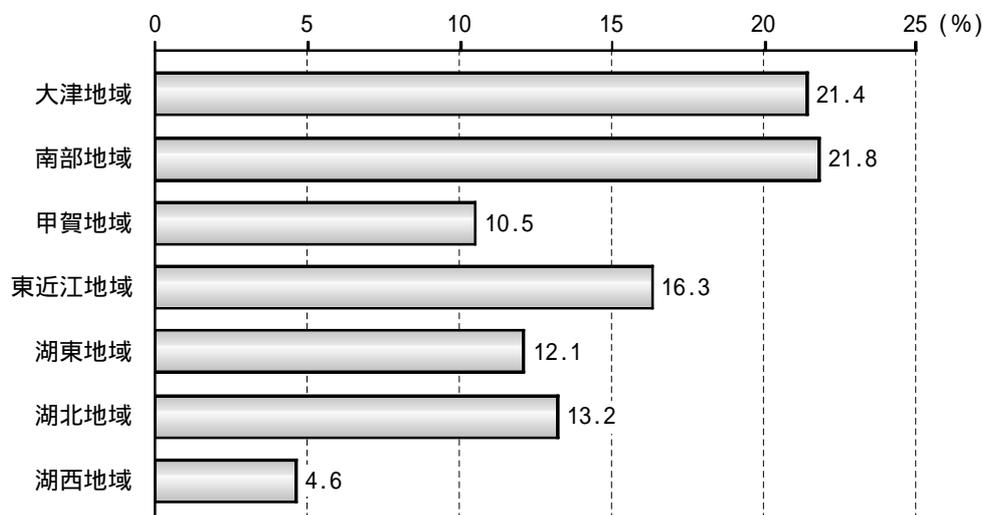


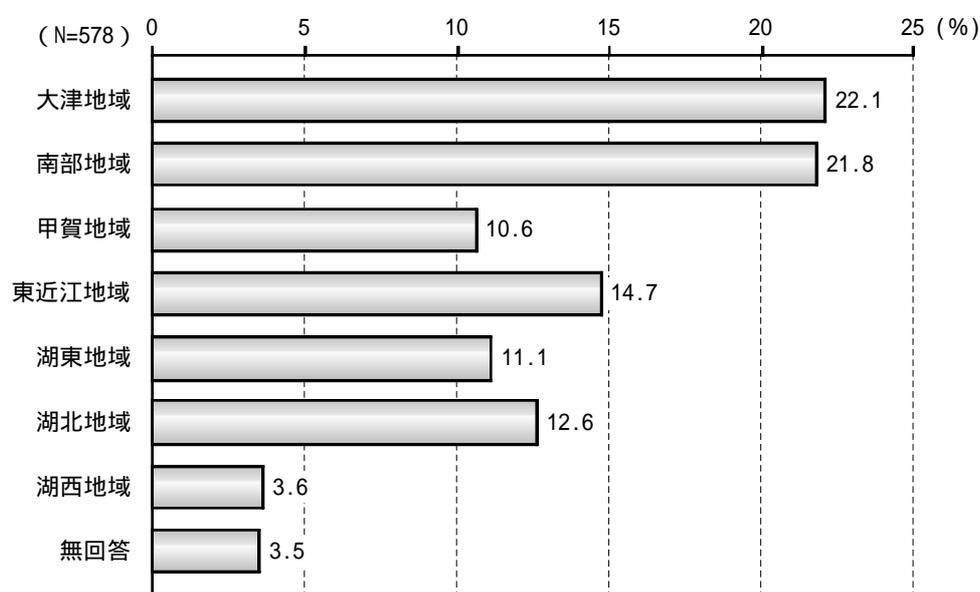
1. 基本属性

(1) 事業所所在地

【図表 21-1 県内事業所の所在地域（大企業等含む。）】（平成21年経済センサスより）



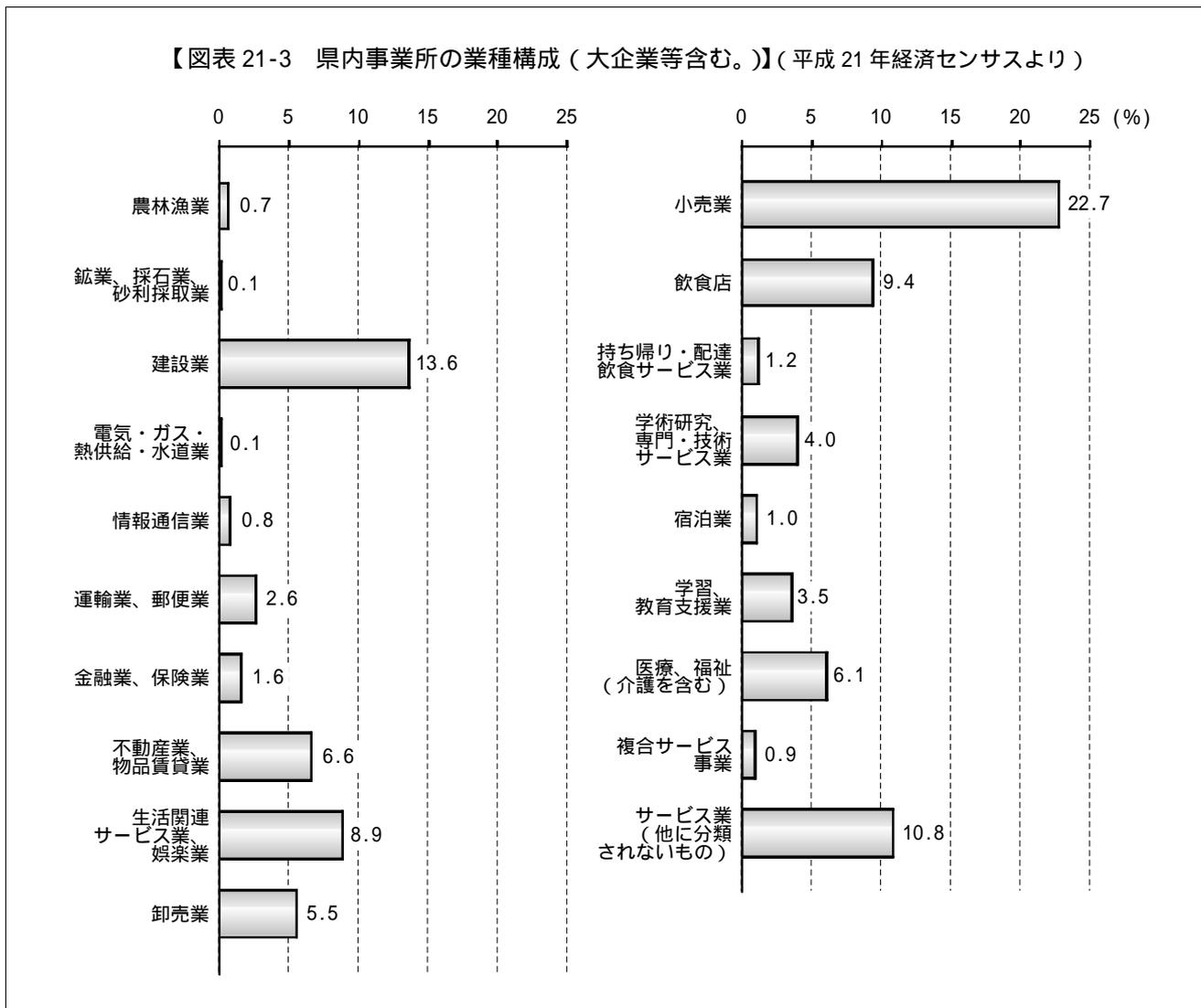
【図表 21-2 回答があった事業所の所在地域（地域別）】



「平成21年経済センサス」によると、非製造業の県内事業所所在地域としては、「南部地域」が21.8%と最も多く、次いで「大津地域」が21.4%、「東近江地域」16.3%、「湖北地域」13.2%などとなっている。（図表21-1）

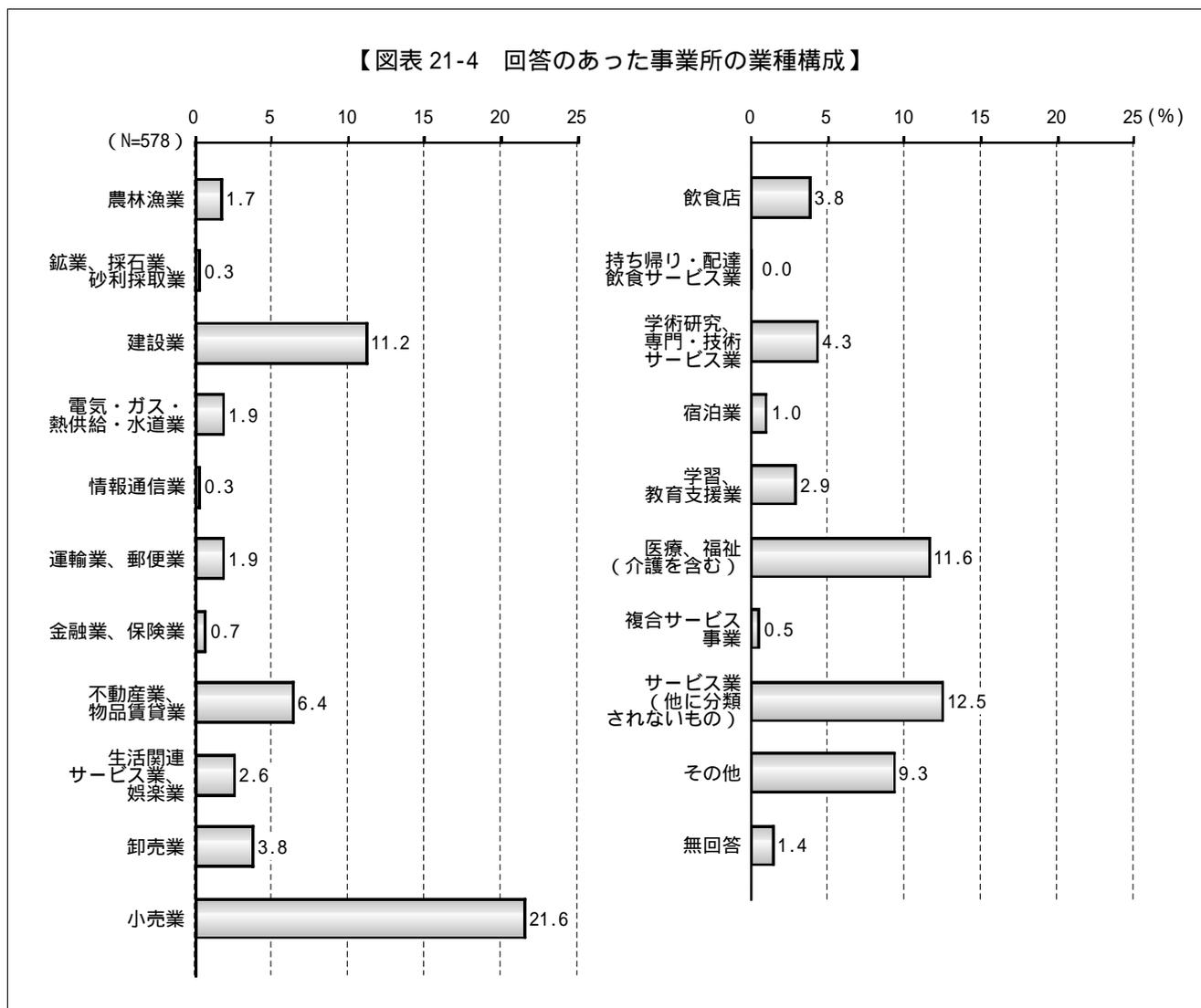
一方、本調査において回答があった事業所の所在地域の構成については、「南部地域」が21.8%、「大津地域」が22.1%、「東近江地域」が14.7%、「湖北地域」が12.6%などとなっている。（図表21-2）

(2) 業種



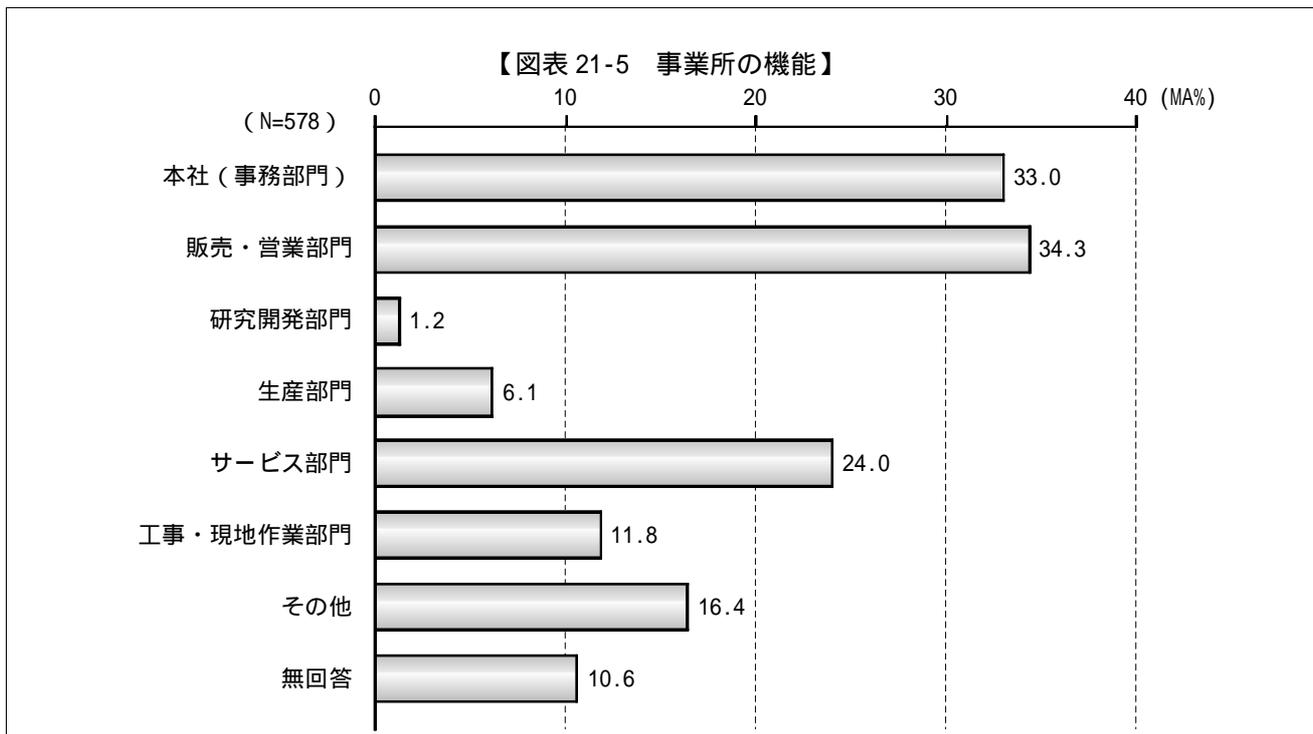
平成 21 年経済センサスによると、非製造業の業種（日本標準産業分類等にもとづき整理）としては、「小売業」が 22.7%と最も多く、次いで「建設業」13.6%、「サービス業（他に分類されないもの）」10.8%などとなっている。（図表 21-3）

【図表 21-4 回答のあった事業所の業種構成】



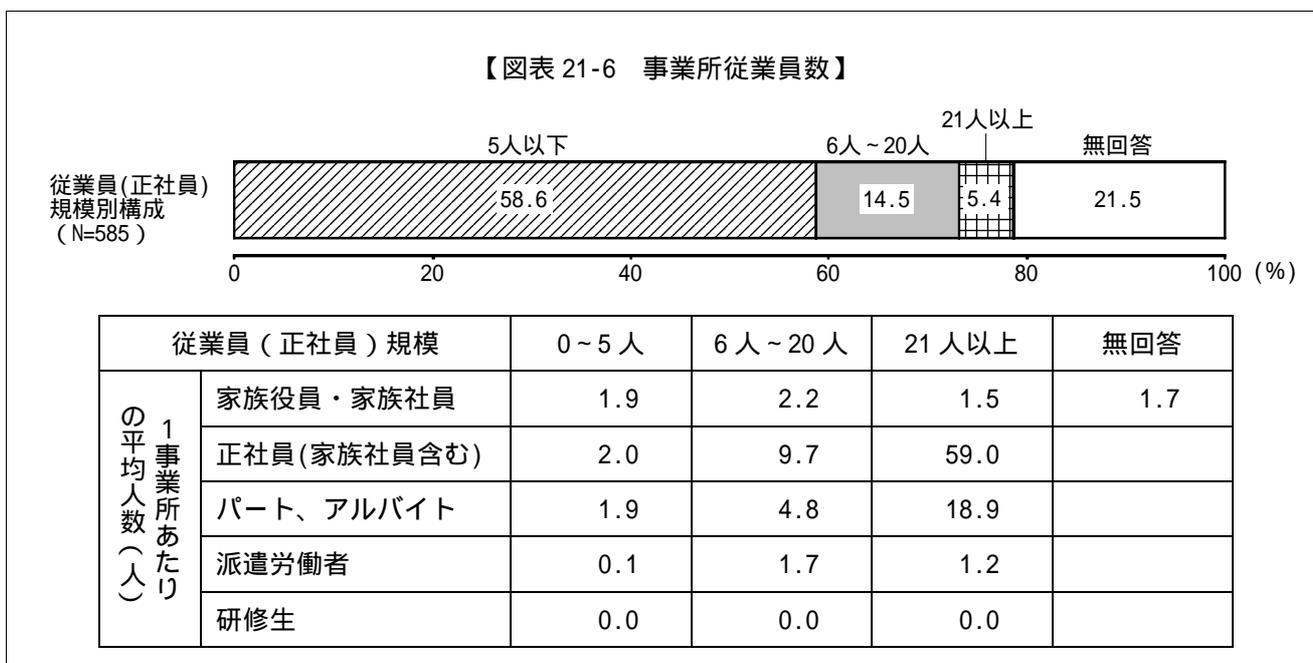
一方、本調査において回答があった事業所の業種の構成については、「小売業」21.6%、「建設業」11.2%、「サービス業（他に分類されないもの）」12.5%などとなっている。（図表 21-4）

(3) 事業所の機能



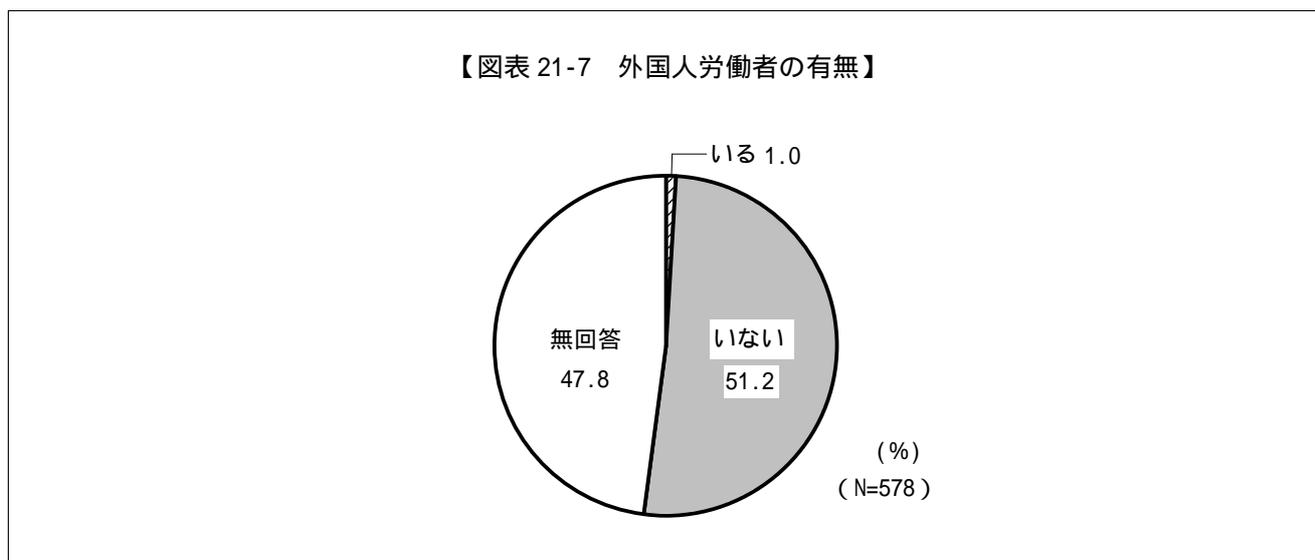
事業所の機能としては、「販売・営業部門」が 34.3%、「本社(事務部門)」が 33.0%と多くなっており、次いで「サービス部門」24.0%などとなっている。(図表 21-5)

(4) 事業所従業員数



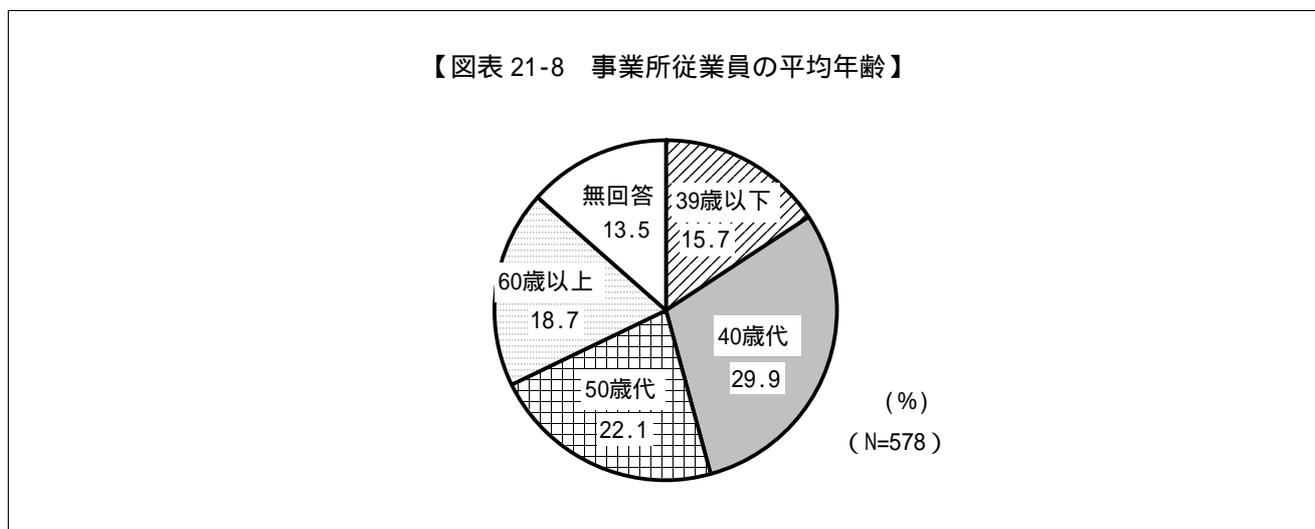
回答のあった事業所の従業員数としては、“正社員”では「0人~5人」が 58.6%と最も多く、次いで「6人~20人」14.5%などとなっている。(図表 21-6)

(5) 外国人労働者の有無



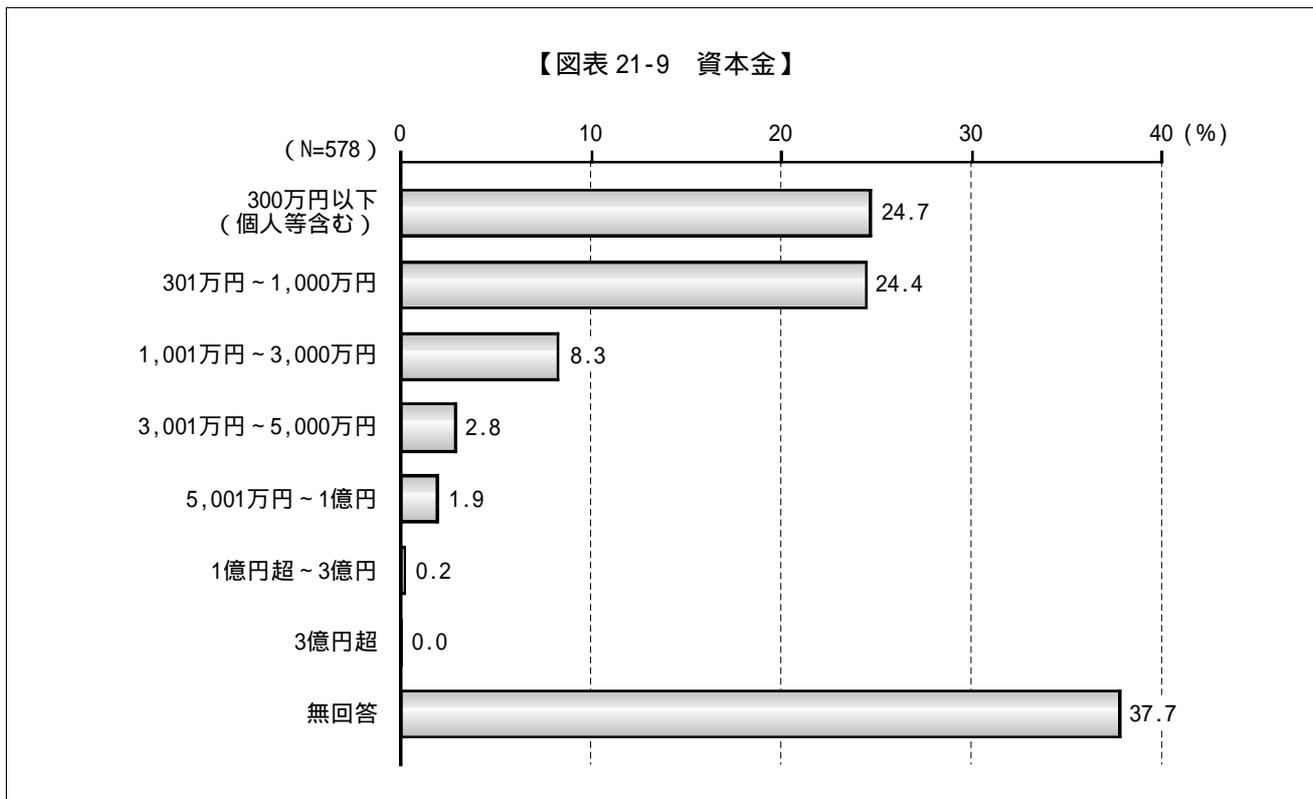
外国人労働者を雇っているという事業所は全体の1.0%にとどまっている。(図表 21-7)

(6) 事業所従業員の平均年齢



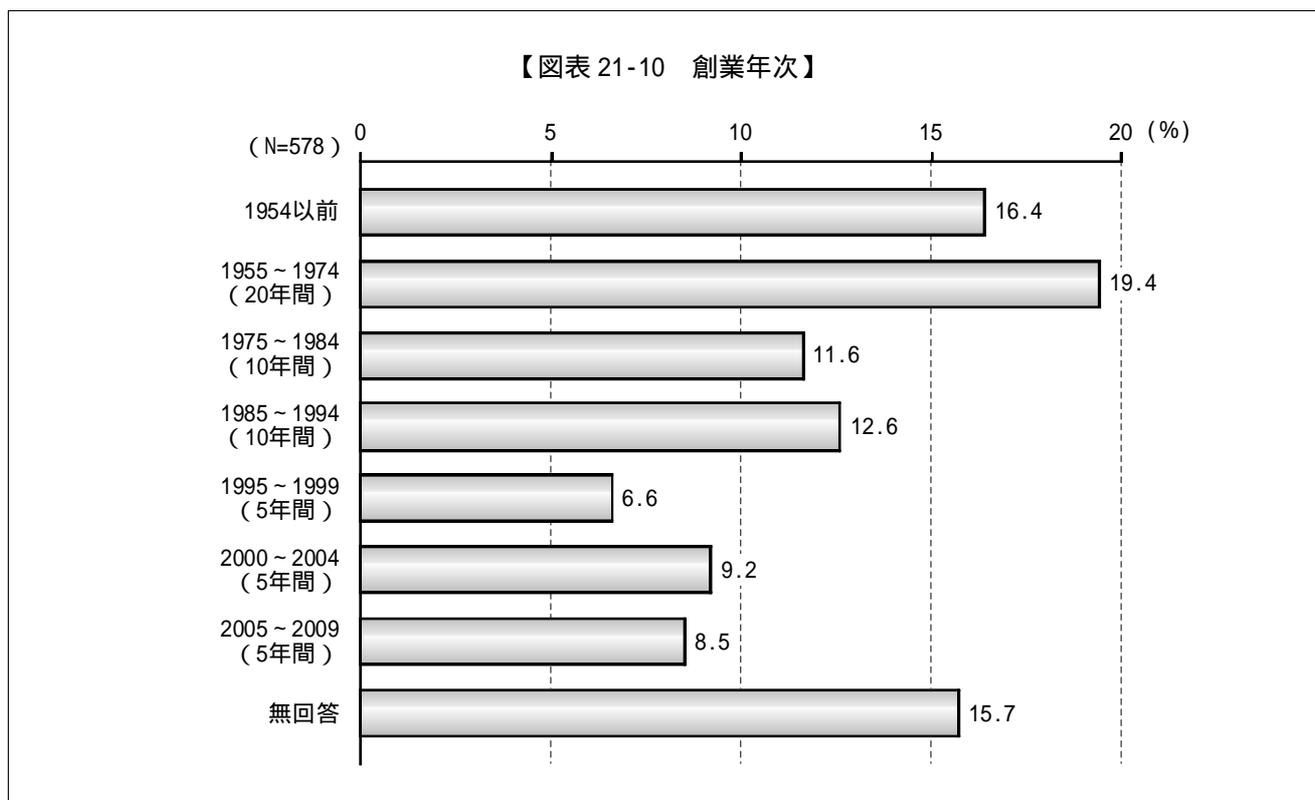
事業所従業員の平均年齢としては、「40歳代」が29.9%と最も多く、次いで「50歳代」22.1%などとなっている。(図表 21-8)

(7) 資本金



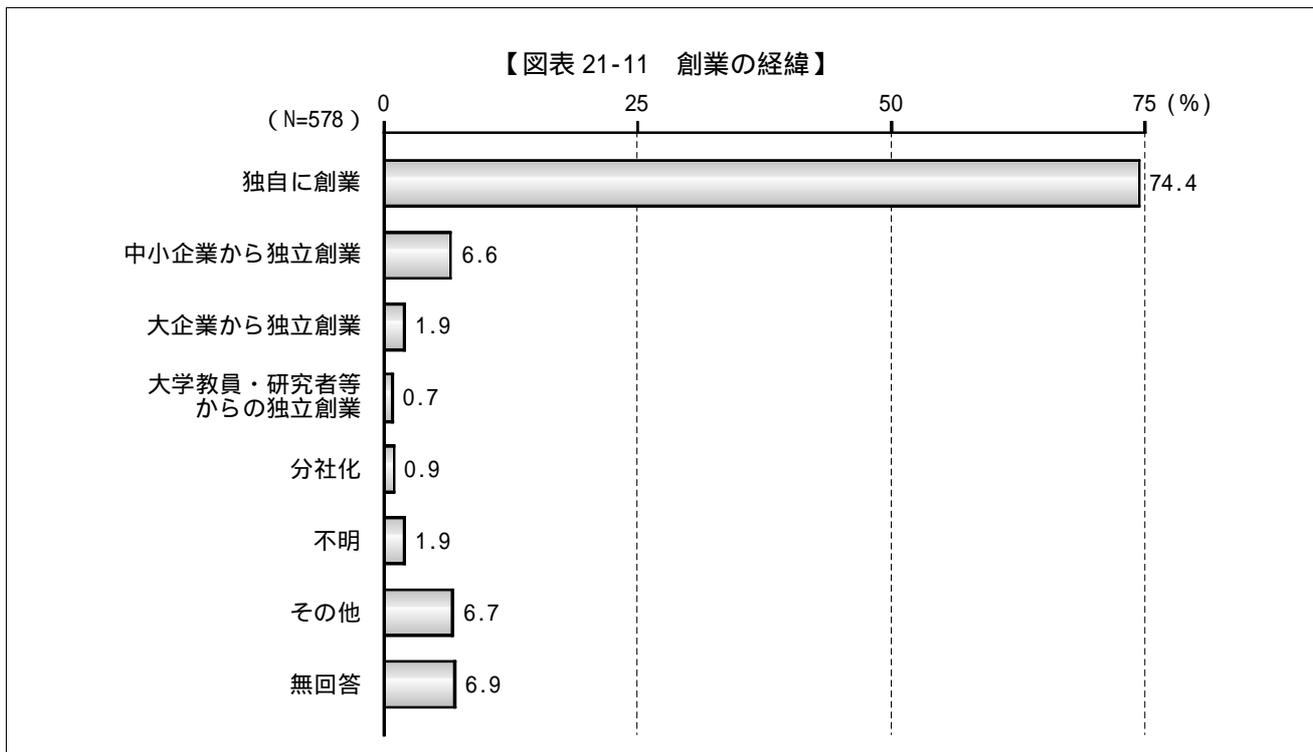
資本金としては、「300万円以下（個人・他法人等）」が24.7%、「301万円～1,000万円」が24.4%と多くなっている。（図表 21-9）

(8) 創業年次



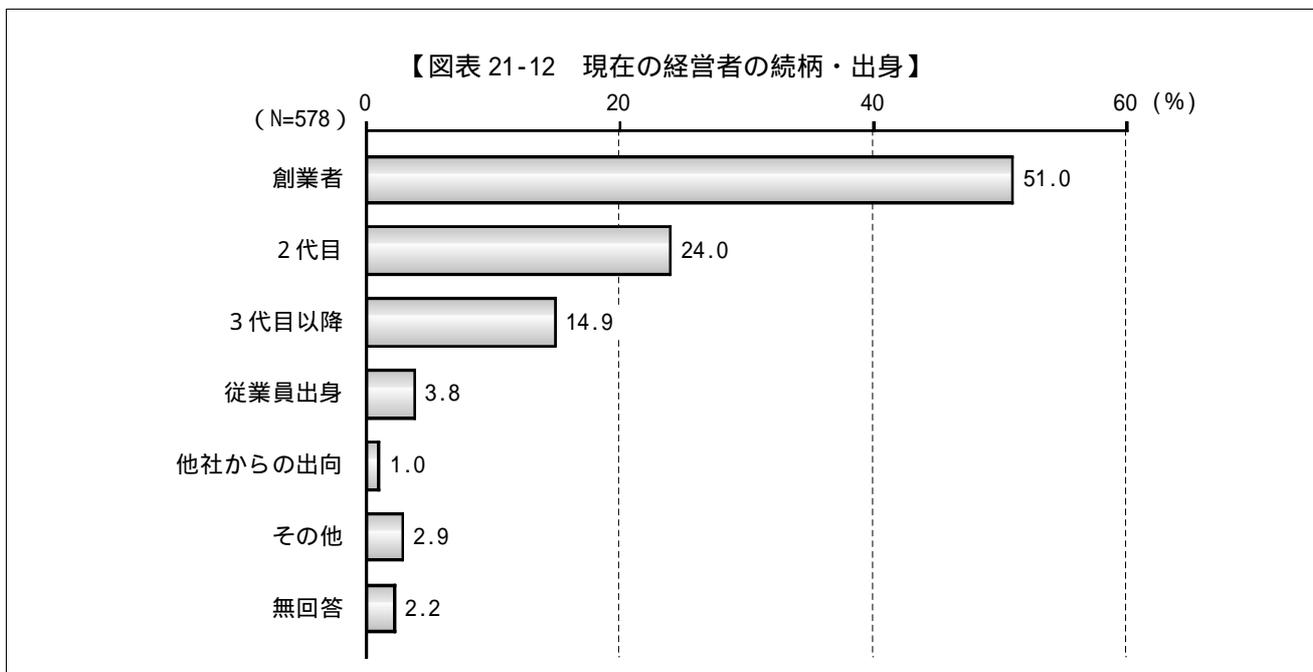
創業年次について、我が国の高度経済成長期（1954～1973）に近い「1955～1974」の20年間を基準として傾向をみると、当該期間の19.4%に対し、「1975～1984」と「1985～1994」を合わせた20年間では24.2%、「1985～1994」、「1995～1999」および「2000～2004」を合わせた20年間では28.4%となっており、高度経済成長期を契機として創業が活発に継続しているものと考えられる。（図表 21-10）

