

特別調査事項（経営の向上を図るための新たな取り組みについて）

- ・ 経営のより一層の向上を図るために、新商品の開発・生産などの新たな取り組みを実施しているか、県内中小企業に尋ねたところ、概ね3社に2社が「取り組んでいる」若しくは「取り組む予定である」としている。
- ・ 取り組もうと考えた最も大きなきっかけについては、「顧客のニーズ」が最も多数を占めており、「自社技術の活用」が続いている。
- ・ 取組内容については、製造業では、「新商品の開発・生産」が最も多数を占めており、次いで「販路の開拓」、「新技術の開発」と続いている。
非製造業では、「新サービスの開発・提供」及び「販路の開拓」が上位を占めており、次いで「新商品の開発・生産」が続いている。
- ・ 取り組む上で行政に求める支援策については、全体では、「資金調達」が最も多数を占めており、次いで「人材確保」、「人材育成・研修」と続いている。

* 本文中に関する数値については、グラフの他アンケート調査集計表43頁以下を参照してください。

1 新たな取り組みの実施状況について

県内中小企業に、経営のより一層の向上を図るための新たな取り組みの実施状況を尋ねたところ、全体では、取り組んでいる企業が33.1%、取り組む予定である企業が30.0%、合わせて63.1%となっている。

業種別にみると・・・

製造業

製造業では、取り組んでいる企業が42.4%、取り組む予定である企業が30.5%、合わせて72.9%となっている。

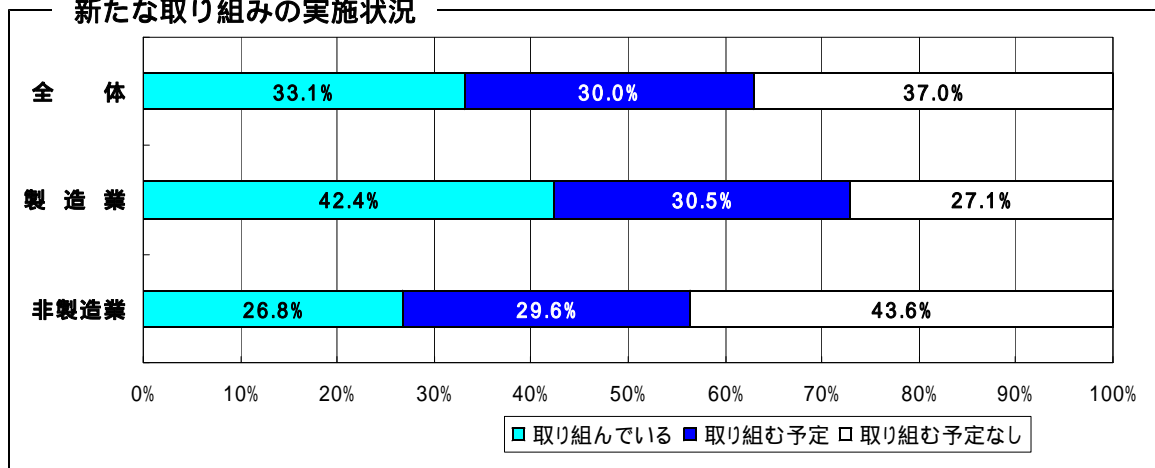
製造業の内訳（43頁参照）をみると、取り組んでいる企業と取り組む予定である企業を合わせた割合は、「食料品」が81.5%で最も高くなっており、「輸送用機械器具」が79.7%、「電気機械器具」が78.9%と続いている。

