

# 「新・京都産業政策プロジェクトに係る中小企業調査」報告書

## 1 調査目的

---

京都市では、平成 14 年 3 月に策定した「京都市スーパーテクノシティ構想～京都発ものづくり創発ビジョン～」に基づき、ものづくりの視点から産業経済に活気のあるまちを実現するための推進施策に取り組んできましたが、計画期間が平成 22 年度までとなっていることから、平成 23 年度から 27 年度までの 5 年間を計画期間とする「新・京都市産業振興ビジョン（仮称）」を策定することとしております。

本調査は、市内に立地する中小企業の事業概要、経営状況、人材育成や産業支援施策の活用状況等に関する実態を把握し、新たなビジョンに示す推進すべき施策の展開や方向性を検討する資料として、アンケート及びヒアリング調査を実施しました。

## 2 調査概要

---

### (1) 調査対象

---

民間調査企業のデータベース収録企業（製造業及び情報関連業）から市内に本社を置く中小企業 1,000 社を抽出

### (2) 調査方法

---

- ① 上記で抽出した対象企業に調査票を配付し、郵送によりアンケート回収
- ② 回収企業の中から、訪問取材への協力が得られた企業にヒアリング調査を実施

### (3) 調査体制

---

以下のメンバーにより「京都市中小企業調査研究会」を組織し、調査を実施

- ・ 龍谷大学京都産業学センター
- ・ 財団法人京都高度技術研究所
- ・ 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社
- ・ 京都市産業観光局産業振興室

### (4) 調査期間

---

- ① アンケート調査：平成 21 年 10 月～平成 22 年 1 月
- ② ヒアリング調査：平成 22 年 1 月～平成 22 年 3 月

## (5) 調査項目

### アンケート調査質問項目

- ① 会社概要（住所，資本金，創業年，代表者年齢，所属団体，業種，主な製品等，本社以外の事業所の有無・所在地）
- ② 従業者（5・10年前と比べた従業者数の変化，従業者数（属性別））
- ③ 採用・人材育成（若手社員の確保，人材育成の方法）
- ④ 経営状況（売上高，営業利益率，5・10年前と比べた売上高の変化，販売先・仕入先）
- ⑤ 事業上の強みと経営上の課題
- ⑥ 他社やその他の機関（公的機関・大学等）との連携の状況
- ⑦ 今後の事業展開の見通し（2～3年後の事業規模，京都市内での事業継続，新分野・海外への事業展開）
- ⑧ 事業所立地に当たって重視する点
- ⑨ 公的支援の利用状況（産業支援機関との関わり，支援策の利用経験・利用意向）
- ⑩ 地域貢献
- ⑪ ヒアリング調査の可否
- ⑫ 回答者の属性

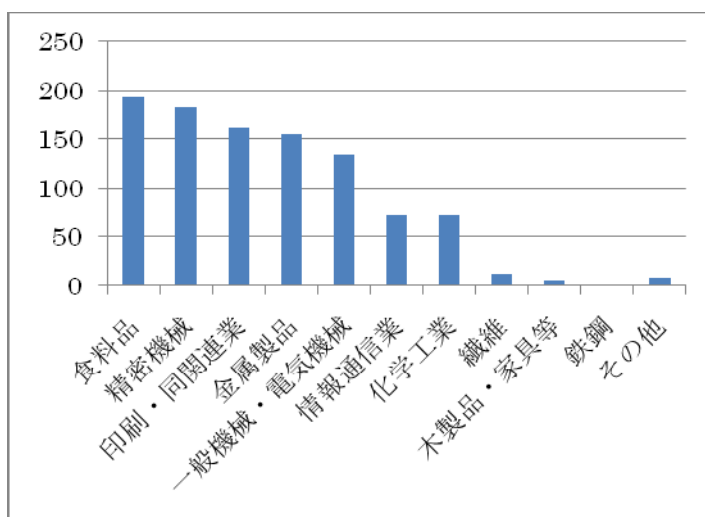
### ヒアリング調査質問項目

アンケート調査の回答に基づき，詳細な内容について調査を実施

## (6) アンケート回収状況

- ① 発送数：1,000社

業種	集計
食料品	193
精密機械	183
印刷・同関連業	162
金属製品	155
一般機械・電気機械	134
情報通信業	72
化学工業	72
繊維	13
木製品・家具等	6
鉄鋼	1
その他	9
総計	1000



② 有効回収数：244（有効回収率：24.4%）

行政区別回収状況

区名	回収数
北区	9
上京区	12
左京区	3
中京区	9
東山区	4
山科区	14
下京区	21
南区	70
右京区	20
西京区	10
伏見区	36
無回答	36
回収総数	244

業種別回収状況

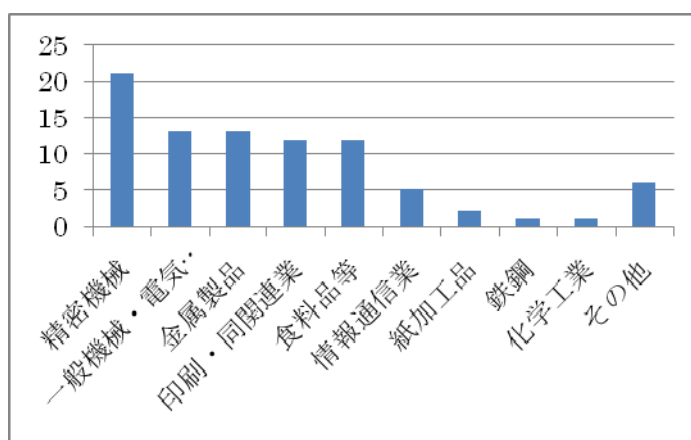
業種	回収数
回収総数	244
食料品	42
印刷・同関連業	32
金属製品	20
一般機械+電気機械	39
精密機械	39
情報通信業	12
主要業種合計	184

※その他の業種：繊維，木材，窯業，鉄鋼等

## (7) ヒアリング訪問企業

訪問企業数：86社

業種	件数
精密機械	21
印刷・同関連業	14
一般機械・電気機械	13
金属製品	13
食料品等	12
情報通信業	5
鉄鋼	1
化学工業	1
その他	6
総計	86

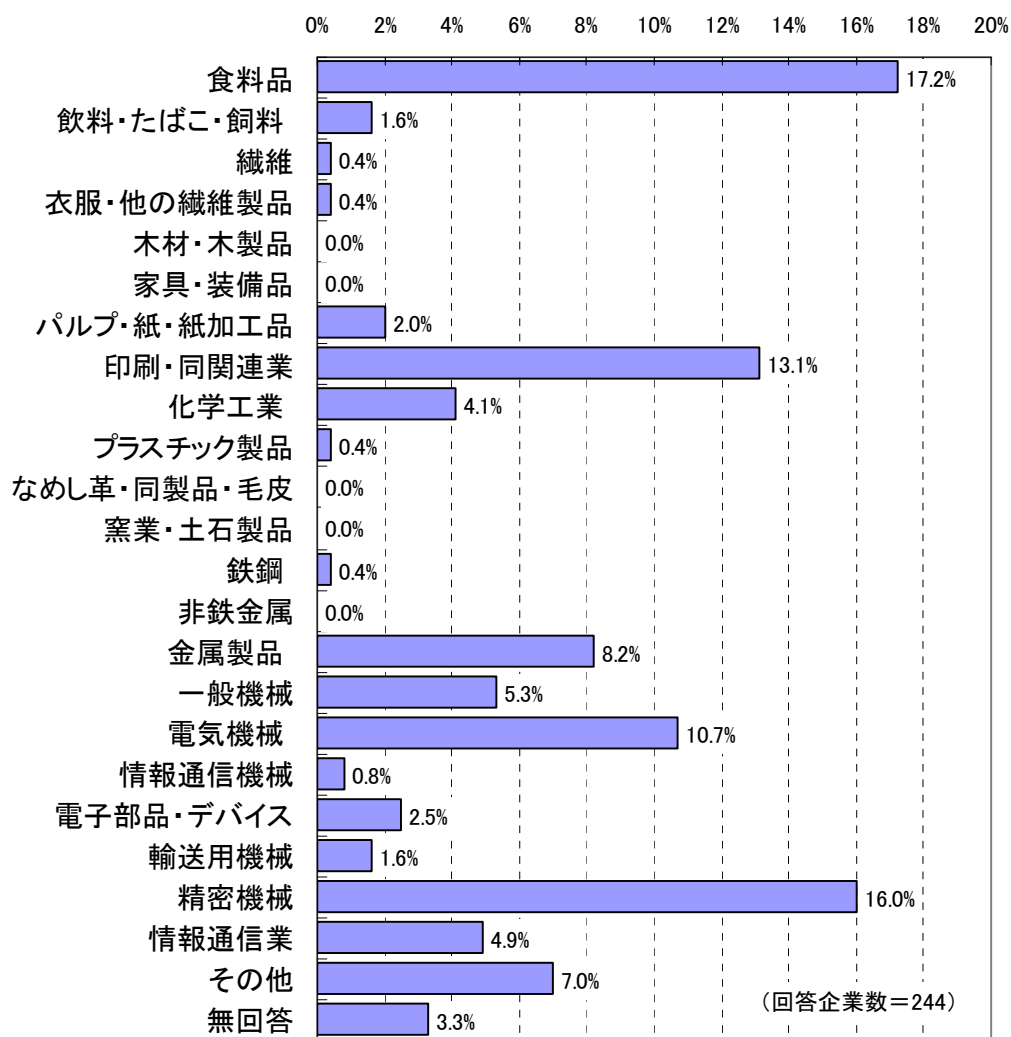


### 3 調査結果

#### (1) 回答企業の属性

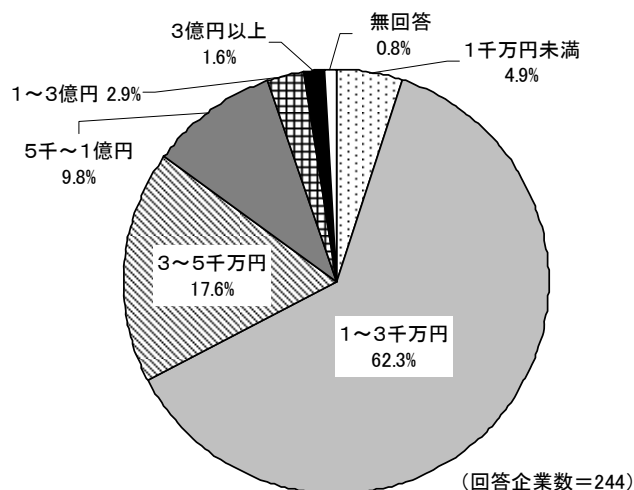
回答企業のうち、主な業種は、「食料品」(17.2%)が最も多く、次に「精密機械」(16.0%)、「印刷・同関連業」(13.1%)、「電気機械」(10.7%)、「金属製品」(8.2%)の順となっている。

図表1 主な業種



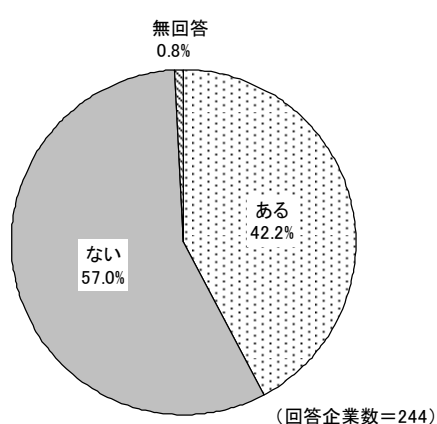
回答企業の資本金は、「1,000～3,000万円」（62.3%）が最も多く、次に、「3,000～5,000万円」（17.6%）、「5,000～10,000万円」（9.8%）となっている。

