

一橋大学経済学部 商工中金寄附講義

「中小企業の経済学」

第2回 中小企業とは何か

2014年4月16日

株式会社 商工組合中央金庫 調査部

江口 政宏

第2回講義の内容

- 中小企業論の潮流
- 中小企業のイメージ
- 中小企業の定義
- 中小企業の重要性
- 中小企業は大企業に淘汰されないのか
～中小企業がなくてはならない理由
- 永続的な存在ではない中小企業
- 金融機関が中小企業に関わるということ
- 中小企業を知るための指標

中小企業を知ること

- 中小企業はどのような特徴を持っているか？
- 中小企業は一国の経済のなかでどのような役割を果たしているか？



- 中小企業とどのように関わっていくか？

金融機関や政策担当者に特に重要な視点だが、大企業のなかでビジネスに携わる者も中小企業との接点は不可欠

1. 中小企業論の潮流

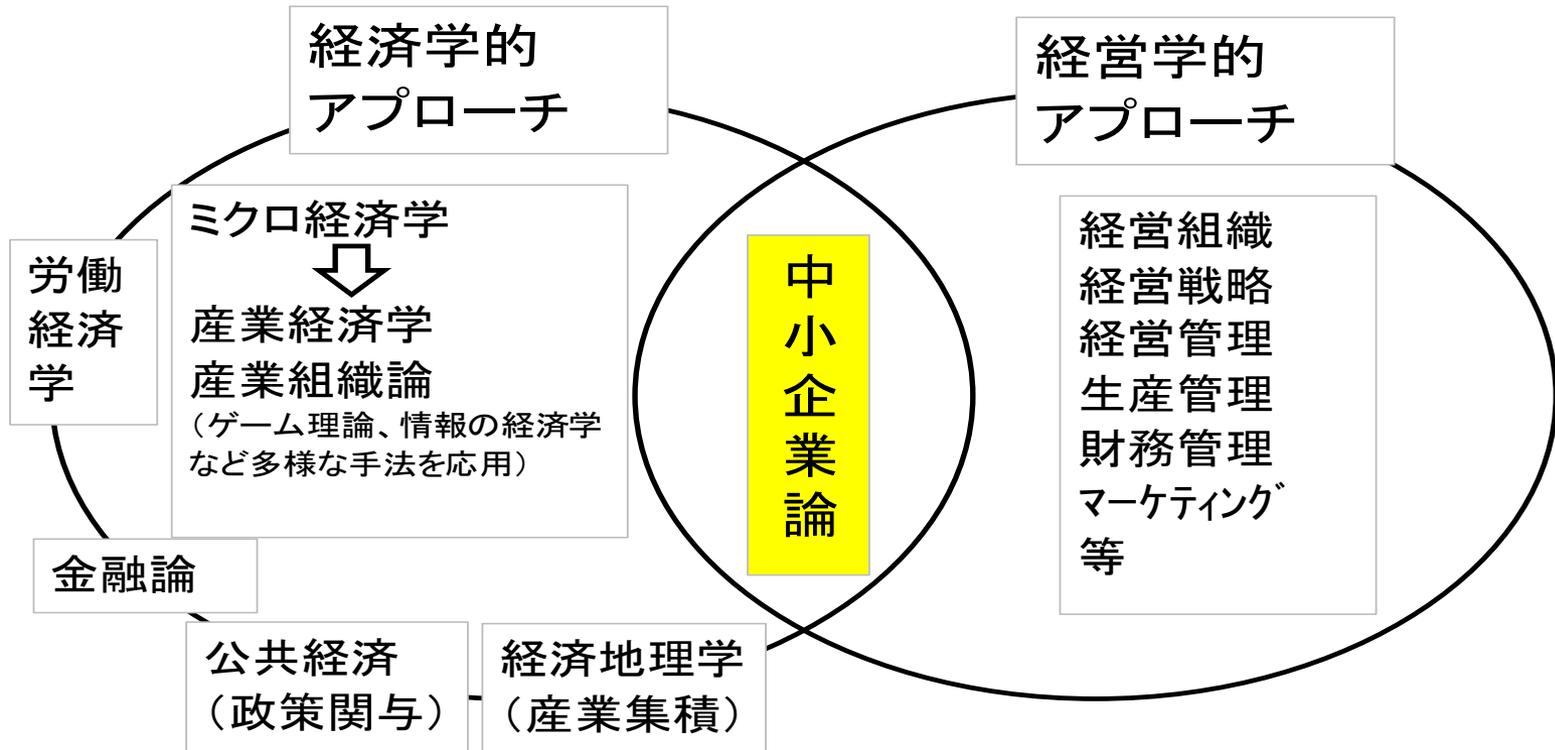
2つの規範的なアプローチ

- 大企業に比べ非効率・後進的な存在とし、そのキャッチアップについて論じる見方(「問題型中小企業論」と、経済発展に不可欠な存在として捉え、その育成を重視する見方(「貢献型中小企業論」)がある
 - 現在では「貢献型中小企業論」が主流になりつつある(1999年の改正中小企業基本法)
- 本講義も「貢献型中小企業論」

中小企業論は学際的な領域

理論先行ではなく実証色強い

中小企業論のイメージ



- ・企業内もしくは企業間の行動分析が主体となる。
- ・実証的手法はサンプル調査が主体。計数分析とアンケート調査を併用する。同一企業をサンプルとしたの時系列分析(パネルデータ分析)はデータの制約もあり一般的とはいえない。

2. 中小企業のイメージ

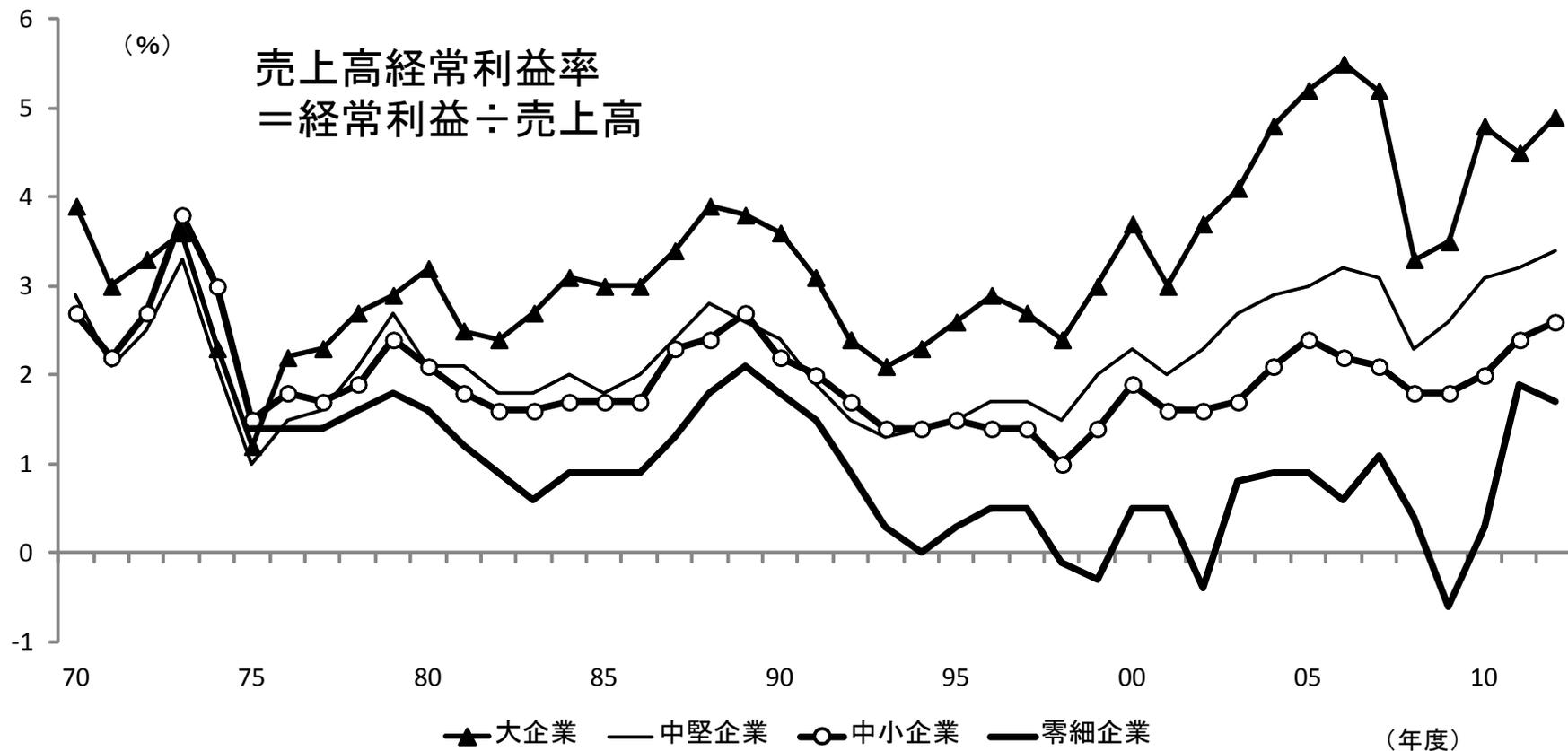
- 所有と経営が未分化？
- 良くも悪くも社長次第？
- 30年で大半の企業が入れ替わる？
- 組織が簡潔で意思決定が迅速？
- 日本の雇用者の半分以上を雇っている？
- 経済のグローバルな動きに左右される？
- 下請企業は別系系列に製品を納入できない？

中小企業の経済的特徴(前提知識)

- 大企業に比べ経営効率が劣る
→平均値で比較すれば事実。規模の経済が効かないため
- 個社毎のばらつきは大きい
- 大企業の少ない地方経済で重要な役割
- 資本集約的なものよりも労働集約的な分野が相対的に得意

中小企業の収益性は大企業に劣る

企業規模別売上高経常利益率(全産業)

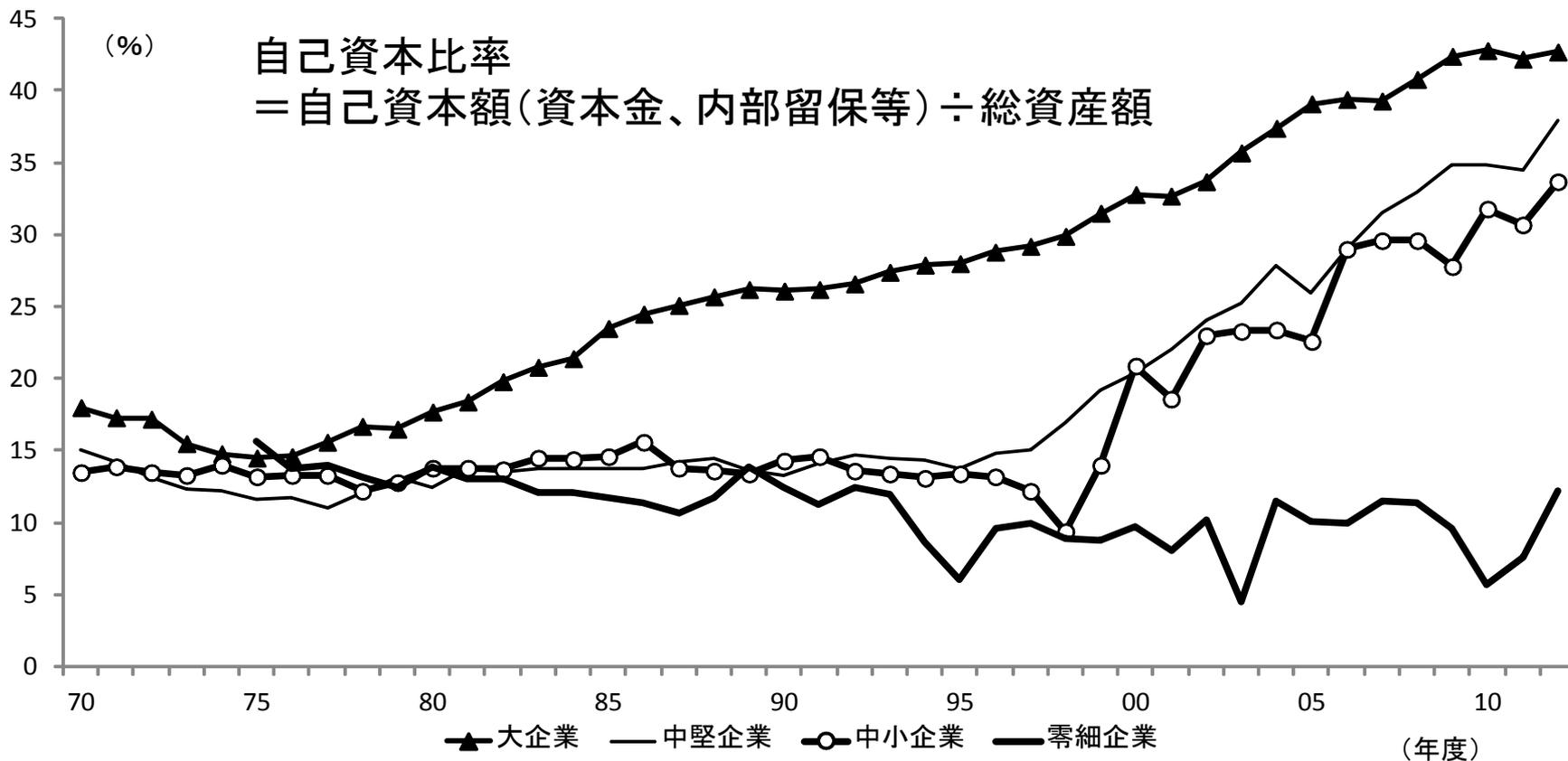


(資料)財務省「法人企業統計年報」

(注)零細企業は資本金1,000万円未満、中小企業は同1,000万円以上1億円未満、中堅企業は同1億円以上10億円未満、大企業は同10億円以上の企業

財務体質も脆弱

企業規模別の自己資本比率(全産業)



