

一橋大学経済学部 商工中金寄附講義  
現代経済論D

# 「中小企業の経済学」

## 第1回 中小企業とは何か

2020年9月16日

一般財団法人 商工総合研究所

江口 政宏

# 本講義の目的

企業や官公庁における実務、調査研究等、或いは将来中小企業の当事者として、中小企業と関わりを持つ人に

①中小企業に関する基本的知識の枠組みを提供する(第1回～第5回)

→第1回はその導入です

②将来、受講者の皆さんが中小企業と関わる際に生じるさまざまな問題に対処するためのツールを提供する(第6回～第13回)

# 具体的に直面する問題の例1

(中小企業との取引担当者として)

- 新製品製造に必要な部品を中小企業に外注したい。優良な製造会社をどう見つけるか？
- 完成品の価格競争力向上のため、部品を納入する中小企業のコスト引き下げ要請を行うよう本社から指示を受けた。人件費高騰で実現は困難と思われるが、どう対応するか？
- 売上代金の確実な回収を図るべく販売先企業の信用管理をしたいが、先方の間接部門が小規模で企業情報が十分に把握できない。どのようにして情報を補うか？

# 具体的に直面する問題の例2

(政策担当者や金融機関として)

- 業績は悪いが地域経済内のシェア(売上高や雇用)が高い中小企業の事業継続を支援するか、事業転換を促すか、それとも縮小均衡を放置するか？
- 補助金制度を新設したが、利用が低調である。どのように促進するか？
- 経営支援対象企業から経営改善計画案を受け取った。実現性に乏しい計画のように思われるが、どのように現実的で改善につながる計画になるよう提案するか？

# 具体的に直面する問題の例3

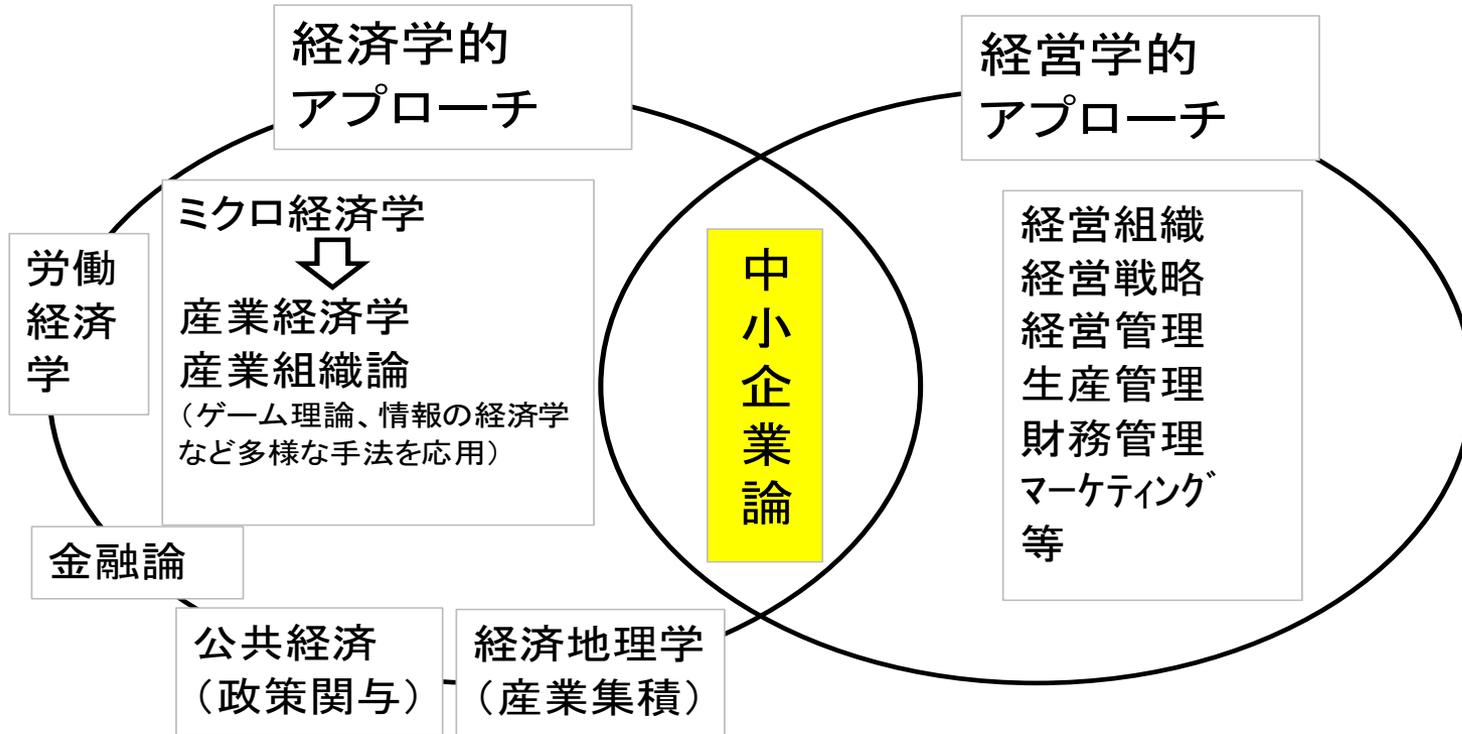
(中小企業内部で当事者として)

- 納入先から航空機関連の部品製造を打診された。当該分野に進出するには多額の資金が必要で、リスクが大きく躊躇している。どうするか？
- 大口取引先との契約が解消になった。新規取引先をどうやって獲得するか？
- 生産性向上のためIT機器を導入したが使いこなせる人材が社内におらず、目的を果たせない。人材をどうやって調達するか？
- 後継者を探しているが適当な人が見当たらない。何とか後継者を探すか、売却先を探すか、廃業して清算するか？

# 中小企業論は学際的な領域

現実と理論の往復で、実証性は重要

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。各企業を時系列的に分析するパネルデータ分析はデータの制約もあり、まだ一般的とはいえない。

# 第1回講義の内容

- 本講義の目的
  1. 市場経済のなかの中小企業
  2. 中小企業の定義
  3. 中小企業とはどのようなものか
  4. 中小企業の重要性
  5. 中小企業は大企業に淘汰されないのか
  6. 永続的な存在ではない個々の中小企業
  7. 中小企業を取り巻く経営環境
  8. 中小企業データ取扱の留意点

# 1. 市場経済のなかの中小企業

- 市場経済では事業への参入・退出は自由。参入も退出も中小企業が多い
  - 新規創業のほとんどは中小企業からスタート
  - 一般的に大企業より経営効率が悪く、リスク耐性も低いので中小企業の市場退出率は高い
- 中小企業が少ない(大企業による寡占・独占)と市場の普遍性が充足されず「市場の失敗」が生じやすい

# 個としての中小企業

## ～経済の活力の担い手としての側面

- 数多くのイノベーションを中小企業は生み出してきた(米国では5割のイノベーションが中小企業発とされる)
- 新技術の事業化にベンチャー企業立ち上げが多用される
- 新製品開発や技術革新が旺盛な新興産業では中小企業が果たす役割は大きい

## 2. 中小企業の定義

### 量的基準と質的基準

- 量的基準～従業員数を軸に他の基準と組み合わせ

	従業員数	資本金	総資産額	売上高
日本	○	○		
米国	○			○
欧州	○		○	○

中小企業の定義に採用する基準の採用割合

	調査対象国 全体	従業員数を 採用	資産額・売上高・ 固定資産額を採用
国の数	89	84	61
割合(%)	100.0	94.4	68.5

(資料)International Finance corporation資料より筆者作成

- 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)

経営の独立性がカギ。日本は法的な質的基準の規定はないが、法律の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数基準を満たす会社・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

# 量的基準運用で生じる問題点

- 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に分類されるが、提供する商品・サービスと価格は同じ
- 従業員区分
  - わが国は常用使用従業員で認識する。このため期間を限定した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
- 情報化による少人数化
  - 間接部門や情報関連部門の人数縮小で資本金が大きく、従業員数が少ない企業も出現

# 小規模企業

- 中小企業のなかでも特に規模の小さいものを**小規模企業**（零細企業）と称する
  - 中小企業基本法では、「**おおむね従業員数20人以下**」（**商業、サービス業は5人以下**）。資本金なら1000万円未満が目安（会社企業）
  - 小規模企業振興基本法で小企業者（従業員数5人以下）の規定もある
  - 小規模企業の**約6割が個人企業**である
  - **地域経済を支える存在**としても重要である
  - **新規創業企業の多くがこの規模から出発**するのでベンチャー企業論との関係が深い
- 2015年から「小規模企業白書」制作開始

# 個人企業について

- 法人を設立せず事業を経営(所得税を支払う)
- 事業の開始・撤退が法人企業より容易
- 小売業、飲食店、宿泊、生活関連サービス(理髪、クリーニング等)、教育・学習支援(学習塾や習い事教室)、医療福祉(個人病院など)は個人企業での経営が中心

→地域密着型の産業が多い。このため小規模企業が地域経済との関連で語られることが多い

- 統計上、法人企業と別個に扱われることが多い

(注)法人企業の大部分は会社企業である

# 中堅企業

- 中小企業の規模を超えるが、大企業（上場企業レベル）でないものを**中堅企業**と称する
- 資本金10億円未満が目安。中小企業の発展形の一つ
- 上場する実力はあっても敢えて上場せず中堅企業にとどまる企業もある

### 3. 中小企業とはどのようなものか

- 中小企業の共通項は「規模が相対的に小さい」ことのみ。平均像が描きにくい
- 産業によって企業の特徴が異なりやすい
- 個人企業か法人企業かによっても異なる
- ここでは中小企業に固有で典型的な属性パターンを採り上げる

# 中小企業に典型的な属性

- 同族経営が多い
  - 経営トップの力が強い(第2回講義)
- 組織が単純で意思決定の階層がフラットである(第2回講義)
- 迅速な意思決定と小回りが利く経営
- 特定の産業で下請企業が多い
- 地域性が強い(特に雇用面)
- 中小企業として存続するか、市場から退出するものが大半

# 中小企業は同族会社がほとんど ～所有と経営が一致

## 資本金規模別同族会社の割合(2018年度)

資本金	全会社法人数	同族会社法人数	非同族会社法人数
1000万円以下 (構成比、%)	2,355,590 100.0	2,290,233 97.2	65,357 2.8
1000万円超1億円以下 (構成比、%)	349,235 100.0	324,363 92.9	24,872 7.1
1億円超10億円以下 (構成比、%)	13,860 100.0	11,360 82.0	2,500 18.0
10億円超 (構成比、%)	4,857 100.0	2,931 60.3	1,926 39.7

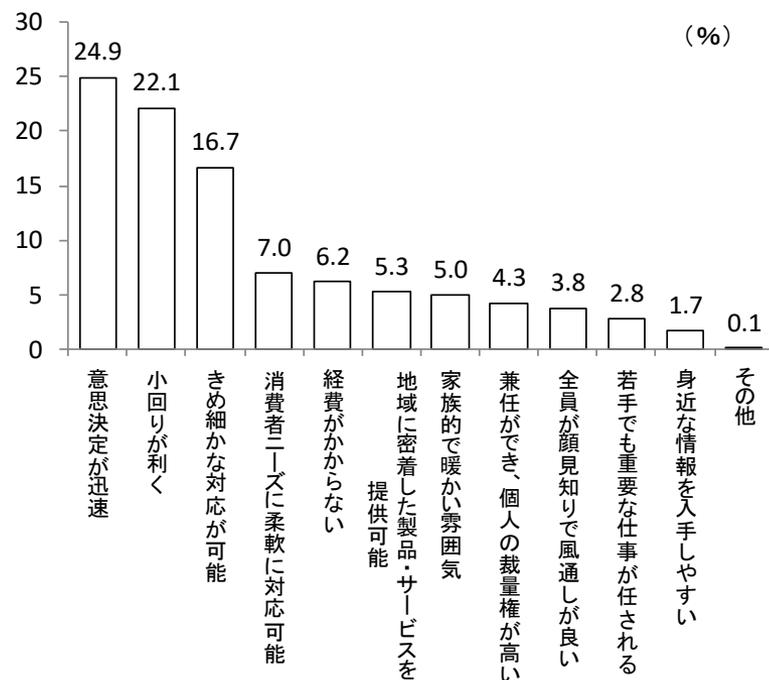
(資料) 国税庁「会社標本調査結果(税務統計からみた法人企業の実態)」  
(平成30年度分) 表11より筆者作成

