

～ 関西企業フロントライン～

第7回

# 関西中小企業における売上拡大を目指す 設備投資の原動力の実態

平成30年5月16日  
近畿経済産業局  
中小企業政策調査課

## はじめに

少子高齢化に伴い総人口、生産年齢人口の減少という構造的な要因にさらされる等、中小企業は厳しい環境下にあります。そういった中で、稼ぐ力を高めるには「効果的・効率的な**設備投資**の活用」が成果を出すためのキーファクターと考えられます。

今回の関西企業フロントラインは、アンケート調査により、厳しい環境下にあっても、成長を続ける企業を抽出し、「**設備投資と成長の関係性**」を明らかにしました。

また、設備投資の実行を決断するその背景の実態（「**危機感**」と「**高揚感**」）をヒアリング調査により取りまとめました。本レポートが企業の成長の一助になることを期待しております。

## 構成

1. アンケート・ヒアリング調査の概要
2. アンケート調査に基づく躍進企業と現状維持企業の比較分析
3. ヒアリング調査に基づく関西中小企業の設備投資を決断するその背景について
4. まとめ

### < 参考資料 >

1. 企業の設備投資を取り巻く環境
2. 関西の特徴

# 1. アンケート・ヒアリング調査の概要

## < アンケート調査抽出対象 >

- 当局管内（福井県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県）における中小企業法の定義に基づく未上場の中小企業

直近3期連続で5%以上増収している企業の内、増収率上位1,000社（以下 躍進企業）

5期前と比べ、0%超10%未満の増収企業の内、増収率下位1,519社（最大3.4%、以下 現状維持企業）

表1 < 企業区分別アンケート調査対象および回答数、回答率 >

	調査対象数	回答数	回答率
<b>躍進企業</b>	1,000	239	23.9%
製造業	500	143	28.6%
卸・小売・飲食店	200	32	16.0%
運輸・サービス	300	64	21.3%
<b>現状維持企業</b>	1,519	341	22.4%
製造業	760	174	22.9%
卸・小売・飲食店	304	69	22.7%
運輸・サービス	455	98	21.5%

## < ヒアリング調査の概要 >

- アンケート調査に基づき、設備投資に積極的な企業を31社選定（製造業：20社、卸・小売・飲食店：4社、運輸・サービス7社）

躍進企業は現状維持企業に比べ、各種の投資行動で実行した割合が高い。中でも、人材確保・育成の投資、設備投資、研究開発・知財活用のための投資、IT投資、で差異が大きい。（表2）

投資の後押し要因では、躍進企業は現状維持企業に比べ、市場の成長が強く見込まれた、資金調達がスムーズに行われた、技術・サービス力が他社に比べて優位であると判断された、で差異が大きい。（表3）

投資の成功要因としては、市場の成長性が想定通りであった、投資のタイミングが適切であった、技術・サービス力の優位性が想定通りであったと回答した躍進企業が多く、市場の成長を見通す確かな目利き力が躍進企業の特徴であると考えられる。（表4）

（表2）投資行動の実行と効果検証  
～投資行動～

	躍進企業 n: 239		現状維持企業 n: 341		躍進と現状維持の差分	
	件数	割合	件数	割合	件数	ポイント
人材確保・育成のための投資	150	62.8%	163	47.8%	15	15.0
設備投資	187	78.2%	227	66.6%	11.7	11.7
研究開発・知財活用のための投資	75	31.4%	72	21.1%	10.3	10.3
IT投資	95	39.7%	106	31.1%	8.7	8.7
海外需要の取込	34	14.2%	26	7.6%	6.6	6.6
宣伝広告投資	83	34.7%	96	28.2%	6.6	6.6
マーケティング	47	19.7%	56	16.4%	3.2	3.2
その他	7	2.9%	1	0.3%	2.6	2.6
経営者の自己研鑽	84	35.1%	111	32.6%	2.6	2.6
M&A	12	5.0%	10	2.9%	2.1	2.1

（表3）投資行動の実行と効果検証  
～投資の後押し要因～

	躍進企業 n: 239		現状維持企業 n: 341		躍進と現状維持の差分	
	件数	割合	件数	割合	件数	ポイント
市場の成長が強く見込まれた	57	23.8%	35	10.3%	13.6	13.6
資金調達がスムーズに行われた	63	26.4%	54	15.8%	10.5	10.5
技術・サービス力が他社に比べて優位であると判断された	51	21.3%	40	11.7%	9.6	9.6
金融機関、公的支援機関、税理士等外部からのサポート・助言があった	35	14.6%	22	6.5%	8.2	8.2
投資行動を進める知識・ノウハウが十分であった	57	23.8%	59	17.3%	6.5	6.5
投資行動を進める人材が揃っていた	54	22.6%	61	17.9%	4.7	4.7
投資のタイミングが適切と判断された	95	39.7%	120	35.2%	4.6	4.6
投資行動を進める手元資金が十分であった	57	23.8%	75	22.0%	1.9	1.9
他事業との相乗効果が高いと判断された	19	7.9%	22	6.5%	1.5	1.5
投資に活用できる支援施策（補助金、税制優遇措置等）があった	35	14.6%	45	13.2%	1.4	1.4
ステークホルダーからの要請があった	9	3.8%	14	4.1%	-0.3	-0.3
法規制が緩和・強化された	1	0.4%	3	0.9%	-0.5	-0.5
その他	3	1.3%	6	1.8%	-0.5	-0.5
株価が上がっている等、好景気のタイミングであった	3	1.3%	7	2.1%	-0.8	-0.8

（表4）投資行動の実行と効果検証  
～投資の成功要因～

	躍進企業 n: 239		現状維持企業 n: 341		躍進と現状維持の差分	
	件数	割合	件数	割合	件数	ポイント
市場の成長性が想定通りであった	55	23.0%	32	9.4%	13.6	13.6
投資のタイミングが適切であった	87	36.4%	96	28.2%	8.2	8.2
技術・サービス力の優位性が想定通りであった	52	21.8%	53	15.5%	6.2	6.2
必要に応じて、人員の再配置・増員を行えた	42	17.6%	46	13.5%	4.1	4.1
経営層のリーダーシップが発揮された	29	12.1%	32	9.4%	2.7	2.7
事前のリスク評価分析が役に立った	12	5.0%	10	2.9%	2.1	2.1
外部機関・人材に適宜助言を求めることができた	15	6.3%	15	4.4%	1.9	1.9
適切な人員配置であった	32	13.4%	40	11.7%	1.7	1.7
適切な進捗管理・モニタリングが行われた	13	5.4%	14	4.1%	1.3	1.3
その他	8	3.3%	12	3.5%	-0.2	-0.2
想定内のコストに収めることができた	28	11.7%	41	12.0%	-0.3	-0.3
投資金額が適正であった	47	19.7%	69	20.2%	-0.6	-0.6

投資行動に影響を与える、経営者（層）の志向性項目の中で躍進企業は現状維持企業に比べ以下3点の特徴がある。（表5）

- 外部環境の変化に対して大胆に行動できる
- 近い将来のビジョンが明確に考えられる
- リスクを取って成長すべきと考えられる

組織基盤では、躍進企業は現状維持企業に比べ、社内人材の確保及び教育を実践している、外部人材を上手く活用している、ビジネスを戦略的に創造できる経営者であると回答した割合が高い。（表6）

（表5）経営者（層）の志向性

	回答割合の差分(躍進企業 - 現状維持企業)			
	(a)に当てはまる ポイント	どちらとも言えない ポイント	(b)に当てはまる ポイント	無回答 ポイント
(a)経営陣は外部環境の変化に対して、慎重な行動をとる傾向にある	-17.8	-2.9	21.3	-0.6
(b)経営陣は外部環境の変化に対して、大胆な行動をとる傾向にある				
(a)3年先のビジョンを描くのは難しい	-13.4	-2.4	16.4	-0.6
(b)3年先のビジョンが明確である				
(a)リスクを取って成長するより、一定の収益性のある事業の継続に注力すべきである	-16.8	7.8	10.0	-1.0
(b)成長にはリスクを伴う行動が必要で、積極的にリスクを取るべきである				
(a)経営陣は既存製品・サービスの販路拡大・改良に注力している	-0.1	-2.4	3.8	-0.9
(b)経営陣は新たな技術・製品・サービスや事業革新を起こす開発等に注力している				
(a)自社の戦略は、市場のライバル企業の行動に合わせて柔軟に対応する傾向にある	-3.3	0.1	3.7	-0.2
(b)自社の戦略は、経営理念を基本とし、状況に応じて柔軟に対応する傾向にある				
(a)投資は、計画等は作成せず、その時の状況に応じて判断する	0.4	-3.0	3.2	-0.3
(b)投資は中長期計画に基づき、その時の状況に応じて判断する				

（表6）組織基盤

	躍進企業 n:239		現状維持企業 n:341		躍進と現状維持の差分	
	件数	割合	件数	割合	件数	ポイント
社内人材の確保及び教育を実践している	120	50.2%	147	43.1%		7.1
外部人材を上手く活用している	26	10.9%	20	5.9%		5.0
ビジネスを戦略的に創造できる経営者である	85	35.6%	106	31.1%		4.5
経営者の成長意欲・事業意欲が旺盛である	85	35.6%	114	33.4%		2.1
計画実行能力が高い組織、経営者である	57	23.8%	77	22.6%		1.3
マーケティングを戦略的に活用している	17	7.1%	24	7.0%		0.1
市場の変化を的確に予測し、柔軟な対応をしている	141	59.0%	203	59.5%		-0.5
内部留保が十分で、適切な投資をしている	37	15.5%	56	16.4%		-0.9
顧客満足を志向する文化が定着している	79	33.1%	116	34.0%		-1.0
基盤となるビジネスを有している	49	20.5%	78	22.9%		-2.4

躍進企業の外部環境に対する自社状況認識としては、現状維持企業と比べ、市場は縮小していない、仕入価格の上昇による販売価格への転嫁は難しくない、同業者との競争は激しくない、と考えている。(表7)  
 躍進企業は現状維持企業に比べ、技術・研究開発の強化、経営者自身の成長、従業員の育成、福利厚生の拡充、経営理念等の社内への浸透、設備の増強、次期経営幹部の育成を経営課題と認識している割合が高い。(表8)