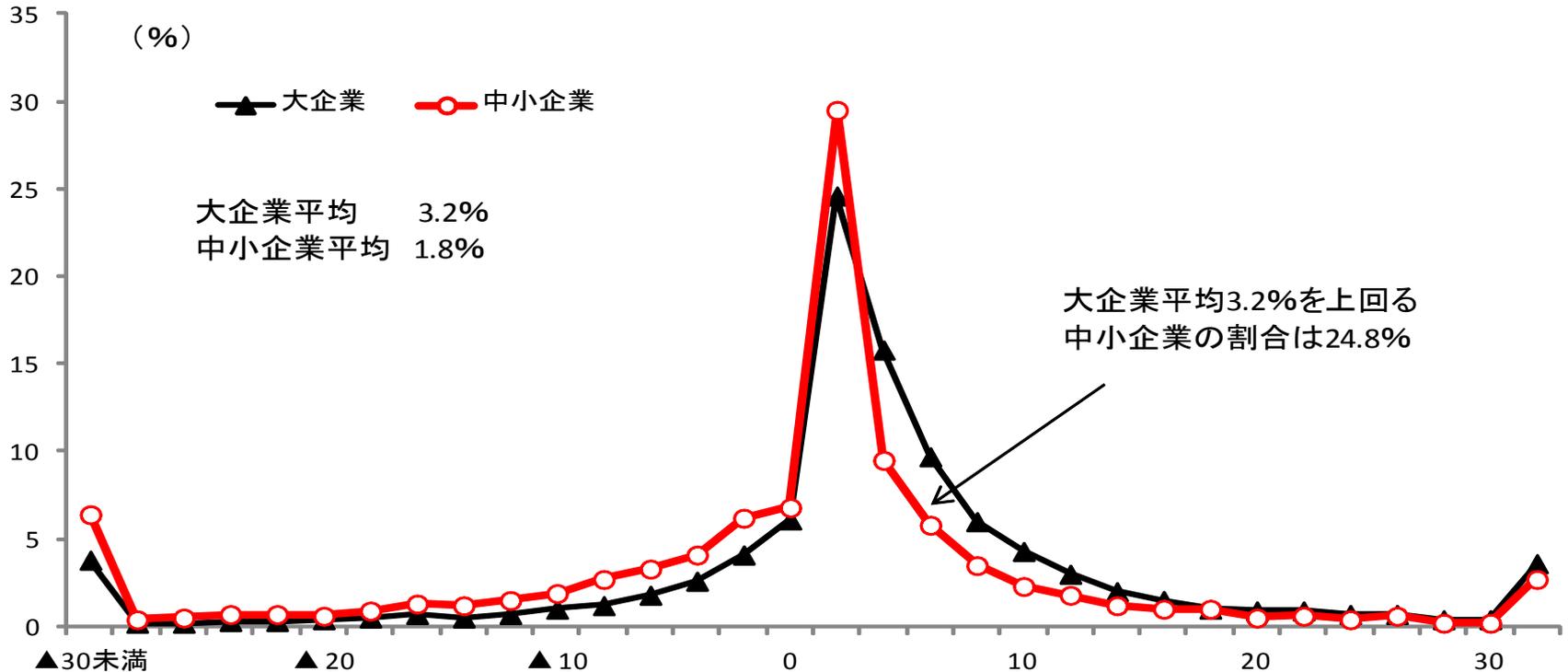
(資料) 財務省「法人企業統計年報」

(注) 零細企業は資本金1,000万円未満、中小企業は同1,000万円以上1億円未満、中堅企業は同1億円以上10億円未満、大企業は同10億円以上の企業

業績の分布は幅広い

大企業に伍して好業績を挙げる中小企業も

企業規模別売上高経常利益率の分布(2009年度)



資料: 中小企業庁「2011年版中小企業白書」(2009年度法人企業統計調査)再編加工)

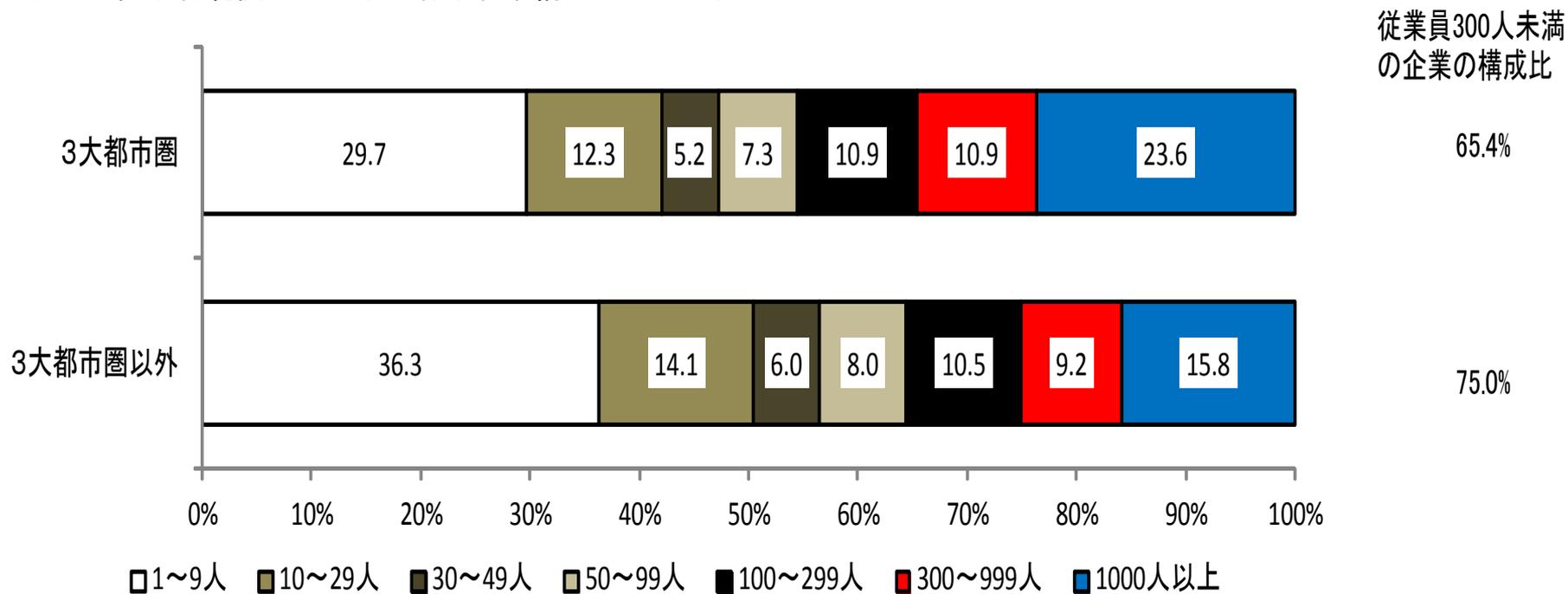
(注1) 横軸の数値は、左隣の数値以上、軸の数値未満を意味する(例えば、4であれば「2%以上4%未満」)

(注2) 資本金1億円以上を大企業、1千万円以上1億円未満を中小企業としている

地方で高い中小企業の雇用シェア

地方で中小企業は雇い手としても重要

地域別の従業者規模別の企業の有業者数構成比(2007年)



(資料)総務省「平成19年就業構造基本調査」

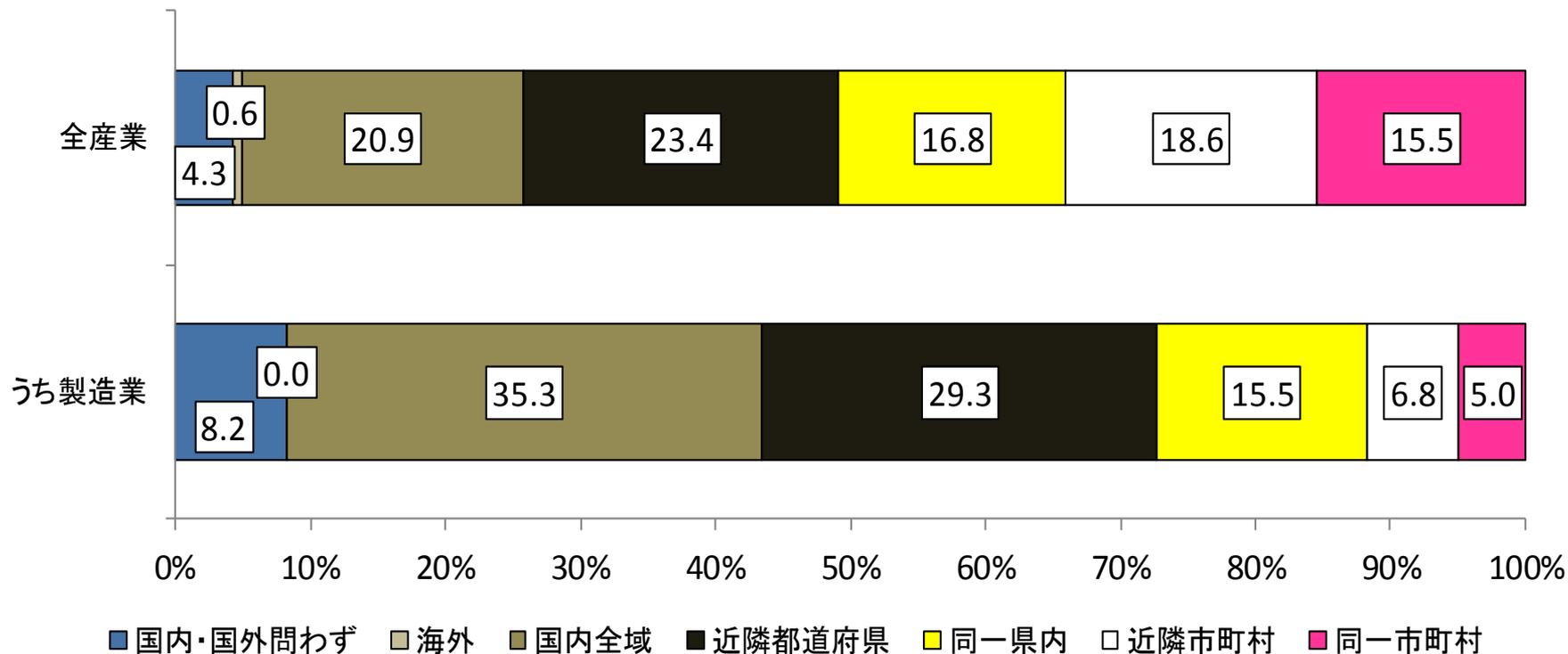
(注1)三大都市圏は東京、神奈川、埼玉、千葉、愛知、三重、岐阜、大阪、京都、兵庫、滋賀、奈良、和歌山

(注2)3ヵ月以上居住している雇用者の居住地別に勤務先の従業員規模を尋ねたものを集計した

(注3)就業者に対するアンケートであり、企業の有業者数に関する回答者の認識が経済センサスほど正確ではない可能性がある(事業所単位の従業者数で企業規模が認識されている可能性がある)

販売先は必ずしも地元とは限らない 全国に広域展開する企業も多い

中小企業の主な販売地域



(資料) 中小企業庁「平成24年中小企業実態基本調査」

(注) 上記選択肢のなかから主要販売地域を1つ選択のため、地域別の販売額シェアではない

3. 中小企業の定義

どう定義するか

- 量的基準

～従業員数(日本、米国、EU)、資本金(日本)、
総資産額(米国、EU)、売上高(米国、EU)等

- 質的基準

～「大企業の出資比率が25%未満の独立企
業」(EU)、「当該事業分野で支配的地位にな
い独立企業」(米国)

「独立性」がカギ。日本は法的な質的基準は
ないが運用上では独立性を考慮

わが国の中小企業の法的定義

中小企業基本法による定義

以下の資本金または常時使用従業員の基準を満たす会社・個人

	資本金	常時使用従業員
製造業その他	3億円以下	300人以下
卸売業	1億円以下	100人以下
小売業	5000万円以下	50人以下
サービス業	5000万円以下	100人以下

(注1) 単体ベース

(注2) 欧米では従業員数は、臨時従業員を勤務時間に
応じた年間労働単位に換算して合算

量的基準による区分にも曖昧な点がある

- コンビニのフランチャイズ店と直営店
 - 前者は中小企業で後者は大企業だが、提供する商品・サービスと価格は同じ
- 加工製造業の場合、原材料を一旦仕入れて加工する場合と、単に加工する場合
 - 前者は製品価格全部が、後者は加工賃のみが売上に計上される
- 従業員区分
 - わが国は常用雇用者で認識する。このため臨時雇用が多い企業は従業員数が相対的に少なく認識される

零細企業と中堅企業

- 中小企業のなかでも特に規模の小さいものを零細企業と称することがある
 - ～明確な定義はないが、資本金1000万円以下、従業員数10人以下が一つの目安)
 - 中小企業の規模を超えるが大企業でないものを中堅企業として分類することも
 - ～規模は大きいが上場するほどの規模ではないレベルで資本金10億円以下が一つの目安。
- 中小企業の発展形

中小企業は同族企業がほとんど 家族経営が大半とみられる

資本金規模別同族会社の割合(2011年度)

資本金	全会社 法人数	同族会社・特定 同族会社法人数	非同族会社 法人数
1000万円以下 (構成比%)	2,180,220 100.0	2,137,509 98.0	42,711 2.0
1000万円超1億円以下 (構成比%)	366,081 100.0	335,807 91.7	30,274 8.3
1億円以上～10億円以下 (構成比%)	20,945 100.0	17,535 83.7	3,410 16.3
10億円超 (構成比%)	5,528 100.0	3,541 64.1	1,987 35.9

(資料) 国税庁「税務統計からみた法人企業の実態」

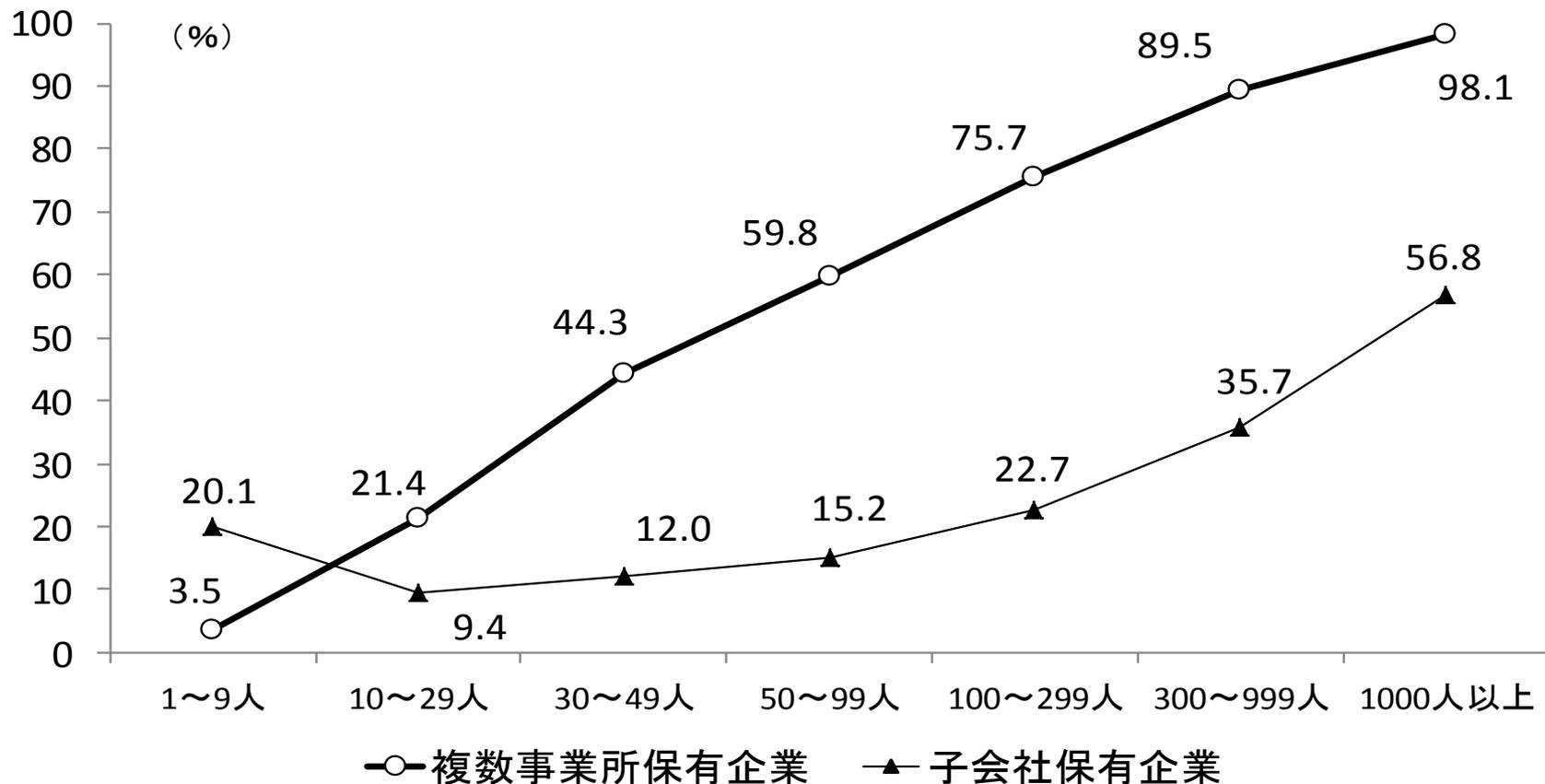
(注) 同族会社…上位3株主グループの持ち株比率合計が50%超の会社

特定同族会社…同族会社のうち1株主グループの持株割合が50%超の会社

中小企業では子会社展開は少ない

従業員50人規模以上は複数事業所展開多い

従業員規模別の複数事業所保有企業と子会社保有企業割合(全産業)



