

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

2019年4月10日

一般財団法人 商工総合研究所

江口 政宏

# 第1回講義の内容

- 本講義の目的
- 市場経済のなかの中小企業
- 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
- 永続的な存在ではない個々の中小企業
- 中小企業を取り巻く経営環境
- 中小企業データ取扱の留意点

# 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4回)
- ②将来、中小企業と関わる際に生じるさまざまな問題点に対処するためのツールを提供する(第5回～第13回)

# 1. 市場経済のなかの中小企業

- 市場経済では参入は自由
  - 新規創業のほとんどは中小企業からスタート
- 市場による企業淘汰(適者生存)
  - 中小企業は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市場退出率は高い
- 中小企業が少ないとき生じる「市場の失敗」の問題(主に市場の普遍性が充足されない場合と関連)
  - 中小企業への(政策的)支援(第11回)

# 中小企業→大企業コースは 例外中の例外

- パナソニックやソニーのイメージが強いが・・・
- 実際には中小企業のまま存続するか、退出するかのいずれか

過去

現在

中小企業

大企業

中小企業

市場から退出

ごく一部(パナソニック、ソニー、日清食品…)

存続企業の大部分

休廃業、倒産等  
時間の経過とともに増加

# 存続中小企業の果たす役割

- 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（2017年の従業員＋役員給与＝100兆円）
- 税金を納める（2017年の法人税＋住民税＋事業税＝7.5兆円）  
ただし、利益計上法人数は97万社で、全体の36.5%（2016年度）
- 株主に配当を支払う（2017年：2.2兆円）

# 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の果たす役割が大きい

# 具体的に直面する問題の例1 (中小企業との取引)

- 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

## (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

## (中小企業の当事者として)

- 納入先から航空関連の部品製造を打診された。進出するには多額の資金が必要で、リスクが大きいく躊躇している。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確保するか？
- 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？

# 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

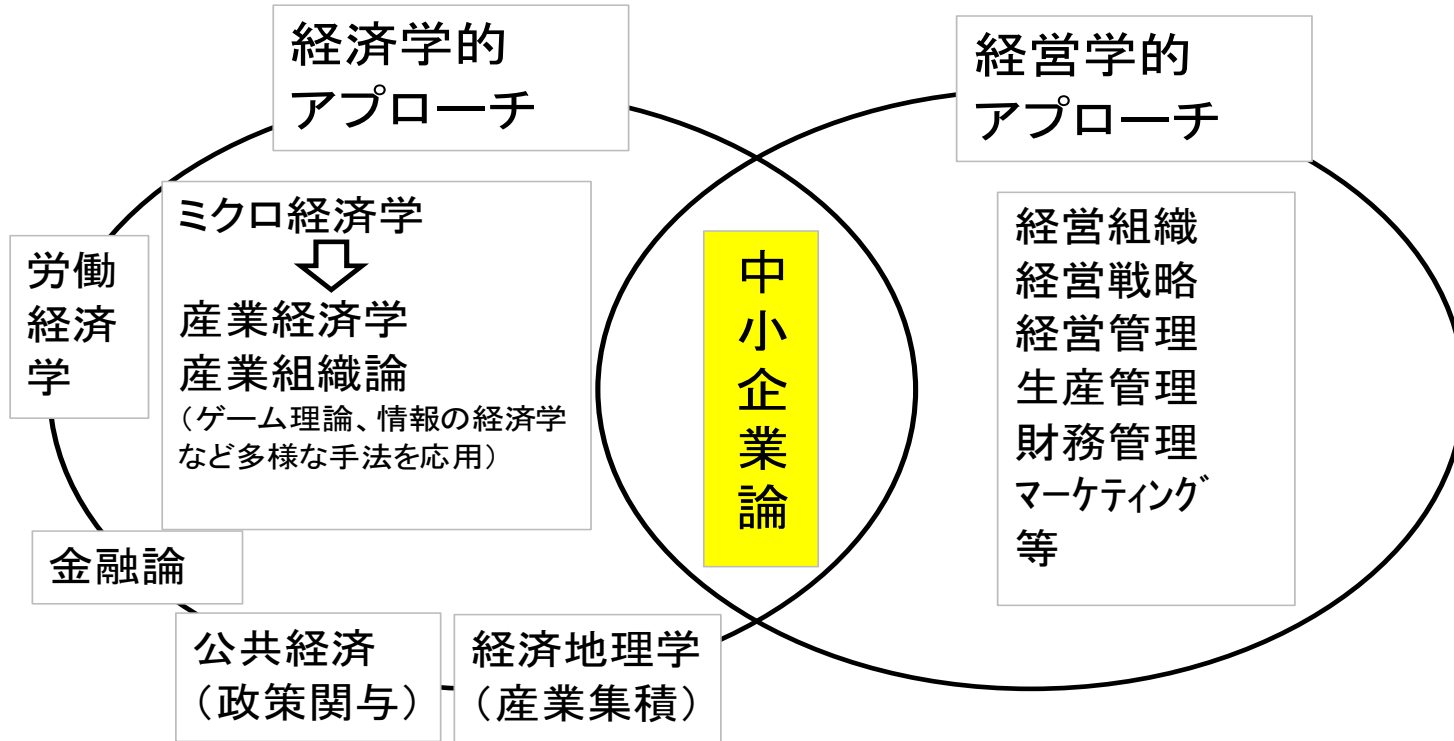
(前略) to increase the numbers of those, (中略) with cool heads but warm hearts, willing to give some at least of their best powers to grappling with the social suffering around them, (後略)