非製造業

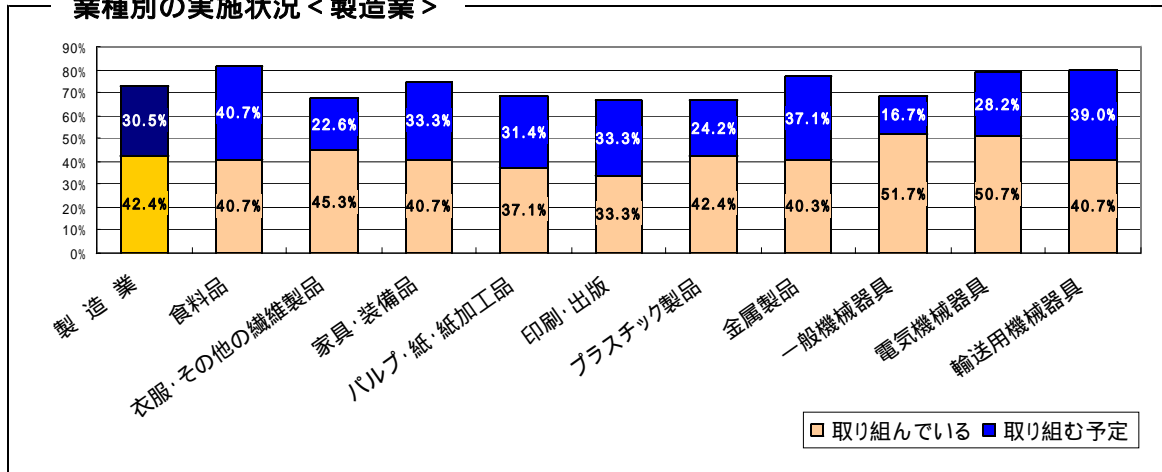
非製造業では、取り組んでいる企業が26.8%、取り組む予定である企業が29.6%、合わせて56.4%となっている。

非製造業の内訳（43頁参照）をみると、取り組んでいる企業と取り組む予定である企業を合わせた割合は、「飲食店」が81.4%で最も高くなっており、「情報サービス業」が72.5%、「卸売・小売業」が61.0%と続いている。

