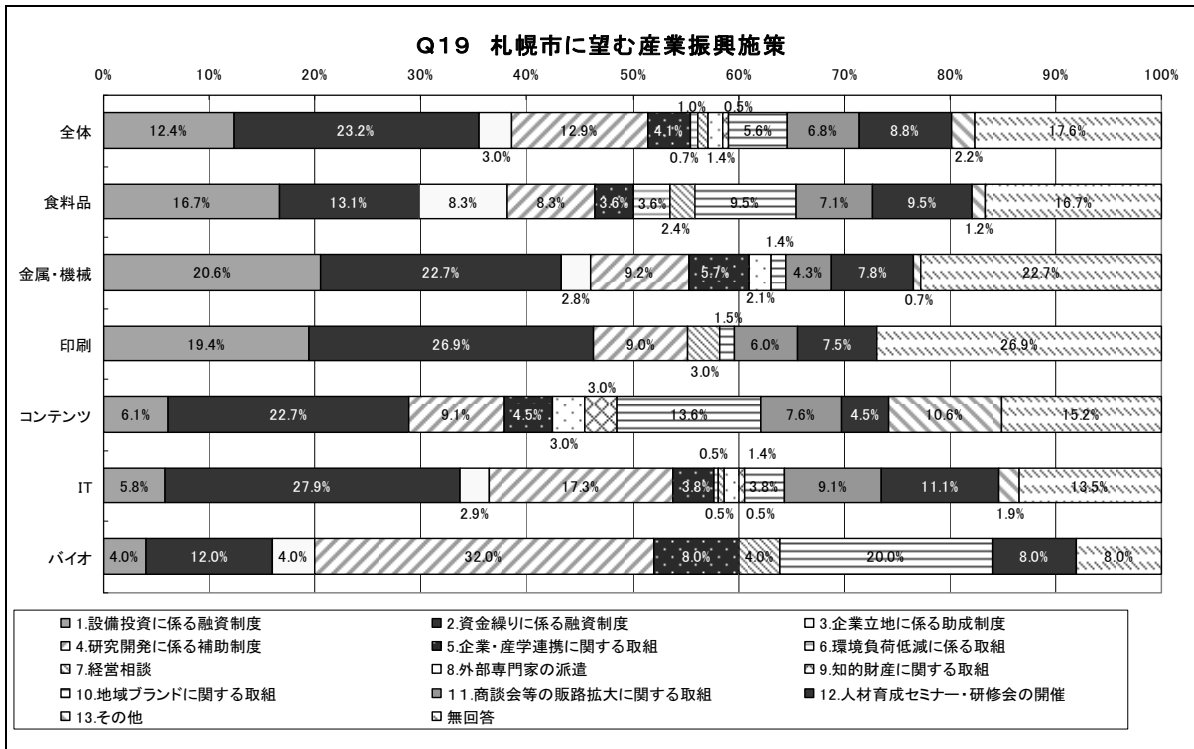
【外部専門家の活用について】

⇒ 今後は「開発・製造技術」、「マーケティング」が多い



【札幌市へ期待する産業振興施策について】

⇒ 融資・補助に関する施策を求める企業が多数



3 「札幌型ものづくり振興戦略」における目標値の現況

「札幌型ものづくり振興戦略」では、主要6産業に対する数値目標を設定しており、食料品製造業、金属・機械製造業、印刷業については「付加価値額」の10%程度の向上を掲げている。また、IT産業、コンテンツ産業については「売上高」の10%程度の向上を、バイオ産業については「売上高」の30%程度の向上を数値目標として定めている。

目標値の現況は、下記の表のとおりである。既に目標値を超えている食料品製造業を含め、今後も数値指標の増加に向け、継続的な支援が必要である。

	指標	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成27年 目標値
食料品製造業	付加価値額	691億円	782億円	959億円	—	760億円
金属・機械製造業		379億円	341億円	348億円	—	420億円
印刷業		412億円	371億円	286億円	—	450億円
コンテンツ産業	売上高	3,442億円	3,557億円	3,448億円	—	3,790億円
IT産業		3,489億円	3,398億円	3,369億円	3,444億円	3,840億円
バイオ産業		266億円	270億円	313億円	325億円	460億円

※平成21年の数値を基準値としている（バイオ産業のみ平成22年の数値）

※食料品製造業、金属・機械製造業、印刷業の付加価値については工業統計（経済産業省）からの出典（H23のみ経済センサスからの出典）。IT産業の売上高については、北海道ITレポート（一般社団法人北海道IT推進協会）からの出典。コンテンツ産業、バイオ産業の売上高は、札幌市調べ。