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

# 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。

## 2. 中小企業の定義

量的基準と質的基準 (テキスト第1章第1節参照)

- 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基準を  
満たす会社・個人 (定義の変遷はテキストP5参照)

	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

- 定義はテキストP8参照
  - 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で、地域密着型の産業が多い
- 小規模企業が地域経済との関連で語られることが多い背景
- 統計上、法人企業と別個に扱われることが多い

# 中堅企業

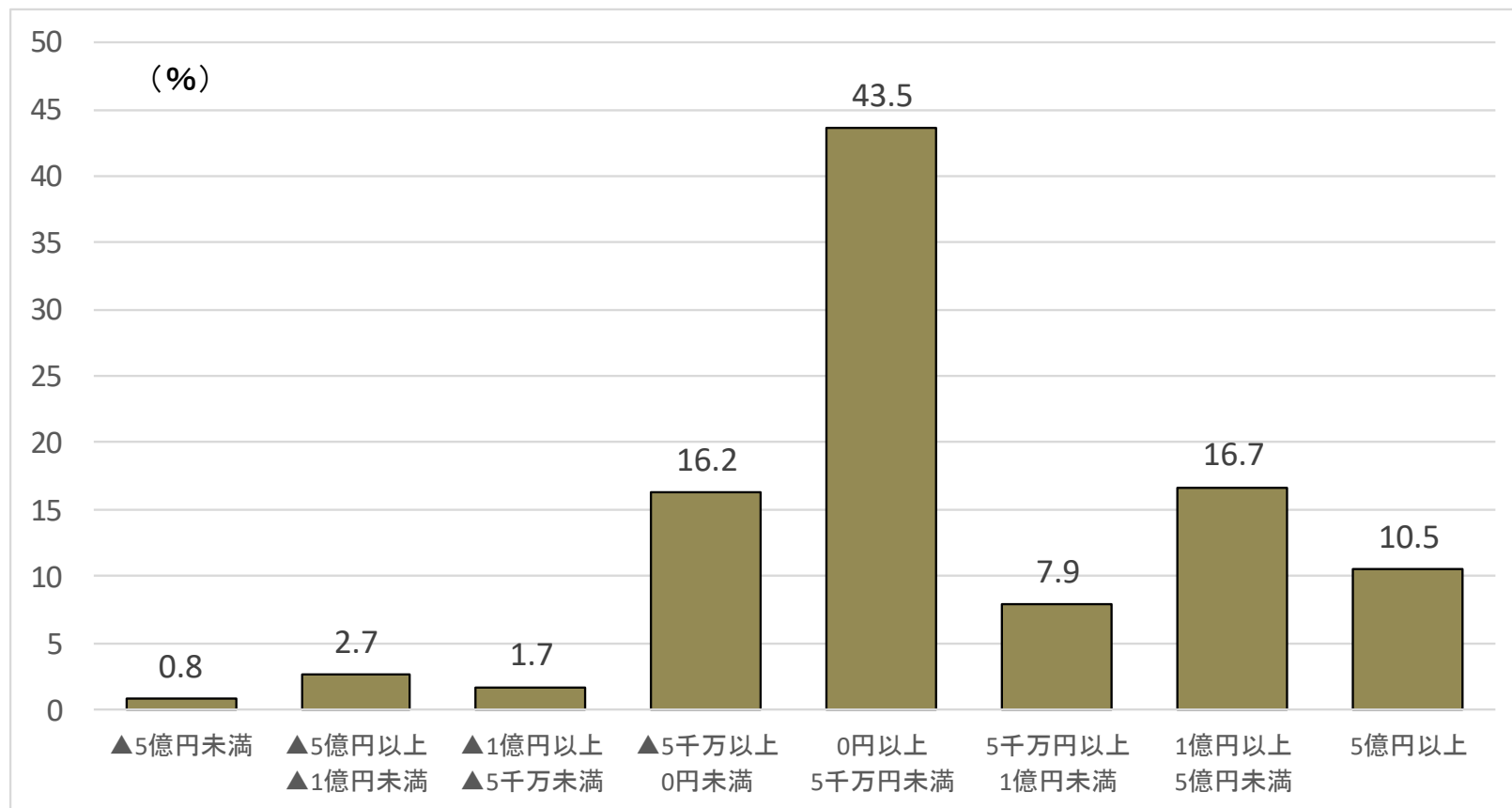
- 中小企業の規模を超えるが、大企業（上場企業レベル）でないものを**中堅企業**と称する
- 資本金10億円未満が目安。中小企業の発展形の一つ
- 上場する実力はあっても敢えて上場しない企業もある