(9) 創業の経緯



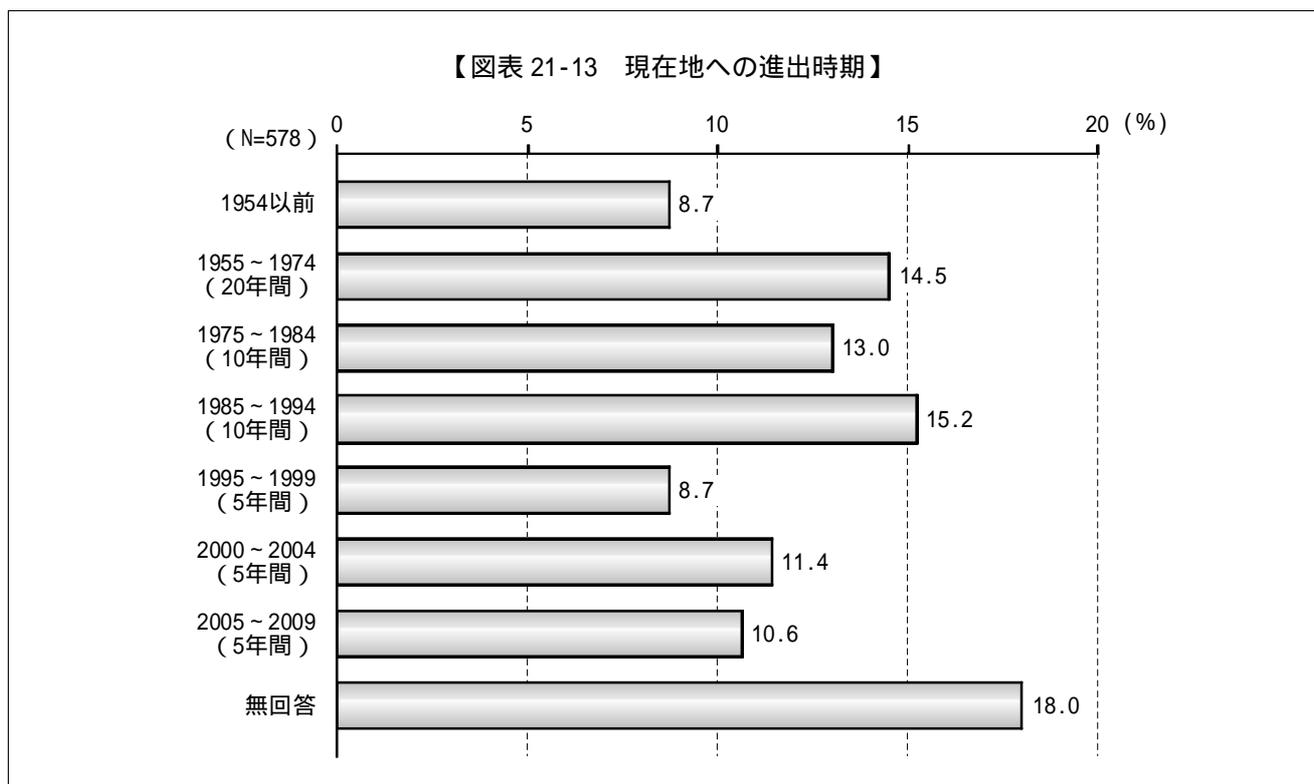
創業の経緯としては、「独自に創業」が全体の7割台（74.4%）を占める。（図表 21-11）

(10) 現在の経営者の続柄・出身



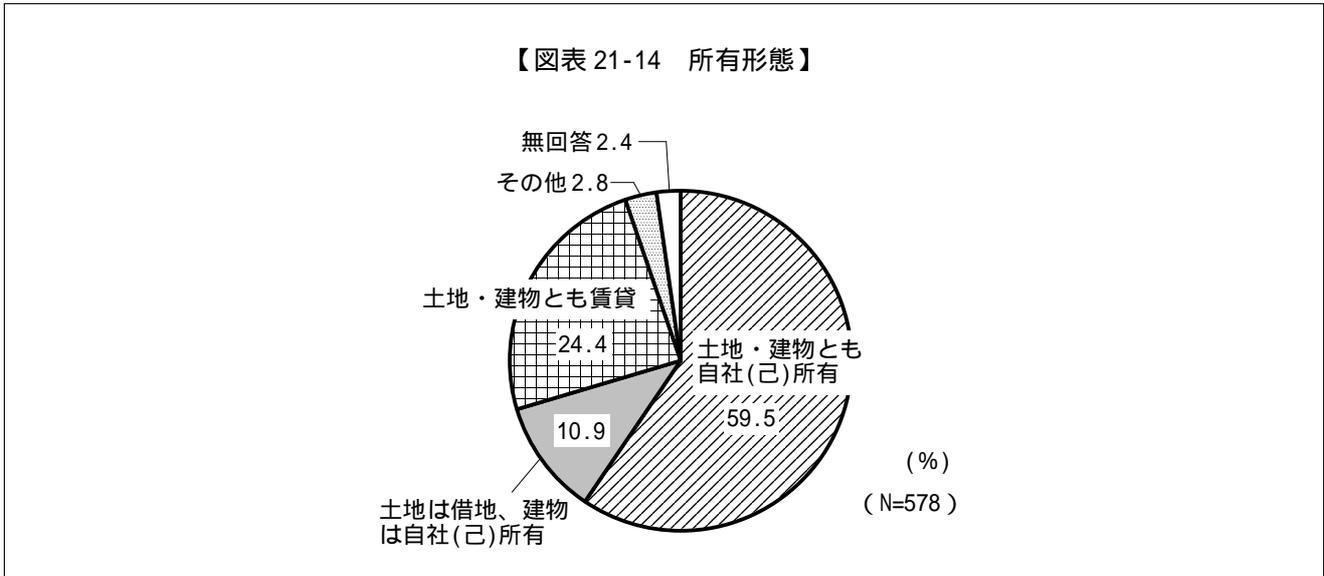
現在の経営者の続柄・出身としては、「創業者」が51.0%と最も多く、次いで「2代目」24.0%、「3代目以降」14.9%などとなっている。（図表 21-12）

(11) 現在地への進出時期



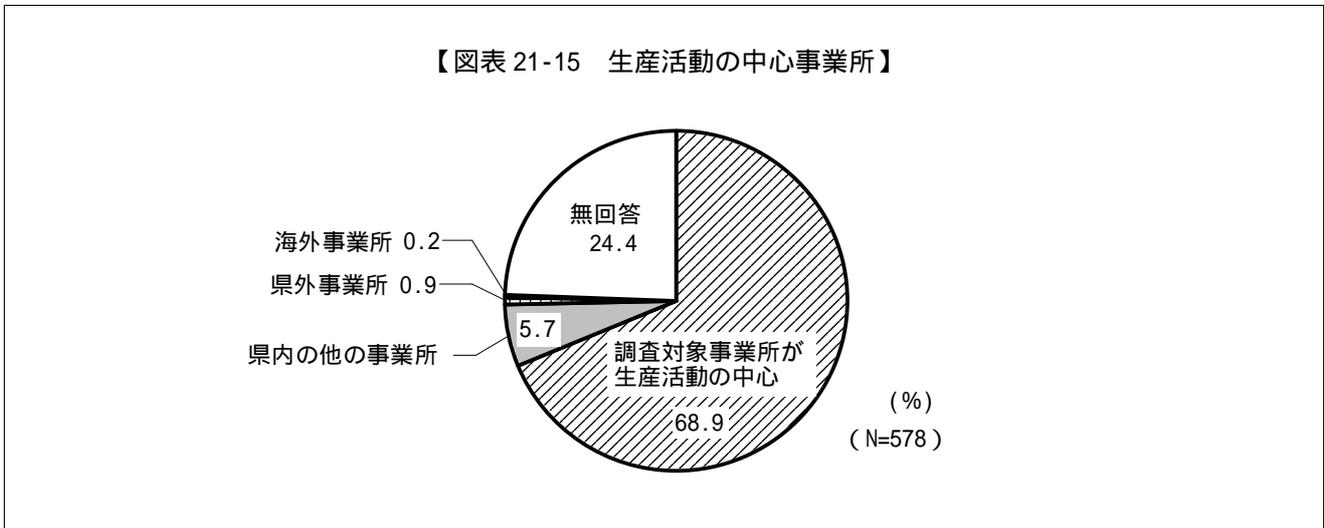
現在地への進出時期（創業と進出が同時であるケースを含む。）について、我が国の高度経済成長期（1954～1973）に近い「1955～1974」の20年間を基準として傾向をみると、当該期間の14.5%に対し、「1975～1984」と「1985～1994」を合わせた20年間では28.2%、「1985～1994」、「1995～1999」および「2000～2004」を合わせた20年間では35.3%となっており、高度経済成長期以降活発な進出が続いている。（図表 21-13）

(12) 所有形態



所有形態としては、「土地・建物とも自社(己)所有」が約6割(59.5%)を占め、次いで「土地・建物とも賃貸」24.4%、「土地は借地、建物は自社(己)所有」10.9%となっている。(図表 21-14)

(13) 生産活動の中心事業所



生産活動の中心事業所としては、「調査対象事業所が生産活動の中心」が7割弱(68.9%)を占める。(図表 21-15)

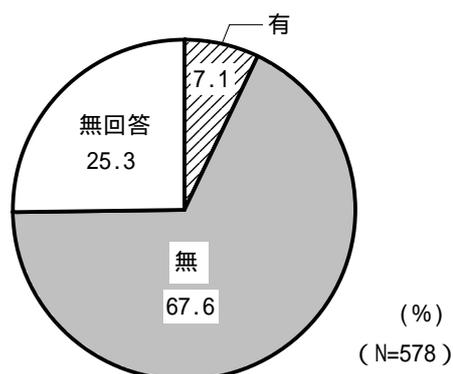
2. 事業活動について < 問 1 >

(1) 事業内容

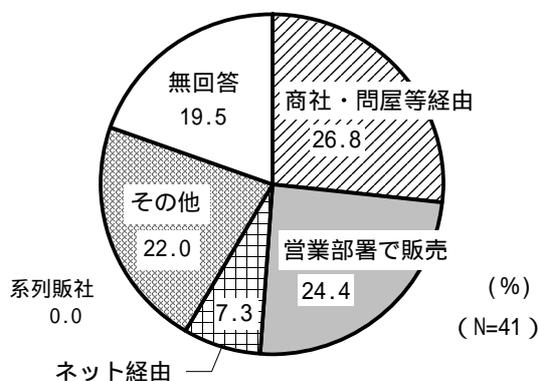
問 1 (1) 事業内容について、あてはまるものに を記入してください。また内容等についても具体的に記入してください。

自社ブランド製品、商品の有無

【図表 22-1 自社ブランド製品、商品の有無】



【図表 22-2 自社ブランドの販売経路】



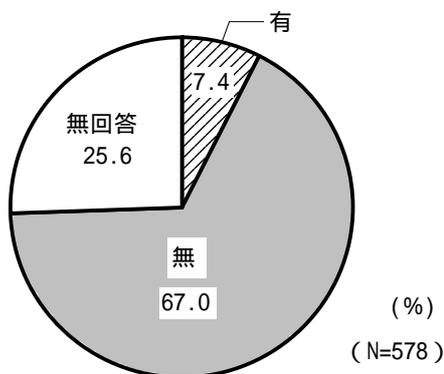
自社ブランド製品、商品があると回答した事業所は、全体の1割弱(7.1%)となっている。

(図表 22-1)

また、その販売経路をたずねたところ、「商社・問屋等経由」が 26.8%と最も多く、次いで「営業部署で販売」24.4%、「ネット経由」7.3%となっている。(図表 22-2)

自社独自技術、サービス、ビジネスモデルの有無

【図表 22-3 自社独自技術、サービス、ビジネスモデルの有無】



自社独自技術、サービス、ビジネスモデルがあると回答した事業所は、全体の1割弱(7.4%)となっている。(図表 22-3)

自社の産業財産権の保有状況

【図表 22-4 自社の産業財産権の保有状況】

従業員 (正社員) 規模	事業所数	いずれかの 産業財産権 を保有する と回答した 事業所数	事業所 全体 に占める 割合	特許権 (国内) 保有 事業所数	特許権 (海外) 保有 事業所数	実用 新案権 保有 事業所数	意匠権 保有 事業所数	商標権 保有 事業所数
0人~5人	339	7	1.2%	3	0	1	0	4
6人~20人	84	1	0.2%	1	0	0	0	1
21人以上	31	2	0.3%	2	2	0	1	1
無回答	124	2	0.3%	1	0	0	0	1
合計	578	12	2.1%	7	2	1	1	7

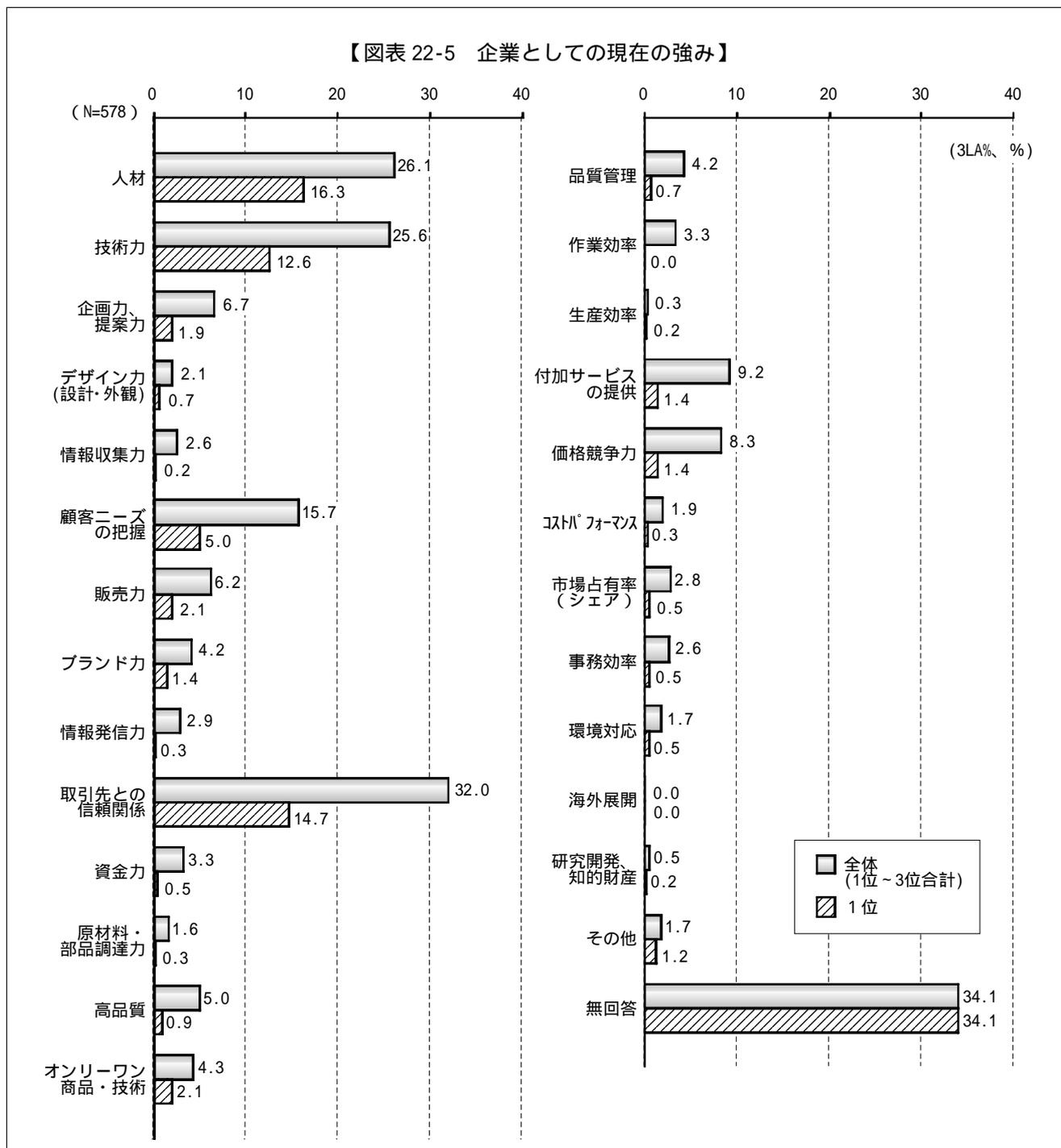
調査対象とした産業財産権：特許権(国内)、特許権(海外)、実用新案権、意匠権、商標権

自社の産業財産権(特許権(国内)、特許権(海外)、実用新案権、意匠権、商標権)の保有状況について、いずれかを保有していると回答した企業は全体の2.1%となっている。(図表 22-4)

(2) 企業としての強みおよび強化したいもの

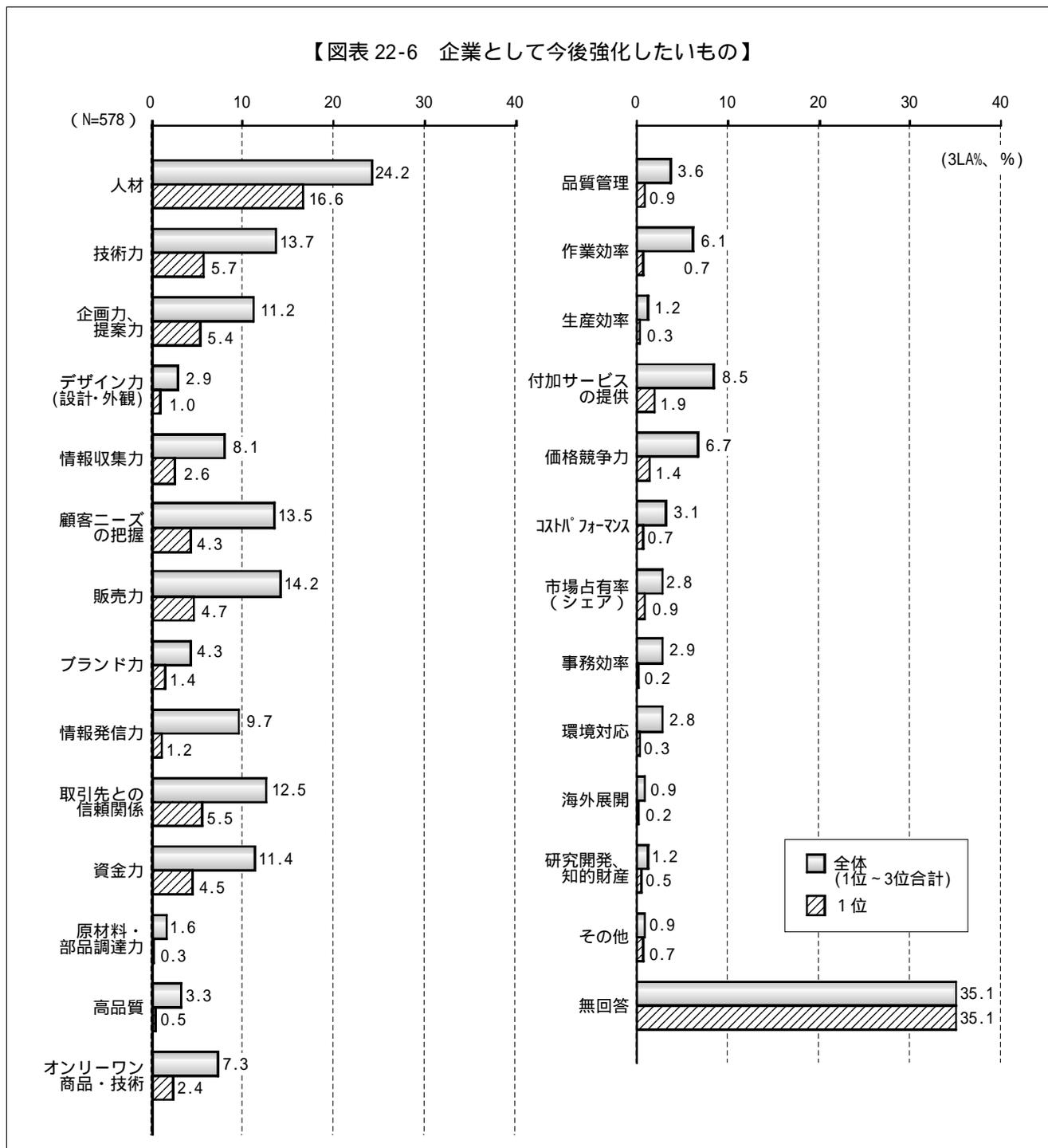
問1(2) 企業としての「現在の強み」と「今後強化したいもの」について、次の中からあてはまるものをそれぞれ3つ以内で順位をつけて選択し、番号を()に記入してください。

現在の強み



企業としての現在の強みをたずねたところ、「全体」では「取引先との信頼関係」が32.0%と最も多く、次いで「人材」26.1%、「技術力」25.6%、「顧客ニーズの把握」15.7%などとなっている。一方、「1位」でみると、「人材」が16.3%と最も多い。(図表 22-5)

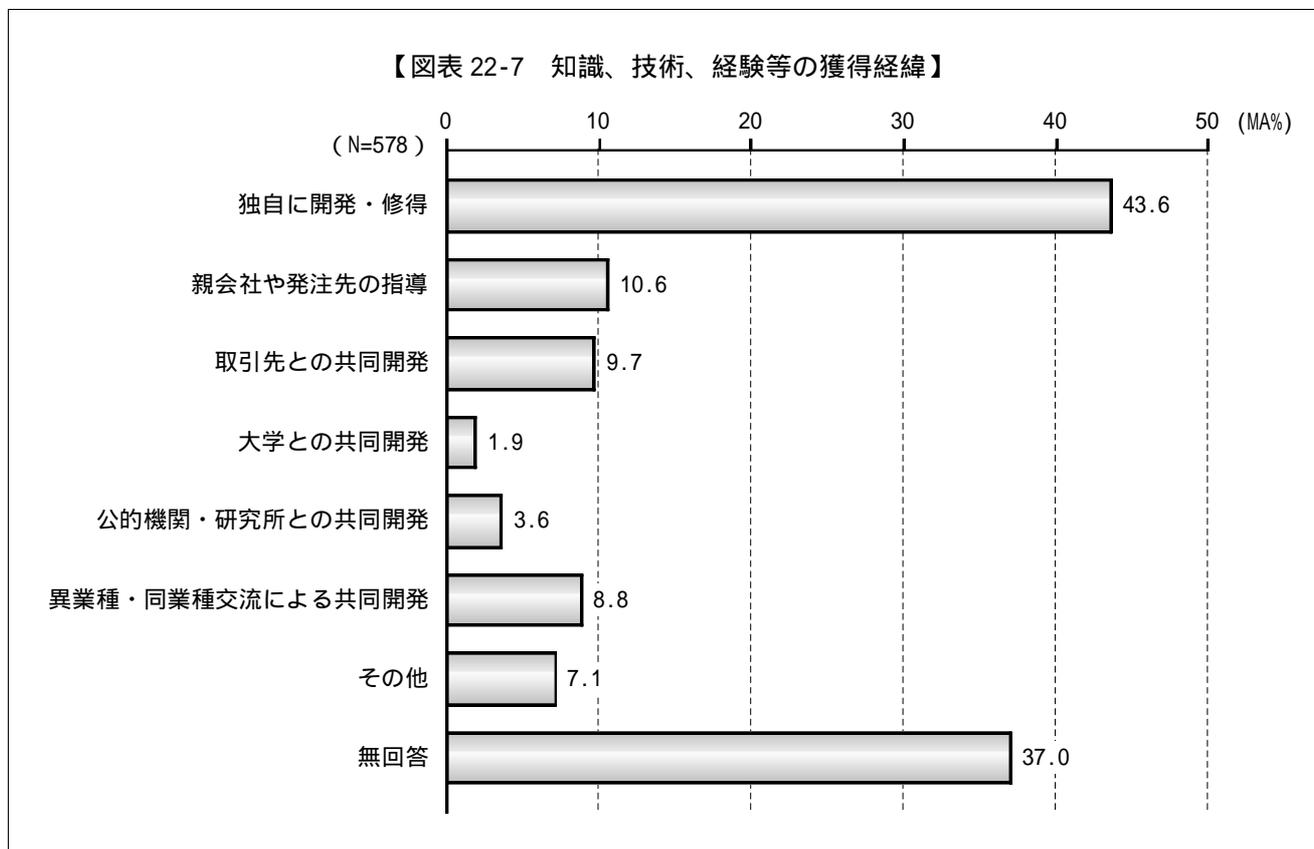
今後強化したいもの



企業として今後強化したいものをたずねたところ、「全体」では「人材」が 24.2%と最も多く、「1位」においても 16.6%と最も多い。これに続くのが、「販売力」で 14.2%、「技術力」で 13.7%、「顧客ニーズの把握」で 13.5%などとなっている。(図表 22-6)

(3) 知識、技術、経験等の獲得経緯

問1(3) 事業に必要な知識、技術、経験、ノウハウ等の獲得経緯について、あてはまるもの全てに を記入してください。

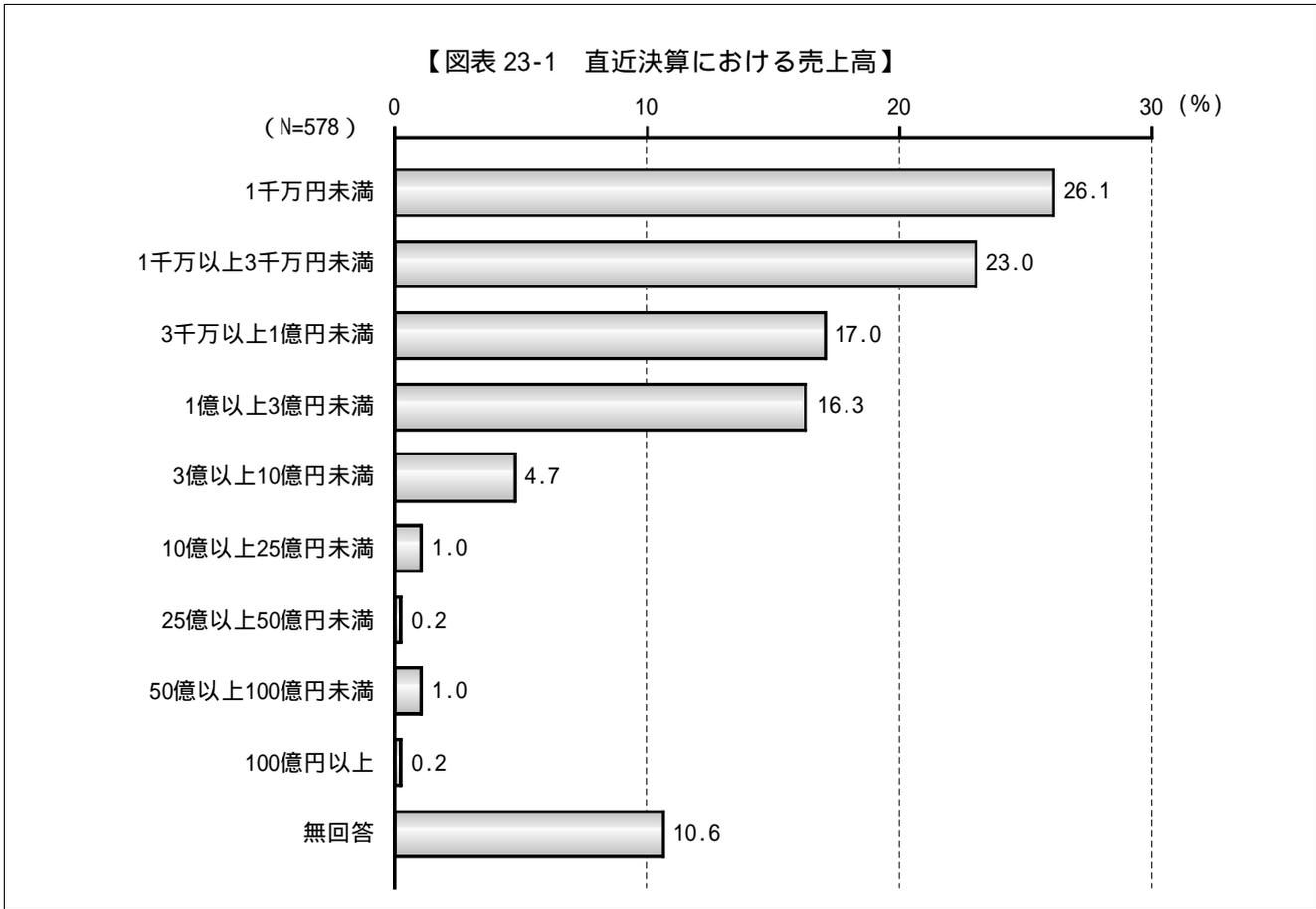


事業に必要な知識、技術、経験、ノウハウ等の獲得経緯についてたずねたところ、「独自に開発・修得」が43.6%と最も多く、次いで「親会社や発注先の指導」10.6%、「取引先との共同開発」9.7%、「異業種・同業種交流による共同開発」8.8%などとなっている。(図表 22-7)

3. 最近の業績について < 問2 >

(1) 直近決算における売上高

問2(1) 直近の決算での売上高について、あてはまるもの1つに を記入してください。

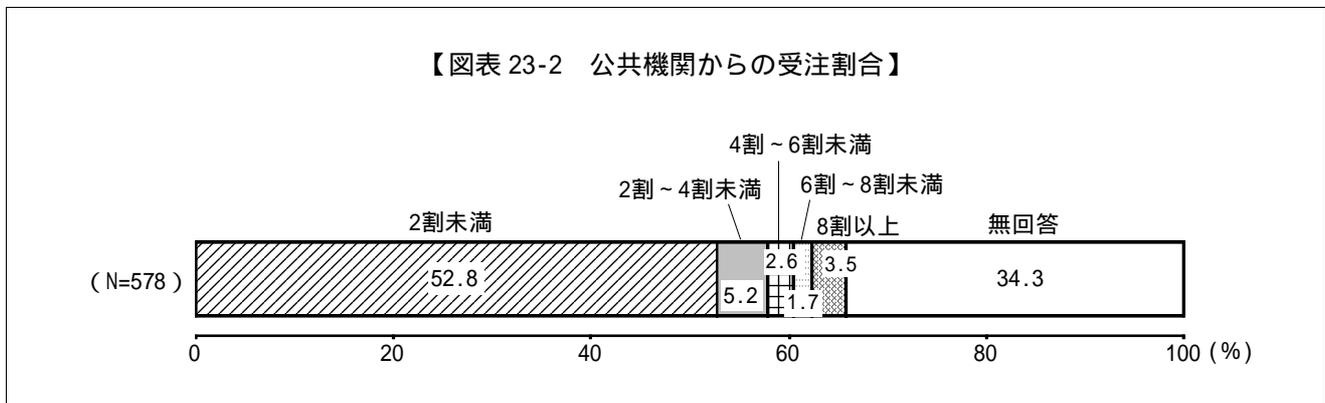


直近の決算での売上高についてたずねたところ、「1千万円未満」が26.1%と最も多く、次いで「1千万円以上3千万円未満」23.0%、「3千万円以上1億円未満」17.0%、「1億以上3億円未満」16.3%などとなっている。(図表 23-1)

(2) 公共機関からの受注割合および下請け工事の割合

公共機関からの受注割合

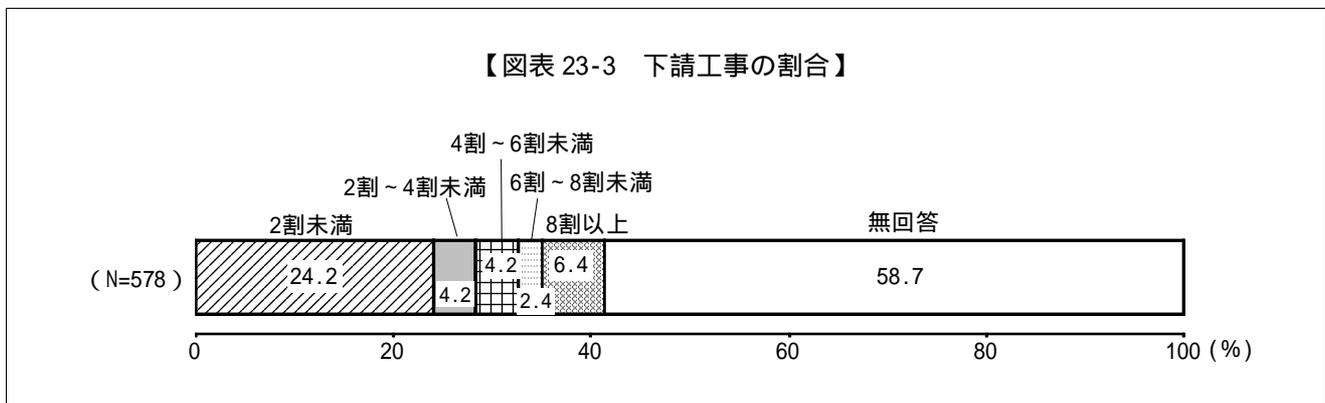
問2(1-1) 民間からの受注と、国・県・市町村等公共機関からの受注の比率を記入してください。



公共機関からの受注割合についてたずねたところ、「2割未満」が5割強(52.8%)を占める。(図表 23-2)

下請工事の割合

問2(1-2) 元請工事と下請工事の比率を記入してください。



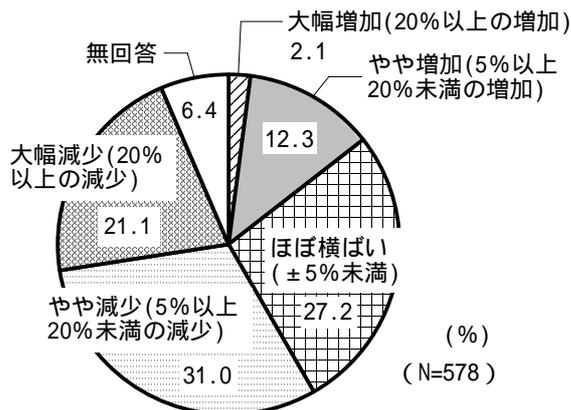
下請工事の割合についてたずねたところ、「2割未満」が24.2%と最も多くなっている。(図表 23-3)

