

# 同友会景況調査報告(DOR)

(2002年特別調査)

## 「経営環境の変化と対応」特別調査 報告

### 【概要】

多くの中小企業が再び厳しい局面を迎えている。先の見えない不況の長期化が重苦しくのしかかっているからである。ここ1年で取引先の倒産・廃業を経験した企業は65.3%にのぼり、そのうち54.6%が債権回収不能という事態に遭遇している。つまり、10社に4社弱が債権回収ができなかったことになる。こうしたことから今、不良債権処理をハードに実行していくならば、多くの健全な中小企業を市場から強制排除していく可能性は高いといわなければならない。

この長い不況下、中小企業を巡る経営環境は大きく変化している。とりわけ大企業をはじめとした生産拠点の海外移転は、下請中小企業に限らず、日本の中小企業の存立基盤そのものを揺るがせている。とくに東北地域など、これまで大企業の量産組み立て工場が大きな役割を果たしてきた地域の空洞化は深刻である。

海外展開している企業(進出、生産委託)の比率は低く、6割近くの企業は進出予定はなく、国内立地を存立基盤(42.6%)とする。とはいえ業種別では製造業、流通・商業では海外展開している企業はすでに10%を超え、現在検討中の企業(全業種、7.8%)を加えると、中小企業が海外展開を経営戦略上重要な選択肢の一つと判断している、といえる。

中小企業の健全な再生と発展なくして日本経済の再生はあり得ない。そのために個別企業の自主的経営努力とともに、金融アセスメント法制定など、公平公正な金融政策、中小企業の自主的経営努力を育てゆく経済政策、経営支援が今こそ求められる。

### 【調査要領】

- (1) 調査時 2002年8月20日～9月10日
- (2) 対象企業 中小企業家同友会会員企業
- (3) 調査の方法 FAX送信により自計記入を求めた
- (4) 回答企業数 19,618社より4,029社の回答を得た(回答率20.5%)  
(建設業733社、製造業1,109社、流通・商業1,223社、サービス業941社)
- (5) 平均従業員数 ①役員を含む正規従業員数 27.9人  
②臨時・パート・アルバイトの数 25.8人
- (6) 平均資本金 2,792万円

# 「空洞化」調査と企業戦略

鈴木 幸 明

## 「産業の空洞化」対応は社会的には焦眉の課題 最近の各機関の「空洞化」調査より

今年に入って、空洞化あるいは海外への展開を巡る調査が多くの機関で実施されている。2月には商工中金が「中小企業の競争力等に関する意識調査」(有効回答2,641社)を実施、その中で経済のグローバル化について「安価な輸入品の増加」(55.2%)や「日本企業の生産拠点の海外への移転」(58.9%)によって悪影響を感じると答えた経営者はいずれも過半数を超えた。それら経済のグローバル化への対応策では、「人件費以外の経費削減」(46.2%)、「パートの活用等」(37.2%)、「従業員のレベルアップ」(34.3%)などが3割を超えている。

3月には日本政策投資銀行が「産業空洞化についての実態調査と今後の展開」(大企業を中心とした208社のヒアリング調査)を発表した。海外投資の経験があると答えた企業が54.4%と過半を占めたのは、政策投資銀行の取引先を中心とした大手製造業に限られていたという調査対象によるところも大きい(平均資本金27,365百万円、平均従業員規模2,967人)。しかしこれらの企業のうち7割は90年代までに海外移転をはかり、2001年以降新たに海外移転の見込みがあると答えた企業は1割に満たない。また進出先別進出理由でみると、中国、ASEAN進出希望企業では「安価な労働力」を求めての進出がもっとも多いのに対し(双方とも76%台)、NAFTA、EU進出希望企業の理由は「マーケットイン」をあげる企業が7割台から8割台と最も多く、指向の違いを示している。

6月に入って日本商工会議所が「地域産業空洞化の実態調査」(商工会議所(支部)のうち526商工会議所の調査、及び会員企業から793社の回答)の結果をまとめ、発表している。主要取引先の海外移転では45.4%が「ある」と答え、自社でも海外に生産拠点を持つ企業は29.9%にのぼる。海外移転の理由は「人件費コスト」をあげる企業が最も多く、移転の時期は1991年から1995年が最も多くなっている。移転先では中国が54.3%、タイ(10.7%)、インドネシア(9.6%)、アメリカ(5.8%)となっている。さらに今後の経営強化策については「販路拡大・営業強化」が最も多く、次いで「自社製品の開発強化」「製造工程のコスト削減」となっている。

このほか、限られた地域での調査も実施されている。2月に行われた(財)大田区産業振興協会の「空洞化の影響に関するアンケート」調査(有効回答214社)や、大阪市信用金庫が9月に発表した「中小製造業における大阪の『産業空洞化』問題について」(有効回答691社)などがそうである。

まさに「空洞化」の議論は社会的現象かの様相を示している。現実の問題として、「取引先企業が海外進出し、一緒に行くならともかく、日本にいては仕事もなくなる」といった会員企業の声もあった。とりわけ、長期不況の中での価格低下競争は国内での企業存立基盤を危ういも

のしかけている。いきおい、20分の1とも30分の1ともいわれる中国の低廉な労働力に目がいく。こうした企業行動に対し誰も、これで日本の経済、あるいは物づくりは大丈夫か、と疑念を抱くことから「空洞化」を巡る議論はますます白熱化しているのだろう。

### 「空洞化」を乗り越える気構えを

こうした「空洞化」を巡る議論が盛んになった背景には次のようなことが考えられる。製造業の海外生産比率をみると、90年代はじめには6%台で推移していた。しかし2000年には14.5%となっている。日本の基幹産業といわれた電気、自動車等のリーディング産業での海外生産比率が上昇し、国内生産が縮小してきたこと及びその影響が国民経済に影響を及ぼすようになり問題が先鋭化したといえる。現象的には90年あたりを境に起業率が廃業率を下回り事業所数が減少し、就業者数の減少に歯止めがかからなくなり完全失業率が5%を上回るようになったことに表わされる。中国からの輸入は製造業のみならず、流通・商業にも大きな影響を与えずにはおかない。

とはいえ「空洞化」の意味する定義が定まっているとも言い難い。一般的には「経済発展の高度化に伴い、第三次産業の比重が上昇するサービス経済化を示し、狭義には、直接投資を通じて生産部門が海外に移転し、国内の製造業部門が縮小、弱体化することを意味する」(原正行「海外直接投資と日本経済」)といえようか。しかしこの定義では、製造業だけの問題ではない、という反論が出そうである。製造業部門というのを国内の産業と言い換えると、多少腑に落ちるかもしれない。

しかしいずれにせよ、中小企業にとっての現実的問題は「空洞化」の議論をすることではなく、そうした環境の中で自社の生き残る道を探索することであるはずである。

### 中同協「特別調査」の特徴

中同協企業環境研究センターの特別調査「経営環境の変化と対応」アンケートは、最近増えている倒産・廃業をはじめとした経営環境の変化とそれへの対応、及び地域での産業空洞化と海外展開戦略をテーマとしたもので、中同協始まって以来の大調査となった。有効回答数が4,000を超え、今年に入ってから各機関の同テーマでのいずれの調査に比べても、最大の回答数となっている。同友会の全国の現会勢からすれば1割を超える回答となる。ここに自覚的な同友会企業の、自らの実態と次なる方策を自ら探し求める姿勢が如実に表れている。と同時に、通常の景況調査に比べ、会員の総体と実像に近づいたといえるだろう。

また、他の調査機関による「空洞化」調査の特徴はいずれも大企業、あるいは中堅以上の企業が対象の中心となっているのは、ある程度やむを得ないとしても、中小企業を中心としたこのテーマでの調査は少ない。それだけに、最大の回答数を持ち、しかも全国規模で中小企業に限った調査はこの調査が初めてといってよい。それだけにこの結果は日本の中小企業像を示すものといっても過言ではない。さらに今回の特別調査は「空洞化」問題に限らず、最近の経営環境変化を巡る動向の特徴をも映し出している。

ここに示された結果をよく吟味し、次なる企業戦略を練る材料としたい。

(中同協 事務局)

## 〔 I 〕 深刻の度を増す経営環境の悪化

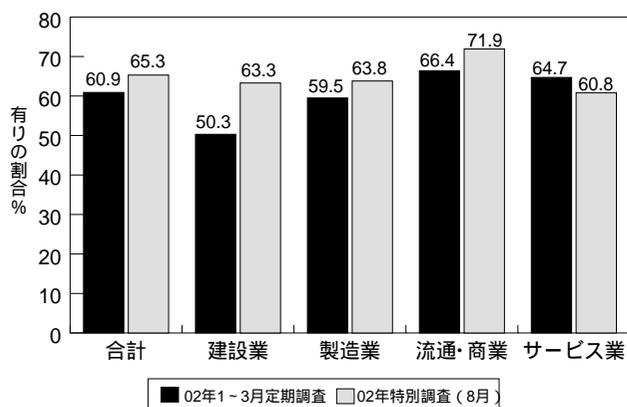
### (1) 取引先の倒産・廃業の増加

同時多発テロの衝撃も覚めやらない2001年暮れ、経営環境に深刻な影響を与えていると考えられる幾つかの項目について、その影響の有無についてDORオプション調査が行われた。結果は、影響「有り」の割合で、「取引先の倒産・廃業の影響」が64.5%、「取引先のリストラの影響」が57.4%、「IT不況の影響」が57.2%、「同時多発テロの影響」48.0%、「安価な輸入品増の影響」45.5%、「貸し渋りの影響」32.0%、「取引先海外移転の影響」28.0%となり、取引先の倒産・廃業あるいはリストラによる影響が非常に高い割合に達していることが明らかになったのである。

