

2010 年度 (財)福岡アジア都市研究所 研究報告書

**福岡都市圏内工業の  
福岡市都市機能に対するニーズの実態**  
～新都市型産業形成に向けた政策研究の前提として～

平成 22 年 3 月

**(財)福岡アジア都市研究所**

## はしがき

これは、(財)福岡アジア都市研究所の2009年度予備調査として実施された福岡都市圏内製造業企業・事業所に対するアンケート調査結果を取りまとめたものである。

当研究所では、グローバル化の深化に伴う国際的な競争の激化に伴う、かつ、人口減少に伴う国内需要の低迷というわが国の経済の長期間の「不振」の下で、福岡市においても将来の都市成長基盤の強化を図る必要があり、これまで、都市とは必ずしも「相性」が良くなかった生産機能すなわち製造業の新しい形での強化が必要ではないかという発想をもち、新しい都市型産業の育成あるいは圏域内の生産機能と都市サービス機能との連携＝相互享受関係の強化を図るための政策的研究を企画した。2009年度においては、その予備的な作業として上記のアンケート調査を実施したものである。

研究の一部に過ぎないが、福岡都市圏内製造業企業・事業所の福岡市の都市機能に対するニーズを把握することが可能であり、利用価値もあるものと考え、あえて冊子とすることとした。アンケート調査に応じていただいた企業・事業所の方々には心よりお礼申し上げます。

2010年3月

財団法人 福岡アジア都市研究所

## 目 次

|                                  |           |
|----------------------------------|-----------|
| <b>1. 調査の目的と対象</b>               | <b>1</b>  |
| <b>2. 調査結果</b>                   | <b>2</b>  |
| (1) サンプルの属性                      | 2         |
| (2) 業務内容                         | 4         |
| (3) 各事業所の強みと弱み                   | 9         |
| (4) 新製品・新技術・新デザイン開発等の実績（過去 3 年間） | 12        |
| (5) 世界同時不況後の経営環境に対する見方           | 15        |
| (6) 世界同時不況への対策について               | 19        |
| (7) 福岡都市圏内立地のメリットについて            | 21        |
| (8) 福岡市の都市機能に対するニーズについて          | 23        |
| <b>3. まとめ</b>                    | <b>34</b> |

# 福岡都市圏内工業の福岡市都市機能に対するニーズの実態

## ～新都市型産業形成に向けた政策研究の前提として～

### 1. 調査の目的と対象

福岡市は、大都市比較統計掲載の 18 の大都市と比較してみると、都市の生産機能を担う製造業が少ないという特徴を持っていることがわかる。福岡市の平成 19 年の製造業の出荷額等は、約 6.607 億円であり、京都市（2 兆 8,139 億円）、大阪市（4 兆 4,723 億円）、神戸市（2 兆 9,038 億円）、広島市（2 兆 4,064 億円）、北九州市（2 兆 3,133 億円）などに比べてかなり小さい。

もちろん、工業は都市の成長に伴う市街地地価の上昇によって、郊外部へと押し出され、やがて市外の工業団地など専用地へと移転する傾向を持つとは言え、東京都（区部）においても、工業の出荷額等が 4 兆 8,441 億円と福岡市の約 7.4 倍に達していることから見て、必ずしも都市成長と工業とが逆比例するものではないことがわかる。なぜなら、幅広い工業業種あるいは工程の中には大都市であっても、あるいは大都市であるからこそ存在できる部分があるからである。

その代表格は、大都市の人口が生み出す大きな消費財需要を賄う、食料品、出版・印刷などいわゆる「都市型雑工業」と呼ばれた業種群であろう。しかしながら、上記の各大都市の例を見ると、高度情報技術の普及やサービス経済化に伴うサービス関連機器など新しい工業業種が生まれており、大都市の各種都市機能を享受しながら大都市内に留まって、当該大都市の生産機能を支えているのではないかと考えられる。これら为新都市型工業と呼んでおきたい。

6.607 億円にとどまっている製造業出荷額等に表示される福岡市の生産機能の弱さは、以上のような新都市型工業の集積に成功していないことを示しているであろう。

新興国群の高度経済成長の一方で、先進国経済の低迷化傾向が強まっており、かつ、人口減少に伴う国内需要の低迷というわが国の状況の下で、福岡市は、将来の成長基盤の強化を図らなければならないが、その 1 つとして、生産機能の強化具体的には新しい都市が他産業の育成あるいは圏域内の生産機能と都市サービス機能との連携＝相互享受関係の強化といった課題が挙げられてよいであろう。

そのような課題に応える政策研究の前提として、圏域内の製造業事業所（工場）の状況、福岡市の都市機能に対するニーズなどを明らかにすることが必要であろう。とりあえず今年度は、地域に賦存している労働力（通勤圏）をはじめとする各種資源等の競争的配分圏としての都市圏をとり、そこに所在する製造業事業所（工場）を対象として、その生産、流通、経営・管理の各部面における、福岡市の都市機能に対するニーズを把握することにした。福岡市、筑紫野市、春日市、大野城市、太宰府市、那珂川町、古賀市、宇美町、篠栗町、志免町、須恵町、新宮町、久山町、粕屋町、宗像市、福津市、糸島市の 17 市町（9 市 8 町）からなる福岡都市圏内に所在する約 1,800 社・事業所を対象に、巻末に掲げたア

ンケート調査票を郵送し、185 の回答得た（回答率約 10.0%）。調査時期は、平成 21 年 11 月である。

なお、圏域内の製造業事業所の詳細状況把握については、次年度以降に、新都市型産業形成に向けた政策研究の中で、個別事業所のインタビュー調査等によって行うこととした。

## 2. 調査結果

### (1) サンプルの属性

回答数が少ないため、業種構成については、24 の製造業中分類業種を表 1 のように 8 つの業種グループにくくって示したが、その他軽工業品製造グループ（4.7%）を除き実際の事業所数の 5%以上の回答を得ている。

地区別では、表 2 のように、福岡市 92、周辺市町 93 で半々であったが、実際の工場数とほぼ比例していると見られる。

しかし、従業者規模別に見ると、表 3 のように、1～4 人、5～9 人、10～19 人の小規模階層で少なく、20～29 人、30 人以上の中規模～大規模階層に偏ったサンプルとなっている点は注意を要する。なお、これを業種グループごとに見たのが表 4 である。食料品、印刷・同製品、機械では、300 人以上の事業所（工場）が含まれている。

表 1 福岡工業地区業種別事業所数および回答数・回答率

(単位：所、%)

|          | 2002年 | 2007年 | 増減率   | 回答数 | 回答率  | 構成比   |
|----------|-------|-------|-------|-----|------|-------|
| 食料品      | 558   | 580   | 3.9   | 34  | 5.9  | 18.4  |
| 印刷・同製品   | 392   | 355   | △9.4  | 27  | 7.6  | 14.6  |
| プラスチック製品 | 84    | 81    | △3.6  | 11  | 13.6 | 5.9   |
| その他軽工業製品 | 569   | 506   | △11.1 | 24  | 4.7  | 13.0  |
| 鉄鋼・金属製品  | 408   | 402   | △1.5  | 39  | 9.7  | 21.1  |
| 電気・電子部品  | 98    | 115   | 17.3  | 11  | 9.6  | 5.9   |
| 機械       | 226   | 273   | 20.8  | 18  | 6.6  | 9.7   |
| その他      | 146   | 128   | △12.3 | 19  | 14.8 | 10.3  |
| 不明       |       |       |       | 2   |      | 1.1   |
| 合計       | 2,481 | 2,440 | △1.7  | 185 | 7.6  | 100.0 |

注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。

2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。

3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。

4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。

5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。

6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

7. 福岡工業地区は福岡広域行政圏に朝倉市、筑前町、東峰村を加えたエリアである。

資料：経済産業省「工業統計」

表 2 「福岡都市圏内製造業の福岡市都市機能に対するニーズ調査」回答事業所分布

(単位：事業所)

|          | 福岡市 | 筑紫地区 | 粕屋地区 | 糸島地区 | 宗像地区 | 不明 | 総計  |
|----------|-----|------|------|------|------|----|-----|
| 食料品      | 22  | 1    | 9    | 0    | 0    | 2  | 34  |
| 印刷・同製品   | 21  | 3    | 2    | 0    | 0    | 1  | 27  |
| プラスチック製品 | 4   | 4    | 3    | 0    | 0    | 0  | 11  |
| その他軽工業製品 | 13  | 4    | 4    | 2    | 0    | 1  | 24  |
| 鉄鋼・金属製品  | 14  | 6    | 13   | 3    | 0    | 3  | 39  |
| 電気・電子部品  | 5   | 3    | 3    | 0    | 0    | 0  | 11  |
| 機械       | 4   | 2    | 7    | 1    | 2    | 2  | 18  |
| その他      | 8   | 3    | 7    | 0    | 1    | 0  | 19  |
| 不明       | 1   | 0    | 1    | 0    | 0    | 0  | 2   |
| 合計       | 92  | 26   | 49   | 6    | 3    | 9  | 185 |

- 注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。  
 2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。  
 3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。  
 4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。  
 5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。  
 6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

表 3 サンプルの従業者規模別構成

(単位：事業所、%)

|                     |       | 総数    | 1～4人  | 5～9人 | 10～19人 | 20～29人 | 30人以上 |
|---------------------|-------|-------|-------|------|--------|--------|-------|
| 平成18年<br>製造業<br>事業所 | 福岡市   | 2,141 | 904   | 518  | 338    | 149    | 230   |
|                     | 都市圏地域 | 2,047 | 874   | 451  | 298    | 162    | 260   |
|                     | 合計    | 4,188 | 1,778 | 909  | 636    | 311    | 490   |
|                     | (割合)  | 100.0 | 42.5  | 21.7 | 15.2   | 7.4    | 11.7  |
| サンプル                | 実数    | 185   | 15    | 31   | 46     | 36     | 57    |
|                     | (割合)  | 100.0 | 8.1   | 16.8 | 24.9   | 19.5   | 30.8  |

資料：総務省統計局「事業所・企業統計調査」（平成18年）

表 4 業種グループごとの従業者規模別構成

(単位：事業所、%)

|          | 1～4人 | 5～9人 | 10～19人 | 20～29人 | 30～49人 | 50～99人 | 100～199人 | 200～299人 | 300人以上 | 総計    |
|----------|------|------|--------|--------|--------|--------|----------|----------|--------|-------|
| 食料品      | 1    | 3    | 6      | 5      | 5      | 7      | 4        | 1        | 2      | 34    |
|          | 2.9  | 8.8  | 17.6   | 14.7   | 14.7   | 20.6   | 11.8     | 2.9      | 5.9    | 100.0 |
| 印刷・同製品   | 2    | 4    | 8      | 5      | 3      | 2      | 1        | 1        | 1      | 27    |
|          | 7.4  | 14.8 | 29.6   | 18.5   | 11.1   | 7.4    | 3.7      | 3.7      | 3.7    | 100.0 |
| プラスチック製品 | 0    | 3    | 3      | 3      | 0      | 1      | 1        | 0        | 0      | 11    |
|          | 0.0  | 27.3 | 27.3   | 27.3   | 0.0    | 9.1    | 9.1      | 0.0      | 0.0    | 100.0 |
| その他軽工業製品 | 3    | 2    | 10     | 3      | 4      | 1      | 0        | 1        | 0      | 24    |
|          | 12.5 | 8.3  | 41.7   | 12.5   | 16.7   | 4.2    | 0.0      | 4.2      | 0.0    | 100.0 |
| 鉄鋼・金属製品  | 6    | 7    | 10     | 10     | 0      | 5      | 1        | 0        | 0      | 40    |
|          | 15.0 | 17.5 | 25.0   | 25.0   | 0.0    | 12.5   | 2.5      | 0.0      | 0.0    | 100.0 |
| 電気・電子部品  | 1    | 2    | 1      | 2      | 0      | 2      | 1        | 0        | 2      | 11    |
|          | 9.1  | 18.2 | 9.1    | 18.2   | 0.0    | 18.2   | 9.1      | 0.0      | 18.2   | 100.0 |
| 機械       | 0    | 4    | 3      | 4      | 4      | 1      | 1        | 0        | 1      | 17    |
|          | 0.0  | 23.5 | 17.6   | 23.5   | 23.5   | 5.9    | 5.9      | 0.0      | 5.9    | 100.0 |
| その他      | 2    | 6    | 3      | 4      | 1      | 2      | 1        | 0        | 0      | 19    |
| 不明       | 0    | 0    | 2      | 0      | 0      | 0      | 0        | 0        | 0      | 2     |
| 合計       | 15   | 31   | 46     | 36     | 17     | 21     | 10       | 3        | 6      | 185   |
|          | 8.1  | 16.8 | 24.9   | 19.5   | 9.2    | 11.4   | 5.4      | 1.6      | 3.2    | 100.0 |

注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。

2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。

3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。

4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。

5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。

6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

## (2) 業務内容

まず、各製造事業所の位置づけを見ると、表 5 のように、全体として、約半数（49.7%）が単独工場であり、約 3 割（30.3%）が複数工場の本社工場、5.4%がその分工場となっている。しかし、不明も 14.1%に上っている。

表 5 事業所（工場）の位置づけ

(単位：事業所)

|          | 本社工場 | 分工場 | 単独工場 | 不明 | 総計  |
|----------|------|-----|------|----|-----|
| 食料品      | 9    | 2   | 18   | 5  | 34  |
| 印刷・同製品   | 14   | 2   | 8    | 3  | 27  |
| プラスチック製品 | 3    | 0   | 8    | 0  | 11  |
| その他軽工業製品 | 6    | 2   | 11   | 5  | 24  |
| 鉄鋼・金属製品  | 11   | 2   | 21   | 5  | 39  |
| 電気・電子部品  | 4    | 0   | 4    | 3  | 11  |
| 機械       | 5    | 1   | 10   | 2  | 18  |
| その他      | 4    | 1   | 11   | 3  | 19  |
| 不明       | 0    | 0   | 2    | 0  | 2   |
| 合計       | 56   | 10  | 92   | 26 | 185 |

注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。

2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。

3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。

4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。

5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。

6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

次に、各工場の製品の性質を見ると、全体として、最終消費財（完成品）が最も多く、52.0%を占めている。特に、食料品（81.1%）、印刷・同製品（71.4%）で高い。次いで、材料など生産財が16.2%を占めており、業種別ではプラスチック製品（30.8%）、鉄鋼・金属（28.6%）、その他軽工業製品も25.0%であった。また、請負加工も全体として、13.1%を占めているが、その他（20.0%）や印刷・同製品（17.9%）、プラスチック製品（15.4%）で多い。機械類など資本財は12.6%であり、業種別には、機械が70.0%を占めており、電気・電子部品も33.3%と高い。なお、最終消費財（非完成品）は全体として5.6%あるが、プラスチック製品（15.4%）に集中している。

表 6 製品の性質別構成（複数回答）

（単位：回答数）

|          | 最終消費財<br>（完成品） | 最終消費財<br>（非完成品） | 資本財  | 生産財  | 請負加工 | 不明   | 総計    |
|----------|----------------|-----------------|------|------|------|------|-------|
| 食料品      | 81.1           | 8.1             | 0.0  | 8.1  | 2.7  | 0.0  | 100.0 |
| 印刷・同製品   | 71.4           | 3.6             | 0.0  | 7.1  | 17.9 | 0.0  | 100.0 |
| プラスチック製品 | 46.2           | 15.4            | 0.0  | 30.8 | 15.4 | 0.0  | 100.0 |
| その他軽工業製品 | 58.3           | 0.0             | 4.2  | 25.0 | 12.5 | 0.0  | 100.0 |
| 鉄鋼・金属製品  | 35.7           | 9.5             | 11.9 | 28.6 | 14.3 | 0.0  | 100.0 |
| 電気・電子部品  | 50.0           | 0.0             | 33.3 | 8.3  | 8.3  | 0.0  | 100.0 |
| 機械       | 15.0           | 0.0             | 70.0 | 0.0  | 15.0 | 0.0  | 100.0 |
| その他      | 45.0           | 5.0             | 10.0 | 20.0 | 20.0 | 0.0  | 100.0 |
| 不明       | 0.0            | 0.0             | 0.0  | 0.0  | 50.0 | 50.0 | 100.0 |
| 合計       | 52.0           | 5.6             | 12.6 | 16.2 | 13.1 | 0.5  | 100.0 |

注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。

2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。

3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の

4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。

5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイス

6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

次に、原材料の仕入れについてみると、仕入先はほぼ100%が他社からで、5.4%を占める分工場も原材料は他工場からではなく他社から調達されている。

その地域的な広がりを見ると、表7のように、全体として、福岡都市圏内の他社からと九州外の全国の他社からが最も多く、29.5%を占めている。次いで、福岡都市圏外の福岡圏内からが15.8%を占めており、福岡県内からが45.3%である。その他九州からは12.0%であった。

