

東アジアにおける都市型中小企業と農村工業化に関する比較研究

平成13年度～平成15年度
科学研究費補助金（基盤研究（A）（2））
研究成果報告書
第7分冊：韓国・台湾中小企業アンケート調査報告

課題番号 13303004

平成16年3月

研究代表者
竹内常善
(名古屋大学大学院経済学研究科)

研究分担者
平川均
(名古屋大学大学院経済学研究科附属国際経済動態研究センター)

東アジアにおける都市型中小企業と農村工業化に
関する比較研究
(韓国・台湾班)

平成 13 年度～15 年度
科学研究費補助金(基盤研究 (A) (2))
研究成果報告書

課題番号 13303004

平成 16 年 2 月 8 日

研究代表者
竹内 常善
(名古屋大学大学院経済学研究科)
研究分担者
平川 均
(名古屋大学大学院経済学研究科附属国際経済動態研究センター)

韓国・台湾班

研究組織

[研究分担者]

平川 均

名古屋大学大学院経済学研究科附属国際経済動態研究センター教授

劉 進慶

東京経済大学経済学部 名誉教授

[海外研究協力者]

崔 龍浩

韓国・慶北大学校経商大学教授

徐 正解

韓国・慶北大学校経商大学副教授

嚴 昌玉

韓国・尚州大学校副教授

蘇 顕揚

台湾・中華経済研究院主任研究員

[国内協力者]

高橋 哲郎

富山国際大学助教授

もくじ

はじめに

成果報告(中小企業アンケート調査のまとめ)

平川均

第1章 韓国大邱廣域市の中小企業アンケート調査

第1節 韓国中小企業の定義と統計的概観

第2節 大邱市中小企業アンケート調査

第2章 台湾の中小企業アンケート調査

第1節 中小企業の定義と統計的概観

第2節 台湾中小企業アンケート調査

小括：韓国・大邱と台湾の中小企業調査のまとめ

付表1 韓国大邱中小企業アンケート調査総括表

付表2 台湾中小企業アンケート調査総括表

韓国・台湾アンケート項目の検討と作成

平川 均

劉 進慶

崔 龍浩

徐 正解

蘇 顯揚

はしがき

本報告書は、平成13年度から3年間に渡って行った科学研究費補助金研究[東アジアにおける都市型中小企業と農村工業化に関する比較研究]のうちの韓国・台湾班(責任者 平川均)による研究成果の報告である。

本研究の目的は、東アジア、特に韓国と台湾の2地域における中小企業についての考察を行うことである。両国・地域は、東アジアを代表する新興工業経済(Newly Industrializing Economies)であり、1960年代後半以降、輸出に主導される工業化を通じて高い経済成長を維持してきた。ところがこの経済発展における理解はかなり対照的であり、それは中小企業の役割に関して生じている。韓国が、財閥に大きく依存する形の経済発展であったのに対して、台湾は、中小企業に大きく依存する発展であったと言う点である。

発展にたいするこの対照的な通説の検討は、比較研究を大きくそそのものである。実際、それは事実であるのか、事実とすれば、何故、その差が生まれたのか、両者における中小企業の役割の違いや歴史的背景、農村経済との関係、置かれた国際環境の相違など、多くの課題が生じる。また、歴史的に考察すれば、両者の中小企業の発展に差を生み出した原因、あるいは背景が問題になる一方、今後の発展の過程で、中小企業はどうなっていくのか、また、両者でどのような収斂化あるいは分散化が起るのか、単純な比較を超えた多くの課題が考えられる。本研究班は、こうした問題を解くために、まず両者における中小企業の実態調査を行い、事実を確認することを当面の課題とした。

本研究班の研究プロジェクトへの参加メンバーと研究分担は次のようである。

[研究分担総括者]

- | | |
|------|---|
| 平川 均 | 全体の統括、アンケート調査表の作成と調査、およびその集計と比較分析のための研究 |
| 劉 進慶 | 両国・地域アンケート調査表の作成と台湾中小企業分析
台湾の経済発展における中小企業の役割 |

[海外研究協力者]

- | | |
|------|---------------------------|
| 崔 龍浩 | 韓国の経済発展における中小企業 |
| 徐 正解 | 韓国テクノパーク政策の展開と課題 |
| 嚴 昌玉 | 韓国中小企業政策の展開と連続性 |
| 蘇 頭揚 | 台湾中小企業政策の展開と発展における中小企業の役割 |

[国内協力者]

- | | |
|-------|----------------|
| 高橋 哲郎 | 韓国ベンチャー企業の発展政策 |
|-------|----------------|

本研究は、平川均と劉進慶が中心になって研究企画を立案し、高橋が日本側の研究で調整役を勤めた。また、韓国の崔龍浩と徐正解、台湾の蘇顯揚がアンケート調査表の作成に関わり、その実施を実際に担当する形でプロジェクトを推進し、実施期間中の一部について平川均と劉進慶が調査に加わった。但し、中小企業は、両国・地域で全域調査を実施することは予算的制約からも不可能であったので、韓国については、韓国第3の都市で繊維・同関連産業と機械産業の集積地でもある大邱廣域市を中心として、台湾では同じく最大の都市で、中小企業の集中する台北市を中心として全域を対象に、郵送によるアンケート調査を、それぞれ平成14年(2002)年1～3月、同年9～10月に行った。また、平成15(2003)年11月には、韓国と台湾の研究協力者が初めて名古屋に集まり、韓国と台湾の中小企業に関する合同のワークショップを開催し、それぞれの調査結果と研究成果の交換を行った。

本研究の成果は、共同研究参加者がそれぞれ論文として発表することになっているが、本報告書ではアンケート調査の報告を取り敢えず提出する。研究成果は、学術書(『東アジアの中小企業：グローバル化の中の韓国と台湾の中小企業』(仮題))として、2004年中の出版を予定し、現在、その検討に着手している。

第1章 韓国・大邱廣域市の中小企業アンケート調査

第1節 中小企業の定義と統計的概要

中小企業の定義は、各国の経済のあり方や資本主義の発展の水準によって異なる。韓国の定義は、現在、製造業で常勤労働者 300 人未満、又は資本金 80 億ウォン以下、商業で常勤労働者 50 人未満、または売上高 50 億ウォン以下の企業である。ちなみに、台湾の場合は、鉱工業で従業員 200 人以下、資本金 8000 万台湾 (NT) ドル以下、商業で従業員数 50 人以下、売上高 1 億 NT ドル以下である。

韓国の中小企業は、韓国統計庁『鉱工業統計調査報告書』(2000 年 12 月刊)によれば表 1 のように、全国で事業体数¹⁾90449 社であり、従業員数 1,829,593 人を雇用し、生産額 227,891,235 百万ウォン、付加価値額 97,108,395 百万ウォンを生産している。その内、大邱市の中小企業は事業体数で 5940(全国に占めるシェア 6.5%、以下同じ)、従業員数 126,402 名(6.9%)、生産額 14,200,795 百万ウォン(6.2%)、付加価値額 6,228,243 百万ウォン(6.4%)である。

この大邱市の事業体に占める中小企業の割合は事業体数 99.6%(5915)、従業員数で 88.2%(111,492 人)、生産額で 79.4%(11,277,781 百万ウォン)、付加価値で 78.9%(78.9%)となっている。事業体数の圧倒的な比率と生産額、付加価値との約 20%の格差が存在していることは、大邱市の中小企業が労働集約的で、さらに利益率の小さい産業であることを示している。

業種別構成は、表 2 の通りである。最大の業種は繊維産業と機械産業で合わせて全体の 8 割を超える。繊維産業が全体の 3 分の 1 強であり、内訳は、繊維製品(縫製衣服業を除く)が 1918 社(シェア 32.29%)、縫製衣服および毛皮製品 264 社(4.44%)がある。両業種を合わせると、2182 社(36.83%)となる。次に多いのは機械産業であり、これも全体の 4 割を超える。「その他機械及び装置」が 877 社(14.76%)、組み立て金属製品が 623 社(10.49%)、「その他電気及び事務用機器」166 社(2.80%)などであり、機械の合計は、1830 社(30.8%)となっている。

大邱市の中小企業の業種別特徴は、繊維関係と組立て金属製品、その他機械など、伝統的な中小企業性業種が圧倒的に多いことである。実際、パソコン及び事務用機器は僅かに 9 社(0.15%)、「電子部品、映像、音響、通信装備」は 41 社(0.69%)であり、エレクトロニクス関連産業は殆どないのが現状である。

¹⁾ 韓国の事業体数は、常勤従業員数 5 名以上を基準としている。

表1 大邱における事業体数、従業員数、生産額、付加価値(単位:個、人、百万ウォン)

区分	事業体数	従業員数	生産額	付加価値	
全国	90,449	1,829,593	227,891,235	97,108,395	
大邱	計	5,940	126,402	14,200,795	6,228,243
	大企業	25	14,910	2,923,014	1,313,381
	中小企業	5,915	111,492	11,277,781	4,914,862
	比率(%)	99.6	88.2	79.4	78.9
対全国比	大邱計	6.5	6.9	6.2	6.4
	中小企業	6.5	6.1	4.9	5.1

注:事業体数は常時勤労者5人以上を基準としている。

資料:統計廳「'99年基準 鑛工業統計調査報告書 2000.12」

表2 大邱における業種・従業員規模別事業体数 (単位:個、%)

業種\従業員数	計	5-49	50-99	100-299	300-	比率
合計	5,940	5,465(92.0)	310(5.2)	140(2.4)	25(0.4)	100.00
1)飲食料品	129	107(82.9)	11(8.5)	9(7.0)	2(1.6)	2.17
2)タバコ	1	-	-	1(100.0)	-	0.02
3)繊維製品(縫製衣服除く)	1,918	1,688(88.0)	160(8.3)	63(3.3)	7(0.4)	32.29
4)縫製衣服及び毛皮製品	264	251(95.1)	8(3.0)	5(1.9)	-	4.44
(3)+(4)/合計	2182	1939(88.9)	168(7.7)	68(3.1)	7(0.3)	36.73
5)皮革カバンおよび履き物	31	31(100.0)	-	-	-	0.52
6)木材及び木製品	69	68(98.6)	1(0.4)	-	-	1.16
7)パルプ、製紙及び紙製品	158	145(91.8)	9(5.7)	3(1.9)	1(0.6)	2.66
8)出版、印刷及び記録媒体複製	149	142(95.3)	3(2.0)	3(2.0)	1(0.7)	2.51
9)コークス、石油精製製品及び核燃料	-	-	-	-	-	-
10)化合物及び化学製品	91	87(95.6)	3(3.3)	1(1.1)	-	1.53
11)ゴム及びプラスチック製品	251	235(93.6)	9(3.6)	5(2.0)	2(0.8)	4.23
12)非金属鉱物製品	82	80(97.6)	2(2.4)	-	-	1.38
13)第1次金属産業	114	100(87.7)	4(3.5)	9(7.9)	1(0.9)	1.92
14)組み立て金属製品	623	602(96.6)	13(2.1)	7(1.1)	1(0.2)	10.49
15)その他機械及び装備	877	839(95.7)	28(3.2)	9(1.0)	1(0.1)	14.76
16)パソコン及び事務用機器	9	8(88.9)	-	1(11.1)	-	0.15
17)その他電気及び電気変換装置	166	147(88.6)	11(6.6)	6(3.6)	2(1.2)	2.80
18)電子部品、映像、音響・通信装備	41	34(82.9)	3(7.3)	3(7.3)	1(2.5)	0.69
19)医療、精密、光学機器及び時計	319	312(97.8)	6(1.9)	1(0.3)	-	5.37
20)自動車及びトレーラー	424	370(87.3)	34(8.0)	14(3.3)	6(1.4)	7.14
21)その他運送装備	37	34(91.9)	3(8.1)	-	-	0.62
(13)+...+(21)/合計	2610	2446(93.7)	99(3.8)	50(1.9)	12(0.5)	43.9
22)家具及びその他製品	165	163(98.8)	2(1.2)	-	-	2.78
23)再生材料加工原料生産	22	22(100.0)	-	-	-	0.37

注:()は構成比。資料:統計廳「'99年基準 鑛工業統計調査報告書 2000.12」

この中小企業の従業員規模別構成を見ると、繊維関係で 1939 社(88.6%)、機械では 1730 社(95%)が雇用規模 49 人以下の企業である。300 人以上の規模の企業は繊維で 7 社(0.4%)、機械で 6 社(0.3%)に過ぎない。圧倒的に小企業である。

第 2 節 大邱市中小企業アンケート調査

調査は、韓国慶北大学教授の崔龍浩博士と徐正解博士との共同研究として企画し、2002 年 1 月～2 月にかけて、大邱市の繊維と機械の両業種の合計 2341 社にアンケート表を送付し、2 月から 3 月中旬にかけて回収した。繊維については、韓国繊維開発研究院『大邱・慶北繊維工業総覧』1999 年 12 月、『中小企業協同組合中央會大邱・慶北支會名簿』を用い、1202 社にアンケート票を送付し 120 社の回答を得た(回収率 10.0%)。機械については、『大邱商工会議所機械業種名簿』、『公正去来委員会自動車部品業態名簿』、『中小企業協同組合中央會大邱・慶北支會名簿』にある重複企業を除いた 1139 社にアンケート票を送付し、288 社から回答を得た(回収率 25.3%)。

(1) 繊維

I 会社概況

I-1 資本規模

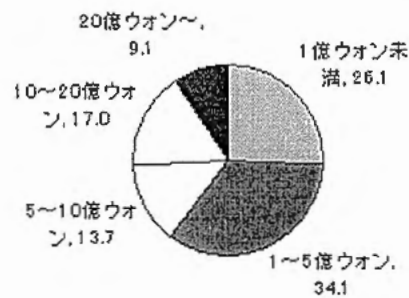
(回答企業数 88 社)

繊維産業の資本金は、1 億ウォン～5 億ウォン 34.1%、1 億ウォン未満 26.1%、10 億ウォン～20 億ウォン 17.0%、5 億ウォン～10 億ウォン 13.7%、20 億ウォン以上が 9.1%である。60%強が 5 億ウォン以下である。

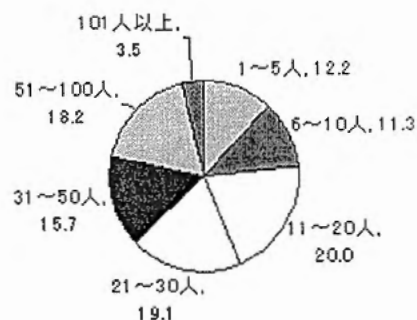
I-2 従業員数(115 社)

従業員数では、11～50 人の間に 54.8%が集まり、51 人以上は 21.7%、10 人以下が 23.5%である。

図K-1-1t 資本規模の構成(単位:億ウォン)

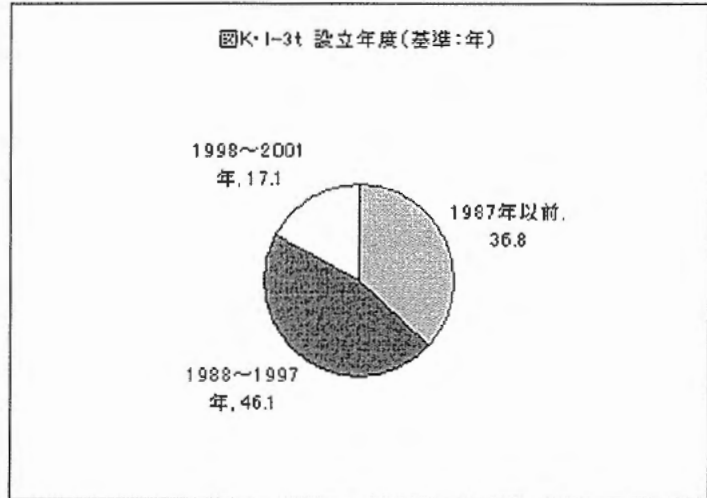


図K-1-2t 従業員数(単位:人)



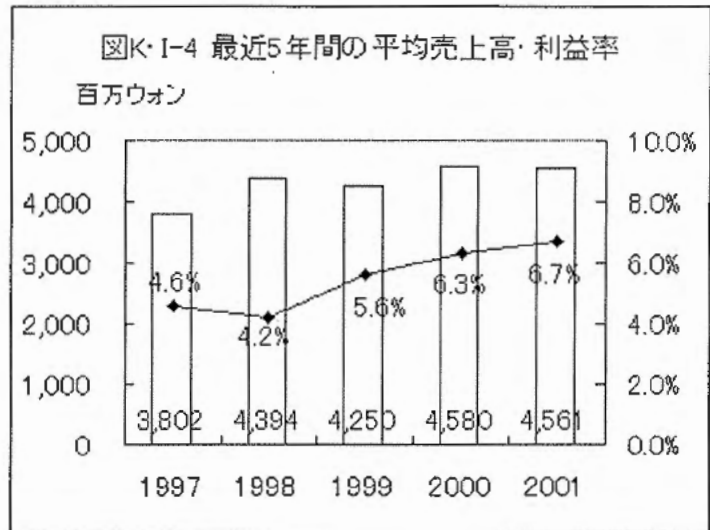
I-3 設立年(117社)

設立年は、1988～1997年 46.1%、1986年以前 36.8%、1998年～2001年が 17.1%である。通貨危機前の10年が最も多く、企業の半分を占めている。



I-4 過去5年間の平均売上高・利益率(単位 100万ウォン)

回答数は年度により異なり、さらに売上高と利益額の回答数でも異なっており、単純な平均はできないが、1997～2001年間の平均売上高と平均利益率は、1997年 38億200万ウォンと1億7500万ウォン、98年 43億9400万ウォンと1億8300万ウォン、99年 42億5000万ウォンと2億3800万ウォン、2000年 45億8000万ウォンと2億9000



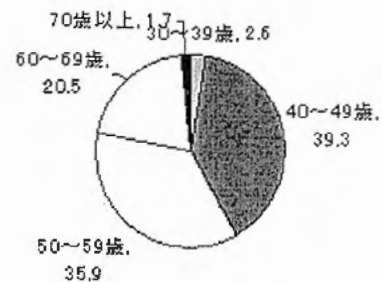
万ウォン、2001年 45億6100万ウォンと3億600万ウォンである。売上高/利益率は、97年が4.6%、98年が4.1%、99年が5.6%、2000年が6.3%、2001年が6.7%であり、単純に売上高/利益率を計算することはできないが、通貨危機以後、利益率は上昇の傾向にあることが分かる。

II 最高経営者への質問

II-1 最高経営者の年齢 (回答数 117 社)

最高経営者の年齢は、韓国の場合、「数え年」であり、実際の年齢は、1歳若くなる。最低年齢は38歳、最高年齢は74歳である。年齢別では、40歳代が39.3%、50歳代が35.9%、60歳代が20.5%、30歳代が2.6%、70歳代が1.7%である。

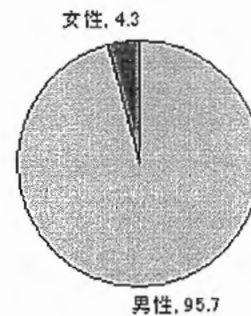
図K-II-1t 最高経営者の年齢



II-2 性別(116 社)

性別では、男性が111人、95.7%、女性が5人、4.3%であり、圧倒的に男性である。

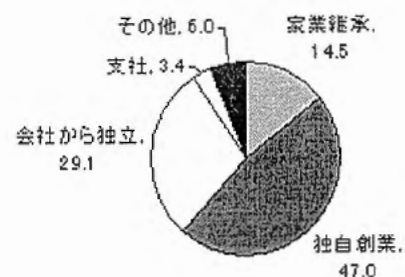
図K-II-2t 最高経営者の性別



II-3 会社創業の経緯(回答数 117 社)

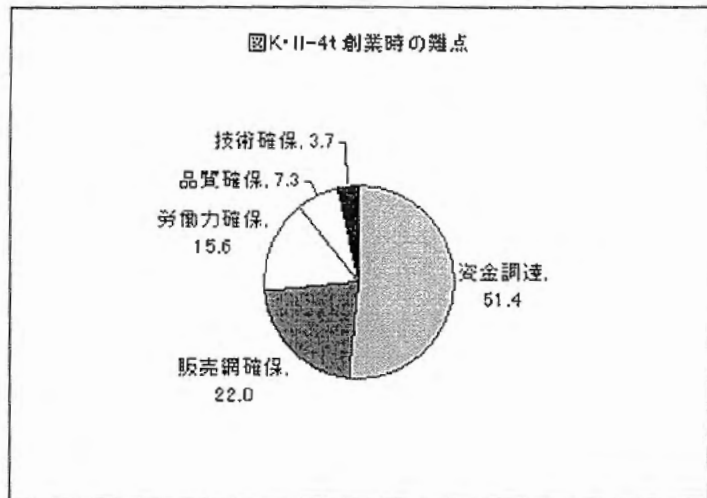
独自創業47%、会社からの独立29.1%、家業継承14.5%、支社3.4%、その他6.0%である。独自創業が約半分を占め、次いで親会社からの独立である。家業継承はそれほど多くない。

図K-II-3t 会社創業の経緯



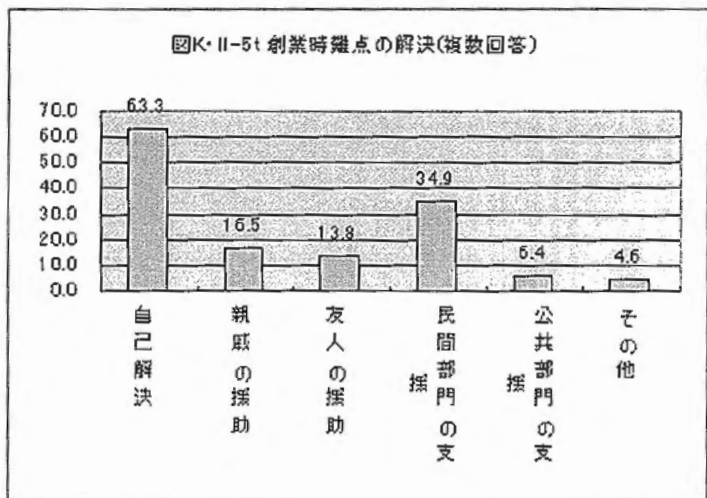
II-4 創業時の困難な点 (回答数 109 社)

資金確保 51.4%、販売網確保 22.0%、労働力確保 15.6%、その他、品質確保 7.3%、技術確保 3.7%である。中小企業が一般的にそうであるように、資金確保に過半の企業が困難を感じ、次いで市場の確保、労働者の確保でも問題を感じていることが分かる。



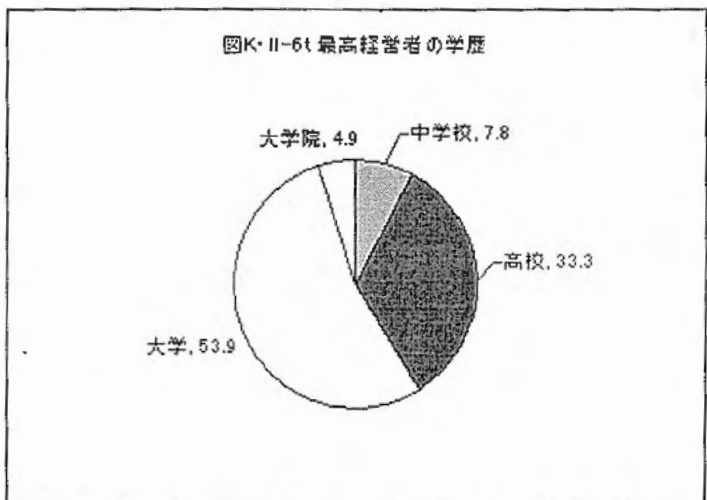
II-5 問題点の解決方法 (複数回答)

独自解決 45.3%、民間部門支援 25.0%、親・姻戚支援 11.8%、知人支援 9.8%、公共部門支援 4.4%、その他 3.1%である。独自に解決策を模索することが一般的であるが、4分の1の企業は民間部門からの支援を得ており、これにたいして公的部門からの支援が少ないことが分かる。また、親・親戚や知人からの支援を得ている割合が合わせて20%を超えており、この面でも特徴が見出せる。



II-6 学歴

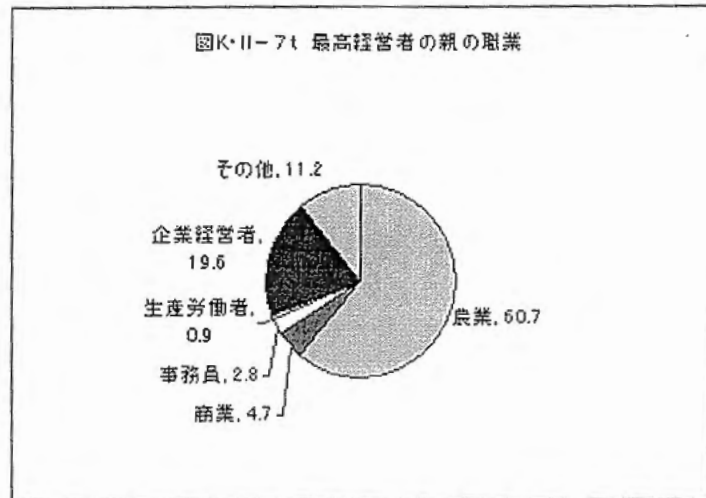
最高経営者の学歴では、大学卒 53.9%、次いで高校卒 33.3%である。中学卒は7.8%、大学院が 4.9%である。大学卒が半分を超えている。



II-7 最高経営者の親の職業

(回答数 107 社)

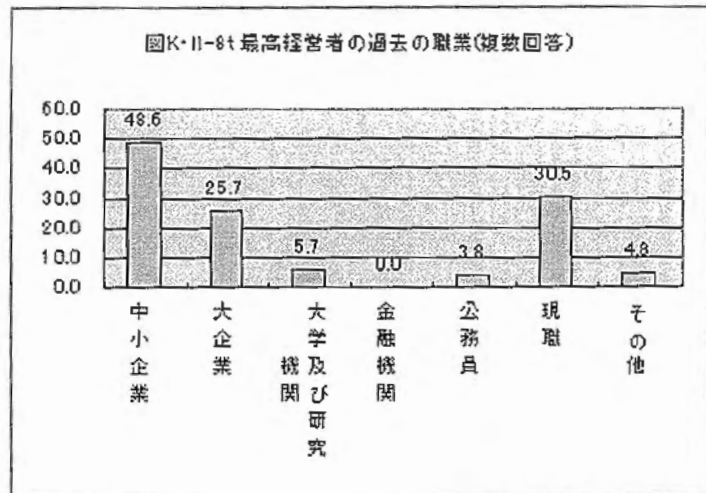
親の職業は、農民が 60% を占め、次に多いのは 19.6% の企業経営者である。その他事務職勤労者が 2.8% であり、生産職勤労者を親にした企業は極めて少ない。



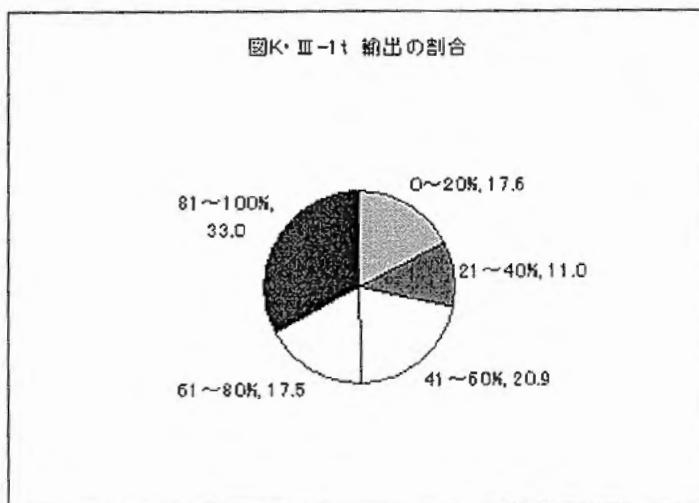
II-8 最高経営者の過去の職業

(回答数 ???)

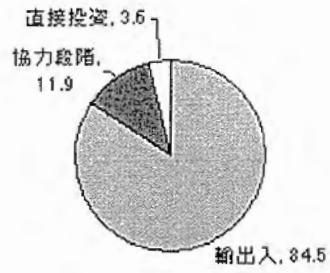
最高責任者の過去の職業では、中小企業が最も多く、次いで現業のみの経営者が続くが、大企業での勤務を経験した人も多い。



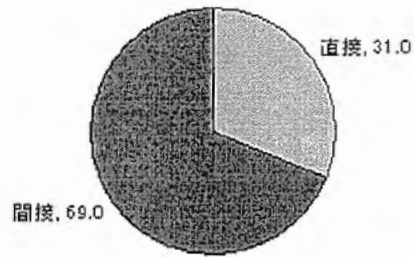
III グローバリゼーションへの対応



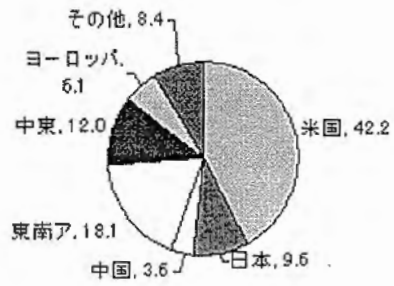
図K・Ⅲ-2t 国際化の進展



図K・Ⅲ-3t 輸出方式

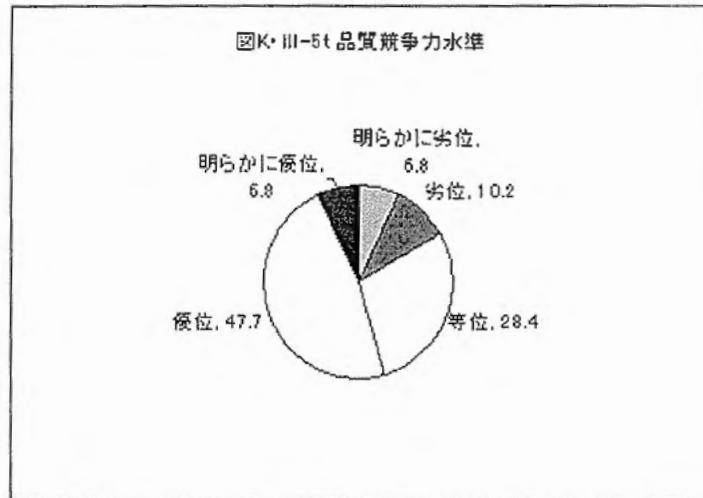


図K・Ⅲ-4t 輸出地域



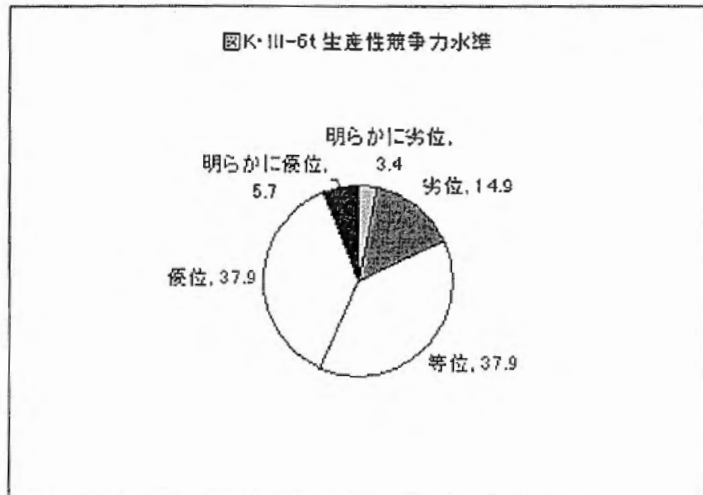
III-5 製品の品質における競争力(回答数 88 社)

最高経営者が自社の製品の品質に関して競争力をどのように捉えているかを盛ると、優位 47.7%、等位 28.4%、劣位 10.2%、非常に劣位 6.8%、非常に優位 6.8%である。半分弱の企業は競争力があると判断しているが、劣位とする企業も合わせて 17%に上っている。



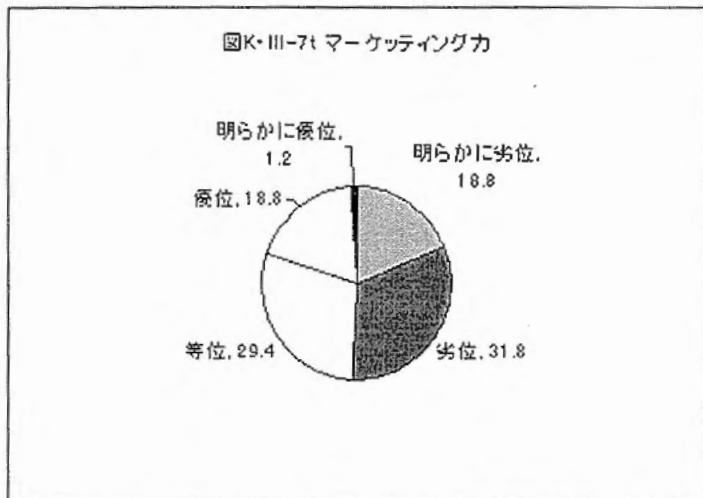
III-6 生産性の競争力 (87 社)

優位と等位が同率の 37.9%、劣位 14.9%、非常に優位 5.7%、非常に劣位 3.4%である。生産性についても、合わせて 18.3%の企業が劣位と感じている。



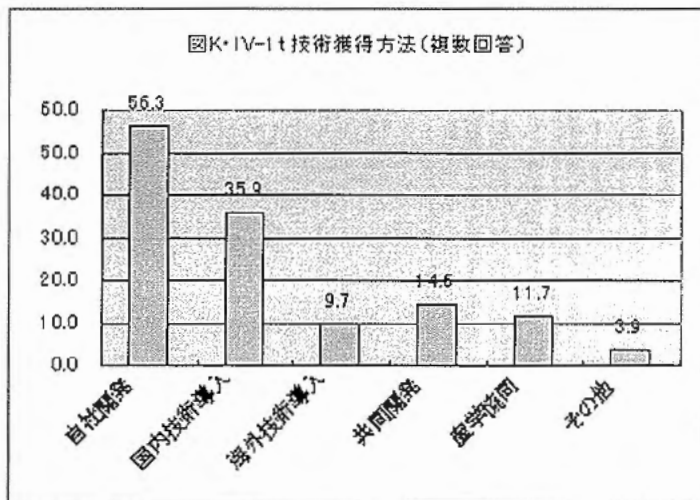
III-7 マーケティング力 (85 社)

マーケティングでは劣位 40.7%、非常に劣位 12.6%、等位 33.0%、優位 12.1%、非常に優位 1.6%である。劣位と感じている最高経営者が合わせて 53.3%に達している。



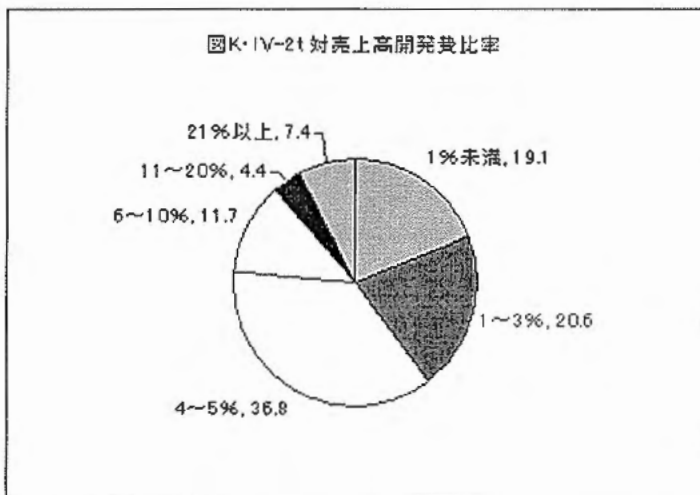
IV-1 研究開発(複数回答)

自社開発が 42.6%、国内技術導入 27.2%、共同開発 11.0%、産学協同 8.8%、海外技術導入 7.3%、その他 2.9% である。自社開発と国内技術導入が中心であるが、産学協同が 8.8%の上っていることは注目される。



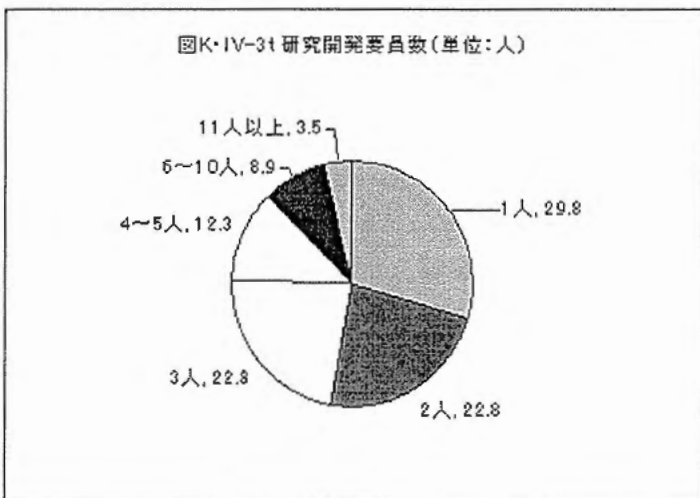
IV-2 対売上高開発費比率 (回答数 68 社)

4~5%がもっとも多く 36.8%、次いで 1~3%が 20.6%、1%以下が 19.1%、6~10%が 11.7%、11~20%が 4.4%、20%以上が 7.4%である。5%以下が合計で 76.5%に達する一方、11%以上を注ぎ込んでいる企業が合わせて 11.8%になる。分極化傾向が見られるといえるが、回答率は 56.7%と他の回答率と比べて低い。これは非回答企業が殆ど開発費としての投資をしていないことの結果であると考えられるため、実際は、僅かな企業が開発投資を行っているだけで、殆どの企業が開発を行っていないことを示すものと解釈できるだろう。



IV-3 開発要員数 (回答数 57 社)

開発要員としての従業員を



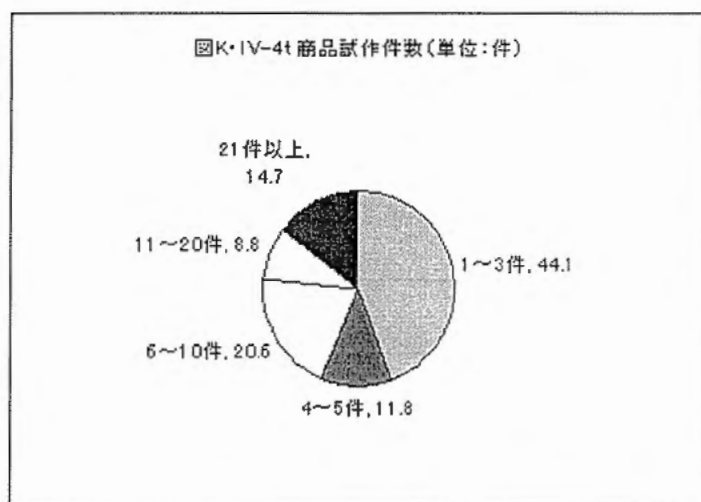
抱えている企業は、3人、2人、1人がそれぞれ同数の22.8%であり、4~5人が12.3%、6~10人が8.9%、11~30人が3.5%である。

この質問も回答数がIII-5よりさらに減り47.5%となっており、III-5と同じ傾向を確認できる。

IV-4 研究試し件数

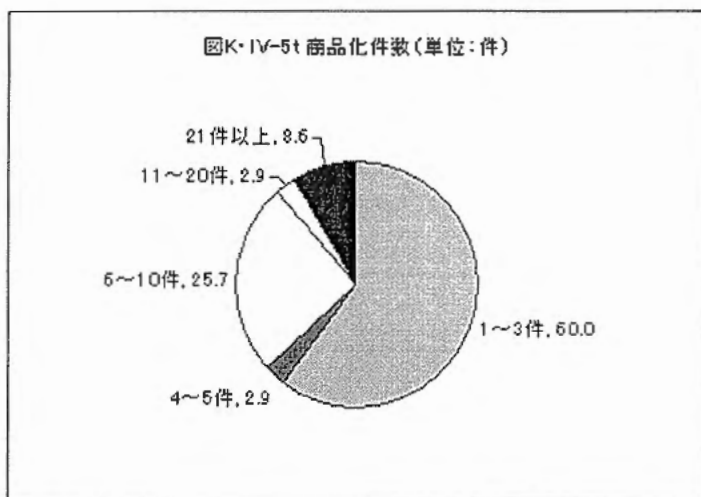
(単位：件、回答数34社)

1~3件が44.1%、6~10件が20.6%、21~200件が14.7%、4~5件が11.8%、11~20件が8.8%である。回答率はさらに低くなり28.3%である。無回答の企業は0件であると考えるのが妥当である。以下の質問でも同様に考えられる。



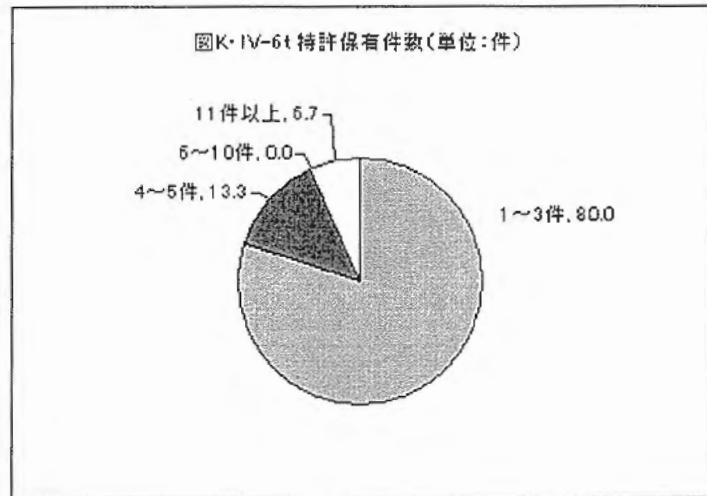
IV-5 商品化件数(単位：件、回答数35社)

商品化件数は1~3件が60.0%、4~5件が2.9%、6~10件25.7%、11~20件2.9%、21~60件が8.6%である。回答企業の最高の商品化件数は60件である。



IV-6 特許保有件数(単位:件、回答数 15 社)

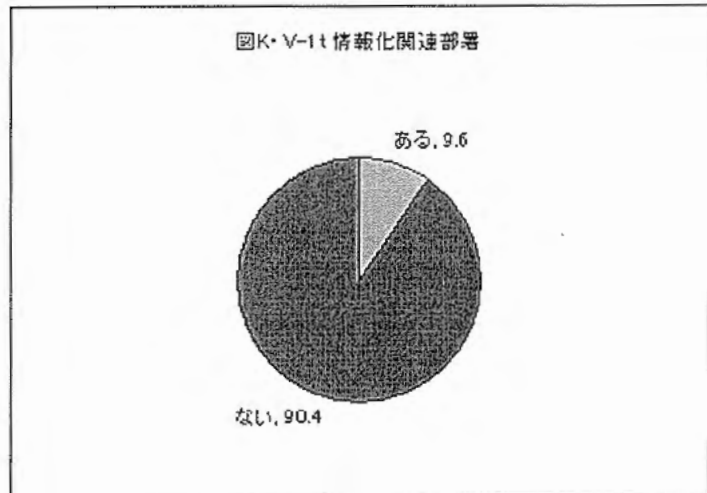
1~3 件が 80%、4~5 件が 13.3%、30 件が 6.7%である。



V 情報化への対応

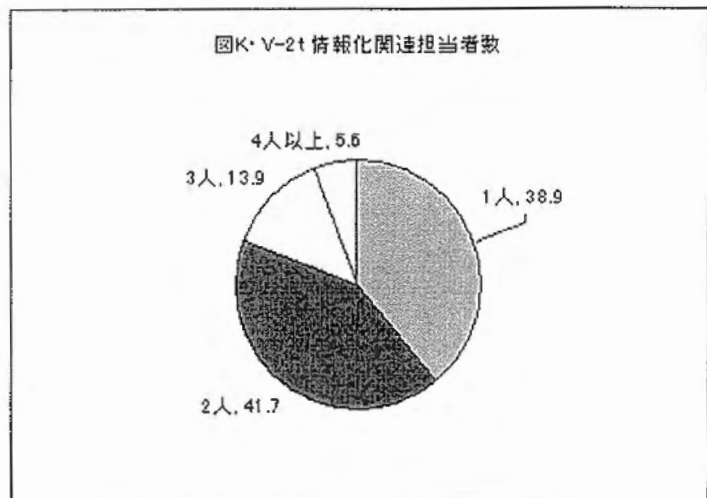
V-1 関連部署の設置(回答数 115 社)