この結果を受けて、2002年1～3月期のDOR調査においても、取引先企業の倒産・廃業の影響についてオプション項目が設けられ、その影響の内容、与信管理・リスク管理の方法なども調査された。ここでも、取引先の倒産・廃業を経験している企業は6割をこえ（I 図1）、その65.2%（回答全体の39.7%）が、債権回収が不能になったと答えている。

こうしたDORオプション調査の結果を踏まえ、2002年8月には、DOR定期調査の対象企業のみでなく、広く会員企業全体の動向を把握すべく、「『経営環境の変化と対応』アンケート調査」（2002年DOR特別調査）が実施された。調査内容は、取引先の倒産・廃業の影響、経営環境変化

I 図1 過去1年間の取引先の倒産・廃業の有無



への対応、地域経済の空洞化の実態、自社の海外展開の状況である。全会員調査ではないが、全国各地の同友会の協力が得られ、4,029社の会員企業から回答が得られた。これは、99年に実施された「金融問題特別調査」の3,270社を大幅に上回るもので、現下の厳しい実態を深刻に受け止めている姿が浮き彫りにされている。今後、この調査をもとに、会員企業が厳しい現状をどのように捉え、どのように対応しているかを明らかにし、中小企業の

経営課題を明らかにすることに役立てられることになる。

### (2) 2002年特別調査の実施

今回の特別調査の業種、地域、規模分布は本報告書P21の表1の通りである。四半期で行われているDOR定期調査の回答規模は、2002年4～6月期までの平均では40人弱、従業員規模別でいうと、正規従業員規模20人未満35.5%、20人以上50人未満34.7%、50人以上100人未満17.9%、100人以上8.9%である。特別調査の結果では平均27.9人、従業員規模別でみると20人未満が

59.9%であるから、DOR定期調査に比べると、回答企業の規模がかなり小さくなっていることがわかる。これは、DOR定期調査の場合、四半期での回答に対応できる会員企業に調査を委嘱するため、結果として従業員規模が会内平均より大きくなってしまっているためである。

99年の「金融問題特別調査」の際も正規従業員規模20人未満の企業が57.7%あり、今回とほぼ同様の回答分布となっている。こうした2回の経験から見て、会員企業の全体状況が捉えられるのはこの特別調査においてであるということがわかる。そして、その中でやや規模が大きく、仕組みの確立した企業からの回答としてDOR定期調査の結果を捉えておく必要がある。また、こうした従業員規模の差はそもそも回答企業の業種分布の差から生じているのであり、特別調査の結果は定期調査に比べ、製造業の割合が5%ほど低く、その分サービス業が5%ほど高い構成となっている。

資本金規模別には、全体の35.7%が1,000万円ちょうどであり、株式会社の最低資本金に合わせた規模になっている。また、19.6%が1,000万円未満で、有限会社等の株式会社以外の会社形態であることも特徴的である。これは専門サービス業からの回答が一定数に上ったことと関係している。

全体的な印象でいうと、中小企業金融公庫の『中小企業動向調査』の対象企業の規模に近いのが、DORの定期調査であり、中小企業庁・中小企業事業団の『中小企業景況調査』の対象企業の規模に近いのがDOR特別調査の結果であると捉えることができる。

### (3) 取引先の倒産・廃業の影響

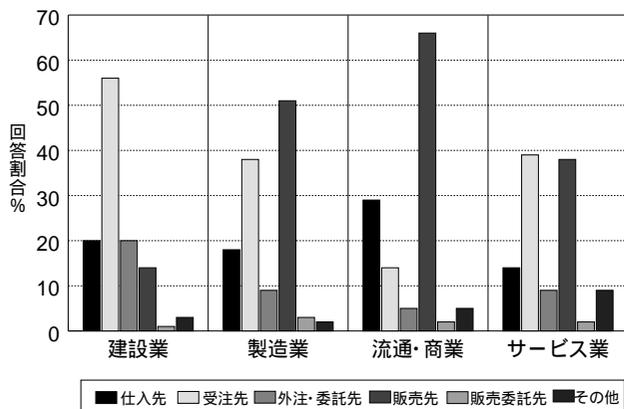
#### 流通・商業で極めて高い取引先の倒産・廃業

I 図1は、過去1年間で取引先の倒産・廃業があった割合を、2002年1～3月期のDORオプション調査と2002年DOR特別調査で比較したものである。両調査で平均従業者規模に差があることはすでに見た通りであるが、取引先の倒産・廃業があった割合は、いずれの調査でも6割を超え大変高い割合になっており、企業規模に関わらず取引先に大きな変動が起きていることがわかる。

この二つの調査で差が最も大きいのは建設業で、13%の開きがある。これは、DOR定期調査における建設業は、建設業の一般水準に比べ業況判断DIなども比較的高く、良好な取引関係を維持しているケースが多いためであると考えられる。これにたいし、特別調査においては建設業も、取引先の倒産・廃業があった割合は63.3%と平均的な数字に達している。業種別で取引先に倒産・廃業があった割合が最も高かったのは流通・商業で、特別調査では実に7割を超える結果となっている。流通・商業の場合、仕入や販売において中小零細企業が取引先であることが多く、不況に加えて高齢化の進んでいる自営業者の倒産・廃業が進んでいることがこうした数字に表れている。

特別調査の従業者規模が小さくなった理由は、サービス業の回答が定期調査より多かったことによるが、取引先の倒産・廃業があったとする割合では、定期調査のサービス業よりも特別調査のサービス業の方が低くなっている。これは、専門サービス業など規模の小さいサービス業において取引先の範囲が比較的狭く、その分取引先の倒産・廃業の割合が少なかったためである。

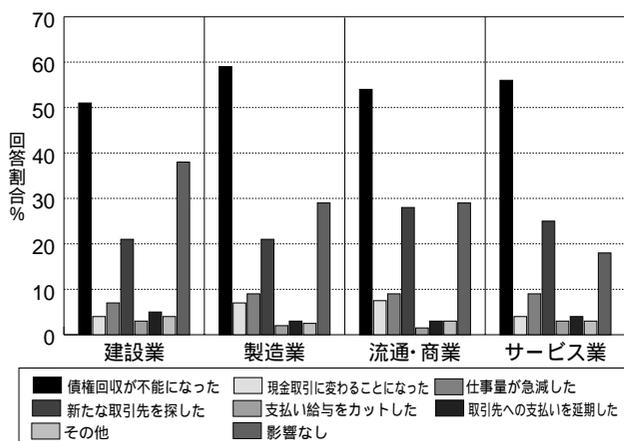
I 図2 倒産・廃業した取引先企業との関係



多くの場合、債権回収が困難

I 図2は、倒産・廃業した取引先企業との関係が何であったかを聞いたものであるが、ここには業種の違いによる取引先の違いがはっきりと現れている。業種別に多いのは、建設業の場合は受注先、製造業の場合は受注、販売先、流通・商業の場合は仕入、販売先、サービス業の場合は受注、販売先である。そして、それがそのまま反映して、倒産・廃業した取引先の割合となって現れている。

I 図3 取引先企業の倒産・廃業の影響



受注先倒産・廃業の場合は、完成品代金の受け取りはできず、生産仕掛りの経費の回収すらままならないことが多い。また、販売先倒産・廃業の場合はもっと深刻で、完成品にまで仕上げ、商品販売した後、販売先が倒産・廃業となり、その代金そのものの回収が困難となってしまふ。そのため、受注先、販売先に倒産・廃業が多かった場合、その影響として「債権回収が不能になった」割合が大変高くなってくる。

I 図3は、取引先企業の倒産・廃業の影響を聞いたもので、倒産・廃業した取引先で受注先、販売先の合計の割合が最も高かった製造業において、債権回収が不可能になった割合が最も高くなっている。

取引先に倒産・廃業があった割合が65.3%で、そのうち54.6%が債権回収が不可能になっており、したがって、全体で35.7%の企業が債権回収不能という事態を経験していることになる。業種別には、倒産・廃業した取引先をもち債権回収が不可能になった割合の最も高かったのは製造業で37.0%にのぼり、取引先の倒産・廃業の割合の最も高かった流通・商業では38.3%となった。これらの業種では、実に10社に4社に近い割合で債権回収困難という事態に直面している。

#### (4) 地域産業の空洞化の進行

取引先企業の倒産・廃業の増加は、地域産業の空洞化と結びついている。特別調査のもう一つの柱は、海外展開に伴う地域産業の空洞化の進行状況を捉えることである。I 図4は、自社の所在地域で産業の空洞化が進んでいるかどうかを聞いた結果である。「進んでいる」との回答割合が最も高いのは製造業で、46.7%の企業が「進んでいる」と答え、「今後進みそう」をいれる

と72.6%になり、全体平均の58%を大きく上回っている。これは、大企業の製造工場の海外展開に伴い製造業の集積地で空洞化が進んでいることと、そうした事態の進行に製造業の場合、ことのほか敏感にならざるを得ない状況にあるからである。

