

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1回 中小企業とは何か

2017年4月12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（或いは中小企業の当事者として）で将来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
- ②中小企業と関わる際に生じるさまざまな問題や疑問点に対処するためのツールを提供する

# 合算としての中小企業、個としての中小企業

- 合算ベースでは中小企業は経済のなかで重要な存在(後述)
- 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)
- 経済や産業の担い手として、雇用の担い手として、イノベーションの担い手としての中小企業支援は必要
- 一方で、市場の経済合理性に適合しない企業は退出するのが市場経済の大原則。個々の企業の存否は市場原理に任される
- ただし、本当に市場原理だけで企業の存否が決まってよいのか？

# Cool headとWarm Heart

- 中小企業に関わる人にはマーシャルのいう“Cool head”と“Warm heart”を併せ持つことが不可欠

(前略) to increase the numbers of those, (中略) with cool heads but warm hearts, willing to give some at least of their best powers to grappling with the social suffering around them, (後略)

Marshall,A (1885) *“The present position of economics”*

# 具体的に直面する問題の例1 (中小企業との取引)

- 製造に必要な部品を中小企業に外注に出すか、内製するのがよいか？
- 完成品の価格引き下げのため、部品を納入する中小企業に時間やコスト面など部品生産の効率化を図ってもらいたい。しくみ作りをどうするか？
- 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

## (中小企業支援)

- 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、それとも市場退出を促すか？
- 生産の海外移転を促進するか、空洞化を避けるため抑制するか？
- 支援対象企業から経営計画を受け取ったが、その妥当性をどう判断するか？

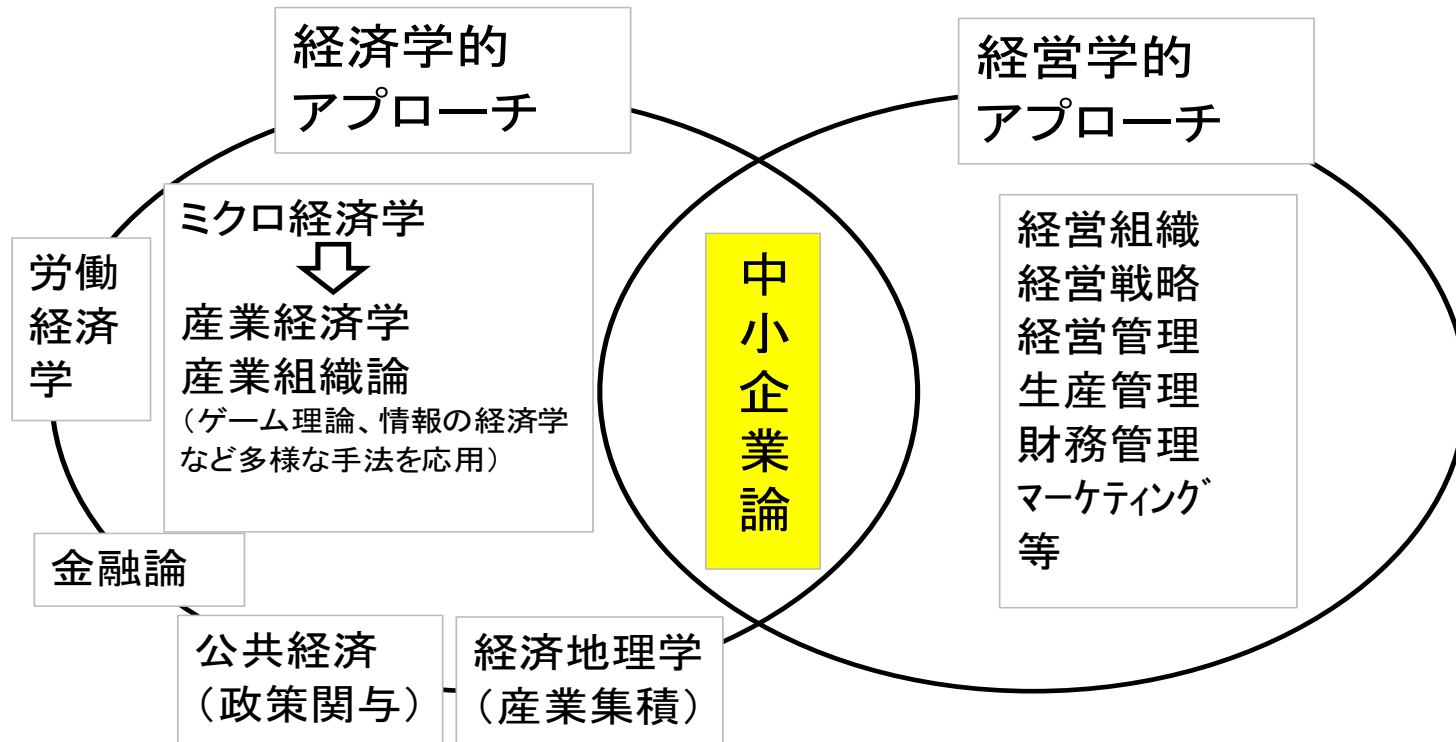
# 具体的に直面する問題の例3 (中小企業の当事者として)

- 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？
- 手持ちの設備が老朽化し、最新技術にも対応できない。更新したいが、一方で現時点で設備に多額の資金を費やすのはリスクが大きく躊躇している。どうするか？
- 業績は順調だが事業規模を大きくすべきか？

# 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。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

- 中小企業の定義
- 中小企業とはどのようなものか
- 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
- 中小企業を取り巻く経営環境

# 1. 中小企業の定義

どう定義するか (テキスト第1章第1節参照)

- 量的基準

～従業員数(日本、米国、EU)、資本金(日本)、総資産額(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

# 量的基準による区分にも曖昧な点

- 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、売上に大きな開きが生じる
- 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

# 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

# アジアでは従業員数と他基準の組み合わせが多い

## アジア諸国の定義上の採用指標(量的基準)

(掲載国すべて各指標のいずれかが一定基準以下(未満))

	従業員数	売上高	資本金	総資産額	固定資産額
中国	○	○		○	
韓国	○		○		
台湾	○		○		
香港	○				
シンガポール	○	○			
タイ	○				○
マレーシア	○	○			
フィリピン	○			○	
ベトナム	○				○

(資料)国際貿易投資研究所「国際貿易と投資」2007年秋号「主要国の中小企業施策に関するウェブサイト」より抜粋

(注)2007年7月末時点での定義であり、その後変更されている可能性がある

米国、EUの基準はテキストP6参照

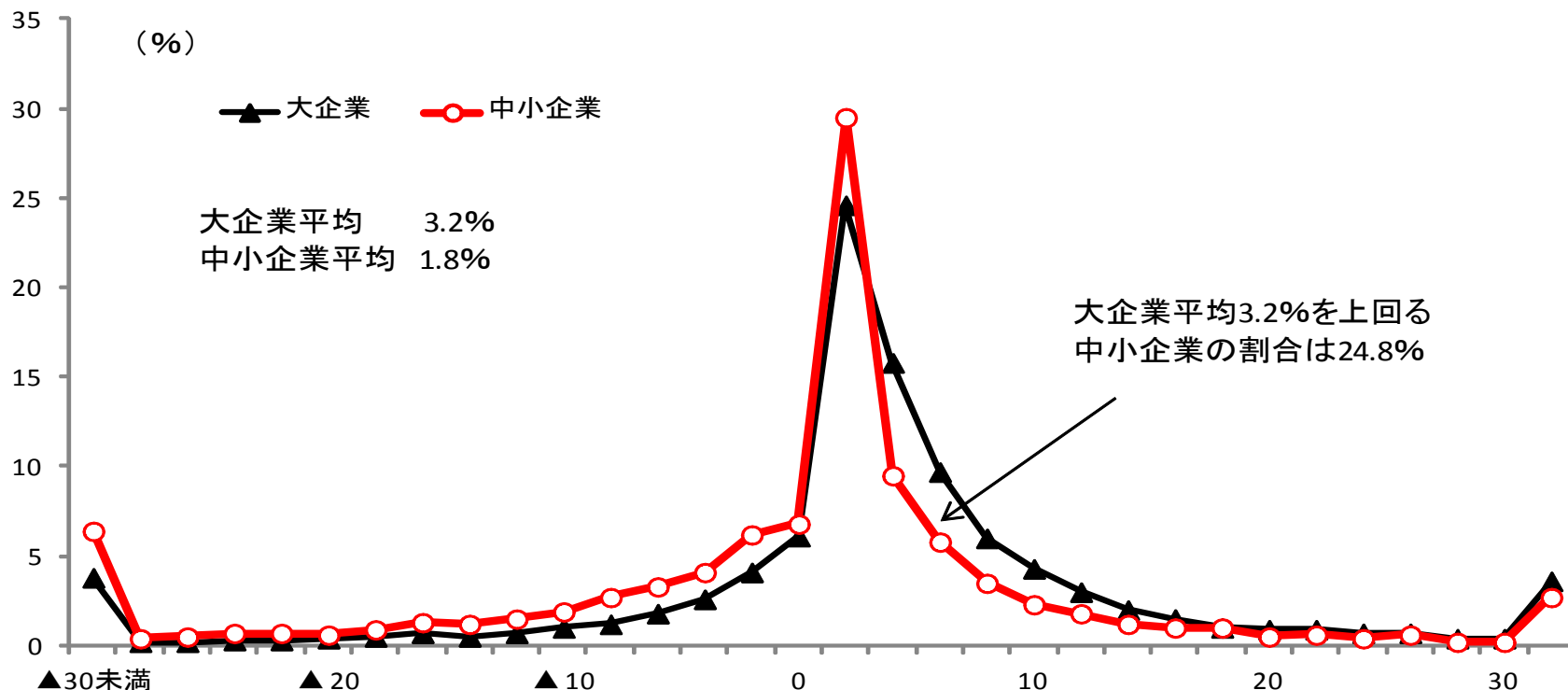
# 小規模企業と中堅企業

- 中小企業のなかでも特に規模の小さいものを小規模企業（零細企業）と称することがある
  - ～法的には、「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1000万円未満が一つの目安
- 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して分類することも
  - ～資本金10億円未満が一つの目安。中小企業の発展形

## 2. 中小企業とはどのようなものか

～ばらつきが大きく「典型的な」中小企業の抽出は容易でない

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

# 中小企業は同族会社がほとんど 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(2013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%)	2,210,388 100.0	2,144,289 97.0	66,099 3.0
1000万円超1億円以下 (構成比%)	352,517 100.0	322,942 91.6	29,575 8.4
1億円以上～10億円以下 (構成比%)	16,351 100.0	12,865 78.7	3,486 21.3
10億円超 (構成比%)	5,084 100.0	3,175 62.5	1,909 37.5

