

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7回 中小企業の現状と課題
～ ‘Smart Small’ に向けて～

2017年5月31日

株式会社 商工組合中央金庫

執行役員 小林利典

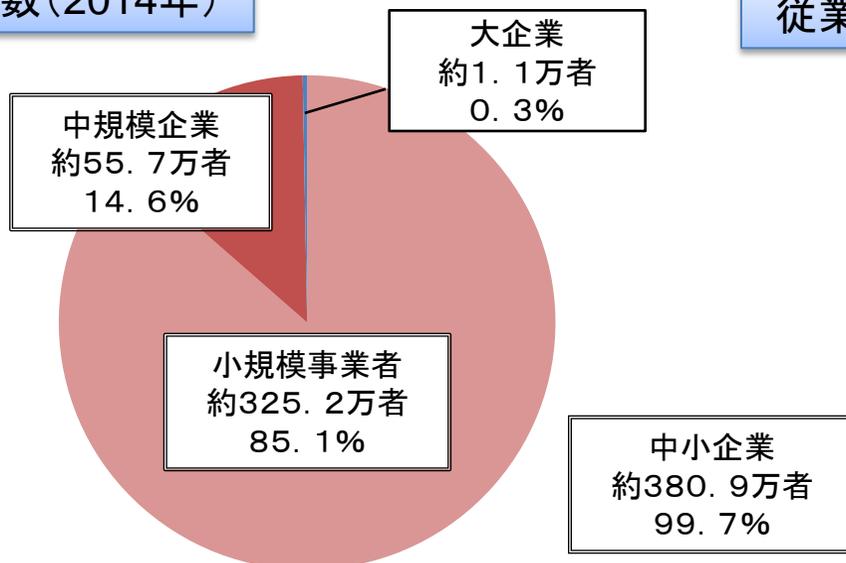
中小企業・小規模事業者について

- 中小企業基本法では、「資本金」または「従業員数」により、中小企業・小規模事業者を定義。
- 我が国の中小企業は381万者。これは全事業者数の99.7%。
- 従業者数では全体の7割が中小企業。

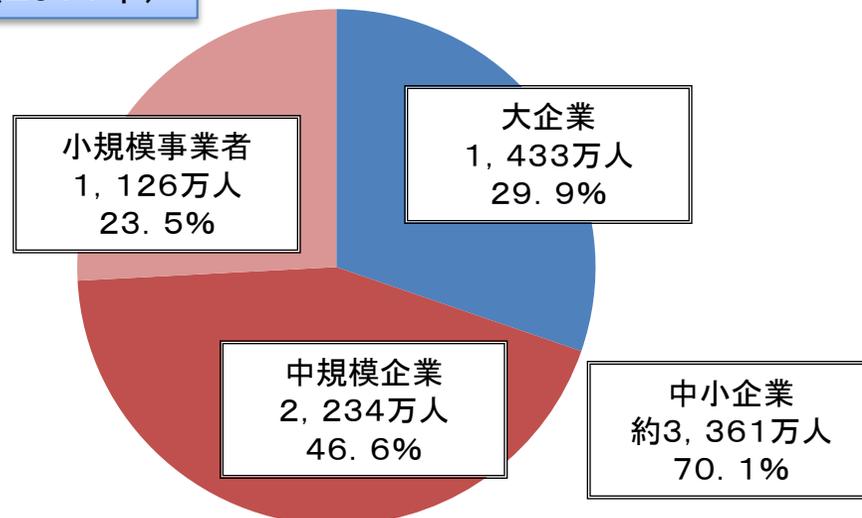
中小企業の定義

業種	中小企業基本法の定義		うち小規模事業者 従業員	法人税法による定義 資本金
	中小企業 資本金 または 従業員			
製造業その他	3億円以下	300人以下	20人以下	1億円以下
卸売業	1億円以下	100人以下	5人以下	
サービス業	5,000万円以下			
小売業		50人以下		

事業者数(2014年)



従業者数(2014年)



○中小企業・小規模事業者は、雇用の面などにおいて、地域経済を支えている。

都道府県ごとの企業規模別の従業者割合（2012）

	大企業	中規模事業者	小規模事業者		大企業	中規模事業者	小規模事業者		大企業	中規模事業者	小規模事業者
北海道	14.8%	52.7%	32.5%	石川県	12.6%	52.2%	35.2%	岡山県	14.6%	53.6%	31.8%
青森県	8.9%	54.6%	36.5%	福井県	11.1%	50.4%	38.5%	広島県	21.4%	50.7%	27.9%
岩手県	11.9%	52.8%	35.3%	山梨県	8.3%	49.1%	42.6%	山口県	17.9%	49.8%	32.3%
宮城県	14.9%	53.2%	31.9%	長野県	12.9%	49.6%	37.5%	徳島県	9.0%	48.8%	42.2%
秋田県	7.0%	54.4%	38.6%	岐阜県	13.1%	50.9%	36.0%	香川県	18.1%	49.9%	32.0%
山形県	12.2%	50.6%	37.2%	静岡県	17.1%	49.8%	33.1%	愛媛県	14.1%	50.3%	35.6%
福島県	15.6%	48.7%	35.7%	愛知県	29.6%	47.1%	23.3%	高知県	7.3%	50.3%	42.4%
茨城県	12.1%	49.8%	38.1%	三重県	13.5%	50.7%	35.8%	福岡県	24.9%	48.9%	26.2%
栃木県	14.4%	47.1%	38.5%	滋賀県	16.2%	50.6%	33.2%	佐賀県	7.7%	54.7%	37.6%
群馬県	19.3%	47.0%	33.7%	京都府	23.8%	46.0%	30.2%	長崎県	7.5%	53.1	39.4%
埼玉県	19.2%	47.7%	33.1%	大阪府	33.6%	43.7%	22.7%	熊本県	9.1%	53.1%	37.8%
千葉県	23.4%	45.2%	31.4%	兵庫県	19.0%	49.8%	31.2%	大分県	14.6%	49.9%	35.5%
東京都	58.9%	30.1%	11.0%	奈良県	5.4%	53.3%	41.3%	宮崎県	7.6%	52.0%	40.4%
神奈川県	24.2%	47.8%	28.0%	和歌山県	12.1%	45.7%	42.2%	鹿児島県	12.7%	48.6%	38.7%
新潟県	14.8%	50.7%	28.0%	鳥取県	6.2%	56.3%	37.5%	沖縄県	11.3%	52.5%	36.2%
富山県	16.4%	51.7%	31.9%	島根県	7.0%	53.0%	40.0%	全国計	30.3%	43.9%	25.8%

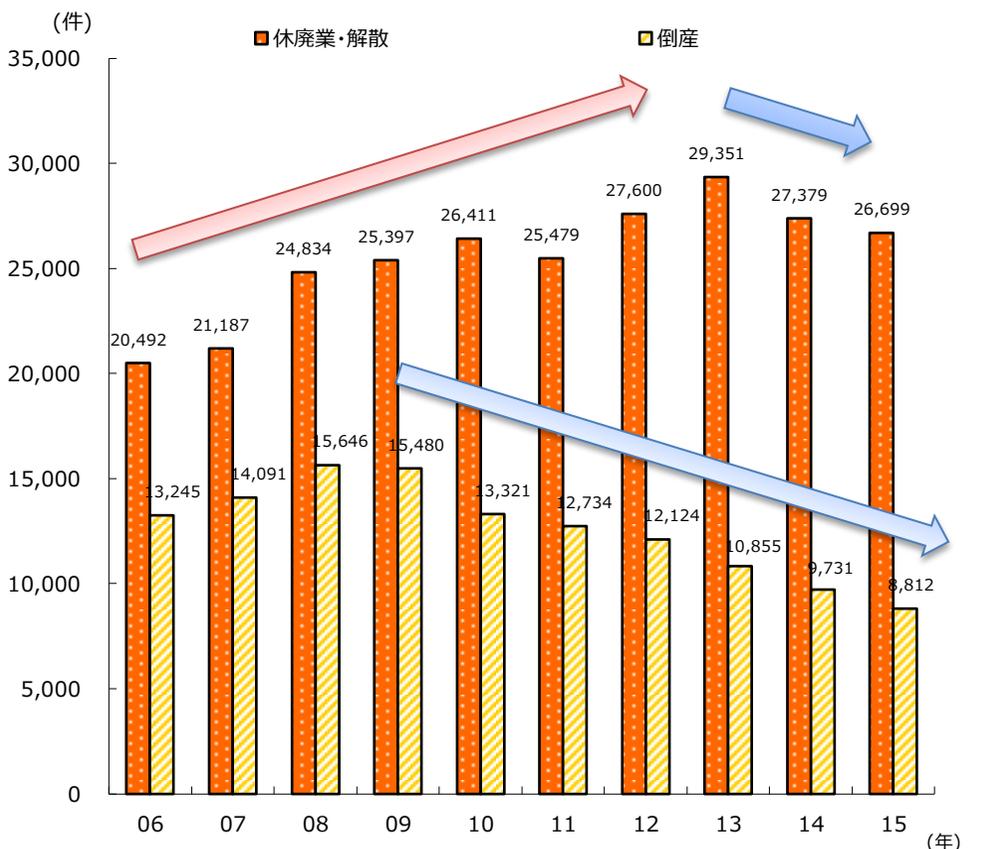
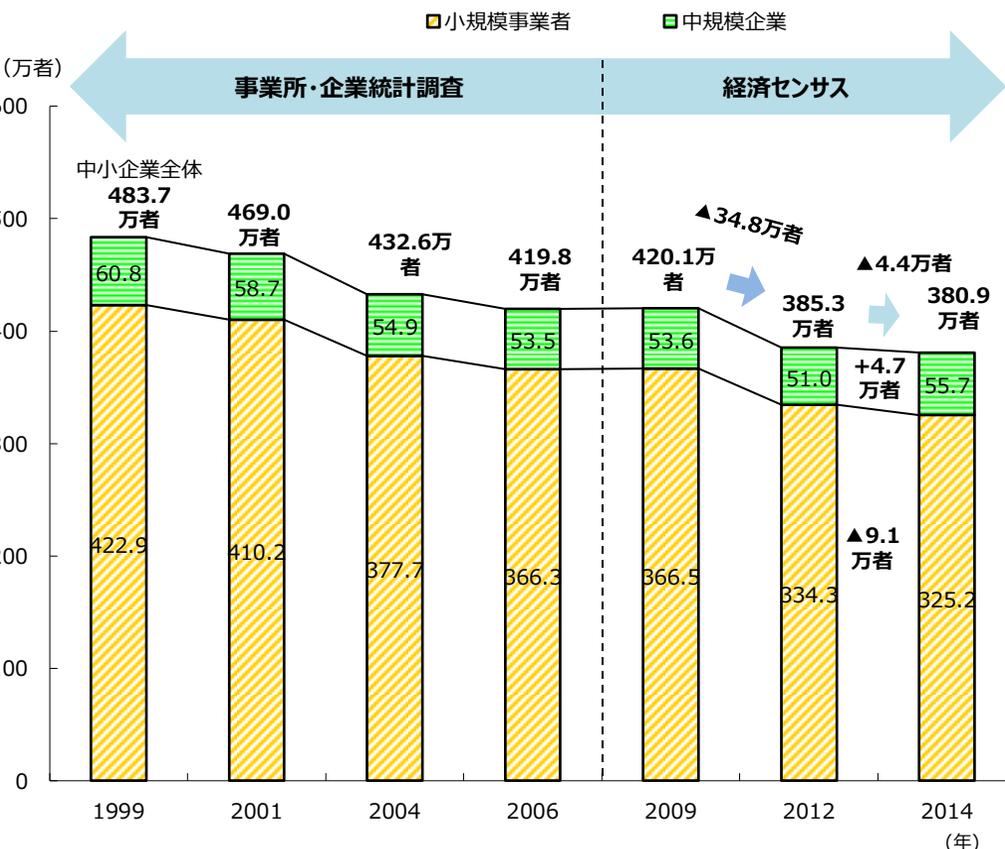
I .現状と構造的課題

中小企業の現状 (1) 中小企業の数①

中小企業の数381万者で、うち中規模企業は56万者、小規模事業者は325万者。中小企業全体の減少ペースは緩やかとなった。倒産件数は7年連続で減少し25年ぶりの低水準。休廃業・解散件数はいまだ高水準にあるものの、2年連続の減少。

図1 中小企業数の推移

図2 倒産、休廃業・解散件数の推移



(資料) 図1:総務省「経済センサス-基礎調査」総務省・経済産業省「平成24年経済センサス-活動調査」総務省「事業所・企業統計調査」再編加工 (注)1.企業数=会社数+個人事業所(単独事業所及び本所・本社・本店事業所)数。2.2009年、2014年の経済センサス-基礎調査の調査時点は7月1日であり、2012年の経済センサス-活動調査の調査時点は2月1日である。3.経済センサスの結果と「事業所・企業統計調査」の結果を単純に比較することは、統計の補足範囲が異なる点などから、適切ではない。
 図2:東京商工リサーチ「2015年「休廃業・解散企業」動向調査」(注)「休廃業」は、資産が負債を上回る資産超過状態での事業停止、「解散」は事業継続を断念することを指し、どちらも「倒産」には集計されない。

中小企業の現状 (1) 中小企業の数②

2012年から2014年の中小企業数の変化の内訳を見ると、中規模企業では開業が廃業を上回り、小規模企業では廃業が開業を上回っている。

図3 中規模企業数の変化の内訳 (2012年→2014年)

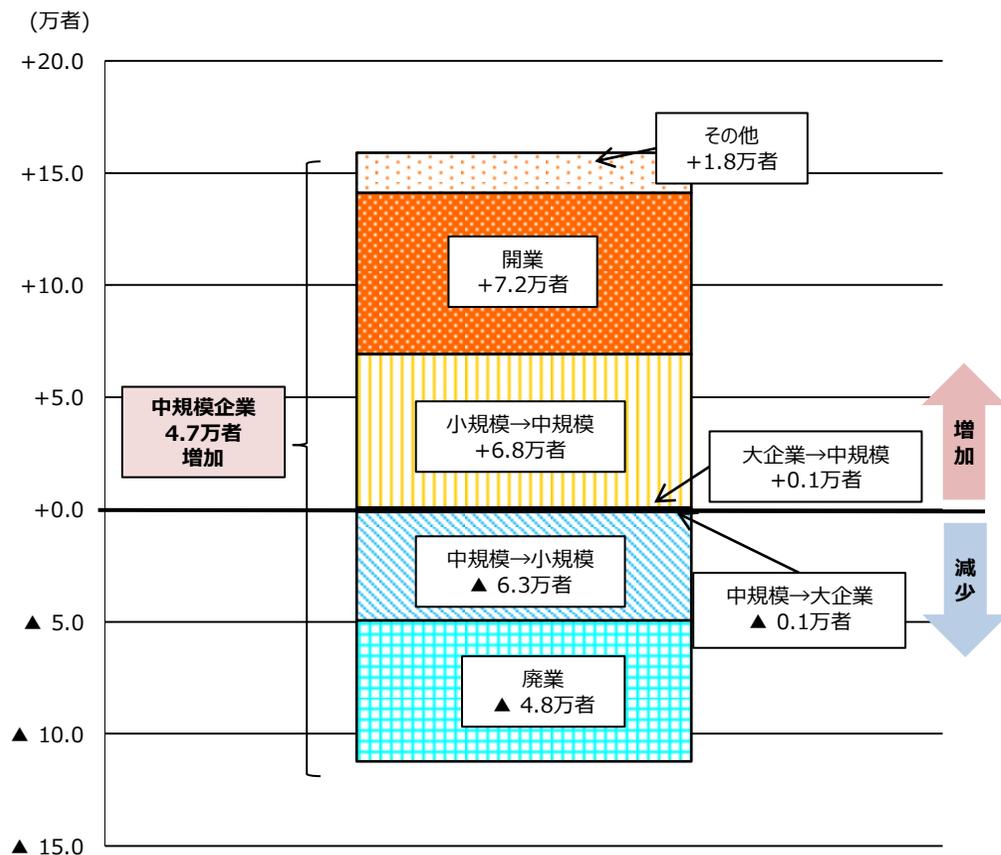
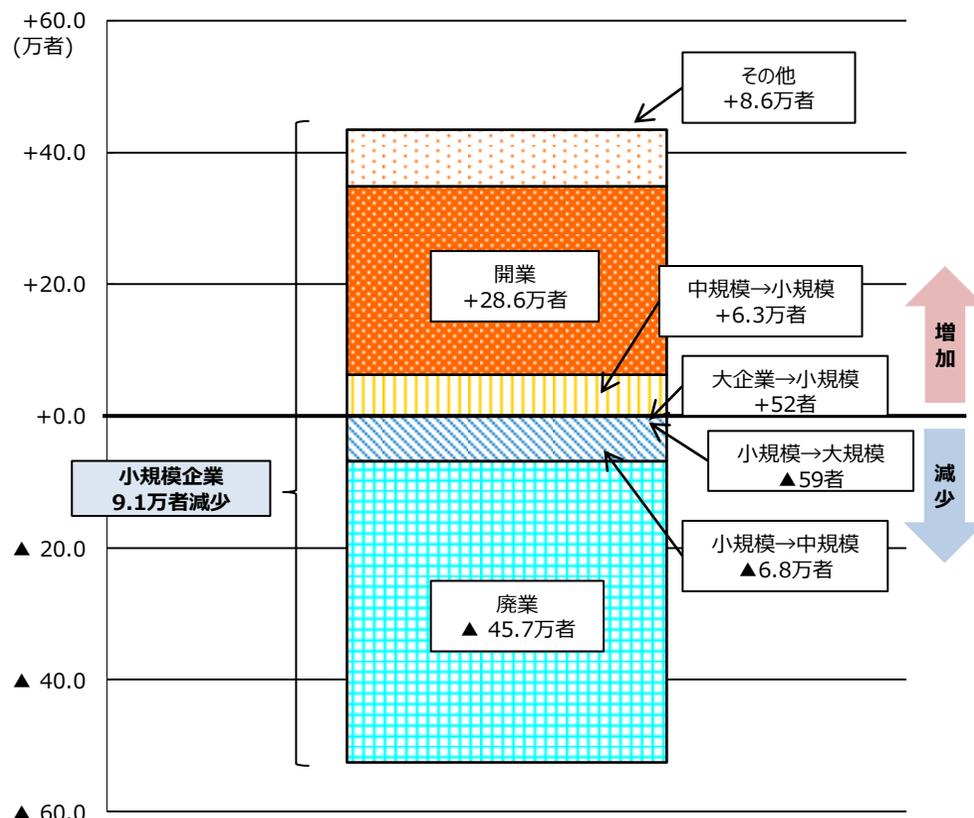


図4 小規模企業数の変化の内訳 (2012年→2014年)



(資料) 図3,4:総務省「経済センサス-基礎調査」 総務省・経済産業省「平成24年経済センサス-活動調査」再編加工 (注) 1.平成26年と平成24年の経済センサスを用い、平成26年又は平成24年どちらかでのみ企業情報が確認された企業のうち、全ての事業所が「開業」とされている企業を「開業」と見なし、全ての事業所が「廃業」とされているものを「廃業」とみなす。これらの分類に当てはまらなかった企業については「その他」とする。2.集計上、事業所移転等の理由により、開廃業数が実際より多く算出されている可能性がある。

中小企業の現状 (1) 中小企業の数③

2012年から2014年の中小企業数の変化の内訳を業種別に見ると、小規模小売業の減少幅が特に大きい。また、地域別では、下位5道府県全てで小規模事業者が3,000者以上減少。

図1 中小企業数の業種別変化(2012年→2014年)

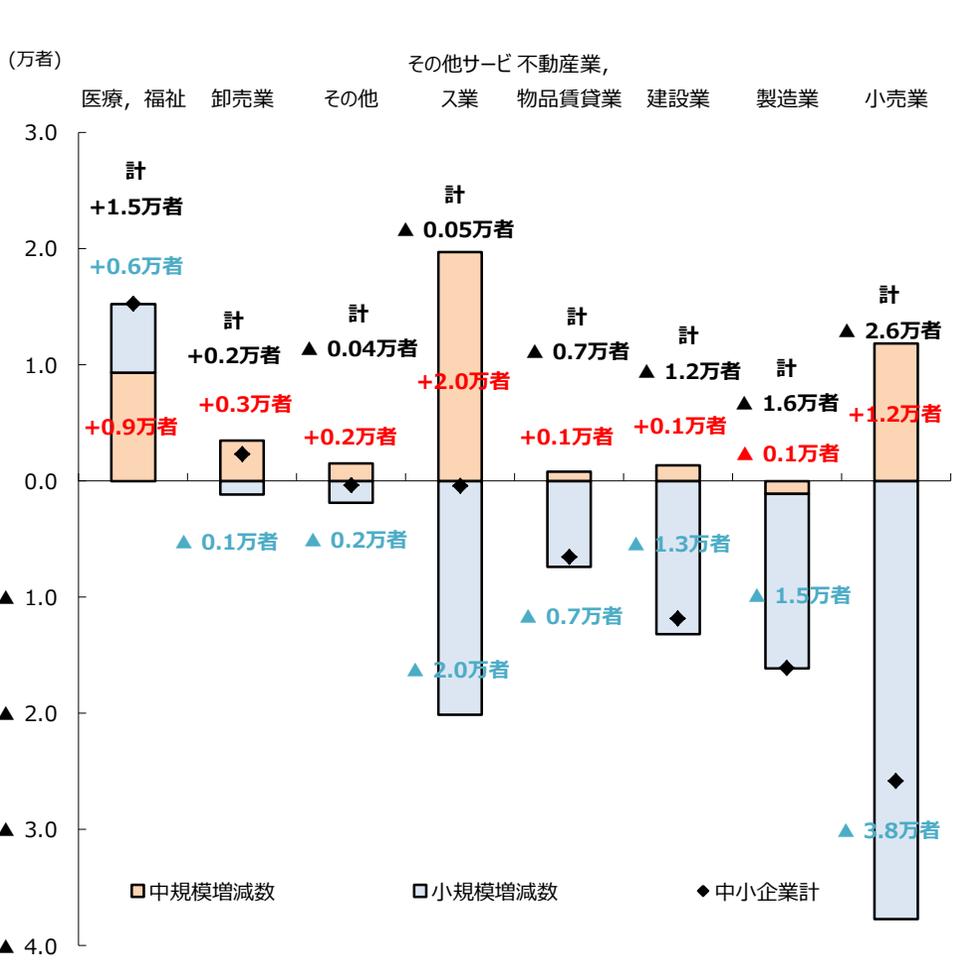
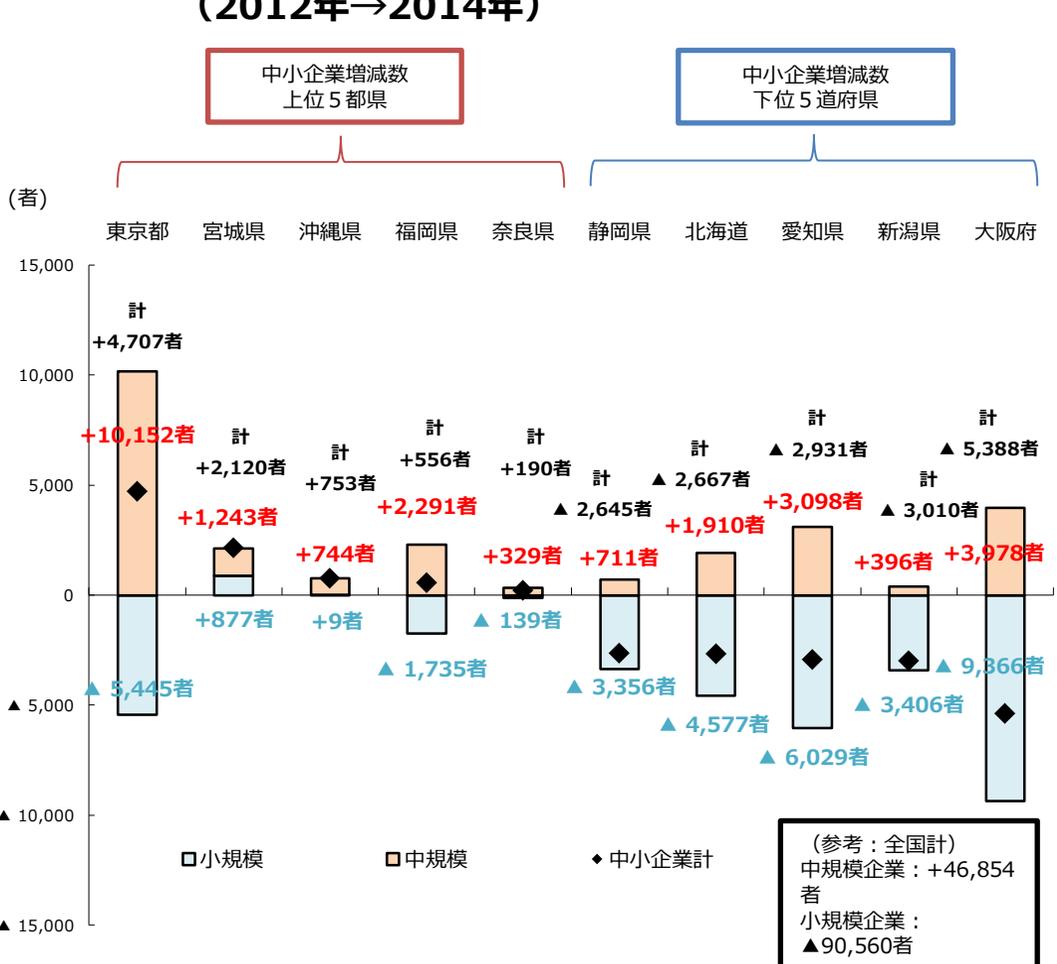


