

横浜市景況・経営動向調査 第42回

特別調査 ー市内企業の新事業・新分野への取り組みについてー

横浜市経済局 2002年9月
(財)横浜・神奈川総合情報センター

ホームページ <http://zaidan.iris.or.jp/research>

特別調査 結果の概要

- 市内企業の新事業・新分野への取り組みについて -

特別調査回収数 434社 (回収率: 44.5%)

	市内本社企業			市外本社企業	合計
	大企業	中堅企業	中小企業		
製造業	20 (42)	28 (62)	148 (317)	24 (52)	220 (473)
非製造業	30 (71)	100 (225)	56 (118)	28 (89)	214 (503)
合計	50 (113)	128 (287)	204 (435)	52 (141)	434 (976)

注 下段の()内は発送企業数

1 事業内容について

(1) 主力事業分野の市場動向に対する認識

市内企業の過去5年間の市場規模についての認識は、「縮小」が52.2%で最も高く、次いで「横ばい」が33.9%、「拡大」が13.9%となっており、縮小してきたとの認識が大勢を占めている。また、業種別にみても、ほぼ同じ回答割合となっており差異は見られない。個別業種でみると、製造業では、ほとんどの業種で「縮小」が最も高い回答割合となっており、出版・印刷、繊維・衣服等、鉄鋼・金属等では特に高くなっている。非製造業でも、多くの業種で「縮小」が高い回答割合となっており、建設業では「縮小」が9割を超えている。一方で、情報サービス業は「拡大」が5割を占めており、全業種で唯一「拡大」が最も高い回答割合となっている。

今後5年間の市場規模についての認識は、「横ばい」が51.5%で最も高く、次いで「縮小」が35.8%、「拡大」が12.6%となっている。業種別にみても、ほぼ同じ回答割合となっており差異は見られない。個別業種でみると、製造業では、ほとんどの業種で「横ばい」が最も高い回答割合となっているが、繊維・衣服等、鉄鋼・金属等では、「縮小」が5割を超え、過去5年間ほどではないが引き続き高い回答割合となっている。非製造業でも、ほとんどの業種で「横ばい」が高い回答割合となっているが、建設業では「縮小」していくとの回答が7割を超え、最も高い回答割合となっている。

表1 市場規模の動向

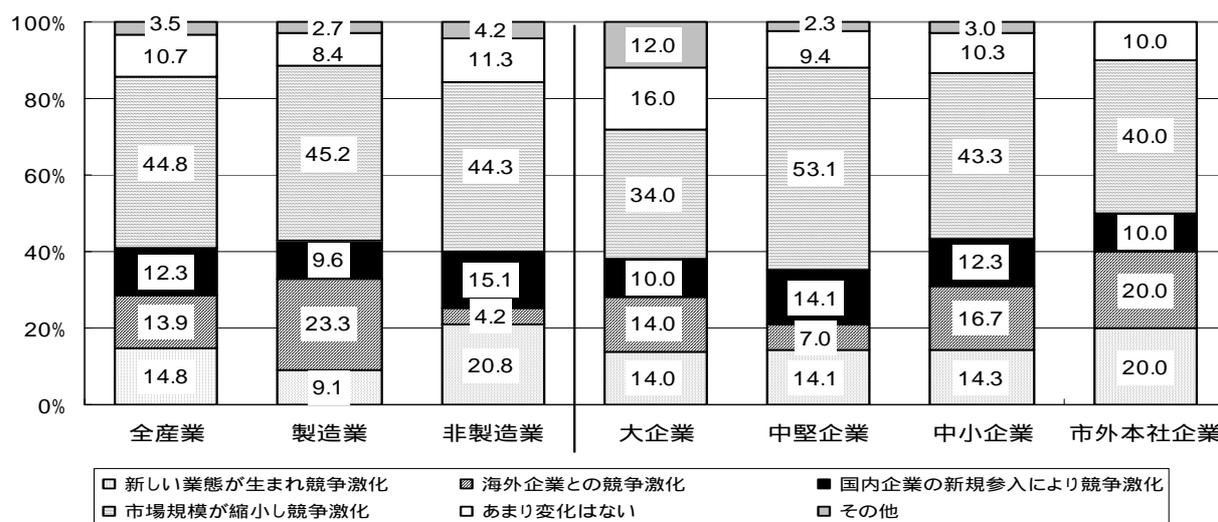
	過去5年間				今後5年間			
	縮小	横ばい	拡大	回答企業数	縮小	横ばい	拡大	回答企業数
全産業	52.2	33.9	13.9	431	35.8	51.5	12.6	427
製造業	52.5	37.0	10.5	219	37.1	52.1	10.8	213
食料品等	41.7	58.3	-	12	41.7	58.3	-	12
繊維・衣服等	90.0	10.0	-	10	60.0	40.0	-	10
出版・印刷	100.0	-	-	6	33.3	66.7	-	6
石油・化学等	33.3	66.7	-	15	33.3	60.0	6.7	15
鉄鋼・金属等	68.3	26.8	4.9	41	52.5	42.5	5.0	40
一般機械	41.7	44.4	13.9	36	41.7	38.9	19.4	36
電機・精密等	41.8	32.7	25.5	55	29.6	48.1	22.2	54
輸送用機械	52.4	47.6	-	21	25.0	75.0	-	20
その他製造業	56.5	34.8	8.7	23	20.0	75.0	5.0	20
非製造業	51.9	30.7	17.5	212	34.6	50.9	14.5	214
建設業	90.3	6.5	3.2	31	71.0	25.8	3.2	31
運輸・倉庫業	34.6	61.5	3.8	26	23.1	73.1	3.8	26
卸売業	66.7	22.2	11.1	36	36.1	55.6	8.3	36
小売業	61.9	31.0	7.1	42	31.0	61.9	7.1	42
情報サービス業	23.1	26.9	50.0	26	30.8	38.5	30.8	26
その他非製造業	34.9	34.9	30.2	43	20.5	45.5	34.1	44
大企業	46.0	36.0	18.0	50	22.0	64.0	14.0	50
中堅企業	57.5	29.9	12.6	127	35.4	53.5	11.0	127
中小企業	55.2	33.0	11.8	203	43.4	46.0	10.6	198
市外本社企業	33.3	45.1	21.6	51	21.2	55.8	23.1	52

