

# 平成25年度ものづくり中小企業の競争力強化・発展方策に関する研究報告

## 1. 研究の目的

我が国の産業競争力強化には、グローバル市場を見据えたものづくり中小企業の競争力強化と、一方で地域経済の持続的な発展のためのものづくり中小企業の発展の両方が必要と考えられる。本研究では、ものづくり中小企業の競争力強化及び発展方策について、グローバル市場における競争力強化と、地域再投資等により地域産業を持続的に発展させるしくみの両方の視点で検討することを目的とした。

## 2. 研究の内容

2013年版ものづくり白書で明記されているグローバル市場の拡大に伴う海外需要の取り込みが必須という外部環境の前提を踏まえながら、ものづくり中小企業の事例分析から、その実態を把握し、着目する機能を明らかにし、ものづくり中小企業への支援実態を明らかにしつつ必要な支援機能を考え、ものづくり中小企業の競争力強化や発展方策の検討に注力した。

## 3. 研究の対象と方法

### ○研究の対象

主に我が国に立地するものづくり中小企業（ベンチャー企業を含む）、ニッチトップ企業については、かつて中小企業で大企業へと発展した企業も対象とした。

### ○研究の方法

ものづくり中小企業等、公設試等へのヒアリングから事例分析を行い、「ものづくり中小企業競争力強化研究会」を設置して、3回研究会を開催し、研究会での議論やアドバイスを踏まえてものづくり中小企業の競争力強化と発展方策について検討した。

＜ものづくり中小企業競争力強化研究会＞（順不同）

委員長	池島政広氏	亜細亜大学学長
委員	中島幹氏	綜研化学株式会社取締役会長
委員	木田成人氏	昭和精工株式会社代表取締役社長
委員	鄭林根氏	有限責任監査法人トーマツ中国室ディレクター
委員	畑谷成郎氏	株式会社クレイン・コーポレーション取締役 技術コンサルティング事業部長
研究主担当	林聖子	一般財団法人日本立地センター 立地総合研究所主任研究員（報告書 p7～p8）

## 4. 事例分析

事例分析では、ものづくり中小企業について次の分析の視点で事例分析を行ない、ものづくり中小企業に共通する機能と課題を明らかにした。

### ◇分析の視点

- 創業の背景と事業概要
- 国内に残して強化している機能
- 海外で注力している機能
- マザー工場としての機能
- 地域産業維持発展へ果たしている機能（地域内雇用創出や地域内再投資等）
- 課題

さらに、ニッチトップ企業・次世代ものづくりベンチャー企業の事例分析を行い、共通す

る機能や特徴を明らかにした。(報告書 p11～p38)

## 5. 支援について

「ものづくり中小企業への産学官連携による支援」では、事例を混じえた「ものづくり中小企業への公設試による支援」について論じ、「ものづくり中小企業への仙台堀切川モデルによる支援」では仙台堀切川モデルの概要、活動、実績、成功要因を整理した。

## 6. ものづくり中小企業の競争力強化と発展のための方策

「ものづくり中小企業の競争力強化と発展のための方策」では、4の事例分析から、「ものづくり中小企業に共通する機能の強化方策と課題解決方策」として、ものづくり中小企業に共通する機能の強化について、「ものづくり中小企業にとっての機能強化方策(ものづくり中小企業が行うこと)」と「行政としての支援方策」を下記(一部例示)のように検討し、まとめた。

図表5. ものづくり中小企業に共通する機能強化方策(その1)

ものづくり中小企業に共通する機能	ものづくり中小企業にとっての機能強化方策 (ものづくり中小企業が行うこと)	行政としての支援方策
◇国内で強化している機能		
○経営機能		
・経営戦略策定及び推進機能	・経営陣(後継者含む)が先進的な尊敬できる経営者を見つけて教えてもらう	・経営者を講師に招聘し、経営者向けの経営機能強化等のセミナーを開催する又は共催する ・クオリティの高い当該内容の外部セミナーを探索し、情報提供する
・経営資源の最適配分機能	・参考になりそうな経営者が講師の経営者向けセミナー等へ経営陣(後継者含む)が参加する	
・安定した経営持続機能		
・社員にとって働きやすい環境整備機能	・経営陣(後継者含む)が先進的な企業を訪問・視察し、フィロソフィー、方向性の立案やアクションを教えてもらう	・先進的な企業の情報収集と情報提供、可能ならば相手先に了解を取り、紹介する
・多角経営機能		
・行政との連携機能	・経営陣(後継者含む)が行政のセミナーやイベント等へ参加し、行政担当者やネットワークを構築する ・技術担当の経営陣(後継者含む)が技術面等の課題が生じた場合に公設試へ出向き、相談してみる	・行政のセミナーやイベント情報をニーズのありそうな企業へ告知する
□		
○営業機能		
・新規参入営業機能	・ネットワークや紹介により新規クライアントへ営業活動を行う ・展示商談会等へ出展したり、参加する ・当該業種に関する新規参入関連セミナー等へ参加する	・特定業種における大企業や中堅企業や中小企業と地元中小企業のマッチング機会を設定する ・展示商談会を企画し、開催する ・特定業種に関する新規参入関連セミナーを企画し、開催する又は共催する ・クオリティの高い当該内容の外部セミナーを探索し、情報提供する
・情報収集機能(商社と海外へ出向く)	・ネットワークや紹介により商社と知り合う ・国内外へ自社で足を運び、信頼性の高い営業に活用できる情報を収集する	・商社等と地元中小企業のマッチング機会の設定をする
○企業間連携機能		
・新規参入や受注のための企業間連携機能(コンソーシアム形成他)	・目的を明確化する(共同受注、共同研究、共同での勉強や研修他) ・水平連携(幹事企業持ち回り)、コネクターループ企業中心(コネクターループ企業の発掘や確定)、コア人材中心(コア人材の発掘)等の連携の仕組みを検討し、実現する	・企業ニーズによりコネクターループ企業を中心としたコンソーシアム形成と活動を支援する ・コア人材発掘を支援したり、紹介する

最後に「ものづくり中小企業の課題解決方策」についてもものづくり中小企業が行うことと、行政としての課題解決支援方策に分けて検討した。 以上