

平成 20 年度調査・研究事業

製造業支援にかかるサービス産業についての実態調査

【概要】

サービス産業は、極めて多種多様な業界である一方、近年経済のグローバル化やIT化により、大きく変化しつつある。

特に、一部のサービス産業は、製造業の生産性向上及び高付加価値化に資する一面をもつなど、東北地域において産業振興にかかせない重要な産業の一つといえる。

しかし、東北地域において、製造業支援を担っているサービス産業の実態について、調査された実績はない。

本調査では、東北地域において製造業支援にかかるサービス産業の現状を把握するために、統計データ整理及び企業向けアンケートを実施した。

【対象市町村、モデル地域等】

東北全域

【調査年度】

平成20年度

【提案・要請者】

【提言内容・その後の活動等】

各種統計データ整理により、東北7県における製造業支援サービス業は、事業所数、従業者数共に、全業種に対する全国シェアを下回っており、集積が不足していることがわかった。また、一事業者あたりの従業者数も全国平均を下回り、小規模・零細な事業所が多いことが確認できた。

あわせて、製造業千社、製造業支援サービス業千社を対象としたアンケートを実施した。

製造業支援サービス業の回答により、食料品製造業、印刷・同関連業との取引が多いこと、自社の強みは品質、技術、提案力等と見ていることがわかった。

しかし、製造業の回答により、道路貨物運送業、廃棄物処理業、機械修理業との取引が多いこと、その利用理由は技術力、価格、納期遵守等であること、製造業支援サービス業の提案力、品質、販売力等が評価されず、低位にとどまることが判明した。

なお、取引所在地別に見ると、それぞれ各県内にある製造業と製造業支援サービス業が取引しており、県境を越えた取引は少ない様子がうかがえた。

以上、各種統計データ整理・アンケート結果から、東北7県の製造業支援サービス業は、市場規模が小さいなか、中小・零細企業が頑張っている状況ではあるが、未だ東北地域のみならず首都圏など東北域外の製造業ニーズに十分応えるまでには育っていないことが判明した。

【成果品】

機関誌「IVICT情報」85号に掲載

【調査体制】**【委員長・座長】****【事務局】(IVICT は除く)****【調査協力機関】**

(株)東日本リサーチセンター

【視察先・ヒアリング先など】

・製造業千社, 製造業支援サービス業千社を対象としたアンケートを実施

【委員等】(分科会等は除く)**【特記事項】****【区分】**

産業活性化に関する調査・研究

製造業支援にかかるサービス産業についての実態調査

財団法人東北産業活性化センター

企画部長 小杉 雅之

当センターは、平成二〇年度自主事業として「製造業支援にかかるサービス産業についての実態調査」を実施し、この度、調査結果を取り纏めましたので、報告いたします。

はじめに

サービス産業は、極めて多種多様な業界です。加えて、サービス産業は、製造業の生産性向上及び付加価値向上に資する一面をもつなど、東北地域において産業振興に欠かせない重要な産業の一つとなっています。しかし、東北地域において、製造業支援を担っているサービス産業の実態については、いまだあまり調査されてきませんでした。

本調査は、東北地域において製造業支援にかかるサービス産業の現状、製造業とサービス産業とのマッチングの実態、課題等を把握するために、統計データ整理及び企業向けアンケートを実施しました。

製造業支援にかかるサービス産業とは

ものづくり基本法（ものづくり基盤技術振興基本法・平成十一年制定）によれば、ものづくり基盤産業として、

製造業又は機械修理業、ソフトウェア業、デザイン業、機械設計業その他の工業製品の設計、製造若しくは修理と密接に関連する事業活動を行う業種の六業種が政令で定められています。

しかし、同基本法が制定されてから今日に至るまで、製造業を取り巻く外部環境や社会環境の変化により、これら以外の業種でも、製造業支援にかかるサービス産業が数多く見られます。

そのため、本調査においては、「事業所・企業統計調査」、「サービス業基本調査」、「特定サービス産業実態調査」、「企業活動基本調査」から、「製造業支援サービス業」と想定される産業を抽出しました。

具体的には、各統計調査時点における中分類十三業種（情報サービス業、インターネット附随サービス業、映像・音声・文字情報制作業、道路貨物運送業、運輸に附帯するサービス業、技術サービス業、学術・開発研究機関、廃棄物処理業、自動車整備業、機械等修理業、物品賃貸業、広告業、その他の事業サービス業）を、「製造業支援サービス業」と定義しました。