注 回答企業数の少ない(5社以下)業種は表に記載していない。

(2) 競争環境に関する現状認識

主力事業分野における最近の環境については、「市場規模が縮小して競争激化」と指摘する声が44.8%と最も多く、次いで「新しい業態が生まれ競争激化」が14.8%、「海外企業との競争激化」が13.9%となっている。業種別にみると、製造業、非製造業ともに「市場規模が縮小して競争激化」が約45%で最も高い回答割合となっているが、製造業では「海外企業との競争激化」が非製造業に比べ高い回答割合となっているのに対し、非製造業では「新しい業態が生まれ競争激化」が製造業に比べ高い回答割合となっており、これに次いでいる。規模別にみても、すべての規模で「市場規模が縮小して競争激化」が最も高い回答割合となっており、市場規模の縮小が競争激化の大きな要因であるが、他企業や新しい業態などの競争相手が増加して、競争が激化している状況もうかがえる。

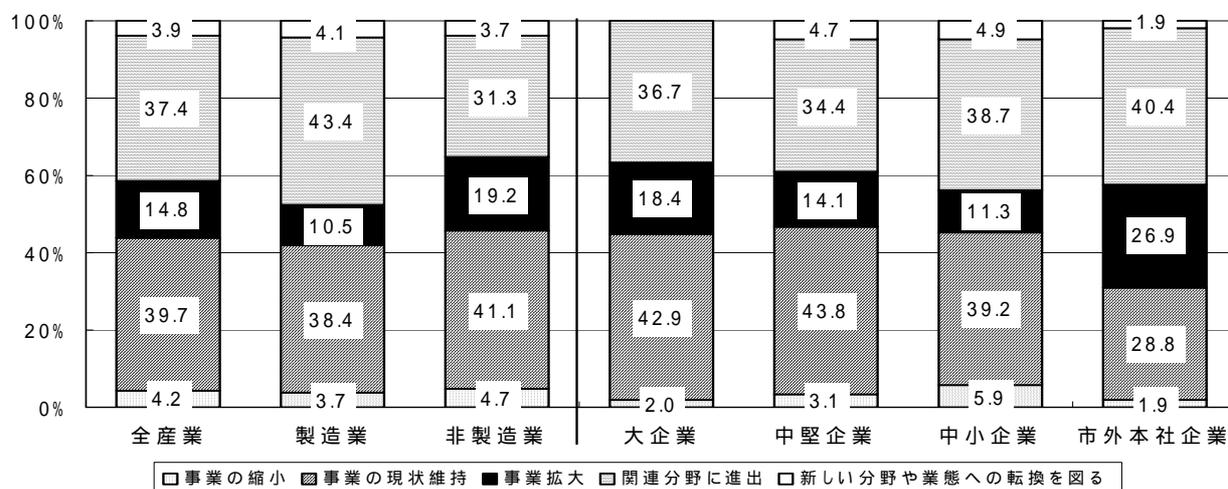
図1 主力事業分野における最近の状況



(3) 今後の経営方針

今後の経営方針については、「事業の現状維持」が39.7%と最も多く、「関連分野に進出」が37.4%でこれに続いている。業種別にみると、製造業は「関連分野に進出」が最も高い回答割合となっているのに対し、非製造業は「事業の現状維持」が最も高い回答割合となっている。総じて、主力市場が縮小し、競争が激化していくなかで、関連分野への進出を目指す企業の多いことが読みとれる。規模別で見ると、大企業、市外本社企業は中堅企業、中小企業に比べ「関連分野に進出」と「事業拡大」の回答割合が高く、規模が大きいほど今後の経営に対して積極的な意向がうかがえる。