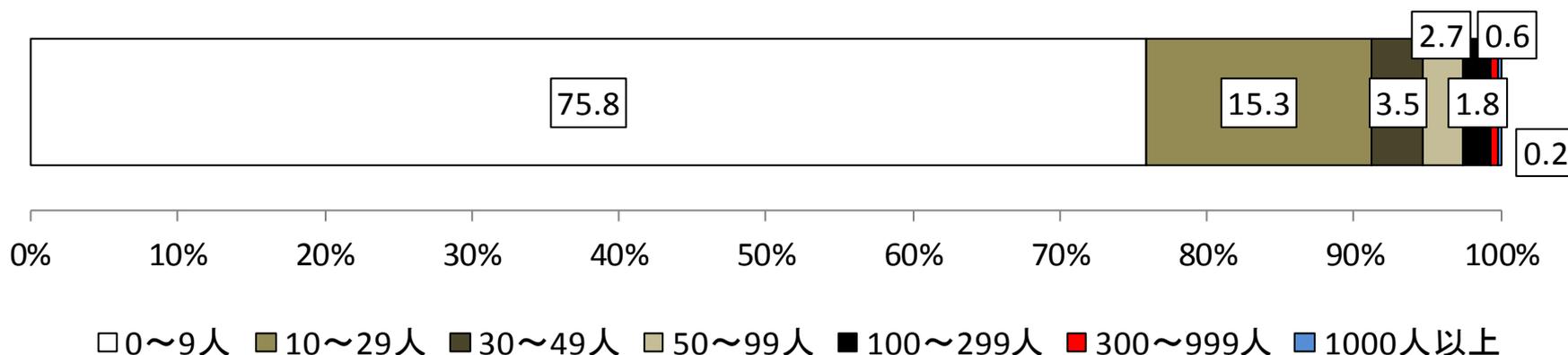
(資料)総務省「2009年経済センサス—基礎調査報告」

4. 中小企業の重要性

- わが国全民営企業(421万社)の99.7%(420万社。うち会社は178万社で、残り242万社の大半は個人企業)(2009年経済センサス)
- わが国全従業員数(5,806万人)の76.2%(事業所ベース。2009年経済センサス)
(注)定義がより厳密だがサンプルが少ない企業ベース(全従業者数4,792万人)では66.0%
- 製造業出荷額の49.1%、付加価値額の56.4%(2011年経済センサス、工業統計)
- 卸売業販売額の64.4%、小売業販売額の70.9%(2007年商業統計)

法人数では雇用者9人以下が大半

常用雇用者数別法人企業数構成比(2009年 総数202.9万社)



(資料)総務省「平成21年経済センサスー基礎調査報告」

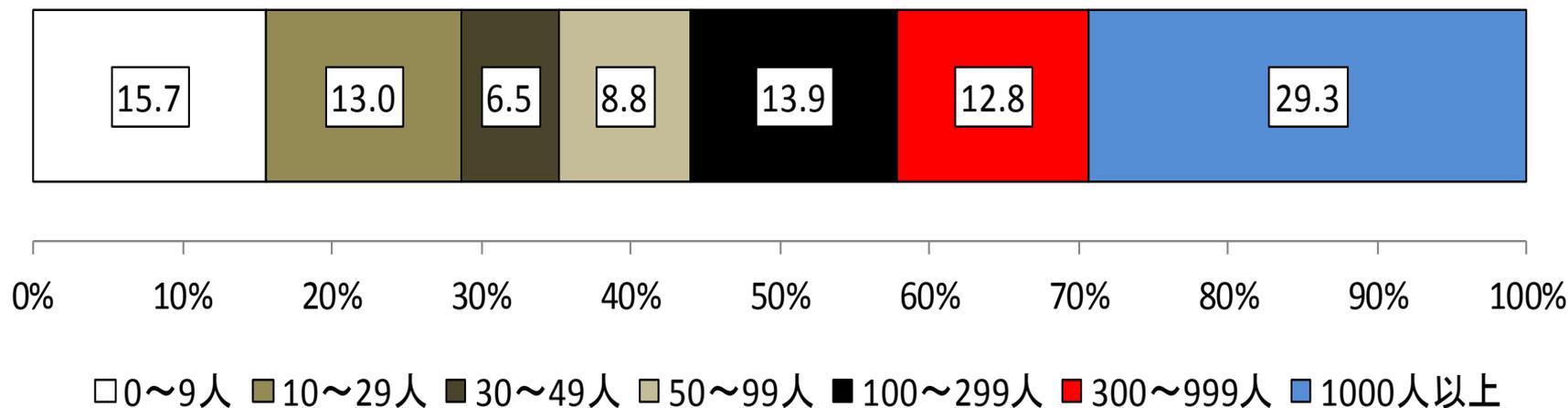
(注)非農林部門(除く公務)の法人企業

・従業員9人未満は153.9万社、従業員10人以上は49.0万社。

(参考)国税庁によると、2009年の利益計上法人(=法人税等を納税している法人)は71.1万社、欠損法人(=税金を納めていない法人)は190.0万社。この結果と併せて考えると、常用雇用者数0～9人の企業の相当部分は税金を納めていない法人であると考えられる。

従業員数シェアは零細企業も 相応のシェアを有する

常用雇用者数別企業の従業員総数構成比(個人企業及び法人企業、2009年 総数4,719万人)



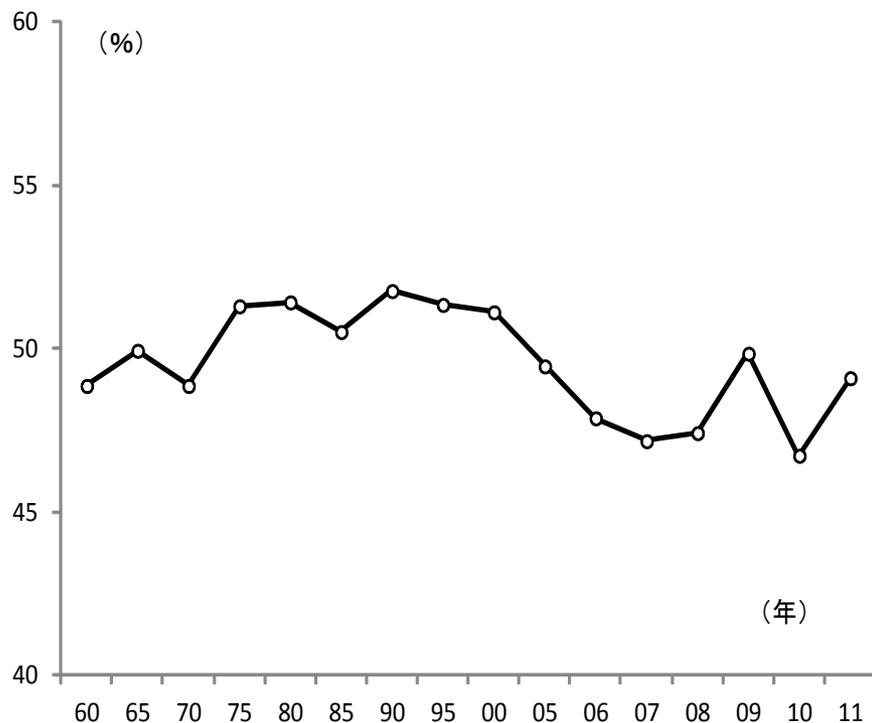
(資料)総務省「平成21年経済センサスー基礎調査報告」

(注1)非農林部門(除く公務)

(注2)従業員には臨時従業員も含む

製造業出荷額の中小企業シェアは5割で安定

製造業出荷額に占める中小企業の割合

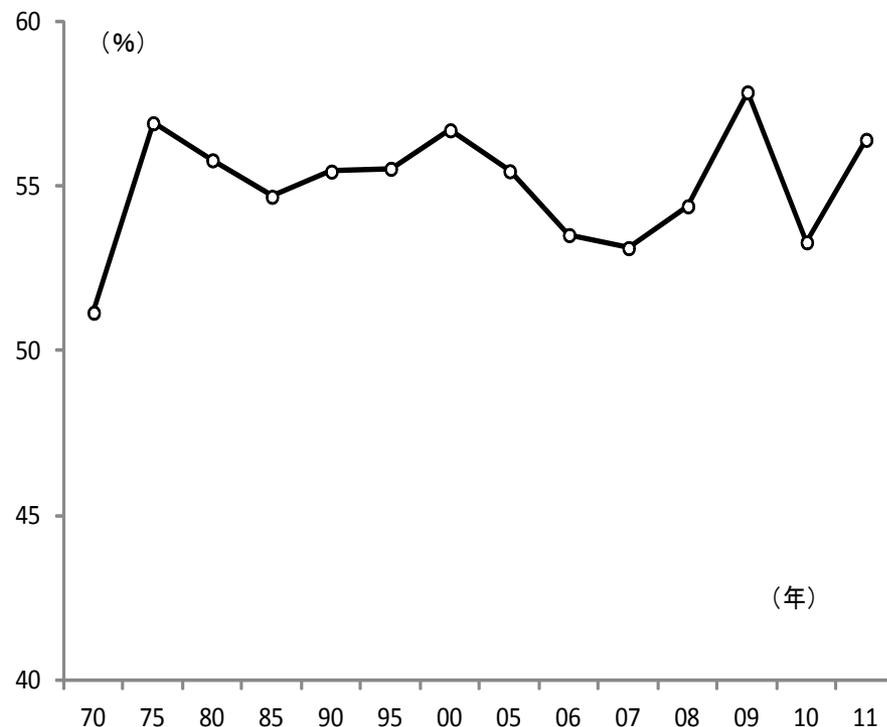


(資料) 経済産業省「工業統計表」

(注1) 中小企業は従業員299人以下の事業所

(注2) 中小企業は1980年以降は従業員4人以上

製造業付加価値額に占める中小企業の割合



(資料) 経済産業省「工業統計表」

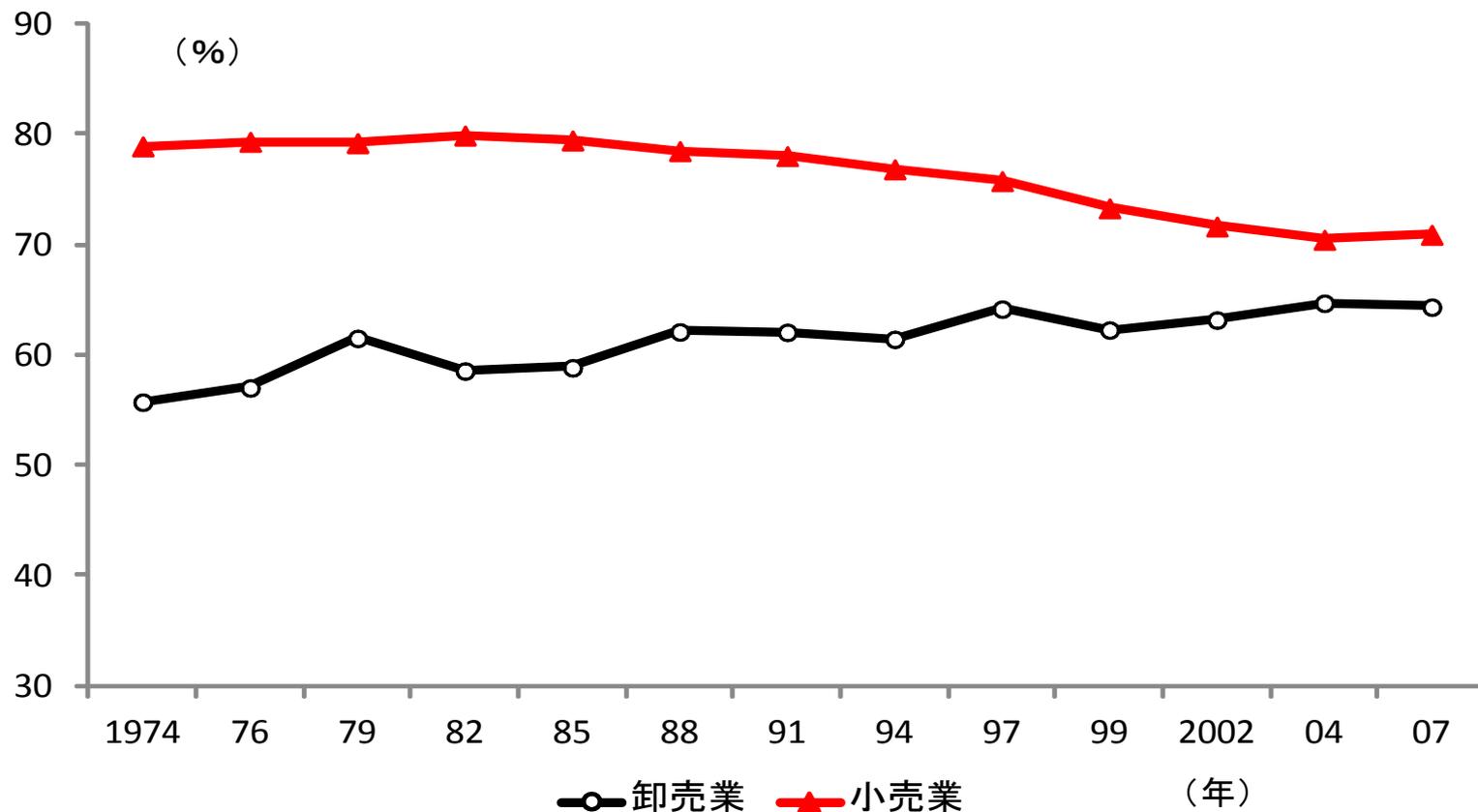
(注1) 中小企業は従業員299人以下の事業所

(注2) 中小企業は1980年以降は従業員4人以上

(注3) 付加価値額は減価償却を含まない純付加価値ベース。但し1975年以前は従業員9人以下のみ減価償却を含む粗付加価値を計上

商業では中小企業の販売額ウエイトが 製造業以上に大きい

卸売業・小売業の販売額に占める中小企業の割合



(資料) 経済産業省「商業統計表」

(注) 中小企業は従業者が卸売業で99人以下、小売業で49人以下

5. 中小企業は大企業に淘汰されないのか

- 中小企業は収益力や財務の安定性、経営資源の厚み等で大企業よりも不利な立場
- しかし、中小企業シェアは歴史的に安定、大企業中心の産業構造に移行した形跡はない
→なぜそうなるのかは古くからのテーマ