なお、平成十九年十一月に日本標準産業分類が改訂となったため、企業向けアンケート調査においては、新たに二業種（専門サービス業、職業紹介・労働者派遣業）を加えた中分類十五業種（下表参照）としました。

大分類	『製造業支援サービス業』中分類15業種
G 情報通信業	39 情報サービス業、40 インターネット附随サービス業、41 映像・音声・文字情報制作業
H 運輸業、郵便業	44 道路貨物運送業、48 運輸に附帯するサービス業
K 不動産業、物品賃貸業	70 物品賃貸業
L 学術研究、専門・技術サービス業	71 学術・開発研究機関、72 専門サービス業、73 広告業、74 技術サービス業
R サービス業	88 廃棄物処理業、89 自動車整備業、90 機械等修理業、91 職業紹介・労働者派遣業、92 その他の事業サービス業

* 下線はアンケート調査において新規追加した2業種。

統計データに見る
サービス産業の実態

「事業所・企業統計調査」、「サービス業基本調査」、「特定サービス産業実態調査」、「企業活動基本調査」の四統計調査を基に整理した、全国及び東北地域における製造業及び製造業支援サービス業の現状(事業所数、従業員数、販売額等)は、次の通りです。

一・事業所及び従業員数

総務省統計局事業所・企業統計調査によれば、平成八十八年の一〇年間における全業種の事業所数、従業者数の動向は、全国、東北七県とも減少傾向となっています。

東北七県の全業種事業所数は六〇五千事業所(全国シェア一〇・二%)、同従業者五、三二〇千人(全国シェア九・一%)となっています。東北七県の製造業支援サービス業事業所数は五三三事業所(全国シェア九・二%)、従業者六三七千人(全国シェア七・三%)となっています。

事業所数、従業者数共に、東北七県における製造業支援サービス業は全業種に対する全国シェアを下回っており、集積が不足していると考えられます。

また、一事業者あたりの従業者数も八・八人と全国平均九・九人を下回り、

小規模・零細な事業所が多いことが確認できます。

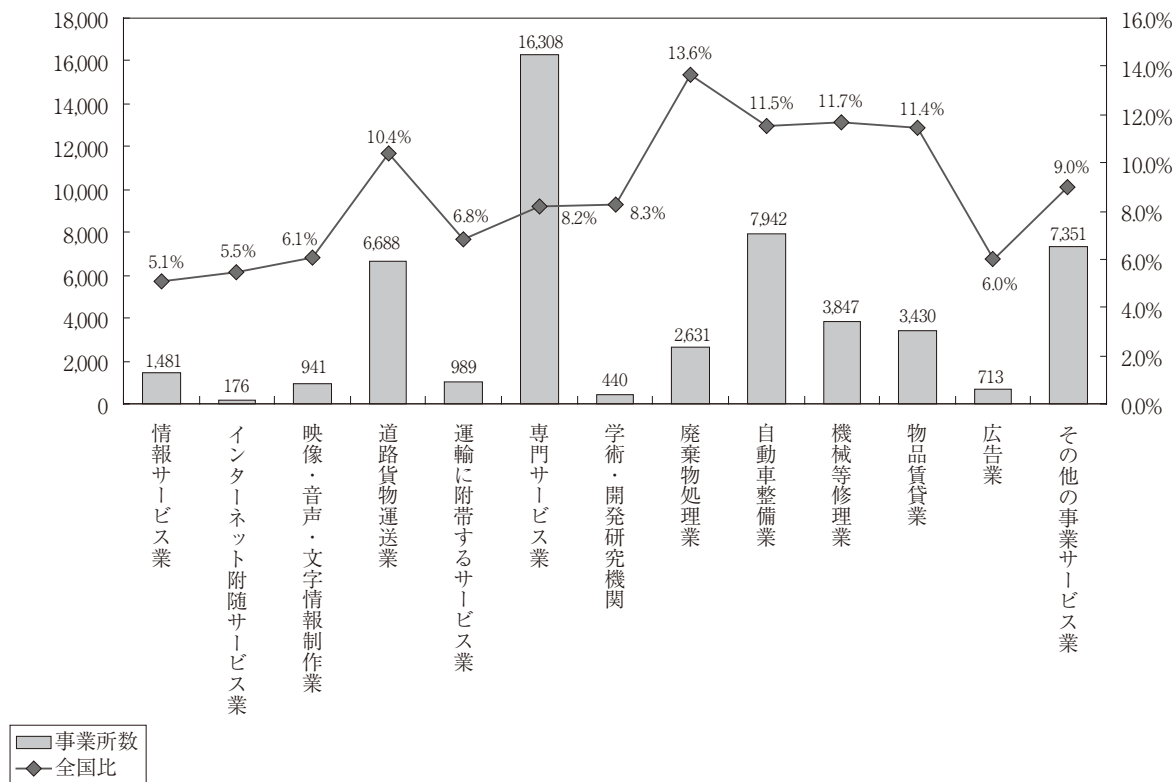
なお、東北七県の製造業支援サービス業(中分類)における事業所数の第一位は、「専門サービス業」(一六千事業所)、第二位「自動車整備業」(八千事業所)、第三位「その他の事業サービス業」(七千事業所)、第四位「道路貨物運送業」(七千事業所)、第五位「機械等修理業」(四千事業所)となっています。なお、全国シェア第一位は、「廃棄物処理業」(一三・六%)となっています。

