

平成30年度 企業訪問事業 結果報告

令和元年7月 産業振興課 企業支援室

1. 事業の概要

(1) 事業の目的

辰野町内の製造業を取り巻く現状は、少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少・市場環境の悪化など厳しい状況が続いている。

辰野町では、平成30年4月に産業振興課内に企業支援室を新設し、町の重要政策として商工業振興を位置づけている。町内製造業の実態を、製造業に沿ったアンケートによって把握し、アンケートの分析及びデータベースの作成を通し、‘町内製造業のあるべき姿’を描き今後の適切な支援や製造業の要望に応える体制を構築するため、本事業を実施した。

(2) 事業の実施方法

- 対象企業：辰野町内の製造業と判断した全企業（商社・飲食店・農林業は除く）
- 調査方法：事前にアンケート用紙及び訪問依頼文書の発出。訪問の承諾を得た後に企業を訪問しアンケートの回収及び聞き取りを行い、記録簿を作成する。
- 実施期間：平成30年4月6日～平成31年3月31日

(3) 訪問及びアンケート回収の結果

- 依頼数：166社（規模の大きい製造業は除く）
- 訪問数：121社（訪問率72.8%）
- アンケート回収数：124社（回収率74.6%）内3社は訪問拒否にてアンケート回収のみ
- アンケート結果：次ページ以降「2. アンケート結果」に記載
- 対応策：「3. 具体的な対応策について」に記載

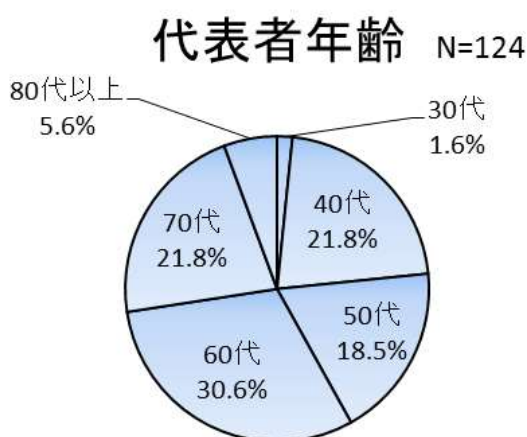
2. アンケート結果

1. 事業所の基本情報について

問 1-1 代表者の年齢

- 代表者の年齢は 60 代以上でみると 6 割近く（58.0%）と高齢化が進み今後の課題要因となる。
- 一方で「40 代」、「50 代」を合わせると約 4 割（40.3%）なり、若手代表者として今後に期待できる。
- 40 代の代表者の大半は先代から事業を引き継ぎ、現在の仕事量を確保できているが、この先、市場環境変化や客先の海外シフトなど売上減のリスクが有るため対応が急務である。

| 代表者年齢 | 件数 | 割合(%) |
|-------|-----|-------|
| 20代 | 0 | 0.0 |
| 30代 | 2 | 1.6 |
| 40代 | 27 | 21.8 |
| 50代 | 23 | 18.5 |
| 60代 | 38 | 30.6 |
| 70代 | 27 | 21.8 |
| 80代以上 | 7 | 5.6 |
| 合計 | 124 | 100.0 |



問 1-1 操業年数

- 操業年数は「36～50年」が 32.3%で最も多く、次いで「51～70年」、「21～35年」と続く。
- 創業年でみると高度経済成長期後半の昭和 40 年代が最も多く、積極的な設備投資が行われた様子がうかがえる。

| 操業年数 | 件数 | 割合(%) |
|------|-----|-------|
| ～10年 | 4 | 3.2 |
| ～20年 | 17 | 13.7 |
| ～35年 | 27 | 21.8 |
| ～50年 | 40 | 32.3 |
| ～70年 | 31 | 25.0 |
| 70年超 | 5 | 4.0 |
| 合計 | 124 | 100.0 |



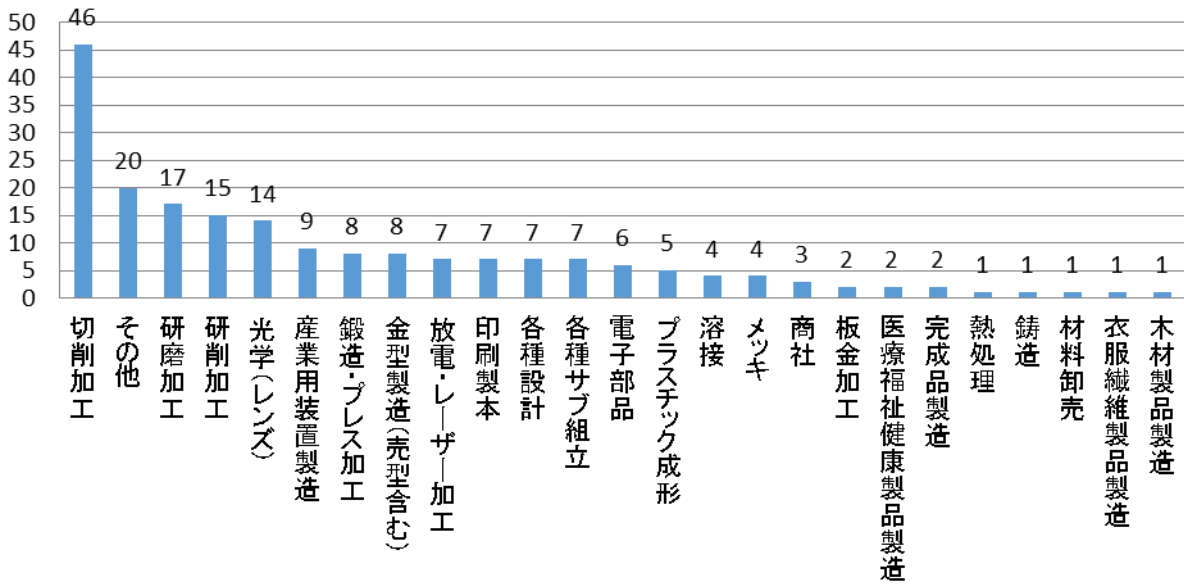
問 1-2 業種（重複回答あり）

- 専用機、汎用、業務用機械に使用する金属材の部品加工（切削・研削・研磨・板金・プレス・溶接）の部品加工が 103 件、「光学（レンズ）」が 14 件となり、この 2 業種が町内に集積し製造品出荷額に貢献している。
- 課題として小規模事業者（親族経営）保有の機械設備老朽化により、客先要望の品質精度寸法が確保できず売上減の状況があり、また、新規設備投資も先行き不安の環境化では判断ができないことが挙げられる。