情報化関連部署を設置していない企業が 90.4%、ある企業は 9.6%で、圧倒的企業が特別の情報化関連の部署を持っていない。



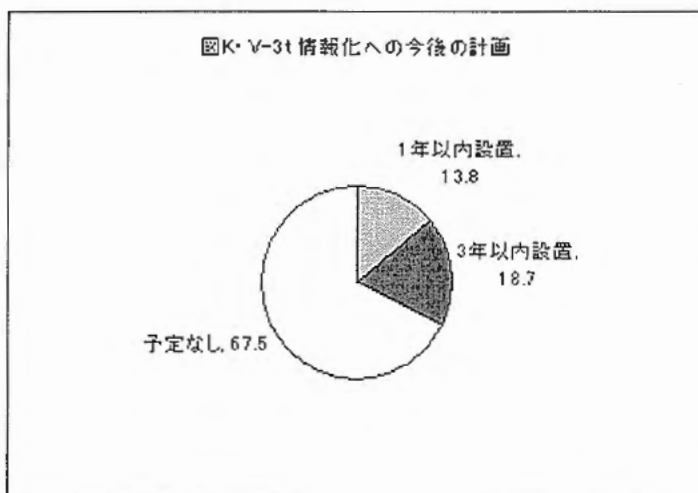
V-2 担当者数(回答数 36 社)

部署の有無に関係なく情報化関連の担当者を揃えている企業は、2人が一番多く 41.7%、1人が 38.9%、3人が 13.9%、5人が 5.6%である。



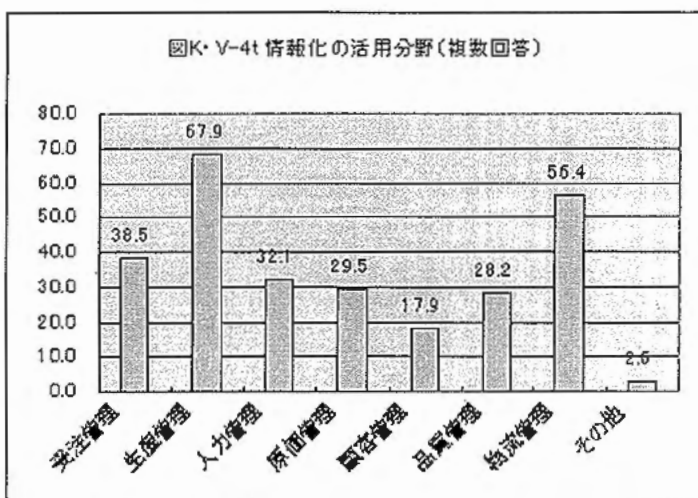
V-3 情報化担当部署の設置に関する今後の計画

情報化担当部署を設けていない企業 229 社のうちの 204 社が答えた回答では、計画無しが 67.5%、3 年以内設置が 18.7%、1 年以内設置が 13.8% である。現在、設置していない企業では、それ程の必要性を感じていないように見える。



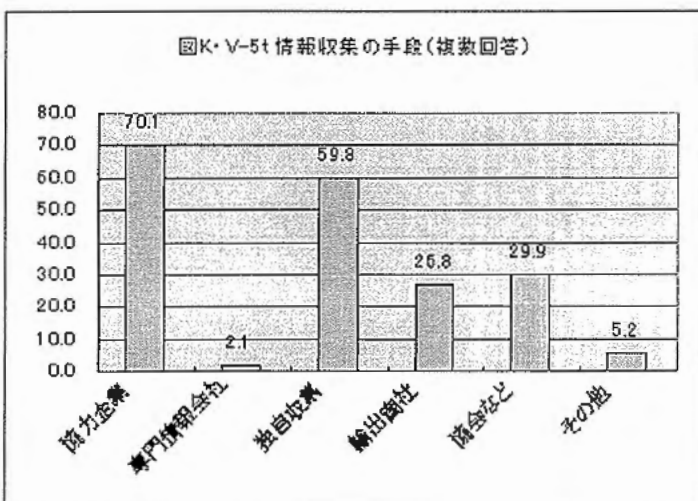
V-4 情報化の活用分野 (複数回答)

情報化の活用分野としては、生産管理 24.8%、物流管理 20.6%、受注管理 14.0%、労働者管理 11.7%、原価管理 10.7%、品質管理 10.3%、その他 0.9% である。生産管理と物流管理が最も多くなっている。



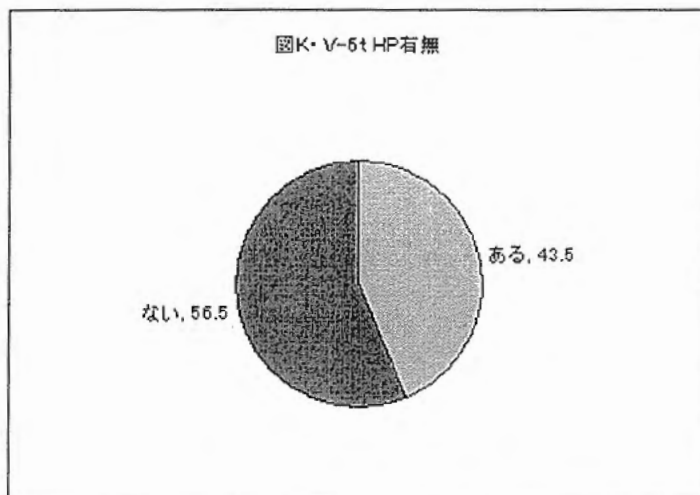
V-5 情報収集の手段 (複数回答)

情報収集の手段としては、協力企業からが 36.1%、独自収集 30.8%、協会など 15.4%、輸出商社からが 13.8%、専門情報会社から 1.0%、その他が 2.6% である。



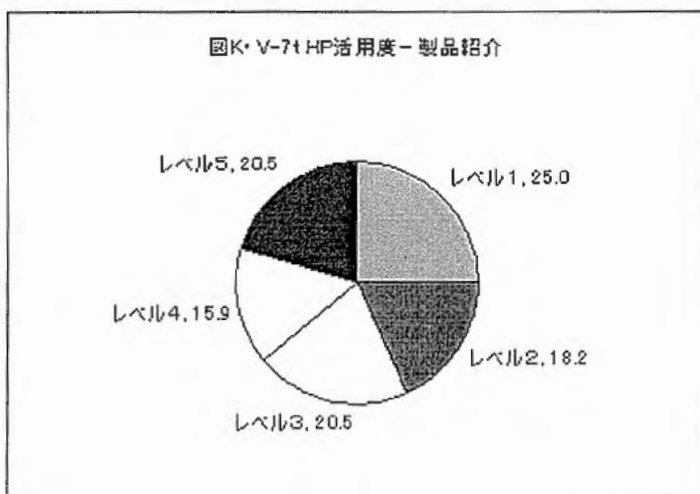
V-6 ホームページ (HP) の有無 (回答数 108 社)

ホームページは、無いが 56.5%、有るは 43.5%である。



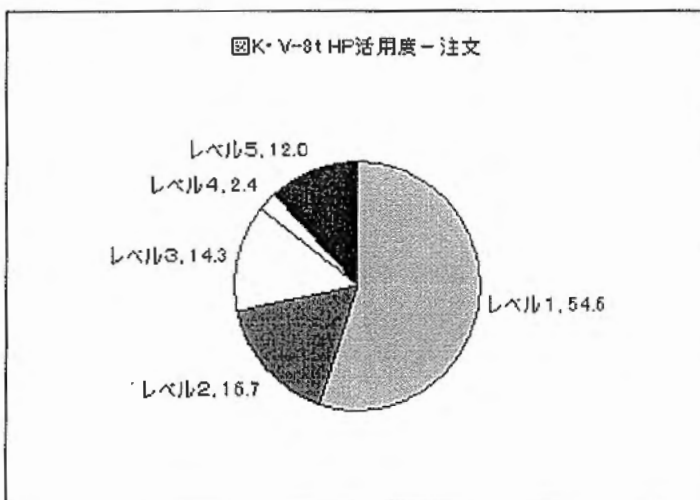
V-7 ホームページの活用度：製品紹介 (回答数 44 社)

ホームページの活用度を低いレベルから高いレベルに 5 段階に分けるとすると、その水準を聞いたホームページの活用度の質問では、製品紹介の活用度では、やや低いレベルが多いものの、全体として低いレベルから高いレベルに拡散している。レベル 1 が 25.0%、レベル 3 が 20.5%、レベル 5 が 20.5%、レベル 2 が 18.2%、レベル 4 が 15.9%である。



V-8 ホームページ活用度：注文 (回答数 42 社)

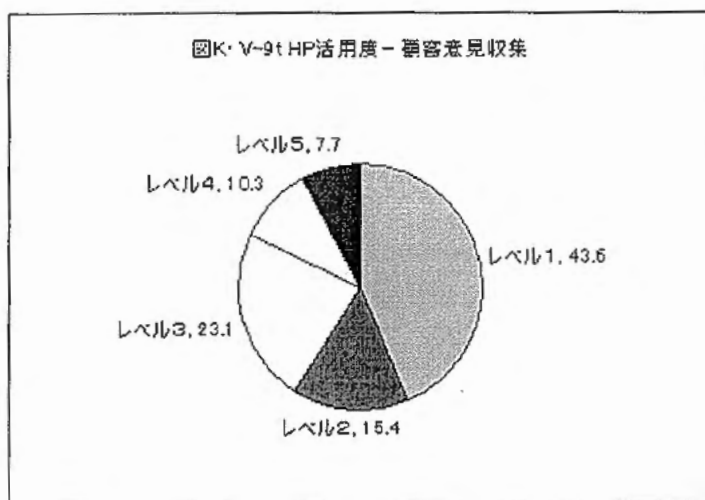
注文に関するホームページ活用度は、商品紹介の活用度の回答数をさらに下回って 42 社、回答数 35%である。同様のレベル分けによる回答を見ると、レベル 1 が 54.6%、レベル 2 が 16.7%、レベル 3



が 14.3%、レベル 5 が 12.0%、レベル 4 が 2.4%であり、回答企業の多くが十分に活用できていないと感じている。

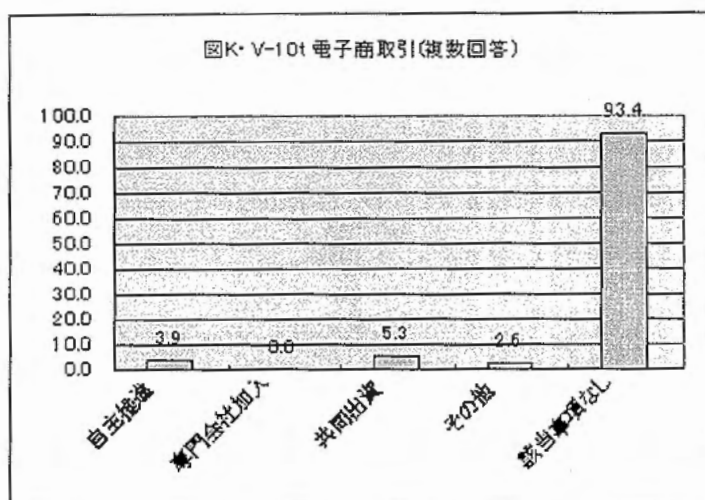
V-9 ホームページ活用度：顧客からの意見収集
(回答数 39 社)

顧客からの意見の収集での活用度では、レベル 1 が 43.6%、レベル 3 が 23.1%、レベル 2 が 15.4%、レベル 4 が 10.3%、レベル 5 が 7.7%である。



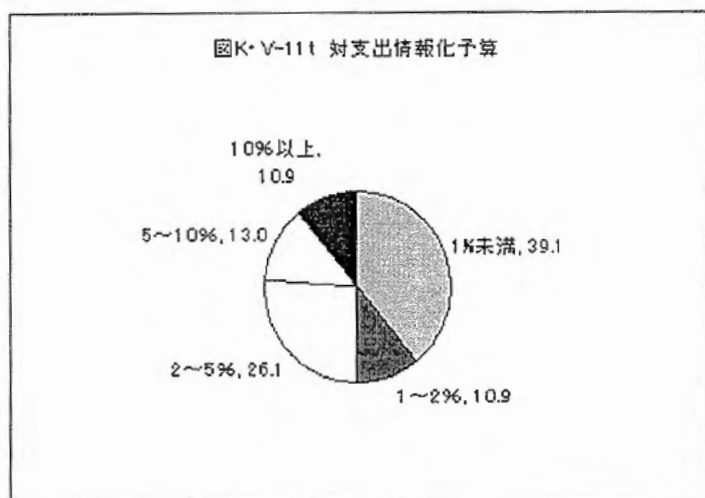
V-10 電子商取引(複数回答)

電子商取引についての質問では、該当事項は無いというものが 93.4%、共同出資 5.3%、自主推進 3.9%、その他 2.6%である。殆ど行われていない。



V-11 情報化の予算(回答数 46 社)

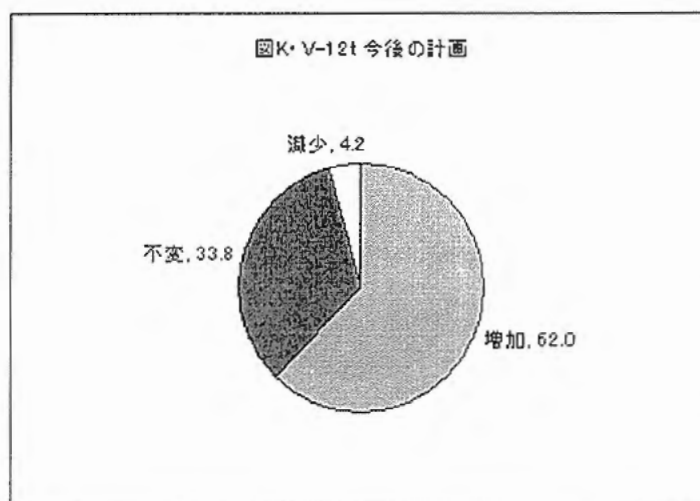
対支出シェアとして情報化予算をどれだけ支出しているかの質問では、1%以下が 39.1%、2~5%が 26.1%、5~10%が 13.0%、11%以上が 10.9%、1~2%が 10.9%である。



V-12 今後の計画

(回答数 71 社)

今後の計画としては、増加 62.0%、不変 33.8%、減少 4.2% で、減少は特殊的な理由と思われる。

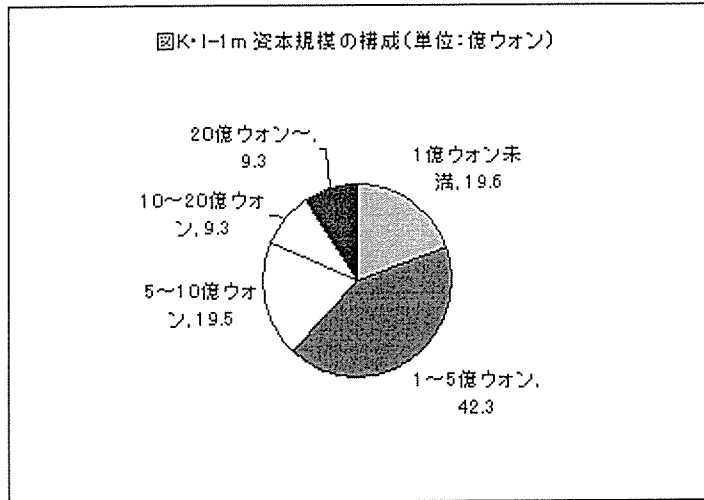


(2) 機械

I 会社概況

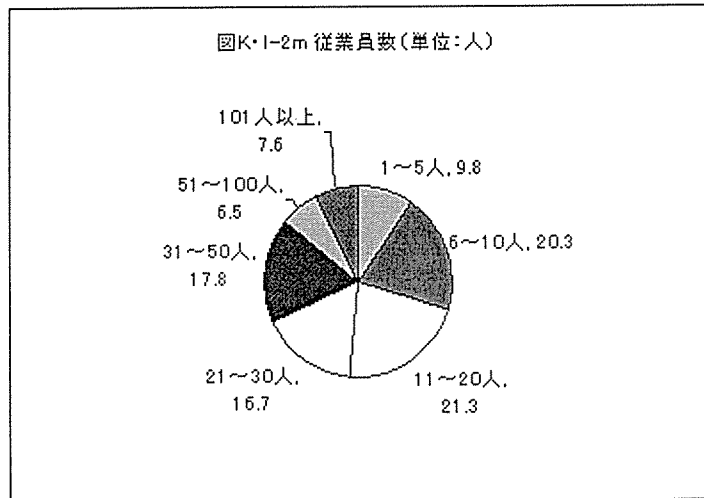
K・I-1m 資本規模
(回答企業数 194 社)

機械産業の資本金は、1 億ウォン未満 19.6%、1 億ウォン～5 億ウォン 42.3%、5 億ウォン～10 億ウォン 19.5%、10 億ウォン～20 億ウォン 9.3%、20 億ウォン以上が 9.3%である。



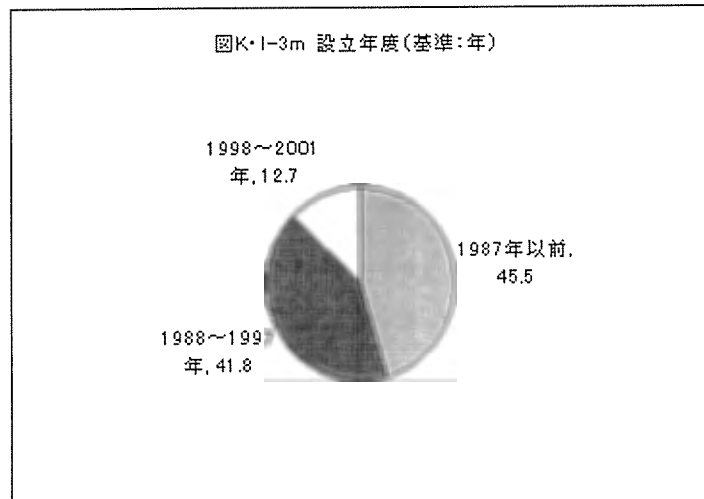
K・I-2m 従業員数(回答企業数 276 社)

従業員数では、1～5 人 9.8%、6～10 人 20.3%、11～20 人が 21.3%、21～30 人 16.7%、30 人以下の企業の占めるシェアは 68.1%に達している。それ以上は 31～50 人 17.8%、51～100 人 6.5%、101 人以上 7.6%である。



K・I-3m 設立年(回答企業数 275 社)

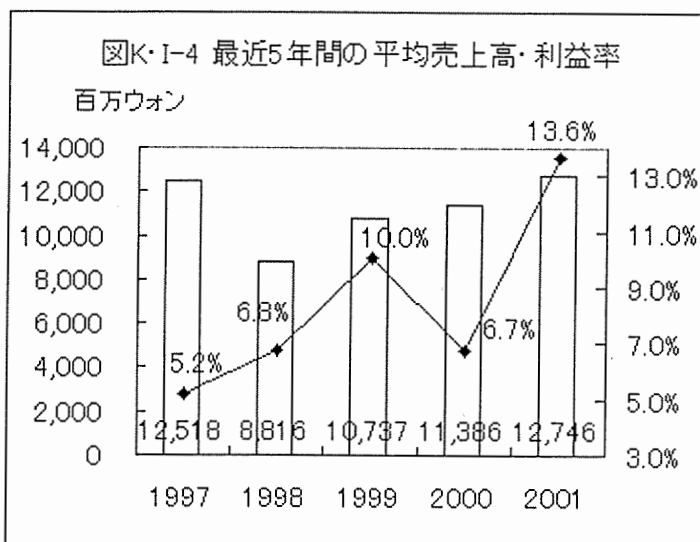
設立年は、1987 年以前 45.5%、1988～1997 年 41.8%、1998 年～2001 年が 12.7%である。1987 年以前に設立された企業が多く、繊維と比べて歴史の古い企業が多くなっている。



K・I-4 m 過去5年間の平均売上高・利益率(単位 100 万
ウォン)

回答数は年度により異なり、さらに売上高と利益額の回答数でも異なっており、単純な平均はできないが、1997～2001 年間の平均売上高と平均利益率は、1997 年 125 億 1800 万ウォン(140 社)と 6 億 4700 万ウォン(101 社)、98 年 88 億 1600 万ウォン(166

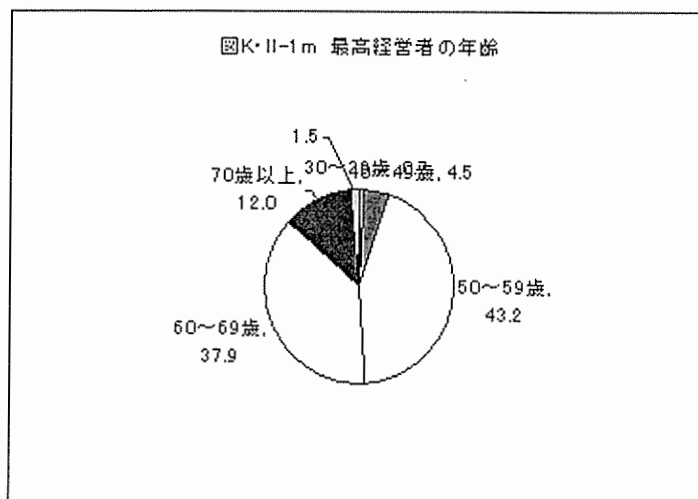
社)と 5 億 9600 万ウォン(166 社)、99 年 107 億 3700 万ウォン(183 社)と 10 億 7700 万ウォン(126 社)、2000 年 113 億 8600 万ウォン(204 社)と 7 億 6400 万ウォン(135 社)、2001 年 127 億 4600 万ウォン(184 社)と 17 億 3600 万ウォン(99 社)である。アンケートから得られた数値はそれぞれの年においても、回答企業において異なっており、売上高/利益率を計算できないが、そうした欠陥を認めた上で敢えて売上高/利益率を出してみると、97 年 5.2%、98 年 6.8%、99 年 10.0%、2000 年 6.7%、2001 年 13.6%である。通貨危機以後、利益率が上昇の傾向にあるといえるように思われる。



II 最高経営者への質問

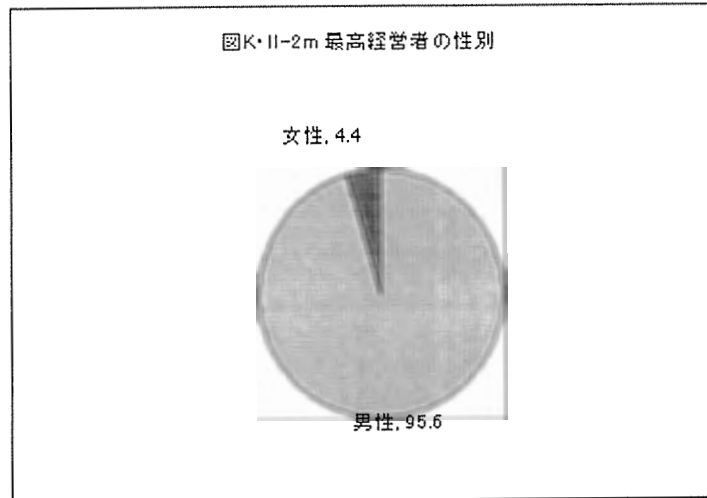
K・II-1m 最高経営者の
年齢(回答企業数 266 社)

最高経営者の年齢は、最高年齢が 82 歳である。年齢別では、40 歳代が 43.2%、50 歳代が 37.9%、60 歳代が 12.0%、30 歳代が 4.5%、70 歳以上が 1.5%である。



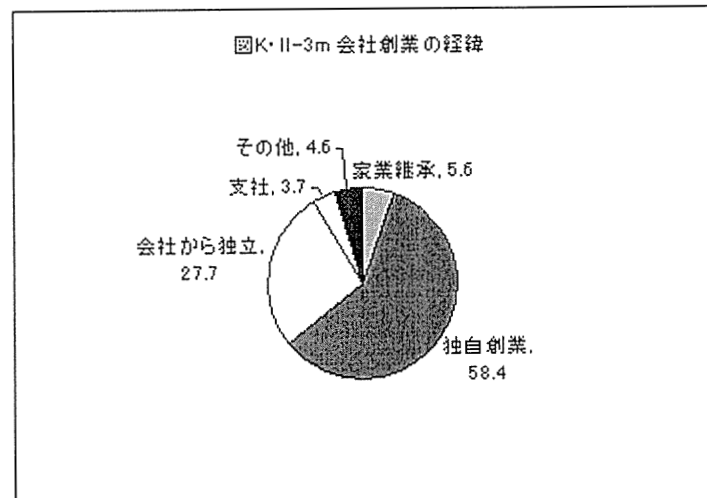
K・II-2m 性別(274社)

性別では、男性が262人、95.6%、女性が12人、4.4%であり、圧倒的に男性である。



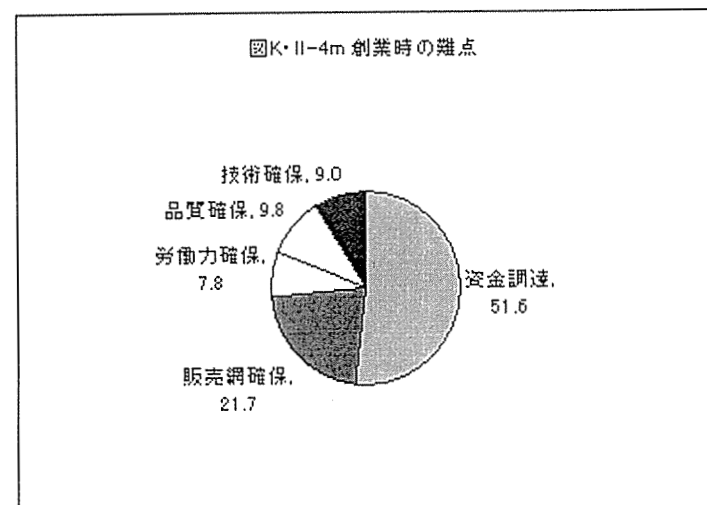
K・II-3t 会社創業の経緯 (回答企業数 267社)

独自創業58.4%、会社からの独立27.7%、家業継承5.6%、支社3.7%、その他4.6%である。独自創業が6割を占め、次いで会社からの独立である。家業継承はそれほど多くない。



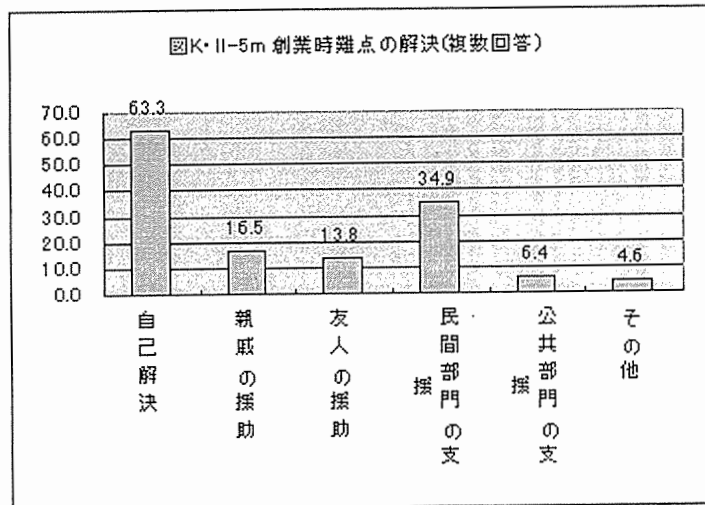
K・II-4s 創業時の困難な点 (回答企業数 244社)

資金確保51.6%、販売網確保21.7%、品質確保9.8%、技術確保9.0%、労働力確保7.8%である。中小企業が一般的にそうであるように、資金確保に過半の企業が困難を感じ、次いで市場の確保、労働者の確保でも問題を感じていることが分かる。



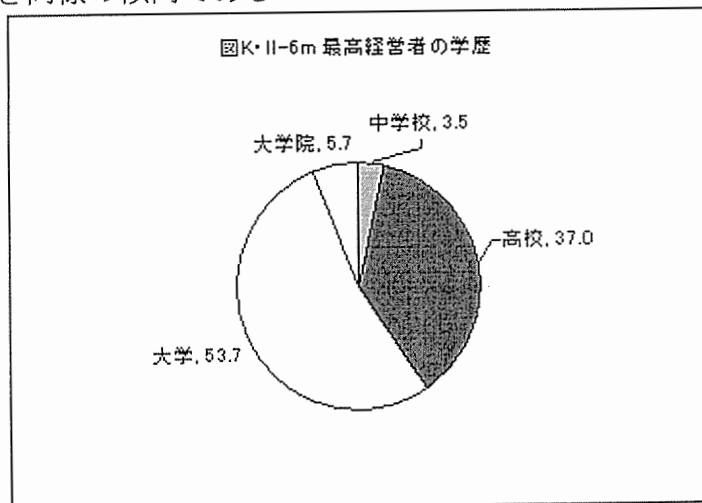
K・II-5m 問題点の解決方法(回答企業数 244 社、回答件数 336 件)

独自解決 43.1%、民間部門支援 21.7%、知人支援 13.0%、親・姻戚支援 12.2%、公共部門支援 5.9%、その他 3.8%である。独自解決が一般的であるが、民間部門からの支援が20%を超え、さらに知人の助けが13%、親・姻戚からの支援が12.2%と両方を合わせれば4分の1が身近な人的支援を得ている。公的部門からの支援が少ないことも繊維と同様の傾向である



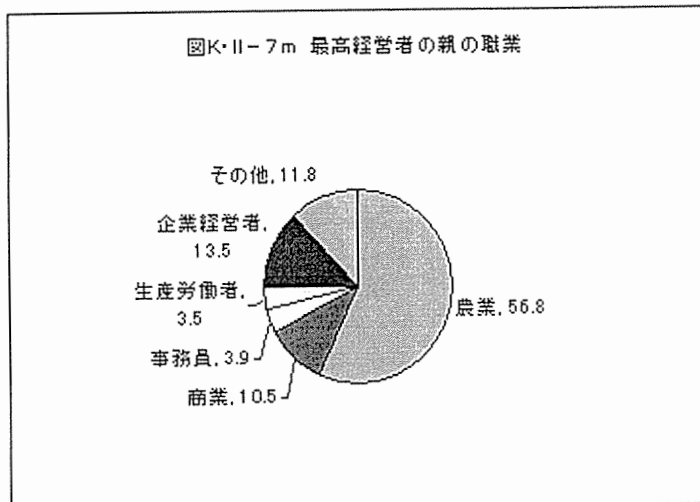
K・II-6m 学歴(回答企業数 227 社)

最高経営者の学歴では、大学卒 53.7%、次いで高校卒 37.0%である。大学院が 5.7%、中学卒は 3.5%である。大学卒が半分を超えている。



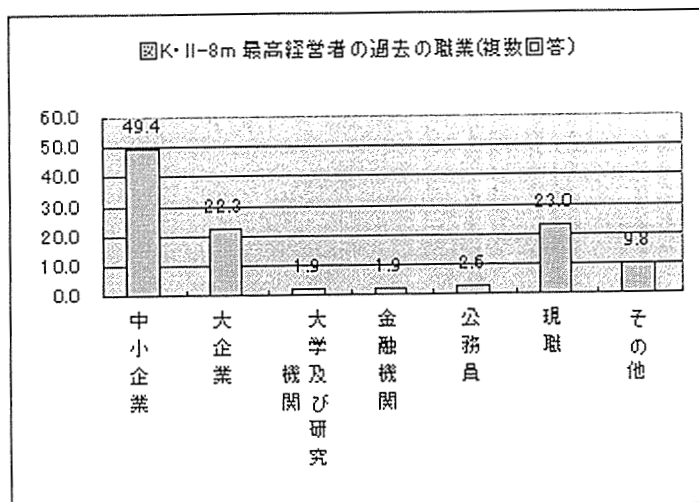
II-7 最高経営者の親の職業(回答数 229 社)

最高経営者の親の職業は、農民が 56.8%で最も多く、次いで企業経営者 13.5%、商人 10.5%、事務職勤労者 3.9%、生産職勤労者 3.5%などである。



K・II-8m 最高経営者の過去の職業(回答企業数 265 社、回答件数 294 件)

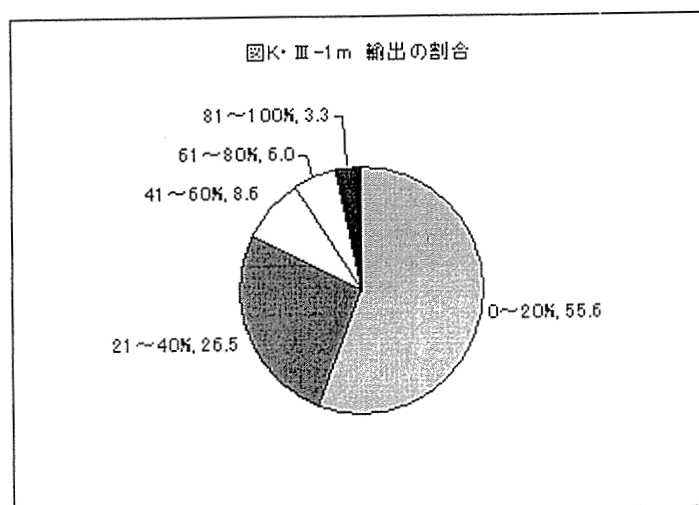
中小企業への勤務が最も多く、次いで、現職のみと大企業がほぼ同じ割合で続くが、大企業の勤務経験のあるものが多いことは注目される。機械の中小企業の発展の一つのパターンを示している可能性がある。



III 国際化・グローバル化への対応

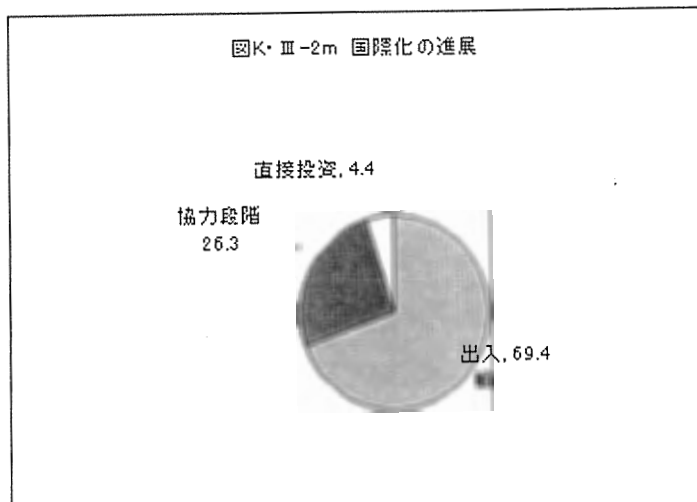
K・III-1m 輸出の割合(回答企業数 151 社)

輸出の割合は、20%以下が55.6%に達し、40%以下の輸出企業になると、82.1%が輸出シェア40%以下の企業です。



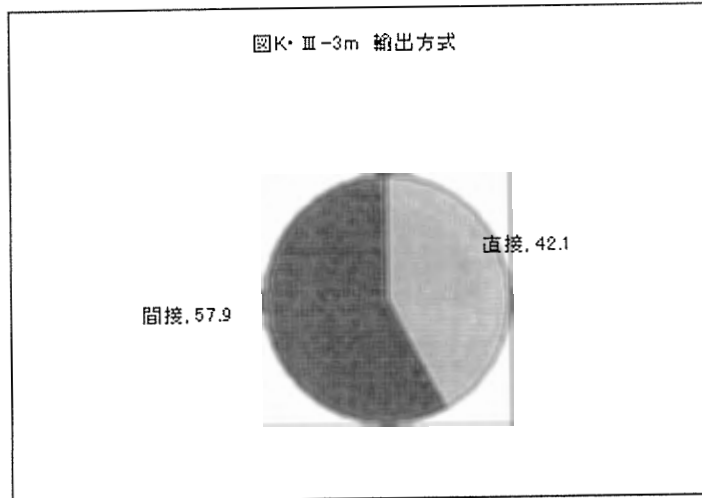
K・III-2m 国際化の進展(回答企業数 160 社)

貿易を行っているという企業が69.4%、協力関係を持つ企業が26.3%あり、直接投資を行っているのは4.4%に過ぎない。



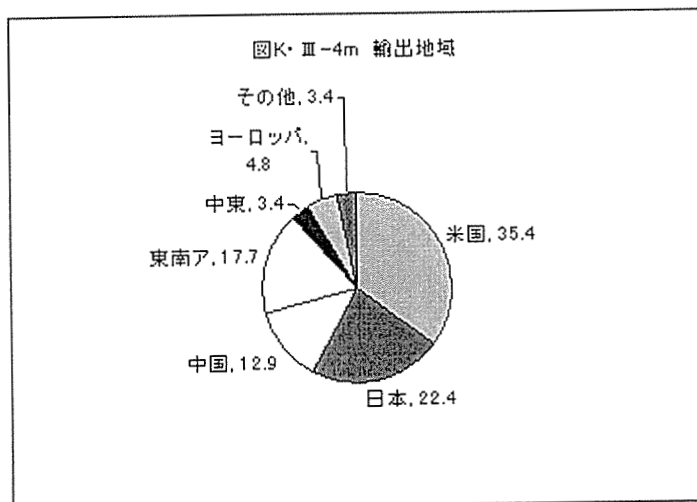
K・III-3m 輸出方式(回答企業数 159 社)

間接輸出が 57.9%と多く、直接輸出は 42.1%である。



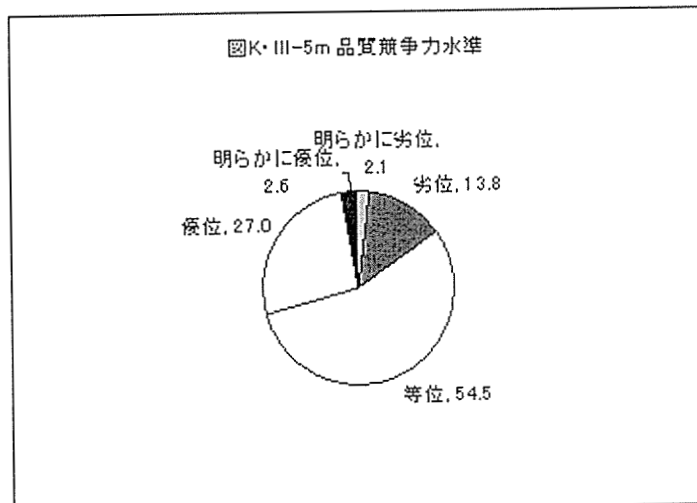
K・III-4m 輸出地域(回答企業数 147 社)

多くの企業が輸出する国・地域の順に並べれば、アメリカ 35.4%、日本 22.4%、東南アジア 17.7%、中国 12.9%である。アメリカが最大の輸出先になっている。



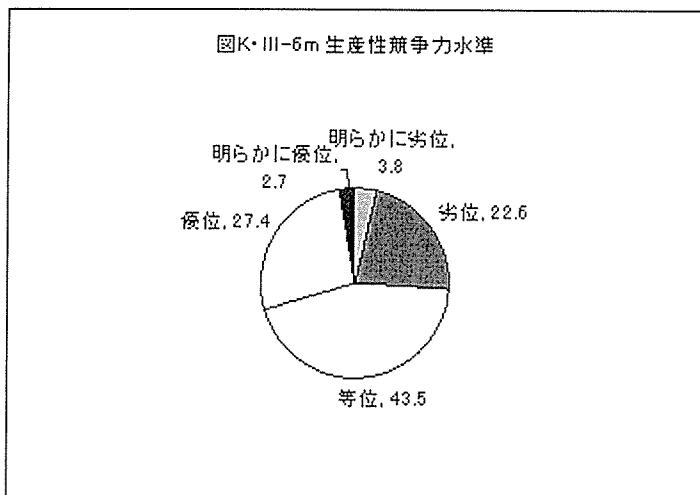
K・III-5m 製品の品質における競争力(回答企業数 189 社)

最高経営者が自社の製品の品質に関して競争力をどのように捉えているかを見ると、等位 54.5%、優位 27.0%、非常に優位 2.6%を合わせると 84.1%となる。他方、劣位は 13.8%、非常に劣位 2.1%であり、15%の企業が劣位と判断している。



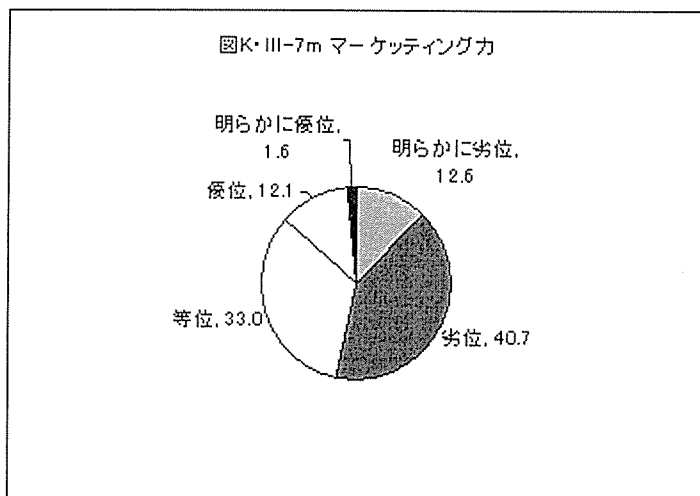
K・III-2m 生産性の競争力水準(回答企業数 186 社)

等位が 43.5%だが、優位と非常に優位を合わせると 30.1%になる。劣位と非常に劣位を合わせると 26.4%となり、4分の1の企業は厳しい状況にある。



K・III-3m マーケティング力(回答企業数 182 社)

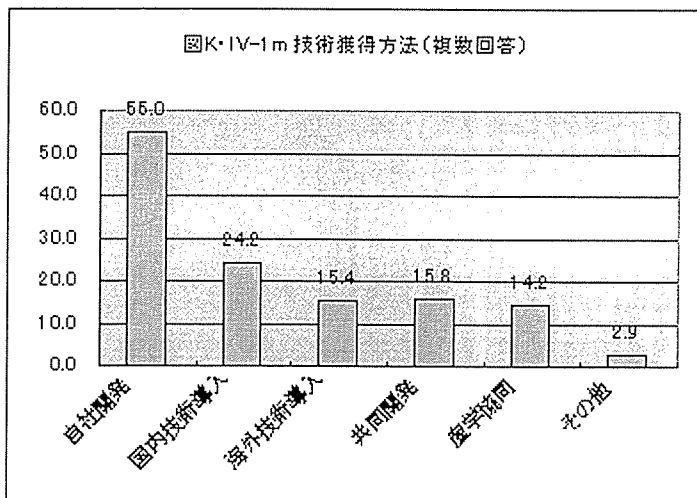
マーケティングでは劣位 40.7%、非常に劣位 12.6%、等位 33.0%、優位 12.1%、非常に優位 1.6%である。劣位と感じている最高経営者が合わせて 53.3%に達している。