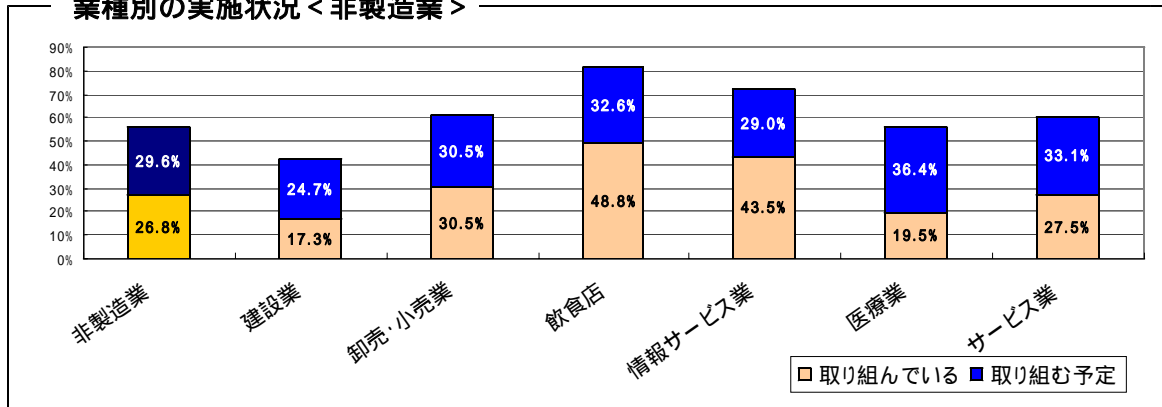
新たな取り組みの実施状況



業種別の実施状況 < 製造業 >



業種別の実施状況 < 非製造業 >

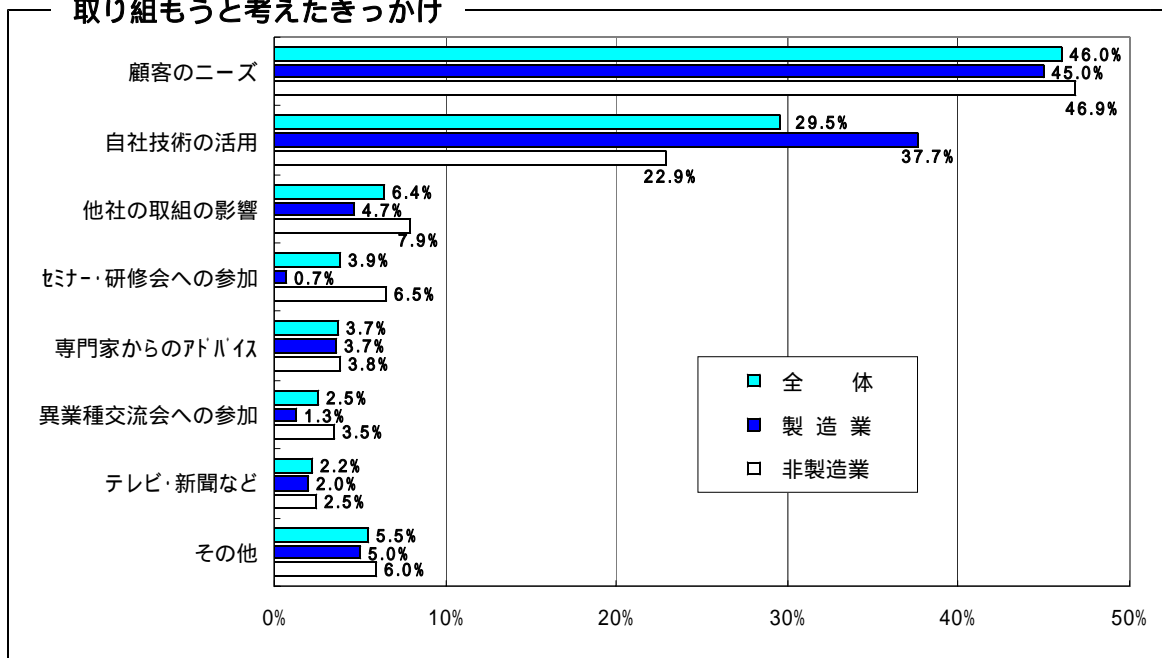


2 取り組もうと考えたきっかけについて

新たな取り組みについて、既に取り組んでいる企業と取り組む予定がある企業に、取り組もうと考えた最も大きなきっかけを尋ねたところ、全体では、「顧客のニーズ」が46.0%と最も多数を占めており、次いで「自社技術の活用」が29.5%、「他社の取組の影響」が6.4%と続いている。

業種別にみると、製造業、非製造業ともに、「顧客のニーズ」が最も多数を占めており、「自社技術の活用」が続いている。「顧客のニーズ」は、製造業、非製造業ともに45%程度となっている。