| 加工技術 | 件数 |
|------------|----|
| 切削加工 | 46 |
| 研削加工 | 15 |
| 研磨加工 | 17 |
| 鍛造・プレス加工 | 8 |
| 板金加工 | 2 |
| 放電・レーザー加工 | 7 |
| 金型製造(売型含む) | 8 |
| プラスチック成形 | 5 |
| ゴム成形 | 0 |
| 光学(レンズ) | 14 |
| 溶接 | 4 |
| 印刷製本 | 7 |
| メッキ | 4 |
| 熱処理 | 1 |
| 鋳造 | 1 |
| 電子部品 | 6 |
| 各種設計 | 7 |
| 各種サブ組立 | 7 |
| 計量器製造 | 0 |
| 産業用装置製造 | 9 |
| 医療福祉健康製品製造 | 2 |
| 完成品製造 | 2 |
| 商社 | 3 |
| 材料卸売 | 1 |
| 飲食料品製造 | 0 |
| 衣服繊維製品製造 | 1 |
| 木材製品製造 | 1 |
| その他 | 20 |

| その他内訳 | 件数 |
|--------------------------|----|
| 特殊印刷(スクリーン・パッド) | 3 |
| 静電植毛加工 | 1 |
| 細菌装置製造業 金属部品検査 | 1 |
| 段ボール紙器、プラスチック段ボール製造販売 | 2 |
| 各種野菜のカット加工販売、食品の企画、開発、販売 | 1 |
| 産業廃棄物収集運搬 | 1 |
| チューブ印刷 | 1 |
| 電子部品製造 | 1 |
| 金属樹脂複合板製造 | 1 |
| パッキン | 1 |
| はく製製作 | 1 |
| 都市ガス用バルブ製造 | 1 |
| プラスチックフィルム製造受託開発 | 1 |
| 弦楽器製造 | 1 |
| 電子部品製造 | 1 |
| 重合トナー製造 | 1 |
| 医薬品製造 | 1 |

業種

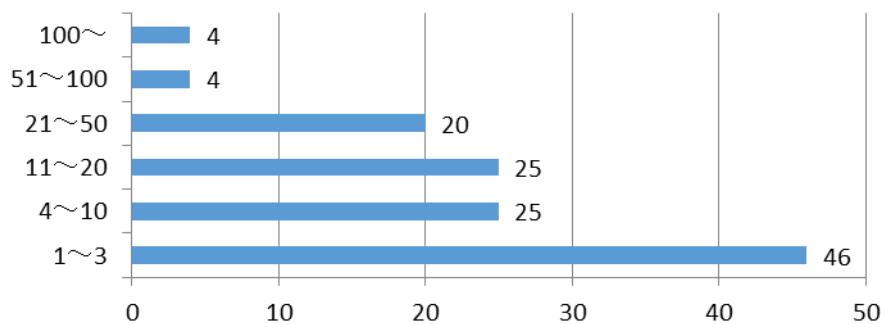


問 1-3 従業員数

- 従業員数は「1~3」が46件と最も多く、そのほとんどが代表及びその親族で構成される。
- 聞き取りの結果、人手が不足していると答える企業が多い一方、中途採用を視野に入れるが今後の受注変動を考慮し社内人材の教育、業務の効率化・改善など現状の人員で対応しようとする意見の割合も高い。

| 従業員数(人) | 件数 |
|---------|-----|
| 1~3 | 46 |
| 4~10 | 25 |
| 11~20 | 25 |
| 21~50 | 20 |
| 51~100 | 4 |
| 100~ | 4 |
| 合計 | 124 |

従業員数 N=124



問 1-4 町外からの出勤者

- 町外からの出勤者数について 20 社ほど未回答のため実数は表示より増える。
- 上記を加味すると半数を超える人が町外からの出勤していることがわかる。

| | |
|--------------------|-------|
| アンケート回答企業の総従業員数(人) | 2120 |
| 内町外からの出勤者(人) | 1026 |
| 町外からの出勤者割合 | 48.4% |

問 1-5 ホームページ作成の有無

- 「作成していない」が「作成して公開している」を大きく上回る。従業員数が少ない企業ほど「作成していない」と回答する割合が高くなる傾向がある。

| 項目 | 件数 |
|------------|-----|
| 作成して公開している | 43 |
| 作成していない | 76 |
| 未回答 | 5 |
| 合計 | 124 |

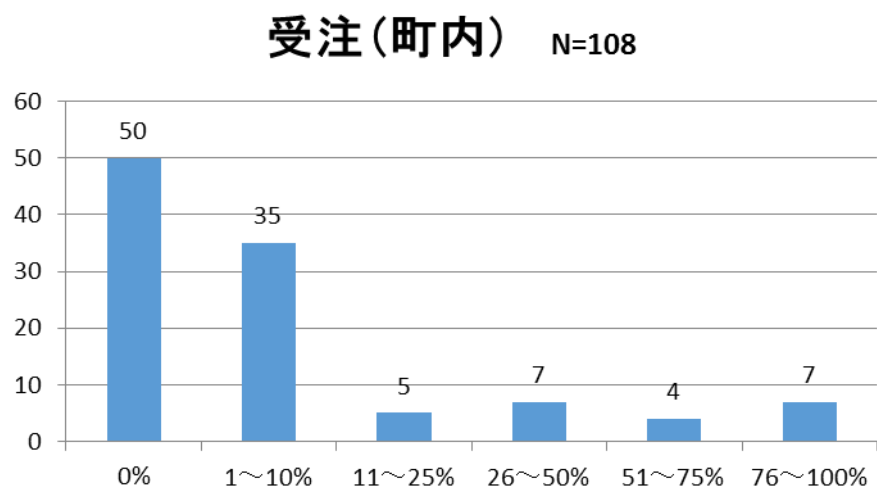
2. 保有設備・技術について は割愛

3. 受注について

問 3-1 全体に占める地域別の受注の割合（金額ベース） 町内

- 町内企業からの受注が「0」が 50 件、「1～10」%が 35 件と極端に少なく、大半は町内以外の客先受注に頼り、諏訪地域や上伊那地域、県外企業との取引（つながり）が多い様子うかがえる。

| 町内(%) | 件数 |
|--------|-----|
| 0 | 50 |
| 1～10 | 35 |
| 11～25 | 5 |
| 26～50 | 7 |
| 51～75 | 4 |
| 76～100 | 7 |
| 未回答 | 16 |
| 合計 | 124 |