図2 今後の経営方針

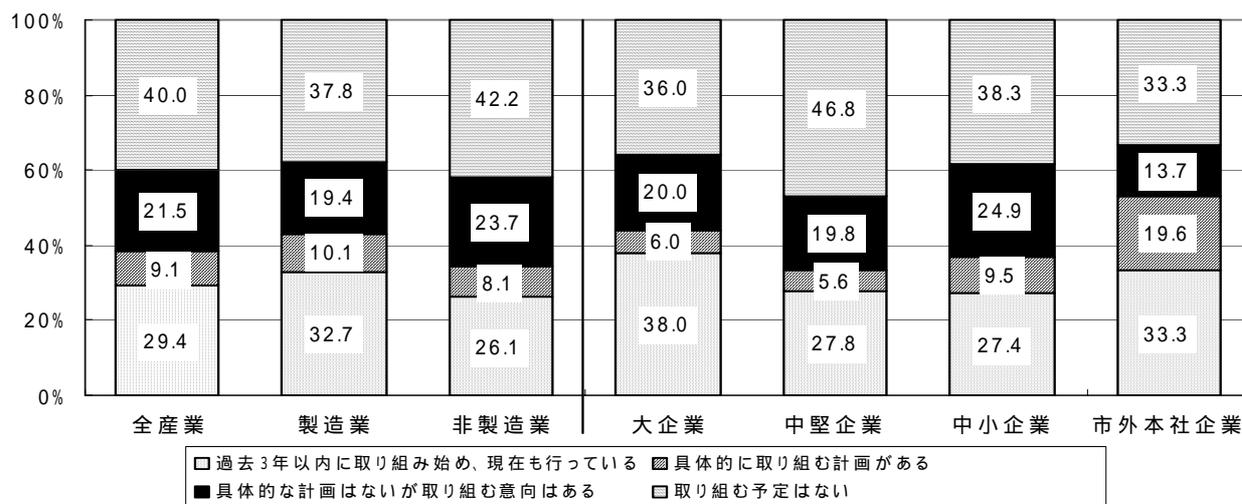


2 新事業・新産業への取り組みについて

(1) 新事業・新分野への取り組み状況について

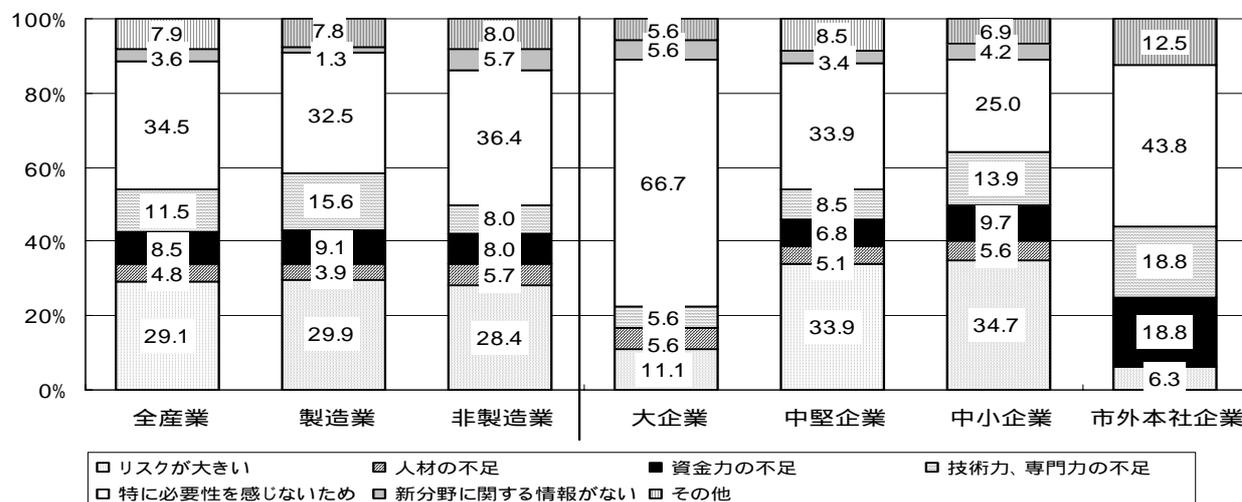
新事業・新分野への取り組み状況をみると、「取り組む予定はない」が40.0%と最も多く、「過去3年以内に取り組み始め、現在も行っている」が29.4%でこれに次いでいる。また、「具体的な計画はないが取り組む意向はある」が21.5%、「具体的に取り組む計画がある」が9.1%となっており、6割の企業が取り組み中または取り組みを考えており、4割の企業が取り組む予定はないとしている。業種別にみても、ほぼ同様の構成割合となっている。規模別にみると、大企業では「過去3年以内に取り組み始め、現在も行っている」が最も高い回答割合になっているのに対し、中堅企業、中小企業では「取り組む予定はない」が最も高い回答割合になっている。

図3 新事業・新分野への取り組み状況



新分野事業に「取り組む予定はない」と回答した企業(40.0%：その内無回答を除く165社)の取り組みまない理由としては、「特に必要性を感じないため」が34.5%と最も多く、次いで、「リスクが大きい」(29.1%)、「技術力、専門力の不足」(11.5%)が続いている。また、業種別にみても、ほぼ同じ回答割合となっており業種別差異はみられない。規模別にみると、大企業、市外本社企業では「特に必要性を感じないため」が最も多く、大企業では2/3を占めており、他の規模に比べ突出して高くなっている。一方、中堅企業、中小企業では「リスクが大きい」の回答割合が多く、不確実性を問題にしている。