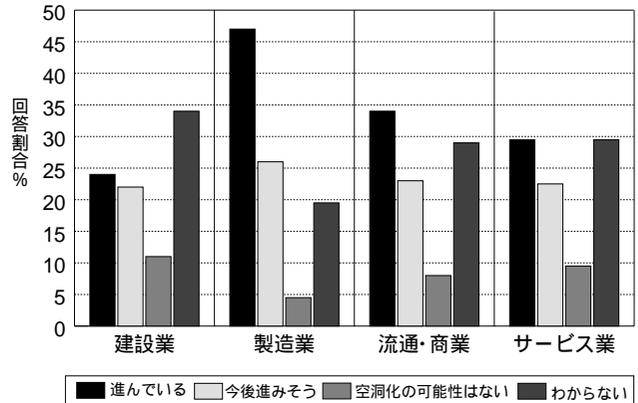
このことはI 図5によく現れている。I 図5は、空洞化によってどのような問題が生じているかを聞いた結果で、製造業においては、倒産・廃業の増加という回答が54.5%と抜きん出しており、次いで、その結果としての雇用の悪化、消費低迷による商店街の衰退と続いている。全国各地で商店街の衰退は目を覆うばかりの状況になりつつあるが、製造業地域ではむしろ取引先の倒産・廃業の進行の方がより強烈に映っていることと思われる。本年から来年にかけて、大手製造工場の海外移転の予定が次々と発表されてきており、「今後進みそう」が現実化すると、産業集積の崩壊がいつそう進まざるを

えないことになり、雇用悪化、消費低迷、倒産・廃業の増加という悪循環から抜け出すことがますます困難になってくる。

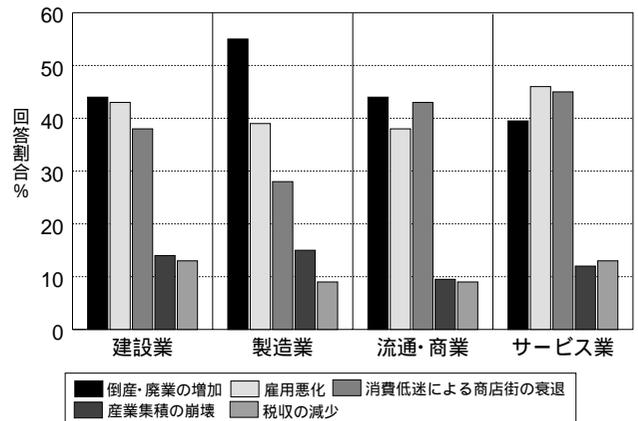
地方のどこに行っても商店街のシャッターが下りている姿を目にするようになってきているが、これが都市部にも波及してきているのが最近の状況である。I 図5の流通・商業、サービス業の回答をみると、「消費低迷による商店街の衰退」が40%以上と大変高い割合に達しており、「倒産・廃業の増加」、「雇用悪化」と肩を並べるにいたっている。このように、製造業集積地で空洞化が進み、消費基地である商店街も衰退するという、生産と消費の両面にわたる弱体化に直面し、日本経済は尋常でない状況に陥ってきている。

特別調査では、自社の海外展開（海外移転、生産委託）の状況についても聞いているが、「すでに進出している」、「すでに生産委託している」は、製造業でそれぞれ5.1%、8.8%で、「現在検討中」も9.9%と世に言われているほど高い割合ではない。むしろ「海外進出する予定はない」47.2%が目立つくらいである。これは、「国内立地でなければ成り立たない」が製造業においても依然として多いと捉えられているためである。これが本当にそうかということが今後問われてくることになる。

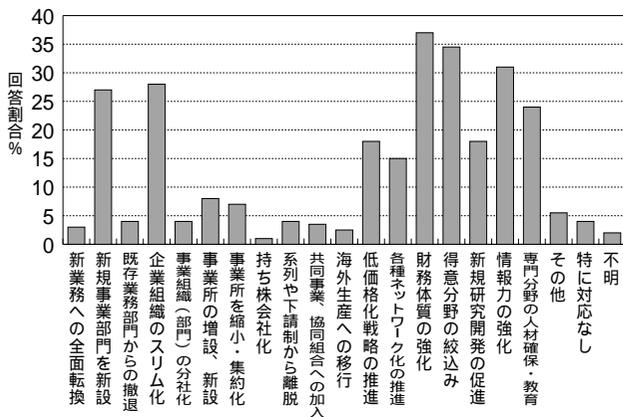
I 図4 地域産業の空洞化の進行



I 図5 空洞化によって生じる問題



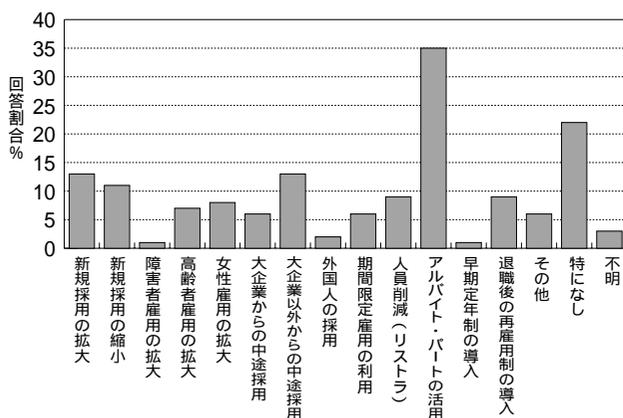
I 図6 経営環境変化への対応



(5) 経営環境変化への対応

特別調査では、こうした経営環境の変化にたいして、企業組織面と雇用・採用面でどのような対応をしてきているかも聞いている。I 図6は、企業組織面での対応で、全体の第1位は「財務体質の強化」で、建設、流通・商業でこれが第1位となっていることが全体を引き上げている。これにたいし、製造業、サービス業では「得意分野の絞込み」がトップになっており、取り扱っている製品・サービスに相当な工夫を凝らさないと生き残れないことが認識されていると考えられる。そのため、「情報力の強化」、「専門分野の人材確保・教育」が重視されている。また、組織面では、「企業組織のスリム化」を図りながら、「新規事業部門を新設」させてきている。この厳しい状況にありながら、新規事業部門の新設が27.2%に上っているのは特筆されるべき点である。

I 図7 雇用・採用面での対応



雇用・採用面での対応 (I 図7) としては、「アルバイト・パートの活用」が35%で第1位であり、人件費の節減に引き続き努めざるを得ないことがわかる。5年前の97年にDOR定期調査の委嘱企業を対象に『会内経営実態調査』が行われ、その際にやはり雇用・採用面の対応を聞いているが、ここでも「アルバイト・パートの活用」が第1位になっており、同様の傾向が続いていることがわかる。また、たしかに人員削減(リストラ)も進んでいるが、あわせるとそれを上回るくらい、大企業ならびに大企業以外からの中途採用が進んでいる。さらに新規採用では、割合としては小さいが、その拡大が縮小を上回っていることが注目され、会員企業の頑張りへの芽をみることができる。

菊地 進 (立教大学)

〔II〕取引先の倒産・廃業の広がりと中小企業の対応策

中小企業の景気は2000年秋以降バブル崩壊から3回目の下降局面をむかえたが、2002年に入る

と指標が水面下ではあるものの、多少上向いてくるようになった。しかし、その指標の中身を吟味すると実質的には横ばいといえるものであった。政府は2002年5月には景気底入れ宣言をしたが、アメリカの景気回復がはかばかしくないことに加えて、秋にハードな不良債権処理策を経済政策の中心に据えたことにより2002年末にかけて再び下降がはじまりそうである。そうしたところから2002年度後半には、景気下向きが明らかになることは間違いない状態である。

一方金融面では、2001年夏以降金融機関の態度が変化して、中小企業に対する貸し渋り、貸しはがし再燃の懸念が出てきた。その中で不良債権処理がハードな形で実行されようとしているので、その懸念が急速に現実のものとなりつつある。

今回の特別調査はこのような外的経済環境のもとに実施されたのである。

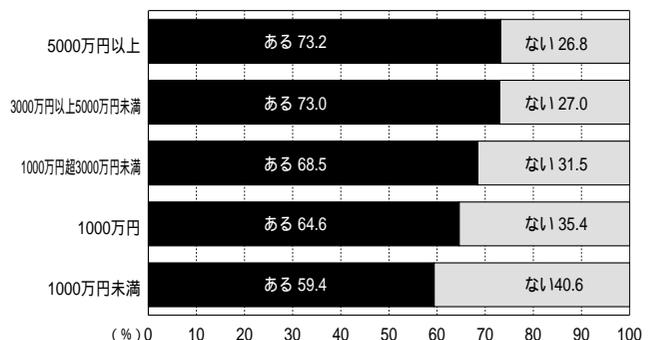
### (1) 3分の2の中小企業が経験している取引先の倒産・廃業の意味

#### 広がる取引先の倒産・廃業

特別調査ではまず、「過去1年間で取引先企業の倒産・廃業はありましたか」という設問を設けている。それに「ある」と回答した企業は65.8%にのぼった。DOR2002年1～3月期の定期調査においても同様の設問（オプション項目）を行ったが、そのとき「ある」の割合は60.8%であった。今回の調査対象企業はDOR定期調査と部分的に重なっているが、そのまま単純に比較することは正確さに欠ける。しかし65.8%という数字は、少なくともこの半年間で取引先の倒産・廃業を経験する割合が縮小に向かっていることを示すものではないであろう。厳密な比較とはいえないが、むしろ取引先の倒産・廃業を経験する割合が増大していることを物語っているととらえるべきであろう。