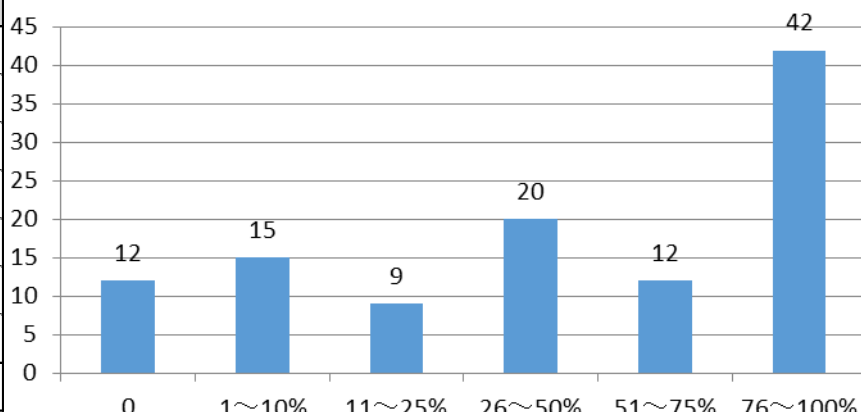


問 3-1 全体に占める地域別の受注の割合（金額ベース） 町内以外の県内

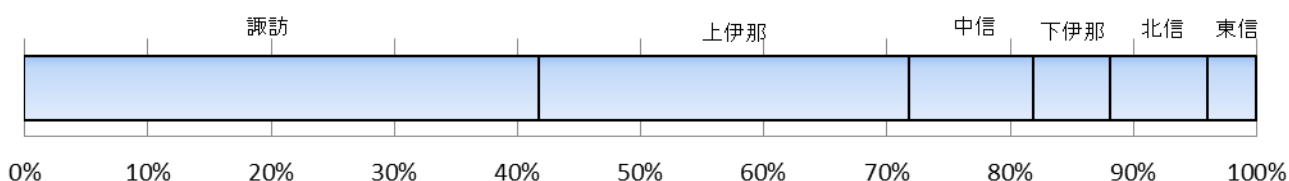
- 「76～100」が42件で他を大きく上回る。他の項目はばらつきがあるが、町外（県内）の企業からの受注を主としている企業が多いことわかる。
- 県内の地域別割合をみると諏訪地域が4割を超え最も高く、次いで上伊那地域が続く。上伊那の北端に位置し諏訪地域に隣接している辰野町の特殊性がうかがえる結果となった。

受注（町内以外の県内） N=110

| 町内以外の県内(%) | 件数 |
|------------|-----|
| 0 | 12 |
| 1～10 | 15 |
| 11～25 | 9 |
| 26～50 | 20 |
| 51～75 | 12 |
| 76～100 | 42 |
| 未回答 | 14 |
| 合計 | 124 |



県内地域別

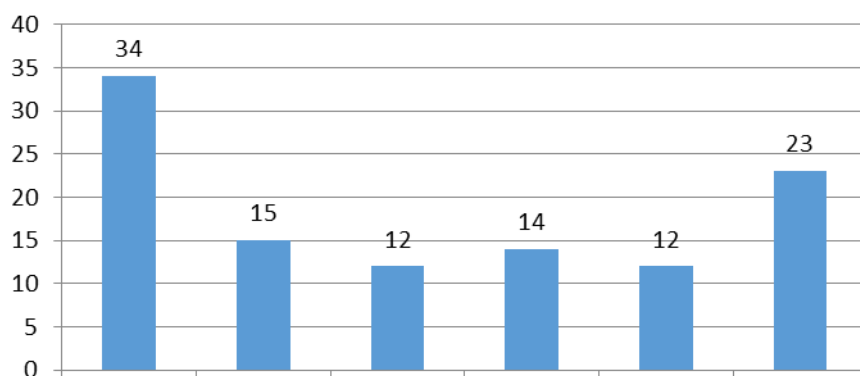


問 3-1 全体に占める地域別の受注の割合（金額ベース） 県外

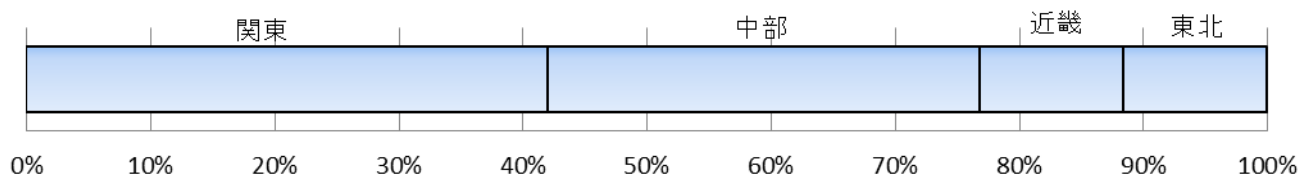
- 「0」が34件と最も多い一方で、2番目に多い項目が23件の「76～100」である。企業によってばらつきがある様子がわかる。
- 地域別にみても関東地方が4割を超え最も多く、中部地区が続く。どちらの地域からも等距離である地理的要因も関係していると思われる。

| 県外(%) | 件数 |
|--------|-----|
| 0 | 34 |
| 1～10 | 15 |
| 11～25 | 12 |
| 26～50 | 14 |
| 51～75 | 12 |
| 76～100 | 23 |
| 未回答 | 14 |
| 合計 | 124 |