### 3. 中小企業とはどのようなものか

- 中小企業の共通項は「規模が小さい」ことのみで典型像が描きにくい
- 収益性、成長性など経営指標は平均からのばらつきが大きい
- 産業の特徴や企業としての性格（下請受注主体か独立受注主体か）などによっても企業間の違いが現れやすい

# 利益額のばらつきは大きい

## 中小企業の経常利益の分布



(資料) 中小企業庁「2018年度中小企業白書」(原統計は財務省「平成28年度法人企業統計調査年報」)

# 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

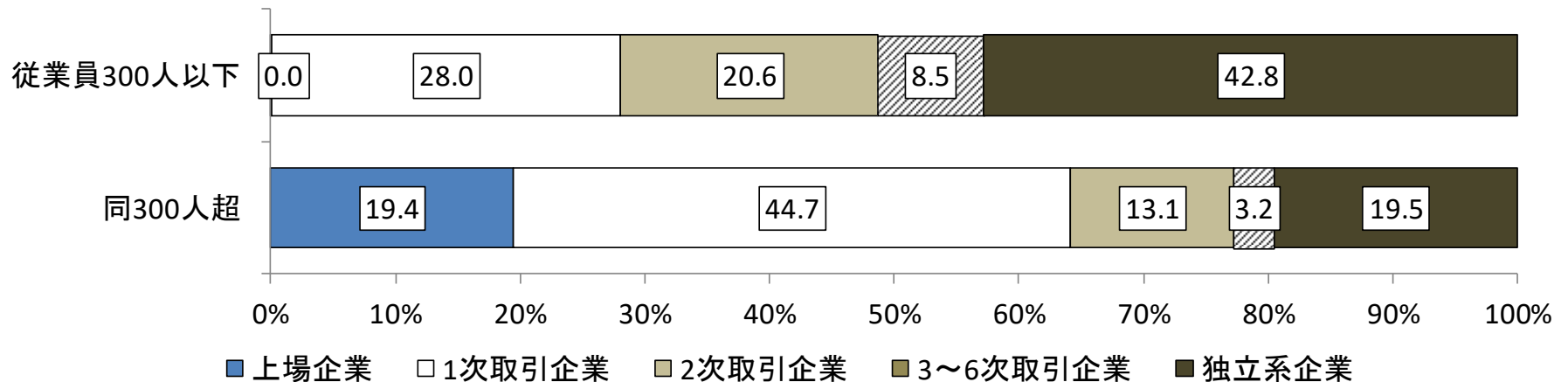
# 下請企業とは

- 下請法では、発注する親事業者と請負う事業者との間に規模的格差があり、前者が後者に「優越的地位の濫用」が生じる可能性があるような委託取引を指す（詳細テキストP11）  
→「優越的地位の濫用」の実際の発生の有無と無関係。大企業→中小企業の委託取引に広くこの用語が適用される