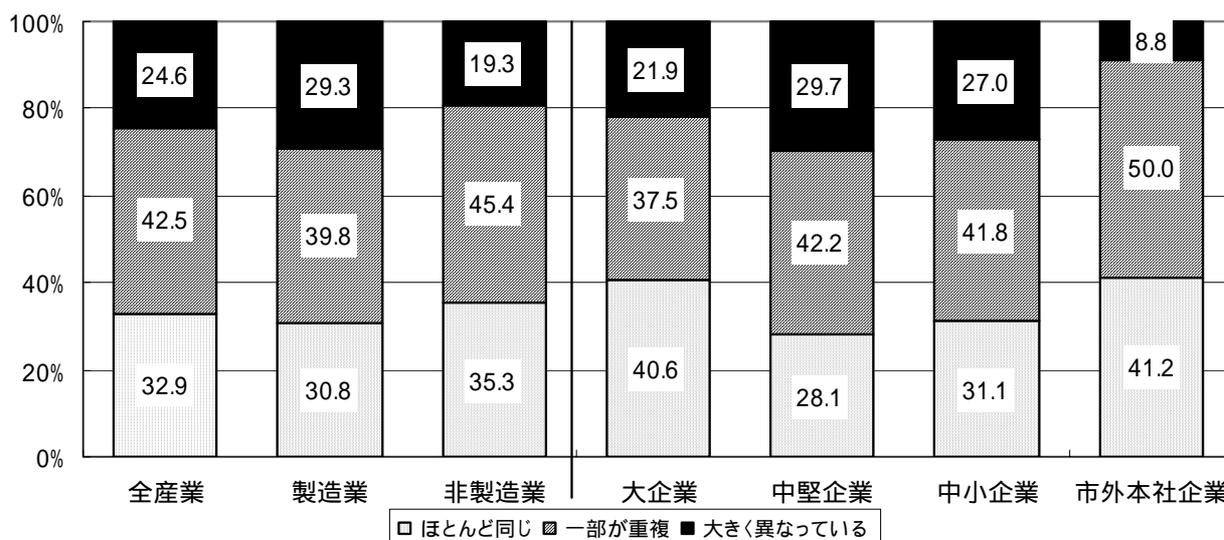
図4 新分野事業に取り組みまない理由



(2) 主力事業分野と新分野事業との関連について

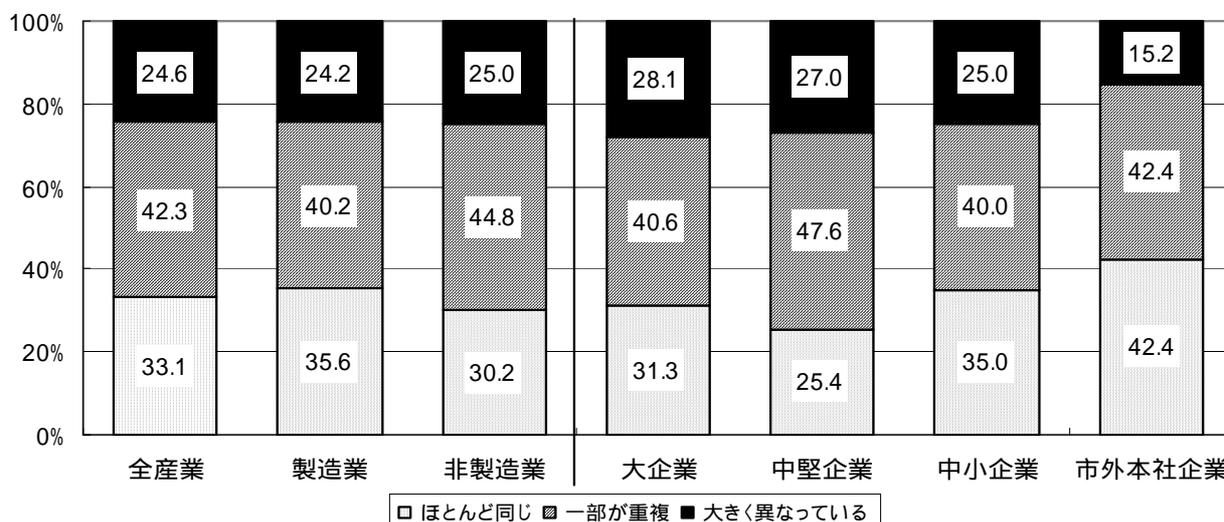
(1)で「過去3年以内に取り組み始め、現在も行っている」、「具体的に取り組み計画がある」、「具体的な計画はないが取り組む意向はある」と回答した企業(合計60.0%:その内無回答を除く252社)に主力事業分野と新分野事業との関連について尋ねたところ、主要販売先については、「一部が重複」が42.5%で最も高く、次いで「ほとんど同じ」(32.9%)、「大きく異なっている」(24.6%)の順となっており、約3/4の企業が関連するとしている。業種別にみると、製造業では「大きく異なっている」が非製造業に比べ10ポイント上回っている。規模別にみると、大企業、市外本社企業では「ほとんど同じ」が4割を超え、中堅企業、中小企業に比べ高い割合となっているのに対し、中堅企業、中小企業では「大きく異なっている」が大企業、市外本社企業に比べ高い回答割合となっている。

図5 主力事業分野と新分野事業との関連：主要販売先



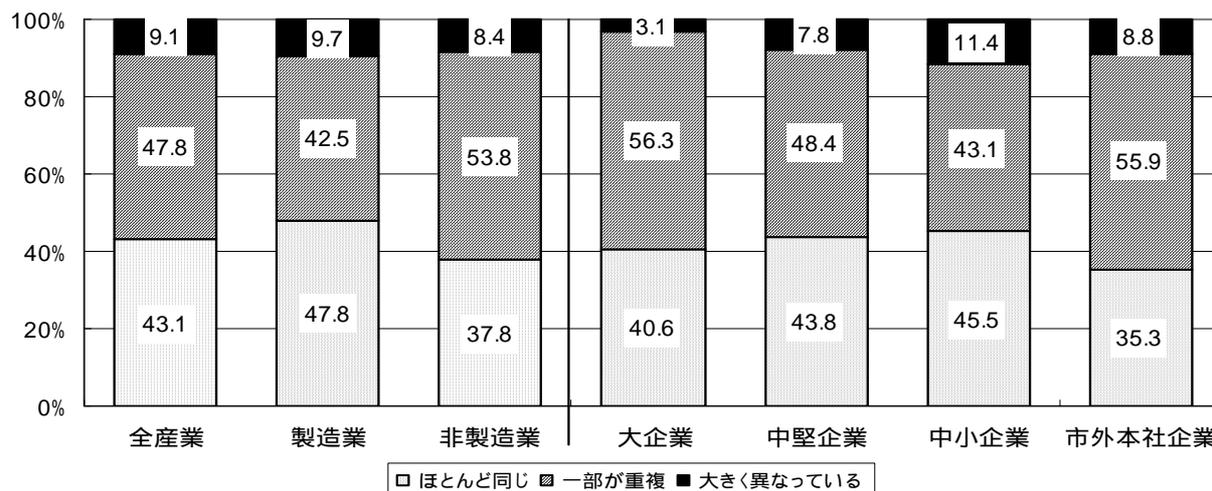
取引先(委託先)については、「一部が重複」が42.3%で最も高く、次いで「ほとんど同じ」(33.1%)、「大きく異なっている」(24.6%)の順となっており、約3/4の企業が関連するとしている。業種別にみても、ほぼ同じ回答割合となっており業種別差異はみられない。規模別でも、ほぼ同様の構成割合となっているが、市外本社企業では「大きく異なっている」の割合が他の規模に比べ、相対的に低くなっている。

図6 主力事業分野と新分野事業との関連：取引先(委託先)



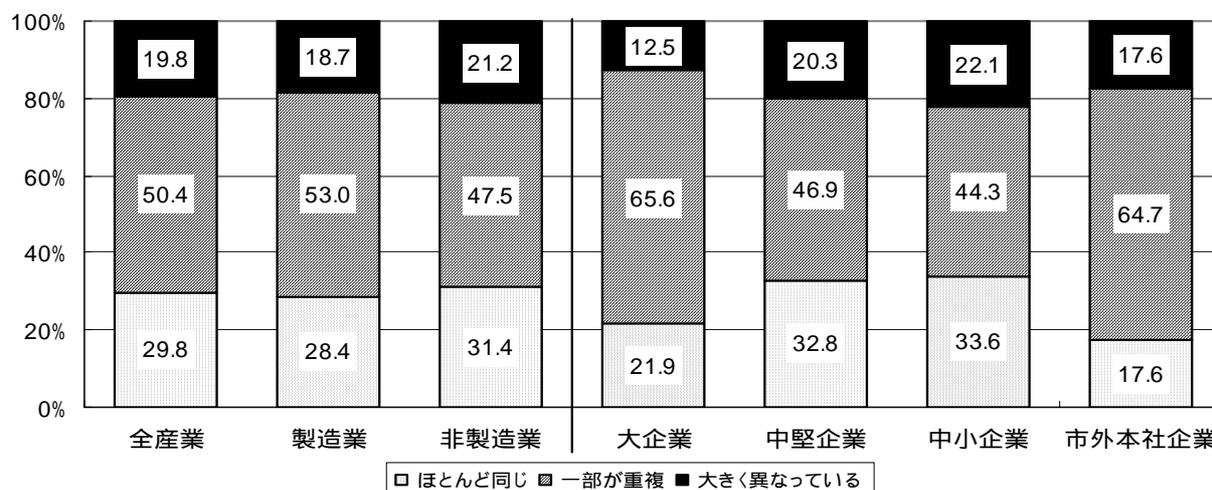
必要な人材については、「一部が重複」が47.8%で最も高く、次いで「ほとんど同じ」(43.1%)、「大きく異なっている」(9.1%)の順となっており、9割以上の企業が関連するとしている。業種別にみると、製造業は「ほとんど同じ」が最も高い回答割合となっているのに対し、非製造業は「一部が重複」が最も高い回答割合となっているが、両業種とも「ほとんど同じ」と「一部が重複」を合計すると、9割以上の企業が関連するとしている。規模別にみると、中小企業を除いて「ほとんど同じ」と「一部が重複」を合計し9割以上の企業が関連するとしており、大企業では「大きく異なっている」の割合が他の規模に比べ低くなっている。