①マーシャル「森の比喻」、②市場が不完全競争なるが故に生き残り余地が生じるとの見方、③業種や分野毎の最適規模論などが英国を中心に議論された

→現代の経済学の成果を踏まえ、改めて考察すると・・・

中小企業存続の誘因1

分業による効率化と市場細分化

- 分業化は生産効率を上げる(A. スミス)

工程は複雑化の一途、自前全工程主義は困難

- 細分化が進むほど中小企業の参入余地

細分化により、市場規模の小さい市場が発生



市場規模がMES (minimum efficient scale 最小効率規模)に見合わず、大企業にとって規模の経済を生かせない



中小企業中心の市場形成

中小企業の存続の誘因2

発注企業による経営合理性追及

完成品メーカー(主に大企業)が自前で工程を負担せず
中小企業への発注を利用することのメリット

- ①受注メーカー同士で競争原理を働かせることで、余分なコストの吸収が期待できる場合
- ②内部組織を用いる場合のコストが高い場合(インセンティブ・コスト、モニタリング・コスト、エージェンシー・コスト)
- ③外部企業のコア・コンピタンス(注)が活用できる場合
(注)企業が持つ能力のうち中心的なものとして他社への優位性の源泉となっている能力
- ④自前の生産より外部企業の方が規模の経済・範囲の経済を生かせる場合

中小企業の存続の誘因3

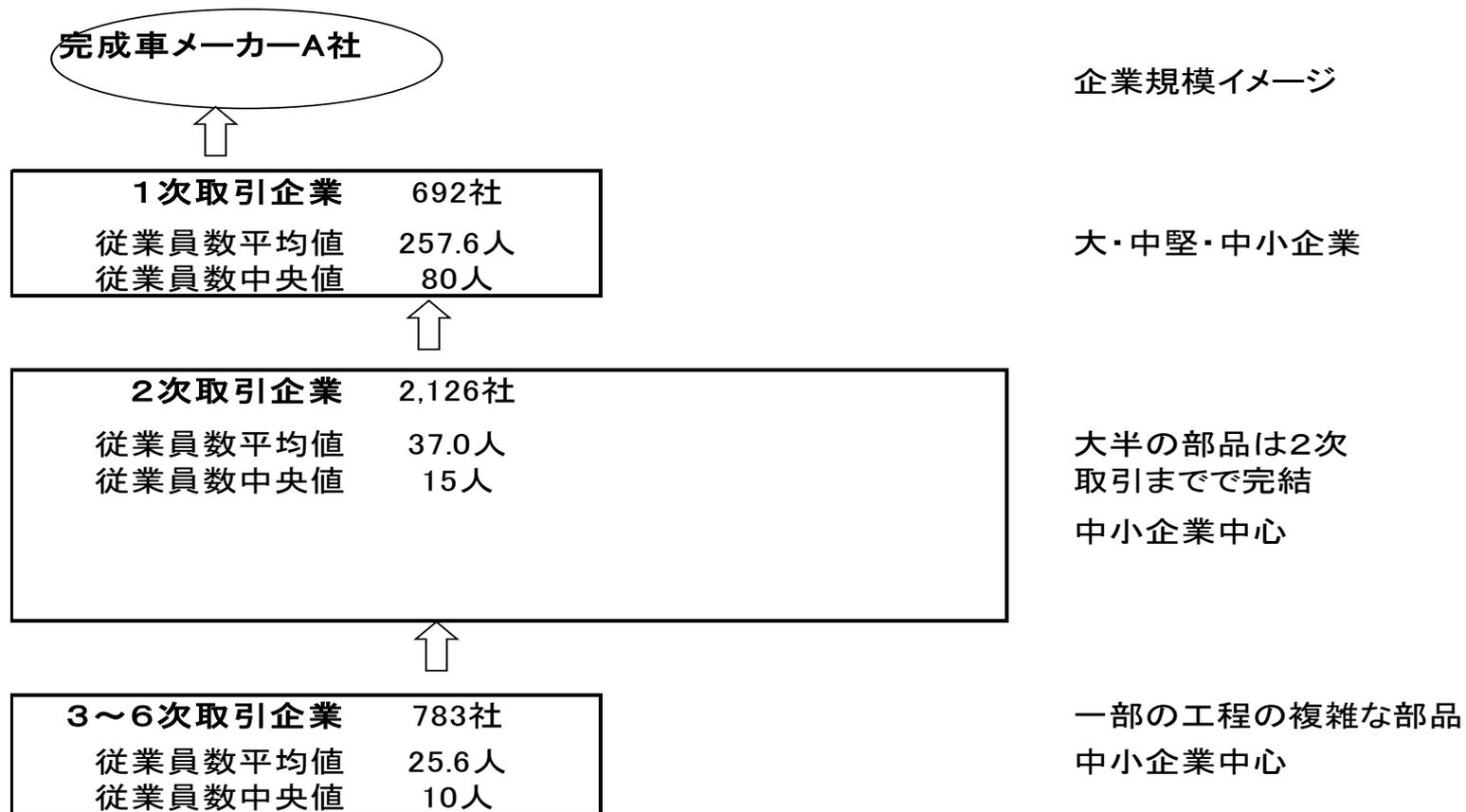
市場対応面で中小企業にメリットがある場合

- オーダーメイド対応は労働集約色が強くなり、大企業にとって不利
- 機械化・自動化による質の確保が難しく、属人的対応が求められる製品・サービスの存在（飲食店、翻訳等）
- 大がかりな設備は必要ない産業で、一定の品質が確保されていれば価格が優先されるような需要に対応する場合（設備投入による高品質化へのニーズが低い場合。印刷・情報処理等）
- 地産地消型製商品・鮮度が求められる商品・地域密着型志向商品で地域で市場が完結するもの

自動車サプライチェーンはピラミッド構造

下請中小企業への依存は極めて大きい

自動車のサプライチェーンイメージ



(資料) 中小企業庁「中小企業白書2007年版」

企業規模による住み分けの例

鉄鋼業界（普通鋼）の高炉と電炉の場合

高炉メーカーと電炉メーカーの特徴比較

	高炉メーカー(大企業)	電炉メーカー(中堅・中小企業主体)
原材料	鉄鉱石	鉄くず
製品の主な用途	自動車用素材、建材ほか	建材中心
使用エネルギー	コークス(後工程は余熱を効率的に使用)	電気
品質	中～高級材(精錬課程を多岐にわたり用途に応じた品質の提供が可能)	低～中級材中心(鉄くずに不純物が含まれるため高級化にコストがかさむ)
設備投資負担	大きい(高炉建設に数年を要する)	比較的小さい
立地の条件	臨海部	特に制限なし(内陸部も可)
原材料の調達	輸入	地元の鉄くずを調達(輸入鉄くずを用いる場合もあるが輸出企業の都合に左右され安定しない)
製品の仕向先	国内及び世界に分散	近隣の建設業者
販売条件(販売量・販売価格等)	事前に販売先と決める(操業維持のため)	市況に応じ随時変更
操業度の調整	効かせにくい(高炉に火入れしたら15～20年連続で操業を行う)	効かせやすい(電力料金体系に合わせた小刻みな時間管理が可能)

中小企業の出荷シェアと市場・事業規模

事業規模、市場規模の小さい業種で高シェア

中小企業の出荷シェアの高い業種の規模（製造業）

中小企業の生産シェア	1事業所当り 従業員数	1事業所当り固定 資産額(百万円)	市場規模平均 (億円)
70%以上	13.5	55.6	2,178.7
50%以上70%未満	27.7	109.2	4,305.1
30%以上50%未満	47.4	235.8	6,391.8
30%未満	171.7	1,410.9	14,663.0

(資料) 経済産業省「工業統計表」より商工中金調査部作成

事業規模からも、市場規模からも規模の経済が効きにくい業種で中小企業の出荷シェアが大きい

中小企業の出荷シェアの高い業種の具体例 (製造業、シェア70%以上のものから抜粋)

中小企業の出荷シェアの高い業種(70%以上のものから抜粋)

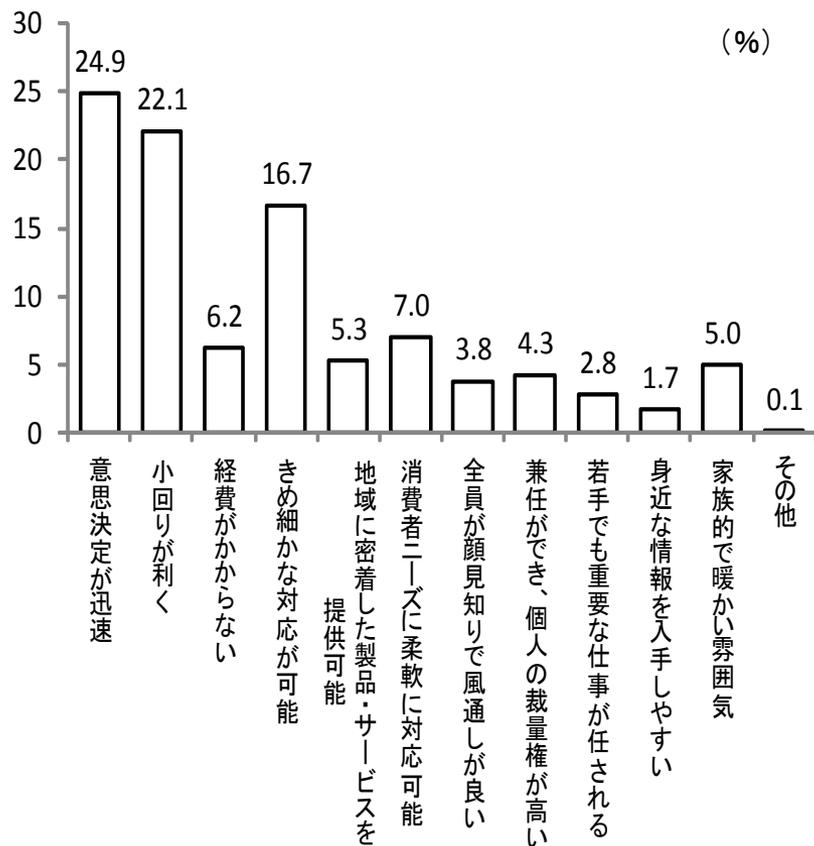
	中小生産シェア (%)	1事業所当り従業員数 (人)	1事業所当り固定資産 (百万円)	市場規模 (億円)
セーター類製造業	100.0	7.4	9.7	547.0
生コンクリート製造業	100.0	12.7	29.4	10687.2
消火器具・消火装置製造業	100.0	20.9	85.6	536.5
鉄スクラップ加工処理業	96.4	19.1	172.8	9170.5
他に分類されない木製品製造業(竹・とうを含む)	95.1	4.0	13.9	930.5
食品機械・同装置製造業	92.4	10.9	60.6	3061.0
豆腐・油揚製造業	89.0	7.7	40.1	3302.0
電気機械器具用プラスチック製品製造業	84.2	21.2	50.3	5604.1
清酒製造業	82.2	13.9	118.2	4431.5
金属プレス製品製造業(アルミニウム・同合金を除く)	82.2	11.5	86.1	11772.6
工業用プラスチック製品加工業	80.1	11.4	30.5	2771.5
機械刃物製造業	78.7	8.5	35.6	739.2
電子回路実装基板製造業	78.7	34.4	39.6	6806.3
ボルト・ナット・リベット・小ねじ・木ねじ等製造業	78.6	11.1	74.2	8430.6
建設用金属製品製造業(鉄骨を除く)	78.4	10.4	55.8	12607.0
金属用金型・同部分品・附属品製造業	77.2	9.1	49.0	6668.5
アルミニウム第2次製錬・精製業	76.9	26.2	122.1	5690.0
鍛工品製造業	76.7	23.7	120.2	4541.2
医療・衛生用ゴム製品製造業	76.6	58.4	157.9	505.8
生菓子製造業	75.1	18.6	54.3	10654.0
試験機製造業	75.1	12.8	17.4	665.9
包装・荷造機械製造業	75.1	18.4	36.3	3279.0
木製家具製造業(漆塗りを除く)	73.6	7.3	53.8	7646.0
オフセット印刷業(紙に対するもの)	73.1	11.8	62.8	40811.8
そう(惣)菜製造業	71.8	47.5	41.8	8375.9
理化学機械器具製造業	71.7	12.9	24.0	817.8
農業用機械製造業(農業用器具を除く)	71.6	26.1	91.6	9621.6
金属熱処理業	70.0	22.1	81.0	2600.5