(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25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

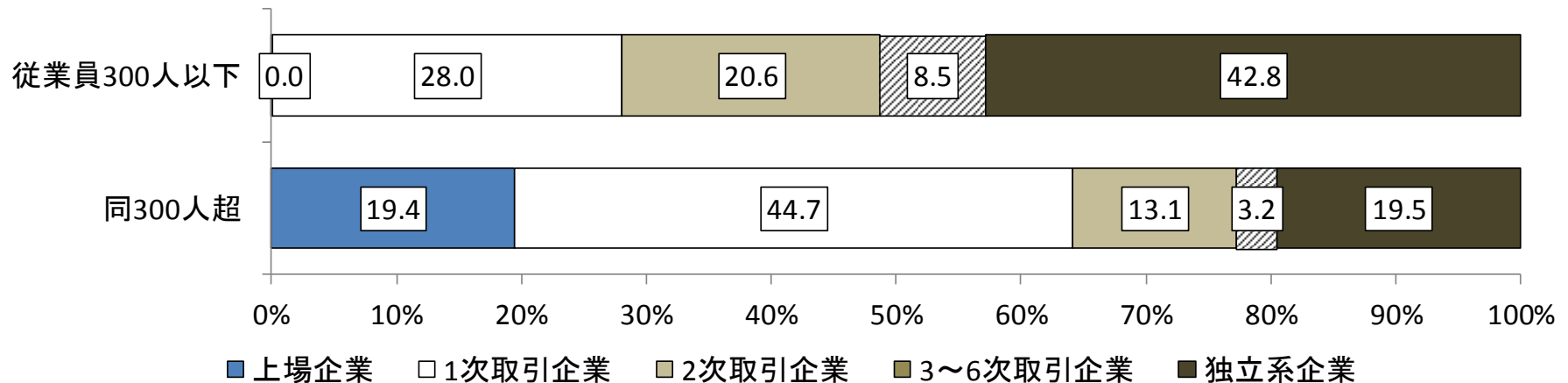


# 下請企業と独立系企業

## ～下請企業は製造業、運輸業、情報通信業が多い

- ・下請企業の定義についてはテキストP11参照
- ・業種毎の下請比率についてはテキストP12～P13を参照

### 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。

# 中小企業中心の産業では寡占度が小さい ～比較的競争市場が成立しやすい

- ・テキストP53に中小企業の出荷シェアの高い産業の例示あり
- ・HHIの定義はテキストP16参照

## 製造業における中小企業中心の産業の市場集中度

(%)

	HHI 1500以下	HHI 1500超2500以下	HHI 2500超
中小企業中心の産業	70.1	17.1	12.9
大企業中心の産業	13.8	26.2	60.0

(資料) 経済産業省「平成22年工業統計表」(企業統計編)

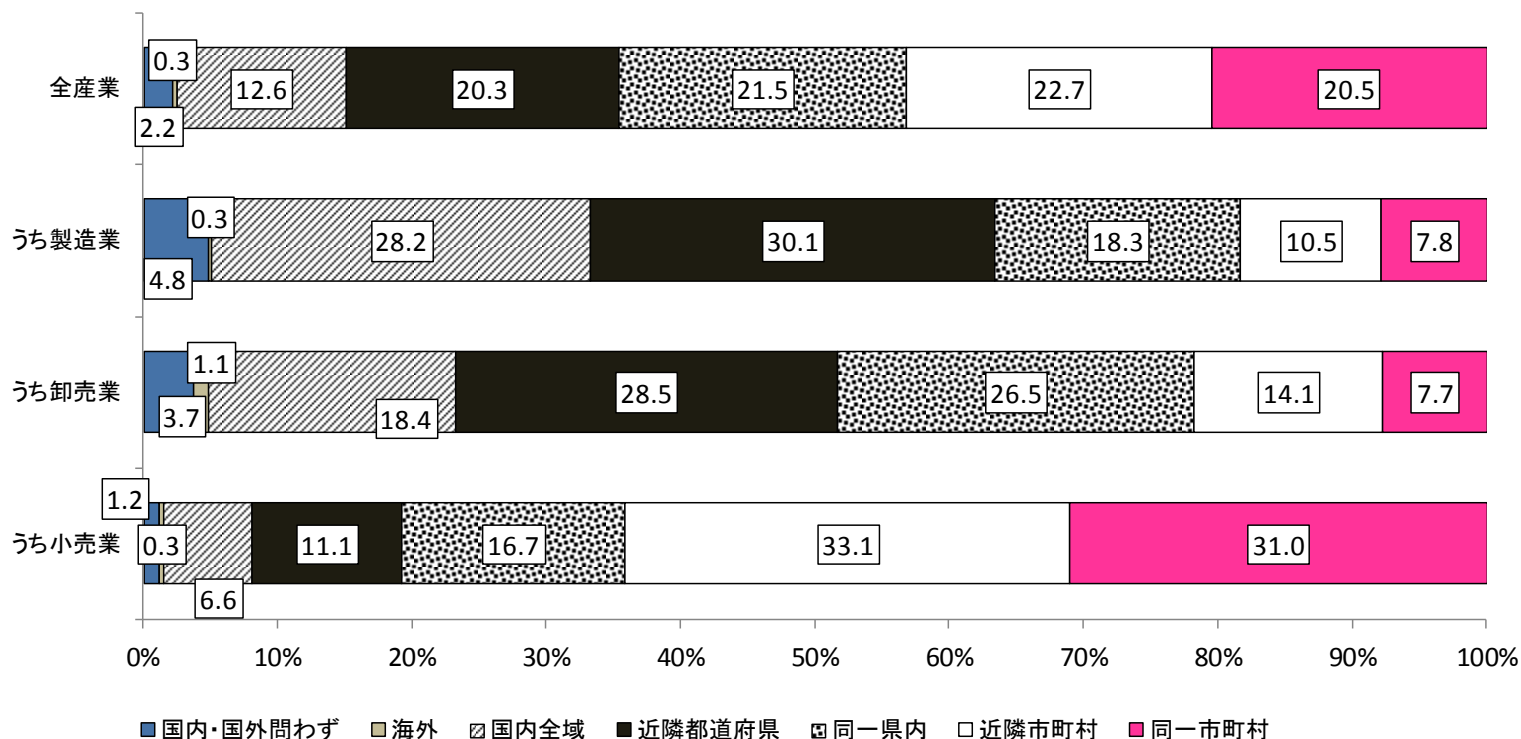
(注1) 中小企業は資本金3億円以下または従業員数300人以下、大企業はそれ以外の企業

(注2) 中小企業中心の産業は中小企業の出荷シェア70%以上、大企業中心は大企業の出荷シェア70%以上の産業

# 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一定数存在

中小企業の主な販売地域



(資料) 中小企業庁「平成25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. 中小企業の重要性

- わが国全民営企業(382万社)の99.7%(381万社。うち会社は172万社で、残り209万社の大半は個人企業)(2014年経済センサス)
- わが国全従業者数(5,707万人)の75.6%(事業所ベース。2014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4,794万人)では70.1%。「事業所ベース」と「企業ベース」の違いはテキストP22の(注22)参照。
- 製造業出荷額の47.9%、付加価値額の54.0%(2013年工業統計、事業所ベース)
- 卸売業販売額の62.1%、小売業販売額の70.2%(2014年経済センサス、事業所ベース)

# 企業数では雇用者4人以下が大半

従業者規模別企業数(民営非一次産業、2014年、企業ベース)

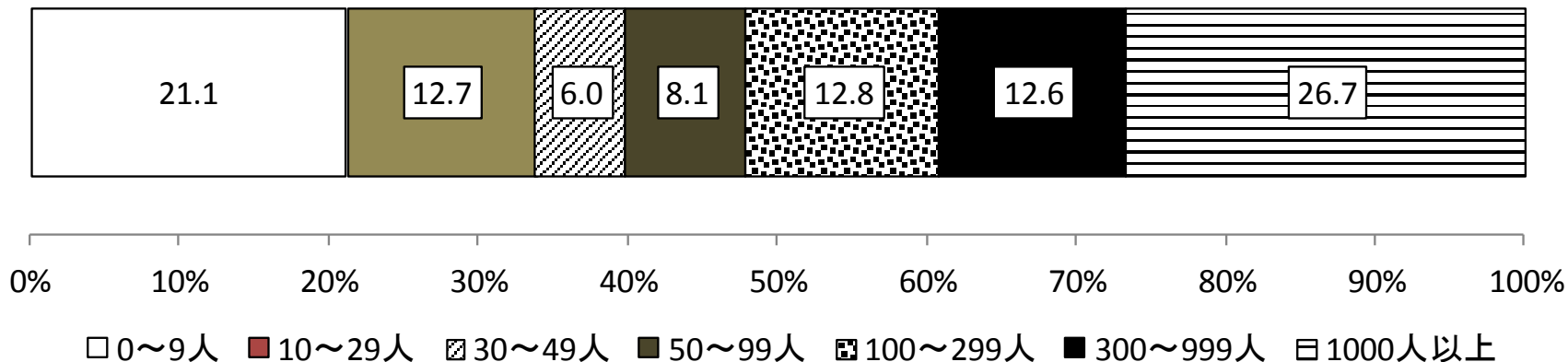
	0～ 4人	5～ 9人	10～ 19人	20～ 29人	30～ 49人	50～ 99人
企業数	3,031,661	464,255	276,247	99,784	80,071	60,880
構成比(%)	74.5	11.4	6.8	2.5	2.0	1.5

	100～ 299人	300～ 999人	1000～ 1999人	2000～ 4999人	5000人 以上	計
企業数	41,330	13,275	2,304	1,261	592	4,071,660
構成比(%)	1.0	0.3	0.1	0.0	0.0	100.0

(資料)総務省「平成26年経済センサス－基礎調査報告」

# 従業者数シェアは小規模企業も 相応のシェアを有する

常用雇用者数別企業の従業者総数構成比(2014年)



(資料)総務省「平成26年経済センサス—基礎調査報告」

(注1)非農林部門(除く公務)の企業

(注2)従業者は国内ベースで臨時含む

(注3)従業者の総計は5,590万人

# 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)

	全従業者	中小企業		大・中堅企業
			うち小規模企業	
3大都市圏	28,731,618	17,362,680	5,940,853	11,368,938
構成比(人、%)	100.0	60.4	20.7	39.6
3大都市圏以外	17,407,325	14,804,804	5,983,127	2,602,521
構成比(人、%)	100.0	85.0	34.4	15.0
計	46,138,943	32,167,484	11,923,980	13,971,459
構成比(人、%)	100.0	69.7	25.8	30.3