取り組もうと考えたきっかけ

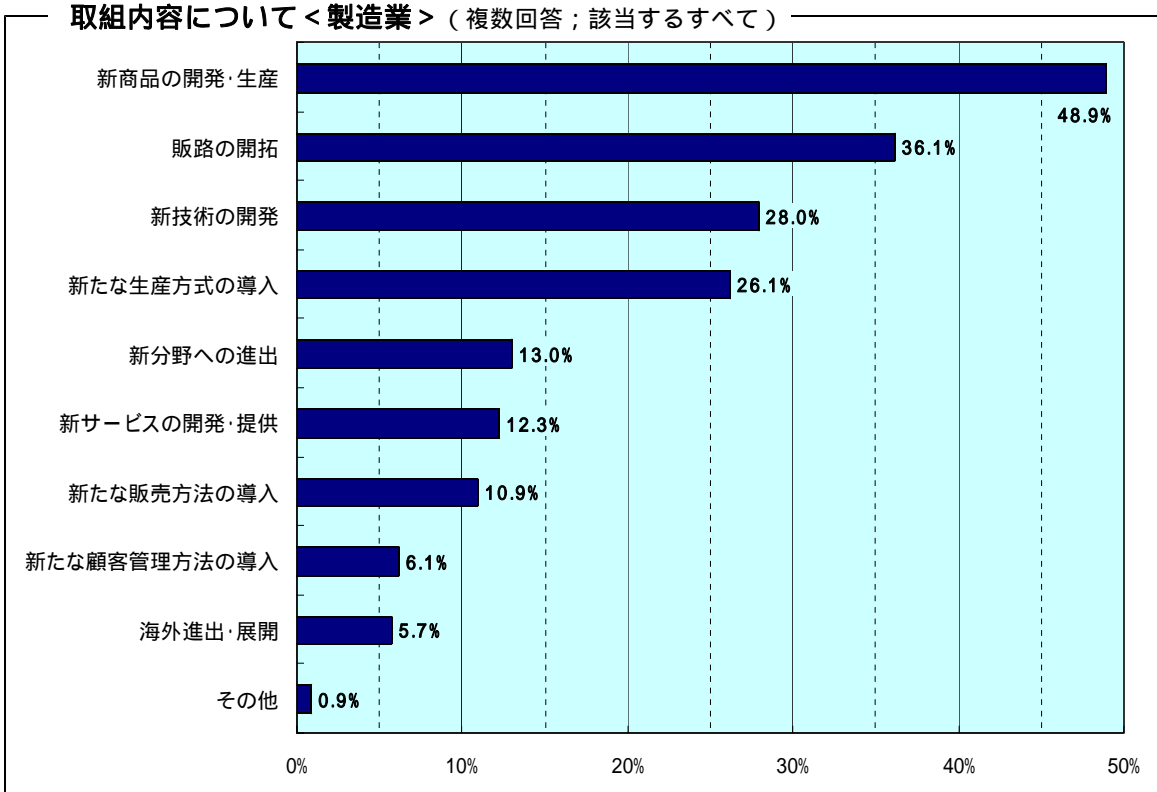


3 取組内容に関して

新たな取り組みについて、既に取り組んでいる企業と取り組む予定がある企業に、その取組内容について尋ねたところ、次のとおりであった。

製造業

製造業では、「新商品の開発・生産」が48.9%と最も多数を占めており、次いで「販路の開拓」が36.1%、「新技術の開発」が28.0%と続いている。



<業種別の上位回答>

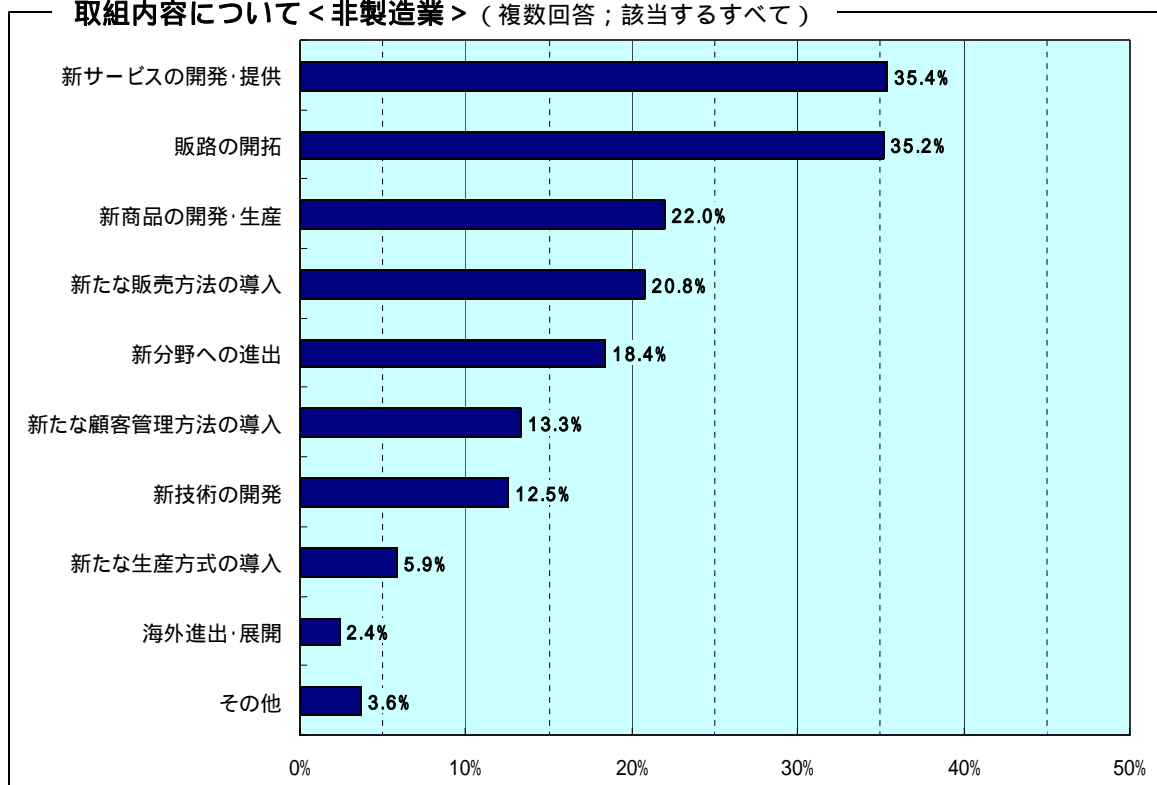
（複数回答；該当するすべて）

	1位	2位	3位
製造業	新商品の開発・生産 48.9%	販路の開拓 36.1%	新技術の開発 28.0%
食料品	新商品の開発・生産 79.1%	販路の開拓 39.5%	新たな生産方式の導入 16.3%
衣服・その他の繊維製品	新商品の開発・生産 56.8%	販路の開拓 54.1%	新たな販売方法の導入 27.0%
家具・装備品	新商品の開発・生産 57.5%	販路の開拓 35.0%	新たな生産方式の導入 25.0%
パルプ・紙・紙加工品	新商品の開発・生産 48.9%	新たな生産方式の導入 31.9%	販路の開拓 31.9%
印刷・出版	販路の開拓 50.0%	新サービスの開発・提供 27.5%	新たな生産方式の導入 20.0%
プラスチック製品	販路の開拓 47.6%	新商品の開発・生産 40.5%	新たな生産方式の導入 28.6%
金属製品	販路の開拓 39.6%	新技術の開発 31.3%	新たな生産方式の導入 31.3%
一般機械器具	新商品の開発・生産 59.5%	新技術の開発 38.1%	販路の開拓 31.0%
電気機械器具	新商品の開発・生産 64.8%	新技術の開発 42.6%	新たな生産方式の導入 29.6%
輸送用機械器具	新たな生産方式の導入 40.4%	新商品の開発・生産 38.3%	新技術の開発 38.3%