図2 都道府県別規模別中小企業数の変化(2012年→2014年)



(参考：全国計)
 中規模企業：+46,854者
 小規模企業：▲90,560者

(資料) 図3,4:総務省「経済センサス-基礎調査」総務省・経済産業省「平成24年経済センサス-活動調査」再編加工 (注) 1.平成26年と平成24年の経済センサスを用い、平成26年又は平成24年どちらかのみ企業情報が確認された企業のうち、全ての事業所が「開業」とされている企業を「開業」と見なし、全ての事業所が「廃業」とされているものを「廃業」とみなす。これらの分類に当てはまらなかった企業については「その他」とする。2.集計上、事業所移転等の理由により、開廃業数が実際より多く算出されている可能性がある。

中小企業の現状 (2) 企業収益と景況感

- 中小企業の経常利益は過去最高水準にあり、景況感も改善傾向。

図1 経常利益の推移

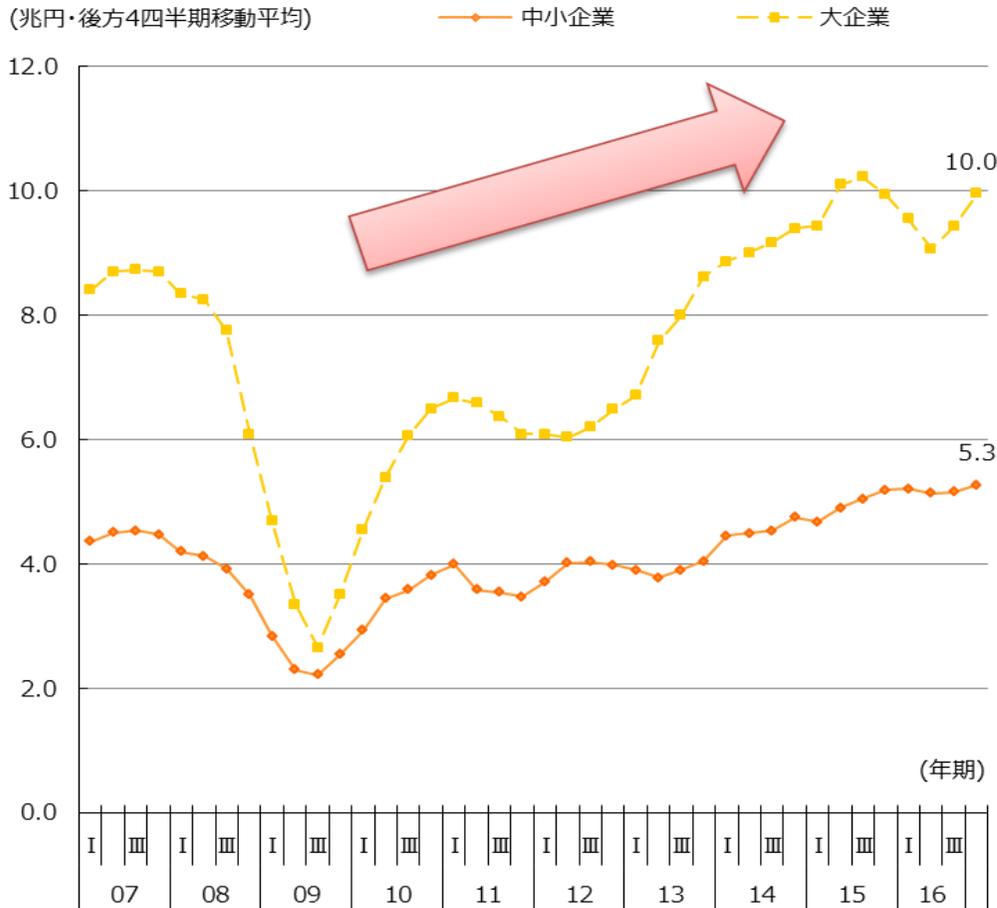


図1:財務省「法人企業統計調査季報」
(注) ここでいう大企業とは資本金10億円以上の企業、中小企業とは資本金1千万円以上1億円未満の企業とする。

図2 業況判断DIの推移

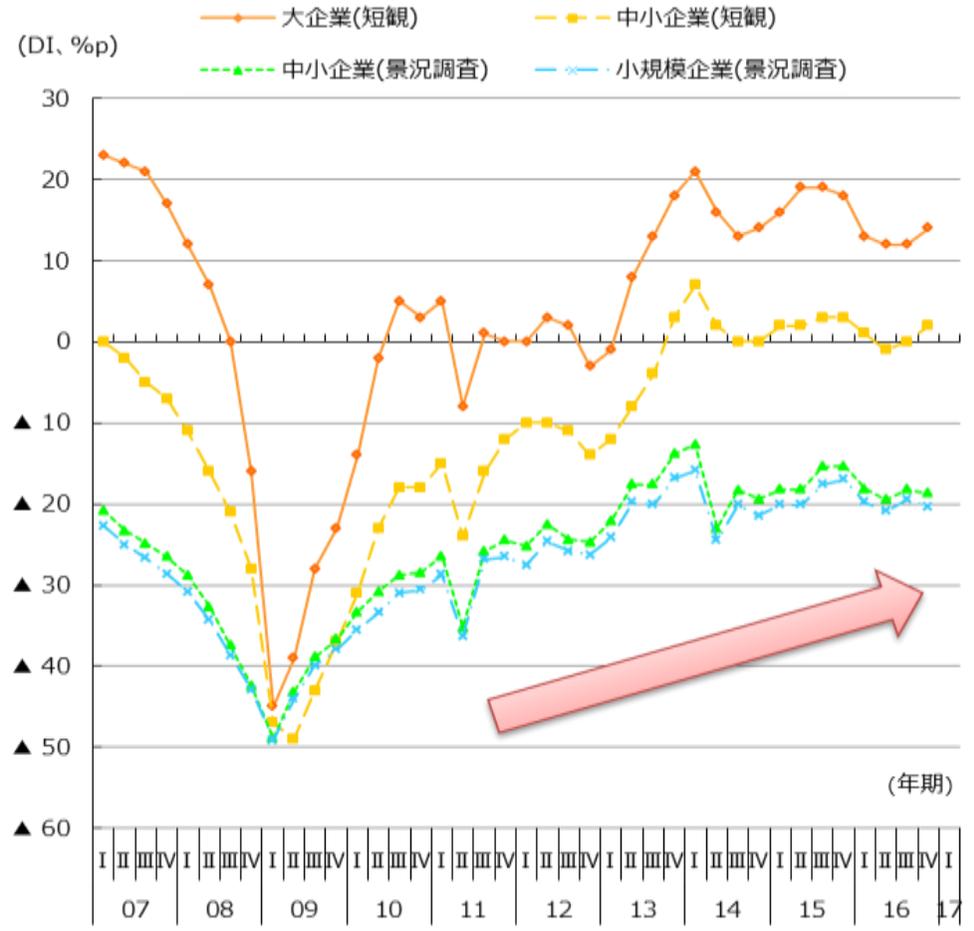


図2:日本銀行「全国企業短期経済観測調査」、中小企業庁・(独)中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」

(注) 日銀短観では、大企業とは資本金10億円以上の企業、中小企業とは資本金2千万円以上1億円未満の企業をいう。

中小企業の現状 (3) 売上高、生産性

しかし、中小企業の売上高、生産性は伸び悩んでいる。

図1 売上高の推移

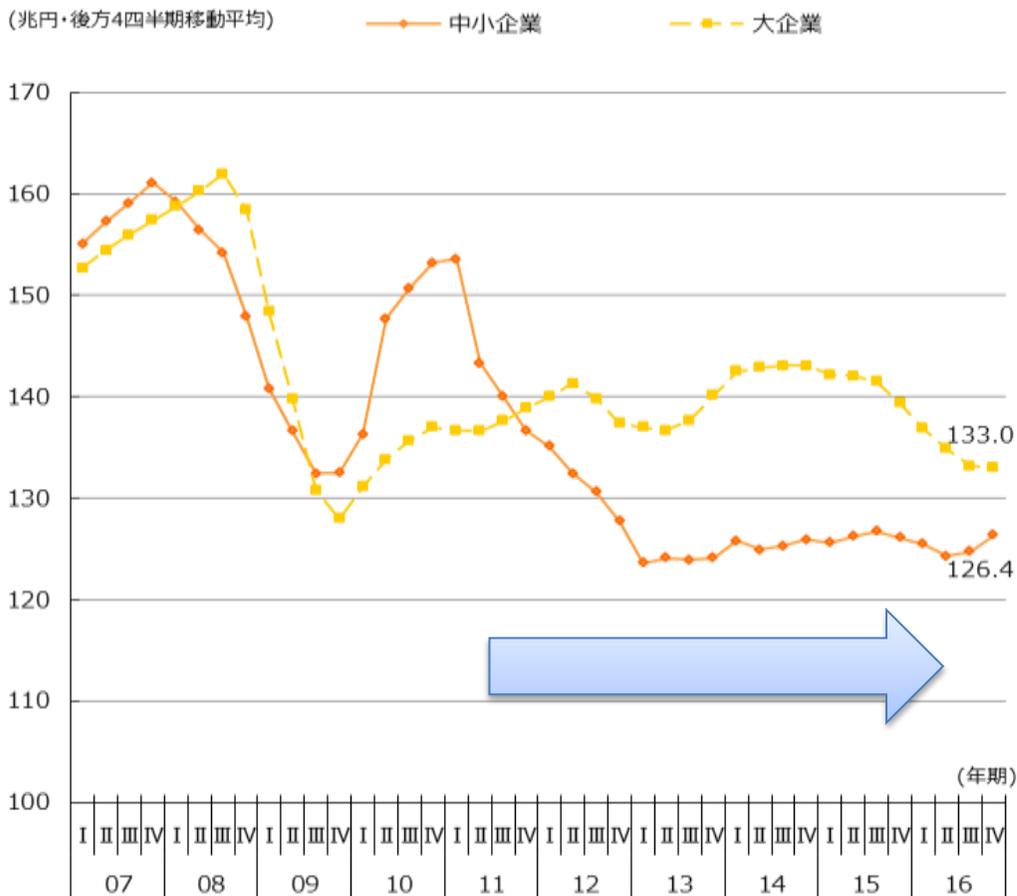


図1:財務省「法人企業統計調査季報」
 (注) ここでいう大企業とは資本金10億円以上の企業、中小企業とは資本金1千万円以上1億円未満の企業とする。

図2 規模別労働生産性の推移

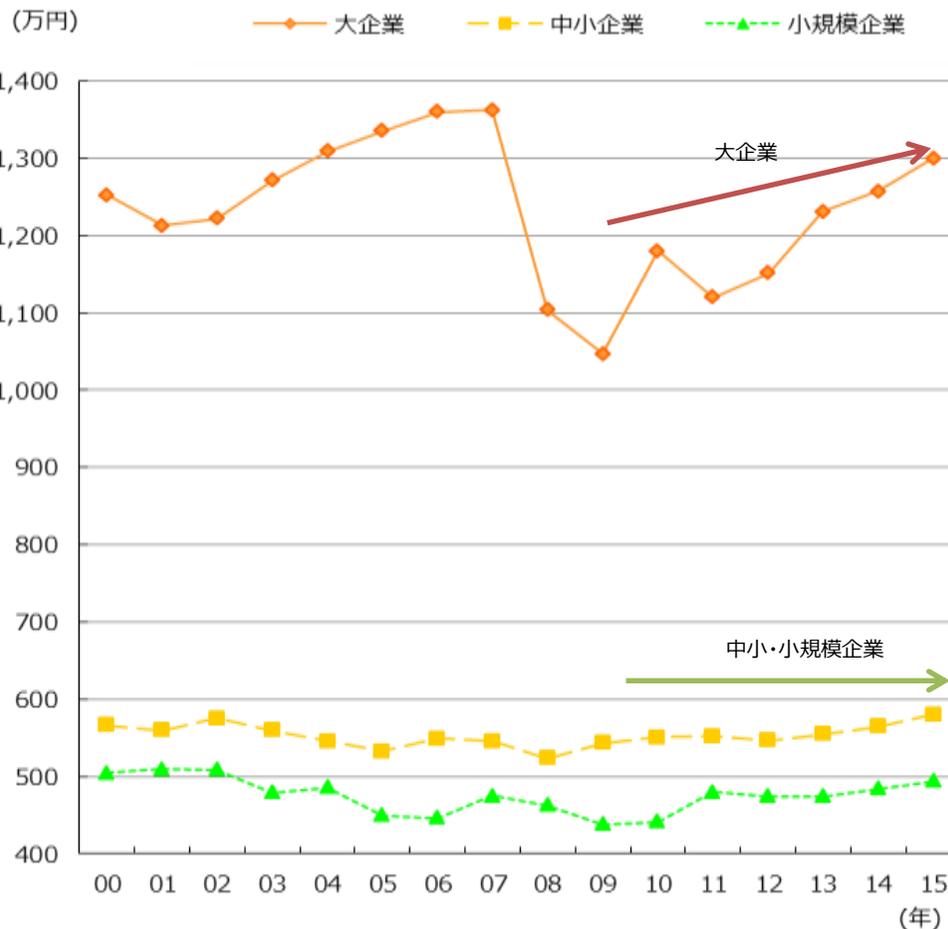


図2:財務省「法人企業統計調査年報」
 (注) ここでいう大企業とは資本金10億円以上、中小企業とは資本金1千万円以上1億円未満、小規模企業とは資本金1千万円未満の企業とする。

中小企業の現状 (4) 人手不足

全体の雇用者数が増加する中、中小企業の人件費は横ばい傾向で、規模の小さな企業で働く雇用者は減少している。結果、中小企業の有効求人数は大きく増加し、人手不足感が強まっている。

図1 規模別雇用者数の推移

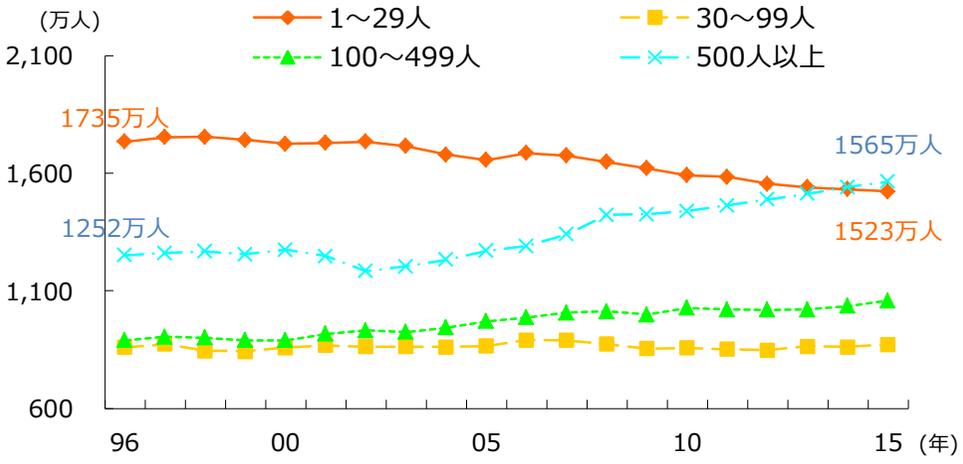


図2 人件費の推移 (規模別)

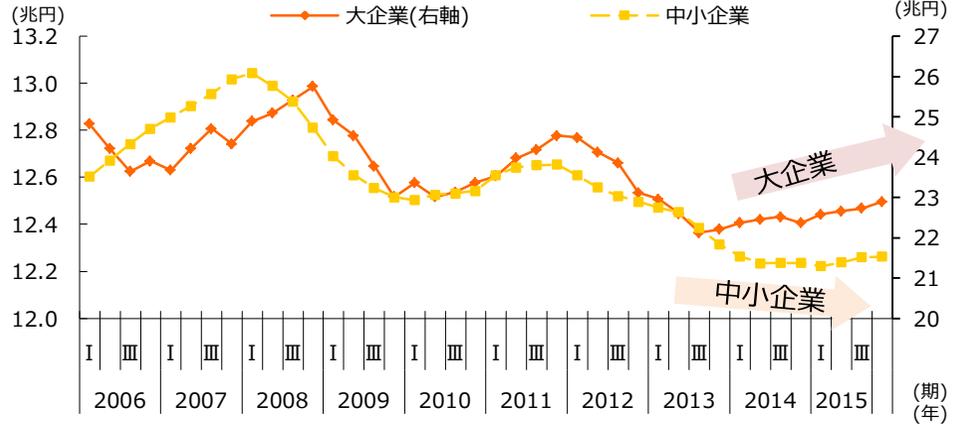


図3 規模別有効求人

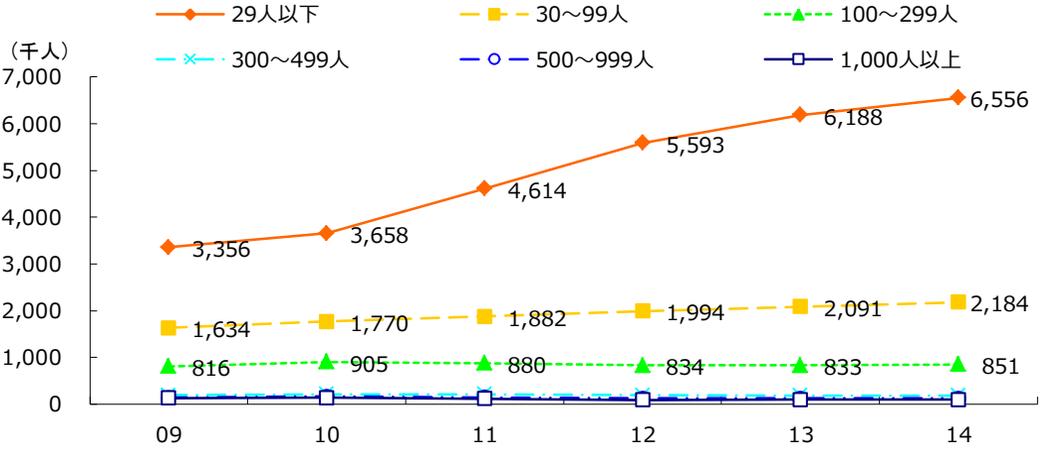
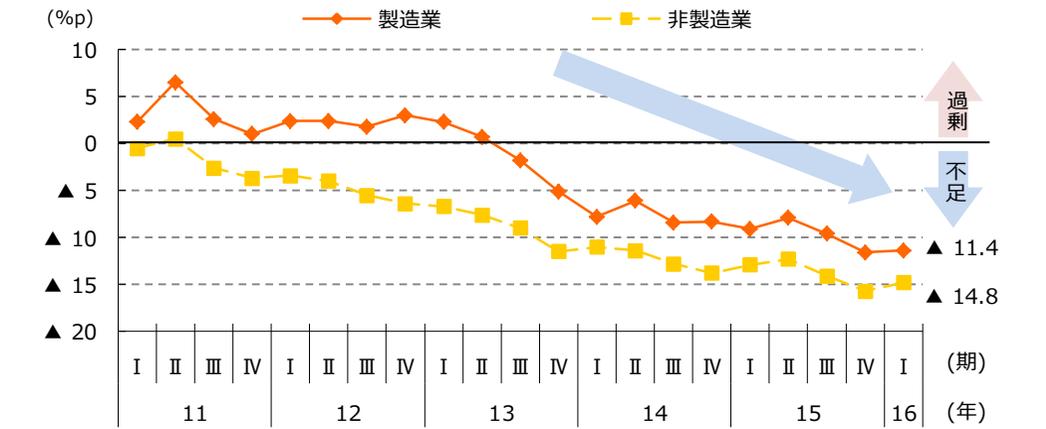


図4 従業員数過不足DI



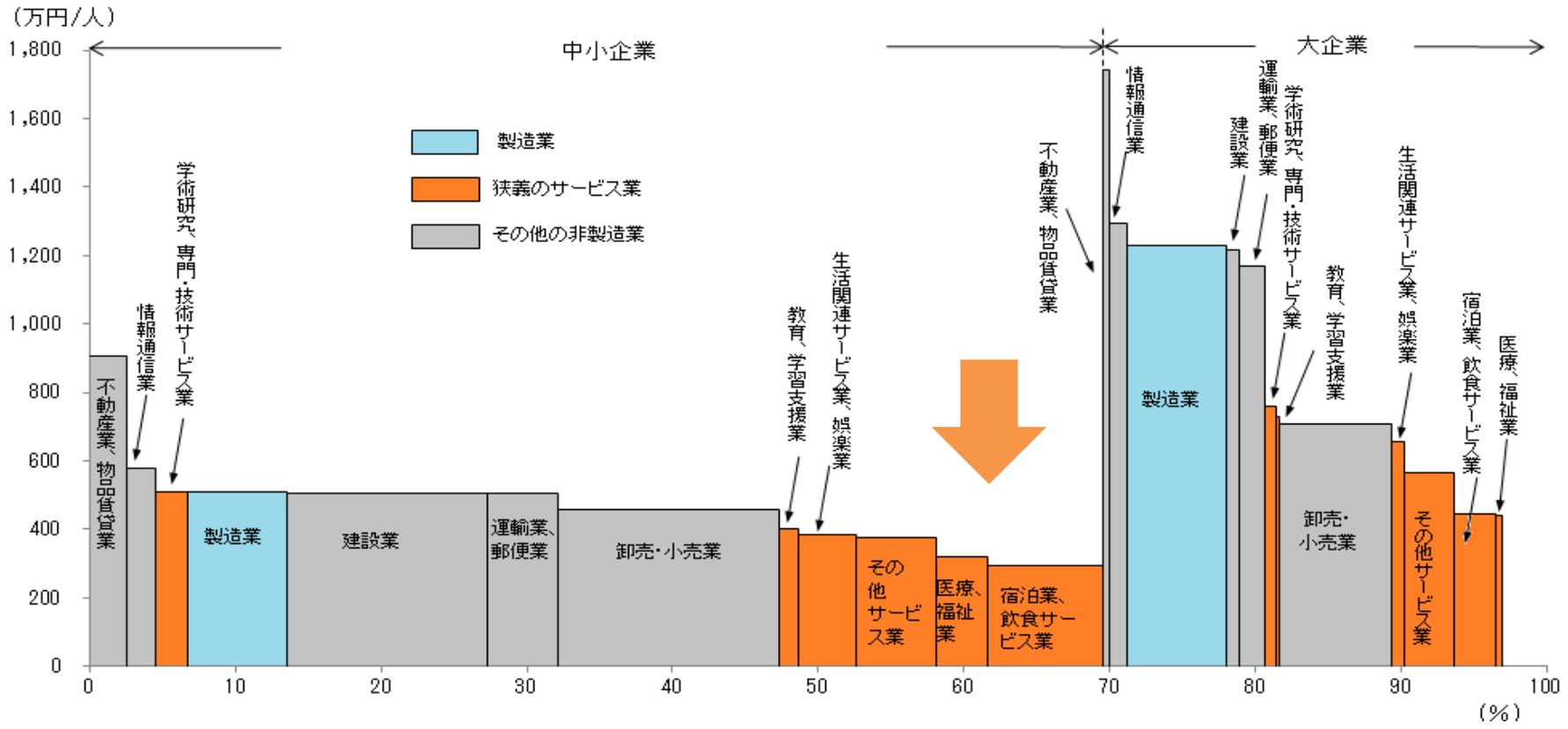
(資料) 図1:財務省「法人企業統計季報」(注) 後方四半期移動平均。中小企業とは資本金1千万円以上1億円未満、大企業とは資本金10億円以上の企業をいう。図2:総務省「労働力調査」 図3:中小企業庁・(独)中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」(注) 従業員数過不足数DIとは、「過剰」と答えた企業の割合(%)から、「不足」と答えた企業の割合(%)を引いたもの。図4:厚生労働省「一般職業紹介状況」