図 7 主力事業分野と新分野事業との関連：必要な人材



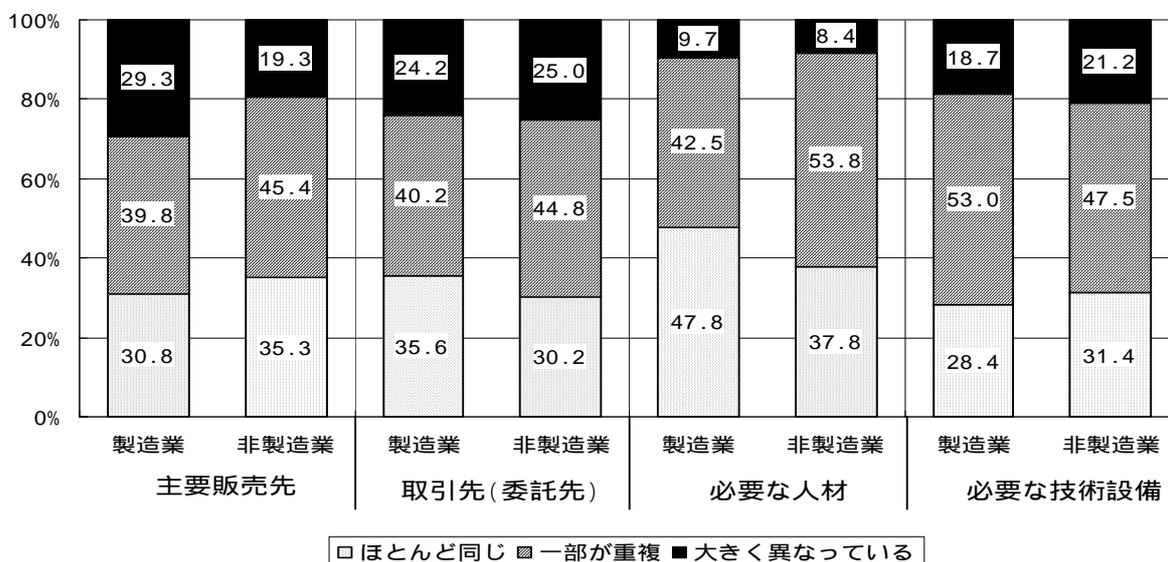
必要な技術・設備については、「一部が重複」が50.4%で最も高く、次いで「ほとんど同じ」(29.8%)、「大きく異なっている」(19.8%)の順となっており、8割以上の企業が関連するとしている。業種別にみても、ほぼ同じ回答割合となっており業種別差異はみられない。規模別にみると、大企業、市外本社企業では「一部が重複」が中堅企業、中小企業に比べ高い割合となっているのに対し、中堅企業、中小企業では「ほとんど同じ」が3割を超え大企業、市外本社企業に比べ高い回答割合となっている。一方で、「大きく異なっている」の割合も2割を超え、大企業、市外本社企業に比べ相対的に高くなっている。

図 8 主力事業分野と新分野事業との関連：必要な技術・設備



主力事業分野と新分野事業との関係をまとめたものが、図9である。ほとんどの項目で「一部が重複」、次いで「ほとんど同じ」、「大きく異なっている」の順となっている。しかし、「人材」について「大きく異なっている」という回答は、他と比べ両業種ともに割合が低くなっており、「販売先」、「取引先」、「技術」は主力事業と異なる場合でも、「人材」は「社内」を活用しようとする姿勢がうかがえる。

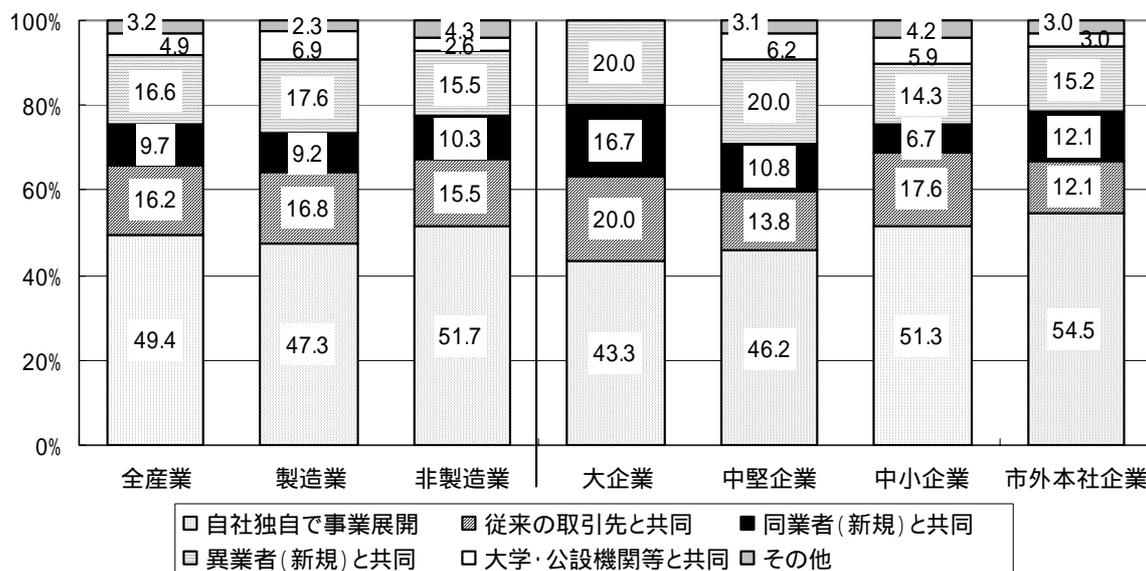
図9 主力事業分野と新分野事業との関連（再掲）



(3) 新分野事業への取り組み方法について

新分野事業への取り組み方法としては、「自社独自で事業展開」が49.4%で最も高く、次いで「異業者（新規）と共同」(16.6%)、「従来の取引先と共同」(16.2%)が続いている。業種別にみても、ほぼ同じ回答割合となっているが、非製造業では「自社独自で事業展開」が5割を超え、製造業に比べやや高い割合となっている。規模別でも、すべての規模で「自社独自で事業展開」が最も高い回答割合となっているが、大企業では「自社独自で事業展開」の回答割合が他の規模に比べて低く、「従来の取引先と共同」、「同業者（新規）と共同」、「異業者（新規）と共同」の回答割合が他の規模に比べて高くなっており、他社と共同で新分野事業を展開（予定）していることがわかる。