中小企業のシェアが90%以上の県

	中小企業	
		うち小企業
奈良	94.6	41.3
鳥取	93.8	37.5
島根	93.0	40.0
秋田	93.0	38.9
高知	92.7	42.4
長崎	92.5	39.4
宮崎	92.4	40.4
佐賀	92.3	37.6
山梨	91.7	42.6
青森	91.1	36.5
徳島	91.0	42.2
熊本	90.9	37.8

(資料) 中小企業庁「中小企業白書」2014年版再編加工

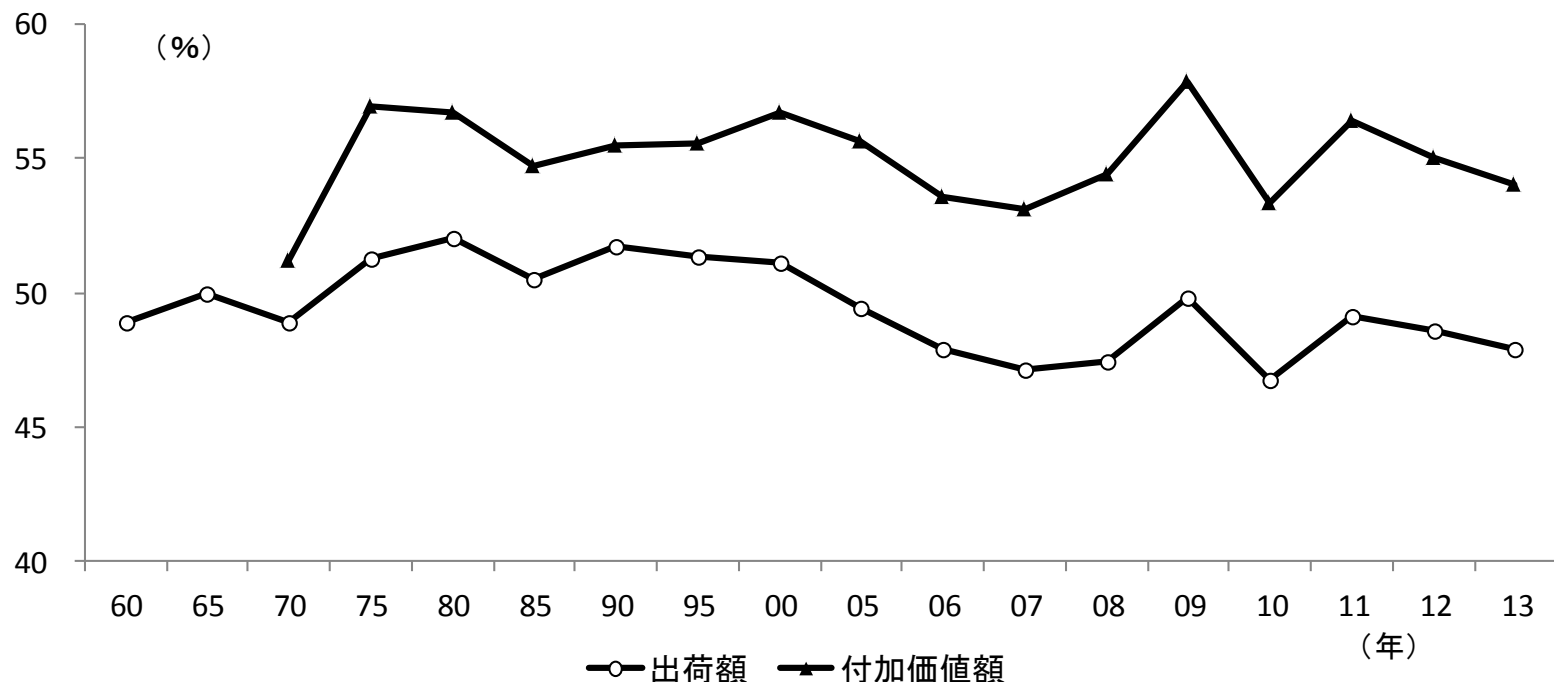
(注1) 中小企業・小規模企業の定義は企業数の場合と同様

(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  
兵庫、滋賀、奈良

(注3) 本社の所在地別に集計

# 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」各年版速報より作成

(注1) 中小企業は従業者299人以下の事業所

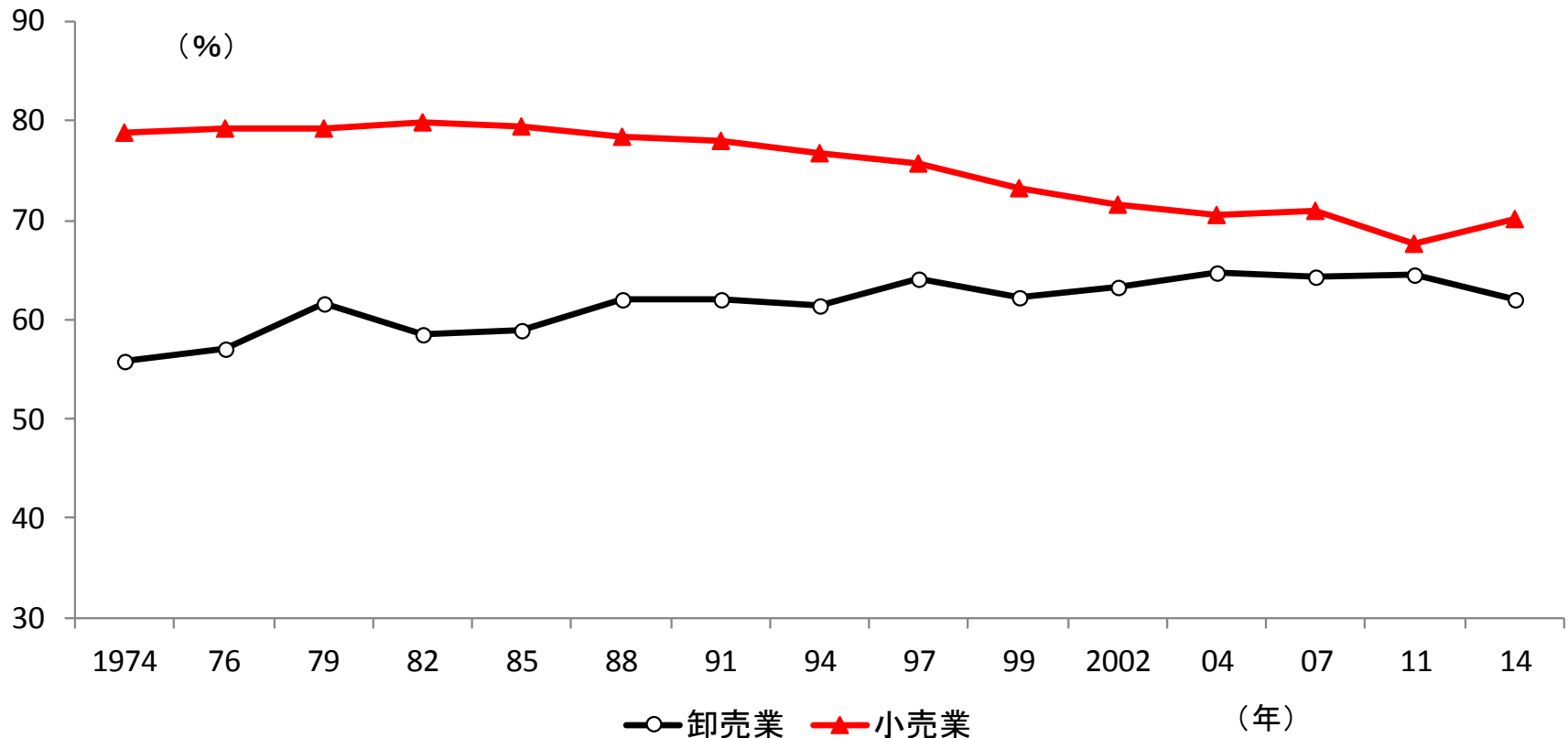
(注2) 1985年以降中小企業には従業者4人未満を含まず

(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を含む粗付加価値を計上



# 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」各年版確報産業データより作成

(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

## 4. 中小企業は大企業に淘汰されないのか

(テキスト第2章参照)

- 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

(テキスト第2章P39)