二・販売額等

四統計調査を含め、国内統計で製造業支援サービス業の販売額等を網羅的に調査している統計はありません。一部の業種が、サービス業基本調査などで調査されているにとどまります。

サービス業基本調査によれば、東北七県におけるマーケットが大きい業種は、専門サービス業七五五億円、物品賃貸業八〇億円、その他の事業サービス業九六億円となっています。

しかし、専門サービス業、物品賃貸業、その他の事業サービス業のいずれも、全国シェアは一割未満(金額ベース)となっているほか、一事業者あたりの収入金額も全国平均を下回っています。



東北七県における製造業支援サービス業(中分類)事業所数及び全国シェア(H18)

* 専門サービス業の主なもの: 法律事務所、特許事務所、司法書士事務所、税理士事務所、デザイン業等

出所: 総務省統計局「事業所・企業統計調査」

アンケートに見る
サービス産業の実態

東北七県の製造業支援サービス業
一、〇〇〇社及び製造業一、〇〇〇社に
対し、アンケート調査を実施しました。

一．調査内容

①東北地域の製造業支援サービス業
(回収率十二・五%)

【回答事業所の概要について】
【製造業に対するサービスの提供(連携)について】

【事業展開の課題・今後の展望について】

②東北地域の製造業(回収率七・八%)

【回答事業所の概要について】

【サービス業の利用(連携)について】

【事業展開の課題・今後の展望について】

二．調査結果

①取引状況

製造業支援サービス業が取引している製造業は、「食品製造業」(二一・六%)が最も多く、次に、「印刷・同関連業」、「その他の製造業」、「電気機械器具製造業」、「木材・木製品製造業」、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」、「金属製品製造業」、「生産用機械器具製造業」、「情報通信機械器具製造業」が続いており、これらの製造