いずれにしろ、2002年の秋の時点で3分の2の企業が取引先の倒産・廃業を経験しているのである。これを業種別にみると流通・商業だけが70%を突破して72.3%に達している。資本規模別には3000万円以上5000万円未満層が73.0%、5000万円以上層が73.2%と資本金規模が大きい層の経験割合が大きい（Ⅱ 図1）。同様に正規従業員規模別でも50人以上層の企業規模が相対的に大きい層の経験割合が73%を超えている。全国6地域別には70%を超えた地域はなかったが、都道府県別に分けると大阪(76.8%)、東京(71.4%)、千葉(70.9%)の大都市圏と東北では岩手(77.1%)、中国では岡山(76.1%)、四国では香川(70.1%)、愛媛(70.0%)のほか、大分(71.7%)、熊本(70.5%)、鹿児島(70.0%)の九州圏が70%台になっている。とくに大都市圏、そのなかでも大阪が突出しているのである。

Ⅱ 図1 資本規模別取引先の倒産・廃業の有無



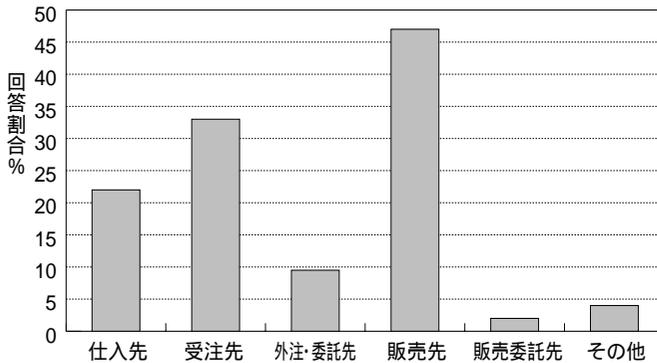
このように取引先の倒産・廃業が、大都市圏に立地している比較的規模の大きい中小企業、業種的には流通・商業を中心に広がりをみせているのである。したがって、多くの中小企業にとって企業間の取引関係を大きく

変えることが強制されている、あるいは自らが主体的に取引関係を大きく変えないと生き残っていけない局面に立たされているのではないかと懸念されるのである。

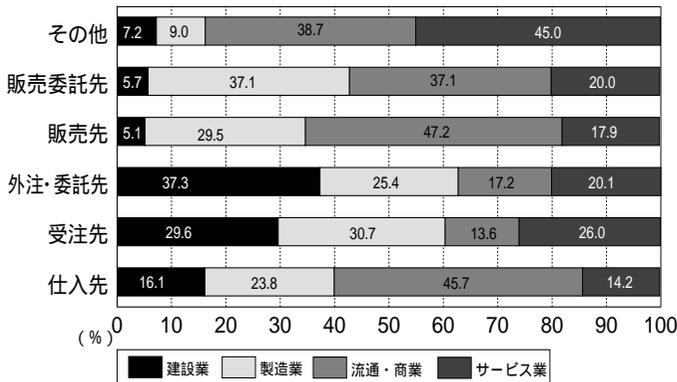
### 倒産・廃業した取引先は上流、下流に多様

前述の倒産ないしは廃業した取引先企業（主な企業ゆえ複数の場合もあり）の企業規模は、中小企業の場合が94.4%、大企業が9.9%であるから、取引としては、圧倒的に中小企業間の取引

Ⅱ 図2 倒産・廃業した取引先との関係



Ⅱ 図3 倒産・廃業した取引先別の業種割合



引であることがわかる。

つぎに調査対象企業とその取引先企業との取引上の関係はどうなっているのか。それは、Ⅱ 図2（複数回答）のように「販売先」46.6%、「受注先」32.8%、「仕入先」21.7%、「外注・委託先」9.4%、「販売委託先」1.3%である。多くの場合「販売先」「受注先」「仕入先」のいずれかであること（複数の時もあり得る）が明らかになっている。つまり、倒産・廃業した取引先が、ある場合は調査対象企業の上流（たとえば「仕入先」）であり、別の場合は下流（たとえば「販売先」「受注先」）に位置していたことを示している。

さらに倒産・廃業した取引先企業を4業種別に整理するとⅡ 図3になる。①「外注・委託先」では

建設業が37.3%と多く、製造業（25.4%）、サービス業（20.1%）と続く。②受注先でみると製造業がトップで30.7%、建設業（29.6%）、サービス業（26.0%）と20%台を占める。③販売委託先、販売先でみると流通・商業の割合が高く（37.1%、47.2%）、製造業（37.1%、29.5%）がそれに次ぐ結果となった。④仕入先でみると圧倒的に流通・商業の占める割合が高く（45.7%）となっている。

これを倒産・廃業した取引先企業との関係を業種別にみた、P6のⅠ 図2と合わせて読み解くと、調査対象企業の業種業態によって倒産・廃業した取引先が調査対象企業の川上であったり、川下であったりと現実的には多様であることがわかる。それを業種別にみても、建設業、製造業、流通・商業、サービス業のいずれも川上、川下の両方に倒産・廃業した取引先が多く存在していたのである。このような多様で奥行きのある取引の連鎖が倒産・廃業によって切断

されたことになる。

### 「債権回収不能」等による取引の激変、取引関係の不安定化

さてつぎに取引先企業の倒産・廃業によって生じた直接的影響はどのようなものかをⅡ 図4（複数回答）によってみると、54.6%の企業が「債権回収が不能になった」と回答している。すなわち最大の影響は、企業間の商業信用の収縮・崩壊によって、取引関係が中断するあるいは断絶したことにより「債権回収が不能」となってあらわれている。これは企業間における取引関係の激変そのものであり、取引関係不安定化を意味するものである。

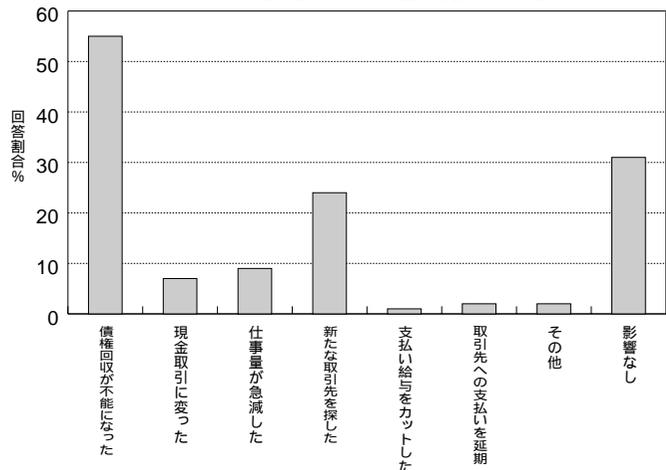
しかしその一方で、「影響なし」が30.6%と3割を超えていることを見落としてはならないだろう。「影響なし」とは、この間の取引先企業の倒産・廃業の広がりに対して、いち早くリスク分散、情報収集・チェックなどの取引先企業への与信管理・リスク管理を徹底させ、その効果が一定程度あらわれている企業が取引関係不安定化の対極に存在することを示すものではないかと、とらえられるからである。

とはいえ、「新たな取引先を探した」が23.6%、「仕事量が急減した」が8.5%などを考慮すると、直接的影響の大勢は、たしかに取引関係を不安定化させる方向に傾いていることになる。

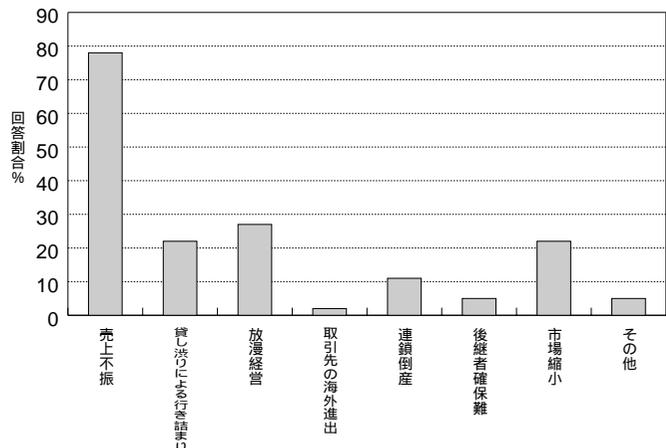
### 「売上不振」等不況深刻化が最大要因

そうした取引先企業が倒産・廃業に至った主な原因は何か。その「推測」をまとめたものがⅡ 図5（複数回答）である。ここでは「売上不振」が77.0%と突出した割合を占めている。これは不況の深まりを示すものにほかならない。このように不況の深刻化が最大の要因になっているのである。つぎに「放漫経営」25.7%、「貸し渋り等による資金繰りの行き詰まり」23.5%、「市場縮小」22.7%の3つが20%台の原因になっている。「売上不振」という高い原因の山とともに

Ⅱ 図4 取引先企業の倒産・廃業の影響



Ⅱ 図5 取引先企業の倒産・廃業の原因



に3つの項目が低い山並みを形成してするのである。

「売上不振」が不況の深刻化をあらわすとすれば、「放漫経営」は経営者の責任を意味し、「貸し渋り等による資金繰りの行き詰まり」は不良債権処理加速策にあらわれている政府の誤った政策に起因するものであり、「市場縮小」は「売上不振」同様不況の深刻化を示していると考えられる。