受注（県外） N=110



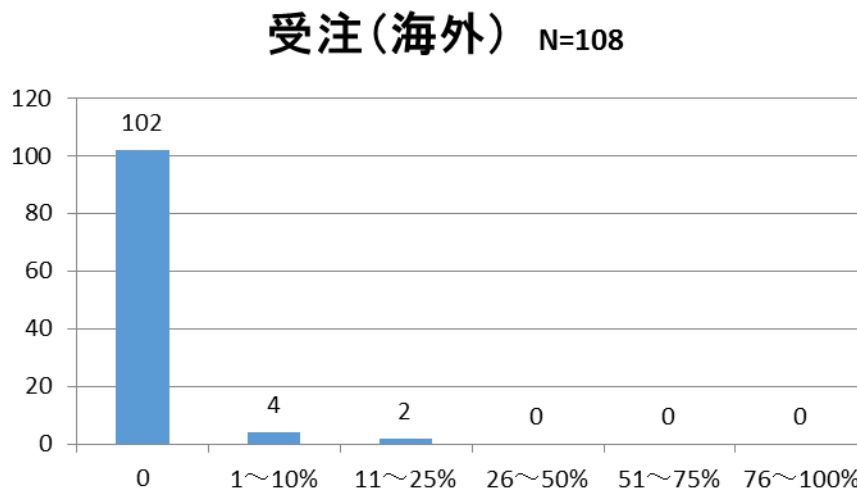
県外地域別



問 3-1 全体に占める地域別の受注の割合（金額ベース） 海外

- 海外との取引（製品納入・部品調達）は一部の企業に限定され、各社独自のビジネス展開は難しい様子である。

| 海外(%) | 件数 |
|--------|-----|
| 0 | 102 |
| 1～10 | 4 |
| 11～25 | 2 |
| 26～50 | 0 |
| 51～75 | 0 |
| 76～100 | 0 |
| 未回答 | 16 |
| 合計 | 124 |

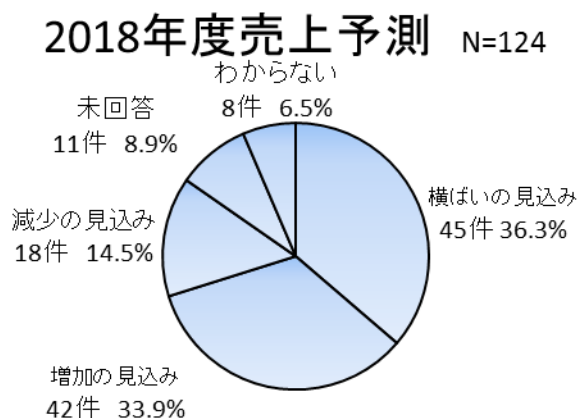


- 小規模製造業をはじめとする町内企業訪問を強化し、情報収集を行うとともに、各種展示会の出展や販路開拓、マッチングを支援して町内製造業の活性化を図っていく。

問 3-2 2016 年度売上比 2018 年度売上予測

- 「横ばいの見込み」が 45 件と最も多く、「増加の見込み」が「減少の見込み」を大きく上回る。

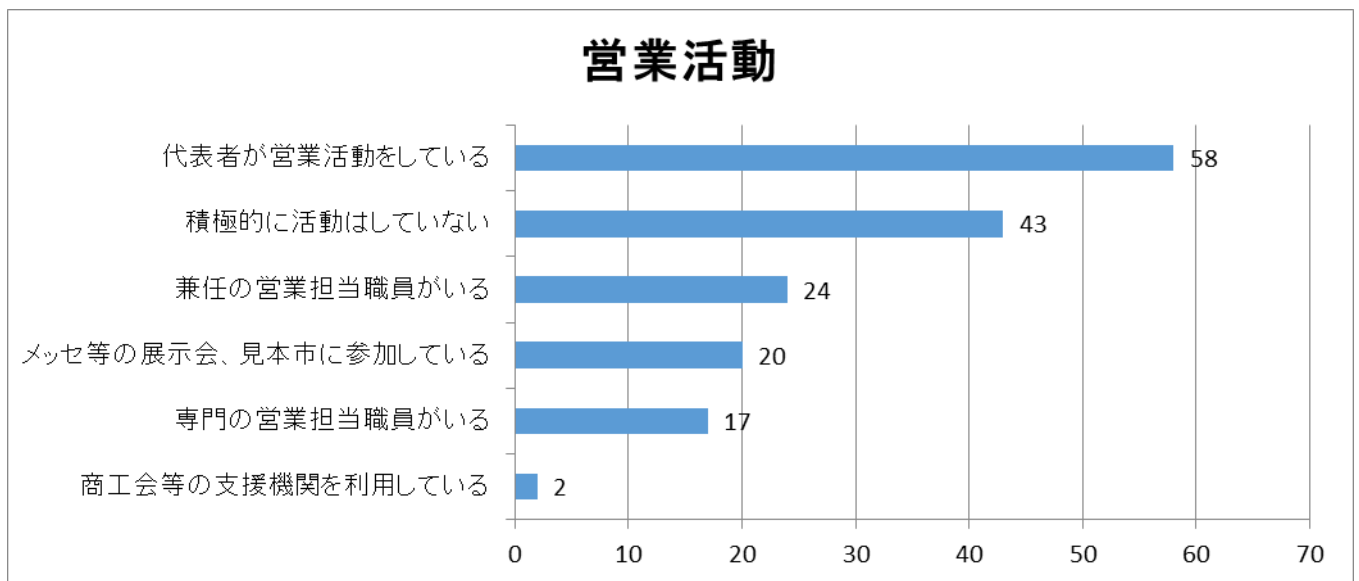
| 項目 | 件数 | 割合(%) |
|---------|-----|-------|
| 横ばいの見込み | 45 | 36.3 |
| 増加の見込み | 42 | 33.9 |
| 減少の見込み | 18 | 14.5 |
| 未回答 | 11 | 8.9 |
| わからない | 8 | 6.5 |
| 合計 | 124 | 100.0 |