他方、海外からはアジアから（6.8%）とその他海外から（6.0%）を合わせると12.8%に達する。

業種グループごとに見ると、食料品が海外（その他）が20.4%、海外（アジア）が10.2%で合わせて30.6%が海外からとなっている。次いで、その他国内で28.6%などとなっており広範囲に調達されていることがわかる。一方、印刷・同製品は福岡都市圏内からが50.0%、その他国内からが28.1%を占めて2極化している。

プラスチック製品は58.3%がその他国内で占められている。その他の軽工業製品は、そ

の他国内（32.3%）と福岡都市圏内（25.8%）が多い。鉄鋼・金属製品は重量物で輸送コストが大きいことから、福岡都市圏内（31.1%）、その他福岡県内（31.1%）が62.2%を占めている。電気・電子部品は輸送コスト負担率が高いため、福岡都市圏内が多いものの（36.4%）、国内に広がっている。機械は福岡都市圏内とその他福岡県内とその他の国内にほぼ3等分されている。

表7 原材料の調達先（地域）別割合

(単位：回答数、%)

|          | 福岡都市圏内 | その他福岡県内 | その他九州内 | その他国内 | 海外(アジア) | 海外(その他) | 不明  | 総計    |
|----------|--------|---------|--------|-------|---------|---------|-----|-------|
| 食料品      | 10     | 3       | 7      | 14    | 5       | 10      | 0   | 49    |
|          | 20.4   | 6.1     | 14.3   | 28.6  | 10.2    | 20.4    | 0.0 | 100.0 |
| 印刷・同製品   | 16     | 2       | 4      | 9     | 1       | 0       | 0   | 32    |
|          | 50.0   | 6.3     | 12.5   | 28.1  | 3.1     | 0.0     | 0.0 | 100.0 |
| プラスチック製品 | 2      | 0       | 2      | 7     | 1       | 0       | 0   | 12    |
|          | 16.7   | 0.0     | 16.7   | 58.3  | 8.3     | 0.0     | 0.0 | 100.0 |
| その他軽工業製品 | 8      | 3       | 4      | 10    | 4       | 2       | 0   | 31    |
|          | 25.8   | 9.7     | 12.9   | 32.3  | 12.9    | 6.5     | 0.0 | 100.0 |
| 鉄鋼・金属製品  | 14     | 14      | 4      | 12    | 1       | 0       | 0   | 45    |
|          | 31.1   | 31.1    | 8.9    | 26.7  | 2.2     | 0.0     | 0.0 | 100.0 |
| 電気・電子部品  | 4      | 2       | 2      | 2     | 0       | 0       | 1   | 11    |
|          | 36.4   | 18.2    | 18.2   | 18.2  | 0.0     | 0.0     | 9.1 | 100.0 |
| 機械       | 7      | 7       | 2      | 7     | 3       | 0       | 0   | 26    |
|          | 26.9   | 26.9    | 7.7    | 26.9  | 11.5    | 0.0     | 0.0 | 100.0 |
| その他      | 7      | 5       | 3      | 8     | 1       | 2       | 0   | 26    |
| 不明       | 1      | 1       | 0      | 0     | 0       | 0       | 0   | 2     |
| 合計       | 69     | 37      | 28     | 69    | 16      | 14      | 1   | 234   |
|          | 29.5   | 15.8    | 12.0   | 29.5  | 6.8     | 6.0     | 0.4 | 100.0 |

注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。

2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。

3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。

4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。

5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。

6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

製品の出荷状況についてみると、全体として、66.7%（回答数136件／総回答数204件）が他社への出荷であり、29.4%（同）が消費者や直儒者への出荷、自社の他事業所へは3.9%であった。直儒者への出荷割合が高い業種グループは、注文生産型の機械で、52.6%に達している。次いで、印刷・同製品（39.3%）、プラスチック製品（37.0%）も注文生産比率が高い（表8参照）。

製品の出荷先を地域別に見ると、表9のように、全体として、福岡都市圏内が32.3%と最も多く、次が、その他国内で29.8%であった。しかし、その他の福岡圏内の18.7%を含めると、51.0%が福岡県内出荷であり、その他九州内の16.2%を含めると、67.2%が九州内への出荷である。海外はアジア向けだけで3.0%に留まっている。

業種グループごとに見ると、印刷・同製品が最も福岡都市圏内出荷が多く54.5%に上っており、その他福岡県内の18.2%を含めると72.7%にたつする。次いで、食料品と鉄鋼・金属製品が同じような構成をとっており、福岡都市圏内（36.2%、33.3%）の次にその他国

表 8 主要製品の出荷先別構成

(単位：回答数)

|          | 自社他<br>事業所 | 他社  | 消費<br>者・直<br>儒者 | 総計  |
|----------|------------|-----|-----------------|-----|
| 食料品      | 4          | 29  | 10              | 43  |
| 印刷・同製品   | 1          | 16  | 11              | 28  |
| プラスチック製品 | 0          | 10  | 2               | 12  |
| その他軽工業製品 | 1          | 16  | 10              | 27  |
| 鉄鋼・金属製品  | 1          | 33  | 6               | 40  |
| 電気・電子部品  | 1          | 7   | 3               | 11  |
| 機械       | 0          | 9   | 10              | 19  |
| その他      | 0          | 14  | 8               | 22  |
| 不明       | 0          | 2   | 0               | 2   |
| 合計       | 8          | 136 | 60              | 204 |

- 注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。  
 2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。  
 3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品・草・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。  
 4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。  
 5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具・電子部品・デバイスの合計。  
 6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

表 9 製品の出荷先（地域）別構成

(単位：回答数、%)

|          | 福岡都<br>市圏内 | その他<br>福岡県 | その他<br>九州 | その他<br>国内 | 海外<br>(アジ<br>ア) | 総計    |
|----------|------------|------------|-----------|-----------|-----------------|-------|
| 食料品      | 17         | 10         | 7         | 13        | 0               | 47    |
|          | 36.2       | 21.3       | 14.9      | 27.7      | 0.0             | 100.0 |
| 印刷・同製品   | 18         | 6          | 5         | 4         | 0               | 33    |
|          | 54.5       | 18.2       | 15.2      | 12.1      | 0.0             | 100.0 |
| プラスチック製品 | 2          | 1          | 4         | 5         | 0               | 12    |
|          | 16.7       | 8.3        | 33.3      | 41.7      | 0.0             | 100.0 |
| その他軽工業製品 | 12         | 3          | 3         | 10        | 1               | 29    |
|          | 41.4       | 10.3       | 10.3      | 34.5      | 3.4             | 100.0 |
| 鉄鋼・金属製品  | 15         | 10         | 8         | 12        | 0               | 45    |
|          | 33.3       | 22.2       | 17.8      | 26.7      | 0.0             | 100.0 |
| 電気・電子部品  | 2          | 3          | 2         | 6         | 1               | 14    |
|          | 14.3       | 21.4       | 14.3      | 42.9      | 7.1             | 100.0 |
| 機械       | 2          | 6          | 3         | 11        | 4               | 26    |
|          | 7.7        | 23.1       | 11.5      | 42.3      | 15.4            | 100.0 |
| その他      | 8          | 3          | 6         | 8         | 0               | 25    |
| 不明       | 0          | 2          | 0         | 0         | 0               | 2     |
| 合計       | 76         | 44         | 38        | 70        | 7               | 235   |
|          | 32.3       | 18.7       | 16.2      | 29.8      | 3.0             | 100.0 |

- 注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。  
 2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。  
 3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、草・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。  
 4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。  
 5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。  
 6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

内が多く（27.7%、26.7%）、2 極的である。その他の軽工業製品は、多様な業種が含まれ、全国市場主体の業種と地元主体の業種とが混合しているためと考えられるが、その他国内が 34.5%と多い一方、福岡都市圏内も 41.4%となっている。プラスチック製品、電気・電子部品、機械は、その他国内が多く（41.7%、42.9%、42.3%）、全国市場主体である。

また、海外はアジアのみであるが、機械が 15.4%、電気・電子部品が 7.1%、その他軽工業製品が 3.4%となっている。

### （3）各事業所の強みと弱み

福岡都市圏に所在する製造業事業所（工場）は、どんな特徴を持っているのだろうか。その強みと弱みについて聞いてみた。

まず、強みについては、表 10 のように、全体として、最も多かった回答は「他がまねできない独自の製造技術がある」で、22.8%が回答している。次いで、「製品企画力・開発力がある」で 18.7%（2 位）、さらに「販売・出荷において優位に立っている」が 13.9%（3 位）、「原材料調達において優位性がある」が 12.6%（4 位）、「ニーズのいち早い把握ができる」が 10.8%（5 位）と続いている。このうち、1 位以外は立地条件に関わるものである。

表 10 各事業所の強み

（単位：回答数、%）

|          | ニーズのいち早い把握 | 製品企画力または製品開発力がある | 他がまねのできない独自の製造技術がある | 原材料調達において優位性がある | 労働・人材調達において優位性を持っている | 販売・出荷において優位に立っている | その他       | 特にこれといったものはない | 合計           |
|----------|------------|------------------|---------------------|-----------------|----------------------|-------------------|-----------|---------------|--------------|
| 食料品      | 5<br>7.1   | 8<br>11.4        | 17<br>24.3          | 18<br>25.7      | 4<br>5.7             | 10<br>14.3        | 5<br>7.1  | 3<br>4.3      | 70<br>100.0  |
| 印刷・同製品   | 6<br>11.8  | 11<br>21.6       | 7<br>13.7           | 7<br>13.7       | 4<br>7.8             | 7<br>13.7         | 3<br>5.9  | 6<br>11.8     | 51<br>100.0  |
| プラスチック製品 | 4<br>16.0  | 5<br>20.0        | 4<br>16.0           | 4<br>16.0       | 1<br>4.0             | 4<br>16.0         | 1<br>4.0  | 2<br>8.0      | 25<br>100.0  |
| その他軽工業製品 | 4<br>9.3   | 10<br>23.3       | 6<br>14.0           | 5<br>11.6       | 2<br>4.7             | 7<br>16.3         | 5<br>11.6 | 4<br>9.3      | 43<br>100.0  |
| 鉄鋼・金属製品  | 5<br>6.6   | 11<br>14.5       | 20<br>26.3          | 10<br>13.2      | 5<br>6.6             | 13<br>17.1        | 9<br>11.8 | 3<br>3.9      | 76<br>100.0  |
| 電気・電子部品  | 3<br>13.6  | 6<br>27.3        | 6<br>27.3           | 0<br>0.0        | 3<br>13.6            | 3<br>13.6         | 1<br>4.5  | 0<br>0.0      | 22<br>100.0  |
| 機械       | 4<br>12.5  | 10<br>31.3       | 13<br>40.6          | 0<br>0.0        | 0<br>0.0             | 2<br>6.3          | 2<br>6.3  | 3<br>9.4      | 32<br>100.0  |
| その他      | 7          | 6                | 10                  | 2               | 6                    | 4                 | 1         | 1             | 38           |
| 不明       | 0          | 0                | 1                   | 0               | 0                    | 0                 | 1         | 0             | 2            |
| 合計       | 38<br>10.6 | 67<br>18.7       | 82<br>22.8          | 46<br>12.8      | 25<br>7.0            | 50<br>13.9        | 28<br>7.8 | 22<br>6.1     | 359<br>100.0 |

注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。

2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。

3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。

4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。

5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。

6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

業種グループごとに見ると、食料品では、「原材料調達において優位性がある」が1位で、次いで「独自技術」が2位であった。印刷・同製品とプラスチック製品は「製品企画力・開発力」が1位で他は分散している。その他軽工業製品は「製品企画力・開発力」が1位で、「販売・出荷の優位性」が2位になっている。鉄鋼・金属製品は「独自技術」が1位であるが、「販売・出荷の優位性」も2位に上げられている。電気・電子部品と機械は、「独自技術」が1位で、「製品企画力・開発力」が2位となっている。

なお、「その他」を7.8%の事業所が回答しているので、その内容を表11によって見ると、製造のスピードに関する回答が9、製造のフレキシビリティに関する回答が8、デリバリーに関する回答が5などとなっている。

表11 事業所の強みの「その他」の内容

| 類型                      | その他の（内容）                 | 回答数 |
|-------------------------|--------------------------|-----|
| 製造の<br>フレキ<br>シビリ<br>ティ | お客様のニーズに応える事ができる（製作金物）   | 1   |
|                         | キャラクター、オリジナル商品の生産        | 1   |
|                         | 水餃子という他社にない商品作りをしている     | 1   |
|                         | 製造環境が良い（ISO22000認証）      | 1   |
|                         | 製品の新規開発に主力を注いだ           | 1   |
|                         | 小ロット、短納期での生産             | 1   |
|                         | 小ロット加工                   | 1   |
|                         | 8 中古機の整備、改造力             | 1   |
| 製造ス<br>ピード              | 完成速度                     | 1   |
|                         | 受注から出荷までが早い              | 1   |
|                         | お客様の要望に極力こたえる（納期等）       | 1   |
|                         | 短納期                      | 2   |
|                         | 短納期で出荷出来る                | 1   |
|                         | 納期、単価等ニーズに対向できるように対応している | 1   |
|                         | 納期・品質管理が優れている            | 1   |
|                         | 9 納期に対しては優位性             | 1   |
| デリバ<br>リー               | フレキシブルなデリバリー             | 1   |
|                         | 物流の便がよい                  | 1   |
|                         | 取引先は県内の醤油業者（組合員）         | 1   |
|                         | 立地                       | 1   |
|                         | 5 立地条件がよい                | 1   |
| その他                     | ソフト                      | 1   |
|                         | 海外からの材料輸入                | 1   |
|                         | 親会社との関連性                 | 1   |
| 総 計                     |                          | 27  |

次に書く事業所の弱みについてみると、表12のように、全体として、最も多い回答は「製品市場が限られている」で21.8%。続いて、「有能な技術者など人材がいない」で13.7%、さらに「市場動向の把握が不十分」で12.8%などが主なものであった。一方、「特にこれといった点はない」という回答も11.2%に上っている。

業種グループごとに見ると、食料品では「特にこれといった点はない」が最も多く、20.0%であった。弱みとしては「製品市場が限られている」で15.0%が回答している。印刷・同製品も「特にこれといった点はない」が最も多いが（15.9%）、同率で、「コアになる独自技

術がない」、「最新技術の導入ができていない」、「製品市場が限られている」などが挙げられている。プラスチック製品も「市場動向の把握が不十分」、「最新技術の導入ができていない」、「有能な技術者など人材がいない」が 18.2%の同率で挙げられている。その他軽工業製品は「製品市場が限られている」が 23.5%と多く、「有能な技術者など人材がいない」も 20.6%に達している。鉄鋼・金属製品は「製品市場が限られている」が 28.2%と最も多く、電気・電子部品および機械は「製品市場が限られている」が 27.8%、21.6%と多いが、「市場動向の把握が不十分」も 16.7%、18.9%に達している。全国市場主体のプラスチック製品、電気・電子部品、機械で、「市場動向の把握が不十分」が 2 位に挙げられている点は特徴的である。