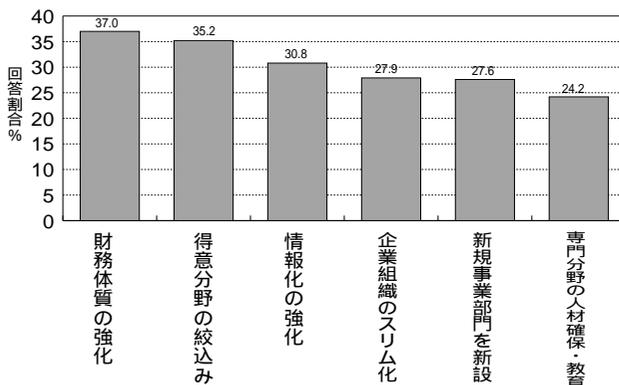
このように、取引先の倒産・廃業は大都市圏の規模の大きい中小企業で流通・商業を中心に広がりがつつあるが、それらは中小企業の多様な取引に深く浸透しているので、企業間の取引に激震を与えていると考えられる。したがってこれは取引の不安定化が進行していると考えなければならぬだろう。しかもその主たる原因は、90年代以来長期化している不況にあるばかりでなく、制度的に不況を人為的に促進させている金融政策の誤りも重大であることが明らかになる。

## (2) 取引関係の変化と中小企業の経営対応

「企業組織のスリム化」か「専門分野の人材確保・教育」か

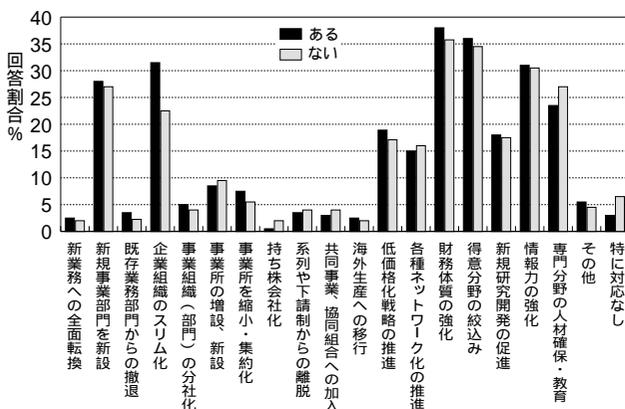
この1年の特徴的な動きとして、景気循環的側面から景気下降が确实視されているだけでなく、

Ⅱ 図6 経営環境変化への対応  
(20%以上の上位6位まで)



取引先企業の倒産・廃業の増加によって取引関係の不安定さが深刻になる、あるいは、企業の海外進出、生産委託、輸入増などにより地域産業空洞化が一層進むと見込まれる等、中小企業を取り巻く経営環境の変化は著しい。そうした動きに対して、調査対象企業はどのような対応策を立てているのかという設問への回答がⅡ 図6である(複数回答)。ここに示されているように、「財務体質の強化」(37.0%)、「得意分野の絞り込み」(35.2%)、「情報力の強化」(30.8%)、「企業組織のスリム化」(27.9%)、「新規事業部門を新設」(27.6%)の5つが25%を超える重点対応策になっている。これを整理すると、財務体質強化と情報力強化をベースにして、①得意分野に絞り込む、関連して企業をスリム化するという方向をとるか、②新規事業に取り組んで新部門を立ち上げるという方向か、ということになる。このような取り組みが現

Ⅱ 図7 取引先の倒産・廃業の有無別経営環境変化への対応



在の経営環境下で経営基盤再構築策として位置づけられているとみることもできよう。

ところで、そうした中小企業への経営対応において取引関係不安定化の広がりはいかなる違いをもたらしているか。

そこで取引先企業の倒産・廃業という取引関係の激変を経験した企業と経験していない企業との間で対応策は同じなのか、違うのかをみたものがⅡ 図7である（複数回答）。Ⅱ 図7によれば「財務体質の強化」「得意分野の絞り込み」「情報力の強化」「新規事業部門を新設」では取引先の倒産・廃業を経験した企業も経験しなかった企業もほぼ同様に力を注いでいる共通した対応策になっている（取引先の倒産・廃業を経験した企業が多少力を入れた方が強いという相異は存在するが）ことがみてとれる。

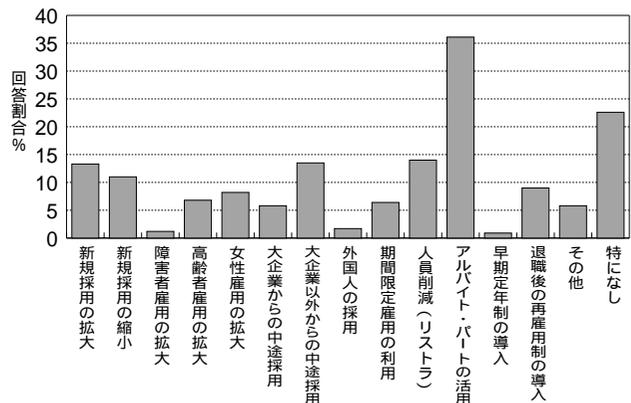
ここでの大きな相違点は、第1に取引先の倒産・廃業を経験した企業（経験企業）は経験していない企業（非経験企業）より「企業組織のスリム化」に力点を置いていることにあり、第2に非経験企業は経験企業より「専門分野の人材確保・教育」に力点を置いていることにある。経験企業の「企業組織のスリム化」は今後も予想される取引関係の激変に対して適切なスピードで対応するために取り組んでいる企業組織の再編であり、非経験企業の対応は、企業経営の原点に戻り、中長期視点で人材育成をねばり強く進めていることを示しているにとらえられるのである。

### アルバイト・パートの積極活用と採用・削減の並立

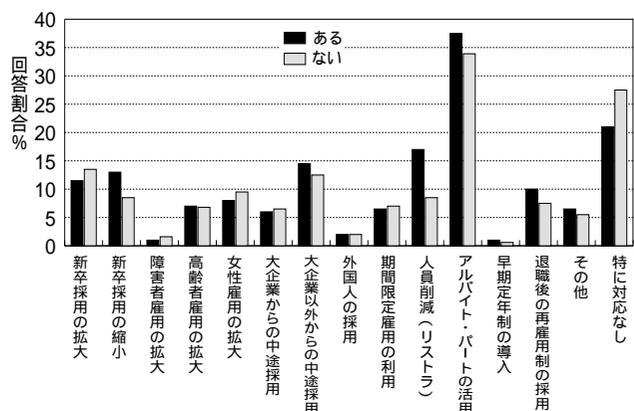
経営環境変化への対応策の中でもとくに雇用・採用面の対応策に絞ってみるとⅡ 図8（複数回答）のようになる。すなわち、「アルバイト・パートの活用」が36.1%と最大項目の対応策になっている。つづいて「特に対応なし」22.6%、「人員削減（リストラ）」14.0%、「大企業以外からの中途採用」13.5%、「新卒採用の拡大」13.3%、「新卒採用の縮小」11.0%の順である。

この間の雇用・採用における対応策の1番目はアルバイト・パートを有効に活用することにある。2番目の「特に対応なし」は文字通り取り立てて対応策を取っていないことである。とくに企業規模が小さくなるほどこの比率が高くなっている。3番目は採用と削減が並立していることである。ここで

Ⅱ 図8 雇用・採用面での対応



Ⅱ 図9 取引先の倒産・廃業の有無別雇用・採用面の対応



はこの3番目の動向に注目したい。人材育成戦略に関連して即戦力（「大企業以外からの中途採用」）と中長期戦力（「新卒採用の拡大」）を組み合わせた採用姿勢がうかがわれるからである。

さて前述と同様の視点からⅡ 図8の雇用・採用面の対応策を、取引先の倒産・廃業を経験した企業（経験企業）と経験していない企業（非経験企業）とに分けてみよう（Ⅱ 図9）。

すると、経験企業では、アルバイト・パートを積極的に活用する一方で、人員削減と新卒採用を抑制し、中途採用と退職後の再雇用をはかることによって取引先の倒産・廃業の影響を最小限にしようという即戦力的対応が目につく。これにたいして非体験企業においては、「特に対応なし」の割合が24.1%と経験企業のその割合より6.4ポイントも大きくなっている。これは、小規模層ほどアルバイト・パートの活用以外の対応策をとっている企業が少ないからである。たとえば、非体験企業の5人未満層では「特に対応なし」が5割を超えた最大項目になっている。

これらから確認できることは、取引関係の変化が中小企業の経営的対応にもたらした特徴的なことは、①経営環境変化のスピードに対応できる企業のスリム化であり、②人材面での特徴は即戦力に力点を置いた対応になっていることである。

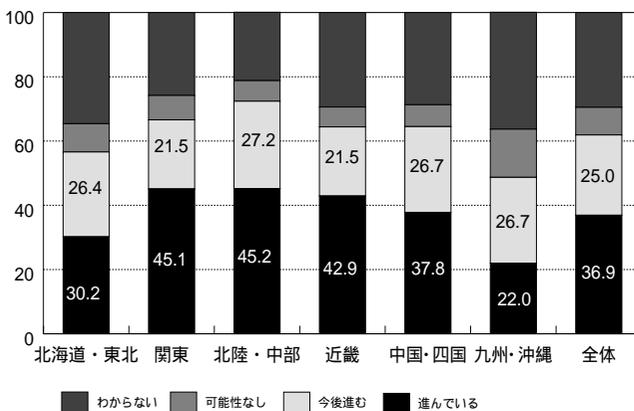
阿部 克己（東邦学園大学）

### 〔Ⅲ〕歯止めがかからない地域産業の空洞化

#### （1）地域における産業空洞化の実態

Ⅲ 図1は「企業の海外進出、生産委託または輸入増による地域産業の空洞化について」の設問に対する回答結果を地域別に見たものである。全国レベル（合計）で見ると、「空洞化の可能性はない」との楽観的な回答は8.1%で1割にも満たないのに対して、「進んでいる」が最多の36.9%を占め、「今後進みそう」（25.0%）を加えると6割を超える企業が空洞化問題に危機感を感じている。これを地域別に見ると「進んでいる」の指摘割合が関東、北陸・中部および近畿で4割を超え、相対的に高くなっている点が注目される。これらの地域は製造業の比重が大きく、また外注・下請関連の中小企業も高く、生産の海外移転や大企業の国際的部品調達の影響をより強く受けているからであろう。