(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

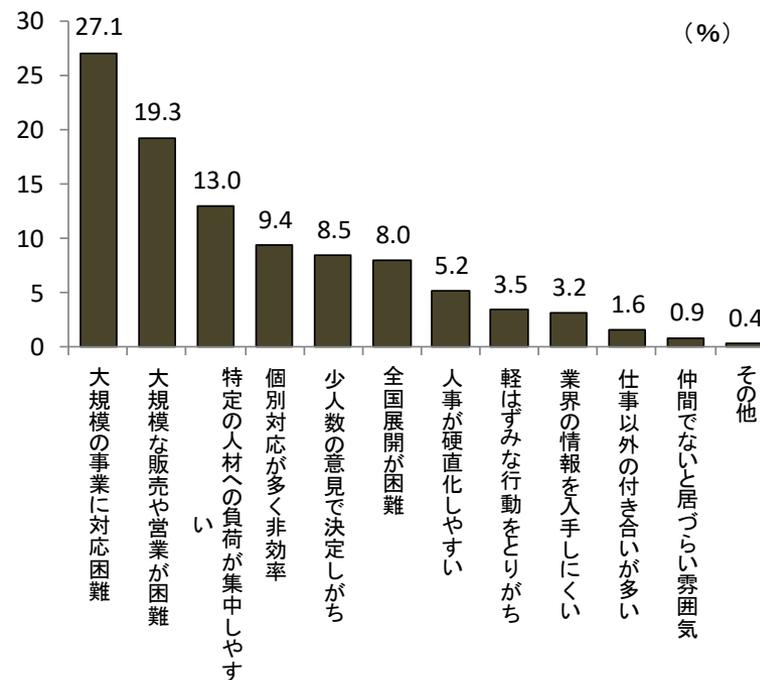
# 意思決定の速さと小回りが中小企業の強み 反面、スケールメリットは効かない

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

# 下請企業とは

- 下請法(下請代金支払遅延等防止法)では、当該事業者より「規模の大きな」事業者から業務を「受託」している事業者を指す
  - 「優越的地位の濫用」(下請いじめ)の実際の発生の有無とは無関係。大企業から中小企業への委託取引に広くこの用語が適用される
- 部品製造、建設工事、運送、ソフトウェア制作などの委託取引が典型

# 下請法での下請事業者の定義

物品の製造・修理委託及び政令で定める情報成果物作成(※1)・役務委託提供委託(※2)

親事業者	下請事業者
資本金3億円超	資本金3億円以下(個人含む)
資本金1千万円超3億円以下	資本金1千万円以下(個人含む)

(注)※1はプログラム、※2は運送、物品の倉庫における保管、情報処理

情報成果物作成・役務委託提供委託(政令で定めるものを除く)

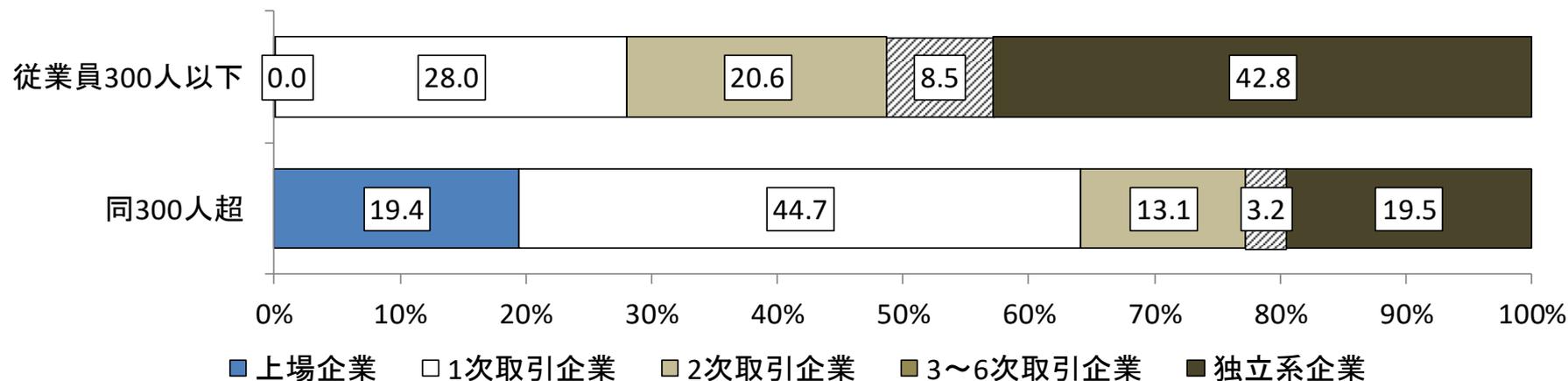
親事業者	下請事業者
資本金5千万円超	資本金5千万円以下(個人含む)
資本金1千万円超5千万円以下	資本金1千万円以下(個人含む)

(資料)中小企業庁ホームページ

下請中小企業振興法にも事業者の規模に違いはあるが同様の規定がある。

# 中小製造業では6割が下請企業

製造業の従業員規模別企業属性別構成比



N=従業員300人以下:139,982、同300人以上:3,646

(資料) 中小企業庁「2007年版中小企業白書」第3-1-6図②(元データ(株)東京商工リサーチデータ)を基に筆者作成

(注) 企業属性の分類は東京商工リサーチの企業別主要取引先データを基に分類

(注2) 中小企業実態基本調査(中小企業庁)では中小製造業の下請企業比率が20.4%となっているが、「受託取引」(他者が主業として行う製造・修理・役務提供等を依頼されること)の有無を判別基準としており、納入元の部品製造→納入先の組み立てという課程を回答企業が受託と見なさない可能性がある。この点上記データは取引関係を基に作成したもので現実の下請関係をよりの確に表しているものと思われる。

# 地方で高い中小企業の雇用シェア

## 地方では中小企業が雇い手として重要

### 地域別の従業者に占める中小企業シェア(全産業)

企業ベース(個人事業所を含むベース、上段は従業者総数、下段は構成比)

	全規模			
		うち中小企業		大・中堅企業
			うち小規模企業	
3大都市圏	29,775,849	17,776,415	5,165,032	11,999,434
構成比(人、%)	100.0	59.7	17.3	40.3
3大都市圏以外	17,014,146	14,424,617	5,272,239	2,589,529
構成比(人、%)	100.0	84.8	31.0	15.2
合計	46,789,995	32,201,032	10,437,271	14,588,963
構成比(人、%)	100.0	68.8	22.3	31.2

中小企業のシェアが90%以上の県

(%)

	中小企業	
		うち小規模企業
鳥取県	94.2	33.7
奈良県	94.1	38.3
宮崎県	93.1	37.1
秋田県	92.5	35.3
島根県	92.5	35.9
高知県	91.9	39.3
長崎県	91.8	36.4
山形県	91.1	34.6
青森県	90.5	33.2
徳島県	90.5	39.2
山梨県	90.2	38.5
熊本県	90.2	34.6

(資料) 中小企業庁「2019年版中小企業白書」再編加工

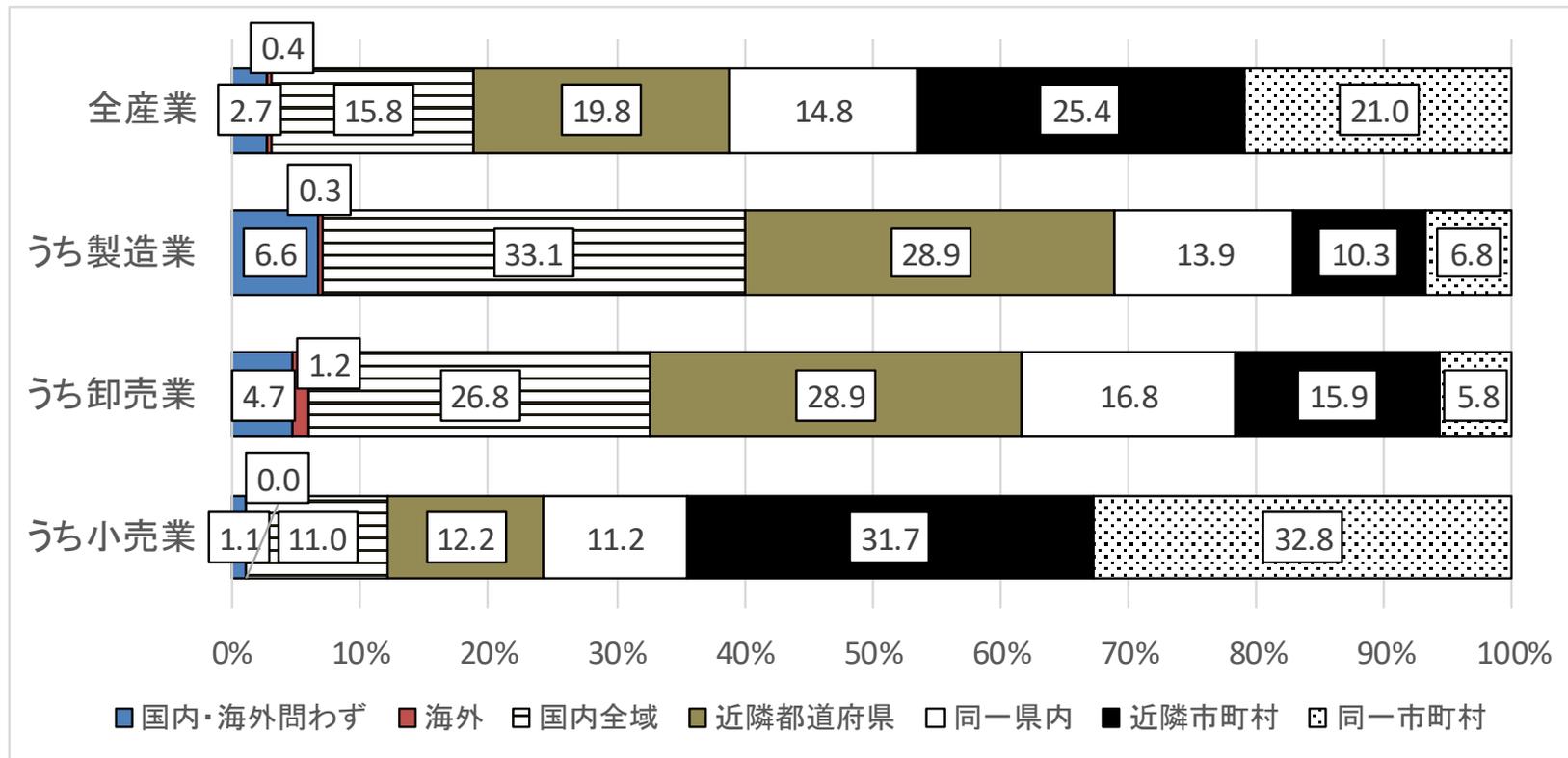
(注1) 中小企業・小規模企業の定義は企業数のそれと同様

(注2) 3大都市圏は東京、神奈川、埼玉、千葉、愛知、岐阜、三重、京都、大阪、兵庫、滋賀、奈良

(注3) 本社の所在地別に集計

# ただし販売先は地元とは限らない 地元をベースに全国・海外にも展開する

中小企業の主な販売地域(2017年度)