中小企業の現状 (6) 中小企業の生産性①

中小企業の労働生産性の業種別平均は大企業における業種別平均を下回っており、特にサービス業については他業種と比較して労働生産性の平均水準が低い傾向にある。

図1 労働生産性（縦軸）と従業員構成比（横軸）

中小企業の労働生産性は、**全ての業種において大企業を下回る水準**。また、**サービス業の生産性が低い傾向**。



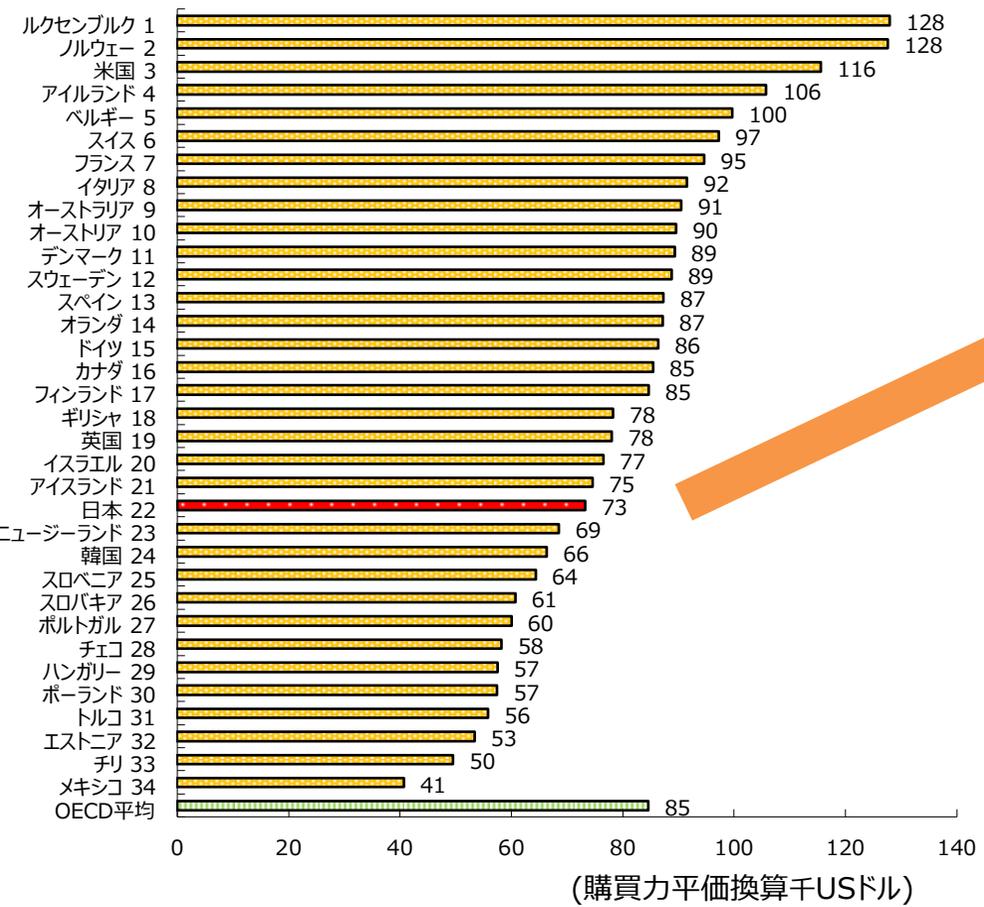
(資料) 財務省「平成26年度法人企業統計年報」総務省「平成26年経済センサス-基礎調査」再編加工
 (注) 1.労働生産性=付加価値額/総従業員数 2.付加価値額=営業利益+役員給与+役員賞与+従業員給与+従業員賞与+動産・不動産賃借料+租税公課 3.従業員数=役員数+従業員数
 4.ここでいう中小企業は、中小企業基本法上の定義による。5.法人企業統計年報の集計結果に金融・保険業が含まれていないため、従業員構成比の合計は100%にならない。

中小企業の現状 (6) 中小企業の生産性②

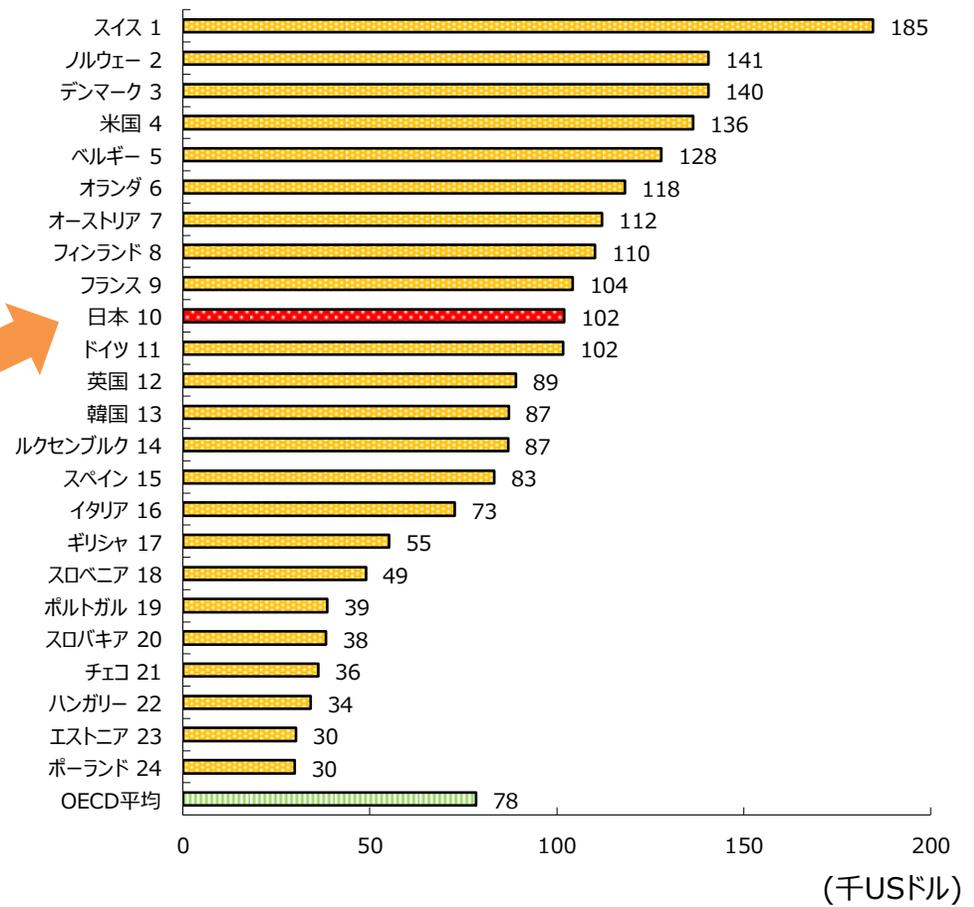
2013年のOECD加盟国の労働生産性を比較すると、日本は34カ国中22位だが、製造業に限ると10位となっている。こうした結果を受け、サービス産業の生産性向上が課題となっている。

図1 OECD加盟諸国における労働生産性の順位(2013年)

全体の労働生産性



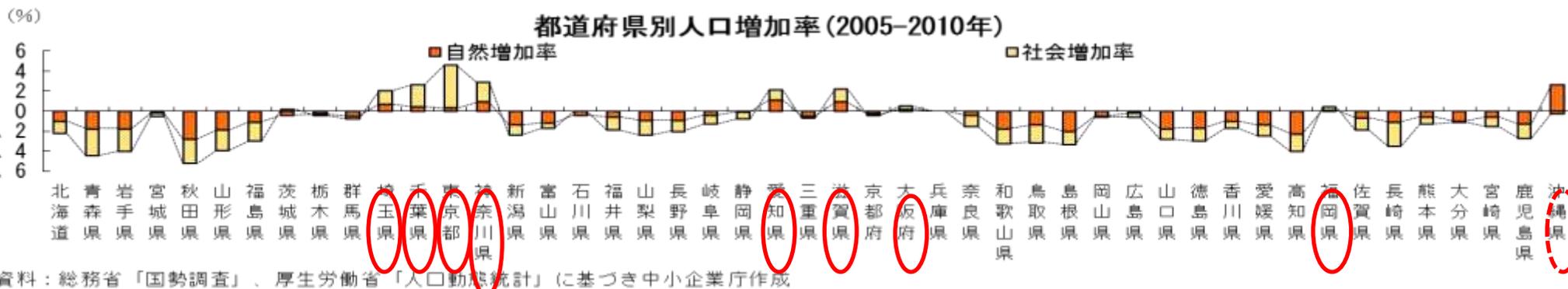
製造業の名目労働生産性



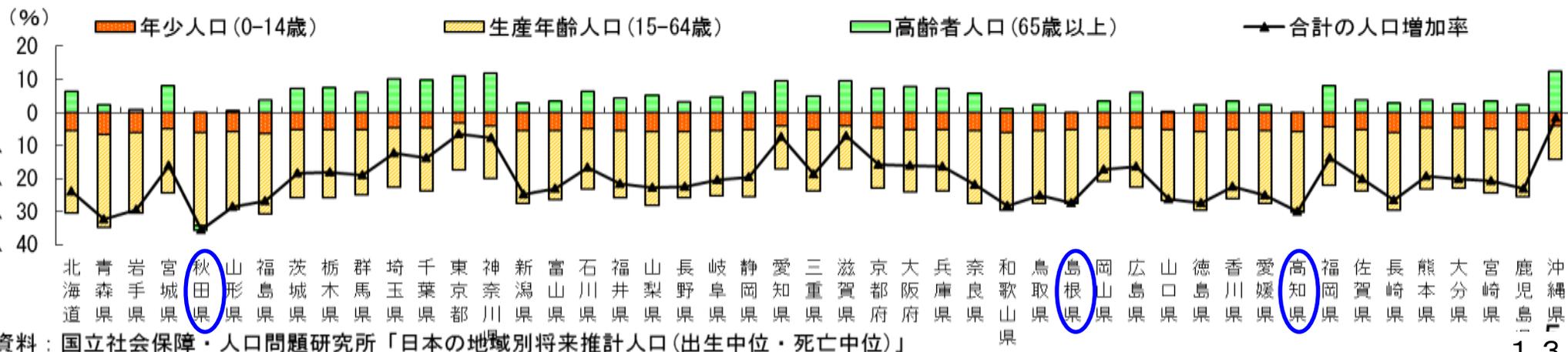
(資料) 日本生産性本部「日本の生産性の動向2014年版、2015年版」

(参考)人口減少・高齢化

- 日本は、**2011年**から**本格的な人口減少社会**に。2005年から2010年までの人口増減率を見ると、三大都市圏及びその周辺都市、福岡県、沖縄県以外は、人口減少。(沖縄県は自然増加率の上昇。)
- しかしながら、**2040年には、すべての都道府県で人口が減少**。とりわけ秋田県、島根県、高知県では、高齢者人口まで減少し、加速度的に人口が減少する局面に突入する。
- 今後の中小企業政策の立案**に際しては、このような不可逆的な人口動態、及び、厳しい国内の経営環境を前提とした上で、「いかに中小企業・小規模事業者が生き残っていけるか」、**中長期的な観点**から戦略的に考えていく必要あり。



2010年と比較した2040年の都道府県別人口増加率及び年齢階級別寄与度



中小企業の現状 (7) 経営者の高齢化

- 中小企業の経営者年齢は高齢化しており、倒産件数は減少しているが、休廃業・解散企業数は過去最多。
- 休廃業・解散企業のうち、経営者が60歳代以上、80歳代以上の企業の割合は過去最高。

図1 中小企業の経営者年齢の分布 (年代別)

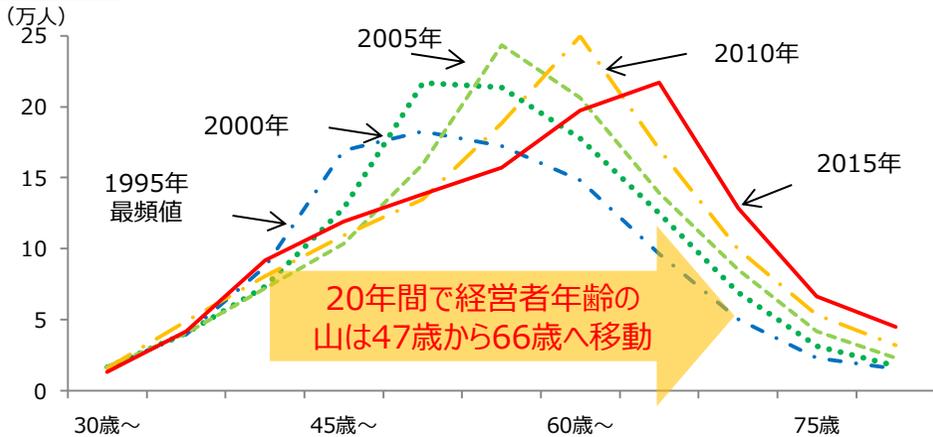


図1: (株)帝国データバンク「COSMOS2企業概要ファイル」再編加工
(注) 最頻値とは、各調査年で最も回答の多かった値を指す。

図2 休廃業・解散件数、倒産件数の推移

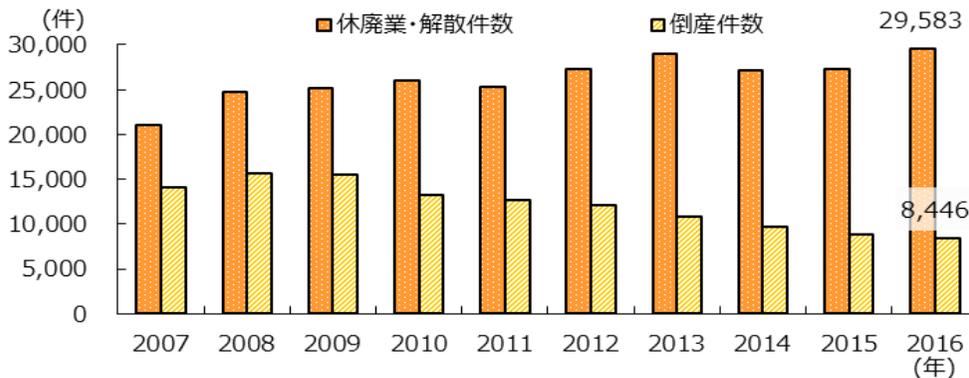
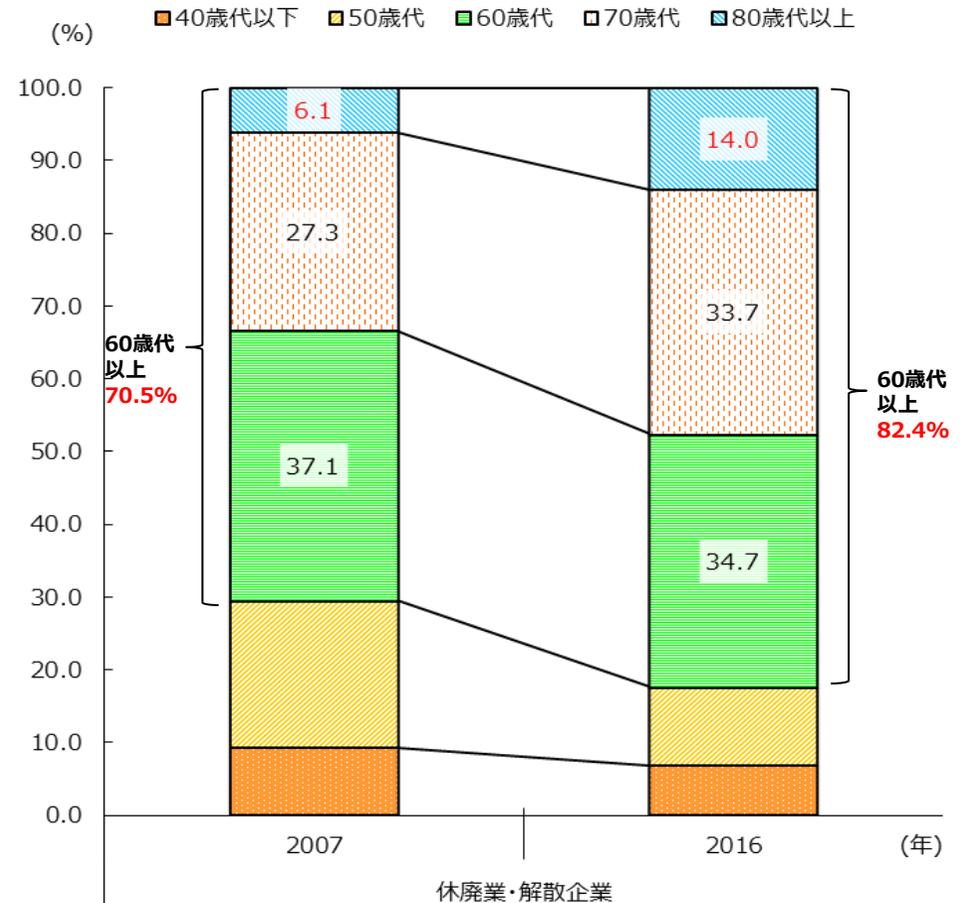


図2-3: 東京商工リサーチ「2016年休廃業・解散企業動向調査」

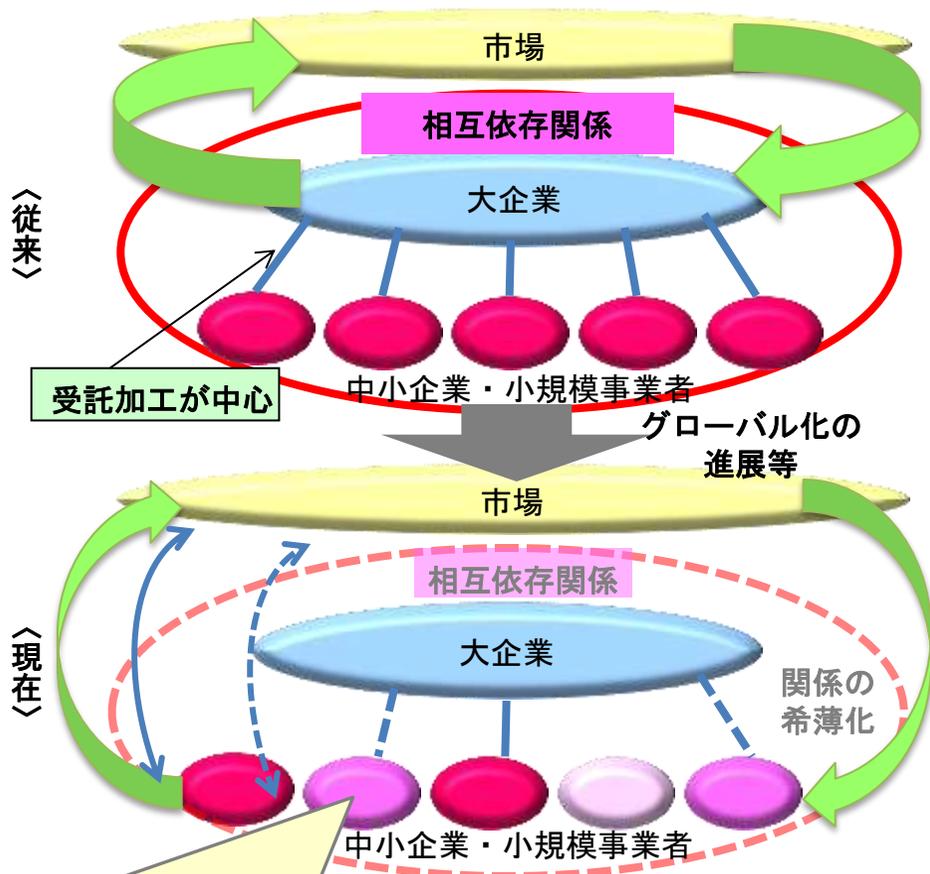
図3 休廃業・解散企業の経営者年齢



中小企業の構造変化①

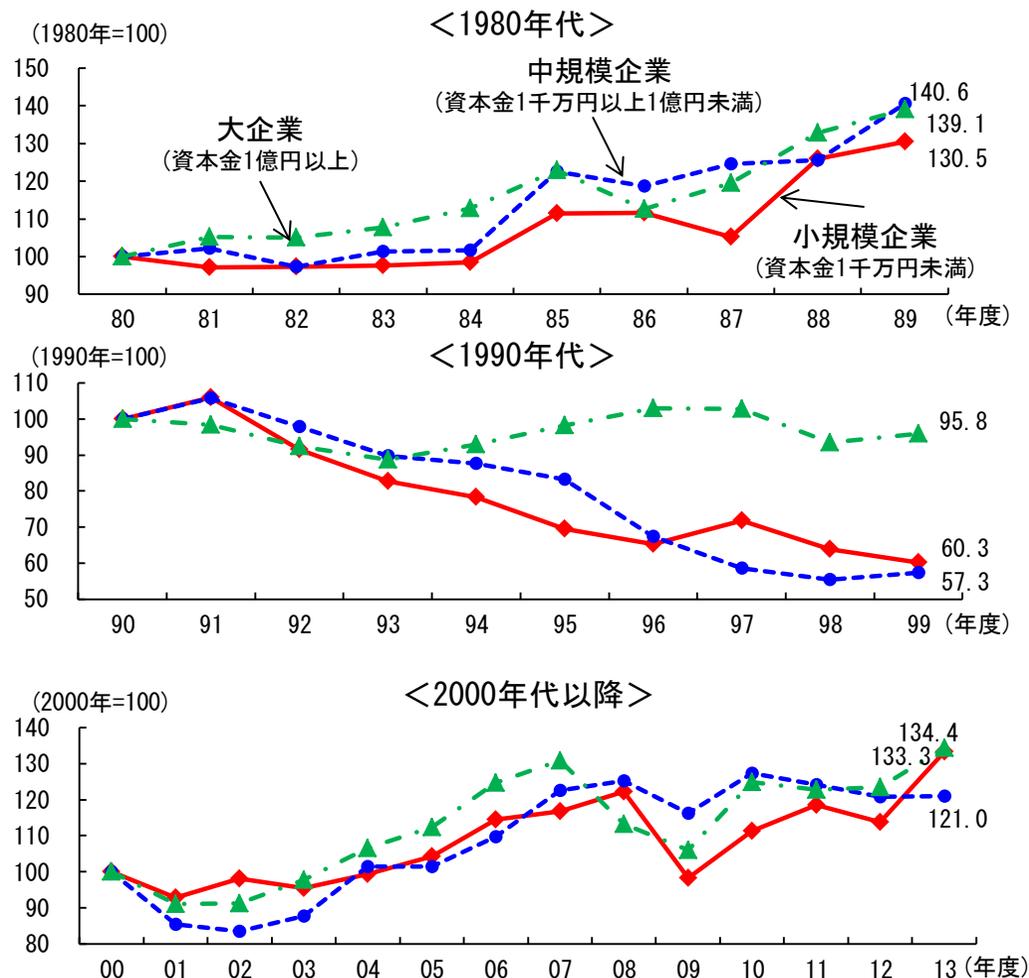
- 従来、大企業と中小企業・小規模事業者との間に存在した**相互依存関係**の下、**受託加工**を事業の中心にしてきた中小企業・小規模事業者は、**大企業が市場から獲得してきた需要の恩恵を享受**。
- しかし、**グローバル化の進展**等を背景に、大企業と中小企業・小規模事業者との間の**相互依存関係は希薄化**。これにより、中小企業・小規模事業者は**自ら市場と向き合い、需要を獲得**する必要に迫られている。
- 大企業と中小企業・小規模事業者の長期的な成長パターンを見てみると、1980年代は**共に成長**していたが、90年代に変化が生じ、2000年代に入り両者は再び成長している。しかしながら、**同じ規模の企業同士の間で収益力に差**が出てくるなど、状況の変化が見られる（詳細後述）。