Ⅲ 図1 地域別に見た空洞化の状況



り強く受けているからであろう。

北海道・東北と九州・沖縄では空洞化進展度が相対的に低く示されているのは、業種構成の特徴を反映したものとしよう。すなわち、両地域では建設業と流通・サービス業の比重が相対的に高く、地域経済の現実的な問題は経済のグローバル化というよりも、公共事業削減問題と大型店出店問題などの身近な問題に起因するところが大きいと考えられる。ただし、これらの地

域でもこれまでの誘致政策により、大企業の量産組み立て工場が大きな役割を果たしてきた地域（例えば、岩手、宮城、福島など）では生産の海外移転の影響が太平洋ベルト地帯よりも大きいことから、空洞化問題に対する危機感はきわめて強く示されており、県あるいは基礎自治体レベルで問題点は異なっていることが注目されねばならない。

## (2) 空洞化に伴う問題点

地域産業の空洞化問題はそれぞれの地域の産業構成の特徴によって、その問題性は異なる。

Ⅲ 図2を見ると、大都市部の中でもとりわけ不況の影響が色濃く出ている大阪を抱える近畿では「倒産・廃業の増加」の指摘割合が群を抜いており、関東がそれに次いでいる。これに対して、北海道・東北では「雇用悪化」(52.2%)が焦眉の問題と認識され、また九州・沖縄では「消費低迷による商店街の衰退」(43.7%)が最重要視されている。

次にこれを業種別に見れば(Ⅲ 図3参照)、空洞化問題は製造業では「倒産・廃業」問題(54.5%)として現れているのに対して、第3次産業では集客要因が個店の経営努力の前提条件となるため、倒産・廃業、雇用問題と商店街衰退が三位一体となって問題化している。

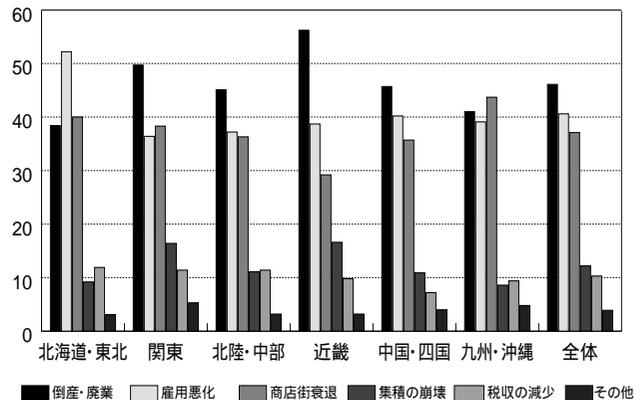
空洞化問題の焦点のひとつである「空き工場の増加等による産業集積の崩壊」については、直接関係する製造業では14.9%と高い指摘割合が示されているが、それに留まらず建設業(13.2%)、流通・商業(9.6%)およびサービス業(11.6%)でも強い関心事となっている。地域別では、製造業の集積の度合いの高い関東と近畿では、とりわけ強い危機感が示されている。

この回答傾向は、中国への生産機能の移転がさらに加速化しつつある今日、地域産業集積の危機はこれまでの小規模・自営業者層を中心とした歯槽膿漏の衰退から、地域社会に一定の雇用を提供している中小「企業」の淘汰による地崩れ型崩壊への懸念の表明と考えられる。

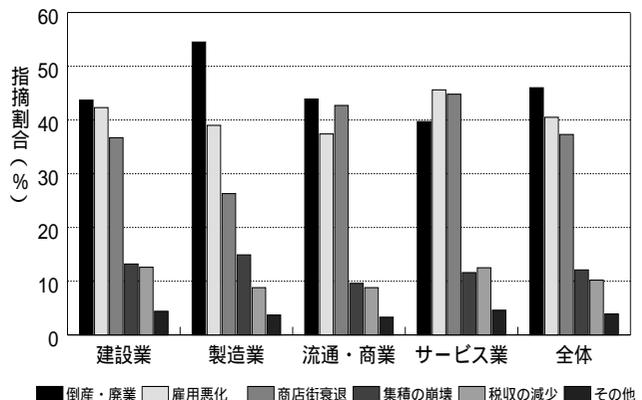
## (3) 取引先の海外展開の実態

Ⅲ 図4は過去5年間の主要取引先の海外展開(海外進出、生産委託)の実態を示すものであり、全体では29.7%

Ⅲ 図2 地域別に見た空洞化の問題点



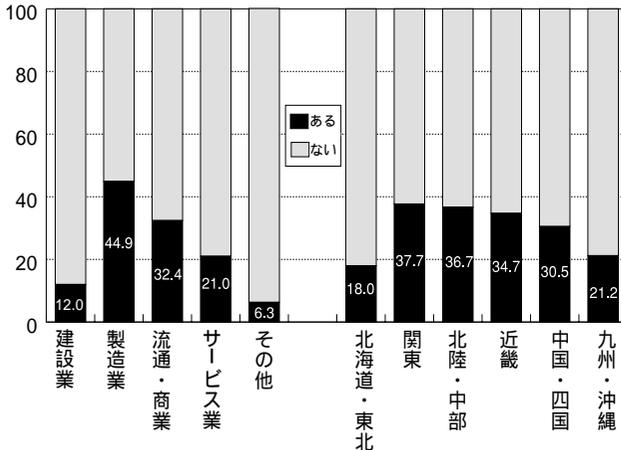
Ⅲ 図3 業種別に見た空洞化の問題点



の企業が取引先の海外展開を経験している。その際、製造業では半数近くの44.9%の企業がこの問題に直面している。その結果、地域別では製造業の比重が大きい関東（37.7%）、北陸・中部（36.7%）、近畿（34.7%）で取引先の海外展開比率が高くなっている。これに対して、価格破壊現象が強まる中で開発輸入や直接仕入れに力を注いでいる流通・商業では32.4%、サービス業でも2割を越えて「あり」と回答している。

この点に関して、東京都大田区が昨年末に実施した「空洞化の影響に関するアンケート」の

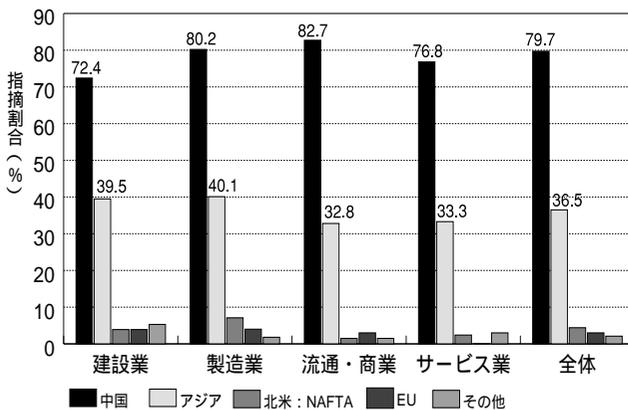
Ⅲ 図4 業種別・地域別に見た取引先の海外移転状況



集計結果を見ると、調査対象企業のうちの59%が取引先の製造拠点の海外移転を経験しており、そのうちの65%の企業は受注・売上の減少などの直接的な影響を受けている。

これらの企業の展開先を見ると（Ⅲ 図5参照）、全体では79.7%の指摘割合で中国が圧倒的に高い比重を占めており、業種別に見ても大きな相違点は見られないが、製造業（80.2%）を抜いて商業・流通が82.7%でもっとも高い数値を示している。これに次いで重要な進出先は「アジア（中国以外）」であり（全体では36.5%）、業種別では製造業と建設業で多くなっている。また製造業の場合、日本のセットメーカーの海外展開の重要拠点である「北米等NAFTA」（7.1%）の比重が相対的に高くなっている点が特徴的である。

Ⅲ 図5 業種別に見た取引先の海外展開先



なお一部では、日本の製造業の海外生産比率（99年の海外生産比率は12.9%）は欧米（アメリカは30.7%、ドイツは43.7%）と比較して未だ遅れており、さらなる国際化への対応を求める声も聞こえてくる。しかし、世界

の対内直接投資残高（2000年）に占める割合を見ると、EUが37.8%、アメリカが19.6%となっているのに対して、日本の比率はわずかに0.9%である。すなわち欧米の場合には資本が相互乗り入れ状態になっているが、日本の場合、片道通行になっていることが空洞化問題を顕在化させる要因となっている。