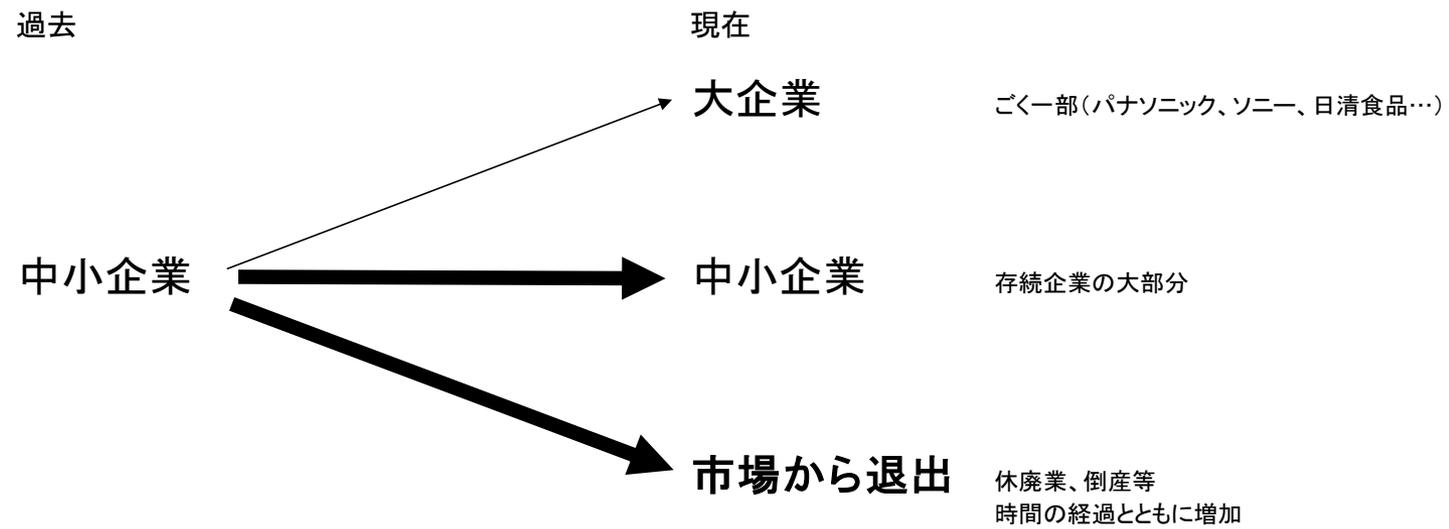


(資料) 中小企業庁「平成30年中小企業実態基本調査」

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

# 中小企業→大企業コースは例外

- パナソニックやソニーのイメージが強いが大企業・中堅企業は全体の0.3%
- 実際には中小企業のまま存続するか、市場から退出するか(P46参照)のいずれか



## 4. 中小企業の重要性

中小企業が全企業に占める割合

- 日本の全民営**企業数**359万社の**99.7%** (2016年)
- 企業ベースの**従業者数** (把握可能な全従業者数4,679万人)では**68.8%** (2016年)
- 非一次産業**付加価値額**の**52.9%** (2015年)

# 中小企業が経済に果たす役割

- 労働者に雇用機会を提供（企業の雇用の約70%）し、給与を支払う（2018年度の従業員給与＋役員給与＝110兆円）
- 税金を納める（2018年度の法人税＋住民税＋事業税＝6.8兆円）  
ただし、法人税を納めている利益計上法人数は103万社で、全体の37.9%（2018年度）
- 株主に配当を支払う（2018年度：2.1兆円）

（注）利益計上法人は国税庁「会社標本調査」、それ以外は財務省「法人企業統計調査」

# 企業数は小規模企業、個人企業が多い

規模別・分類別日本の企業数(2016年)

(万者、%)

	企業数	構成比
全企業数	358.9	100.0
うち中小企業	357.8	99.7
うち個人企業	197.9	55.1
うち会社企業	159.9	44.6
うち小規模企業	304.8	84.9
うち個人企業	186.2	51.9
うち会社企業	118.7	33.1
うち非小規模企業	53.0	14.8
うち個人企業	11.7	3.3
うち会社企業	41.3	11.5
うち大企業	1.1	0.3

(資料) 中小企業庁「2019年版中小企業白書」

(注) 個人企業を含むため、「社」ではなく「者」と表記

# 建設、不動産・物品賃貸、サービス業 で高い中小企業の従業者数シェア

主要産業別中小企業・小規模企業の従業者数シェア(2016年)

(%)

	建設業	製造業	情報通信業	運輸業, 郵便業	卸売業	小売業	不動産業, 物品賃貸業
中小企業	88.6	65.3	61.5	73.9	72.2	61.6	82.2
小規模企業	57.5	19.4	6.6	11.6	14.2	18.4	50.7

	学術研究, 専門・ 技術サービス業	宿泊業, 飲食サービス業	生活関連サービス業, 娯楽業	教育, 学習支援業	医療, 福祉	非1次産業計
中小企業	70.6	73.1	80.3	82.4	88.7	68.8
小規模企業	29.5	26.0	33.9	27.1	23.8	22.3

(資料) 中小企業庁「2019年版中小企業白書」

# 付加価値額でも同様

主要産業別中小企業・小規模企業の付加価値額シェア(2015年)

(%)

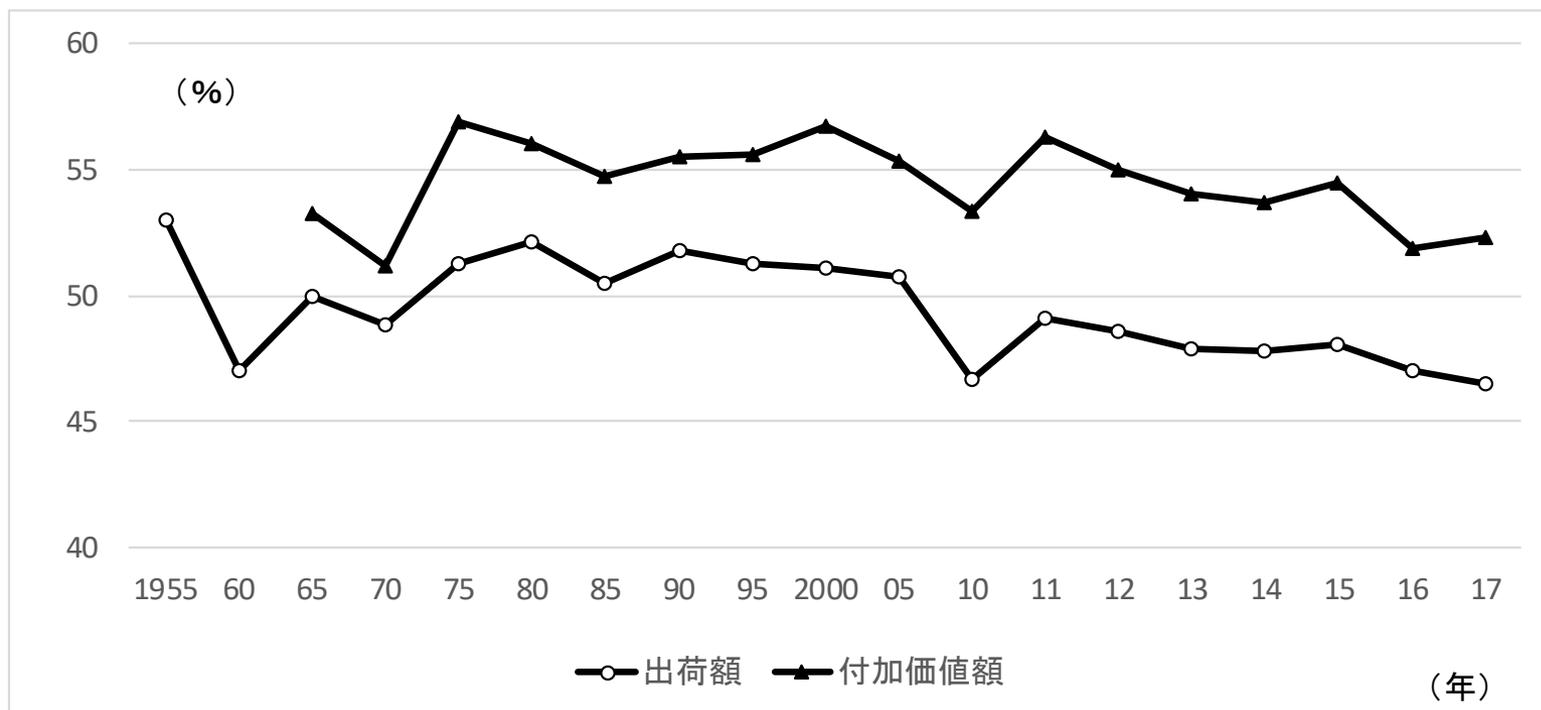
	建設業	製造業	情報通信業	運輸業, 郵便業	卸売業	小売業	不動産業, 物品賃貸業
中小企業	74.8	47.5	39.1	60.2	59.9	54.1	68.2
小規模企業	41.2	10.4	2.9	9.0	8.8	12.6	36.8

	学術研究, 専門・技術サービス業	宿泊業, 飲食サービス業	生活関連サービス業, 娯楽業	教育, 学習支援業	医療, 福祉	非1次産業計
中小企業	51.2	69.5	66.8	70.1	90.5	52.9
小規模企業	17.5	18.9	18.5	11.3	25.6	14.0

(資料) 中小企業庁「2019年版中小企業白書」

# 製造業出荷額の中小企業シェアは5割で安定

製造業の出荷額・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」、総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」(平成24年・平成28年)、  
総務省「経済センサス基礎調査」(平成26年)より作成

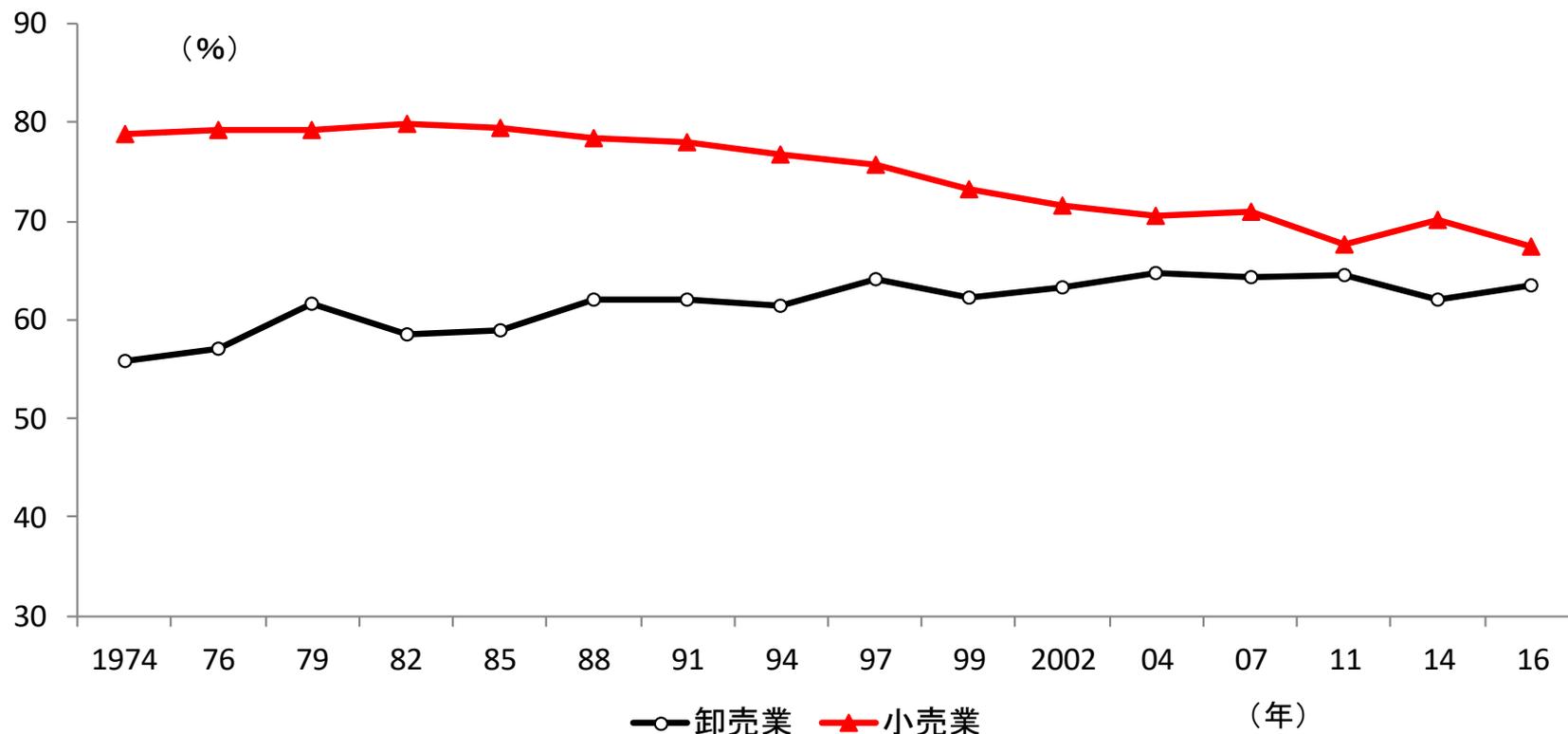
(注1) 中小企業は従業者299人以下の事業所

(注2) 1985年以降中小企業に従業者4人未満を含まず

(注3) 付加価値額は減価償却費を含まない純付加価値ベース。但し2000年以前は従業者9人以下のみ  
2001年以降は同29人以下のみ減価償却費を含む粗付加価値額を計上