図表2 資本金

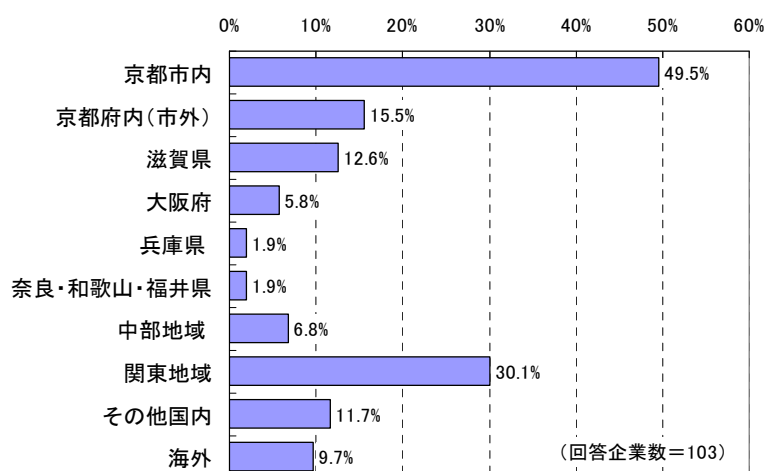


支社・支店・分工場の有無については、「ある」と回答した企業は約4割（42.2%）であり、あると回答した企業に対し、本社以外の事業所の所在地について尋ねたところ、「京都市内」（49.5%）に事業所があると回答した企業が約半分を占めており、次に、「関東地域」（30.1%）に事業所があると回答した企業が多くなっている。「海外」にも事業所があると回答した企業は、9.7%あり、そのうち7割が機械器具等（一般機械・電気機械、精密機械）の企業となっていた。

図表3 支社・支店・分工場の有無



図表4 本社以外の事業所の所在地

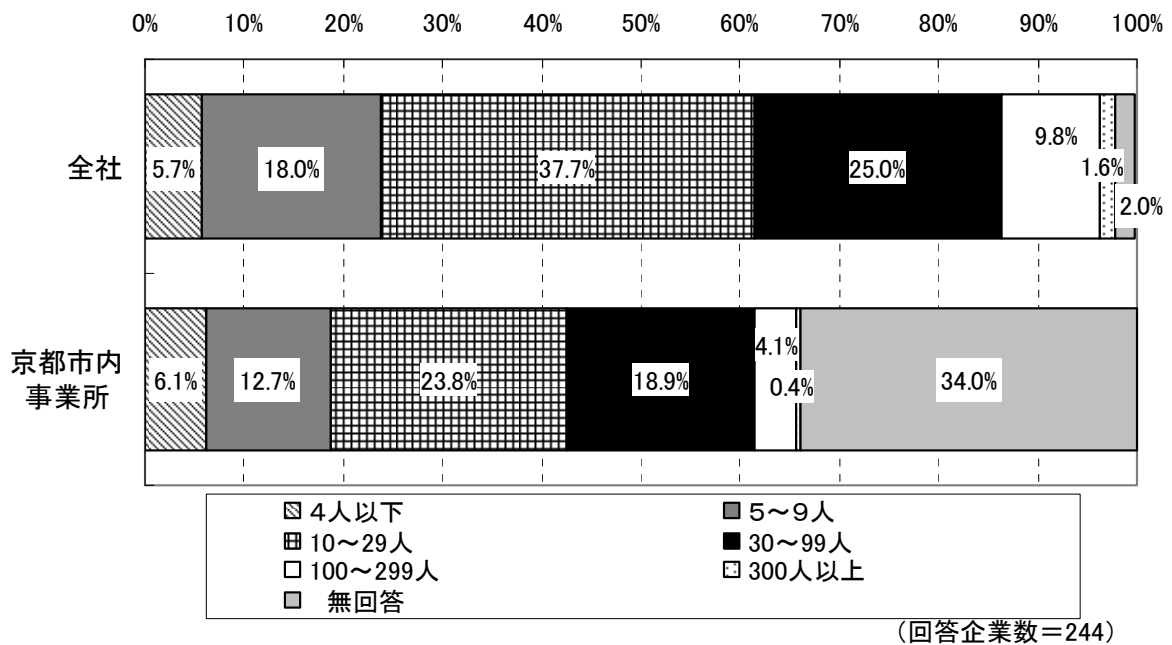


## (2) 従業員の状況

### ア 従業員規模別の企業数の構成

従業員規模別に回答企業の構成をみると、全社（京都市外を含む。）では「10～29人」（37.7%）と回答した企業が多く、次に、「30～99人」（25.0%）と回答した企業が多くなっている。また、京都市内の事業所についてみると、「10～29人」（23.8%）と回答した企業が多く、次に「30～99人」（18.9%）という回答が多くなっている。

図表5 会社全体・京都市内事業所の従業員規模別の構成比

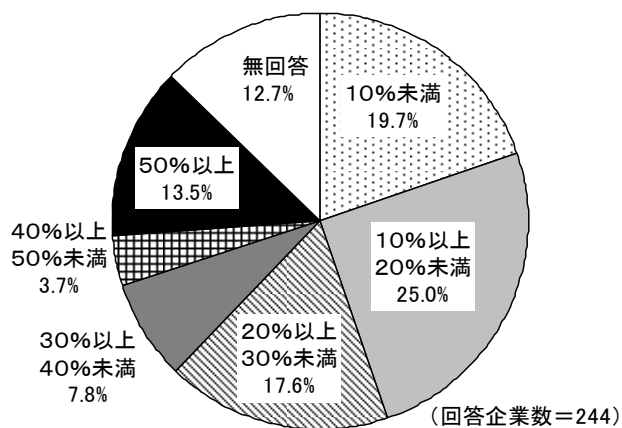
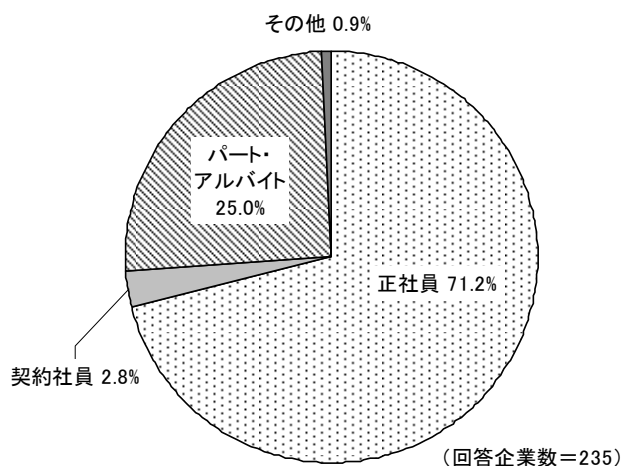


## イ 従業員の属性別の構成

回答企業の現在の従業員数の種類別内訳は、「正社員」(71.2%)が最も多く、次に「パート・アルバイト」(25.0%)、「契約社員」(2.8%)となっている。正社員の女性比率をみると、「10%以上20%未満」(25.0%)と回答した企業が最も多く、次に「10%未満」(19.7%)と回答した企業が多い。

図表6 種類別従業員数

図表7 正社員の女性比率

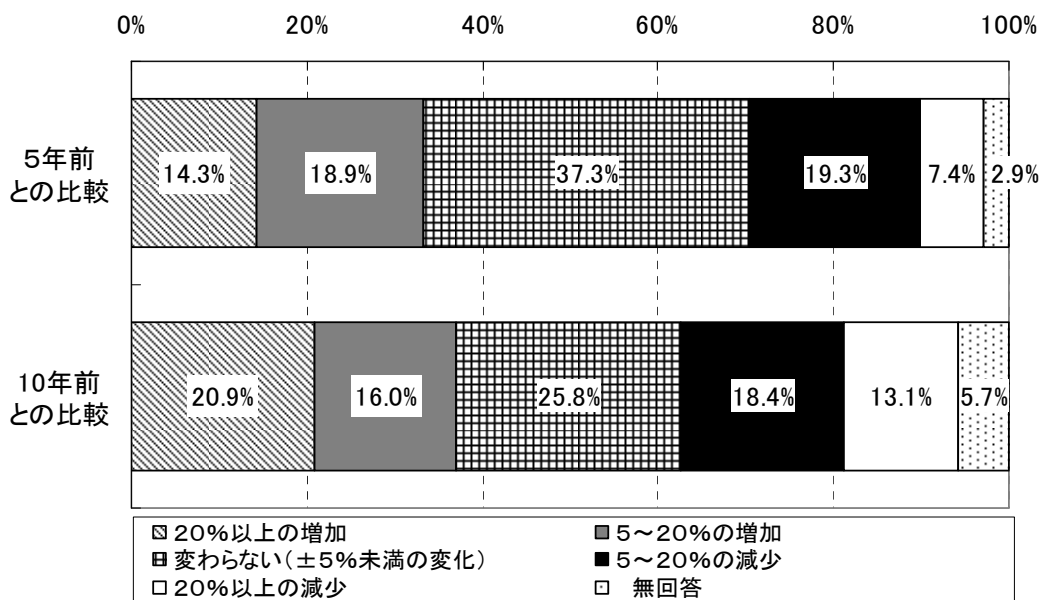


(注) 回答企業全てについて種類別に従業員数を合計し、種類別の構成比を算出

## ウ 従業員の変化

回答企業の従業員数の変化をみると、5年前との比較では、「変わらない(±5%未満の変化)」(37.3%)と回答した企業が最も多く、次に「5~20%の減少」(19.3%)と回答した企業が多くなっている。また、10年前と比較すると、「変わらない(±5%未満の変化)」(25.8%)と回答した企業が最も多く、次に、「20%以上の増加」(20.9%)と回答した企業が多くなっている。

図表8 従業員数の変化

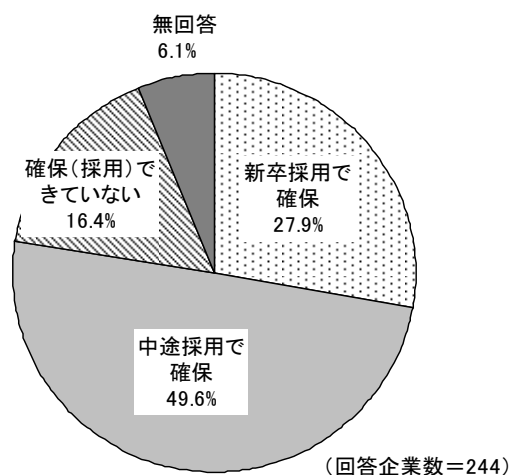


### (3) 従業員の採用・人材育成

#### ア 若手社員の確保の方法

従業員の採用・人材育成について、若手社員（30歳以下）の確保の方法をみると、「中途採用で確保」（49.6%）と回答した企業が最も多く、「新卒採用で確保」（27.9%）する企業は3割程度あった。その一方で、「確保（採用）できていない」（16.4%）と回答した企業も2割程度ある。

図表9 若手社員(30歳以下)の確保の方法

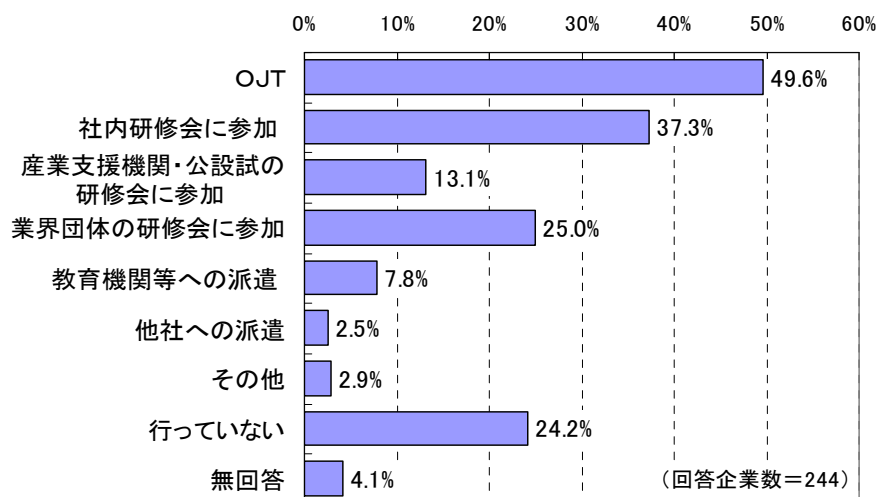


#### イ 人材育成の方法

企業がどのような人材育成を実施しているか尋ねたところ、最も多かった回答は、「OJT※」（49.6%）を通じた人材育成であり、次に、「社内研修会に参加」（37.3%）、「業界団体の研修会に参加」（25.0%）という回答が多くなっている。一方、人材育成を「行っていない」（24.2%）と回答した企業も比較的多くなっている。