(3) 前期と比較した売上高の状況

前期と比較した売上高の変化割合

問2(2) 売上高について、前期に比べてどのような状態ですか。あてはまるもの1つに を記入してください。

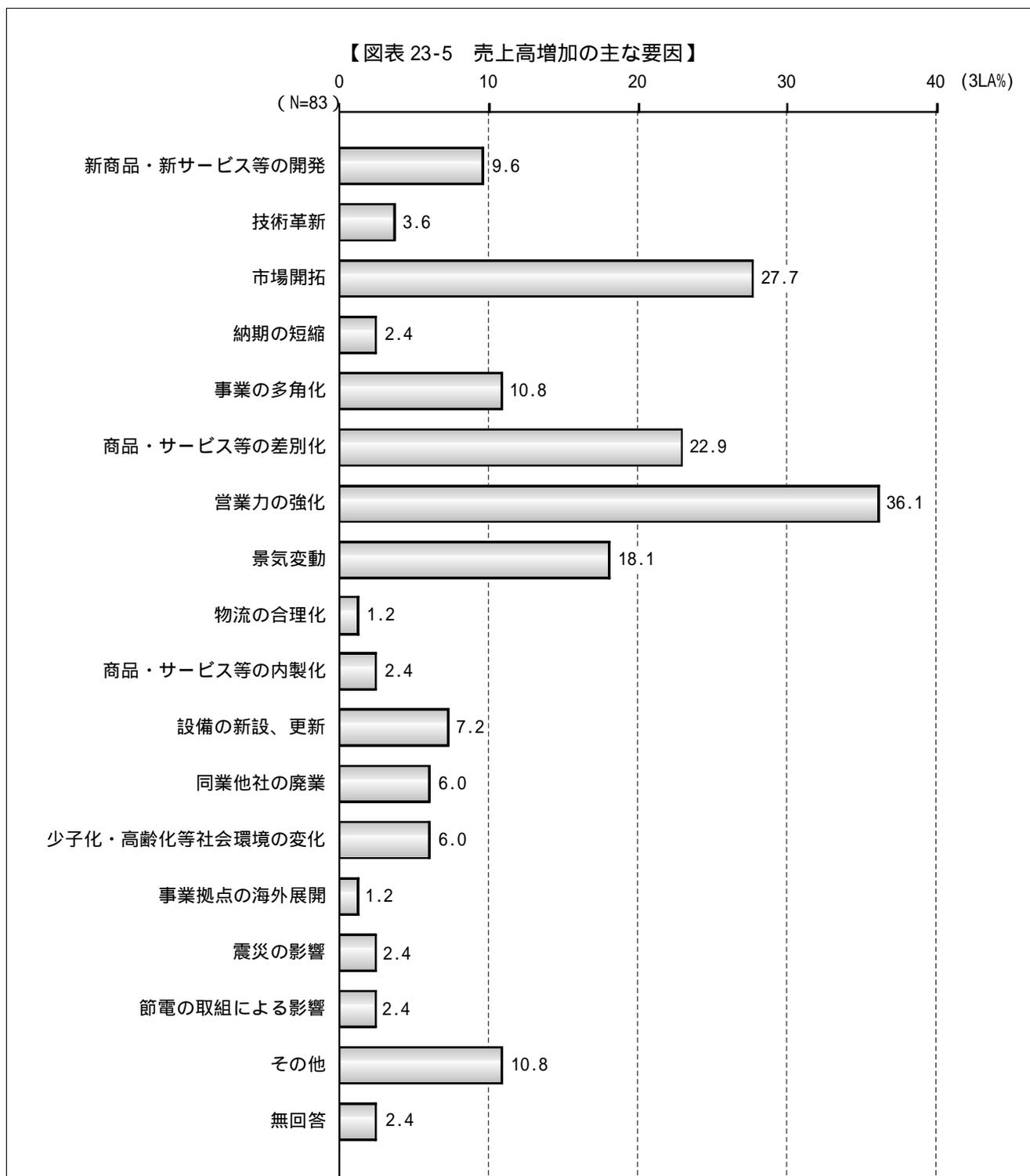
【図表 23-4 前期と比較した売上高の変化割合】



売上高について、前期に比べて「やや減少（5%以上 20%未満の減少）」が31.0%と最も多く、「大幅減少（20%以上の減少）」（21.1%）と合わせると、『減少した』という割合が5割強（52.1%）を占める。一方、『増加した』という割合（「大幅増加（20%以上の増加）」「やや増加（5%以上 20%未満の増加）」の計）は14.4%となっている。（図表 23-4）

売上高増加の主な要因

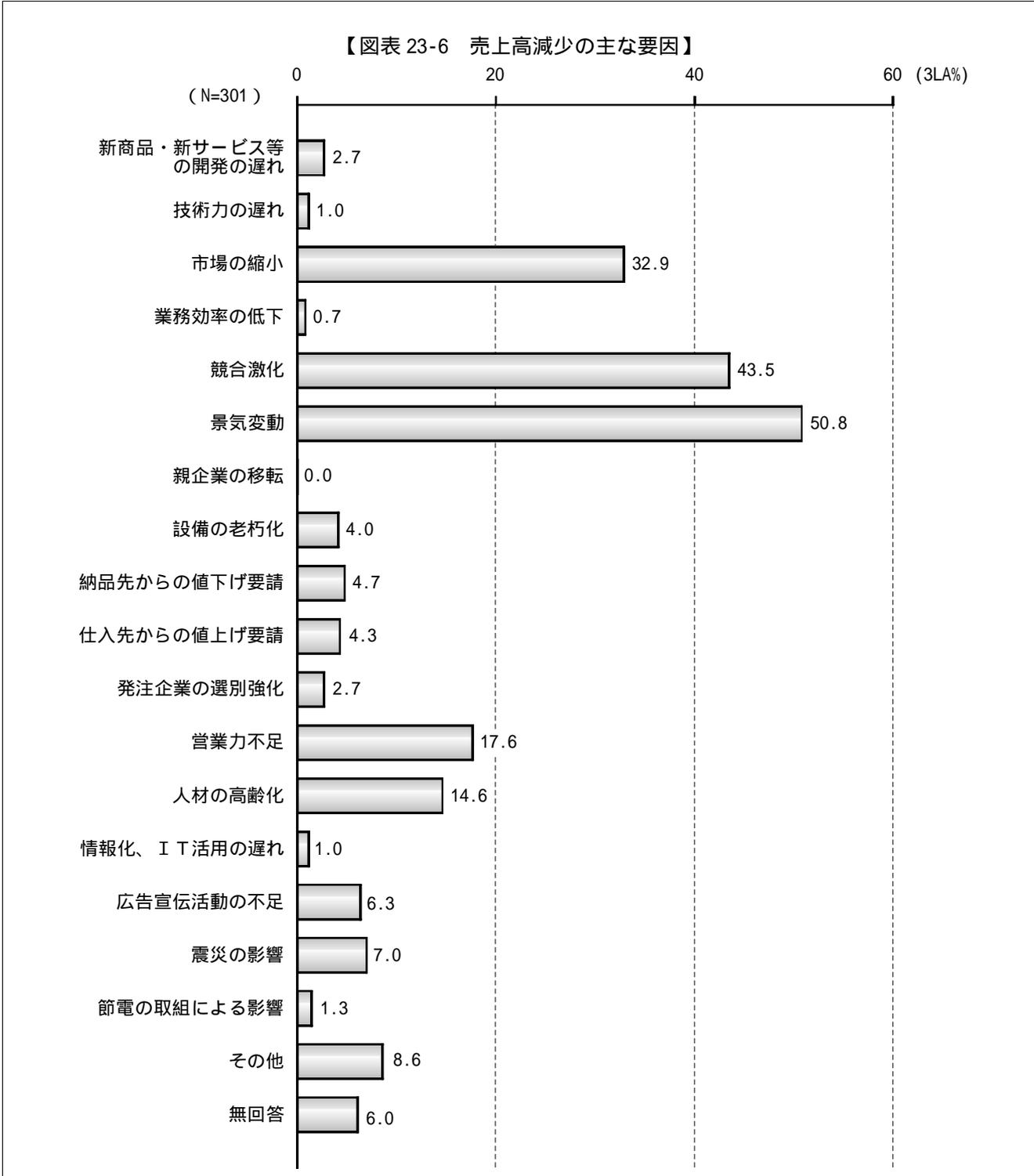
問2(3) (2)で「1.大幅に増加」もしくは「2.やや増加」を選択された方におたずねします。
 売上高の増加の主な要因と考えられるものに3つ以内で を記入してください。



売上高が前期に比べて増加したという事業所にその要因をたずねたところ、「営業力の強化」が36.1%と最も多く、次いで「市場開拓」27.7%、「商品・サービス等の差別化」22.9%などとなっている。(図表 23-5)

売上高減少の主な要因

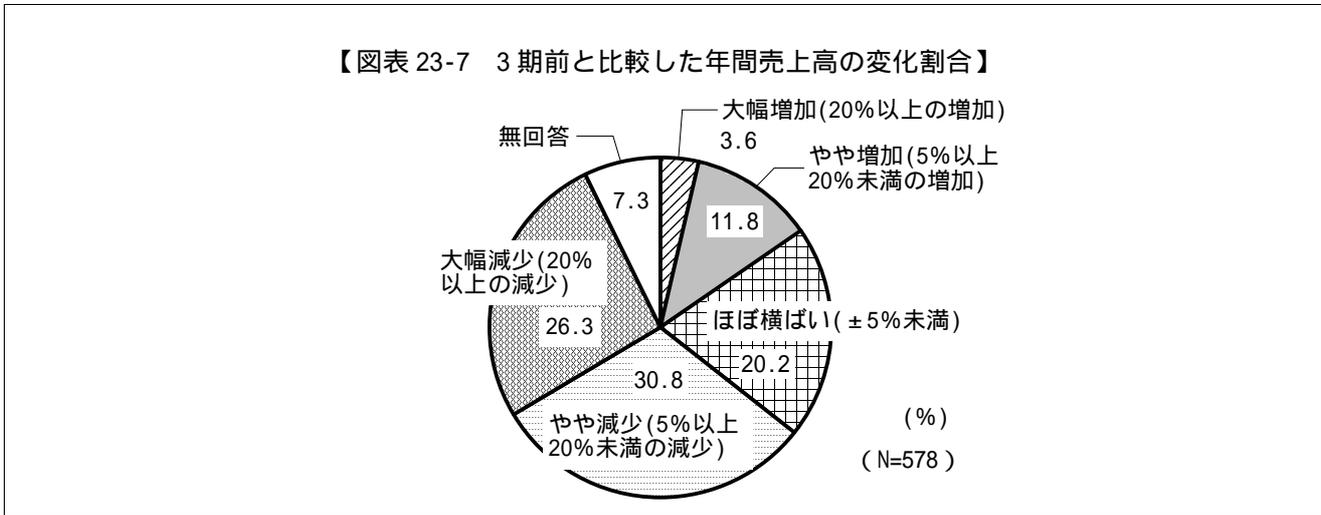
問2(4) (2)で「4. やや減少」もしくは「5. 大幅に減少」を選択された方におたずねします。
 売上高の減少の主な要因と考えられるものに3つ以内で を記入してください。



売上高が前期に比べて減少したという事業所にその要因をたずねたところ、「景気変動」が50.8%と最も多く、次いで「競合激化」43.5%、「市場の縮小」32.9%などとなっている。(図表 23-6)

(4) 3期前と比較した年間売上高の変化割合

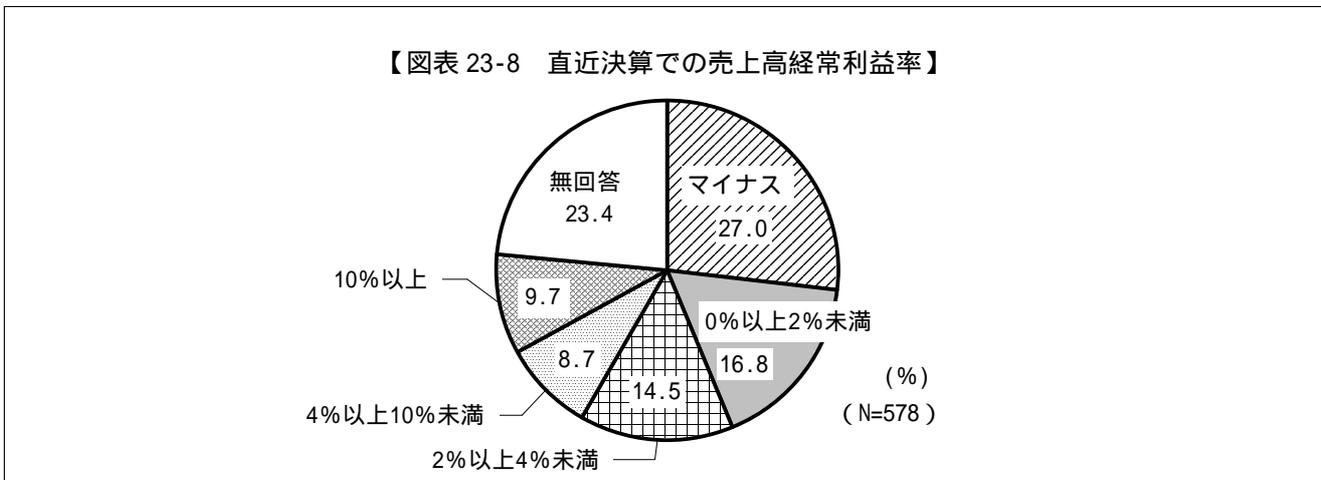
問2(5) 3期前と比較した年間売上高の変化について、あてはまるもの1つに を記入してください。



年間売上高について、3期前に比べて「やや減少 (5%以上 20%未満の減少)」が 30.8% と最も多く、次いで多い「大幅減少 (20%以上の減少)」(26.3%) と合わせると、『減少した』という割合が 6 割弱 (57.1%) を占める。一方、『増加した』という割合 (「大幅増加 (20%以上の増加)」 「やや増加 (5%以上 20%未満の増加)」の計) は 15.4% となっている。(図表 23-7)

(5) 直近決算での売上高経常利益率

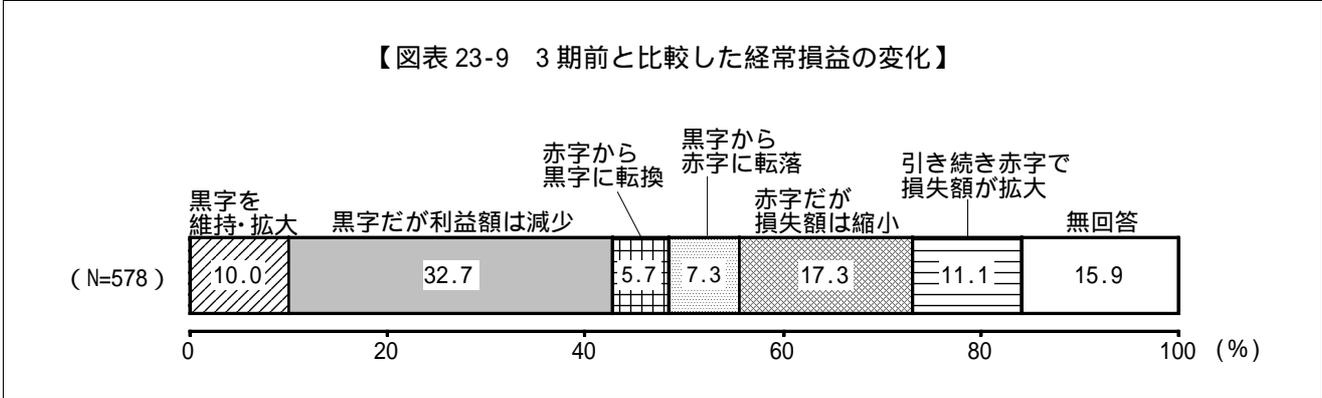
問2(6) 直近の決算での売上高経常利益率 (経常利益額 ÷ 売上高) について、あてはまるもの1つに を記入してください。(*他の事業所と区別できない場合は企業単位で記入してください。)



直近決算での売上高経常利益率をたずねたところ、「マイナス」が 27.0% と最も多く、次いで「0%以上2%未満」16.8%、「2%以上4%未満」14.5% などとなっている。(図表 23-8)

(6) 3期前と比較した経常損益の変化

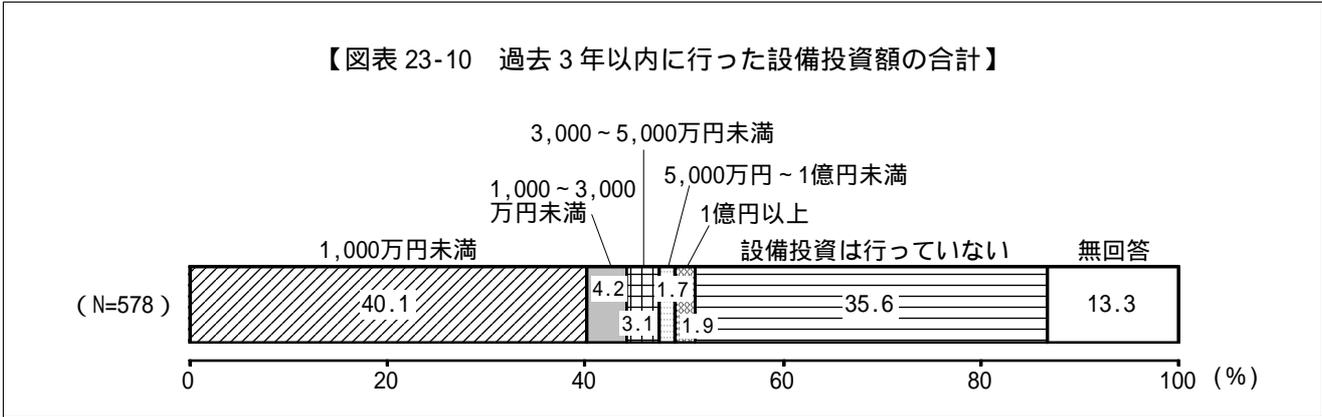
問2(7) 直近の決算と3期前とを比べた経常損益の変化について、あてはまるもの1つに を記入してください。(*他の事業所と区別できない場合は企業単位で記入してください。)



直近の決算と3期前とを比べた経常損益の変化についてたずねたところ、「黒字だが利益額は減少」が32.7%と最も多くなっている。一方、「赤字だが損失額は縮小」が17.3%、「引き続き赤字で損失額が拡大」が11.1%と次いで多くなっている。(図表 23-9)

(7) 過去3年以内に行った設備投資額の合計

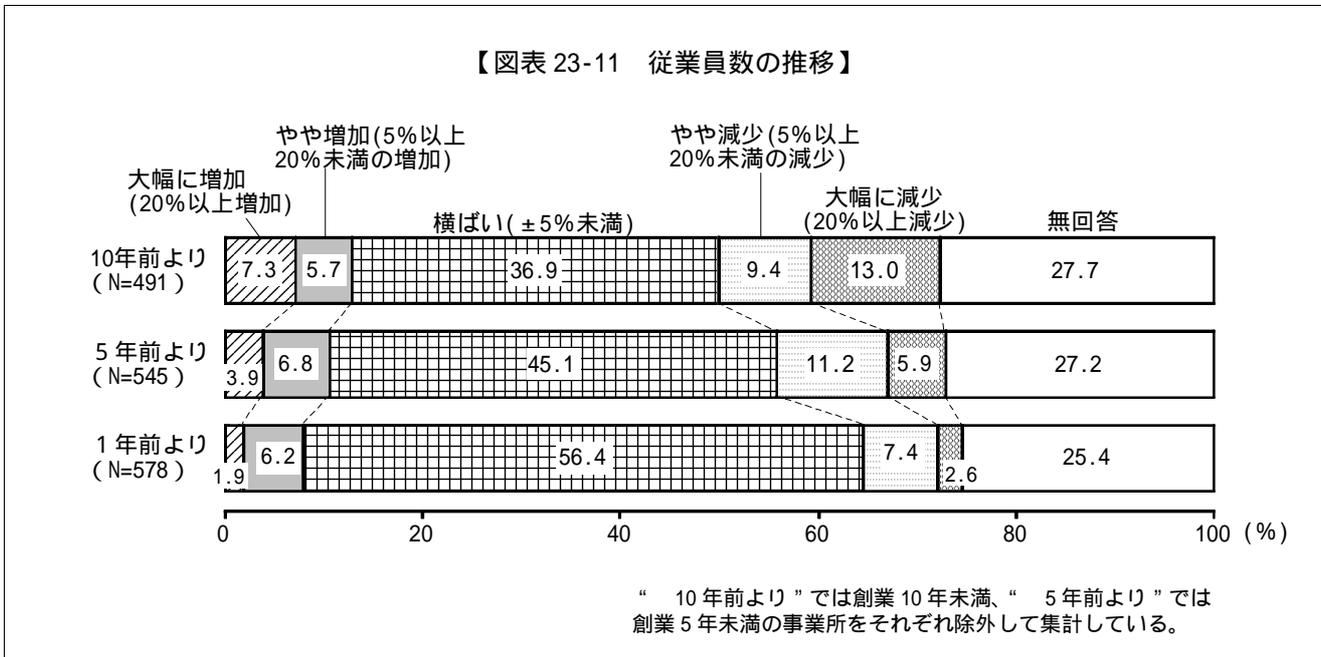
問2(8) 過去3年以内に行った設備投資額(店舗・事務所の新設・改装、設備の増設・更新等)の合計について、あてはまるもの1つに を記入してください。



過去3年以内に行った設備投資額の合計についてたずねたところ、「1,000万円未満」が40.1%と最も多くなっている。一方、「設備投資は行っていない」が35.6%と次いで多い。(図表 23-10)

(8) 従業員数の推移

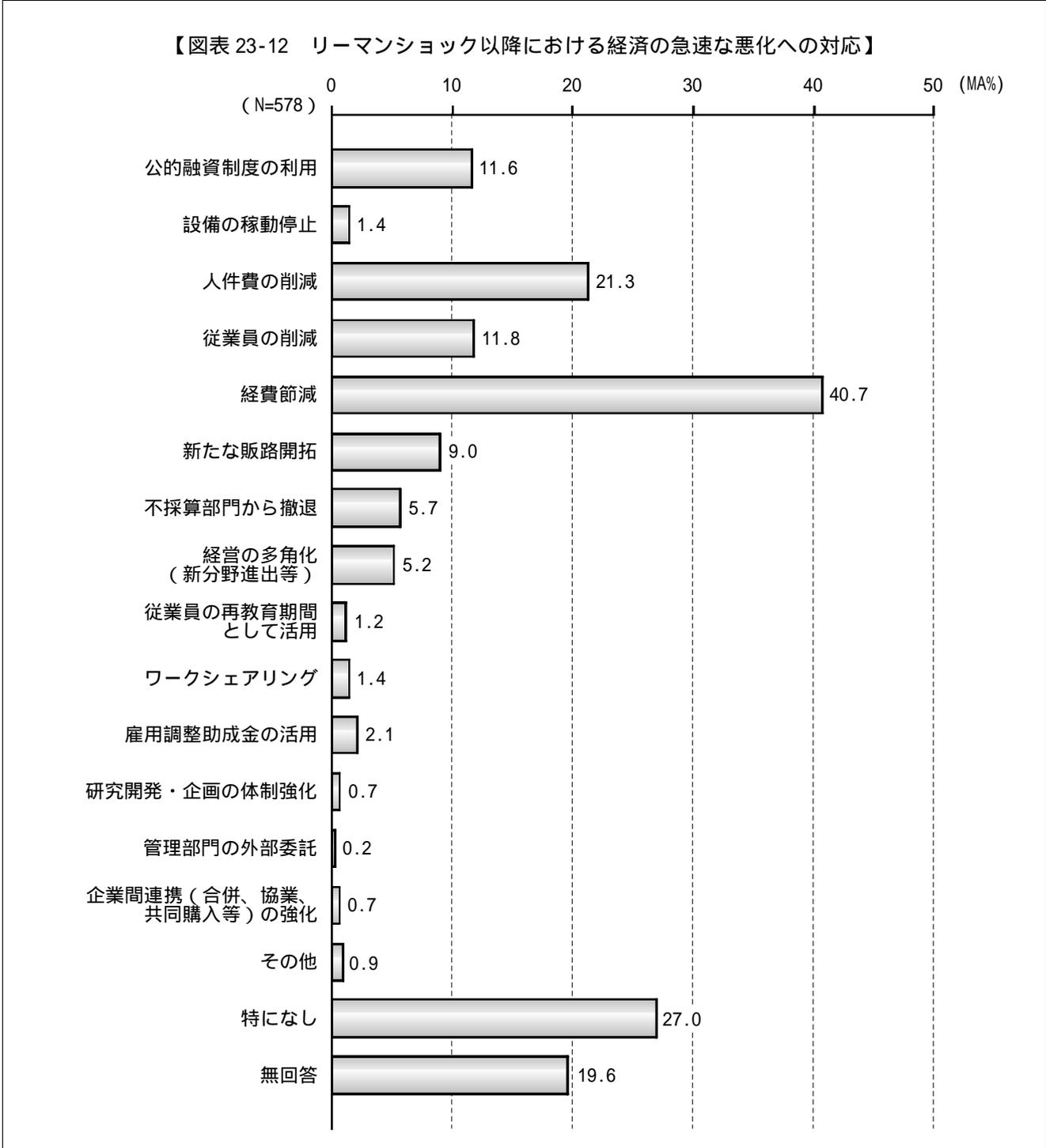
問2(9) 従業員数の推移は現在(平成23年10月)と比べてどのような状態ですか。からのそれぞれについて、あてはまるもの1つに を記入してください。



従業員数の推移についてたずねたところ、いずれの比較年数においても、『増加した』という割合(「大幅に増加(20%以上増加)」「やや増加(5%以上20%未満の増加)」の計)に比べて、『減少した』(「大幅に減少(20%以上減少)」「やや減少(5%以上20%未満の減少)」の計)という割合のほうが多くなっており、“ 10年前より ”では9.4ポイント、“ 5年前より ”では6.8ポイント、“ 1年前より ”では1.9ポイントの差がみられる。(図表 23-11)

(9) リーマンショック以降における経済の急速な悪化への対応

問2(10) リーマンショック以降における経済の急速な悪化への対応について、あてはまるもの全てに を記入してください。



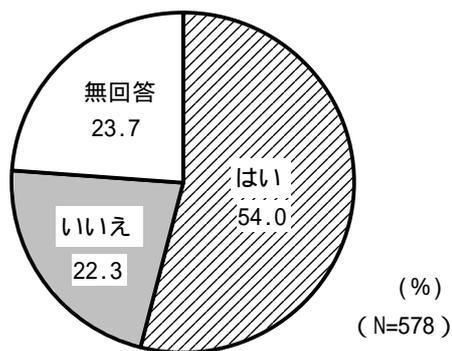
リーマンショック以降における経済の急速な悪化への具体的な対応としては、「経費節減」が 40.7%と最も多く、次いで「人件費の削減」21.3%、「従業員の削減」11.8%「公的融資制度の利用」11.6%などとなっている。一方、「特になし」が 27.0%みられる。(図表 23-12)

4.取引関係について <問3>

(1)最終消費者を対象とした営業、販売活動の有無

問3(1) 営業、販売活動の対象は最終消費者ですか。あてはまるものに を記入してください。

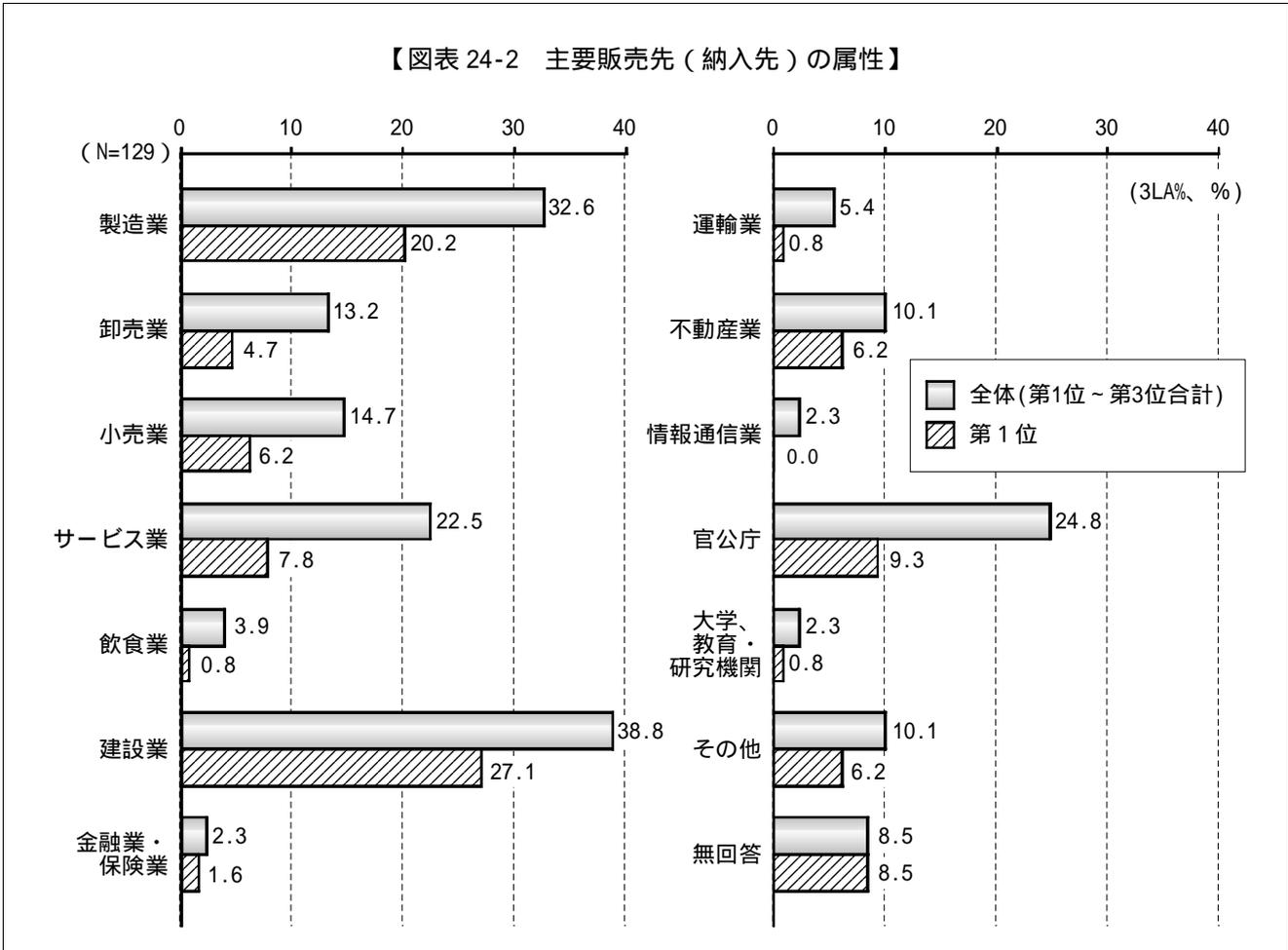
【図表 24-1 最終消費者を対象とした営業、販売活動の有無】



営業、販売活動の対象が最終消費者であるという割合が全体の5割台(54.0%)に対し、最終消費者ではないという割合は2割強(22.3%)となっている。(図表 24-1)

(2) 主要販売先(納入先)の属性

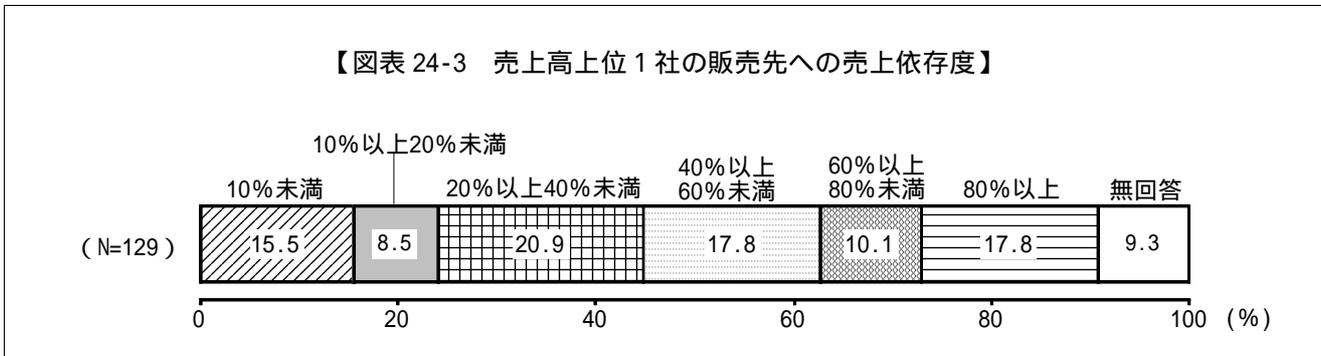
問3(2) (1)で「2.いいえ」を選択された方におたずねします。主要販売先(納入先)上位3者の属性を以下の中から選び、あてはまる番号を()に記入してください。



営業、販売活動の対象が最終消費者ではないと回答した事業所に、主要販売先(納入先)上位3者の属性をたずねたところ、“全体”では「建設業」が38.8%と最も多く、“第1位”においても27.1%と最も多い。これに続くのが、「製造業」で32.6%、「官公庁」で24.8%、「サービス業」で22.5%などとなっている。(図表 24-2)

(3) 売上高上位1社の販売先への売上依存度

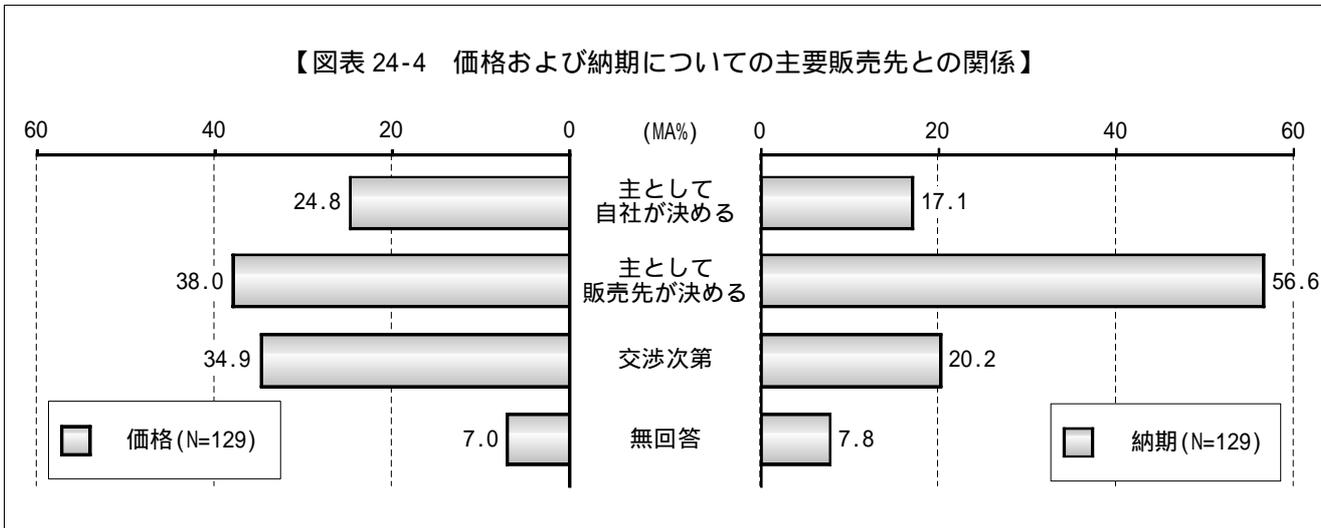
問3(3) 売上高上位1社の販売先への売上依存度について、あてはまるもの1つに を記入してください。



売上高上位1社の販売先への売上依存度についてたずねたところ、「20%以上 40%未満」が20.9%と最も多く、次いで「40%以上 60%未満」、「80%以上」がともに17.8%などとなっている。(図表 24-3)

(4) 価格および納期についての主要販売先との関係

問3(4) 貴社と主要販売先上位1社との関係について、あてはまるもの全てに を記入してください。



主要販売先上位1社との関係についてたずねたところ、価格については、「主として自社が決める」が24.8%に対し、「主として販売先が決める」が38.0%となっている。

一方、納期については、「主として自社が決める」が17.1%に対し、「主として販売先が決める」が56.6%となっている。(図表 24-4)

(5) 商品等の販売先に関する主な取引地域の比率

問3(5) 貴社(事業所)で販売、提供されている商品、サービス等の販売先(納入先)について、主な取引地域を上位3カ所(以内)選び、その地域のおおよその比率を次の表に記入してください。

【図表 24-5 商品等の販売先に関する主な取引地域の比率】

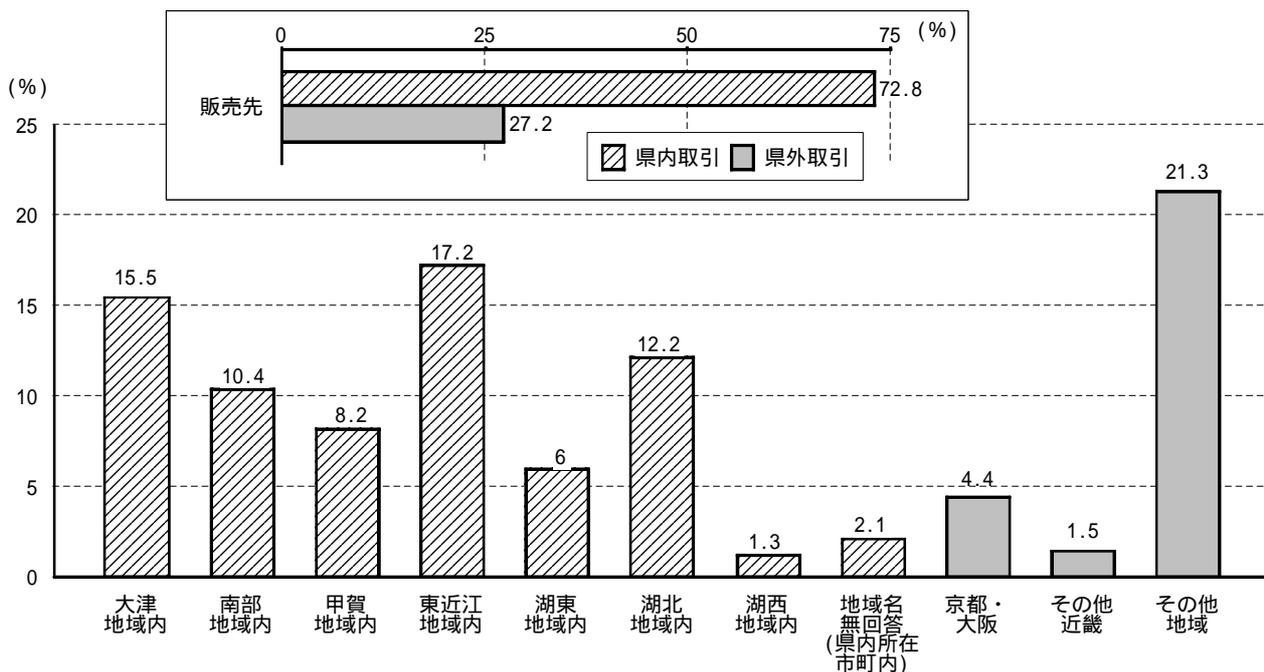
	大津地域内	南部地域内	甲賀地域内	東近江地域内	湖東地域内	湖北地域内	湖西地域内	地域名無回答 (県内所在市町内)	京都・大阪	その他近畿	その他地域
(N=450)	15.9	18.2	9.3	14.0	10.4	11.4	2.9	0.8	4.9	1.7	4.4