# 商業（卸売業＋小売業）でも中小企業の販売額ウエイトは安定している

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」及び総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」より作成

(注) 中小企業は従業者が卸売業で99人以下、小売業で49人以下の事業所

## 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「森の比喩」、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も踏まえ、改めて考察すると・・・

# 中小企業の存在をもたらす6つの要因

i 経済構造	・分業が細分化する場合
ii 企業組織	・市場の取引コストが企業組織内の取引コストを下回り内製より外注にメリットが発生する場合 ・「名声」の定着で外部企業への発注への信頼性が高まる場合
iii 最適規模	生産に必要な設備や人員規模、市場規模、管理コスト等から最少効率規模が小さい場合
iv 製商品の性質	・製商品の変化が激しい場合
v 地理的環境	・原材料調達市場は生産物の販売市場が分散する場合 ・原材料や生産物の鮮度が重要な市場の場合
vi 差別化	・水平的差別化 ・高品質・高価格もしくは低品質・低価格の財・サービスへの特化

# 中小企業の存在をもたらす要因1

## 経済構造面～分業化と市場細分化

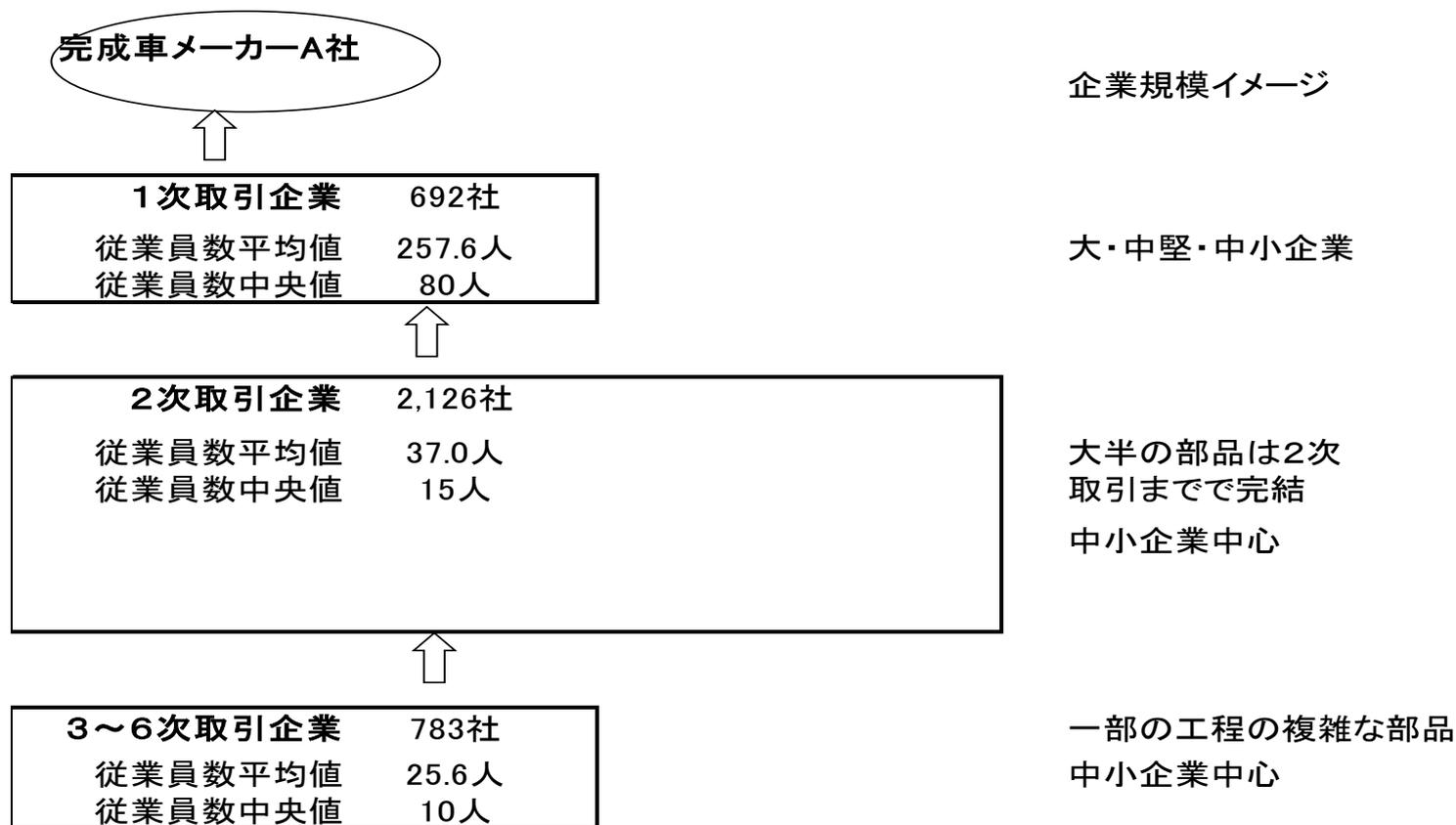
- 分業化は生産効率を上げる(A. スミス)
- 製品の高度化に伴い工程は複雑化、多様化の一途、完成品メーカーにとって全工程自前主義はもはや不可能
- ニーズの多様化は市場を細分化する
- 市場細分化が進むほど企業の棲み分けが促進され、中小企業の参入余地が生じる

市場細分化により、規模の小さい市場が発生

# 自動車サプライヤーシステムはピラミッド構造

## 下請中小企業への依存は極めて大きい

### 自動車のサプライヤーシステムイメージ



(資料) 中小企業庁「中小企業白書2007年版」

# 中小企業の存在をもたらす要因2

## 企業組織内部の問題

- 新制度派経済学の「企業の境界」問題
- 市場取引によるコストと、内部取引によるコストのうち、企業はより安価なものを採用
- 企業組織が大規模化、複雑化するほど内部取引コストは大きくなり、不利に（規模の不経済）
- 市場取引には受注者の機会主義の問題があるが、取引の繰り返しを通じ「名声」が定着すれば外注が可能となり取引コストが削減できる

（参考）親事業者による下請業者の開拓方法は「取引先の紹介」が最も多い（平成28年日本リサーチセンター「発注方式等取引条件改善調査事業報告書」）

# 中小企業の存在をもたらす要因3

## 業種の最適規模が小さい場合

- 最小効率規模（Minimum Efficient Scale（MES）。（平均費用が最小となるような生産規模のこと）が小さいと、大企業は規模の経済を生かせず、参入のメリットがえられない
- では、労働集約的（＝資本集約型でない）産業や熟練労働者中心の産業では規模が大きいことが有利にならない
- 市場規模が小さい場合も規模の経済追求の制約に

# 中小企業の存在をもたらす要因4

市場が安定的な形で形成されていない場合

- 新しい製品は市場が安定的な形で形成されておらず、一定価格での見込み生産、大量生産が困難
- 経営に小回りのきく中小企業の方が有利
- 但し、市場が成熟するまでの過渡期的なもの。中小企業中心の市場になるかどうかは要因2や3が該当するかによる

# 中小企業の存在をもたらす要因5

## 地理的環境

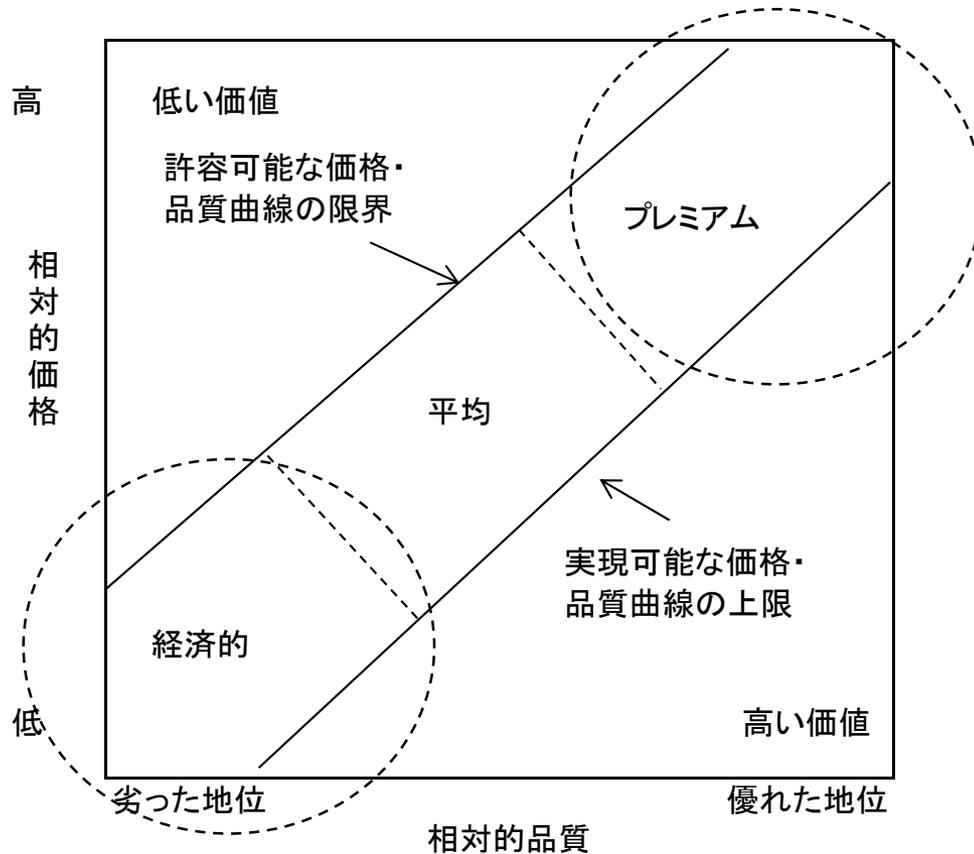
- IT化により情報の伝達コストは劇的に低下したが、モノやヒトの動きには物理的な制約と金銭的成本の問題は残存する
- 原材料市場や生産物の販売市場が分散する場合、事業を集約することは難しい
- 原材料や生産物の鮮度が問題になる場合、長距離の搬送が難しく大規模拠点で事業を進めることは適当でない

# 中小企業の存在をもたらす要因6

## 差別化

- 消費者により選好順位が異なる「水平的差別化」に特化すれば、規模の経済のデメリットが克服できる(例:日本酒)
- 価値マップ上の「高価格・高品質」(例:高級ブランド衣料)と「低価格・低品質」(例:情報処理などで必要最低限のデータ処理を行う場合)では中小企業が有利になる

# 価値マップのイメージ



(資料) Buzzell and Gale

The PIMS Principles: Linking Strategy to Performance

New York, Free Press (1987)

邦訳 和田充夫・八七戦略研究会訳 (1988)