問 3-3 現在の営業活動（重複回答あり）

- 「代表者が営業活動をしている」が 58 件で最も高く、次いで「積極的に活動はしていない」が 43 件で続く。
- 企業の規模を問わず「積極的に活動はしていない」との回答もあるなかで、「メッセ等の展示会、見本市に参加している」が 20 件と少なくない件数であることも注目したい。

| 項目 | 件数 |
|---------------------|----|
| 代表者が営業活動をしている | 58 |
| 積極的に活動はしていない | 43 |
| 兼任の営業担当職員がいる | 24 |
| メッセ等の展示会、見本市に参加している | 20 |
| 専門の営業担当職員がいる | 17 |
| 商工会等の支援機関を利用している | 2 |

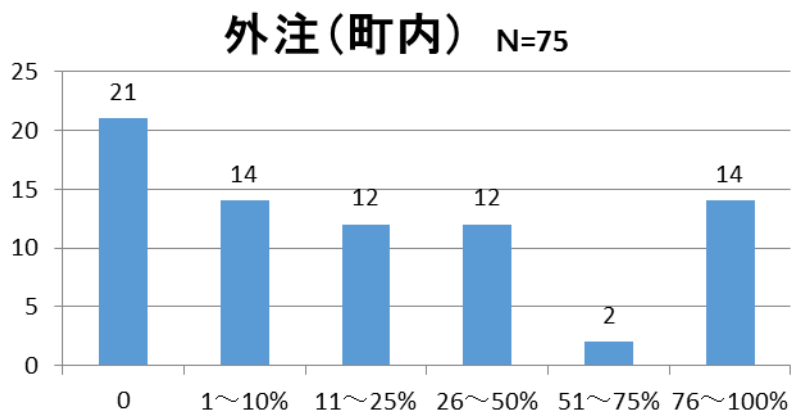


4. 外注について

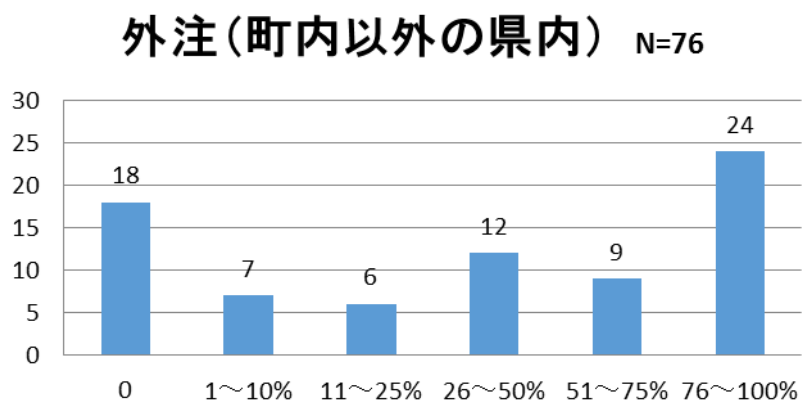
問 4-1 全体に占める地域別の外注の割合（金額ベース）

- 町内企業への外注について「0」が21件で最も多い。
- 町外（県内）企業への外注については「76～100」が24件で最も多い。
- 県外企業への外注については「0」が42件で最も高い。
- 以上から、未回答が多いながらも町外（県内）企業への外注が多いことがわかる。

| 町内(%) | 件数 |
|--------|-----|
| 0 | 21 |
| 1～10 | 14 |
| 11～25 | 12 |
| 26～50 | 12 |
| 51～75 | 2 |
| 76～100 | 14 |
| 未回答 | 49 |
| 合計 | 124 |

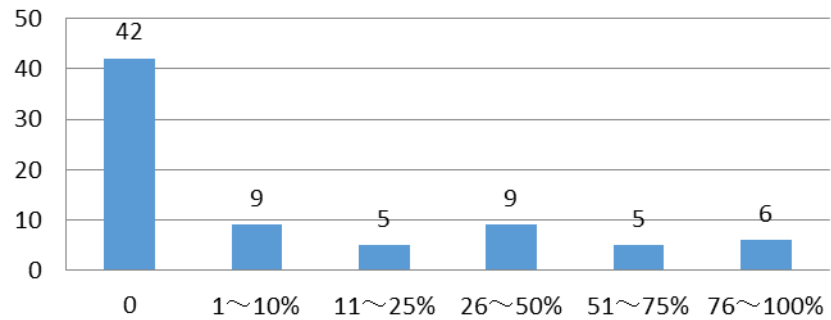


| 町内以外の県内(%) | 件数 |
|------------|-----|
| 0 | 18 |
| 1～10 | 7 |
| 11～25 | 6 |
| 26～50 | 12 |
| 51～75 | 9 |
| 76～100 | 24 |
| 未回答 | 48 |
| 合計 | 124 |



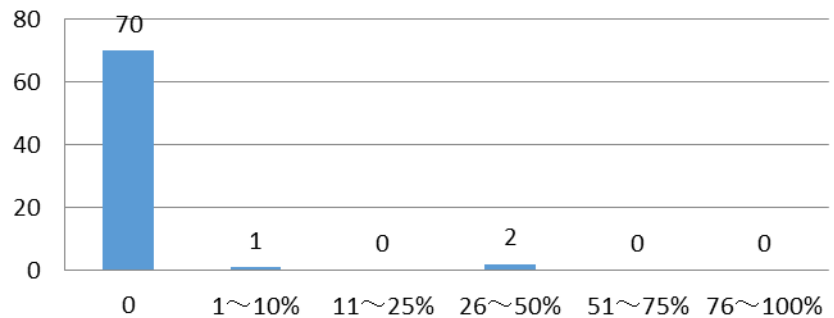
| 県外(%) | 件数 |
|--------|-----|
| 0 | 42 |
| 1~10 | 9 |
| 11~25 | 5 |
| 26~50 | 9 |
| 51~75 | 5 |
| 76~100 | 6 |
| 未回答 | 48 |
| 合計 | 124 |

外注(県外) N=76



| 海外(%) | 件数 |
|--------|-----|
| 0 | 70 |
| 1~10 | 1 |
| 11~25 | 0 |
| 26~50 | 2 |
| 51~75 | 0 |
| 76~100 | 0 |
| 未回答 | 51 |
| 合計 | 124 |