(表7) 外部環境からみた自社状況認識

	回答割合の差分(躍進企業 - 現状維持企業)			
	当てはまる ポイント	どちらとも言えない ポイント	当てはまらない ポイント	無回答 ポイント
人口減少により市場が縮小している	-15.1	3.7	11.6	0.2
原材料・仕入価格が上昇し、販売価格への転嫁も難しくなっている	-14.5	9.0	6.4	0.6
同業他社との競争が激しくなっている	-10.9	5.6	6.1	0.5
市場の価格競争が激しくなっている	-4.4	1.2	4.4	0.9
競合先の参入が多くなっている	0.1	-2.7	3.2	-0.2
技術・サービスの質が高度化している	2.6	-4.7	2.8	0.5
市場のニーズが多様化している	2.8	-2.0	-0.6	0.2
新製品・新サービスの入れ替わりが激しくなっている	3.3	0.3	-2.2	1.1
特段変化はない	-0.5	8.5	-5.3	2.4

(表8) 経営課題の設定

	躍進企業 n: 239		現状維持企業 n: 341		躍進と現状維持の差分	
	件数	割合	件数	割合	件数	ポイント
技術・研究開発の強化	95	39.7%	89	26.4%		13.3
経営者自身の成長	68	28.5%	53	15.7%		12.7
従業員の人材育成	164	68.6%	189	56.1%		12.5
福利厚生への拡充	58	24.3%	42	12.5%		11.8
経営理念・方針の社内への浸透	50	20.9%	38	11.3%		9.6
設備の増強	101	42.3%	110	32.6%		9.6
次期経営幹部の育成	100	41.8%	112	33.2%		8.6
次期経営幹部人材の確保	57	23.8%	59	17.5%		6.3
従業員の人材確保	151	63.2%	193	57.3%		5.9
マーケティングの強化	44	18.4%	44	13.1%		5.4
自社ブランドの育成・強化	61	25.5%	70	20.8%		4.8
海外需要の取込	25	10.5%	20	5.9%		4.5
資金調達	27	11.3%	23	6.8%		4.5
従業員の賃金上昇	80	33.5%	99	29.4%		4.1
新規協業先・仕入れ先の開拓	59	24.7%	72	21.4%		3.3
その他	3	1.3%	2	0.6%		0.7
新規ビジネスの創出	66	27.6%	93	27.6%		0.0
既存事業(コア事業)の見直し・縮小	11	4.6%	17	5.0%		-0.4
営業力・販売力の強化	124	51.9%	177	52.5%		-0.6
新規顧客・販売先の開拓	110	46.0%	158	46.9%		-0.9
既存事業(非コア事業)の見直し・縮小	6	2.5%	12	3.6%		-1.1
収益力の拡大	140	58.6%	203	60.2%		-1.7
財務体質の強化	57	23.8%	86	25.5%		-1.7
コスト削減・業務効率化	82	34.3%	125	37.1%		-2.8
事業承継	50	20.9%	86	25.5%		-4.6

多くの中小企業は、設備投資は、成長（売上増加）の主要な要因となりえる一方で、一定の資金負担が伴う等、経営判断が必要となる。経営判断に至った背景にはどのようなものがあるのだろうか。

ここでは、設備投資に積極的な31社を対象にヒアリング調査をおこない、「成長への原動力」＝「投資を決定した背景」を分類化した。

大別すると以下2点に分類した。

自社の存在意義に対する強烈な「**危機感**」

「業界の課題」を解決できる方法の発見や市場が拡大しているという「**高揚感**」

### < 危機感 >

#### 市場衰退の危機感

→市場の衰退により自社の存続が危ぶまれる

#### 技術力向上の危機感

→技術力の向上なしには自社の存在意義がなくなる

#### 内製化の危機感

→内製化しなければ自社の存在意義がなくなる

### < 高揚感 >

#### 課題解決の高揚感

→業界の課題に対するソリューションを発見し事業拡大が見込める

#### 市場拡大の高揚感

→市場が拡大しており設備投資をすれば事業拡大が見込める



3-2. 【ヒアリング調査】関西中小企業の設備投資を決定するその背景について～原動力の類型毎の特徴～

市場衰退の危機感を持ち、積極的に設備投資を行っている企業の特徴は、比較的社長年齢は若い。

技術力向上の危機感を持ち、積極的に設備投資を行っている企業は、製造業では業歴が長く、社長の在任期間は、10年～20年の企業が多い。

内製化の危機感を持ち、積極的に設備投資を行っている企業は、各業種で業歴が比較的長く、社長年齢は比較的若い。

課題解決の高揚感があり、積極的に設備投資を行っている企業は、業歴は比較的短い企業が多く、売上規模は比較的小さい。また、ヒアリング調査から、業種はITサービス系が多く、創業社長の割合が高いことが判明。

市場拡大の高揚感があり、積極的に設備投資を行っている企業は、製造業では社長在任期間が比較的短い。

成長の原動力	属性	企業年齢				売上規模				業種別			
		10年未満	10年～20年	20年～30年	30年以上	5億円未満	5～10億円	10～50億円	50億円以上	製造業	卸売業	小売業	サービス業他
市場衰退の危機感	5社	-	2社	-	3社	1社	2社	2社	-	3社	-	2社	-
技術力向上の危機感	9社	1社	1社	-	7社	3社	2社	3社	1社	8社	-	-	1社
内製化の危機感	7社	2社	-	2社	3社	3社	-	4社	-	4社	1社	-	2社
課題解決の高揚感	7社	1社	4社	1社	1社	3社	2社	2社	-	2社	1社	-	4社
市場拡大の高揚感	3社	-	1社	-	2社	2社	-	1社	-	3社	-	-	-
合計		4社	8社	3社	16社	12社	6社	12社	1社	20社	2社	2社	7社
成長の原動力	属性	社長在任年数				社長年齢							
		10年未満	10年～20年	20年～30年	30年以上	30代・40代	50代	60代	70代以上				
市場衰退の危機感	5社	2社	2社	1社	-	3社	2社	-	-				
技術力向上の危機感	9社	2社	5社	2社	-	2社	1社	4社	2社				
内製化の危機感	7社	4社	-	2社	1社	3社	3社	1社	-				
課題解決の高揚感	7社	2社	4社	1社	-	3社	1社	2社	1社				
市場拡大の高揚感	3社	2社	1社	-	-	-	2社	1社	-				
合計		12社	12社	6社	1社	11社	9社	8社	3社				



## 市場衰退の危機感（生声）

- 主要取扱品目の市場は減少傾向にある中、その周辺分野に進出するため設備投資を実施。現在では、当社の主要商材となっている。【食品加工業、 -a社】
- 販売チャネルの多様化や商材の利用分野を変えることで、新市場を創出した。【製造業、 -c社】
- 主要商品の消費低迷が長らく続いたため、新しい製法により高付加価値商品を開発。新市場の創出につながった。【清酒製造、 -e社】

## 技術力向上の危機感（生声）

- 毎期、売上高の10%程度を設備投資等に充てている。技術力を維持・向上させることが、当社成長のカギであると考えている。【製造業、 -b社】
- 当社の主力商材については、どのような顧客からの要望も断らないという理念のもと事業を行ってきた。そうした積み重ねが顧客の信頼へとつながっている。そのためには、技術力の向上は必要不可欠であると考えている。【製造業、 -c社】
- 商品開発力が高く、設備面も充実していることで、多品種の製品を少量生産から大量生産まで可能となっていることが、大手医薬品メーカーとの安定的な取引に繋がっている。【医薬品製造業、 -g社】
- お客様の悩みを如何に解決するかが、当社の存在意義であると考えている。そのための設備投資は惜しまない。【製造業、 -h社】
- 設備投資を積極的におこない、組立加工できる分野を拡大、また、加工品質を高く維持することで業容拡大につなげている。【加工組立業、 -i社】

## 内製化の危機感（生声）

- 大手企業から射出成型用シリンダーに関する製造技術を譲受したことをきっかけに下請けからの脱却を図った。下請けでは会社の成長はないと感じていた。【製造業、 -b社】
- 主要商品については、国内生産に拘っており、企画・デザインから製造・販売まで一気通貫で行うことで、コスト削減に努めている。また、工場の稼働率を上げるため、小売にも進出している。【製造業、 -e社】
- 「車」に関する周辺業務（輸送、整備、板金等）を自社で行うことで、主要顧客との信頼関係が強化されている。【海運業、 -f社】

## 課題解決の高揚感（生声）

- 当社の主要顧客はネットスーパーであるが、ITと物流をセットで提案することで、顧客のコスト削減に役立っている。【ITサービス、 運送業、 -d社】
- 建設業界でのCAD普及に尽力している。小規模業者が多いことから、コールセンターを自前で運営する等、顧客サポートを手厚くすることで、当社の業容は拡大している。【CADソフト販売、 -f社】

## 市場拡大の高揚感（生声）

- 当社の主要顧客の環境変化により、当社の受注環境が好転しているため、設備投資を行った。【製造業、 -a社】
- 現工場の稼働率が限界近くとなったので、工場を新設した。【医薬品製造、 -c社】

1. アンケート調査から、躍進企業は現状維持企業に比べ、人材確保・育成の投資、設備投資、研究開発・知財活用のための投資、IT投資を行う割合が多い。
2. 躍進企業は現状維持企業に比べ、経営者（層）の志向性の項目で、以下3点の特徴がある。
  - 外部環境の変化に対して大胆に行動できる
  - 近い将来のビジョンが明確に考えられる
  - リスクを取って成長すべきと考えられる
3. ヒアリング調査から、企業を成長させる原動力は、「市場衰退の危機感」「技術力向上の危機感」「内製化の危機感」「課題解決の高揚感」「市場拡大の高揚感」の5つに分類した。
4. 各カテゴリー毎に、「企業年齢」「売上規模」「業種別」「社長在任年数」「社長年齢」にそれぞれ、特徴がみられた。