「新PIMSの戦略原則—業績に結びつく戦略要素の解明」(ダイヤモンド社) P140

# MESや地理的条件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

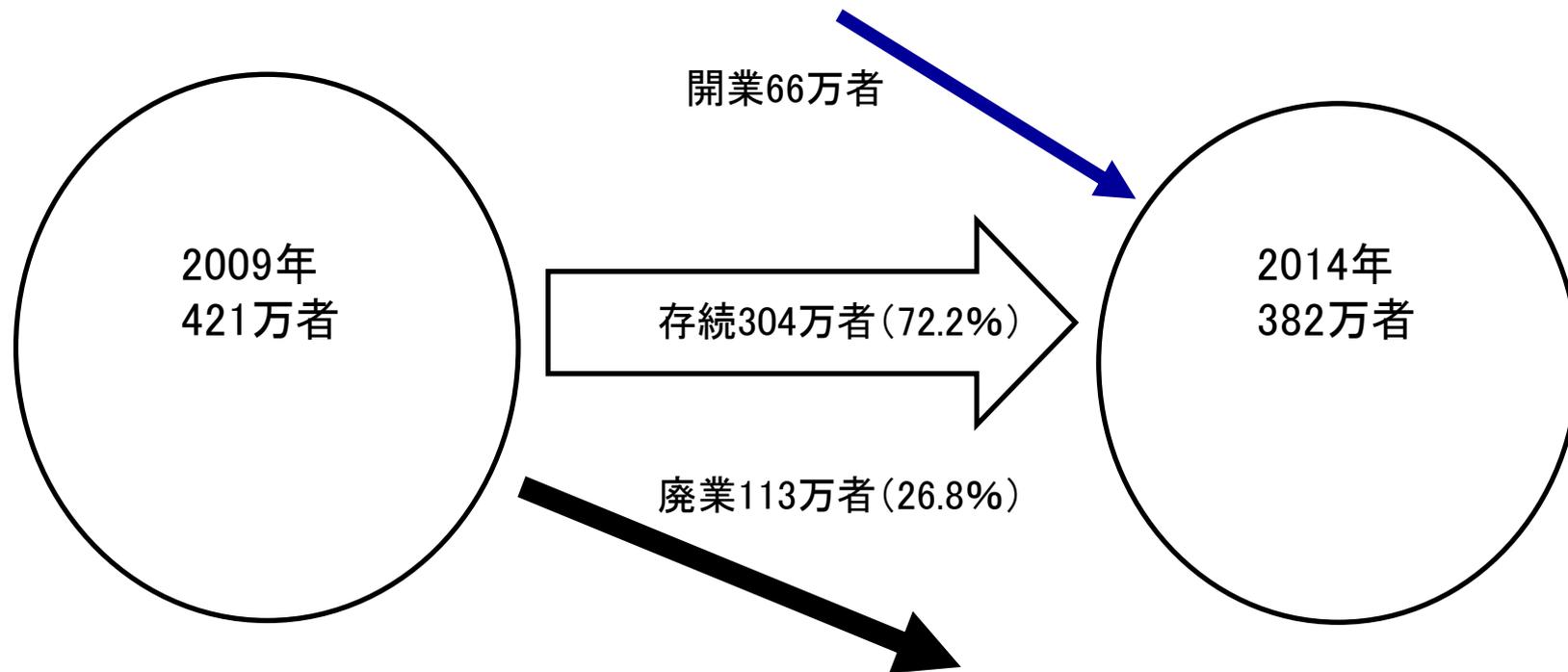
- 経済に占めるウエイトの大きさ
- 「規模の不経済」を埋める要因の存在
- 地域経済の担い手
- 効率的な分業構造の一翼を担う
- わが国産業競争力を支える存在
- イノベーションの担い手、新産業のゆりかご (P9)
- 以上は中小企業全体に関する議論。個としての中小企業は入れ替わる

## 6. 永続的な存在ではない個々の中小企業

- 創業直後の市場退出率が高く、時間の経過とともに退出率が漸減する(P48)
- 倒産等よりも休廃業・解散による退出が多い
- 事業を10年単位で継続する企業では経営者のバトンタッチ(=事業承継)が課題に
- 企業が長期間存続していても経営環境の変化に対応して事業内容は変わっていく
- 近年では廃業が開業を上回る状況が定着

# 日本では5年で3割近くが退出

2009年～2014年の5年間の企業数変化の内訳



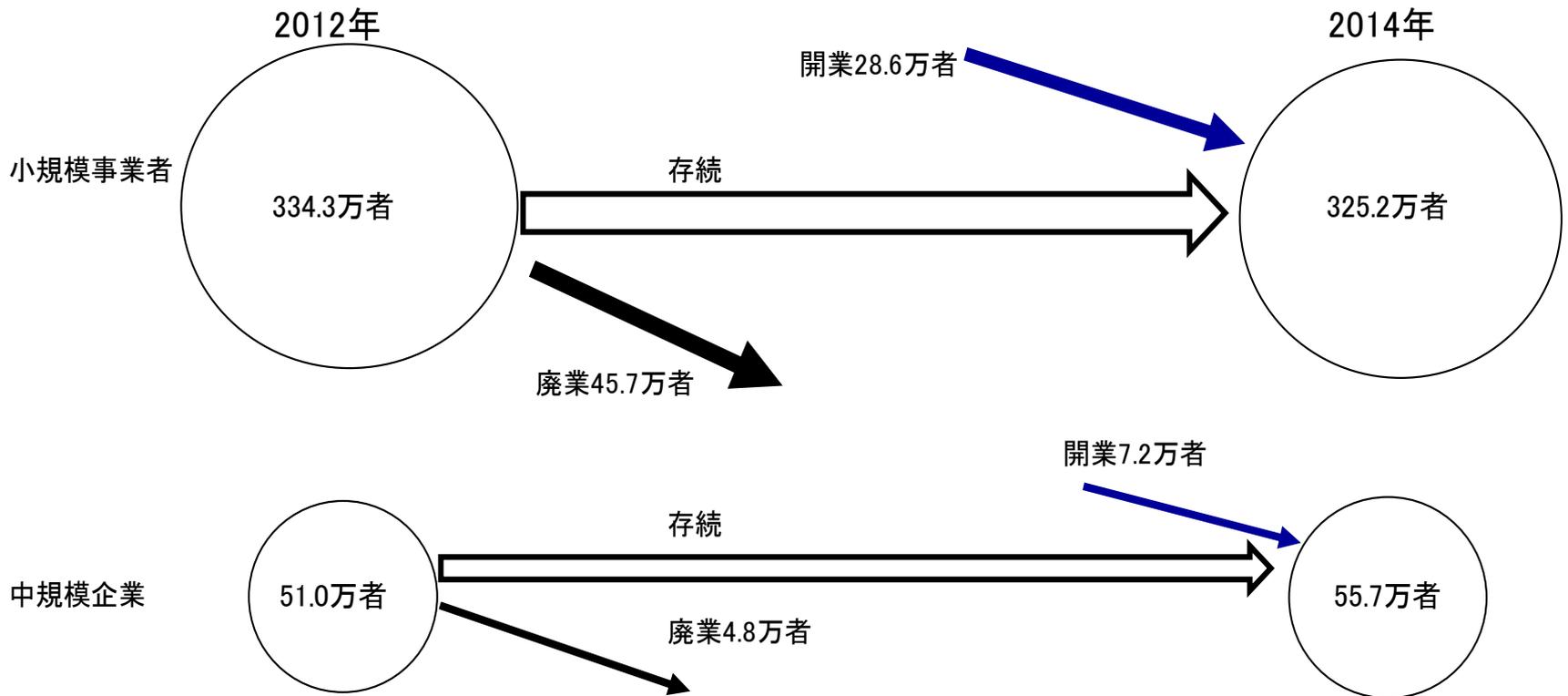
(資料) 中小企業庁「2017年版中小企業白書」

(注1) 上記のほか、合併、分社化、第1次産業との業種変更等の影響により、増加8万者がある

(注2) 個人事業主を含むため、「社」ではなく「者」と表記

# 改廃業率の規模間格差は小さい

企業規模別 中小企業の参入と退出(2012年～2014年)

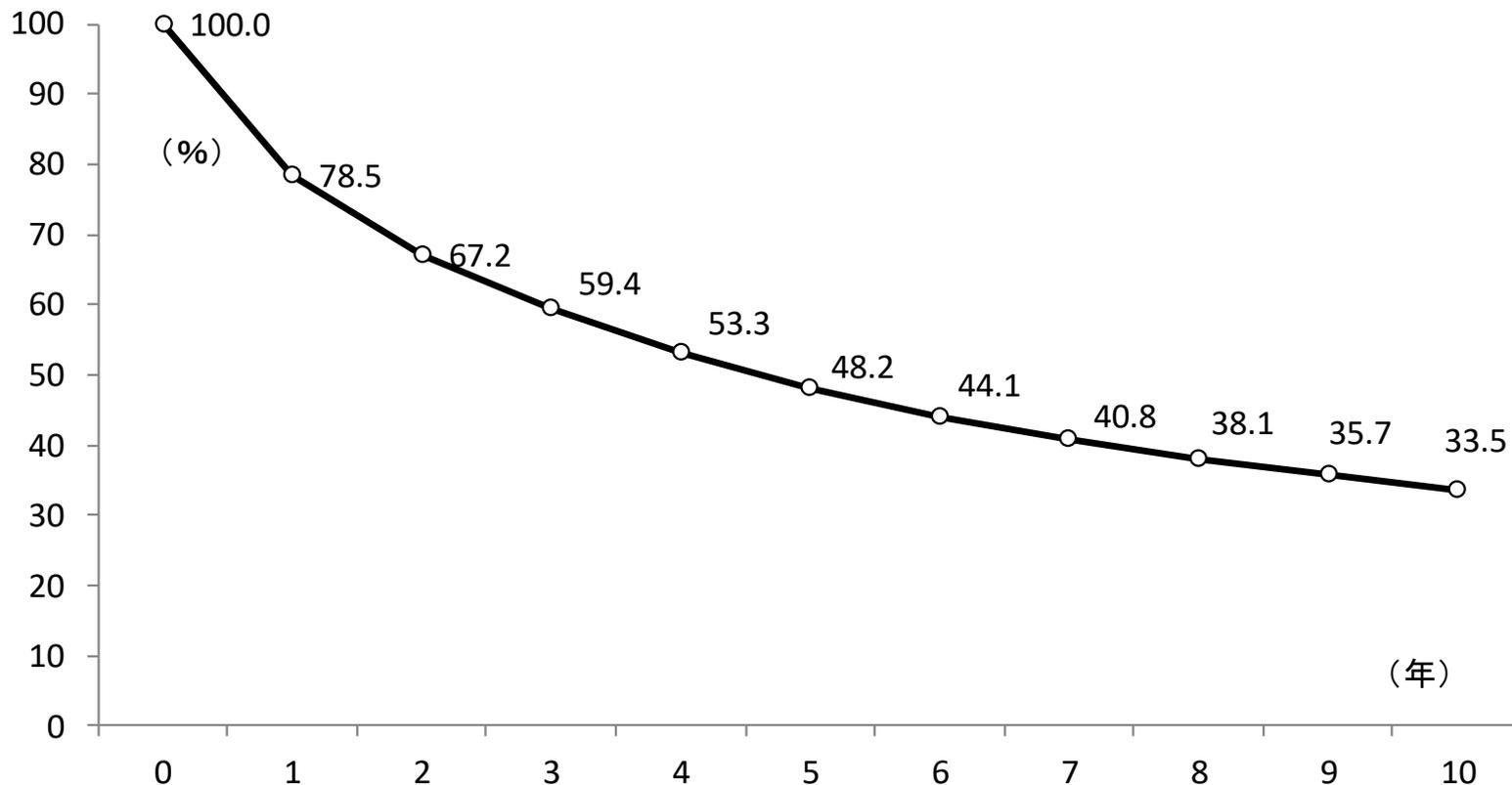


(資料) 中小企業庁「2017年版中小企業白書」再編加工

(注) 小規模事業者は中小企業基本法における小規模企業、中規模企業は小規模事業者以外の中小企業

# 米国では5年で半減

米国企業の生存率(創業後経過年数、調査期間は1994~2013年)