(資料)経済産業省「工業統計表」より商工中金調査部作成

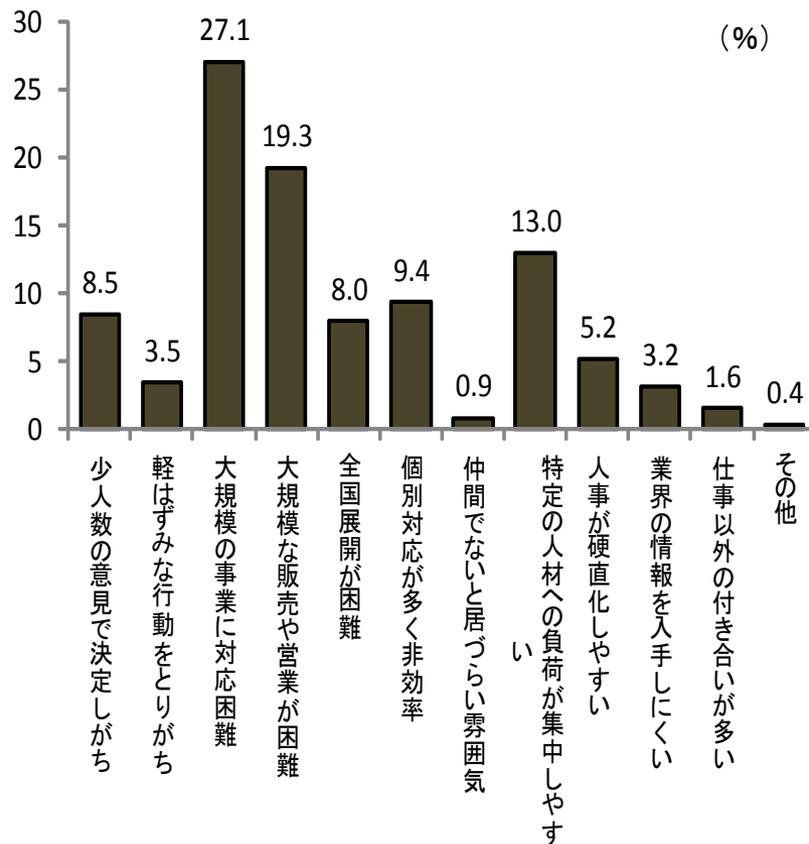
意思決定の速さと小回りが中小企業の強み スケールメリットは効かない

中小企業が評価する中小企業であることのメリット、デメリット

メリット



デメリット



(資料) 中小企業庁「2011年版中小企業白書」

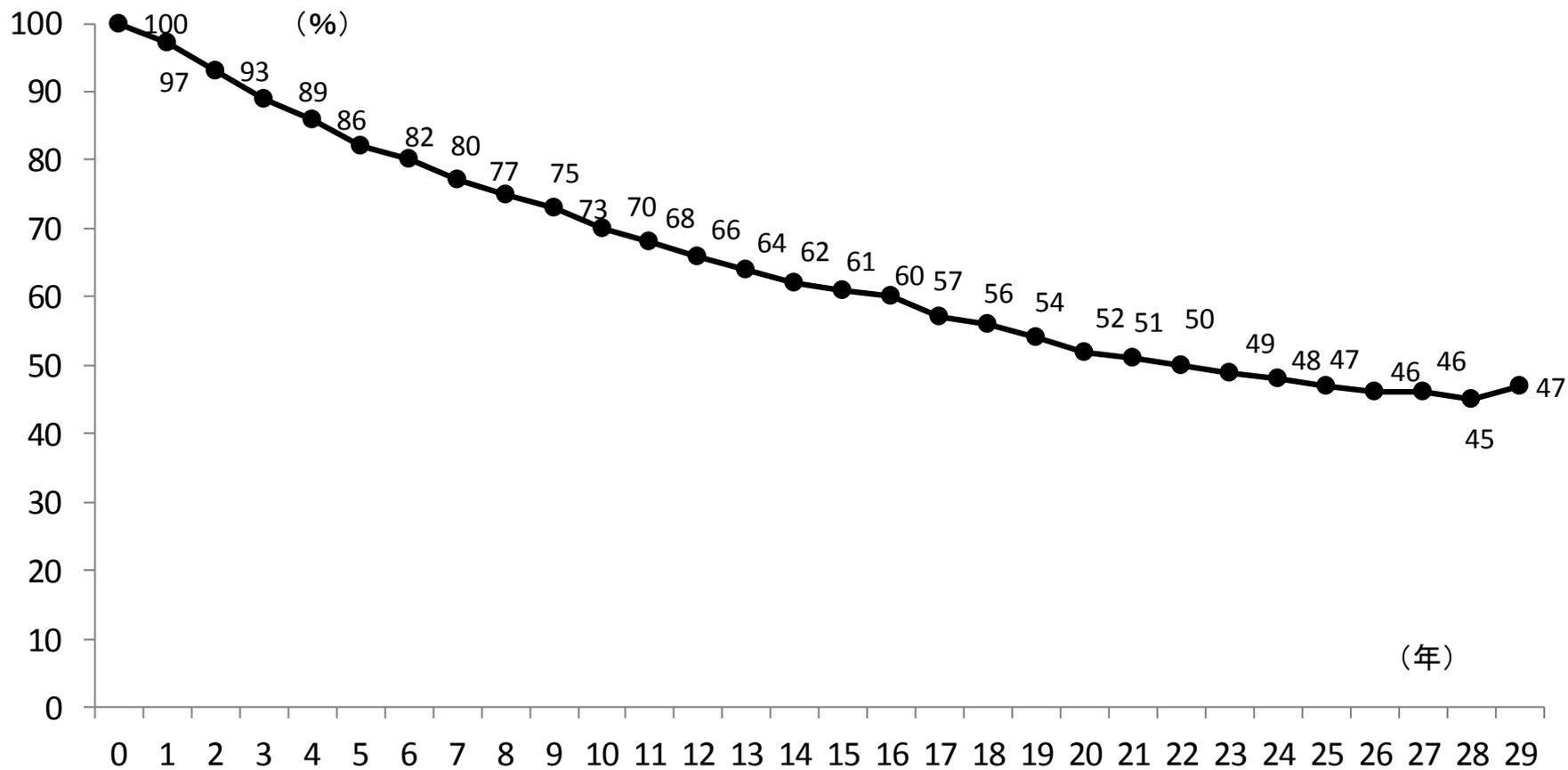
(注) 第1位3点、第2位2点、第3位1点として構成比を計算

中小企業の重要性 まとめ

- 経済に占めるウエイトの大きさ
 - 「規模の不経済」を埋める存在
 - 地域経済の担い手
 - 効率的な分業構造の一翼を担う
 - 健全な競争市場を構成(第3回)
 - わが国産業競争力を支える存在(第3回)
 - イノベーションの担い手(第3回)
 - 新産業のゆりかご(第11回)
- 中小企業の存在には必然性がある

6. 永続的な存在ではない中小企業 創業10年で3割、20年で5割が退出

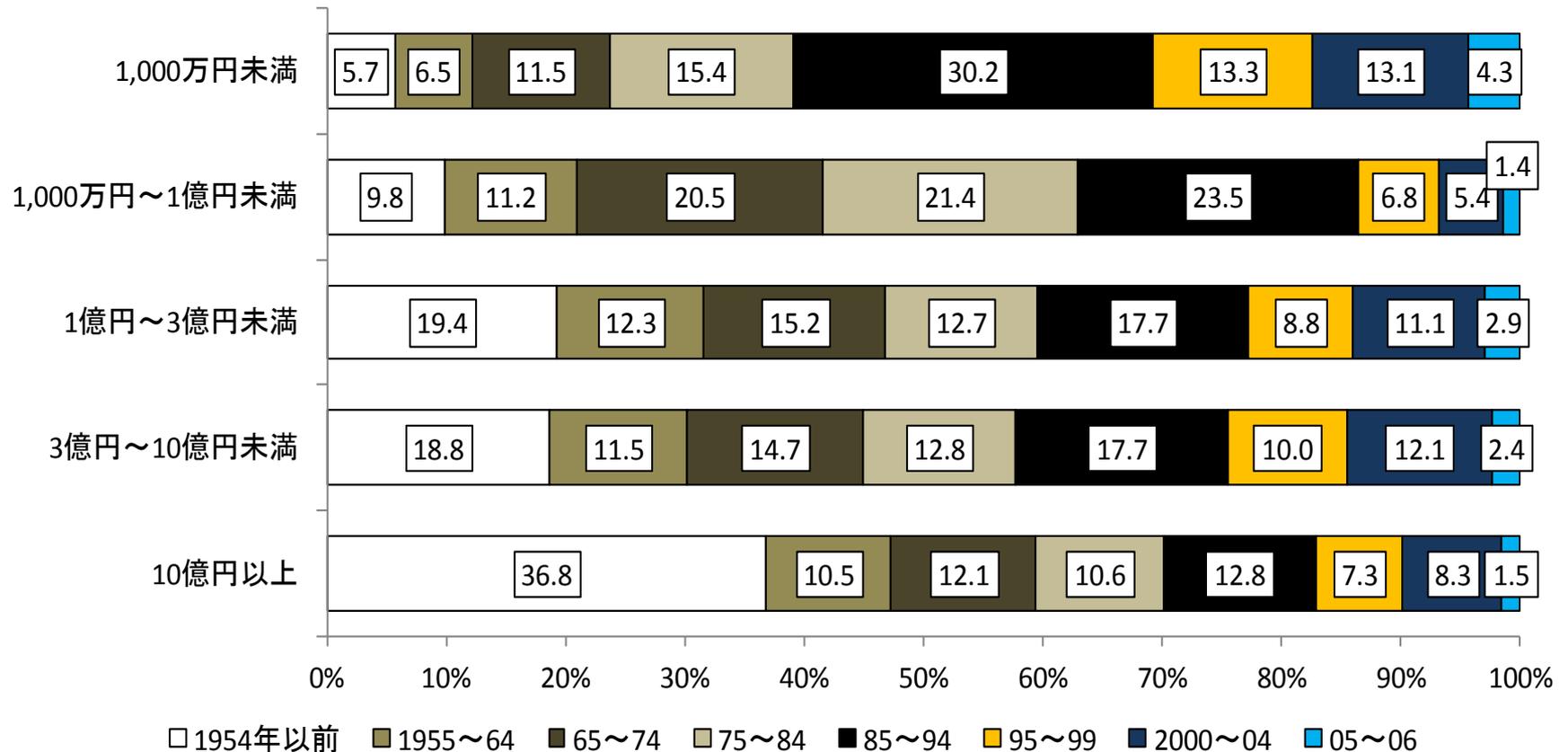
企業の生存率(創設後経過年数別)



(資料) 中小企業庁「2011年版中小企業白書」

中小企業の年齢は20～40年が中心 規模が大きいほど長命企業が多い

資本金階級別会社設立時期分布(2006年まで)