海外 N=73

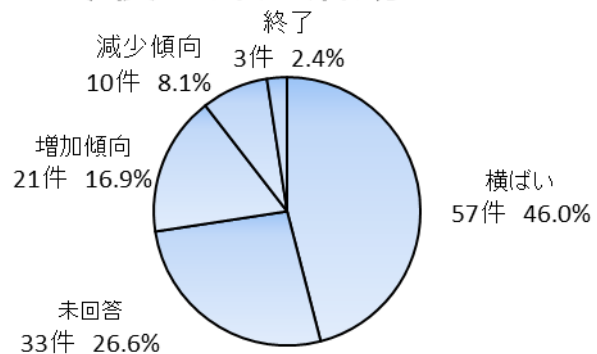


問 4-2 今後の外注活用

- 今後の外注活動については「横ばい」が 57 件で最も多く、次いで「増加傾向」が 21 件で続く。

| 項目 | 件数 | 割合(%) |
|------|-----|-------|
| 横ばい | 57 | 46.0 |
| 未回答 | 33 | 26.6 |
| 増加傾向 | 21 | 16.9 |
| 減少傾向 | 10 | 8.1 |
| 終了 | 3 | 2.4 |
| 合計 | 124 | 100.0 |

今後の外注活動 N=124



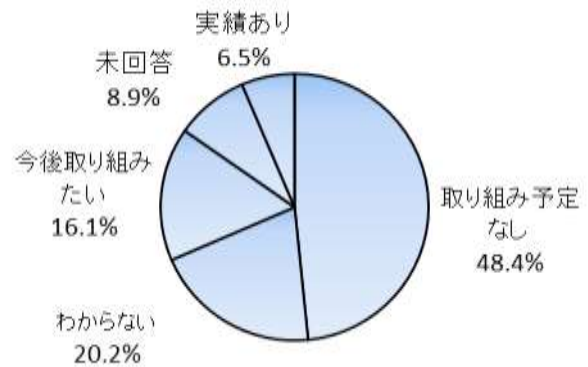
5. 今後の見通しについて

問 5-1 IoT、AI、ロボットなどの新技術、新規事業への展開

- 「取り組み予定なし」が 60 件で最も多いが、「実績あり」、「今後取り組みたい」と回答した企業も少なくはない。
- 「実績あり」の一例は工程の全自動化、自動検査機器導入による合理化実現など。

| 項目 | 件数 | 割合(%) |
|----------|-----|-------|
| 取り組み予定なし | 60 | 48.4 |
| わからない | 25 | 20.2 |
| 今後取り組みたい | 20 | 16.1 |
| 未回答 | 11 | 8.9 |
| 実績あり | 8 | 6.5 |
| 合計 | 124 | 100.0 |

IoT、AIなど新技術への展開 N=124

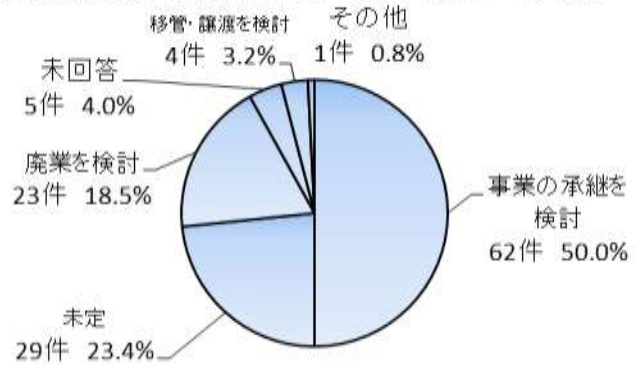


問 5-2 事業継続、承継についての考え

- 「事業の承継を検討」が半数の 62 件で最も多い。
- 「廃業検討」が 23 社、「移管・譲渡を検討」が 4 社、未定 29 社を合わせると全体の 45%（56 社）と高く、今後の廃業や事業承継問題の時期を迎える事業者が年々増加し辰野町製造業の衰退が懸念される。

| 項目 | 件数 | 割合 (%) |
|----------|-----|--------|
| 事業の承継を検討 | 62 | 50.0 |
| 未定 | 29 | 23.4 |
| 廃業を検討 | 23 | 18.5 |
| 未回答 | 5 | 4.0 |
| 移管・譲渡を検討 | 4 | 3.2 |
| その他 | 1 | 0.8 |
| 合計 | 124 | 100.0 |

事業継続、承継についての考え N=124

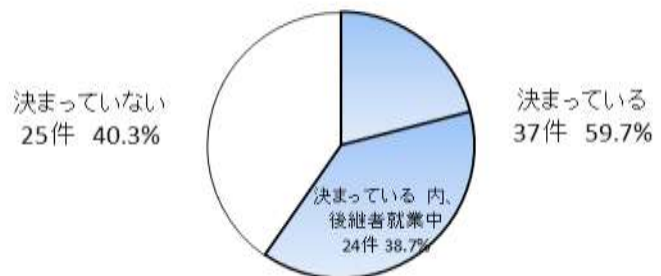


問 5-3 「問 5-2 で事業の承継を検討」を選択した企業に対して、後継者（候補）について

- 事業承継を検討しながらも後継者について「決まっている」は約 6 割の 37 件に留まり事業承継の難しさが読み取れる。

| 項目 | 件数 | 割合 (%) |
|----------|------|--------|
| 決まっている | 37 | 59.7 |
| 内、後継者就業中 | (24) | (38.7) |
| 決まっていない | 25 | 40.3 |
| 合計 | 62 | 100.0 |

後継者(候補)について N=62

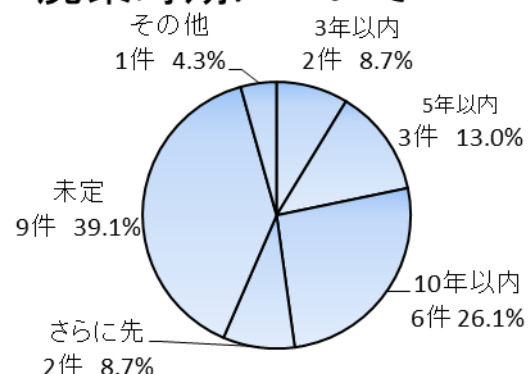


問 5-4 「問 5-2 で廃業を検討」を選択した企業に対して、廃業時期について

- 「未定」を除けば「10 年以内」が 6 件と最も多い。
- 計 23 件は全て従業員 3 人以下の小規模事業者であり、聞き取りの結果、時期に差はあれど、当代で廃業予定とのこと。

| 項目 | 件数 | 割合 (%) |
|-------|----|--------|
| 3年以内 | 2 | 8.7 |
| 5年以内 | 3 | 13.0 |
| 10年以内 | 6 | 26.1 |
| さらに先 | 2 | 8.7 |
| 未定 | 9 | 39.1 |
| その他 | 1 | 4.3 |
| 合計 | 23 | 100.0 |