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

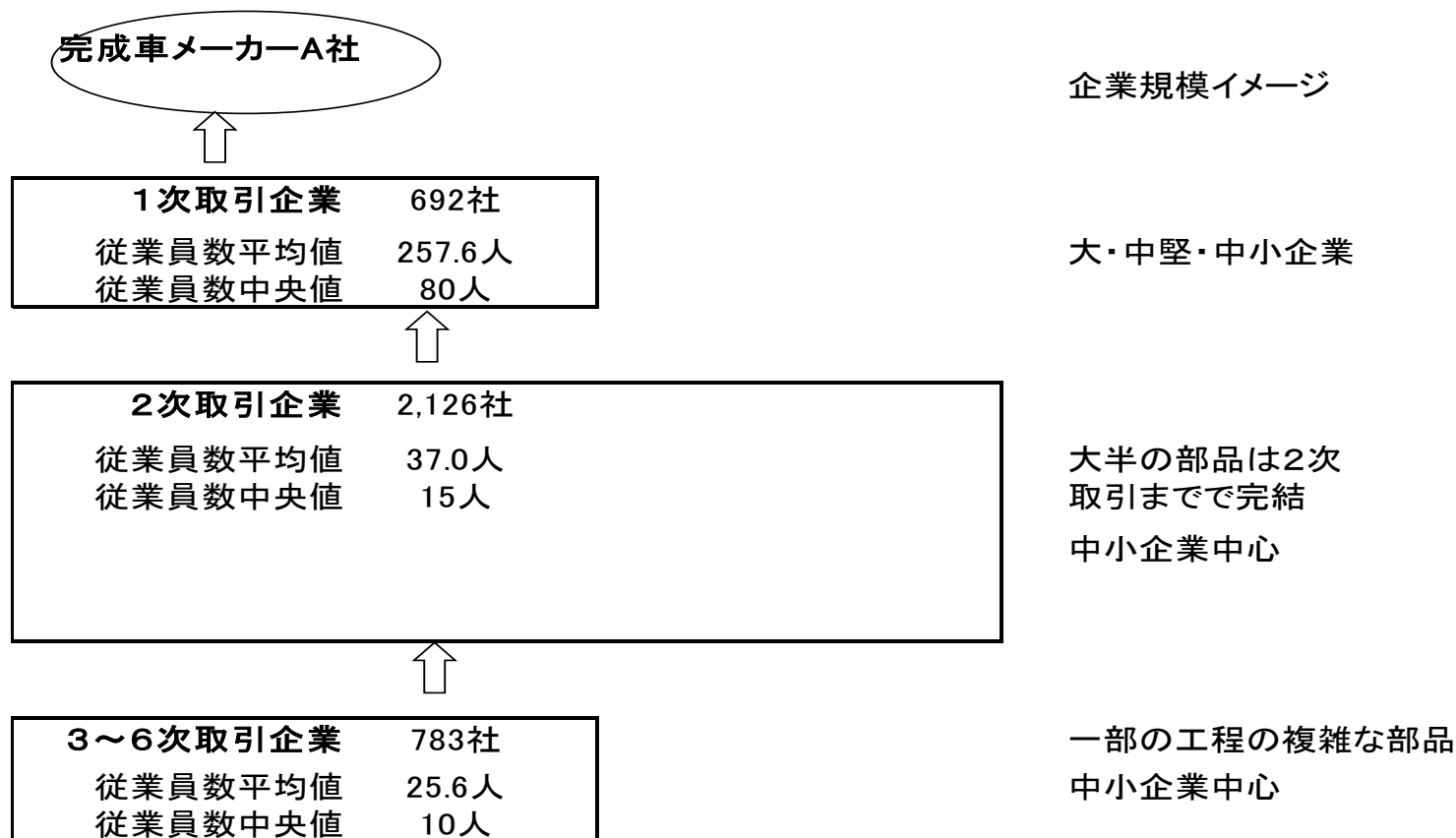
## 経済構造面～分業による効率化と市場細分化

- 分業化は生産効率を上げる(A. スミス)
- 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
- ニーズの多様化も分業を促進し、市場を細分化
- 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

# 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
- 市場調達による取引コストと、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
- 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(テキストP 35～36参照)

# 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

- 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 (MESはテキストP31参照)
- 市場が小さい場合
- 資本集約型でない場合、規模が大きいことが有利にならない
- 管理コストのような内部取引コストがかさむ場合、規模の経済を生かしにくくなる

# 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、市場が安定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他の要因が満たされているかどうかによる



# 中小企業の存在をもたらす要因5

## 地理的環境

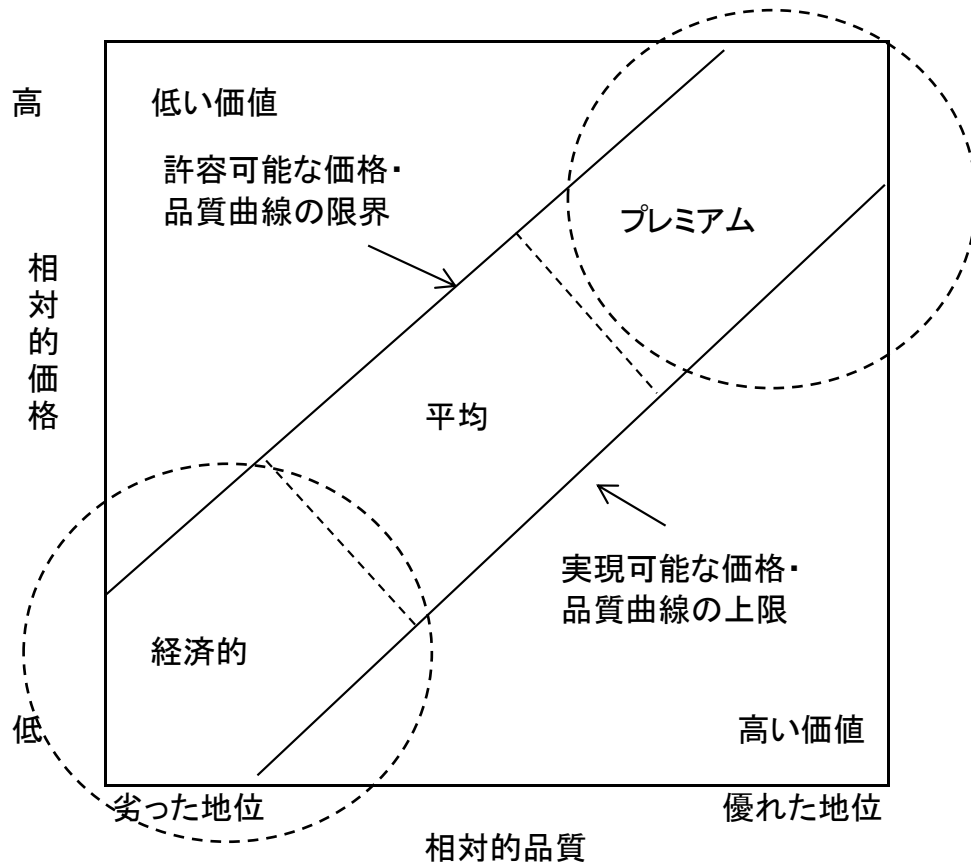
- IT化が進んだとはいえ、モノやヒトの動きには物理的な制約は残存する
- 原材料市場や生産物の販売市場が分散する場合、事業を集約することは難しい
- 原材料や生産物の鮮度が問題になる場合は長距離の搬送が難しく、大規模拠点で事業を進めることが適当でない

# 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

# 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)

(テキストP53より)

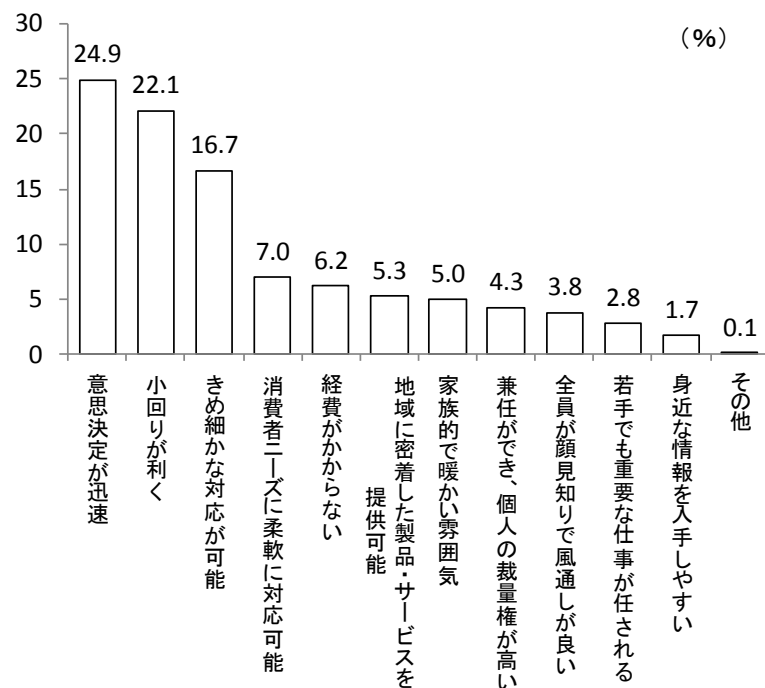
	中小生産シェア (%)	1事業所当り従業員数 (人)	1事業所当り固定資産 (百万円)	市場規模 (億円)
セーター類製造業	100.0	7.4	9.7	547.0
生コンクリート製造業	100.0	12.7	29.4	10687.2
消火器具・消火装置製造業	100.0	20.9	85.6	536.5
鉄スクラップ加工処理業	96.4	19.1	172.8	9170.5
他に分類されない木製品製造業(竹・とうを含む)	95.1	4.0	13.9	930.5
食品機械・同装置製造業	92.4	10.9	60.6	3061.0
豆腐・油揚製造業	89.0	7.7	40.1	3302.0
電気機械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