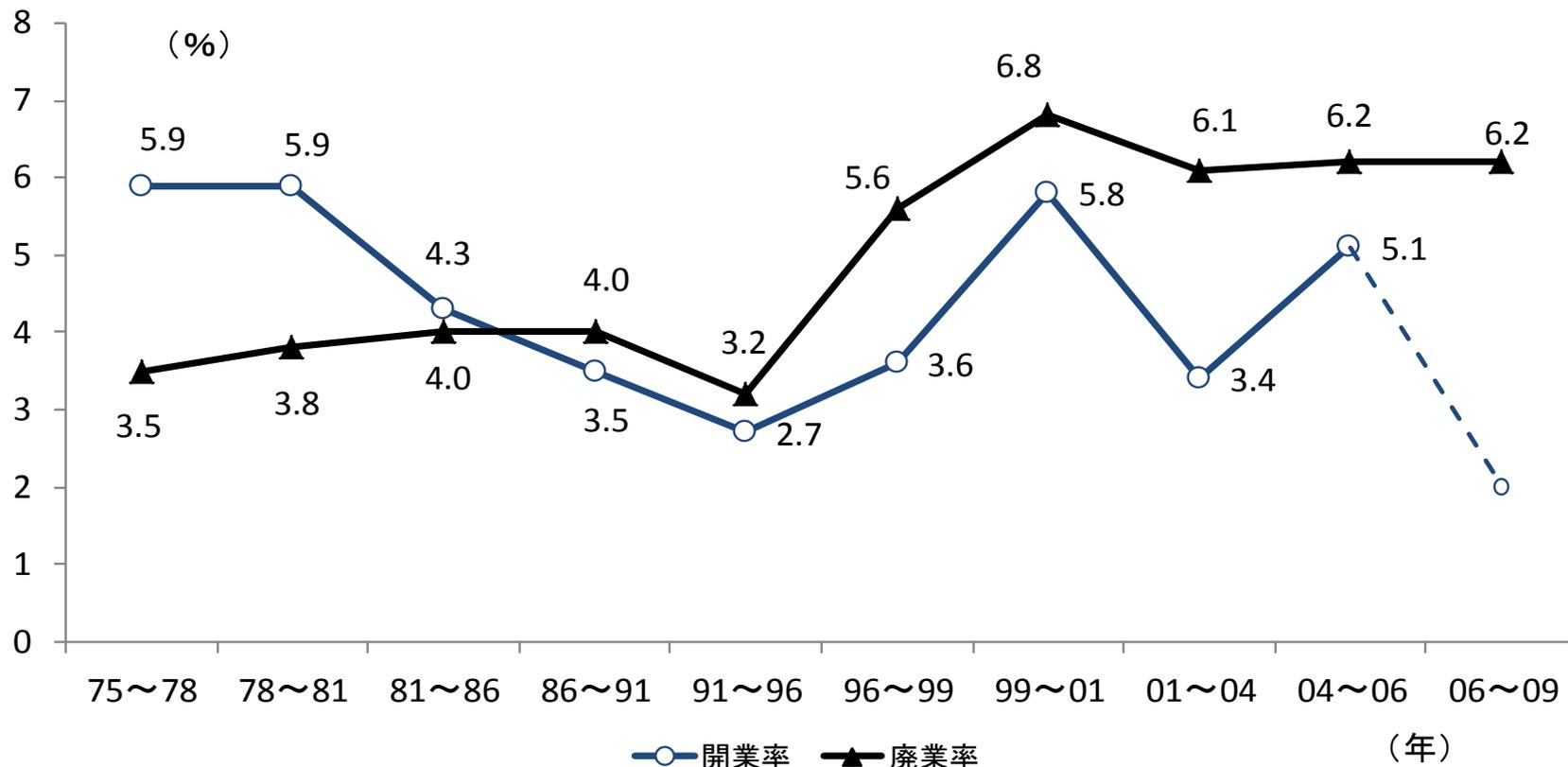


(資料)総務省「平成18年事業所・企業統計調査」

90年代以降は廃業率が開業率を下回る

開業率も低調で裾野の弱体化が懸念される

わが国開廃業率の推移



(資料)総務省「事業所・企業統計調査」「経済センサス」

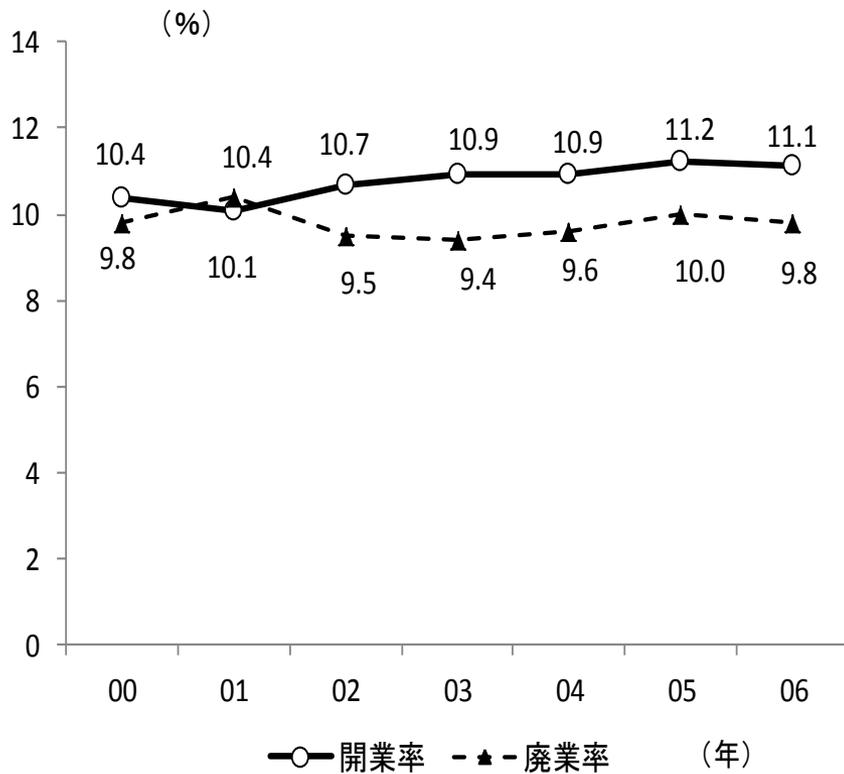
(注1)1年あたりに換算

(注2)06~09年の開業率はそれ以前と開業企業の定義が異なり単純には過去と比較できない

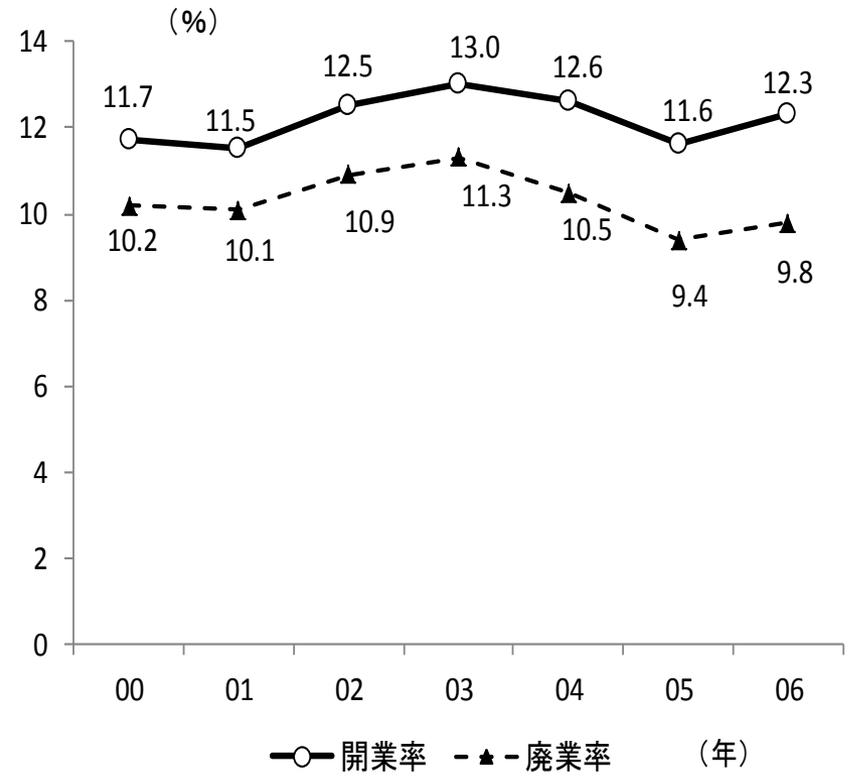
米・英は日本より開廃業率とも高い 新陳代謝が活発かつ開業率の方が高い

米国と英国の開業率・廃業率

米国



英国

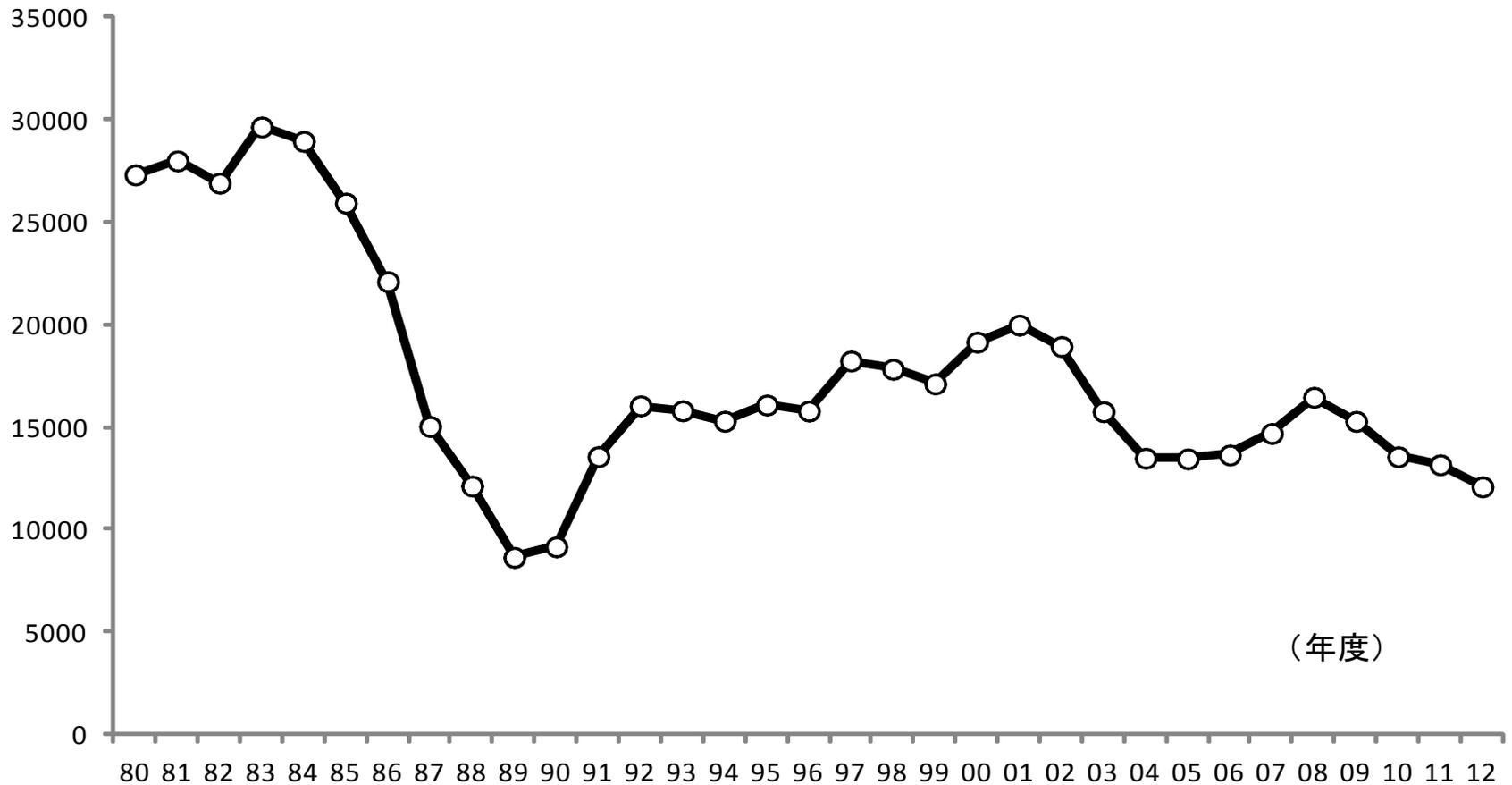


(資料) 中小企業庁「2011年版中小企業白書」

企業倒産件数は比較的低水準

余裕のあるうちに転廃業する企業が増加か

企業倒産件数の推移

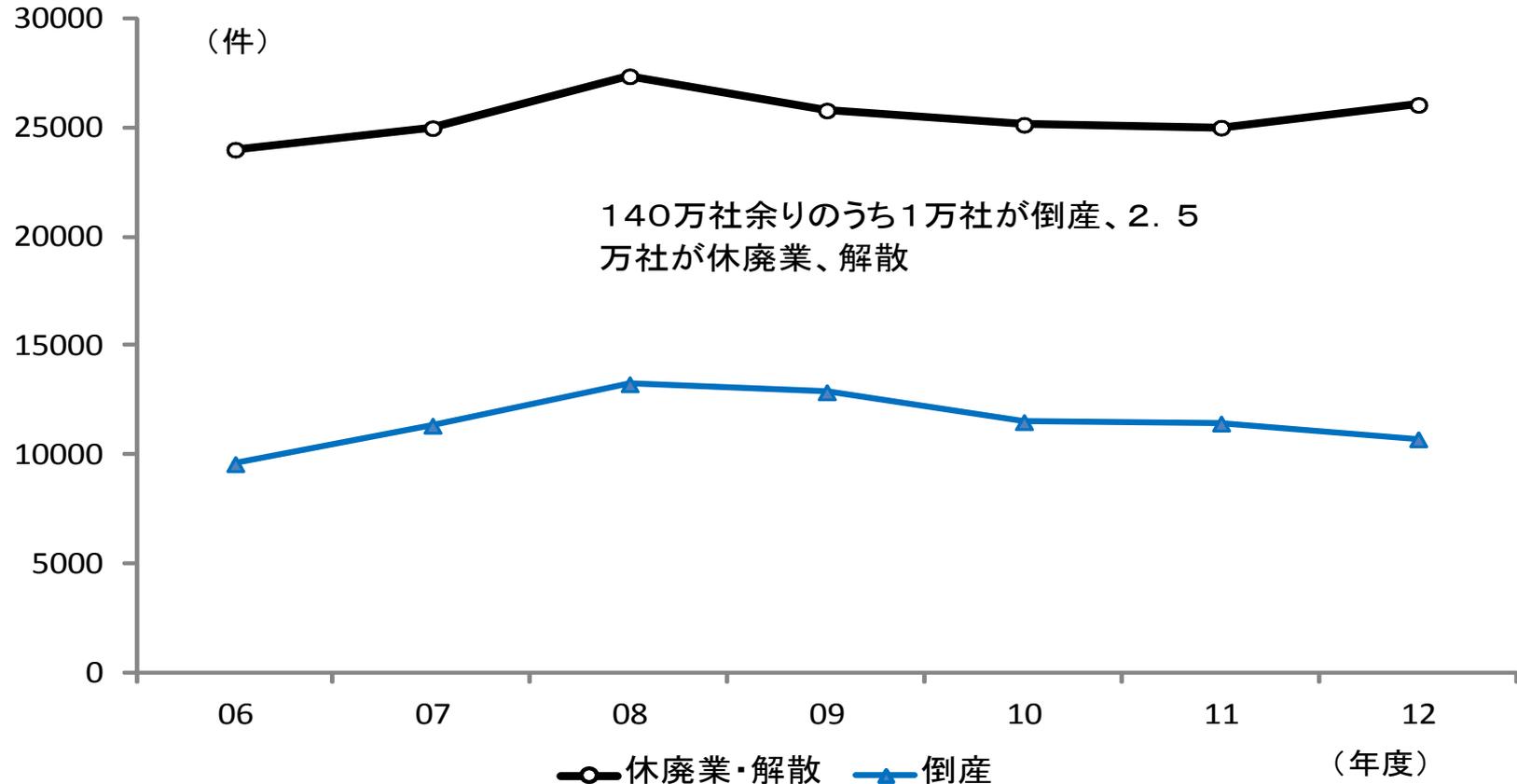


(資料)一般財団法人 企業共済協会「企業倒産調査年報」

休廃業・解散は倒産の2倍以上

毎年約2%の企業が「退出」

企業の休廃業・解散件数



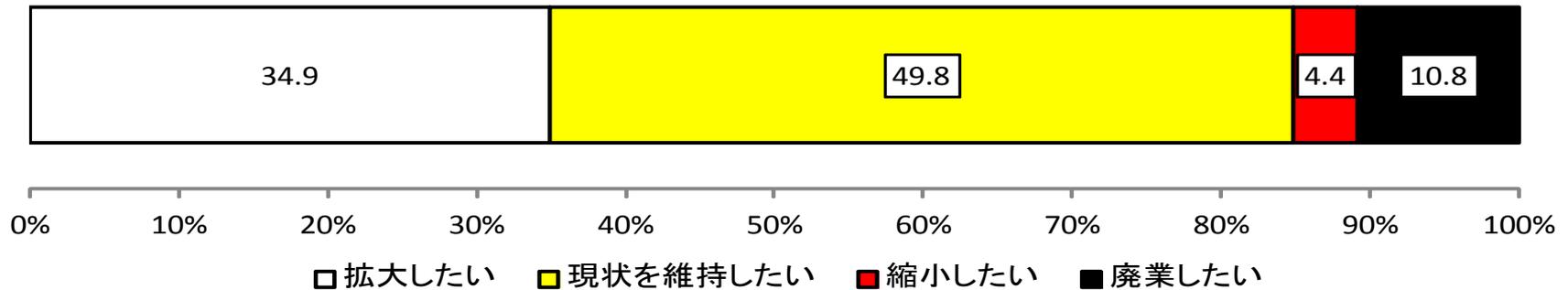
(資料) 帝国データバンク『全国休廃業・解散』動向調査

(注) 帝国データバンクの収録企業数は143万社

廃業を意識する企業も一定数存在 後継難と事業見通しがネック

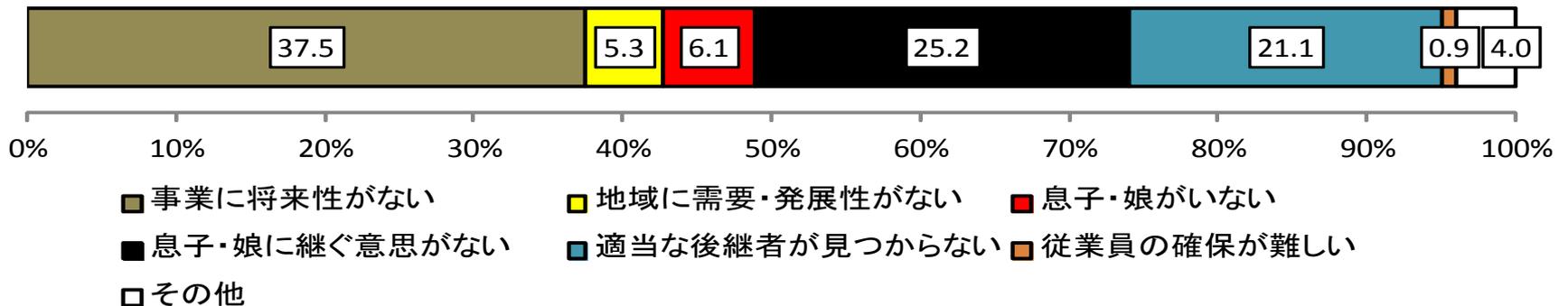
中小企業の今後の事業運営方針

(1つ回答)



