一方、二〇一三年以降、我が国の企業による設備投資全体に占める海外における設備投資の比率は横ばいであり、海外製造拠点で製造していた製品又は部品を国内製造拠点での製造に変更する動きも出てきた。これは、中華人民共和国その他の賃金水準が低い国と我が国との賃金の差が大きく縮小したこと、過度の円高が解消されたこと等が原因と考えられる。

また、いわゆるモノのインターネット（以下「ＩｏＴ」という。）、大量のデータ（以下「ビッグデータ」という。）の収集及び解析、人工知能（以下「ＡＩ」という。）等の技術革新を背景に、センサーその他の機器から得られるデータを解析し、その結果を用いることにより、生産性の向上（製造ラインの稼働率の更なる向上、受発注の状況又は市況に応じた柔軟な製造管理の実現等）及び新たなビジネスモデル（販売後の製品の使用状況を踏まえた当該製品の最適な使用方法の提案、機器の故障可能性を予測した適切な部品交換時期の提案等）の創出が可能となりつつある。

国内外の競争環境の変化及びこれらの技術革新を踏まえ、個々の事業者が狙う市場に応じて、国内拠点と海外拠点の役割を明確化することが一層重要になっている。

2　イノベーション及び地域の成長の担い手並びに外貨の稼ぎ手としての製造業

製造業の全要素生産性成長率は一・九九％（二〇〇一年から二〇一一年までの平均値）と、全産業（一・五％）及びサービス業（〇・四二％）に比べて極めて高く、製造業は我が国におけるイノベーションの創出に大きく寄与している。また、製造業の他産業に対する生産波及効果は二・一三倍であり、全産業（一・九三倍）及びサービス業（一・六二倍）に比べて高い。

製造品出荷額と県民一人当たり所得には緩やかな正の相関関係があることから、製造業の活動が活発な地域ほど県民所得水準が高い傾向がある。

製造業は輸出の担い手であり、輸出額の九割が製造業によるものである。製造業に属する中小企業（以下「中小製造事業者」という。）のうち、継続的に輸出を行う者の労働生産性の伸びは、そうでない者に比べて一割程度高い水準で推移している。しかしながら、大企業の約半数が直接的又は間接的に輸出を行っている一方、直接的又は間接的に輸出を行う中小製造事業者は一割強にとどまっている（二〇一五年）。

3　主要指標の概況

売上高経常利益率は五・九％であり、全産業（四・五％）に比べて高い（二〇一四年度）。特に、自社製品を有し、その営業を自前で行っている企業においては、競争力を持続的に向上させるために技術、人材等に継続的に投資する必要があるため、投資の原資となる売上高経常利益率を高めることが重要である。

付加価値額は五六・五兆円であり、全産業（二四四・七兆円）の二三・一％に相当し、産業大分類別で見ると、製造業は最も多くの付加価値を生む産業である（二〇一一年）。特に、主体的な設計若しくは開発機能又は営業若しくは販売機能を有さない企業（単加工形態を含む。）においては、納入先への売上単価の上昇を実現することは容易ではないため、まずは取引の継続性を安定的なものとすることで企業の持続的な活動を可能とし将来の利益率の向上させるために、品質管理の徹底、欠品率の改善及びリードタイムの削減につながる技術及び人材に投資するよう努め、自社の付加価値額を高めることが重要である。

雇用規模は約一〇四〇万人であり、このうち、我が国の製造業が強みを有する製造工程における従事者が六三一万人で最も多い（二〇一四年平均値）。二〇一三年から、中小製造事業者のうち、自社の人員が不足であると考える者の数が過剰であると考える者の数を上回るようになり、製造業における人員の採用の状況は深刻化している。

労働生産性は六一一万円であり、全産業（四三八万円）に比べ四割程度高い（二〇一二年）。しかし、人口減少及び深刻な人手不足に直面する中小製造事業者が成長するためには、労働生産性を高めることが必要不可欠である。

就業時間は、月間労働時間の年平均が一七〇時間強であり、全産業（一六八時間）を上回っている。（二〇一四年）。

4　製造業における課題

イ　製品及び製造工程に関する課題

製品一単位を製造するために要する平均的な費用を帳簿上の数値としては把握していても、製造工程におけるロス率を勘案した材料費、加工のための労務費、設備費等を把握できていなければ、製品一単位の生産に実際に要した費用（以下「実際原価」という。）を把握できず、想定した利益が出ない場合が多い。

また、製造工程で利益が出ても、設計及び開発工程における過剰な資本投下、販売工程における過度な値引等により、利益が出ないことがある。設備投資等の固定費を回収できなければ、全体として利益が出ず、次の製品開発等に充てる資金が確保できないことがある。

ロ　標準化、知的財産権等に関する課題

自社の製品の製造に必要な作業及び設備を特定し、これを最適な順序で組み合わせること（以下「工程設計」という。）は、設備の稼働率を向上させ、及び不具合率を低下させることにより、製品当たりの収益を大きく向上させるが、工程設計に関する技能及び知見が特定の従業員の暗黙知となっており、他の従業員と共有されていない場合が多い。

ハ　営業活動に関する課題

製品寿命の短命化が進む中、自社の強み及び差別化できる要素を把握し、核となる技術及び知見の社外への流出を防ぐ措置が重要であるが、こうした措置が十分に講じられていない場合が多い。

また、海外販路開拓の一環として海外の展示会に出展する場合、海外の顧客との意思疎通及び海外の顧客に製品を効率的に配送するための体制が重要であるが、こうした体制が十分に整備されていない場合が多い。

5　規模別の状況

イ　小規模製造事業者（常時使用する従業員の数が二〇人未満）

小規模製造事業者は三六万社あり、小規模製造事業者及び中規模製造事業者の合計四一・五万社の八六％に相当する（二〇一五年）。小規模製造事業者の七二％には常用雇用者がおり、全産業平均（四四％）に比べて高いものの、その七六％の常用雇用者数は五人以下と極めて少人数である（二〇一四年）。

小規模製造事業者の業績及び経営戦略は極めて多様で、優れた事業者も多数存在しているが、その規模に鑑み、限られた人手で最大限の効果につながる取組を優先して実施することが求められる。

ロ　中規模製造事業者（常時使用する従業員の数が二〇人以上三〇〇人未満）

中規模製造事業者においては、規模の拡大に伴って労働生産性が順当に高まる傾向にある（二〇一四年）。自社の強みを一層強化しながら、更に規模を拡大することが有効であると考えられる。

ハ　中堅製造事業者（常時使用する従業員の数が三〇〇人以上二〇〇〇人以下）

中堅製造事業者においては、規模の拡大に労働生産性の向上が必ずしも伴っていない（二〇一四年）。中堅製造事業者としての経営を更に改善し、業務の標準化を前提としたＩＴ、ロボット等の導入、設備投資、省エネルギーの推進等を積極的に行うことが必要であると考えられる。経営力向上の実施方法に関する事項

計画期間

計画期間は三年ないし五年間とする。

第2

1