非製造業

非製造業では、「新サービスの開発・提供」が35.4%、「販路の開拓」が35.2%と上位を占めており、次いで「新商品の開発・生産」が22.0%と続いている。

取組内容について<非製造業>（複数回答；該当するすべて）



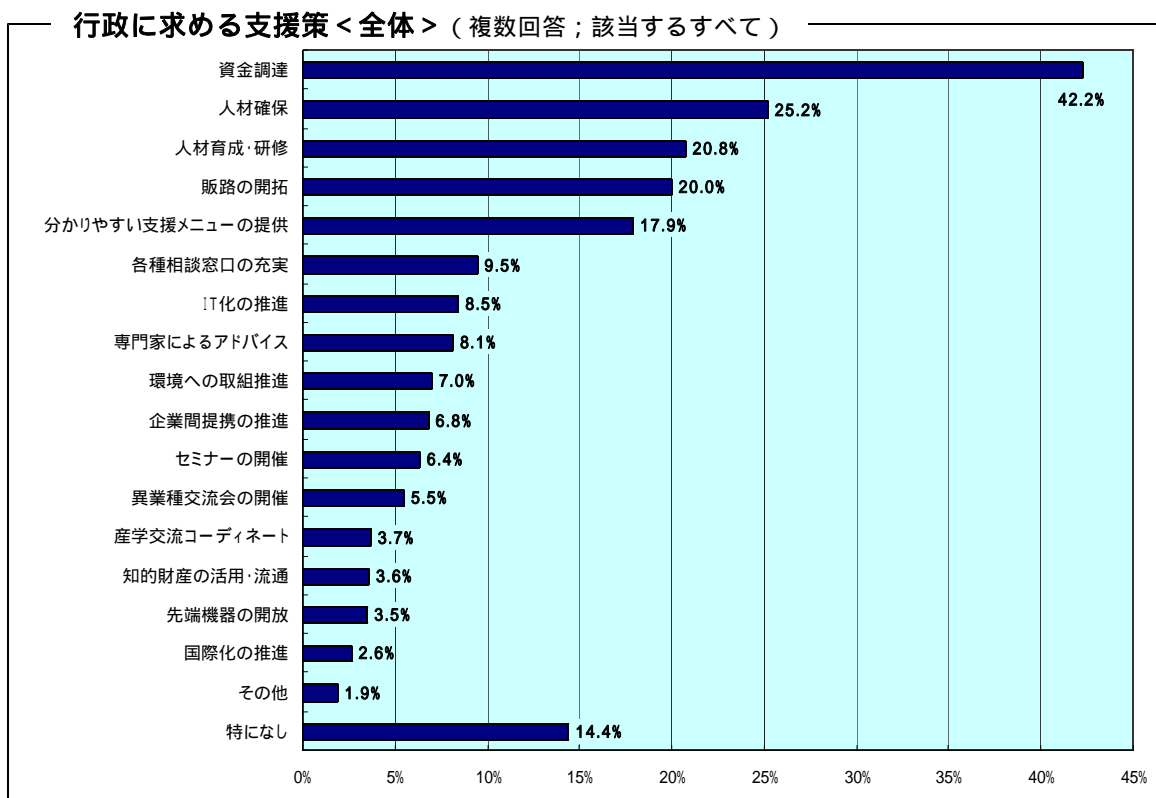
<業種別の上位回答>

（複数回答；該当するすべて）

	1位	2位	3位
非製造業	新サービスの開発・提供 35.4%	販路の開拓 35.2%	新商品の開発・生産 22.0%
建設業	販路の開拓 33.9%	新分野への進出 21.1%	新サービスの開発・提供 20.2%
卸売・小売業	販路の開拓 51.7%	新たな販売方法の導入 37.1%	新サービスの開発・提供 30.3%
飲食店	新商品の開発・生産 57.1%	新サービスの開発・提供 40.0%	新たな販売方法の導入 22.9%
情報サービス業	新サービスの開発・提供 52.0%	新商品の開発・生産 40.0%	販路の開拓 28.0%
医療業	新サービスの開発・提供 52.5%	新分野への進出 22.5%	その他 17.5%
サービス業	新サービスの開発・提供 45.8%	販路の開拓 28.9%	新技術の開発 22.9%