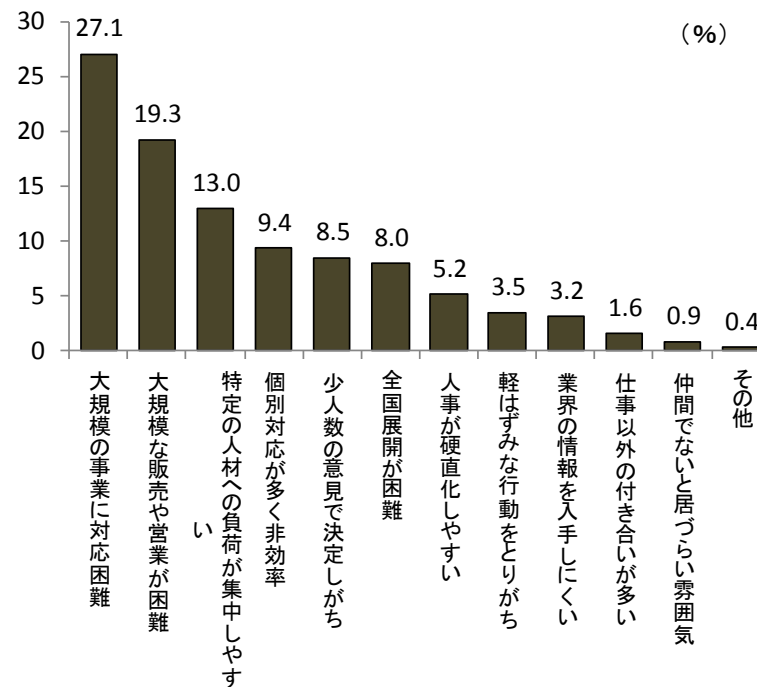
# 意思決定の速さと小回りが中小企業の強み スケールメリットは効かない

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

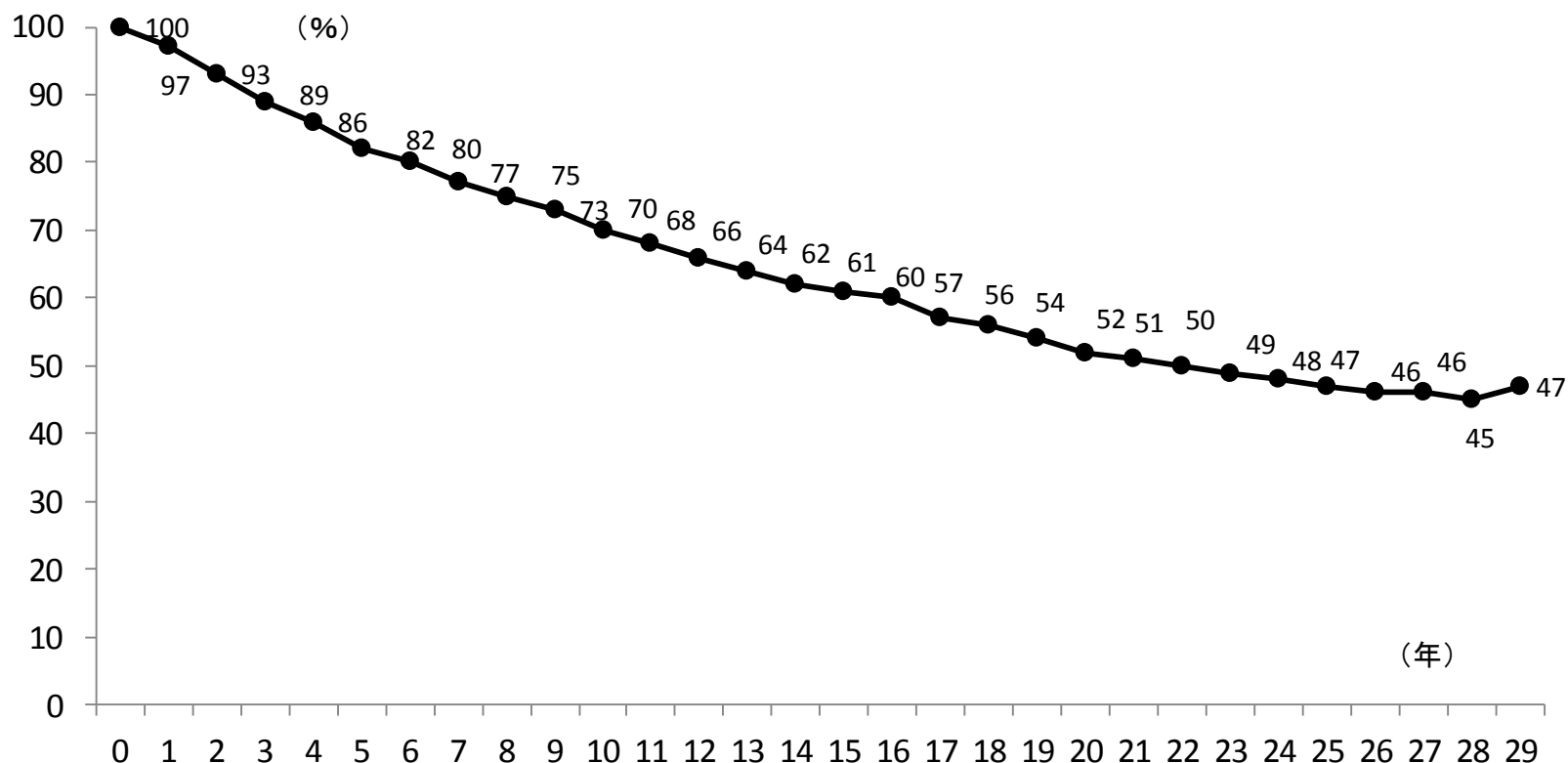
# 中小企業の重要性 まとめ

- 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
- 健全な競争市場を構成
- 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
- 以上は中小企業全体に関する議論。個としての中小企業には入れ替わりがある