(資料) 米国中小企業庁ホームページ

(注) 対象は個人企業・法人企業両方にわたる

# 企業倒産件数は比較的低水準

企業倒産件数の推移



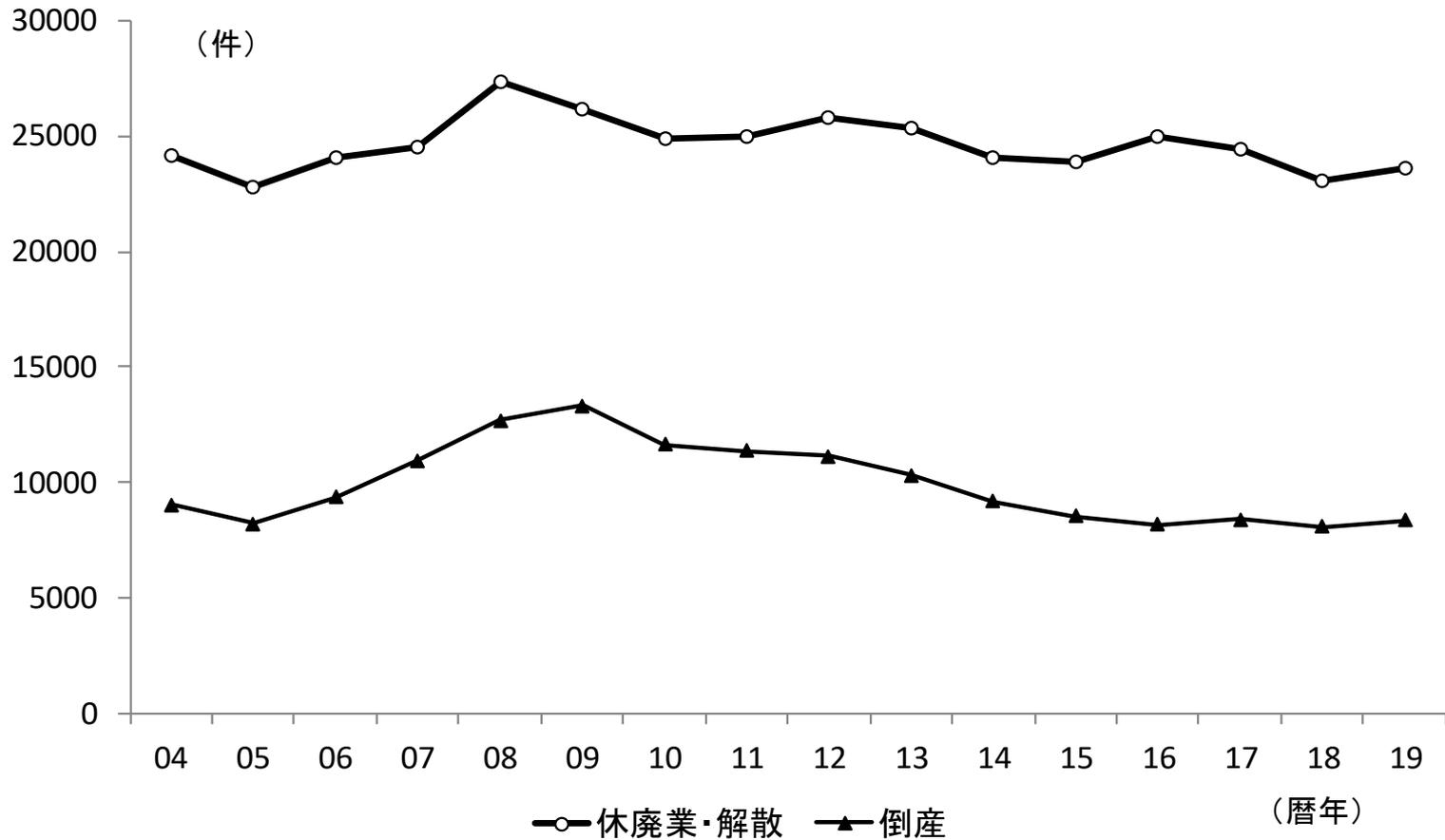
(資料)一般財団法人 企業共済協会「企業倒産調査年報」

(注)原データは東京商工リサーチ

(注2)倒産は法的整理(会社更生法、民事再生法、破産法、特別清算によるもの)と私的整理(銀行取引停止処分、内整理)からなる

# 休廃業・解散が退出の中心的手段

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(2019年)」(2020年1月)P2より

# 中小企業の年齢は20年台半ばが中央値

常用雇用者規模別 設立年齢別企業分布

(社、%)

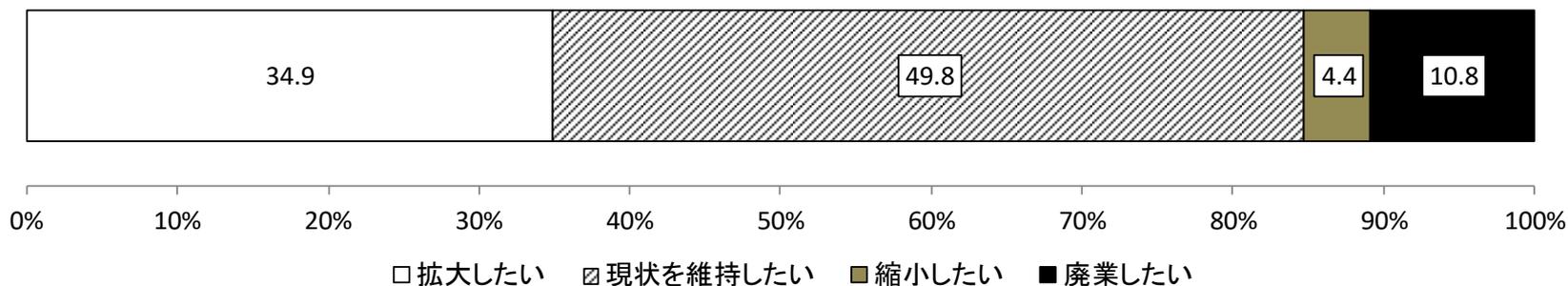
		1984年以前 (30年以上)	85年～94年 (20年～29年)	95～04年 (10年～19年)	2005年以降 (9年以下)	計
20人以下	社数	1,449	681	701	723	3,554
	構成比	40.8	19.1	19.7	20.3	100.0
21～50人	社数	63	25	29	26	144
	構成比	43.6	17.5	20.5	18.4	100.0
51～100人	社数	24	8	9	6	48
	構成比	50.4	17.1	19.5	13.1	100.0
101～300人	社数	24	7	7	4	42
	構成比	58.0	16.0	16.8	9.2	100.0
(300人以下)	社数	1,561	721	747	760	3,788
	構成比	41.2	19.0	19.7	20.1	100.0
301人以上	社数	9	2	2	1	14
	構成比	64.9	14.8	13.8	6.5	100.0

資料：中小企業庁「2018年版中小企業白書」再編加工

# 廃業を意識する企業にとっては 事業見通しより後継難がネック

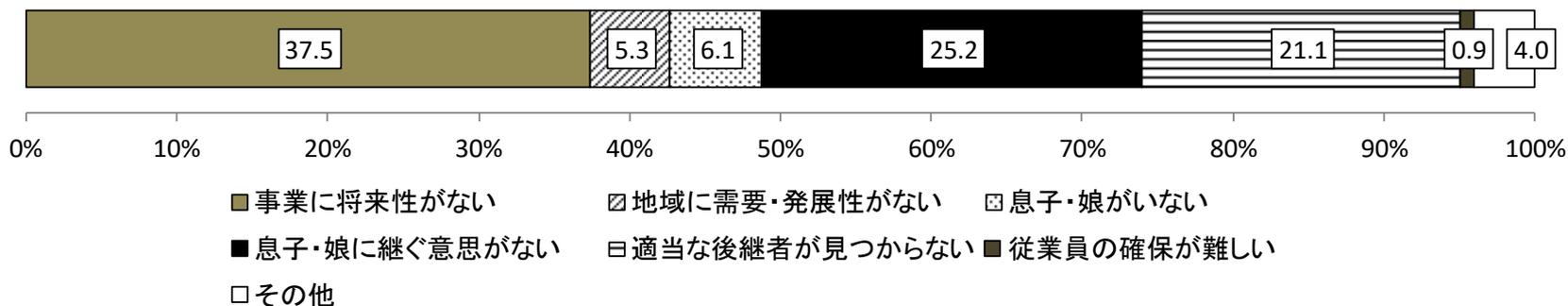
中小企業の今後の事業運営方針

(1つ回答)



廃業したい理由

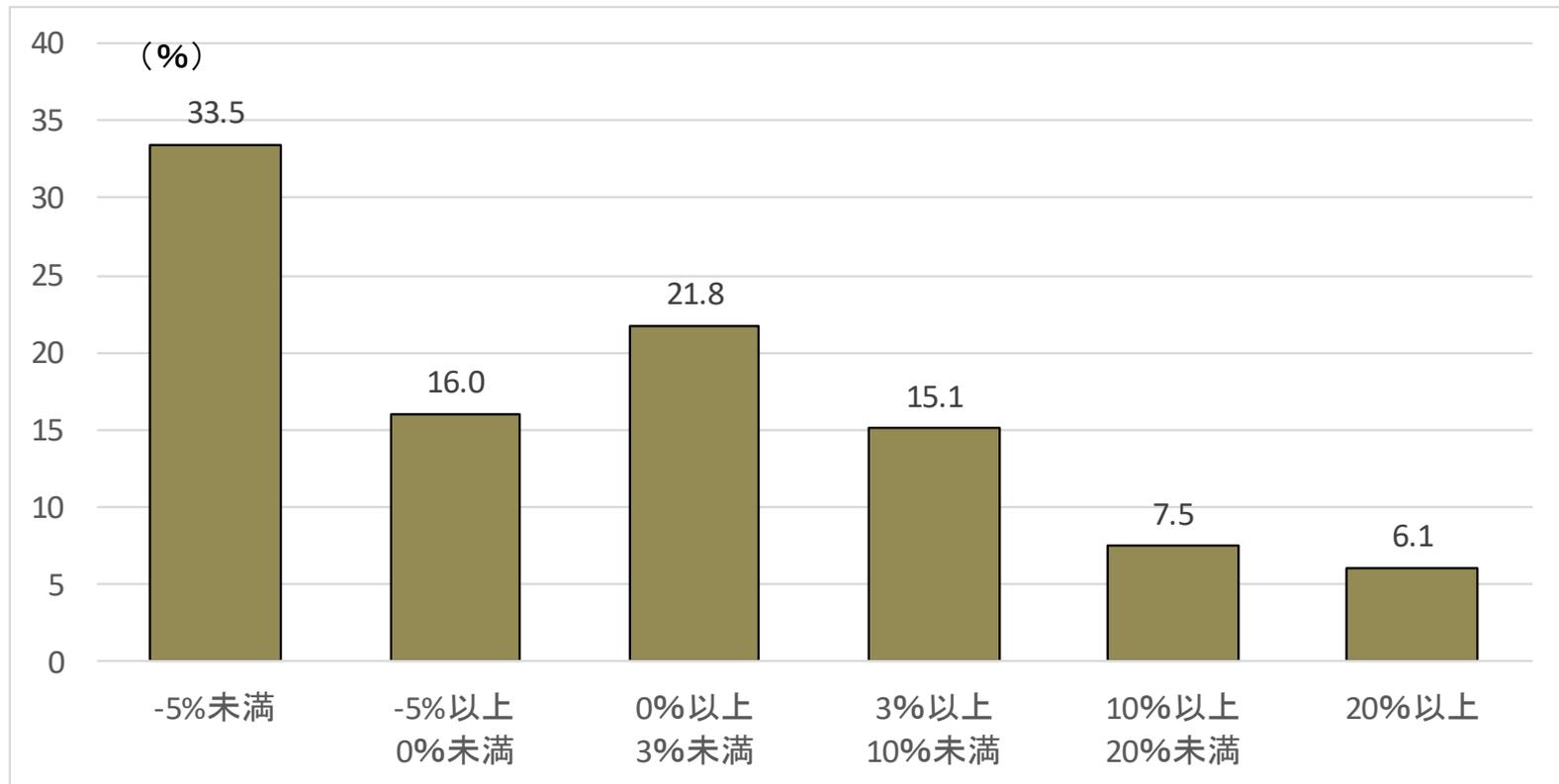
(1つ回答)



(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」

# 退出企業が低収益とは限らない

休廃業・解散企業の売上高経常利益率分布



(資料) 中小企業庁「2017年度中小企業白書」(原統計は(株)東京商工リサーチ  
「2016年「休廃業・解散企業」動向調査」)