(上位3箇所についての回答のため合計は100%にならない。)

商品等の販売先に関する主な取引地域の比率をたずねたところ、平均値としては、県内での取引が82.9%（「大津市」から「地域名無回答（県内所在市町内）」までの合計）で、県外での取引11.0%（「京都・大阪」から「その他」までの合計）を上回っている。（図表 24-5）

なお、上記の比率と「3（1）直近決算における売上高・製品出荷額（問2（1）」をもとに推計した販売額ベースでの地域別取引の割合は、県内での取引が72.8%（「大津市」から「地域名無回答（県内所在市町内）」までの合計）で、県外での取引27.2%（「京都・大阪」、「その他近畿」および「その他地域」の合計）の約2.6倍となっている。（図表 24-6）

【図表 24-6 商品等の販売先に関する主な取引地域の比率（売上額による推計）】



(6) 原材料・商品等の購入先に関する主な取引地域の比率

問3(6) 貴社(事業所)で販売、提供されている商品、サービス等に必要な原材料・汎用部品、製品・商品の購入先(入手先)について、主な取引地域を上位3カ所(以内)選び、取引全体に占めるその地域のおおよその比率を次の表に記入してください。

【図表 24-7 原材料・商品等の購入先に関する主な取引地域の比率】

	大津地域内	南部地域内	甲賀地域内	東近江地域内	湖東地域内	湖北地域内	湖西地域内	地域名無回答 (県内所在市町内)	京都・大阪	その他近畿	その他地域
(N=406)	11.6	13.1	7.1	10.0	6.5	8.6	1.7	0.0	20.2	5.5	14.5

(上位3箇所についての回答のため合計は100%にならない。)

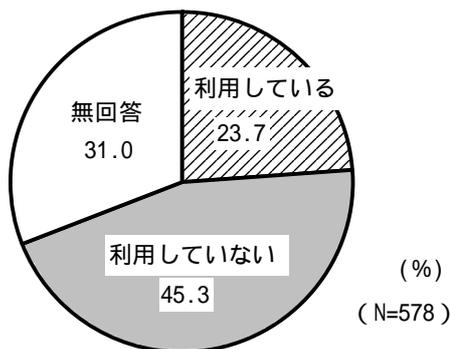
原材料・商品等の購入先に関する主な取引地域の比率をたずねたところ、平均値としては、県内での取引が58.6%（「大津市地域内」から「地域名無回答（県内所在市町内）」までの合計）で、県外での取引40.2%（「京都・大阪」、「その他近畿」および「その他地域」の合計）を上回っている。（図表24-7）

(7) 外部委託や加工外注に関する取引状況

外部委託や加工外注の利用の有無

問3(7) 業務の外部委託や加工外注の利用（汎用品の購入は含まない。）の有無について、どちらかを選び、印をつけてください。

【図表 24-8 外部委託や加工外注の利用の有無】



加工外注を「利用している」という割合は全体の2割台（23.7%）となっている。（図表24-8）

外部委託や加工外注に関する主な取引地域の比率

問3(7-1) (7)で「1.利用している」とご回答の場合、主な外注先地域を上位3カ所（以内）選び、その地域およびその比率を次の表に記入してください。

【図表 24-9 外部委託や加工外注に関する主な取引地域の比率】

	大津地域内	南部地域内	甲賀地域内	東近江地域内	湖東地域内	湖北地域内	湖西地域内	地域名無回答 (県内所在市町内)	京都・大阪	その他近畿	その他地域
(N=132)	13.6	15.8	6.5	13.1	8.0	13.3	2.2	0.0	11.8	3.3	7.0

（上位3箇所についての回答のため合計は100%にならない。）

加工外注を利用しているという事業所に、主な取引地域の比率をたずねたところ、平均値としては、県内での取引が72.5%（「大津市」から「地域名無回答（県内所在市町内）」までの合計）で、県外での取引22.1%（「京都・大阪」、「その他近畿」および「その他地域」の合計）を上回っている。（図表24-9）

(8) 商品等の販売および購入、委託先に関する取引額上位国

問3(8) 商品・サービス等の販売先(納入先)、商品・原材料(部品)の購入先(入手先)、委託・外注先として海外との取引がある場合(国内の商社等経由を含む)は、取引額上位3カ国(以内)の国名を()に記入してください。

【図表 24-10 商品等の販売・購入・委託における取引額上位国】

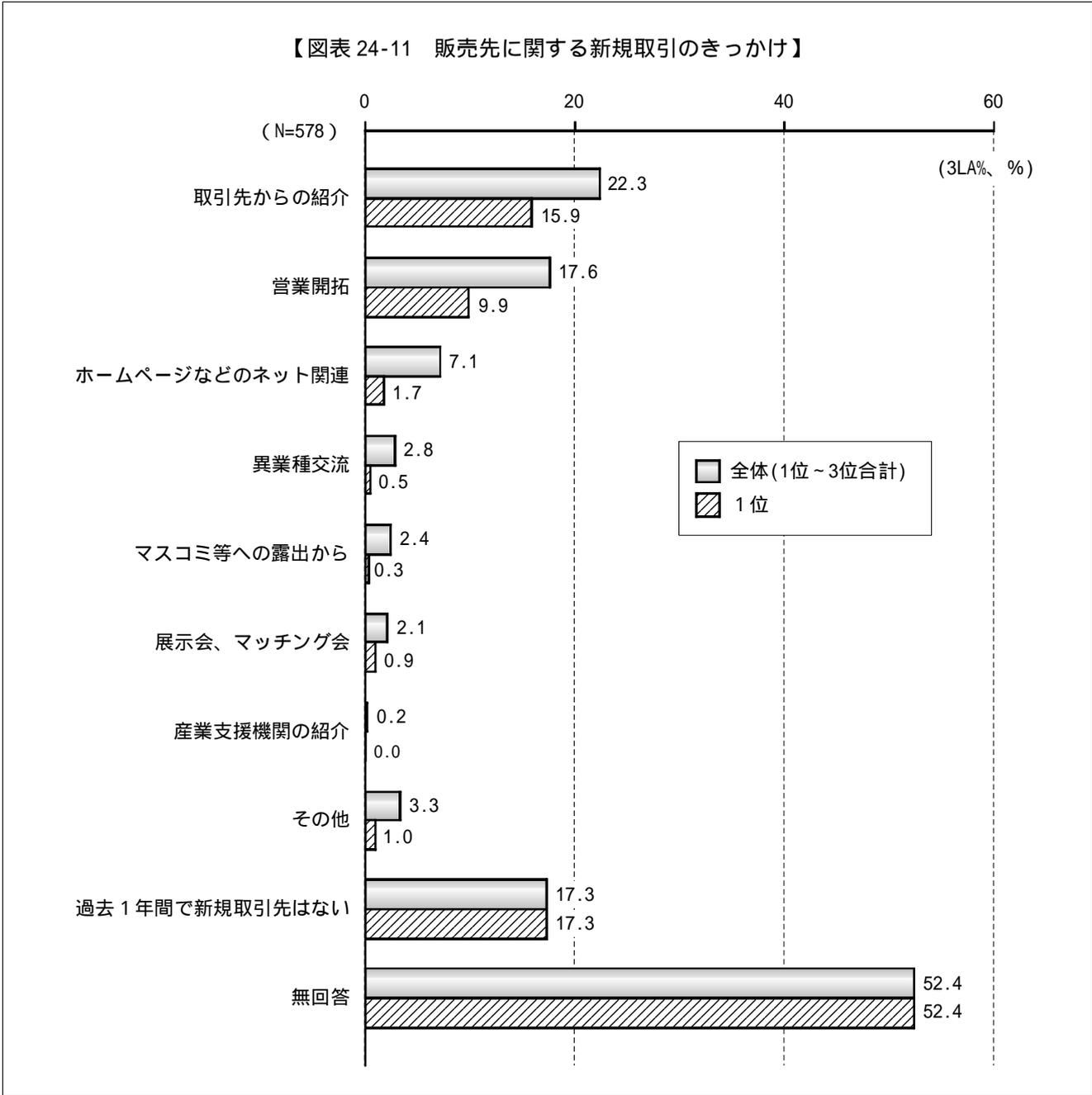
販売先(納入先)			購入先(入手先)			委託・外注先		
国名	件数	割合	国名	件数	割合	国名	件数	割合
中国	3件	42.9%	中国	7件	23.3%	中国	1件	100.0%
台湾	2件	28.6%	アメリカ	4件	13.3%	合計	1件	100.0%
韓国	1件	14.3%	ベトナム					
フィリピン			ドイツ	3件	10.0%			
合計	7件	100.0%	タイ					
			韓国	2件	6.7%			
			インド					
			インドネシア					
			ブラジル					
			スウェーデン	1件	3.3%			
			フィンランド					
			リトアニア					
			アフガニスタン					
			合計	30件	100.0%			

商品等の販売・購入・委託における取引額上位国をたずねたところ、いずれも「中国」が最も多くなっている。(図表 24-10)

(9) 新規取引のきっかけ

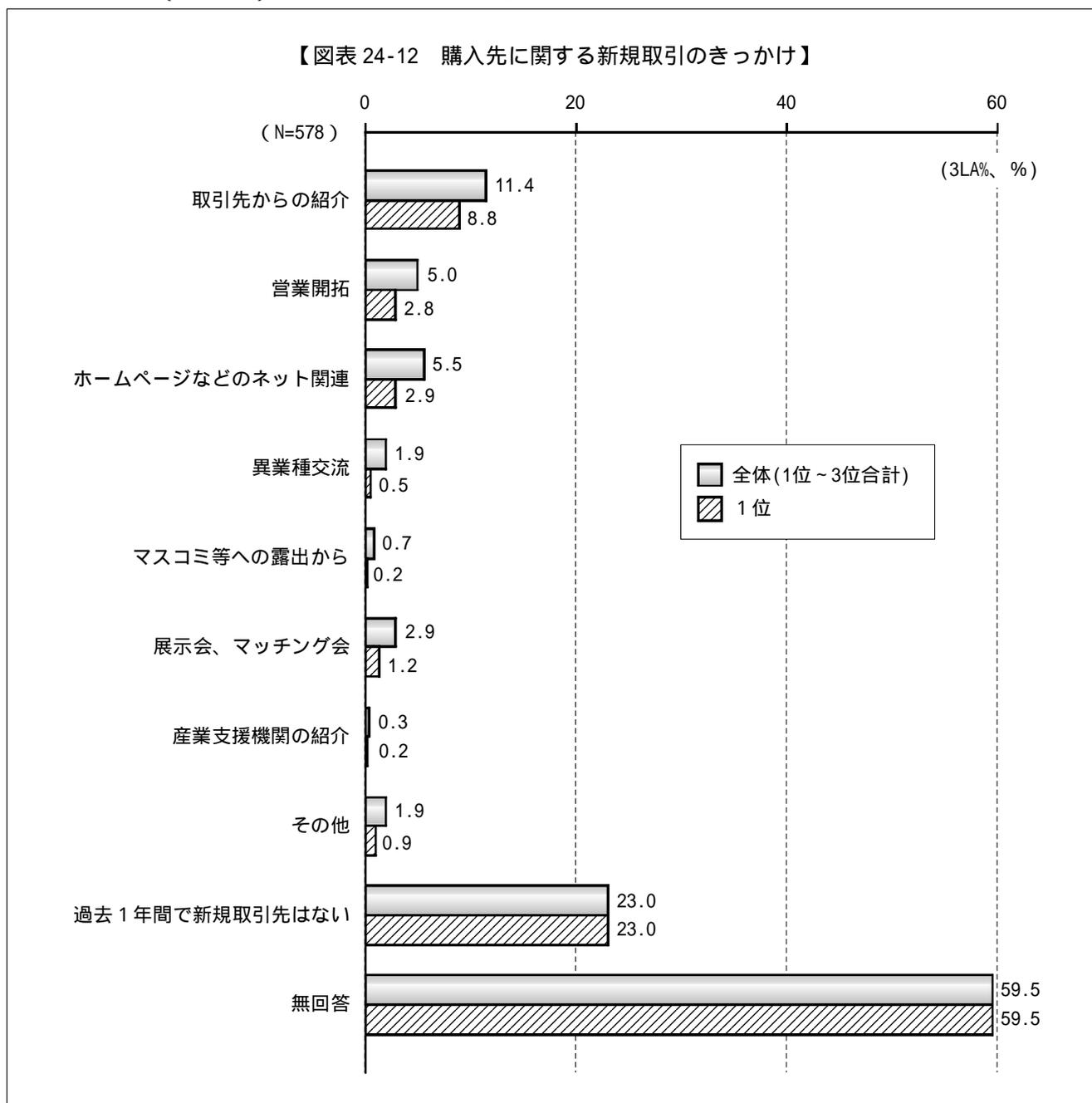
問3(9) 過去1年間の新規取引のきっかけについて、あてはまる番号を()に記入してください。(多いものから順に3つ以内)

販売先(納入先)に関する新規取引のきっかけ



過去1年間の販売先に関する新規取引のきっかけについてたずねたところ、“全体”では「取引先からの紹介」が22.3%と最も多く、次いで「営業開拓」が17.6%、「ホームページなどのネット関連」7.1%などとなっており、“1位”においても同様の傾向となっている。一方、「過去1年間で新規取引先はない」が2割弱(17.3%)みられる。(図表 24-11)

購入先（入手先）に関する新規取引のきっかけ

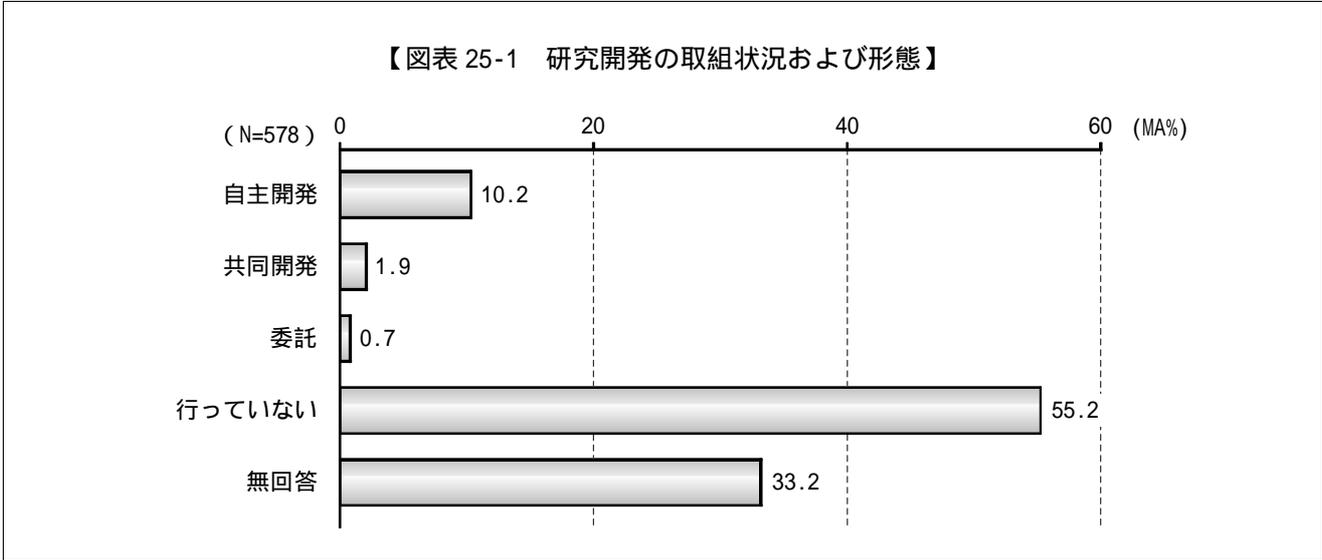


過去1年間の購入先に関する新規取引のきっかけについてたずねたところ、「全体」では「取引先からの紹介」が11.4%と多く、次いで「ホームページなどのネット関連」5.5%、「営業開拓」5.0%などとなっており、「1位」においても概ね同様の傾向となっている。一方、「過去1年間で新規取引先はない」が2割強（23.0%）みられる。（図表 24-12）

5. 研究開発について < 問4 >

(1) 研究開発の取組状況および形態

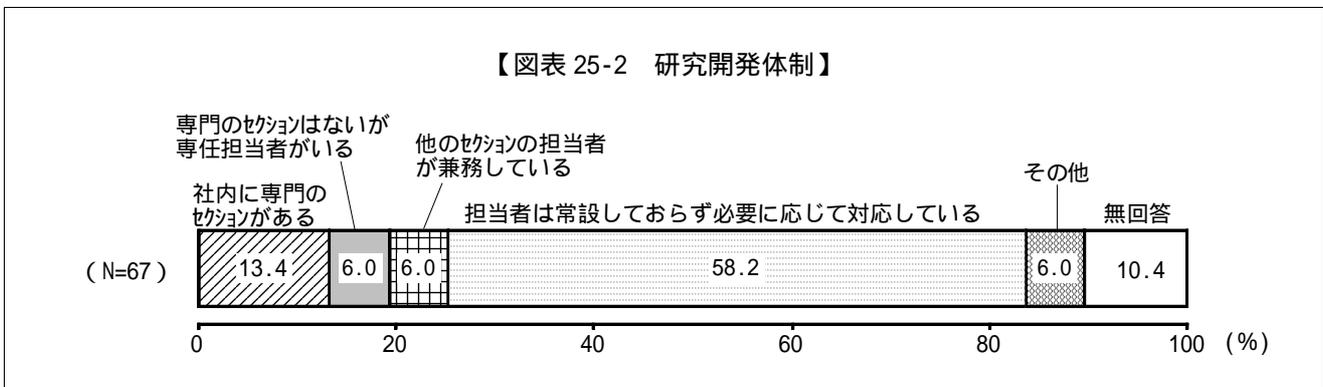
問4(1) 研究開発の取組状況、形態について、あてはまる番号全てに をしてください。



研究開発の取組状況および形態についてたずねたところ、「行っていない」が5割台（55.2%）を占める。いずれかの形態で取り組んでいる内訳としては、「自主開発」が10.2%と多くなっている。（図表 25-1）

(2) 研究開発体制

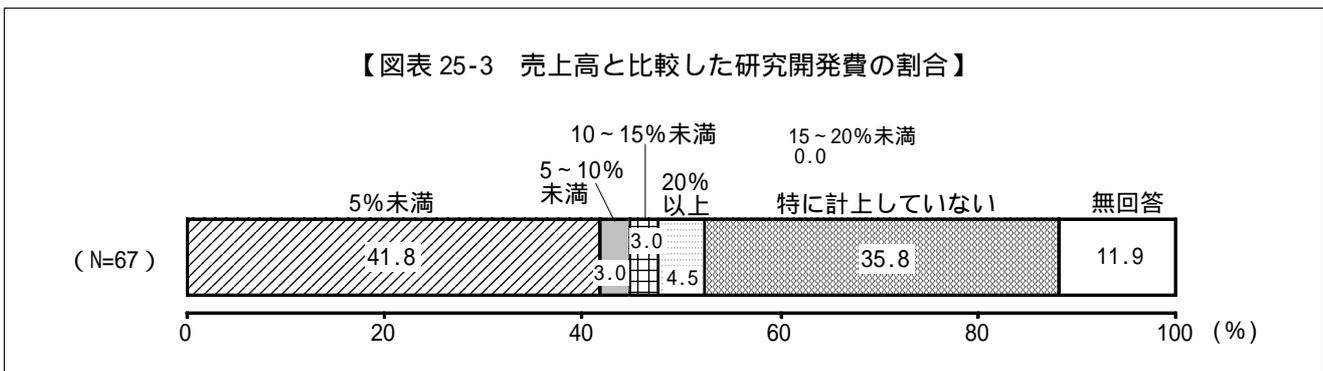
問4(2) 研究開発体制について、あてはまるもの1つに をし、人数を()に記入してください。



研究開発に取り組んでいる事業所にその体制をたずねたところ、「担当者は常設しておらず必要に応じて対応している」が58.2%を占め、次いで「社内に専門のセクションがある」13.4%などとなっている。(図表 25-2)

(3) 売上高と比較した研究開発費の割合

問4(3) 年間の研究開発費は売上高に比較してどの程度かけておられますか。あてはまるもの1つに を記入してください。(売上高対比%)



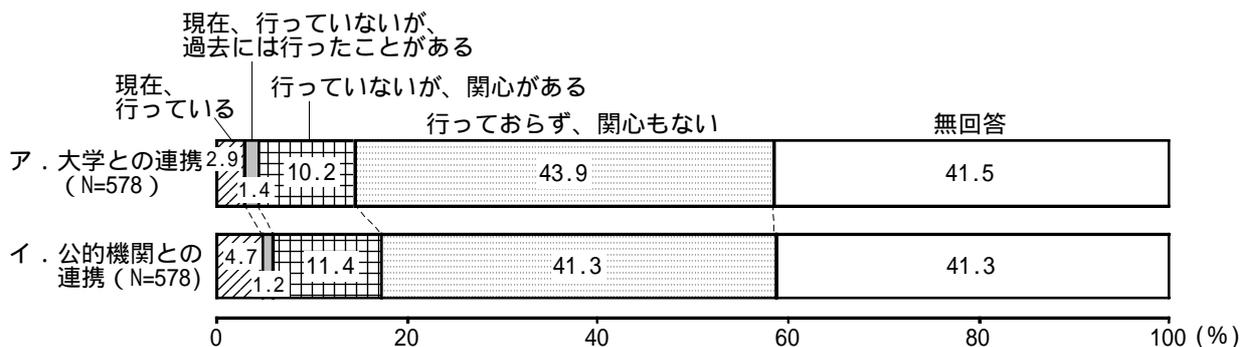
年間の研究開発費は売上高に比較してどの程度かけているかたずねたところ、「5%未満」が4割強(41.8%)を占める。一方、「特に計上していない」が35.8%みられる。(図表 25-3)

6. 産学官連携について < 問5 >

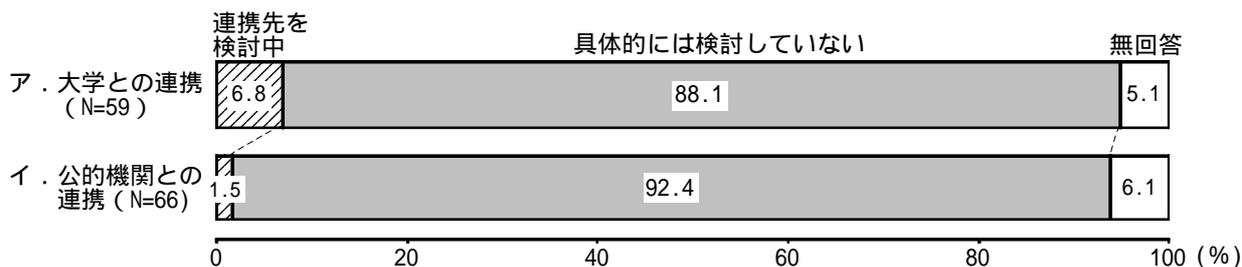
(1) 産学官連携の実績および関心度

問5(1) 大学や公的機関との連携の実績および関心について、あてはまる番号をそれぞれ()に記入してください。

【図表 26-1 産学官連携の実績および関心度】



【図表 26-2 産学官連携についての検討の有無】



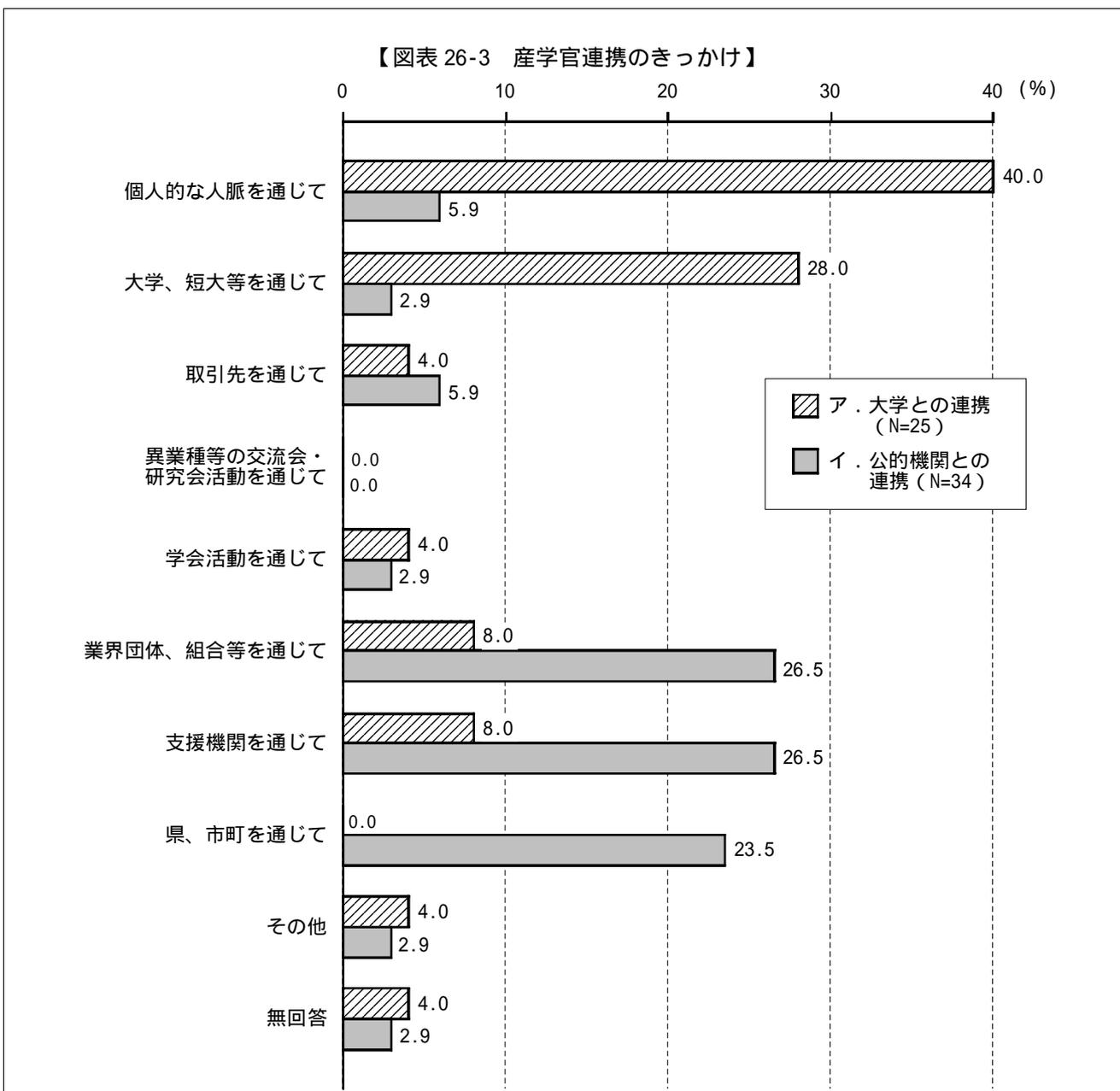
産学官連携の実績および関心度についてたずねたところ、“ア. 大学との連携”、“イ. 公的機関との連携”ともに、「行っておらず、関心もない」が4割台を占め、「行っていないが、関心がある」が1割強と次いで多くなっている。一方、「現在、行っている」または「現在、行っていないが、過去には行ったことがある」という割合は5%前後となっている。(図表 26-1)

また、「行っていないが、関心がある」と回答した事業所のうち、「連携先を検討中」は“ア. 大学との連携”で6.8%、“イ. 公的機関との連携”で1.5%にとどまっている。(図表 26-2)

(2) 産学官連携の内容

産学官連携のきっかけ

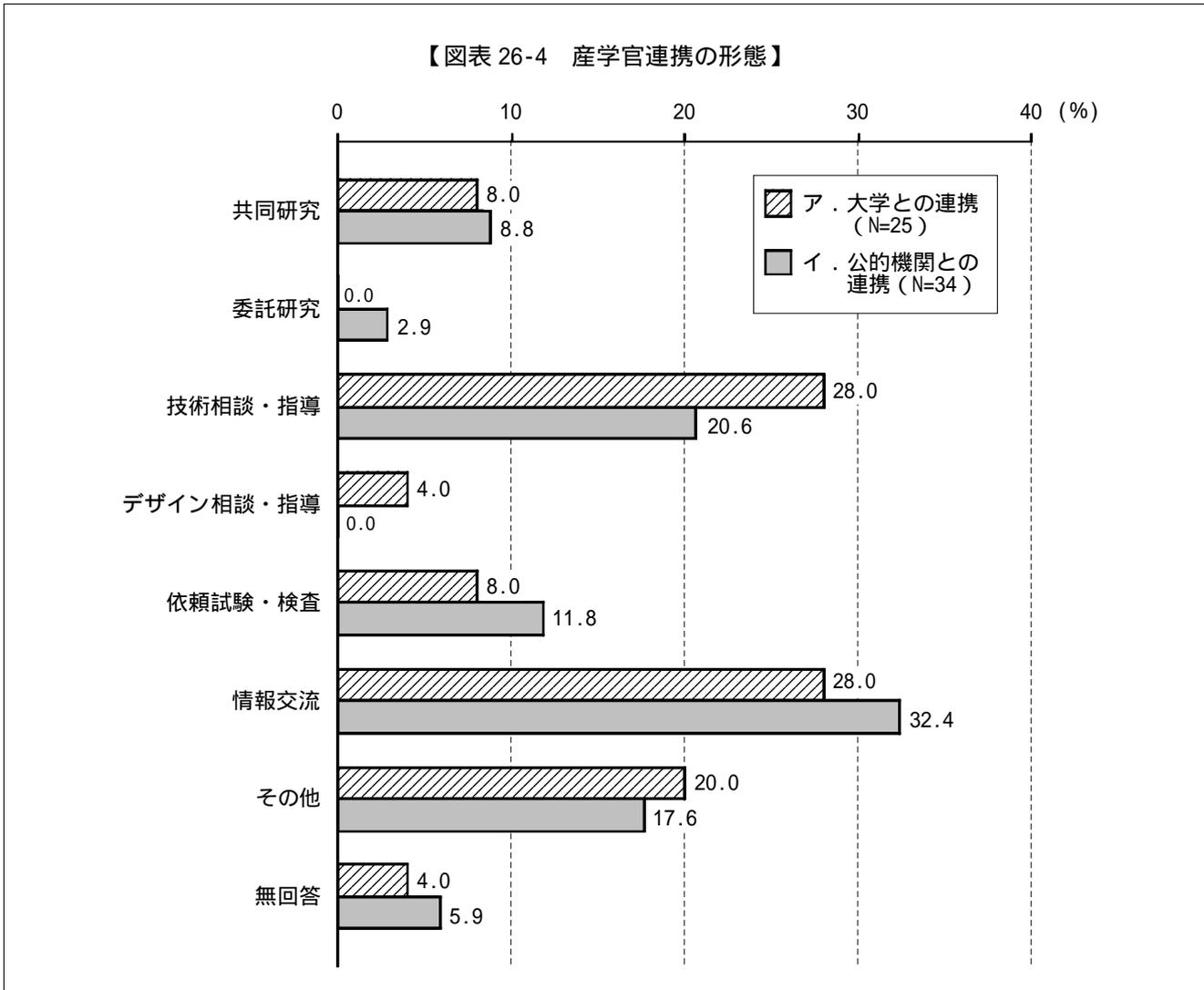
問5(2) (1)の「ア.大学との連携」、「イ.公的機関との連携」で「1.現在、行っている」または「2.現在、行っていないが、過去には行ったことがある」を選択された方におたずねします。
 連携のきっかけについて、それぞれ主なものを1つ選択し、番号を()に記入してください。



産学官連携を行っている、または行ったことがあるという事業所にそのきっかけをたずねたところ、“ア.大学との連携”では「個人的な人脈を通じて」が40.0% (10件)、“イ.公的機関との連携”では「業界団体、組合等を通じて」、「支援機関を通じて」がともに26.5% (9件)と、それぞれ最も多くなっている。(図表 26-3)

産学官連携の形態

問5(2)
 連携の形態について、それぞれ主なものを1つ選択し、番号を()に記入してください。

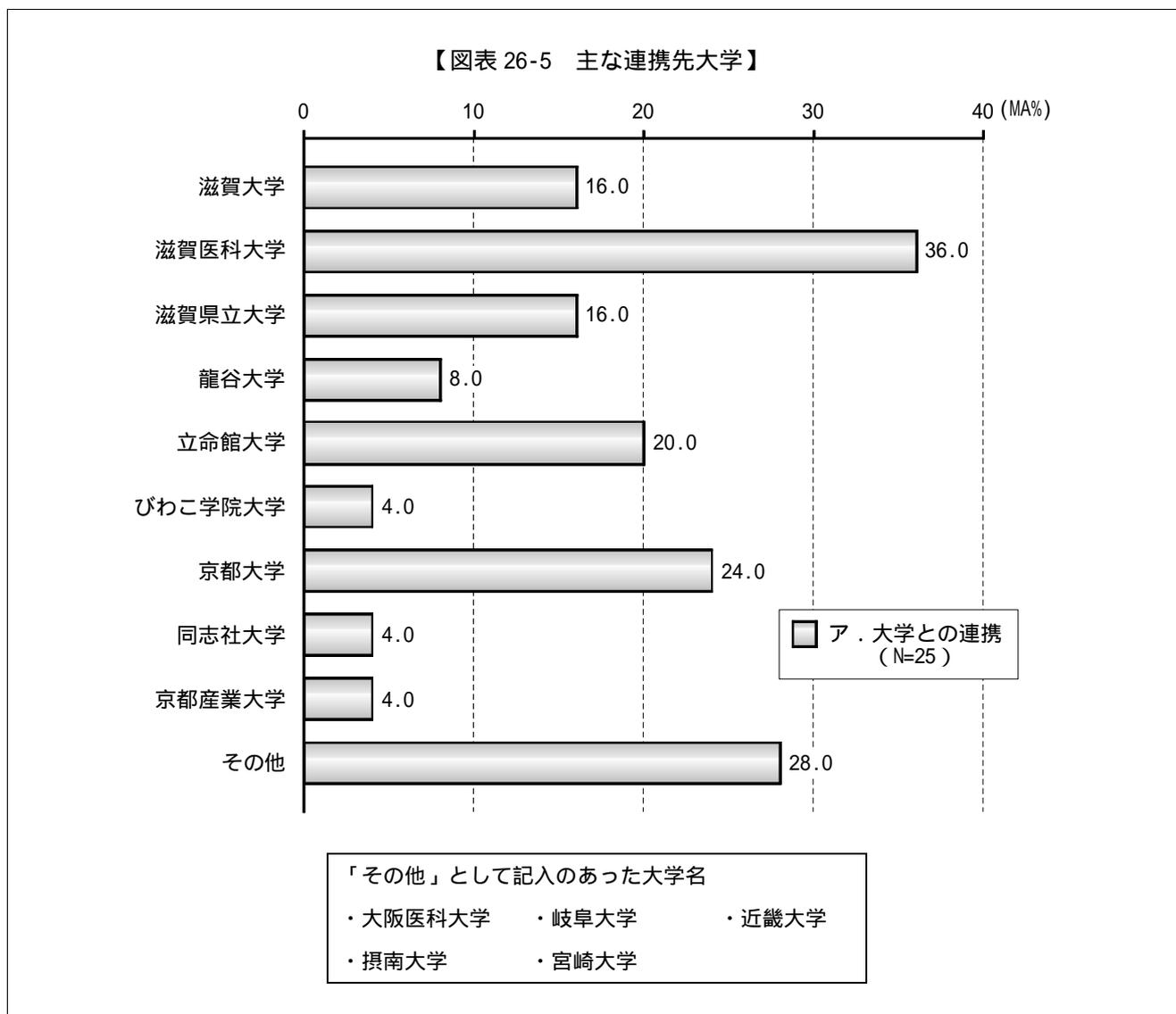


産学官連携を行っている、または行ったことがあるという事業所にその連携の形態をたずねたところ、“ア. 大学との連携”では「技術相談・指導共同研究」、「情報交流」がともに28.0%（7件）“イ. 公的機関との連携”では「情報交流」が32.4%（11件）と、それぞれ最も多くなっている。（図表 26-4）