# 5. 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)

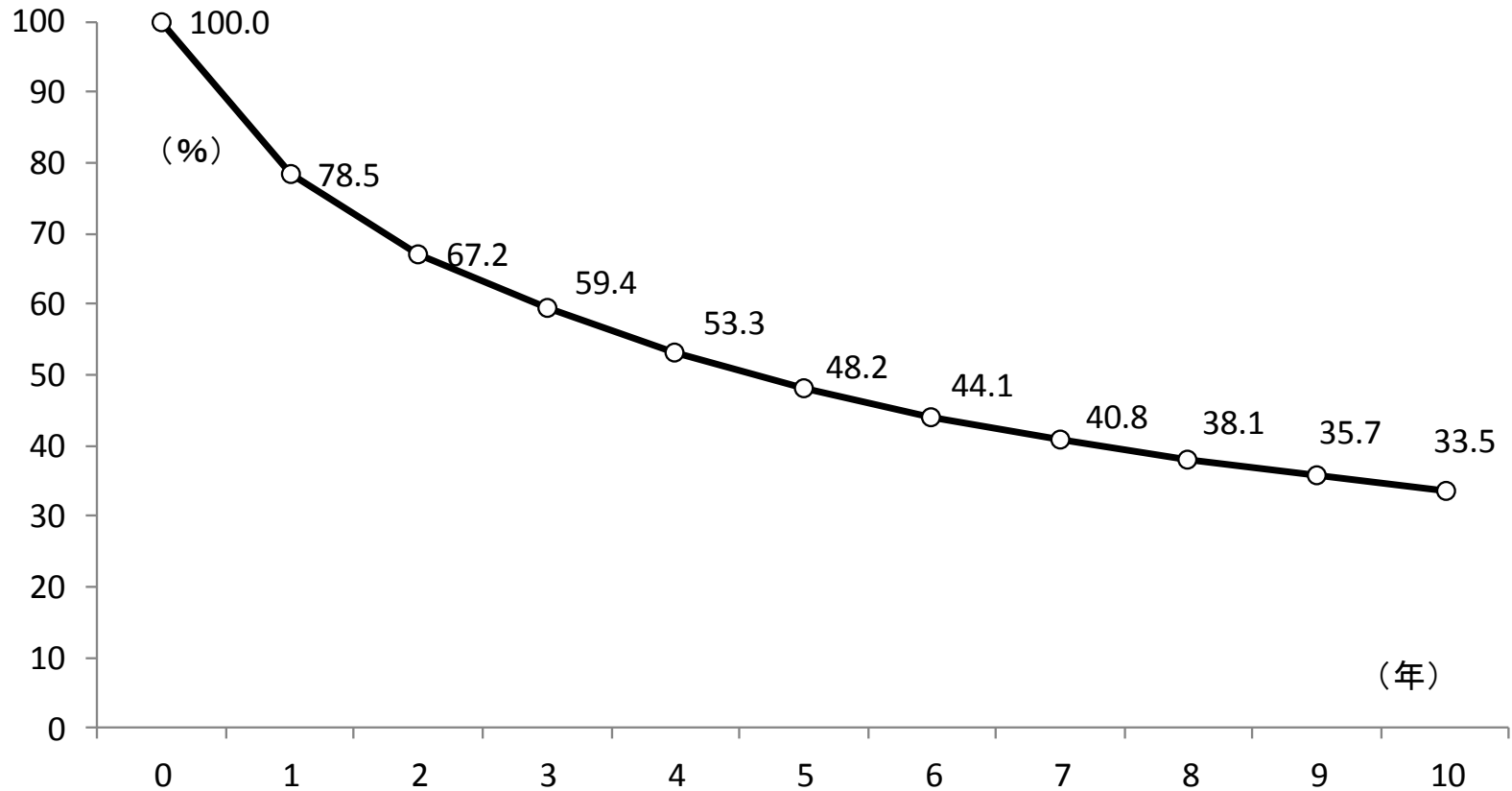


(資料) 中小企業庁「2011年版中小企業白書」

(注) 帝国データバンク収録の1980～2009年創設企業につき、経過年数別に生存率の平均値をとったもの。データの性格上法人企業が中心の可能性はある

# 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)

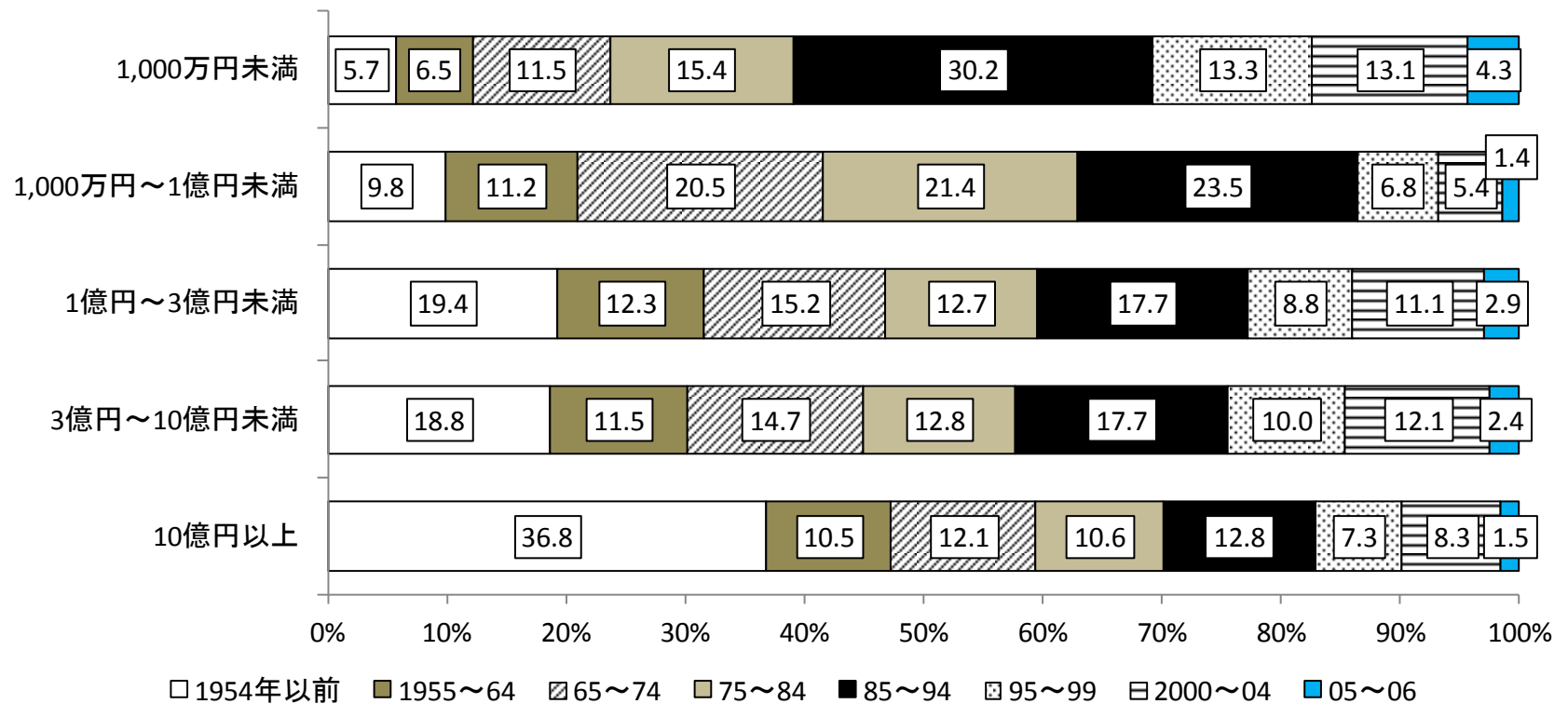


(資料) 米国中小企業ホームページ

(注) 対象は個人企業・法人企業両方にわたり、日本の統計に比べ生存率が低く出ている可能性がある

# 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)

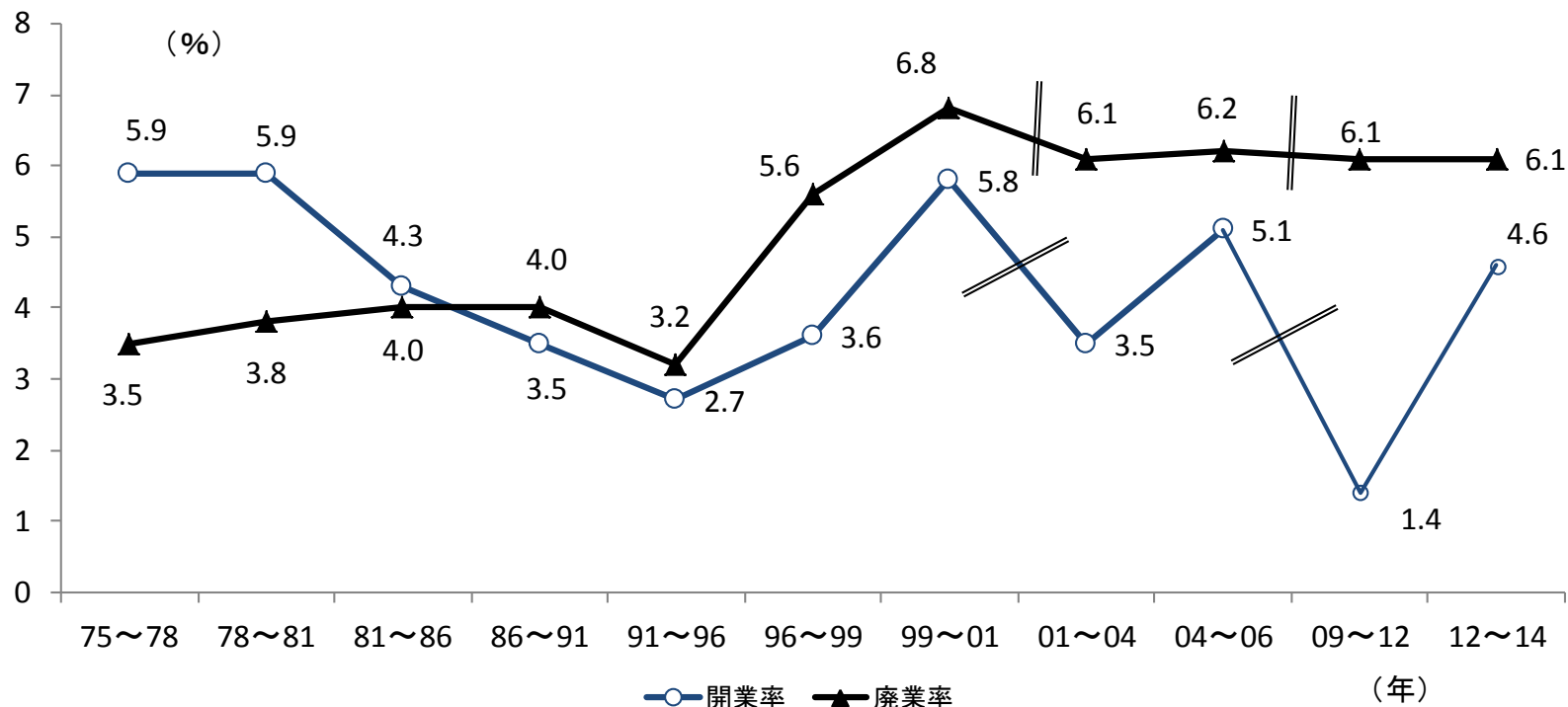


(資料)総務省「平成18年事業所・企業統計調査」

# 90年代以降は廃業率が開業率を上回る

## 開業率も低調で経済への悪影響が懸念される

わが国開廃業率の推移(非一次産業、企業ベース)