廃業したい理由

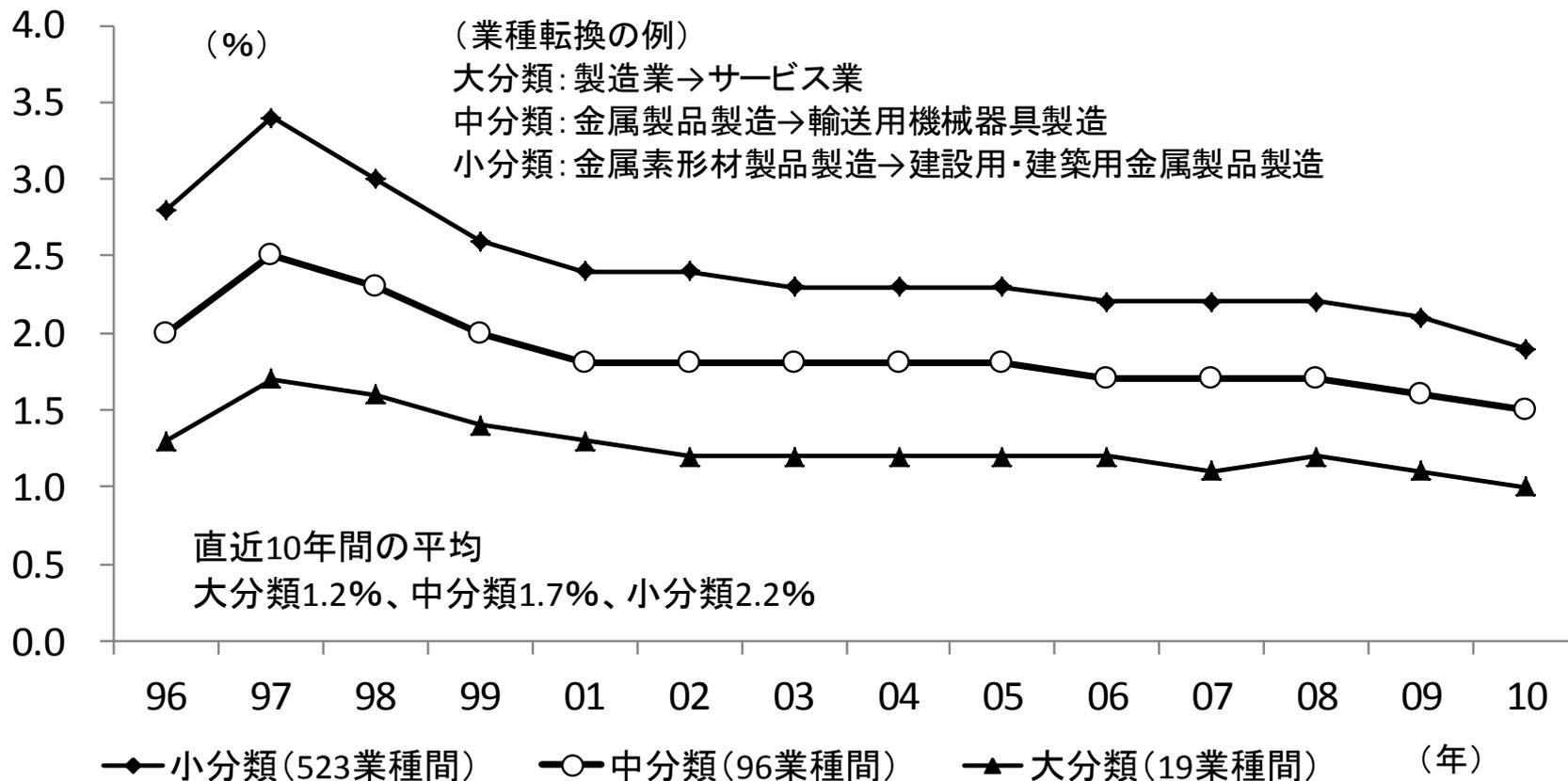
(1つ回答)



(資料) 上下図表とも野村総合研究所「平成24年度中小企業の事業承継に関する調査」

毎年1～2%の企業が業種を転換

産業分類別の業種転換企業の割合(全規模)



(資料) 中小企業庁「中小企業白書」(2011年版)

(注1) 元データは帝国データバンク

(注2) 大分類では卸売と小売が一体だが、分析の都合上、両者を分けて記載

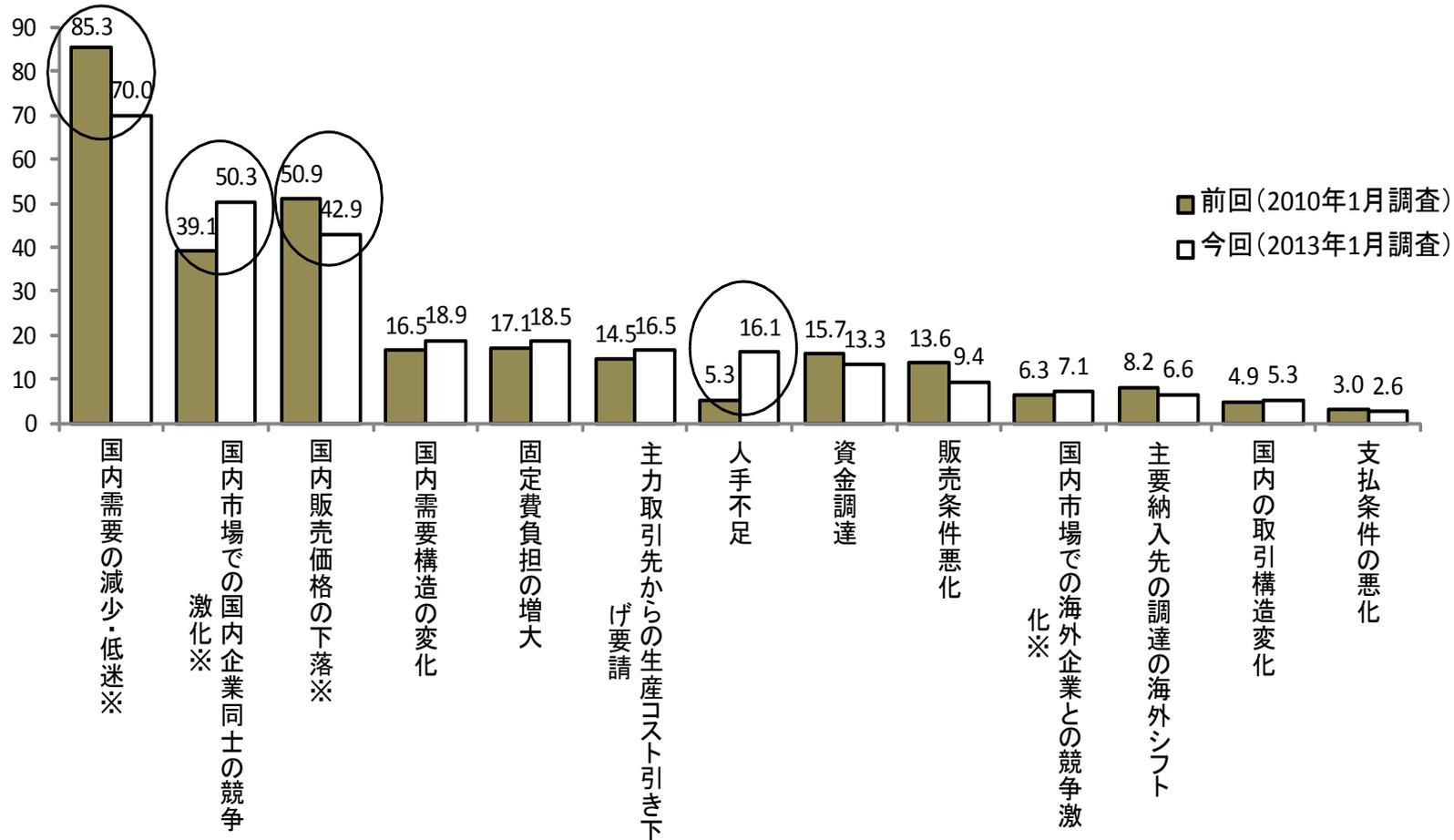
中小企業を取り巻く経済環境

- 強まる国際経済情勢の影響
 - ① 国際過剰流動性の敏速・大規模な資金移動がもたらす世界経済の混乱(リーマン・ショック、欧州金融危機、円高)
 - ② 中国ほかアジア経済の影響度の強まり
 - ③ わが国製造業の「空洞化」
 - ④ 新たな経済連携の模索(TPP)
- 国内経済の供給過剰と根強いデフレ懸念
- わが国構造問題への懸念(規制緩和等)

現在の中小企業の問題意識

現在の経営上の問題(全産業)

(3つ以内選択、%)



(資料)商工中金「中小企業の経営改善策に関する調査」(2013年1月調査)

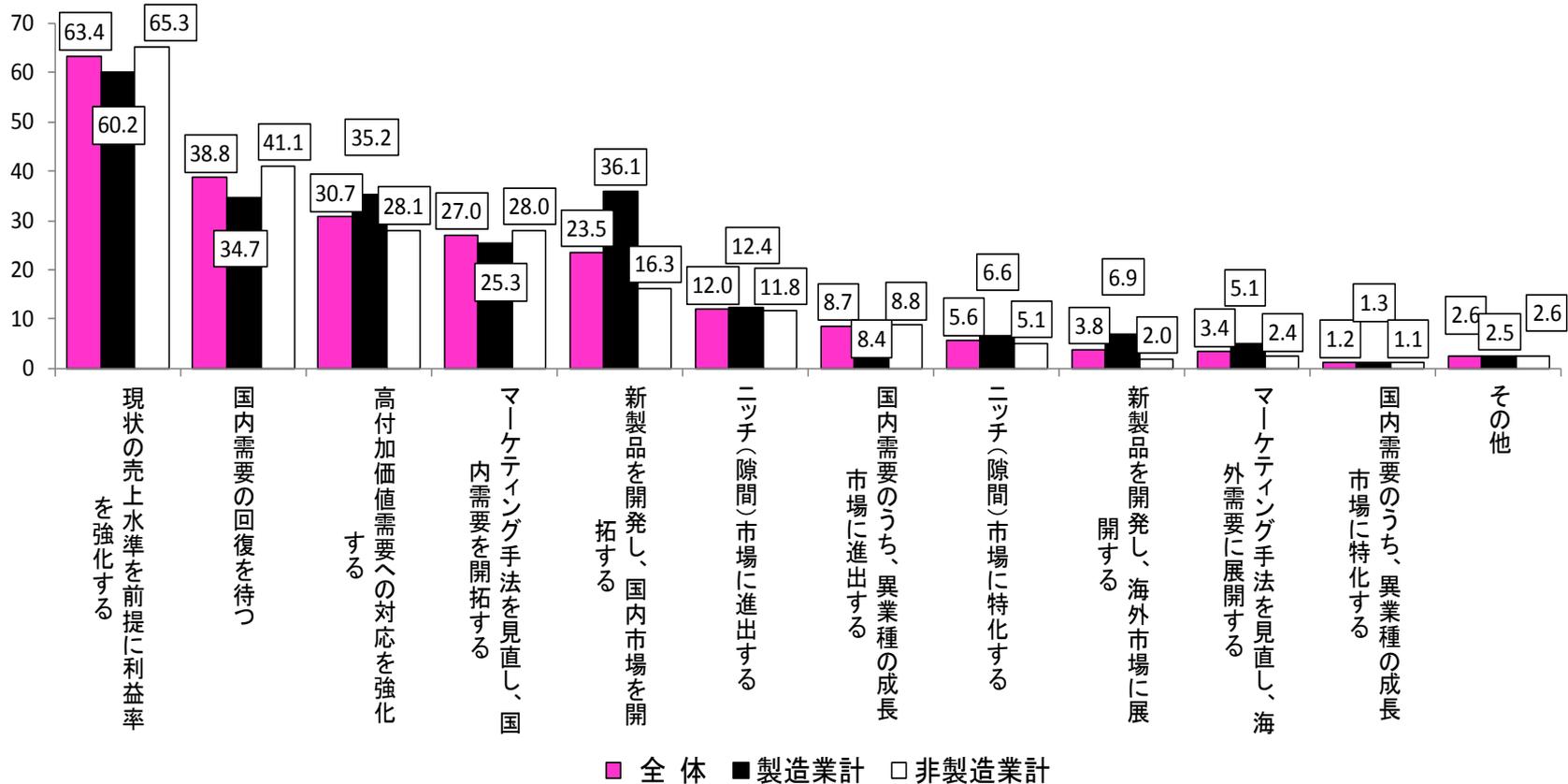
(注)※は前回「国内」という限定がなく、厳密な比較はできない

N=前回4360、今回4405

現業集中か、新事業展開か 現業強化への指向の方が強い

中小企業の将来の経営戦略のイメージ

(5つ以内選択、%)



N=全体4374、製造業1603、非製造業2771

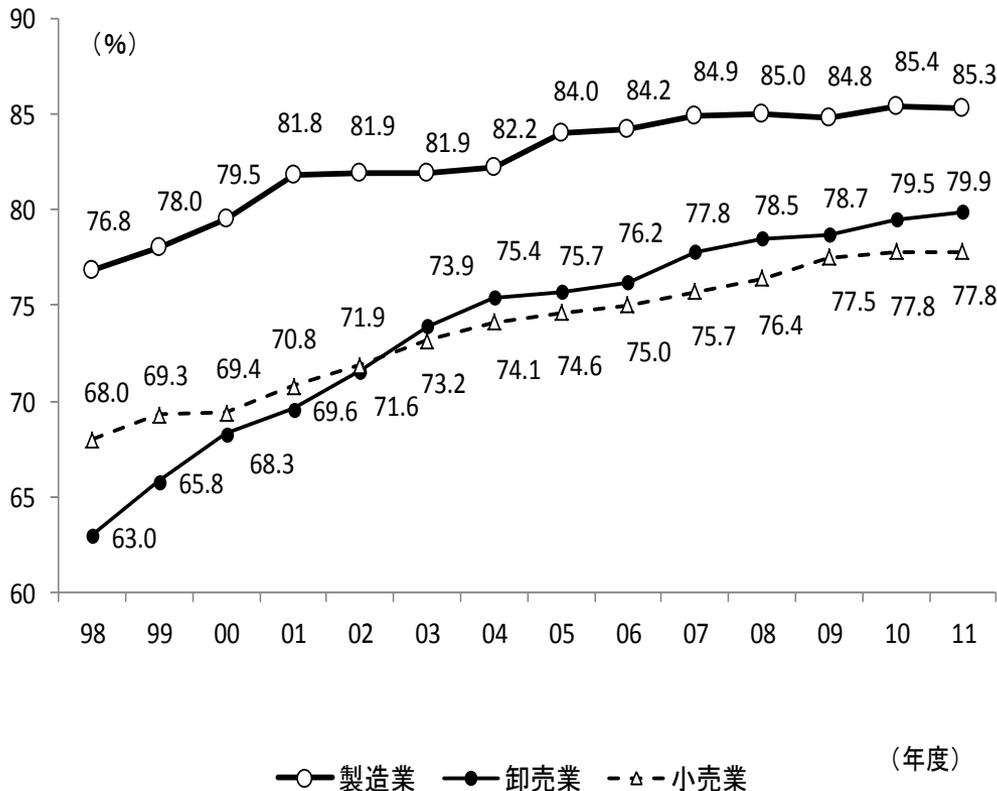
(資料)商工中金「中小企業の経営改善策に関する調査」(2013年1月調査)