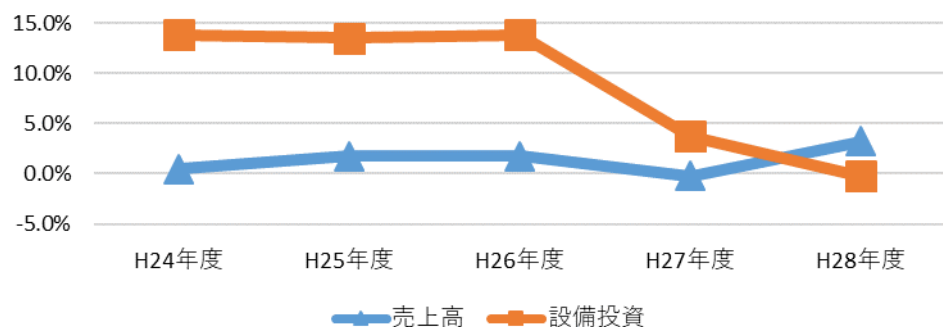
< 參考資料 >

# 1-1. 企業の設備投資を取り巻く環境～売上・設備投資額増減の推移・資本金別～

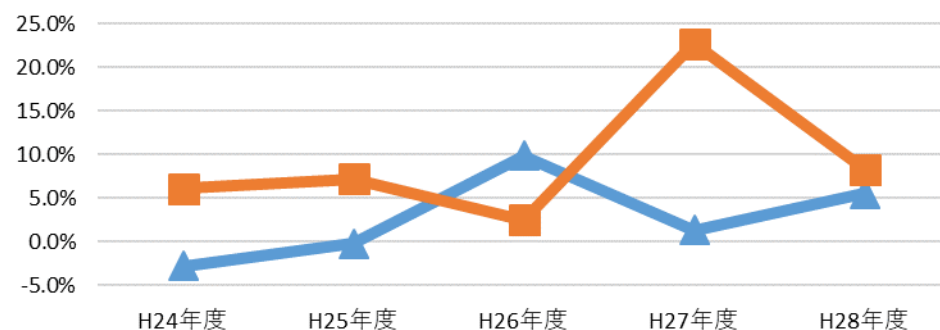
資本金1億円未満の企業はH24年度～H26年度まで、設備投資額は前年比14%程度の高い伸びを示しており、集中的に設備投資している。その後、設備投資の伸び率は大幅に減少し、足元のH28年度には前年比若干のマイナスとなる。