IV 研究開発

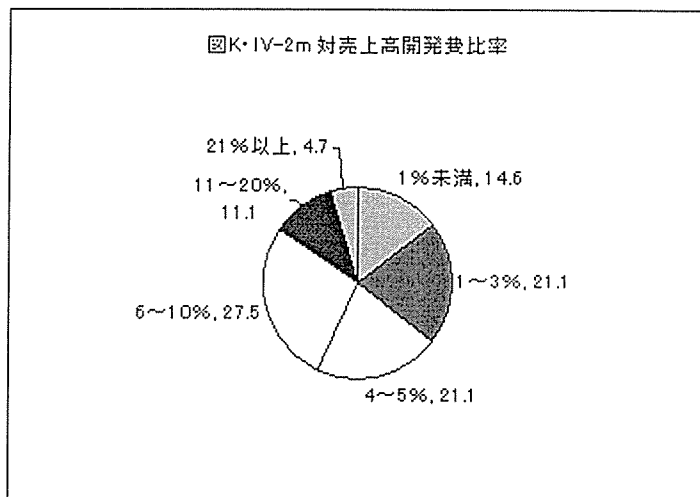
K・IV-1m 技術獲得方法(回答企業数 240 社、回答件数 306 件)

自社開発が 43.7%、国内技術導入 19.2%、共同開発 12.2%、海外技術導入 11.5%、産学協同 10.9%、その他 2.3%である。産学協同が、10.9%で繊維と同じく注目される。



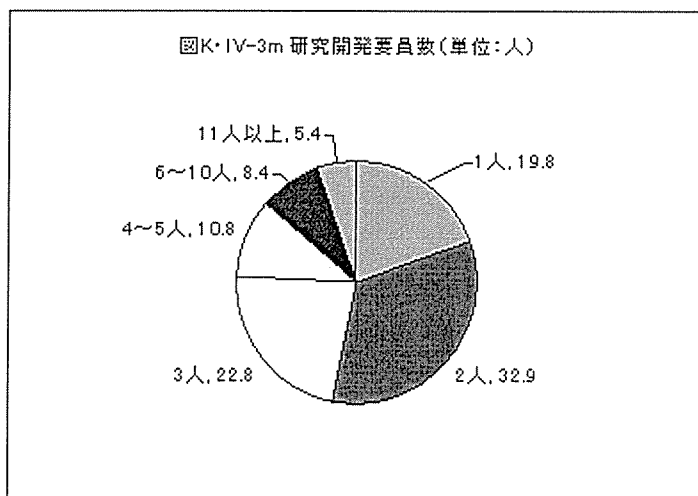
K・IV-2m 対売上高開発費比率(回答企業数 171 社)

5%以下の対売上高開発費比率の企業数が 56.8%に達する。6~10%が 27.5%ともっとも一般的な支出割合であるが、11%以上も合わせて 15.8%である。



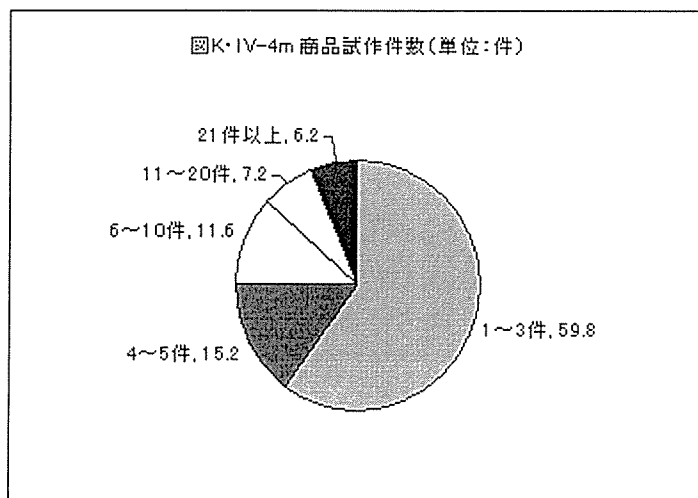
K・IV-3m 開発要員数(回答企業数 167 社)

開発要員としての従業員を抱えている企業は、3 人以下の要員を抱えている企業の合計は 75.5%に達する。他方、11 人以上の企業は 5.4%である。本格的な研究をしようとしている企業は少ない。



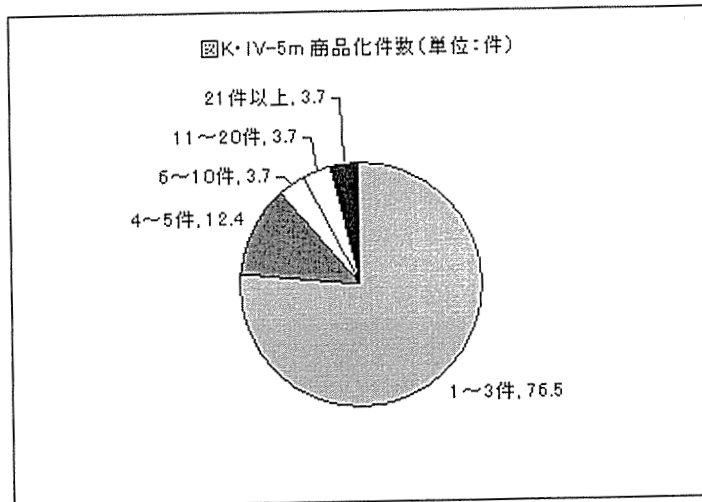
K・IV-4m 研究試作件数(回答企業数 112 社)

1~3件の試作しか行っていない企業の割合が 59.8%に達している。5 件以下の試作件数しかない企業数の比率は 75%である。



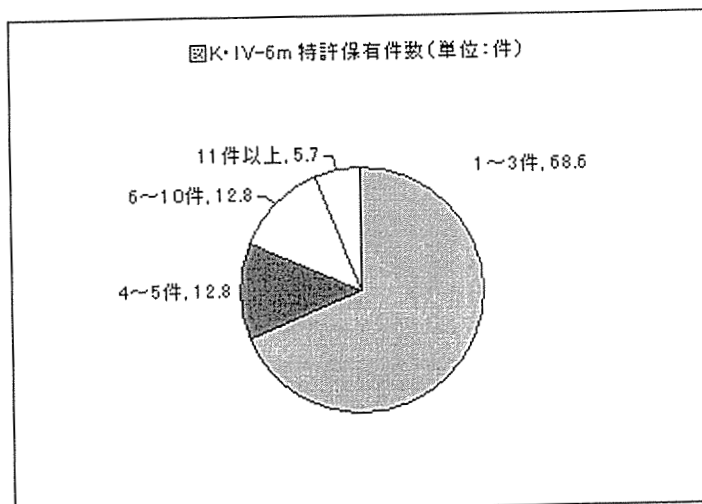
K・IV-5m 商品化件数(回答企業数 81 社)

商品化件数は1～3件が76.5%であり、5件以下の割合を見ると合計88.9%に達する。21～60件は3.7%である。回答企業の最高の商品化件数は60件である。



K・IV-6m 特許保有件数(回答企業数 70 社)

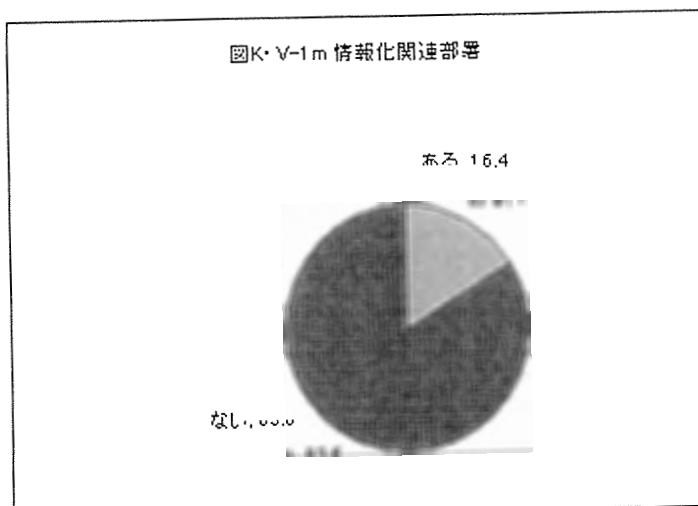
81.4%の企業が5件以下の特許しか保存していない。その他は、6～10件が12.8社、11～120件が5.7%である。回答率は低く24.3%であり、しかも保有特許件数は圧倒的に数件であるが、一部の企業は数十件の特許をとっている。



V 情報化への対応

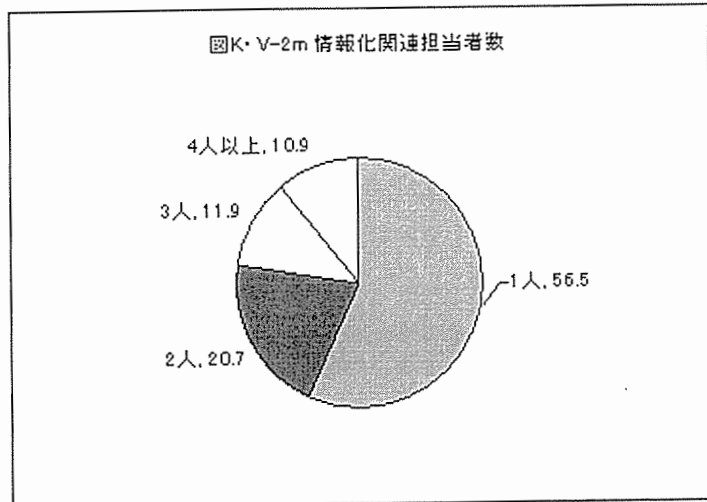
K・V-1m 関連部署の設置(回答企業数 275 社)

情報化関連部署を設置していない企業が83.6%、ある企業は16.4%で、圧倒的企業が特別の情報化関連の部署を持っていない。



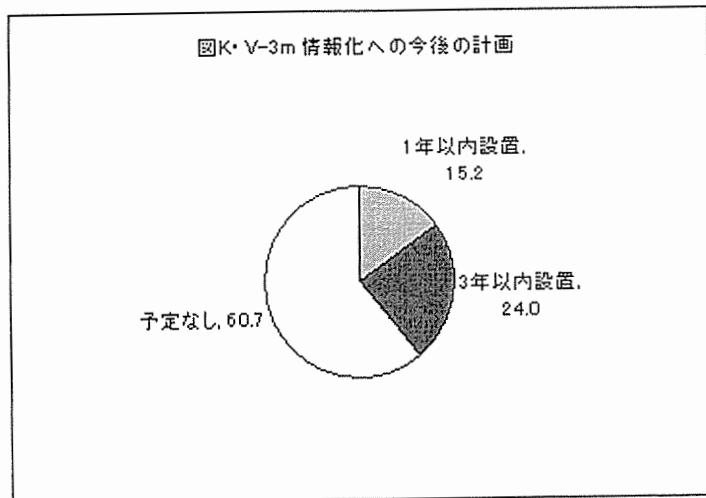
K・V-2m 担当社数(回答企業数 92 社)

部署の有無に関係なく情報化関連の担当者を措いている企業は、1 人が一番多く、56.5%に達する。次いで 2 人が 20.7%、3 人が 11.9%、4 人以上が 10.9%である。最も多いのは 24 人である。



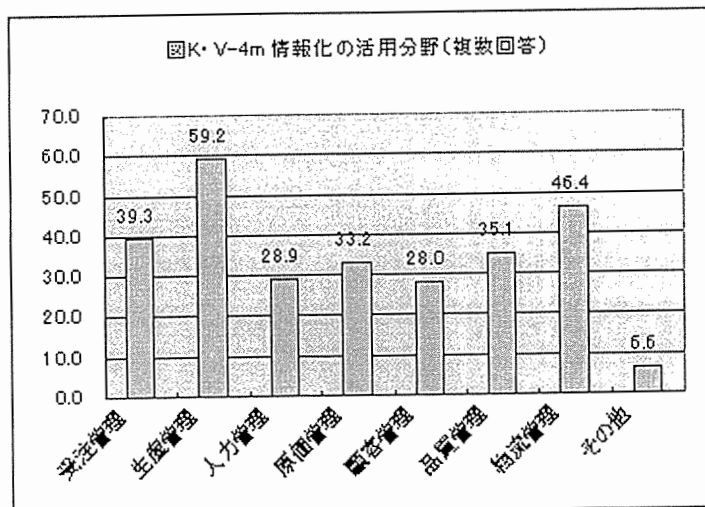
K・V-3m 情報化への今後の計画(回答企業数 203 社)

情報化担当部署を設けていない企業 229 社のうちの 204 社が答えた回答では、計画無しが 60.7%、3 年以内設置が 24.0%、1 年以内設置が 15.2%である。近く設置しようという企業は多くない。



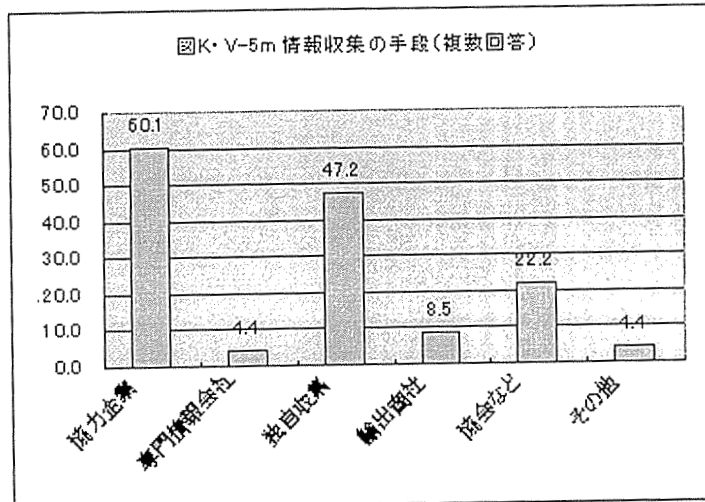
K・V-4m 情報化の活用分野(回答企業数 211 社、回答件数 584 件)

情報化の活用分野としては、生産管理 21.4%、物流管理 16.7%、受注管理 14.2%、品質管理 12.6%、原価管理 11.9%、労働者管理 10.4%、顧客管理 10.1%、その他 2.3%である。



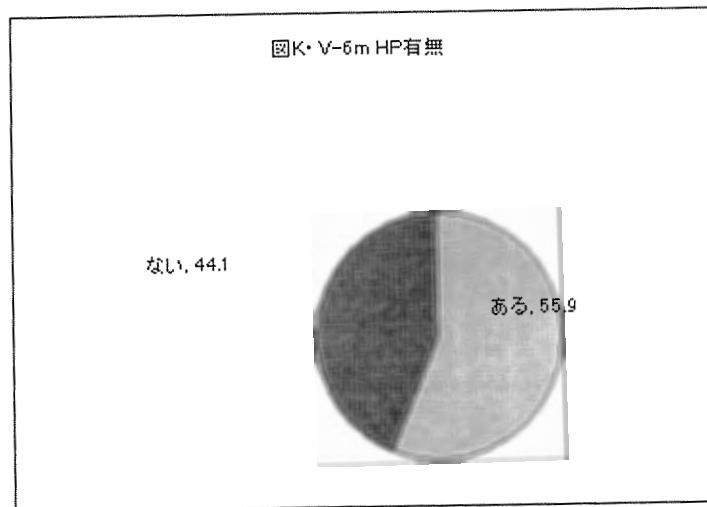
K・V-5m 情報収集の手段
(回答企業数 248 社、回答件数 364 件)

情報収集の手段としては、協力企業からが 40.9%、独自収集 32.1%、協会など 15.1%、輸出商社からが 5.7%、専門情報会社から 0.3%、その他が 3.0%である。



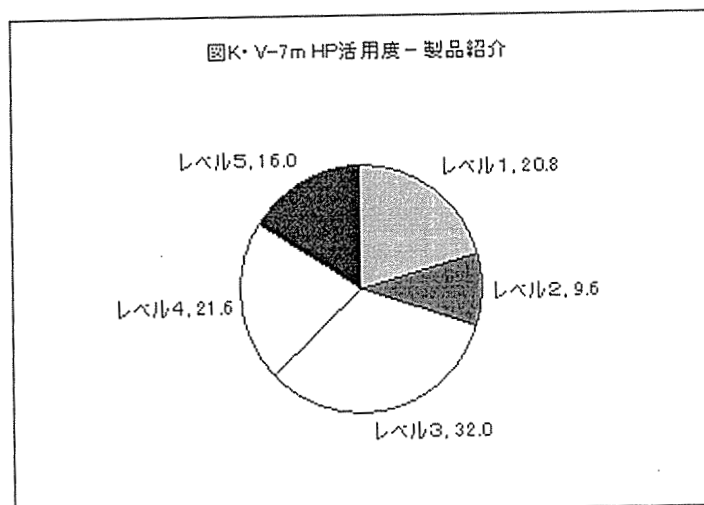
K・V-6m ホームページ
(HP) の有無 (回答企業数 247 社)

ホームページのある企業は 55.9%、無い企業が 44.1%である。



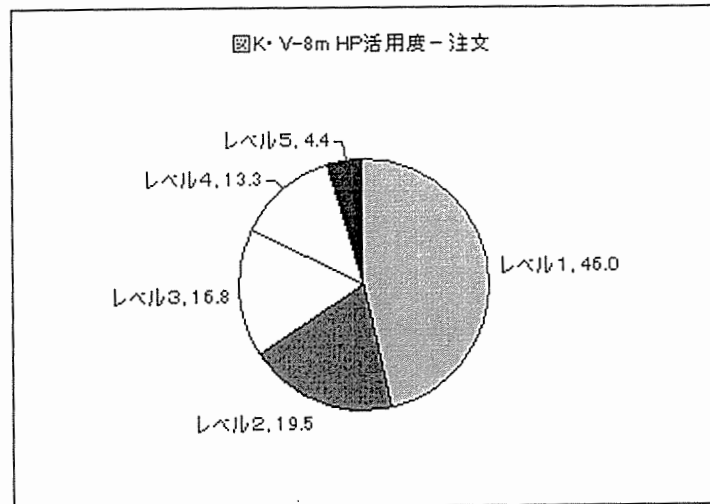
K・V-7m HP の活用度：製品紹介
(回答企業数 125 社)

製品紹介に関する HP の活用度はレベル 1~5 に分散している。



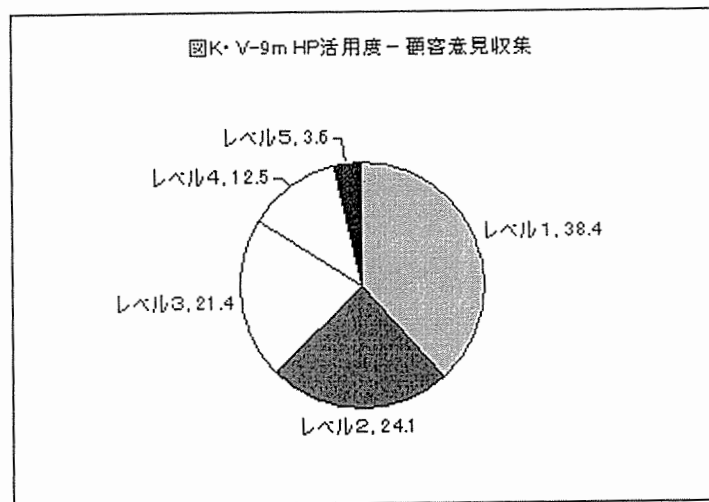
K・V-8m HPの活用度：注文（回答企業数 155 社）

注文に関するホームページ活用度は、レベル 1 が 46.0%にも達しており、レベル 5 は僅かに 4.4%であるに過ぎない。



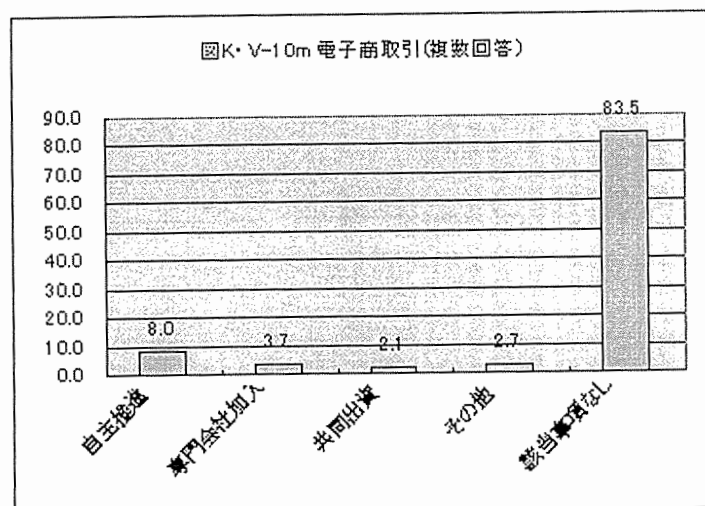
K・V-9m HP活用度：顧客からの意見収集(回答企業数 151 社)

顧客からの意見の収集での活用度では、レベル 1 が 38.4%、レベル 2 が 24.1%、レベル 3 が 21.4%、レベル 4 が 12.5%、レベル 5 が 3.6%である。十分に活用していると感じている企業はごく僅かしかない。



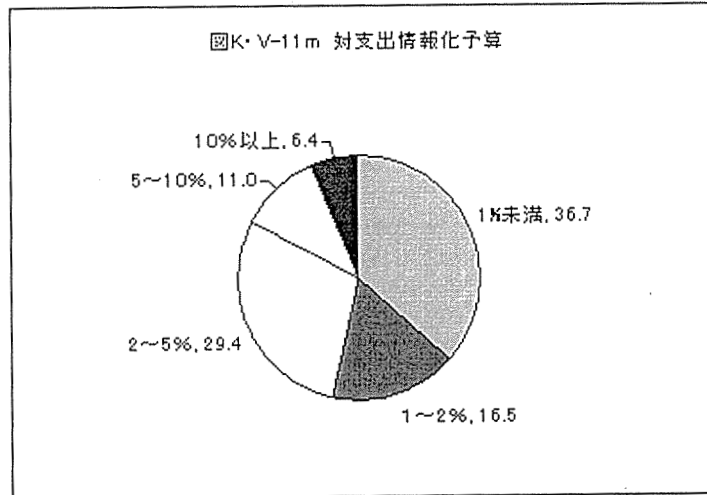
K・V-10m 電子商取引(回答企業数 188 社)

電子商取引についての質問では、該当事項は無いというものが 83.5%、自主推進 8.0%、専門会社加入 3.7%、共同出資 2.1%、その他 2.7%である。殆ど使われていない。



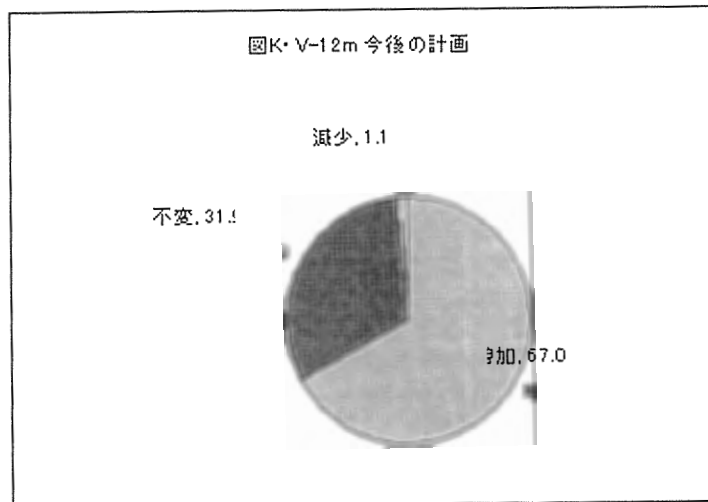
K・V-11m 情報化の予算
(回答企業数 109 社)

情報化支出の対支出シェアは、1%未満が 36.7%、2~5%が 29.4%、5 から 10%が 11%である。殆どの企業がこの分野への投資を行っていない。



K・V-12m 今後の計画(回答数 188 社)

今後増加させるとする企業シェアは 67.0%、変わらないが 31.9%、減少は 1.1%に過ぎない。



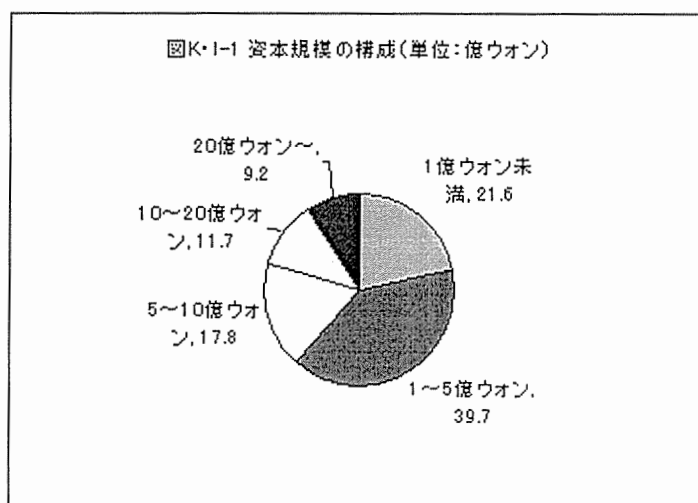
(3) アンケート合計における一般的傾向と産業間比較

前2節において、繊維産業と機械産業のアンケート調査結果を確認してきたが、本節においては、繊維産業、機械産業の合計を見ながら、両産業間の比較にも目配りしながら概観しよう。

I 会社概況

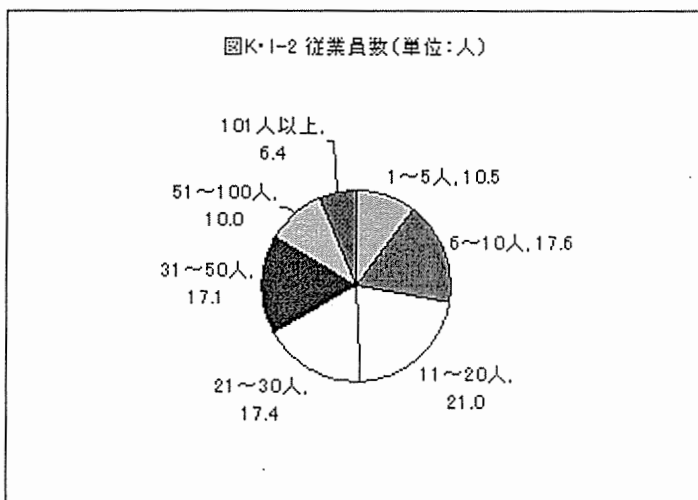
K・I-1 資本規模(回答企業数 282 社)

1～5億ウォンが39%、1億ウォン未満が21.6%、5～10億ウォンが17.8%であり、61.3%が5億ウォン未満の企業である。機械が1～5億ウォンに集中傾向が見られたのに対して、繊維は更に小規模企業が多いものの、規模的には大きな規模の企業まで広がりをもっていた。



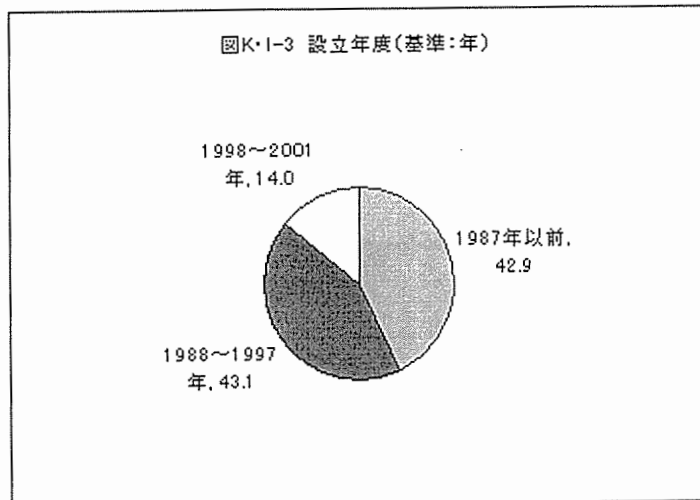
K I -2 従業員数(回答企業数 391 社)

従業員数では、1～5人10.5%、6～10人17.6%、11～20人が21.3%、21～30人17.4%、31～50人17.1%、51～100人10.0%である。101人以上は6.4%である。50人以下の企業が80%を超える。業種間では、繊維が資本金の分布と同様に100人まで比較的広がりがあるのに対して、機械は20人以下の企業が多い。



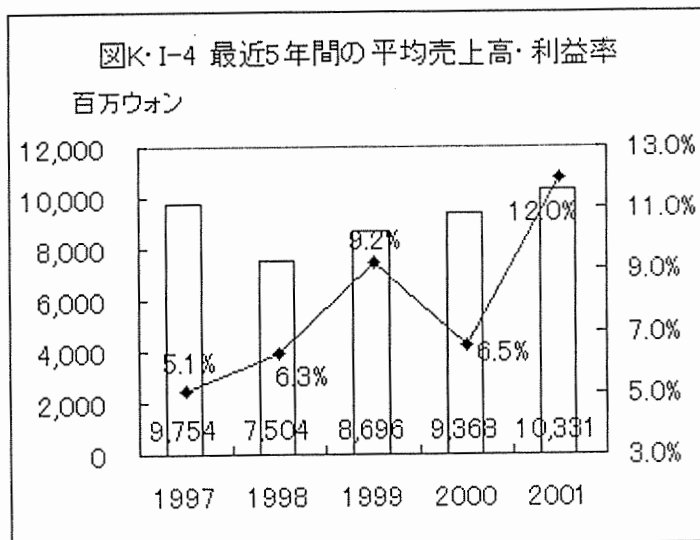
K・I-3 設立年(回答企業数 392 社)

設立年は、1987年以前が42.9%、1988～1997年が43.1%、1998年～2001年が14.0%である。86%が97年前の設立であるが、14%は過去4年間の起業であった。



K・I-4 過去5年間の平均売上高・利益率(単位 100 万ウォン)

前節での説明で述べたように、回答企業の経営内容は危機後、僅かではあるが改善傾向を見せていた。両業種間の違いを見ると、売上高、利益額とも機械の方が、業績がいい。繊維の売上高は機械の約3分の1であり、利益ではさらに格差が広がっているように見える。



II 最高経営者への質問

K・II-1 最高経営者の年齢 (回答企業数 383 社)

最高経営者の年齢では、40歳代が42.0%、50歳代が37.3%、60歳代が14.9%である。30歳代は3.9%に過ぎない。70歳以上も1.5%ある。40歳代を中心であり、30歳代が急激に減少する理由は何なのか。これは後に見るように、中小企業の起業において資金面での障害が大きいことを意味している可能性が大きい。

業種別では、機械の方が繊維に比べて若干若い傾向があるが基本的に大きな差は無い。

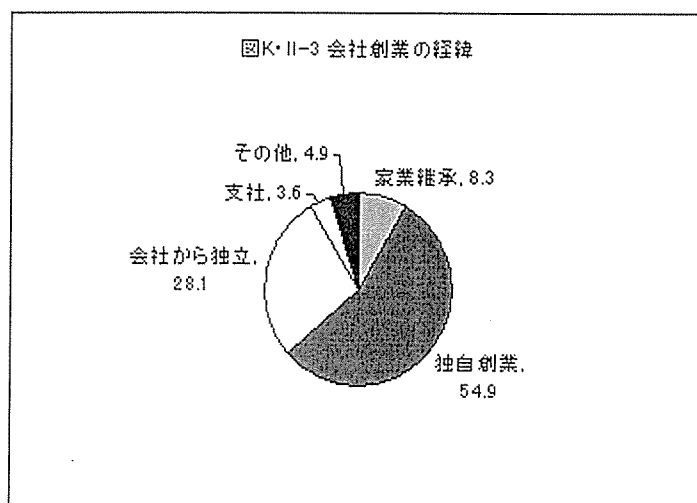
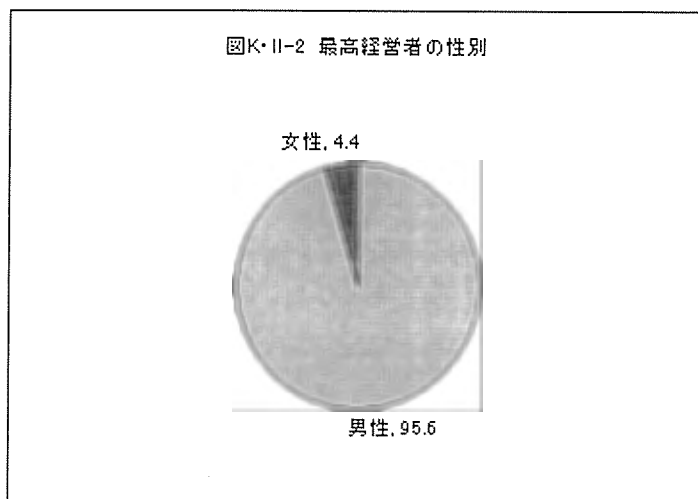
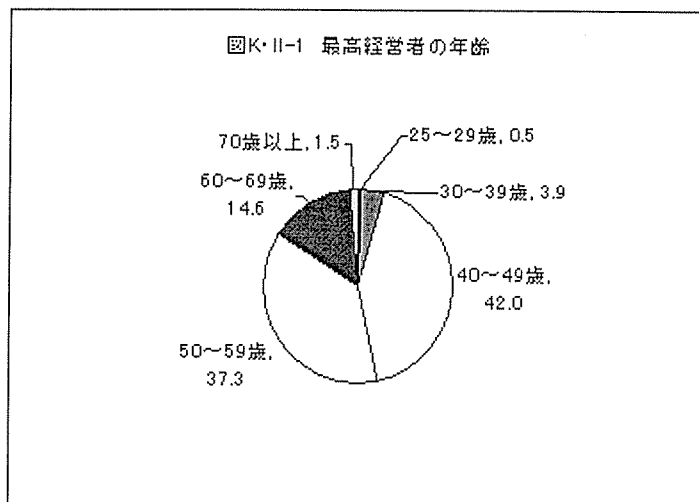
II-2 性別(383 社)

性別では、男性が95.6%、女性が4.4%であり、圧倒的に男性である。業種別の差はない。

K・II-3 会社創業の経緯 (回答数 384 社)

独自創業54.9%、会社からの独立28.1%、家業継承8.3%、支社3.6%、その他4.9%である。独自創業が半分以上を占め、次いで会社からの独立である。家業継承はそれほど多くない。

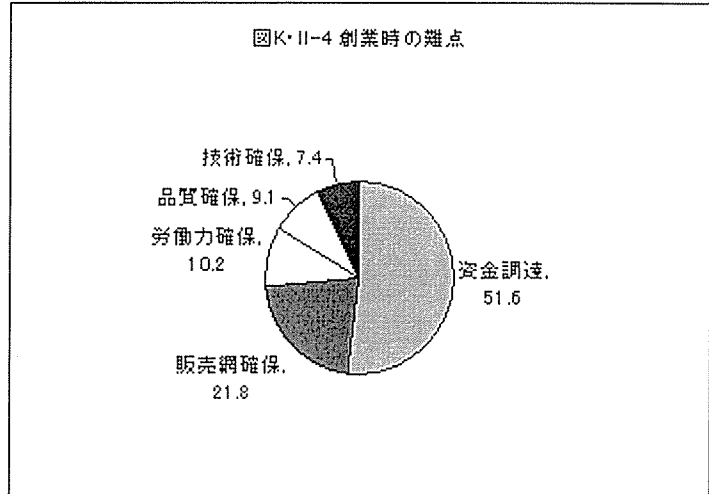
但し、業種別では、機械の58.4%が独自創業であるのに



対して、繊維の独自創業は 47.0%と 10%ポイント以上も少なく、その分、家業の継承が多くなっている。会社からの独立の割合は両産業ともほぼ同じである。

K・II-4 創業時の困難な点 (回答企業数 353 社)

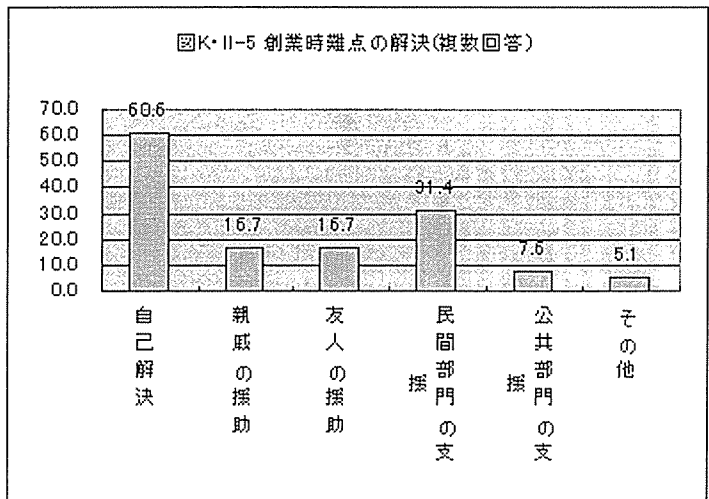
資金調達 51.6%、販売網確保 21.8%、労働力確保 10.2%、品質確保 9.1%、技術確保 7.4%である。資金の確保に過半の企業が困難を感じ、次いで従業員、市場、品質、技術の獲得で困難を感じている。



業種比較では、労働者の確保を挙げるシェアは機械が 7.8%であるのに対して、繊維は丁度倍の 15.6%となっており、従業員数の多い繊維において労働者の確保に一層苦しんでいることが数字的にも確認できる。

K・II-5 問題点の解決方法 (回答企業数 353 社、回答件数 488 件)

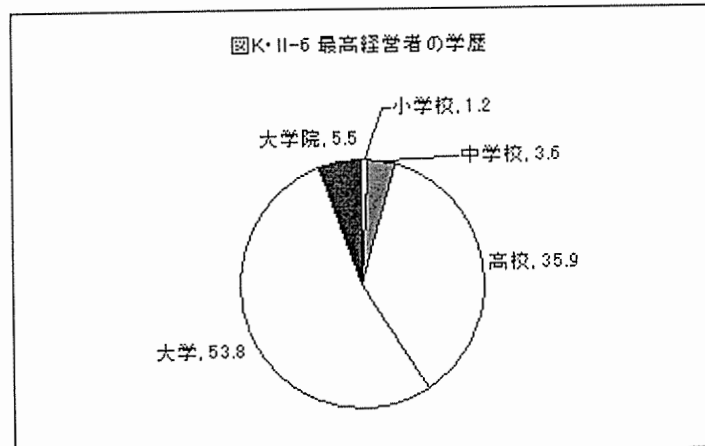
この質問には、両業種とも殆ど同じ回答傾向を見せている。独自解決 43.8%、民間部門支援 22.7%、知人支援 12.0%、親・姻戚支援 12.0%、公共部門支援 5.5%、その他 3.6%である。独自解決が基本であり、民間部門からの支援



と、親族・知人からの支援の合計がほぼ同じ割合で 20%となっている。公的部門からの支援割合は小さい。

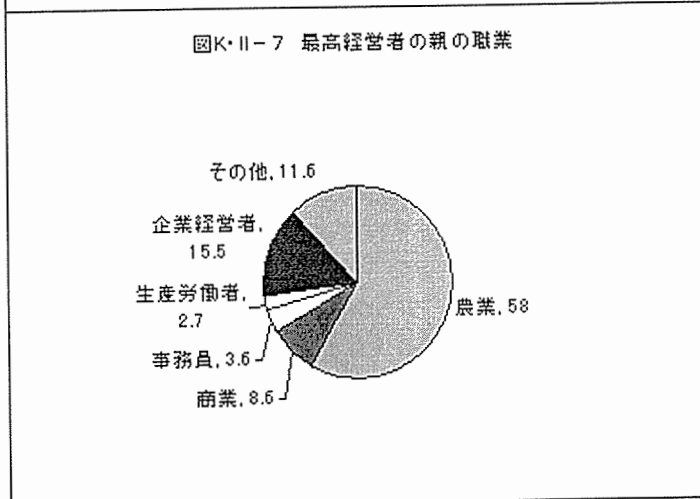
K・II-6 学歴(回答企業数 329 社)

最高経営者の学歴では、大学卒 53.8%、次いで高校卒 35.9%である。大学院が 5.5%、中学卒は 3.6%である。大学卒が半分を超えている。繊維と機械との間で殆ど差は無い。



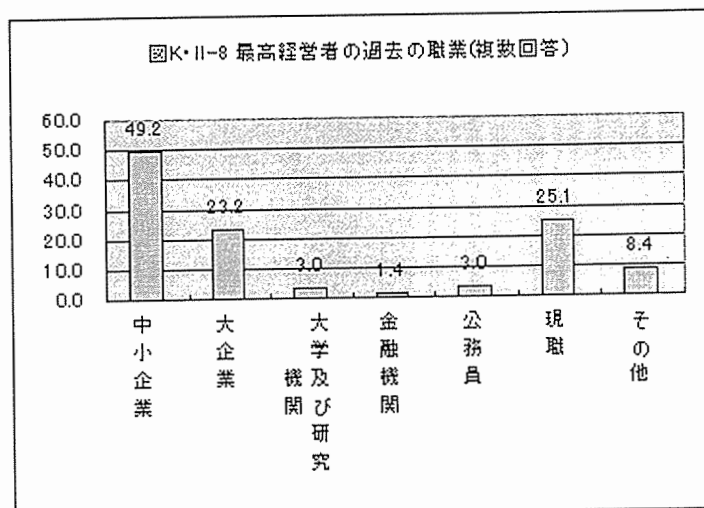
K・II-7 最高経営者の親の職業(回答企業数 336 社)

親の職業は農業が 58%で、企業経営者の 15.5%が企業経営者を親に持っている。急激に変化する韓国社会の特徴を反映していると言えるだろう。



K・II-8 最高経営者の過去の職業(回答企業数(370 社、回答件数 419 件))

42.2%の経営者が中小企業で働いた経験を持つ。大企業で働いた者も 23.2%を占める。その他は殆どない。業種別の差は殆どない。

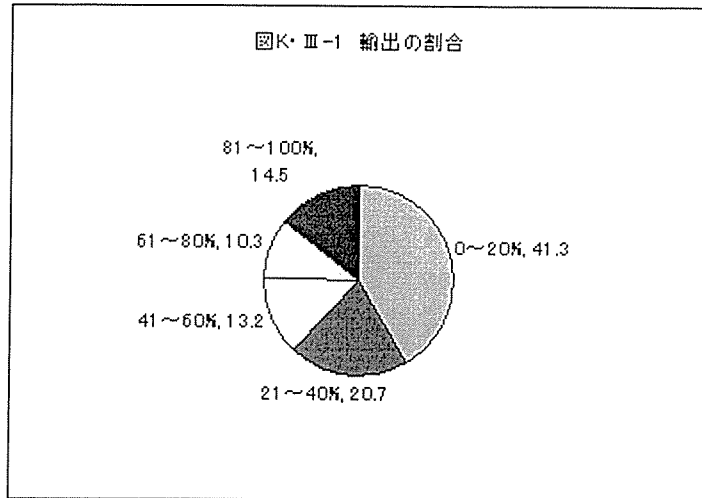


III 国際化・グローバル化への対応

K・III-1 輸出の割合(回答企業数 242 社)

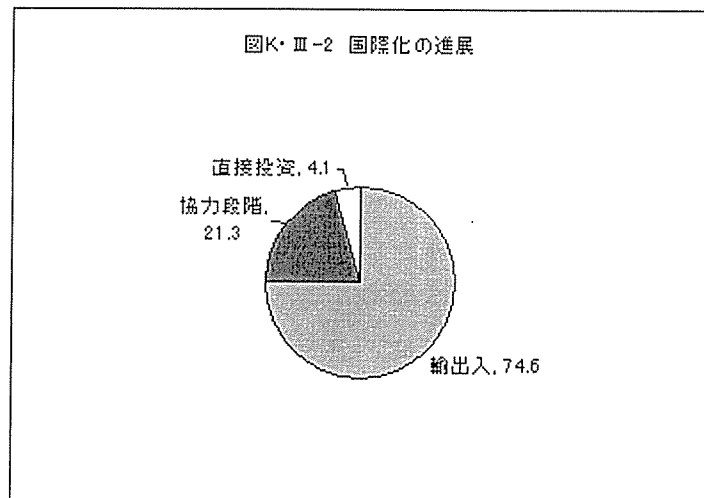
20%以下しか輸出していない企業の割合は、41.3%に達する。40%以下の企業では、企業の60%を超えてしまう。他方、製品の61%を輸出する企業の割合は合計で24.8%を占めている。