# 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
- ・産業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。

# 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

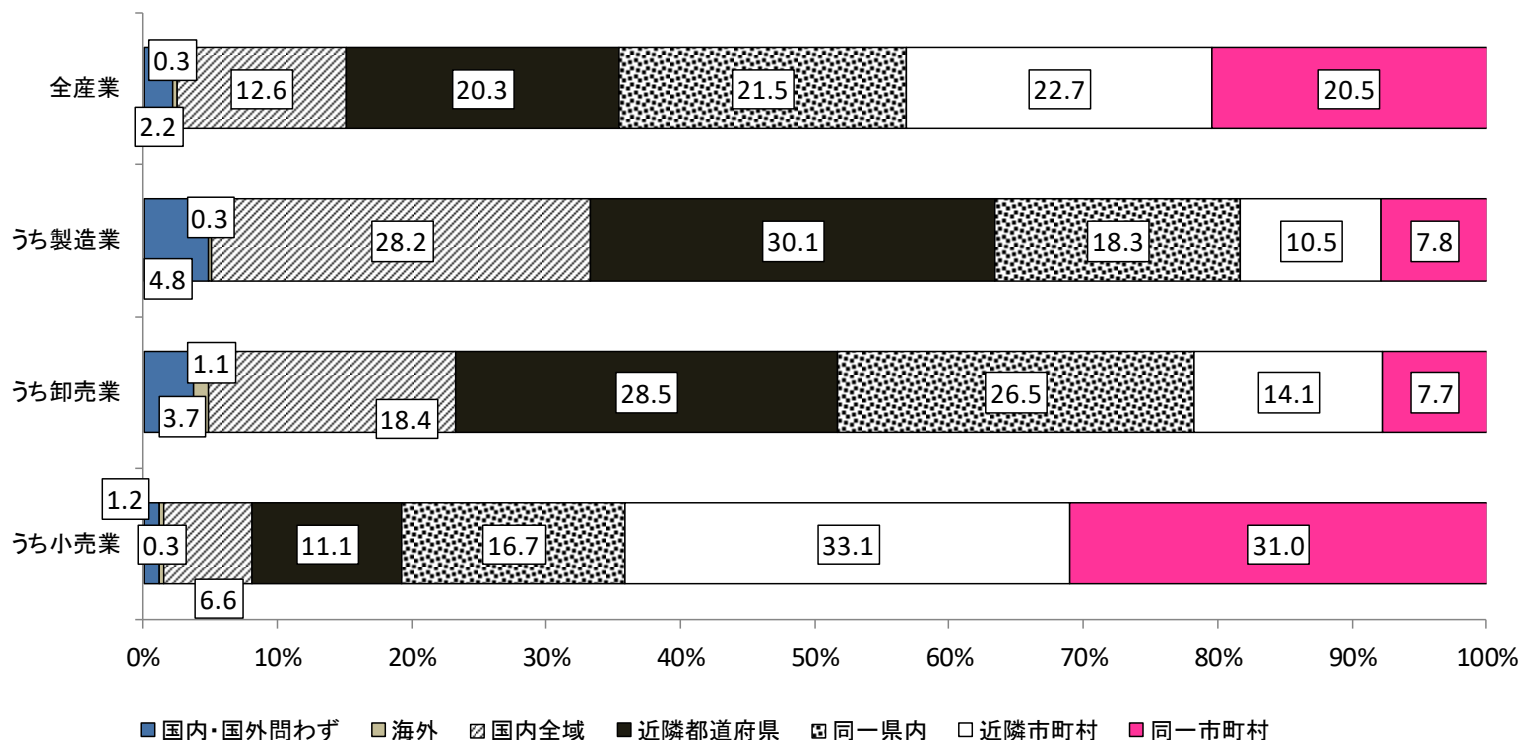
(注3) 本社の所在地別に集計



# 販売先は必ずしも地元とは限らない

## 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



(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

## 4. 中小企業の重要性

- 日本の全民営企業数382万社の99.7% (2014年)
- 企業ベースの従業者数 (把握可能な全従業者数4,794万人) では70.1% (2014年)  
(注) 日本の全従業者数 (5,707万人) 対比は事業所ベースのみ算出可能で75.6% (2014年経済センサス)。「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
- 非一次産業付加価値額の54.5% (2011年)

# 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(2014年)

(百万者、%)

	企業数	構成比
全企業数	382.0	100.0
うち中小企業	380.9	99.7
うち個人企業	208.9	54.7
うち会社企業	172.0	45.0
うち小規模企業	325.2	85.1
うち個人企業	197.3	51.7
うち会社企業	127.9	33.5
うち非小規模企業	55.7	14.6
うち個人企業	11.6	3.0
うち会社企業	44.1	11.5
うち大企業	1.1	0.3

(資料) 中小企業庁「2018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・サービスで高い中小企業の 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(2011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	89.2	66.4	62.8	73.5	74.5	62.9	84.0
小規模企業	58.8	20.5	7.3	12.2	15.8	19.4	53.6

	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	73.5	73.4	82.2	84.1	89.9	70.1
小規模企業	31.0	26.9	34.2	28.6	25.1	23.5

(資料) 中小企業庁「2018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(2011年)

(%)