表 12 各事業所の弱み

(単位：回答数、%)

|          | 市場動向の把握が不十分 | コアになる独自の技術を持っていない | 最新技術の導入ができない | 原材料の調達条件が悪い | 有能な技術者など人材がいない | 製品販売市場が限られている | 物流の便が良くない | 海外市場へのアクセスがうまくいっていない | その他       | 特にこれといった点はない | 合計           |
|----------|-------------|-------------------|--------------|-------------|----------------|---------------|-----------|----------------------|-----------|--------------|--------------|
| 食料品      | 6<br>10.0   | 3<br>5.0          | 5<br>8.3     | 6<br>10.0   | 6<br>10.0      | 9<br>15.0     | 5<br>8.3  | 3<br>5.0             | 5<br>8.3  | 12<br>20.0   | 60<br>100.0  |
| 印刷・同製品   | 6<br>13.6   | 7<br>15.9         | 7<br>15.9    | 2<br>4.5    | 2<br>4.5       | 7<br>15.9     | 1<br>2.3  | 3<br>6.8             | 2<br>4.5  | 7<br>15.9    | 44<br>100.0  |
| プラスチック製品 | 4<br>18.2   | 2<br>9.1          | 4<br>18.2    | 0<br>0.0    | 4<br>18.2      | 3<br>13.6     | 1<br>4.5  | 0<br>0.0             | 1<br>4.5  | 3<br>13.6    | 22<br>100.0  |
| その他軽工業製品 | 2<br>5.9    | 0<br>0.0          | 2<br>5.9     | 5<br>14.7   | 7<br>20.6      | 8<br>23.5     | 1<br>2.9  | 1<br>2.9             | 2<br>5.9  | 5<br>14.7    | 34<br>100.0  |
| 鉄鋼・金属製品  | 10<br>14.1  | 9<br>12.7         | 7<br>9.9     | 4<br>5.6    | 11<br>15.5     | 20<br>28.2    | 2<br>2.8  | 2<br>2.8             | 2<br>2.8  | 4<br>5.6     | 71<br>100.0  |
| 電気・電子部品  | 3<br>16.7   | 2<br>11.1         | 1<br>5.6     | 0<br>0.0    | 2<br>11.1      | 5<br>27.8     | 0<br>0.0  | 2<br>11.1            | 2<br>11.1 | 1<br>5.6     | 18<br>100.0  |
| 機械       | 7<br>18.9   | 4<br>10.8         | 4<br>10.8    | 2<br>5.4    | 6<br>16.2      | 8<br>21.6     | 0<br>0.0  | 1<br>2.7             | 4<br>10.8 | 1<br>2.7     | 37<br>100.0  |
| その他      | 3           | 4                 | 3            | 2           | 6              | 10            | 1         | 0                    | 1         | 3            | 33           |
| 不 明      | 0           | 1                 | 0            | 1           | 0              | 0             | 0         | 0                    | 0         | 0            | 2            |
| 合 計      | 41<br>12.8  | 32<br>10.0        | 33<br>10.3   | 22<br>6.9   | 44<br>13.7     | 70<br>21.8    | 11<br>3.4 | 12<br>3.7            | 19<br>5.9 | 36<br>11.2   | 321<br>100.0 |

注：１．食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。

２．印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。

３．その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。

４．鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。

５．電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。

６．機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

なお、弱みの「その他」の内容は表 13 のとおり、コスト対応（６件）と営業力問題（６件）が中心であった。

表 13 各事業所の弱みの「その他」の内容

| 類型        | その他の内容                  | 回答数 |
|-----------|-------------------------|-----|
| 生産<br>問題  | 工場のレイアウトが悪く、効率的な配置にできない | 1   |
|           | 主力商品としての差別化が難しい         | 1   |
|           | 大型設備がないので協力会社が必要        | 1   |
|           | 4 大量受注に対して対応できない        | 1   |
| コスト<br>問題 | 為替差損の影響大                | 1   |
|           | コストダウンができない             | 1   |
|           | 原料原産国が中国である(7割強)        | 1   |
|           | 原材料が上がっている。機械が高い        | 1   |
|           | 自動車関係の品物のため、今は低迷中である    | 1   |
|           | 6 必要以上の値引きへの対応          | 1   |
| 営業力       | 営業力が弱い                  | 2   |
|           | 営業力が不足                  | 1   |
|           | 新規客先・市場の開拓力             | 1   |
|           | 販売力に欠ける                 | 1   |
|           | 6 受注が安定しない。販売価格が抑えられる   | 1   |
| その他       | 資金不足                    | 1   |
|           | 新規製品企画力                 | 1   |
| 総 計       |                         | 17  |

#### (4) 新製品・新技術・新デザイン開発等の実績（過去 3 年間）

最近 3 年間に各事業所が行った新製品・新技術・新デザイン開発や導入の状況についてみると、表 14 のとおり、全体としては、52.4%が特になしと回答しており、新製品開発が 32.4%、新技術・素材導入が 13.5%、新デザイン導入が 7.0%、合わせて、延べ 52.9%の事業所で開発・導入があった。

業種グループごとに見ると、食料品では、特になしが 38.2%であったのに対して新製品開発が 52.9%あり、活発であったと見てよいであろう。印刷・同製品では、66.7%が特になしを回答し、新技術・素材の導入が 22.2%見られた。プラスチック製品では新製品開発、新技術・素材導入ともに 36.4%、合わせて述べ 72.8%に達し活発であった。その他軽工業製品はとくになしが 50.0%であり、新デザイン導入と新製品開発がともに 208%で、合わせて、延べ 41.6%あった。鉄鋼・金属製品では 71.8%が特になしと回答しており、新製品開発も 17.9%に留まっている。電気・電子部品では、81.8%が新製品開発を行っており、新技術・素材の導入も 27.3%あり、合わせて、延べ 109.1%に達しており、非常に活発であった。

機械は 38.9%はとくになしと回答しているものの、新製品開発で 50.0%、新技術・素材導入で 22.2%、合わせて、延べ 72.2 に達している。

これを、従業者規模別に見ると、表 15 のように、規模の大きい事業所で実績が多いことがわかる。

表 14 過去 3 年間ににおける新製品・技術等の開発・導入状況

(単位：回答数、%)

|          | 新製品<br>開発 | 新技<br>術・素<br>材導入 | 新デザ<br>イン開<br>発 | 特にな<br>し | 回答な<br>し | 企業・<br>事業所<br>数 |
|----------|-----------|------------------|-----------------|----------|----------|-----------------|
| 食料品      | 18        | 2                | 4               | 13       | 0        | 34              |
|          | 52.9      | 5.9              | 11.8            | 38.2     | 0.0      | 100.0           |
| 印刷・同製品   | 0         | 6                | 1               | 18       | 3        | 27              |
|          | 0.0       | 22.2             | 3.7             | 66.7     | 11.1     | 100.0           |
| プラスチック製品 | 4         | 4                | 0               | 4        | 0        | 11              |
|          | 36.4      | 36.4             | 0.0             | 36.4     | 0.0      | 100.0           |
| その他軽工業製品 | 5         | 3                | 5               | 12       | 1        | 24              |
|          | 20.8      | 12.5             | 20.8            | 50.0     | 4.2      | 100.0           |
| 鉄鋼・金属製品  | 7         | 2                | 1               | 28       | 1        | 39              |
|          | 17.9      | 5.1              | 2.6             | 71.8     | 2.6      | 100.0           |
| 電気・電子部品  | 9         | 3                | 0               | 1        | 0        | 11              |
|          | 81.8      | 27.3             | 0.0             | 9.1      | 0.0      | 100.0           |
| 機械       | 9         | 4                | 2               | 7        | 0        | 18              |
|          | 50.0      | 22.2             | 11.1            | 38.9     | 0.0      | 100.0           |
| その他      | 7         | 1                | 0               | 12       | 0        | 19              |
| 不明       | 0         | 0                | 0               | 2        | 0        | 2               |
| 合計       | 60        | 25               | 13              | 97       | 5        | 185             |
|          | 32.4      | 13.5             | 7.0             | 52.4     | 2.7      | 100.0           |

- 注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。  
2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。  
3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具  
装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮  
窯業・土石製品の合計。  
4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。  
5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・  
デバイスの合計。  
6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。  
7. 下段の割合は、企業・事業所数に対する回答数。

表 15 新製品開発、新技術・素材導入、新意匠導入、事業所規模別実績（3 年間）

(単位：%)

|          | 新製品<br>開発 | 新技<br>術・素<br>材導入 | 新意匠<br>導入 | 特にな<br>かった | 回答な<br>し | 合計    |
|----------|-----------|------------------|-----------|------------|----------|-------|
| 1～4人     | 33.3      | 6.7              | 13.3      | 40.0       | 6.7      | 100.0 |
| 5～9人     | 32.3      | 16.1             | 6.5       | 54.8       | 6.5      | 100.0 |
| 10～19人   | 17.4      | 13.0             | 4.3       | 69.6       | 0.0      | 100.0 |
| 20～29人   | 22.2      | 8.3              | 0.0       | 63.9       | 5.6      | 100.0 |
| 30～49人   | 47.1      | 17.6             | 5.9       | 35.3       | 0.0      | 100.0 |
| 50～99人   | 47.6      | 19.0             | 4.8       | 42.9       | 0.0      | 100.0 |
| 100～199人 | 50.0      | 0.0              | 20.0      | 30.0       | 0.0      | 100.0 |
| 200～299人 | 33.3      | 33.3             | 33.3      | 0.0        | 0.0      | 100.0 |
| 300人以上   | 66.7      | 33.3             | 33.3      | 16.7       | 0.0      | 100.0 |
| 総 計      | 31.9      | 13.5             | 7.0       | 52.4       | 2.7      | 100.0 |

注：実事業所数に対する割合である。

次に、新製品開発・導入実績があった事業所で、それがどのようにもたらされたのかを見ると、表 16 のとおりである。全体として、63.6%は自社開発であり、18.2%が他社との共同開発であり、合わせて 81.8%に達する。取引先からの提供は 9.1%、大学等への委託開発はわずかに 4.0%、親会社からの提供も 3.0%に過ぎなかった。

表 16 新製品開発等の方法

(単位：回答数、%)

|          | 自社開発 | 他社との共同開発 | 大学等への委託開発 | 親会社からの提供 | 取引先からの提供 | その他  | 回答計   |
|----------|------|----------|-----------|----------|----------|------|-------|
| 食料品      | 19   | 2        | 1         | 1        | 1        | 0    | 24    |
|          | 79.2 | 8.3      | 4.2       | 4.2      | 4.2      | 0.0  | 100.0 |
| 印刷・同製品   | 2    | 3        | 0         | 0        | 1        | 1    | 7     |
|          | 28.6 | 42.9     | 0.0       | 0.0      | 14.3     | 14.3 | 100.0 |
| プラスチック製品 | 4    | 3        | 0         | 0        | 2        | 0    | 9     |
|          | 44.4 | 33.3     | 0.0       | 0.0      | 22.2     | 0.0  | 100.0 |
| その他軽工業製品 | 10   | 1        | 0         | 0        | 2        | 0    | 13    |
|          | 76.9 | 7.7      | 0.0       | 0.0      | 15.4     | 0.0  | 100.0 |
| 鉄鋼・金属製品  | 7    | 1        | 0         | 1        | 1        | 0    | 10    |
|          | 70.0 | 10.0     | 0.0       | 10.0     | 10.0     | 0.0  | 100.0 |
| 電気・電子部品  | 7    | 3        | 1         | 0        | 1        | 0    | 12    |
|          | 58.3 | 25.0     | 8.3       | 0.0      | 8.3      | 0.0  | 100.0 |
| 機械       | 9    | 2        | 1         | 1        | 1        | 1    | 15    |
|          | 60.0 | 13.3     | 6.7       | 6.7      | 6.7      | 6.7  | 100.0 |
| その他      | 5    | 3        | 1         | 0        | 0        | 0    | 9     |
| 不明       | 5    | 3        | 1         | 0        | 0        | 0    | 9     |
| 合計       | 63   | 18       | 4         | 3        | 9        | 2    | 99    |
|          | 63.6 | 18.2     | 4.0       | 3.0      | 9.1      | 2.0  | 100.0 |

注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。

2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。

3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品  
化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。

4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。

5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。

6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

さらに、研究開発等を行うに際しての問題点を聞いたところ、結果は表 17 のとおりであった。実事業所数に対する回答件数の割合で示しているが、全体で見ると、第 1 位は研究開発資金の不足で 44.3%、2 位は開発担当人材の不足で 33.5%、3 位は研究情報やアイデアの不足で 24.9%で、この 3 つにほぼ集中している。したがって、7 つの業種グループのうち 6 グループで、第 1 位は研究開発資金の不足となっている。ただ、電気・電子部品では、開発担当人材の不足が 72.7%で抜群の高さであった。また、食料品では、研究情報等の不足が研究開発資金の不足と同率で第 1 位になっている点が異なっている。

表 17 研究開発に際しての問題点（2つを選択）

(単位：回答数、%)

|          | 研究情報やアイデアの不足 | 開発担当人材の不足 | 研究装置や装備の不足 | 研究指導、パートナーの不足 | 研究開発資金の不足 | ニーズや必要がない | その他 | 回答なし | 総計    |
|----------|--------------|-----------|------------|---------------|-----------|-----------|-----|------|-------|
| 食料品      | 11           | 8         | 5          | 6             | 11        | 5         | 0   | 5    | 34    |
|          | 32.4         | 23.5      | 14.7       | 17.6          | 32.4      | 14.7      | 0.0 | 14.7 | 100.0 |
| 印刷・同製品   | 6            | 9         | 1          | 1             | 13        | 1         | 0   | 9    | 27    |
|          | 22.2         | 33.3      | 3.7        | 3.7           | 48.1      | 3.7       | 0.0 | 33.3 | 100.0 |
| プラスチック製品 | 4            | 4         | 4          | 1             | 5         | 0         | 0   | 1    | 11    |
|          | 36.4         | 36.4      | 36.4       | 9.1           | 45.5      | 0.0       | 0.0 | 9.1  | 100.0 |
| その他軽工業製品 | 4            | 6         | 1          | 2             | 8         | 2         | 1   | 9    | 24    |
|          | 16.7         | 25.0      | 4.2        | 8.3           | 33.3      | 8.3       | 4.2 | 37.5 | 100.0 |
| 鉄鋼・金属製品  | 7            | 10        | 4          | 0             | 14        | 7         | 1   | 13   | 39    |
|          | 17.9         | 25.6      | 10.3       | 0.0           | 35.9      | 17.9      | 2.6 | 33.3 | 100.0 |
| 電気・電子部品  | 2            | 8         | 3          | 0             | 5         | 1         | 0   | 0    | 11    |
|          | 18.2         | 72.7      | 27.3       | 0.0           | 45.5      | 9.1       | 0.0 | 0.0  | 100.0 |
| 機械       | 6            | 9         | 1          | 2             | 13        | 1         | 0   | 1    | 18    |
|          | 33.3         | 50.0      | 5.6        | 11.1          | 72.2      | 5.6       | 0.0 | 5.6  | 100.0 |
| その他      | 6            | 6         | 3          | 0             | 11        | 2         | 1   | 2    | 19    |
| 不明       | 0            | 2         | 0          | 0             | 2         | 0         | 0   | 0    | 2     |
| 合計       | 46           | 62        | 22         | 12            | 82        | 19        | 3   | 40   | 185   |
|          | 24.9         | 33.5      | 11.9       | 6.5           | 44.3      | 10.3      | 1.6 | 21.6 | 100.0 |

注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。

2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。

3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。

4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。

5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。

6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

### (5) 世界同時不況後の経営環境に対する見方

2008 年秋に発生した米国発の金融危機をきっかけとして惹き起こされた世界同時不況では、世界金融資本への一定の歯止めとともに、脱不況のための、環境産業等を中心とした新リーディング産業への集中投資が進められており、かつ、資源保有新興国の高度成長が展望されるなど、今後、大きな世界的産業構造、産業配置の変容が見込まれる。それが各製造事業所にとってどのような影響をもたらすと見られる（展望される）のかを聞いた。

その結果は、表 18 の通りである。

全体としては、好転するという回答は 22.2%であるのに対して、厳しくなるという回答は 39.5%に達している。業種グループごとに見ても、すべてで、厳しくなるが好転するを上回っている。特に、電気・電子部品（54.5%）、機械（66.7%）では高い。食料品だけは変わらないという回答が 38.2%と最も多く、安定的に見ていることが判る。

次に、厳しくなると回答した理由を見てみよう。表 19 のように、全体として、73 の回答者に対する比率で、40.4%が「国内市場の拡大が望めないから」と回答している。2 番目に

表 18 世界同時不況後の状況は経営環境としてどう影響するか

(単位：件、%)

|          | 好転する | 変らない | 厳しくなる | わからない | 回答なし | 総計    |
|----------|------|------|-------|-------|------|-------|
| 食料品      | 2    | 13   | 10    | 9     | 0    | 34    |
|          | 5.9  | 38.2 | 29.4  | 26.5  | 0.0  | 100.0 |
| 印刷・同製品   | 4    | 8    | 9     | 6     | 0    | 27    |
|          | 14.8 | 29.6 | 33.3  | 22.2  | 0.0  | 100.0 |
| プラスチック製品 | 3    | 3    | 5     | 0     | 0    | 11    |
|          | 27.3 | 27.3 | 45.5  | 0.0   | 0.0  | 100.0 |
| その他軽工業製品 | 6    | 4    | 10    | 3     | 1    | 24    |
|          | 25.0 | 16.7 | 41.7  | 12.5  | 4.2  | 100.0 |
| 鉄鋼・金属製品  | 9    | 2    | 18    | 10    | 0    | 39    |
|          | 23.1 | 5.1  | 46.2  | 25.6  | 0.0  | 100.0 |
| 電気・電子部品  | 3    | 1    | 6     | 1     | 0    | 11    |
|          | 27.3 | 9.1  | 54.5  | 9.1   | 0.0  | 100.0 |
| 機械       | 2    | 3    | 12    | 1     | 0    | 18    |
|          | 11.1 | 16.7 | 66.7  | 5.6   | 0.0  | 100.0 |
| その他      | 12   | 3    | 3     | 1     | 0    | 19    |
| 不明       | 0    | 1    | 0     | 1     | 0    | 2     |
| 合計       | 41   | 38   | 73    | 32    | 1    | 185   |
|          | 22.2 | 20.5 | 39.5  | 17.3  | 0.5  | 100.0 |