図10 新分野事業への取り組み方法

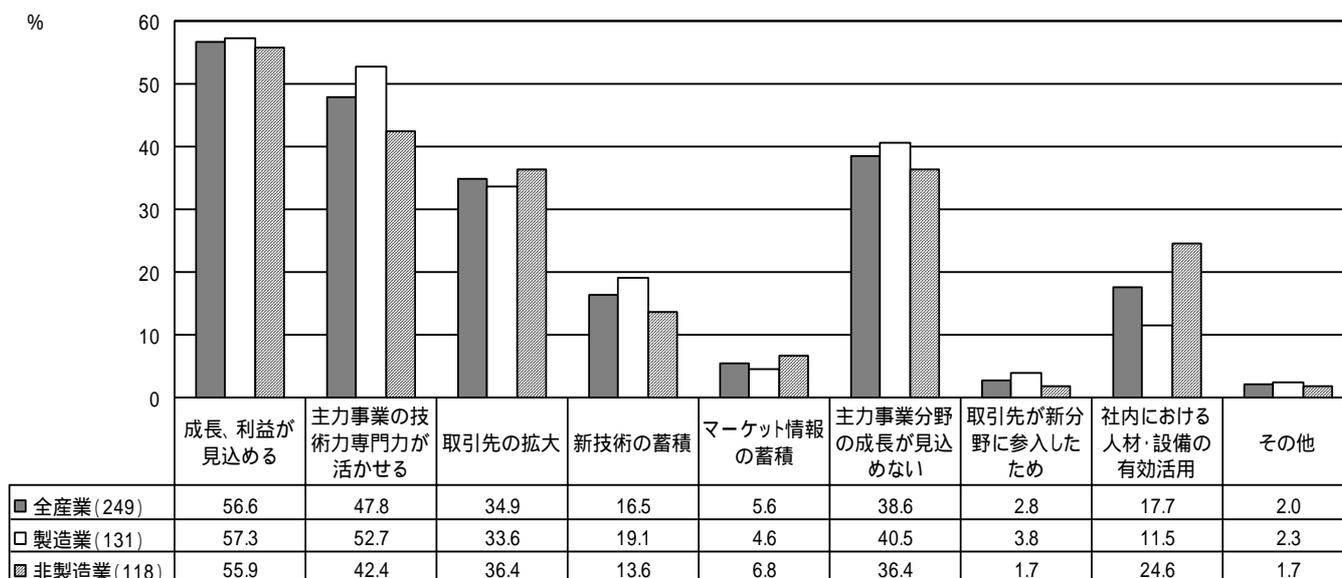


(4) 新分野事業に取り組む理由について

新分野事業に取り組む理由（回答企業 249 社：3 つまで回答）としては、「成長、利益が見込める」を挙げる企業が 56.6% で最も多く、「主力事業の技術力、専門力が活かせる」(47.8%)、「主力事業分野の成長が見込めない」(38.6%)、「取引先の拡大」(34.9%) がこれに続いている。

業種別にみても、ほぼ同様の構成割合となっているが、製造業は「主力事業の技術力、専門力が活かせる」、「主力事業分野の成長が見込めない」、「新技術の蓄積」が非製造業に比べ高い割合となっているのに対し、非製造業は「社内における人材・設備の有効活用」が製造業に比べ高い割合となっている。

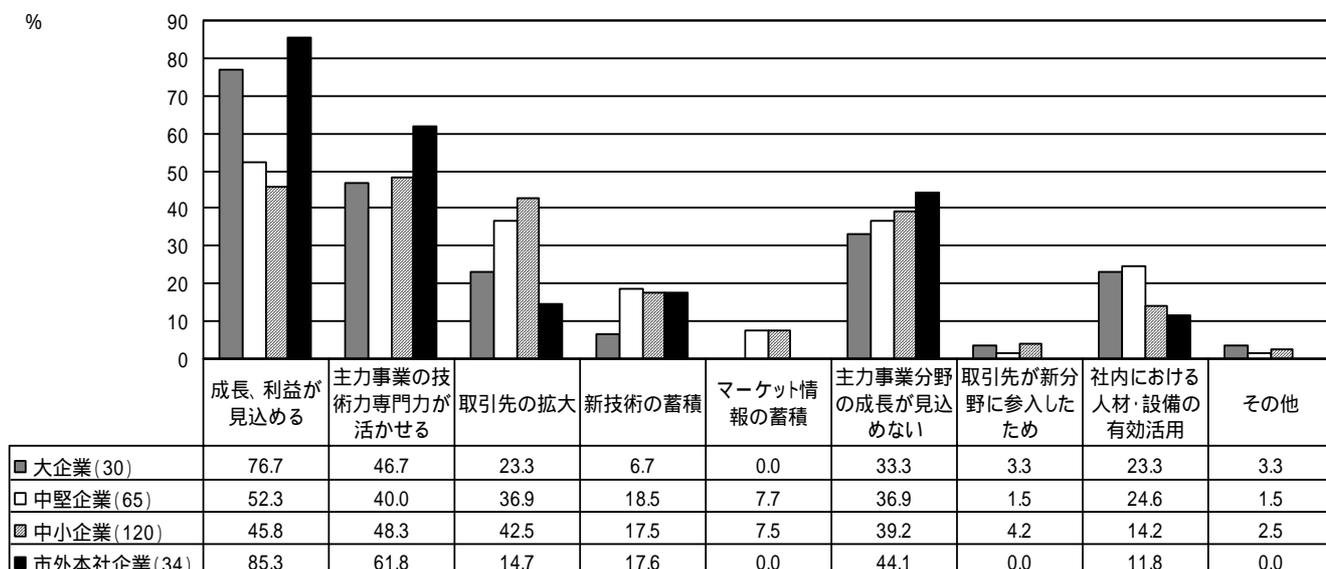
図 11 新分野事業に取り組む理由について：業種別（3 つまで選択）



(注) () 内は回答企業数。以下図 14 まで同様。

規模別にみると、中小企業を除き「成長、利益が見込める」が最も高い回答割合となっており、大企業、市外本社企業ではその割合が突出している。一方、中小企業では「主力事業の技術力、専門力が活かせる」が最も高い回答割合となっている。また、中堅企業、中小企業では「取引先の拡大」が大企業、市外本社企業に比べ高い回答割合となっている。