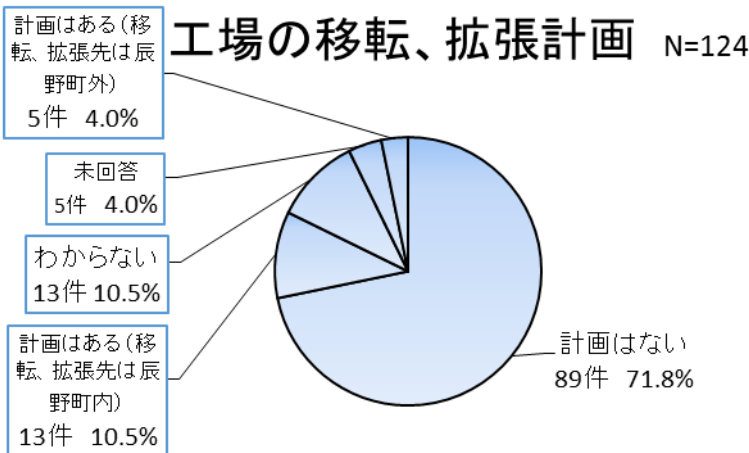
廃業時期について N=23



問 5-5 工場の移転、拡張の計画について

- 「計画はある（移転、拡張先は辰野町内）」が 13 件ののぼり、聞き取りの結果、拡張用の土地を既に取得している、空き工場を探しているなど様々である。
- 「計画はある（移転、拡張先は辰野町外）」については 4 件であり、訪問時に既に移転を決定済みであった企業、取引先により近くへの移転を計画している企業などがある。
- いずれのケースについて個別要望が多く、町外流出防止策を慎重に進める必要がある。
- 「計画はない」は 89 件と全体の約 7 割を占め、資金繰りを含め慎重かつ静観の様子である。

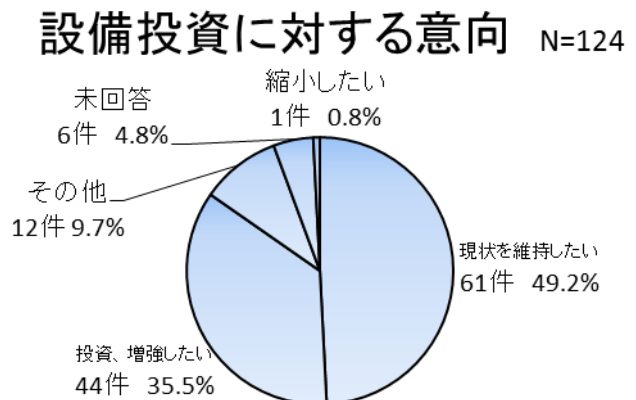
| 項目 | 件数 | 割合 (%) |
|--------------------|-----|--------|
| 計画はない | 89 | 71.8 |
| 計画はある(移転、拡張先は辰野町内) | 13 | 10.5 |
| わからない | 13 | 10.5 |
| 未回答 | 5 | 4.0 |
| 計画はある(移転、拡張先は辰野町外) | 4 | 3.2 |
| 合計 | 124 | 100.0 |



問 5-6 設備投資に対する意向

- 「現状を維持したい」が 49.2%で最も高く、「投資、増強したい」が 35.5%で続く。
- 上記を業種別でみると上位は金属加工 14 社、光学 7 社、メッキ・塗装 7 社となる。

| 項目 | 件数 | 割合 (%) |
|----------|-----|--------|
| 現状を維持したい | 61 | 49.2 |
| 投資、増強したい | 44 | 35.5 |
| その他 | 12 | 9.7 |
| 未回答 | 6 | 4.8 |
| 縮小したい | 1 | 0.8 |
| 合計 | 124 | 100.0 |



6. 辰野町について

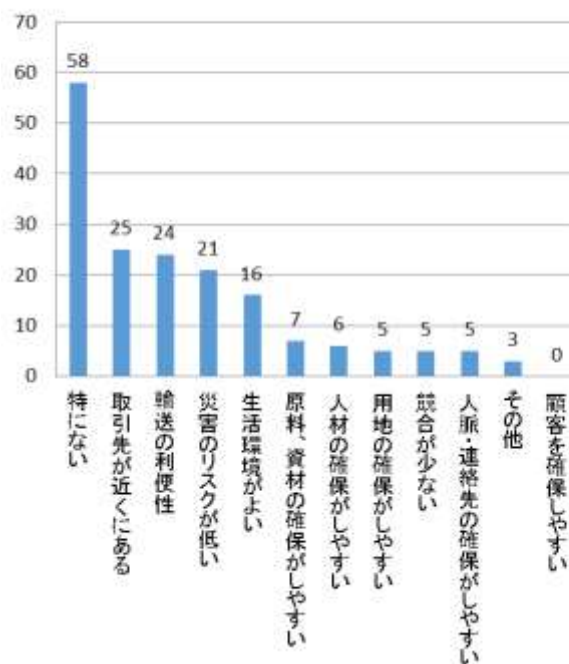
問 6-1 辰野町で操業するメリット（重複回答あり）

問 6-2 辰野町で操業するデメリット（重複回答あり）

- メリット、デメリットともに「特にない」が最も高い。
- メリットは「取引先が近くにある」「輸送の利便性」「災害のリスクが低い」「生活環境がよい」が上位となり、地理・自然的な条件にメリットを感じている様子である。
- デメリットでは「人材の確保がしにくい」が31件と「特にない」を除けば最も多く、今後の課題である。