## 【売上・設備投資額推移（前年比増減）】<全国、全産業（金融業、保険業を除く）、設備投資額はソフトウェアを除く>

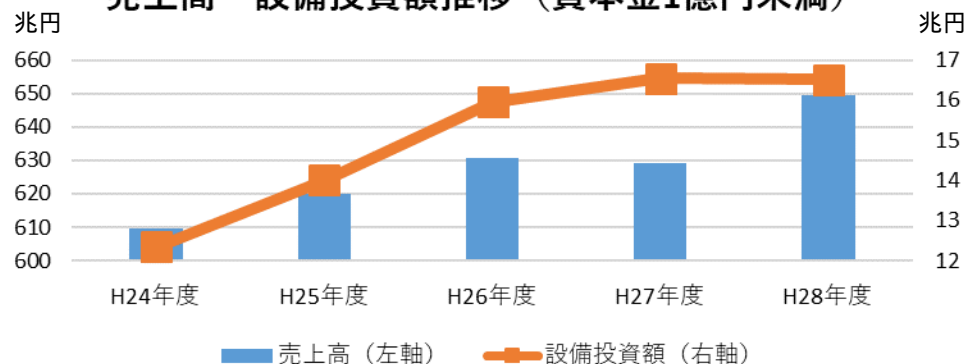
### 資本金（1億円未満）



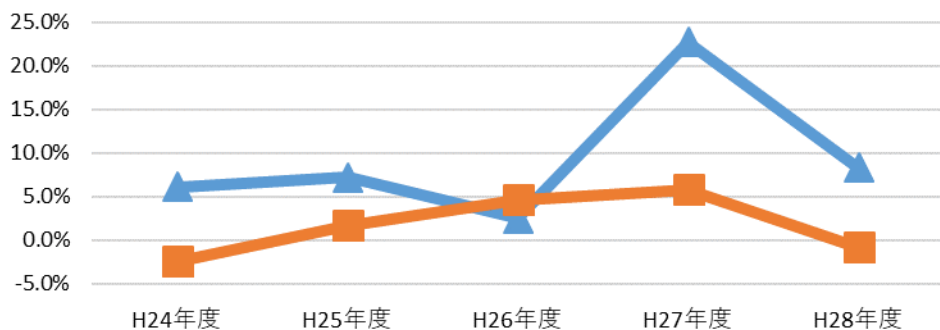
### <参考> 資本金（1億円以上10億円未満）



### 売上高・設備投資額推移（資本金1億円未満）



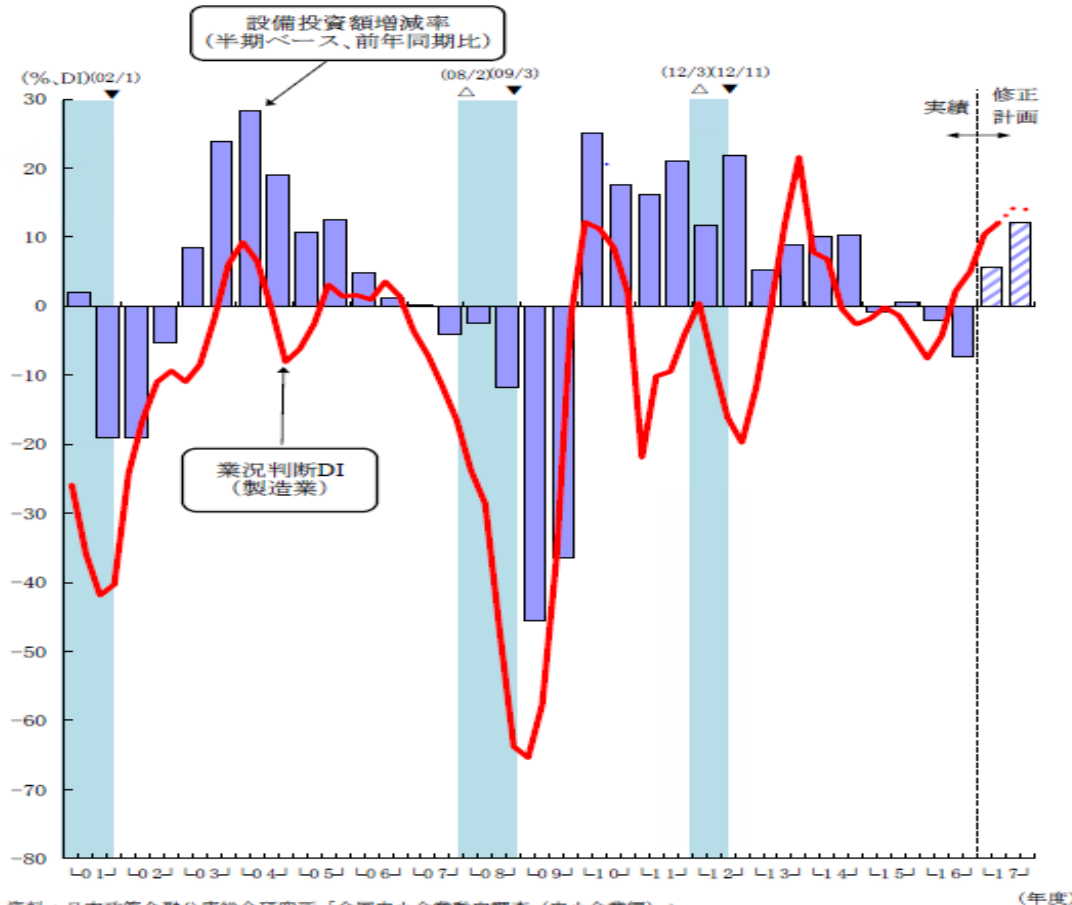
### <参考> 資本金（10億円以上）



## 1-2. 企業の設備投資を取り巻く環境～設備投資額増減率の推移と業況判断DI～

中小製造業は、業況判断DIの動きが先行する形で設備投資額の増減率は推移している。

【設備投資額増減率および業況判断DIの推移】

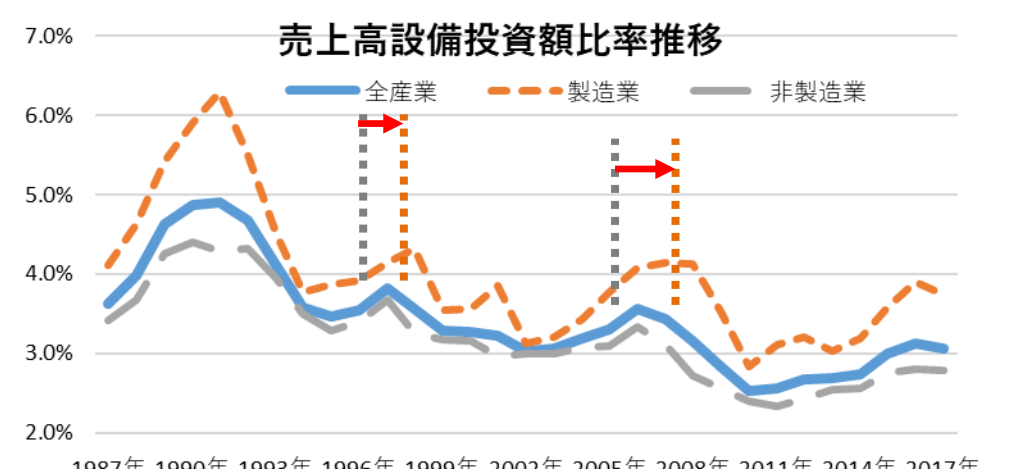
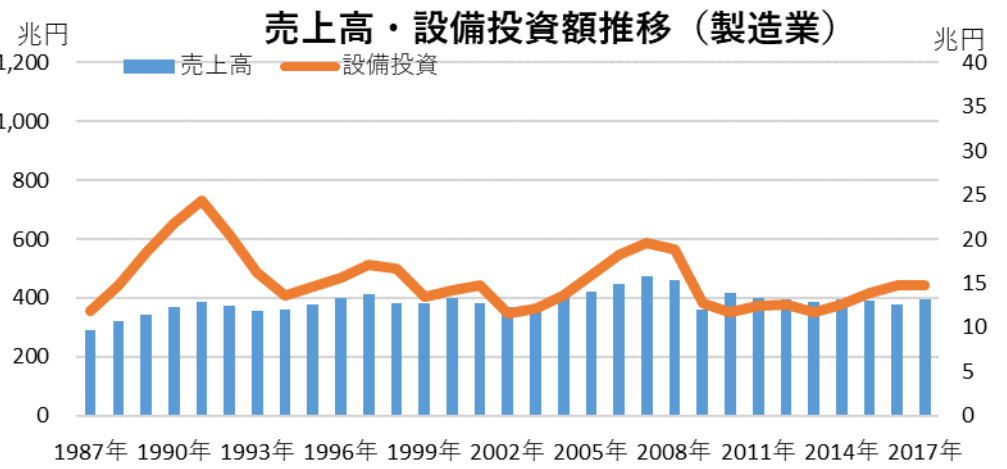
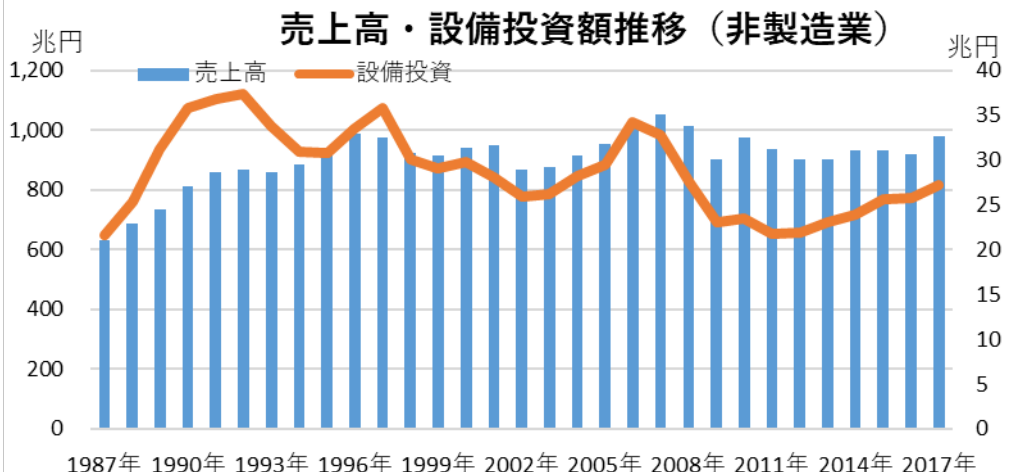
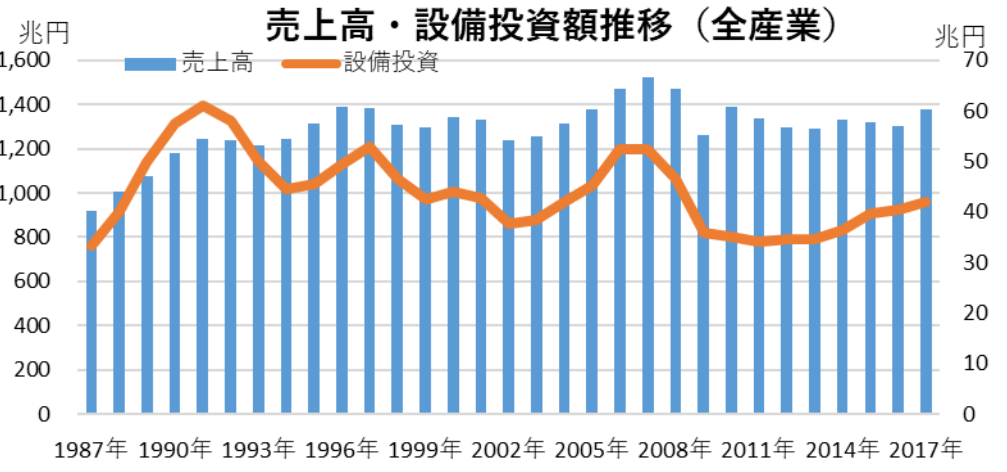


資料：日本政策金融公庫総合研究所「全国中小企業動向調査（中小企業編）」  
(注)1 業況判断DIは、業況が前年同期比で「好転」と回答した企業割合－「悪化」と回答した企業割合（季節調整値）。  
2 2017年10-12月期、2018年1-3月期は見通し。  
3 △は景気の山、▼は景気の谷、シャドー部分は景気後退期を示す（以下同じ）。



# 1-3. 企業の設備投資を取り巻く環境～売上高・設備投資額推移～

設備投資額は、全産業ベースで1991年に60兆円を超えとなるが、以降は35～50兆円のレンジで推移。直近は微増傾向。  
 売上高設備投資額比率（設備投資額÷売上高）は、製造業が高い。また、増加時のピークは非製造業より1年～2年程度遅れる傾向にある。



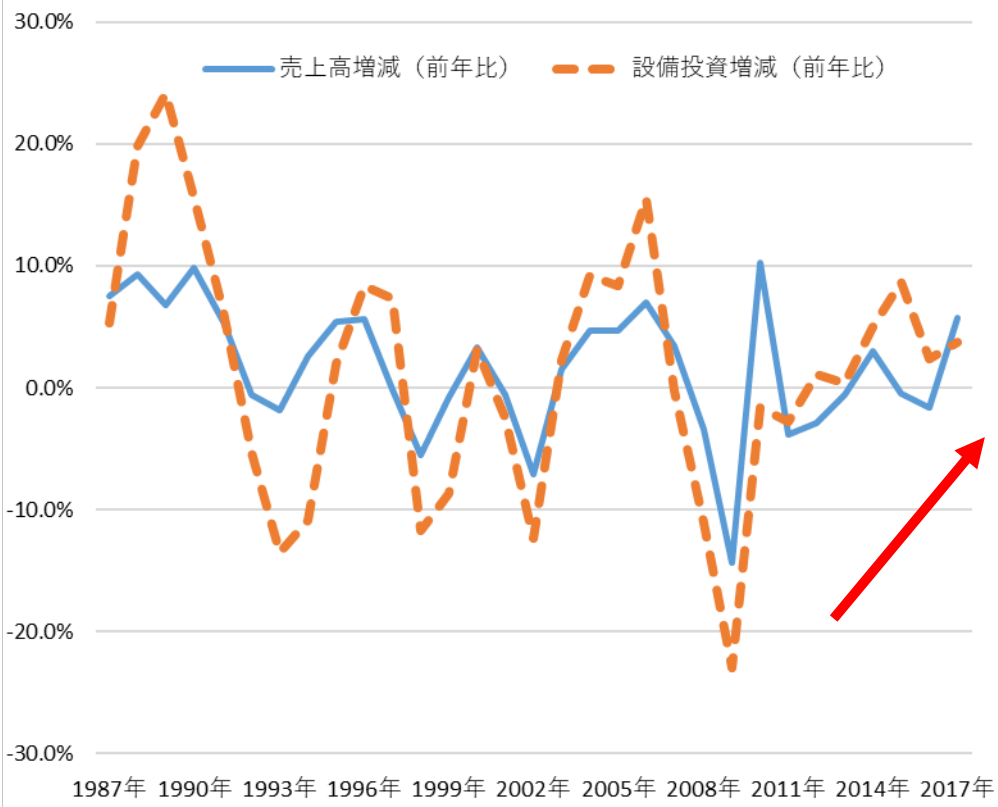
\*1 全産業は金融業、保険業を除く、\*2 設備投資額はソフトウェアを除く

【出所：財務省「法人企業統計」を基に近畿経済産業局にて作成】16-

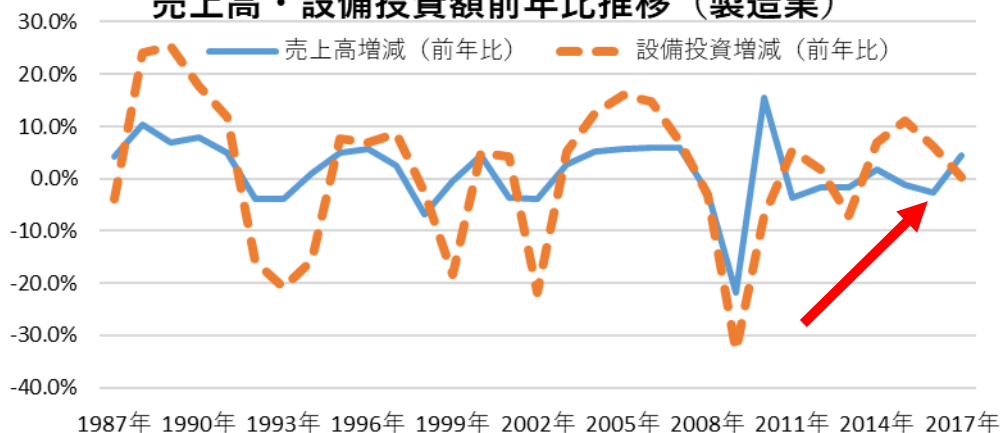
# 1-4. 企業の設備投資を取り巻く環境～売上高・設備投資額前年比推移～

売上高・設備投資の前年比増減推移をしてみると、変動幅は設備投資額の増減の方が大きい。足元では、2009年を底として、その後設備投資は回復傾向にある。2009年以降では、製造業と非製造業では異なる動きをしており、製造業の設備投資の変動幅は高くなっている。