図 12 新分野事業に取り組む理由について：規模別（3 つまで選択）

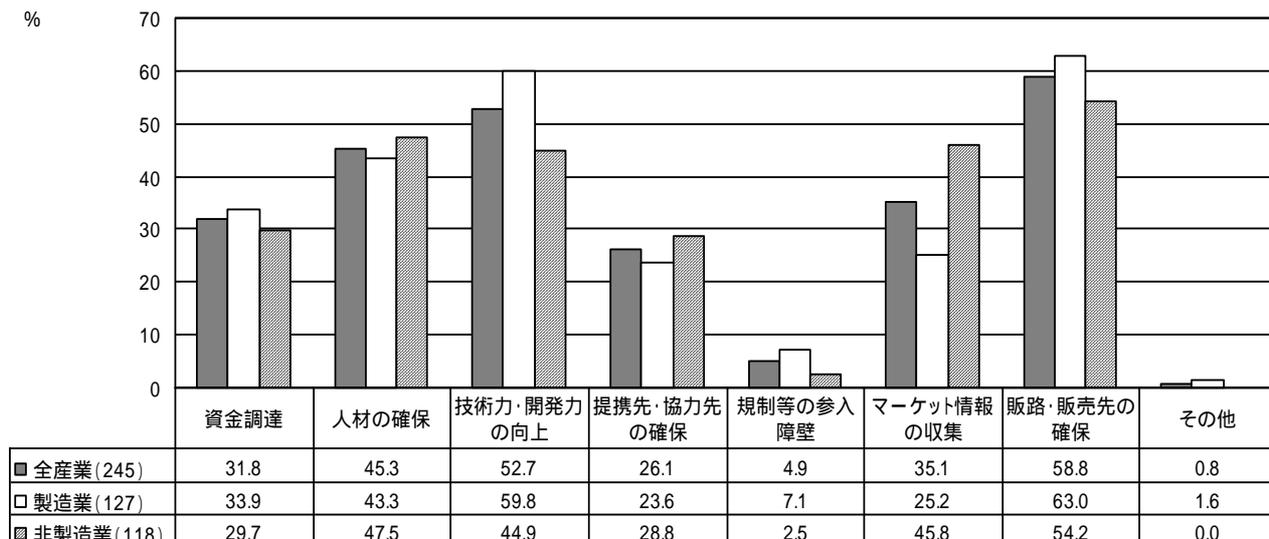


(5) 新分野事業に取り組む際の課題について

新分野事業に取り組む際の課題（回答企業 245 社：3 つまで回答）としては、「販路・販売先の確保」を挙げる企業が 58.8% で最も多く、「技術力・開発力の向上」(52.7%)、「人材の確保」(45.3%) がこれに続いている。

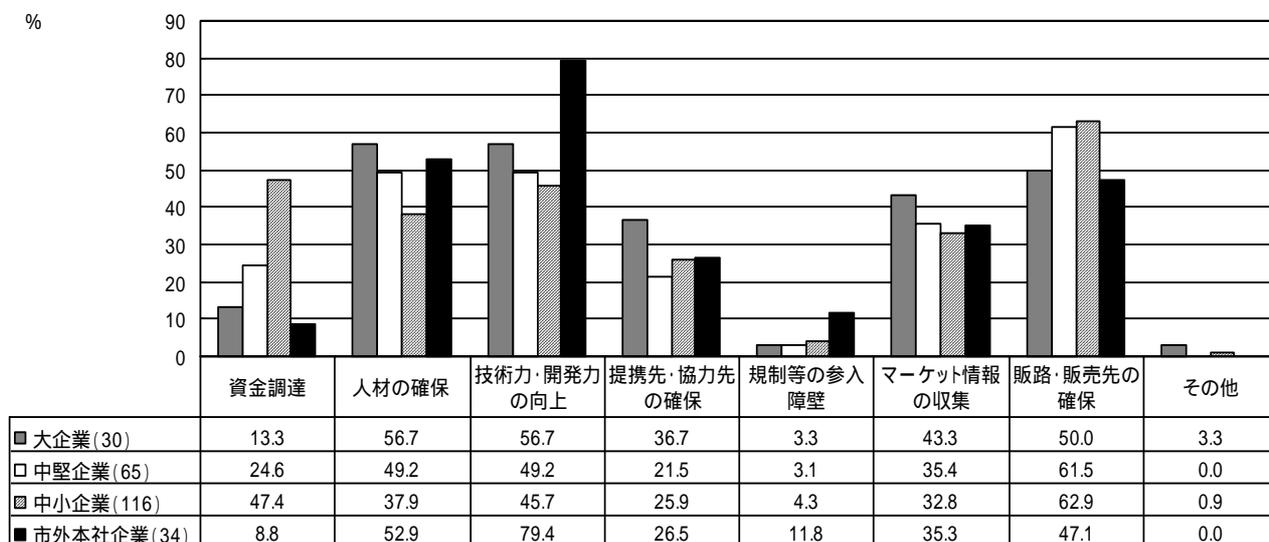
業種別にみると、製造業では「販路・販売先の確保」、「技術力・開発力の向上」が約 6 割を占め、非製造業に比べて高い回答となっている。一方、非製造業では「マーケット情報の収集」を挙げる企業の割合が製造業に比べ 20 ポイント以上高くなっている。

図 13 新分野事業に取り組む際の課題について：業種別（3 つまで選択）



規模別にみると、大企業、市外本社企業では「技術力・開発力の向上」、「人材の確保」が中堅企業、中小企業に比べ高い回答割合となっている。一方、中堅企業、中小企業では「販路・販売先の確保」を挙げる企業の割合が大企業、市外本社企業に比べ高い回答割合となっている。また、中小企業では「資金調達」を挙げる企業の割合が他の規模に比べ突出して高くなっている。