但し、業種別では、繊維は61%以上の輸出企業が50%を超えていたのに対し、機械では10%弱であった。業種的に対照的な結果になっている。



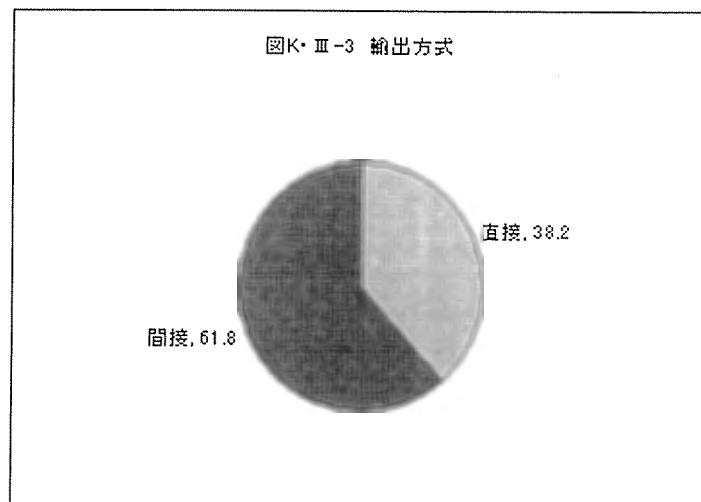
K・III-2 国際化の進展(回答企業数 244 社)

輸出入をしている企業は74.6%で、直接投資をしている企業は4.1%に過ぎない。繊維は貿易中心で、直接投資は3.6%でしかなく、対照的に機械は協力段階にも乗り出しており、直接投資に乗り出している企業の割合も4.4%で、僅かながら繊維より高い。



K・III-3 輸出方式(回答企業数 246 社)

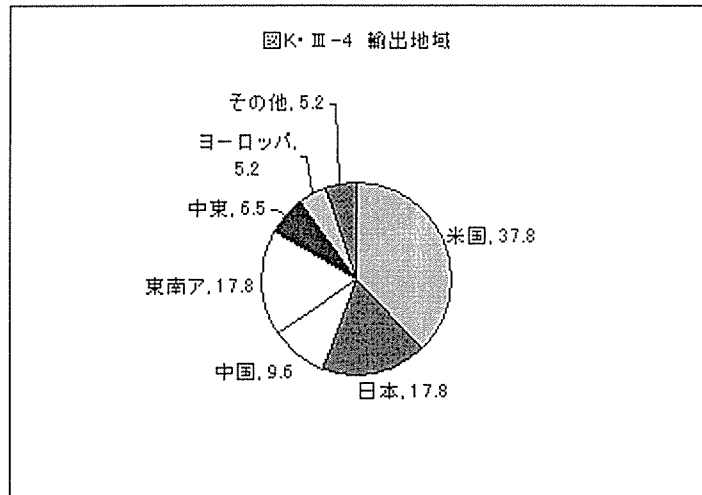
61.8%が間接輸出と答え、直接輸出は38.2%である。繊維の間接輸出は70%弱で、間接輸出に頼る傾向が強い。



K・III-4 輸出地域(回答企業数 230 社)

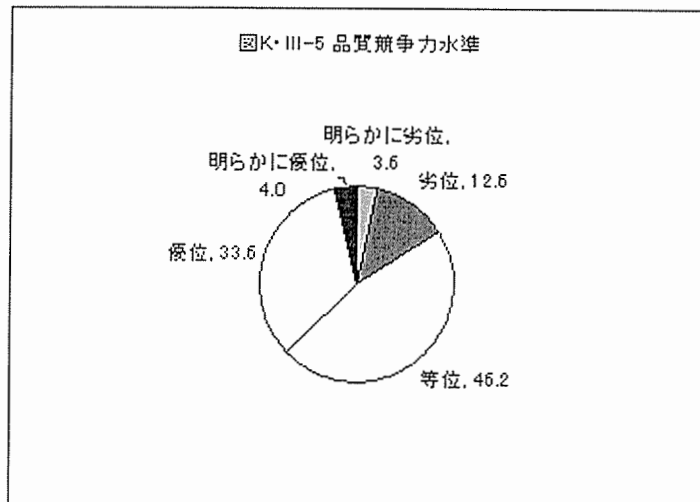
輸出先構成を見ると、アメリカ輸出がもっともポピュラーで、37.8%である。次いで東南アジアと日本が主な輸出先であり、その他中国が 9.6%、中東 6.5%である。

繊維はアメリカへの依存が極めて強いのにに対して、機械はアメリカ、日本への依存が大きく。地域的には機械の方が、安定的な構造になっている。



K・III-5 製品の品質における競争力(回答企業数 277 社)

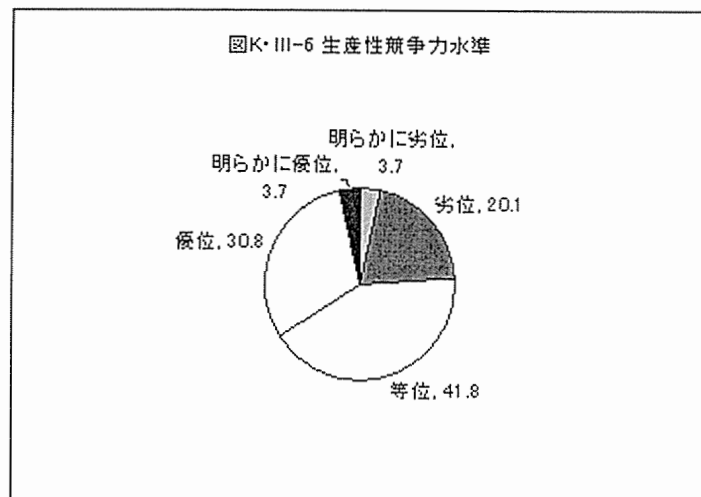
最高経営者による自社の競争力観は、等位 46.2%、優位 33.6%、劣位 12.6%、非常に優位 4.0%、非常に劣位 3.6%である。競争力を等位あるいは優位と判断している企業は合わせて 83.8%になり、劣位と判断している企業は 16.2%である。



業種では、優位と非常に優位と応えている企業は繊維が 54.5%であるのに対して、機械では 29.6%にしかならず、この差が何を意味するか不明であるが、両者の間にある 25%近くの開きは検討する余地がある。

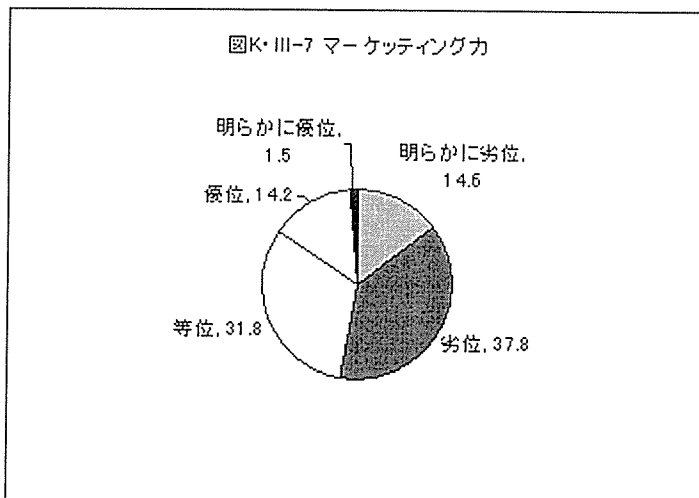
K・III-6 生産性の競争力水準(回答企業数 273 社)

等位が 41.8%、優位が 30.8%、劣位が 20.1%、非常に劣位と非常に優位が同じく 3.7%である。業種間では、繊維の方が生産での競争力において楽観的な印象を受ける。



K・III-3 マーケティング力
(回答企業数 267 社)

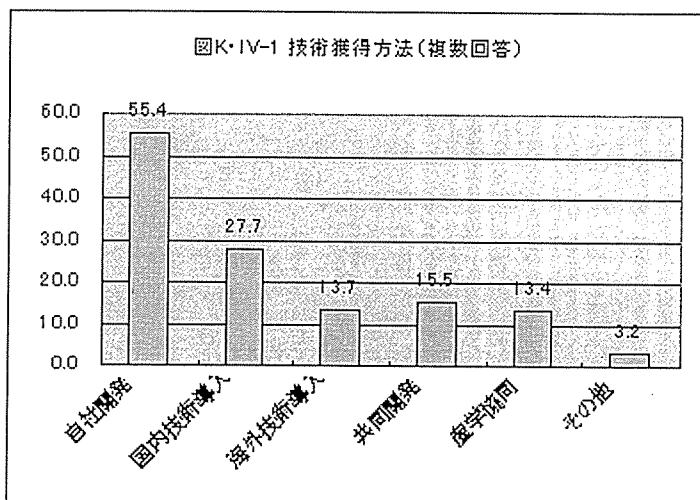
マーケティングでは劣位 37.8%、等位 31.8%、非常に劣位 14.6%、優位 14.2%、非常に優位 1.5%である。半分以上の経営者がこの領域では劣位と感じている。業種間でも殆ど認識は同じである。



IV 研究開発

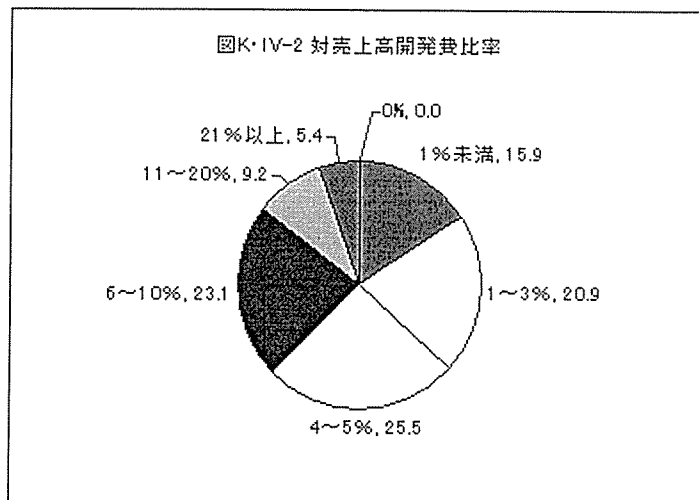
K・IV-1 技術獲得方法(回答企業数 343 社、442 社)

複数回答であるが、自社開発が 42.9%、国内技術導入 21.7%、共同開発 11.7%、海外技術導入 10.4%、産学協同 10.1%、その他 2.9%である。産学協同が 10%を超えている点、業種別では、機械が海外技術導入、共同研究、産学協同で繊維を上回っている点が注目される。



K・IV-2 対売上高開発費比率(回答企業数 171 社)

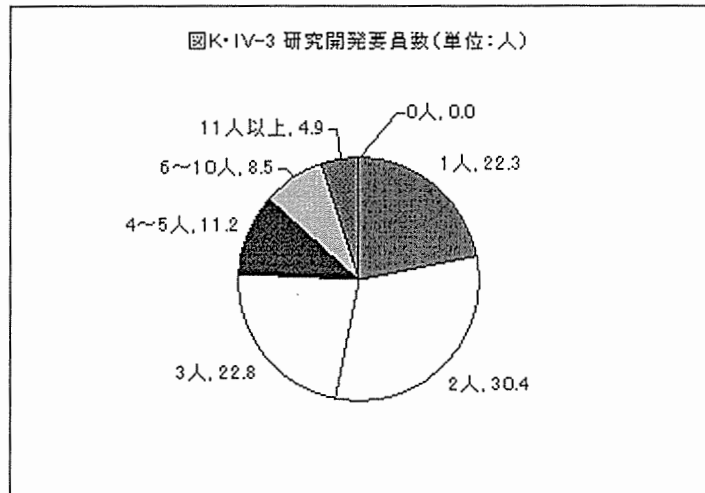
4~5%が 25.5%、6~10%が 23.1%、1~3%が 20.9%、1%以下が 15.9%、11~20%が 9.2%、20%以上が 5.4%である。5%以下が合わせて 62.3%に達する。11%以上を注ぎ込んでいる企業は合わせて 14.6%である。6%以上の



投資を行っている企業を見ると、繊維が 23.5%であるのに対して、機械は 37.7%で、15%ポイントほど繊維より高く、積極的であるといえる。しかし、この投資規模が優位な規模であるかどうかは、判断できない。

K・IV-3 開発要員数(回答企業数 224 社)

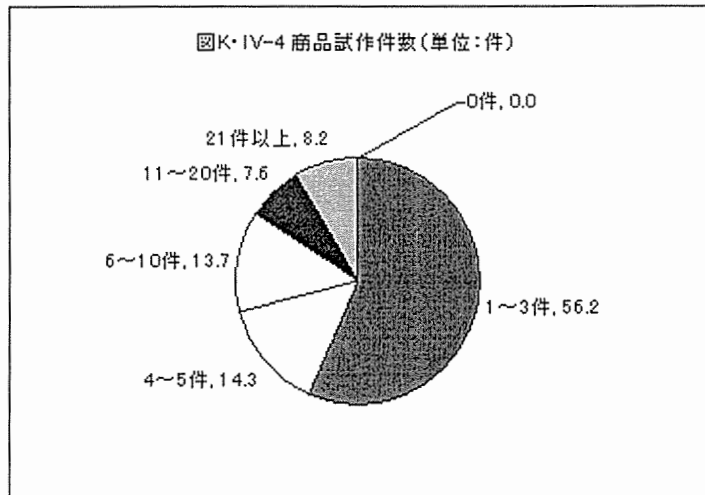
開発要員は、2 人抱えている企業が 30.4%で最も多く、次いで 3 人が 22.8%、4~5 人が 11.2%、1 人が 22.3%である。6~10 人が 8.5%、11~30 人が 4.9%である。半分を超える企業が 2~3 人の開発要員を抱えている。



前質問項目での傾向と同様に、業種では機械に積極性が認められる。

K・IV-4 商品試作件数(回答企業数 146 社)

1~3 件が 56.2%、4~5 件が 14.3%、6~10 件が 13.7%、11~20 件が 7.6%、21~200 件が 8.2%である。総じて、研究に関しては低調といえる。

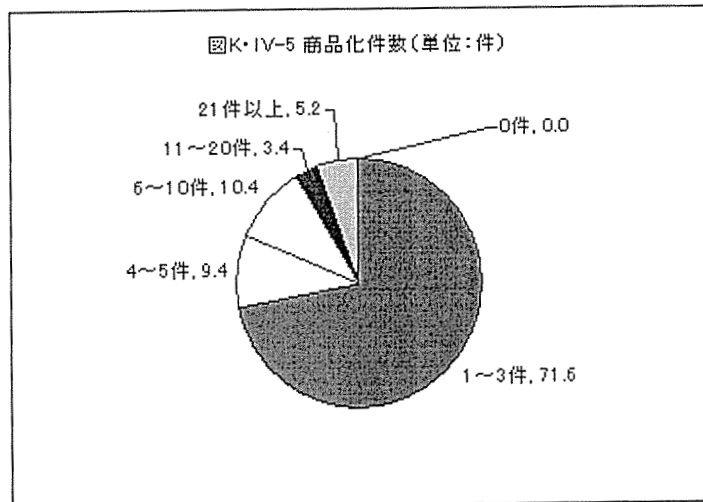


業種別では、繊維が 21 件以上で 14.7%あり、11 件以上では 23.5%となる。21 件以上の研究を行った機械のシェア

は 13.4%に過ぎず、繊維の方が、研究に積極的なように見える。しかし、これは研究案件に関する業種上の性格の違いから生まれている可能性を否定できない。

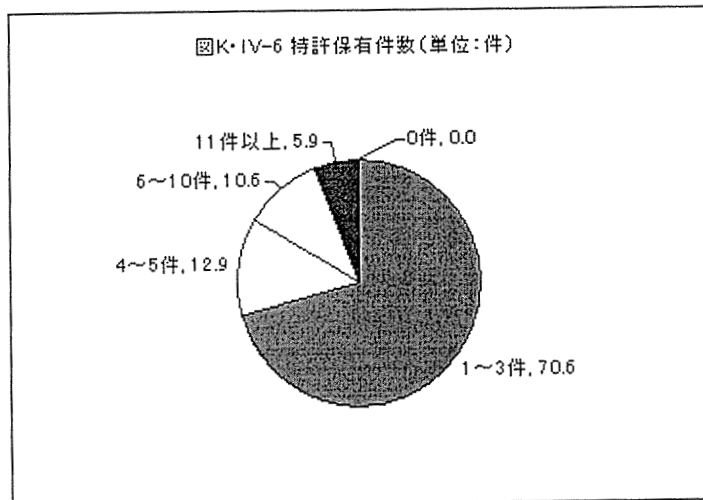
K・IV-5 商品化件数(回答企業数 116 社)

商品化件数は1～3件が71.6%、4～5件が12.4%、6～10件10.4%、11～20件3.4%、21～60件が5.2%である。回答企業の最高の商品化件数は60件であるが、低調であるとする前質問と同様の結果になっている。



K・IV-6 特許保有件数(回答企業数 85 社)

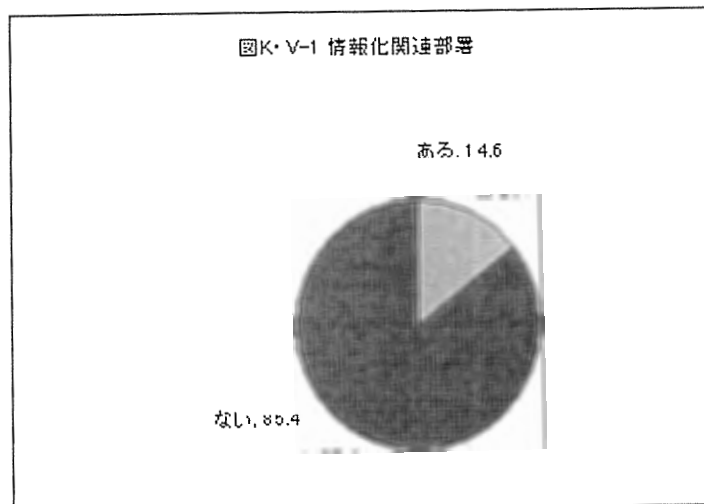
1～3件が70.6%、4～5件が12.9%、6～10件が10.6%、11～120件が5.9%である。回答率が低く、しかも数件の特許をとっている企業が圧倒的であって、自社技術の弱さが確認される。業種別では、若干、機械が多い傾向が見られる。



V 情報化への対応

K・V-1 関連部署の設置(回答企業数 390 社)

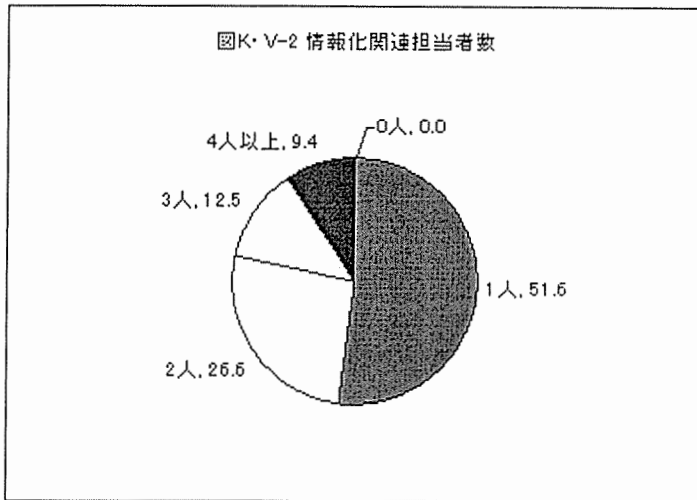
情報化関連部署を設置していない企業が85.4%、ある企業は14.6%である。業種別では、繊維では関連部署を持たない企業が90%を超えている。しかし、中小企業が情報化で特別な部門を持たないのは、当



然であるかも知れない。むしろ、情報化に対処しようとしているかを見ることの方が重要であるかもしれない。

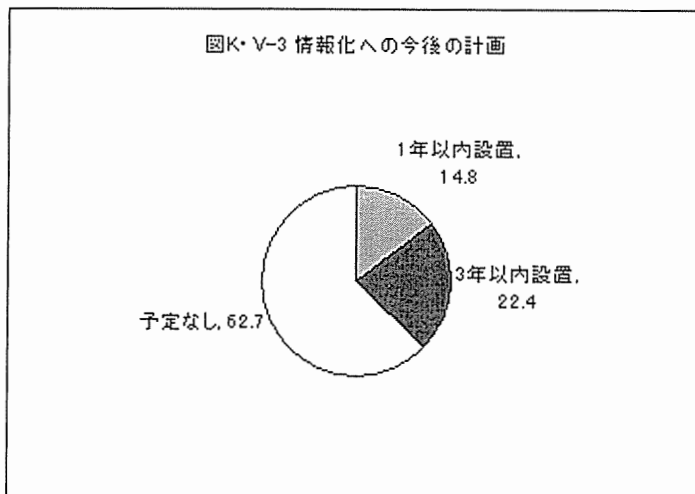
K・V-2 担当者数(回答企業数 128 社)

情報化関連の担当者をおいている企業は、1人が51.6%、次いで2人26.6%、3人が12.5%、4人以上が9.4%である。最も多いのは24人であるが、全体として低調である。業種別では、機械の方が若干積極的といえるだろう。



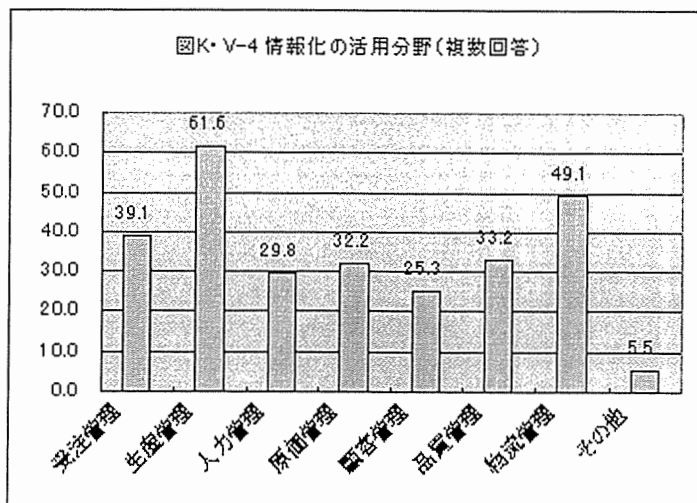
K・V-3 情報化担当部署の設置に関する今後の計画

情報化担当部署を設けていない企業333社のうちの289社の回答では、計画無しが62.7%、3年以内設置が22.4%、1年以内設置が14.8%である。業種別では、機械の方が僅かに積極的である。



K・V-4 情報化の活用分野(回答企業数 289 社、回答件数 797 件)

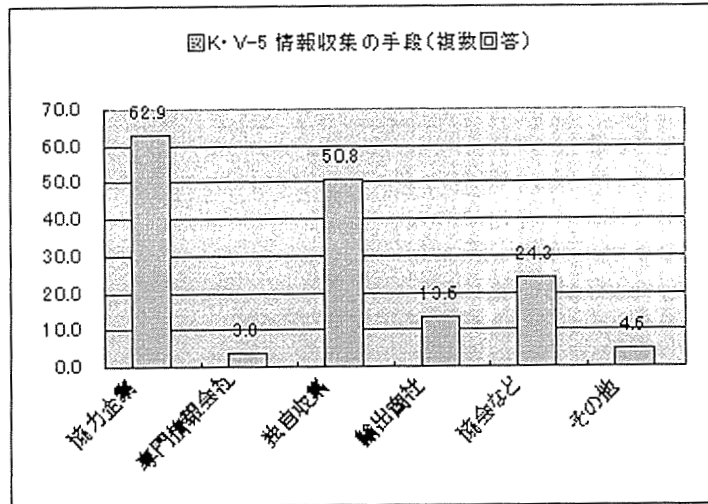
情報化の活用分野としては、生産管理22.3%、物流管理17.8%、受注管理14.2%、品質管理11.9%、原価管理11.6%、労働者管理10.8%、顧客管理9.0%、その他2.0%である。活用方法では、産業間の差は無い。



K・V-5 情報収集の手段(回答企業数 345 企業、回答件数 552 件)

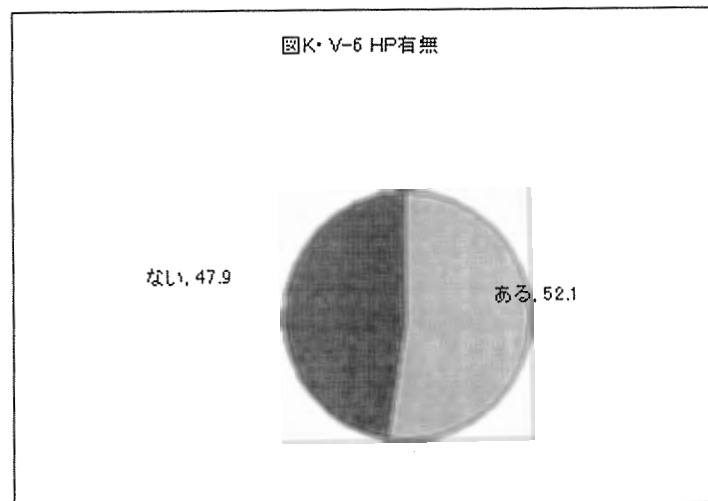
情報収集の手段では、協力企業からが 39.3%、独自収集 31.7%、協会など 15.2%、輸出商社からが 8.5%、専門情報会社から 2.3%、その他が 2.8%である。

協力企業と独自収集が主要な情報収集手段になっている。業種別での変化は殆ど無いが、繊維が輸出商社からが 13.8%であるのに対して、機械のその数値は 5.7%で半分以下のシェアになっている。繊維という業種の性格の差が、この変化を生んだものと思われる。



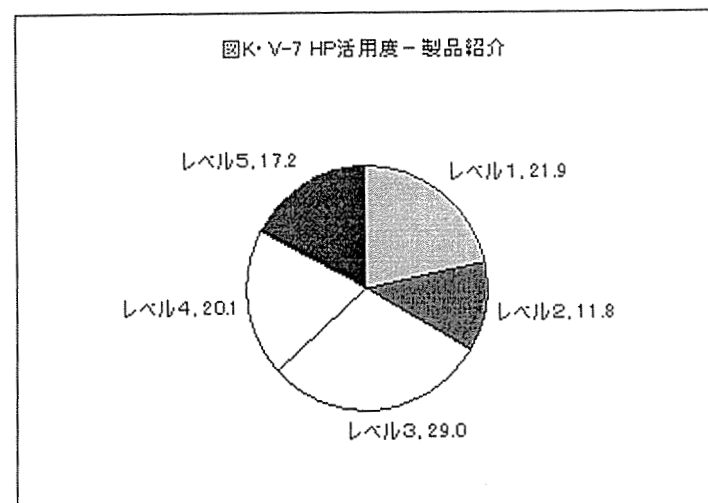
K・V-6 ホームページ(HP)の有無(回答企業数 355 社)

ホームページのある企業は 52.1%、無い企業が 47.9%である。半分の企業がホームページを持っている。業種別では、持っていない企業は繊維が 56.5%であるのに対して、機械は 44.1%であり、機械の方が積極的である。



K・V-7 HPの活用度: 製品紹介(回答企業数 169 社)

商品紹介に関してホームページの活用を積極的に行っていると判断されているレベル 4 とレベル 5 の割合は、レベル 4 が 20.1%、レベル 5 が

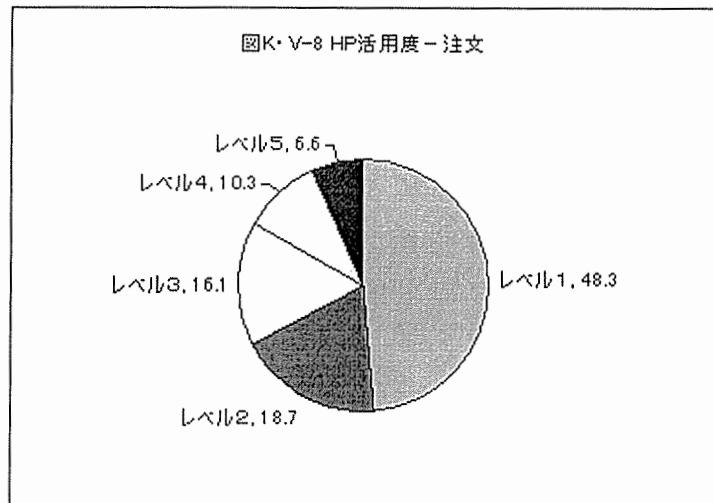


17.2%で、合わせて 27.3%、約 4 分の 1 の企業が積極的に利用していると判断している。レベル 3 の普通と判断している企業は 29.0%である。利用度が劣っているとみているレベル 1 は 21.9%、レベル 2 は 11.8%であり、合わせて 33.7%、丁度 3 分の 1 が、あまり HP を利用していないと見ていることになる。

業種別では、繊維で積極的に利用しているという企業が若干多いといえるだろう。

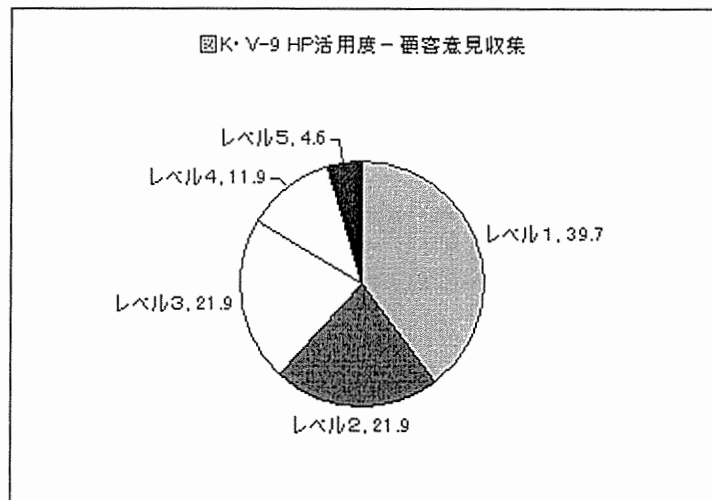
K・V-8 HP 活用度：注文
(回答企業数 197 社)

注文に関する HP 活用度は、レベル 1 が 48.3%、レベル 2 が 18.7%、レベル 3 が 16.1%、レベル 4 が 10.3%、レベル 5 が 6.6%であり、この領域での利用は進んでいない。業種別でも、ほぼ同様である。



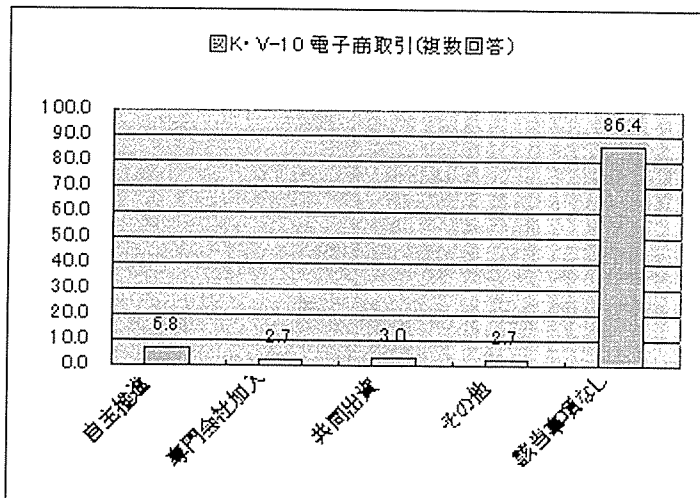
K.V-9 HP 活用度：顧客からの意見収集(回答企業数 190 社)

顧客からの意見の収集での活用度では、レベル 1 が 39.7%、レベル 2 が 21.9%、レベル 3 が 21.9%、レベル 4 が 11.9%、レベル 5 が 4.6%である。十分に活用していると感じている企業はごく僅かしかない。業種別でも同様である。



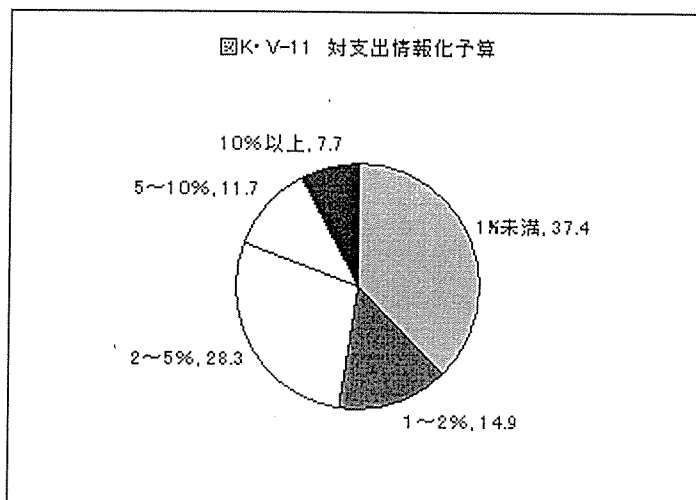
K・V-10 電子商取引(回答企業数 264 社、回答件数 267 件)

電子商取引についての質問では、該当事項は無いというものが 85.3%、自主推進 6.7%、専門会社加入 2.6%、共同出資 2.9%、その他 2.2%である。殆ど行われていない。



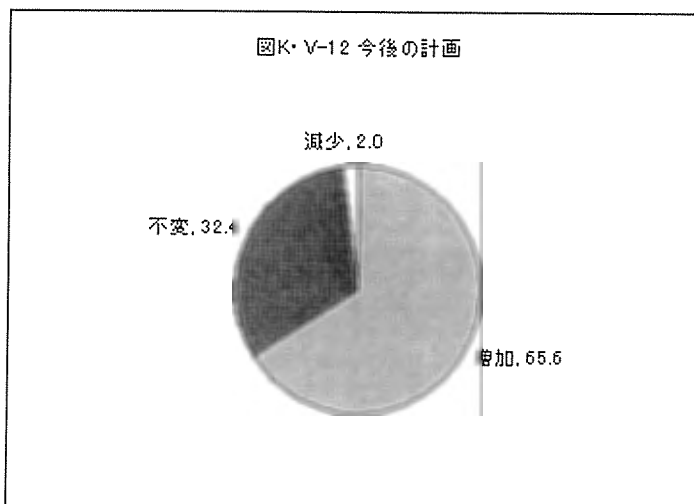
K・V-11 情報化の予算
(国際回答数 155 社)

情報化支出の対支出シェアは、1%未満が 37.4%、2~5%が 28.3%、1~2%が 14.9%、5~10%が 11.7%である。10%以上は、7.7%となっている。現状では、情報化に対して特別の予算を組んでいない。業種によってもこの現状は変わらない。



V-12 今後の計画(回答数 259 社)

今後増加させるとする企業シェアは 65.6%、変わらないが 32.4%、減少は 2.0%である。今後の積極化が窺われる。業種別では、若干の積極性が機械において、認められる。



第2章 台湾の中小企業アンケート調査

第1節 中小企業の定義と統計的概要

台湾は、1967年に初めて中小企業の定義を行った。その定義によれば、製造業・建設業・鉱工業は、500万台湾ドル以下の資本金、あるいは常勤従業員100人以下の企業、商業・運輸サービス業では年間500万台湾ドル以下の営業収入を上げる企業であった。その後、73年、77年、79年、82年、91年、95年と修正が加えられ、現在では2000年5月に定められた定義によっている。製造業では、払込資本金8000万台湾ドル未満、または常勤従業員200人未満の企業、商業・運輸サービス業では前年の営業収益が1億台湾ドル未満、または常勤従業員50人以下の企業である。

台湾の中小企業白書によれば、2001年の台湾の事業体数は109万8185社、うち上記の定義に入る中小企業数は107万8162社、企業体総数の98.2%を占めている。製造業では14万1287社のうち、中小企業が13万7551社、全体の97.4%を占める。従業員数では総労働者数938万3000人のうちの258万7000人、27.6%が製造業で働き、製造業の中小企業で働く労働者数は206万7000人、製造業労働者に占めるシェアは79.9%である。業種別では、製造業が最大の雇用先である。賃金労働者は、台湾全体で672万7000人であるが、そのうちの463万6000人、68.9%が中小企業で働いている。製造業での賃金労働者数は、228万4000人で、このうちの176万5000人、77.3%が中小企業の従業者である。

台湾経済において、大きな比重を占める製造業であり、またその圧倒的部分を得占めるのが中小企業である。

第2節 台湾の中小企業アンケート調査

台湾での中小企業アンケート調査は、2002年9～10月にかけて、台湾中華経済研究院蘇顯揚研究員との共同研究として実施した。調査対象業種は電機(電気・電子)と機械に絞った。送付先の選定では『台湾機械製造ファクトリ名簿2002—2003年版』と『台湾区電気電子工業同業会名簿2001—2002年版』を用い、そこから2500社をアットランダムに選別し、アンケート票を郵送した。アンケートの回収は105社(回収率4.2%)である。調査は、一部に修正を加えたが、基本的に韓国・大邱での調査と同様の項目を用いて行った。

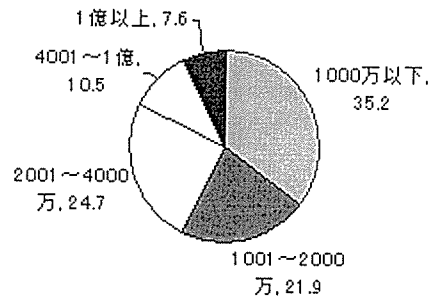
(1) アンケート企業調査概観

I 会社概況

T・I-1 資本規模(回答企業数 105 社)

資本金は、1000 万台湾ドル以下が 35.2%、次いで多いのが 2001 万～4000 万台湾ドル 24.7%、1001 万～2000 万台湾ドル 21.9%で、以上の 4000 万ドル以下で全体の 81.8%に達している。その他は、4001～6000 万台湾ドルが 5.7%、6001～8000 万台湾ドルが 2.8%、8001～1 億台湾ドルが 1.9%、1 億ドル以上が 7.6%である。

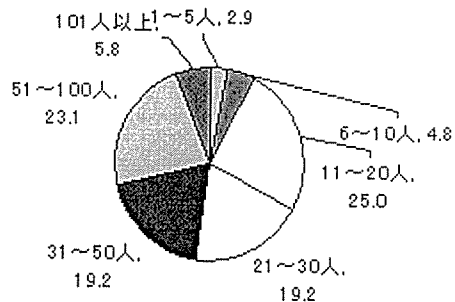
図 T・I-1 資本規模の構成 (単位: 台湾ドル)



T・I-2 従業員数(回答企業数 104 社)

従業員数では、1～5 人 2.9%、6～10 人 4.8%、11～20 人 25.0%、したがって 20 人以下が 32.6%、21 人～40 人 29.8%、41～60 人 12.5%、61～80 人 12.5%、81～100 人 6.7%、1001 人以上が 5.7%である。中小企業が小企業に集中していることが確認される。

図 T・I-2 従業員数 (単位: 人)



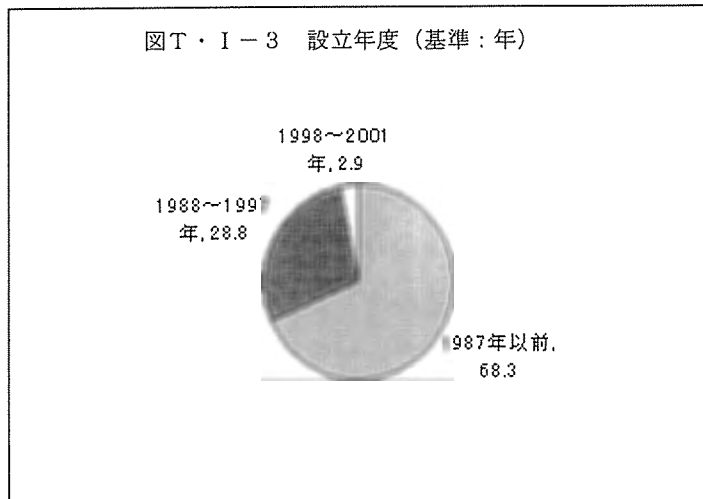
T・I-3 設立年度(回答企業数 104 社)

設立年度は、1987 年以前が 68.3%、88 年からアジアで通貨危機が起った 97 年までが 28.8%である。80 年代後半以前が 3 分の 2 を越えている。

ちなみに、これを 10 年間隔で見ると、以下のようになる。民国 60 年(1971 年)前が 10.5%、60 年代(1971~80 年)が 33.6%、70 年代(81~90 年)が 31.7%、80 年代以降(1991~)が 24.0%である。

1980 年代以降の設立企業が 55%をしめており、特に 91 年以降の企業が 24%である一方、1971 年前の設立企業が 10%しかないことは、台湾中小企業の変動が極めて大きいことを示している。実際、台湾中小企業白書によれば、台湾は新規設立企業数と閉鎖企業数を比べると、設立企業数が閉鎖企業数を上回っている。

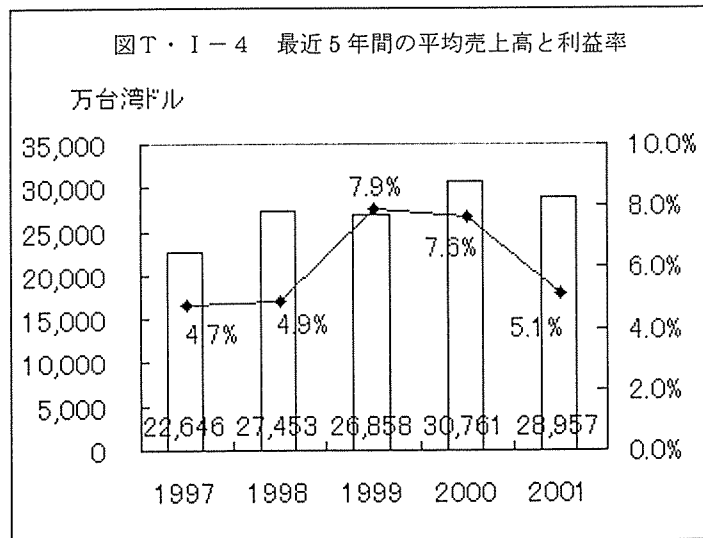
図 T・I-3 設立年度 (基準：年)



T・I-4 最近 5 年間の平均売上高と利益率(台湾ドル)

図 I-4 は、売上高と利益額の回答社数が異なり、さらに年によっても回答社数が異なっており、利益額を売上高で割れば、単純に利益率を算出できる訳ではないが、凡その傾向はわかるだろう。1997 年の平均売上高は 226 億 4600 万台湾ドル、利益額は 10 億 6900 万台湾ドルであり、利益率は 4.7%であった。2001 年の売上高は 289 億 5700 万台湾ドル、利益額は 14 億 7700 万台湾ドルとなり、利益率は 5.1%であった。この間、99 年と 2000 年の利益率は 7%台を維持していた。