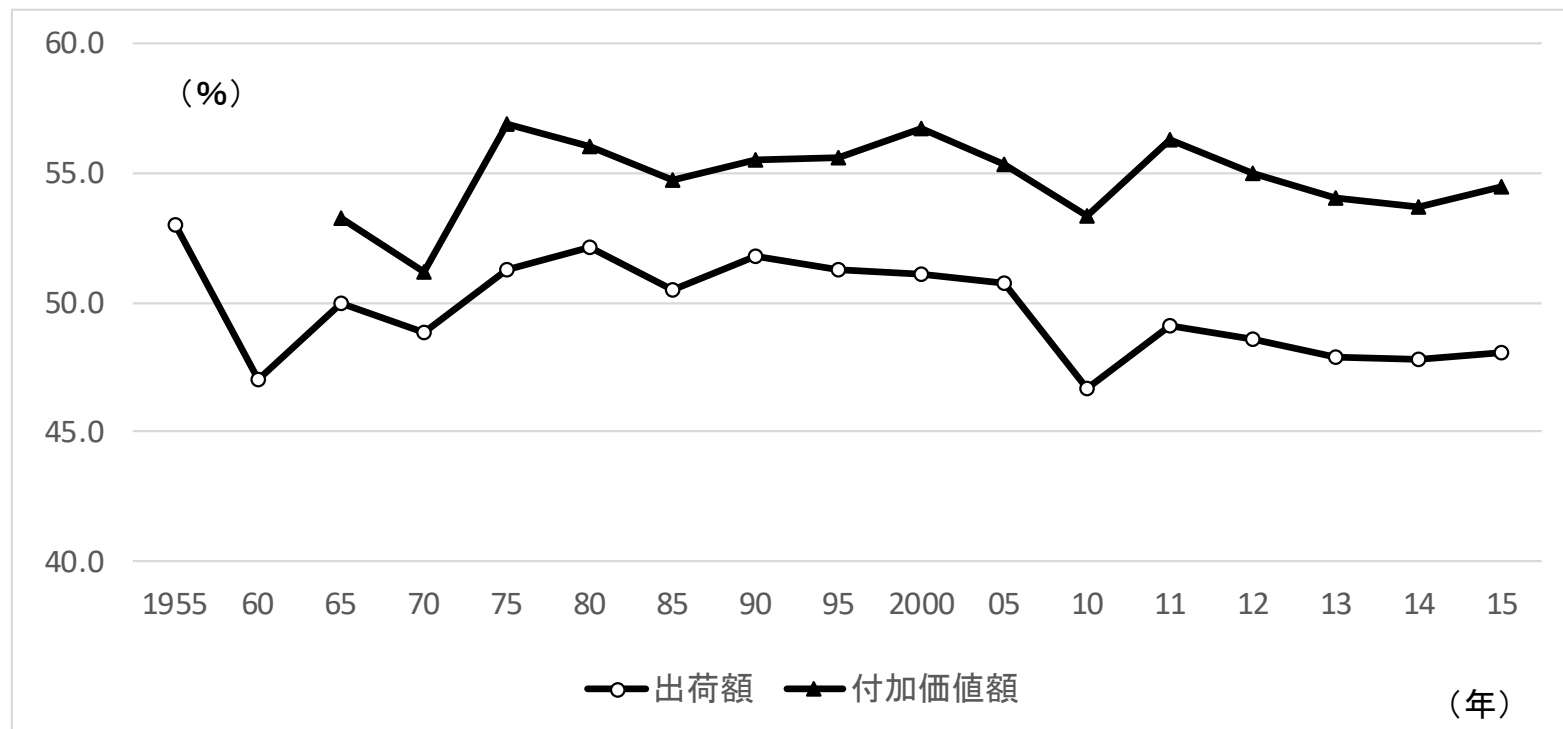
	建設業	製造業	情報通信業	運輸業, 郵便業	卸売業	小売業	不動産業, 物品賃貸業
中小企業	78.2	50.5	39.5	54.6	63.6	56.5	70.1
小規模企業	46.6	12.4	3.3	9.2	11.8	16.3	40.5

	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	54.5	68.4	74.9	67.7	87.2	54.5
小規模企業	17.6	22.8	22.0	13.4	28.2	16.1