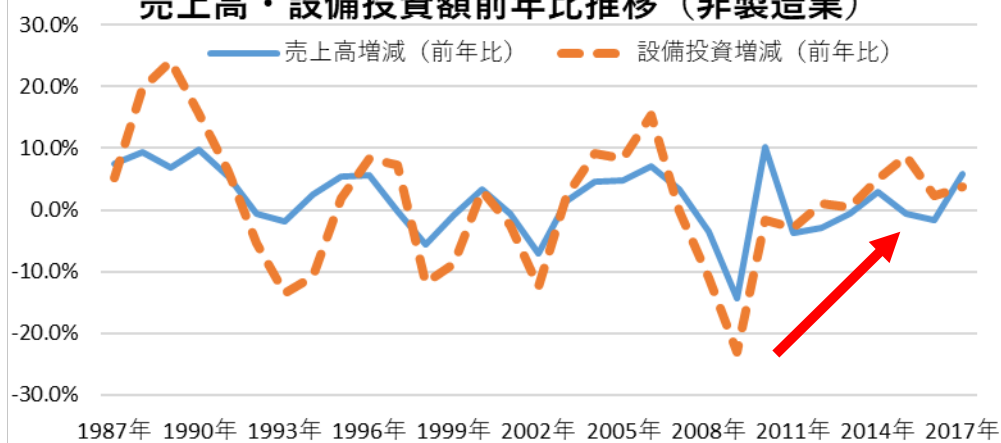
### 売上高・設備投資額前年比推移（全産業）



### 売上高・設備投資額前年比推移（製造業）



### 売上高・設備投資額前年比推移（非製造業）



\*1 全産業は金融業、保険業を除く、\*2 設備投資額はソフトウェアを除く

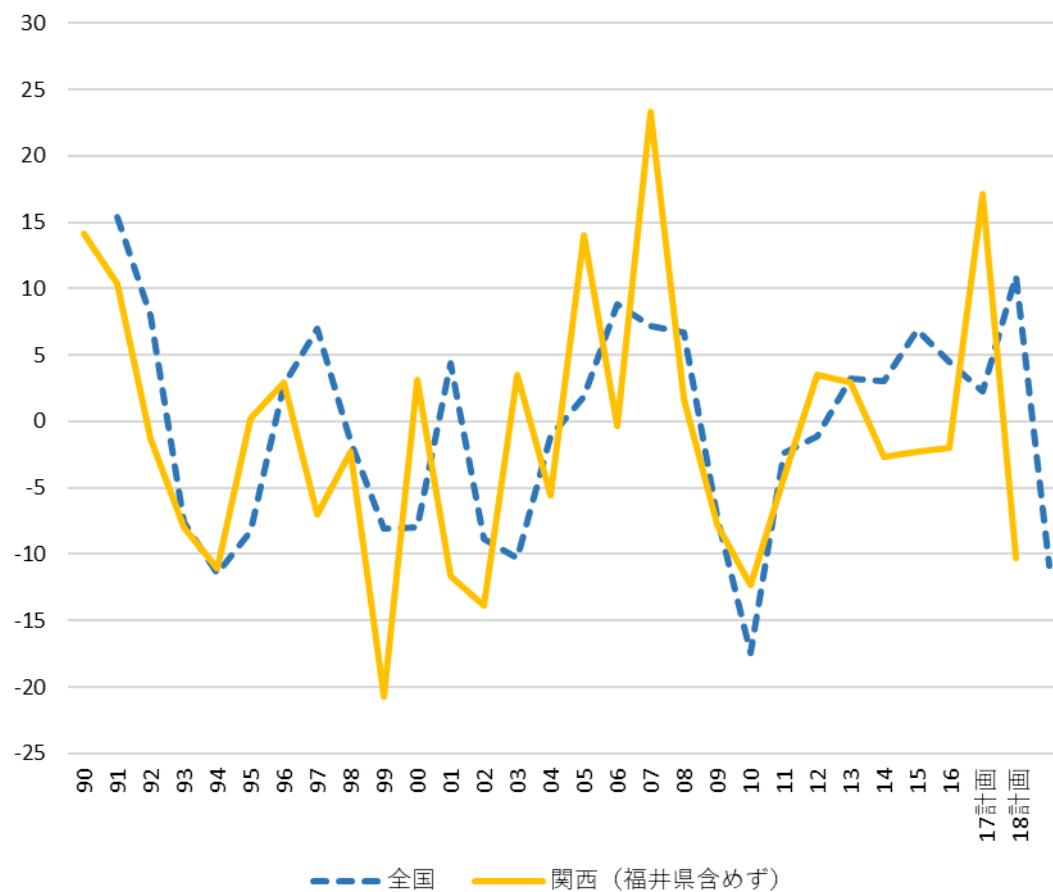
【出所：財務省「法人企業統計」を基に近畿経済産業局にて作成】17-

## 2-1. 関西の特徴～業種別設備投資増減推移～

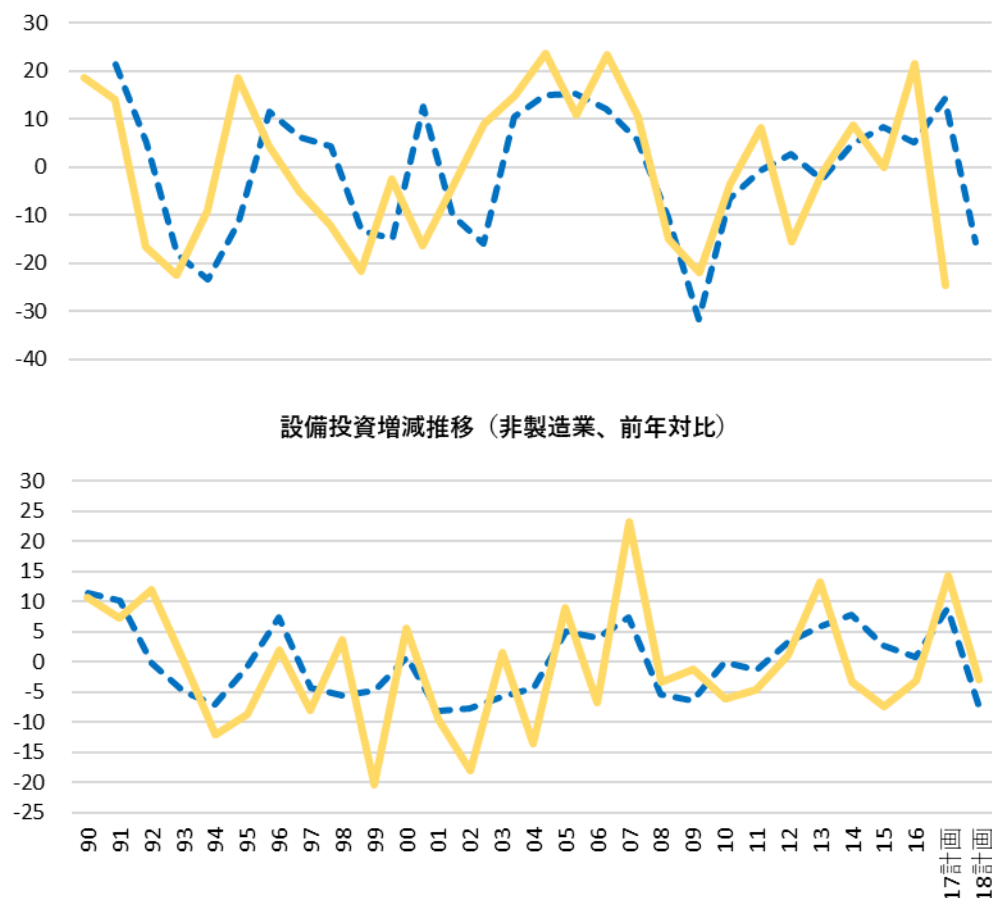
設備投資額の増減では、全国と関西を比較した場合、関西の方が変動幅が大きく、総じて増減率は高い。特に非製造業でその傾向が強い。

【業種別設備投資額増減率の推移（資本金1億円以上）】

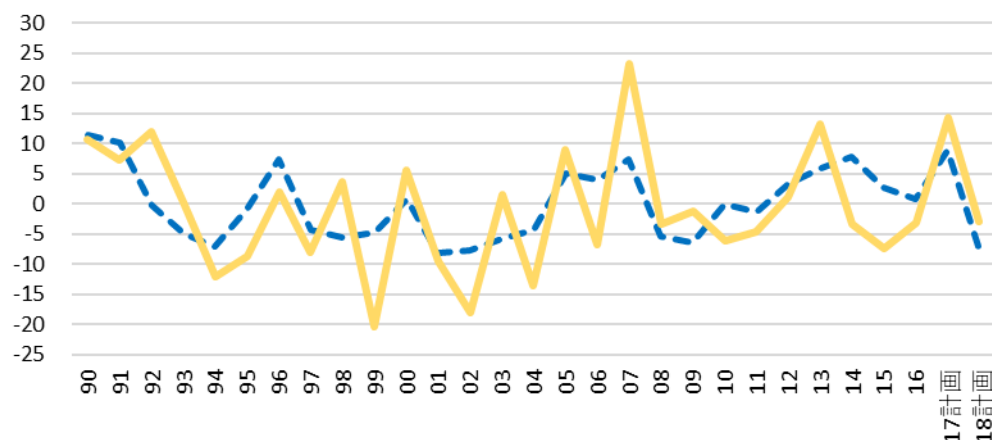
設備投資増減推移（全産業、前年対比）



設備投資増減推移（製造業、前年対比）



設備投資増減推移（非製造業、前年対比）



## 2-2. 関西の特徴～中小企業1社あたりの売上高推移・設備投資額推移～

関西中小企業は、全国・関東・中部に比べ、1社あたり売上高及び1社あたり設備投資額が大きい。

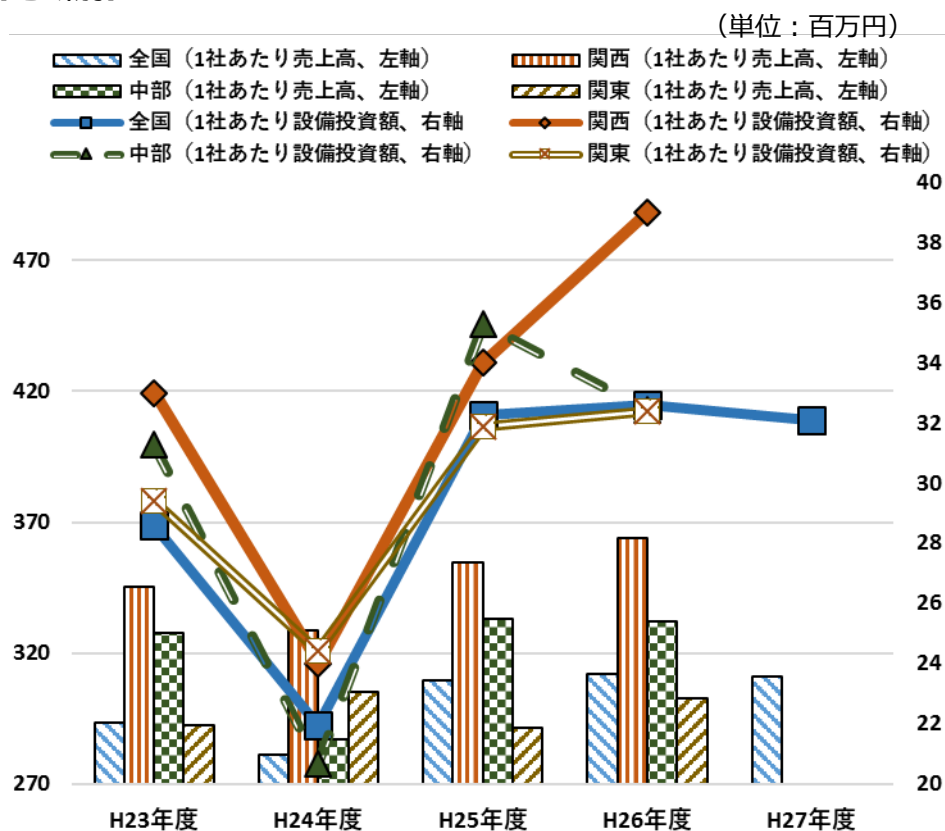
大阪府は、1社あたり売上高は東京都・愛知県に比して総じて大きいものの、設備投資額は東京都の方が大きい。