※ OJT：On the Job Training の略称で、実際の業務を通じて必要な知識や技術を身につける方法。

図表10 人材育成の方法





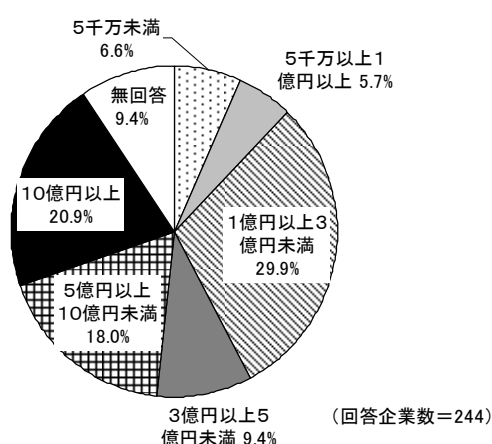
#### (4) 経営状況

##### ア 売上高

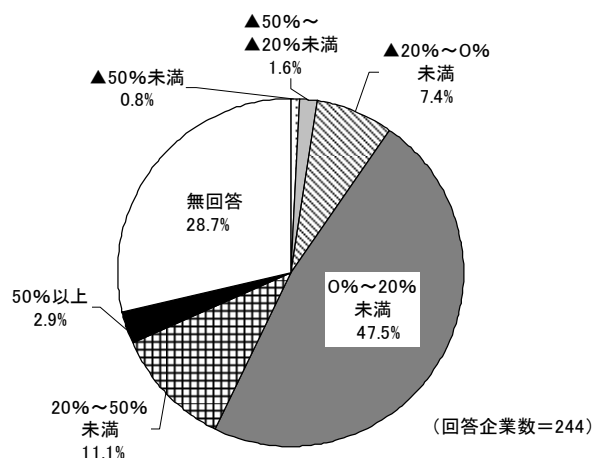
経営状況について、子会社や系列会社を含まない2008年度（又は最新の決算年度）の売上高をみると、「1億円以上3億円未満」（29.9%）と回答した企業が最も多くなっており、次に、「10億円以上」（20.9%）、「5億円以上10億円未満」（18.0%）という回答が多い。

売上高営業利益率では、「0%～20%未満」（47.5%）が最も多く、次に「20%～50%未満」（11.1%）という回答が多くなっている。

図表11 売上高

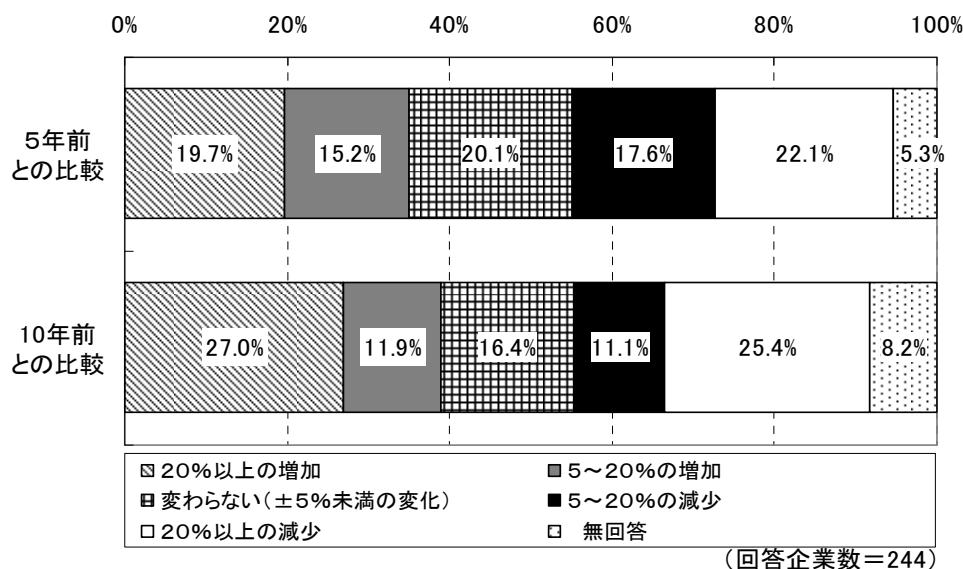


図表12 売上高営業利益率



売上高の変化をみると、5年前と比較して「20%以上の減少」（22.1%）が最も多く、次が「変わらない（±5%未満の変化）」（20.1%）、「20%以上の増加」（19.7%）、「5～20%の減少」（17.6%）となっており、約4割の企業が、売上高が減少したと回答している。また、10年前と比較すると「20%以上の増加」（27.0%）、「20%以上の減少」（25.4%）、「変わらない（±5%未満の変化）」（16.4%）の順になっている。

図表13 売上高の変化



従業員の規模別に5年前と比較した売上高の変化をみると、「30人以上100人未満」の企業で「20%以上の増加」(26.2%)、「5~20%の増加」(24.6%)という回答が多い反面、従業員数が「10人未満」と回答した企業では「20%以上の減少」(32.8%)という回答が多くなっている。従業員規模が大きな企業で売上高が増加している。

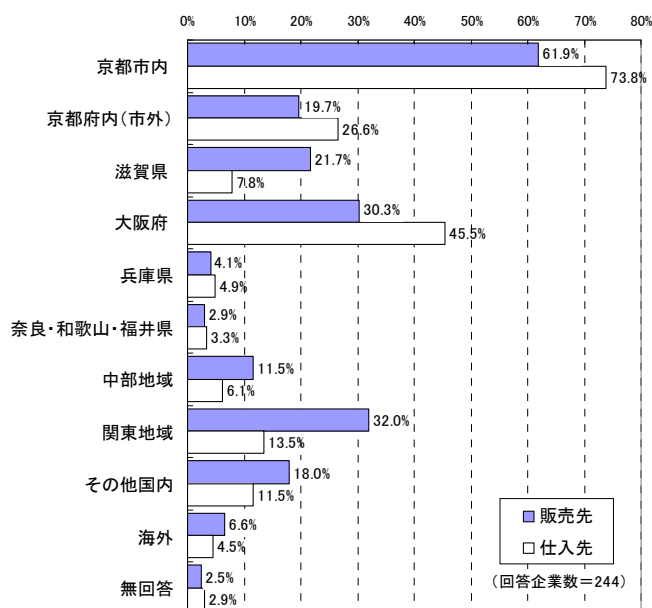
図表14 5年前と比較した売上高の変化(従業員規模別)

	20%以上の増加	5~20%の増加	未変 の 変化 (±5%)	5~20%の減少	20%以上の減少	無回答	回答企業数計
全体	48 19.7%	37 15.2%	49 20.1%	43 17.6%	54 22.1%	13 5.3%	244 100.0
10人未満	12 20.7%	4 6.9%	12 20.7%	7 12.1%	19 32.8%	4 6.9%	58 100.0
10人以上30人未満	13 14.1%	11 12.0%	22 23.9%	17 18.5%	27 29.3%	2 2.2%	92 100.0
30人以上100人未満	16 26.2%	15 24.6%	8 13.1%	13 21.3%	6 9.8%	3 4.9%	61 100.0
100人以上	7 25.0%	6 21.4%	7 25.0%	6 21.4%	2 7.1%	0 0.0%	28 100.0
無回答	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 80.0%	5 100.0

## イ 販売先/仕入先

売上高からみた販売先の上位3社の所在地をみると、「京都市内」(61.9%)が最も多く、次に「関東地域」(32.0%)、「大阪府」(30.3%)の順に回答が多くなっている。また、調達額からみた仕入先上位3社の所在地をみると、最も多いのは「京都市内」(73.8%)であり、次に「大阪府」(45.5%)、「京都府内(市外)」(26.6%)の順になっている。半数以上の企業が京都市内に主要な販売先・仕入先を持っていると回答している。

図表15 販売先/仕入先の上位3社の所在地

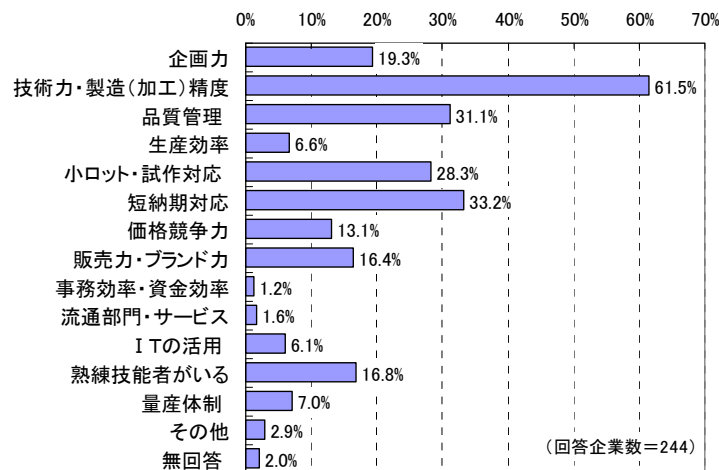


## (5) 事業上の強みと課題

### ア 強み（得意なこと）

自社の強み（得意なこと）をみると、「技術力・製造（加工）精度」（61.5%）の回答が最も多く、次に「短納期対応」（33.2%）,「品質管理」（31.1%）,「小ロット・試作対応」（28.3%）,「企画力」（19.3%）と回答した企業が多くなっている。

図表16 自社の強み(得意なこと)



従業員の規模別に自社の強みをみると、従業員数が「30人以上100人未満」や「100人以上」の規模の企業では「品質管理」（それぞれ36.1%、42.9%）を強みと回答した企業が多い。一方、「10人未満」の小規模企業では、全体と比較して「技術力・製造（加工）精度」（48.3%）,「品質管理」（24.1%）を強みと回答した企業が少なくなっている。

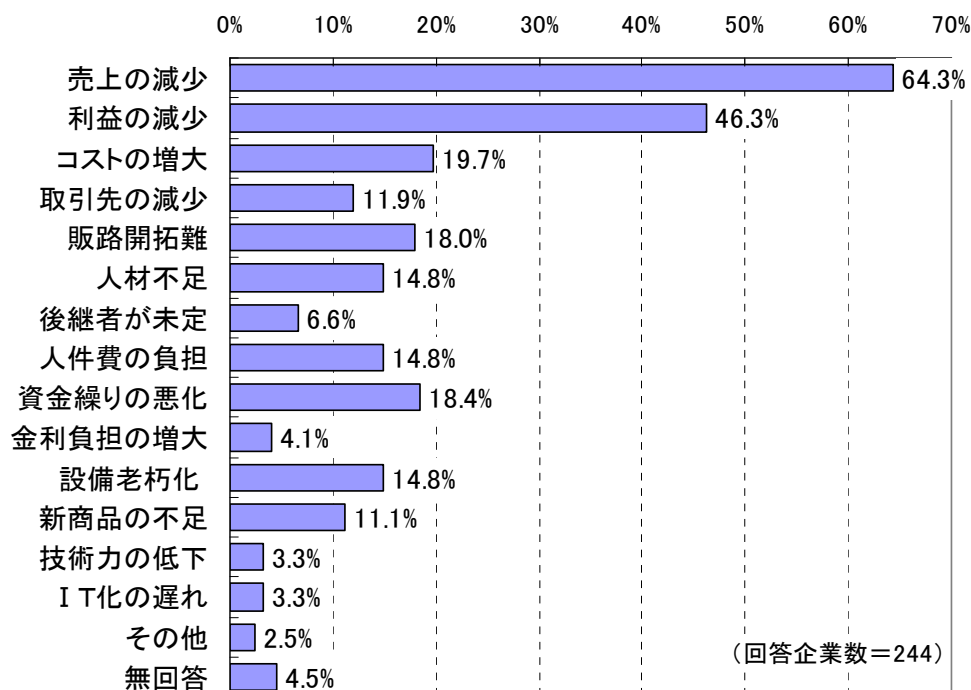
図表17 自社の強み(得意なこと)(従業員規模別)