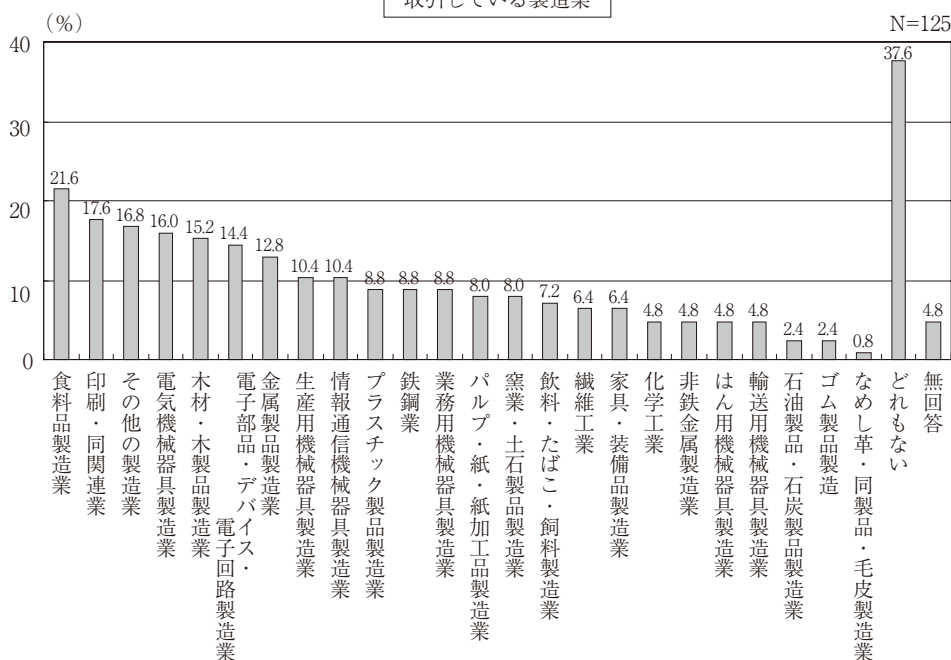
業を、一割以上の製造業支援サービス業が取引先として挙げています。

一方、製造業が取引している製造業支援サービス業は、「道路貨物運送業」が三五・九%で最も多く、次に「廃棄物処理業」、「機械修理業」、「物品賃貸業」、「専門サービス業」が続いており、これらの製造業支援サービス業を三割以上

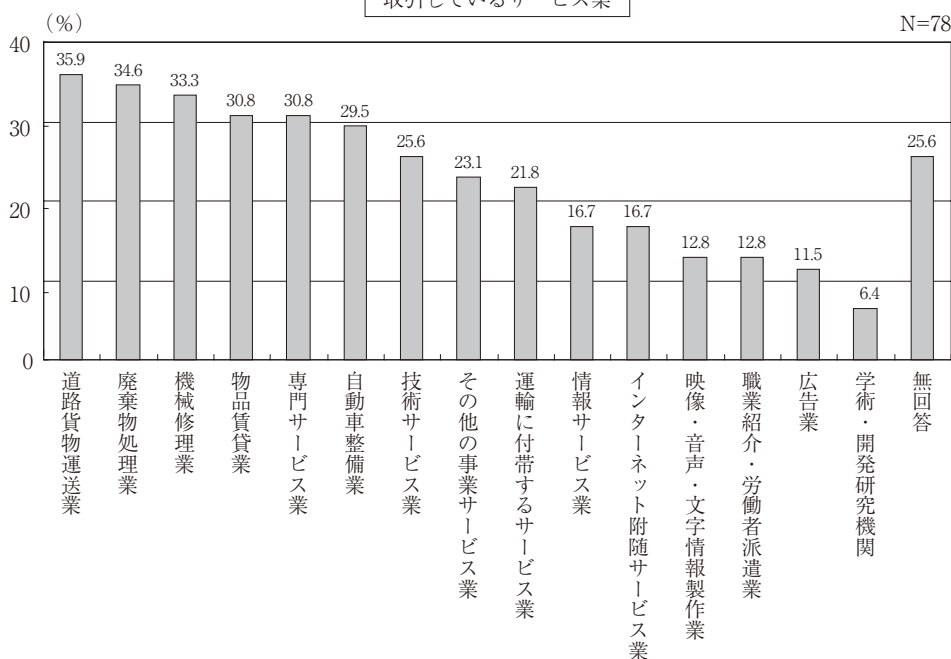
の取引先として挙げています。

次に、取引している製造業の所在地を、製造業支援サービス業の所在地で見ると、それぞれの県内にある製造業と取引している製造業支援サービス業の割合が六〜九割台となっており、いずれも各県内の製造業との取引が多い様子がうかがえます。

取引している製造業



取引しているサービス業



同様に、取引している製造業支援

サービス業を、製造業の所在地で見ると、それぞれの県内にある製造業支援サービス業と取引している製造業の割合が七割以上となっており、いずれも各県内の製造業支援サービス業と取引が多い様子がうかがえます。

②取引理由

製造業が取引している製造業支援サービスの利用理由は、「技術」が二八・七％で最も多く、以下、「価格」「納期」「提案力」「打合せ頻度」「競合がない」と続いています。

一方、製造業支援サービスの「自社の強み」でも「技術」は三八・九％と二番目に多く挙げられており、両者の思いは比較的一致しています。

しかし、製造業支援サービスでは「自社の強み」で「品質」が三九・九％と最も多く挙げられているのに対し、それを利用する側の製造業では「品質」は九・六％にとどまっており、かなりギャップがみられます。