大企業と中小企業・小規模事業者の取引構造の変容(製造業)



中小企業・小規模事業者も、能動的に市場と向き合い、経営に取り組んでいくことの必要性が高まる

企業1社当たりの実質付加価値額の推移(製造業)



資料：財務省「法人企業統計年報」、(独)経済産業研究所「JIPデータベース2014」

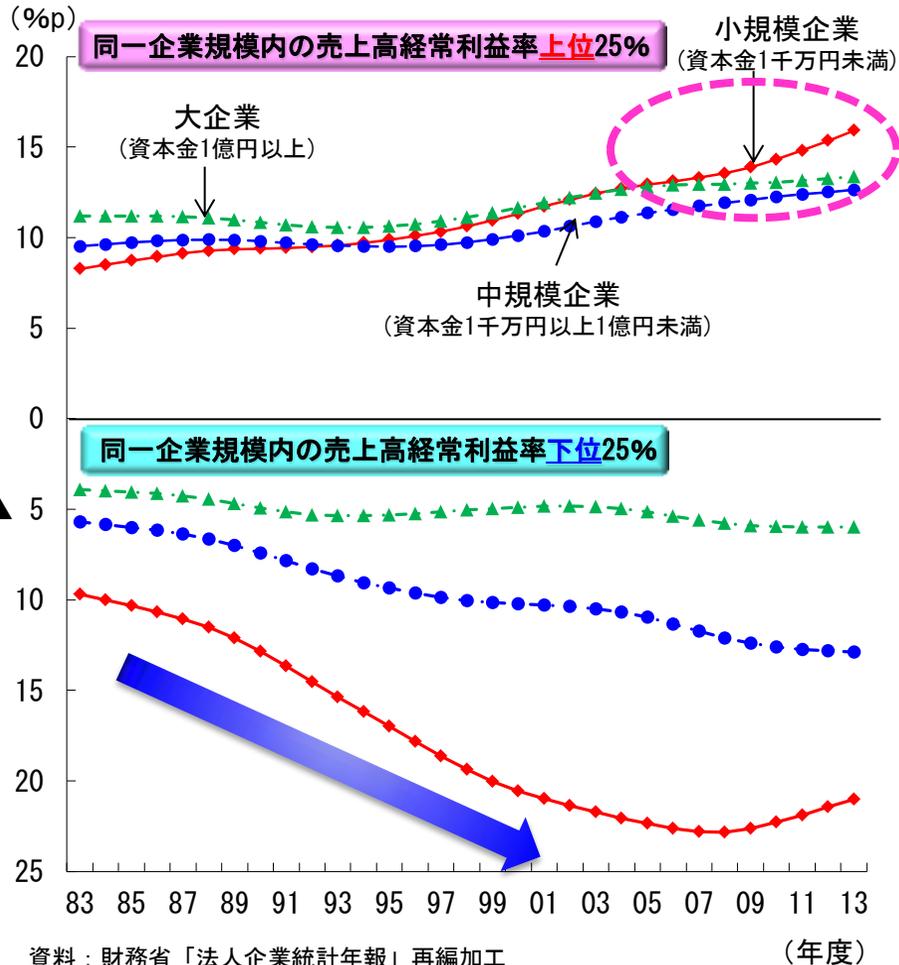
中小企業の構造変化②

○同じ規模の企業同士の収益力の差は、**趨勢的に拡大**。とりわけ**小規模企業同士で差が開いており**、**低収益企業の収益力が低下**する一方で、**高収益の小規模企業の収益率は、大企業をも凌いでいる**。

※同一規模内の売上高経常利益率が上位25%の企業を高収益企業、下位25%の企業を低収益企業と定義。

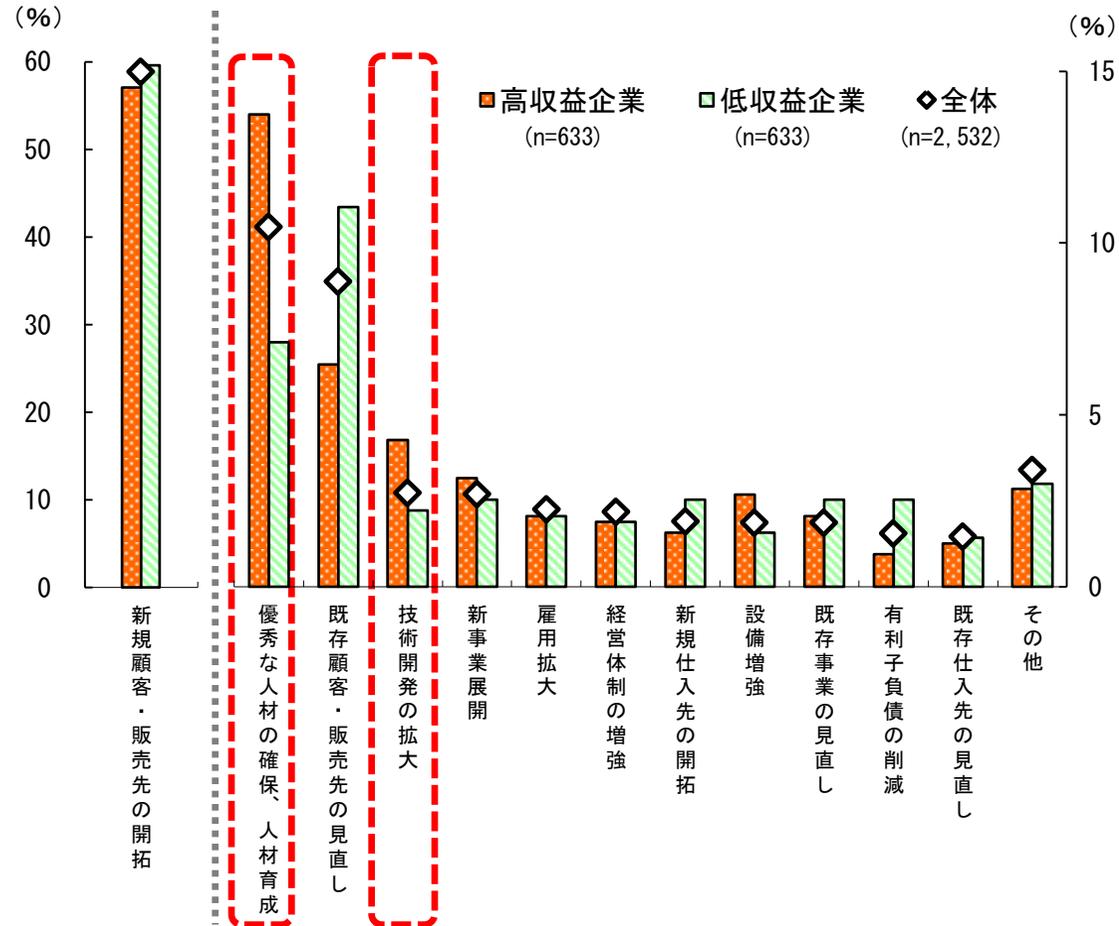
○収益力向上に向けた課題について、高収益企業、低収益企業ともに「**新規顧客・販売先の開拓**」に強い意識を持つ一方、高収益企業は低収益企業と比べ、「**優秀な人材の確保、人材育成**」、「**技術開発の拡大**」を強く意識。

高収益企業と低収益企業の売上高経常利益率(製造業)



資料：財務省「法人企業統計年報」再編加工

収益力向上に向けた課題



資料：中小企業庁委託「大企業と中小企業の構造的な競争力に関する調査」(2014年9月、(株)帝国データバンク)

中小企業の構造変化③

中小企業の中にも、生産性の高い稼げる企業は存在。こうした企業は、成長投資に積極的に取り組んでいる。

図1 労働生産性の累積分布

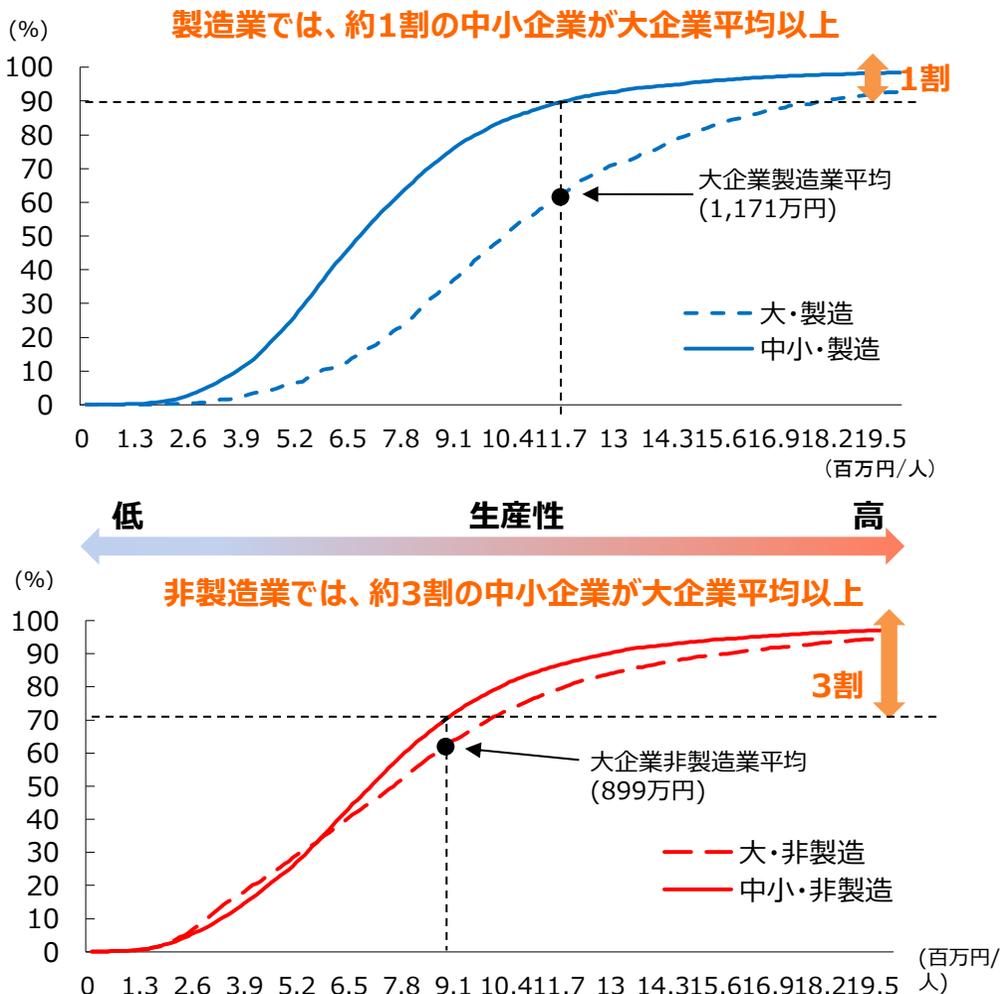


図2 労働生産性の高い中小企業の特徴(平均値)
(例：小売業)

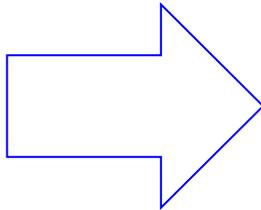
	構成比 (%)	資本金 (百万円)	従業員数 (人)	設備投資額 (百万円)	情報処理・通信費 (百万円)	従業員一人当たり人件費 (百万円)	資本装備率 (百万円/人)
大企業小売業平均以上中小企業 (n=383)	25.9	43.0	224.3	338.6	34.6	5.1	26.7
大企業小売業平均以下中小企業 (n=1,095)	74.1	42.2	350.0	97.8	17.4	2.4	15.2
中小小売業全体 (n=1,478)	100	42.5	306.0	182.0	23.4	3.7	19.2

生産性の高い中小企業は、設備投資やIT投資等に積極的で、一人あたりの賃金が高い傾向にあることがうかがえる。

(資料) 図1,2:「平成26年企業活動基本調査」再編加工(注)1.従業員数50人未満もしくは資本金又は出資金3000万円未満の会社は含まない。

2.労働生産性(従業員一人あたり付加価値額)の分布割合を10万円/人毎に集計し、累積を計上したもの。

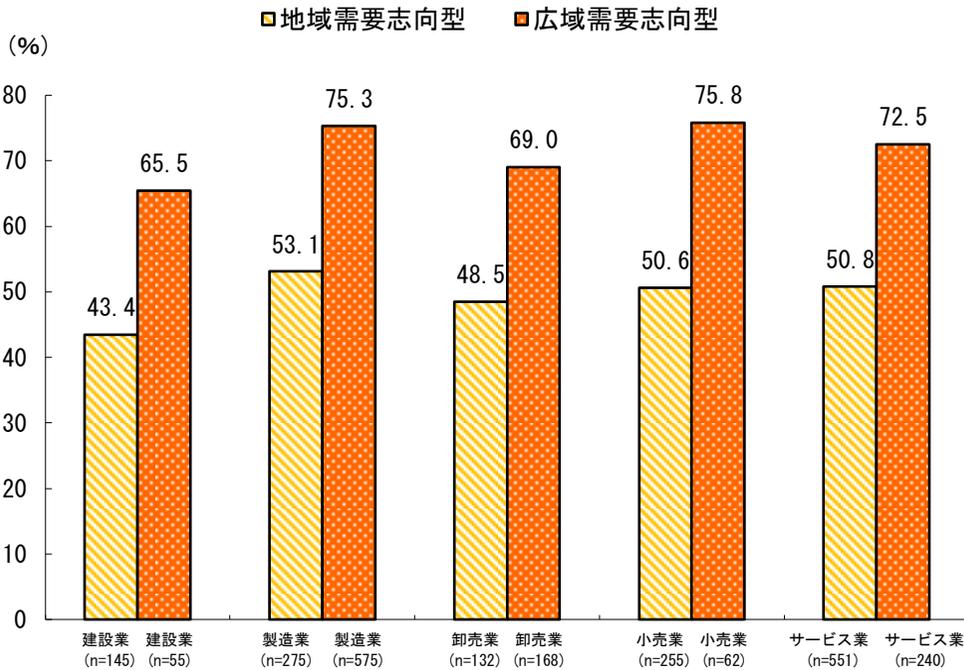
中小企業・小規模事業者が自律的な 経営主体となること



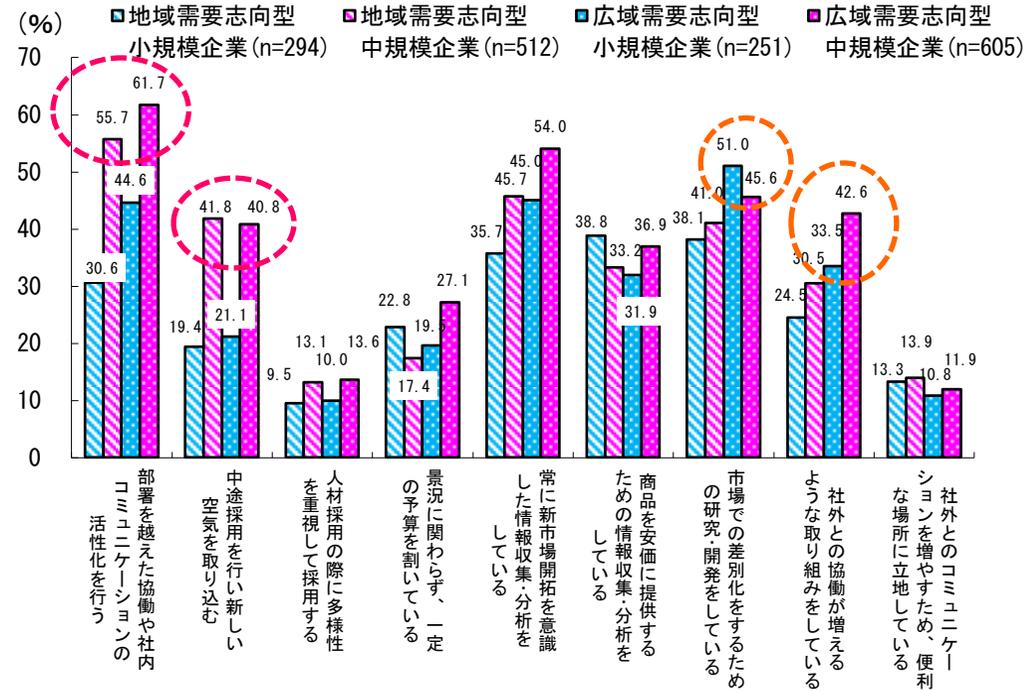
- ・イノベーション
- ・人材
- ・市場

- 「イノベーション活動」は、比較的規模が大きく、広域に事業を行う者の取組という印象が一般的には強い。
- 中小企業を、地域需要志向型、広域需要志向型の別にイノベーション実現に向けた活動状況を見てみると、**広域需要志向型企业の方が積極的に取り組んでいる。**
- ※今後最も力を入れたい市場を「同一市町村」、「同一都道府県」とする企業を地域需要志向型とし、「全国」、「海外」とする企業を「広域需要志向型」とする。
- 具体的な取組内容を規模別に見てみると、**中規模企業**は小規模企業と比較して、「部署を越えた協働」や「中途採用による新しい空気取り込み」等、**組織や人材を活性化させる取組**が活発に行われている。
- また、需要志向別に見ると、**広域で事業を営んでいる企業**ほど、**市場での差別化をするための研究・開発、社外との協働が増えるような取組**等、社外を意識した取組を活発に行っている様子が見られる。

需要志向型別に見たイノベーション活動の状況



イノベーションのために取り組んでいること



組織・人材

商品・サービス

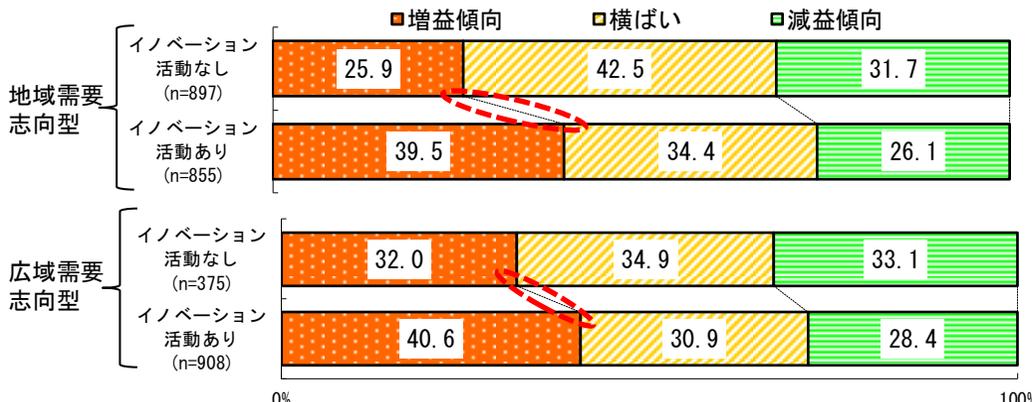
社外連携

資料：中小企業庁委託「市場開拓」と「新たな取り組み」に関する調査
(2014年12月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))

(注)「イノベーション活動の状況」とは、過去3年間にプロダクト・イノベーション、プロセス・イノベーションのいずれかの実現に向けたイノベーション活動を行った者を集計している。

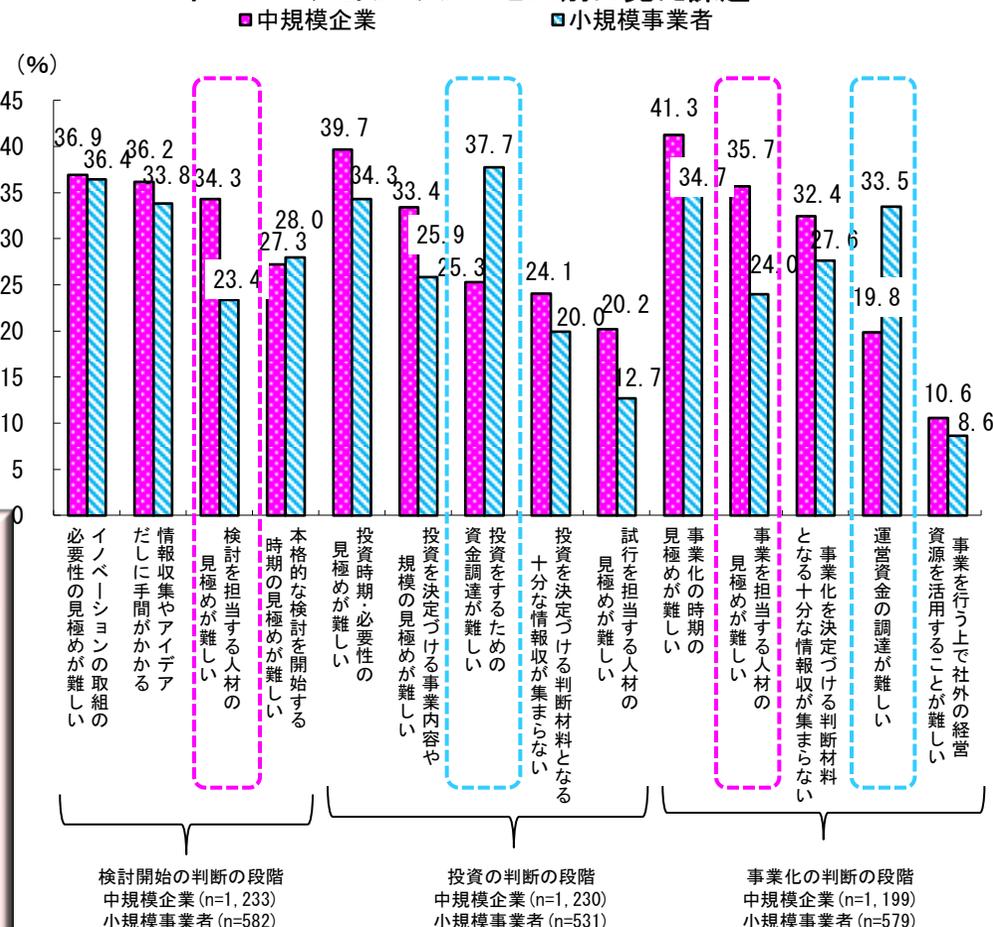
- **地域需要志向型であっても、イノベーションの実現に向けた活動に取り組んでいる企業は、取り組んでいない企業に比べて利益を伸ばしている傾向にある。** 地域需要を志向する企業も、イノベーション活動に取り組み、生産性を向上させ、収益力を高めることに、積極的に取り組んでいくべきと考えられる。
- イノベーションに取り組む際の課題を見てみると、「取組の必要性の見極めが難しい」、「事業化の時期の見極めが難しい」など、必要性やタイミングの見極めを課題としている者が多いが、規模別に見てみると、**中規模企業は「人材」に関する課題、小規模事業者は「資金」に関する課題**を挙げる者が多い。

需要志向別、イノベーション活動状況別に見た経常利益の傾向



資料：中小企業庁委託「市場開拓」と「新たな取り組み」に関する調査（2014年12月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)）
 (注) 直近3年間の経常利益の傾向に関して、「大幅な増益傾向」、「若干の増益傾向」と回答した企業を「増益傾向」とし、「大幅な減益傾向」、「若干の減益傾向」と回答した企業を「減益傾向」としている。

イノベーションのプロセス別に見た課題



検討開始の判断の段階
 中規模企業 (n=1, 233)
 小規模事業者 (n=582)

投資の判断の段階
 中規模企業 (n=1, 230)
 小規模事業者 (n=531)

事業化の判断の段階
 中規模企業 (n=1, 199)
 小規模事業者 (n=579)

資料：中小企業庁委託「市場開拓」と「新たな取り組み」に関する調査（2014年12月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)）
 (注) 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