\* 関西：2府5県（福井県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県）

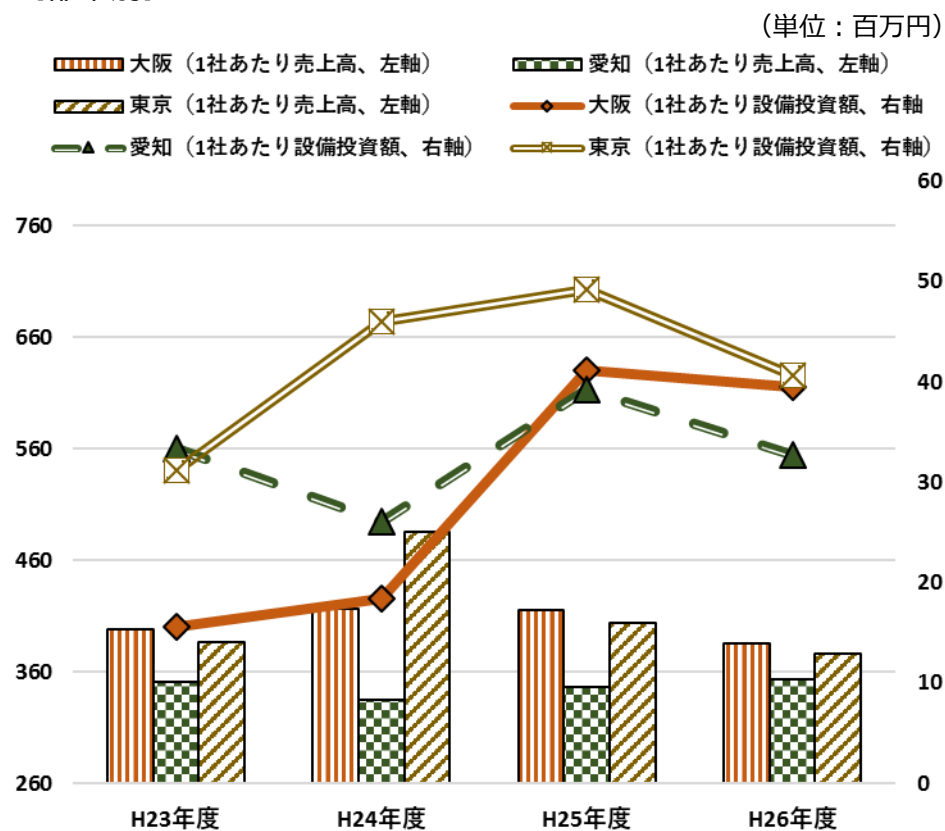
\* 関東：1都10県（茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県、静岡県）

\* 中部：5県（富山県、石川県、岐阜県、愛知県、三重県）

### 【地域別】



### 【都市別】

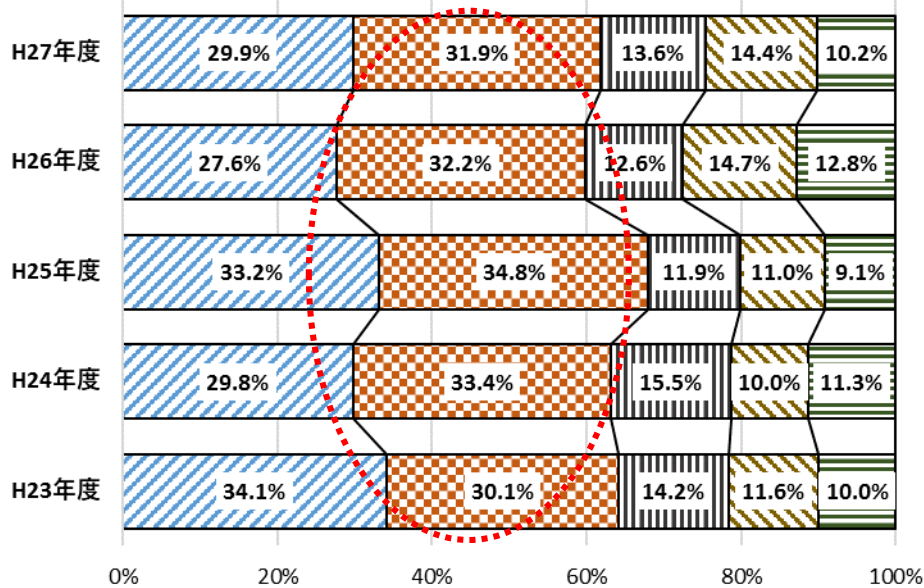


【出所：中小企業庁「中小企業実態基本調査」】

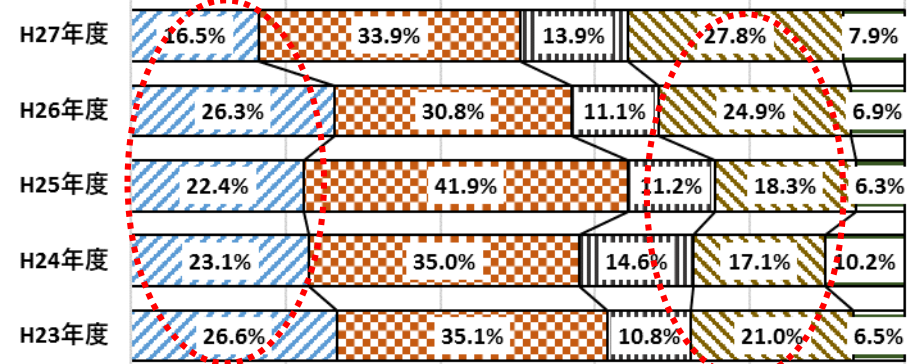
## 2-3. 関西の特徴 < 参考 > 中小企業の設備投資の目的、全国・業種別

全国では、既存建物・設備機器等の維持・補修・更新に資する目的で設備投資する割合が最多で、次に既存事業部門の売上増大に資する目的が続く。  
 既存建物等の維持・補修目的の設備投資が30~40%と製造業・非製造業それぞれで最多となっているが、製造業では省力化・合理化を目的とする設備投資の割合が多いのに対して、非製造業では既存事業部門の売上拡大目的の設備投資の割合が多い。

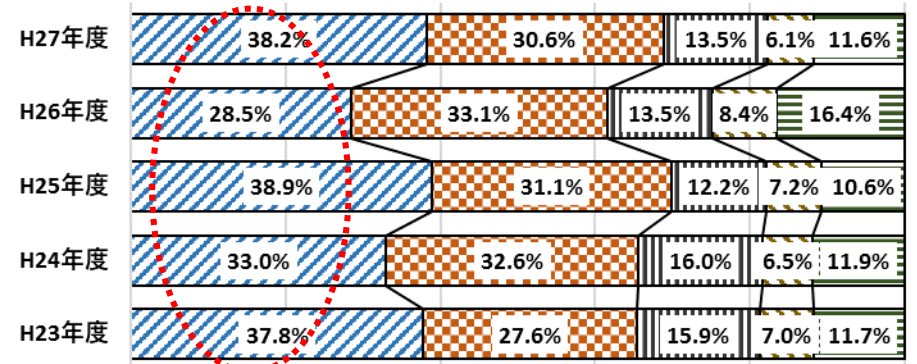
### 投資の目的（全国）



### 投資の目的（製造業）



### 投資の目的（非製造業）



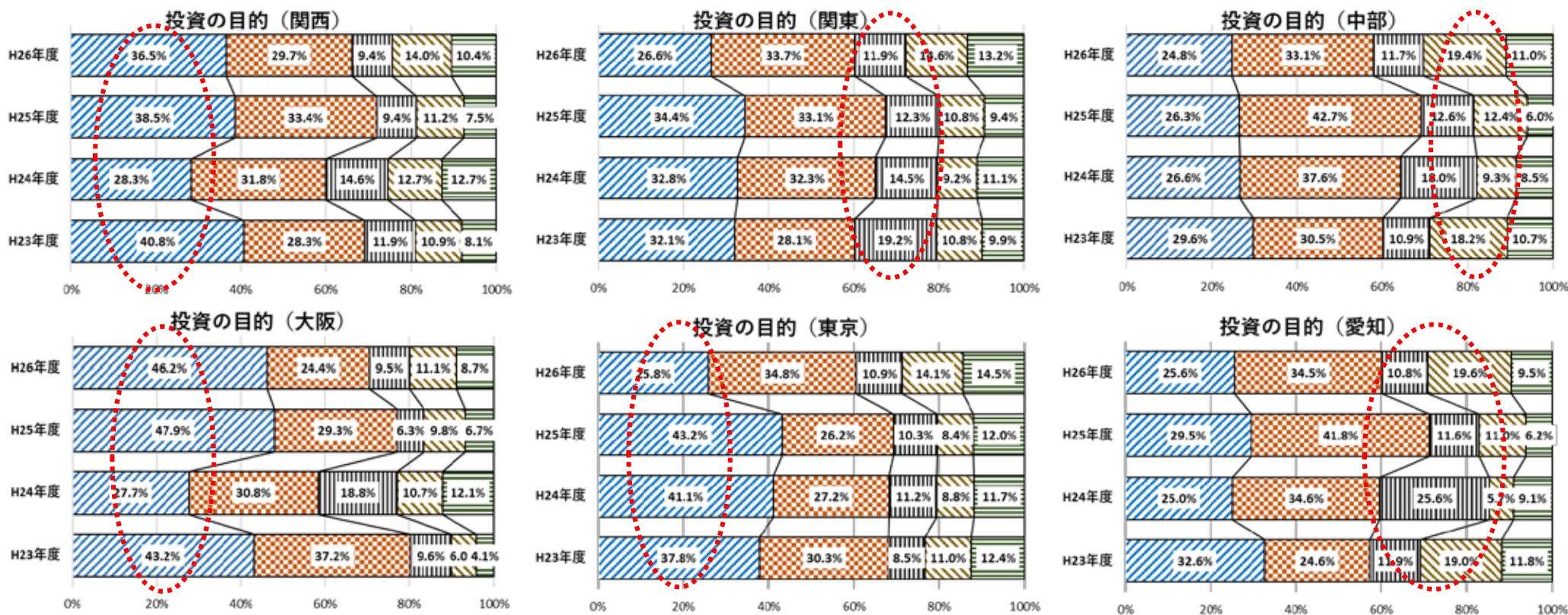
- 既存事業部門の売上増大
- 既存建物・設備機器等の維持・補修・更新
- 新規事業部門への進出等多角化
- 省力化・合理化
- その他