4 行政に求める支援策

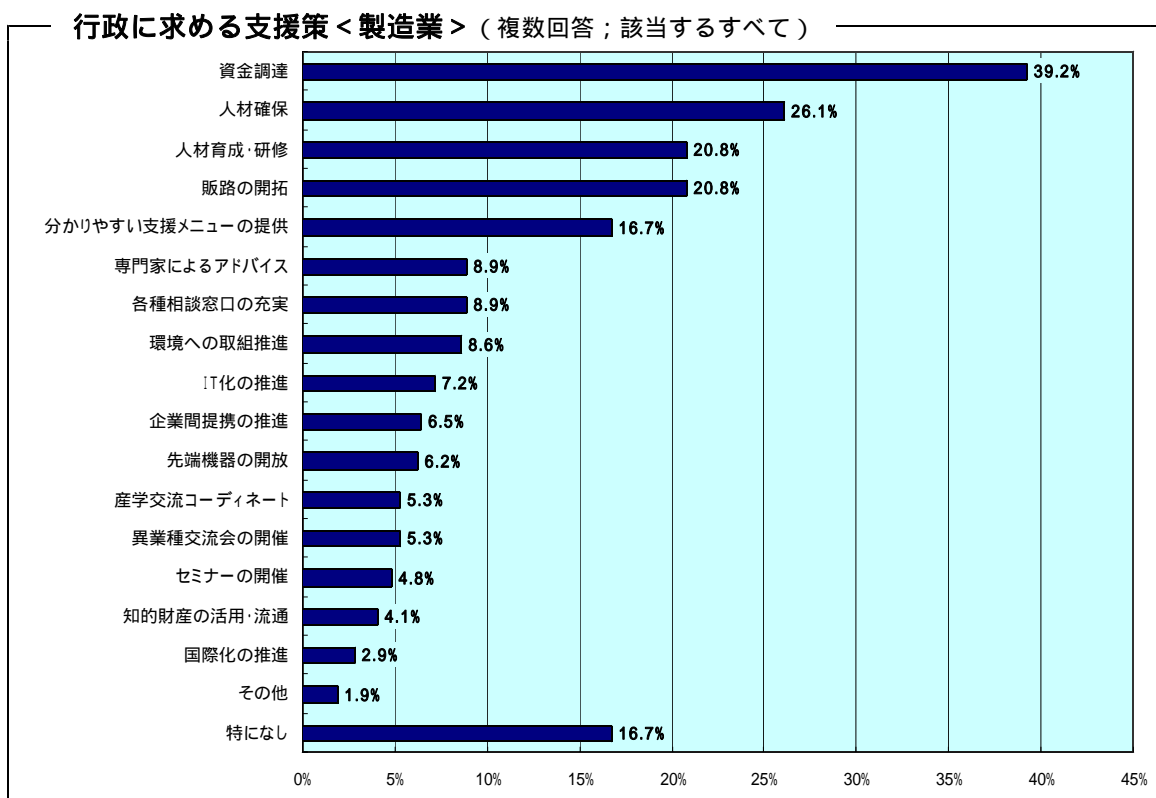
新たな取り組みについて、既に取り組んでいる企業と取り組む予定がある企業に、取り組む上で行政に求める支援策を尋ねたところ、全体では、「資金調達」が42.2%と最も多数を占めており、次いで「人材確保」が25.2%、「人材育成・研修」が20.8%と続いている。



