



《今回のテーマ》は

「国内中小企業製造業が危ない」

お客様とお会いする時の参考情報としてご利用ください

2008年のリーマンショック以降、原油高騰や急激な円高、さらには3月11日の東日本大震災の発生と激変する国内経済環境下、(株)帝国データバンクは、自社の企業概要データベースを元に「国内製造業の実態」に関するレポートを9月15日に発表しました。

調査結果は、下記の通り厳しい結果となりました。(元データは同社のHPに掲載されています。)

1. 消滅企業数～2002年以降で4万社が「消滅」

同社が集計可能となった2002年以降毎年4000社前後が消滅し、累計で4万社に達し中でもリーマンショック後の2009年は5千社を超えたとのこと。

2. 製造業全体の売上高～2000年に比べ14兆円の減少

全業種平均では42兆円(18.1%増)の増加にも関わらず、製造業は3.9%の減少となりコンピュータ関連や、金型・同部品などが大きく減少したとのこと。

3. 年商規模別～中小企業が大幅減少

年商別にみると、10億円未満の中小企業が対2000年比22.8%の減少となったが、1000億円以上の大企業は5.3%の増加となった。

4. 地域別～減少率は東高西低

減少率のトップは東北地方で13.5%の減少。次いで北陸、北海道が続き、増加は中部、四国九州の3地域のみ。金額的には関東地区が突出して減少した。

レポートは結論として、国内製造業は過去の円高局面に加え、今年度の大震災、そして今回の歴史的な円高、原料の高騰が追い打ちとなり今後も倒産が増加するとしている。

確かに今回の大きな要因である「円高」は一中小企業の経営者が解決できる問題ではありませんが、だからと言って手をこまねいている問題でもありません。日本の中小製造業は日本製品の高性能・高品質を支え、地域社会の中核であり、雇用の吸収先でした。それらを失うことは地域社会の崩壊に繋がりがかねないこととなります。

このことを、政治も、行政もそして経営者も認識し、地域の中での企業戦略を再考する必要があるのではないのでしょうか。地域(地方)経営者に求められるのは「ローカルな視点をグローバルで活かす」ことです。地域での「人材」「商材」「知見」の発掘とともに、自らの企業戦略を時代と地域に見合った「選択と集中」を行うことでしょう。

経営者には「井の中の蛙大海を知らず」的な円高に一喜一憂するのではなく、「されど空の高さを知る」ことで、地域資源の活用によりグローバルニッチトップを目指し、自社の新たな活路を見出す目標設定を望みたいところです。

(グローバル・ニッチトップの定義)

・特定分野の世界市場で製品・技術がトップグループを占める状況

事例 ①岡本硝子→江戸切子の技術→高照度プロジェクター反射鏡 (世界シェア51%)

②ニッポン高度紙工業→土佐和紙の技術→電界セパレーター (世界シェア70%)

(参考情報)

○地域資源活用企業化プログラムによる中小企業の可能性 (2006-2582)

○中小ものづくり高度化法と中小企業の競争力強化 (2006-2579)

○事業継続計画(BCP)とモノづくり企業の対応状況 (2006-2580)

○事業ポートフォリオの再編成 (0101-0414)

○マーケティング戦略上の競争戦略 (2006-1510)

○中小企業が生まれ変わる「企業再編」と「企業分割」 (1171-1363)

()内は情報番号です

皆様が、お客様から相談をうけた時、「JRS経営情報」をちょっとした参考情報として提供されればお客様から喜ばれることは必定です。

なお、お客様にコンテンツをご提供する場合には、最初のページに「サンプル」と表示してください。また、お探しの情報が不明な場合はご照会ください(0120-89-0240)。