- 注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。  
2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。  
3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具  
装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、  
土石製品の合計。  
4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。  
5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・  
デバイスの合計。  
6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

「その他」17.3%、3番目に「途上国との競合が強まるから」で16.3%、4番目に「既存商品・技術が陳腐化する」で、12.5%であった。

業種グループ別に見ると、電気・電子部品を除くすべてのグループで「国内市場の拡大が望めないから」が第1位であり、食料品と鉄鋼・金属製品では2位に「途上国との競合が強まるから」があげられ、印刷・同製品とその他軽工業製品では「その他」が挙げられているという違いがある。電気・電子部品は、「途上国との競合が強まるから」が30.0%で第1位にあげられ、他は同率で、「国内市場の拡大が望めないから」と「その他」が挙げられている。

ここで、全体として第2位に挙げられている「その他」の内容を見てみると、市場の構造変化を理由としていると考えられるものが6件、市場の縮小が続くことを理由としていると見られるものが5件、価格低下がつづくことを理由としていると見られるものが3件であった。

表 19 厳しくなる理由（2つ回答）

（単位：件、％）

|          | 途上国<br>との競<br>合が強<br>まる | 先進国<br>との競<br>合が強<br>まる | 需要を<br>拡大す<br>る国が<br>現れな<br>い | 既存商<br>品・技<br>術が陳<br>腐化す<br>る | 国内市<br>場の拡<br>大望め<br>ない | 価格低<br>迷が解<br>消され<br>ない | その他        | 合計           |
|----------|-------------------------|-------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------|-------------------------|------------|--------------|
| 食料品      | 2<br>14.3               | 1<br>7.1                | 0<br>0.0                      | 1<br>7.1                      | 8<br>57.1               | 1<br>7.1                | 1<br>7.1   | 14<br>100.0  |
| 印刷・同製品   | 0<br>0.0                | 0<br>0.0                | 0<br>0.0                      | 1<br>8.3                      | 8<br>66.7               | 0<br>0.0                | 3<br>25.0  | 12<br>100.0  |
| プラスチック製品 | 2<br>25.0               | 0<br>0.0                | 0<br>0.0                      | 2<br>25.0                     | 3<br>37.5               | 1<br>12.5               | 0<br>0.0   | 8<br>100.0   |
| その他軽工業製品 | 1<br>7.7                | 0<br>0.0                | 1<br>7.7                      | 2<br>15.4                     | 4<br>30.8               | 2<br>15.4               | 3<br>23.1  | 13<br>100.0  |
| 鉄鋼・金属製品  | 6<br>16.7               | 0<br>0.0                | 1<br>2.8                      | 3<br>8.3                      | 9<br>25.0               | 3<br>8.3                | 4<br>11.1  | 36<br>100.0  |
| 電気・電子部品  | 3<br>30.0               | 0<br>0.0                | 1<br>10.0                     | 1<br>10.0                     | 2<br>20.0               | 1<br>10.0               | 2<br>20.0  | 10<br>100.0  |
| 機械       | 3<br>17.6               | 0<br>0.0                | 0<br>0.0                      | 3<br>17.6                     | 6<br>35.3               | 2<br>11.8               | 3<br>17.6  | 17<br>100.0  |
| その他      | 0                       | 0                       | 0                             | 0                             | 2                       | 0                       | 2          | 4            |
| 不明       | 0                       | 0                       | 0                             | 0                             | 0                       | 0                       | 0          | 0            |
| 合計       | 17<br>16.3              | 1<br>1.0                | 3<br>2.9                      | 13<br>12.5                    | 42<br>40.4              | 10<br>9.6               | 18<br>17.3 | 104<br>100.0 |

- 注：１．食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。  
 ２．印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。  
 ３．その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。  
 ４．鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。  
 ５．電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。  
 ６．機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

表 20 厳しくなる理由の「その他」の内容

| 区分       | その他の内容                    | 件数 |
|----------|---------------------------|----|
| 市場の縮小が続く | 国内の景気上昇が望めないから            | 1  |
|          | 国内製造等の縮小                  | 1  |
|          | 少子高齢化の進行による需要減            | 1  |
|          | 地デジ等によりチラシ等の減少が目立ってくるので   | 1  |
|          | 5 景気後退で需要が減ったため           | 1  |
| 市場の構造変化  | ユーザーの構造変化                 | 1  |
|          | 活字文化全般が凋落気味である            | 1  |
|          | 6 税収が不足し、公共事業の削減が予測されるため  | 1  |
|          | 官・民の建設投資が減少するから           | 1  |
|          | 政権交代による防衛予算変更の有無が不明       | 1  |
| 海外との競争   | 6 民主党政権の仕分けの影響をもろに受けそう    | 1  |
|          | 円高により国際競争力を失うから           | 1  |
|          | 2 工場が海外に移行すると思う           | 1  |
| 価格低下     | 一度下がってしまった値段が上がるとは考えられない  | 1  |
|          | 3 確認申請、リーマンショックなどで採算が取れない | 1  |
|          | 販売先からの値下げ要求圧力が強い          | 1  |
|          | 国土交通省海事局が発展を阻害する法を作ったため   | 1  |
|          | 総 計                       | 17 |

表 21 好転する理由（2 つ回答）

（単位：件、％）

|          | グリーン<br>ニュー<br>ディール等関<br>連する海外や<br>国内での新需<br>要が拡大する | 途上国<br>の成長に<br>伴って製<br>品に対する<br>海外需要<br>が拡大す<br>る | 新製品<br>研究開<br>発が成<br>果を生<br>む | 海外市<br>場への<br>アプ<br>ローチ<br>体制が<br>強化さ<br>れた | 主力製<br>品に対<br>する海<br>外需要<br>が回復<br>する | 主力製<br>品に対<br>する国<br>内需要<br>が回復<br>する | 投資な<br>どによ<br>って競<br>争力が<br>向上し<br>シェア<br>を獲<br>得でき<br>る | 総計    |
|----------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------------|-------|
| 食料品      | 0                                                   | 0                                                 | 1                             | 0                                           | 0                                     | 1                                     | 1                                                        | 3     |
|          | 0.0                                                 | 0.0                                               | 33.3                          | 0.0                                         | 0.0                                   | 33.3                                  | 33.3                                                     | 100.0 |
| 印刷・同製品   | 0                                                   | 0                                                 | 1                             | 0                                           | 0                                     | 3                                     | 2                                                        | 6     |
|          | 0.0                                                 | 0.0                                               | 16.7                          | 0.0                                         | 0.0                                   | 50.0                                  | 33.3                                                     | 100.0 |
| プラスチック製品 | 2                                                   | 0                                                 | 1                             | 0                                           | 0                                     | 2                                     | 0                                                        | 5     |
|          | 40.0                                                | 0.0                                               | 20.0                          | 0.0                                         | 0.0                                   | 40.0                                  | 0.0                                                      | 100.0 |
| その他軽工業製品 | 2                                                   | 0                                                 | 2                             | 0                                           | 0                                     | 4                                     | 0                                                        | 8     |
|          | 25.0                                                | 0.0                                               | 25.0                          | 0.0                                         | 0.0                                   | 50.0                                  | 0.0                                                      | 100.0 |
| 鉄鋼・金属製品  | 2                                                   | 1                                                 | 2                             | 0                                           | 3                                     | 6                                     | 2                                                        | 16    |
|          | 12.5                                                | 6.3                                               | 12.5                          | 0.0                                         | 18.8                                  | 37.5                                  | 12.5                                                     | 100.0 |
| 電気・電子部品  | 1                                                   | 0                                                 | 1                             | 1                                           | 2                                     | 0                                     | 1                                                        | 6     |
|          | 16.7                                                | 0.0                                               | 16.7                          | 16.7                                        | 33.3                                  | 0.0                                   | 16.7                                                     | 100.0 |
| 機械       | 1                                                   | 0                                                 | 0                             | 0                                           | 0                                     | 1                                     | 0                                                        | 2     |
|          | 50.0                                                | 0.0                                               | 0.0                           | 0.0                                         | 0.0                                   | 50.0                                  | 0.0                                                      | 100.0 |
| その他      | 1                                                   | 2                                                 | 2                             | 0                                           | 1                                     | 8                                     | 2                                                        | 16    |
| 不明       | 0                                                   | 0                                                 | 0                             | 0                                           | 0                                     | 0                                     | 0                                                        | 2     |
| 合計       | 9                                                   | 3                                                 | 10                            | 1                                           | 6                                     | 25                                    | 8                                                        | 62    |
|          | 14.5                                                | 4.8                                               | 16.1                          | 1.6                                         | 9.7                                   | 40.3                                  | 12.9                                                     | 100.0 |

注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。

2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。

3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。

4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。

5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。

6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

次に、好転するという展望を回答した 41 人についてその理由を見ると、表 21 のように、全体として、「国内需要が回復するから」が 40.3%と最も多く、次いで、「新製品開発が成果を生むから」が 16.1%、「グリーンニューディールなど新需要が拡大するから」が 14.5%、「その他」が 12.9%で 4 位となっている。業種グループごとに見ると、印刷・同製品（50.0%）、プラスチック製品（40.0%）、その他軽工業製品（50.0%）、機械（50.0%）などで「国内需要が回復するから」が多かった。また、プラスチック製品と機械では同率で「グリーンニューディールなど新需要が拡大するから」が 1 位となっている。電機・電子部品では、「海外需要が回復するから」が第 1 位であった。

## (6) 世界同時不況への対策について

今回の大規模な不況に直面して、対策を講じたかどうかについてみると、表22のように、全体として、「採っている」のは23.2%に過ぎず、55.7%は特段採っていない。業種グループ別に見ると、プラスチック製品（45.5%）、電気・電子部品（45.5%）、機械（44.4%）などでは対策を採っている事業所の割合が高い。

表 22 世界同時不況後の構造変化への対応

(単位：件、%)

|          | 採っている | 特段採っていない | わからない | 回答なし | 総計    |
|----------|-------|----------|-------|------|-------|
| 食料品      | 3     | 25       | 3     | 3    | 34    |
|          | 8.8   | 73.5     | 8.8   | 8.8  | 100.0 |
| 印刷・同製品   | 6     | 17       | 3     | 1    | 27    |
|          | 22.2  | 63.0     | 11.1  | 3.7  | 100.0 |
| プラスチック製品 | 5     | 4        | 2     | 0    | 11    |
|          | 45.5  | 36.4     | 18.2  | 0.0  | 100.0 |
| その他軽工業製品 | 6     | 11       | 3     | 4    | 24    |
|          | 25.0  | 45.8     | 12.5  | 16.7 | 100.0 |
| 鉄鋼・金属製品  | 9     | 22       | 6     | 2    | 39    |
|          | 23.1  | 56.4     | 15.4  | 5.1  | 100.0 |
| 電気・電子部品  | 5     | 6        | 0     | 0    | 11    |
|          | 45.5  | 54.5     | 0.0   | 0.0  | 100.0 |
| 機械       | 8     | 6        | 3     | 1    | 18    |
|          | 44.4  | 33.3     | 16.7  | 5.6  | 100.0 |
| その他      | 1     | 11       | 6     | 1    | 19    |
| 不明       | 0     | 1        | 0     | 1    | 2     |
| 合計       | 43    | 103      | 26    | 13   | 185   |
|          | 23.2  | 55.7     | 14.1  | 7.0  | 100.0 |

注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。

2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。

3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。

4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。

5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。

6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

どのような対策をとっているのかを見ると、表24のように、コスト削減目的と考えられるものが13件（32.5%）、生産内容の変革と見られるものと販売・営業の強化と見られるものが同数の11件（27.5%）と、ほぼ3つにくくられる。

表 23 対応策の内容

| 区分           | 対応策の内容                                                            | 件数 |
|--------------|-------------------------------------------------------------------|----|
| 生産内容の<br>変革  | ・商品企画においてマンネリからの脱却とニーズに合った商品開発<br>・他社に追随されない素材の開拓<br>・ひと手間かけた商品作り | 1  |
|              | ウニは高値のため不況下では食べないので、新製品、ウニ以外の製品を試作中                               | 1  |
|              | エコ関連へ事業転換を図ろうとしている                                                | 1  |
|              | 売込みをかけても経費ばかり食って売上げが上がらないので、この暇な時に次世代機器の開発に傾注している                 | 1  |
|              | 環境・省エネ関連製品の開発・拡販                                                  | 1  |
|              | 技術開発。賃金対策(昇給額減少など)                                                | 1  |
|              | 九州域内のステンレス需要が停滞するという予測を5年前からしており、新規顧客の開拓に向けての取組が今花開きつつある          | 1  |
|              | 公共事業に依存しない。製品開発                                                   | 1  |
|              | 新技術開発                                                             | 1  |
|              | 新分野への進出。新会社の設立                                                    | 1  |
|              | 11 印刷業からコンサルタント(販促、基幹システムの構築など)                                   | 1  |
| 海外展開         | 海外進出                                                              | 1  |
|              | 2 日本国内では法的問題がある為、海外へ技術移転を考えている                                    | 1  |
| 販売・営業の<br>強化 | 営業職の増員                                                            | 1  |
|              | 営業体制の改革                                                           | 1  |
|              | 自社企画販売を行う                                                         | 1  |
|              | 商品及び価格(売値)を下げる                                                    | 1  |
|              | 新しい視点での営業展開で進めていく。デジタル(ネット)                                       | 1  |
|              | 下請け事業から独自販売への移行                                                   | 1  |
|              | 問屋を中心とした販売を小売店へのシフト(新規開拓)。                                        | 1  |
|              | ①価格の10%値下げ                                                        | 1  |
|              | ②高精度製品をより多く受注しようとしている                                             | 1  |
|              | 得意先をある程度限定していたが、新規顧客の増加を図る                                        | 1  |
|              | 販売会社との連帯。商品品質の向上                                                  | 1  |
|              | 11 販売先を拡大して販路を広げている                                               | 1  |
| コスト削減        | コストダウン                                                            | 1  |
|              | 経費削減(リストラ等含む)                                                     | 1  |
|              | 現状で利益が捻出できるべく、体制の構築                                               | 1  |
|              | 固定経費の削減。営業所を設置                                                    | 1  |
|              | 固定費のカット。効率を上げる                                                    | 1  |
|              | 残業を減。助成金。人件費削減の為、自動運転化の推進                                         | 1  |
|              | 事業及び業務の改革に取り組んでいる                                                 | 1  |
|              | 諸経費の削減                                                            | 1  |
|              | 人員削減                                                              | 1  |
|              | 設備等整えている                                                          | 1  |
|              | 品質・価格に対する教育を行っている。高品質・低価格に応える会社作り                                 | 1  |
|              | 無駄な経費削減、役員報酬引下げ、中小企業助成金申請                                         | 1  |
|              | 13 雇用安定助成金申請、緊急融資                                                 | 1  |
| その他          | より厳しくなるなら工場を閉鎖する                                                  | 1  |
|              | 休業                                                                | 1  |
|              | 縮小の方向                                                             | 1  |
| 総 計          |                                                                   | 40 |

## (7) 福岡都市圏内立地のメリットについて

福岡都市圏内に所在する企業・事業所が、福岡都市圏に立地していることのメリットをどのように感じているのかを見ると、表 25 のように、全体として、57.3%がメリットがあると回答しているものの、37.3%は特段のメリットはないとしている。また、3.8%ではあるがデメリットがあるという事業所もある。業種グループごとに見ると、食料品(76.5%)、印刷・同製品(59.3%)の消費財業種ではメリットがあるという回答率が高い。また、市場が全国や海外である電気・電子部品も63.6%と高い回答率であった。特段のメリットは感じないというのは、鉄鋼・金属製品(46.2%)や機械(50.0%)で高い。なお、むしろデメリットがあるは機械で11.1%と高かった。