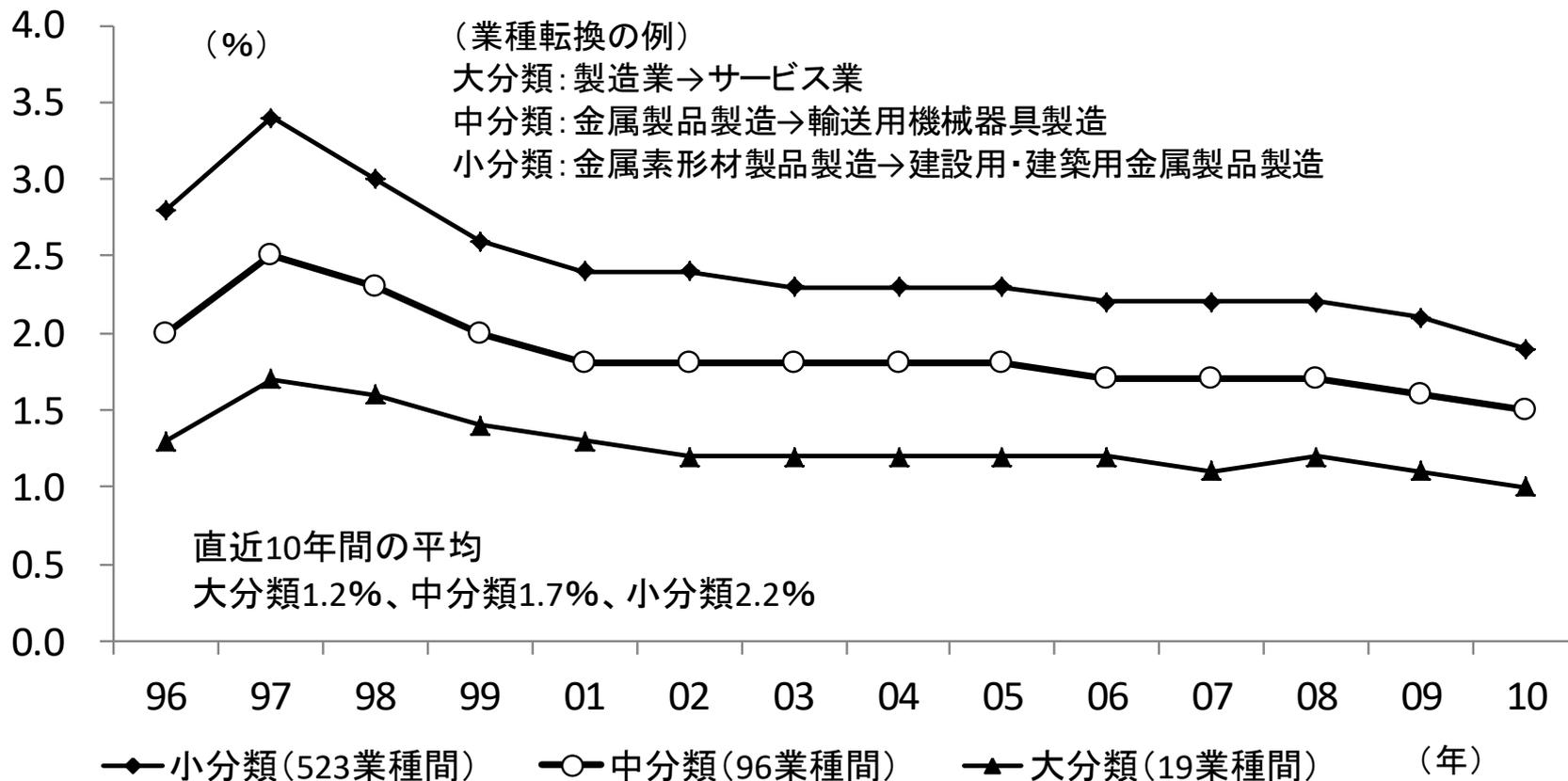
(注) 生存企業の売上高経常利益率の中央値は2.07%

# 新事業展開

- 企業の存続を前提とするとき、主力事業の将来見通しが明るくない場合に取りうる選択肢は①多角化による新事業展開、②事業転換による新事業転換の2つがある
- リスクは①<②で、①の方が漸進的で現実的な選択肢
- ただし、大企業に比べ経営資源が乏しい中小企業では②も比較的多い
- 下請企業では主力納入先変更によるなし崩し的な事業転換も

# 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

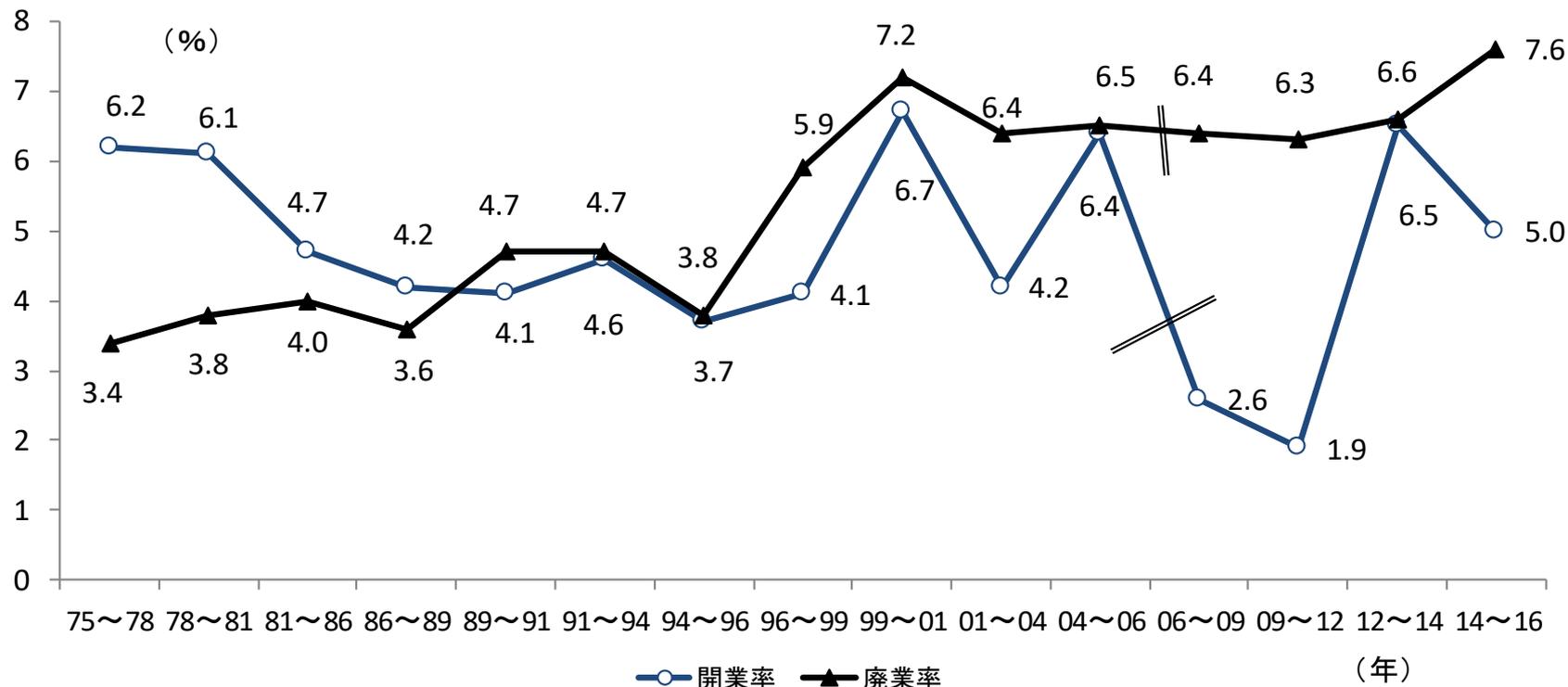
# 納入先変更による事業転換の例

- プラスチック及び金属の切削・成形・加工業者
- 素材の切削、成形、加工の分野では個々の需要の盛衰が多くが激しく、10年以上同一先が主力納入先であるケースは皆無
- 取り扱う素材も金属、プラスチック、ゴムなど用途に応じ変わる
- 納入先のニーズ変化を前提に取り扱い内容を柔軟に変更できる体制を整えることが重要

# 90年代以降は廃業率が開業率を上回る

## 開業率が低調で経済への悪影響が懸念される

わが国の開業率の推移(非一次産業、企業ベース)



(資料) 中小企業庁「2019年版中小企業白書」(原統計は総務省「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

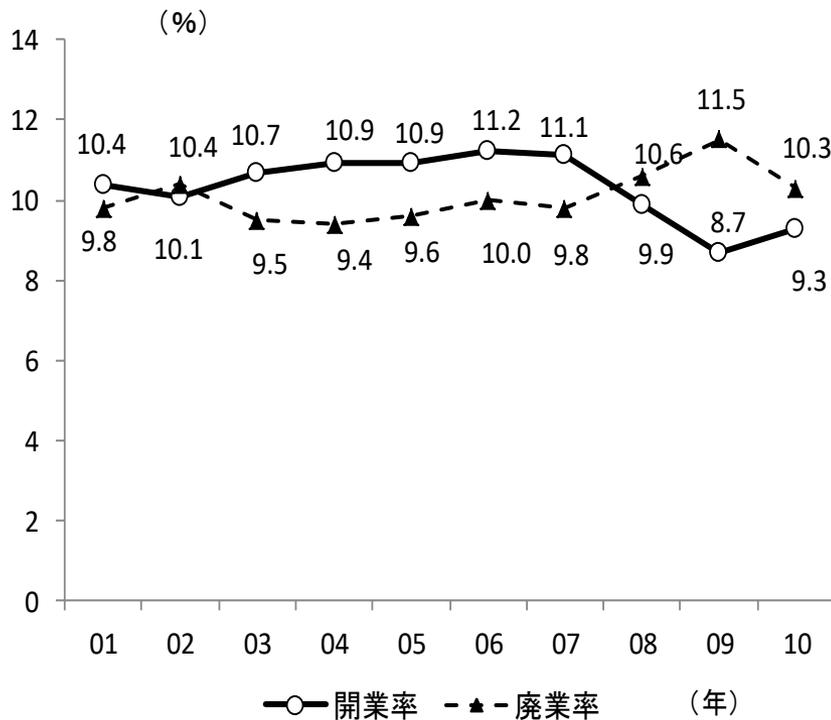
(注2) 二重線で区切った箇所は産業分類の変更等があり単純には過去と比較できない