経営上の問題や困っている点	企画力	技術力・製造(加工)精度	品質管理	生産効率	小ロット・試作対応	短納期対応	価格競争力	販売力・ブランド力	事務効率・資金効率	流通部門・サービス	ITの活用	熟練技能者がいる	量産体制	その他	無回答	回答企業数計
全体	47 19.3%	150 61.5%	76 31.1%	16 6.6%	69 28.3%	81 33.2%	32 13.1%	40 16.4%	3 1.2%	4 1.6%	15 6.1%	41 16.8%	17 7.0%	7 2.9%	5 2.0%	244 100.0
10人未満	14 24.1%	28 <b>48.3%</b>	14 24.1%	5 8.6%	16 27.6%	17 29.3%	13 <b>22.4%</b>	3 5.2%	1 1.7%	2 3.4%	3 5.2%	9 15.5%	1 1.7%	3 5.2%	1 1.7%	58 100.0
10人以上30人未満	20 21.7%	62 <b>67.4%</b>	27 29.3%	6 6.5%	30 32.6%	34 37.0%	7 7.6%	12 13.0%	0 0.0%	0 0.0%	8 8.7%	22 <b>23.9%</b>	2 2.2%	2 2.2%	0 0.0%	92 100.0
30人以上100人未満	6 9.8%	40 65.6%	22 <b>36.1%</b>	4 6.6%	14 <b>23.0%</b>	21 34.4%	9 14.8%	16 <b>26.2%</b>	2 3.3%	2 3.3%	3 4.9%	6 9.8%	8 13.1%	2 3.3%	0 0.0%	61 100.0
100人以上	7 25.0%	20 71.4%	12 <b>42.9%</b>	1 3.6%	9 32.1%	9 32.1%	3 10.7%	8 28.6%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.6%	3 10.7%	6 21.4%	0 0.0%	0 0.0%	28 100.0
無回答	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 80.0%	5 100.0

## イ 経営上の問題点（困っていること）

現在直面している経営上の問題点（困っていること）をみると、「売上の減少」（64.3%）が最も多くなっており、次に「利益の減少」（46.3%）という回答が多い。

図表18 現在直面している経営上の問題点(困っていること)



従業員の規模別に経営上の問題点（困っていること）についてみると、従業員数が10人未満と回答した企業では、「資金繰りの悪化」（29.3%）が問題と回答した企業が多くなっている。また、30人以上100人未満の企業では、「売上の減少」（70.5%）、「コストの増大」（26.2%）、「販路開拓難」（26.2%）を問題と回答した企業が多い。

図表19 現在直面している経営上の問題点(困っていること)(従業員規模別)

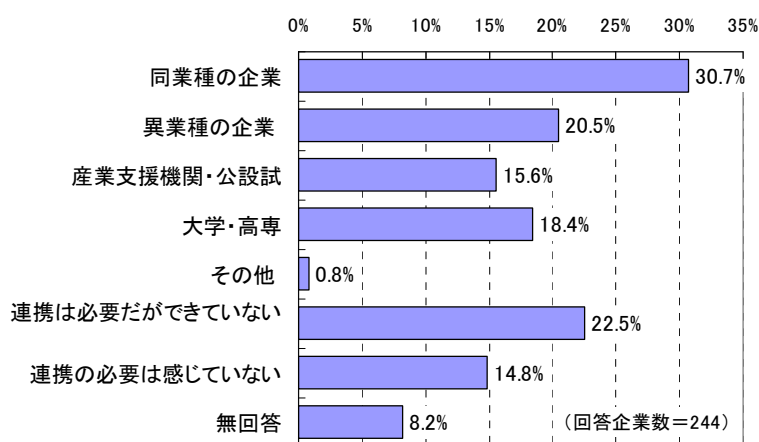
経営上の問題点や課題	売上の減少	利益の減少	コストの増大	取引先の減少	販路開拓難	人材不足	後継者が未定	人件費の負担	資金繰りの悪化	金利負担の増大	設備老朽化	新商品の不足	技術力の低下	IT化の遅れ	その他	無回答	回答企業数計
全体	64.3%	46.3%	19.7%	11.9%	18.0%	14.8%	6.6%	14.8%	18.4%	4.1%	14.8%	11.1%	3.3%	3.3%	2.5%	4.5%	244
10人未満	38.6%	26.5%	5.1%	11.1%	8.8%	9.1%	6.4%	4.1%	17.4%	3.3%	6.3%	2.0%	0.0%	4.4%	2.2%	1.7%	58
10人以上30人未満	65.5%	44.8%	8.6%	19.0%	13.8%	15.5%	10.3%	6.9%	29.3%	5.2%	10.3%	3.4%	0.0%	6.9%	3.4%	1.7%	100.0
30人以上100人未満	58.3%	47.1%	17.1%	11.1%	16.1%	11.1%	8.8%	15.1%	17.1%	5.1%	16.1%	14.1%	2.2%	2.2%	4.3%	3.3%	92
100人以上	63.0%	51.1%	18.5%	12.0%	17.4%	12.0%	8.7%	16.3%	18.5%	5.4%	17.4%	15.2%	2.2%	2.2%	4.3%	3.3%	100.0
無回答	43.2%	27.1%	16.6%	6.6%	16.6%	8.2%	2.9%	9.7%	7.1%	1.8%	8.8%	8.8%	5.0%	0.0%	0.0%	2.0%	61
100人以上	70.5%	44.3%	26.2%	9.8%	26.2%	13.1%	3.3%	14.8%	11.5%	1.6%	13.1%	13.1%	8.2%	0.0%	0.0%	3.3%	100.0
無回答	18.0%	13.0%	10.0%	1.0%	4.0%	8.0%	0.0%	8.0%	4.0%	1.0%	6.0%	3.0%	1.0%	2.0%	0.0%	0.0%	28
無回答	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%	5

## (6) 外部との連携の状況

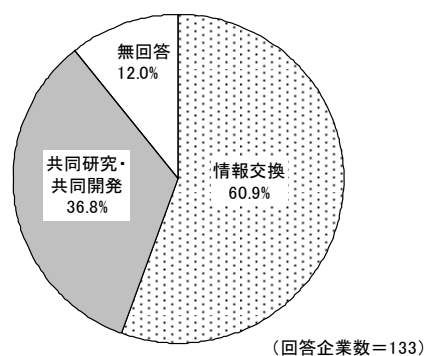
通常取引以外にどのような企業や機関と連携しているかをみると、「同業種の企業」(30.7%)という回答が最も多く、次に「連携は必要だが連携できていない」(22.5%)、「異業種の企業」(20.5%)、「大学・高専」(18.4%)という回答が多い。全体として企業との連携が多く、「同業種」「異業種」を合わせて、50%を超える企業が他社と連携している。

また、連携を行っていると回答した企業に対して連携内容を尋ねたところ、「情報交換」(60.9%)が全体の6割、「共同研究・共同開発」(36.8%)が4割弱であった。

図表20 通常取引以外の連携先

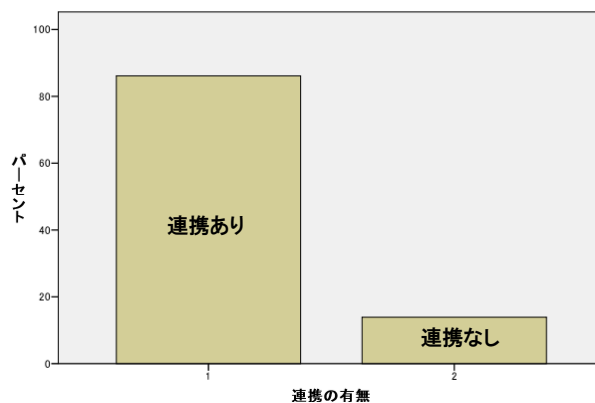


図表21 他社やその他の機関との連携内容



京都の中核企業を対象とした「平成20年度 新・京都産業政策プロジェクトに係る企業調査(以下「平成20年度調査」と表記する。)」の中で、大学との連携の有無を尋ねた結果、8割以上の企業が大学と「連携あり」と回答していたが、今回の中小企業を対象にした調査では「大学・高専」と連携しているという回答は約2割となっている。

図表22 大学との連携の有無(平成20年度調査)



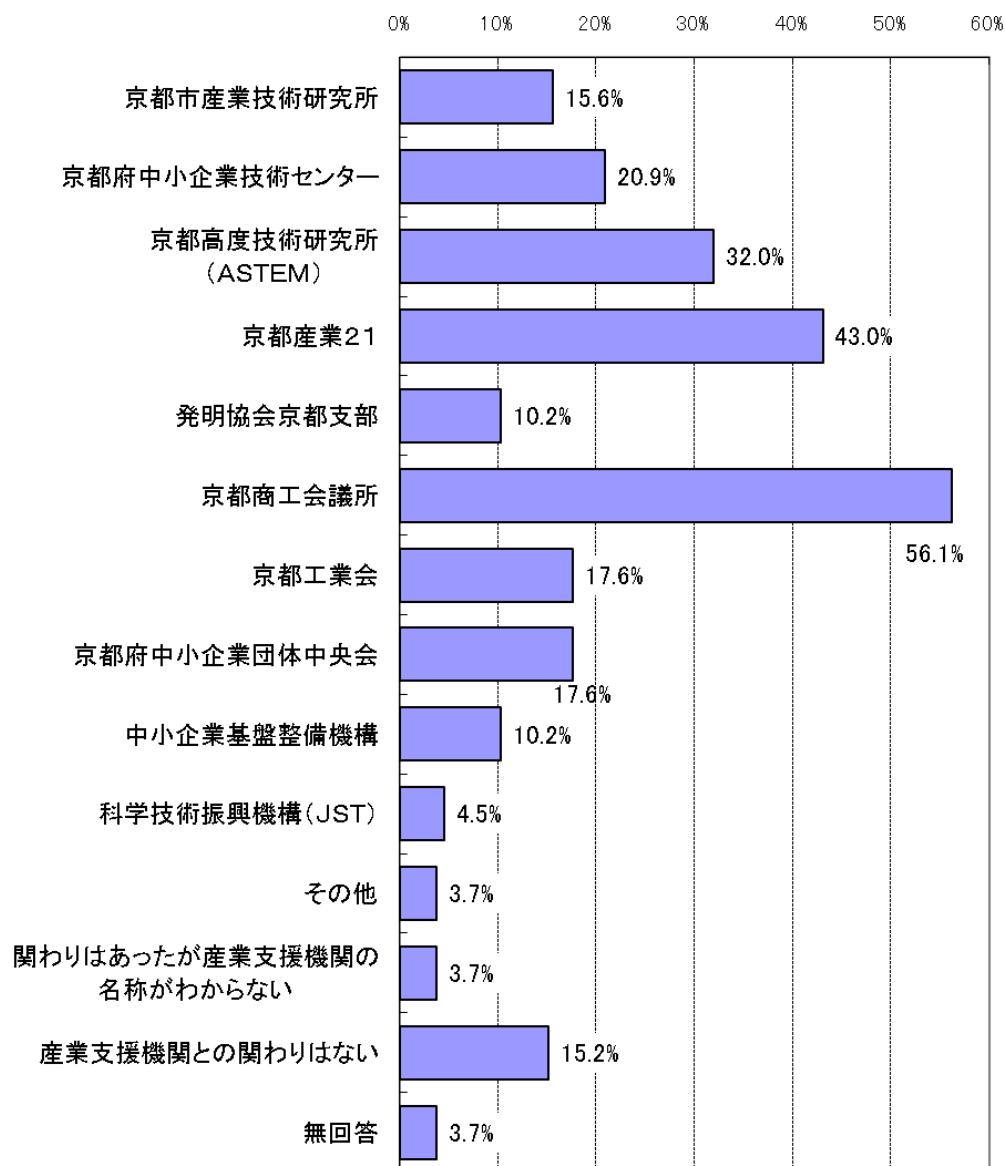
(資料) 京都市産業観光局「新・京都産業政策プロジェクトに係る企業調査」報告書

## (7) 公的支援の利用状況

### ア 産業支援機関との関わり

関わりのある産業支援機関を尋ねたところ、「京都商工会議所」(56.1%)という回答が最も多く、5割以上を占めている。次に、「京都産業21」(43.0%)、「財団法人京都高度技術研究所」(32.0%)が続いている。