表 24 福岡都市圏立地のメリットについて

| (単位：件、%) |         |            |             |      |       |
|----------|---------|------------|-------------|------|-------|
|          | メリットがある | 特段のメリットはない | むしろデメリットがある | 回答なし | 総計    |
| 食料品      | 26      | 7          | 0           | 1    | 34    |
|          | 76.5    | 20.6       | 0.0         | 2.9  | 100.0 |
| 印刷・同製品   | 16      | 9          | 1           | 1    | 27    |
|          | 59.3    | 33.3       | 3.7         | 3.7  | 100.0 |
| プラスチック製品 | 6       | 4          | 1           | 0    | 11    |
|          | 54.5    | 36.4       | 9.1         | 0.0  | 100.0 |
| その他軽工業製品 | 12      | 10         | 1           | 1    | 24    |
|          | 50.0    | 41.7       | 4.2         | 4.2  | 100.0 |
| 鉄鋼・金属製品  | 19      | 18         | 2           | 0    | 39    |
|          | 48.7    | 46.2       | 5.1         | 0.0  | 100.0 |
| 電気・電子部品  | 7       | 4          | 0           | 0    | 11    |
|          | 63.6    | 36.4       | 0.0         | 0.0  | 100.0 |
| 機械       | 7       | 9          | 2           | 0    | 18    |
|          | 38.9    | 50.0       | 11.1        | 0.0  | 100.0 |
| その他      | 12      | 7          | 0           | 0    | 19    |
| 不明       | 1       | 1          | 0           | 0    | 2     |
| 合計       | 106     | 69         | 7           | 3    | 185   |
|          | 57.3    | 37.3       | 3.8         | 1.6  | 100.0 |

- 注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。  
 2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。  
 3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。  
 4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。  
 5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。  
 6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

次いで、メリットの内容についてみると、表 26 のように、全体として、「交通・輸送条件が良い」が最も多く、34.6%を占めている。次は、「消費需要が大きい」で15.7%、さらに「有力取引先に近い」が15.1%、「アジアの都市へのアクセスがよい」が12.4%、「都市的環境がメリット」が11.9%などとなっている。業種グループごとに見ると、その他の軽

表 25 メリットの内容 (3つ選択)

(単位：件、%)

|          | 事業所の<br>ステータスが高<br>まる     | 国内交<br>通・輸<br>送条件<br>が良い | 人材が<br>確保し<br>やすい          | 都市的<br>環境が<br>メリッ<br>ト」  | サービ<br>スが得<br>やすい | 消費需<br>要が大<br>きい | アジア<br>の都市<br>等への<br>アクセ<br>スが良<br>い | 輸出・<br>入の便<br>がいい |
|----------|---------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|-------------------|------------------|--------------------------------------|-------------------|
| 食料品      | 3                         | 15                       | 5                          | 5                        | 0                 | 8                | 7                                    | 2                 |
|          | 8.8                       | 44.1                     | 14.7                       | 14.7                     | 0.0               | 23.5             | 20.6                                 | 5.9               |
| 印刷・同製品   | 1                         | 8                        | 4                          | 7                        | 2                 | 7                | 1                                    | 0                 |
|          | 3.7                       | 29.6                     | 14.8                       | 25.9                     | 7.4               | 25.9             | 3.7                                  | 0.0               |
| プラスチック製品 | 0                         | 4                        | 1                          | 1                        | 0                 | 1                | 2                                    | 0                 |
|          | 0.0                       | 36.4                     | 9.1                        | 9.1                      | 0.0               | 9.1              | 18.2                                 | 0.0               |
| その他軽工業製品 | 1                         | 6                        | 0                          | 4                        | 0                 | 7                | 2                                    | 2                 |
|          | 4.2                       | 25.0                     | 0.0                        | 16.7                     | 0.0               | 29.2             | 8.3                                  | 8.3               |
| 鉄鋼・金属製品  | 1                         | 13                       | 5                          | 2                        | 2                 | 2                | 2                                    | 0                 |
|          | 2.6                       | 33.3                     | 12.8                       | 5.1                      | 5.1               | 5.1              | 5.1                                  | 0.0               |
| 電気・電子部品  | 0                         | 3                        | 2                          | 3                        | 0                 | 0                | 3                                    | 0                 |
|          | 0.0                       | 27.3                     | 18.2                       | 27.3                     | 0.0               | 0.0              | 27.3                                 | 0.0               |
| 機械       | 0                         | 4                        | 2                          | 0                        | 1                 | 0                | 3                                    | 1                 |
|          | 0.0                       | 22.2                     | 11.1                       | 0.0                      | 5.6               | 0.0              | 16.7                                 | 5.6               |
| その他      | 0                         | 10                       | 1                          | 0                        | 1                 | 4                | 3                                    | 1                 |
| 不明       | 0                         | 1                        | 0                          | 0                        | 0                 | 0                | 0                                    | 0                 |
| 合計       | 6                         | 64                       | 20                         | 22                       | 6                 | 29               | 23                                   | 6                 |
|          | 3.2                       | 34.6                     | 10.8                       | 11.9                     | 3.2               | 15.7             | 12.4                                 | 3.2               |
|          | 研究開<br>発条件<br>に恵ま<br>れている | 情報<br>が得<br>やす<br>い      | 行政<br>の支<br>援が<br>得やす<br>い | 金融機<br>関等情<br>報提供<br>がある | 有力取<br>引先に<br>近い  | その他              | 総計                                   |                   |
| 食料品      | 1                         | 4                        | 1                          | 2                        | 4                 | 2                | 34                                   |                   |
|          | 2.9                       | 11.8                     | 2.9                        | 5.9                      | 11.8              | 5.9              | 100.0                                |                   |
| 印刷・同製品   | 1                         | 3                        | 0                          | 2                        | 6                 | 0                | 27                                   |                   |
|          | 3.7                       | 11.1                     | 0.0                        | 7.4                      | 22.2              | 0.0              | 100.0                                |                   |
| プラスチック製品 | 0                         | 1                        | 0                          | 0                        | 1                 | 0                | 11                                   |                   |
|          | 0.0                       | 9.1                      | 0.0                        | 0.0                      | 9.1               | 0.0              | 100.0                                |                   |
| その他軽工業製品 | 1                         | 3                        | 0                          | 0                        | 1                 | 1                | 24                                   |                   |
|          | 4.2                       | 12.5                     | 0.0                        | 0.0                      | 4.2               | 4.2              | 100.0                                |                   |
| 鉄鋼・金属製品  | 1                         | 4                        | 2                          | 1                        | 9                 | 0                | 39                                   |                   |
|          | 2.6                       | 10.3                     | 5.1                        | 2.6                      | 23.1              | 0.0              | 100.0                                |                   |
| 電気・電子部品  | 1                         | 0                        | 0                          | 2                        | 1                 | 1                | 11                                   |                   |
|          | 9.1                       | 0.0                      | 0.0                        | 18.2                     | 9.1               | 9.1              | 100.0                                |                   |
| 機械       | 1                         | 0                        | 1                          | 1                        | 1                 | 0                | 18                                   |                   |
|          | 5.6                       | 0.0                      | 5.6                        | 5.6                      | 5.6               | 0.0              | 100.0                                |                   |
| その他      | 2                         | 1                        | 0                          | 0                        | 4                 | 0                | 19                                   |                   |
| 不明       | 0                         | 1                        | 0                          | 0                        | 1                 | 0                | 2                                    |                   |
| 合計       | 8                         | 17                       | 4                          | 8                        | 28                | 4                | 185                                  |                   |
|          | 4.3                       | 9.2                      | 2.2                        | 4.3                      | 15.1              | 2.2              | 100.0                                |                   |

注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。  
2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。  
3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・  
装備品、石油・石炭製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。  
4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。  
5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・  
デバイスの合計。  
6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

工業製品を除くすべての業種グループで「交通・輸送条件が良い」が最も多かった。食料品では、2位に、「消費需要が大きい」が上げられており、印刷・同製品も同様であったが、2位に同率で「都市的環境がメリット」が挙げられているのが特徴である。プラスチック製品は、2位に「アジアの都市へのアクセスがよい」が挙げられている。その他の軽工業製品は1位に「消費需要が大きい」が上げられ、2位に「交通・輸送条件が良い」が来ている。鉄鋼・金属製品は、2位に「有力取引先に近い」が来ているのが特徴である。電気・電子部品では、1位に「交通・輸送条件が良い」とともに、同率で、「アジアの都市へのアクセスがよい」と「都市的環境がメリット」が挙げられている。機械は、2位にアジアの都市へのアクセスがよい」が挙げられている。

次に、福岡都市圏立地のデメリットについてみておきたい。上掲表 25 において 7 事業所、3.8%でデメリットがあると回答しているが、その内容は表 27 の通りである。製品の需要市場が太平洋ベルトなど遠隔地の場合に多いことが判る。

表 26 福岡都市圏立地のデメリットの内容

| デメリットの内容                                | 件数 |
|-----------------------------------------|----|
| お客様になる工場が少ない                            | 1  |
| 競合他社との競争激化                              | 1  |
| 原材料やその他のものが福岡(九州)では手に入らない。職人がみな東京に在住    | 1  |
| 送料が高い                                   | 1  |
| 得意先が関東・中部に多く、小回りがきいたサービスができない。出張費が過大になる | 1  |
| 総 計                                     | 5  |

## (8) 福岡市の都市機能に対するニーズについて

### ①生産関連のニーズ

各企業・事業所の生産活動に関連したニーズを見ると、表 28 の通りである。全体で見ると、「人材確保・研修支援機能」と「研究開発支援機能」がともに 13.0%で最も多く、次いで、「試験、検査機能」が 12.4%で、以上 3 機能に集中している。

業種グループ別に見ると、食料品では、「試験、検査機能」と「研究開発支援機能」が抜群に多かった。印刷・同製品では「技術指導支援機能」が多い。プラスチック製品では「技術指導支援機能」と「人材確保・研修支援機能」が最も多い。その他軽工業製品では「その他」が 16.7%で最大であった。鉄鋼・金属製品でも「その他」が多く、次いで「国内物流機能」と「人材確保・研修支援機能」が上がっている。電気・電子部品では「人材確保・研修支援機能」と「研究開発支援機能」が上げられている。機械では「研究開発支援機能」が最も多かった。

次に、具体的にどのようなニーズなのかを、記述回答欄から取り出してみると、最も多かった「人材確保・研修支援機能」および「研究開発支援機能」については、表 29、表 30 の通りであった。「人材確保・研修支援機能」では、工業系のポリテクセンター(CAD、CAM 養成など)、資格取り付けへの支援金(個人資格)などが挙がっており、「研究開発支援」

機能については、新素材や太陽光発電関連の研究開発指導のほかデザイナーやデザイン系の研究開発を指摘している点に特徴がある。また、「試験・検査機能」については、表 31 の通りであった。

さらに、4 位は「国内物流機能」、5 位は「技術指導支援機能」であったが、それらの具体例は表 32、表 33 の通りである。

表 27 生産活動に関連した福岡市の都市機能に対するニーズ

(単位、件、%)

|          | 輸出・<br>入等<br>国際物<br>流機能 | 国内物<br>流機能 | 技術指<br>導機能 | 試験・<br>検査機<br>能 | 人材・<br>研修・<br>資格支<br>援機能 | 研究開<br>発支援<br>機能 | 特許・<br>意匠登<br>録等情<br>報提供 | その他       | 総計           |
|----------|-------------------------|------------|------------|-----------------|--------------------------|------------------|--------------------------|-----------|--------------|
| 食料品      | 4<br>11.8               | 4<br>11.8  | 2<br>5.9   | 7<br>20.6       | 4<br>11.8                | 7<br>20.6        | 1<br>2.9                 | 2<br>5.9  | 34<br>100.0  |
| 印刷・同製品   | 2<br>7.4                | 4<br>14.8  | 5<br>18.5  | 3<br>11.1       | 4<br>14.8                | 1<br>3.7         | 0<br>0.0                 | 0<br>0.0  | 27<br>100.0  |
| プラスチック製品 | 2<br>18.2               | 1<br>9.1   | 4<br>36.4  | 3<br>27.3       | 4<br>36.4                | 3<br>27.3        | 0<br>0.0                 | 0<br>0.0  | 11<br>100.0  |
| その他軽工業製品 | 2<br>8.3                | 1<br>4.2   | 1<br>4.2   | 2<br>8.3        | 3<br>12.5                | 2<br>8.3         | 0<br>0.0                 | 4<br>16.7 | 24<br>100.0  |
| 鉄鋼・金属製品  | 1<br>2.6                | 5<br>12.8  | 3<br>7.7   | 4<br>10.3       | 5<br>12.8                | 3<br>7.7         | 1<br>2.6                 | 6<br>15.4 | 39<br>100.0  |
| 電気・電子部品  | 1<br>9.1                | 1<br>9.1   | 1<br>9.1   | 1<br>9.1        | 2<br>18.2                | 2<br>18.2        | 0<br>0.0                 | 0<br>0.0  | 11<br>100.0  |
| 機械       | 2<br>11.1               | 1<br>5.6   | 2<br>11.1  | 2<br>11.1       | 1<br>5.6                 | 3<br>16.7        | 0<br>0.0                 | 0<br>0.0  | 18<br>100.0  |
| その他      | 2                       | 3          | 0          | 1               | 1                        | 3                | 1                        | 1         | 19           |
| 不明       | 0                       | 0          | 0          | 0               | 0                        | 0                | 0                        | 0         | 2            |
| 合計       | 16<br>8.6               | 20<br>10.8 | 18<br>9.7  | 23<br>12.4      | 24<br>13.0               | 24<br>13.0       | 3<br>1.6                 | 13<br>7.0 | 185<br>100.0 |

- 注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。  
2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。  
3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。  
4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。  
5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。  
6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

表 28 「人材確保、研修・資格取得支援」機能の具体例（記述回答）

| 具体例                            | 集計 |
|--------------------------------|----|
| 技術支援                           | 1  |
| 研修所・ユースなど                      | 1  |
| 工業系のポリテクセンター(CAD、CAM養成など)が欲しい。 | 1  |
| 資格取り付けへの支援金（個人資格）              | 1  |
| 皮革職人不足対策                       | 1  |
| 総 計                            | 5  |

表 29 「研究開発支援」機能の具体例（記述回答）

| 具体例             | 集計 |
|-----------------|----|
| デザイナーと共同開発      | 1  |
| 研究開発に必要な資金援助    | 1  |
| 工業デザイナーの不足      | 1  |
| 新素材の研究を指導して欲しい  | 1  |
| 水産系の予算が少ない感じがする | 1  |
| 専門的な人材が欲しい      | 1  |
| 太陽光発電の新機能       | 1  |
| 無料に近い           | 1  |
| 融資などの面          | 1  |
| 総 計             | 9  |

表 30 「試験、検査」機能の具体例（記述回答）

| 具体例                                                             | 集計 |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| アウトローの業者による粗悪商品をチェックする体制                                        | 1  |
| グリーン調達が進められ各企業から要望。I C Pデータ取得等時間のかかりすぎ                          | 1  |
| レアメタル等の製品に進みたい                                                  | 1  |
| 官公庁は品質に含有率や精度等を要求するが、検査・測定機能を持っていない。指定しているにもかかわらず、検査なしで受け取っている。 | 1  |
| 工業試験場等の設置                                                       | 1  |
| 残留農薬検査等                                                         | 1  |
| 市の機関で安価に検査が実施できること                                              | 1  |
| 試験をする場所がない                                                      | 1  |
| 水産系の（試験、検査）機関が都市部（市場周辺）に欲しい                                     | 1  |
| 大学等との連携強化                                                       | 1  |
| 特産品の安全性                                                         | 1  |
| 無料に近い（試験、検査）                                                    | 1  |
| 総 計                                                             | 12 |

表 31 「国内物流」機能の具体例（記述回答）

| 具体例                                   | 集計 |
|---------------------------------------|----|
| コストを安く。商用トラックの高速料金ゼロ（ただし一般車は従来どおりとする） | 1  |
| 安く速い物流に                               | 1  |
| 運賃の引き下げ                               | 1  |
| 各個別で市内に冷凍配送。駐車禁止が多く、解凍クレームが多発         | 1  |
| 送料が安くなるとよい                            | 1  |
| 東京、大阪などに比べ交通網の未発達でコストが悪すぎる            | 1  |
| 東京への高速かつ低コスト輸送                        | 1  |
| 道路＝空港ルート等、都市高速なしでのスピード着               | 1  |
| 物流業者の多様化を期待している。運送会社の数の少なさ            | 1  |
| 大型トラックでも走行可能な道路拡張                     | 1  |
| 総 計                                   | 10 |

表 32 「技術指導」機能の具体例（記述回答）

| 具体例                      | 集計 |
|--------------------------|----|
| プラスチック関連の支援が少ない          | 1  |
| 加工技術の高度化に対する支援           | 1  |
| 工程管理、マシニングセンター           | 1  |
| 産学共同開発が希望                | 1  |
| 商業中心からメーカへの支援強化を         | 1  |
| 製本工場の改善（製本費が東京の2～3倍するので） | 1  |
| 相談窓口、指導者の情報提供            | 1  |
| 総 計                      | 7  |