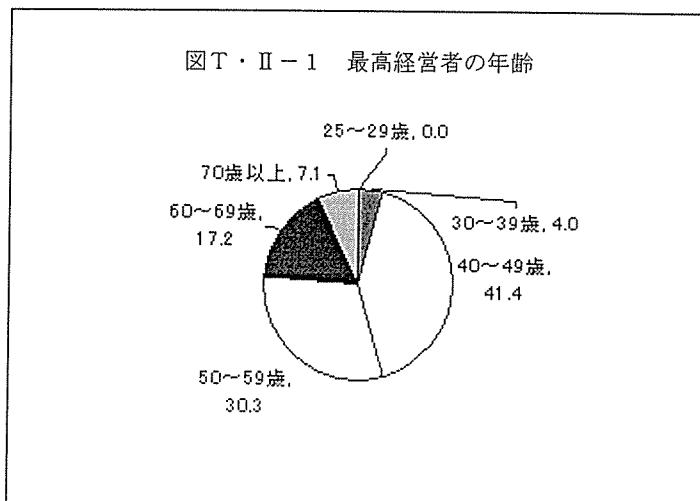
図 T・I-4 最近 5 年間の平均売上高と利益率



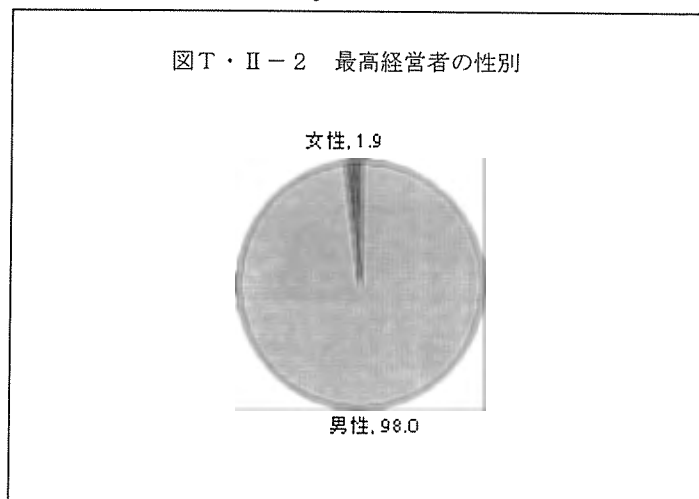
II 最高経営者に関する内容

T・II-1 年齢(回答企業数 99 社)

最高経営者の年齢は、40歳代が41.4%、50歳代が30.3%で、両年代を合わせると71.7%となる。その他、60歳代が17.1%、70歳代が5%、30歳代が4%などである。30歳代が少ないことは中小企業の設立の難しさや、後に見るように大学レベルの教育を受けているものが多いことが反映している可能性がある。

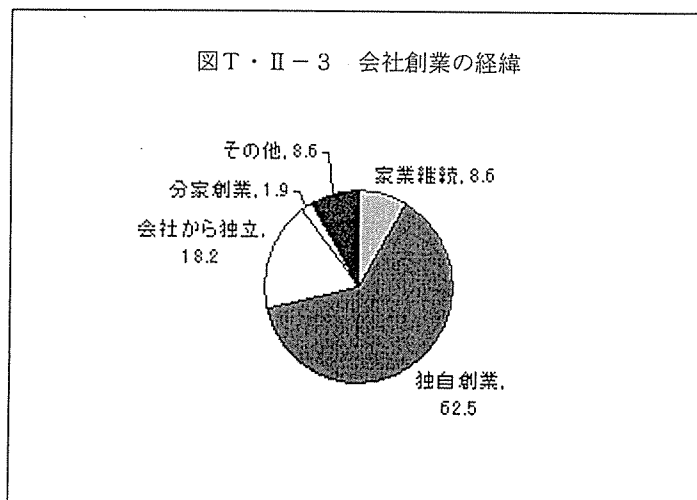


T・II-2 性別(回答企業数 105 社) 性別では、98.0%が男性であり、女性の経営者はほんの僅かである。



T・II-3 会社設立の経緯(回答企業数 104 社)

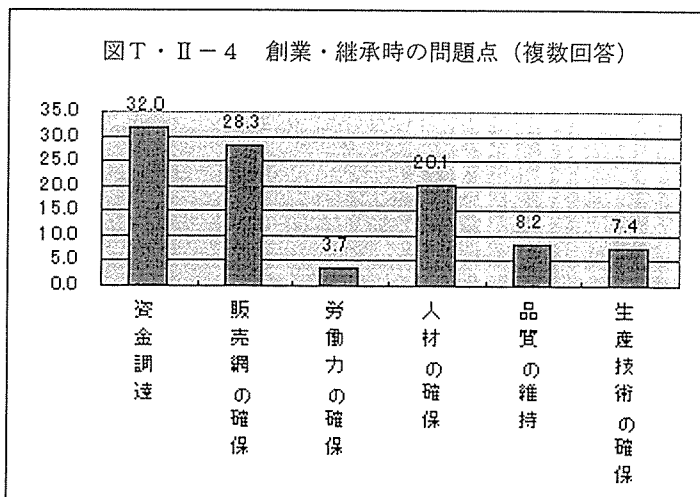
会社設立は、独自創業が62.5%、従業員からの創業が18.2%、家業継承が8.6%、分家創業(家族や兄弟が会社を分ける)1.9%などである。独自創業が3分の2、他企業勤務の後の創業が2割弱である。独自創業が中心であることが確認できる。



T・II-4 創業・継承時の問題点(回答企業数 104 社:複数回答計 134 件)

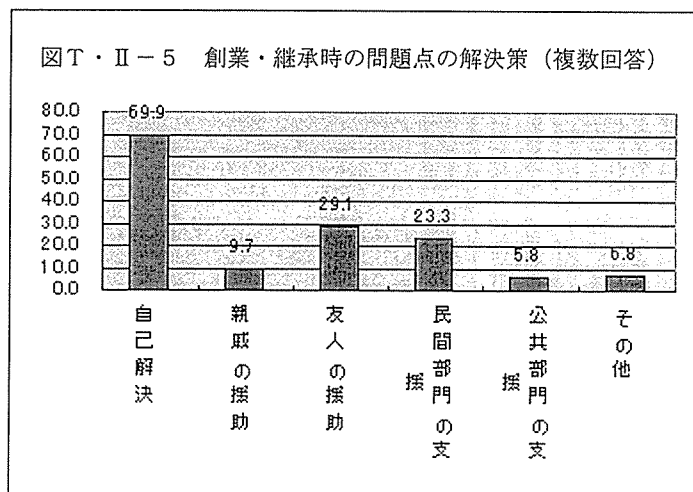
資金調達が 32.0%、販売網の確保 28.3%、人材の確保 20.1%が創業時に直面した課題であった。その他にも品質の維持 8.2%、生産技術の確保 7.4%である。労働力の確保が 3.7%と低いことが注目されるが、小規模で家族的に操業することが多いと思われる

台湾の企業にとって、まずは労働者の確保で無く、人材の不足が問題になっていると解釈するのが、妥当だろう。



T・II-5 問題点の解決策(回答企業数 103 社:複数回答計 149 件)

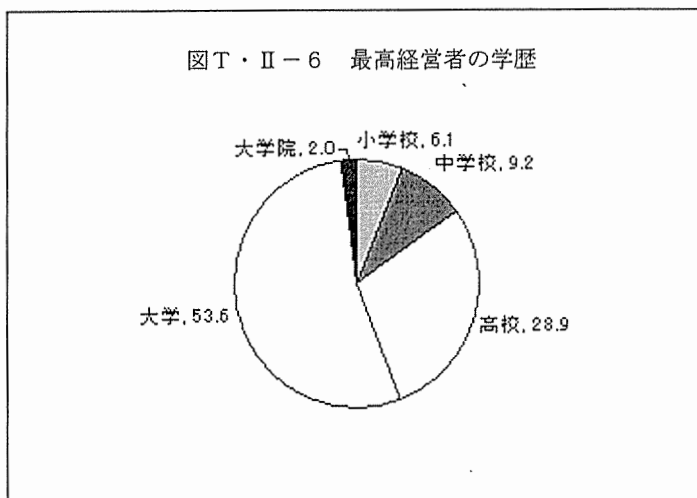
創業時に直面した問題点への対応は、69.9%の企業が自己解決を上げている。その他は、29.1%が友人からの援助、23.3%が民間部門からの支援であり、これらが主要な対処法である。親戚の援助は 6.7%でそれほど大きくない。公共部門の支援は 4.0%で頼られていない。



T・II-6 最高経営者の学歴
(回答企業数 97 社)

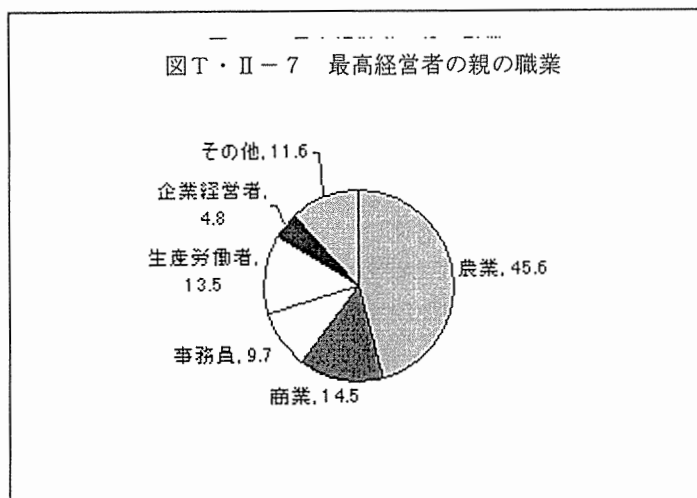
図 II-6 は、経営者の学歴構成を示すものである。台湾の教育制度は日本や韓国のそれと異なり、中学(修業年限 3 年)卒業後の進路には、高校だけでなく職業学校(同 3 年間)や専門学校(同 2 年又は 5 年)があり注意を要するが、職業学校はほぼ高校程度、専門学校は大学程度とみなしうるので、その様に分類して構成を確認すると、最も多いのは大卒レベルの 53.6%となる。次いで高校卒レベルが 28.9%である。その他、中学が 9.2%、大学院が 2%である。但し、大学に分類したうちの 27.8%が専門学校卒であり、高校も 22.6%が職業学校卒である。高卒レベルでも一般的に職業学校への進学が普通である。高校が大学進学を前提する教育機関であるためである。

いずれにせよ、台湾中小企業の創業者は、半分を超える大卒レベルの経営者によって担われている。



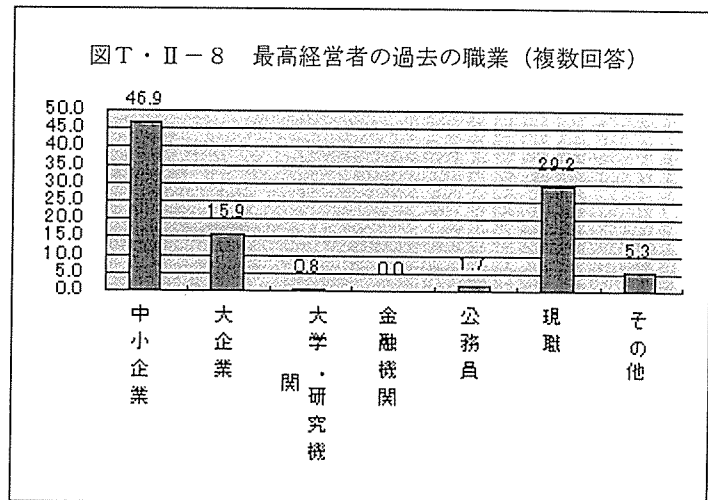
T・II-7 最高経営者の親の職業
(回答企業数 103 社)

最高経営者の親の職業を見ると、農業が 45.6%、商業が 14.5%、生産労働者 13.5%、事務員 9.7%などである。農家出身者が多い点、商業と生産労働者がほぼ同じ比率になっている点が注目されるだろう。



T・II-8 最高経営者の前の職業(回答企業数 104 社:複数回答計 113 件)

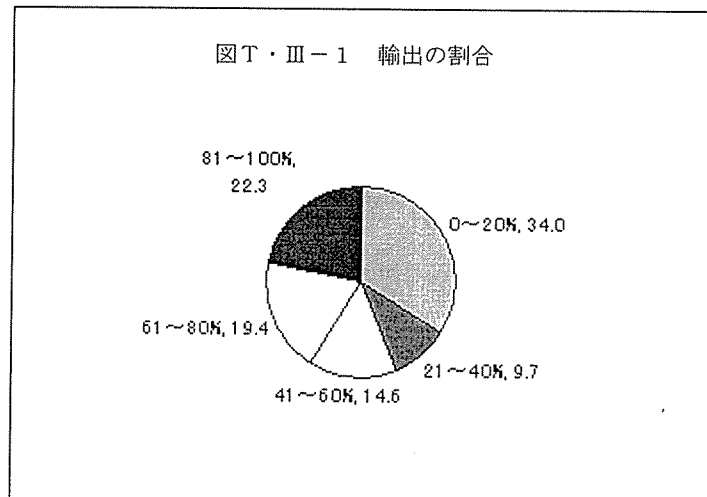
他の中小企業で働いた経験をもっている経営者が 46.9%、次いで現職が 29.2%、大企業勤務経験者が 15.8%である。その他、大学・研究機関、公務員などの経験者もいるがその割合は極めて低くなっている。



III 国際化・グローバル化への対応

T・III-1 輸出の割合(回答企業数 103 社)

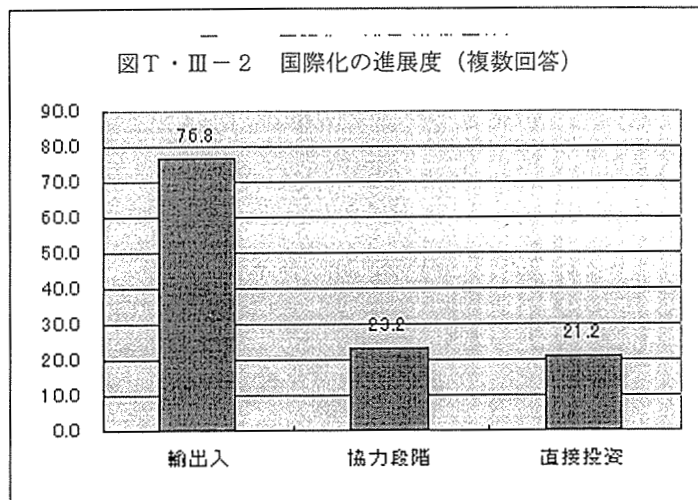
製品の 20%以下を輸出する中小企業が最も多く 34.0%であるが、次いで 81~100%が 22.3%、61~80%が 19.4%、41~60%が 14.6%である。輸出ゼロの企業が多いが、60%以上を輸出している企業が 41.7%に達し、台湾企業の輸出志向性の高さが確認される。



T・III-2 国際化の進展度
(回答企業数 99 社：複数回答
計 120 件)

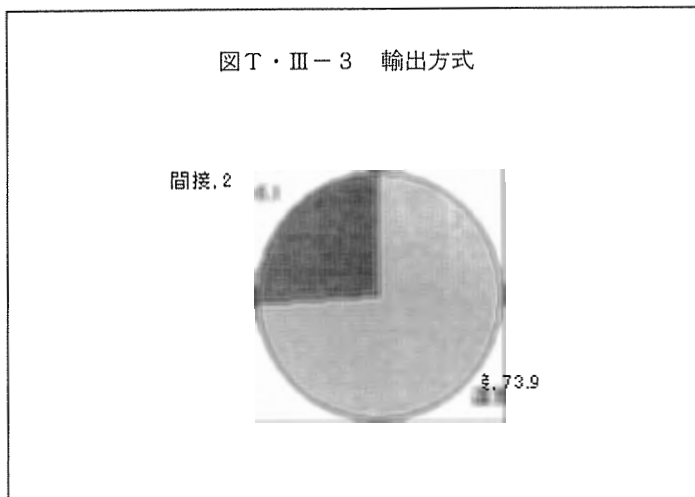
国際化の進展を、先ず輸出入段階から始まり、続いて外国企業との協力関係を持ち、直接投資に向かうという発展仮説の下で、中小企業がどのような段階にあるかを見てみると、輸出が 76.8%、外国企業との協力関係を持つ企業が 23.2%、直接投資 21.2%とな

っている。中小企業でも 4 分の 3 の企業が輸出を行っており、また、5 分の 1 の企業は直接投資を行っており、中小企業の対外志向の強さを確認できるといえるだろう。



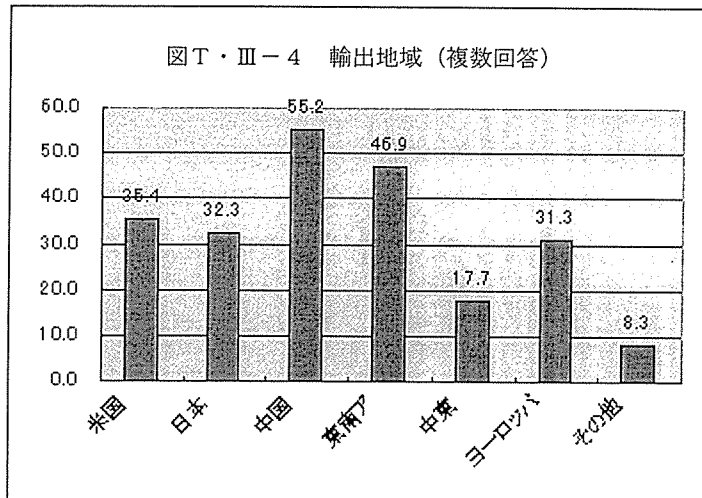
T・III-3 輸出方式(回答企業数 88 社)

輸出方式については、直接輸出 64.2%、間接輸出 22.7%である。輸出しない企業が 12.8%あるが、台湾の中小企業が自らの力で輸出を行っている企業が約 3 分の 2 に達するという事実は、注目に値しよう。



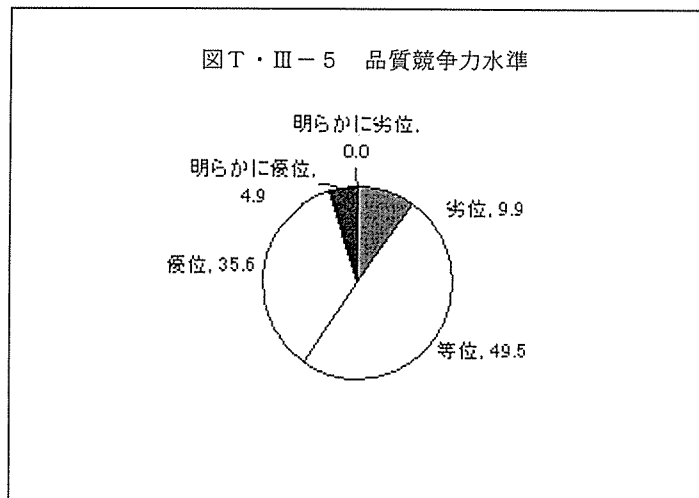
T・III-4 輸出地域(回答企業数 96 社：複数回答計 184 件)

地域別輸出構成を見ると、中国(大陸)が 55.2%、続いて東南アジアが 46.9%、アメリカ 35.4%、日本 32.3%、ヨーロッパ 31.37%、中東 17.7% である。中国、東南アジア、先進経済地域の 3 つ地域が主要な輸出先になっているが、特に中国への依存が確認できる。



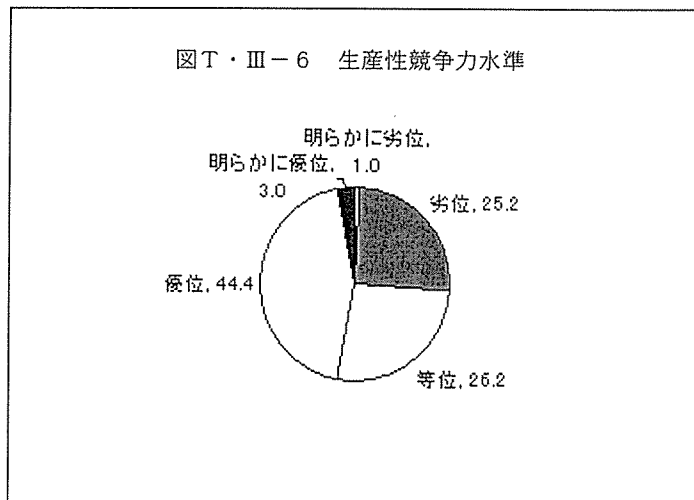
T・III-5 品質競争力水準 (回答企業数 101 社)

最高経営者に市場での品質競争力水準を尋ねた回答では、等位が 49.5%、優位が 35.6%、劣位が 9.9%、明らかな優位 4.9% となっている。優位と明らかな優位を合わせると 40.5% となり、競争力には自信を示している。



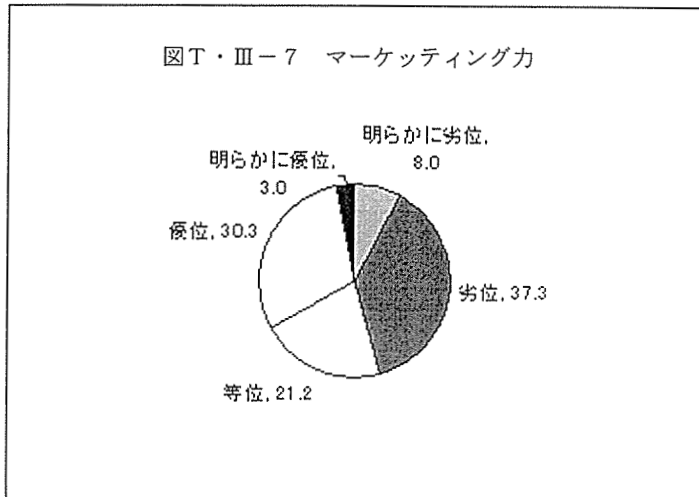
T・III-6 生産性の競争力水準(回答企業数 99 社)

生産性での競争力水準は、優位が 44.4%、同等が 26.2%、明らかな優位が 3.0% であり、その合計は 73.6% となる。劣位と明らかな劣位の合計は 26.2% である。約 4 分の 3 の企業が生産性において問題ないと答え、4 分の 1 の企業は競争力に不安をもっている。



T・III-7 マーケティング力(回答企業数 99 社)

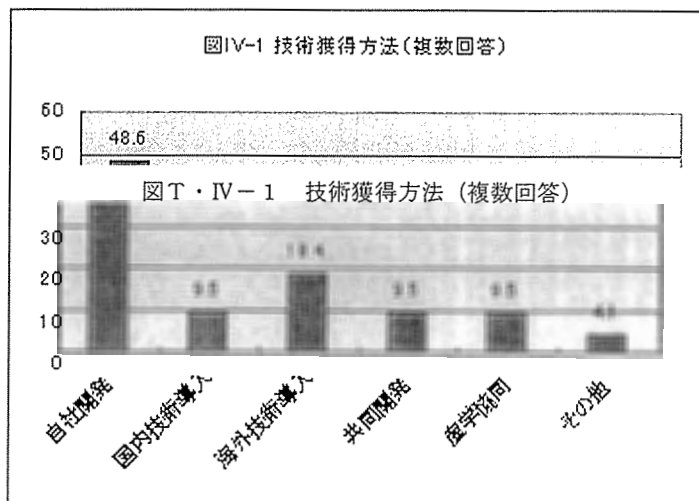
マーケティングに関しては、劣位、明らかな劣位とこたえた企業が 37.3%と 8.0%あり、その合計は 45.3%に達する。他方、同等と答えた企業が 21.2%、優位と答えた企業が 30.3%、明らかな優位が 3.0%である。生産性において示す自信はマーケティング力では失われている。



IV 研究開発

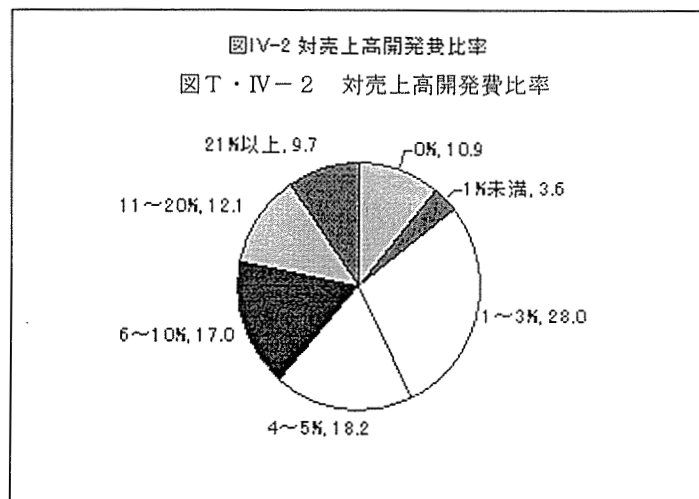
T・IV-1 技術獲得方法(回答企業数 101 社：複数回答計 146 件)

技術獲得方法は、自社開発が 48.6%、海外からの技術導入 18.4%が主要な 2つのルートである。その他は、国内企業からの技術導入、国内企業との共同開発、産学協同開発を行っている。



T・IV-2 対売上高開発費比率(回答企業数 82 社)

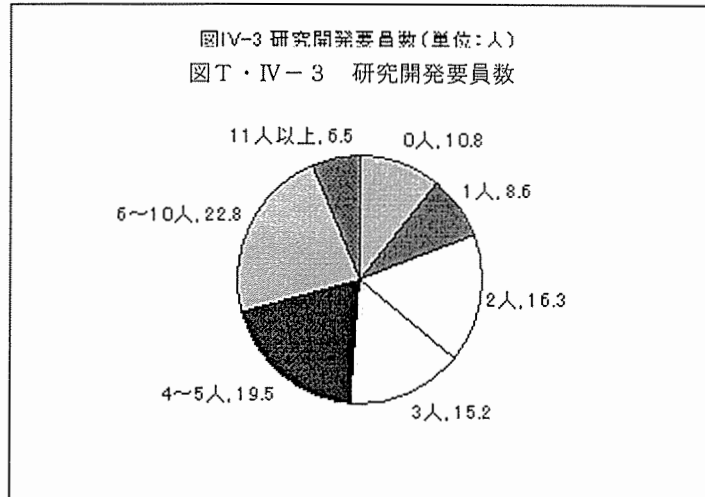
過去 3 年間の対売上高研究開発費支出シェアを見ると、50%の企業が 5.0%以下の支出しかしていない。6~10%が 17.0%、無しが 10.9%である。11%以上の支出をしている企業は 11~20%の 12.1%と 21%以上の 9.7%であり、



研究開発を重視する企業を 11%以上の企業とすれば、その割合は約 20%となる。

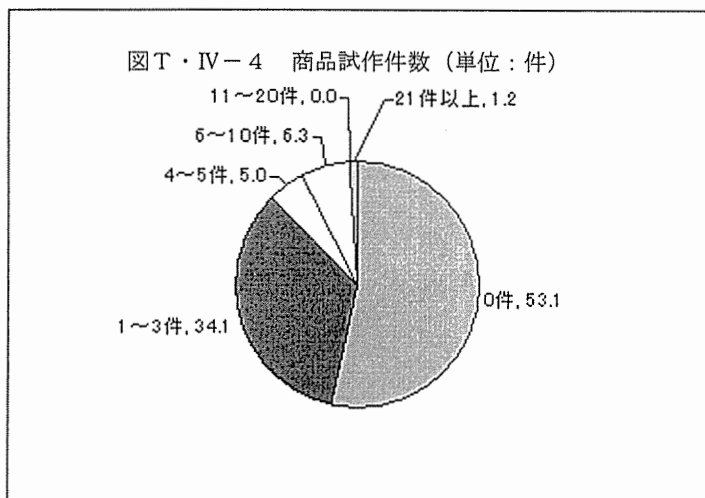
T・IV-3 研究開発要員数
(回答企業数 92 社)

研究開発要員数は、5 人以下が 59.7%、6～10 人が 22.8%、11 人以上が 6.5%である。ゼロの企業は、10.8%である。6 人以上の開発要員を抱える企業を積極的な企業とすれば、そうした企業は約 30%となる。



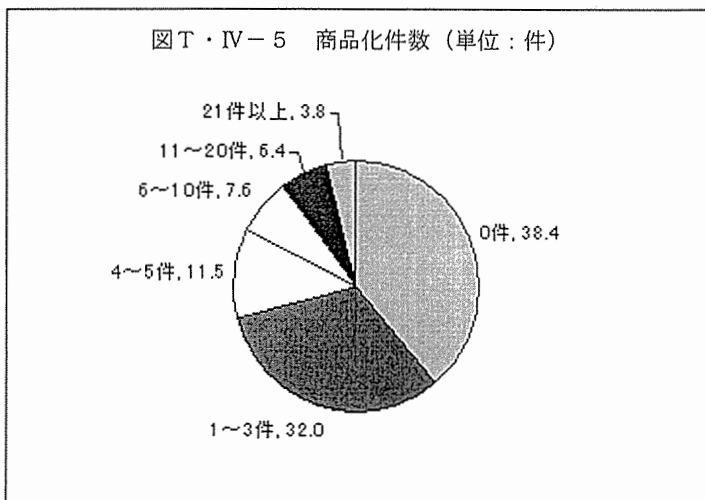
T・IV-4 商品試作件数(回答企業数 79 社)

試験段階にある研究開発件数を商品試作件数とすると、無しが 53.1%、5 件以下が 39.1%で、6 件以上は 7.5%である。調査対象企業のほとんどが、アンケート調査時に試作をしていないことになる。



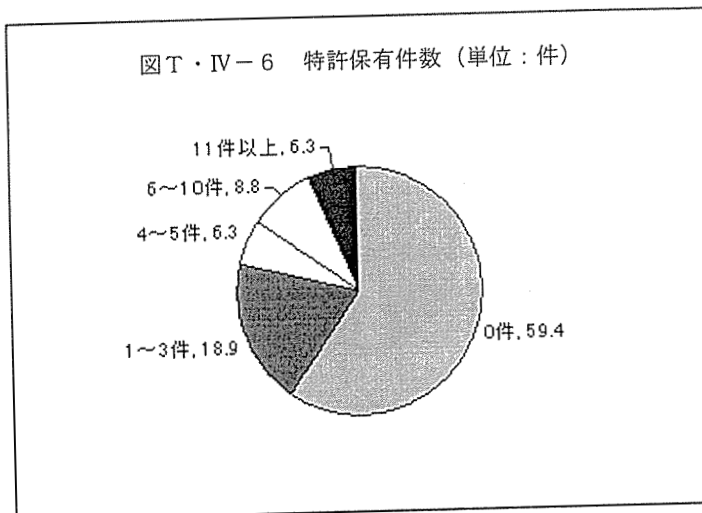
T・IV-5 商品化件数(回答企業数 78 社)

過去の商品化件数を尋ねた回答は、5 件以下が 43.5%であり、6 件以上は 17.9%である。ゼロの企業が 38.4%である。



T・IV-6 特許保有件数(回答企業数 79 社)

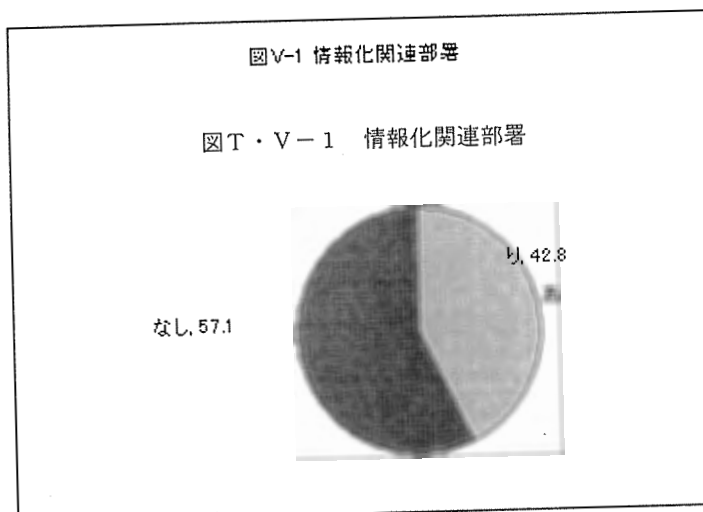
特許保有件数は、59.4%がゼロであり、特許を持つ企業も5件以下が25.3%、6件以上が15.1%である。特許を持つ企業は全体の4割であるが、その件数はかなり小さいといえるだろう。



V 情報化への対応

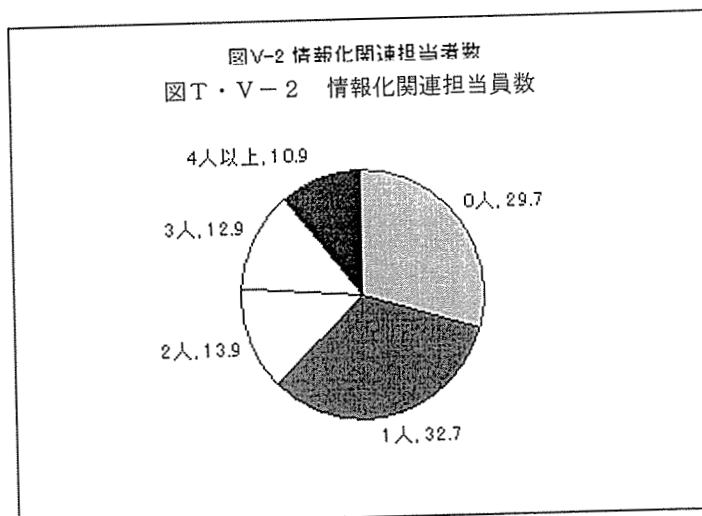
T・V-1 情報化関連部署(回答企業数 105 社)

情報推進部門を設置している企業の割合は42.8%であり、57.1%の企業が情報化部門を持たない企業である。



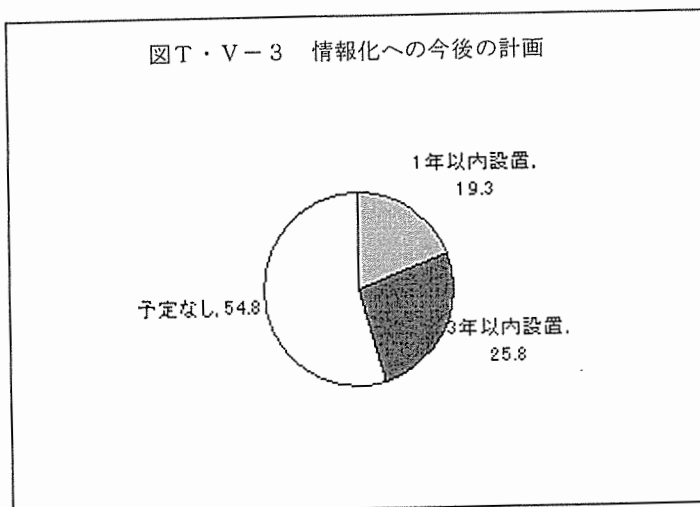
T・V-2 情報推進関連担当者数(回答企業数 101 社)

情報化に関わる担当者数を尋ねた調査では、5人以下が最も多く全体の66.3%、無しが29.7%である。6人以上の担当者のいる企業は3.9%に過ぎない。情報化に対しては、個人的に対応し制度的な対応をしていないといえる。



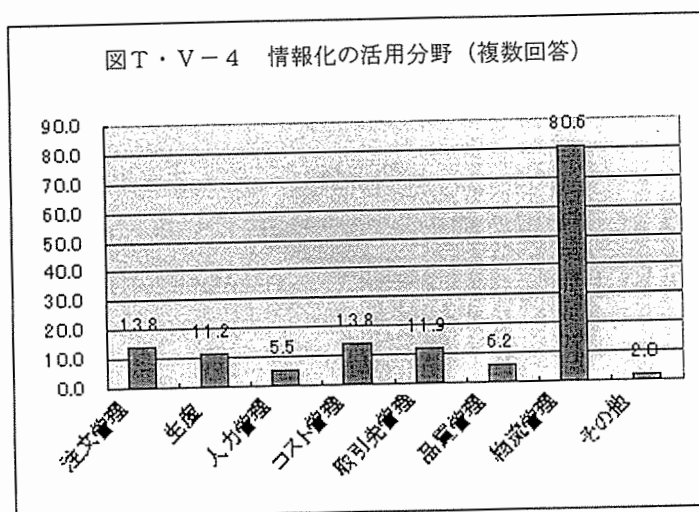
T・V-3 情報化部署の設置に関する今後の計画(回答企業数 62 社)

情報部門を今後設置するか否かを尋ねた回答は、予定無しが 54.8%、1 年以内設置が 19.3%、3 年以内設置が 25.8%である。情報化への関心はそれほど強くないといえるだろう。



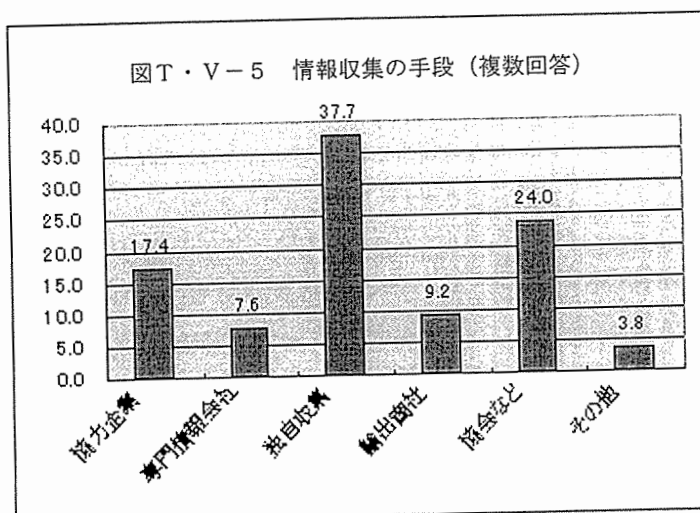
T・V-4 情報化の活用分野(回答企業数 98 社：複数回答計 434 件)

情報化を活用する分野と考えられている分野は大きなばらつきがあるが、最も重視されている分野は物流管理 80.6%、注文管理 13.8%、コスト管理 13.8%などである。



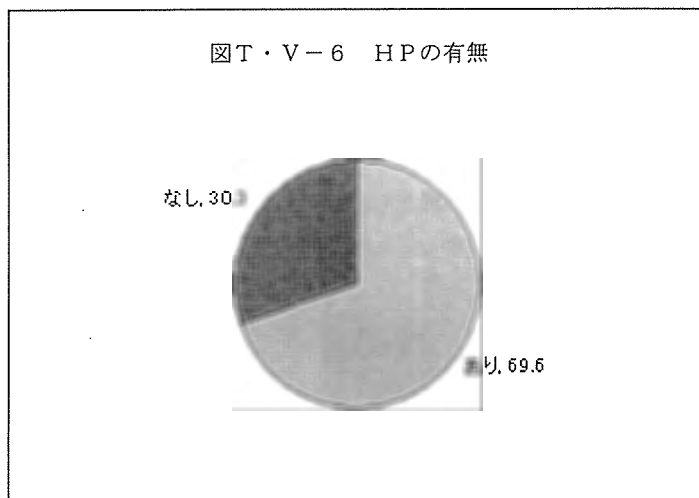
T・V-5 情報収集の手段(回答企業数 101 社：複数回答 183 件)

情報収集の手段としては、独自収集が最も多く 37.7%、続いて業界団体からの 24.0%、協力企業からの 17.4%である。そのほかには、商社からの 9.2%、専門情報会社からの 7.6%が続いている。



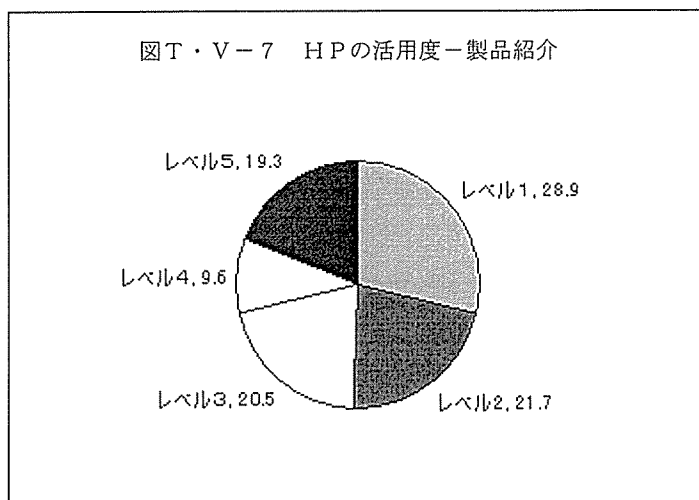
T・V-6 HP の設置(回答企業数 102 社)

自社の HP(ホームページ)を作っている企業は 69.6%あり、持たない企業は 30.3%である。3 分の 2 の企業が HP を持っている。



T・V-7 HP の活用度：製品紹介(回答企業数 83 社)

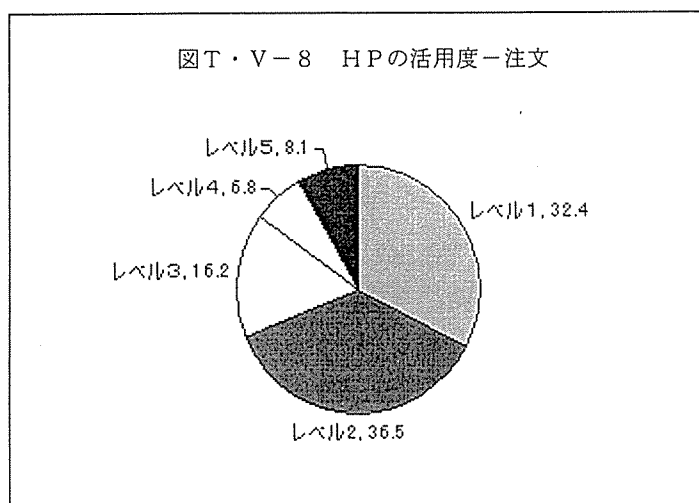
自社の製品紹介に HP を使っている活用度を 5 段階に分けると、使っていない企業が 6.7%あるが、最も初歩的な段階であるとするレベル 1 の回答が 28.9%、ある程度使っていると見るレベル 2 が 21.7%、あまり利用していないとする企業シェアが 47.1%になる。



まあまあ使っていると見るレベル 3 が 20.5%で、かなり使っていると見るレベル 4 が 9.6%、十分に使っていると見ている企業が 19.3%で、レベル 3~5 の合計は合わせて 49.4%である。

T・V-8 HP の活用度：注文(回答企業数 74 社)

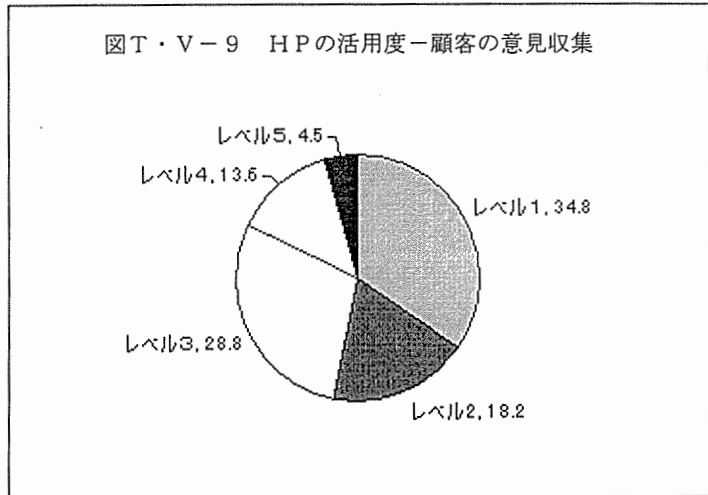
HP の注文に関する活用度を見ると、レベル 2 が最も多く 36.5%、レベル 1 が 32.4%で、68.9%の企業が十分に使っていないとしている。まあまあ使っていると見るレベル 3 以上をみると、レベル 3 が