図表23 関わりのある産業支援機関



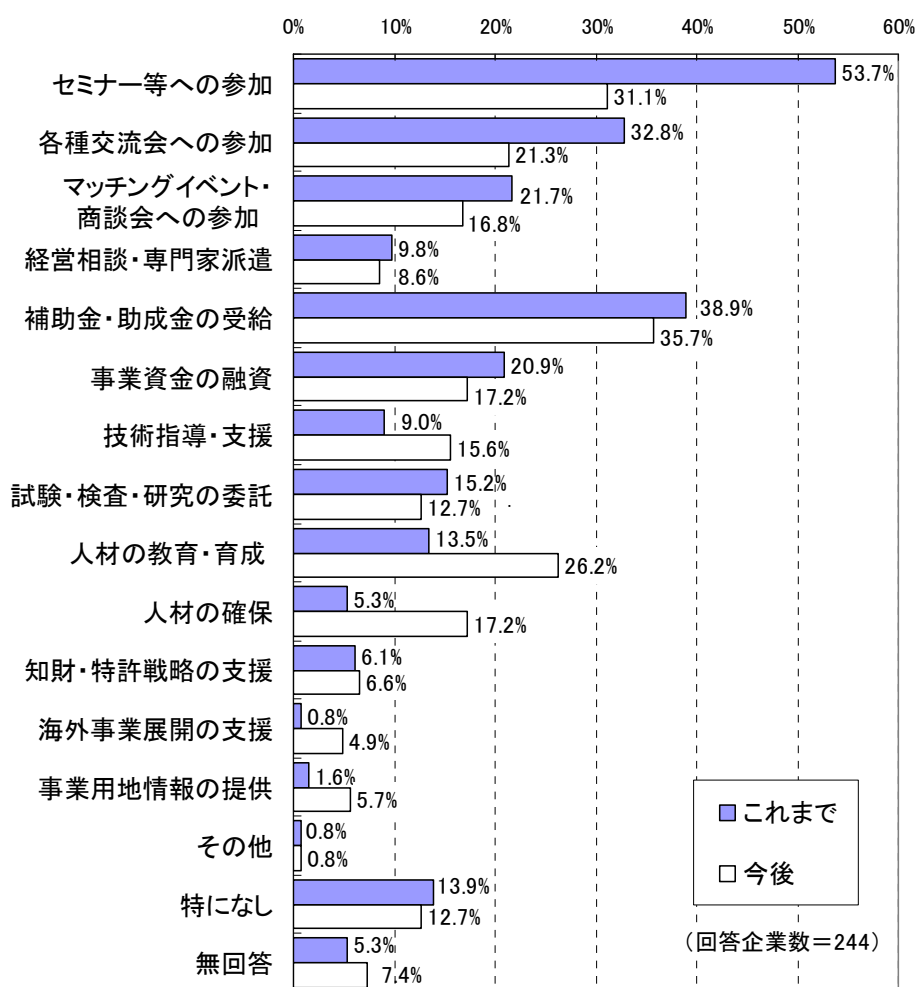
(回答企業数=244)

## イ 支援策の利用状況

これまでに利用した支援策をみると、「セミナー等への参加」(53.7%)が最も多く、次に「補助金・助成金の受給」(38.9%)、「各種交流会への参加」(32.8%)となっている。また、今後活用したい支援策については、「補助金・助成金の受給」(35.7%)と回答した企業が最も多く、次に「各種交流会への参加」(31.1%)、「人材の教育・育成」(26.2%)の順で回答が多くなっている。

支援策の中でも、「補助金・助成金の受給」は多くの企業がこれまでも利用し、今後も活用したいという企業も多い。「人材の教育・育成」「人材の確保」といった人材に関わる支援については、これまでに利用したとする回答に比べて、今後は活用したいとする回答が10ポイント以上多くなっている。

図表24 これまでに利用した支援策・今後活用したい支援策



これまでに利用した支援策について従業員規模別にみると、「30人以上100人未満」、「100人以上」の企業ではどちらも「セミナー等への参加」（それぞれ70.5%、85.7%）、「各種交流会への参加」（それぞれ44.3%、39.3%）という回答が多い。一方、従業員数が「10人未満」の企業では、「セミナー等への参加」（29.3%）、「各種交流会への参加」（22.4%）を利用したという回答が少なく、「事業資金の融資」（31.0%）を利用したという回答が多くなっている。

これまでに利用した支援策と今後活用したい支援策の回答を比較すると、従業員数「100人以上」の企業で「人材の教育・育成」が、「30人以上100人未満」の企業で「人材の確保」の回答が増えている。

図表25 これまでに利用した支援策(従業員規模別)

利用したことがある支援策	セミナー等への参加	各種交流会への参加	マッチングイベント・商談会への参加	経営相談・専門家派遣	給補助金・助成金の受	事業資金の融資	技術指導・支援	委託試験・検査・研究の	人材の教育・育成	人材の確保	援知財・特許戦略の支	海外事業展開の支援	事業用地情報の提供	その他	特になし	無回答	回答企業数計
全体	131 53.7%	80 32.8%	53 21.7%	24 9.8%	95 38.9%	51 20.9%	22 9.0%	37 15.2%	33 13.5%	13 5.3%	15 6.1%	2 0.8%	4 1.6%	2 0.8%	34 13.9%	13 5.3%	244 100.0
10人未満	17 29.3%	13 22.4%	9 15.5%	3 5.2%	17 29.3%	18 31.0%	5 8.6%	7 12.1%	2 3.4%	1 1.7%	6 10.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 3.4%	15 25.9%	4 6.9%	58 100.0
10人以上30人未満	46 50.0%	29 31.5%	21 22.8%	7 7.6%	38 41.3%	16 17.4%	7 7.6%	10 10.9%	8 8.7%	5 5.4%	4 4.3%	1 1.1%	2 2.2%	0 0.0%	11 12.0%	7 7.6%	92 100.0
30人以上100人未満	43 70.5%	27 44.3%	16 26.2%	10 16.4%	23 37.7%	15 24.6%	4 6.6%	12 19.7%	14 23.0%	5 8.2%	2 3.3%	0 0.0%	1 1.6%	0 0.0%	5 8.2%	1 1.6%	61 100.0
100人以上	24 85.7%	11 39.3%	7 25.0%	4 14.3%	15 53.6%	2 7.1%	5 17.9%	8 28.6%	9 32.1%	2 7.1%	2 7.1%	1 3.6%	1 3.6%	0 0.0%	1 3.6%	1 3.6%	28 100.0
無回答	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 40.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 40.0%	0 0.0%	5 100.0

図表26 今後活用したい支援策(従業員規模別)

今後活用したい支援策	セミナー等への参加	各種交流会への参加	マッチングイベント・商談会への参加	経営相談・専門家派遣	給補助金・助成金の受	事業資金の融資	技術指導・支援	委託試験・検査・研究の	人材の教育・育成	人材の確保	援知財・特許戦略の支	海外事業展開の支援	事業用地情報の提供	その他	特になし	無回答	回答企業数計
全体	76 31.1%	52 21.3%	41 16.8%	21 8.6%	87 35.7%	42 17.2%	38 15.6%	31 12.7%	64 26.2%	42 17.2%	16 6.6%	12 4.9%	14 5.7%	2 0.8%	31 12.7%	18 7.4%	244 100.0
10人未満	9 15.5%	12 20.7%	6 10.3%	3 5.2%	19 32.8%	16 27.6%	5 8.6%	7 12.1%	5 8.6%	7 12.1%	3 5.2%	3 5.2%	4 6.9%	0 0.0%	11 19.0%	7 12.1%	58 100.0
10人以上30人未満	22 23.9%	19 20.7%	21 22.8%	6 6.5%	31 33.7%	14 15.2%	15 16.3%	11 12.0%	23 25.0%	14 15.2%	9 9.8%	3 3.3%	6 6.5%	1 1.1%	11 12.0%	5 5.4%	92 100.0
30人以上100人未満	24 39.3%	10 16.4%	10 16.4%	8 13.1%	22 36.1%	9 14.8%	12 19.7%	7 11.5%	19 31.1%	14 23.0%	3 4.9%	3 4.9%	4 6.6%	1 1.6%	6 9.8%	4 6.6%	61 100.0
100人以上	19 67.9%	11 39.3%	4 14.3%	4 14.3%	13 46.4%	2 7.1%	6 21.4%	6 21.4%	16 57.1%	6 21.4%	1 3.6%	3 10.7%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.6%	2 7.1%	28 100.0
無回答	2 40.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 40.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 40.0%	0 0.0%	5 100.0

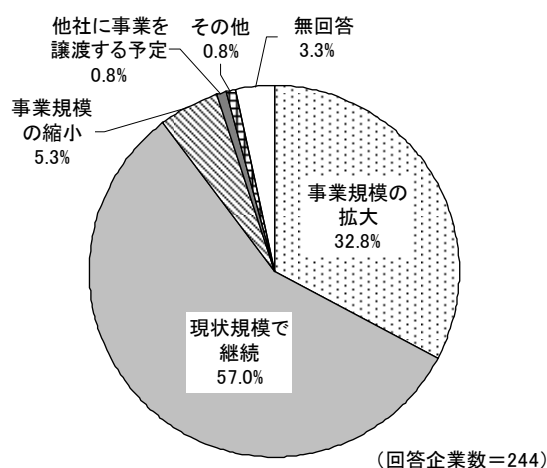


## (8) 今後の事業展開

### ア 今後の事業の見通し

2～3年後の事業規模を尋ねたところ、「現状規模で継続」（57.0%）と回答した企業が約6割を占め、次に「事業規模の拡大」（32.8%）と回答した企業が多くなっている。

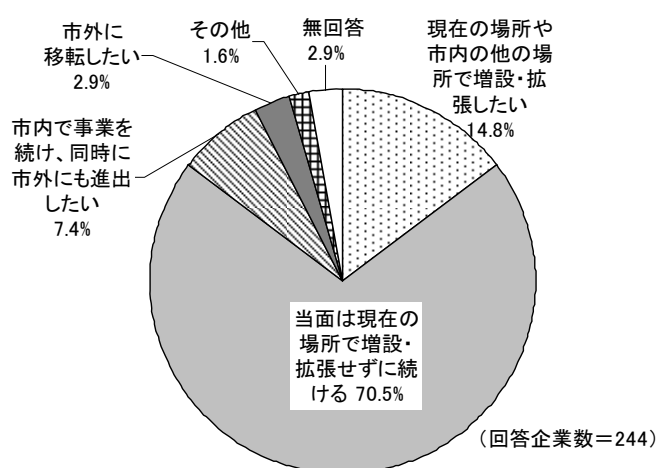
図表27 2～3年後の事業規模



### イ 市内での事業継続

京都市内での事業継承の意向については、「当面は現在の場所で増設・拡張せずに続ける」（70.5%）という回答が最も多く、約7割を占めている。次に「現在の場所や市内の他の場所で増設・拡張したい」（14.8%）、「市内で事業を続け、同時に市外にも進出したい」（7.4%）という回答が多くなっている。