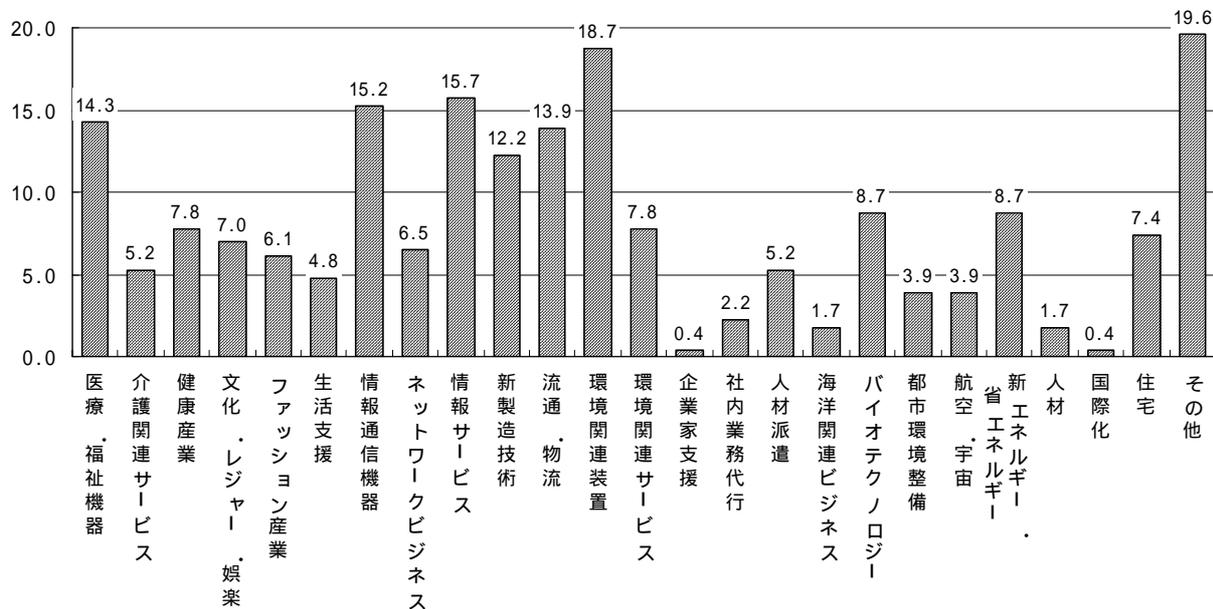
図 14 新分野事業に取り組む際の課題について：規模別（3 つまで選択）



(6) 取り組んでいる(取り組みたいと考えている)新分野

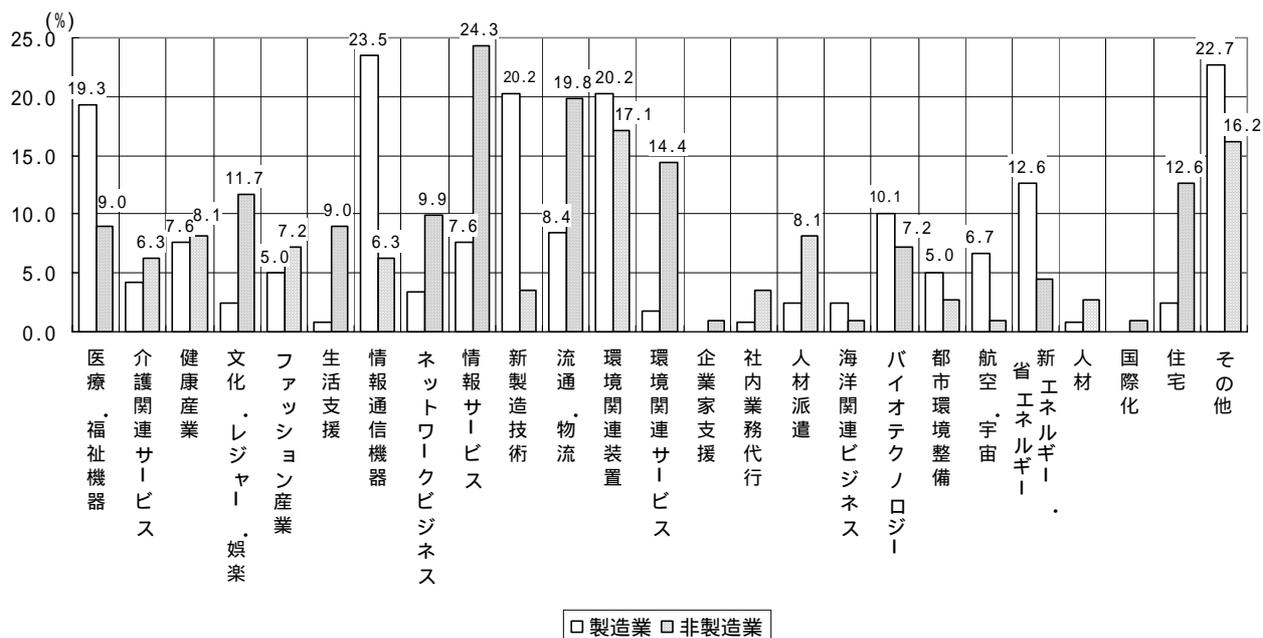
新事業・新分野の領域について、全産業ベース(新事業・新分野に取り組んでいる、計画中、取り組む意向があると回答した企業; 230社)でみると、「環境関連装置」が18.7%で最も多くなっており、情報サービス(15.7%)、情報通新機器(15.2%)、「医療、福祉機器」(14.3%)等がこれに続いている。

図15 新分野の領域：全産業(複数回答)



業種別にみると、製造業では、情報通新機器(23.5%)、新製造技術(20.2%)、環境関連装置(20.2%)、医療・福祉機器(19.3%)などが高い割合であげられており、一方、非製造業では、情報サービス(24.3%)、流通・物流(19.8%)、環境関連装置(17.1%)等の回答が高くなっている。情報関連、環境関連については、製造業、非製造業ともに新分野の領域としてあげている企業が多いことが分かる。

図16 新分野の領域：業種別(複数回答)



5%未満の回答は数値未表示。