

# 「技術力に自信」の中小企業が 日本経済復活の原動力になる！

はたして業績回復なるか!? 景気回復の力ギを握るのは、日本経済の屋台骨を支える中小企業の動向。476社に景況リサーチ!! 景況感の改善にともない「技術に自信アリ」の経営者が事業の積極拡大に乗り出した。

前向きな企業経営者は  
事業の積極展開に意欲

「これからは事業を積極拡大する」と、景況感の改善をキツクに積極的な事業拡大に意欲を

燃やす経営者が増えつつある。

取引先の業績に左右されることのないビジネスモデルを模索する動きが出てきた。全国の中

小企業が集まった展示会では、技術力の高い中小企業連合体の

結成を求める声が聞

かれた。

小誌が、10月末に開催された「中小企業総合展2003」で、MJS(ミロク情報サービス)の協力のもとアンケート調査を行った。このビジネス展示会は製造業をメインにバイ

3日間で9万人を集めた中小企業総合展



オ、環境・エネルギー、生活文化・IT関連の企業などが集まり、約1000ものブースが設置された国内最大規模。

以下は476社に1問1答した結果である。調査はすべて面接方式で実施した。

出展した企業経営者からは

「新しい事業展開のヒントを探す」「業務提携のパートナーを探す」ために、この展示会に参加した企業が圧倒的に多かった。

「いまは自動車のエンジン冷却ファンも共通部品をつかうメーカーがほとんど。そのため、新規発注が減り、下請けの会社は非常に苦しい。が、何か新しい

展開のヒントを得られればと思った」(プラスチック加工メーカー)

また、本来はB to B(企業間取引)が主体ながら、自社ブランドの商品づくりに乗り出したところも。

「カラフルなプラスチックのピースのなかに、流行のマイナスイオンを発生するといわれるトルマリンという石を練り込んでみた。メーカーに売るだけでなく、小さなビンに入れて、リラクゼーショングッズとして、自社でも販売している」(着色剤メーカー)

総じて事業の積極展開に意欲を示す企業が増えた。日本経済の復活を期待させる明るい材料。そして新商品の開発は、新たなマーケットの開拓にもつながる。

ビジネス総合展出展企業の3社中者人が「経営を拡大」

小誌のアンケートでは、景況感は「まだ先行き不透明」との回答がもっとも多く、有効回答者479社のうち336者(70%)だったものの「景気は上昇



傾向にある」と感じている社も113社(24%)。全体の約4分の1が景気の回復を感じている。「下降傾向にある」との認識は5%とごくわずかだった。

また、自社の景況感では、回答者476社中の41%にあたる193社が「業績は上昇傾向にある」としている。業界の景況感の7割を占めた「まだ先行き不透明」との意識は、自社では55%の267社。「下降傾向にある」との回答者も半減した。これは、たとえ業界の景況が先行き不透明でも、自社の業績は確実に伸ばそうと努力し、結果を出している企業が多いということだろう。

そして、今後の経営展開については、478社の回答者のうち、3社中2社にあたる315社(66%)が積極拡大する」という。「現状を維持する」は129

『中小企業総合展2003(東京会場)』中小企業庁と関東経済産業局が主催する「中小企業ビジネスフェア」(財)中小企業異業種交際団が主催する「中小企業ビジネス・メッセ2003」そして受注機会の拡大を目指す下請中小企業による「中小企業テクノフェア」が一体となり、10月29日、31日に東京・有明の東京ビッグサイトで開催された。約1000の中小企業ブースが設けられたほか、経済ジャーナリストの講演や出展者によるプレゼンテーションも行われ、3日間で計9万0667人が来場した。

中小企業総合展2003 アンケート結果  
 ・10月29日~31日  
 ・出展ブース 679小間 有効回答数 479件

質問1. 御社業界の景況感は  
 A.景気は上昇傾向にある.....113  
 B.まだ先行き不透明 336  
 C.下降傾向にある.....26  
 D.その他.....4  
 企業が属する業界に対する景況感。Bが圧倒的に多いが、約1/4の企業は景気回復を感じている。明確に下降傾向との回答は、5%に止まっている。

質問2. 御社の景況感  
 A.業績は上昇傾向にある.....193  
 B.まだ先行き不透明.....267  
 C.下降傾向にある.....43  
 D.その他.....3

企業自身の景況感。A回答が4割を超えているのは、属する業界が先行き不透明でも、自社の業績は伸ばそうとしている企業が多いという現れ。自社業績が下降傾向という回答は3%に止まった。

質問3. 直近で経営に大きな影響を与えているものは  
 A.デフレ.....99  
 B.個人消費の冷え込み.....79  
 C.取引先企業の不調 191  
 D.金融機関からの資金調達難.....62  
 E.人材の不足.....83  
 F.影響はない.....34  
 G.その他.....25

C.取引先企業の不調がトップ回答。受注量の減少が売上に影響を及ぼしている。Eの人材不足が3番目の回答であり、比較的影響度が高い。Dの金融機関からの資金調達難という回答は思ったより少ない。  
 G:その他の25件中では、「海外生産への移行」が、9件あり、「コストダウン要請」が3件見受けられる。

質問4. 今後の経営方針は  
 A.積極拡大する.....315  
 B.現状を維持する.....129  
 C.わからない.....34  
 ビジネスフェアに出展するだけあって、6割以上の企業が積極拡大策をとっている。  
 Aに をつけた方はその理由は  
 1・どこにも負けない技術力があるから.....224  
 2・営業力に自信があるから.....41  
 3・その他.....47  
 積極拡大策の裏付けには「技術力への自信」が大半を占めている。その他では、「全く新しい商品だから」「今がチャンスと思うから」などの回答が見られた。

社(27%)、「わからない」は34社(7%)だった。経営者が積極的に経営拡大に乗り出そうと考える理由は、312社の全

の結果によると、昨年6月以降、ずっと「景況判断」を下回っていた「景況見通し」が、この7月に逆転。以来、景気回復に期待する状態が続いている。

「中小企業総合展2003」では、他力本願的に取引先からの受注に頼る旧態依然とした体制から脱却し、自らの技術力で業界を変革しようと呼びかける声も聞かれた。

「これまでにも、大手メーカーのOEMで照明器具をつくったことがある。が、これからは同じくらいの規模の中小企業と手を組みたい。お互いにアイデアを出して、オリジナルの商品を開発し、最終的には中小企業連合体によるブランドがつくれる

くらいまでになればおもしろいのでは」(硬化性樹脂加工会社)  
 多くの出展者、入場者が、Bのビジネスパートナー探しを目標んで参加していることもわかった。理由は「新商品の開発」にあるようだ。一部には企業連合の結成までを考えている社もあった。  
 景況感の回復にともなって、増えてきた前向きな経営者。そのひとつひとつの規模はそれほど大きくなくとも、連合体となれば強大な企業群となるはずだ。とくにBのBの相手を見つけたチャンス。大手メーカーに代わり、中小企業が日本経済の牽引役になる時代が、やってくるのかもかもしれない。

中小企業の連合体を結成し  
 新たなビジネスモデルを!

(社)全国地方銀行協会が発行する『地銀協月報』では毎月、地方経済天気図として全国の経済概況とともに「景況判断」「景況見通し」のD I値(注)のグラフを掲載している。その10月号

(注) D I値 = 景気動向を判断するための指標。『地銀協月報』では、全国地銀のアンケート回答をもとに、[「好転」\_1・0 + 「不変」\_0・5 + 「悪化」\_0・0] ÷ 回答銀行数で計算。パーセントで表示している。