(資料) 中小企業庁「2018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

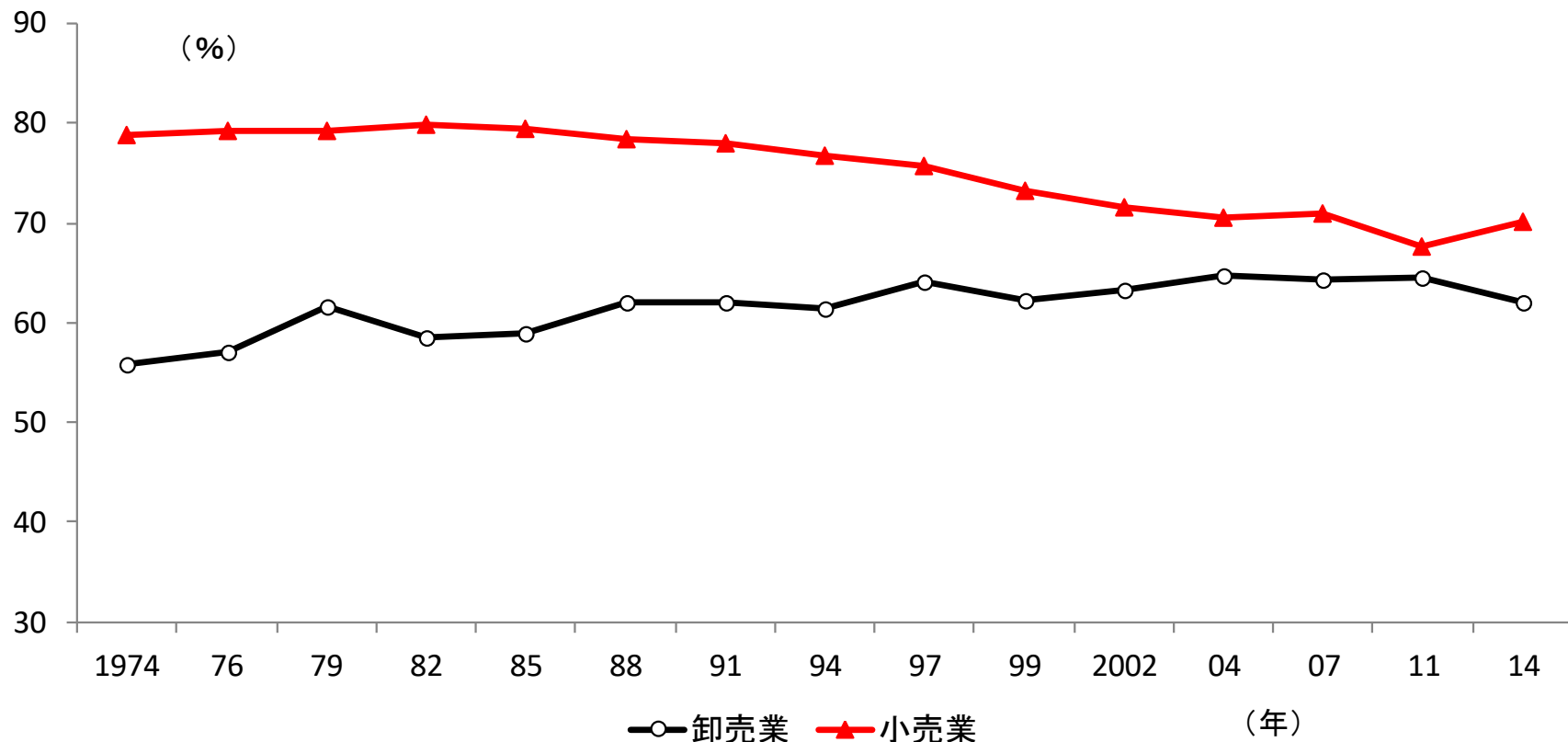
(注1) 中小企業は従業者299人以下の事業所

(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」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