## 2-4. 関西の特徴～中小企業の設備投資の目的、地域別・都市別～

地域別でみていくと、関西は関東・中部に比して、既存事業の売上増大目的に設備投資の割合が大きい傾向にある。一方で、関東では多角化目的の設備投資が、中部では省力化・合理化目的の設備投資が他地域に比べ割合が大きい傾向にある。

大阪府・東京都・愛知県で比較すると大阪府・東京都は既存事業部門の売上増大目的の設備投資の割合が高く、愛知県は多角化や省力化・合理化目的の設備投資の割合が大きい傾向にある。



■ 既存事業部門の売上増大
 ■ 既存建物・設備機器等の維持・補修・更新
 ■ 新規事業部門への進出等多角化
 ■ 省力化・合理化
 ■ その他

(出所：中小企業庁「中小企業実態基本調査」を基に近畿経済産業局にて作成) -21-



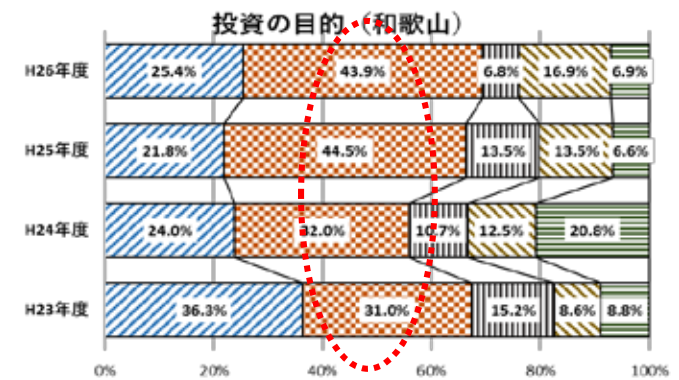
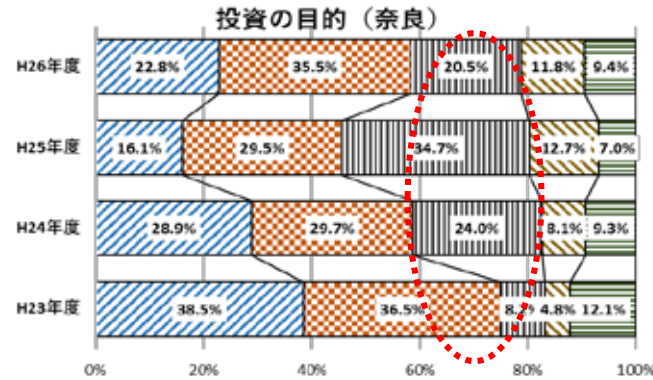
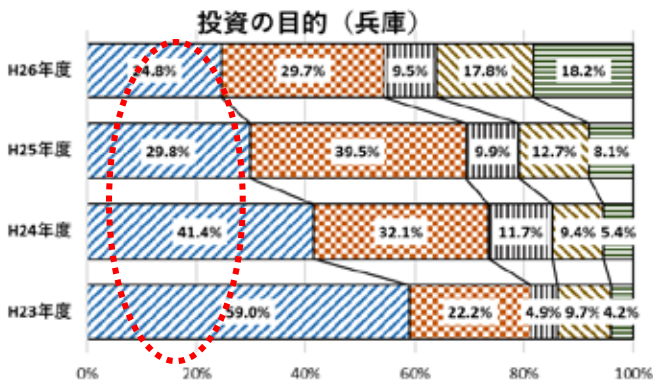
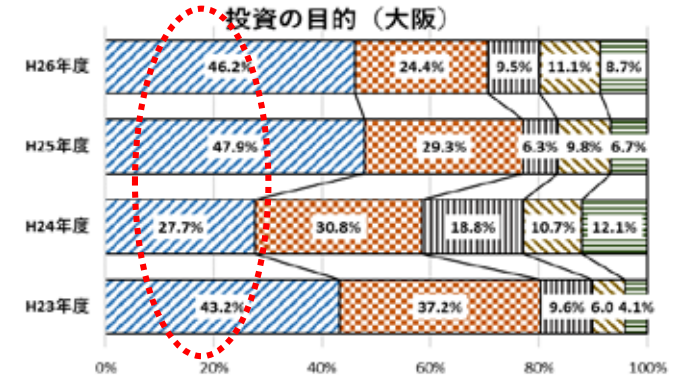
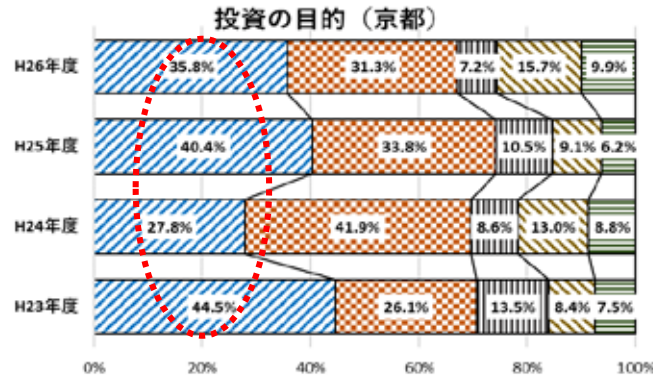
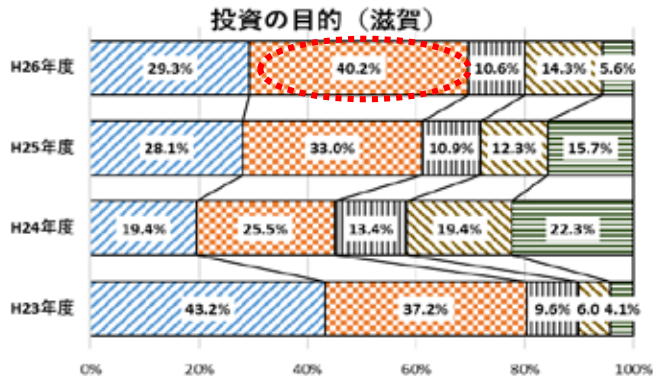
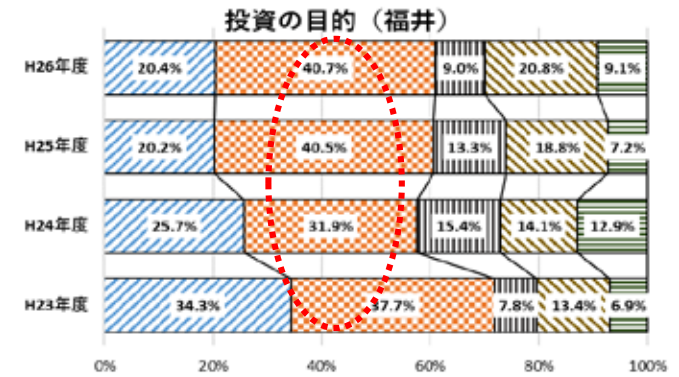
## 2-4. 関西の特徴～中小企業の設備投資の目的、関西詳細～

大阪府・京都府・兵庫県では既存事業部門の売上増大目的の設備投資の割合が高く、福井県・和歌山県では既存建物等の維持・補修目的の設備投資の割合が大きい。

奈良県では関西他地域に比べ、多角化目的の設備投資割合が大きい傾向にある。

滋賀県では、H26年度に既存建物等の維持・補修・更新目的の割合が40%となっている。

[出所：中小企業庁「中小企業実態基本調査」を基に近畿経済産業局にて作成]