## ②販売・流通関連のニーズ

各企業・事業所の販売や受注活動に関連した福岡市の都市機能に対するニーズを見ると、表 34 のように、全体として「国内販売先情報等の提供」機能が最も多く（16.2%）、次いで、「受・発注等の斡旋」機能（15.7%）であった。この2者からは差があるものの、3位は「製品企画向け情報提供」機能（10.3%）、4位は「アジア等市場情報の提供」機能（9.2%）となっている。業種グループ別に見ると、いずれの業種グループも「国内販売先情報等の提供」機能か「受・発注等の斡旋」機能を1位か2位に上げており、幅広い業種にわたるニーズであることがわかる。食料品は「海外を含む集客」機能を第1位に上げている。印刷・同製品は「製品企画向け情報提供」機能が同率で1位に上げられている。プラスチック製品では、「アジア等市場情報の提供」機能が2位に上げられている。その他軽工業製品では、「その他」が同率で2位にあがっている。鉄鋼・金属製品では、全体動向とほぼ同様であり、電気・電子部品は回答が分散している。機械は2位に「アジア等市場情報の提供」機能が上げられている。

表 33 販売・受注に関連した福岡市の都市機能に対するニーズ

(単位、件、%)

|          | 国内販<br>売先情<br>報等の<br>提供機<br>能 | 受・発<br>注斡旋<br>機能 | アジア<br>等市場<br>情報の<br>提供機<br>能 | 国際取<br>引サ<br>ポート<br>機能 | 製品企<br>画向け<br>情報提<br>供機能 | 製品等<br>デザイン<br>サービス<br>機能 | 広告宣<br>伝代理<br>サービス<br>機能 | 海外を<br>含む集<br>客機能 | その他  | 総計    |
|----------|-------------------------------|------------------|-------------------------------|------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|------|-------|
| 食料品      | 6                             | 4                | 4                             | 3                      | 5                        | 4                         | 5                        | 7                 | 0    | 34    |
|          | 17.6                          | 11.8             | 11.8                          | 8.8                    | 14.7                     | 11.8                      | 14.7                     | 20.6              | 0.0  | 100.0 |
| 印刷・同製品   | 5                             | 5                | 0                             | 0                      | 5                        | 3                         | 3                        | 1                 | 2    | 27    |
|          | 18.5                          | 18.5             | 0.0                           | 0.0                    | 18.5                     | 11.1                      | 11.1                     | 3.7               | 7.4  | 100.0 |
| プラスチック製品 | 2                             | 4                | 3                             | 1                      | 2                        | 1                         | 0                        | 1                 | 0    | 11    |
|          | 18.2                          | 36.4             | 27.3                          | 9.1                    | 18.2                     | 9.1                       | 0.0                      | 9.1               | 0.0  | 100.0 |
| その他軽工業製品 | 3                             | 5                | 1                             | 0                      | 2                        | 0                         | 1                        | 2                 | 3    | 24    |
|          | 12.5                          | 20.8             | 4.2                           | 0.0                    | 8.3                      | 0.0                       | 4.2                      | 8.3               | 12.5 | 100.0 |
| 鉄鋼・金属製品  | 8                             | 6                | 2                             | 0                      | 1                        | 0                         | 1                        | 0                 | 2    | 40    |
|          | 20.0                          | 15.0             | 5.0                           | 0.0                    | 2.5                      | 0.0                       | 2.5                      | 0.0               | 5.0  | 100.0 |
| 電気・電子部品  | 1                             | 1                | 1                             | 1                      | 1                        | 0                         | 0                        | 0                 | 0    | 11    |
|          | 9.1                           | 9.1              | 9.1                           | 9.1                    | 9.1                      | 0.0                       | 0.0                      | 0.0               | 0.0  | 100.0 |
| 機械       | 2                             | 4                | 3                             | 0                      | 1                        | 0                         | 2                        | 1                 | 2    | 17    |
|          | 11.8                          | 23.5             | 17.6                          | 0.0                    | 5.9                      | 0.0                       | 11.8                     | 5.9               | 11.8 | 100.0 |
| その他      | 3                             | 0                | 3                             | 2                      | 2                        | 0                         | 2                        | 0                 | 0    | 19    |
| 不明       | 0                             | 0                | 0                             | 0                      | 0                        | 0                         | 0                        | 0                 | 0    | 2     |
| 合計       | 30                            | 29               | 17                            | 7                      | 19                       | 8                         | 14                       | 12                | 9    | 185   |
|          | 16.2                          | 15.7             | 9.2                           | 3.8                    | 10.3                     | 4.3                       | 7.6                      | 6.5               | 4.9  | 100.0 |

注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。

2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。

3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。

4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。

5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。

6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

次に、全体として最もニーズが多かった「国内販売先情報等の提供」機能についての具体例を記述回答欄から抜き出してみると、表 35 の通りで、漁業関係の情報のほか、関東・関西への情報発信、個人企業など零細企業への情報提供などが挙げられている。

表 34 「国内販売先情報等の提供」機能の具体例(記述回答)

| 具体例                | 集計 |
|--------------------|----|
| 関東、関西への情報発信        | 1  |
| 漁業関係で設備などの紹介       | 1  |
| 漁業養殖業界に紹介して欲しい     | 1  |
| 業界の動向              | 1  |
| 個人会社に対して問題にしない     | 1  |
| 行政からの提案が多くてもよいのでは？ | 1  |
| 将来的に外注先としての有機的連携   | 1  |
| 特別な魅力の P R         | 1  |
| 総 計                | 8  |

2 位の「受・発注等の斡旋」機能についての具体例も表 36 の通り、個人会社や小さな企業向けの商談会や機械部品加工業への発注業者の斡旋などが望まれている。

表 35 「受・発注等の斡旋」機能の具体例(記述回答)

| 具体例             | 集計 |
|-----------------|----|
| いつも同じ企業しか出ていない  | 1  |
| コミュニティと定期的交流会   | 1  |
| コンセプト           | 1  |
| 会場の案内           | 1  |
| 機械部品加工の発注業者の紹介  | 1  |
| 漁業養殖業界に紹介して欲しい  | 1  |
| 九州内の製品販売力強化     | 1  |
| 個人会社に対して問題にしない  | 1  |
| 受・発注斡旋情報が得にくい   | 1  |
| 小さな企業向けの商談が望ましい | 1  |
| 中小企業向けの展示会など    | 2  |
| 総 計             | 12 |

3位の「製品企画向け情報提供」機能についての具体例は、表 37 の通りである。  
マーケティングセミナーの開催や登録制度で市場情報を得たいなど具体策が挙げられている。

表 36 「製品企画向け情報提供」機能の具体例(記述回答)

| 具体例                | 集計 |
|--------------------|----|
| マーケティングセミナー等の実施    | 1  |
| 消費者のニーズが知りたい       | 1  |
| 情報提供に欠けている         | 1  |
| 新しく計画された建物         | 1  |
| 登録制度として広く市場情報を掴みたい | 1  |
| 総 計                | 5  |

### ③経営・管理関連のニーズ

各企業・事業所の経営・管理面での福岡市の都市機能に対するニーズを見ると表 38 の通りである。

全体として見ると、「政策金融」機能が抜群に多い(26.5%)。2位の「同業者交流・連携支援」機能は9.7%、3位の「アジア企業等との取引・提携情報提供」機能は8.6%であった。

業種グループごとに見ると、プラスチック製品とその他軽工業製品を除き、各グループとも抜群の高率で「政策金融」機能が挙げられている。食料品では2位に「経営コンサル」機能(14.7%)が挙げられているのが特徴的である。印刷・同製品では、2位に「同業者交流・連携支援」機能と「異業種交流・連携支援」機能が同率で挙げられている。

プラスチック製品では回答が広く分散しているが、同率の1位で「中央資本等とのパイプ」機能が挙げられている。その他の軽工業製品では「アジア企業等との取引・提携情報提供」機能と「同業者交流・連携支援」機能が同率で1位に挙げられている。鉄鋼・金属製品では2位に「同業者交流・連携支援」機能が、電気・電子部品では「アジア企業等との取引・提携情報提供」機能が、機械では「経営コンサル」機能が上げられており、業種グループによって、ニーズが様々であることがわかる。

表 37 経営・管理に関連した福岡市の都市機能に対するニーズ

(単位、件、%)

|          | 本・支店等<br>広域交通機能 | アジア企業等<br>との取引・提携<br>情報提供機能 | 海外人材の斡<br>旋、研修支援<br>機能 | 経営コ<br>ンサル機能 | 情報シ<br>ステム支<br>援機能 | 政策金<br>融機能 | コンプ<br>ライア<br>ンス対<br>応支援<br>機能 | 同業者<br>交流連<br>携機能 | 異業種<br>交流連<br>携支援<br>機能 | 中央紙<br>本等と<br>のパイ<br>プ機能 | その他 | 総計    |
|----------|-----------------|-----------------------------|------------------------|--------------|--------------------|------------|--------------------------------|-------------------|-------------------------|--------------------------|-----|-------|
| 食料品      | 1               | 3                           | 0                      | 5            | 4                  | 13         | 2                              | 2                 | 3                       | 1                        | 0   | 34    |
|          | 2.9             | 8.8                         | 0.0                    | 14.7         | 11.8               | 38.2       | 5.9                            | 5.9               | 8.8                     | 2.9                      | 0.0 | 100.0 |
| 印刷・同製品   | 2               | 2                           | 1                      | 1            | 2                  | 8          | 0                              | 3                 | 3                       | 1                        | 0   | 27    |
|          | 7.4             | 7.4                         | 3.7                    | 3.7          | 7.4                | 29.6       | 0.0                            | 11.1              | 11.1                    | 3.7                      | 0.0 | 100.0 |
| プラスチック製品 | 1               | 2                           | 2                      | 2            | 0                  | 1          | 0                              | 1                 | 2                       | 2                        | 0   | 11    |
|          | 9.1             | 18.2                        | 18.2                   | 18.2         | 0.0                | 9.1        | 0.0                            | 9.1               | 18.2                    | 18.2                     | 0.0 | 100.0 |
| その他軽工業製品 | 1               | 4                           | 2                      | 0            | 0                  | 3          | 0                              | 4                 | 2                       | 0                        | 1   | 24    |
|          | 4.2             | 16.7                        | 8.3                    | 0.0          | 0.0                | 12.5       | 0.0                            | 16.7              | 8.3                     | 0.0                      | 4.2 | 100.0 |
| 鉄鋼・金属製品  | 0               | 1                           | 2                      | 2            | 1                  | 8          | 1                              | 5                 | 1                       | 1                        | 3   | 40    |
|          | 0.0             | 2.5                         | 5.0                    | 5.0          | 2.5                | 20.0       | 2.5                            | 12.5              | 2.5                     | 2.5                      | 7.5 | 100.0 |
| 電気・電子部品  | 0               | 2                           | 0                      | 1            | 1                  | 4          | 0                              | 0                 | 0                       | 0                        | 0   | 11    |
|          | 0.0             | 18.2                        | 0.0                    | 9.1          | 9.1                | 36.4       | 0.0                            | 0.0               | 0.0                     | 0.0                      | 0.0 | 100.0 |
| 機械       | 0               | 1                           | 2                      | 3            | 1                  | 5          | 1                              | 1                 | 1                       | 0                        | 0   | 17    |
|          | 0.0             | 5.9                         | 11.8                   | 17.6         | 5.9                | 29.4       | 5.9                            | 5.9               | 5.9                     | 0.0                      | 0.0 | 100.0 |
| その他      | 1               | 1                           | 0                      | 0            | 3                  | 7          | 0                              | 2                 | 1                       | 0                        | 0   | 19    |
| 不明       | 0               | 0                           | 0                      | 0            | 0                  | 0          | 0                              | 0                 | 0                       | 0                        | 0   | 2     |
| 合計       | 6               | 16                          | 9                      | 14           | 12                 | 49         | 4                              | 18                | 13                      | 5                        | 4   | 185   |
|          | 3.2             | 8.6                         | 4.9                    | 7.6          | 6.5                | 26.5       | 2.2                            | 9.7               | 7.0                     | 2.7                      | 2.2 | 100.0 |

注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。

2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。

3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。

4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。

5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。

6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

次に、「政策金融」機能の具体例を記述回答欄から取り出して見ると、表 39 の通りである。低金利での融資のほか、借入資格や手続き、時期などの融通性を求めている。また、運転資金のほか技術開発等開発資金に関しても借入を望むものが挙げられている。

表 38 「政策金融」機能の具体例(記述回答)

| 具体例                                | 集計 |
|------------------------------------|----|
| 運転資金調達を簡便に                         | 1  |
| 運転資金等の応援                           | 1  |
| 既存の中小企業助成金等の継続                     | 1  |
| 技術開発支援・企業育成支援                      | 1  |
| 銀行から借入が容易になるような制度                  | 1  |
| 決算書とかに頼らず、現状を見て支援して欲しい             | 1  |
| 原材料仕入れ時期等の支援                       | 1  |
| 個人企業に対して金を貸さない                     | 1  |
| 国内、国際競争力を高めるソフト面での支援制度の充実          | 1  |
| 今後失業者が増え、売り上げ減が予想されるのでその対策         | 1  |
| 借入資格の情報                            | 1  |
| 借入幅を広げて欲しい                         | 2  |
| 新しいものを開発するにしても資金が回らない              | 1  |
| 大・中企業向けではなく町工場(小開発企業)に対して          | 1  |
| 中小企業向けに                            | 1  |
| 中小企業資金対策                           | 1  |
| 注文書がないと資金調達できない(受注してからでは部品が間に合わない) | 1  |
| 低金利。特に短期の分が高すぎる                    | 1  |
| 低金利での運転資金の調達                       | 1  |
| 低金利支援                              | 1  |
| 低金利等の好条件融資の提案                      | 1  |
| 総 計                                | 22 |

「同業者交流・連携支援」機能の具体例についてみると、表 40 のようにそれぞれであり、北九州地区との連携や海外業者の紹介など具体例がある。また、交流・連携にも出向くに金がかかるなどの指摘もある。

表 39 「同業者交流・連携支援」機能の具体例(記述回答)

| 具体例                        | 集計 |
|----------------------------|----|
| タイアップ可能かどうか                | 1  |
| 海外製品輸入・海外製作メーカー業者の紹介をしてほしい | 1  |
| 情報が入りにくい。自分たちで出向くと金がかかる    | 1  |
| 製造製品の分業化                   | 1  |
| 北九州地区との連携(が少ない)            | 1  |
| 総 計                        | 5  |

また、3位の「アジア企業等との取引・提携情報提供」機能についての記述回答を見ると表 41 の通り、取引サポート事務所の設置などが挙げられている。

表 40 「アジア企業等との取引・提携情報提供」機能の具体例（記述回答）

| 具体例                          | 集計 |
|------------------------------|----|
| これから先、アジアと交流したいので何を作ることが出来るか | 1  |
| 個人会社にはニュースが来ない               | 1  |
| 取引サポート事務所を東南アジアへ設置           | 1  |
| 水産資源の多い国の情報                  | 1  |
| 提供元不明                        | 1  |
| 同業者の紹介                       | 1  |
| 総 計                          | 6  |

#### ④小括

以上3つの部面に分けて福岡市都市機能に対するニーズを聞いてきたが、ここで総括をしておきたい。

表 42 に示すように、各部面の選択肢から「その他」を省いて 25 項目に統合して、回答率を並べて見ると、全体として最も高いのは「政策金融」機能（26.5%）であり、2 位が「国内販売先情報等の提供」機能（16.2%）、3 位が「受・発注斡旋」機能（15.7%）、4 位が「人材確保、研修・資格取得支援」機能と「研究開発支援」機能（13.0%）、6 位が「試験、検査」機能（12.4%）、7 位が「国内物流」機能（10.8%）、8 位が「製品企画向け市場情報等提供」機能（10.3%）、9 位が「技術指導」機能および「同業者交流・連携支援」機能（9.7%）となっている。

業種グループごとに見ると、プラスチック製品とその他軽工業製品を除く、すべてのグループで、「政策金融」機能が一位に挙げられている。現下の需要縮小による不況の影響を強く反映していると考えられる。食料品では、②「試験・検査」機能と「研究開発支援」機能、「海外を含む集客」機能が同率で挙げられている。印刷・同製品では、②「技術指導」機能、「国内販売先情報提供」機能、「受・発注斡旋」機能、「製品企画向け情報提供」機能が同率で挙げられている。プラスチック製品では、①「技術指導」機能、「人材確保、研修・資格支援」機能、「受・発注斡旋」機能が同率で 1 位に挙げられている。その他軽工業製品では、①「受・発注斡旋」機能、②「アジア企業等との取引・提携情報提供」機能、「同業者交流・連携支援」機能が上げられている。鉄鋼・金属製品では、①「政策金融」機能とともに「国内販売先情報提供」機能が同率で上げられており、③「受・発注斡旋」機能となっている。電機・電子部品では、②「人材確保、研修・資格支援」機能と「研究開発支援」機能および「アジア企業等との取引・提携情報提供」機能が挙げられている。機械では、②「受・発注斡旋」機能、③「アジア等市場情報提供」機能と「経営コンサルティング」機能が挙げられている。