主な連携先大学

問5(2)

主な連携先大学について、 を記入してください。(複数選択可)



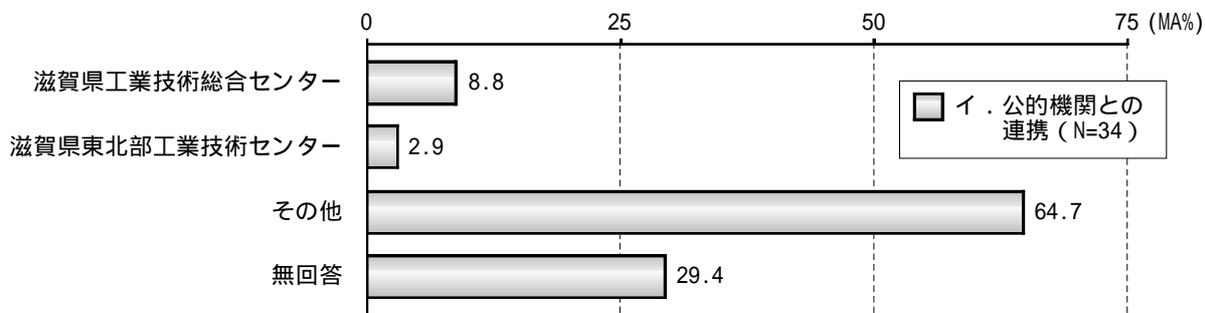
大学との連携を行っている、または行ったことがある事業所にその連携先大学をたずねたところ、「滋賀医科大学」が36.0% (9件)と最も多く、次いで「京都大学」24.0% (6件)、「立命館大学」20.0% (5件) などとなっている。(図表 26-5)

主な連携先公的機関

問5(2)

主な連携先公的機関について、 を記入してください。(複数選択可)

【図表 26-6 主な連携先公的機関】



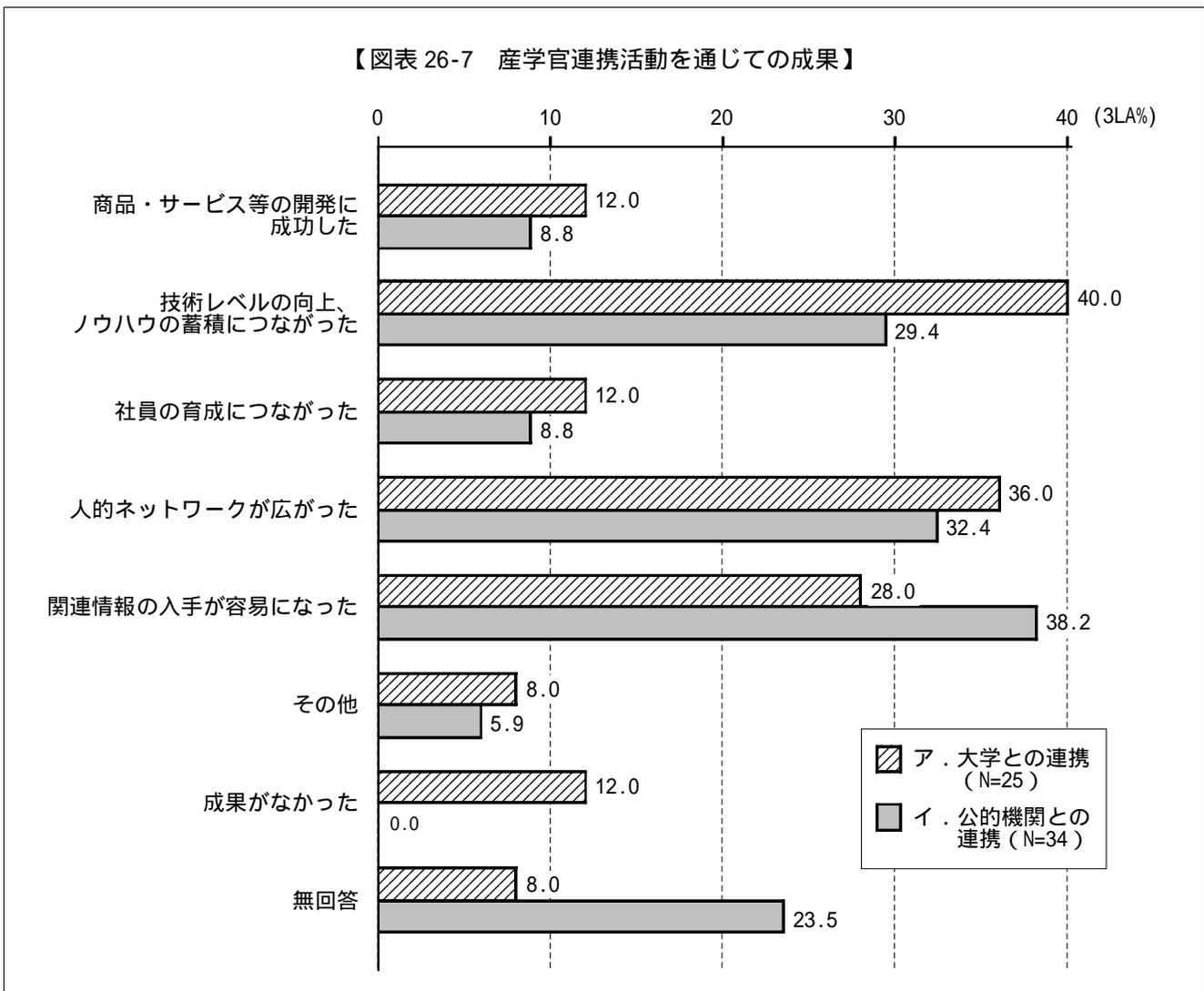
「その他」として記入のあった主な内容

- ・ 大津市水再生センター
- ・ 大津赤十字病院
- ・ 湖北農業農村振興事務所
- ・ (公財)滋賀県産業支援プラザ
- ・ (社福)滋賀県社会福祉協議会
- ・ 東近江市商工会
- ・ 彦根市し尿処理施設
- ・ 長浜市民病院
- ・ 長浜赤十字病院
- ・ 公的病院
- ・ 市役所、役場

公的機関との連携を行っている、または行ったことがある事業所にその連携先機関をたずねたところ、「滋賀県工業技術総合センター」は8.8% (3件)、「滋賀県東北部工業技術総合センター」は2.9% (1件)となっている。(図表 26-6)

(3) 産学官連携活動を通じての成果

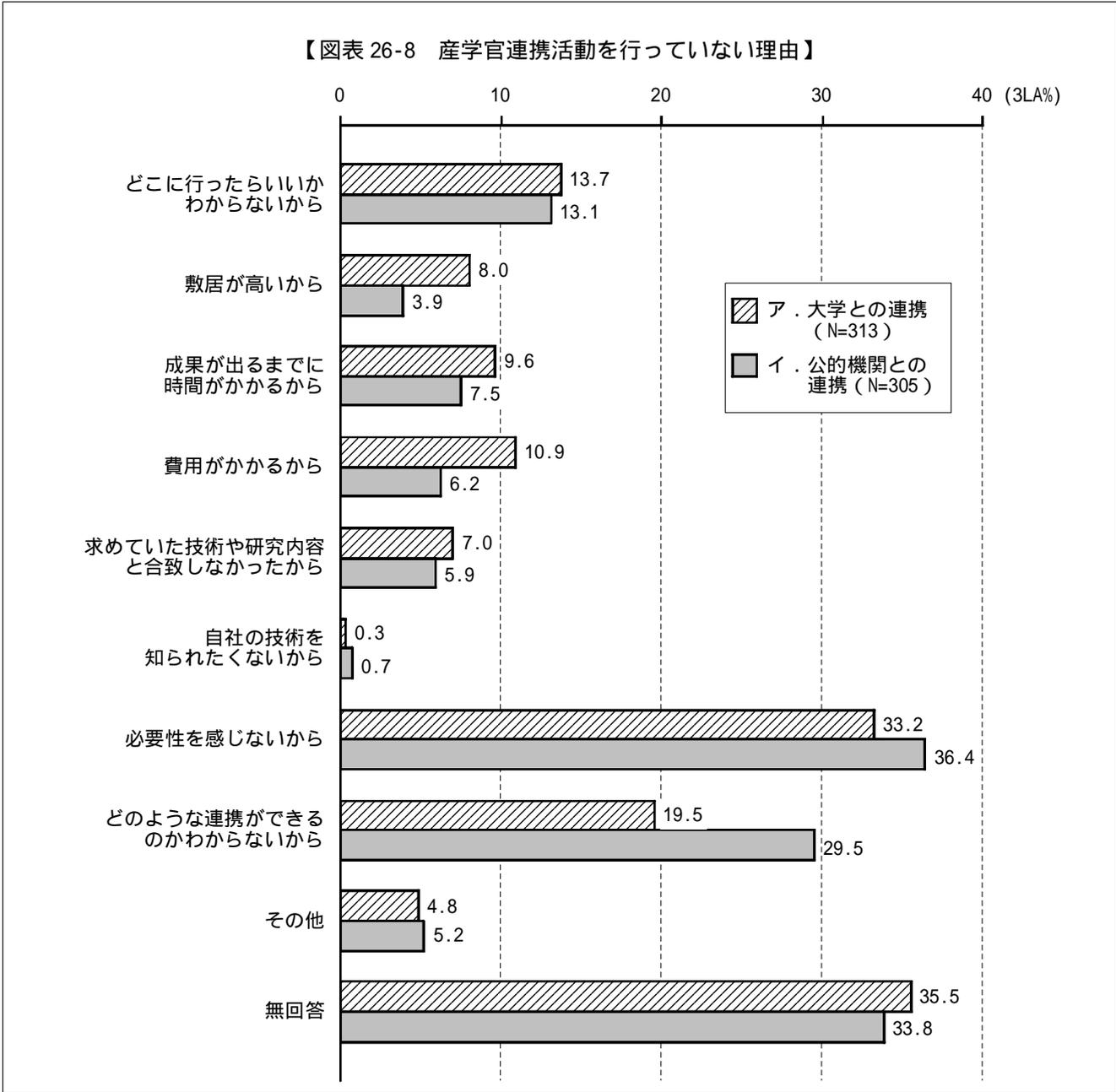
問5(3) (1)「ア.大学との連携」、「イ.公的機関との連携」のいずれかで「1.現在、行っている」または「2.現在、行っていないが、過去には行ったことがある」を選択された方におたずねします。産学官連携活動を行った結果、成果がありましたか(現在行っている場合はその見込み)。成果があった場合は、そのレベルとしてあてはまるものをそれぞれ3つ以内で選択し、番号を()に記入してください。



産学官連携を行っている、または行ったことがあるという事業所に連携活動を通じての成果をたずねたところ、“ア.大学との連携”では「技術レベルの向上、ノウハウの蓄積につながった」が40.0%(10件)、“イ.公的機関との連携”では「関連情報の入手が容易になった」が38.2%(13件)と、それぞれ最も多くなっている。(図表 26-7)

(4) 産学官連携活動を行っていない理由

問5(4) (1) 「ア.大学との連携」、「イ.公的機関との連携」のいずれかで「3.行っていないが、関心がある」、「4.行っておらず、関心もない」を選択された方におたずねします。産学官連携活動を現在行っていない理由は何ですか。あてはまるものをそれぞれ3つ以内で選択し、番号を()に記入してください。



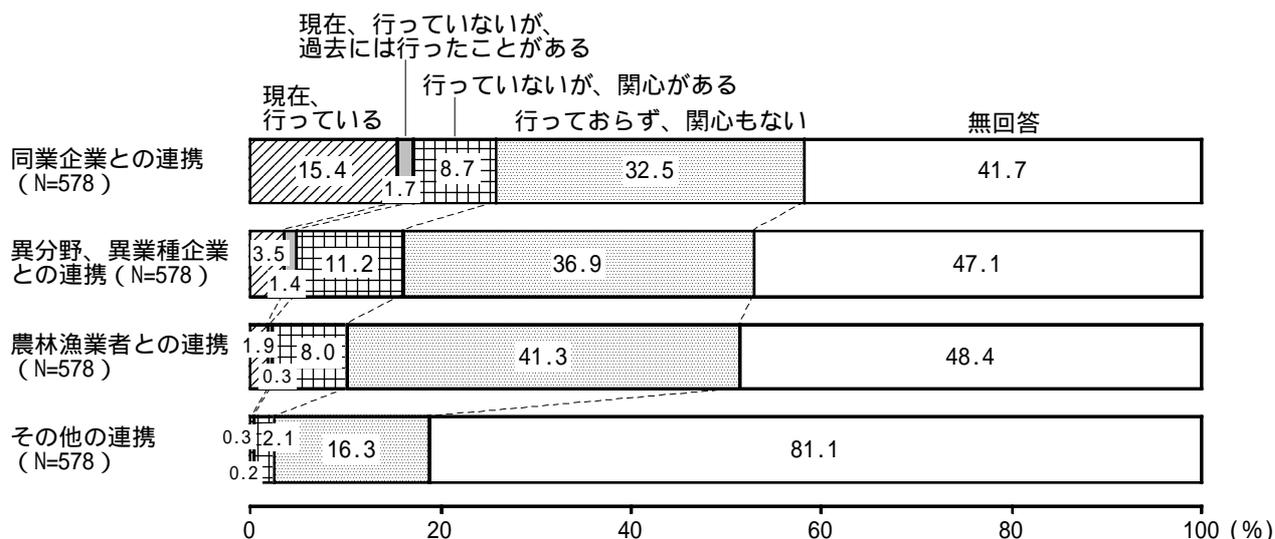
産学官連携活動を行っていないという事業所にその理由をたずねたところ、「ア.大学との連携」、「イ.公的機関との連携」とともに、「必要性を感じないから」が3割台と最も多く、次いで「どのような連携ができるのかわからないから」が約2割~3割などとなっている。(図表 26-8)

7. 企業間連携等について < 問6 >

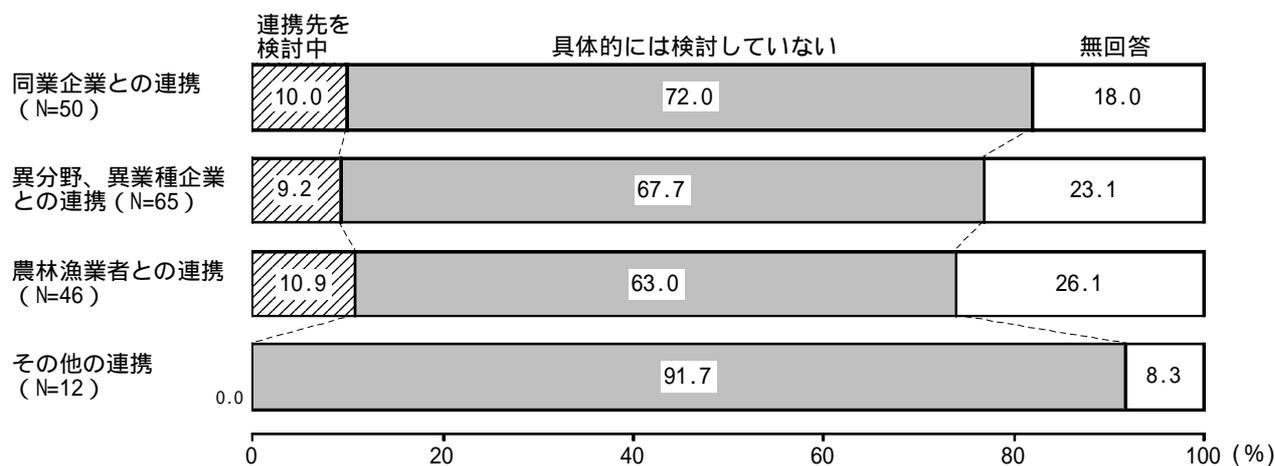
(1) 企業間連携等の実績および関心度

問6(1) 他の企業等との連携の実績および関心について、あてはまるもの1つを選択し、番号を()に記入して下さい。

【図表 27-1 企業間連携等の実績および関心度】



【図表 27-2 企業間連携等についての検討の有無】

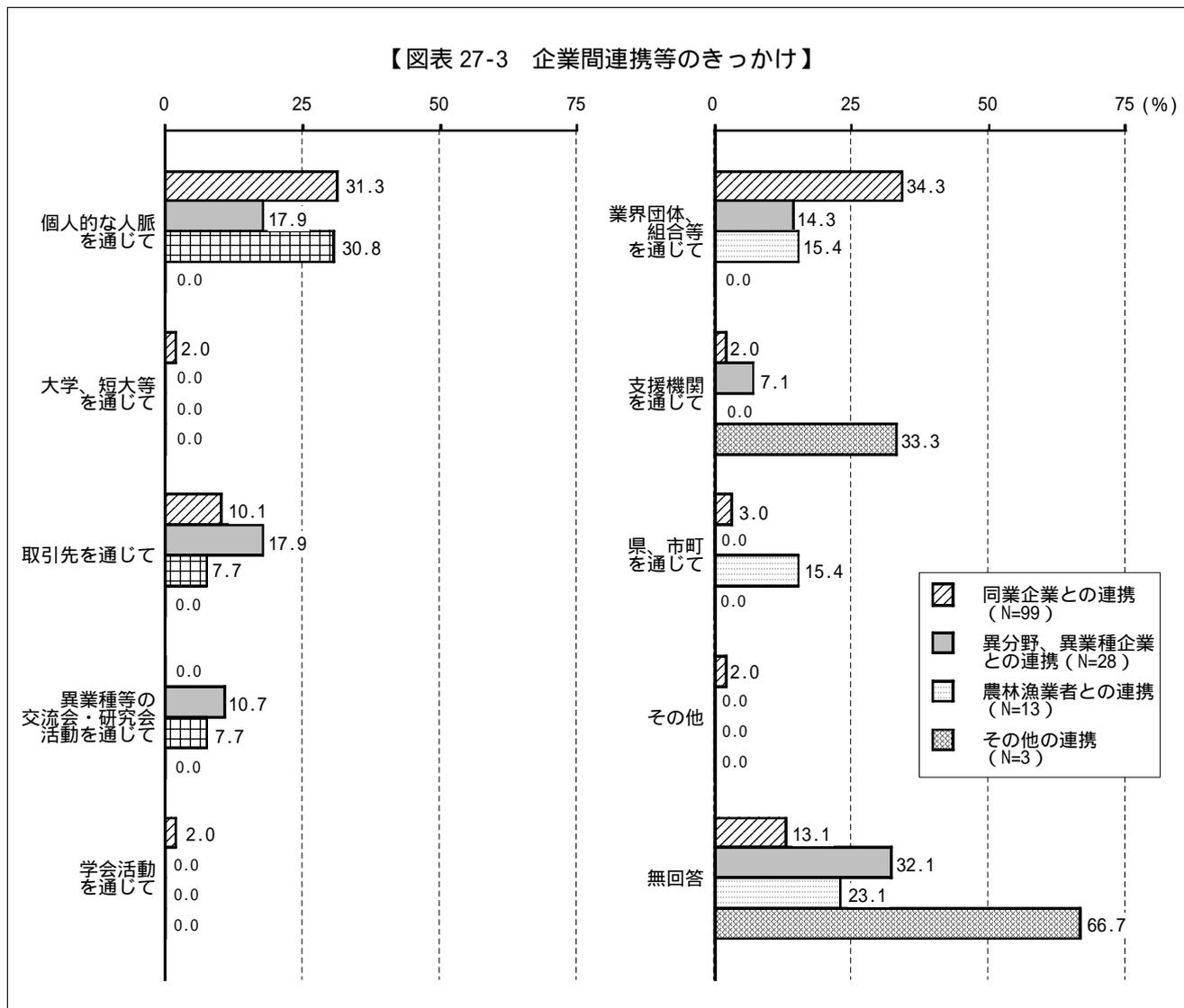


企業間連携の実績および関心度についてたずねたところ、概ねいずれの企業間連携においても「行っておらず、関心もない」が3～4割台を占める。一方、「現在、行っている」が“同業企業との連携”で15.4%と、他の企業間連携に比べて高くなっている。(図表 27-1)

また、「行っていないが、関心がある」と回答した事業所のうち、「連携先を検討中」は、概ねいずれの企業間連携においても1割前後となっている。(図表 27-2)

(2) 企業間連携等のきっかけ

問6(2) (1)で「1.現在、行っている」または「2.現在、行っていないが、過去には行ったことがある」を選択された方におたずねします。連携のきっかけについて、あてはまるもの1つを選択し、番号を()に記入して下さい。

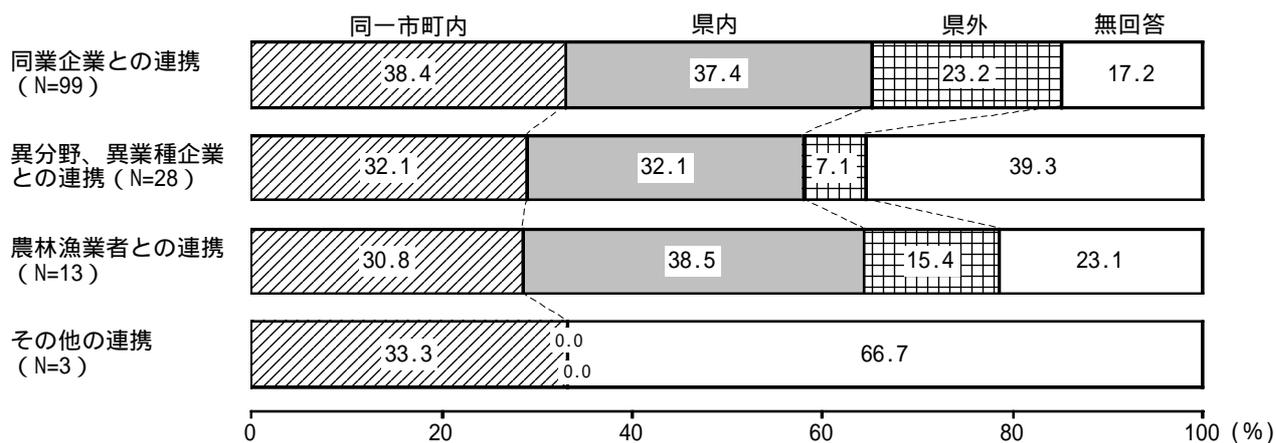


企業間連携等を行っている、または行ったことがあるという事業所にそのきっかけをたずねたところ、“ 同業企業との連携 ” では「業界団体、組合等を通じて」が 34.3%と最も多く、次いで「個人的な人脈を通じて」31.3%、「取引先を通じて」10.1%などとなっている。(図表 27-3)

(3) 企業間連携等における構成メンバーの所在地

問6(3) (1)で「1.現在、行っている」または「2.現在、行っていないが、過去には行ったことがある」を選択された方におたずねします。構成メンバーの所在地について、次の中からあてはまるものすべてに を記入してください。

【図表 27-4 企業間連携等における構成メンバーの所在地】

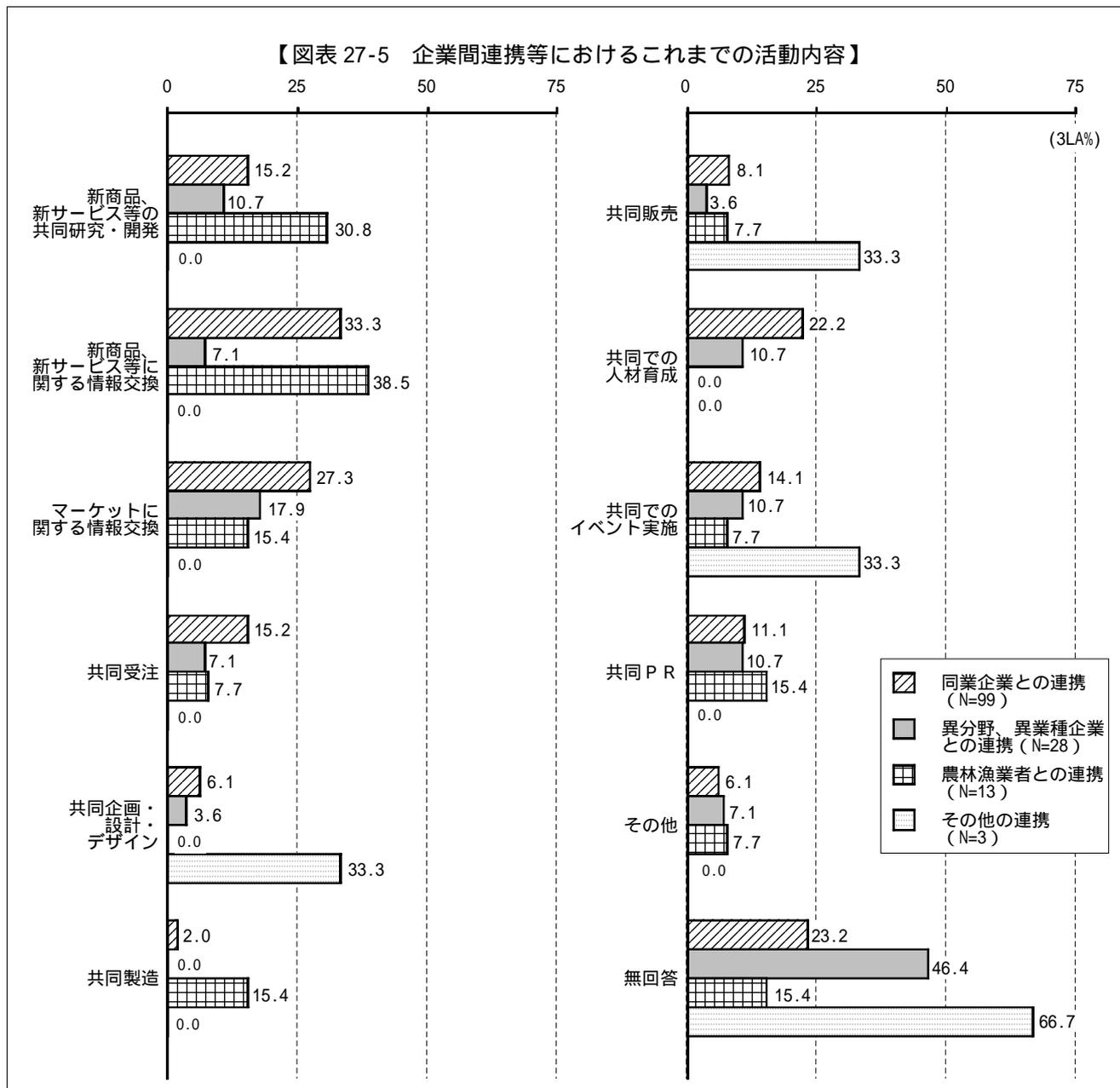


企業間連携等を行っている、または行ったことがあるという事業所に、構成メンバーの所在地をたずねたところ、“同業企業との連携”では「同一市町内」が38.4%、「県内」が37.4%、「県外」が23.2%となっている。(図表 27-4)

(4) 企業間連携等における活動状況

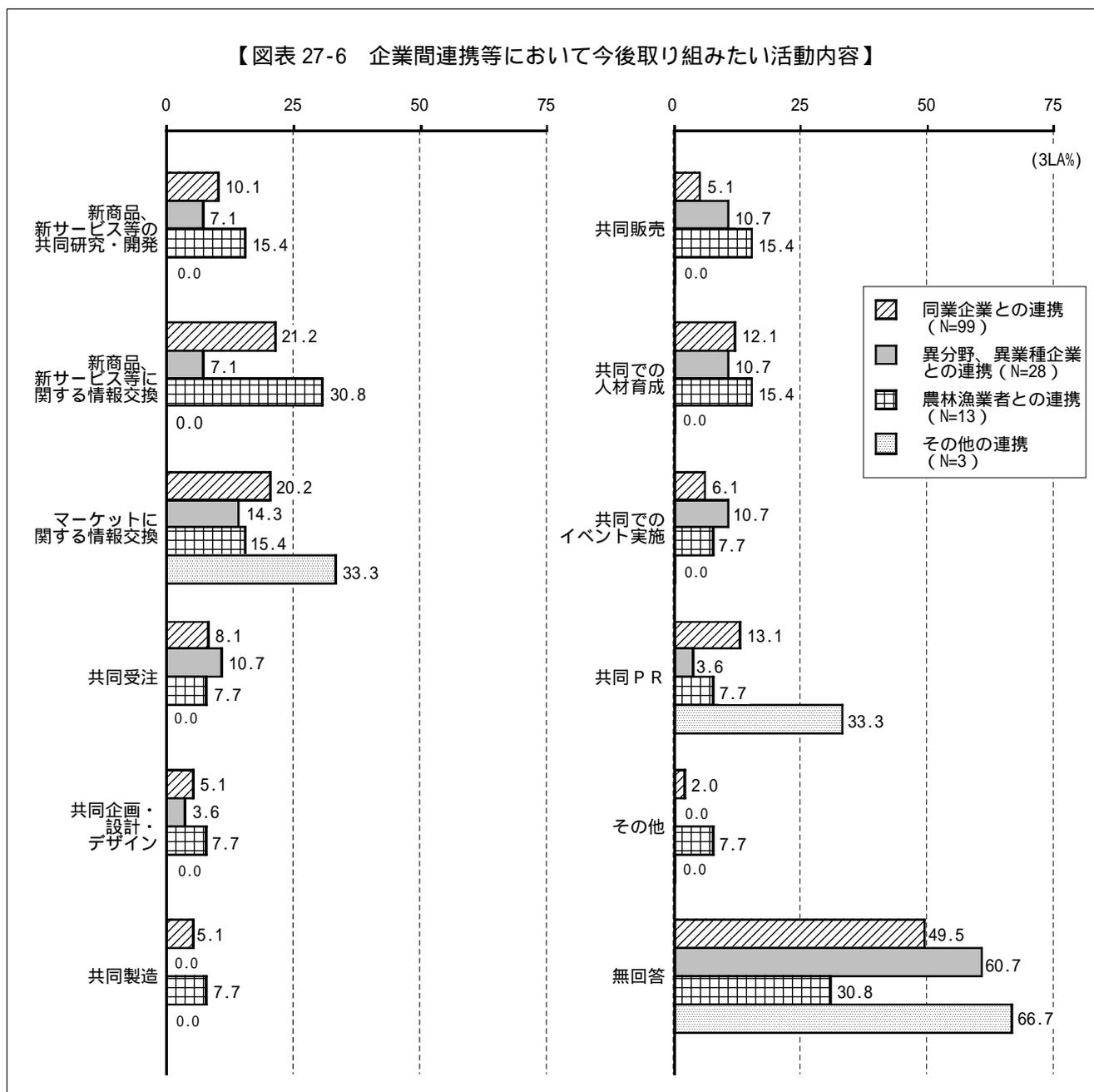
問6(4) (1)で「1.現在、行っている」または「2.現在、行っていないが、過去には行ったことがある」を選択された方におたずねします。そのグループや仲間では、どのような活動を行っていますか(行っていましたか)。また、どのような活動をしたいですか。あてはまるものを3つ以内で選択し、番号を()へ記入してください。

これまでの活動内容



企業間連携等を行っている、または行ったことがあるという事業所に、これまでの活動内容についてたずねたところ、“ 同業企業との連携 ”では「新商品、新サービス等に関する情報交換」が33.3%と最も多く、次いで「マーケットに関する情報交換」27.3%などとなっている。(図表 27-5)

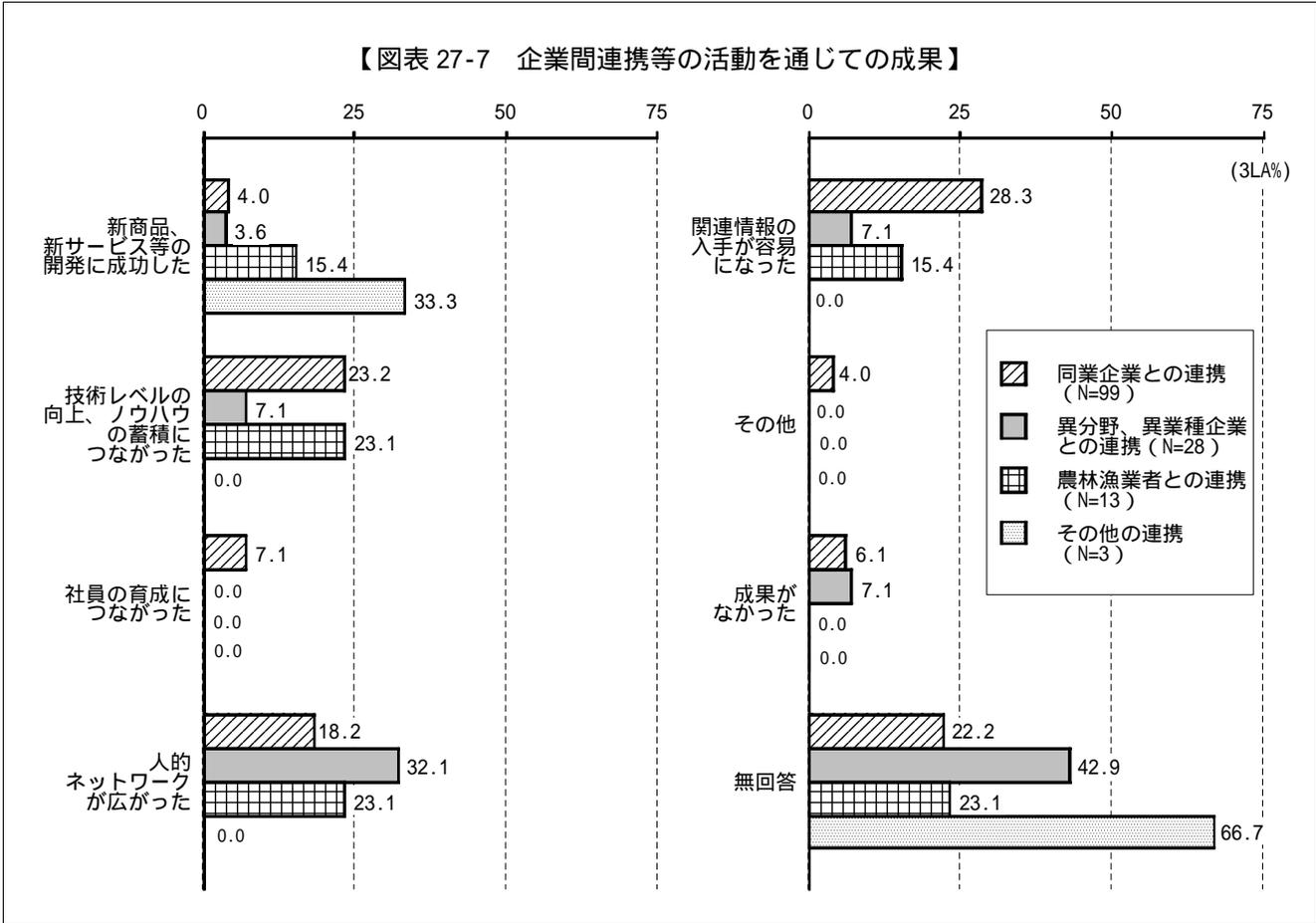
今後取り組みたい活動内容



企業間連携等を行っている、または行ったことがあるという事業所に、今後取り組みたい活動内容についてたずねたところ、“ 同業企業との連携 ”では「新商品、新サービス等に関する情報交換」が21.2%、「マーケットに関する情報交換」が20.2%と多くなっている。(図表 27-6)