16.2%、レベル 4 が 6.8%、レベル 5 が 8.1% で、31.1% の企業が使っていると見ているものの、十分に使っている企業はほんの僅かである。

T・V-9 HP 活用度：顧客の意見収集(回答企業数 66 社)

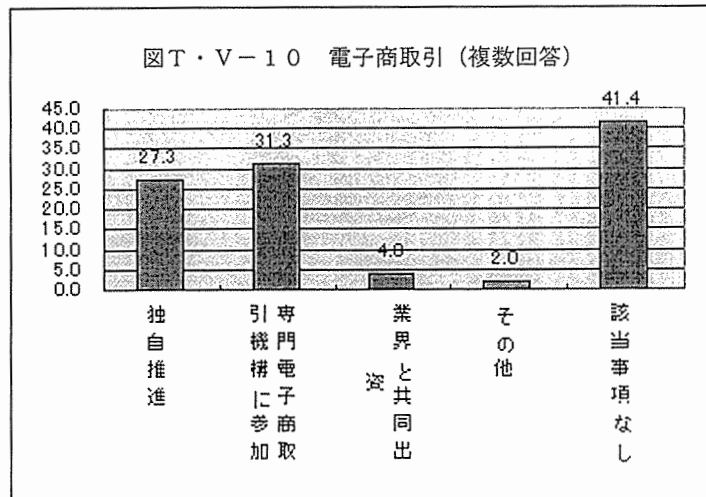
顧客の意見収集に HP を活用している企業では、回答率は 62.9% で、約 40% の企業が活用していないと解釈できるが、利用しているとする回答の内訳は、レベル 1 の企業が 34.8% であるものの、まあまあ使っているとするレベル 3 が 28.8%、かなり使っている



レベル 4 が 13.6%、十分に使っているレベル 5 は 4.5% である。レベル 3 以上の企業は 46.9% の企業が顧客の意見収集にホームページを使っている。

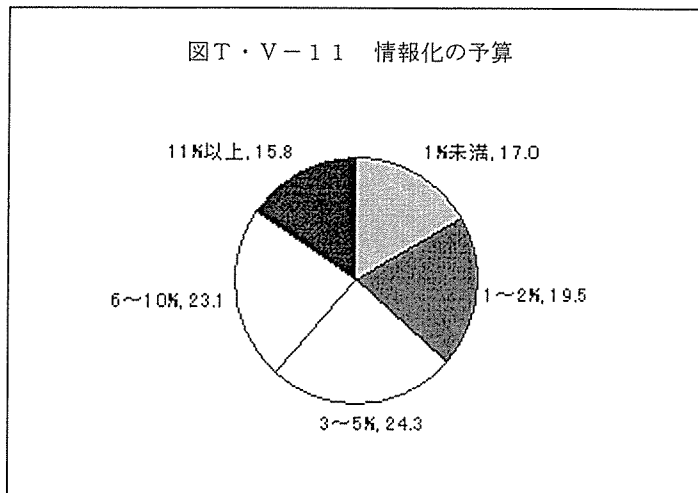
T・V-10 電子商取引(回答企業数 58 社：回答件数 105 件)

電子商取引をしているか否かの質問に対しては、41.4% の企業が該当事項無し、と回答している。しかし、31.3%、31 社は電子商取引をしていると答え、27.3% の企業が独自の取引をしていると答えている。



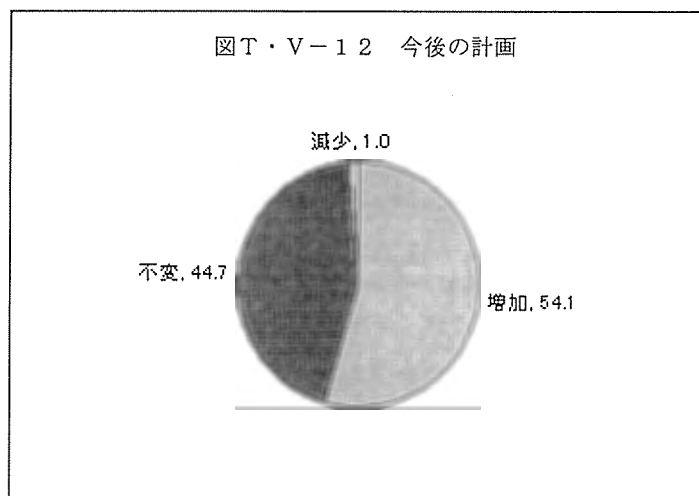
T・V-11 情報化の予算(回答数 82 社)

総支出に対する情報化支出を見ると、最も多いのは 3～5%の 24.3%、6～10%が 23.1%、11%以上が 15.8%である。2%以下の支出しかしていない企業は 36.5%である。約 3分の1の企業はほとんど情報化のための予算を計上せず、関心が薄いといえるだろう。



T・V-12 情報化に関する今後の計画(回答企業数 96 社)

今後、情報化に関する支出が増えるとした企業は 54.1%、現状を維持するとした企業が 44.7%であった。減少するとした 1%の企業は例外的であり、今後の情報化の必要性はある程度認識されているといえるだろう。



(2) 台湾産業間比較：機械と電機

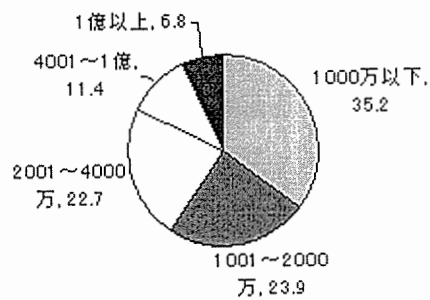
以下では、本調査の産業間比較を行ってみよう。但し、本調査では回答企業数105社のうち、88社が機械であり、電機はわずかに17社の回答があったのみであり、電機でのサンプル数が少ないという問題があるが、ある程度の傾向性を確認することは可能と思われる。

I 会社概況

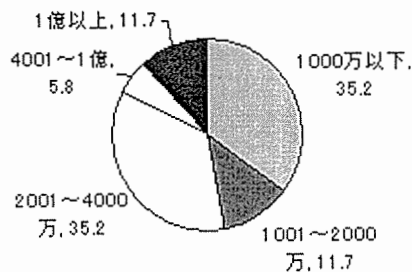
T・I-1 資本規模(回答企業数：機械88社、電機17社)

機械産業と電機との産業間の相違は基本的には無い。機械では、1000万台湾ドル以下の35.2%が最も多く、続いて1001～2000万台湾ドル23.9%、2001～4000万台湾ドルと続くが、電機では、1000万台湾ドル以下と2001～4000万台湾ドルが共に35.2%で最も大きな比率を占めている。

図T・I-1 m 資本規模の構成 (単位：台湾ドル)



図T・I-1 e 資本規模の構成 (単位：台湾ドル)



T・I-2 従業員数(回答企業数:機械 88 社、電機 16 社、以下同じ)

機械の従業員数で最も多いのは、11～20 人の 26.1%であり、次いで、31～50 人と 50～100 人の 21.6%である。11～100 人の間に 86.5%の企業が含まれる。電機では 11～100 人の間に 87.3%が含まれるが、機械との違いは、101 人以上の企業が 12.5%あるのに対して、機械では 4.5%のシェアを占めるに過ぎない。

但し、この差が産業の差によるものであるか否かはサンプル数が少なすぎで明らかではない。

図 T・I-2 m 従業員数 (単位:人)

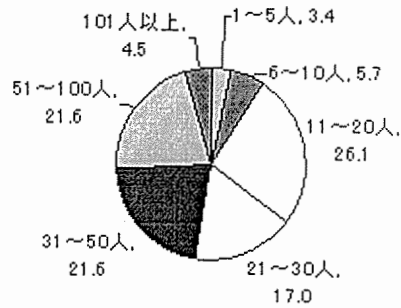
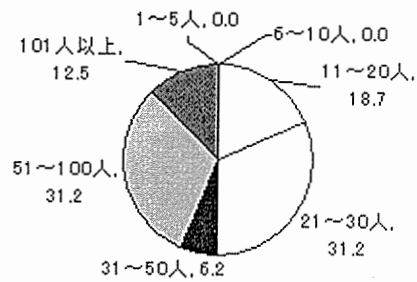


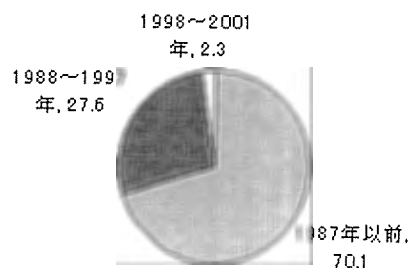
図 T・I-2 e 従業員数 (単位:人)



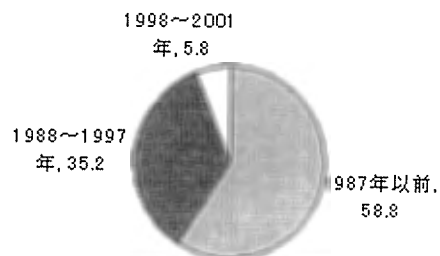
T・I-3 設立年度(回答企業数 87社、17社)

設立年度における両産業の特徴を見ると、機械が1987年以前に設立された企業が70.1%であるのに対して、電機では、58.8%が87年以前であって11%の差がある。両産業の違いは、電機の方が設立時期で広がりが見られることである。

図T・I-3m 設立年度(基準:年)

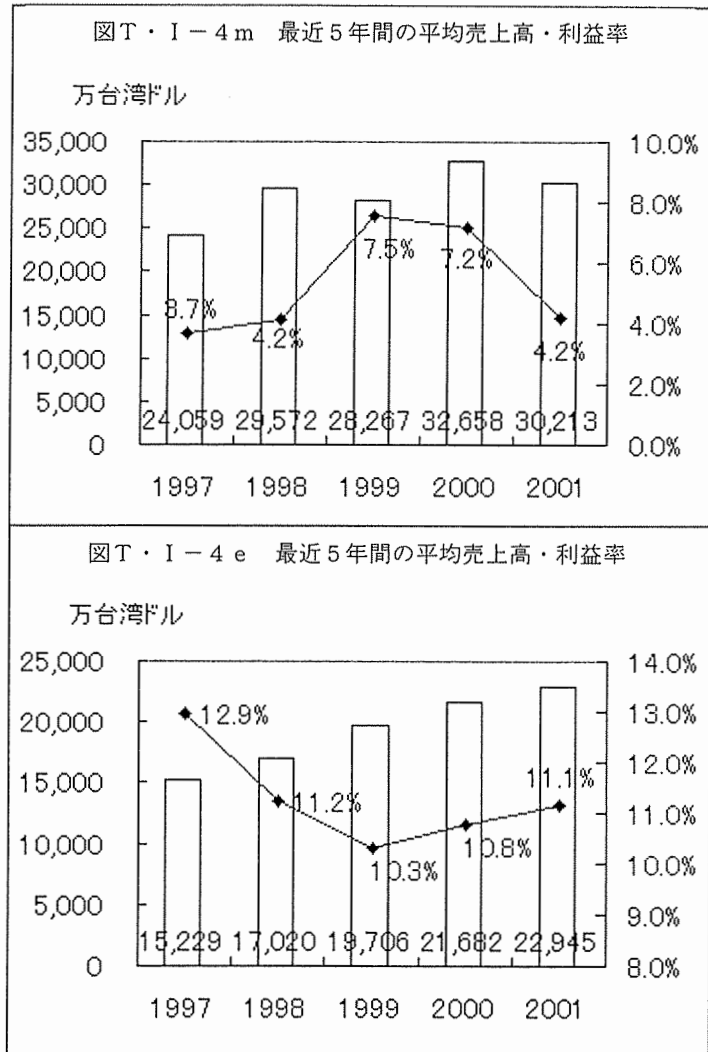


図T・I-3e 設立年度(基準:年)



T・I-4 最近5年間の平均売上高と利益率(回答数については、総括表を参照)

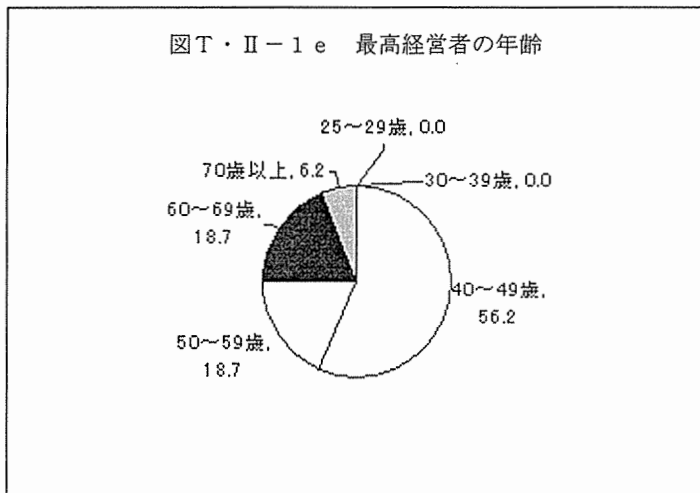
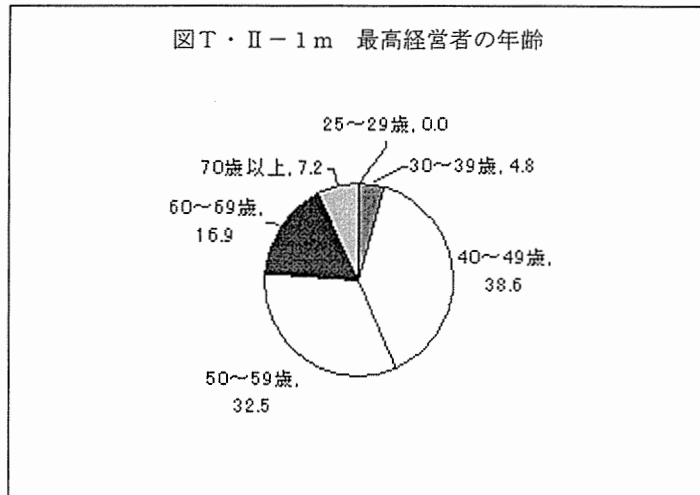
最近5年間の平均売上高と利益率を見ると、前述のように利益率は、極めてラフな計算によるものに過ぎないが、機械と比べて、電機の方が順調な売上高の伸びを示している点、及び利益率において10%台を維持しているように見える点である。



II 最高経営者に関する内容
 T・II-1 年齢(回答企業数 83 社、16 社)

最高経営者の年齢では、機械は 40 歳代が 38.6%であるのに対して、電機では 56.2%であり、電気の方が年齢層において若いということが出来るかもしれない。

但し、40～50 歳代の合計は、機械が 71.1%、電機が 74.9%であり、ほぼ同じ年齢構成である。



T・II-2 性別(回答企業数：
機械 88 社、電機 17 社)

最高経営者の性別では、機
械の 97.7%、電機では 100%
であり、両業種とも圧倒的に
男性である。

図 T・II-2 m 最高経営者の性別

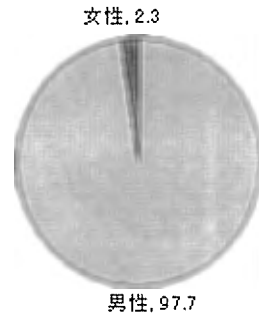
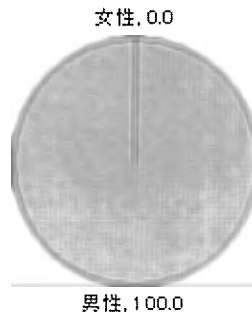
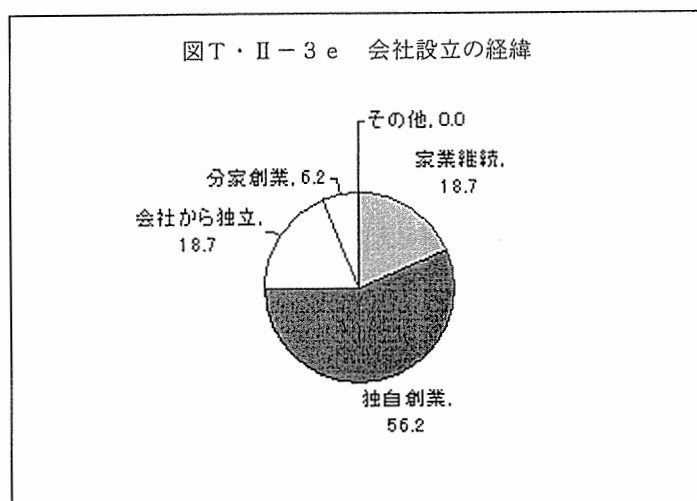
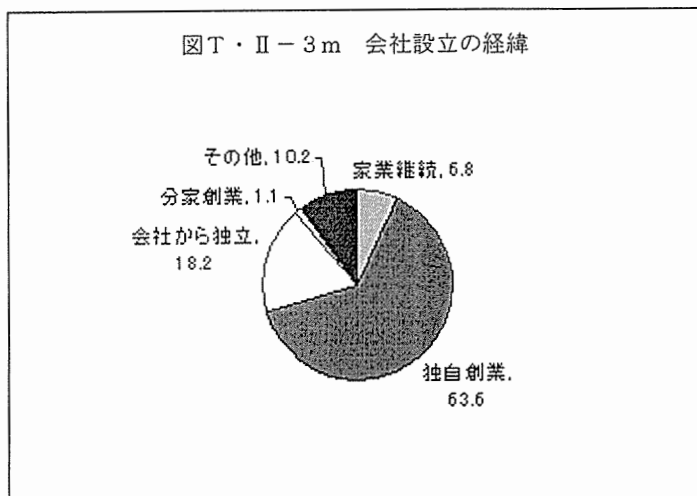


図 T・II-2 e 最高経営者の性別



T・II-3 会社設立の経緯(回答企業数：機械 88 社、電機 16 社)

会社創業の経緯についての内容で殆ど差はない。独自創業が、機械では 63.6%、電機では 56.2%である。会社からの独立は、機械が 18.2%、電気は 18.7%であり、ほぼ同じである。



T・II-4 創業・継承時の問題点(回答企業数：機械 88 社、複数回答計 111 件；電機 16 社、複数回答計 16 社、23 件)

創業時の問題点は、両産業によってパーセンテージでは違いが見られるが、構成においては、基本的に違いはない。

最大の創業時の課題は、機械で 39.8%、電機で 50%である

る資金調達である。次いで販売網の確保で、機械で 35.2%、電機は 43.8%である。人材確保がそれに続き、機械は 26.1%、電機で 25.0%である。

品質の維持、生産技術の確保、労働力の確保も若干だが課題とする企業もある。

図 T・II-4 m 創業・継承時の問題点

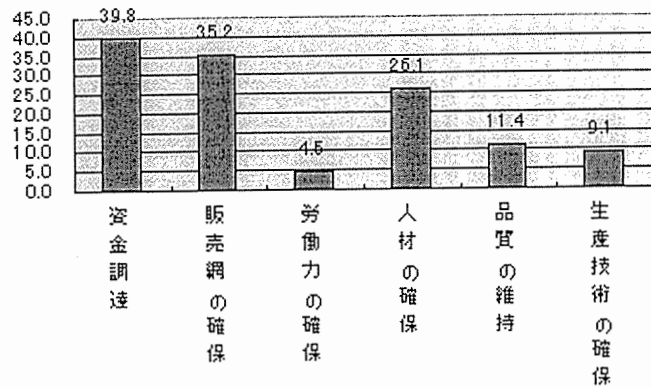
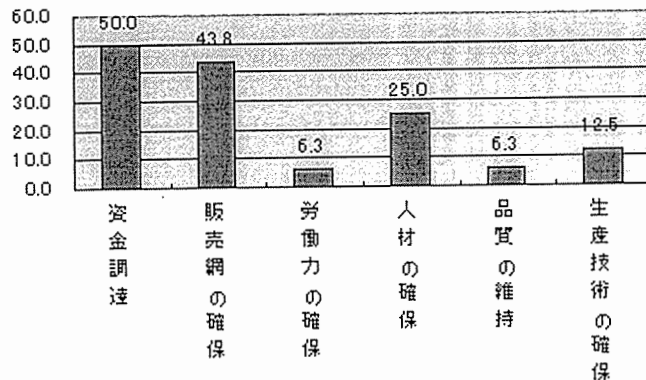


図 T・II-4 e 創業・継承時の問題点



T・II-5 問題点の解決策(回答企業数 86 社：複数回答計 124 件)

問題点の解決をどのように行ったのか。自己解決が両業種とも 6 割から 7 割に達し、友人の援助、民間部門の支援が次に続いている。それらの後に親戚からの援助が来て、公共部門からの支援はごく僅かである。

図 T・II-5 m 創業・継承時の問題点の解決策 (複数回答)

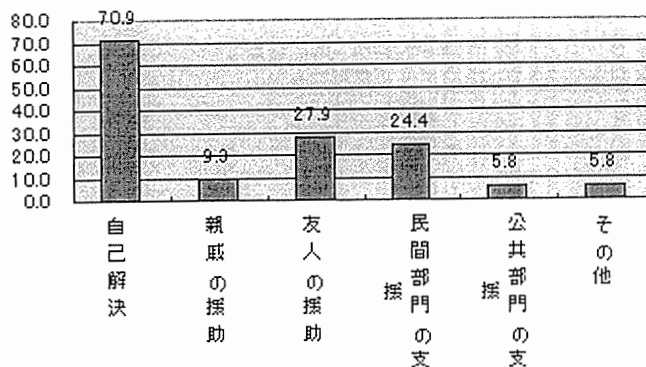
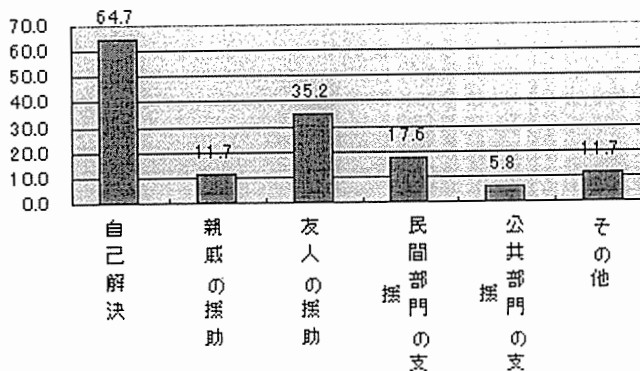
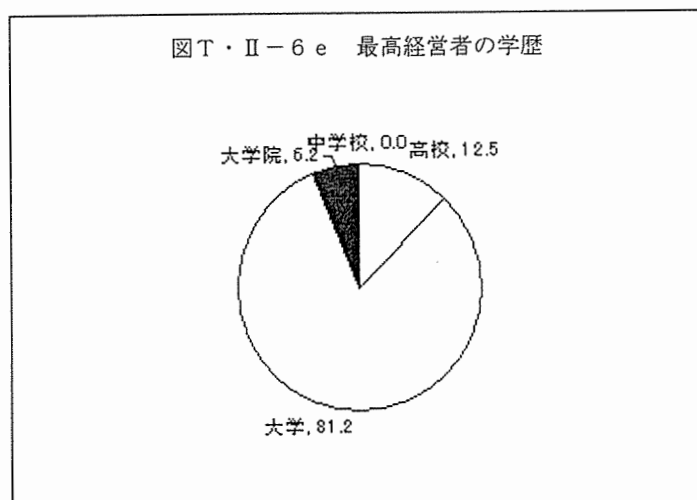
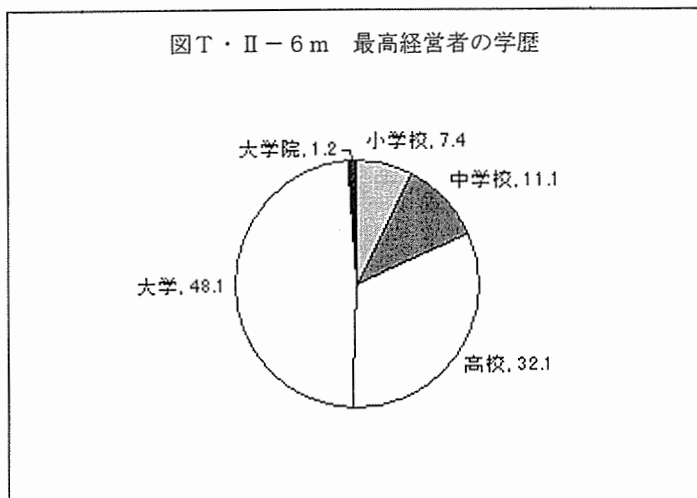


図 T・II-5 e 創業・継承時の問題点の解決策 (複数回答)



T・II-6 最高経営者の学歴
(回答企業数:機械 81 社、電機 16 社)

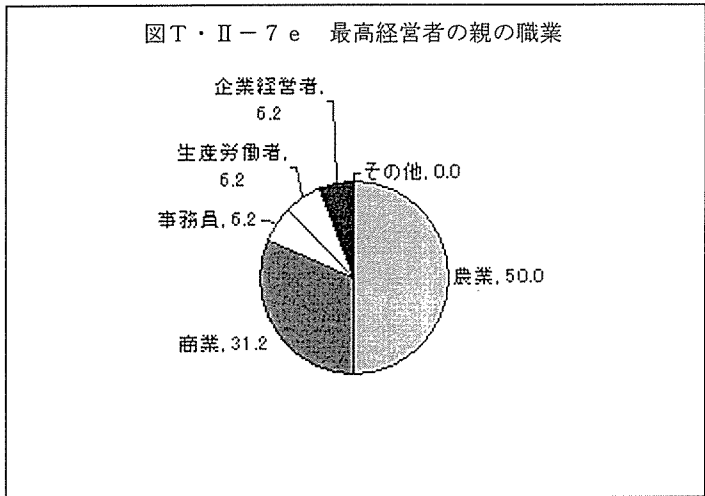
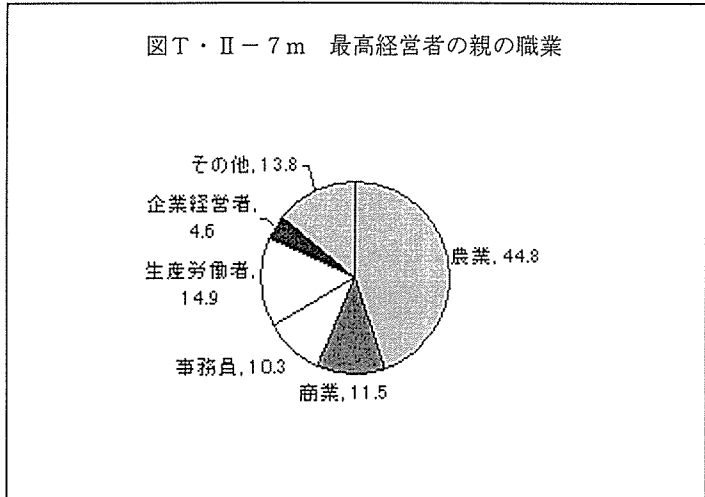
最高経営者の学歴は、大学レベルが機械で 48.8%、電機では 81.2%である。サンプル数が少ないことが問題になるが、電機でかなり高いレベルになるのは、業種的な特性を反映していると判断して誤りではないだろう。



T・II-7 最高経営者の親の職業(回答企業数機械 87 社、
電機 16 社)

経営者の親の職業を見ると、
機械、電機とももっとも多い
職業は農業である。経済の発
展度合いが反映していると見
ることが出来るだろう。

両業種間での違いは、電機
で商業の割合がかなり大きい
ことである。機械の 11.5%に
たいして、電機は 31.2%であ
る。機械で生産労働者の割合
が 14.9%なのに対して、電
機では 6.2%であるのももう
一つの相違点になるだろう。
それらはやはり業種の性格の
違いを反映している可能性が
ある。

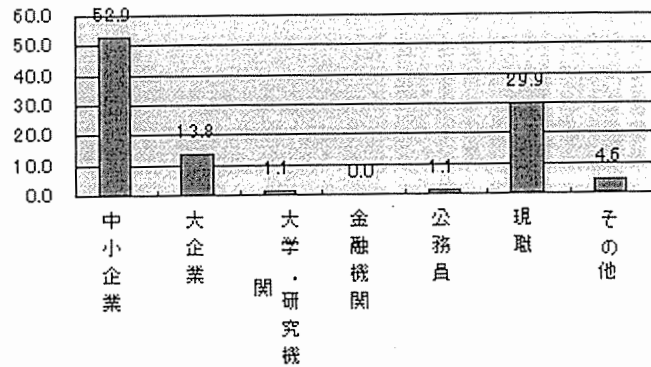


T・II-8 最高経営者の過去の職業(複数回答:機械 87社、回答件数 90件;電機 17社、回答件数 23件)

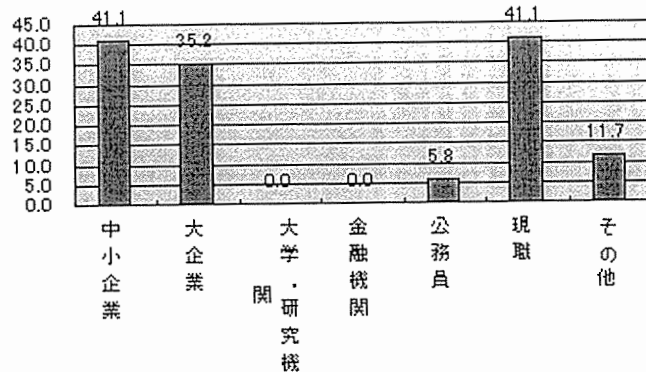
経営者の過去の職業を尋ねた質問では、機械では52.0%の経営者が、電機では41.1%の経営者が中小企業で働いていたと回答している。

大企業で働いていた経験は、電機において多く、機械では13.8%に過ぎない。現職が機械では29.9%、電機で41.1%である。電機で多いのは、業種的な特徴が現れていると見ることが出来るかもしれない。

図T・II-8m 最高経営者の過去の職業(複数回答)



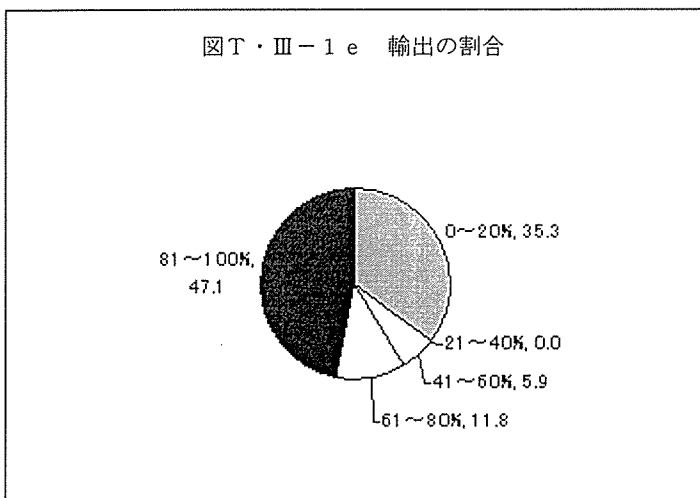
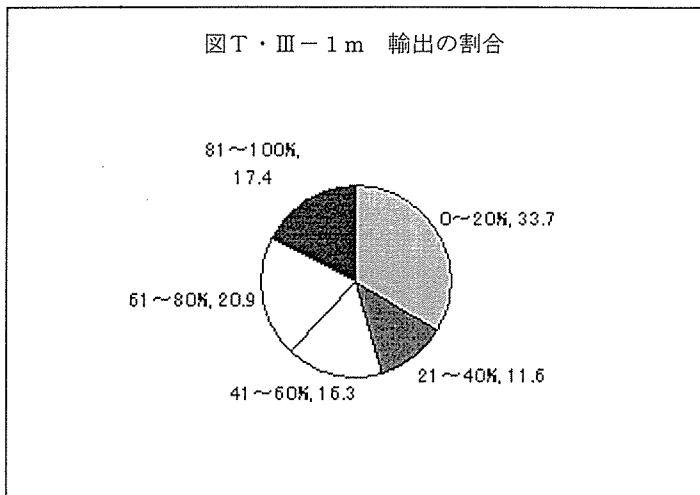
図T・II-8e 最高経営者の過去の職業(複数回答)



III 国際化・グローバル化への対応

T・III-1 輸出の割合(回答企業数：機械 86 社、電機 17 社)

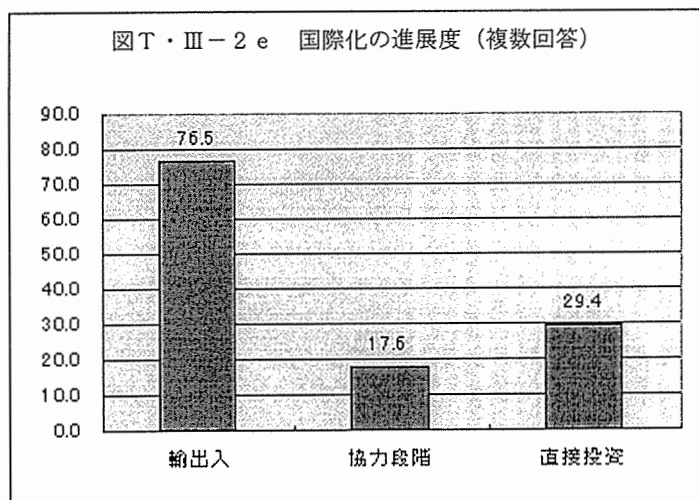
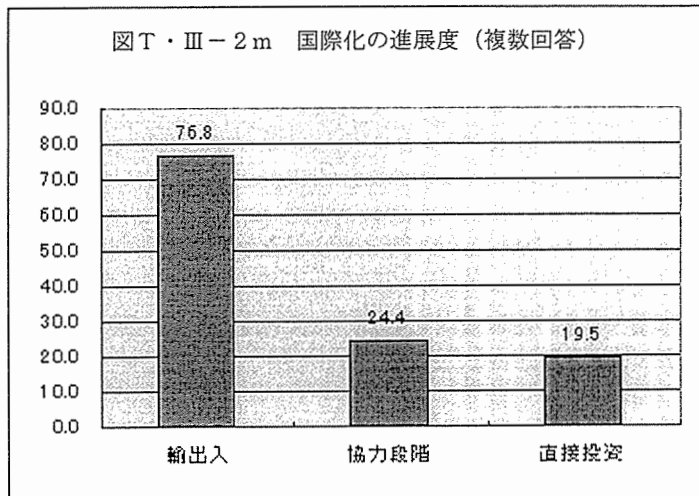
輸出シェアは、0～20%が機械で 33.7%、電機で 35.3%である。しかし輸出を 61%以上の企業は機械で 38.3%、電機で 58.9%となり両業種とも輸出が積極的に展開されているが、とりわけ電機では 81～100%が 47.1%に達しており、高い輸出志向が確認できる。



T・III-2 国際化の進展度
 (回答企業数：機械 82 社、回答
 件数 99 件；電機 17 社、回
 答件数 21 件)

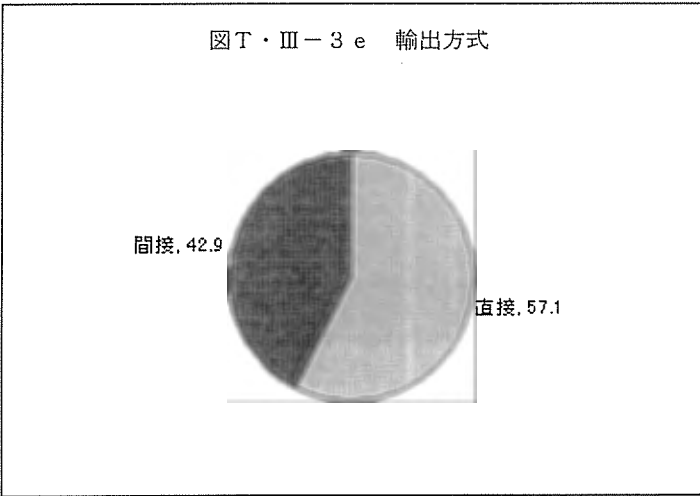
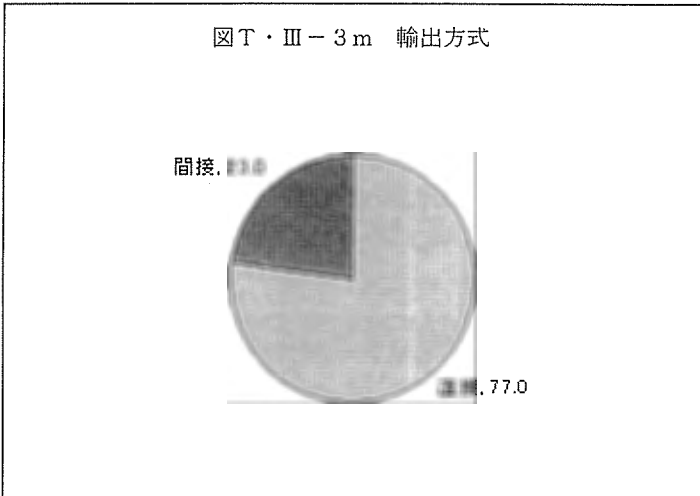
輸出入を行っている企業は、
 両業種とも 76%であり、直接
 投資は、機械で 19.5%、電機
 で 29.4%である。

輸出を中心として、直接投資
 は、機械ではそれほど多くな
 い。



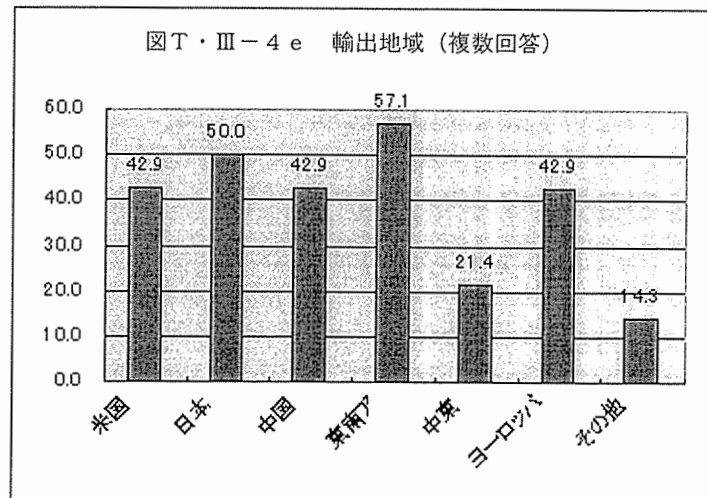
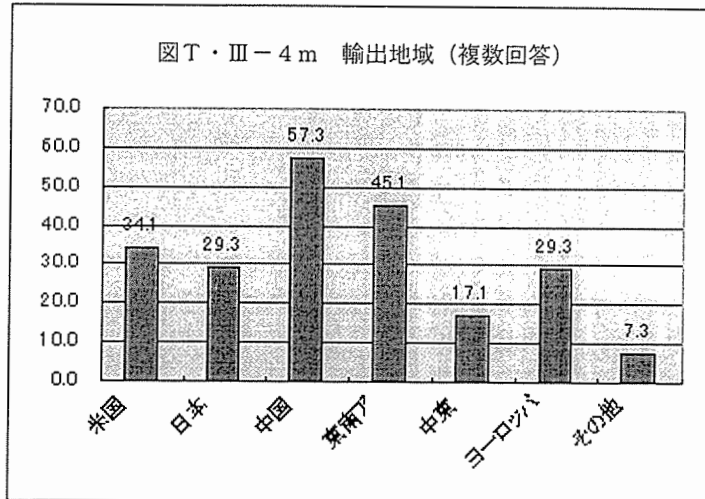
T・III-3 輸出方式(回答企業数:機械 74 社、電機 14 社)

直接輸出が、機械で 77.0%、電機で 57.1%、直接投資の割合がかなり高い。しかし、電機では、間接輸出も 42.9%に達している。半導体産業では、世界の OEM 型生産の拠点である台湾企業の性格を反映していといえるだろう。



T・III-4 輸出地域(回答企業数:機械 82社、複数回答計 146件;電機 14社、38件)

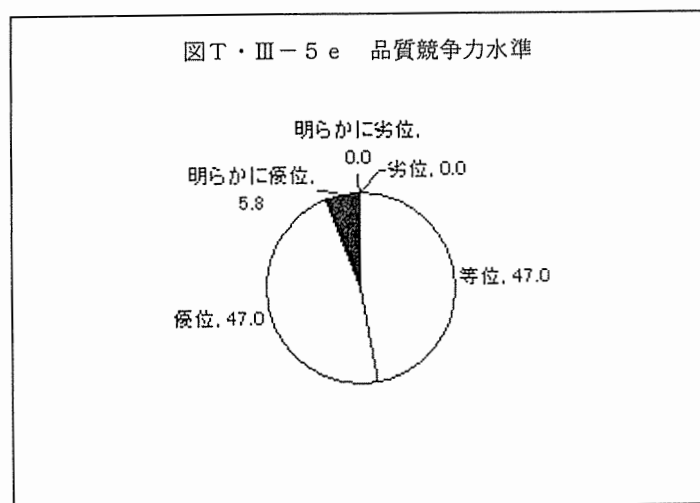
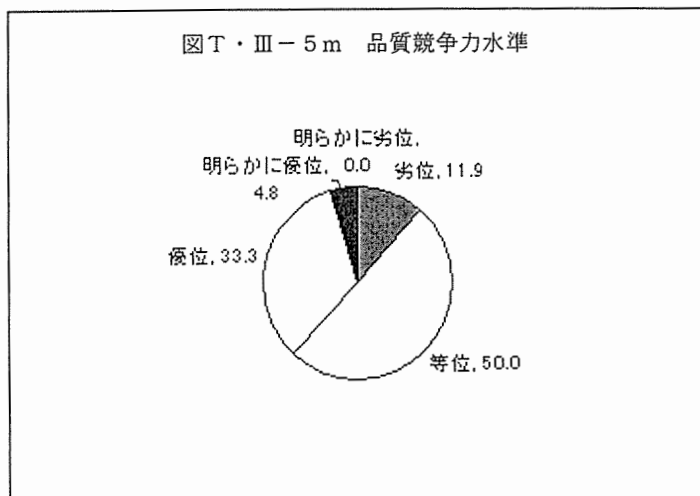
輸出地域がどこかの調査では、機械の 57.3%の企業が中国、45.1%の企業が東南アジアとし、これにアメリカ 34.1%、日本 29.3%が続いている。しかし、電機では、東南アジアへの輸出企業が 57.1%、日本が 50.0%、続いて 42.9%のアメリカと中国が上げられている。電機では、ヨーロッパも主要な輸出先となっていることが分かる。



T・III-5 品質競争力水準
(回答企業数：機械 84 社、電機 17 社)

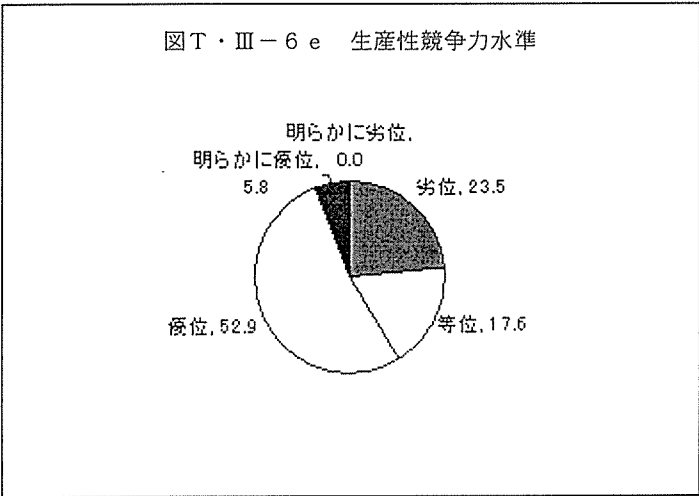
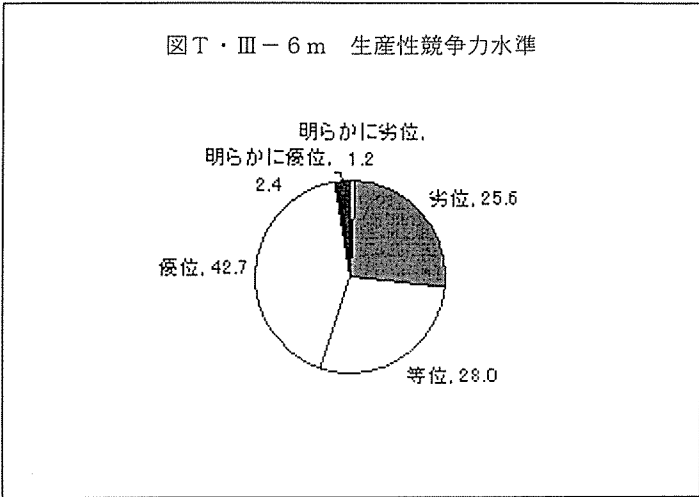
競争力を製品の品質の面でどのように経営者が捉えているか。同じと考えている経営者は機械の 50.0%、電機の 47.0%である。優位に立っていると考えている経営者が、機械で 33.3%、電機では 47.0%である。優位と明らかな優位と答えた経営者の割合は、機械で 38.1%、電機で 52.8%である。