表 41 福岡市の都市機能に対するニーズ総括表(1)

(単位：％)

|                     | 食料<br>品 | 印<br>刷・<br>同製<br>品 | プ<br>ラ<br>ス<br>チ<br>ッ<br>ク<br>製<br>品 | そ<br>の<br>他<br>軽<br>工<br>業<br>製<br>品 | 鉄<br>鋼・<br>金<br>属<br>製<br>品 | 電<br>気・<br>電<br>子<br>部<br>品 | 機<br>械 | 合<br>計 | 順<br>位 |
|---------------------|---------|--------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|--------|--------|--------|
| 輸出・入等国際物流機能         | 11.8    | 7.4                | 18.2                                 | 8.3                                  | 2.6                         | 9.1                         | 11.1   | 8.6    |        |
| 国内物流機能              | 11.8    | 14.8               | 9.1                                  | 4.2                                  | 12.8                        | 9.1                         | 5.6    | 10.8   | ⑦      |
| 技術指導機能              | 5.9     | 18.5               | 36.4                                 | 4.2                                  | 7.7                         | 9.1                         | 11.1   | 9.7    | ⑨      |
| 試験・検査機能             | 20.6    | 11.1               | 27.3                                 | 8.3                                  | 10.3                        | 9.1                         | 11.1   | 12.4   | ⑥      |
| 人材・研修・資格支援機能        | 11.8    | 14.8               | 36.4                                 | 12.5                                 | 12.8                        | 18.2                        | 5.6    | 13.0   | ④      |
| 研究開発支援機能            | 20.6    | 3.7                | 27.3                                 | 8.3                                  | 7.7                         | 18.2                        | 16.7   | 13.0   | ④      |
| 特許・意匠登録等情報提供機能      | 2.9     | 0.0                | 0.0                                  | 0.0                                  | 2.6                         | 0.0                         | 0.0    | 1.6    |        |
| 国内販売先情報等の提供機能       | 17.6    | 18.5               | 18.2                                 | 12.5                                 | 20.0                        | 9.1                         | 11.8   | 16.2   | ②      |
| 受・発注斡旋機能            | 11.8    | 18.5               | 36.4                                 | 20.8                                 | 15.0                        | 9.1                         | 23.5   | 15.7   | ③      |
| アジア等市場情報の提供機能       | 11.8    | 0.0                | 27.3                                 | 4.2                                  | 5.0                         | 9.1                         | 17.6   | 9.2    |        |
| 国際取引サポート機能          | 8.8     | 0.0                | 9.1                                  | 0.0                                  | 0.0                         | 9.1                         | 0.0    | 3.8    |        |
| 製品企画向け情報提供機能        | 14.7    | 18.5               | 18.2                                 | 8.3                                  | 2.5                         | 9.1                         | 5.9    | 10.3   | ⑧      |
| 製品等デザインサービス機能       | 11.8    | 11.1               | 9.1                                  | 0.0                                  | 0.0                         | 0.0                         | 0.0    | 4.3    |        |
| 広告宣伝代理サービス機能        | 14.7    | 11.1               | 0.0                                  | 4.2                                  | 2.5                         | 0.0                         | 11.8   | 7.6    |        |
| 海外を含む集客機能           | 20.6    | 3.7                | 9.1                                  | 8.3                                  | 0.0                         | 0.0                         | 5.9    | 6.5    |        |
| 本・支店間等広域交通機能        | 2.9     | 7.4                | 9.1                                  | 4.2                                  | 0.0                         | 0.0                         | 0.0    | 3.2    |        |
| アジア企業等との取引・提携情報提供機能 | 8.8     | 7.4                | 18.2                                 | 16.7                                 | 2.5                         | 18.2                        | 5.9    | 8.6    |        |
| 海外人材の斡旋、研修支援機能      | 0.0     | 3.7                | 18.2                                 | 8.3                                  | 5.0                         | 0.0                         | 11.8   | 4.9    |        |
| 経営コンサル機能            | 14.7    | 3.7                | 18.2                                 | 0.0                                  | 5.0                         | 9.1                         | 17.6   | 7.6    |        |
| 情報システム支援機能          | 11.8    | 7.4                | 0.0                                  | 0.0                                  | 2.5                         | 9.1                         | 5.9    | 6.5    |        |
| 政策金融機能              | 38.2    | 29.6               | 9.1                                  | 12.5                                 | 20.0                        | 36.4                        | 29.4   | 26.5   | ①      |
| コンプライアンス対応支援機能      | 5.9     | 0.0                | 0.0                                  | 0.0                                  | 2.5                         | 0.0                         | 5.9    | 2.2    |        |
| 同業者交流連携機能           | 5.9     | 11.1               | 9.1                                  | 16.7                                 | 12.5                        | 0.0                         | 5.9    | 9.7    | ⑨      |
| 異業種交流連携支援機能         | 8.8     | 11.1               | 18.2                                 | 8.3                                  | 2.5                         | 0.0                         | 5.9    | 7.0    |        |
| 中央紙本等とのパイプ機能        | 2.9     | 3.7                | 18.2                                 | 0.0                                  | 2.5                         | 0.0                         | 0.0    | 2.7    |        |

注：1. 食料品には飲料・タバコ・飼料を含む。

2. 印刷・同製品にはパルプ・紙・紙加工品を含む。

3. その他軽工業製品には、衣服・その他繊維品、木材・木製品、家具・装備品、化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品、革・同製品・毛皮、窯業・土石製品の合計。

4. 鉄鋼・金属製品は、鉄鋼、非鉄金属製品、金属製品の合計。

5. 電気・電子部品は、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイスの合計。

6. 機械は、一般機械、輸送機械、精密機械の合計。

次に、従業者規模別に見てみると、表 43 のように、すべての規模で「政策金融」機能を第 1 位に上げているが、1～9 人、10～49 人では、2～3 位に「国内販売先情報提供」機能や「受・発注斡旋」機能な販売・出荷関連項目が挙げられている。逆に、200 人以上の規模では「試験・検査」機能、「人材確保、研修・資格支援」機能、「研究開発支援」機能および「製品等デザインサービス」機能のいずれも生産関連機能が同率で 2 位に挙げられているという違いがある。小・零細製造業では生産・卸（販売）業的な企業にならざるを得ないのに対して、中堅製造業になると販売・出荷先が安定し、あるいは販売部門が独立し、メーカーとして製造過程に注力できるという事情が反映されているものと考えられる。50～199 人では、やや小規模階層に近く販売・出荷関連項目が 2～3 位に来ているが、「アジア等市場情報提供」機能が挙げられている点が異なっている。

さらに、生産する財の性質別に見てみると、表 44 のように、最終消費財（完成品）の場合は、第 1 位に「政策金融」機能と「異業種交流・連携支援」機能が同率で挙げられている。第 3 位が「国内販売先情報提供」機能となっている。

最終消費財（中間製品）の場合は、1位の「政策金融」機能に続き、「試験、検査」機能が挙げられている。

資本財生産事業所では、1位の「政策金融」機能に続き、「国内販売先情報提供」機能が挙げられている。

表 42 福岡市の都市機能に対するニーズ総括表(2)

| (単位：％)              |          |            |             |            |        |
|---------------------|----------|------------|-------------|------------|--------|
|                     | 1～9<br>人 | 10～<br>49人 | 50～<br>199人 | 200人<br>以上 | 総<br>計 |
| 輸出・入等国際物流機能         | 8.7      | 11.1       | 3.2         | 0.0        | 8.6    |
| 国内物流機能              | 2.2      | 12.1       | 19.4        | 11.1       | 10.8   |
| 技術指導機能              | 6.5      | 12.1       | 9.7         | 0.0        | 9.7    |
| 試験・検査機能             | 17.4     | 9.1        | 12.9        | 22.2       | 12.4   |
| 人材・研修・資格支援機能        | 10.9     | 13.1       | 12.9        | 22.2       | 13.0   |
| 研究開発支援機能            | 13.0     | 14.1       | 6.5         | 22.2       | 13.0   |
| 特許・意匠登録等情報提供機能      | 2.2      | 1.0        | 3.2         | 0.0        | 1.6    |
| 国内販売先情報等の提供機能       | 13.0     | 19.2       | 16.1        | 0.0        | 16.2   |
| 受・発注斡旋機能            | 15.2     | 17.2       | 12.9        | 11.1       | 15.7   |
| アジア等市場情報の提供機能       | 8.7      | 6.1        | 19.4        | 11.1       | 9.2    |
| 国際取引サポート機能          | 4.3      | 3.0        | 6.5         | 0.0        | 3.8    |
| 製品企画向け情報提供機能        | 13.0     | 8.1        | 12.9        | 11.1       | 10.3   |
| 製品等デザインサービス機能       | 0.0      | 6.1        | 0.0         | 22.2       | 4.3    |
| 広告宣伝代理サービス機能        | 4.3      | 10.1       | 6.5         | 0.0        | 7.6    |
| 海外を含む集客機能           | 4.3      | 6.1        | 9.7         | 11.1       | 6.5    |
| 本・支店間等広域交通機能        | 4.3      | 3.0        | 3.2         | 0.0        | 3.2    |
| アジア企業等との取引・提携情報提供機能 | 13.0     | 8.1        | 6.5         | 0.0        | 8.6    |
| 海外人材の斡旋、研修支援機能      | 6.5      | 7.1        | 9.7         | 11.1       | 7.6    |
| 経営コンサル機能            | 8.7      | 4.0        | 9.7         | 11.1       | 6.5    |
| 情報システム支援機能          | 6.7      | 9.7        | 6.5         | 2.8        | 6.5    |
| 政策金融機能              | 21.7     | 28.3       | 29.0        | 22.2       | 26.5   |
| コンプライアンス対応支援機能      | 0.0      | 1.0        | 6.5         | 11.1       | 2.2    |
| 同業者交流連携機能           | 8.7      | 11.1       | 9.7         | 0.0        | 9.7    |
| 異業種交流連携支援機能         | 8.7      | 8.1        | 3.2         | 0.0        | 7.0    |
| 中央紙本等とのパイプ機能        | 2.2      | 3.0        | 3.2         | 0.0        | 2.7    |

生産財生産事業所の場合は、第1位が「国内販売先情報提供」機能であり、「政策金融」機能は2位になっており、高率で3位に「人材確保、研修・資格支援」機能が挙げられている。また、請負加工の場合も、第1位が「受・発注斡旋」機能であり、2位が「政策金融」機能、3位に「人材確保、研修・資格支援」機能が挙げられている。

表 43 福岡市の都市機能に対するニーズ総括表(3)

(単位：％)

|                     | 最終消費財(完成品) | 最終消費財(非完成品) | 資本財  | 生産財  | 請負加工 | 総計   |
|---------------------|------------|-------------|------|------|------|------|
| 輸出・入等国際物流機能         | 9.7        | 0.0         | 7.7  | 9.4  | 11.5 | 11.3 |
| 国内物流機能              | 13.6       | 9.1         | 7.7  | 9.4  | 11.5 | 14.4 |
| 技術指導機能              | 9.7        | 9.1         | 7.7  | 15.6 | 7.7  | 12.5 |
| 試験・検査機能             | 12.6       | 27.3        | 15.4 | 12.5 | 11.5 | 16.9 |
| 人材・研修・資格支援機能        | 11.7       | 9.1         | 11.5 | 21.9 | 19.2 | 17.5 |
| 研究開発支援機能            | 14.6       | 18.2        | 15.4 | 12.5 | 7.7  | 16.9 |
| 特許・意匠登録等情報提供機能      | 1.0        | 9.1         | 3.8  | 3.1  | 0.0  | 2.5  |
| 国内販売先情報等の提供機能       | 17.5       | 9.1         | 19.2 | 31.3 | 11.5 | 22.7 |
| 受・発注斡旋機能            | 13.6       | 18.2        | 15.4 | 12.5 | 30.8 | 19.6 |
| アジア等市場情報の提供機能       | 8.7        | 0.0         | 15.4 | 18.8 | 0.0  | 11.7 |
| 国際取引サポート機能          | 6.8        | 0.0         | 3.8  | 0.0  | 0.0  | 4.9  |
| 製品企画向け情報提供機能        | 12.6       | 0.0         | 7.7  | 6.3  | 15.4 | 12.9 |
| 製品等デザインサービス機能       | 6.8        | 9.1         | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 4.9  |
| 広告宣伝代理サービス機能        | 7.8        | 9.1         | 15.4 | 3.1  | 7.7  | 9.8  |
| 海外を含む集客機能           | 7.8        | 18.2        | 3.8  | 3.1  | 3.8  | 8.0  |
| 本・支店間等広域交通機能        | 3.9        | 9.1         | 0.0  | 0.0  | 3.8  | 3.2  |
| アジア企業等との取引・提携情報提供機能 | 10.7       | 9.1         | 3.8  | 12.5 | 3.8  | 9.7  |
| 海外人材の斡旋・研修支援機能      | 2.9        | 0.0         | 3.8  | 9.4  | 7.7  | 4.9  |
| 経営コンサル機能            | 9.7        | 18.2        | 11.5 | 6.3  | 0.0  | 9.2  |
| 情報システム支援機能          | 7.8        | 0.0         | 7.7  | 6.3  | 0.0  | 6.5  |
| 政策金融機能              | 26.2       | 36.4        | 30.8 | 28.1 | 26.9 | 29.7 |
| コンプライアンス対応支援機能      | 1.9        | 0.0         | 3.8  | 3.1  | 0.0  | 2.2  |
| 同業者交流連携機能           | 10.7       | 18.2        | 7.7  | 9.4  | 11.5 | 11.4 |
| 異業種交流連携支援機能         | 26.2       | 9.1         | 7.7  | 9.4  | 3.8  | 18.4 |
| 中央紙本等とのパイプ機能        | 2.9        | 0.0         | 0.0  | 6.3  | 0.0  | 2.7  |

### 3. まとめ

福岡都市圏内所在の製造業事業所（工場）に対する当アンケート調査の結果は、上記の通りであるが、注目すべき点を指摘してまとめに代えたい。

1つは、アンケート調査の回答率の低さに関してである。回答率は10%を超えたもののかなり低いものであった。その理由の1つは、製造業＝工場にとって、都市機能に対するニーズという主題自体が、「関係が薄い」と受け取られたことがあるであろう。

もう1つは、福岡市以外の都市圏内市町に所在する工場にとっては、なぜ福岡市のこと（都市機能）に答えなければならないのか、といった疑問があったであろうことである。

以上、二重の意味で回答意欲が低いアンケート調査になったということが想像される。

もちろん、だからと言って、当調査が無意味であったわけではなく、むしろ、これまでの発想に入ってこなかった新しい視点を持ち込んだことによる結果であると受け取っておきたい。事実、回答企業は、福岡都市圏に立地していることのメリットを、明確に認識しており、表24に示したように、回答企業の57.3%がメリットがあるとしており、その内容も福岡市のもつ都市機能の優位性を反映したものであった。したがって、自社の強みとしても、「独自の製造技術がある」というだけではなく、販売上の優位性や製品企画力、ニ

ーズのいち早い把握など立地のメリットが関係していると考えられることが挙げられている。特に、選択肢として用意していなかった、「製造過程のフレキシビリティ(ロットなど)」、「製造スピード」、「デリバリーの速さ」などが「その他」の記述回答で挙げられていた。問題は、非回答企業が多く、非回答企業においては、福岡市の都市機能と自社の経営とを関係づけ、あるいは戦略に結びつける視点や発想が希薄であるのであろうという点である(したがって回答意欲が弱い)。

2つは、全体として出荷市場(の低迷)の壁に直面しており、強い閉塞感が垣間見られることである。

表18に示したように、世界同時不況後の経営環境についての展望では、39.5%の企業・工場が厳しくなると見ており、好転する(22.2%)を大きく上回っている。その理由としては、「国内市場の拡大が望めない」が抜群の高率で(404%)挙げられている。次が「その他」で17.3%であるが、その「その他」の内容を見ると表20のように、「市場の縮小が続く」、「市場の構造変化」、「価格低下」と考えられる理由が挙げられている。