# 5. 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

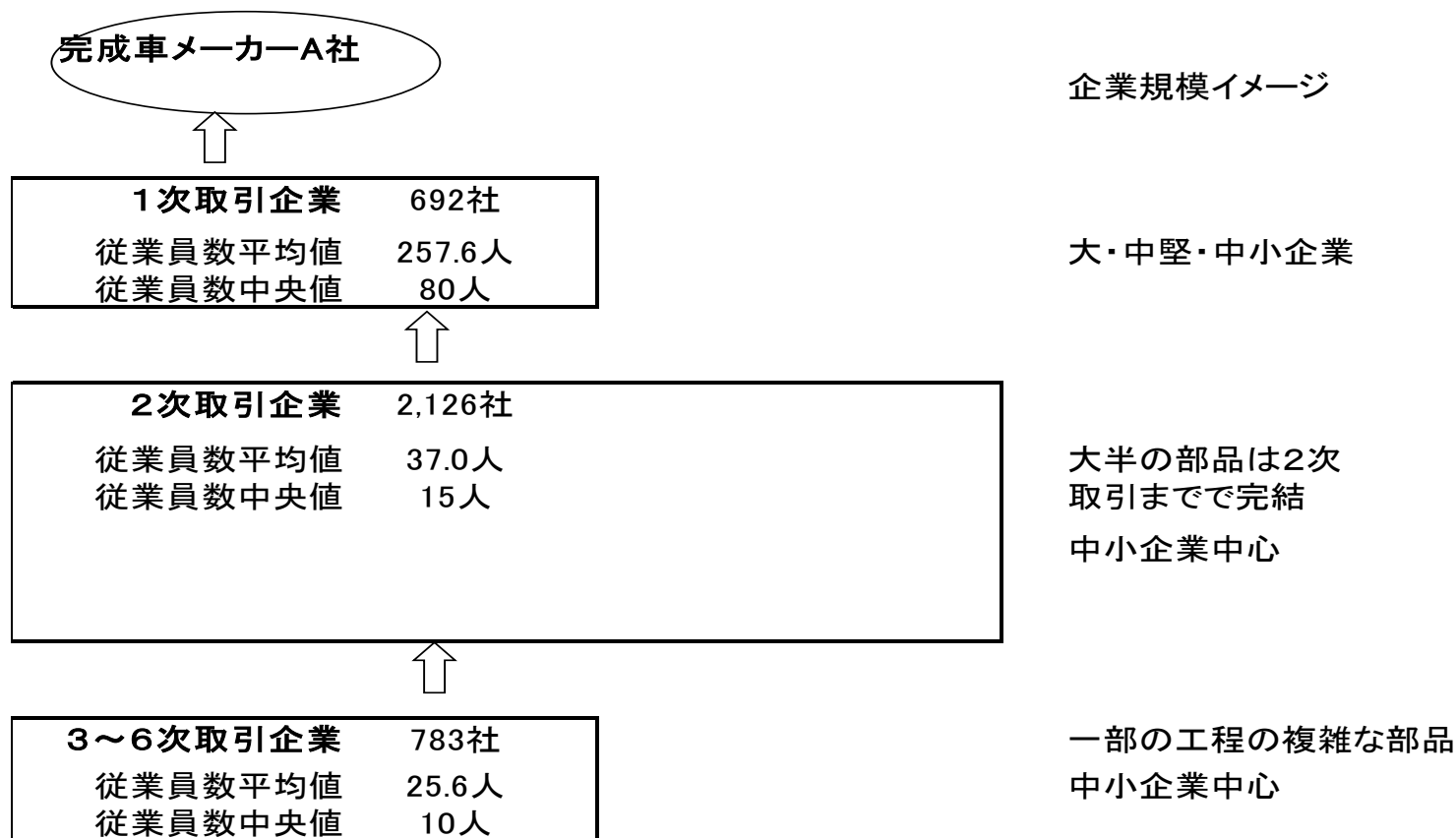
## 経済構造面～分業による効率化と市場細分化

- 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)

(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

- 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、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