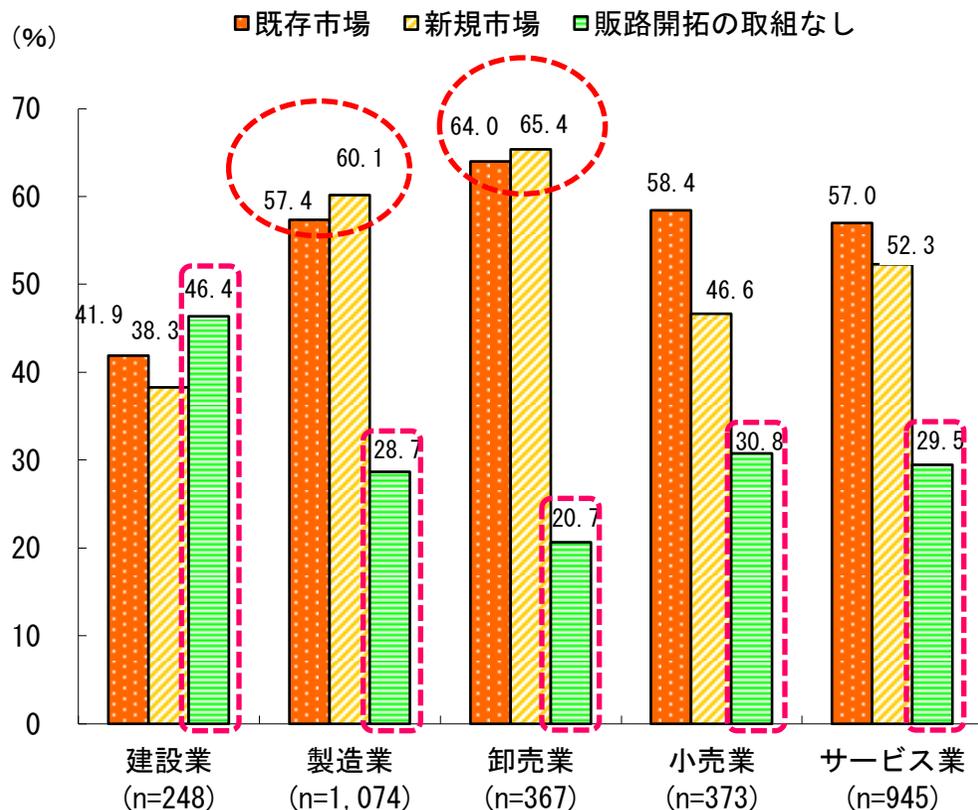
【事例①】株式会社スリーオーク（東京都 大田区）

- 「IT導入により顧客対応の改善を実現した地域需要志向型企業」
- ▶ 東京都大田区にて、不動産・宅建業を手がける企業。2000年に創業し、**地域に根づいた不動産業者として、地元を回って、物件情報を収集することで、きめ細かく対応**を行っている。
 - ▶ これまで地元の不動産は、紙で物件情報を示し、FAXでやりとりをすることも多かったが、近年、大手による不動産のポータルサイトも増え、膨大な物件情報が流通し、自由に検索が出来るようになってきている。**以前は、不動産業者として、物件情報を自社で抱えている方が有利な面もあったが、現在は需給が逆転しており、市場を取り巻く環境も大きく変わっている。**
 - ▶ こうした中、2009年に、同社もいち早く大手IT企業が提供している**クラウドサービスを導入**。クラウドを用いた、データ管理やカレンダー機能等を活用することで、**社内の情報共有と業務の効率化を進めることに成功**した。こうした業務効率化による生産性の向上に加え、社内の情報の共有スピードを上げることにより、顧客の要望への返答スピードが飛躍的に上昇。**顧客ニーズへの対応がより綿密になり、収益も拡大している。**



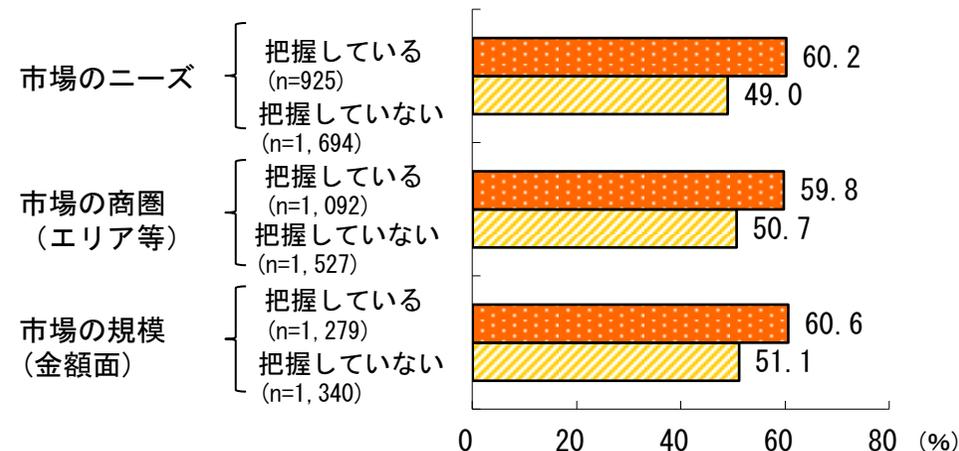
- 中小企業・小規模事業者の販路開拓の取組状況を、「既存市場」と「新規市場」に分けて見ると、**製造業と卸売業は、新規市場の販路開拓に取り組んでいる企業の割合が他業種に比べて高い。**他方で、**「販路開拓の取組なし」という者が、2割～4割超存在する。**
- 市場の把握状況別に、売上目標を達成した企業の割合を見ると、**新規市場は既存市場と比較して、総じて売上目標の達成状況は低く、**中小企業・小規模事業者における新規市場開拓の難しさをうかがわせる。
- 他方で、**市場のニーズ、商圈、市場の規模を把握していると回答した者は、把握していないと回答した者に比べて、目標の達成度合いが高い。**

業種別・市場別に見た販路開拓の取組状況

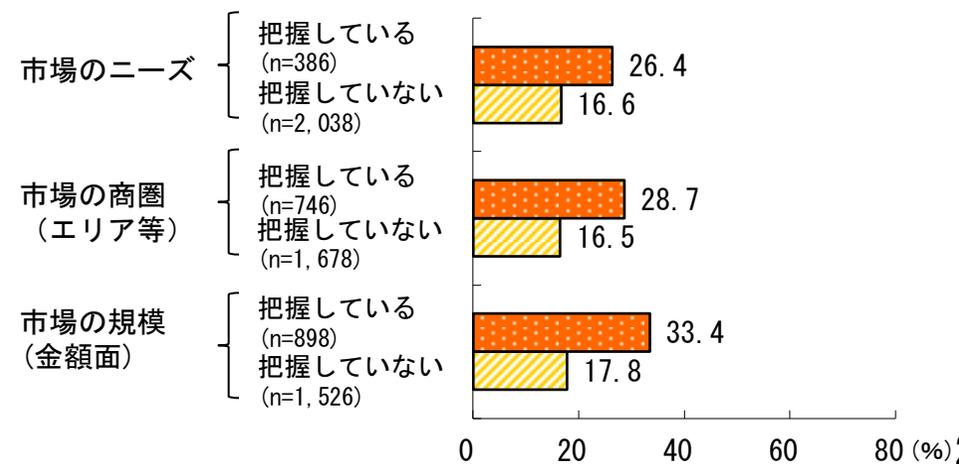


市場の把握状況別に見た売上目標の達成状況

(1) 既存市場の開拓



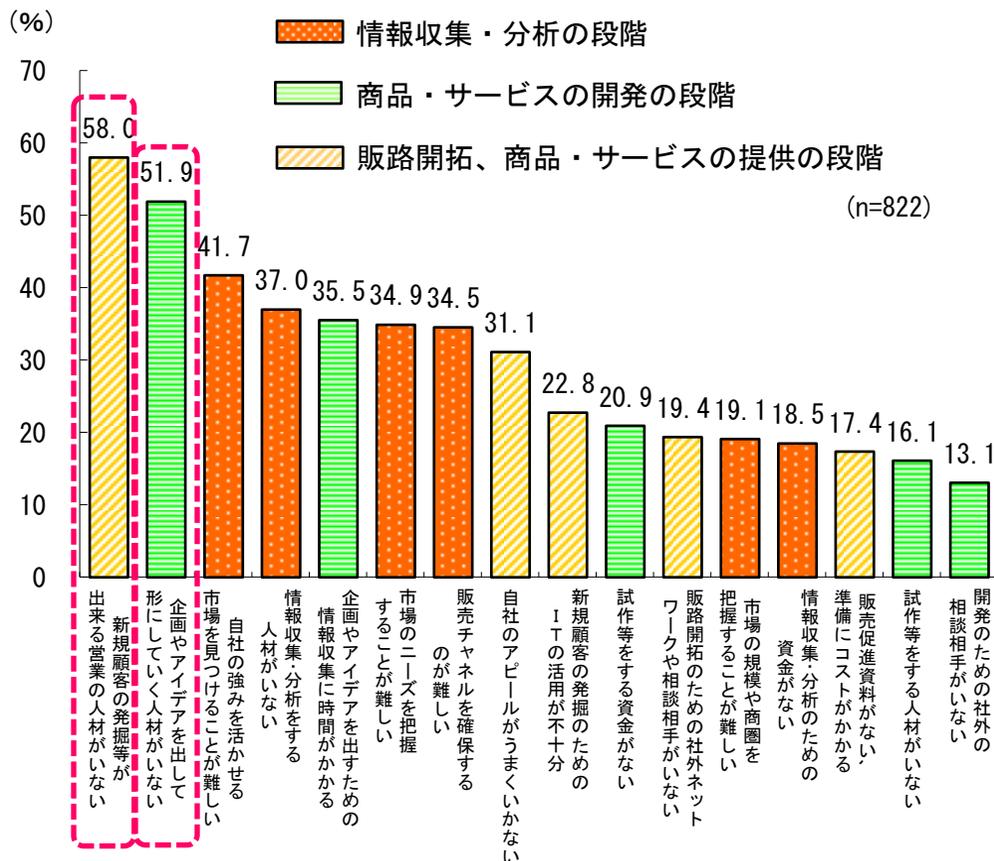
(2) 新規市場の開拓



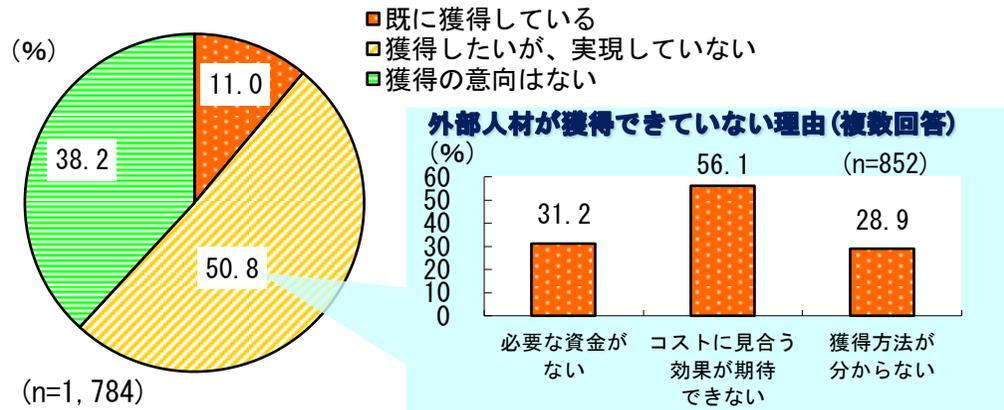
資料：中小企業庁委託「市場開拓」と「新たな取り組み」に関する調査
 (2014年12月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))
 (注) 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

- 売上目標を達成することができなかった企業が抱える、新規市場開拓時の課題を見ると、「**人材**」に関する課題が最も多く、次いで、情報収集・分析等の「**マーケティング**」に関する課題が多くなっている。
- 人材が不足している企業の半数以上で、外部人材の獲得が実現できていない。実現できていない理由として、「**コストに見合う効果が期待できない**」を挙げる者が多い。
- また、今後の市場開拓に向けたマーケティングに関する意識を見てみると、6割超の企業で市場調査の意思がある。さらに、開拓市場を「既存市場」、「新規市場」に分けると、**新規市場開拓の方が市場調査を行う意思が強くなっている**。

新規市場開拓の売上目標未達成企業が抱える課題

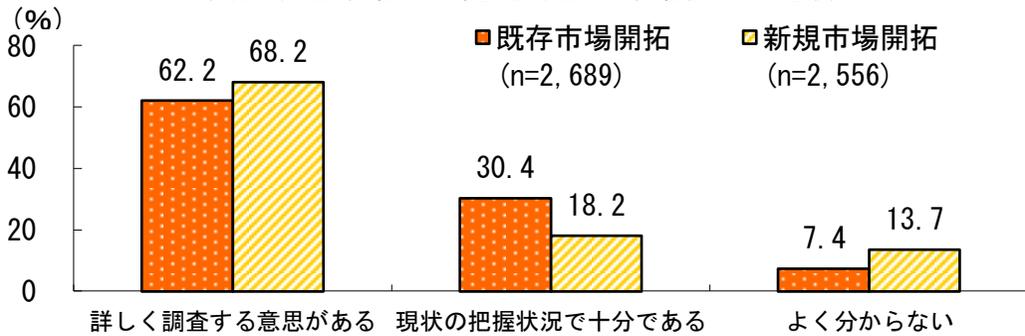


人材が不足する企業の外部から人材を獲得する意向



資料：中小企業庁委託「市場開拓」と「新たな取り組み」に関する調査（2014年12月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)）
 (注) 1. 販路開拓における課題のうち、人材に関する課題を抱えている企業について集計。
 2. 外部からの人材の獲得とは、販路開拓に対応できる人材を新卒・中途を問わず採用することを指す。

開拓する市場別に見た今後の市場調査の意識



資料：中小企業庁委託「市場開拓」と「新たな取り組み」に関する調査（2014年12月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)）

資料：中小企業庁委託「市場開拓」と「新たな取り組み」に関する調査（2014年12月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)）
 (注) 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

○これからは「よいもの」をつくるという発想から「売れるもの」をつくるという発想への転換が必要。市場のニーズを取り入れたり、デザインを活用するなど、**ブランドを構築**することで、新たな販路開拓の可能性が広がる。
 ○国内市場のみならず、成長する海外市場を取り込んでいくことも地域の中小企業にとっては重要である。販路開拓に当たっては、**海外での展示会に出展**していくほか、直接**海外の消費者にインターネット販売を行う方法**もある。

【事例①】(株)大直 (山梨県 市川三郷町)

- 障子紙の製造・販売を行う老舗メーカーが、**工業デザイナーとの連携**により新事業を立ち上げ、自社で開発した破れにくい障子紙「ナオロン」を使ったバッグや財布等を開発。
- 紙ならではの**質感の良さや、洗練されたデザイン等が評価され、世界18カ国で販売**されている。



【事例③】小野金物卸商業協同組合 (兵庫県 小野市)

- 刃物製造が盛んな地域であるが、刃物の出荷額が50年間で半分に落ち込んだ。この状況に危機を感じた同組合の若手メンバーを中心に、**地場のデザイナーと連携**し、「播州刃物」というブランドを立ち上げる。
- **デザイナー自身がPR資料等を作成し、積極的に「播州刃物」を宣伝し、海外への販路開拓に成功**している。



【事例②】大阪府東大阪市の取組 (株)オーシンの例)

- 「東大阪デザインプロジェクト」により、デザインと技術力の融合を実施。(株)オーシンでは、世界でも使える土鍋を作るという発想の下、**デザイナーとの連携**により、現代の食卓にフィットするデザインとした。
- **フランスの国際見本市に出展**したことがきっかけとなり、フランスでの販売を開始し、**海外や国内のネット販売を中心に販売**し、海外への販路開拓に成功。



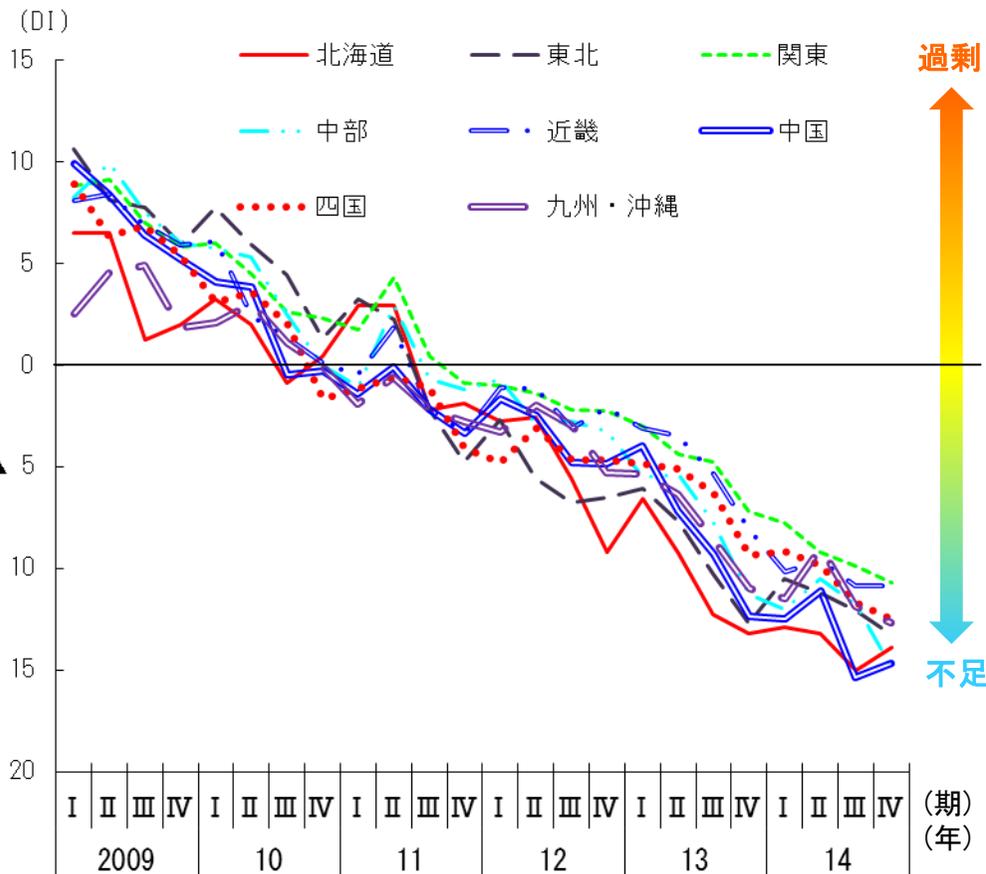
【事例④】ナビバード (大阪府 大阪市)

- 海外向けB to Cのネット通販事業を展開。**多言語対応(日英中)のサイト**を通じて、女性向けのファッション、雑貨、食品や伝統工芸品など**日本で流行している商品を120か国70万人の消費者に販売**している。
- 様々な商品をまとめて配送するため、**配送費を大きく抑えられる**ことが同社の強みである。

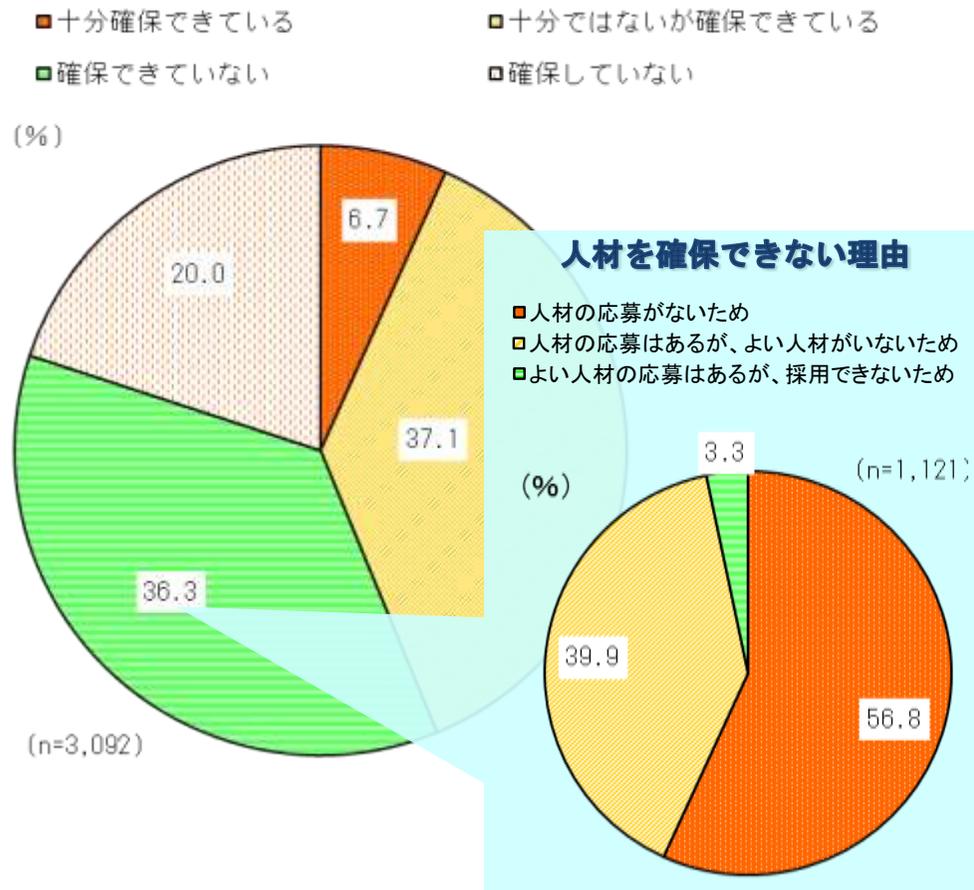


○ **中小企業・小規模事業者の従業員の不足感**は、**全国的に高まっている**。
 ○ アンケート調査でも、人材の確保状況について、「十分確保できている」や「十分ではないが確保できている」と回答した者の割合は5割に満たず、**中小企業・小規模事業者は人材を十分確保できていない**状況。人材が「確保できていない」理由を見ると、「人材の応募がないため」が6割弱を占める一方で、「人材の応募はあるが、よい人材がないため」という回答も4割存在し、**質・量両面での「人材不足」に直面**していることがわかる。

地域別に見た中小企業・小規模事業者の従業員数過不足DIの推移



中小企業・小規模事業者の人材の確保状況



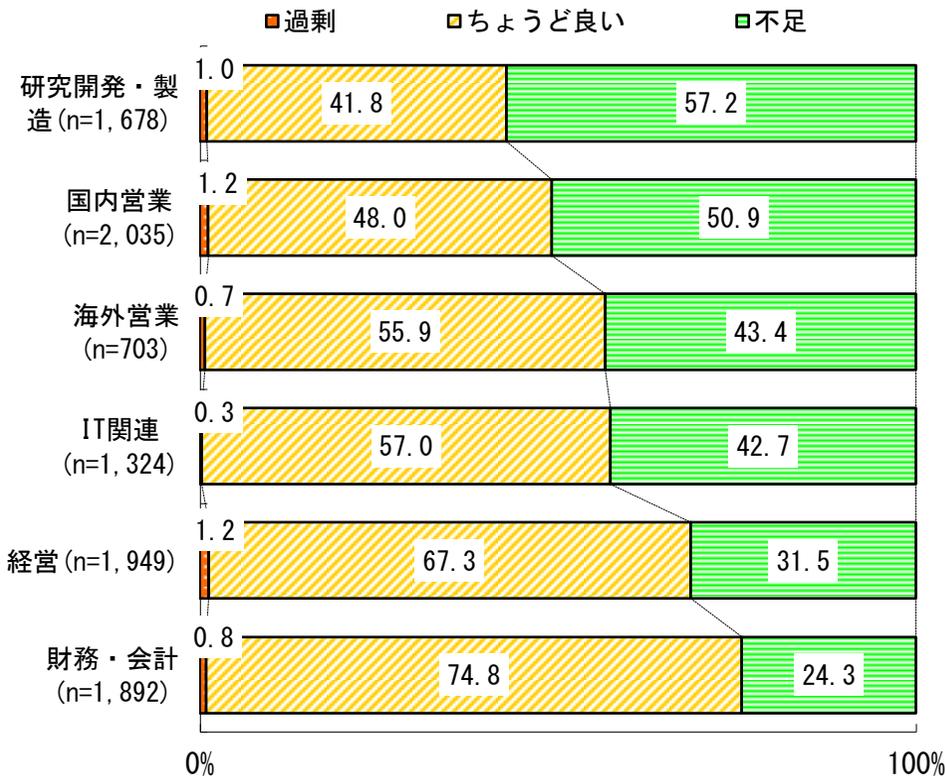
資料：中小企業庁・(独)中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」
 (注) 従業員過不足DIは、今期の従業員数が「過剰」と応えた企業の割合(%)から、「不足」と応えた企業の割合(%)を引いたもの。

資料：中小企業庁委託「中小企業・小規模事業者の人材確保と育成に関する調査」
 (2014年12月、(株)野村総合研究所)