吉田 敬一（駒澤大学）

## 〔Ⅳ〕同友会企業と海外展開

### (1) 同友会企業の海外展開の状況

そこで次に、日本経済のグローバル化のアクセラが踏み続けられる中、同友会の会員企業の海外展開の実態と考え方について整理することにしよう(Ⅳ 図1参照)。まず全体的に見ると、すでに海外展開している企業(進出、生産委託)の割合は8.8%であり、業種別では製造業が14.5%と高く、流通・商業が11.1%となっている。他方、建設業(2.2%)とサービス業(3.9%)は市場面で地域密着の度合いが高いことから、海外展開の比重は小さい。しかし、「現在検討中」の比率が全体で7.8%であり、製造業では10.3%となっていることから、今後は同友会企業にとって海外展開は戦略上の重要な選択肢のひとつとなる可能性が無視できない。

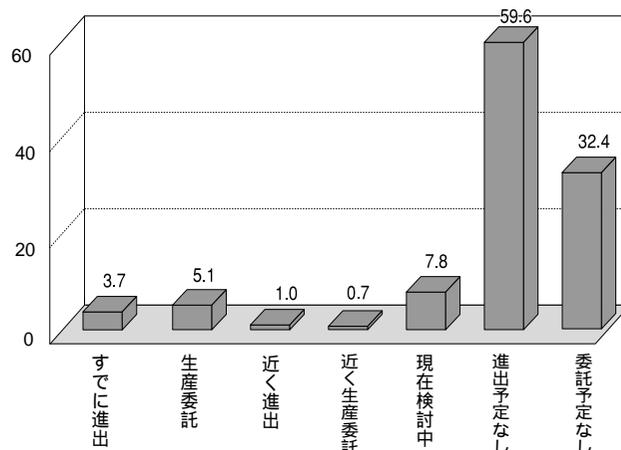
ちなみに海外展開を実施ないし考慮している会員企業の展開先としては、やはりここでも中国がターゲットとなっており(全体平均では76.3%、製造業では80.0%)、中国以外のアジア(全体平均の39.2%に対して、サービス業では45.5%、流通・商業では42.1%で製造業の36.9%を上回っている)を含めて、中国を軸としたアジアレベルでの国際的生産・流通分業システムへの移行という構図がうかがえる。ただし同友会企業の海外展開の特徴として、北米やEUに対する関心の強さが指摘される。すなわち、主要取引先の海外展開先に占める北米等NAFTAとEUの指摘割合は4.4%と3.0%であったのに対して同友会企業の場合は8.0%および4.9%と相対的に高い数値となっている。このことは同友会企業の海外展開は単なるコストダウン効果の追求ではなく、先進国市場への進出・開拓や高度な技術交流・提携をも視野に入れた形で、空洞化とは一線を画する本来的な国際展開戦略を持った中小企業の数が多いことを示唆しているとも考えられる。

また、その一方で「海外進出や生産委託の予定はない」とする地域密着型企業の比率は全体では92.0%、製造業でも85.9%と非常に高い比重を占めている点は注目される。

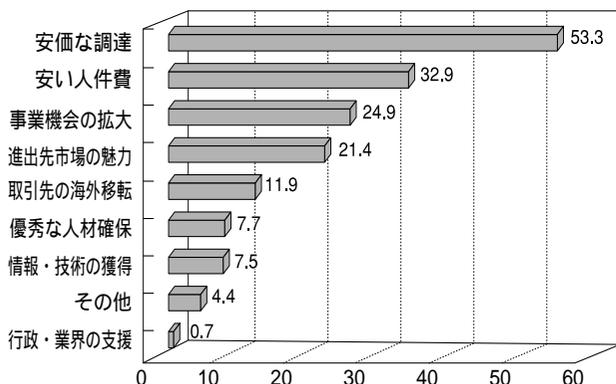
### (2) 同友会企業が海外展開に踏み切る理由は何?

海外展開の理由については、大きく2つに区分される(Ⅳ 図2参照)。ひとつは価格破壊・コストダウン圧力への対応を主眼とした海外展開であり、今回の選択肢では「国内より安価な調達が可能」(53.3%)と「安価な労働力(人件費コスト)」(32.9%)がそれにあたる。業種別に見ると、過酷なコストダウン・価格破壊に規定されつつ、国際展開がもっとも活発となっている製造業と流通・商業では、この2つの要因が海外展開理由の主力を形成している。

Ⅳ 図1 同友会企業の海外展開の状況



Ⅳ 図2 同友会企業が海外展開する理由



これに対して「進出先の市場の魅力」（全体では21.4%）、「事業機会の拡大」（24.9%）および「情報・技術の獲得」（7.5%）を理由とする海外展開は、言葉の本来の意味合いでのリストラ（事業再構築）に該当するものであり、国内経済基盤の侵食に直結するものではなく、むしろ地域経済の新たな展開基盤を模索する試みとして評価することができる。

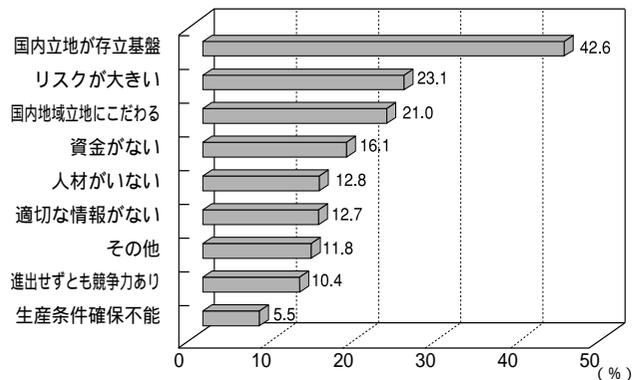
### （3）同友会企業が地域密着にこだわる理由は？

今回の調査対象企業のうちの多数（92.0%）は海外展開と一線を画する地域密着路線を追求している（Ⅳ 図3参照）。そこで次に、これらの企業が地域にこだわる理由について整理してみよう。

一口に地域密着型経営といっても、ここでもまた2つのタイプに区分できる。ひとつは海外展開をしたいけれども何らかの理由により海外展開ができないという消極的な地域密着型路線である。今回の選択肢では「資金がない」（16.1%）、「人材がない」（12.8%）、「リスクが大きい」（23.1%）、「適切な情報がない」（12.7%）、「進出先で同じ生産等の条件が確保できない」（5.5%）がこれに該当する。このタイプの企業の場合、これらの条件が整えば海外展開に踏み切る可能性が強く、地域密着型である必然性に乏しいと考えられる。このタイプの企業は目的の明確化を前提とした上で海外展開を目指すか、それとも国内立地に競争力の源泉を有する経営体質を確立強化するのか、という将来展開の方向性についての選択を早急に行なう必要がある。そうでないと、いつまでも受身の対症療法的な経営に終始せざるを得ず、生き残りをかけた椅子取りゲームから脱却し、独自の存在基盤を持った企業（なくなったらお客様・取引先が困る会社）への経営革新の展望は切り拓かれまいである。

第2は地域に対するこだわりが戦略的に明確化されており、経営理念的に地域密着でなければ

Ⅳ 図3 同友会企業が海外展開しない理由



ならないタイプの企業群である。その理由としては「地域・顧客密着など国内立地でなければ成立しない」（42.6%）がすべての業種で最多指摘割合を示しており、「国内地域立地にこだわりたい」（21.0%）、「進出しなくても十分競争力がある」（10.4%）が続いている。この点に関して、昨年11月に社会経済生産性本部が発表したOECD加盟国の労働生産性比較では、

日本の製造業のランクはアメリカに次いで2位を占めていたことが注目される。

海外展開の中心的な位置を占める製造業において、「地域・顧客密着など国内立地でなければ成立しない」と立地戦略が明確化している企業が最多数の26.3%を占めている点が注目される。また国内立地でも十分に競争力があると回答した企業が1割を超えていること、さらに国内立地にこだわりたいと考えている企業も20.6%と業種別に見ても最も多いことは、中小製造業のモノづくり能力が依然として再生可能性を秘めていることを示唆するものであり、加えて企業経営の社会的責任・モラルの高さを示唆するものとして積極的に評価されるべきであろう。

#### (4) 存亡の瀬戸際に立つ地域産業

以上で見たように経済のグローバル化の急激な進展は、生産の海外移転に伴う国内工場の相次ぐ閉鎖と、海外工場からの逆輸入や商社などの開発輸入による内需関連企業の駆逐を推し進め、国内の生産基盤は歯槽膿漏の崩壊現象に喘いでいる。またグローバル・スタンダードという名のアメリカン・モデルへの迎合は流通・サービス業の既存の存立基盤を脅かし、大型店の無秩序な進出と撤退による「まち壊し」と商店街の衰退が進み、コミュニティの空洞化が全国各地で深刻な局面に立ち至っている。

こうした中で、2002年8月17日の日本経済新聞に衝撃的な記事が掲載された。山口県の美祢市が97年に分譲を開始した美祢テクノパークに進出する企業が皆無という現実に対して、市と議会は苦渋の選択の結果、刑務所の誘致に取り組むことを決めた。国内経済基盤の綻びがこのまま進んで言った場合に、美祢市の「悲劇」的な決断が特異な例外的現象ではなくなる事態が懸念される。

地域中小企業の再生なくして日本経済の健全な発展はありえない。なぜなら、地域に根ざした中小企業の集積は地域内での経済循環（地域内再投資力）を強め、地域経済社会の自立性・自律性をレベルアップすることから、安定した雇用と所得を地域に提供し、それぞれの地域特性に基づいた個性的な財・サービスを供給することにつながるからである。そのためには個別企業の自主的経営努力に留まらず、金融アセスメント法制定要求運動に代表されるような、よりよい経営環境づくりを目指した経営者団体としての運動の進展が不可欠となる。