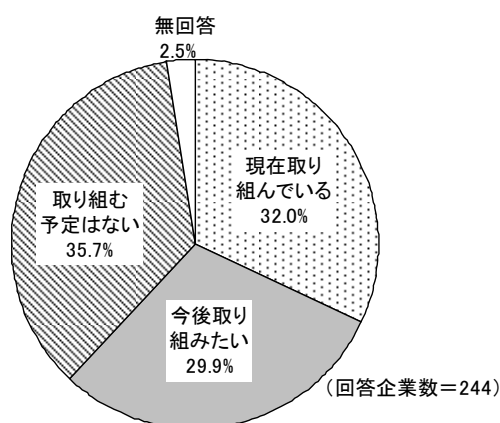
図表28 京都市内での事業継続



## ウ 新しい事業分野への事業展開

新しい事業分野への事業展開の状況を見ると、「取り組む予定はない」(35.7%)と回答した企業が最も多く、次に「現在取り組んでいる」(32.0%)、「今後取り組みたい」(29.9%)という回答が多くなっている。回答企業の約6割が新しい事業分野への事業展開について前向きに検討している。

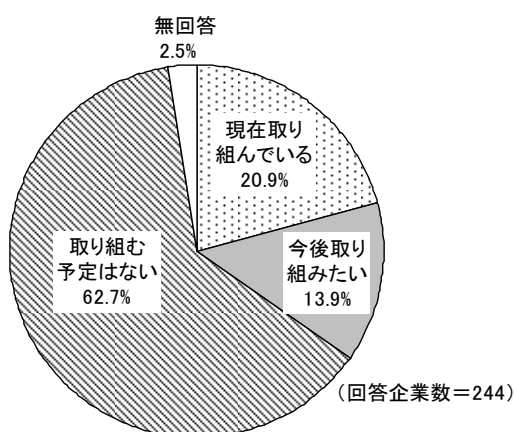
図表29 新しい事業分野への事業展開



## エ 海外への事業展開

海外の事業展開の状況を見ると、「取り組む予定はない」(62.7%)と回答した企業が6割強と多くなっているが、一方で、3割強の企業が「現在取り組んでいる」(20.9%)又は「今後取り組みたい」(13.9%)と回答している。

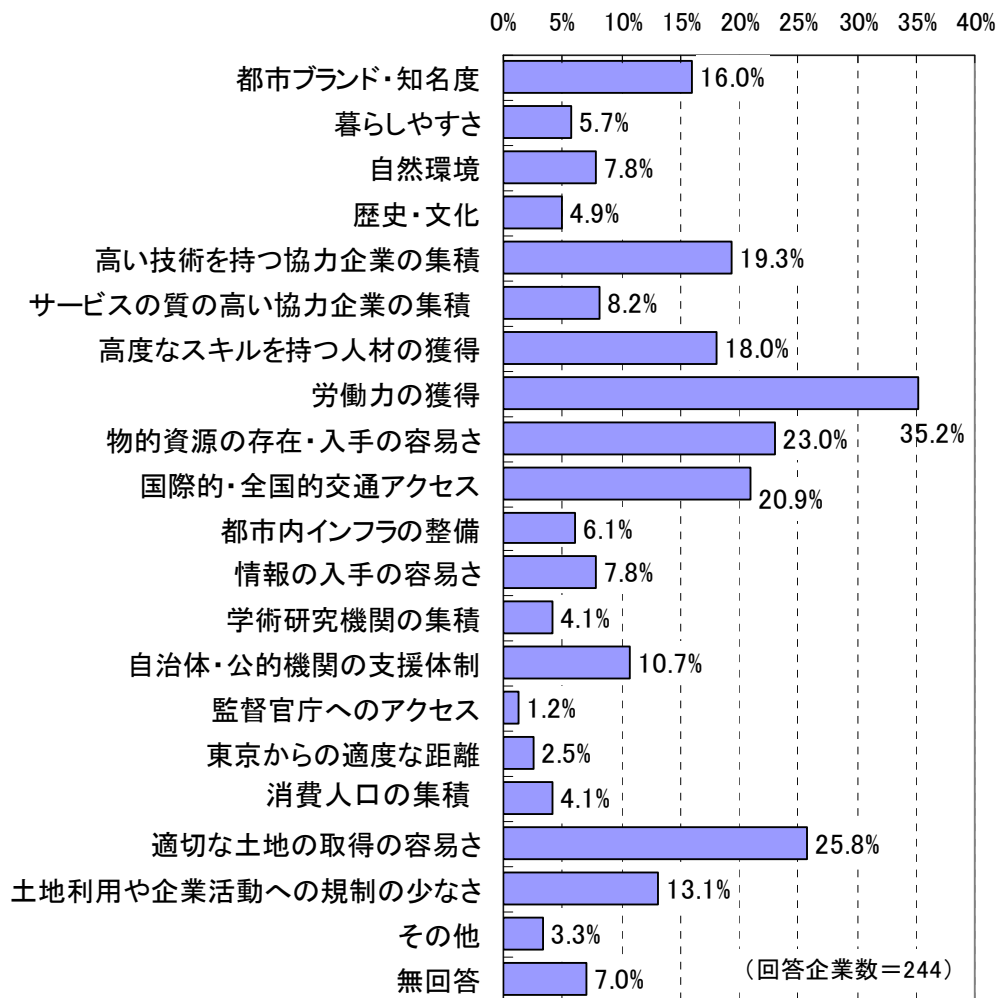
図表30 海外への事業展開



## (9) 事業所立地に当たって重視する点

事業所立地に当たって重視する点を見ると、「労働力の獲得」(35.2%)と回答した企業が最も多く、次に「適切な土地の取得の容易さ」(25.8%)、「物的資源の存在・入手の容易さ」(23.0%)、「国際的・全国的交通アクセス」(20.9%)と回答した企業が多い。

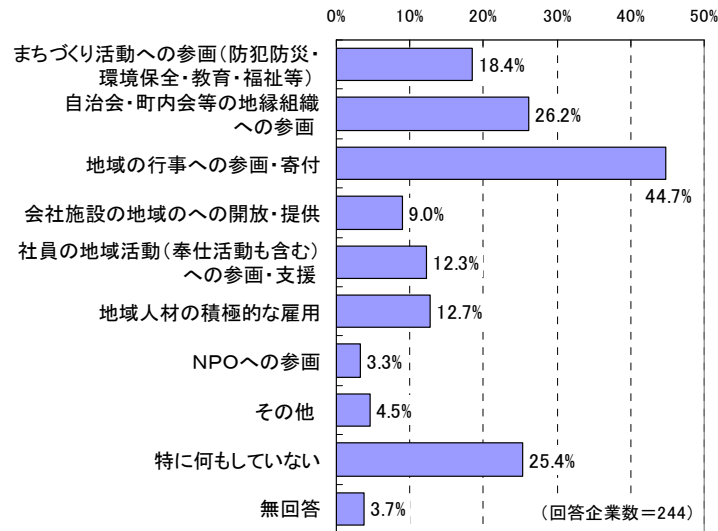
図表31 事業所立地に当たって重視する点



(10) 地域との関わり

地域貢献活動への取組状況を尋ねたところ、最も多かったのは「地域の行事への参画・寄付」(44.7%)であり、次に「自治会・町内会等の地縁組織への参画」(26.2%)と回答した企業が多い。「特に何もしていない」(25.4%)という回答もあるが、7割を超える企業が何らかの地域貢献活動に参加している。

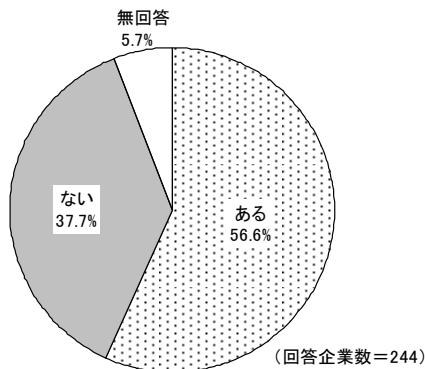
図表32 地域貢献活動



(11) 経営理念の有無

明文化された経営理念や社是の有無を尋ねたところ、「ある」(56.6%)と回答した企業が5割以上を占めており、「ない」(37.7%)と回答した企業は4割程度である。しかし、「従業員規模別」には、「10人未満」の企業は、22%の企業が「ある」に過ぎないが、「10人以上-30人未満」(58%)、「30人以上-100人未満」(75%)「100人以上」(93%)と、規模が大きくなるにつれて、経営理念を有する企業が増大している。

図表33 明文化された経営理念や社是の有無



図表34 明文化された経営理念や社是の有無(従業員規模別)

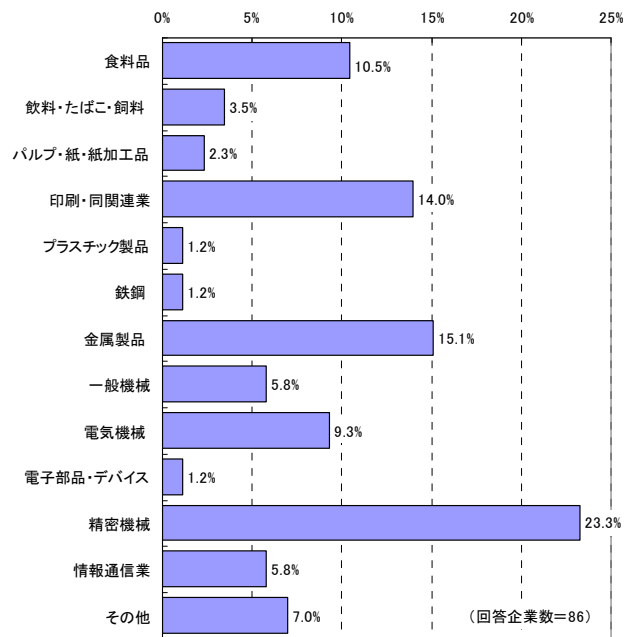
社是明文化されたの有無	ある	ない	無回答	回答企業数計
全体	138 56.6%	92 37.7%	14 5.7%	244 100.0
10人未満	13 22.4%	40 69.0%	5 8.6%	58 100.0
10人以上30人未満	53 57.6%	36 39.1%	3 3.3%	92 100.0
30人以上100人未満	46 75.4%	14 23.0%	1 1.6%	61 100.0
100人以上	26 92.9%	2 7.1%	0 0.0%	28 100.0
無回答	0 0.0%	0 0.0%	5 100.0%	5 100.0

## 4 ヒアリング調査結果の概要

### (1) 対象企業【業種構成】

ヒアリング実施企業 86 社の業種構成は、以下に示すとおりである。「精密機械」(23.3%) が最も多く、次に「金属製品」(15.1%)、「印刷・同関連業」(14.0%)、「食料品」(10.5%) となっている。

図表35 業種構成



### (2) ヒアリングから得られた現状と課題

#### ア 会社概況

- ・ インターネットでホームページを見て問い合わせがあり、仕事につながるケースも多い。
- ・ 取引先業種を意図的に分散させている。
- ・ 大企業と同じことをしても太刀打ちできないため、他社と連携して事業展開
- ・ 下請けから一貫生産するメーカーへと変遷した。
- ・ リーマンショック後かなり落ち込みが激しく、ソフトだけでなく、ハードの開発にも注力している。
- ・ リーマンショック後売上は落ち込んだが、2月現在ピークの8割まで回復してきている。

#### イ 採用・人材育成

- ・ 高卒・大卒に関わらず、新卒で意欲があり、社風に合えば採用している。
- ・ 外国人留学生をインターンとして受け入れている。
- ・ 女性の採用を積極的に行い、子育て支援環境の整備に取り組んでいる。