これにたいして、劣位にあると答えた経営者は、機械で 11.9%あるが、電機では 0%の回答であった。機械では、苦境に立っている企業があるのに対して、電機ではそうした認識を持った企業は殆ど無いと考えられる。



T・III-6 生産性の競争力水準(回答企業数：機械 82 社、
電機 17 社)

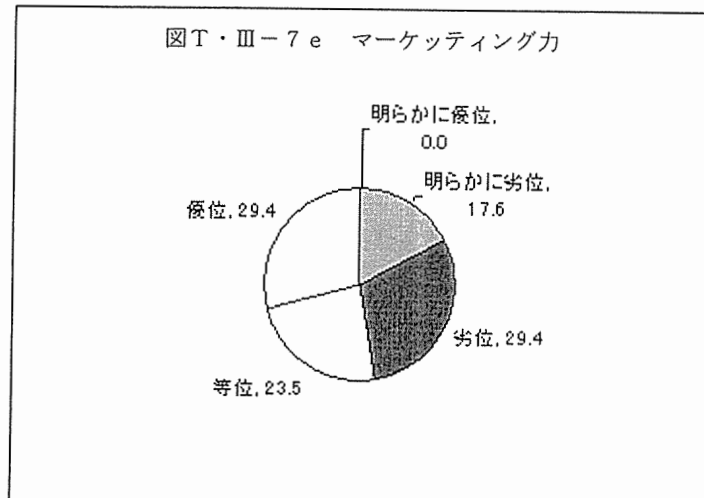
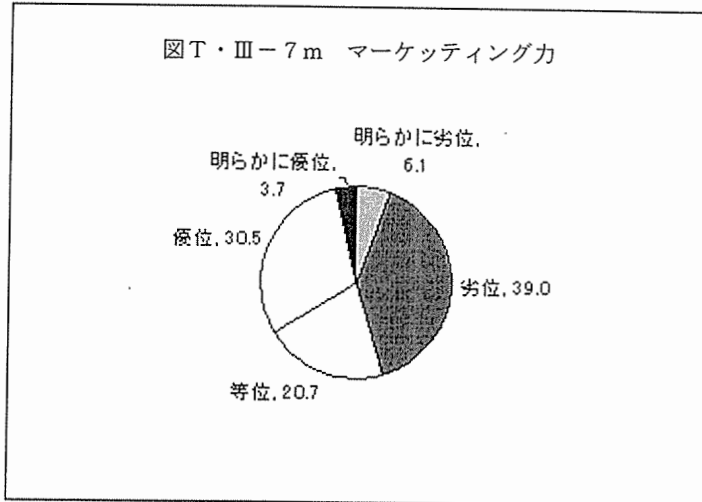
生産性についての経営者の認識を見ると、機械で優位性があるとする経営者は 42.7%、電機では 52.9%である。明らかに優位も機械で 2.4%、電機で 5.8%あった。優位と答えた企業の合計は、機械で 45.1%、電機で 58.7%となり、また等位と答えた経営者は、機械で 28.0%、電機で 17.6%である。劣位、そして明らかに劣位と答えた経営者合計は、機械で 26.8%、電機で 23.5%あるにしても、両業種共に生産性には自信を持っているといえるだろう。



T・III-7 マーケティング力(回答企業数：機械 82 社、電機 17 社)

マーケティング力については、もっとも大きなシェアを占めるものは、劣位と答えた項目であり、機械で 39.0%、電機で 29.4%である。明らかに劣位と答えて経営者は、機械では 6.1%、電機では 17.6%である。マーケティング力において劣位にあると考える経営者は、機械で 45.1%、電機で 47%に達している。

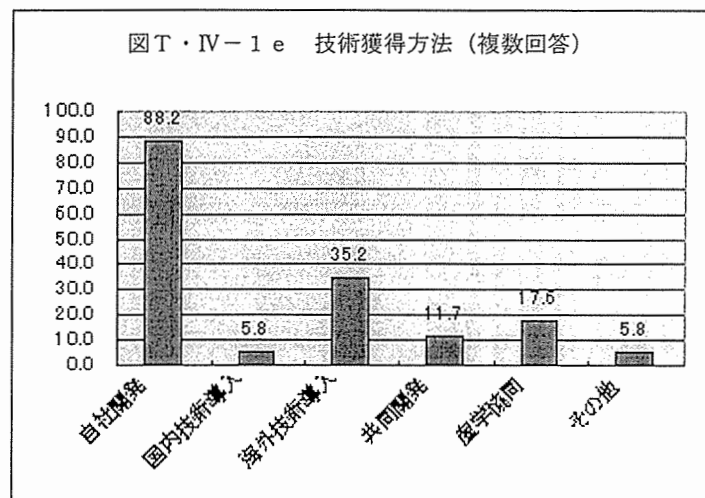
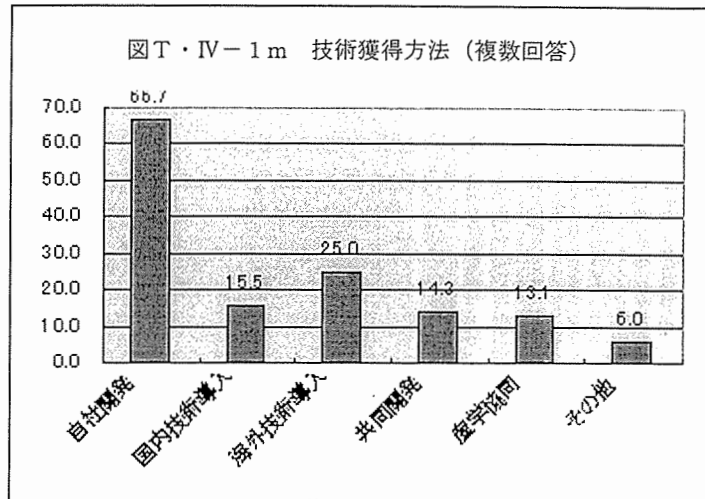
ただし、優位にあると答えた経営者も機械で 30.5%、電機で 29.4%いる。しかし、このアンケート結果は、両産業の経営者が自社の弱点の一つをこの点に見出しているといえる。



IV 研究開発

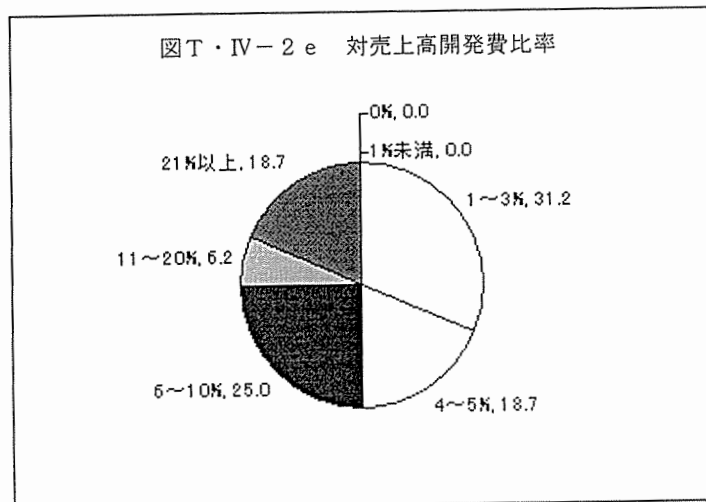
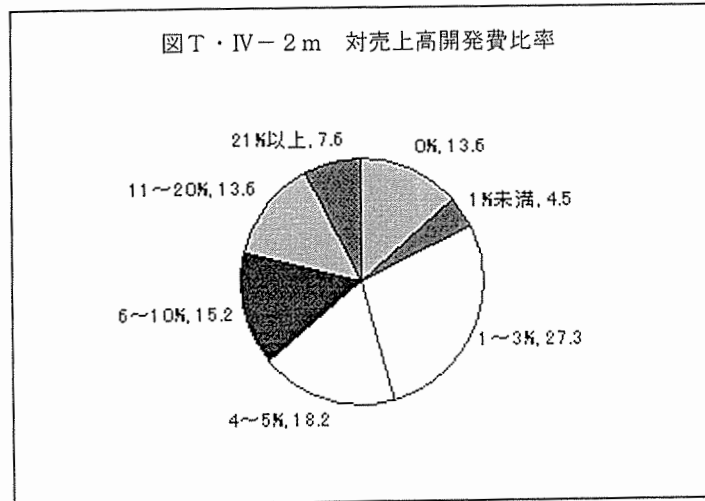
T・IV-1 技術獲得方法(回答企業数:機械 84社、回答件数 118件;電機 17社、28件)

両業種とも技術の獲得方法では、同様の傾向を示しており、自社開発が中心である。そのシェアは機械では、66.7%が、電機では 88.2%である。それに続く技術どうの有方法は、海外技術の導入である。両業種における技術導入方法による違いは、機械が国内技術の導入の比率が高いのに対して、電機では殆ど無い点である。共同開発や産学協同は僅かだが、両業種とも 1割を超える企業において経験されている。



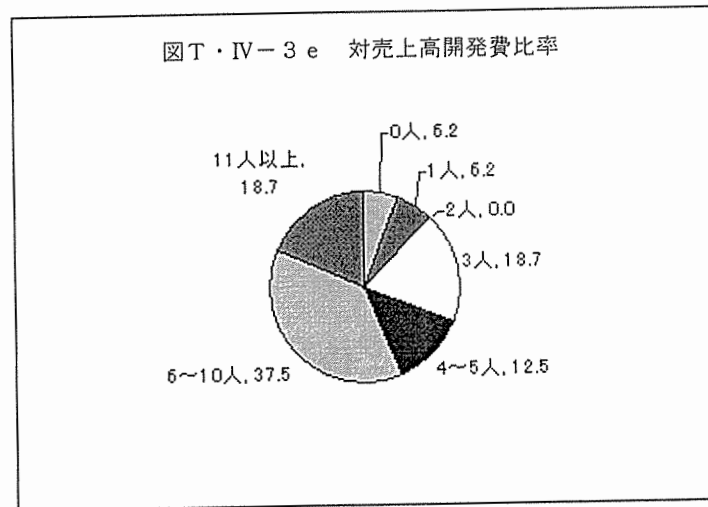
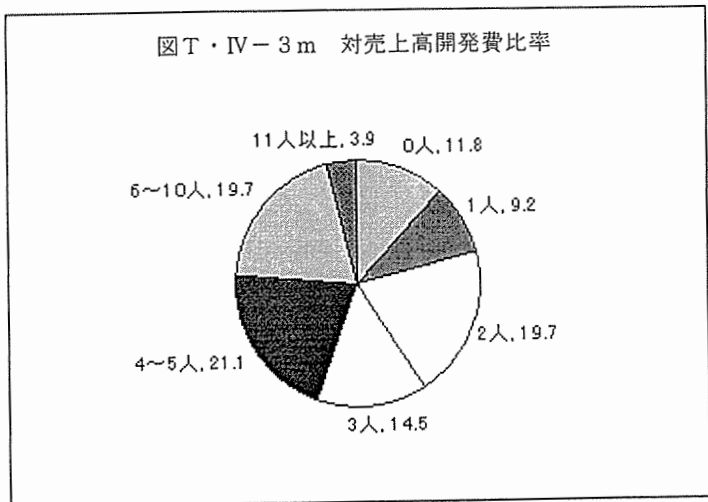
T・IV-2 対売上高開発費比率(回答企業数：機械 66 社、
電機 16 社)

3%以下の対売上高開発費比率の企業が、機械で45.4%、電機で31.2%である。11%以上の企業は、機械が21.2%、電機が24.9%である。開発に力を入れている企業は少ないものも一定程度あるということが出来るだろう。



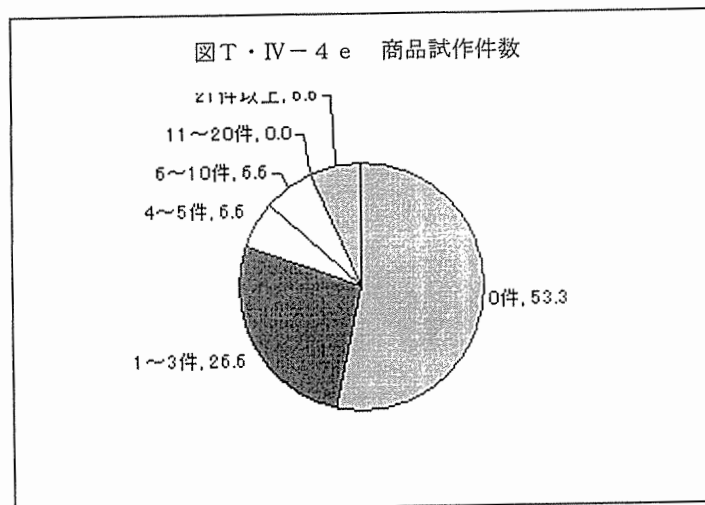
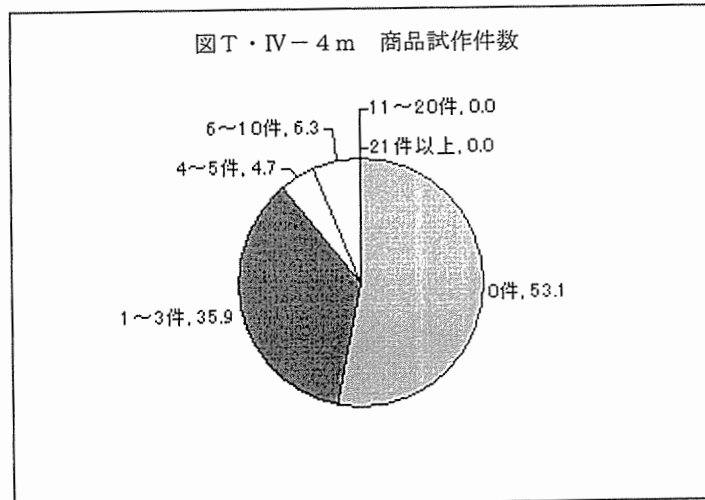
T・IV-3 研究開発要員数
(回答企業数：機械 76 社、電機 16 社)

研究開発要員が 3 人以下の企業は、機械が 55.2%、電機は 31.1%と、20%ポイント以上の差がある。これに対して、6 人以上の開発要員を擁する企業は、機械が 23.6%であるのに対して、電機では 56.2%である。電機産業の特性であるともいえるが、電機産業での開発志向性が確認される。



T・IV-4 商品試作件数(回答企業数：機械 64 社、電機 15 社)

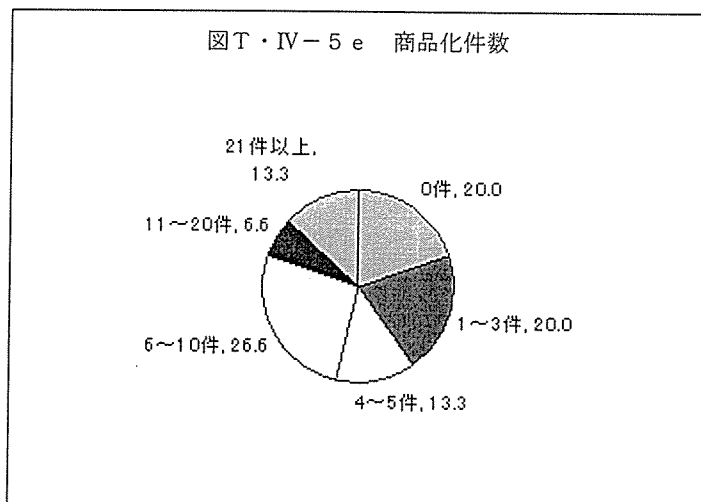
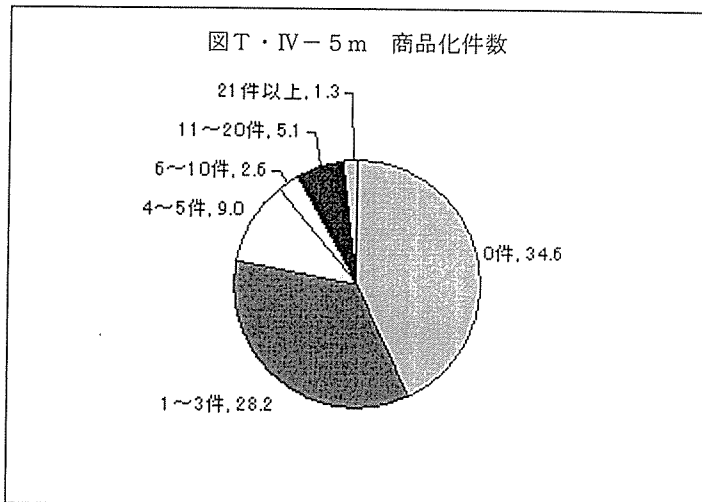
商品の試作件数は機械、電機ともに 53%がゼロ件である。試作件数に若干の差があるにしても、殆どの企業が新製品の開発に携わっていない、あるいは試みられていないように見える。



T・IV-5 商品化件数(回答企業数：機械 78 社、電機 15 社)

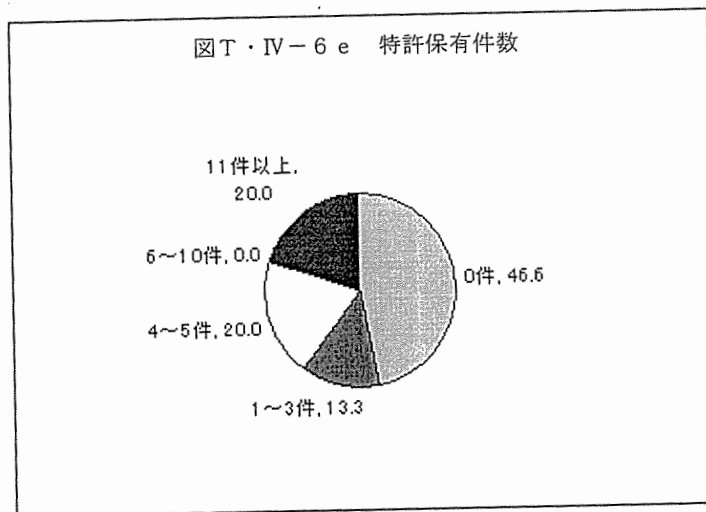
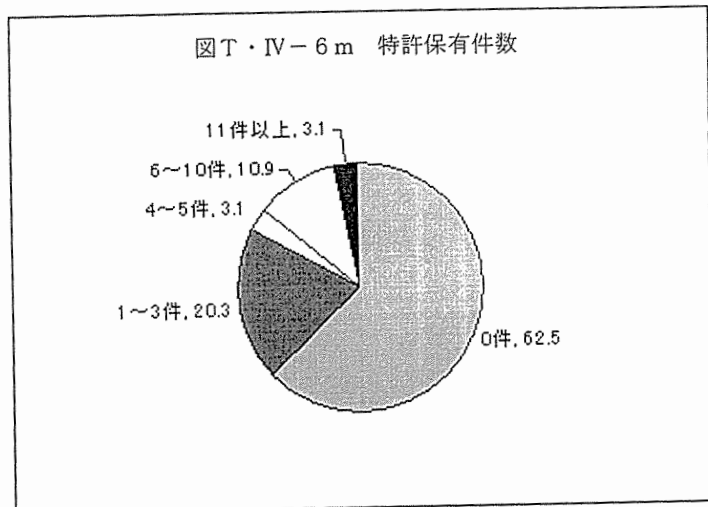
商品化件数は、ゼロ件が機械で 34.6%、電機で 20.0%である。1~3 件の企業は機械で 28.2%、電機が 13.3%であるが、電機では 6~10 件の企業が 26.6%もある。11 件以上の商品化を行った企業は、機械で 6.4%に過ぎないが、電機では 19.9%になる。

商品試作活動の調査では分からなかったが、電機の方が機械より若干の商品開発志向が強いことが確認される。



T・IV-6 特許保有件数(回答企業数：機械 64 社、電機 15 社)

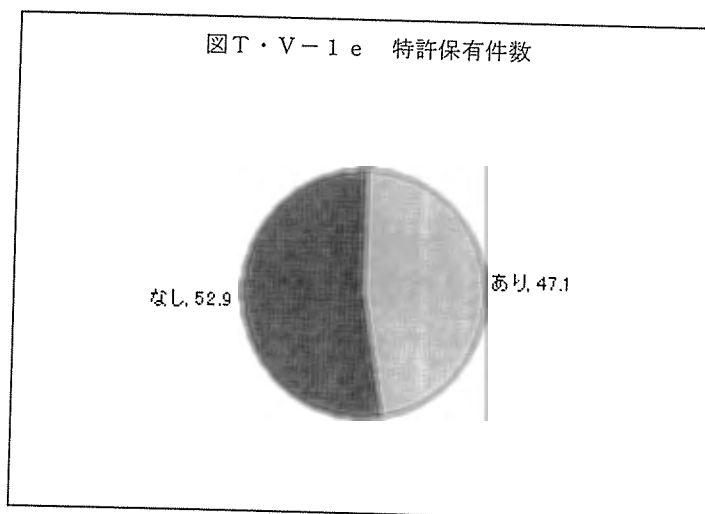
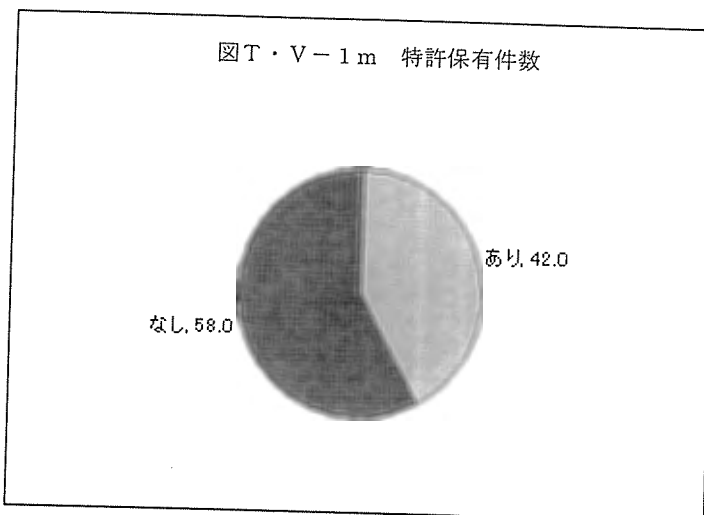
特許保有件数は、ゼロ件が最大で、機械が 62.5%、電機が 46.4%である。しかし、機械では 6 件以上を保有している企業が 14%しかないのに対し、電機では 6~10 件はゼロであるものの、11 件以上を保有している企業が 20%いる。全体として、電機の方が機械に比べて技術水準が高いといえる。



V 情報化への対応

T・V-1 情報化関連部署(回答企業数：機械 88 社、電機 17 社)

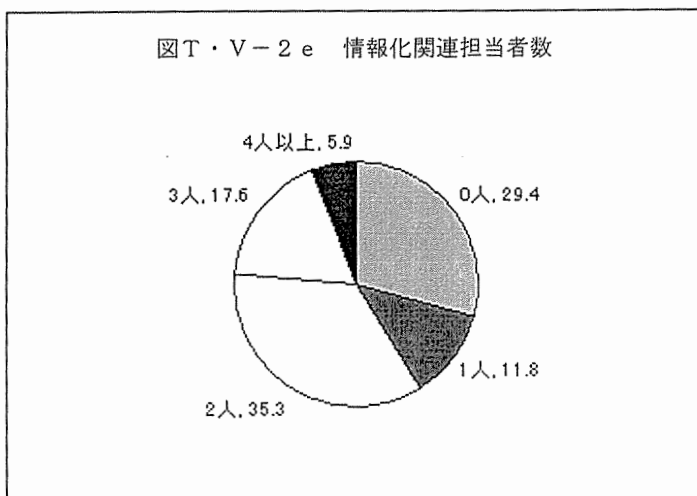
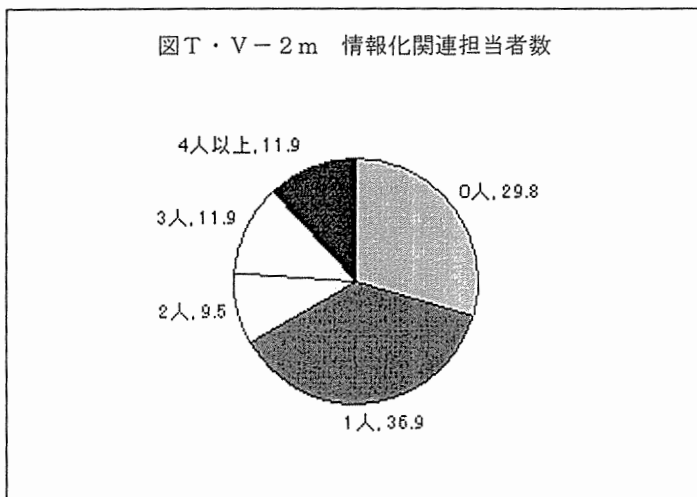
情報関連部署を持つ企業は電機で 42.0%、電機で 47.1%である。情報化への対応で、若干、電機の方が前向きであるという印象が得られるが、関連部署に関しては大きな差が無い。



T・V-2 情報化推進関連担当者数(回答企業数：機械 84社、17社)

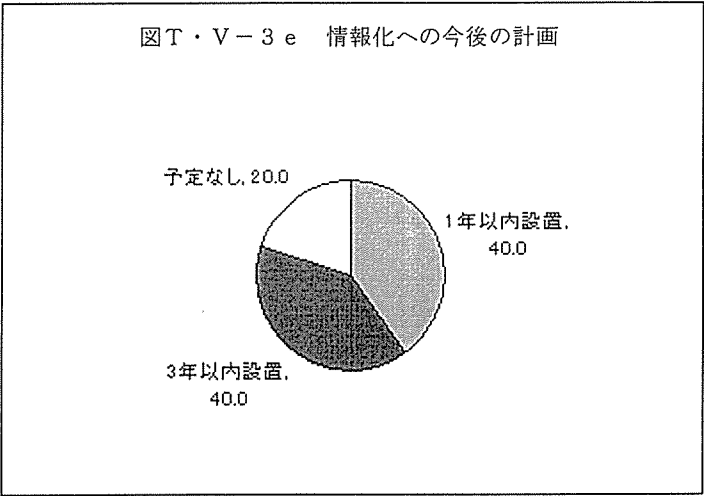
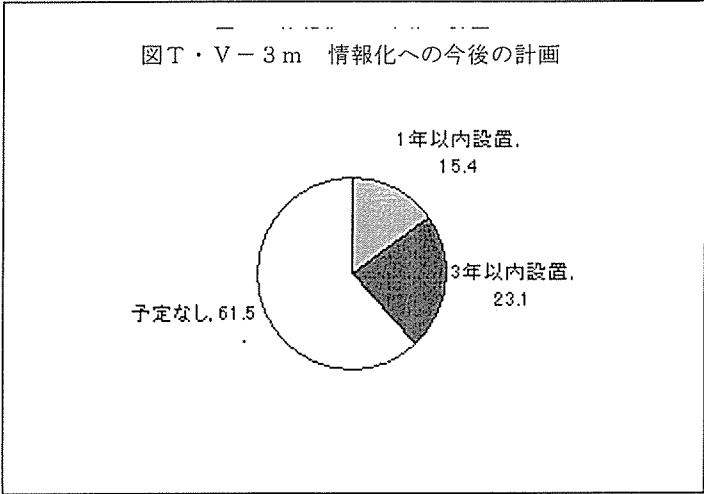
情報化担当者数は、ゼロが機械で29.8%、電機が29.4%である。機械では1人の企業が36.9%であるが、電機では11.8%に過ぎない。代わりに電機では、2人が35.3%、3人が17.6%、4人以上が5.9%である。

明らかに電機での要員が多いことが分かる。



T・V-3 情報化部署の設置に関する今後の計画(回答企業数:機械 52社、電機 10社)

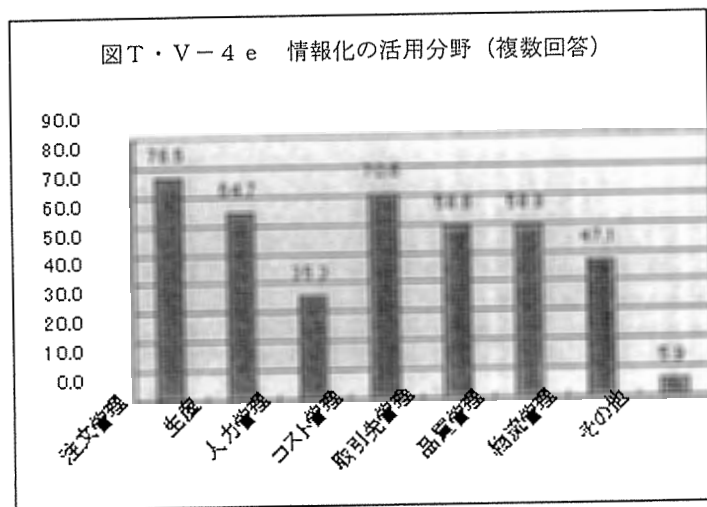
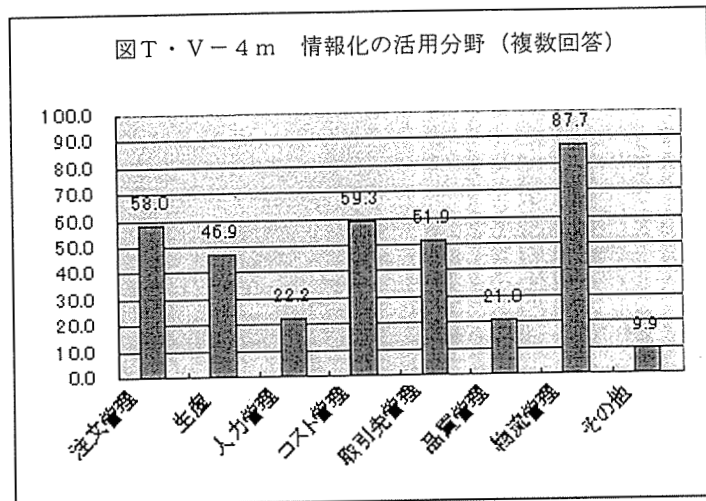
情報化部署の設置に関しては、電機が1年以内の設置を40%の企業が考えているのに対して、機械でのその数値は15.4%に過ぎない。しかも予定無しの比率は機械が61.5%で、電機は20.0%である。機械の情報化に関する関心の低さが明瞭である。



T・V-4 情報化の活用分野
(回答企業数：機械 81 社、回
答件数 333 件；電機 17 社、
101 件)

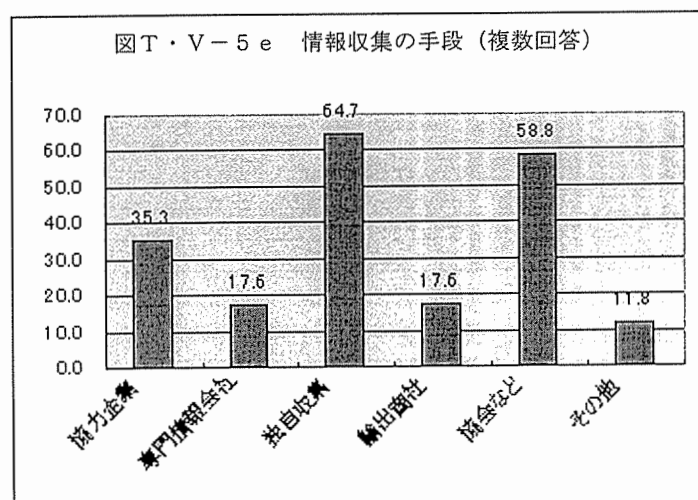
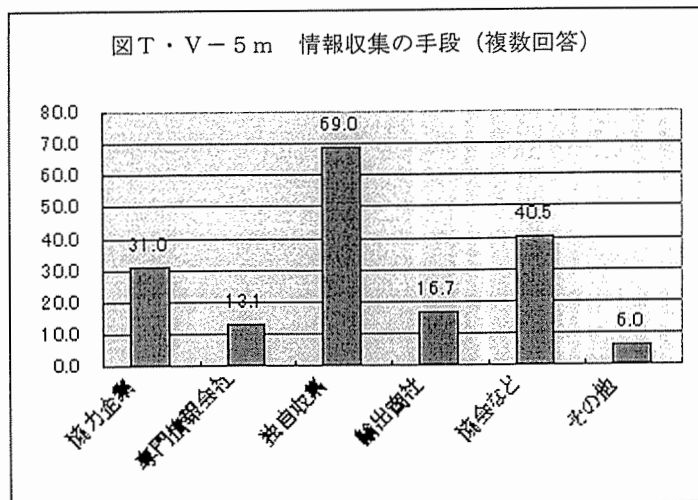
情報化の活用分野を尋ねた
回答では、機械と電機では傾
向が異なる。機械では、物流
管理への関心が高く、企業の
97.7%が回答し、次いでコス
ト管理 59.3%、注文管理
58.0%、取引先管理 51.9%な
どである。

これに対して、電機では、
注文管理が 76.5%、コスト管
理が 70.6%で、この 2 領域が
最大の関心領域である。そし
て、これに続くのが、生産管
理 64.7%、取引先管理と品質
管理が同率の 58.8%となっ
ている。産業による製品の性格
の違いが反映されているよう
に思われる。



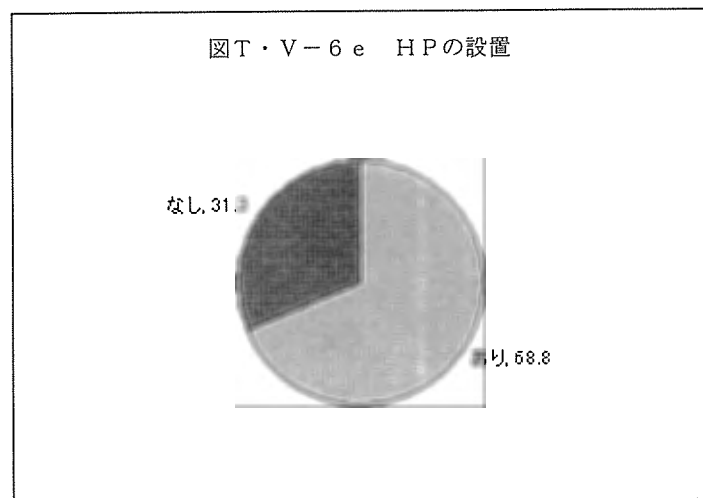
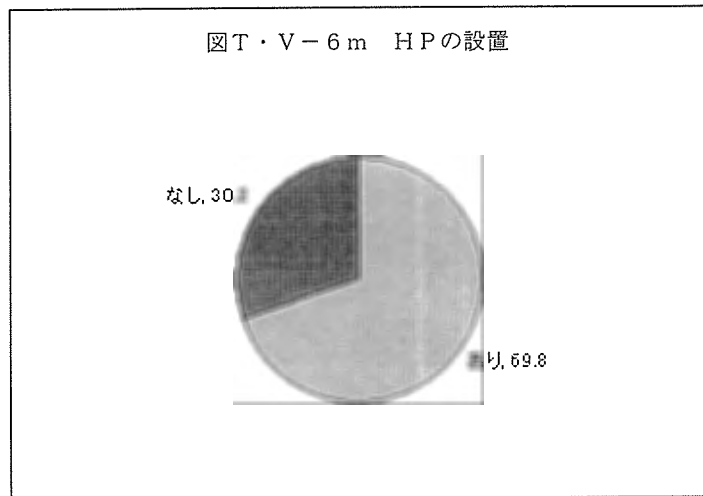
T・V-5 情報収集の手段(回答企業数:機械 84社、回答件数 148件;電機 17社、35件)

情報収集の手段の傾向は両業種とも同じである。まず、独自収集が機械で69.0%、電機で64.7%である。次に続くのが、協会などからの情報収集であるが、電機はその比率は58.8%で、機械の40.5%を約18%上回っている。そして、その次に来るのが、協力企業からの収集で両業種とも30%代である。



T・V-6 ホームページの設置(回答企業数：機械 86 社、電機 16 社)

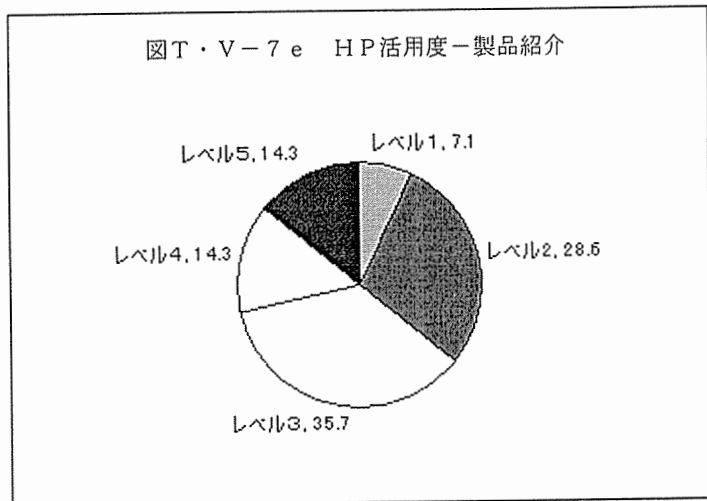
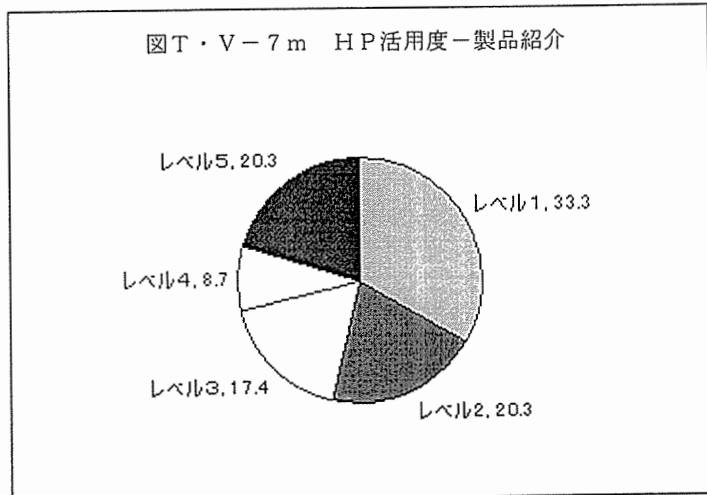
ホームページ(HP)の有無については、機械では30.2%、電機では31.3%の企業が持っていない。業種別の差は無い。



T・V-7 ホームページの活用度：製品紹介(回答企業数：機械 69社、電機 14社)

製品紹介でHPの活用レベルを初歩的なレベル1と回答した企業は、機械で33.3%、電機では28.6%である。高度に活用しているとするレベル5を回答した企業は、機械で20.3%に対して電機は14.3%であり、かなりの活用をしているとするレベル4は機械が8.7%であるのに対して、電機が14.3%である。

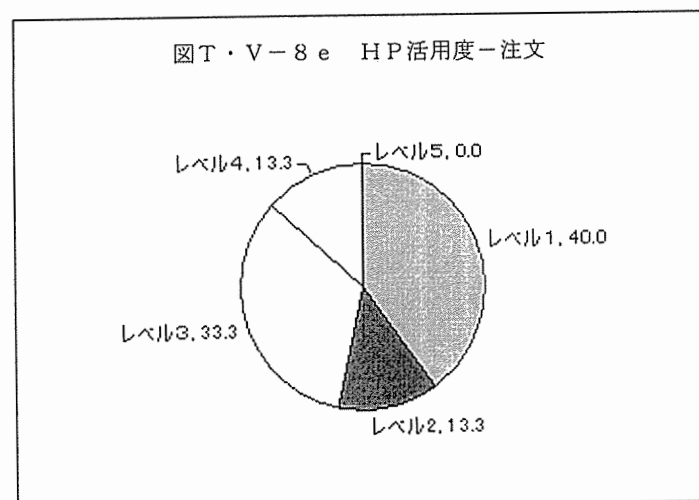
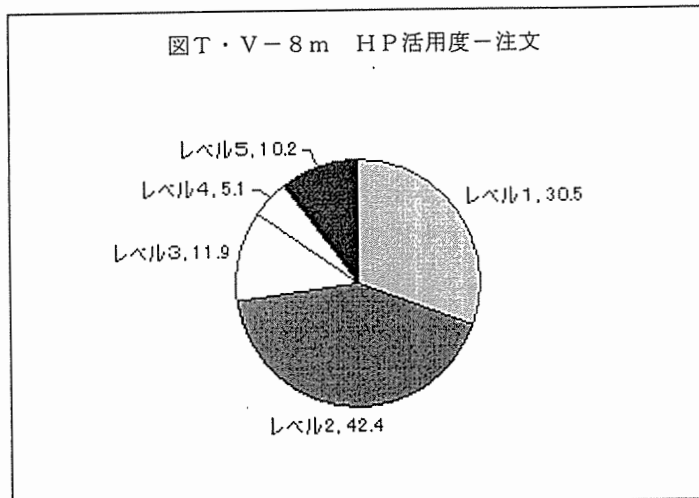
HPの製品紹介に関する活用度では、普通に使用しているとするレベル3で両業種間で17.4%と35.7%という差があるが、全体とすれば同じ傾向ということができよう。



T・V-8 ホームページの活用度：注文(回答企業数 59 社)

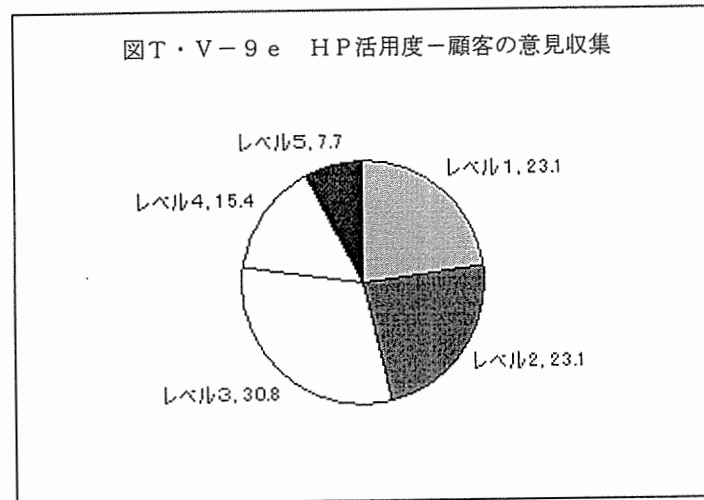
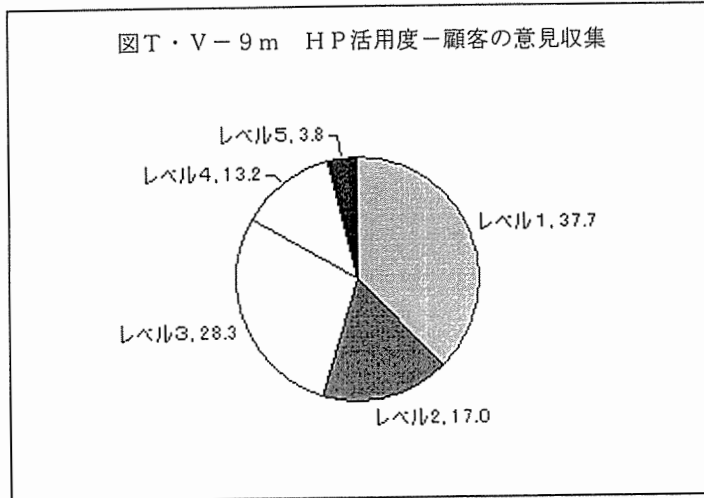
HP を注文に利用しようとしている企業の HP の活用度はレベル1が、機械で30.5%、電機で40.4%である。