3つは、その打開策をすでに採っている企業・工場は、23.2%にとどまっているが、その内容を見ると、表24のように、(1)生産内容の変革、(2)販売営業の強化、(3)コスト削減の3つの方向にくることができる。そして、福岡市の都市機能に対するニーズも、これらに関連して発生しているものと推測していいであろう。例えば、ニーズの第1位「政策金融」機能について言えば、当面の運転資金需要だけではなく生産内容の変革のための研究開発や設備後進のための資金需要でもあるだろう。また、第2位および第3位の「国内販売席情報等の提供」機能や「受・発注斡旋」機能は、市場の縮小および構造変化懸念への対応策としての販売営業の強化であるであろう。さらに、第4位の「人材確保、研修・資格支援」機能や「研究開発支援」機能は、生産内容の変革やコスト削減への取組のために、望まれる機能なのであろう。

いずれにしても、これら福岡都市圏内所在製造業の都市機能に対するニーズに応えることによって、福岡市内に新しい産業業種が生まれるとともに、圏内所在製造業も福岡市の都市機能の優位性を自らの経営戦略の中に取り入れ、一層の発展につなげることが望まれる。もちろん、優位性を持った福岡市の都市機能は、新しい都市型産業を引寄せることにもつながっていくものであろう。

## 巻末資料

(アンケート調査票)

# 福岡都市圏内製造企業・事業所の都市機能に対するニーズ調査票

|         |  |        |  |
|---------|--|--------|--|
| 御社・貴工場名 |  | 電話番号   |  |
| 記入者所属部署 |  | 記入者ご氏名 |  |

## I. 御社・貴工場の業務内容について、お答えください。

①業種（下記の「業種分類表」の番号でお答えください。）

②a. 従業員数

人

②b. 従業員のうち、非正規雇用者数

人

③資本金

万円

④御社または貴工場の位置づけは、下記のうちどれですか？

併設の場合など、あてはまるものすべてに○をつけてください。

1. 本社工場（複数工場）

2. 分工場

3. 単独工場

## 【業種分類表（「事業所・企業統計」の中分類表）】

| 番号 | 分類業種                 | 番号 | 分類業種                           |
|----|----------------------|----|--------------------------------|
| 1  | 食料品製造業               | 13 | なめし革・同製品・毛皮製造業                 |
| 2  | 飲料・タバコ・飼料製造業         | 14 | 窯業・土石製品製造業<br>(陶磁器、ガラス、セメントなど) |
| 3  | 繊維工業                 | 15 | 鉄鋼業                            |
| 4  | 衣服・その他の繊維品製造業        | 16 | 非鉄金属製造業                        |
| 5  | 木材・木製品製造業<br>(家具を除く) | 17 | 金属製品製造業                        |
| 6  | 家具・装備品製造業            | 18 | 一般機械器具製造業<br>(汎用機械、産業用機械など)    |
| 7  | パルプ・紙・紙加工品製造業        | 19 | 電気機械器具製造業                      |
| 8  | 印刷・同関連業              | 20 | 情報通信機械器具製造業                    |
| 9  | 化学工業<br>(医薬品、化粧品も含む) | 21 | 電子部品・デバイス製造業<br>(電子回路)         |
| 10 | 石油製品・石炭製品製造業         | 22 | 輸送用機械器具製造業                     |
| 11 | プラスチック製品製造業          | 23 | 精密機械器具製造業                      |
| 12 | ゴム製品製造業              | 24 | その他の製造業                        |

Ⅱ. 産業連関上の位置づけ(企業としての産業上の位置)について、お答えください。

①主力製品は何ですか？

②その製品は下記のうちどれに当たりますか？

- |                |                   |
|----------------|-------------------|
| 1. 最終消費財 完成品   | 2. 最終消費財 非完成品     |
| 3. 資本財(機械・装置類) | 4. 生産財(原材料・部品・資材) |
| 5. 加工請負        |                   |

③主要な原材料、または半完成品の主たる仕入先は下記のうちどれですか？

- |                 |       |
|-----------------|-------|
| 1. 自社の他事業所(他工場) | 2. 他社 |
|-----------------|-------|

④主たる仕入れ先の所在地は次のうちどこですか？中間に商社・問屋等が介在している場合は前生産者または原産地をお答えください。

- |           |              |               |
|-----------|--------------|---------------|
| 1. 福岡都市圏内 | 2. その他福岡県内   | 3. その他九州地方内   |
| 4. その他の国内 | 5. 海外(アジア地域) | 6. 海外(その他の海外) |

⑤主要な製品の主たる出荷先は下記のうちどれですか？

- |                 |              |            |
|-----------------|--------------|------------|
| 1. 自社の他事業所(他工場) | 2. 他社(販社・商社) | 3. 消費者・需要者 |
|-----------------|--------------|------------|

⑥その所在地は次のうちどこですか？

- |           |              |              |
|-----------|--------------|--------------|
| 1. 福岡都市圏内 | 2. その他福岡県内   | 3. その他九州地方内  |
| 4. その他の国内 | 5. 海外(アジア地域) | 6. 海外(その他地域) |

Ⅲ. 御社または貴工場の「強み」や「弱み」について、お答えください。

①同業他社、同種工場と比べての御社（貴工場）の強み（得意技）はどんなことですか？

主なものを3つまでお答えください。

1. ニーズ（市場動向）のいち早い把握
2. 製品企画力または製品開発力がある
3. 他がまねのできない独自の製造技術がある
4. 原材料調達において優位性（価格、コスト、品質等）がある
5. 労働・人材調達において優位性（有能人材の確保の容易性）を持っている
6. 販売・出荷において優位に立っている（有力販売先を持っている、出荷コストが安いなど）
7. その他 → ( )
8. 特にこれと言ったものはない

②御社・貴工場の弱みはどんなことですか？主なものを3つまでお答えください。

1. ニーズ、市場動向の把握が不十分（十分にできない）
2. コアになる独自の技術をもっていない
3. 最新技術の導入ができない（できていない）
4. 原材料の調達の条件が悪い
5. 有能な技術者など人材がいない（調達できない）
6. 製品販売市場が限られている（狭い）
7. 物流の便が良くない
8. 海外市場へのアクセスがうまくいっていない
9. その他 → ( )
10. 特にこれと言った点はない

IV. 新製品・新技術（新素材）・新意匠（デザイン）などの開発や導入について、お答えください。

①貴工場では、最近3年間に新製品・新技術（新素材）・新意匠（デザイン）などの開発や導入をしましたか？ 主たる開発・導入事例についてお答えください。

- |                        |      |
|------------------------|------|
| 1. 新製品の開発・導入があった       | } ②へ |
| 2. 新技術（新素材）の開発・導入があった  |      |
| 3. 新意匠（デザイン）の開発・導入があった |      |
| 4. 特にはなかった             |      |

②先の設問①で「1. 新製品～」、「2. 新技術～」「3. 新衣装～」とお答えの方にお尋ねします。  
それはどのようにもたらされましたか？

- |                  |                                |
|------------------|--------------------------------|
| 1. 自社開発          | 2. 他社との共同開発                    |
| 3. 大学等への委託（共同）開発 | 4. 親会社から提供                     |
| 5. 取引先から提供       | 6. その他（                      ） |

③研究開発に当って最も問題になることはどんなことですか？主なものを2つまでお答えください。

- |                                |
|--------------------------------|
| 1. 研究開発の方向を決めるための研究情報やアイデアの不足  |
| 2. 研究開発を担当する人材の不足              |
| 3. 研究開発装置や装備の不足                |
| 4. 研究指導または共同研究のパートナーの不足        |
| 5. 研究開発にかけられる資金の不足             |
| 6. 新しい製品や技術に対するニーズ（または必要性）がない  |
| 7. その他（                      ） |

V. 「失われた10年」以降（＝2003年以降）の約5年の業績について、お答えください。

①最近5年間の業績（経常利益）は平均してどうでしたか？

- |              |         |
|--------------|---------|
| 1. 伸びた       | -----②へ |
| 2. 横ばい（一進一退） |         |
| 3. 低下した      | -----③へ |
| 4. 判らない      |         |

②先の設問①で「1. 伸びた」と回答した会社にお尋ねします。

業績が伸びた主たる要因は何でしたか。主なものを2つまでお答えください。

- |                             |
|-----------------------------|
| 1. 主力製品の国内需要が回復・拡大したから      |
| 2. 主力製品の海外需要が回復・拡大したから      |
| 3. 新製品を開発・投入したから            |
| 4. 低コスト化を実現し、国内のシェアを拡大できたから |
| 5. 低コスト化を実現し、海外のシェアを拡大できたから |
| 6. 非主力商品・サービスの市場が広がったから     |
| 7. その他 → ( )                |

③先の設問①で「3. 低下した」と回答した会社にお尋ねします。

業績が低下した主たる要因は何でしたか。主なものを2つまでお答えください。

- |                          |
|--------------------------|
| 1. 主力製品の国内需要が縮小したから      |
| 2. 主力製品の海外需要が縮小したから      |
| 3. 製品種または品質面で競争に遅れをとったから |
| 4. 原材料コストが上昇したから         |
| 5. 流通等サービスコストが上昇したから     |
| 6. 新たな投資など財務上の重荷が増えたから   |
| 7. リストラクチャリングが遅れたから      |
| 8. その他 → ( )             |

VI. 世界金融危機（世界同時不況）後の経営環境の変化（展望）について、お答えください。

現在は、2008 年末からの世界同時不況下にあります。その対策として、各国とも金融緩和策や潜在的成長分野への集中投資を行っています。その結果、世界がこの世界同時不況を脱した時、種々の面で構造変化が顕れる可能性があります。

①御社の（または業界の）立場から見た場合に、不況脱出後の世界の経済・産業の状況、すなわち御社の経営環境は、どのように展望できるでしょうか。世界同時不況以前の状況と比較してお答えください。

- |          |         |
|----------|---------|
| 1. 好転する  | -----②へ |
| 2. 変わらない |         |
| 3. 厳しくなる | -----③へ |
| 4. 判らない  |         |

②先の設問①で「1. 好転する」と回答した会社にお尋ねします。

好転するとお考えになる理由は何ですか。主なものを2つまでお答えください。

- |                                                      |
|------------------------------------------------------|
| 1. (グリーン・ニューディールなど) 当社に関連する海外や国内での新しい需要が拡大すると見込まれるから |
| 2. 途上国などの工業化、成長・発展に伴って当社の製品に対する海外での需要が拡大すると考えられるから   |
| 3. 当社が行ってきた新製品の研究開発が成果を生む環境になってきたから                  |
| 4. 海外市場へのアプローチ体制が整ってきた(強化した)から                       |
| 5. 低迷していた主力製品に対する海外需要が回復すると見込まれるから                   |
| 6. 低迷していた主力製品に対する国内需要が回復すると見込まれるから                   |
| 7. 設備改良投資等によって、品質またはコスト競争力が向上し、シェアの獲得が見込まれるから        |
| 8. その他 → ( )                                         |

③先の設問①で「3. 厳しくなる」と回答した会社にお尋ねします。

厳しくなるとお考えになる理由は何ですか。主なものを2つまでお答えください。

- |                                                        |
|--------------------------------------------------------|
| 1. 中国等発展途上国の工業化、エレクトロニクス化が進み、競争が強まるから                  |
| 2. 米国等先進工業国での集中投資によって先端技術製品分野でも競争が強まるから                |
| 3. 米国に変わって、世界の需要を拡大する国が現れないから                          |
| 4. 世界の産業技術構成やその地域構造が激変し、既存商品・技術が陳腐化してしまう(需要が縮小してしまう)から |
| 5. 国内の人口減少により、国内市場が停滞がつづき、需要の拡大が望めないから                 |
| 6. 円高傾向もあつて、途上国からの輸入による国内価格の低迷が解消されないから                |
| 7. その他 → ( )                                           |

④御社・貴工場では、世界同時不況後の構造変化を展望して、何らかの対応策をとっていますか。

- |          |             |         |
|----------|-------------|---------|
| 1. 採っている | 2. 特段採っていない | 3. 判らない |
|----------|-------------|---------|

⑤先の設問④で「1. 採っている」と回答した会社にお尋ねします。

それは具体的にはどのような対応策ですか。

Ⅶ. 福岡地区（福岡都市圏）に立地していることのメリットについて、お答えください。

①福岡地区に立地していることのメリットがありますか？

1. メリットがある

2. 特段メリットはない

3. むしろデメリットがある
- ②へ

③へ

②先の設問①で「1. メリットがある」とお答えの方にお尋ねします。

どのようなメリットがありますか？主なものを3つまでお答えください。

1. 会社・事業所のステイタスが高まった
2. 業務上、国内交通・輸送条件が良い
3. 人材確保がしやすい
4. 業務上、都市的環境がメリットになっている
5. 種々のサービスが得られやすい（コストが安い）
6. 人口が多く、消費需要が大きい
7. アジアの都市等へのアクセスが良い（空港など）
8. 輸出・輸入（港）の便利が良い
9. 大学・研究機関などがあり、研究開発の条件に恵まれている
10. 同業者が集積しており情報が得やすい
11. 行政の支援が得やすい（支援が厚い）
12. 金融機関や情報機関が集まり、豊富な情報提供がなされている
13. 有力取引先に近い
14. その他 → ( )

③先の設問①で「3. むしろデメリットがある」とお答えの方にお尋ねします。

どのようなデメリットですか？具体的にお答えください。

**VII. 福岡市の都市機能（都市が持っているサービス機能）に対する要望について、お答えください。**

御社・貴工場の業務推進の立場から考えた場合、地域中心都市である福岡市にどのような都市機能を強化して欲しいと思いますか？以下の選択肢の中から該当するものすべてに○をつけ、具体的にはどのような機能なのかを（ ）内にご記入ください。

**①自社の生産との関連で、強化されることが望ましい福岡市の都市機能**

- |                        |        |   |
|------------------------|--------|---|
| 1. 輸入、輸出など国際物流機能       | （具体的に： | ） |
| 2. 国内物流機能              | （具体的に： | ） |
| 3. 生産・加工の技術指導等支援機能     | （具体的に： | ） |
| 4. 原料や製品などの試験、検査機能     | （具体的に： | ） |
| 5. 生産関連の人材確保、技術研修、資格支援 | （具体的に： | ） |
| 6. 新商品・新技術の研究開発支援機能    | （具体的に： | ） |
| 7. 特許や意匠登録情報などの提供機能    | （具体的に： | ） |
| 8. その他                 | （具体的に： | ） |

**②自社製品の販売・受注との関連で、強化されることが望ましい福岡市の都市機能**

- |                            |        |   |
|----------------------------|--------|---|
| 9. 国内販売先情報等の提供・紹介機能        | （具体的に： | ） |
| 10. 商談会等や受・発注斡旋機能          | （具体的に： | ） |
| 11. アジア等海外市場等の情報提供         | （具体的に： | ） |
| 12. 輸出等国际取引サポート機能          | （具体的に： | ） |
| 13. 市場ニーズ等製品企画向け情報提供       | （具体的に： | ） |
| 14. 製品やパッケージ等のデザインサービス機能   | （具体的に： | ） |
| 15. 広告・宣伝・PRの代理サービス機能      | （具体的に： | ） |
| 16. 海外を含む集客機能・福岡市の都市ブランド強化 | （具体的に： | ） |
| 17. その他                    | （具体的に： | ） |

**③会社、工場の経営・管理との関連で、強化されることが望ましい福岡市の都市機能**

- |                          |        |   |
|--------------------------|--------|---|
| 18. 本・支店間の移動等の利便性（広域交通網） | （具体的に： | ） |
| 19. アジアの製造企業等との取引、提携情報提供 | （具体的に： | ） |
| 20. 海外の人材確保、斡旋、研修支援機能    | （具体的に： | ） |
| 21. 経営関連情報提供・コンサルティング機能  | （具体的に： | ） |
| 22. 情報システム化（＝開発）の支援機能    | （具体的に： | ） |
| 23. 金融支援、政策金融機能          | （具体的に： | ） |
| 24. 法規、コンプライアンス対応支援機能    | （具体的に： | ） |
| 25. 同業者交流・連携支援機能         | （具体的に： | ） |
| 26. 異業種交流・連携支援機能         | （具体的に： | ） |
| 27. 中央資本等とのパイプ機能         | （具体的に： | ） |
| 28. その他                  | （具体的に： | ） |

\*\*\*\*\* 長時間ありがとうございました \*\*\*\*\*

■当研究プロジェクト担当者

岡田 允 特別研究員 全編執筆

新井直樹 研究主査

---

福岡都市圏内工業の福岡市都市機能に対するニーズの  
実態

刊 行 2010 年 3 月

刊行者 財団法人 福岡アジア都市研究所

住 所 〒810-0001 福岡市中央区天神 1 丁目 10-1

電 話 092-733-5658

e-mail [info@urc.or.jp](mailto:info@urc.or.jp)

URL <http://www.urc.or.jp>

---