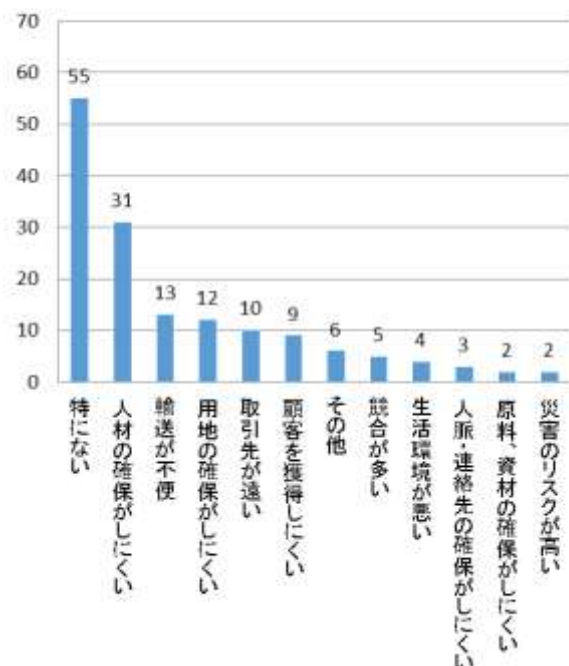
| メリット | 件数 |
|----------------|----|
| 特にない | 58 |
| 取引先が近くにある | 25 |
| 輸送の利便性 | 24 |
| 災害のリスクが低い | 21 |
| 生活環境がよい | 16 |
| 原料、資材の確保がしやすい | 7 |
| 人材の確保がしやすい | 6 |
| 用地の確保がしやすい | 5 |
| 競合が少ない | 5 |
| 人脈・連絡先の確保がしやすい | 5 |
| その他 | 3 |
| 顧客を確保しやすい | 0 |

辰野町で操業するメリット



| デメリット | 件数 |
|----------------|----|
| 特にない | 55 |
| 人材の確保がしにくい | 31 |
| 輸送が不便 | 13 |
| 用地の確保がしにくい | 12 |
| 取引先が遠い | 10 |
| 顧客を獲得しにくい | 9 |
| その他 | 6 |
| 競合が多い | 5 |
| 生活環境が悪い | 4 |
| 人脈・連絡先の確保がしにくい | 3 |
| 原料、資材の確保がしにくい | 2 |
| 災害のリスクが高い | 2 |

辰野町で操業のデメリット



問 6-3 辰野町への要望（自由記載）

件数が多いものを挙げると次のとおり。

道路

- 町内にスマート I C を設置してほしい 6 件
- 工場前の道路が狭く拡張をしてほしい 4 件
- 国道 153 号線、竜東線へ接続する道路が狭く不便である 3 件
- 塩尻方面へは国道 153 号線、岡谷方面へは竜東線 1 本のみで結ばれており道も狭く災害時のリスクがある 3 件
- 国道 153 号線の渋滞（伊北 IC、宮所地区等）緩和のためのバイパス化をしてほしい 2 件

用地、誘致

- 大手製造業や完成品製造メーカーを誘致し町内製造業の活性化を図ってほしい 5 件
- 町内の工業用地及び空き工場の確保 4 件

雇用

- ハローワーク経由では採用、定着が難しいため、町として人材確保に向けた具体的な取り組みを行ってほしい 7 件

受発注

- 自社に関連する仕事があれば紹介してほしい 4 件
- 企業間の情報交換の場やネットワークの構築 3 件

税制、補助

- 固定資産税などの税金が他市町村に比べ高い 3 件
- 商工業誘致振興補助金の対象にリース品を加えるなどの改正 2 件

その他

- 社員が利用する施設（商店、アパートなど）が町内に少ない 3 件
- 企業訪問事業の取り掛かりは遅かったが今後期待する 2 件

3. 具体的な対応策について

辰野町の活力を維持・向上させるためには、ものづくり産業が地域で持続的に発展し続けることが極めて重要であるとの基本的な考えのもと、基本理念を「ものづくり産業の持続的な発展を目指して」とし、企業活動の実情に応じた継ぎ目のない支援体制の構築を図る。

基本理念を具現化するための6つのステージ 及び 具体的な対応策

✓ すでに実施中であるもの

● 今後、実施を予定しているもの

ステージ1 はじめる

- ✓ 該当製造業への定期訪問による情報収集と相談及び支援を強化する。
- ✓ 商工業誘致及び振興補助金の交付による誘致促進、移転・拡張を検討している町内企業の町内留置を図る。
- 町内の空き地及び空き工場を所有者承諾のもとデータ化し、即時紹介できる体制を整える。

ステージ2 つくる

- ✓ 商工業誘致及び振興補助金の交付による積極的な設備投資を促進する。
- 役場庁舎内（産業振興課）に‘相談窓口コーナー’「人・もの・情報が交流する場」を設置し、基盤強化の環境を整える。
- 国、県の補助制度を企業が活用するために研究機関や支援機関と連携し、活用するに適したシーズ（技術、ノウハウ）及びニーズ（顧客の必要性）の把握などを行い環境を整える。

ステージ3 うる

- ✓ 企業誘致や販路開拓を目的とした町内や町外の企業への訪問を行い、得られた情報を活用し、効果的なマッチングを図る。
- 町内製造業の保有技術・PRポイントを掲載した工業ガイドブックを用いてマッチングを図る。

ステージ4 つよめる

- ✓ 南信工科短期大学校就学助成金の交付による未来のものづくり人材の育成及び確保を図る。
- ✓ インターンシップ活用促進事業により企業の課題解決、経営革新を促す。
- 子どもの頃からのものづくり意識啓発の推進⇒辰野町ものづくりフェアを開催する。

ステージ5 つづける

- ✓ 長野県中小企業振興センター事業承継ネットワーク（無料）の活用。
- ✓ 商工業振興資金利子補給金及び保証料補給金の交付により、事業の継続を補助する。
- ✓ 商工業振興資金預託金を金融機関へ預託し、町制度資金の融資あっせんを行うことで事業の継続を補助する。
- 関東経済産業局委託事業／長野県よろず支援拠点を有効活用する。

ステージ6 つながる

- ✓ 企業支援室に企業相談員を配置し、行政と企業、支援機関との繋がりを強化し、また、企業同士、企業と支援機関の連携を促す。
- 経営者との直接的な接点が多い金融機関との人脈パイプを作る。