

## 平成28年度「調査・研究事業」 「製造業の発注側ニーズの変化を把握し、収益改善・販路開拓に繋がる中小企業の戦略についての調査研究」 報告書要約

ものづくり中小企業が「事業の持続的な発展」をする経営にあたり、経営環境の変化に迅速に対応していくことと、「取引先との信頼関係」「強みの構築」「技術力向上」「人材育成」「販路開拓」なども重要な課題になると思われる。本調査・研究では、下記の仮説を検証するべく発注側企業と受注側企業の双方に対し、アンケート調査および企業訪問をしてインタビュー調査を行い、それを分析した。

### 調査研究のアンケートおよびインタビュー調査の分析・考察

1. 今回の製造業を対象とした調査研究全体の仮説は下記の4点であった

- (1) 発注側企業のニーズに対して対応が十分でない受注側企業の間で齟齬がでてきている。
- (2) 発注側企業が取引先に求める内容はQCD（品質・コスト・納期対応）に加えて近年は経営の安定性、技術力、提案力などを重視する傾向が強まっている。
- (3) 収益性の良い受注企業は発注企業ニーズに沿った強みを持ち、安定した社内体制が構築されている。
- (4) 発注側が求める強みを持つ受注側企業は販路開拓もしやすい。

2. 調査の結果

- (1) 発注側企業のニーズに対し、齟齬がある企業とない企業がある。  
齟齬がなく、かつニーズに対応できている企業は収益性が高く、齟齬がある企業は収益性が低い。  
発注側企業はQCDの中で品質を最も重要視している。
- (2) QCDに加えて経営の安定性、技術力、提案力などを重視する傾向が強まっている。  
特に経営の安定性を重視する発注側企業は多い。
- (3) 自らの強みを保有し、発注先に伝え、理解されている受注側企業は収益性が高い。  
従業員教育等の社内体制構築に注力する企業は収益性が高い。
- (4) 発注側企業が集約を進める中で、収益性が高い企業は販路開拓できている。

3. 調査の考察

- (1) アンケートから発注側企業が取引先に最も重要視するのは品質面という回答があった。
- (2) QCDに加えて経営の安定性、技術力、提案力などを重視する傾向が強まっている。特に経営の安定性を重視する発注側企業は多い。
- (3) 自らの強みを保有し、発注先に伝え、理解されている受注側企業は収益性が高い。従業員教育等の社内体制構築に注力する企業は収益性が高い。
- (4) 発注側が求める強みを持つ受注側企業は販路開拓もしやすい  
アンケート結果から、受注側において業績の良い企業は、販路開拓に積極的な傾向が得られた。業績好調な企業は販路開拓への投資ができていて新規の取引を獲得しやすくなり、結果として業績が良くなるという好循環が生まれていると考えられる。

(5) 提言

- 提言① 「コストダウン偏重を改め、品質の優先度をあげる」
- 提言② 「緊急の納期要請への対応や、納期回答をおろそかにしない」
- 提言③ 「経営者自らが意識を高め、清掃や2S（整理・整頓）活動に取り組む」
- 提言④ 「適切なIT投資により、取引業務を円滑にする」
- 提言⑤ 「受注側企業の経営問題は、発注側企業をも巻き込む重要な問題であることを認識する。」
- 提言⑥ 「競合と差別化できる自社の強みになる技術を見つけ、提案活動に活かす」
- 提言⑦ 「自社の強みを認識し、的確に取引先に伝達する」
- 提言⑧ 「一体化した組織づくりと、従業員教育を行う」
- 提言⑨ 「自社の競争力強化、課題解決のために適切な設備投資を実施する」
- 提言⑩ 「幅広く発注側企業との接点をつくる」
- 提言⑪ 「保有技術を応用できる企業に販路開拓する」

以上