業種別にみると・・・

製造業

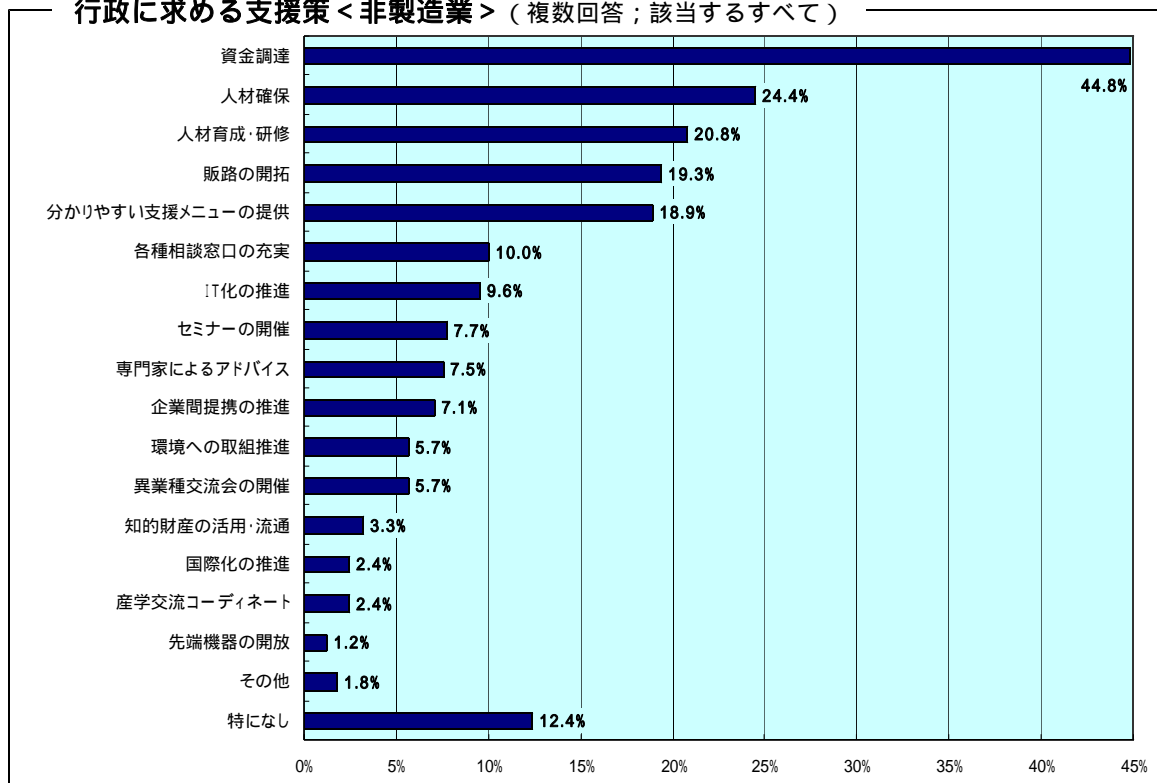
製造業では、「資金調達」が39.2%と最も多数を占めており、次いで「人材確保」が26.1%、「人材育成・研修」及び「販路の開拓」が20.8%と続いている。



非製造業

非製造業では、「資金調達」が44.8%と最も多数を占めており、次いで「人材確保」が24.4%、「人材育成・研修」が20.8%と続いている。

行政に求める支援策<非製造業>（複数回答；該当するすべて）



<業種別の上位回答>

（複数回答；該当するすべて）

	1位	2位	3位
全体	資金調達 42.2%	人材確保 25.2%	人材育成・研修 20.8%
製造業	資金調達 39.2%	人材確保 26.1%	人材育成・研修 20.8%
食料品	資金調達 31.7%	人材確保 26.8%	販路の開拓 22.0%
衣服・その他の繊維製品	販路の開拓 28.1%	資金調達 25.0%	分かりやすい支援メニューの提供 22.0%
家具・装備品	資金調達 35.1%	専門家によるアドバイス 25.0%	
パルプ・紙・紙加工品	資金調達 52.2%	人材育成・研修 27.0%	販路の開拓 24.3%
印刷・出版	資金調達 57.9%	販路の開拓 37.0%	人材確保 21.7%
プラスチック製品	資金調達 37.5%	人材確保 30.0%	人材育成・研修 21.1%
金属製品	資金調達 48.9%	人材確保 34.0%	人材育成・研修 21.1%
一般機械器具	人材確保 30.8%	資金調達 28.2%	分かりやすい支援メニューの提供 17.9%
電気機械器具	資金調達 38.5%	人材育成・研修 23.1%	特になし 17.9%
輸送用機械器具	人材育成・研修 37.0%	販路の開拓 23.1%	資金調達 32.6%
非製造業	資金調達 44.8%	人材確保 24.4%	人材育成・研修 20.8%
建設業	資金調達 45.1%	人材確保 25.7%	販路の開拓 18.6%
卸売・小売業	資金調達 43.0%	販路の開拓 28.5%	分かりやすい支援メニューの提供 20.3%
飲食店	資金調達 53.1%	人材確保 31.3%	人材育成・研修 31.3%
情報サービス業	資金調達 42.9%	人材確保 32.7%	分かりやすい支援メニューの提供 30.6%
医療業	人材確保 40.0%	人材育成・研修 40.0%	資金調達 32.5%
サービス業	資金調達 51.8%	人材確保 17.6%	分かりやすい支援メニューの提供 16.5%