中小企業・小規模事業者のさらなる飛躍 一人材② 人材の採用一

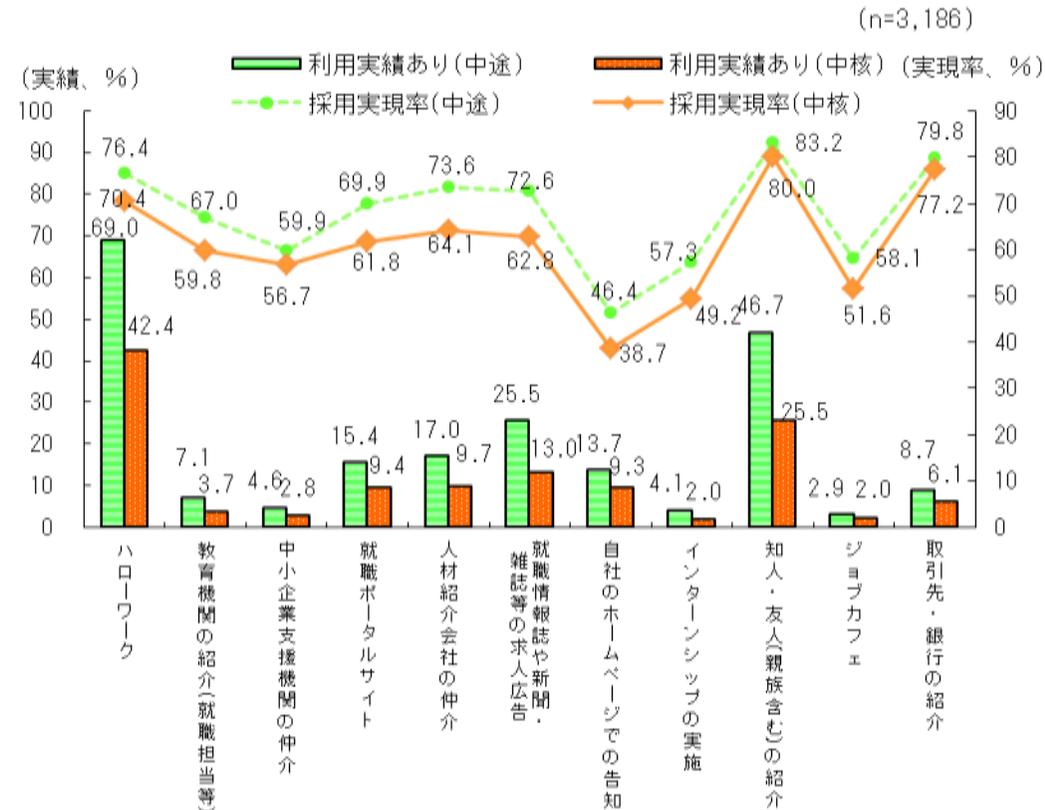
- 中小企業・小規模事業者において、経営の中核となる人材の不足感が強い。先に取り上げた販路開拓(営業)のための人材にとどまらず、**研究開発・製造、IT関連、経営等、多岐にわたる中核人材の不足感も強い。**
- 中小企業における、中途人材の採用手段としては、「ハローワーク」や「知人・友人の紹介」が多く利用されている。採用実現率(採用実績/利用実績)を見ると、「知人・友人の紹介」や「取引先・銀行の紹介」で高くなっている一方、「自社ホームページ」が最も低く、中小企業の人材採用における**顔が見える採用手段の重要性**が確認できる。他方で、様々な採用手段による採用実現率を高めることにより、中小企業の人材確保の方策を多様化していくことも必要と考えられる。
- また、中核人材の採用を見てみると、利用実績、採用実現率ともに中途採用と似た結果となった。**中小企業の「中核人材」の採用手段や供給源は、極めて限られていることがわかる。**

部門別の中核人材の過不足感



(注) 本調査における中核人材とは、「事業上の様々な業務において中核を担う人材、または特殊な資格や専門性の高い就業経験を有する即戦力たる人材」とする。

中核及び中途人材の採用手段

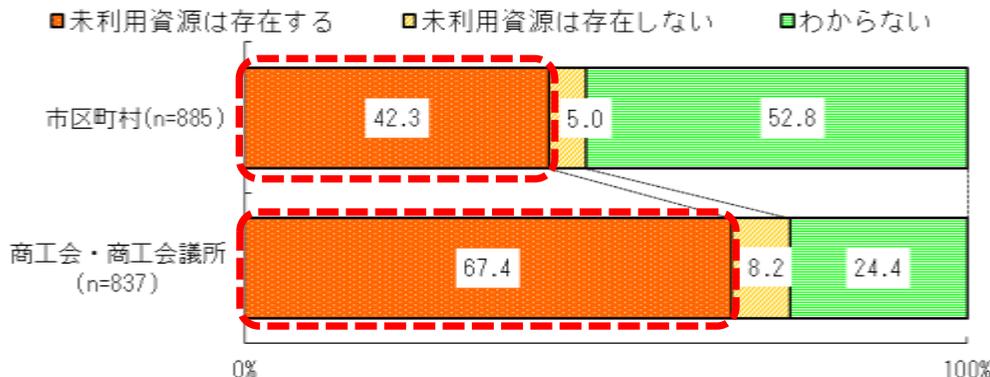


- (注) 1. 「利用実績あり」については、採用手段ごとの利用した企業の割合を示している。
 2. 採用実現率とは、採用手段ごとに「採用実績がある企業数÷利用実績がある企業数」から算出した。

○特定の産業による地域経済の牽引力が低下する中、他地域との比較優位を生む可能性を秘めた**地域固有の資源(地域資源)**に注目していく**ことが必要**。

○地域には、いまだに利活用されていない資源が眠っていると考えられる。しかしながら、そうした資源を活用し、**高付加価値の商品・サービスに磨き上げ**たり、その**売り込み(販路開拓)**が課題であると考えている地域も多い。他方で、そうした課題を乗り越え、地域資源の活用による地域活性化に成功している地域も存在する。

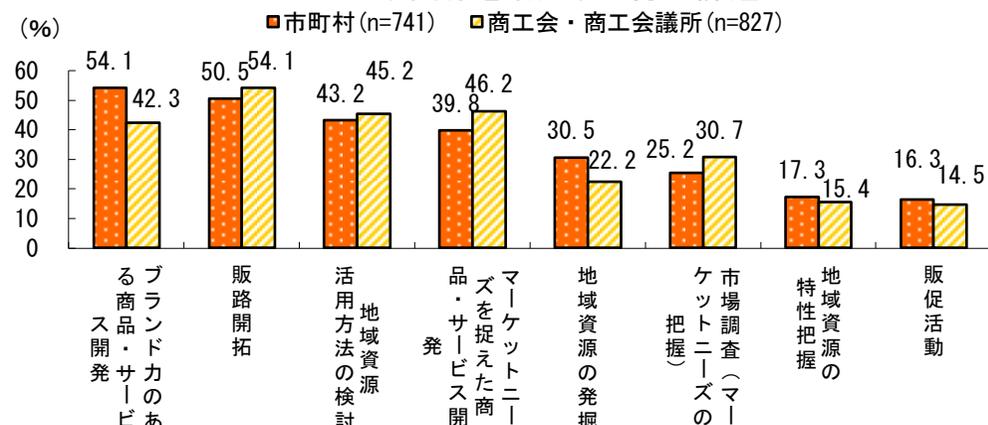
地域における未利用資源の存在



資料：中小企業庁委託「地域中小企業への支援に関する調査」「地域活性化への取組に関する調査」(2014年12月、ランドブレイン(株))

(注) ここでの「未利用資源」とは十分に活用されないままになっている「地域資源」のことを指す。

地域資源を活用する際の課題



資料：中小企業庁委託「地域活性化への取組に関する調査」(2014年12月、ランドブレイン(株))
「地域中小企業への支援に関する調査」(2014年12月、ランドブレイン(株))

【事例①】落石ネイチャークルーズ協議会 (北海道 根室市)

「未利用資源の活用事例」

- ▶ 北海道の最東端にある都市で、古くから漁業が盛んな地域。
- ▶ 遊覧航行に乗船した人が、**その地域に普通に存在していたものの、世界的には希少な**海鳥「エトピリカ」の繁殖地である海の可能性に着目し、観光資源としての可能性を提言、その後、漁船を使ったクルーズ事業を開始。
- ▶ 専門家からの事業可能性の提案を、漁師が自らの事業として前向きに受け入れ、**時間をかけてその価値を磨いた**。〈漁船を使ったクルーズの様子〉
- ▶ 年間で1,000名弱の乗客数に上る。このうち、道外からの客が約4割を超えており、**近年では海外からの客も増加**している。今後は若年層の雇用創出も期待される状況となっている。



【事例②】(株)ファーストインターナショナル (青森県 八戸市)

「特産品の海外販路開拓の事例」

- ▶ 全国有数の水産都市。1994年に八戸港にシンガポール、香港、台湾を結ぶコンテナ定期航路が開設。
- ▶ **地元産品の輸出を支援**する目的で、商工会議所青年部が中心となり、1994年に当社を設立。2002年、台湾へ「りんご」の輸出を開始。生産者(農家)と市場をつなぐだけでなく、農家向けに**輸出用の選果、箱のデザイン、輸出向けの梱包等の指導(支援)**を実施。
- ▶ りんごの輸出は年々増加。売上：10億円(2005年)→14億円(2014年)
- ▶ 地域内の雇用創出にも貢献。従業員7名のうち6名が語学が堪能な地元の若者。

〈青森県の特産品「りんご」〉



日本経済 3つの中期的課題

(1) 設備投資・研究開発投資

(2) 賃金

(3) 人口減少

長期停滞が続く日本経済 (日本の名目GDP・国際競争力順位)

世界GDPに占める日本と中国のGDPシェア



世界GDPに占める日本のGDPシェア



日本の一人当たりGDPの世界ランキング



日本のIMD国際競争力順位

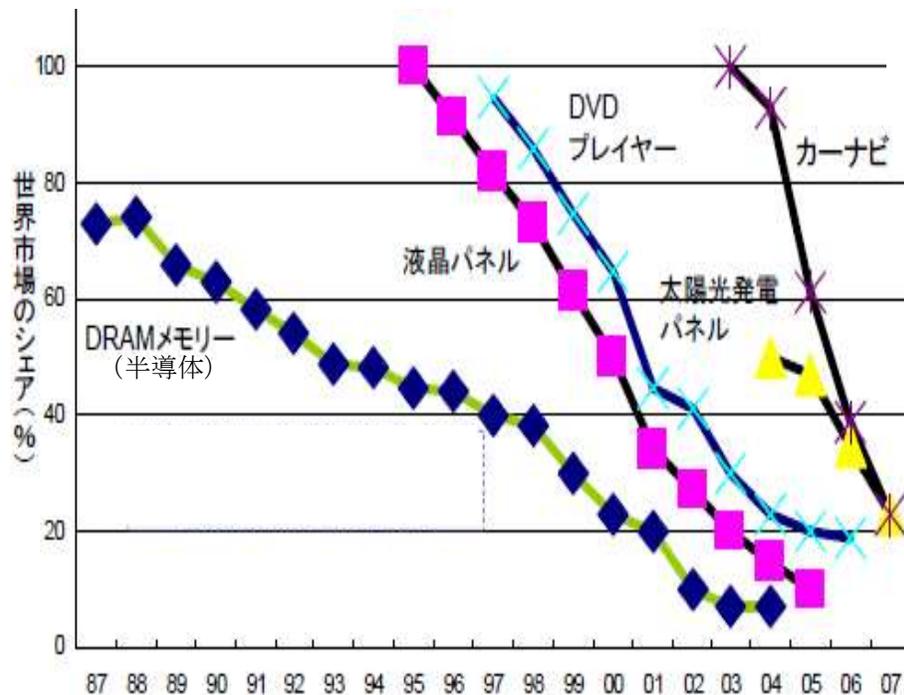


日本企業の競争力は低下

○国際的な投資競争の中で、投資意欲の乏しい日本企業は国際競争力を失い、技術で勝っていた半導体や液晶といった分野で、世界シェアを縮小。近年は、日本企業が世界シェアを落とすスピードが加速している。

○また、我が国企業の収益性も、国際的にみて低迷している。

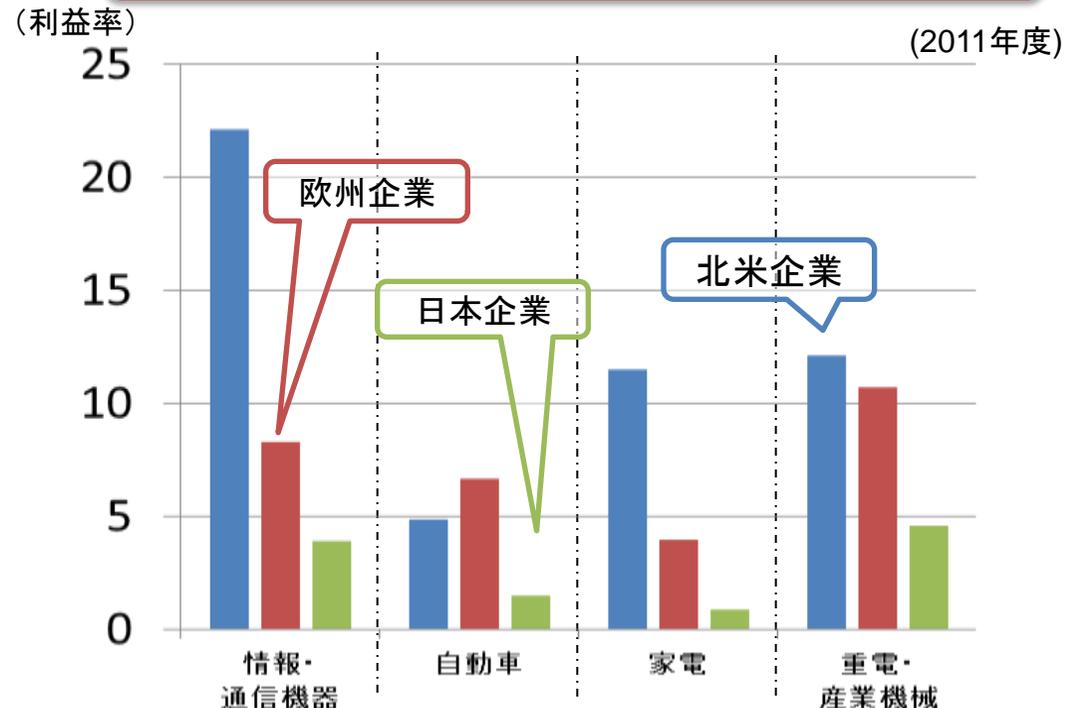
主要製品の日本企業の世界シェア推移



(出所)小川 紘「製品アーキテクチャのダイナミズムと日本型イノベーション・システム
—プロダクト・イノベーションからビジネス・モデル・イノベーションへ—」

利益率の比較(4業種)

日本企業の利益率は、海外企業の半分以下



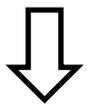
(出所): 日本機械輸出組合「日米欧アジア機械産業の国際競争力の現状」を基に経済産業省作成

「失われた20年の歪み」

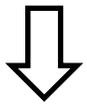
○1990's初め～ バブル崩壊 「3つの過剰」ー 設備・雇用・債務
設備投資を抑制(減価償却 > 設備投資)



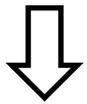
○2002～ 緩やかな景気拡大、しかし設備投資は伸びない
企業はCash Richに → 円高を背景に海外投資へ



○2005 経済白書「3つの過剰は解消された。」
……これから、という時であったが……



○2008～ リーマンショック 企業の海外展開加速



○2011～ 東日本大震災

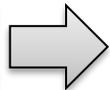


?

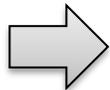
企業は前進のための原動力である設備投資の機会を失い続けてきた

先端設備投資の過小による競争力低下と賃金デフレ

設備投資の抑制



設備年齢の上昇

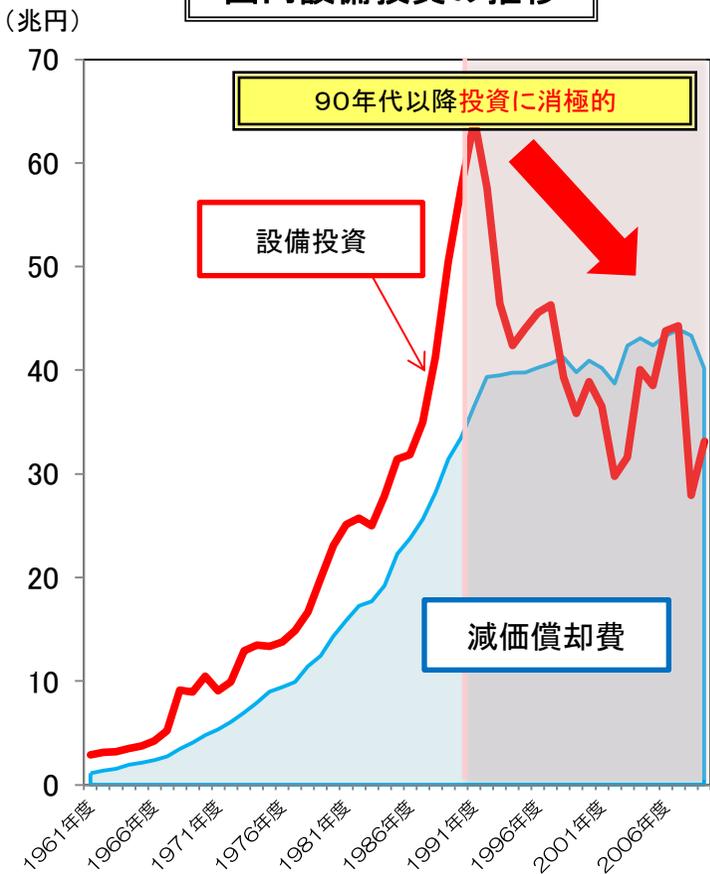


生産性の伸び悩み



一人あたり給与の低下

国内設備投資の推移



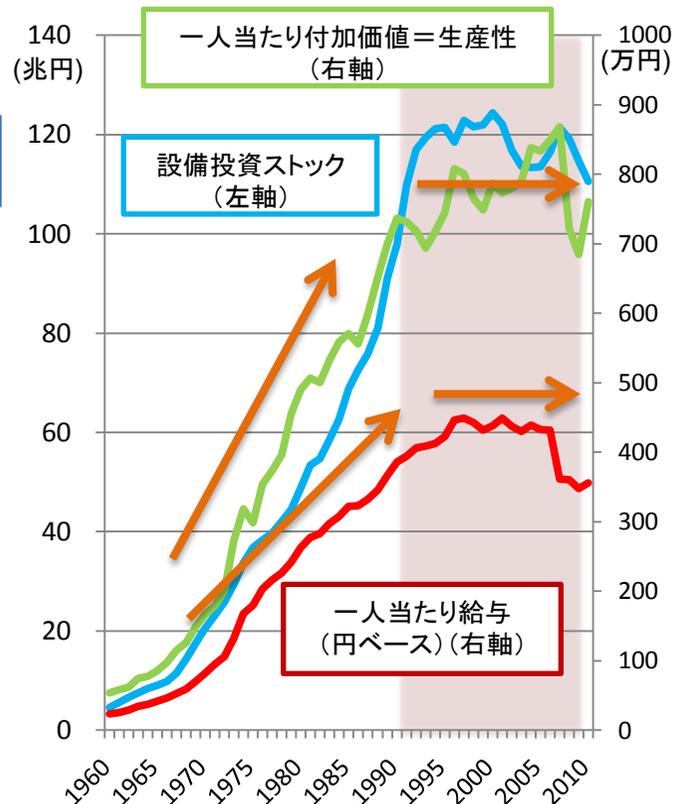
(出所) 財務省「法人企業統計」より経済産業省が作成

設備年齢の推移



(出所) 内閣府「民間企業資本ストック」、「国富調査」より経済産業省が作成

一人当たり生産性と給与の推移

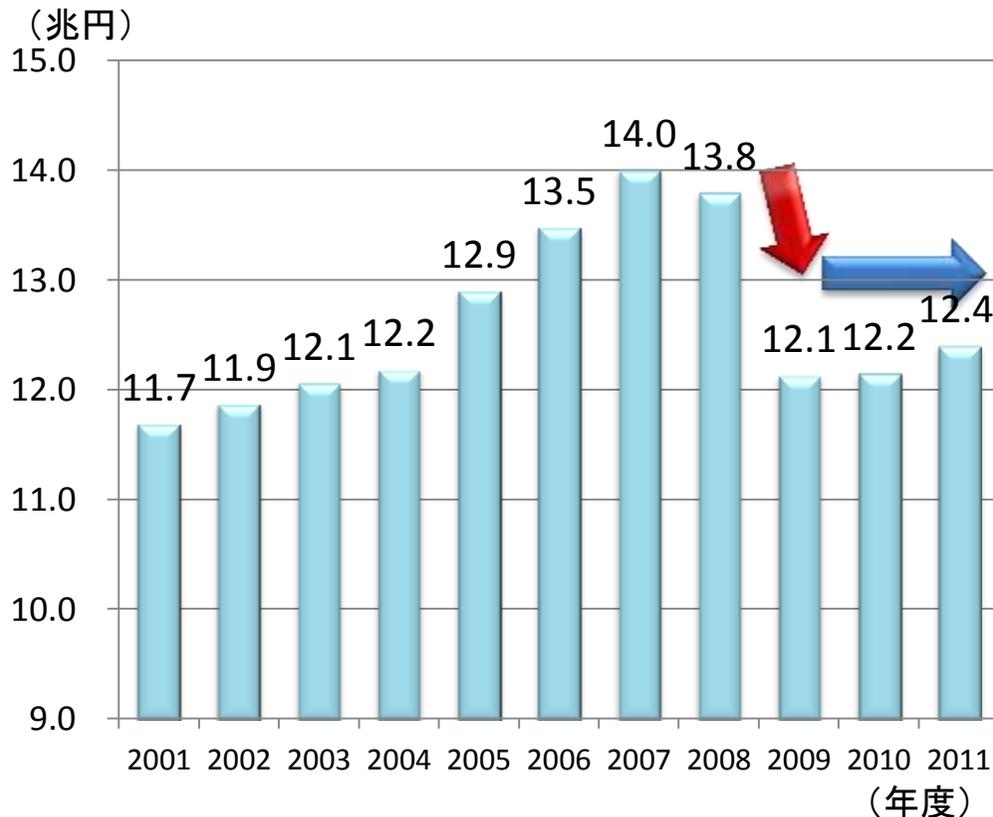


(出所) 財務省「法人企業統計」より経済産業省が作成

企業の研究開発投資の現状

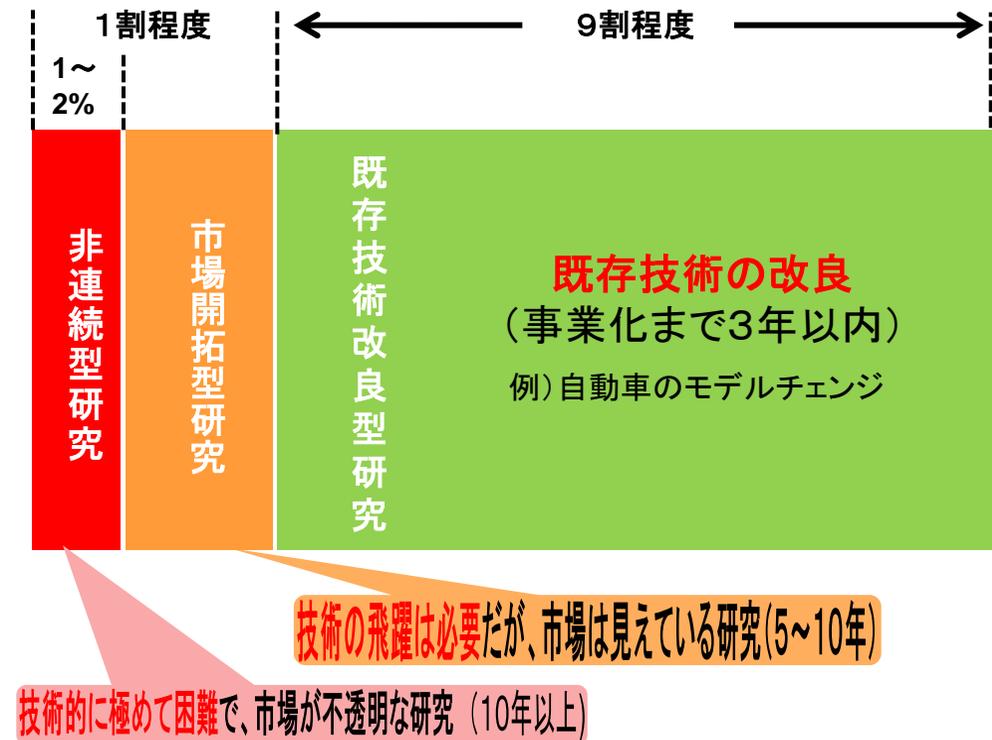
- リーマンショック、震災を経て、日本企業の研究開発投資は急減。
- 企業の研究開発の9割は既存技術の改良であり、企業の研究開発は短期化。
画期的な新製品開発に向けたイノベーションが枯渇する恐れ