普通に使っているとするレベル3以上の割合をみると、機械は27.2%、電機は46.6%である。電機の方が活用度は高くなっているようである。



T・V-9 ホームページ活用度：顧客の意見収集(回答企業数：機械 53 社、電機 13 社)

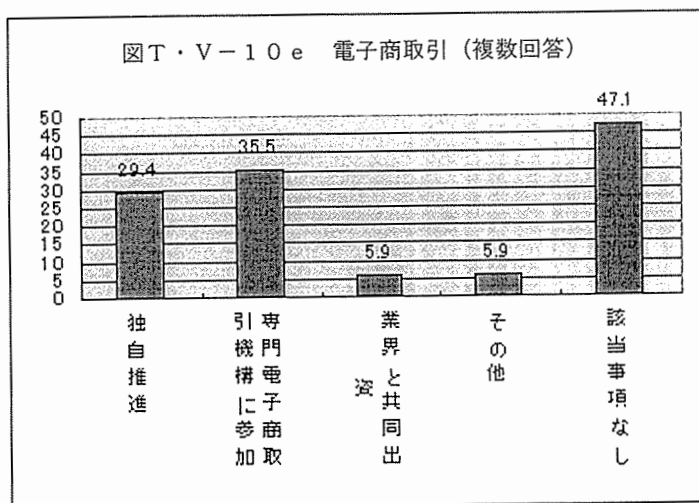
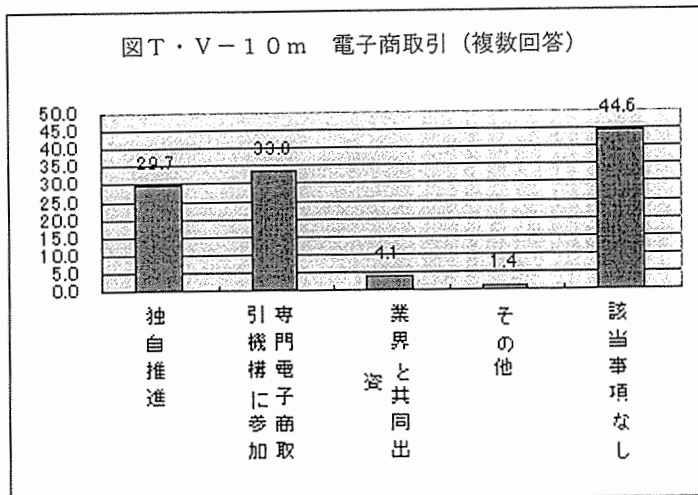
レベル 3 以上と回答した企業は、機械で 45.3%、電機が 54%である。電機の方が若干利用しているとする回答が多いが、全体とすれば顧客の意見収集についての HP の活用度は、十分でないといえるだろう。



T・V-10 電子商取引(回答
企業数:機械 41社、回答件数
84件;電機 17社、21件)

電子商取引に関しては、回
答構造に業種的な差異は無い。
該当項目内が機械で 44.6%、
電機で 47.1%であった。

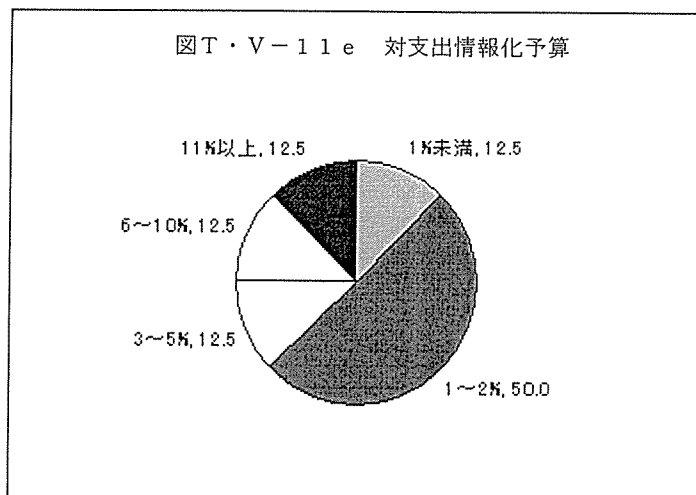
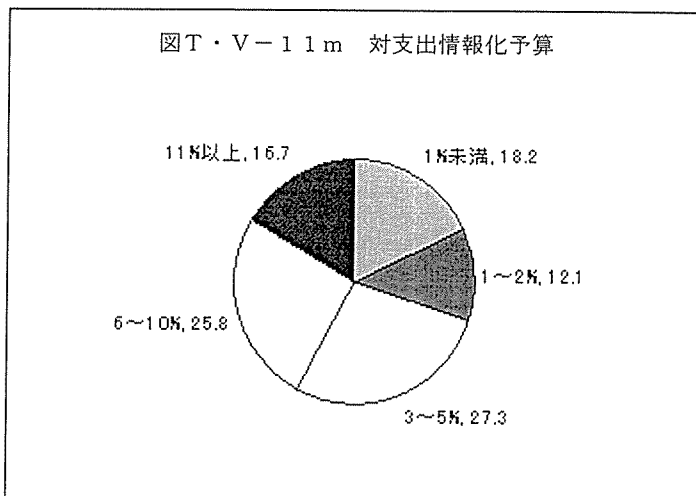
参加している企業の行動は
専門的電子商取引機構に参加
しており、次は独自推進であ
る。企業数としては、約3分
の1前後の企業が何らかの電
子取引行為に関わっている。



T・V-11 情報化の予算(回答企業数:機械 66社、電機 16社)

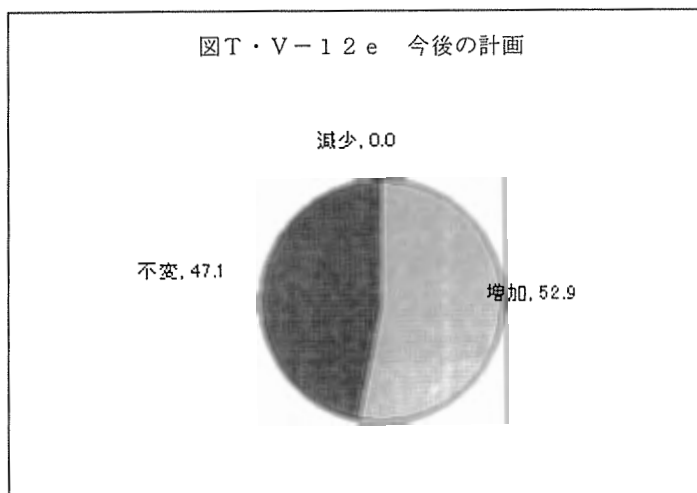
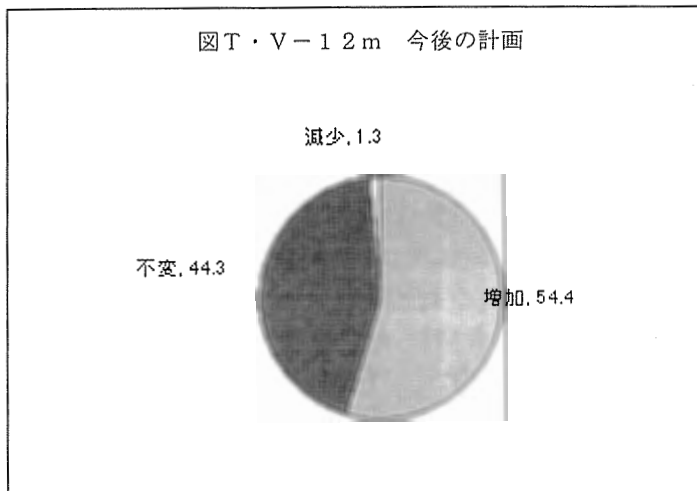
機械の総支出に対する情報化予算を見ると、6~10%が25.8%、11%以上が16.7%である。これに対して、電機では6~10%が12.5%、11%以上が同じく12.5%で、情報化予算は、機械の方が大きい傾向がある。

1%未満の企業が機械で18.2%、電機で12.5%、2%未満の企業は合計で機械が30.3%、電機で62.5%である。機械の方が情報化予算を多く支出している傾向をどのように理解するかは、今のところ不明である。



T・V-12 情報化に関する今後の計画(回答企業数 79 社)

今後の情報化に関する回答では、両業種とも同様の傾向にある。増加が機械で54.4%、電機で52.9%であり、不変は、機械が44.3%、電機が47.1%である。



小括：韓国・大邱と台湾の中小企業調査のまとめ

平成 13 年度と 14 年度に韓国・大邱市と台湾で行った中小企業アンケート調査は、(1)企業の概要、(2)経営者に関する基本情報、起業時の課題と解決手段、(3)国際化・グローバル化への企業の対応、(4)研究開発の現状と今後の見込み、(5)情報化への対応について、包括的に検討しようとすることを目的とした。

両地域の中小企業調査は、大邱市では、伝統的な繊維や機械産業の集積地であり、繊維と機械を対象業種にしたが、台湾では、機械と電機を対象業種にした。したがって、両アンケート調査は業種的にもずれがあり、単純に比較することが難しい。しかし、中小企業としての幾つかの共通項と、業種の性格の違いがかなりはっきりと現れて、興味深い調査となった。以下では、本アンケート調査の総括表(表 3 及び表 4)を用いて、暫定的なまとめをしておくことにしたい。

(1) 会社概況及び経営者の経歴・創業時の問題点等について

韓国ウォンは日本円の約 10 分の 1、台湾は日本円の 3 倍程度であるので、それを目処に中小企業の規模を比較しても、両調査の企業の間には極端な差は見出せない。企業規模、設立年度、経営者の年齢、性別、創業時の問題点、解決方法、学歴、親の職業、経営者の経歴等において、決定的な差は無い。

むしろ、業種が違っても、教育程度は相対的に高く、創業時の課題と解決策等にほぼ同じ傾向を見出せることである。これは、中小企業がおかれた共通性が反映しているものと思われる。2つの地域の中小企業は共に、公的な支援に頼れない実態が確認される。

(2) 国際化・グローバル化と企業の競争力について

製品の輸出シェアの傾向について、両調査は対照的な特徴を見せている。韓国の企業に比べて台湾の企業の方が、輸出指向が強い。これは業種的な違いを反映している面もあるが、台湾と韓国の中小企業の性格の違いを見せるものでもあると思われる。直接投資や海外企業との協力関係では台湾の方が積極的である。輸出形態では、台湾が直接輸出の割合が高いのに対して、韓国では間接輸出が大きい。韓国地方中小企業のグローバル化に対する課題は、台湾以上に大きいように思われる。

他方、競争力については、韓国企業も台湾企業も製品の質や生産性においてはある程度の自信を持っているが、しかし、その市場を開拓するための重要な領域であるマーケット・販路に関して競争力がないと考えている。研究開発については、部分的には相違も見られるが、基本的に両調査では、遅れ気味であるという同じ傾向を見せている。

グローバル化と情報化が強まるなかで、韓国と台湾の中小企業は対処を迫られているが、積極的な展開とはいえないとしても、対応を図っていこうとしている姿がアンケートを通じて確認されるように思われる。

付表1 大邱中小企業アンケート総括表

- 有効回答数は各々120、288、408社。
- 回答率が低い質問については表記してある。

	繊維		機械		計	
	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)
I. 会社概況						
K-I-1 ○資本規模の構成(単位:億ウォン)						
回答企業数	88社	73.3%	194社	67.4%	282社	69.1%
1億ウォン未満	23	26.1	38	19.6	61	21.6
1~5億ウォン	30	34.1	82	42.3	112	39.7
5~10億ウォン	12	13.7	38	19.5	50	17.8
10~20億ウォン	15	17.0	18	9.3	33	11.7
20億ウォン~	8	9.1	18	9.3	26	9.2
K-I-2 ○従業員数(単位:人)						
回答企業数	115社	95.8%	276社	95.8%	391社	95.8%
1~5人	14	12.2	27	9.8	41	10.5
6~10人	13	11.3	56	20.3	69	17.6
11~20人	23	20.0	59	21.3	82	21.0
21~30人	22	19.1	46	16.7	68	17.4
31~50人	18	15.7	49	17.8	67	17.1
51~100人	21	18.2	18	6.5	39	10.0
101人以上	4	3.5	21	7.6	25	6.4
K-I-3 ○設立年度(基準:年)						
回答企業数	117社	97.5%	275社	95.5%	392社	96.1%
1987年以前	43	36.8	125	45.5	168	42.9
1988~1997年	54	46.1	115	41.8	169	43.1
1998~2001年	20	17.1	35	12.7	55	14.0
K-I-4 ○最近5年間の平均売上高・利益額(単位:100万ウォン)						
()は回答会社数(単位:社)、売上上の返事がない企業は利益率が0かーである可能性がある。						
	金額	社数	金額	社数	金額	社数
1997売上高	3,802	65	12,518	140	9,754	205
利益額	175	49	647	101	493	150
1998売上高	4,394	70	8,816	166	7,504	236
利益額	183	51	596	116	470	167
1999売上高	4,250	84	10,737	183	8,696	267
利益額	238	62	1,077	126	800	188
2000売上高	4,580	86	11,386	204	9,368	290
利益額	290	65	764	135	610	200
2001売上高	4,561	77	12,746	184	10,331	261
利益額	306	53	1,736	99	1,237	152
II. 最高経営者に関する内容						
K-II-1 ○最高経営者の年齢						
年齢は「数え年」である。						
回答企業数	117社	97.5%	266社	92.4%	383社	93.9%
25~29歳	0	0.0	2	0.7	2	0.5
30~39歳	3	2.6	12	4.5	15	3.9
40~49歳	46	39.3	115	43.2	161	42.0
50~59歳	42	35.9	101	37.9	143	37.3
60~69歳	24	20.5	32	12.0	56	14.6
70歳以上	2	1.7	4	1.5	6	1.5
K-II-2 ○最高経営者の性別						
回答企業数	116社	96.7%	274社	95.1%	390社	95.6%
男性	111	95.7	262	95.6	373	95.6
女性	5	4.3	12	4.4	17	4.4
K-II-3 ○会社創業の経緯						
回答企業数	117社	97.5%	267社	92.7%	384社	94.1%
家業継承	17	14.5	15	5.6	32	8.3
独自創業	55	47.0	156	58.4	211	54.9
会社から独立	34	29.1	74	27.7	108	28.1
支社	4	3.4	10	3.7	14	3.6
その他	7	6.0	12	4.6	19	4.9
K-II-4 ○創業時の難点						
回答企業数	109社	90.8%	244社	84.7%	353社	86.5%
資金調達	56	51.4	126	51.6	182	51.6
販売網確保	24	22.0	53	21.7	77	21.8
労働力確保	17	15.6	19	7.8	36	10.2
品質確保	8	7.3	24	9.8	32	9.1
技術確保	4	3.7	22	9.0	26	7.4

付表2 台湾中小企業アンケート総括表

- 有効回答数は各々88、17、105社。
- 回答率が低い質問については表記してある。

	機械		電子		計	
	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)
I. 会社概況						
T-I-1 ○資本規模の構成(単位:台湾ドル)						
回答企業数	88社	100.0%	17社	100.0%	105社	100.0%
1000万以下	31	35.2	6	35.2	37	35.2
1001~2000万	21	23.9	2	11.7	23	21.9
2001~4000万	20	22.7	6	35.2	26	24.7
4001~1億	10	11.4	1	5.8	11	10.5
1億以上	6	6.8	2	11.7	8	7.6
T-I-2 ○従業員数(単位:人)						
回答企業数	88社	100.0%	16社	94.1%	104社	99.0%
1~5人	3	3.4	0	0.0	3	2.9
6~10人	5	5.7	0	0.0	5	4.8
11~20人	23	26.1	3	18.7	26	25.0
21~30人	15	17.0	5	31.2	20	19.2
31~50人	19	21.6	1	6.2	20	19.2
51~100人	19	21.6	5	31.2	24	23.1
101人以上	4	4.5	2	12.5	6	5.8
T-I-3 ○設立年度(基準:年)						
回答企業数	87社	98.9%	17社	100.0%	104社	99.0%
1987年以前	61	70.1	10	58.8	71	68.3
1988~1997年	24	27.6	6	35.2	30	28.8
1998~2001年	2	2.3	1	5.8	3	2.9
T-I-4 ○最近5年間の平均売上高・利益額(単位:1万台湾ドル)						
	金額	社数	金額	社数	金額	社数
1997売上高	24,059	63	15,229	12	22,646	75
利益額	892	51	1,972	10	1,069	61
1998売上高	29,572	64	17,020	13	27,453	77
利益額	1,229	53	1,914	10	1,338	63
1999売上高	28,267	66	19,706	13	26,858	79
利益額	2,132	55	2,034	10	2,117	65
2000売上高	32,658	67	21,682	14	30,761	81
利益額	2,347	56	2,334	12	2,345	68
2001売上高	30,213	67	22,945	14	28,957	81
利益額	1,265	56	2,557	11	1,477	67
II. 最高経営者に関する内容						
T-II-1 ○最高経営者の年齢						
回答企業数	83社	94.3%	16社	94.1%	99社	94.3%
25~29歳	0	0.0	0	0.0	0	0.0
30~39歳	4	4.8	0	0.0	4	4.0
40~49歳	32	38.6	9	56.2	41	41.4
50~59歳	27	32.5	3	18.7	30	30.3
60~69歳	14	16.9	3	18.7	17	17.2
70歳以上	6	7.2	1	6.2	7	7.1
T-II-2 ○最高経営者の性別						
回答企業数	88社	100.0%	17社	100.0%	105社	100.0%
男性	86	97.7	17	100.0	103	98.0
女性	2	2.3	0	0.0	2	1.9
T-II-3 ○会社創業の経緯						
回答企業数	88社	100.0%	16社	94.1%	104社	99.0%
家業継承	6	6.8	3	18.7	9.0	8.6
独自創業	56	63.6	9	56.2	65.0	62.5
会社から独立	16	18.2	3	18.7	19.0	18.2
分家創業	1	1.1	1	6.2	2.0	1.9
その他	9	10.2	0	0.0	9.0	8.6
T-II-4 ○創業時の難点						
回答企業数	88社	100.0%	16社	94.1%	104社	99.0%
回答件数	111件		23件		134件	
資金調達	35	39.8	8	50.0	43	32.0
販売網の確保	31	35.2	7	43.8	38	28.3
労働力の確保	4	4.5	1	6.3	5	3.7
人材の確保	23	26.1	4	25.0	27	20.1
品質の維持	10	11.4	1	6.3	11	8.2
生産技術の確保	8	9.1	2	12.5	10	7.4

K-II-5 ○創業時難点の解決(複数回答)						
回答企業数	109社	90.8%	244社	84.7%	353社	86.5%
回答件数	152件		336件		488件	
自己解決	69	63.3	145	59.4	214	60.6
親戚の援助	18	16.5	41	16.8	59	16.7
友人の援助	15	13.8	44	18.0	59	16.7
民間部門の支援	38	34.9	73	29.9	111	31.4
公共部門の支援	7	6.4	20	8.2	27	7.6
その他	5	4.6	13	5.3	18	5.1
K-II-6 ○最高経営者の学歴						
回答企業数	102社	85.0%	227社	78.8%	329社	80.6%
小学校	0	0.0	0	0.0	4	1.2
中学校	8	7.8	8	3.5	12	3.6
高校	34	33.3	84	37.0	118	35.9
大学	55	53.9	122	53.7	177	53.8
大学院	5	4.9	13	5.7	18	5.5
K-II-7 ○最高経営者の親の職業						
回答企業数	107社	89.2%	229社	79.5%	336社	82.4%
農業	65	60.7	130	56.8	195	58
商業	5	4.7	24	10.5	29	8.6
事務員	3	2.8	9	3.9	12	3.6
生産労働者	1	0.9	8	3.5	9	2.7
企業経営者	21	19.6	31	13.5	52	15.5
その他	12	11.2	27	11.8	39	11.6
K-II-8 ○最高経営者の過去の職業(複数回答)						
回答企業数	105社	87.5%	265社	92.0%	370社	90.7%
回答件数	125件		294件		419件	
中小企業	51	48.6	131	49.4	182	49.2
大企業	27	25.7	59	22.3	86	23.2
大学・研究機関	6	5.7	5	1.9	11	3.0
金融機関	0	0.0	5	1.9	5	1.4
公務員	4	3.8	7	2.6	11	3.0
現職	32	30.5	61	23.0	93	25.1
その他	5	4.8	26	9.8	31	8.4
Ⅲ. 国際化・グローバル化への対応						
K-Ⅲ-1 輸出の割合						
回答企業数	91社	75.8%	151社	52.4%	242社	59.3%
0~20%	16	17.6	84	55.6	100	41.3
21~40%	10	11.0	40	26.5	50	20.7
41~60%	19	20.9	13	8.6	32	13.2
61~80%	16	17.5	9	6.0	25	10.3
81~100%	30	33.0	5	3.3	35	14.5
K-Ⅲ-2 国際化の進展						
回答企業数	84社	70.0%	160社	55.6%	244社	59.8%
輸出入	71	84.5	111	69.4	182	74.6
協力段階	10	11.9	42	26.3	52	21.3
直接投資	3	3.6	7	4.4	10	4.1
K-Ⅲ-3 輸出方式						
回答企業数	87社	72.5%	159社	55.2%	246社	60.3%
直接	27	31.0	67	42.1	94	38.2
間接	60	69.0	92	57.9	152	61.8
K-Ⅲ-4 輸出地域						
回答企業数	83社	69.2%	147社	51.0%	230社	56.4%
米国	35	42.2	52	35.4	87	37.8
日本	8	9.6	33	22.4	41	17.8
中国	3	3.6	19	12.9	22	9.6
東南ア	15	18.1	26	17.7	41	17.8
中東	10	12.0	5	3.4	15	6.5
ヨーロッパ	5	6.1	7	4.8	12	5.2
その他	7	8.4	5	3.4	12	5.2
K-Ⅲ-5 ○品質競争力水準—CEO個人判断によるもの						
回答企業数	88社	73.3%	189社	65.6%	277社	67.9%
明らかに劣位	6	6.8	4	2.1	10	3.6
劣位	9	10.2	26	13.8	35	12.6
等位	25	28.4	103	54.5	128	46.2
優位	42	47.7	51	27.0	93	33.6
明らかに優位	6	6.8	5	2.6	11	4.0
K-Ⅲ-6 ○生産性競争力水準						
回答企業数	87社	72.5%	186社	64.6%	273社	66.9%
明らかに劣位	3	3.4	7	3.8	10	3.7
劣位	13	14.9	42	22.6	55	20.1
等位	33	37.9	81	43.5	114	41.8
優位	33	37.9	51	27.4	84	30.8
明らかに優位	5	5.7	5	2.7	10	3.7

T-II-5 ○創業時難点の解決(複数回答)						
回答企業数	86社	97.7%	17社	100.0%	103社	98.1%
回答件数	124件		25件		149件	
自己解決	61	70.9	11	64.7	72	69.9
親戚の援助	8	9.3	2	11.7	10	9.7
友人の援助	24	27.9	6	35.2	30	29.1
民間部門の支援	21	24.4	3	17.6	24	23.3
公共部門の支援	5	5.8	1	5.8	6	5.8
その他	5	5.8	2	11.7	7	6.8
T-II-6 ○最高経営者の学歴						
回答企業数	81社	92.0%	16社	94.1%	97社	92.4%
小学校	6	7.4	0	0.0	6	6.1
中学校	9	11.1	0	0.0	9	9.2
高校	26	32.1	2	12.5	28	28.9
大学	39	48.1	13	81.2	52	53.6
大学院	1	1.2	1	6.2	2	2.0
T-II-7 ○最高経営者の親の職業						
回答企業数	87社	98.9%	16社	94.1%	103社	98.1%
農業	39	44.8	8	50.0	47	45.6
商業	10	11.5	5	31.2	15	14.5
事務員	9	10.3	1	6.2	10	9.7
生産労働者	13	14.9	1	6.2	14	13.5
企業経営者	4	4.6	1	6.2	5	4.8
その他	12	13.8	0	0.0	12	11.6
T-II-8 ○最高経営者の過去の職業(複数回答)						
回答企業数	87社	98.9%	17社	100.0%	104社	99.0%
回答件数	90件		23件		113件	
中小企業	46	52.9	7	41.1	53	46.9
大企業	12	13.8	6	35.2	18	15.9
大学・研究機関	1	1.1	0	0.0	1	0.8
金融機関	0	0.0	0	0.0	0	0.0
公務員	1	1.1	1	5.8	2	1.7
現職	26	29.9	7	41.1	33	29.2
その他	4	4.6	2	11.7	6	5.3
Ⅲ. 国際化・グローバル化への対応						
T-Ⅲ-1 輸出の割合						
回答企業数	86社	97.7%	17社	100.0%	103社	98.1%
0~20%	29	33.7	6	35.3	35	34.0
21~40%	10	11.6	0	0.0	10	9.7
41~60%	14	16.3	1	5.9	15	14.6
61~80%	18	20.9	2	11.8	20	19.4
81~100%	15	17.4	8	47.1	23	22.3
T-Ⅲ-2 国際化の進展(複数回答)						
回答企業数	82社	93.2%	17社	100.0%	99社	94.3%
回答件数	99件		21件		120件	
輸出入	63	76.8	13	76.5	76	76.8
協力段階	20	24.4	3	17.6	23	23.2
直接投資	16	19.5	5	29.4	21	21.2
T-Ⅲ-3 輸出方式						
回答企業数	74社	84.1%	14社	82.4%	88社	83.8%
直接	57	77.0	8	57.1	65	73.9
間接	17	23.0	6	42.9	23	26.1
T-Ⅲ-4 輸出地域(複数回答)						
回答企業数	82社	93.2%	14社	82.4%	96社	91.4%
回答件数	146件		38件		184件	
米国	28	34.1	6	42.9	34	35.4
日本	24	29.3	7	50.0	31	32.3
中国	47	57.3	6	42.9	53	55.2
東南ア	37	45.1	8	57.1	45	46.9
中東	14	17.1	3	21.4	17	17.7
ヨーロッパ	24	29.3	6	42.9	30	31.3
その他	6	7.3	2	14.3	8	8.3
T-Ⅲ-5 ○品質競争力水準—CEO個人判断によるもの						
回答企業数	84社	95.5%	17社	100.0%	101社	96.2%
明らかに劣位	0	0.0	0	0.0	0	0.0
劣位	10	11.9	0	0.0	10	9.9
等位	42	50.0	8	47.0	50	49.5
優位	28	33.3	8	47.0	36	35.6
明らかに優位	4	4.8	1	5.8	5	4.9
T-Ⅲ-6 ○生産性競争力水準						
回答企業数	82社	93.2%	17社	100.0%	99社	94.3%
明らかに劣位	1	1.2	0	0.0	1	1.0
劣位	21	25.6	4	23.5	25	25.2
等位	23	28.0	3	17.6	26	26.2
優位	35	42.7	9	52.9	44	44.4
明らかに優位	2	2.4	1	5.8	3	3.0

K・III-7 ○マーケティング力						
回答企業数	85社	70.8%	182社	63.2%	267社	65.4%
明らかに劣位	16	18.8	23	12.6	39	14.6
劣位	27	31.8	74	40.7	101	37.8
等位	25	29.4	60	33.0	85	31.8
優位	16	18.8	22	12.1	38	14.2
明らかに優位	1	1.2	3	1.6	4	1.5

IV. 研究開発

K・IV-1 ○技術獲得方法(複数回答)

回答企業数	103社	85.8%	240社	83.3%	343社	84.1%
回答件数	136件		306件		442件	
自社開発	58	56.3	132	55.0	190	55.4
国内技術導入	37	35.9	58	24.2	95	27.7
海外技術導入	10	9.7	37	15.4	47	13.7
共同開発	15	14.6	38	15.8	53	15.5
産学協同	12	11.7	34	14.2	46	13.4
その他	4	3.9	7	2.9	11	3.2

K・IV-2 ○対売上高開発費比率

回答企業数	68社	56.7%	171社	59.4%	239社	58.6%
0%	0	0.0	0	0.0	0	0.0
1%未満	13	19.1	25	14.6	38	15.9
1~3%	14	20.6	36	21.1	50	20.9
4~5%	25	36.8	36	21.1	61	25.5
6~10%	8	11.7	47	27.5	55	23.1
11~20%	3	4.4	19	11.1	22	9.2
21%以上	5	7.4	8	4.7	13	5.4

K・IV-3 ○研究開発要員数(単位:人)

無回答は要員0人である可能性ある。

回答企業数	57社	47.5%	167社	58.0%	224社	54.9%
0人	0	0.0	0	0.0	0	0.0
1人	17	29.8	33	19.8	50	22.3
2人	13	22.8	55	32.9	68	30.4
3人	13	22.8	38	22.8	51	22.8
4~5人	7	12.3	18	10.8	25	11.2
6~10人	5	8.9	14	8.4	19	8.5
11人以上	2	3.5	9	5.4	11	4.9

K・IV-4 ○商品試作件数(単位:件)

無回答は件数0件である可能性ある。

回答企業数	34社	28.3%	112社	38.9%	146社	35.8%
0件	0	0.0	0	0.0	0	0.0
1~3件	15	44.1	67	59.8	82	56.2
4~5件	4	11.8	17	15.2	21	14.3
6~10件	7	20.6	13	11.6	20	13.7
11~20件	3	8.8	8	7.2	11	7.6
21件以上	5	14.7	7	6.2	12	8.2

K・IV-5 ○商品化件数(単位:件)

無回答は0件である可能性ある。

回答企業数	35社	29.2%	81社	28.1%	116社	28.4%
0件	0	0.0	0	0.0	0	0.0
1~3件	21	60.0	62	76.5	83	71.6
4~5件	1	2.9	10	12.4	11	9.4
6~10件	9	25.7	3	3.7	12	10.4
11~20件	1	2.9	3	3.7	4	3.4
21件以上	3	8.6	3	3.7	6	5.2

K・IV-6 ○特許保有件数(単位:件)

無回答は件数0件である可能性ある。

回答企業数	15社	12.5%	70社	24.3%	85社	20.8%
0件	0	0.0	0	0.0	0	0.0
1~3件	12	80.0	48	68.6	60	70.6
4~5件	2	13.3	9	12.8	11	12.9
6~10件	0	0.0	9	12.8	9	10.6
11件以上	1	6.7	4	5.7	5	5.9

V. 情報化への対応

K・V-1 ○情報化関連部署

回答企業数	115社	95.8%	275社	95.5%	390社	95.6%
ある	11	9.6	45	16.4	57	14.6
ない	104	90.4	230	83.6	333	85.4

K・V-2 ○情報化関連担当者数

部署の有無に関係なく担当者の数。

回答企業数(回答率)	36社	30.0%	92社	31.9%	128社	31.4%
0人	0	0.0	0	0.0	0	0.0
1人	14	38.9	52	56.5	66	51.6
2人	15	41.7	19	20.7	34	26.6
3人	5	13.9	11	11.9	16	12.5
4人以上	2	5.6	10	10.9	12	9.4

T・III-7 ○マーケティング力						
回答企業数	82社	93.2%	17社	100.0%	99社	94.3%
明らかに劣位	5	6.1	3	17.6	8	8.0
劣位	32	39.0	5	29.4	37	37.3
等位	17	20.7	4	23.5	21	21.2
優位	25	30.5	5	29.4	30	30.3
明らかに優位	3	3.7	0	0.0	3	3.0

IV. 研究開発

IV-1 ○技術獲得方法(複数回答)

回答企業数	84社	95.5%	17社	100.0%	101社	96.2%
回答件数	118件		28件		146件	
自社開発	56	66.7	15	88.2	71	48.6
国内技術導入	13	15.5	1	5.8	14	9.5
海外技術導入	21	25.0	6	35.2	27	18.4
共同開発	12	14.3	2	11.7	14	9.5
産学協同	11	13.1	3	17.6	14	9.5
その他	5	6.0	1	5.8	6	4.1

T・IV-2 ○対売上高開発費比率

回答企業数	66社	75.0%	16社	94.1%	82社	78.1%
0%	9	13.6	0	0.0	9	10.9
1%未満	3	4.5	0	0.0	3	3.6
1~3%	18	27.3	5	31.2	23	28.0
4~5%	12	18.2	3	18.7	15	18.2
6~10%	10	15.2	4	25.0	14	17.0
11~20%	9	13.6	1	6.2	10	12.1
21%以上	5	7.6	3	18.7	8	9.7

T・IV-3 ○研究開発要員数(単位:人)

回答企業数	76社	86.4%	16社	94.1%	92社	87.6%
0人	9	11.8	1	6.2	10	10.8
1人	7	9.2	1	6.2	8	8.6
2人	15	19.7	0	0.0	15	16.3
3人	11	14.5	3	18.7	14	15.2
4~5人	16	21.1	2	12.5	18	19.5
6~10人	15	19.7	6	37.5	21	22.8
11人以上	3	3.9	3	18.7	6	6.5

T・IV-4 ○商品試作件数(単位:件)

回答企業数	64社	72.7%	15社	88.2%	79社	75.2%
0件	34	53.1	8	53.3	42	53.1
1~3件	23	35.9	4	26.6	27	34.1
4~5件	3	4.7	1	6.6	4	5.0
6~10件	4	6.3	1	6.6	5	6.3
11~20件	0	0.0	0	0.0	0	0.0
21件以上	0	0.0	1	6.6	1	1.2

T・IV-5 ○商品化件数(単位:件)

回答企業数	78社	88.6%	15社	88.2%	78社	74.3%
0件	27	34.6	3	20.0	30	38.4
1~3件	22	28.2	3	20.0	25	32.0
4~5件	7	9.0	2	13.3	9	11.5
6~10件	2	2.6	4	26.6	6	7.6
11~20件	4	5.1	1	6.6	5	6.4
21件以上	1	1.3	2	13.3	3	3.8

T・IV-6 ○特許保有件数(単位:件)

回答企業数	64社	72.7%	15社	88.2%	79社	75.2%
0件	40	62.5	7	46.6	47	59.4
1~3件	13	20.3	2	13.3	15	18.9
4~5件	2	3.1	3	20.0	5	6.3
6~10件	7	10.9	0	0.0	7	8.8
11件以上	2	3.1	3	20.0	5	6.3

V. 情報化への対応

T・V-1 ○情報化関連部署

回答企業数	88社	100.0%	17社	100.0%	105社	100.0%
あり	37	42.0	8	47.1	45	42.8
なし	51	58.0	9	52.9	60	57.1

T・V-2 ○情報化関連担当者数

回答企業数	84社	95.5%	17社	100.0%	101社	96.2%
0人	25	29.8	5	29.4	30	29.7
1人	31	36.9	2	11.8	33	32.7
2人	8	9.5	6	35.3	14	13.9
3人	10	11.9	3	17.6	13	12.9
4人以上	10	11.9	1	5.9	11	10.9

K・V-3 ○情報化への今後の計画						
部署のない						
回答企業数	86社	71.7%	203社	70.5%	289社	70.8%
1年以内設置	12	13.8	31	15.2	43	14.8
3年以内設置	16	18.7	49	24.0	65	22.4
予定なし	58	67.5	123	60.7	181	62.7
K・V-4 ○情報化の活用分野(複数回答)						
CEOも活用主体に入る。						
回答企業数	78社	65.0%	211社	73.3%	289社	70.8%
回答件数	213件		584件		797件	
受注管理	30	38.5	83	39.3	113	39.1
生産管理	53	67.9	125	59.2	178	61.6
人力管理	25	32.1	61	28.9	86	29.8
原価管理	23	29.5	70	33.2	93	32.2
顧客管理	14	17.9	59	28.0	73	25.3
品質管理	22	28.2	74	35.1	96	33.2
物流管理	44	56.4	98	46.4	142	49.1
その他	2	2.6	14	6.6	16	5.5
K・V-5 ○情報収集の手段(複数回答)						
CEOも活用主体に入る。						
複数回答	97社	80.8%	248社	86.1%	345社	84.6%
回答件数	188件		364件		552件	
協力企業	68	70.1	149	60.1	217	62.9
専門情報会社	2	2.1	11	4.4	13	3.8
独自収集	58	59.8	117	47.2	175	50.8
輸出商社	26	26.8	21	8.5	47	13.6
協会など	29	29.9	55	22.2	84	24.3
その他	5	5.2	11	4.4	16	4.6
K・V-6 ○OHP有無						
回答企業数	108社	90.0%	247社	85.8%	355社	87.0%
ある	47	43.5	138	55.9	185	52.1
ない	61	56.5	109	44.1	170	47.9
K・V-7 ○OHP活用度-製品紹介						
回答企業数	44社	36.7%	125社	43.4%	169社	41.4%
レベル1	11	25.0	26	20.8	37	21.9
レベル2	8	18.2	12	9.6	20	11.8
レベル3	9	20.5	40	32.0	49	29.0
レベル4	7	15.9	27	21.6	34	20.1
レベル5	9	20.5	20	16.0	29	17.2
K・V-8 ○OHP活用度-注文						
回答企業数	42社	35.0%	155社	53.8%	197社	48.3%
レベル1	23	54.6	71	46.0	95	48.3
レベル2	7	16.7	30	19.5	37	18.7
レベル3	6	14.3	26	16.8	32	16.1
レベル4	1	2.4	21	13.3	20	10.3
レベル5	5	12.0	7	4.4	13	6.6
K・V-9 ○OHP活用度-顧客意見収集						
回答企業数	39社	32.5%	151社	52.4%	190社	46.6%
レベル1	17	43.6	58	38.4	75	39.7
レベル2	6	15.4	36	24.1	42	21.9
レベル3	9	23.1	32	21.4	42	21.9
レベル4	4	10.3	19	12.5	23	11.9
レベル5	3	7.7	5	3.6	9	4.6
K・V-10 ○電子商取引(複数回答)						
回答企業数	76社	63.3%	188社	65.3%	264社	64.7%
回答件数	80件		188件		268件	
自主推進	3	3.9	15	8.0	18	6.8
専門会社加入	0	0.0	7	3.7	7	2.7
共同出資	4	5.3	4	2.1	8	3.0
その他	2	2.6	5	2.7	7	2.7
該当事項なし	71	93.4	157	83.5	228	86.4
K・V-11 ○対支出情報化予算						
回答企業数	46社	38.3%	109社	37.8%	155社	38.0%
1%未満	18	39.1	40	36.7	58	37.4
1~2%	5	10.9	18	16.5	23	14.9
2~5%	12	26.1	32	29.4	44	28.3
5~10%	6	13.0	12	11.0	18	11.7
10%以上	5	10.9	7	6.4	12	7.7
K・V-12 ○今後の計画						
回答企業数	71社	59.2%	188社	65.3%	259社	63.5%
増加	44	62.0	126	67.0	170	65.6
不変	24	33.8	60	31.9	84	32.4
減少	3	4.2	2	1.1	5	2.0

T・V-3 ○情報化への今後の計画						
部署のない						
回答企業数	52社	59.1%	10社	58.8%	62社	59.0%
1年以内設置	8	15.4	4	40.0	12	19.3
3年以内設置	12	23.1	4	40.0	16	25.8
予定なし	32	61.5	2	20.0	34	54.8
T・V-4 ○情報化の活用分野						
CEOも活用主体に入る。						
回答企業数	81社	92.0%	17社	100.0%	98社	93.3%
回答件数	333件		101件		434件	
注文管理	47	58.0	13	76.5	60	13.8
生産	38	46.9	11	64.7	49	11.2
人力管理	18	22.2	6	35.3	24	5.5
コスト管理	48	59.3	12	70.6	60	13.8
取引先管理	42	51.9	10	58.8	52	11.9
品質管理	17	21.0	10	58.8	27	6.2
物流管理	71	87.7	8	47.1	79	80.6
その他	8	9.9	1	5.9	9	2.0
T・V-5 ○情報収集の手段(複数回答)						
CEOも活用主体に入る。						
回答企業数	84社	95.5%	17社	100.0%	101社	96.2%
回答件数	148件		35件		183件	
協力企業	26	31.0	6	35.3	32	17.4
専門情報会社	11	13.1	3	17.6	14	7.6
独自収集	58	69.0	11	64.7	69	37.7
輸出商社	14	16.7	3	17.6	17	9.2
協会など	34	40.5	10	58.8	44	24.0
その他	5	6.0	2	11.8	7	3.8
T・V-6 ○OHP有無						
回答企業数	86社	97.7%	16社	94.1%	102社	97.1%
あり	60	69.8	11	68.8	71	69.6
なし	26	30.2	5	31.3	31	30.3
T・V-7 ○OHP活用度-製品紹介						
回答企業数	69社	78.4%	14社	82.4%	83社	79.0%
レベル1	23	33.3	1	7.1	24	28.9
レベル2	14	20.3	4	28.6	18	21.7
レベル3	12	17.4	5	35.7	17	20.5
レベル4	6	8.7	2	14.3	8	9.6
レベル5	14	20.3	2	14.3	16	19.3
T・V-8 ○OHP活用度-注文						
回答企業数	59社	67.0%	15社	88.2%	74社	70.5%
レベル1	18	30.5	6	40.0	24	32.4
レベル2	25	42.4	2	13.3	27	36.5
レベル3	7	11.9	5	33.3	12	16.2
レベル4	3	5.1	2	13.3	5	6.8
レベル5	6	10.2	0	0.0	6	8.1
T・V-9 ○OHP活用度-顧客意見収集						
回答企業数	53社	60.2%	13社	76.5%	66社	62.9%
レベル1	20	37.7	3	23.1	23	34.8
レベル2	9	17.0	3	23.1	12	18.2
レベル3	15	28.3	4	30.8	19	28.8
レベル4	7	13.2	2	15.4	9	13.6
レベル5	2	3.8	1	7.7	3	4.5
T・V-10 ○電子商取引(複数回答)						
回答企業数	74社	84.1%	17社	100.0%	99社	94.3%
回答件数	84件		21件		105件	
独自推進	22	29.7	5	29.4	27	27.3
専門電子商取引機構に参加	25	33.8	6	35.3	31	31.3
業界と共同出資	3	4.1	1	5.9	4	4.0
その他	1	1.4	1	5.9	2	2.0
該当事項なし	33	44.6	8	47.1	41	41.4
T・V-11 ○対支出情報化予算						
回答企業数	66社	75.0%	16社	94.1%	82社	78.1%
1%未満	12	18.2	2	12.5	14	17.0
1~2%	8	12.1	8	50.0	16	19.5
3~5%	18	27.3	2	12.5	20	24.3
6~10%	17	25.8	2	12.5	19	23.1
11%以上	11	16.7	2	12.5	13	15.8
T・V-12 ○今後の計画						
回答企業数	79社	89.8%	17社	100.0%	96社	91.4%
増加	43	54.4	9	52.9	52	54.1
不変	35	44.3	8	47.1	43	44.7
減少	1	1.3	0	0.0	1	1.0