言い換えれば、製造業にとってみれば、製造業支援サービスの「品質」は当然のことであり、それが必ずしも利用理由になるまでには至っていないものと考えられます。

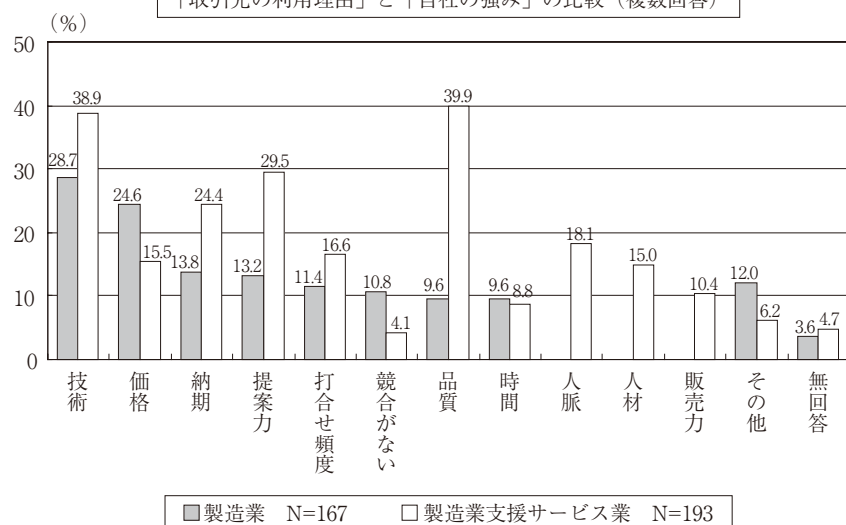
③今後の課題

現在の事業展開上の課題について「製造業支援サービス業」と「製造業」を比較すると、両者とも「受注・売上」が第一位に挙げられており、製造業で五三・八％、製造業支援サービス業で四〇・〇％となっています。また製造業では第二位が「販売価格」、第三位が「資金繰り」となっているのに対し、製造業支援サービス業では、「人材」、「立

地条件」と違いが見られます。

また、現在の事業展開上の課題を解決するために必要なことは、製造業支援サービス業では、「人材確保・育成」と「営業力の強化」が拮抗して多く、「コスト削減」、「情報発信」などが続いています。一方、製造業では「営業力の強化」、「人材育成」、「コスト削減」、「新技術、新製品の開発」などが挙げられています。

「取引先の利用理由」と「自社の強み」の比較（複数回答）

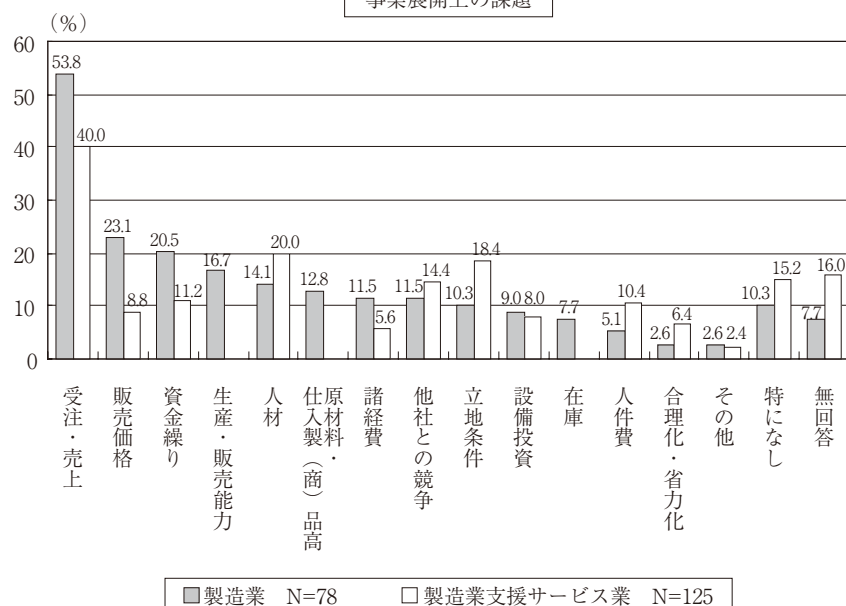


おわりに

以上、統計データとアンケートを通して、製造業支援サービス業の現状と課題がある程度、浮かび上がってきました。

東北七県の製造業支援サービス業は、市場規模が小さいなか、中小・零細企業が頑張っている状況です。しかし、未だ製造業のニーズに十分応える

事業展開上の課題



までには育っていません。この点が、今後、東北地域に企業誘致を行う際にネックとなる恐れがあります。

製造業の強化・育成及び企業誘致が必要なことは議論の余地はありません。しかし、サービス産業の育成についても、今、真摯に検討すべき時期ではないでしょうか。当センターでは、サービス産業は重要産業と認識を新たにして、より一層、支援活動に取り組んでいく方針にあります。