(5) 企業間連携等の活動を通じての成果

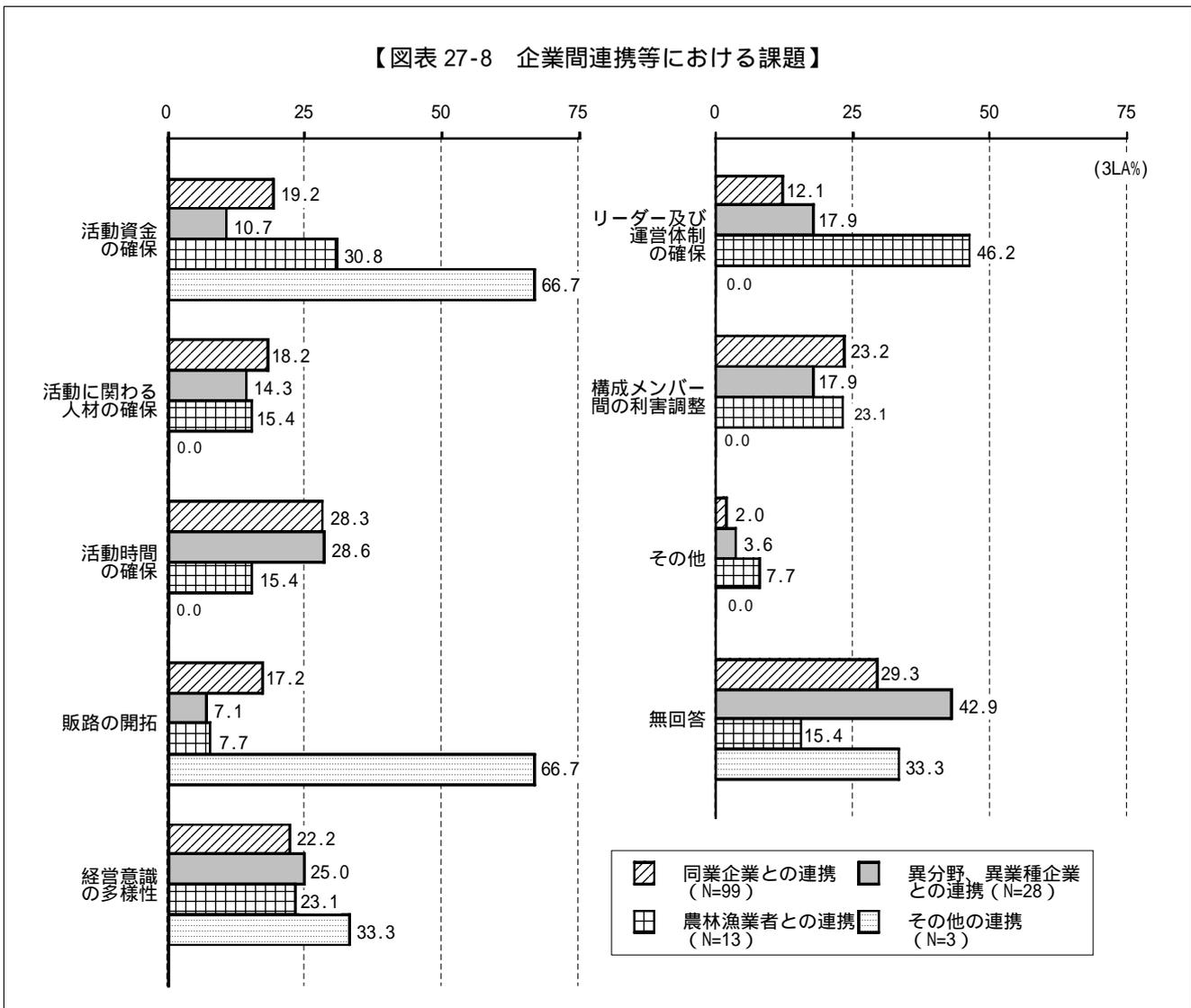
問6(4-1) (1)で「1.現在、行っている」または「2.現在、行っていないが、過去には行ったことがある」を選択された方におたずねします。そのグループや仲間による活動を通じて、成果がありましたか。成果があった場合は、そのレベルとしてあてはまるものを3つ以内で選択し、番号を()へ記入してください。



企業間連携等を行っている、または行ったことがあるという事業所に、活動を通じての成果をたずねたところ、“同業企業との連携”では「関連情報の入手が容易になった」が28.3%と最も多く、次いで「技術レベルの向上、ノウハウの蓄積につながった」23.2%、「人的ネットワークが広がった」18.2%などとなっている。(図表 27-7)

(6) 企業間連携等における課題

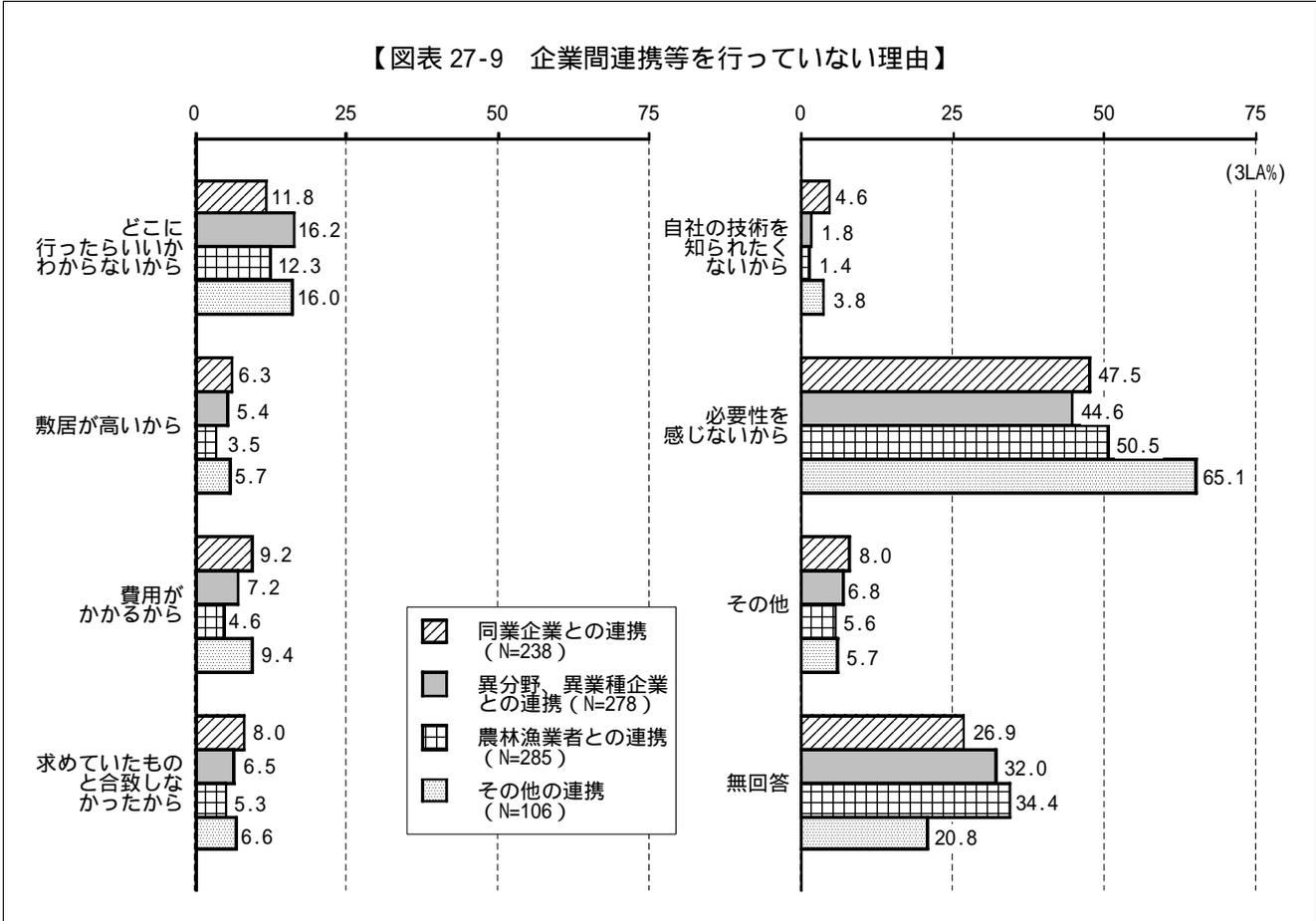
問6(5) (1)で「1.現在、行っている」または「2.現在、行っていないが、過去には行ったことがある」を選択された方におたずねします。企業間連携(共同事業)を行う場合、どのような点が課題となっていますか。あてはまるものを3つ以内で選択し、番号を()へ記入してください。



企業間連携等を行っている、または行ったことがあるという事業所に、連携を行うにあたっての課題をたずねたところ、“同業企業との連携”では「活動時間の確保」が28.3%と最も多く、次いで「構成メンバー間の利害調整」23.2%、経営意識の多様性22.2%などとなっている。(図表 27-8)

(7) 企業間連携等を行っていない理由

問6(6) (1)で「3.行っていないが、関心がある」、「4.行っておらず、関心もない」を選択された方におたずねします。企業間連携等を現在行っていない主な理由は何ですか。あてはまるものを3つ以内で選択し、番号を()へ記入してください。

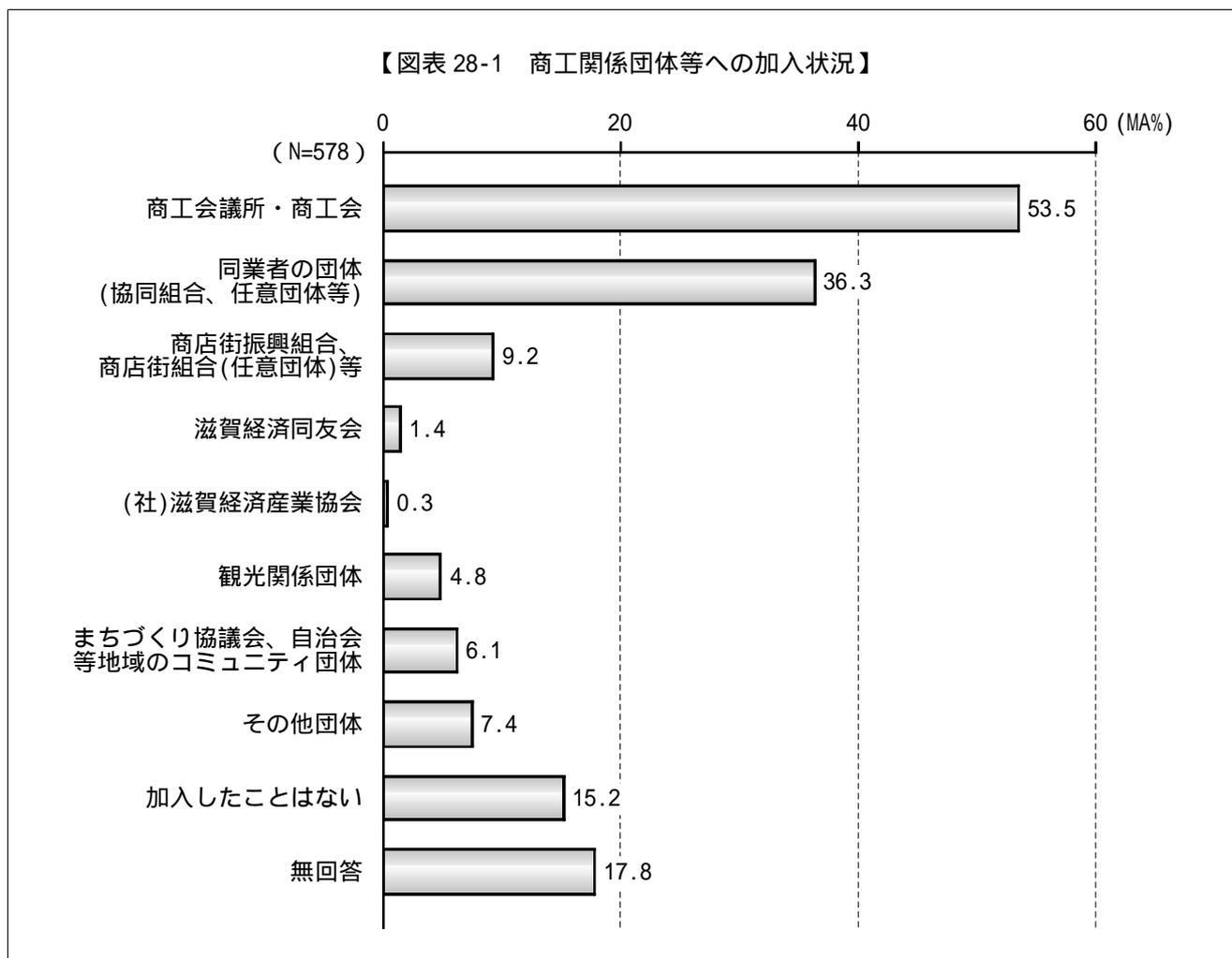


企業間連携等を行っていない事業所にその理由をたずねたところ、いずれの企業間連携においても「必要性を感じないから」が最も多く、4～6割台となっている。一方、これに続くのが「どこに行ったらいいかわからないから」で1割台などとなっている。(図表 27-9)

8. 商工関係団体等での活動について < 問7 >

(1) 商工関係団体等への加入状況

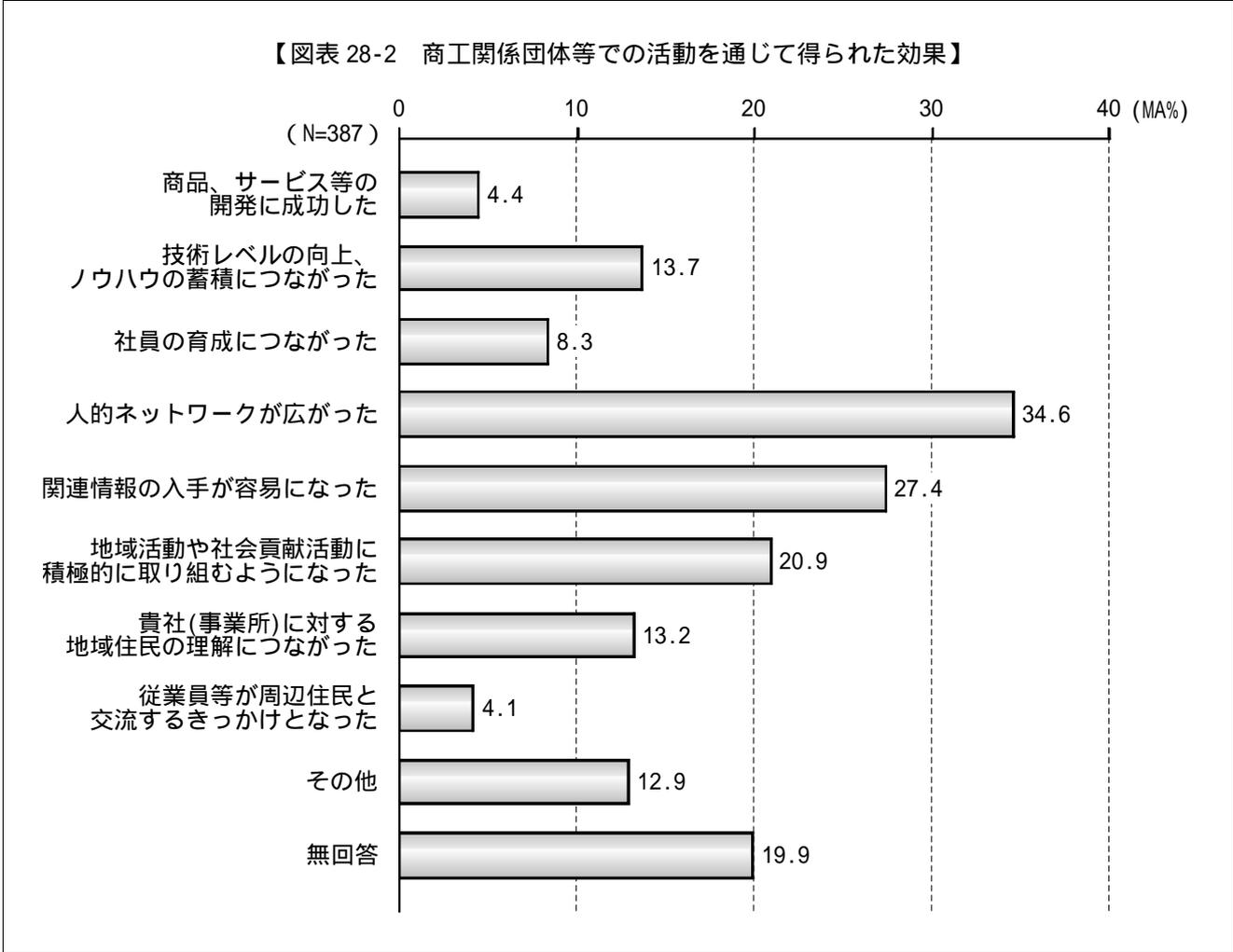
問7(1) 加入されている(していた)団体について、あてはまるもの全てに を記入してください。



加入している(していた)団体についてたずねたところ、「商工会議所・商工会」が53.5%と最も多く、次いで「同業者の団体(協同組合、任意団体等)」36.3%などとなっている。一方、「加入したことはない」が1割台(15.2%)みられる。(図表 28-1)

(2) 商工関係団体等での活動を通じて得られた効果

問7(2) (1)の団体での活動を通じて得られた効果について、次の中からあてはまるものに3つ以内で を記入してください。



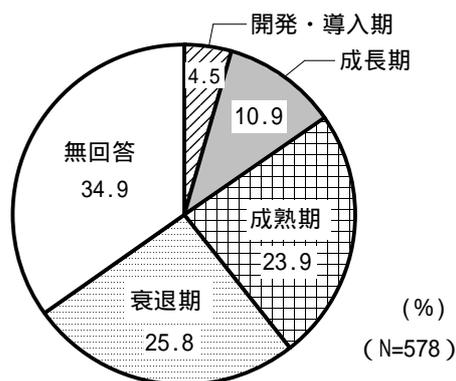
加入団体での活動を通じて得られた効果についてたずねたところ、「人的ネットワークが広がった」が 34.6%と最も多く、次いで「関連情報の入手が容易になった」27.4%、「地域活動や社会貢献活動に積極的に取り組むようになった」20.9%などとなっている。(図表 28-2)

9. 競争力向上に向けての取組みについて < 問 8 >

(1) 主要な商品・サービス等にあてはまるライフサイクル上の段階

問 8 (1) 貴社の主要な商品・サービス等に最もよくあてはまるライフサイクル上の段階について、あてはまるもの1つに を記入してください。

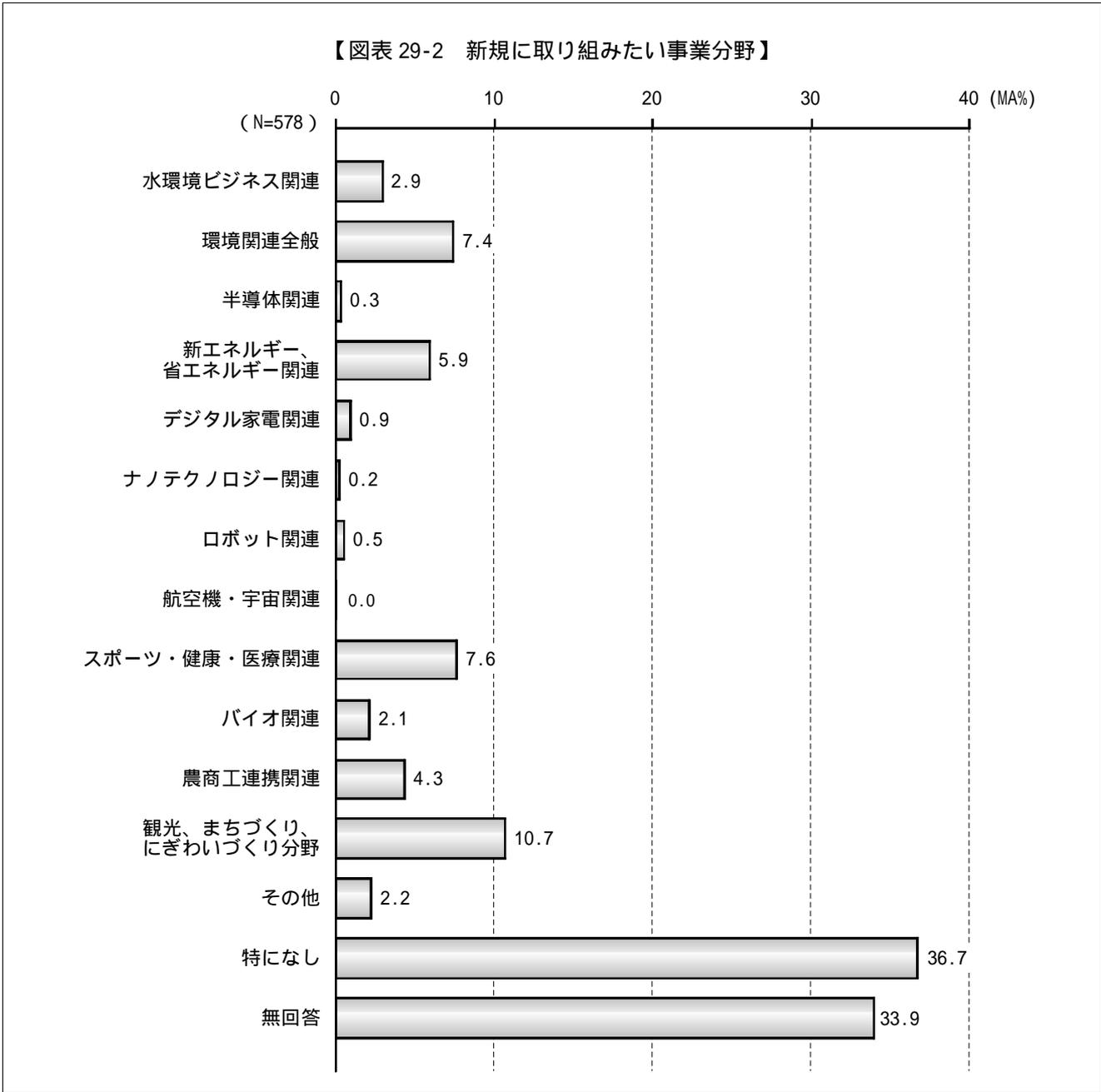
【図表 29-1 主要な商品・サービス等にあてはまるライフサイクル上の段階】



主要な商品・サービス等に最もよくあてはまるライフサイクル上の段階についてたずねたところ、「衰退期」が 25.8%と最も多く、次いで「成熟期」23.9%、「成長期」10.9%、「開発・導入期」4.5%となっている。(図表 29-1)

(2) 新規に取り組みたい事業分野

問8(2) 貴社が新規分野として取り組みたいと考える事業分野について、あてはまるもの全てを記入してください。

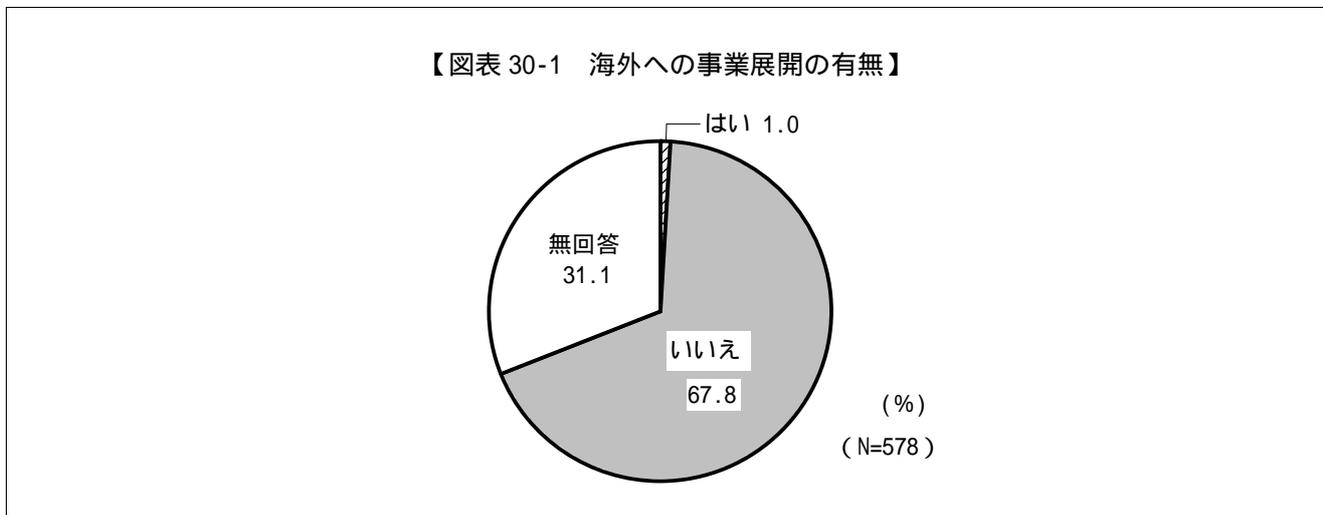


新規分野として取り組みたいと考える事業分野についてたずねたところ、「特になし」が3割台(36.7%)を占める。いずれかの事業分野への取り組みを考えている内訳としては、「観光、まちづくり、にぎわいづくり分野」が10.7%と多く、次いで「スポーツ・健康・医療関連」7.6%、「環境関連全般」7.4%などとなっている。(図表 29-2)

10. 海外への事業展開の状況について <問9>

(1) 海外への事業展開の有無

問9(1) 貴社は海外へ事業展開していますか。あてはまるものに をつけてください。



海外へ事業展開をしているという割合は全体の1.0%となっている。(図表 30-1)

(2) 海外展開の状況

問9(2) (1)で「1.はい」を選択された方におたずねします。海外展開している国名、当該地域で展開した最初の年を()へ具体的に記入し、展開の形態としてあてはまる番号に を記入してください。(重要と考えている国3カ国以内)

【図表 30-2 海外展開の状況】

	中国	台湾	インドネシア	ニュージーランド	計	国・地域名 (N=6)	進出事業所数に占める割合
1990年代	0	0	1	0	1	中国	33.3%
2000年代	1	2	0	1	4	台湾	33.3%
2010年代	0	0	0	0	0	インドネシア	16.7%
無回答	1	0	0	0	1	ニュージーランド	16.7%
計	2	2	1	1	6		

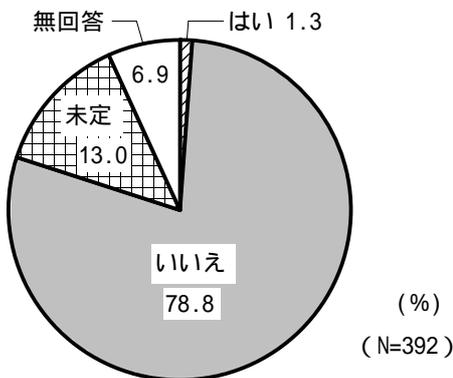
2010年代は2010年および2011年

回答のあった事業所の海外への事業展開については、全体で6件となっている。(図表 30-2)

(3) 今後5年以内における海外展開に対する意向

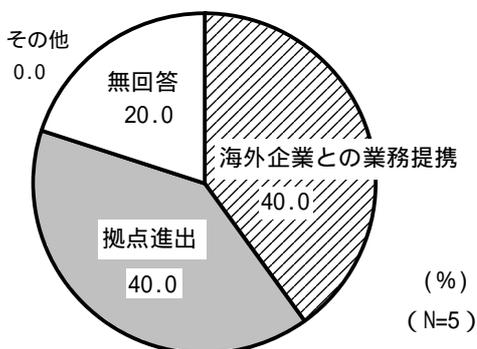
問9(3) (1)で「2.いいえ」を選択された方におたずねします。今後5年以内に海外展開の意向はありますか。最も可能性が高いと考えるもの1つに を記入してください。

【図表 30-3 今後5年以内における海外展開に対する意向】



< 「1.はい」と回答 >

【図表 30-4 海外展開の形態】



< 「2.いいえ」と回答 >

【図表 30-5 海外展開しない理由 (主な意見)】

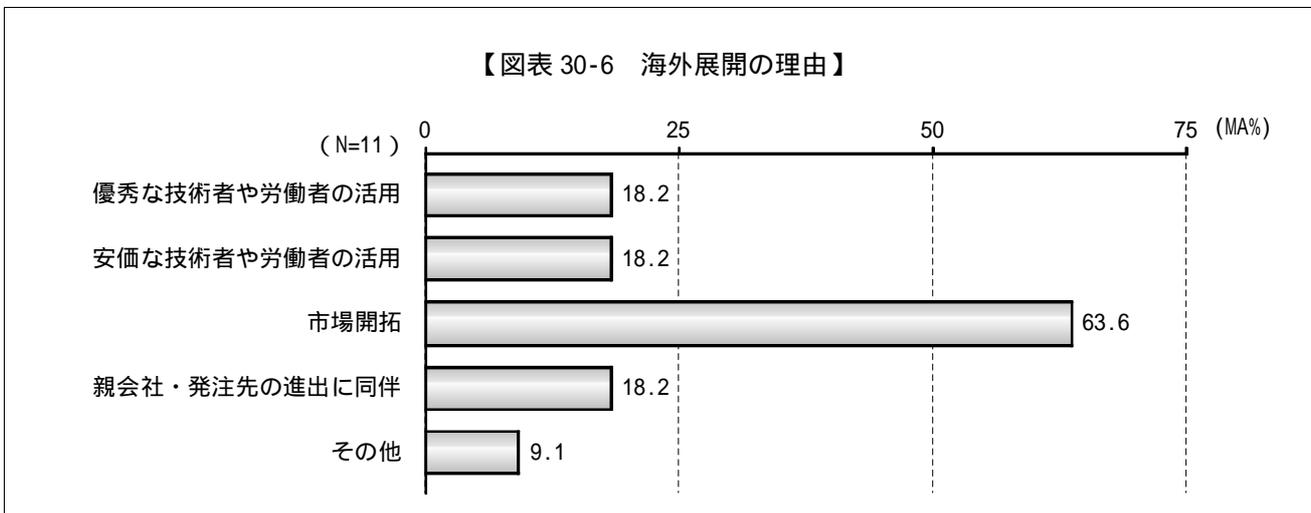
- 海外展開するような業種ではない
- 高齢のため
- 必要性を感じない
- 資金的に無理
- 人材不足
- メリットがない
- どうしてよいか分からない
- マーケットが乏しい

海外へは事業展開していないという事業所のうち、今後5年以内に海外展開の意向があるという割合は全体の1.3%に対し、意向なしが8割弱(78.8%)を占める。(図表30-3)

海外展開の意向があるという事業所にその形態をたずねたところ、「海外企業との業務提携」、「拠点進出」とともに40.0%(2件)となっている。(図表30-4)

(4) 海外展開の理由

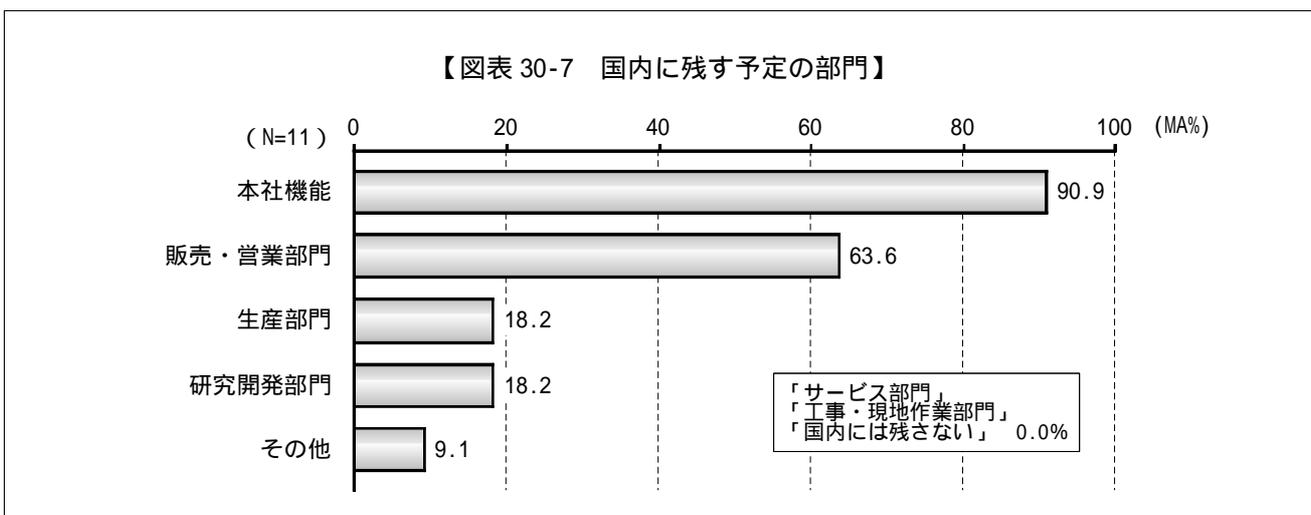
問9(4) (1)または(3)で「はい」を選択された方におたずねします。その海外展開(予定も含む)の理由について、あてはまるものに を記入してください。



現在海外展開している、または今後意向があるという事業所に、その理由をたずねたところ、「市場開拓」が63.6%(7件)と最も多くなっている。(図表 30-6)

(5) 国内に残す予定の部門

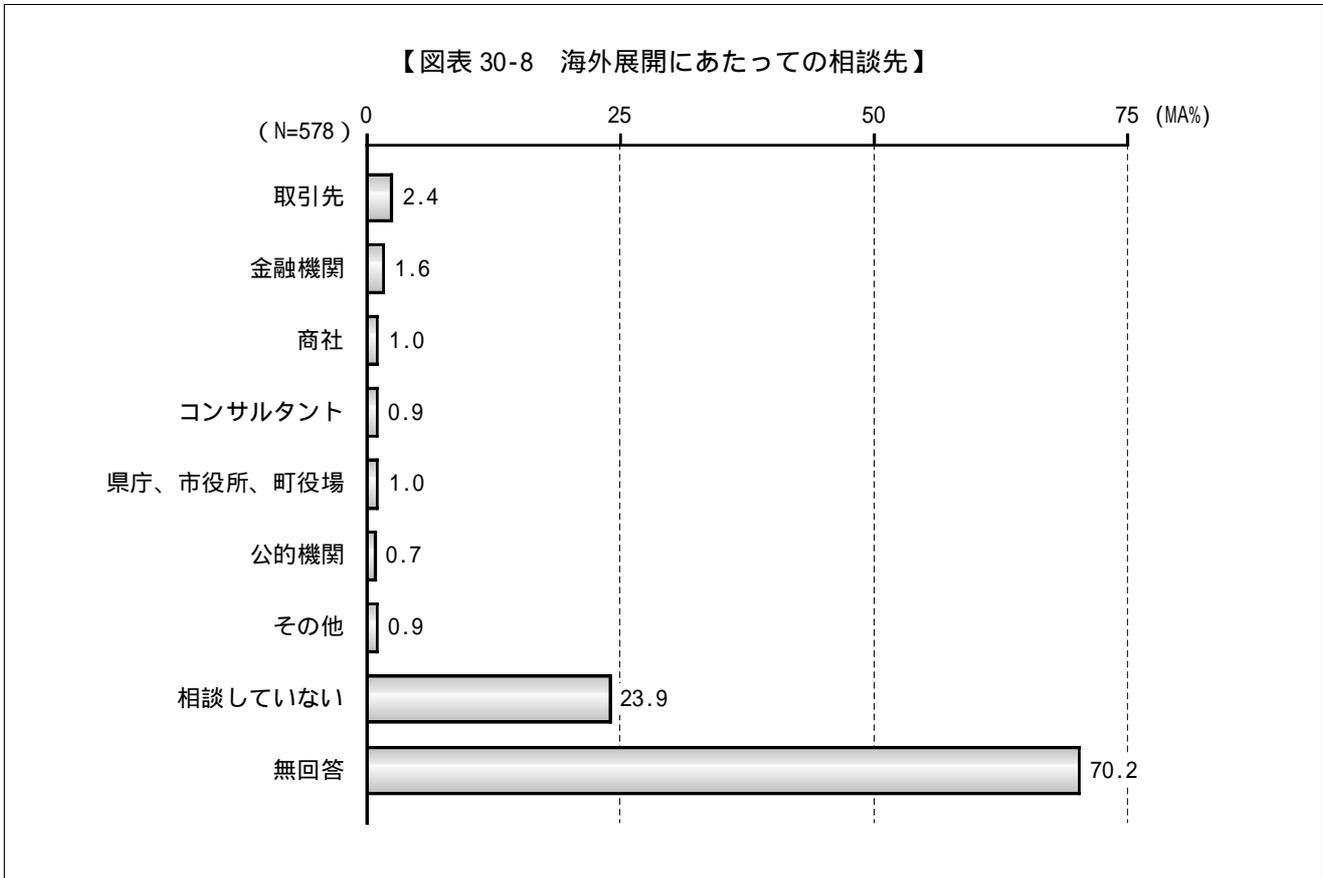
問9(5) (1)または(3)で「はい」を選択された方におたずねします。
 今後の予定として、国内にはどの部門を残す予定ですか、あてはまるものすべてに を記入してください。