我が国企業は本業への傾斜強める

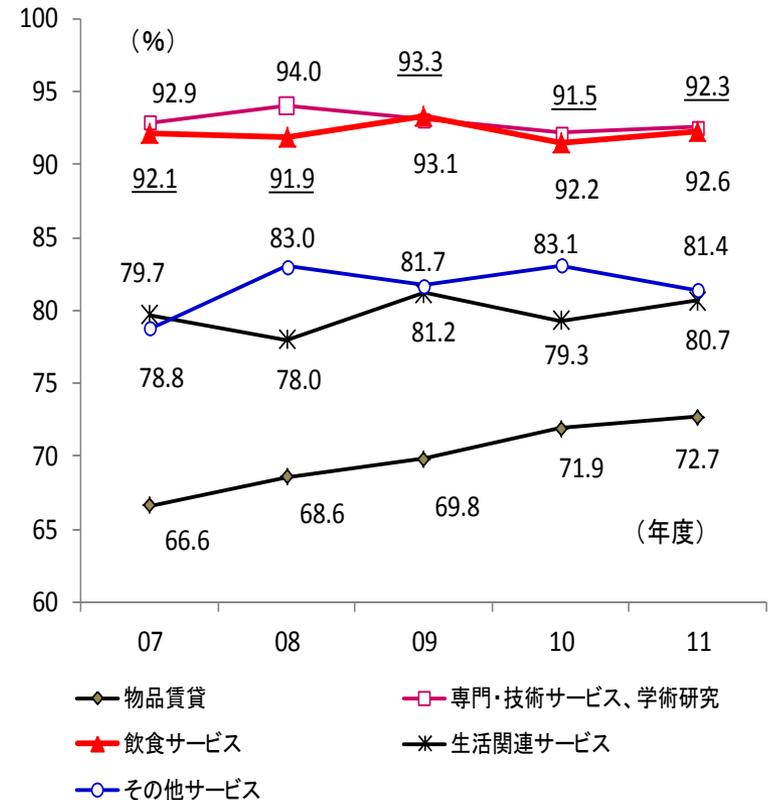
需要停滞で本業集中か

業種別我が国企業の売上高に占める本業の比率の推移(全規模、中分類ベース)

製造業、卸売業、小売業



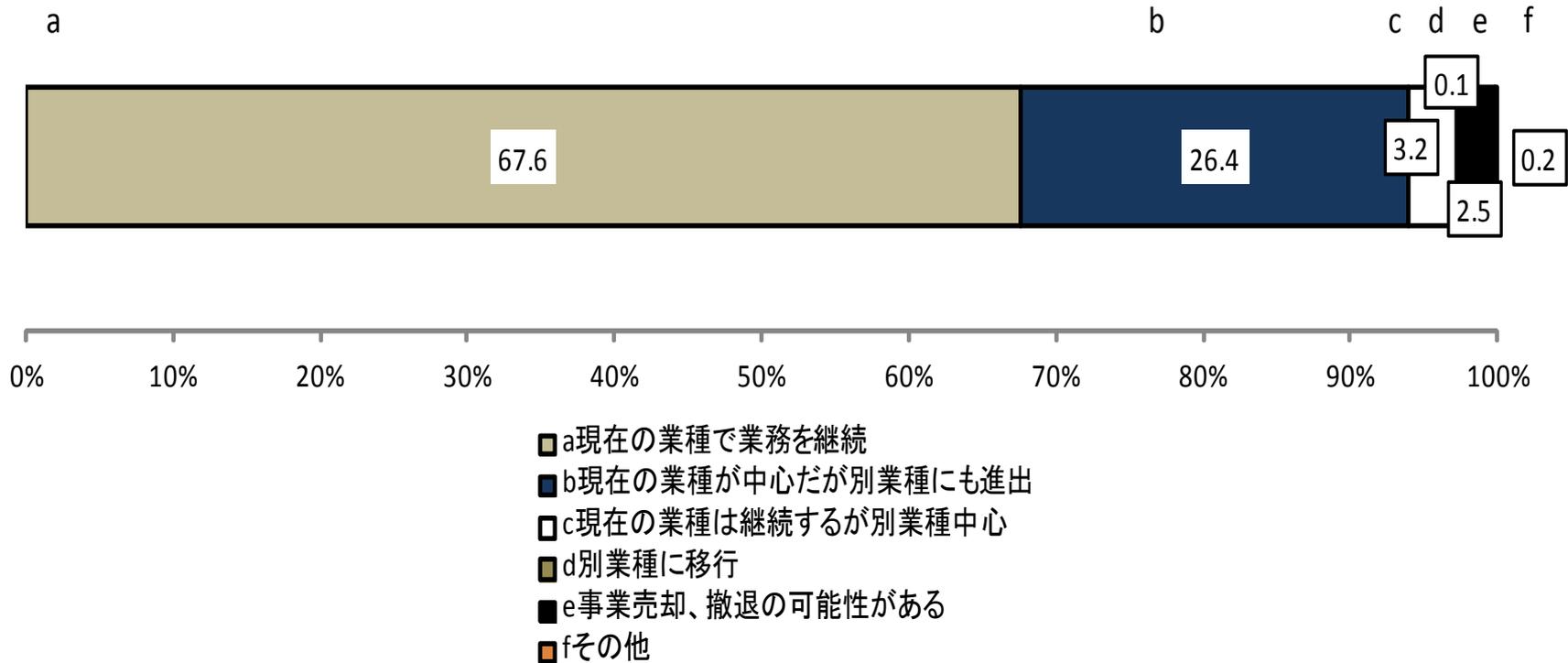
サービス業(抜粋)



(資料)経済産業省「企業活動基本調査」

但し中小企業の3割は将来の異業種展開を意識

中小企業の5年後の事業イメージ(1つ選択)



(資料) 商工中金「経営環境の構造変化と中小企業の対応に関する調査」(2011年11月調査)

N=4,616

7. 金融機関が中小企業と関わるということ

- 中小企業の振興は経済発展に資するが、一方で、個々の企業の事業継続を安易に仮定して取引することは危険(情報の非対象性もある)
 - 米国などと比べ、金融機関に対する中小企業の依存度は大きい
 - 特に独立系企業にとって経営相談・情報提供等で頼りにできる外部機関が手薄
 - 金融事業のみならず新事業への展開、事業連携、海外進出等多岐にわたる支援が期待される
- 中小企業経営に果たす金融機関の役割は大きい

8. 中小企業を知る指標

- 中小企業基本法の分類に則って集計しているのは経済産業省作成統計の一部だけ
 - 分析者の判断で「中小企業」を区分する必要
- 母集団が大きく、サンプル調査が主
 - 特に零細企業の抽出には限界
- 創業、倒産、廃業等があり、固定サンプルによる定点観測ができない
 - 合算値の前年比取り扱いには注意が必要
- パネルデータの提供・蓄積は十分でない
- 計数の指標とマインド指標とに大別される
 - 各指標の特徴と限界を知った上での分析が必要

主な中小企業データ1

(総合的な計数統計)



(総合的な企業規模別統計)

- 法人企業統計(四半期・年度)(財務省)
- 中小企業実態基本調査(年度)(中小企業庁)
- 企業活動基本調査(年度)(経済産業省)
- 経済センサス(旧事業所・企業統計の改編版。年度不定期)(総務省)
- 規模別産業連関表(不定期)(中小企業庁)
- 日銀短観も財務計数を公表

経済センサスのみ全数統計、他はサンプル統計

主な中小企業データ2(個別・業種別計数統計)

伝統的に製造業が充実

(設備投資計画)

- 商工中金、日本銀行(短観)、日本政策金融公庫等

(個別指標)

- 規模別輸出額・輸入額(月次、中小企業庁)

(業種別指標)

- 規模別製造工業生産指数(月次、中小企業庁)
- 建設業、情報通信業、サービス業等の網羅的な規模別計数統計は存在しない
- 商業(商業統計、経済産業省)、サービス業(サービス産業動向調査、総務省)は年次で規模別計数統計あり

主な中小企業関連データ3(分析資料)

- 中小企業白書(中小企業庁)
～毎年5月頃発行。年毎に分析テーマは変わる(国際化、開廃業、事業展開、雇用等)。中小企業向け施策も紹介
- ものづくり白書(経済産業・厚生労働・文部科学省)
～毎年6月頃発行。製造業に対象を絞っているが、規模別分析にも注力
- 工業統計表(経済産業省、毎年)、商業統計表(同、不定期)にも規模別分析あり

(注)現在は経済センサスに含まれている

主な中小企業関連指標4(マインド指標)

足元の動きを鋭敏に反映、サンプル属性に注意

指標名	調査機関名	サンプル数	調査頻度	特徴
中小企業月次景況観測	商工中金	1,000社	月次	・調査先全数回答
短観	日本銀行	中小企業の有効回答約5,000社	四半期	・規模別比較が可能 ・収益や設備投資計画も調査
全国小規模動向調査	日本政策金融公庫	有効回答約1,000社	月次	・小規模企業が対象
中小企業景況調査	日本政策金融公庫	有効回答約700社	月次	・中規模企業
LOBO(早期景気観測)	日本商工会議所	有効回答約3,000社	月次	・会議所がヒアリング

この他、四半期調査を財務省、信金中央金庫、中小企業基盤整備機構、全国商工会連合会などが独自に調査を実施している。

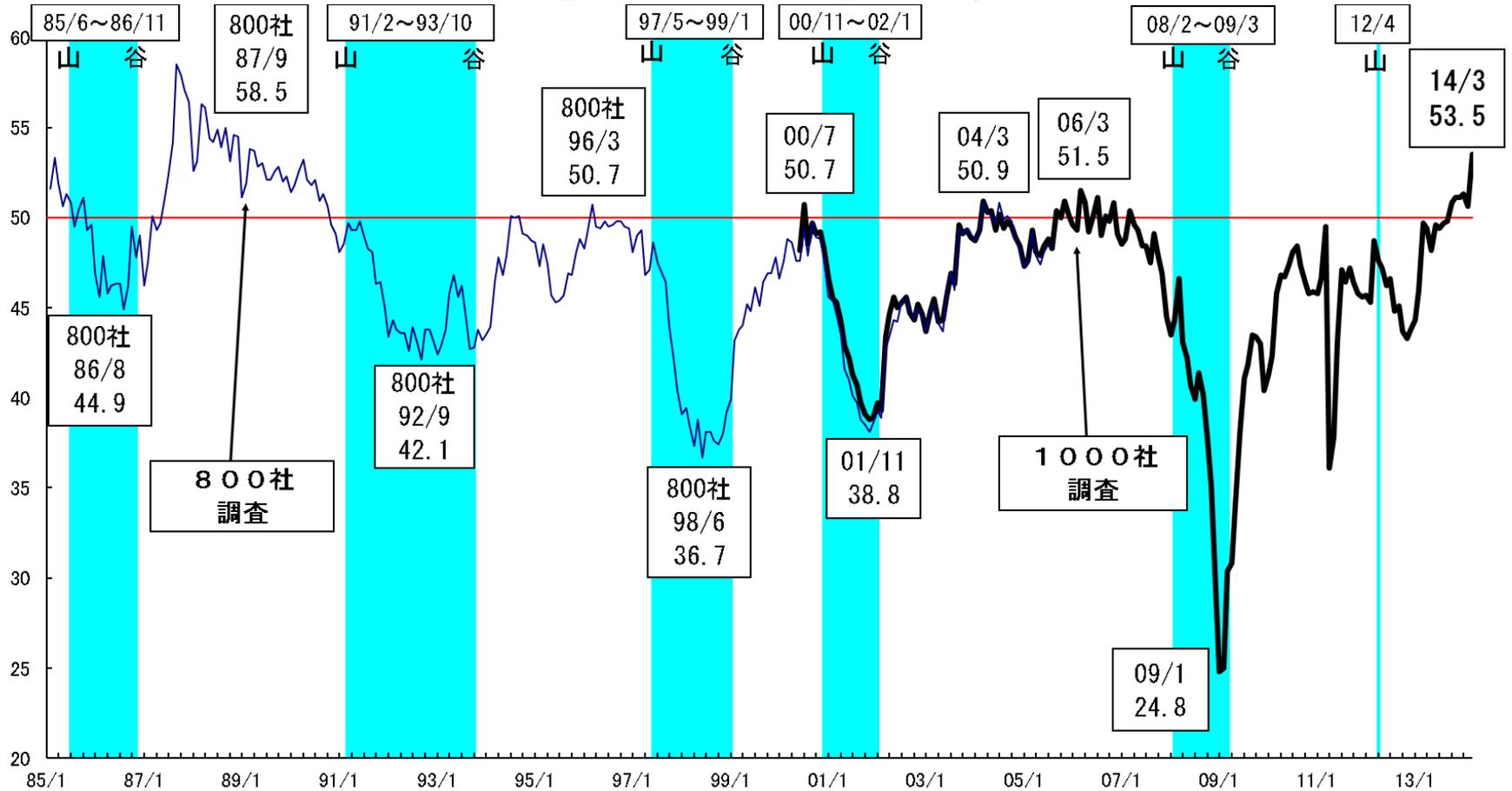
DIとは何か

- Diffusion Indexの略。マインドを訊くアンケート調査で多用。
- 「上昇」「改善」「良い」等肯定的な回答の回答割合から、「下落」「悪化」「悪い」等否定的な回答の割合を減じたもの。通常0を分岐点とするが、50を分岐点とするもの(商工中金)も
(ゼロを分岐点とするものは肯定的な回答1、否定的▲1、中立0で、50を分岐点とするものは肯定的1、中立0.5、否定的0でウエイト付け。両者に本質的な違いはない)
- 水準を示すもの(日銀短観等)と、方向性を示すもの(商工中金等)とに分かれる

商工中金 中小企業月次景況観測

全産業 景況判断指数の推移

「好転」%－「悪化」%で算出



(注) シャドーは景気後退期を示す。

(年/月)

アンケート調査

- 中小企業の行動や考え方等、定性的な情報を得るのに有効な手段
- ヒアリングに比べ個々の企業から得られる情報は少ないが、サンプル量が確保でき、分析結果に説得性がある
- 但し、サンプル属性の如何(事業規模、企業内容、業種等が偏る場合)に結果が左右される恐れは残る

ヒアリング調査

- アンケート調査と併用する機会が多い
- アンケート分析結果の内容の解釈や補強、検証に用いる場合も
- アンケートでは掬いきれない個別事情や企業の本音を知ることができる
- サンプル数の確保には限界。ヒアリング結果を帰納し、一般化することは困難

第2回講義 まとめ

- 中小企業は「規模」と「独立性」で定義される。規模の定義は相対的なもの
- 中小企業の経営効率は平均では大企業に劣るがばらつきが大きく優良企業も一定数存在
- 中小企業の経済に占めるシェアは大きいがシェアで示される以上の重要性がある
- 中小企業が一定のシェアを占める背景には経済学的にも蓋然性がある
- 個々の中小企業は永続的な存在ではない。倒産や転廃業で少しずつ入れ替わっていく
- 中小企業の適切なサポートは国民経済の発展のためにも重要

参考文献

歴史的な経緯を含む中小企業論全般

- 植田・本多・桑原・義永[2010]「中小企業・ベンチャー企業論」(有斐閣)

企業の理論・企業の境界等に興味のある方

- 小田切宏之[2010]「企業経済学 第2版」(東洋経済新報社)
- P. ミルグロム＝J. ロバーツ著／奥野・伊藤・今井・西村・八木訳[1997]「組織の経済学」(NTT出版)