(資料)総務省「事業所・企業統計調査」「経済センサス」

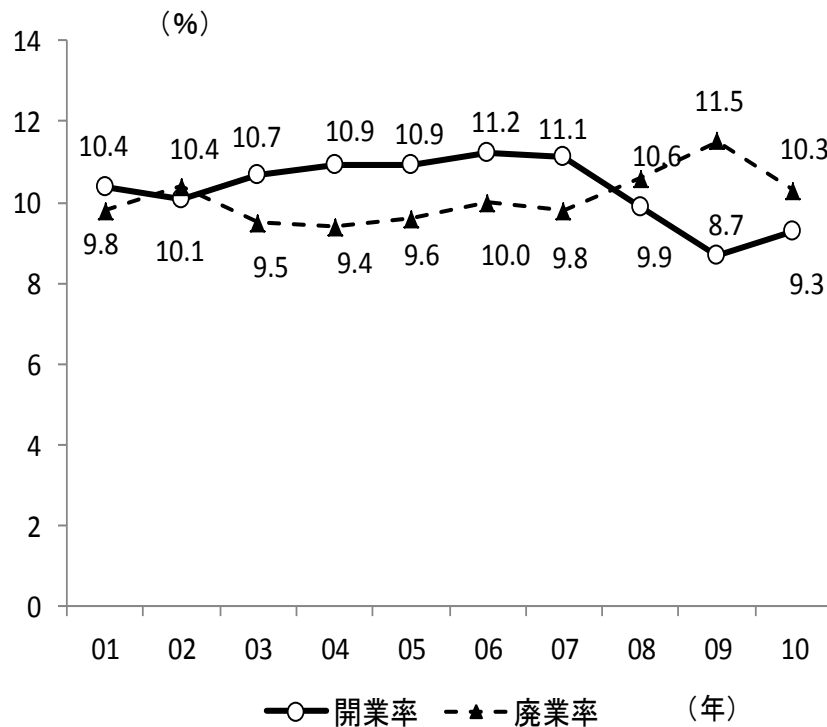
(注1)1年あたりに換算

(注2)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

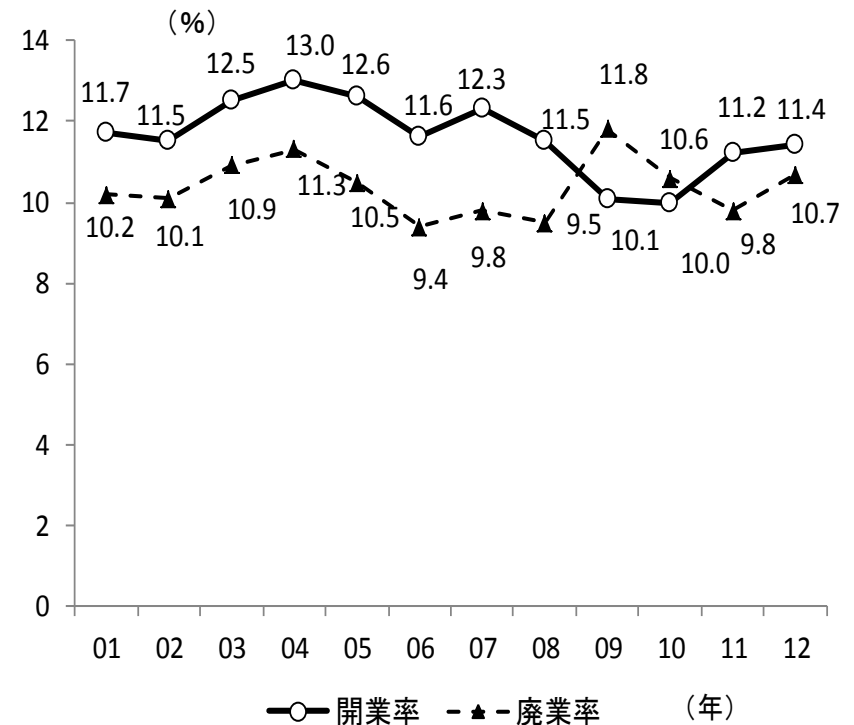
# 米・英は日本より開廃業率とも高い 新陳代謝が活発

## 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

# 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

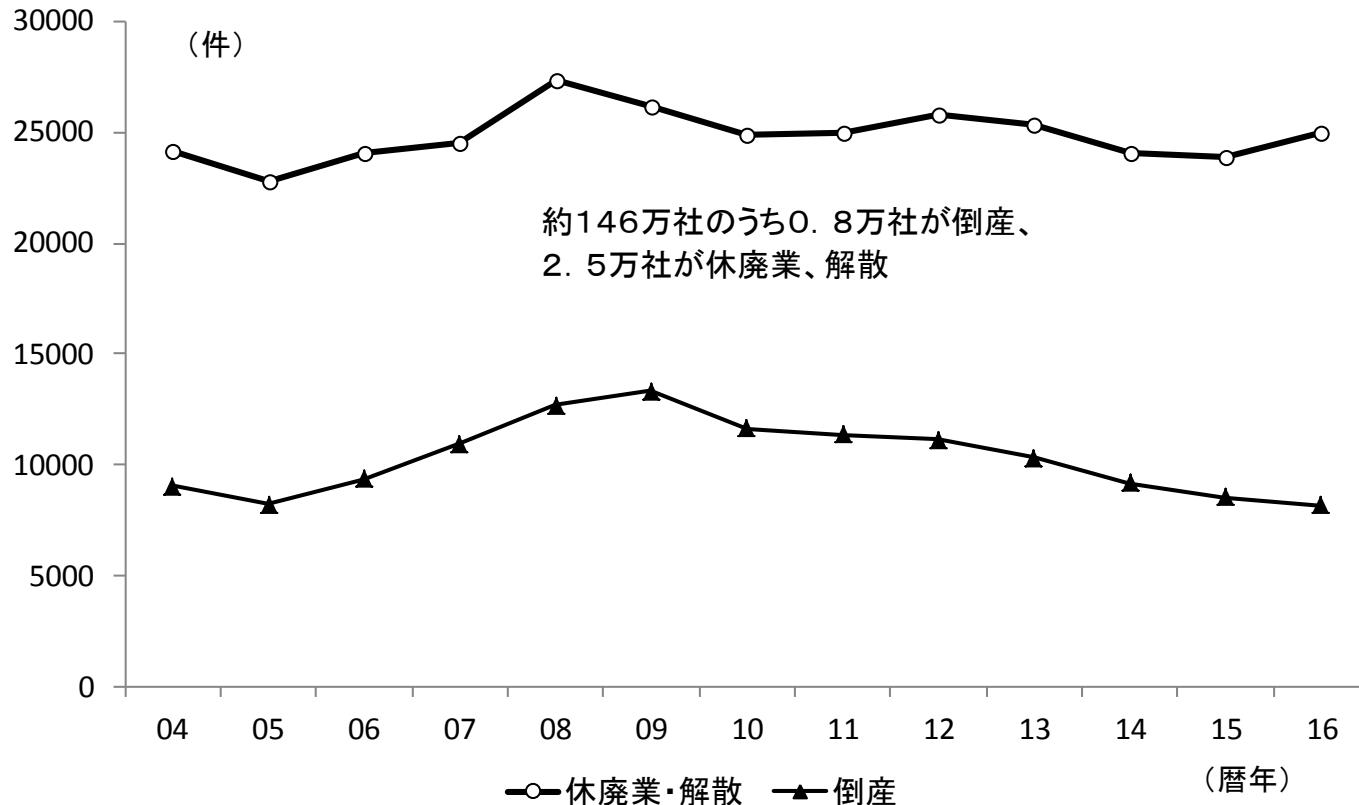
企業倒産件数の推移



(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」



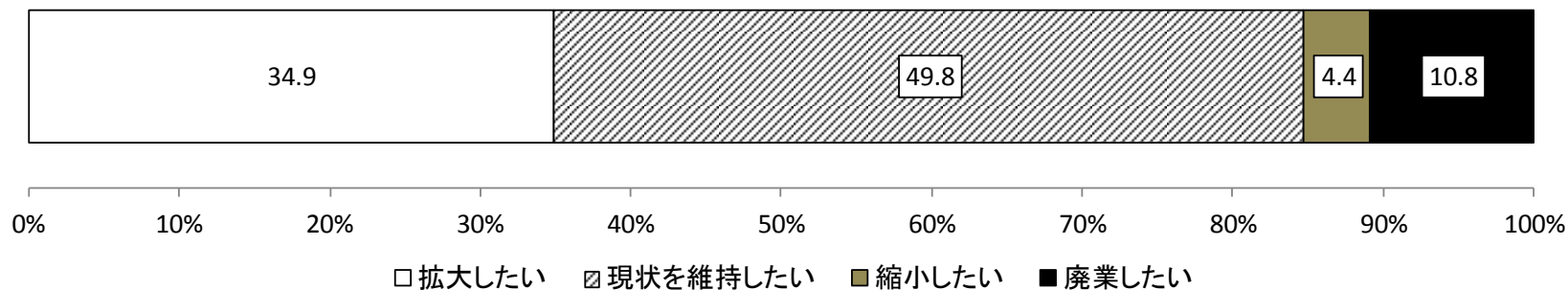
(資料) 帝国データバンク「第9回全国『休廃業・解散』動向調査(2017年)」(2017年1月)P2より

(注) 帝国データバンクの収録企業数は約146万社

# 廃業を意識する企業にとっては 後継難と事業見通しがネック

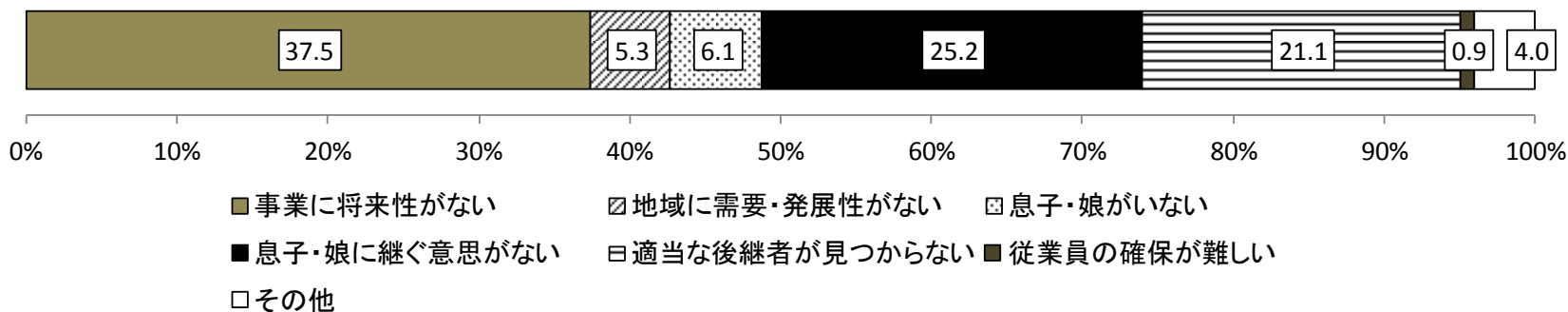
中小企業の今後の事業運営方針

(1つ回答)



廃業したい理由

(1つ回答)