現在海外展開している、または今後意向があるという事業所に、今後国内に残す予定の部門についてたずねたところ、「本社機能」が90.9%(10件)と最も多くなっている。(図表 30-7)

(6) 海外展開にあたっての相談先

問9(6) 海外展開にあたっての相談先について、あてはまるものすべてに を記入してください。

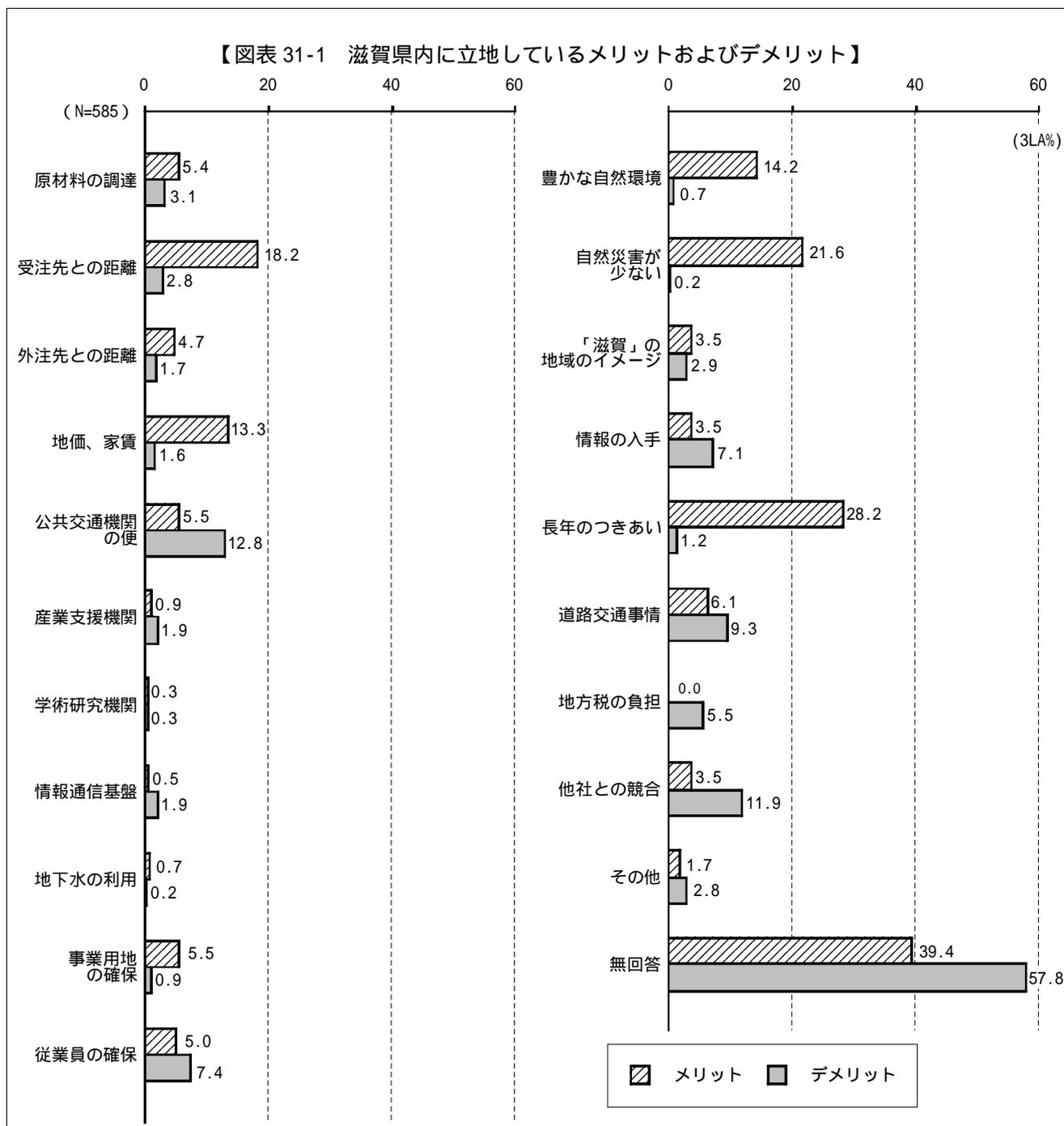


海外展開にあたっての相談先についてたずねたところ、「相談していない」が 23.9%などとなっている。(図表 30-8)

11.立地について <問10>

(1) 滋賀県内に立地しているメリットおよびデメリット

問10(1) 滋賀県内に立地している メリット、 デメリットについて、次の中からあてはまるものをそれぞれ3つ以内で選択し、番号を()に記入してください。



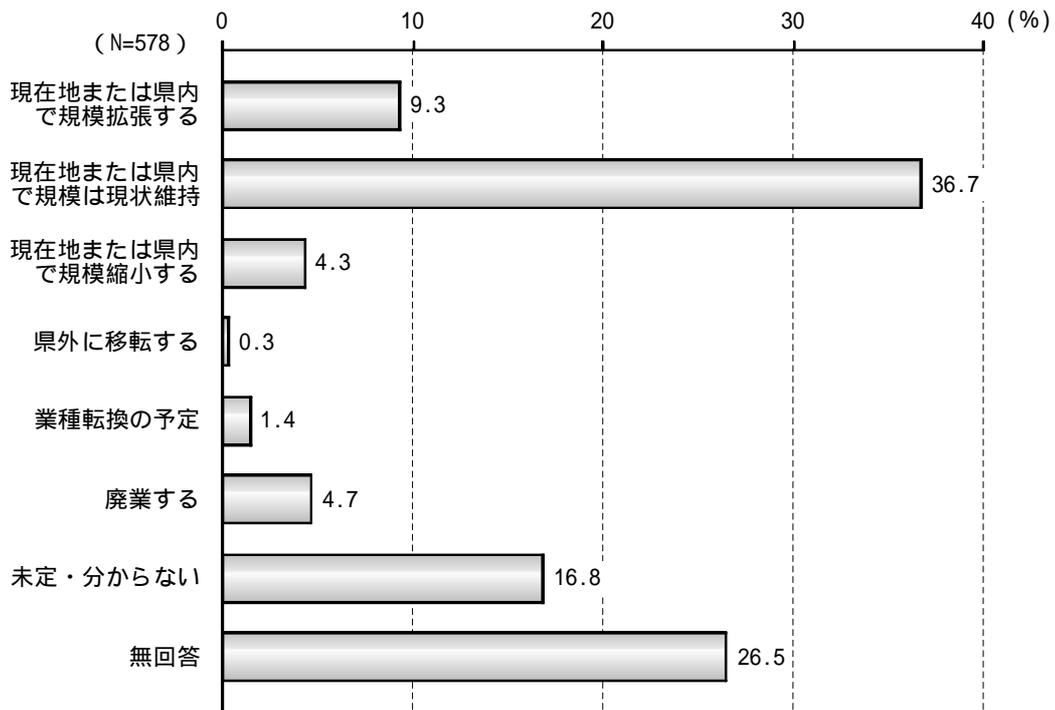
滋賀県内に立地しているメリットをたずねたところ、「長年のつきあい」が 28.2%と最も多く、次いで「自然災害が少ない」21.6%、「受注先との距離」18.2%などとなっている。

一方、デメリットとしては、「公共交通機関の便」が 12.8%と最も多く、次いで「他社との競合」11.9%、「道路交通事情」9.3%などとなっている。(図表 31-1)

(2) 今後の事業拠点に対する意向

問 10(2) 今後の事業の拠点について、どのようにお考えですか。あてはまるもの1つに を記入してください。

【図表 31-2 今後の事業拠点に対する意向】

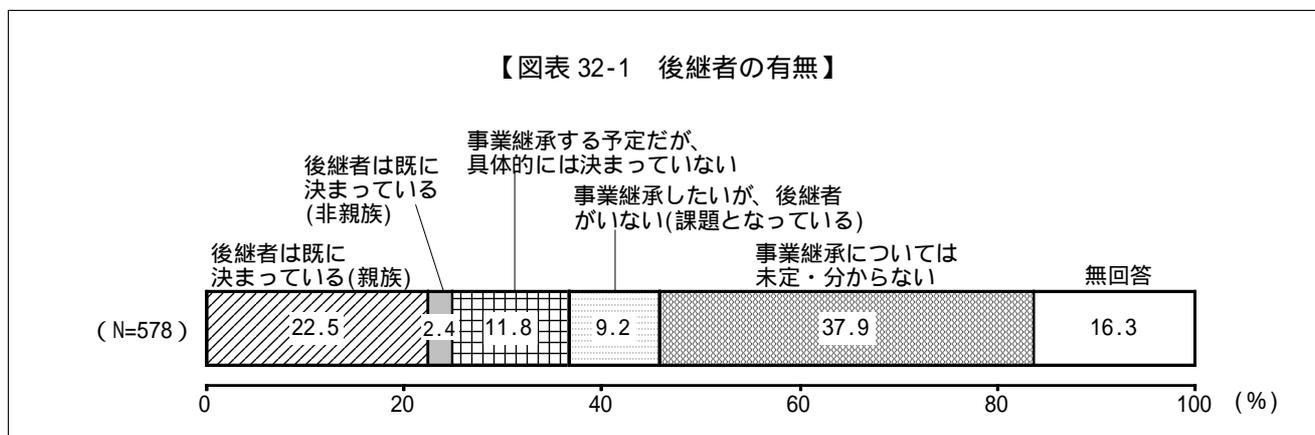


今後の事業拠点について、どのように考えているかたずねたところ、「現在地または県内で規模は現状維持」が42.7%と最も多い。一方「未定・分からない」が25.8%と次いで多くなっている。(図表 31-2)

12. 後継者問題について <問 11>

(1) 後継者の有無

問 11(1) 後継者について、あてはまるもの1つに を記入してください。

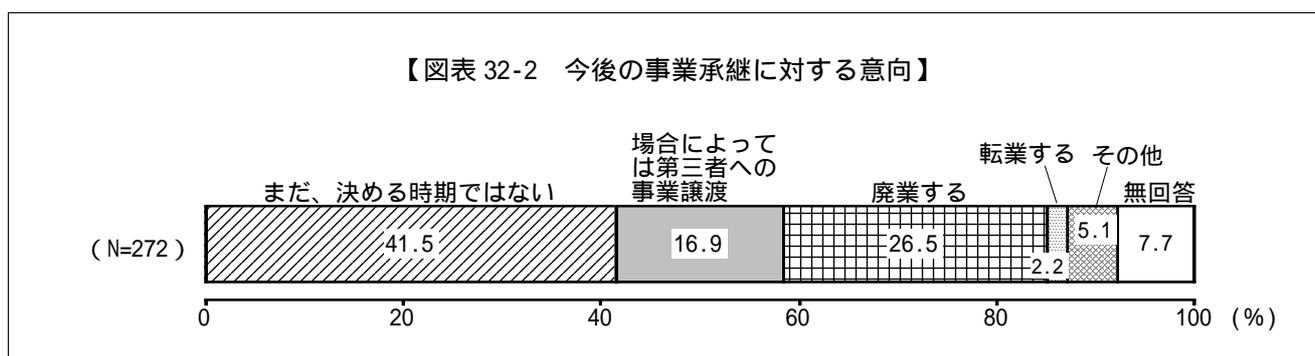


後継者の有無についてたずねたところ、「事業継承については未定・分からない」が 37.9%と最も多く、次いで「後継者は既に決まっている(親族)」22.5%、「事業継承する予定だが、具体的には決まっていない」11.8%などとなっている。(図表 32-1)

(2) 今後の事業承継に対する意向

問 11(2) (1)で「4. 事業継承したいが、後継者がいない」もしくは「5. 事業継承については未定・分からない」を選択された方におたずねします。

今後の事業承継について、あてはまるもの1つに を記入してください。

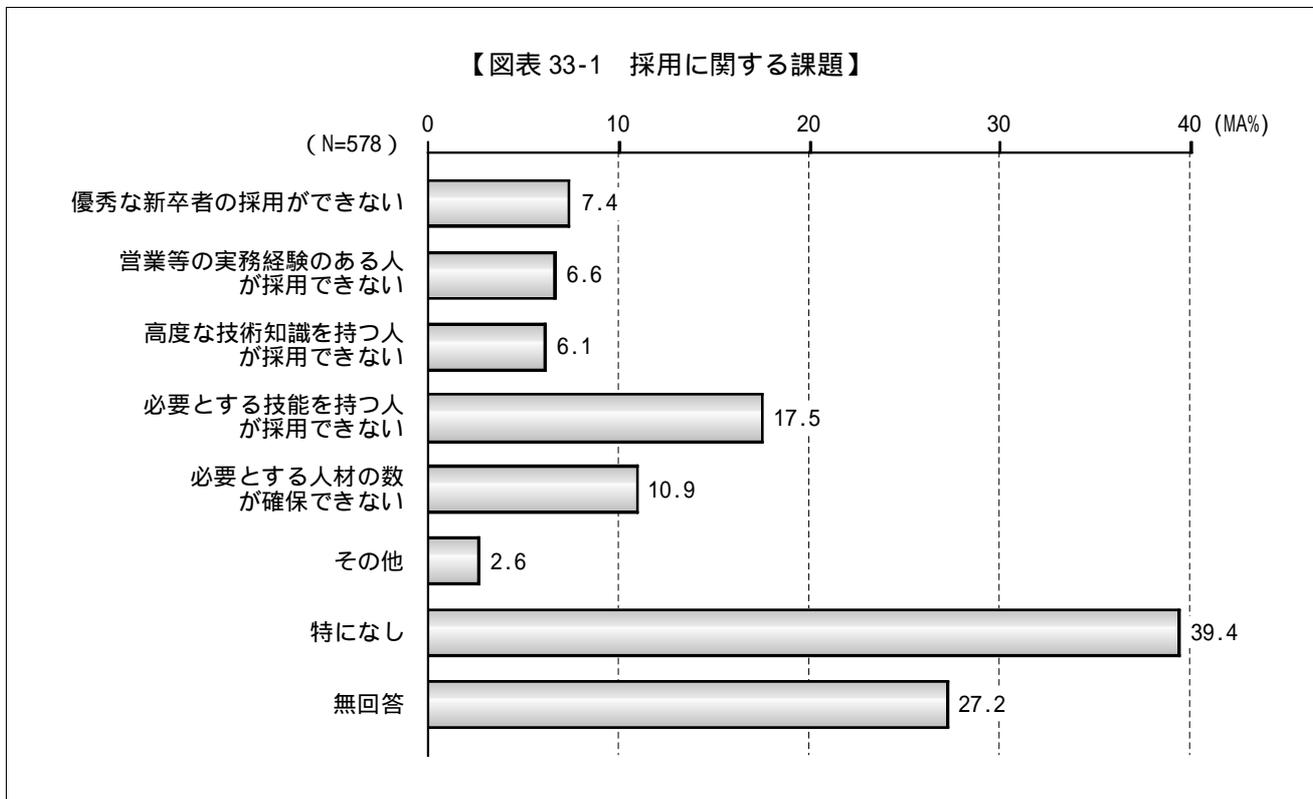


後継者がいない、または事業継承は未定という事業所に、今後の意向をたずねたところ、「まだ決める時期ではない」が 41.5%と最も多く、次いで「廃業する」26.5%、「場合によっては第三者への事業譲渡」16.9%などとなっている。(図表 32-2)

13. 人材の確保・育成について <問12>

(1) 採用に関する課題

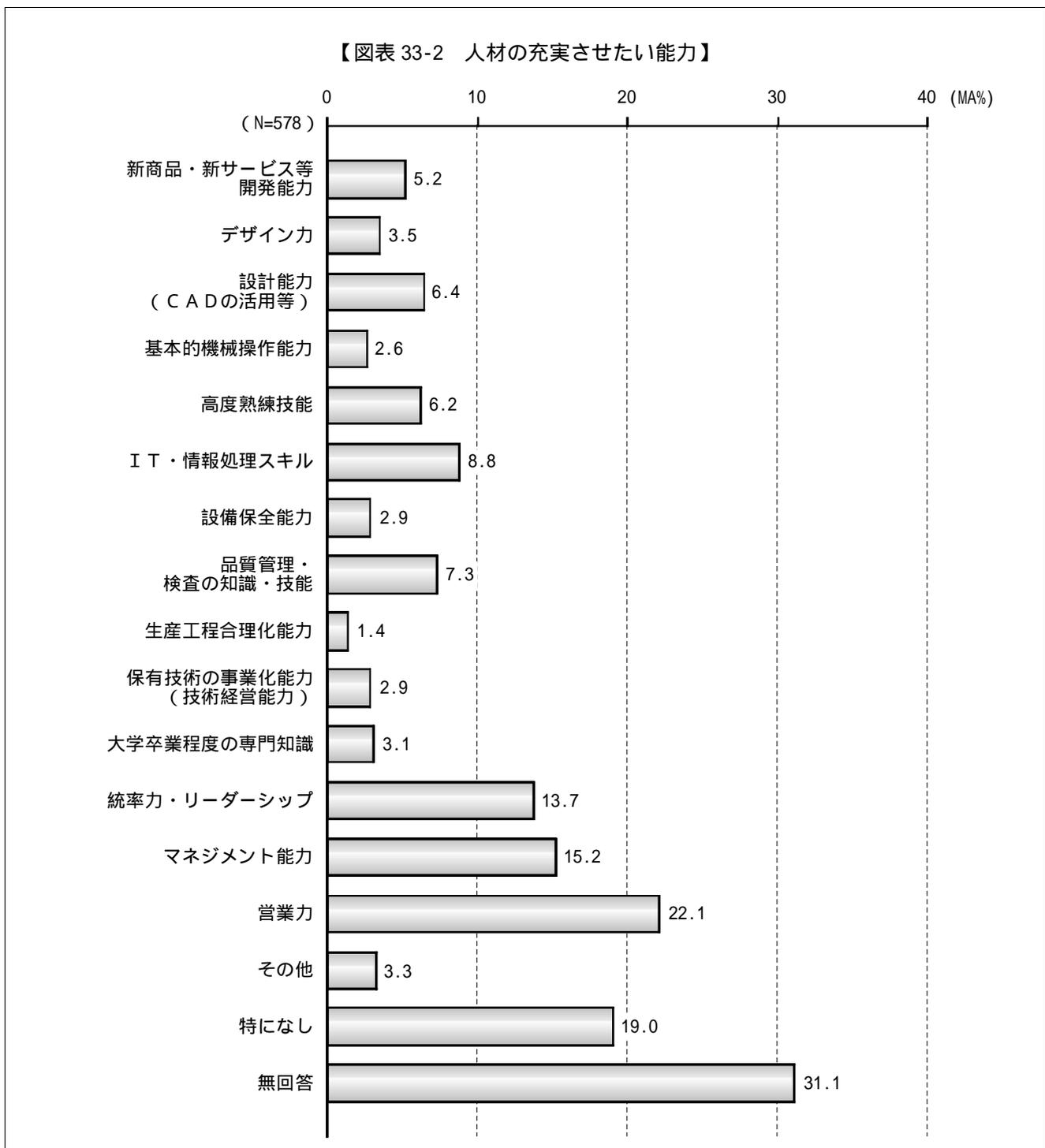
問12(1) 採用に関する課題について、あてはまるもの全てに を記入してください。



採用に関する課題についてたずねたところ、「特になし」が約4割（39.4%）を占める。いずれかの課題があると回答した内訳としては、「必要とする技能を持つ人が採用できない」が17.5%と多く、次いで「必要とする人材の数が確保できない」10.9%などとなっている。（図表 33-1）

(2) 人材の充実させたい能力

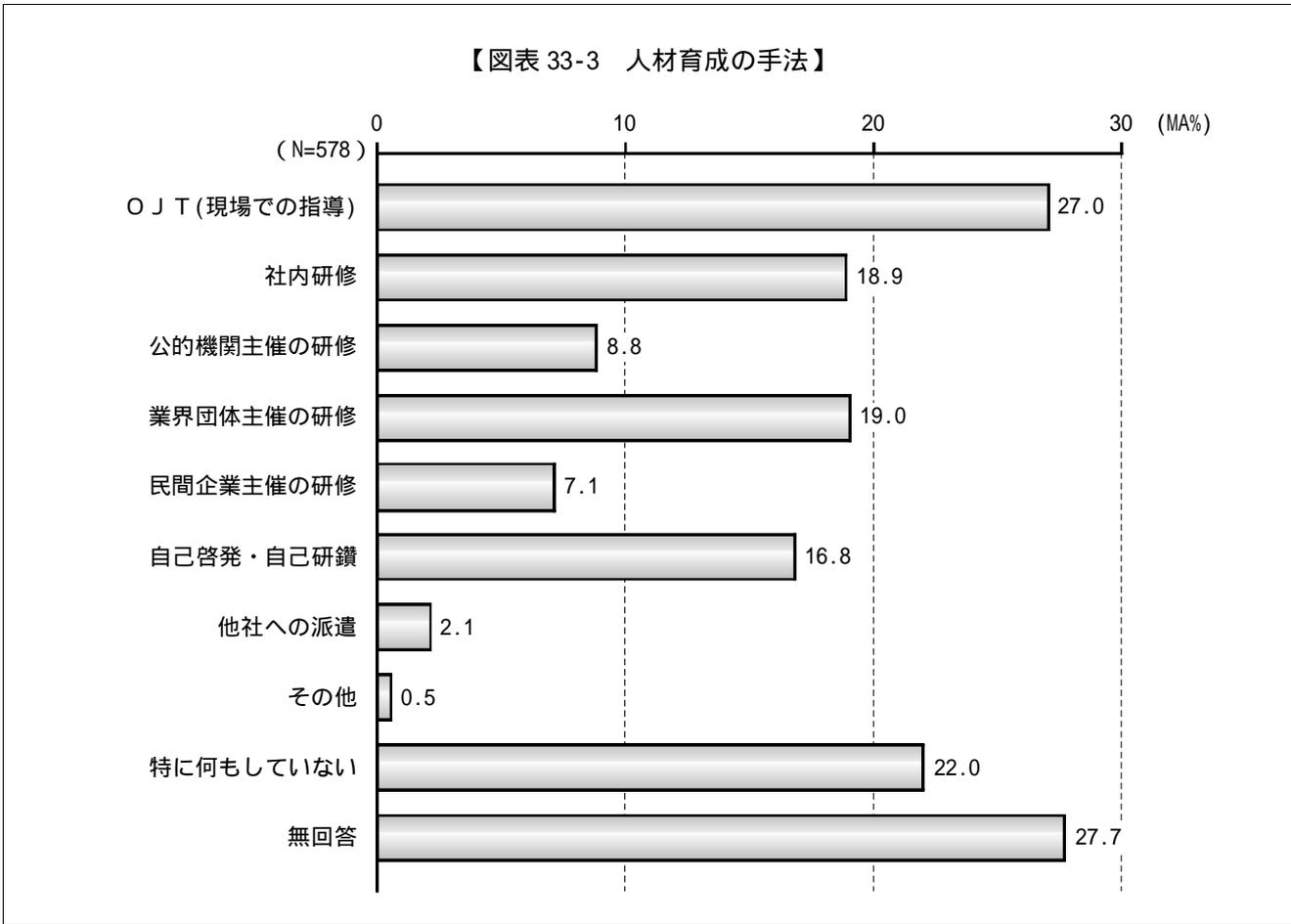
問 12(2) 貴社の人材の充実させたい能力について、あてはまるもの全てに を記入してください。



人材の充実させたい能力についてたずねたところ、「営業力」が 22.1%と最も多く、次いで「マネジメント能力」15.2%、「統率力・リーダーシップ」13.7%などとなっている。一方、「特になし」が 19.0%みられる。(図表 33-2)

(3) 人材育成の手法

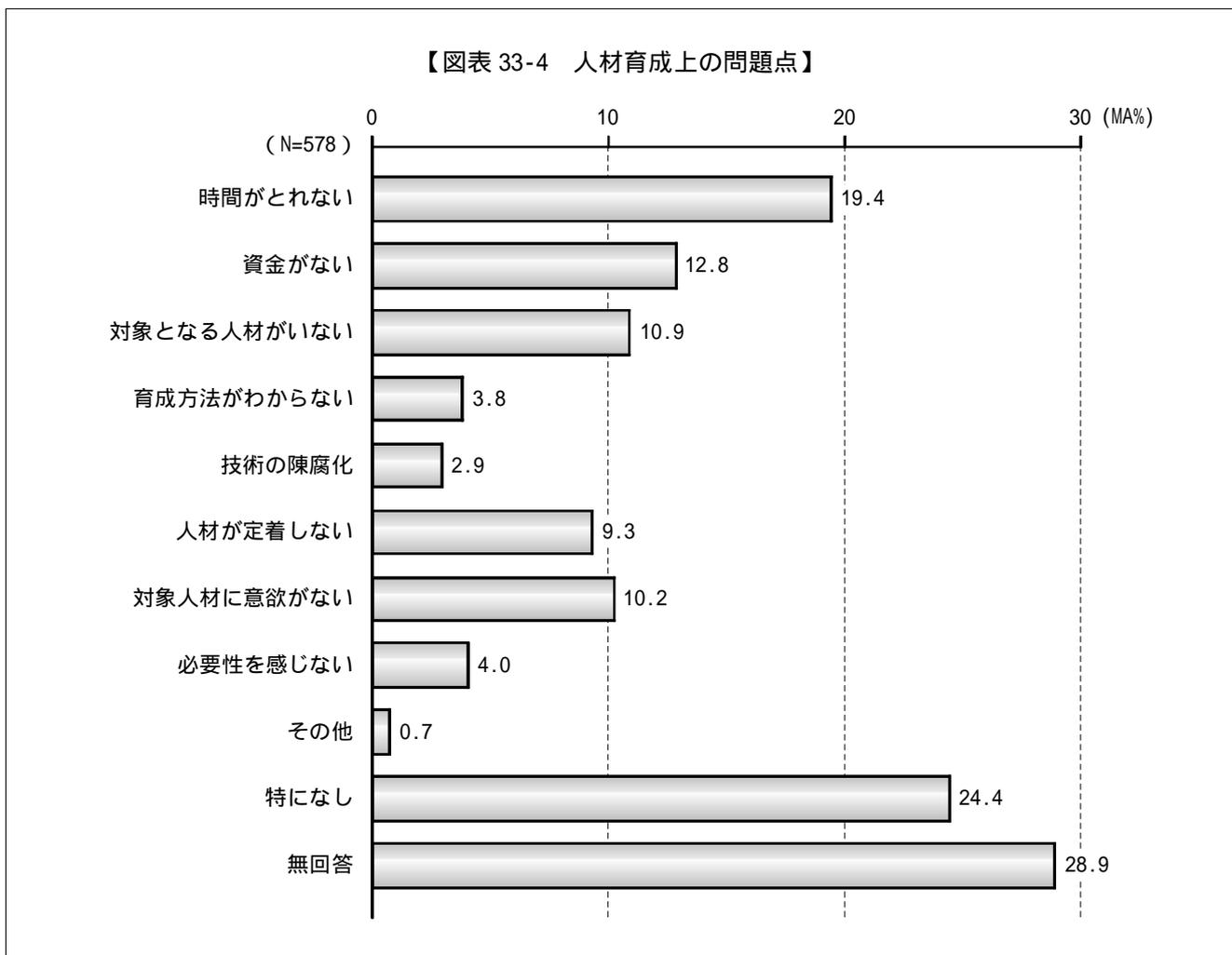
問 12(3) 貴社の人材育成の手法について、あてはまるもの全てに を記入してください。



人材育成の手法についてたずねたところ、「OJT(現場での指導)」が27.0%と最も多く、次いで「業界団体主催の研修」19.0%、「社内研修」18.9%などとなっている。一方、「特に何もしていない」が22.0%みられる。(図表 33-3)

(4) 人材育成上の問題点

問 12(4) 人材育成上の問題点について、あてはまるもの全てに を記入してください。

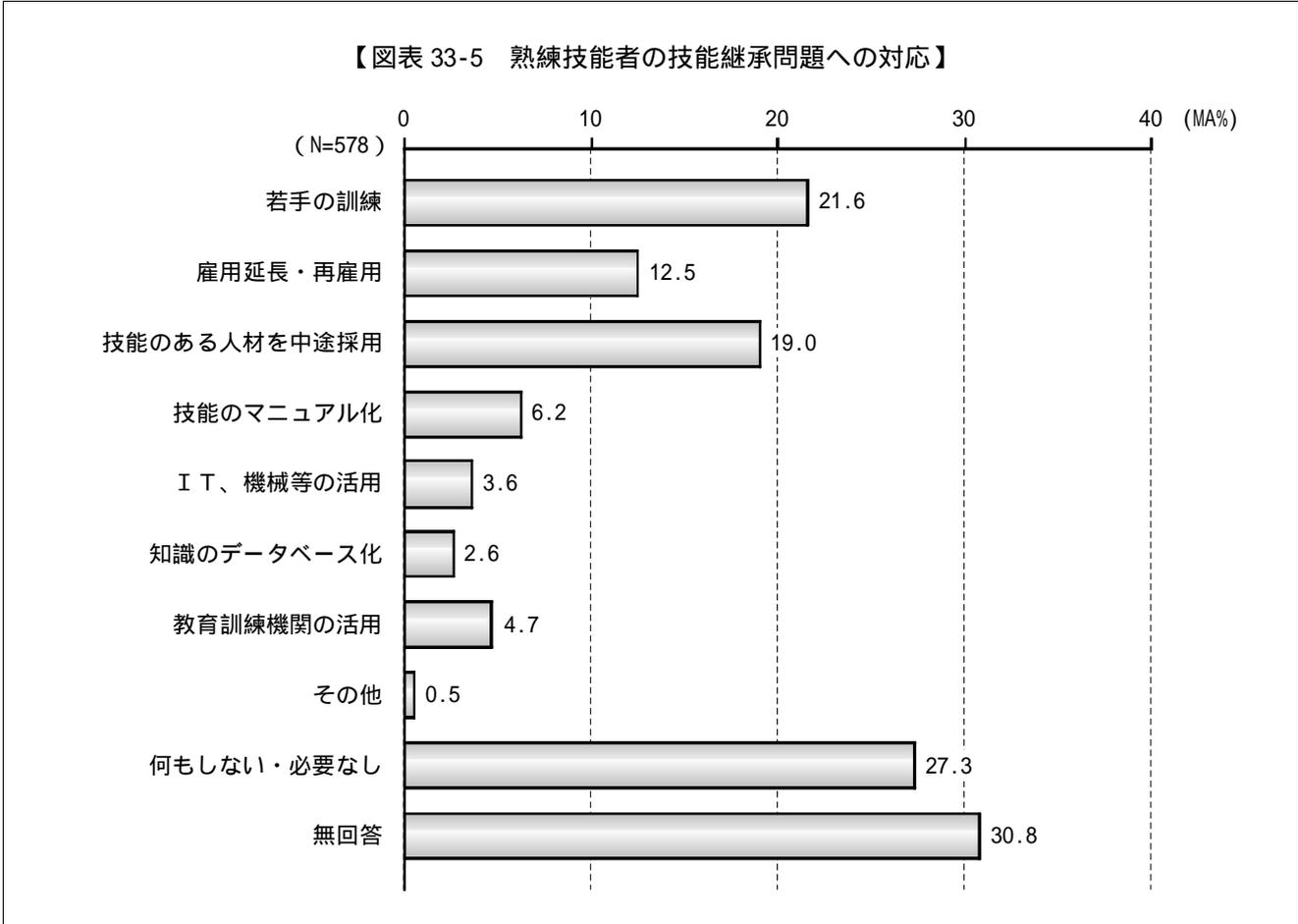


人材育成上の問題点についてたずねたところ、「特になし」が 24.4%と最も多くなっている。いずれかの問題点があるという内訳としては、「時間がとれない」が 19.4%と多く、次いで「資金がない」12.8%、「対象となる人材がない」10.9%などとなっている。(図表 33-4)

(5) 熟練技能者の技能継承問題への対応および解決の見込み具合

熟練技能者の技能継承問題への対応

問 12(5) 熟練技能者の退職（技能継承の問題）への今後の貴社の対応について、あてはまるもの全てに を記入してください。

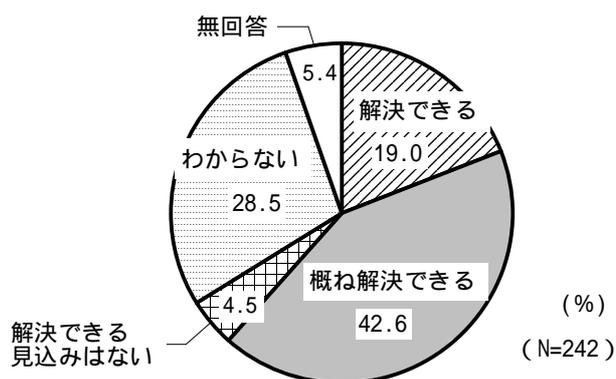


熟練技能者の退職への今後の対応についてたずねたところ、「何もしない・必要なし」が27.3%と最も多くなっている。いずれかの対応を行うという内訳としては、「若手の訓練」が21.6%と多く、次いで「技能のある人材を中途採用」19.0%、「雇用延長・再雇用」12.5%などとなっている。(図表 33-5)

技能継承問題に対する解決の見込み

問 12(5-1) (5)で 1.から 8.を選択された方へおたずねします。対応の結果、熟練技能者の技能継承の問題はどうかと考えておられますか。あてはまるもの1つに を記入してください。

【図表 33-6 技能継承問題に対する解決の見込み】

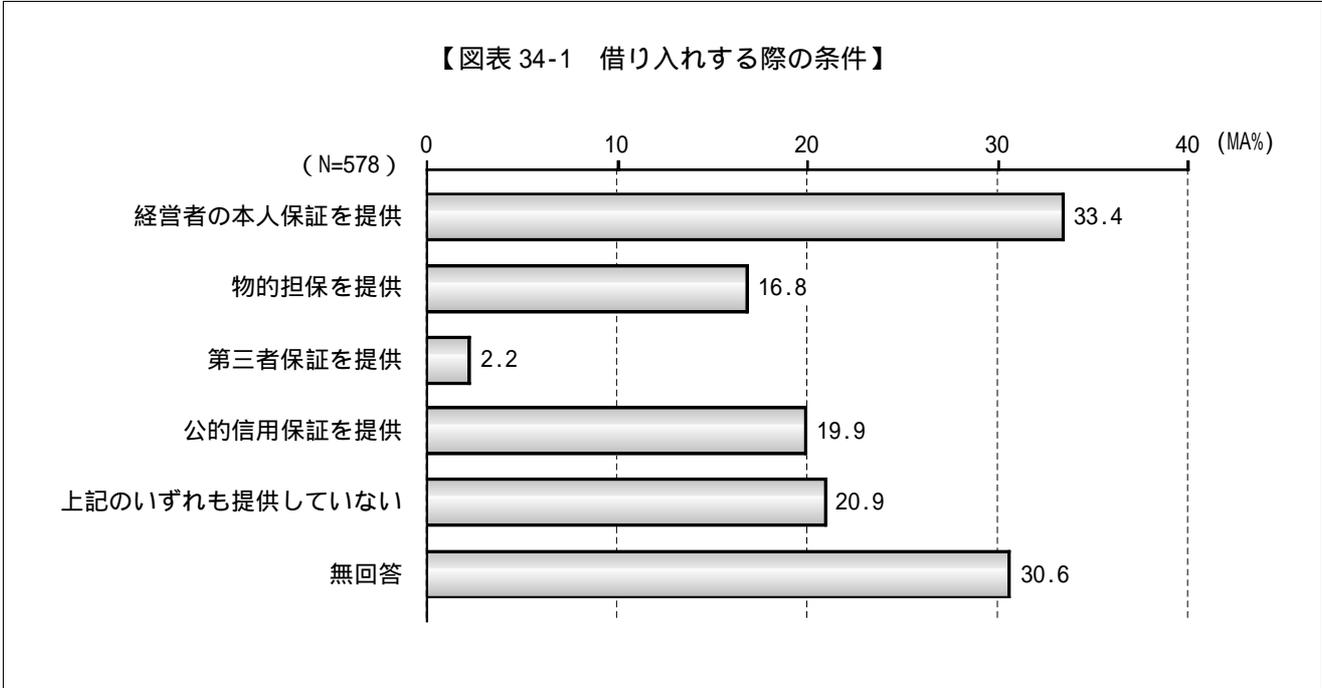


熟練技能者の退職への具体的な対応策を考えている事業所に、その結果による問題解決の見込み具合をたずねたところ、「概ね解決できる」が42.6%と最も多く、「解決できる」(19.0%)を合わせると、「解決できる」と見込んでいる割合が6割強(61.6%)を占める。(図表 33-6)