- ・ 新卒採用は一人前になるのに時間がかかるため、中途採用に頼らざるを得ない。
- ・ 学生の側にも大企業と違って様々な研究ができる期待感があり、高学歴の学生がエントリーするようになった。
- ・ 京都未来を担う人づくりサポートセンターを利用し、研修者を受け入れ、採用した。
- ・ 女性は明るい、手作業が細やか等の長所があり、工場にも配置したいが、成り手がいない。
- ・ 大卒の新採は長く続かない場合がある。逆に中途採用、高卒新採は長く続いている。
- ・ 若いほど技能の習得が早く、自前で育てやすい。
- ・ 人材育成は、OJTで熟練技能者から伝承し、新卒は社外研修を利用している。

#### ウ 事業上の強み

- ・ ニッチ分野で仕事をするのが強みで、真似されにくい分野の仕事に取り組んでいる。また小ロットにも対応する。
- ・ ノウハウの蓄積があり、他が考えつかない提案をできる。
- ・ 早く、安く、高品質で提供するのみならず、自ら開発・提案ができる。
- ・ 下請けの立場ではなく、こちらから値段設定できるだけの開発力で勝負している。
- ・ 試作から量産まで一貫した体制を確立している。
- ・ コンペにも勝てる高い技術力と熟練技能者の存在が強み。

#### エ 経営上の課題

- ・ 退職を迎える熟練工の技術継承が課題である。
- ・ 協力企業の減少が課題となっている。
- ・ 新技術を製品化するのに時間を要し、費用がかかるため、経営状態を圧迫する。
- ・ 受注量はあっても、量当たりの単価が下落し、経営を圧迫している。
- ・ 「これからの経営をどうしていくか」これが最重要な視点である。
- ・ 経営的に苦しいときこそ、従業員の教育、訓練（パソコンなど）に力を注ぐ必要がある。苦しいときこそ、将来を見据えることが経営の要諦である。

#### オ 事業の見通し

- ・ 新事業展開として新エネルギー開発に取り組んでいる。
- ・ 中国市場は魅力であり、生産拠点を展開する。
- ・ 中国にも進出しているが、現地で人材をコントロールできるスタッフに恵まれ順調である。
- ・ 海外への事業展開は特許面で不安等があり、今後の課題である。
- ・ 海外への事業展開に以前は取り組んでいたが、技術保全の点で問題があり、引き揚げた。
- ・ インターネットを利用した販売や他業種のシステム開発に取り組む。

### (3) ヒアリングから得られた意見と要望

---

#### ア 公的支援の利用状況について

- ・ 公的支援機関は敷居が高く感じ、相談に行かなかったが、今回の調査による訪問で説明を受け、活用したいと思った。
- ・ 産業技術研究所工業技術センターを分析、試験、加工等のデータ取得に利用している。
- ・ 以前中国で海外展開をしたが、うまくいかなかった。支援メニューがあれば活用したい。
- ・ 各種セミナー、マッチングイベント等を利用している。
- ・ 公的支援機関に直接行けば、支援メニューは分かるが、忙しくて行く機会がない。
- ・ 公設試の分析や試験は、一時利用では使い勝手が悪いため、自前で調達している。
- ・ 公設試に分析を依頼しているが、時間がかかるのが難点である。
- ・ 関わり方が分からない。小規模事業者には情報が入らない。

#### イ 公的支援への要望等

- ・ 販路開拓、新製品開発、設備投資に対する補助金が欲しい。
- ・ 行政には、人材育成や人材確保の橋渡しとしての役割を担って欲しい。
- ・ 人材発掘や人材育成の支援が欲しい。
- ・ 行政施策は事業終了後、効果や必要性を分析する必要がある。
- ・ 各種セミナーは対象範囲が広く、利用しにくい。事業規模、企業ランク別、ジャンル別等対象を絞って実施して欲しい。また、開催時間も考慮して欲しい。
- ・ 高価なレーザー装置等、企業が単独で購入できない設備を公的施設で利用できれば良い。
- ・ 収益を上げている企業に税制面などでインセンティブを与えてもらえれば、企業活動も活発になると考えている。
- ・ 景観規制等制約が多ければ、市内から企業は出ていく。
- ・ 補助金等の申請は、処理が煩雑であり、要件が厳しいため、もっと柔軟にして欲しい。特に研究開発については、事業単位が1年というのでは使い勝手が悪い。
- ・ 行政は事業のPRが不足しており、役所用語も難解である。
- ・ 大学と連携するにしても教授の研究内容が分からないため、行政や公設試験場等職員が仲介して、テーマだけでも分かるようなものがあればよい。
- ・ 海外展開をする際に、契約の中身を含めた対応のフォローまでしてもらいたい。
- ・ 販路開拓のコーディネーターに大企業OBが多く、中小企業の実感を持った人材が欲しい。
- ・ 支援策をまとめた冊子があれば良い。

## 5 京都市中小企業調査研究会の分析と考察

### (1) アンケート調査の分析

回答企業のうち、売上高が5年前に比べて、「20%以上の増加」「5～20%の増加」と回答した企業を『売上高増加企業』，「20%以上の減少」「5～20%の減少」と回答した企業を『売上高減少企業』，また、「変わらない(±5%未満の変化)」と回答した企業を『売上高不変企業』として区分し、クロス集計を行った。

#### ア 従業者数の変化

業況別に5年前と比較した従業者数の変化をみると、「売上高増加企業」では、従業者数が、「20%以上の増加」(32.9%)、「5～20%の増加」(30.6%)と回答した企業が多く、売上高が増加している企業では従業者数も増加している。一方、「売上高減少企業」では、「20%以上の減少」(14.4%)という回答が多く、従業者数も減少している。

図表36 5年前と比較した従業者数の変化(業況別)

	20%以上の増加	5～20%の増加	変わらない(±5%未満の変化)	5～20%の減少	20%以上の減少	無回答	回答企業数計
全体	35 14.3%	46 18.9%	91 37.3%	47 19.3%	18 7.4%	7 2.9%	244 100.0
売上高増加企業	28 <b>32.9%</b>	26 <b>30.6%</b>	23 <b>27.1%</b>	5 5.9%	3 3.5%	0 0.0%	85 100.0
売上高不変企業	2 4.1%	9 18.4%	31 63.3%	5 10.2%	1 2.0%	1 2.0%	49 100.0
売上高減少企業	5 5.2%	7 7.2%	32 33.0%	36 37.1%	14 <b>14.4%</b>	3 3.1%	97 100.0
無回答	0 0.0%	4 30.8%	5 38.5%	1 7.7%	0 0.0%	3 23.1%	13 100.0

#### イ 若手社員の確保の方法

業況別に若手社員(30歳以下)の確保の方法をみると、売上高増加企業では、「新卒採用で確保」(34.1%)すると回答した企業が多くなっている。

一方、「売上高不変企業」では、「確保(採用)できていない」(24.5%)という回答が多くなっている。

図表37 若手社員(30歳以下)の確保の方法(業況別)

	新卒採用で確保	中途採用で確保	な確保(採用)できていない	無回答	回答企業数計
全体	68 27.9%	121 49.6%	40 16.4%	15 6.1%	244 100.0
売上高増加企業	29 <b>34.1%</b>	43 50.6%	10 11.8%	3 3.5%	85 100.0
売上高不変企業	13 26.5%	23 46.9%	12 <b>24.5%</b>	1 2.0%	49 100.0
売上高減少企業	24 24.7%	51 52.6%	15 15.5%	7 7.2%	97 100.0
無回答	2 15.4%	4 30.8%	3 23.1%	4 30.8%	13 100.0



業況別に人材育成の方法をみると、「売上高増加企業」では、「OJT」(64.7%)、「社内研修会に参加」(48.2%)、「業界団体の研修会に参加」(30.6%)と回答した企業が多くなっていることが特徴である。売上高が増加している企業では、社内で教育を行う体制が整えられていると考えられる。

一方、「売上高減少企業」では、人材育成を「行っていない」(35.1%)という回答が多くなっており、売上の減少により、人材育成を行う余力がない企業が多いことがうかがわれる。

すなわち、「売上高増加企業」は、おしなべてさまざまな人材育成方法を講じているのに対し、「売上高を減少させている企業」は、「行っていない」という企業が35%にも達している。「行っていない」という企業には「10人未満」の零細企業が多く、「人材育成方法」を講じるか否かは、企業の「売上高の増加」、「活性化」にとって大きな影響を与えると思われる。

また、「10人未満」の零細企業の場合、特に家族的企業の場合や業種にもよるが、そもそも人材育成という方法を講じる必要性を感じていない場合も考えられる。このような場合、その企業の業況は、経営者の意欲や先見性、アイデアといったことに大きく左右されるように思われる。人材育成といっても、対業種、対経営者、対従業員といったきめ細かい対策の必要性が感じられる。

図表38 人材育成の方法(業況別)

人材育成の方法	OJT	社内研修会に参加	の産 業 研 修 会 に 参 加 ・ 公 設 試	加業 界 団 体 の 研 修 会 に 参	教育 機 関 等 へ の 派 遣	他社 へ の 派 遣	その他	行 っ て い な い	無 回 答	回 答 企 業 数 計
全 体	121 49.6%	91 37.3%	32 13.1%	61 25.0%	19 7.8%	6 2.5%	7 2.9%	59 24.2%	10 4.1%	244 100.0
売上高増加企業	55 <b>64.7%</b>	41 <b>48.2%</b>	14 16.5%	26 <b>30.6%</b>	10 11.8%	2 2.4%	2 2.4%	12 14.1%	1 1.2%	85 100.0
売上高不変企業	27 <b>55.1%</b>	16 32.7%	6 12.2%	11 22.4%	2 4.1%	2 4.1%	2 4.1%	11 22.4%	1 2.0%	49 100.0
売上高減少企業	36 <b>37.1%</b>	30 <b>30.9%</b>	11 11.3%	21 21.6%	6 6.2%	2 2.1%	2 2.1%	34 <b>35.1%</b>	4 4.1%	97 100.0
無回答	3 23.1%	4 30.8%	1 7.7%	3 23.1%	1 7.7%	0 0.0%	1 7.7%	2 15.4%	4 30.8%	13 100.0

## エ 売上高

業況別に売上高をみると、「売上高増加企業」では、「10億円以上」(29.4%)、「5億円以上10億円未満」(27.1%)、と回答した企業が多くなっており、売上高の規模が大きな企業の売上が増加している。

図表39 売上高(業況別)

売上高	売上高							無回答	回答企業数計
	5千万未満	5千万以上1億円未満	1億円以上3億円未満	3億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上			
全体	16 6.6%	14 5.7%	73 29.9%	23 9.4%	44 18.0%	51 20.9%	23 9.4%	244 100.0	
売上高増加企業	2 2.4%	3 3.5%	22 25.9%	8 9.4%	23 27.1%	25 29.4%	2 2.4%	85 100.0	
売上高不変企業	3 6.1%	3 6.1%	14 28.6%	7 14.3%	7 14.3%	11 22.4%	4 8.2%	49 100.0	
売上高減少企業	11 11.3%	7 7.2%	35 36.1%	8 8.2%	12 12.4%	14 14.4%	10 10.3%	97 100.0	
無回答	0 0.0%	1 7.7%	2 15.4%	0 0.0%	2 15.4%	1 7.7%	7 53.8%	13 100.0	

## オ 販売先(受注先)上位3社の所在地

業況別に販売先(受注先)上位3社の所在地をみると、「売上高増加企業」では、「中部地域」(17.6%)、「関東地域」(38.8%)が主要販売先であると回答した企業が多い一方で、「京都市内」(56.5%)が主要販売先であるという回答が相対的に少なくなっており、市外に販売先を開拓した企業の売上が増加している。

図表40 販売先(受注先)上位3社の所在地(業況別)