■ 既存事業部門の売上増大 
 ■ 既存建物・設備機器等の維持・補修・更新 
 ■ 新規事業部門への進出等多角化 
 ■ 省力化・合理化 
 ■ その他

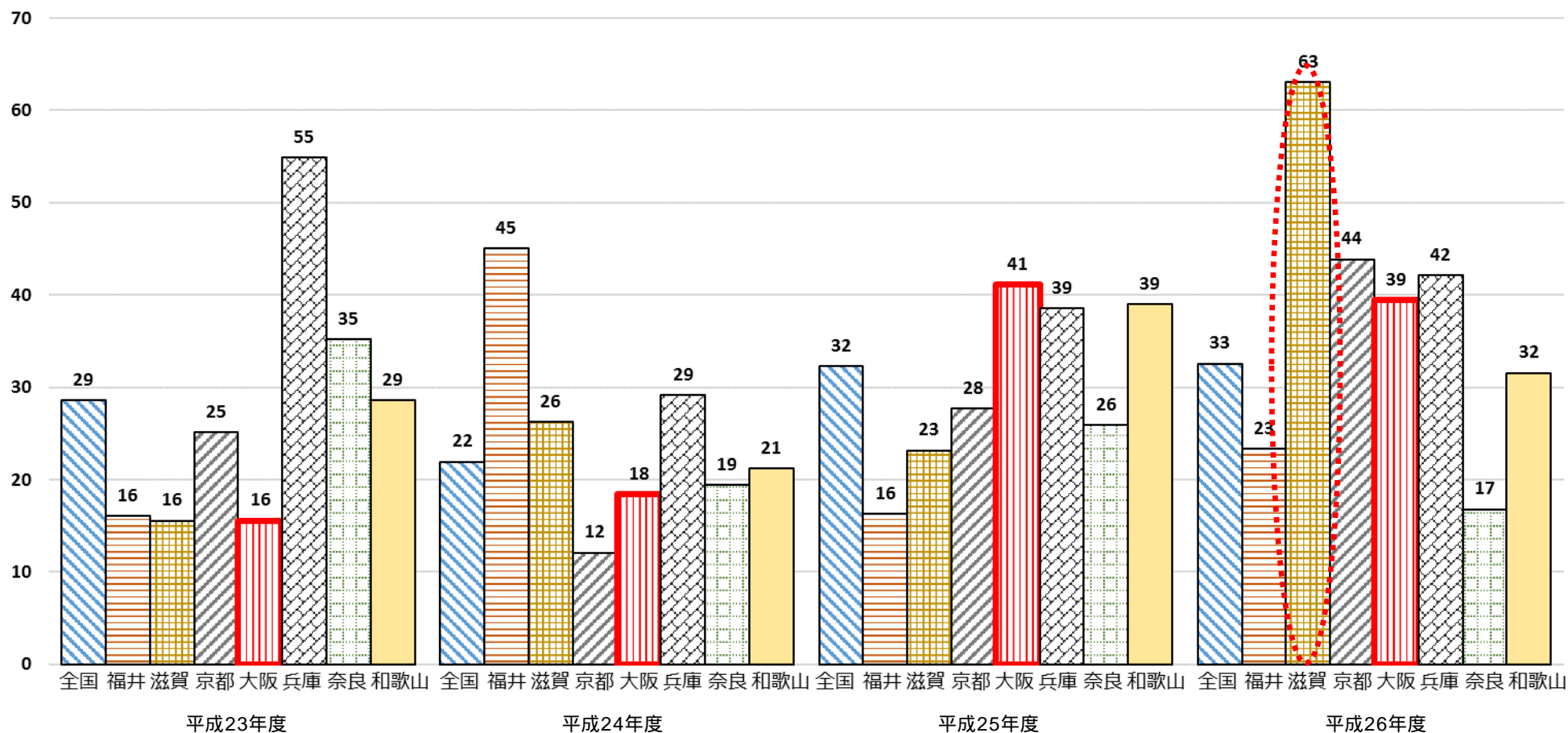
2-5. 関西の特徴～＜参考＞ 関西府県別中小企業1社あたりの設備投資額推移～

滋賀県のH26年度の1社あたりの投資額が大幅に増加したが、これは既存設備の維持・補修・更新時期が重なったものと考えられる。

大阪府の1社あたりの投資額は他府県に比べて大きくない。

(単位：百万円)

【1社あたりの設備投資額推移】

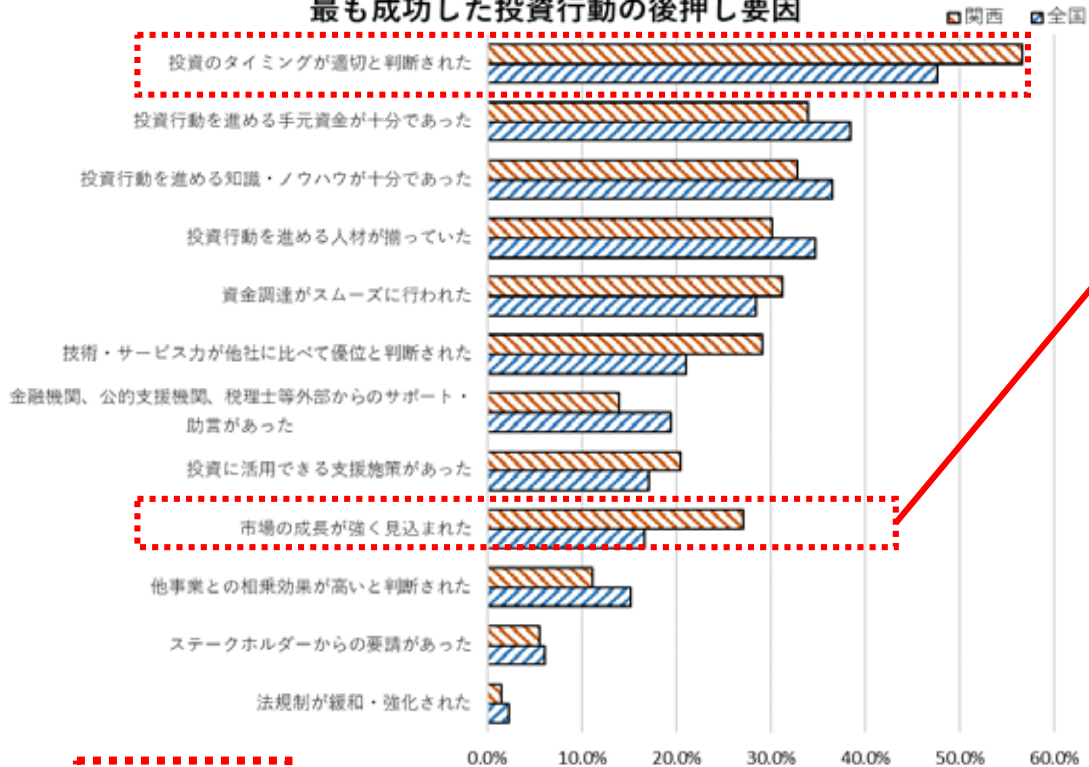




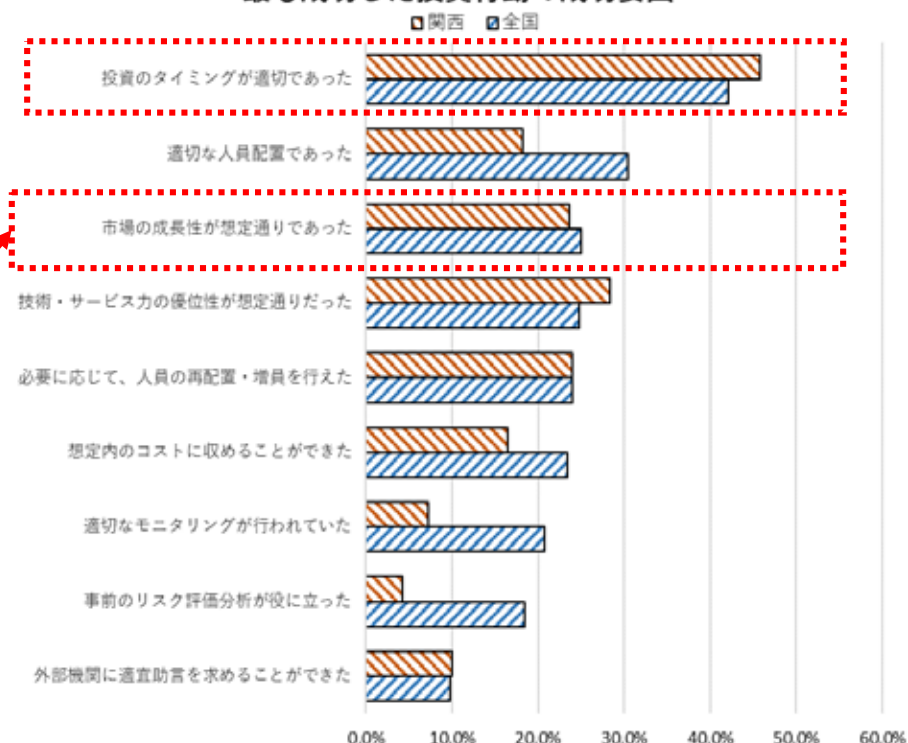
## 2-6. 関西の特徴～中小企業の投資行動の後押し要因、成功要因～

設備投資を中心とした最も成功した投資の後押し要因では関西は投資のタイミングが適切であったと回答した割合が多く、成功要因についても同様である。また、市場の成長が強く見込まれた割合が関西の方が大きい。成功要因では市場の成長性が想定通りであったと回答した割合は、全国を下回っている。

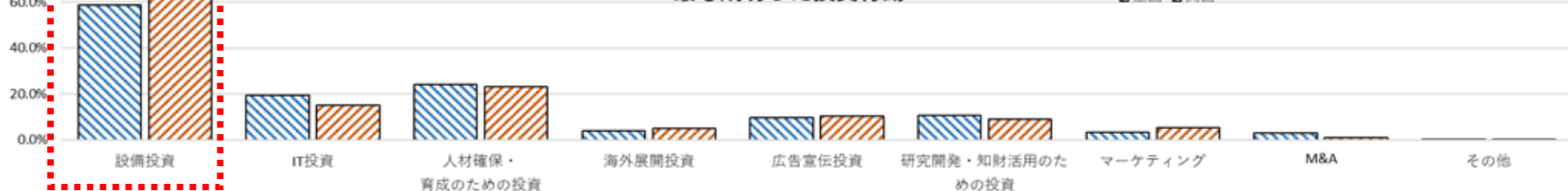
### 最も成功した投資行動の後押し要因



### 最も成功した投資行動の成功要因



### 最も成功した投資行動



【出所：（全国）中小企業庁「平成27年度中小企業の成長と投資行動に関する調査」（平成28年3月）、（関西）近畿経済産業局「平成29年度転換期における「先導的企業」の実態から学ぶ中小企業の持続的成長に関する調査」（平成30年5月）を基に同項目を整理し近畿経済産業局にて作成】

～これまでの「関西企業フロントライン」の調査項目～

第1回：大手家電・電機メーカーの構造変化を受けた関西中小企業の  
事業転換の実態  
(公表日：平成29年6月30日)

第2回：関西長寿企業に学ぶ中小企業の持続的成長  
(公表日：平成29年9月13日)

第3回：関西中小企業の事業承継時におけるM&Aの活用の実態  
(公表日：平成29年10月19日)

第4回：関西ベンチャー企業の創業・成長環境における資金調達の実態  
(公表日：平成30年1月17日)

第5回：人手不足下における関西中小企業の人材確保の実態  
(公表日：平成30年2月21日)

第6回：関西中小企業における外部人材の要職への活用の実態  
(公表日：平成30年3月28日)

各レポートは、当局ホームページからご覧頂けます。

<http://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/report.html>

平成30年5月

近畿経済産業局 総務企画部 中小企業政策調査課

.06-6966-6057