14. 資金調達について <問 13>

(1) 借り入れする際の条件

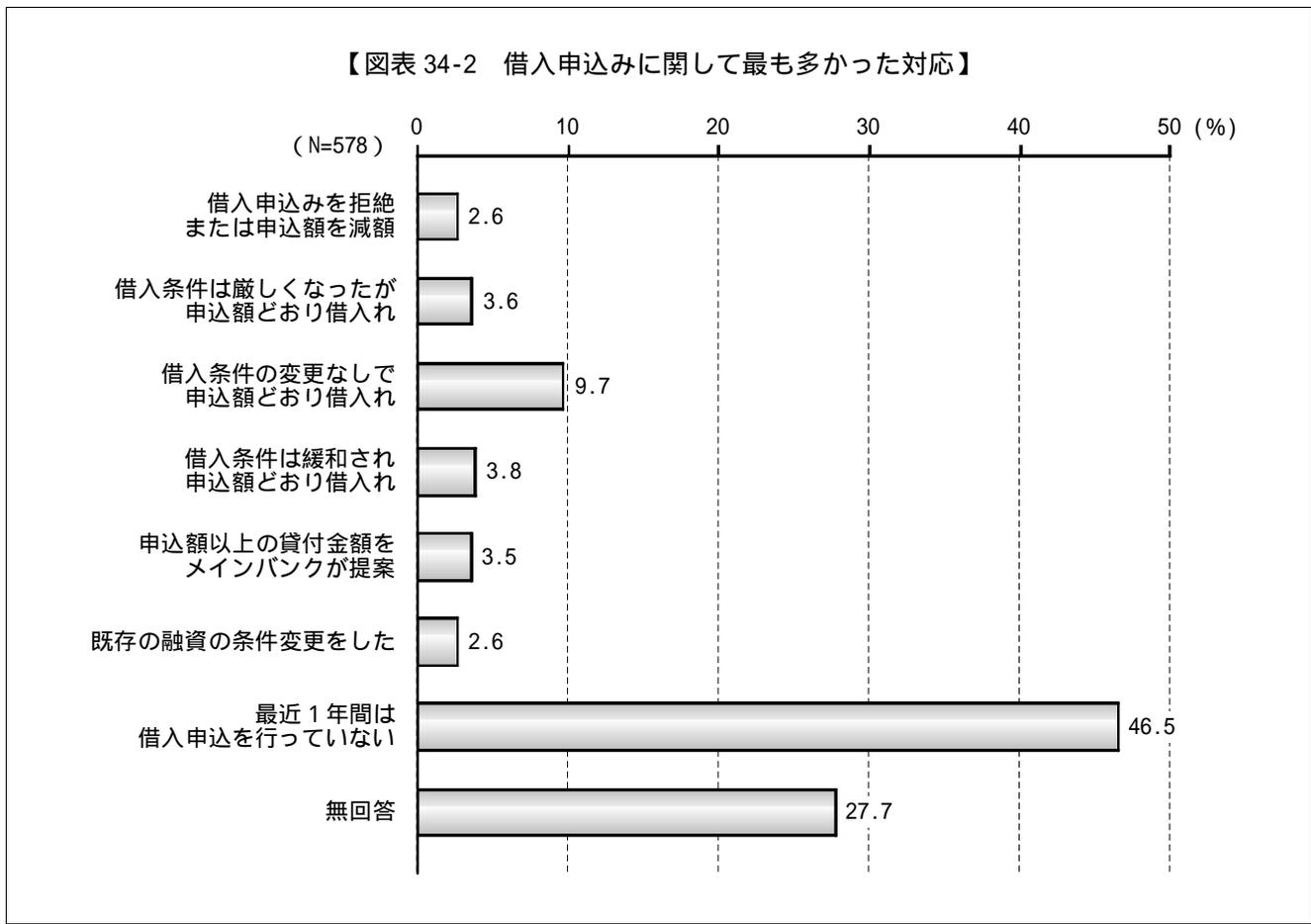
問 13(1) 借り入れする際の条件について、あてはまるもの全てに を記入してください。



借り入れする際の条件についてたずねたところ、「経営者の本人保証を提供」が 33.4%と最も多く、次いで「公的信用保証を提供」19.9%、「物的担保を提供」16.8%などとなっている。一方、「上記のいずれも提供していない」が 20.9%みられる。(図表 34-1)

(2) 借入申込みに関して最も多かった対応

問 13(2) 最近1年間の借入申込みについて、最も多かった対応はどれでしたか。あてはまるもの1つに を記入してください。



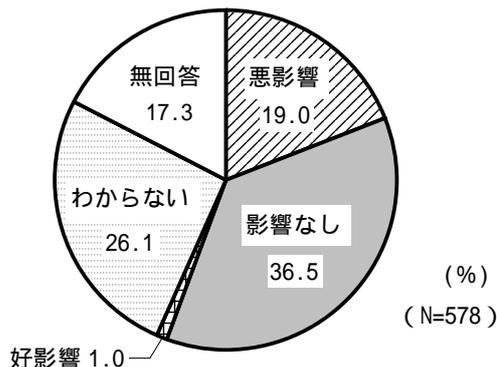
最近1年間の借入申込みのうち、最も多かった対応についてたずねたところ、「最近1年間は借入申込を行っていない」が4割台（46.5%）を占める。借入申込を行った際の対応の内訳としては、「借入条件の変更なしで申込額どおり借入れ」が約1割（9.7%）と多くなっている。（図表 34-2）

15. 東日本大震災の業績への影響と対応策について < 問 14 >

(1) 東日本大震災の業績への影響の有無

問 14(1) 東日本大震災(節電を含む)の業績(利益)への影響と対応策について、次の から へ記入してください。

【図表 35-1 東日本大震災の業績への影響の有無】



東日本大震災の業績(利益)への影響をたずねたところ、「影響なし」が 36.5%と最も多くなっている。また、「悪影響」が 19.0%に対し、「好影響」は 1.0%となっている。(図表 35-1)

【図表 35-2 東日本大震災の業績への影響の理由・課題】

「1. 悪影響」と回答	「3. 好影響」と回答
一時的な商品の品薄	地元の工業団地に仕事が入った
消費・購買意欲の低下	東北地方への客足が関西へ向いた
関東への販売数減少	車、中古車が高く売れた
材料費の高騰、材料不足	ガス需要が増えた。
公共工事予算の減に伴う受注減	
観光客の減少	

【図表 35-3 東日本大震災の業績への影響に対する対応策】

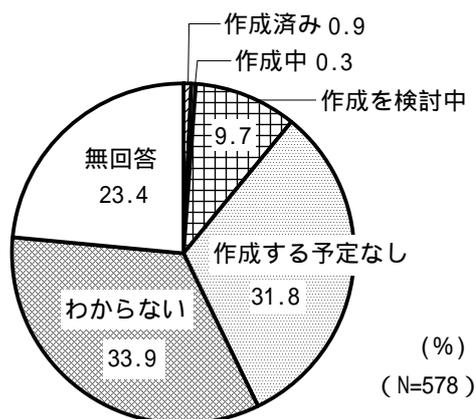
「1. 悪影響」と回答	「3. 好影響」と回答
営業努力	いずれ元に戻ると思うが仕方ない
外部サーバーへバックアップ	特になし
経費削減へのさらなる取り組み	
新商品開発・販路拡大	
対応策に特効薬なし	
状況を見守るしかない	

16. BCP(事業継続計画)について <問15>

(1) BCPの作成状況

問15(1) 予期せぬ非常事態に対処するために事前に作成する行動計画を「BCP」といいますが、貴社(事業所)におけるBCPの作成状況について、あてはまるもの1つに を記入してください。

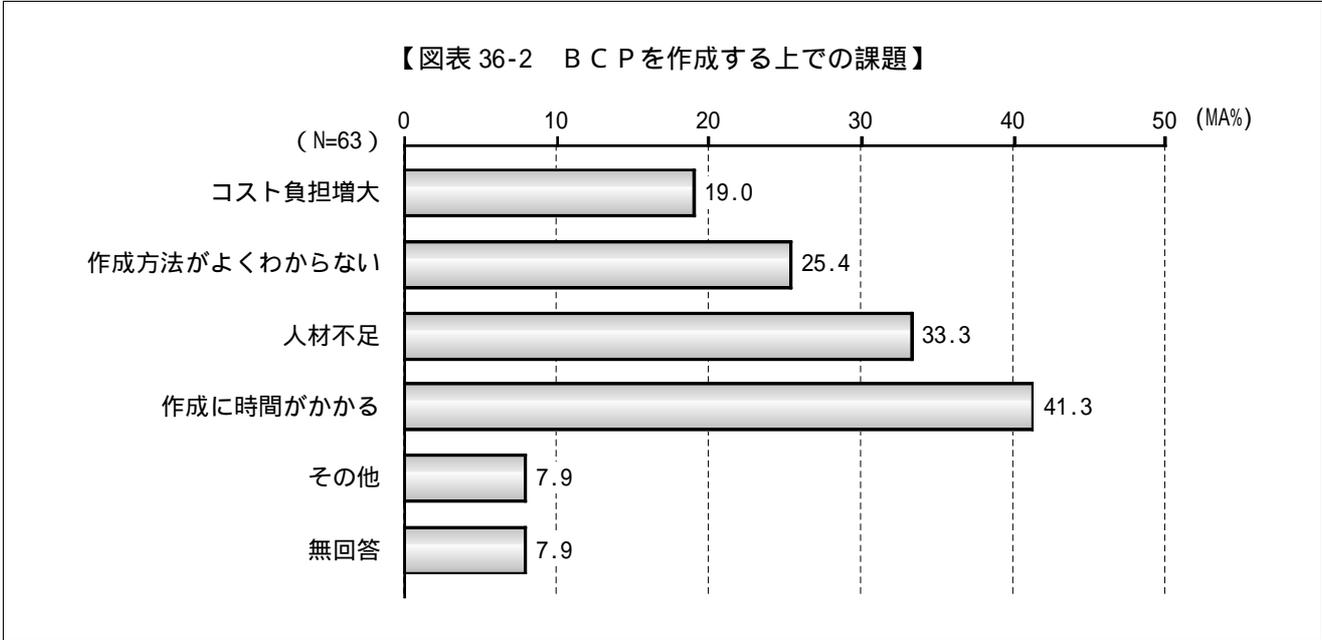
【図表 36-1 BCPの作成状況】



BCPの作成状況についてたずねたところ、「わからない」が33.9%と最も多くなっている。具体的な回答の内訳としては、「作成する予定なし」が31.8%と多く、次いで「作成を検討中」9.7%などとなっている。(図表 36-1)

(2) BCPを作成する上での課題

問15(2) (1)において「1.作成済み」、「2.作成中」、「3.作成を検討中」を選択された方におたずねします。BCPを作成する上での課題について、あてはまるもの全てに を記入してください。

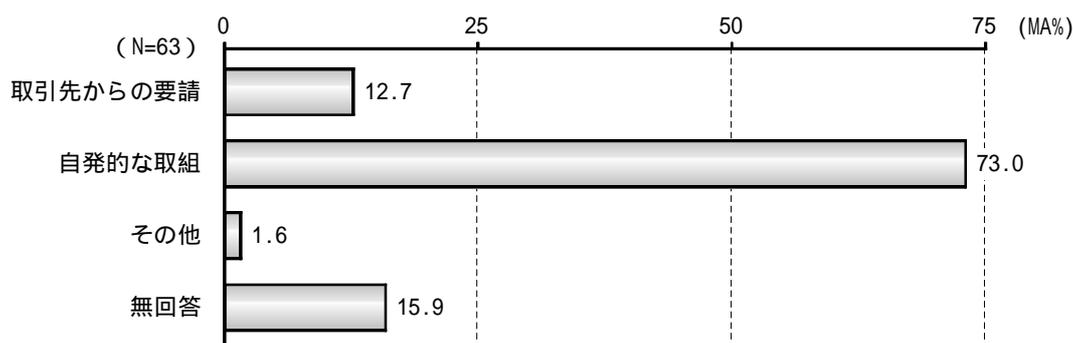


BCPを作成する上での課題についてたずねたところ、「作成に時間がかかる」が41.3%と最も多く、次いで「人材不足」33.3%などとなっている。(図表 36-2)

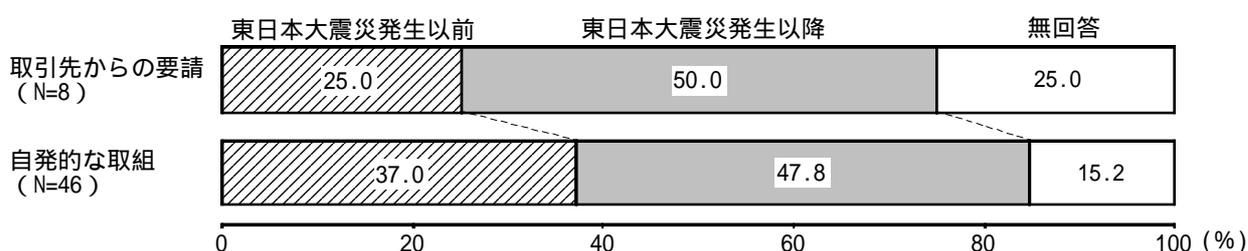
(3) BCPの作成を必要と考えるようになった理由

問 15(3) (1)において「1.作成済み」、「2.作成中」、「3.作成を検討中」を選択された方におたずねします。BCPの作成を必要と考えるようになった理由、時期について、あてはまるもの全てに を記入してください。

【図表 36-3 BCPの作成を必要と考えるようになった理由】



【図表 36-4 BCPの作成を必要と考えるようになった時期】



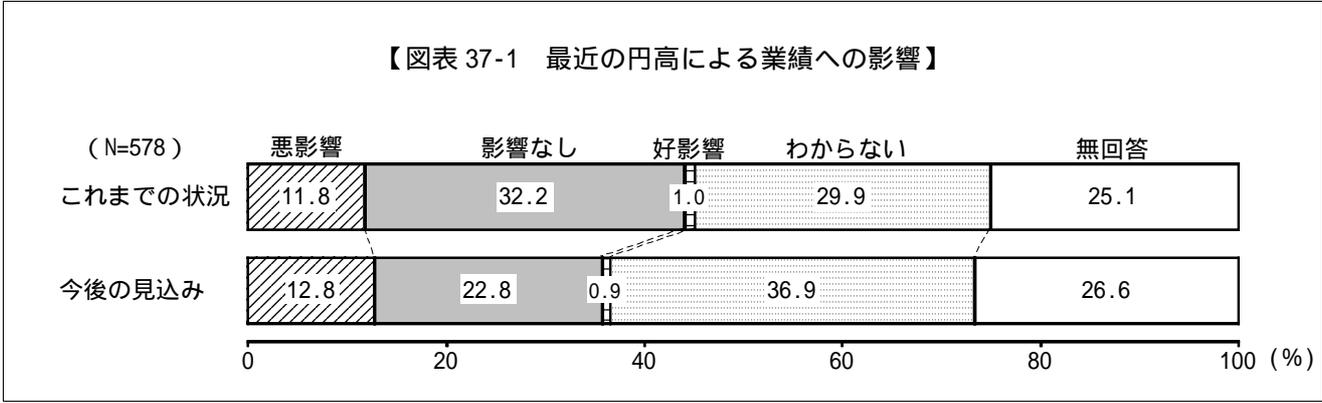
BCPの作成を必要と考えるようになった理由についてたずねたところ、「取引先からの要請」が1割強(12.7%)に対し、「自発的な取組」が7割強(73.0%)となっている。(図表 36-3)

また、BCPの作成を必要と考えるようになった時期としては、“取引先からの要請”、“自発的な取組”ともに「東日本大震災発生以降」のほうが割合は高くなっている。(図表 36-4)

17. 最近の円高による業績への影響と対応策について < 問 16 >

(1) 最近の円高による業績への影響

問 16(1) 最近の円高による業績（利益）への影響と対応策について、これまで（平成 23 年 10 月以前）の状況と 今後の見込みを記入してください。



最近の円高による業績（利益）への影響についてたずねたところ、“これまでの状況”では「影響なし」が3割強（32.2%）と最も多くなっているものの、“今後の見込み”では「わからない」が3割台（36.9%）と最も多い。また、“これまでの状況”、“今後の見込み”ともに「悪影響」は1割強、「好影響」は約1%となっている。（図表 37-1）

【図表 37-2 最近の円高による業績への影響の理由・課題 『これまでの状況』】

「1. 悪影響」と回答	「3. 好影響」と回答
仕入先の価格の変動	中国からの輸入
企業の利益減	商品仕入れでのメリット
国内経済の冷え込み	輸入品が安価で販売できた
大企業の海外転出	燃料輸入額が安定

【図表 37-3 最近の円高による業績への影響に対する対応策 『これまでの状況』】

「1. 悪影響」と回答	「3. 好影響」と回答
企業努力	コストダウン
一括仕入れ	どんどん売るのみ
打つ手なし	なし
特になし	

【図表 37-4 最近の円高による業績への影響の理由・課題 『 今後の見込み 』】

「 1 . 悪影響 」と回答	「 3 . 好影響 」と回答
業績の悪化、海外転出	中国輸入、元高
収益悪化による設備投資意欲の低下	仕入価格が下がる
産業の空洞化	仕入原価の減
受注の減少	
国内生産がますます小さくなる	
輸出不振による製造業の業績悪化	

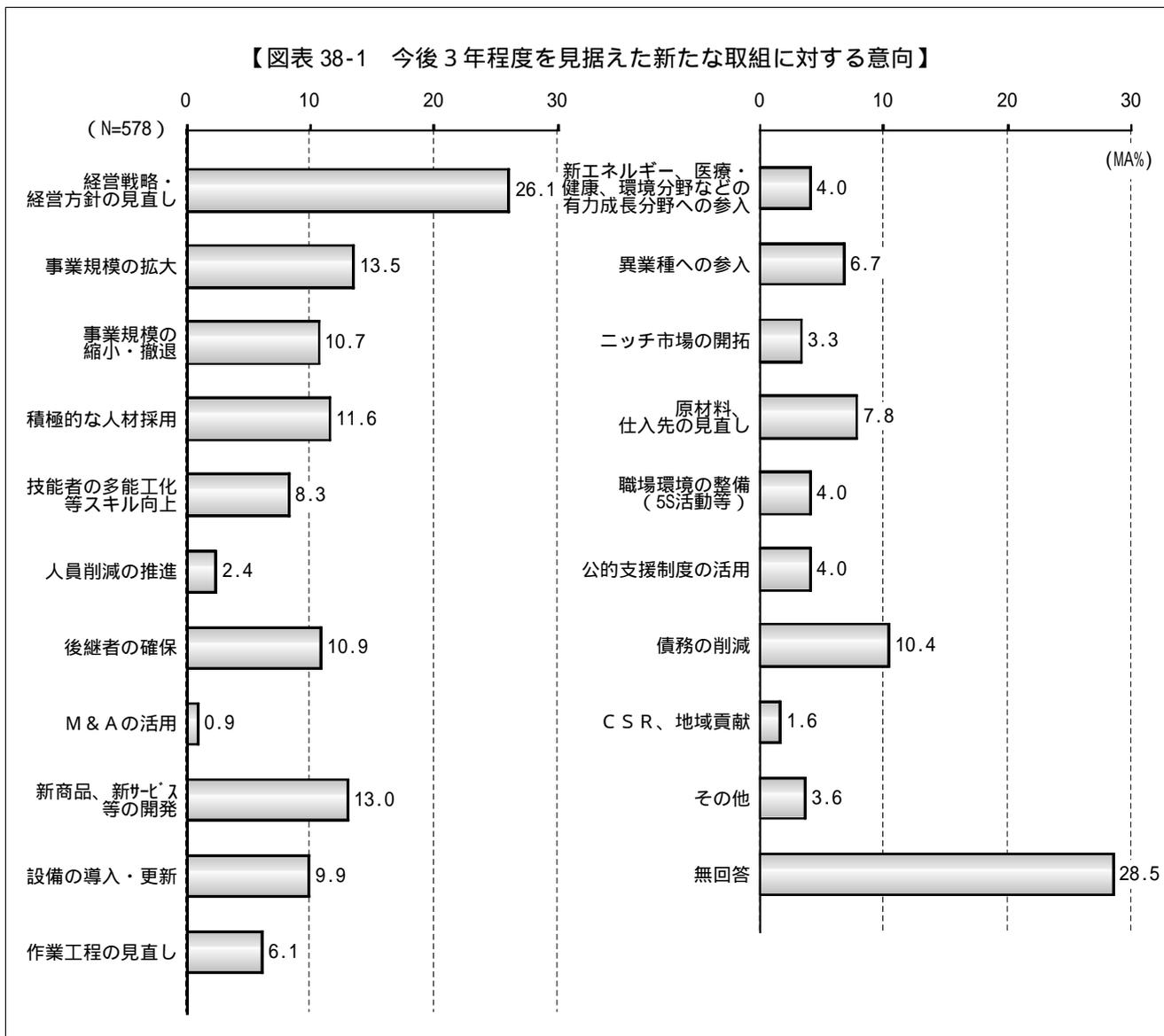
【図表 37-5 最近の円高による業績への影響に対する対応策 『 今後の見込み 』】

「 1 . 悪影響 」と回答	「 3 . 好影響 」と回答
一括仕入れ	コストダウン
コストダウン	
中小企業の支援強化	
価格を下げる	
分からない	

18. 今後の経営について <問 17>

(1) 今後3年程度を見据えた新たな取組に対する意向

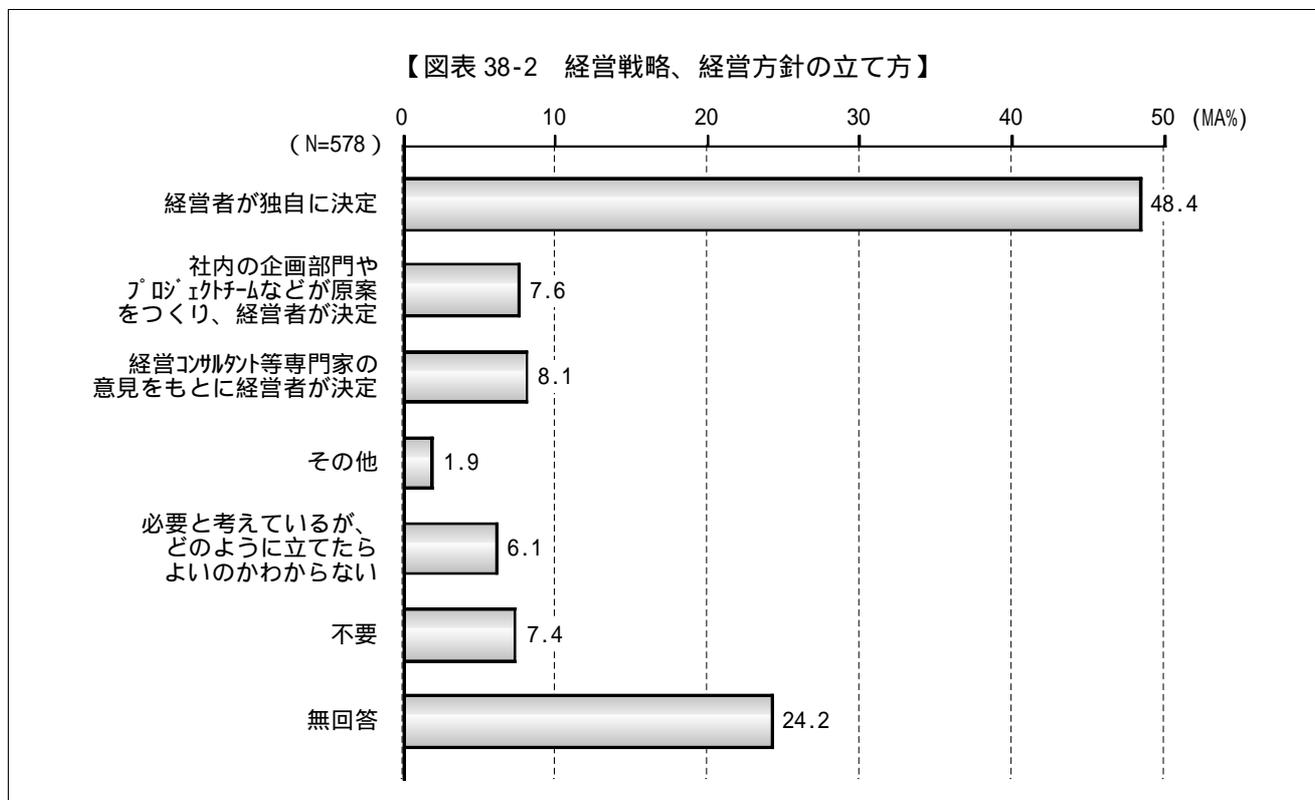
問 17(1) 今後3年程度を見据えて貴社が新たに取組む意向のあるものについて、あてはまるもの全てに を記入してください。



今後3年程度を見据えて新たに取組む意向のあるものについてたずねたところ、「経営戦略・経営方針の見直し」が26.1%と最も多く、次いで「事業規模の拡大」13.5%、「新商品、新サービス等の開発」13.0%などとなっている。(図表 38-1)

(2) 経営戦略、経営方針の立て方

問 17(2) 経営戦略、経営方針の立て方について、あてはまるものに を記入してください。

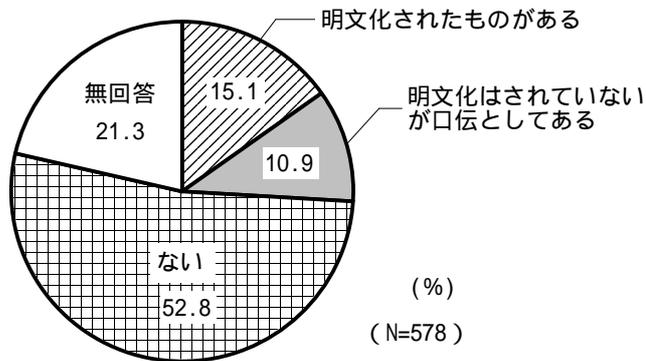


経営戦略、経営方針の立て方についてたずねたところ、「経営者が独自に決定」が 48.4%と最も多くなっている。(図表 38-2)

(3) 家訓、社是、社訓、経営理念等の有無

問 17(3) 家訓、社是、社訓、経営理念等に相当するものはありますか。あてはまるものに を記入してください。

【図表 38-3 家訓、社是、社訓、経営理念等の有無】

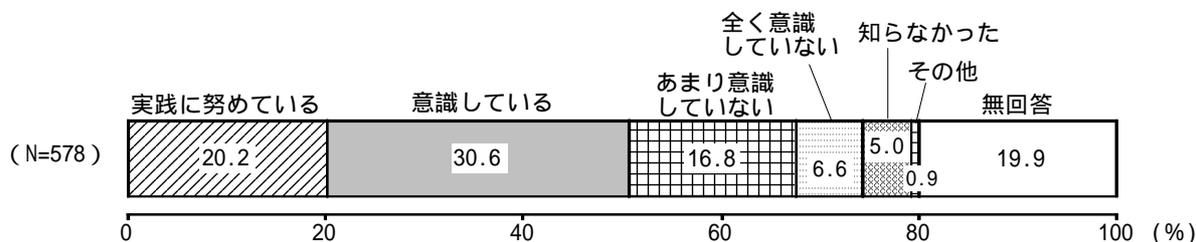


家訓、社是、社訓、経営理念等に相当するものがあるかたずねたところ、「ない」が5割強(52.8%)を占め、「明文化されたものがある」は15.1%、「明文化はされていないが口伝としてある」は10.9%となっている。(図表 38-3)

(4) 「三方よし」の精神に対する考え

問 17(5) 近江商人の代表的な経営理念として、当事者の売り手と買い手だけでなく、その取引が社会全体の幸福につながるものでなければならないという意味での、「売り手よし、買い手よし、世間よし」という「三方よし」の精神が伝えられていますが、これについてどう考えますか。あてはまるもの1つに を記入してください。

【図表 38-4 「三方よし」の精神に対する考え】



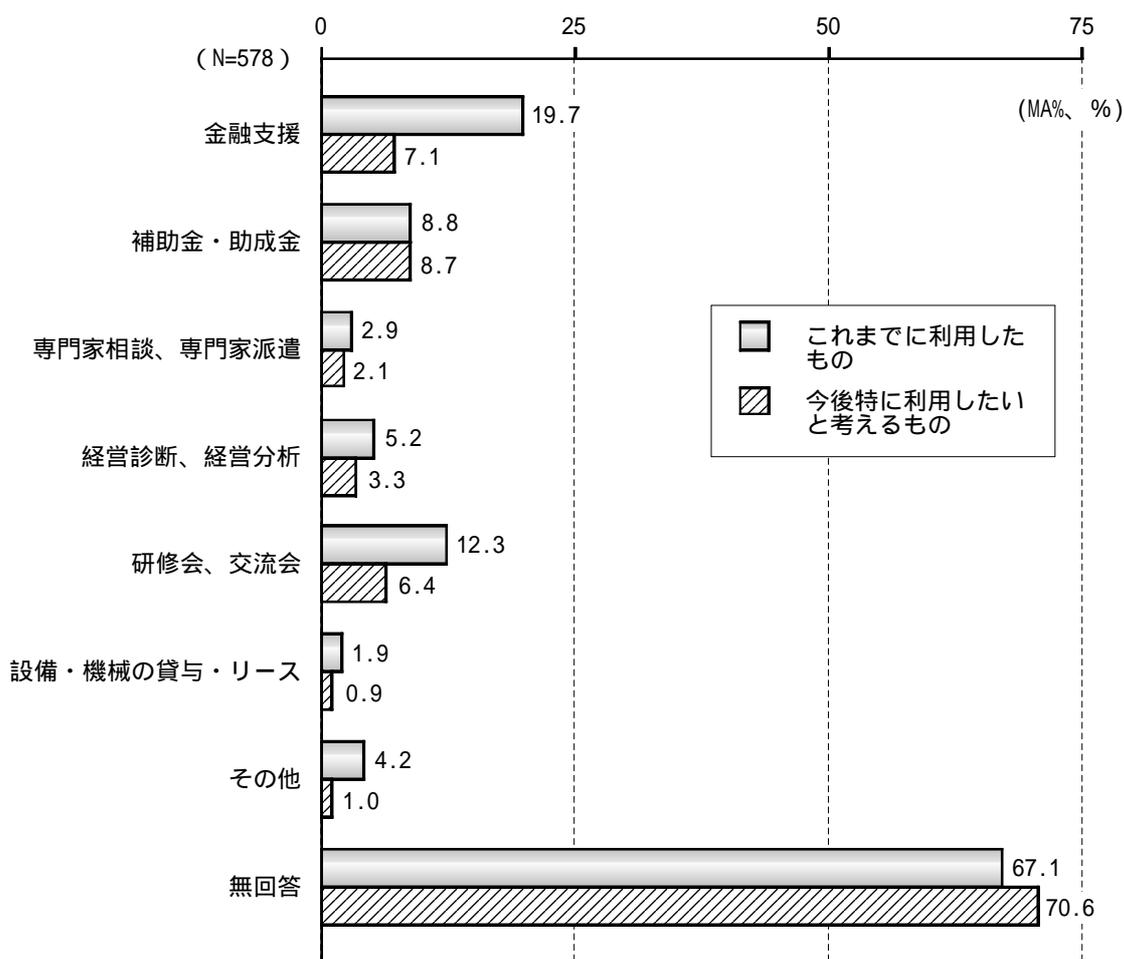
「三方よし」の精神についてどう考えるかたずねたところ、「意識している」が30.6%と最も多く、次いで多い「実践に努めている」(20.2%)と合わせると、約5割(50.8%)を占める。一方、「意識していない」という割合(「あまり意識していない」「全く意識していない」の計)は2割台(23.4%)となっている。(図表 38-4)

19. 公的支援制度の利用について <問 18>

(1) 公的支援制度の利用状況および利用意向

問 18(1) 滋賀県や国、市町、商工会議所、商工会、中小企業団体中央会、滋賀県産業支援プラザ等が実施している公的支援制度のうち、これまでに利用したもの、および、今後特に利用したいと考えるものについて、それぞれ次の中から選択し、番号を()に記入してください。

【図表 39-1 公的支援制度の利用状況および利用意向】



公的支援制度のうち、これまでに利用したものをたずねたところ、「金融支援」が 19.7%と最も多く、次いで「研修会、交流会」12.3%、「補助金・助成金」8.8%などとなっている。

一方、今後特に利用したいと考えるものをたずねたところ、「補助金・助成金」が 8.7%と最も多く、次いで「金融支援」7.1%などとなっている。(図表 39-1)

20. 自由意見 <問19>

問19 滋賀県の中小企業施策等に関するご要望、ご意見、その他貴社のPRなどご自由にお書きください。

【図表40 自由意見(主な意見)】

滋賀県内に大手小売業者の参入が多く、中小企業者は厳しい状況になっている。大手ばかり入れても活性化するとは思えない。
零細企業の多い酒の業界で、廃業の数が毎年増加している。低価格販売大型店の進出による影響が大きい。
当社は町の電気屋として一生懸命頑張ってきた。現在は量販店に価格やサービスを自由に決められ、二代目の後継者に家業を継がすのが不安でならない。現在もこれからも薄利多売でやっていけるのか心配でならない。
自社や知り合いの同業他社のほとんどが売上高や利益の前年比大幅減少あるいはマイナスという実態。産学官連携や研究開発、海外展開などというのは夢の話である。何かをやらなければとは思いますが、中小零細企業においては、自社を守っていくのが精一杯の状態である。
事業を展開していくためには、資金づくりやPR等も含めた調査研究に関し、企業努力に加えて、大学の支援、連携の必要性を痛感している。
公共工事がなくなって、仕事が少なくなっている。小口の仕事ばかりで売上高が減っている。仕事を出して欲しい。
個人店なので、地域の方との絆を大切にしていきたい。
地方経済の活性化は中小企業なくして考えられない。その中小企業が疲弊している現状においては、行政、民間、金融機関を含め、地方経済のあり方を真剣に考える時期にあると思う。
地域の特徴、地元の良さを活かした事業展開を心がけている。
零細事業所の販路開拓等につながるよう各種媒体の活用支援をして欲しい。
個人店の"滋賀県おすすめ"のようなホームページや催し物を作ってほしい。滋賀グルメが集合し、店をPRできるような場があればと思う。
全国ネットで注文が入るオンリーワン商品をもっているのに、県などもPRの機会を設けて欲しい。
介護保険制度スタート時から介護サービスを行っている企業だが、事業の内容に関わらず営利企業に分類されている。例えばNPO、社会福祉法人は、非営利とされており、差を感じる。
コミュニティビジネス等まちづくりに関わる新しいタイプの事業の支援・相談を願う。
滋賀県の中小企業に対する施策にどのようなものがあるのか分からない。
企業が県内に流入する様な施策を望む。
地形上流通に問題がある地域では、交通量に対応できる道路整備、拡幅等もして欲しい。