国内に投下した企業の研究費



(出所)総務省[科学技術研究調査]より経済産業省が作成

企業の研究開発の内訳



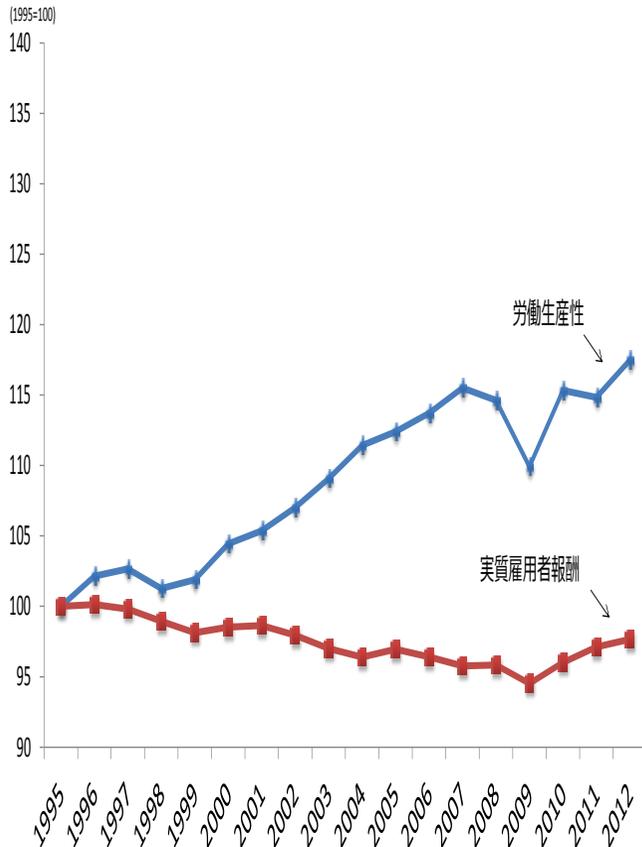
※研究開発投資の多い企業約50社からヒアリング結果から推定

労働生産性と実質賃金がかい離するのは日本のみ

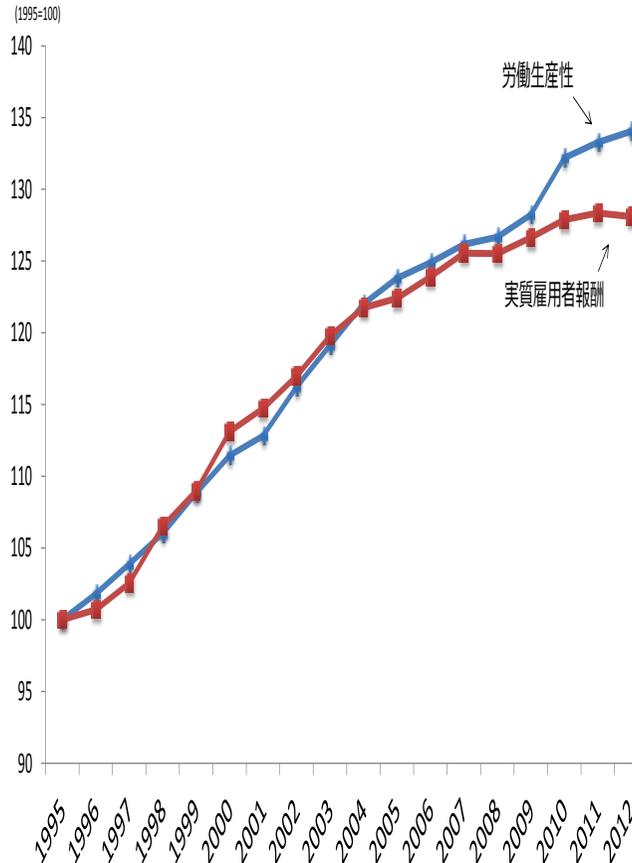
- 諸外国では、労働生産性の上昇に伴って実質賃金も増加。
- 他方、我が国では、労働生産性が伸びていたにもかかわらず、実質賃金は減少。

実質雇用者報酬・労働生産性伸び率の各国比較

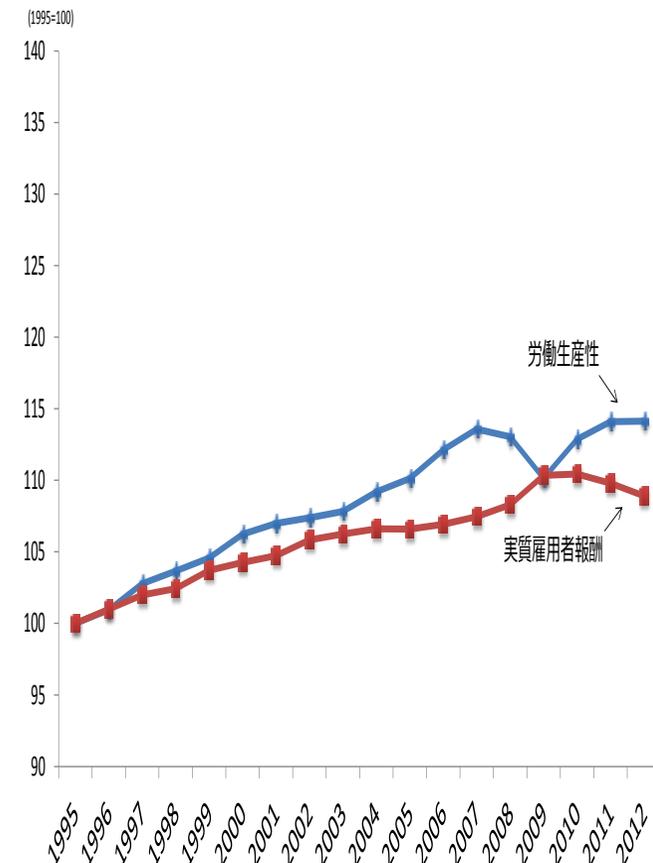
日本



米国



ユーロ圏



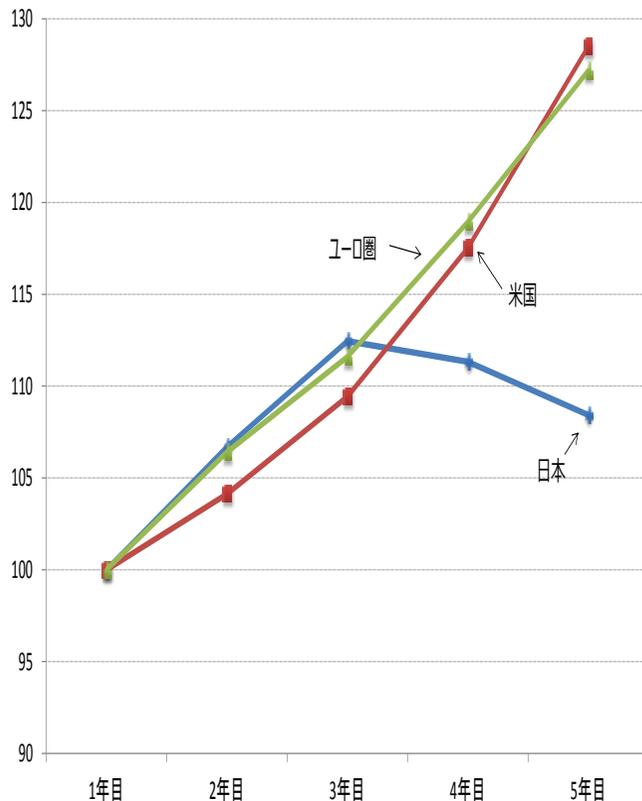
(備考) OECD statより作成。雇用者報酬の実質化には消費デフレータを用いた。

景気回復局面でも賃金への波及は弱く、好循環が実現せず

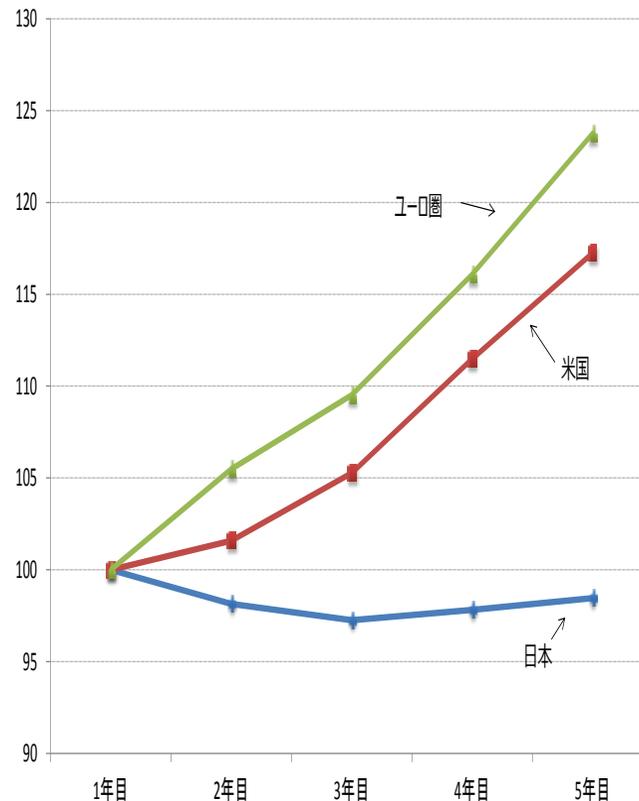
- 2000年以降の景気拡張局面において、欧米諸国では、企業利益の増加が賃金の増加に波及し、消費が拡大。消費の拡大がさらなる企業利益の増加をもたらす、という好循環が確認できる。
- しかし、我が国の場合は企業利益の改善にもかかわらず賃金は減少。結果、民間消費の伸びも弱く、企業利益の拡大も長く続かなかった。

過去の景気拡大局面における営業余剰・雇用者報酬・民間消費の推移（景気拡大1年目=100）

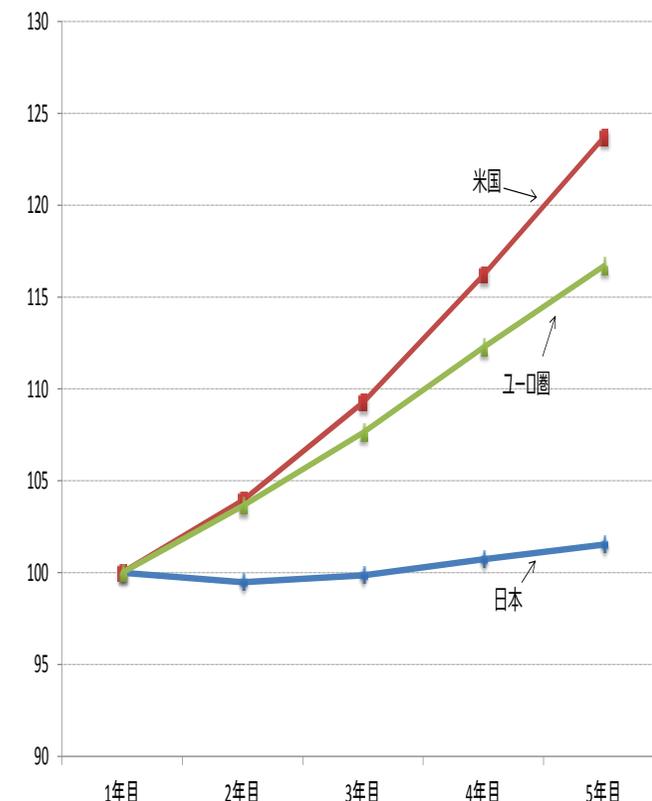
名目営業余剰



名目雇用者報酬



名目民間最終消費支出



（備考）内閣府「国民経済計算」及びOECD statより作成。景気拡張期は2000年代以降、各国で最長の拡張期を採用。

日本：2002年1月～2008年2月 米国：2001年11月～2007年12月 ユーロ圏：2003年7月～2008年2月

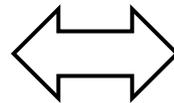
景気の本格的な上昇のためには 設備投資と消費が鍵

血液の供給

アベノミクスによる
金融緩和

||

マーケットへの
お金の供給



血液の循環

供給されたお金が
使われることによる
体質改善

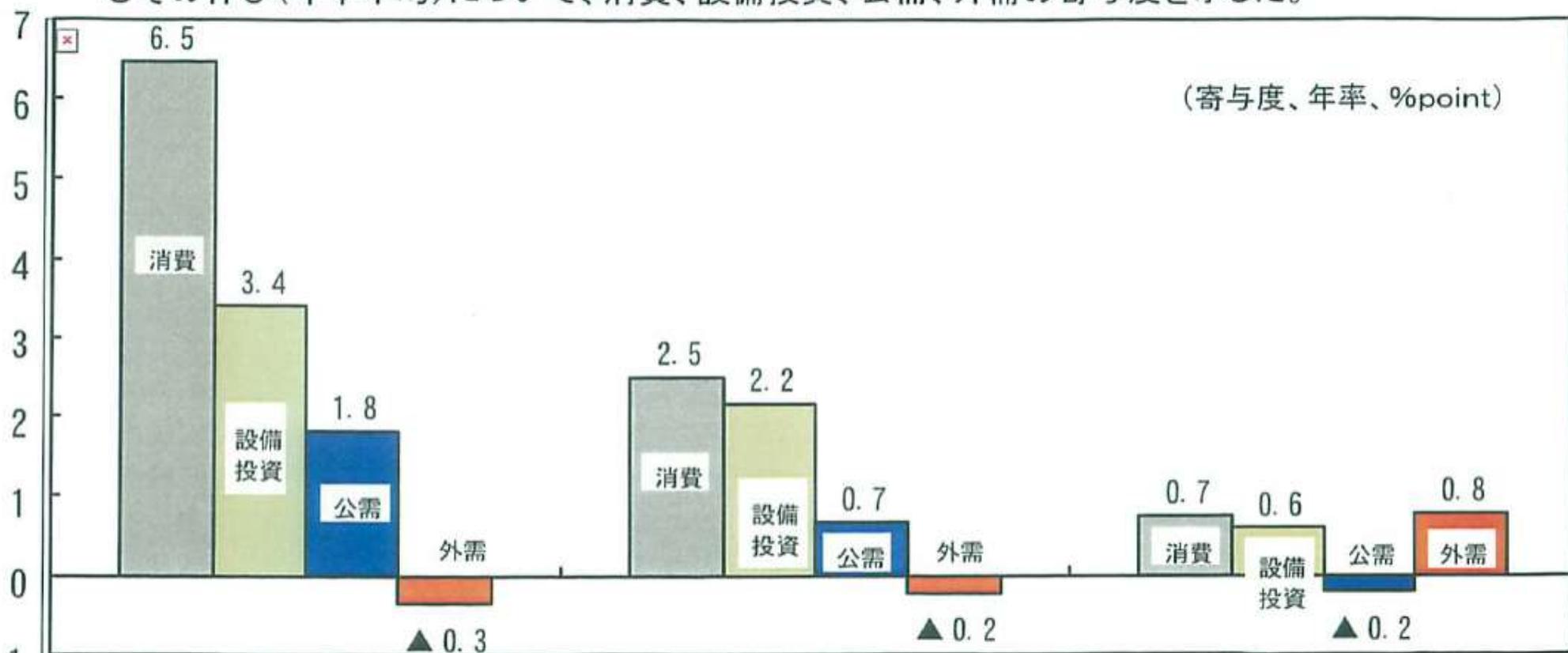
||

投資と消費

主な景気回復局面における需要項目別の寄与度

○景気の谷が属する四半期と山が属する四半期の実質GDPを比較

○その伸び(年率平均)について、消費、設備投資、公需、外需の寄与度を示した。



いざなぎ景気(57ヶ月)
(1965年10月～70年7月)
65年4Q→70年3Q
年率平均で11.5%の成長

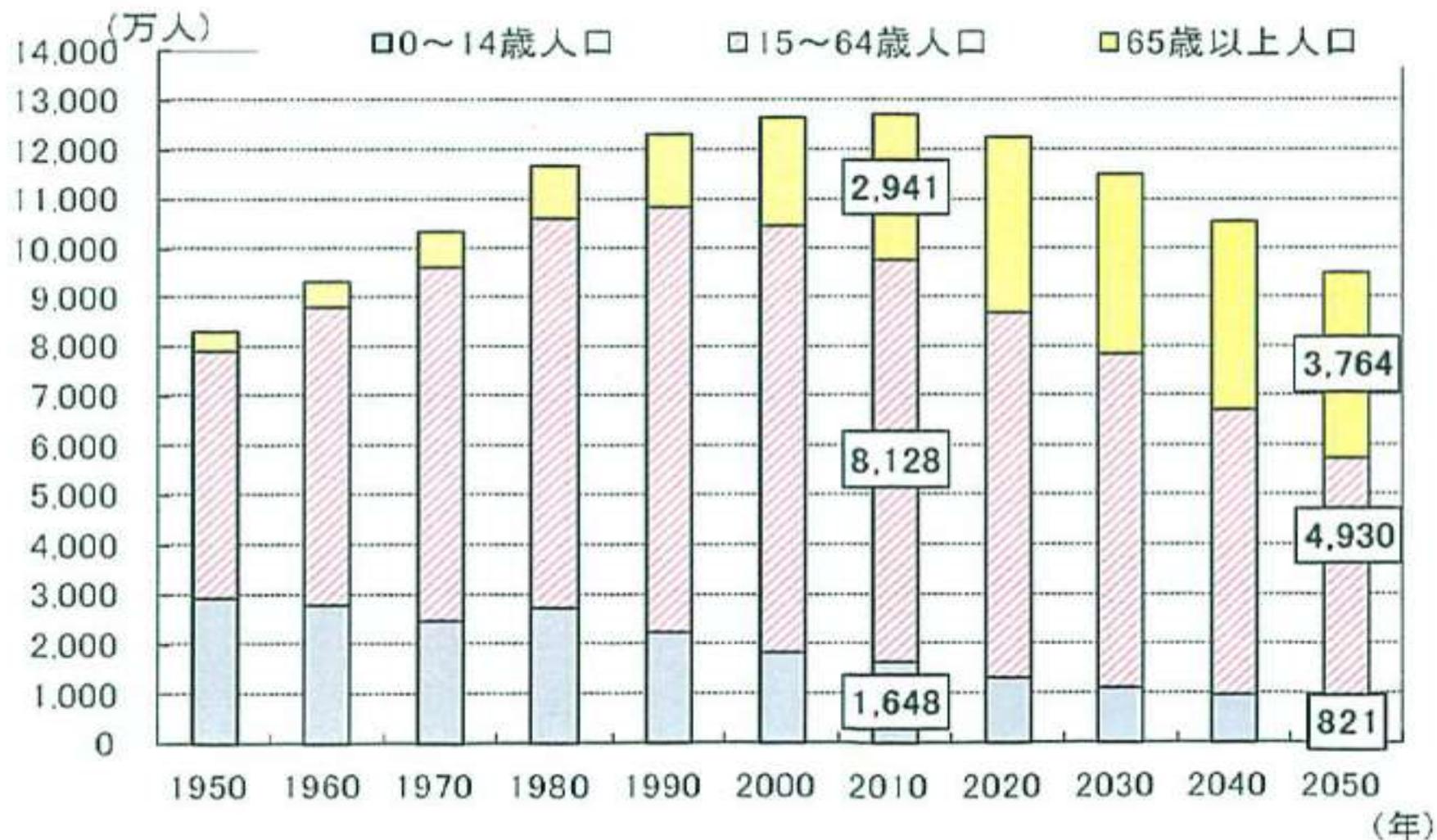
バブル景気(51ヶ月)
1986年11月～91年2月)
86年4Q→91年1Q
年率平均で5.4%の成長

いざなぎ越え景気(69ヶ月)
(2002年1月～07年10月)
02年1Q→08年2Q
年率平均で1.9%の成長

(出所) 国民経済計算 (内閣府)

(注) いざなぎ越え景気の回復局面は、08年4-6月期までの数値。

我が国の生産年齢人口の推移と見通し

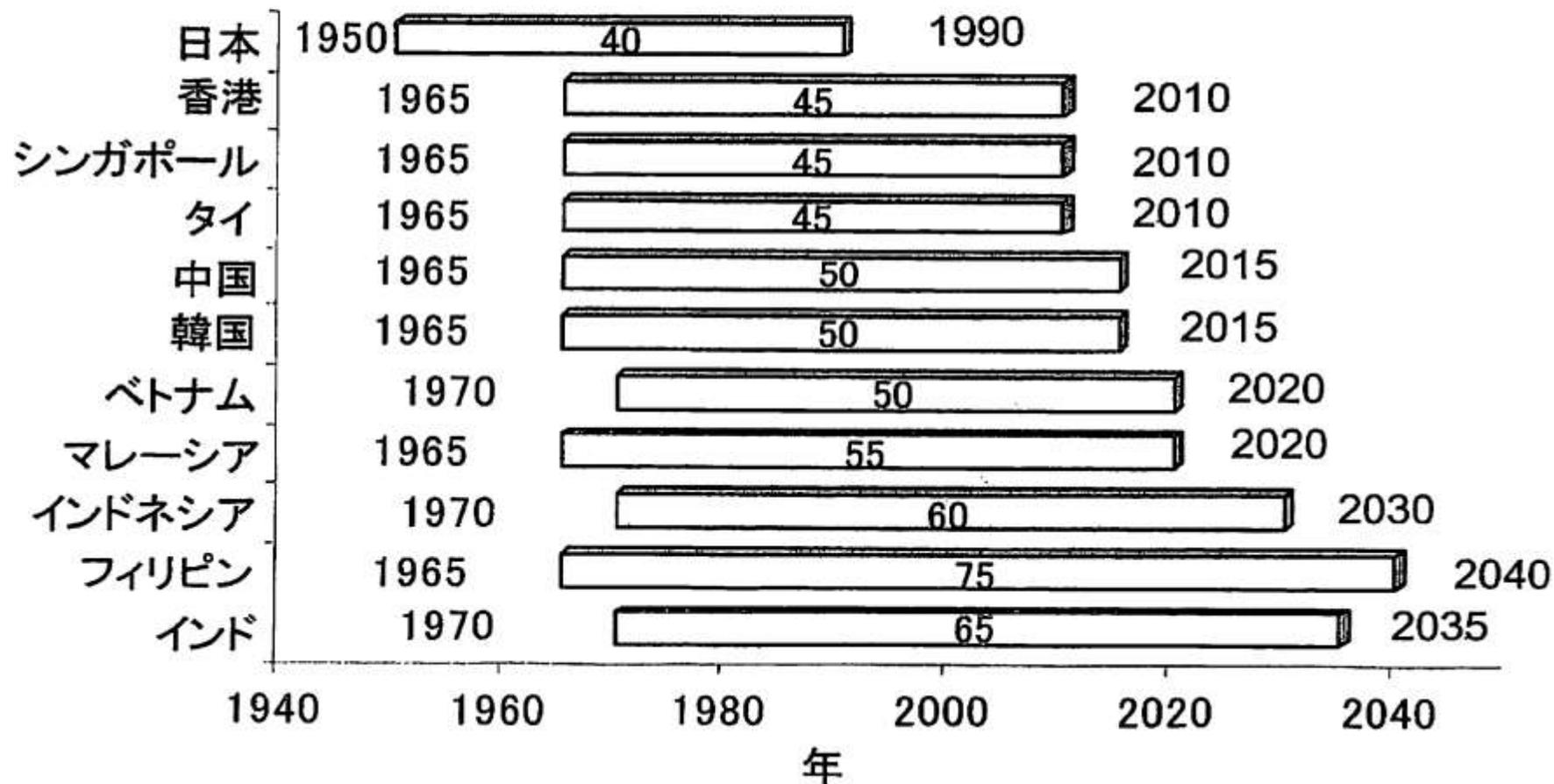


(出所)実績値:総務省「我が国の推計人口」、将来予測:国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成18年12月推計)」(中位推計)