吉田 敬一（駒澤大学）

表1 2002年DOR特別調査回答数

		合計	構成比%	建設業	製造業	流通・商業	サービス業	その他
	合計	4024	100.0	733	1109	1223	941	18
	構成比%(横)	100.0	-	18.2	27.6	30.4	23.4	0.4
全国 6地域別	北海道・東北	694	17.2	151	137	248	152	6
	関東	644	16.0	109	199	172	160	4
	北陸・中部	704	17.5	131	224	195	150	4
	近畿	702	17.4	118	266	192	125	1
	中国・四国	510	12.7	77	129	177	127	-
	九州・沖縄	770	19.1	147	154	239	227	3
正規規模別	5人未満	537	13.3	62	80	198	192	5
	5人以上10人未満	885	22.0	209	195	260	214	7
	10人以上20人未満	990	24.6	216	280	272	220	2
	20人以上50人未満	985	24.5	173	352	286	172	2
	50人以上100人未満	388	9.6	49	134	130	74	1
	100人以上	172	4.3	13	46	67	45	1
資本金規模	1000万円未満	790	19.6	125	180	234	246	5
	1000万円	1435	35.7	218	430	462	322	3
	1000万円超3000万円未満	741	18.4	181	213	216	128	3
	3000万円以上5000万円未満	496	12.3	135	151	149	60	1
	5000万円以上	336	8.3	53	98	124	57	4

表2 県別、6地域別回答数

6地域	県名	回答企業数	%	小計	%	6地域	県名	回答企業数	%	小計	%	
北海道・東北	北海道	284	7	695	17.2%	近畿	滋賀	51	1.3	704	17.5%	
	青森	57	1.4				京都	182	4.5			
	岩手	35	0.9				大阪	212	5.3			
	宮城	80	2				兵庫	120	3			
	秋田	0	0				奈良	78	1.9			
	山形	56	1.4				和歌山	61	1.5			
	福島	183	4.5				中国・四国	鳥取	0			0
関東	茨城	21	0.5	島根	25	0.6						
	栃木	32	0.8	岡山	46	1.1						
	群馬	89	2.2	広島	174	4.3						
	埼玉	121	3	山口	45	1.1						
	千葉	148	3.7	徳島	14	0.3						
	東京	135	3.4	香川	119	3						
	神奈川	99	2.5	愛媛	51	1.3						
	北陸・中部	新潟	66	1.6	高知	36	0.9	九州・沖縄	福岡	317	7.9	771
富山		93	2.3	合計	佐賀	45	1.1					
石川		50	1.2		長崎	64	1.6					
福井		20	0.5		熊本	61	1.5					
山梨		12	0.3		大分	53	1.3					
長野		53	1.3		宮崎	87	2.2					
岐阜		56	1.4		鹿児島	10	0.2					
静岡		94	2.3		沖縄	134	3.3					
愛知		209	5.2									
三重		51	1.3									
							合計	4029	100	4029		

表3 業種別回答数

4業種分類	回答企業数	20業種分類	回答企業数	中分類	回答企業数										
その他	18		18	農業	14	流通・商業	1223	卸売業	446	繊維・衣服等卸売業	25				
				林業	1					飲食料品卸売業	93				
				水産養殖業	2					建設材料・金属材料等卸売	118				
				非金属鉱業	0					機械器具,事務機器等卸売	109				
										その他の卸売	101				
建設業	733	総合工事業(官公需中心)	48	総合工事業(官公需中心)	48	流通・商業	1223	小売業	430	各種商品小売、百貨店、コンビニ	42				
		総合工事業(民需中心)	264	総合工事業(民需中心)	264					織物,身の回り品小売業	26				
		職別工事業	183	職別工事業	183					飲食料品小売業	63				
		設備工事業	232	設備工事業	232					自動車・自転車小売業	61				
製造業	1109	食料品等製造業	166	食料品製造業	155	流通・商業	1223	小売業	430	家具・什器・家庭用機械器具小売業	39				
				飲料・飼料・たばこ製造業	11					その他の小売業	199				
		繊維・繊維製品等製造業	56	繊維工業	9					飲食業	71	一般飲食店	62		
				衣類・その繊維製品製造業	47							その他の飲食店	9		
		木材・木製品等製造業	86	木材・木製品製造業	29					不動産業	127	貸金業,投資業	2		
				家具・装備品製造業	19							証券業	0		
				パルプ・紙・紙加工品製造業	38							保険業,保険媒介代理業	42		
		印刷・同関連産業	140	印刷・同関連産業	140							不動産取引業	38		
				化学工業	18							不動産賃貸・管理業	45		
		化学・石油製品等製造業	94	石油製品・石炭製品製造業	4							サービス業	941	サービス業	934
				プラスチック製品製造業	36					駐車場業	0				
				ゴム製品製造業	9					その他の生活関連サ-ビス業	31				
				なめし革・同製品・毛皮製造業	4					旅館・その他の宿泊所	47				
				窯業・土石製品製造業	23					娯楽業(映画,VTRを除く)	9				
				鉄鋼業	26					自動車整備業	70				
		鉄鋼・非鉄金属製造業	35	非鉄金属製造業	9					機械・家具等修理業	14				
				金属製品製造業	106					物品賃貸業,リ-ス	53				
		機械器具製造業	231	一般機械器具製造業	93					映画,VTR制作	7				
				電気機械器具製造業	60					放送業,有線	1				
輸送用機械器具製造業	17			情報サ-ビス・調査業	27										
精密機械器具製造業	61			広告業・広告代理店	55										
その他の製造業	84	その他の製造業	84	専門サ-ビス業(設計会計法律)	280										
ソフトウェア製造業	104	ソフトウェア製造業	104	協同組合	3										
流通・商業	1223	運輸・通信業	142	水処理プラント	8	その他の対事業所サ-ビス業	171								
				道路旅客運送業	16	廃棄物処理業	29								
				道路貨物運送業	63	医療業	21								
				水運業	4	保健・衛生	1								
				C-43	2	社会保険,社会福祉	9								
				倉庫業	7	教育	16								
				運輸に附帯するサ-ビス業	28	出版・広告制作	25								
				ネットワークセンター,専用線再販	16	その他のサ-ビス業	10								



**【3】 貴社の雇用・採用面での対応について（2000年秋以降、複数回答可）。**

- [ 1.新卒採用の拡大 2.新卒採用の縮小 3.障害者雇用の拡大 4.高齢者雇用の拡大 5.女性雇用の拡大 6.大企業からの中途採用 7.大企業以外からの中途採用 8.外国人の採用 9.期間限定雇用の利用 10.人員削減(リストラ) 11.アルバイト・パートの活用 12.早期定年制の導入 13.退職後の再雇用制の採用 14.その他( ) 15.特に対応なし ]

**【4】 企業の海外進出、生産委託または輸入増による地域産業の空洞化について。**

- ①貴社の所在地域ではそうした意味での産業空洞化が進んでいますか。  
[ 1.進んでいる 2.今後進みそう 3.空洞化の可能性はない 4.わからない ]
- ②貴社の所在地域で空洞化によって今最も問題になっていることは何ですか。  
[ 1.倒産・廃業の増加 2.雇用悪化 3.消費低迷による商店街の衰退 4.空き工場の増加等による産業集積の崩壊 5.税収の減少 6.その他( ) ]
- ③過去5年間に海外進出、生産委託した主要取引先はありますか.....[ 1.ある 2.ない ]  
移転先は.....[ 1.中国 2.アジア(中国以外) 3.北米等NAFTA 4.EU 5.その他 ]

**【5】 貴社は海外展開(進出、生産委託等)していますか。**

- ①海外へは[ 1.すでに進出している 2.すでに生産委託している 3.近く進出する予定 4.近く生産委託する予定 5.現在検討中 6.海外進出する予定はない 7.生産委託する予定はない ]
- ② a.海外展開している場合(検討中を含む)、その展開先はどこですか。(複数回答可)  
[ 1.中国 2.アジア(中国以外) 3.北米等NAFTA 4.EU 5.その他( ) ]
- b.海外展開する理由は何ですか。(複数回答可)  
[ 1.国内より安価な調達が可能 2.安価な労働力(人件費コスト) 3.取引先の海外移転 4.進出先の市場の魅力 5.優秀な人材確保(人材不足) 6.事業機会の拡大 7.情報・技術の獲得 8.行政・業界の推奨 9.その他( ) ]
- ③海外展開していない場合、その理由は何ですか。(複数回答可)  
[ 1.資金がない 2.人材がない 3.リスクが大きい 4.適切な情報がない 5.進出先で同じ生産等の条件が確保できない 6.地域・顧客密着など国内立地でなければ成立しない 7.進出しなくても十分競争力がある 8.国内地域立脚にこだわりたい 9.その他( ) ]

(環境変化及びその対応について特筆すべきことがあればご記入下さい)

ご協力有難うございました。8月29日までに所属同友会までFAXにてご返送ください。

## 同友会景況調査報告(DOR) No.59

2002年11月30日発行

編集・発行 中小企業家同友会全国協議会(中同協)  
企業環境研究センター

〒170-0005 東京都豊島区南大塚3-39-14 大塚南ビル2F

電話03(5953)5721(代) ファクシミリ 03(5953)5720

URL <http://www.doyu.jp>

E-mail [center@doyu.jp](mailto:center@doyu.jp)

DOR(ドール)とはDOyukai Researchの頭文字をとったものです

頒価 200円(送料別)