販売先(受注先)上位3社の所在地	販売先(受注先)上位3社の所在地										無回答	回答企業数計
	京都市内	京都府内(市外)	滋賀県	大阪府	兵庫県	奈良・和歌山・福井県	中部地域	関東地域	その他国内	海外		
全体	151 61.9%	48 19.7%	53 21.7%	74 30.3%	10 4.1%	7 2.9%	28 11.5%	78 32.0%	44 18.0%	16 6.6%	6 2.5%	244 100.0
売上高増加企業	48 56.5%	14 16.5%	15 17.6%	27 31.8%	4 4.7%	1 1.2%	15 17.6%	33 38.8%	18 21.2%	8 9.4%	0 0.0%	85 100.0
売上高不変企業	37 75.5%	9 18.4%	8 16.3%	17 34.7%	3 6.1%	1 2.0%	6 12.2%	19 38.8%	6 12.2%	1 2.0%	0 0.0%	49 100.0
売上高減少企業	62 63.9%	21 21.6%	28 28.9%	28 28.9%	3 3.1%	5 5.2%	7 7.2%	24 24.7%	19 19.6%	7 7.2%	1 1.0%	97 100.0
無回答	4 30.8%	4 30.8%	2 15.4%	2 15.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 15.4%	1 7.7%	0 0.0%	5 38.5%	13 100.0

## カ 外部との連携の状況

業況別に通常の取引以外の企業や機関の連携先をみると、「売上高増加企業」では、「同業種の企業」(36.5%)と回答した企業が多くなっており、企業間での連携が盛んである。また、「大学・高専」(27.1%)と連携しているという回答も多いことも特徴である。

一方、「売上高不変企業」や「売上高減少企業」では、「連携は必要だができていない」(29.9%)、「連携の必要は感じていない」(26.5%)という回答が多い。

図表41 通常の取引以外の連携先(業況別)

	通常の取引以外の企業や機関の連携先	同業種の企業	異業種の企業	産業支援機関・公設試	大学・高専	その他	連携は必要だができていない	連携の必要は感じていない	無回答	回答企業数計
全体	75 30.7%	50 20.5%	38 15.6%	45 18.4%	2 0.8%	55 22.5%	36 14.8%	20 8.2%	244 100.0	
売上高増加企業	31 <b>36.5%</b>	17 20.0%	16 18.8%	23 <b>27.1%</b>	1 1.2%	18 21.2%	6 7.1%	7 8.2%	85 100.0	
売上高不変企業	11 <b>22.4%</b>	11 22.4%	8 16.3%	12 <b>24.5%</b>	0 0.0%	6 12.2%	13 <b>26.5%</b>	3 6.1%	49 100.0	
売上高減少企業	30 30.9%	21 21.6%	13 13.4%	9 9.3%	1 1.0%	29 <b>29.9%</b>	14 14.4%	6 6.2%	97 100.0	
無回答	3 23.1%	1 7.7%	1 7.7%	1 7.7%	0 0.0%	2 15.4%	3 23.1%	4 30.8%	13 100.0	

## キ 新しい事業分野への事業展開

業況別に新しい事業分野への事業展開をみると、「売上高増加企業」では、「現在取り組んでいる」(41.2%)と回答した企業が多くなっている。一方、「売上高不変企業」では、「取り組む予定はない」(42.9%)という回答が多い。

しかし、「今後取り組みたい」という選択肢を合わせると、「売上高増加企業」は65.9%の企業が、「売上高不変企業」が57.1%の企業が、そして「売上高減少企業」は64.9%の企業が、「新しい分野への事業展開」を志しており、各企業ともそれぞれのおかれた条件の中で、積極的な姿勢を保っているといえる。

図表42 新しい事業分野への事業展開(業況別)

	新しい事業分野への事業展開	現在取り組んでいる	今後取り組みたい	取り組む予定はない	無回答	回答企業数計
全体	78 32.0%	73 29.9%	87 35.7%	6 2.5%	244 100.0	
売上高増加企業	35 <b>41.2%</b>	21 <b>24.7%</b>	29 34.1%	0 0.0%	85 100.0	
売上高不変企業	11 <b>22.4%</b>	17 34.7%	21 <b>42.9%</b>	0 0.0%	49 100.0	
売上高減少企業	30 30.9%	33 34.0%	32 33.0%	2 2.1%	97 100.0	
無回答	2 15.4%	2 15.4%	5 38.5%	4 30.8%	13 100.0	

## ク 経営理念の有無

業況別に明文化された経営理念や社是の有無についてみると、「売上高増加企業」では、半数以上が「ある」（69.4%）と回答している。

それに対し、「売上高減少」企業は、49%が有しているに過ぎない。経営理念は操業当初から持っているのではなく、企業の成長過程で「整備」して行くのであるということを考えると、経営理念は、従業員を一つに糾合する機能を果たしているように思われる。

「売上高増加」企業の方が「売上高減少」企業よりも「経営理念」を有する企業が多いという事実は、その反映であるように思われる。すなわち、何らかの「経営理念」が、長年かけて従業員に浸透した結果、それが従業員の日々の働きぶりを通じて「売上高」や「業績」に反映し、成長してきたのであろうと推定できる。

図表43 明文化された経営理念や社是の有無(業況別)

社経明 是営文 の理化 有念さ 無念れ やた	ある	ない	無 回 答	回 答 企 業 数 計
全 体	138 56.6%	92 37.7%	14 5.7%	244 100.0
売上高増加企業	59 <b>69.4%</b>	21 <b>24.7%</b>	5 5.9%	85 100.0
売上高不変企業	27 55.1%	22 <b>44.9%</b>	0 0.0%	49 100.0
売上高減少企業	47 <b>48.5%</b>	45 <b>46.4%</b>	5 5.2%	97 100.0
無回答	5 38.5%	4 30.8%	4 30.8%	13 100.0

## (2) 中小企業等協同組合のヒアリング調査

個別中小企業のヒアリングとは異なり、中小企業等協同組合などの業界団体の活動は、部会、委員会を設置し、経営対策、教育福利厚生、労務などの知的活動や調査研究事業を行っている。このため、京都の主な中小企業協同組合のヒアリングを実施した。ヒアリングは、当該業界の持つ現状の全体的特徴を如実に語られている点で個別企業のヒアリング結果からの現状分析を補足する内容を有している。

**ヒアリング先：**協同組合京都府金属プレス工業会、協同組合日新電機協力会、  
京都コンピューターシステム事業協同組合、  
京都陶磁器協同組合連合会、京都府印刷工業組合、  
京都府鍍金工業組合、京友禅協同組合連合会、  
久世工業団地協同組合、西陣織工業組合

## 【中小企業等協同組合の主な意見】

### ア 現状と課題

#### [業界・組合]

- ・ 京都府下・市内における大企業の「協力企業会」が減少してきた中であって、全組合員企業と親企業の密接なつながりがあり、オープンな気風を醸成している。
- ・ 廃業や経費節減の影響で会員数は減少傾向にある。
- ・ 組合自体の存続の意義が問われている。会員数の減少等により、財政状況が厳しい。
- ・ 他の業界団体との交流はほとんどない。必要性は感じており、今後行ってきたい。
- ・ 受注減や後継者難を理由とする廃業が相次いでおり、組合員の減少も続いている。組合はいかに減少を減らすかに頭を悩ませており、組合加入のメリットをどうつくりだすか腐心している。
- ・ 技の伝承は伝統産業全体の課題であり、産地を越えたネットワーク化が課題である。
- ・ 一度絶やしたら、元に戻すことは出来ない。技術・技能の伝承と関わって、映像化等で大学や京都府・市との協力を進めたい。産官学のリンケージが重要である。
- ・ 組合の中で、通常の交流で良いという人たちと、もっと活発に組合員同士のコラボレーションをする必要があると考える人たちがいる。後者は、若い人が多い。
- ・ 職人の技能に大きく依存するので、職人がやめたときの人的対応が難しい。このため廃業した組合員もある。
- ・ 当業界では、顧客のニーズを探るマーケティング能力が弱い。
- ・ 組合の中に組織されている青年部は、技術者の会という面を持つ。このような若手の会のあるところは将来発展するところが多いようである。

#### [会員・組合員企業]

- ・ 既存の中小・零細企業は、自社保有の技術の中核にして、技術展開を図ることで、受注確保と新規受注、販売先確保を実践してきた。
- ・ 雇用調整助成制度は、会員企業の半数が利用している。
- ・ 技術進歩に伴って従業員の雇用が問題となってきたが、配置転換等で対応し、雇用を維持するように努めてきた経営者ばかりである。
- ・ 経営者の中には、依然「右肩上がりの時代」の発想が残っている層があり、需要は伸びる（はず）という意識も強い。頭の切り替えはまだ出来ないように思う。
- ・ 右肩下がりの景況が続いている。理由としては、国民のライフスタイルの変化が考えられる。技術は一級だが、ライフスタイルの変化により需要が減少している。
- ・ 組合員には業務上のすみ分けがあり、大量生産と少量生産、個々企業の特長技術を生かすすみ分けになっていて、企業間競争はかなり緩和されている。

- 大きな課題の一つは、「3代目の後継者問題」である。会員企業は戦後間もなく創業した企業が多く、後継者の不在から廃業した企業もある。
- 大学との本格的な連携には至っていない。大学の先生による技術・ノウハウの講演は期待外れなことがある。現場の数値と理論上の数値が異なったとき、現場は現場の数値で仕事をしているにも関わらず、理論上の数値に固執する。
- 新しい課題としては知的財産の問題がある（デザイン、実用新案権など）。国内だけでなく、韓国、中国、ベトナムと外国からも侵害されている。
- 消費者ニーズへの対応が重要となっており、消費者の目線や情報への対応が必要である。情報化、インターネットの活用が欠かせない。
- 高齢化に伴って、道具や機械の枯渇化という事態が生じている。つくる人がいなくなることによって、技の伝承だけでなく、道具や機械も衰退していつている。
- 組合員における産学連携の状況に関しては、行っている企業と行っていない企業の落差が大きい。今後、ポストドクターの活用に対して補助金が出ることになっており、産学連携の可能性が有る。
- 研究開発を進めるところは、すぐ効果は出ないものの、結局発展している。

## イ 行政への要望等

- 商品開発はメーカーが行う。ブランドを守ることを行政が果たす役割として期待したい。
- 正当な技術の評価など入札制度の改善，教育機関の充実，金融支援を要望する。
- 京都市には、精神的文化的な支援を期待したい。技術開発に対する支援については、どこに相談に行けばいいかわからない状況である。
- 京都の中小企業育成につなげるためには、外の大企業に発注するのではなく、地元の中小企業への発注を増やし「地産地消」につなげて欲しい。
- 新しい産業ビジョンでも、下支えしている地元企業のことが忘れられてはいけけない。経営者は技術進歩の下でも職域転換するなどして雇用を下支えしてきた。
- 学生とのコラボレーションで、学生が考えたものを業界がつくり、キャンパスからの発信、キャンパスグッズにも期待したい。京都は大学のまちであり、ビジネスにもつなげる役割を行政に期待したい。
- 継続的な仕事を期待できるのは、やはり自治体と大手の企業であり、市に期待することは大きい。
- 公設機関等府や市には良くしてもらっている。「二重行政」の弊害は感じない。
- 公設試験場等、府と市に同じものがあることは、無駄であり、統合した方が良い。
- 産業技術研究所に効果的に対応してもらっている。しかし、対応可能な技術カテゴリーが限られているので、充実を希望する。
- 産学公連携は、中小企業にとって敷居が高い。中小・零細に適した支援が必要である。
- これまでの支援事業を利用した企業は、主に中堅規模であり、小規模零細企業への技術開発・製品開発等への支援を期待したい。

- 規制などの意義は分かるし、組合としてできる限り協力したいが、業界の経営事情も斟酌して欲しい。金融支援を含めて適切な対策を実施して欲しい。
- 大企業が保有していない高度な技術をベースにした技術を進展させる方策が必要である。これらの技術がなくなれば、ものづくりができなくなる。
- 大企業の現場で叩き上げた **OB** の能力が、人材不足の中小企業にとり、必要性を感じる。特に中国において、自らものが作れ、指導できる人材が不足している。
- 行政は、補助金の対象企業を「元気なところ、やる気のあるところ」に限定しているが、補助金に甘んじる問題はあるものの、組合員全体の「底上げ」にも配慮してもらいたい。