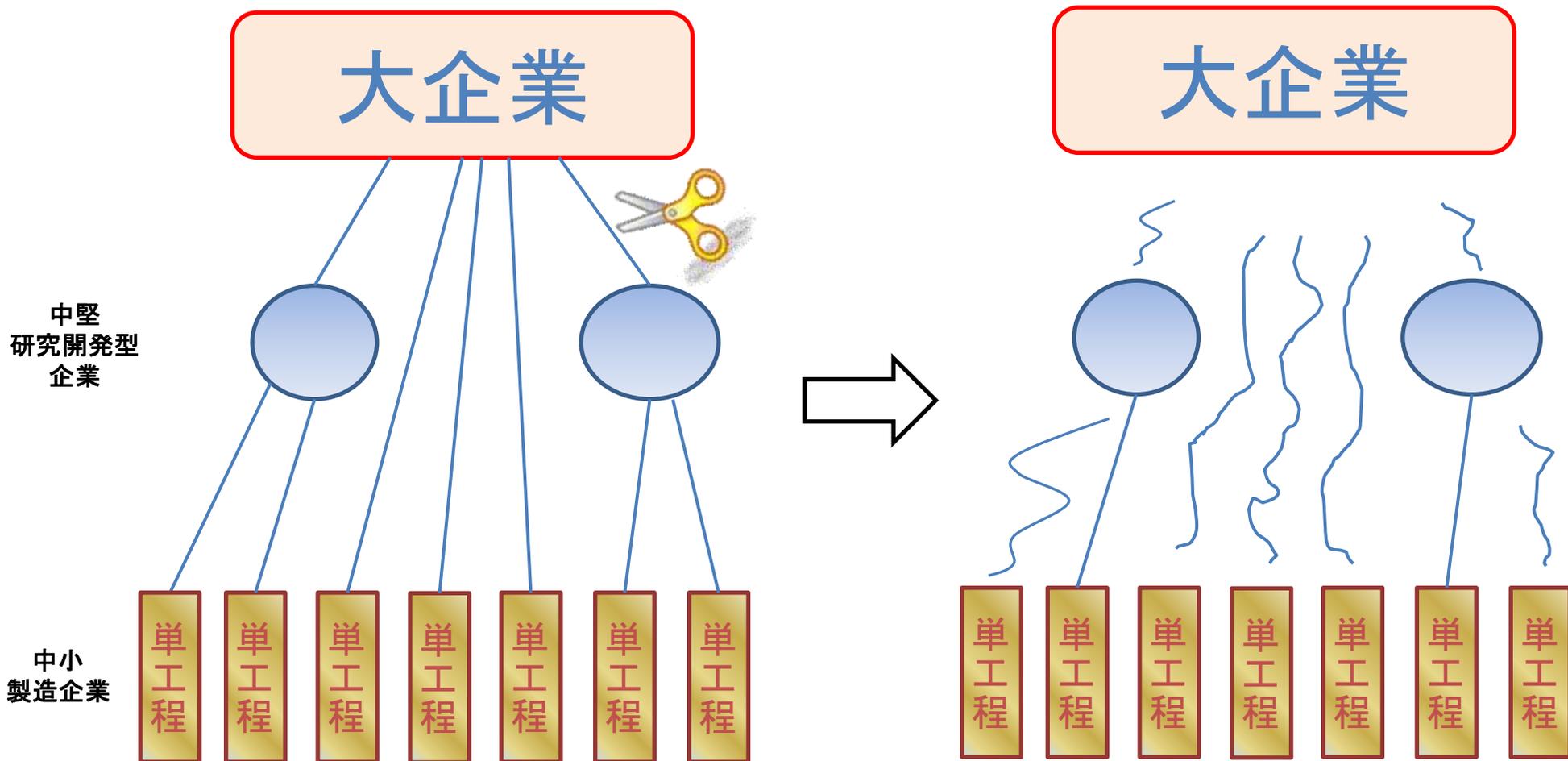
アジア諸国の人口ボーナスの時期

○人口ボーナス…生産年齢人口の割合の高さが
経済発展を後押しする作用

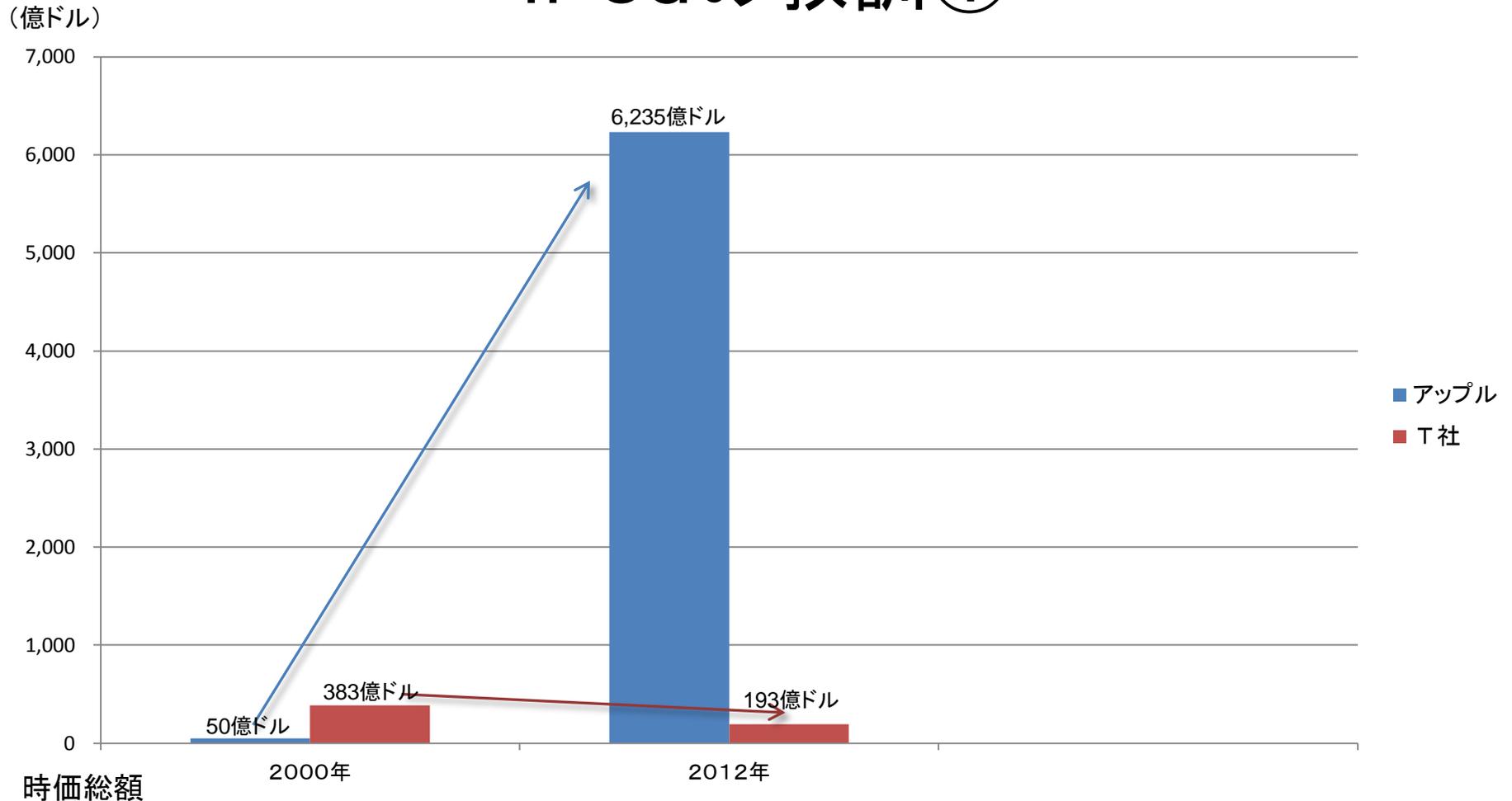
○人口ボーナスの終点
日本:1990~1995年(バブル崩壊の時期とほぼ一致)
韓国・台湾などのNIES、中国、タイ:2010~2015年



取り残される単工程中小企業



iPodの教訓①



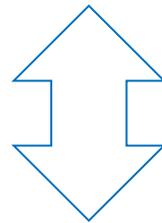
iPodの教訓②

数世代後、部品は台湾製に

新しい時代の中小企業像
～ ‘Smart Small’ の輩出を～

中小企業は

- 日本経済の屋台骨
地域経済の中心であるだけでなく、全世界のサプライチェーンの要となっている企業も
- 技術・イノベーションの発信源
類まれな真摯な態度、「現場力」
- 働く側からみれば、自身の能力をより速く具現化できる場



にもかかわらず「20世紀的」な産業構造の中では厳しい立場だった

しかし、「20世紀的」な産業構造ヒエラルヒーが弛んだことは中小企業にとってはチャンス

← 無論、以下のような点で厳しい自覚と能力が必要

- 「技術バカ」からの脱却 …… 「いいものは売れる」ではなく「売れるものがいいもの」
- マーケットに対して能動的に
 - ・国内のみならず海外も
 - ・プロデュース機能、デザイン力
 - ・ICT
- 新たな連携のあり方
- 「どんぶり」でない経営

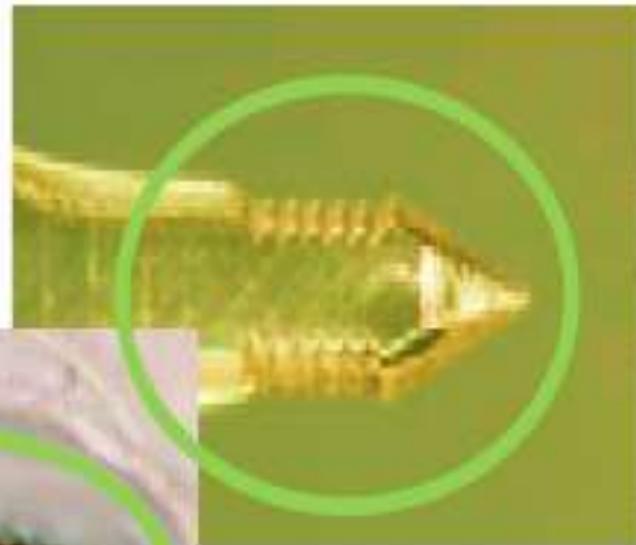
‘Smart Small’ の具体例をいくつか

- (株)西村プレシジョン ~ ペーパーグラス
- (株)ライトニックス ~ ピンニックスライト
(蚊と注射針)
- スペクトロニクス(株) ~ 超微細レーザ
- (株)クロスエフェクト ~ 心臓モデル
- (株)片岡製作所 ~ TESLA搭載電池用
検査装置

株式会社ライトニックス



なぜ、蚊に刺されても、何も感じないのでしょう？



その答えは、「ぎざぎざ」の先端にあります。

株式会社ライトニックス

BEFORE



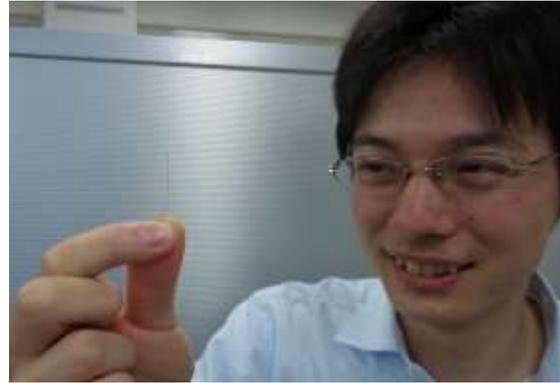
AFTER



スペクトロニクス株式会社



①Collecting sample



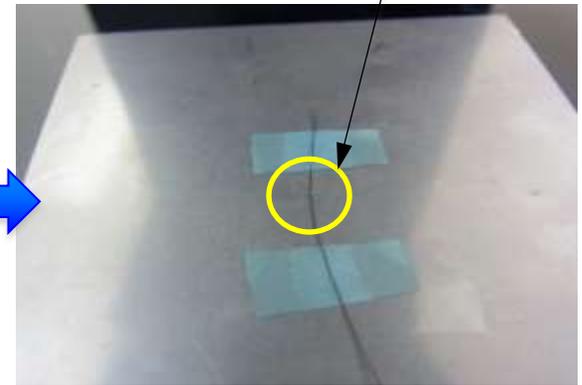
The small green laser spot shows the
“Laser Firing” position



②Fixing sample to avoid
unpredictable movements

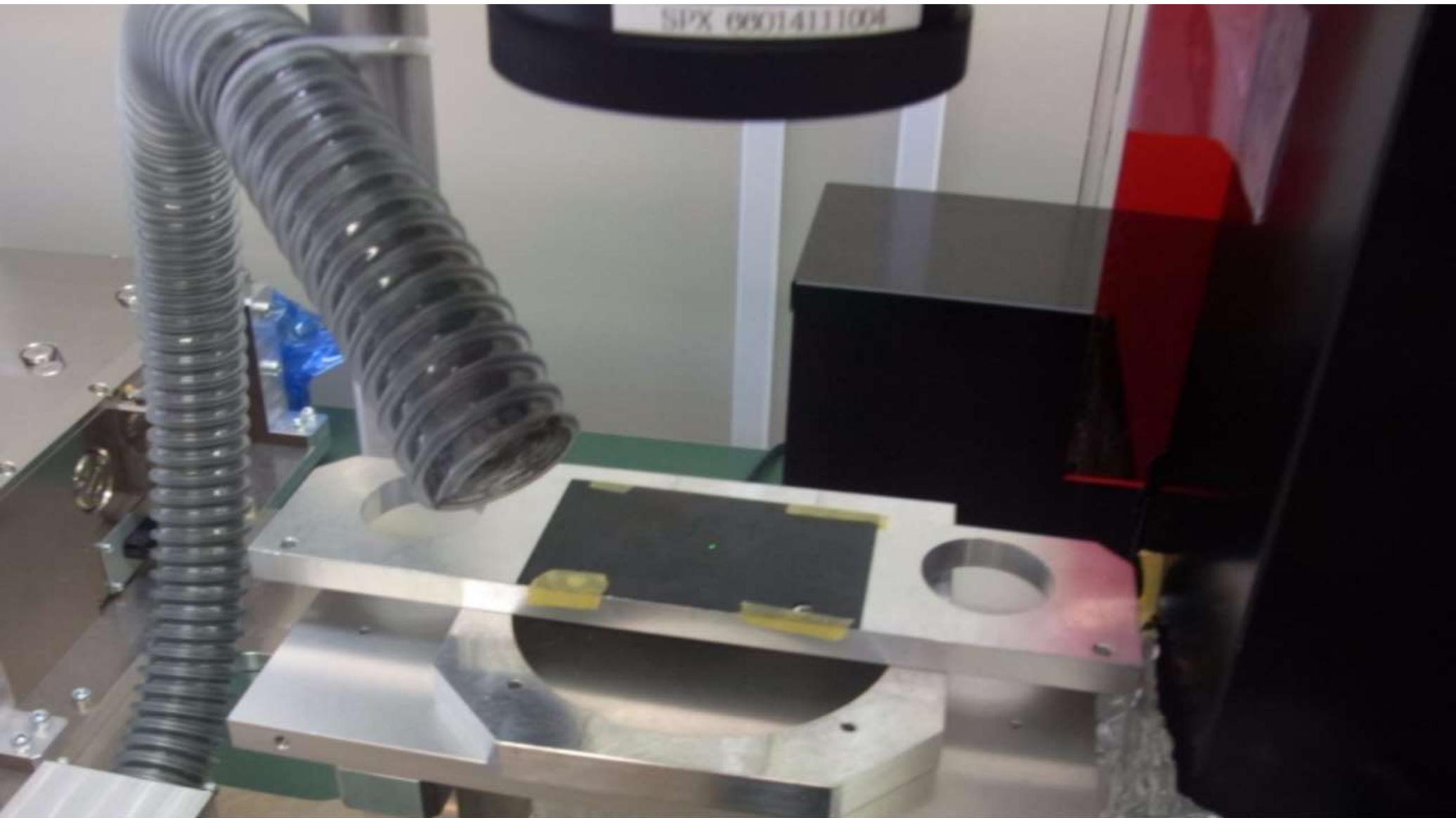


③Adjusting the sample position
to the Laser focusing position

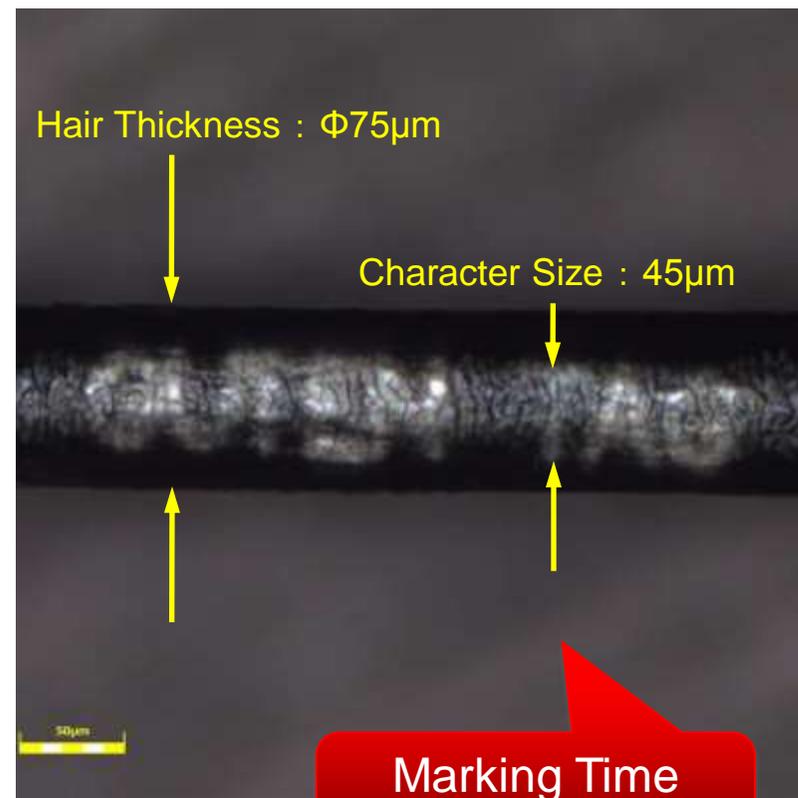
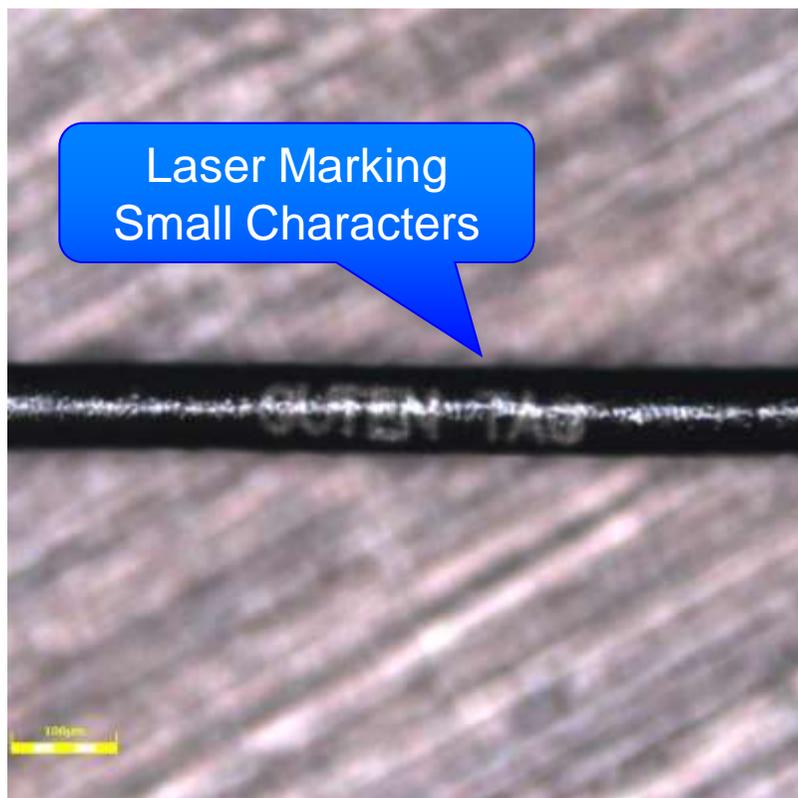


④Ready for Laser to be FIRED !!

スペクトロニクス株式会社

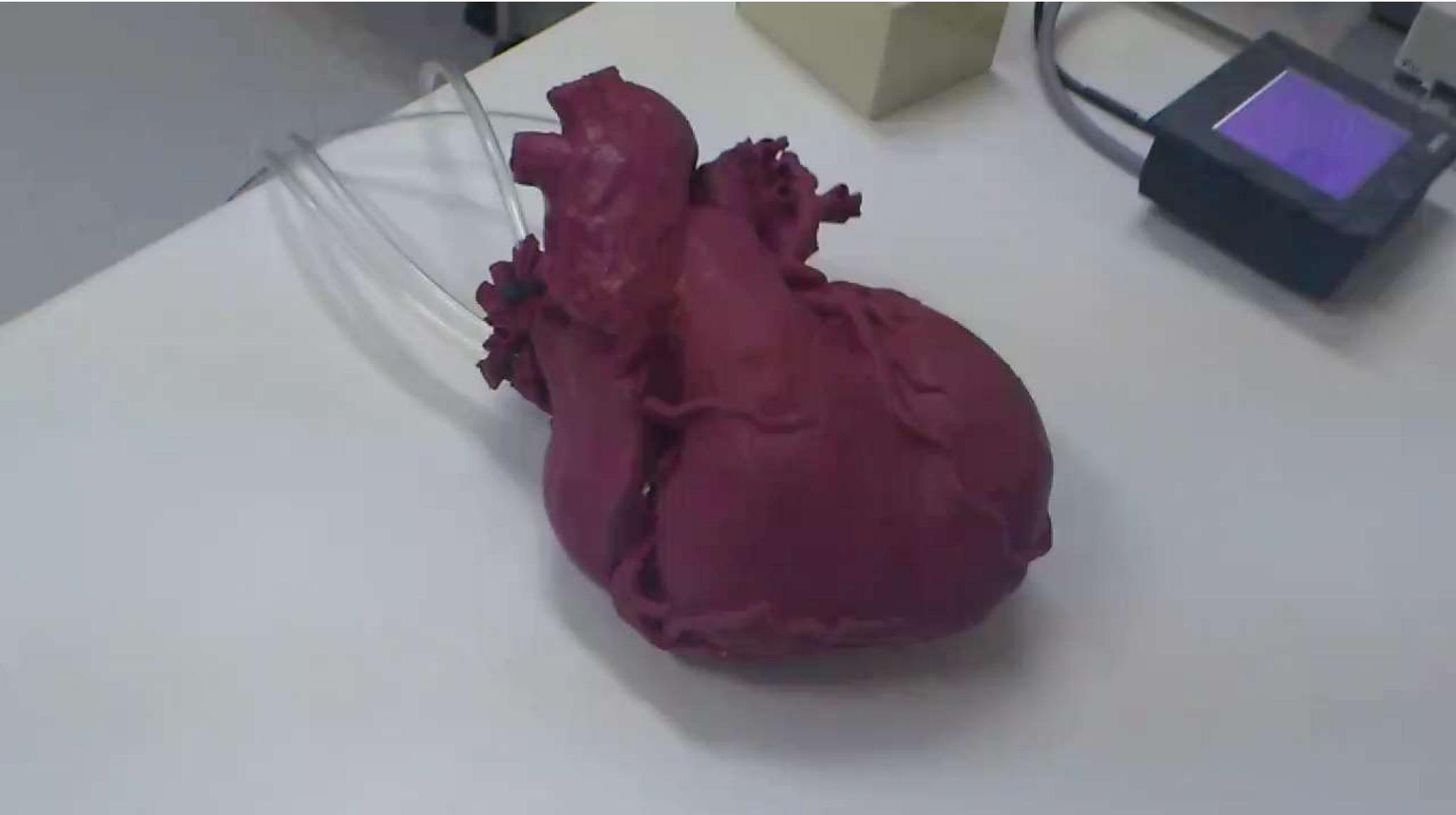


Extremely Fast & Small Character Marking



Marking Time
→ 0.3sec !

Japans' superior technology : Case 3 (3D modeling of heart)



Japans' superior technology : Case 3 (3D modeling of heart)

片岡製作所がなければTESLAは走らない