(注3) 06~09年の開業率と廃業率は定義の違いにより単純に比較できない

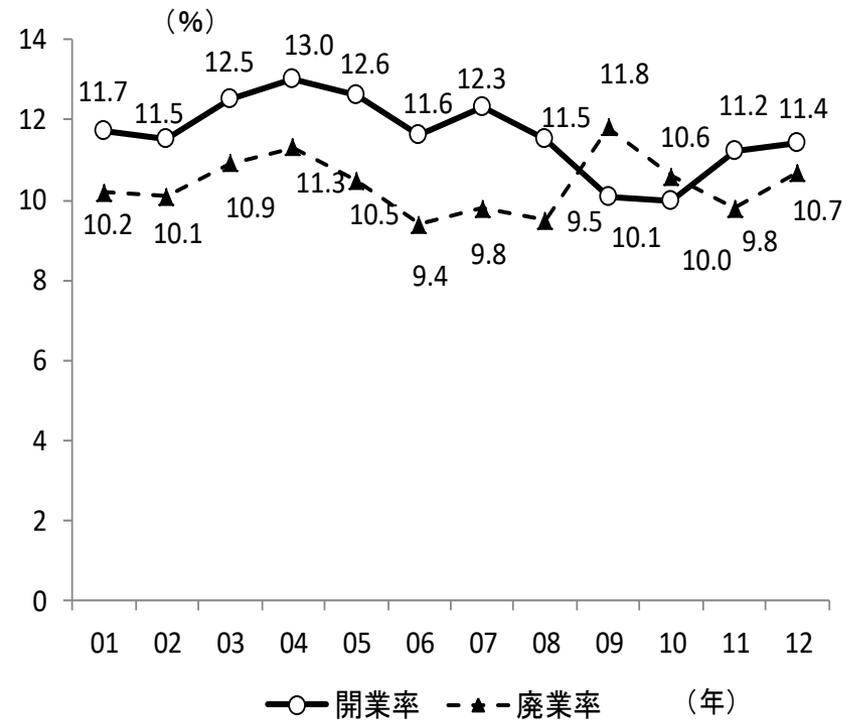
# 米・英は日本より開廃業率とも高い 新陳代謝が活発

## 米国と英国の開業率・廃業率

### 米国



### 英国



(資料) 中小企業庁「2014年版中小企業白書」

(注1) 2011年ドイツは開業率8.5%、廃業率8.1%、2012年フランスは開業率15.3%、廃業率11.1%

(注2) 前頁の日本の開廃業率とは厳密な比較はできない

# 7. 中小企業を取り巻く経済環境

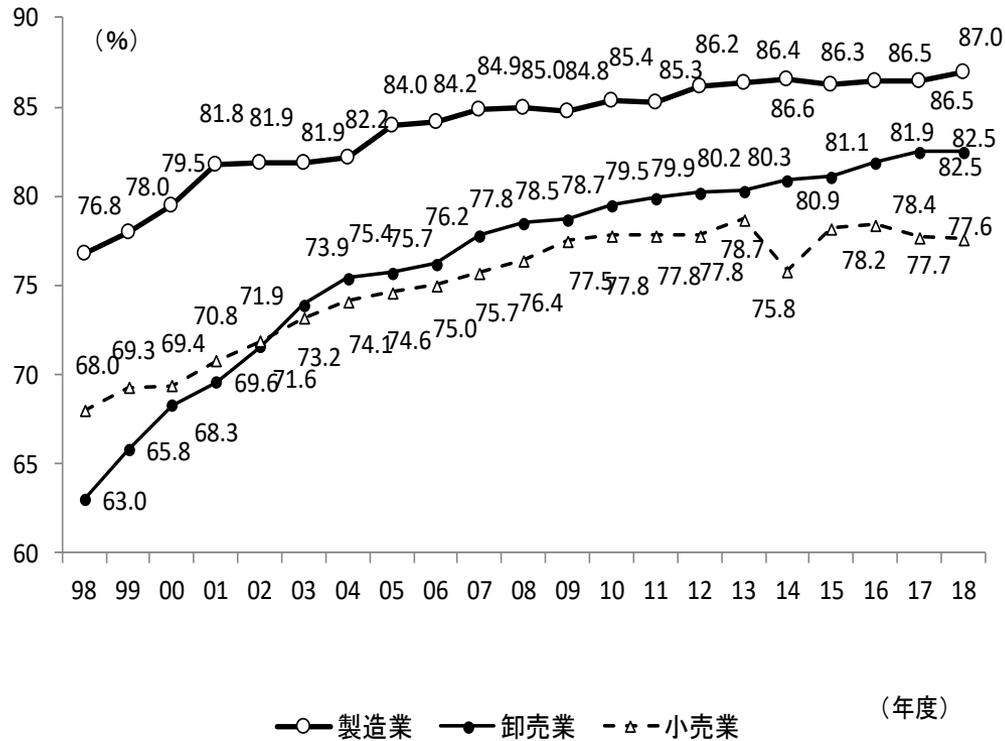
- 国際経済情勢の影響
    - ① 中国ほかアジア経済の影響
    - ② 保護主義の台頭と新たな経済連携の模索（EPA、TPPなど）
    - ③ 国際過剰流動性の敏速・大規模な資金移動がもたらす世界経済の混乱の可能性（例：リーマン・ショック）
  - 情報化の進展（IoT等）
  - パンデミックがもたらす構造変化
- 第7回講義

# 企業は本業への傾斜を強める

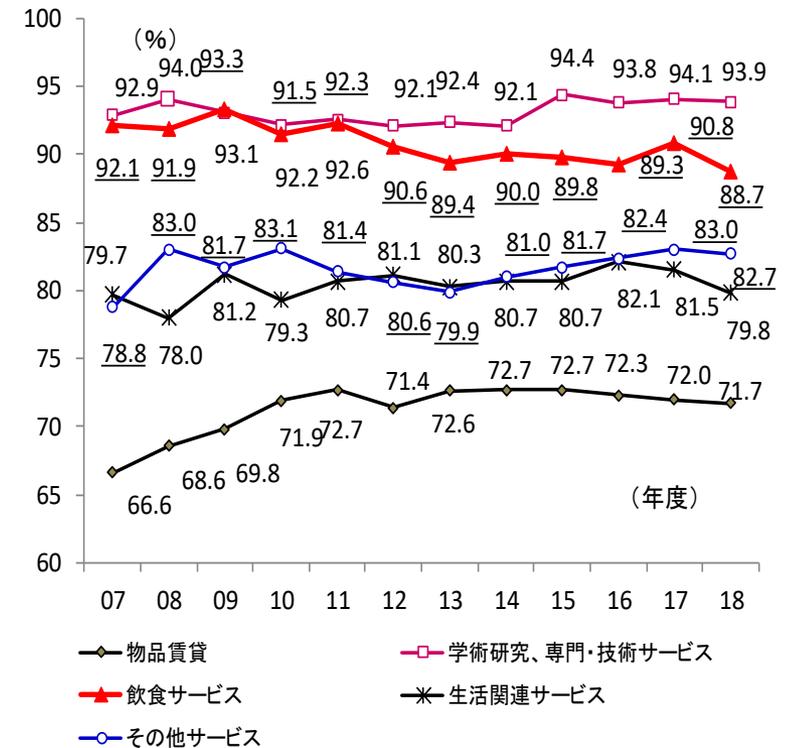
## 内需の高成長望めず経営資源を本業に集中か

産業別日本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」

# 8. 中小企業データ取り扱いの留意点

## 8. 1 合算時系列データの留意点

- 中小企業には**入れ替わり、増減がある**。これを反映するか否か
- 中小企業の入れ替わりを反映した厳密な合算データは経済センサスからのみ入手可能
- **サンプル調査で代用する機会が多い**(法人企業統計、日銀短観等)
- 時系列的にサンプルが安定した調査(例:日銀短観)は定点観測の性格が強く、「中小企業1企業の平均」の時系列比較に近い

## 8. 2 集計単位の留意点

- 統計の集計単位は企業の場合と事業所の場合がある(経済センサス、工業統計など)
- 事業所の場合、中小企業でないものも中小企業として見なされることがあり、中小企業のサンプルが過大となることがある(例:従業者30人の銀行の支店が中小企業扱いとなる)

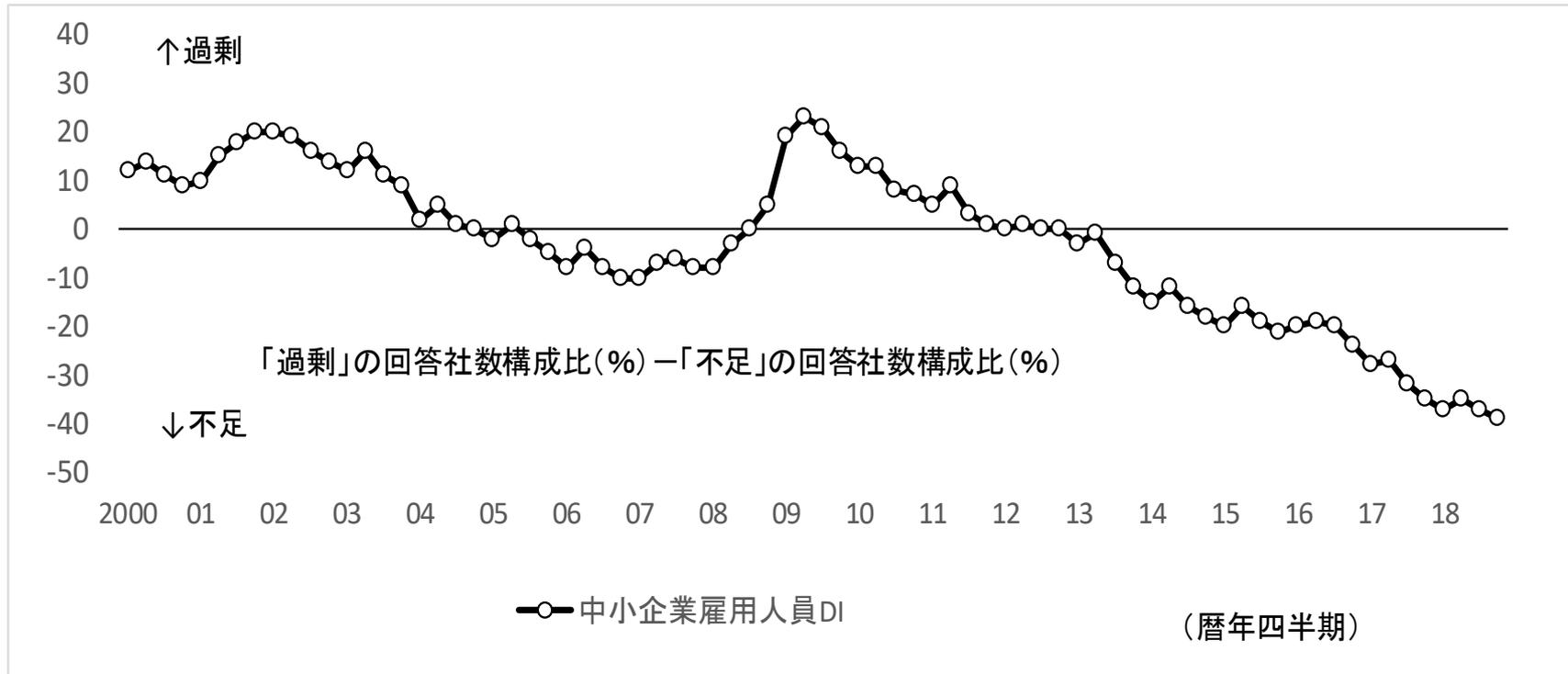
→企業を集計単位とする統計を用いるのが基本。それがない場合、事業所単位の統計を補助的に用いる

## 8.3 マインド指標の留意点

- **DI (Diffusion Index)** が多用される。調査項目（例：景況感）の程度につき、ネットでどの方向に、どのくらいの企業割合でマインドが傾いているかを示す（例：「良い」%－「悪い」%）
- 回答しやすくするため、二元論的な選択肢（例：「過剰」「適正」「不足」）となっており、その程度までは回答させない。このため過去の数値比較に厳密に意味を持たせることは適当でない

# DIの例(時系列)

## 中小企業の雇用人員DIの推移



(資料) 日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

(注1) 「過剰」「適正」「不足」の3段階で回答

(注2) 中小企業は資本金2,000千万円以上1億円未満の企業

## 8. 4 アンケート調査利用時の留意点

- 法人企業を対象とするものが多い
- 中小企業の定義は調査により異なる
- サンプルは無作為抽出とは限らない。調査機関に回答率を上げる意図が働く場合、調査対象が優良企業に偏る可能性があることには注意する必要がある
- 産業などカテゴリー別ではサンプル数が十分でない可能性がある

# 第1回講義 まとめ

- 中小企業は市場経済のダイナミズムを担っており、イノベーションにも貢献
- 小規模企業の果たす役割への注目が向上
- 中小企業は同族経営が多い。また地域経済への貢献が大きい
- 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。新規開業による参入と倒産や転廃業による退出で少しずつ入れ替わっていく

# 参考文献

## 歴史的な経緯を含む中小企業論全般

- 商工中金編・岡室博之監修[2016]「中小企業の経済学」(千倉書房)
- 植田・本多・桑原・義永他[2010]「中小企業・ベンチャー企業論」(有斐閣)
- 渡辺・小川・黒瀬・向山[2013]「21世紀中小企業論(第3版)」(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)
- 小田切宏之[2001]「新しい産業組織論」(有斐閣)
- 柳川範之[2000]「契約と組織の経済学」(東洋経済新報社)
- O. ハート著／鳥居昭夫訳[2010]「企業 契約 金融構造」(慶応義塾大学出版会)
- 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)
- O. E. ウィリアムソン著／浅沼万里・岩崎晃訳[1980]「市場と企業組織」(日本評論社)
- Church,J. and Ware,R.(2000) “Industrial Organization A Strategic Approach”, Irwin McGraw-Hill
- Holmstrom.B and Tirole.J.(1989) “The Theory of the Firm,” in The Handbook of Industrial Organization, R. Schmalensee and R. Willing(eds.),Amsterdam:North Holland.

## 企業・創業関係

- Bygrave W. and Zacharakis A.(2008)”Entrepreneurship.”,John Wiley & Sons(高橋徳行・田代泰久・鈴木正明訳[2009]「アントレプレナーシップ」(日経BP社)