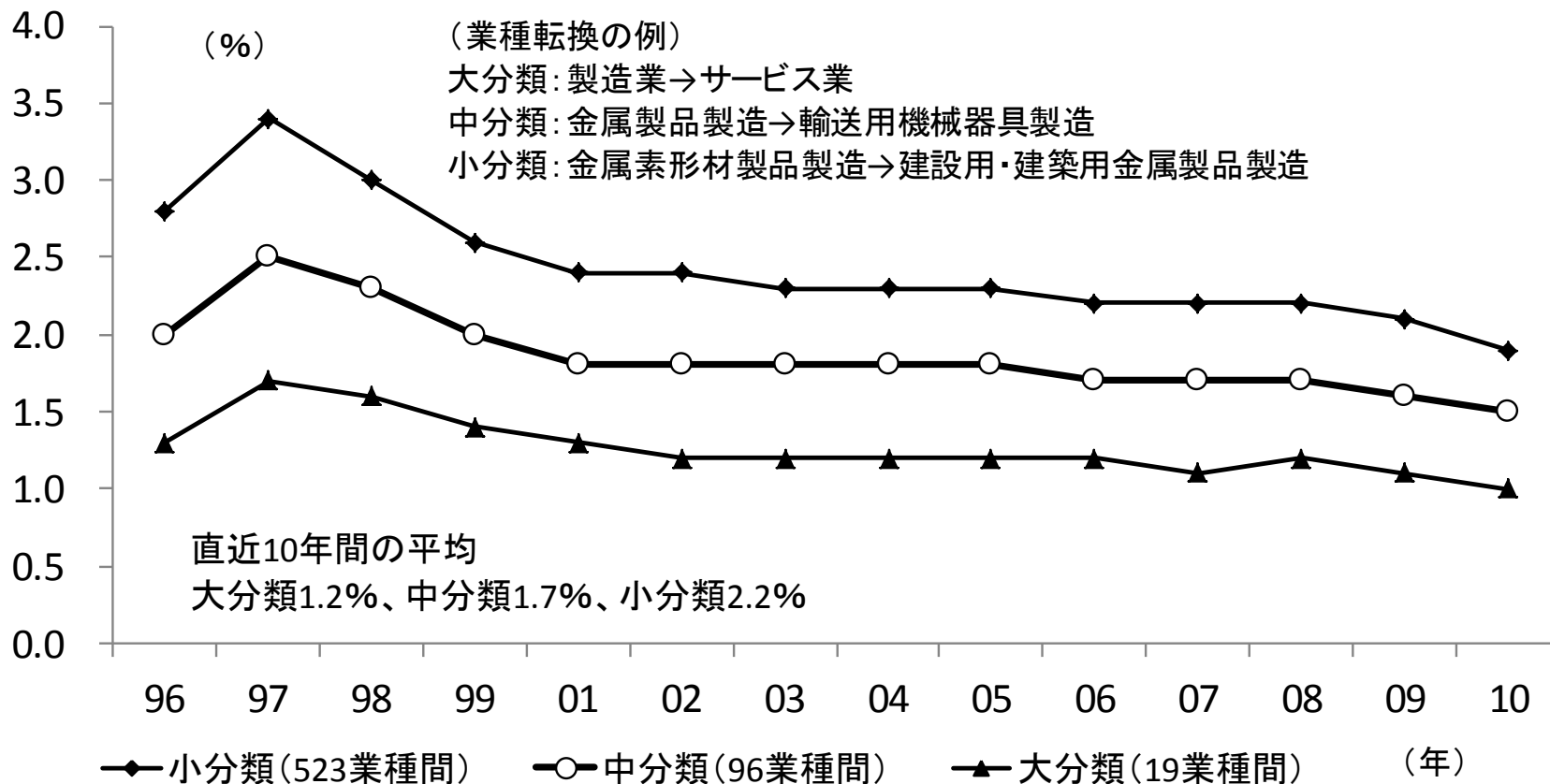


(資料) 上下図表とも野村総合研究所「平成24年度中小企業の事業承継に関する調査」



# 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

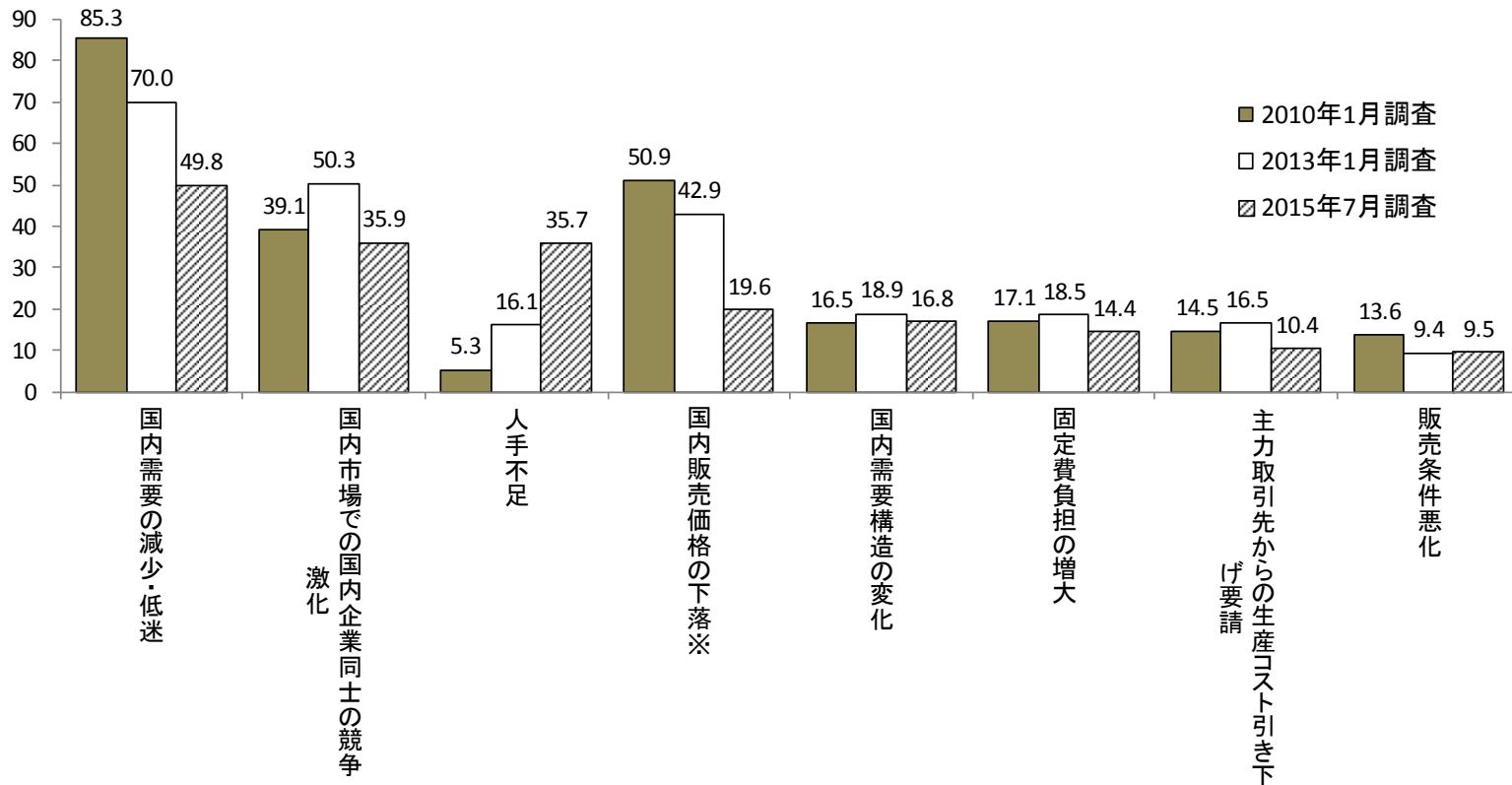
# 6. 中小企業を取り巻く経済環境

- 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、円相場の変動)
  - 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など)
- 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(規制緩和の進捗等)

# 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、%)

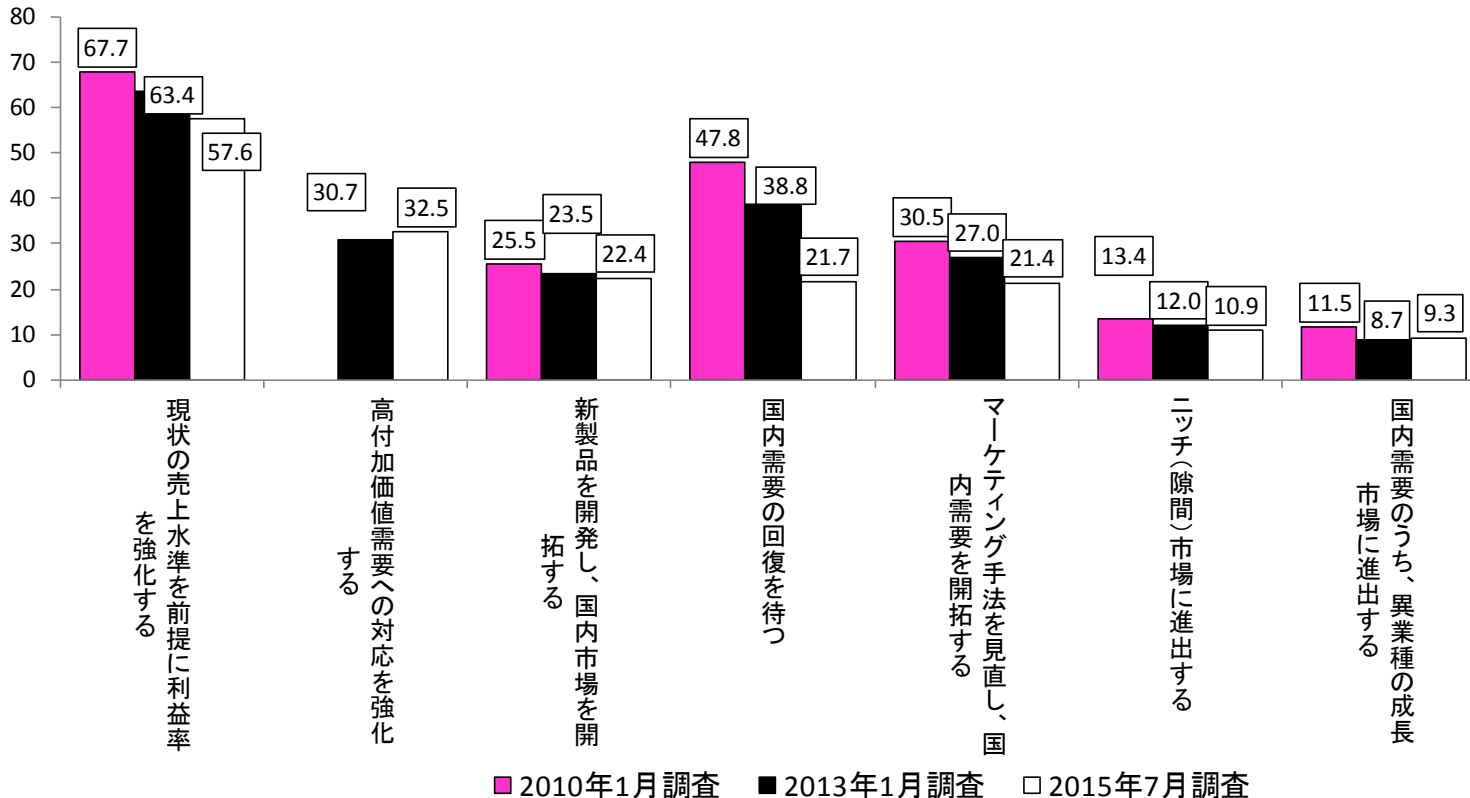


(資料)商工中金「中小企業の経営改善策に関する調査」(2015年7月調査)  
 N=2010年1月調査4360、2013年1月調査4405、2015年7月調査4348

# 現業集中か、新事業展開か 現業強化指向が強い

中小企業の将来の経営戦略のイメージ

(3つ以内選択、%)



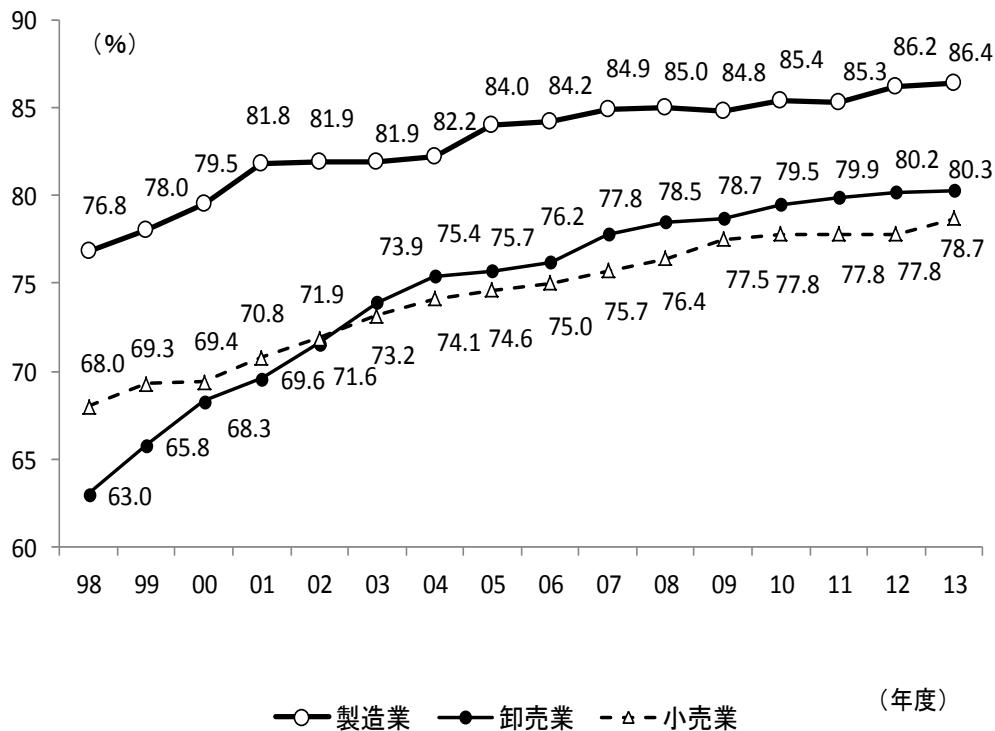
(資料)商工中金「中小企業の経営改善策に関する調査」(2015年7月調査)

N=2010年1月調査4556、2013年1月調査4374、2015年7月調査4283

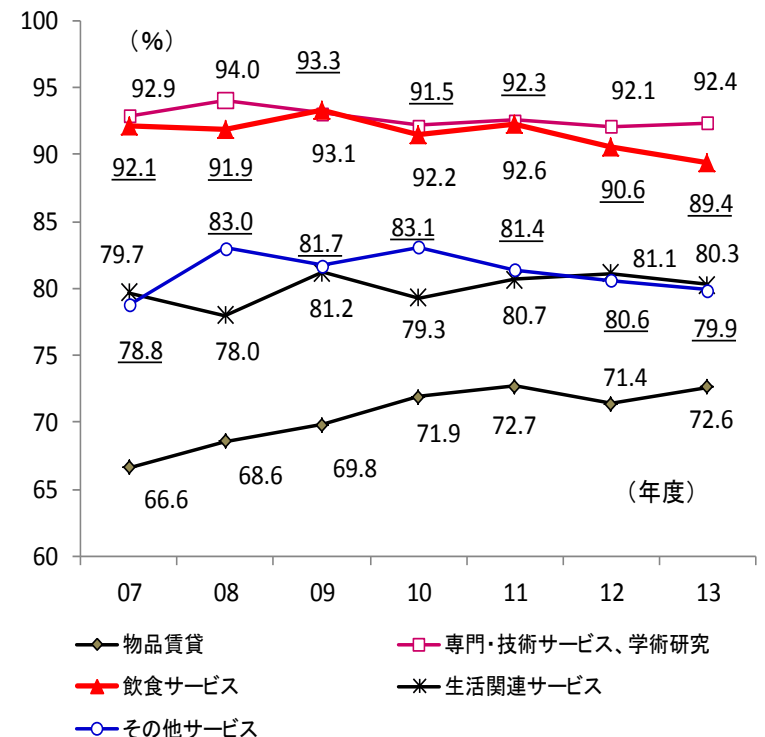
# 我が国企業は本業への傾斜強める 内需頭打ちで本業集中か

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」

# 第1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。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
- わが国は開業率・廃業率とも低くかつ後者が前者を上回っている点が深刻な課題

# 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／浅沼萬里・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(テキスト第7章にて詳述)

- 商工中金(2017)「中小企業の創業・新事業展開・事業承継等に関する調査」
- 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)