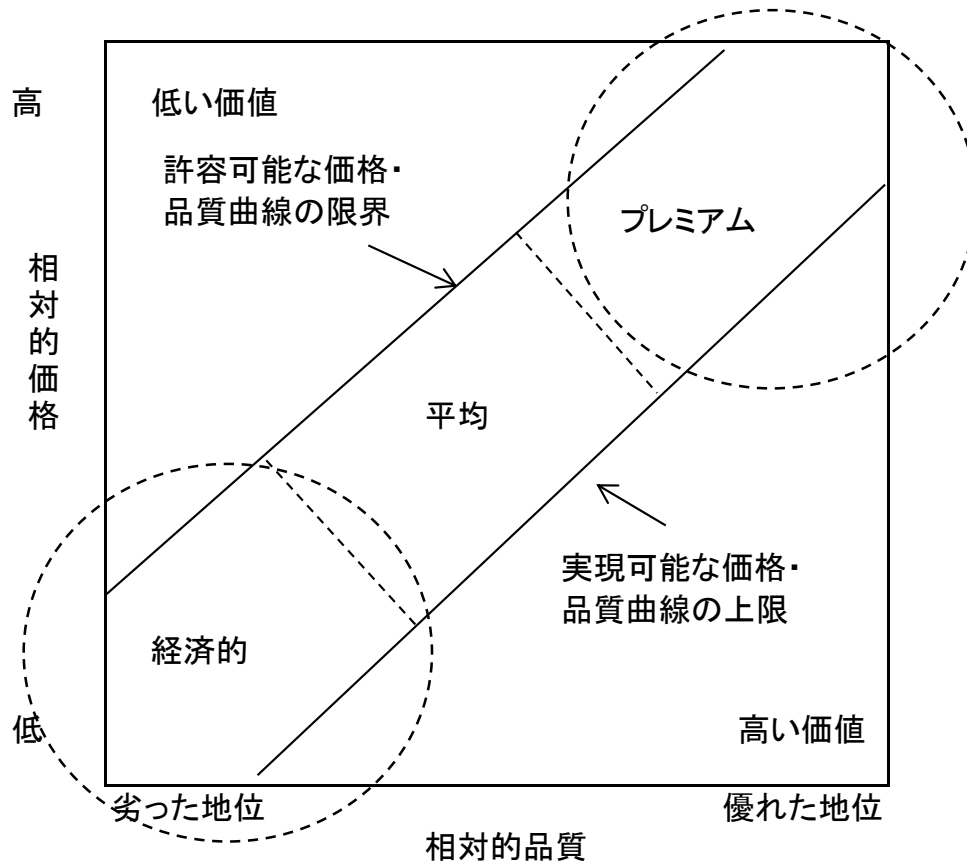
# 中小企業の存在をもたらす要因6

## 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

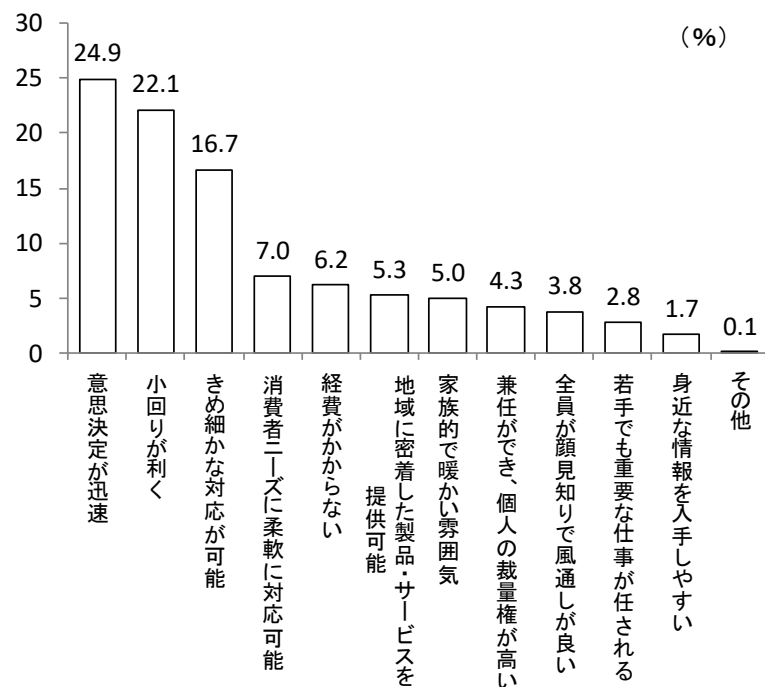
### 高炉メーカーと電炉メーカーの特徴比較

	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)

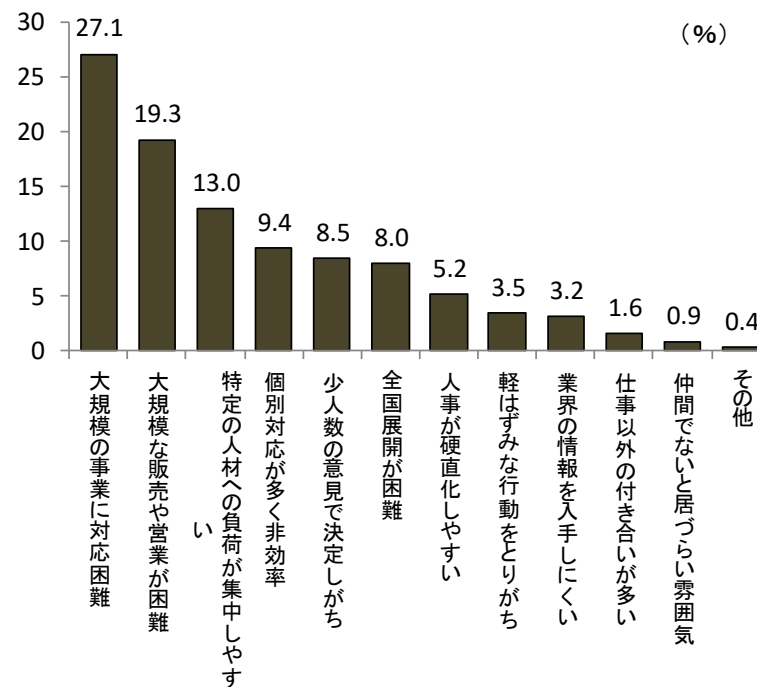
# 意思決定の速さと小回りが中小企業の強み 反面、スケールメリットは効かない

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」

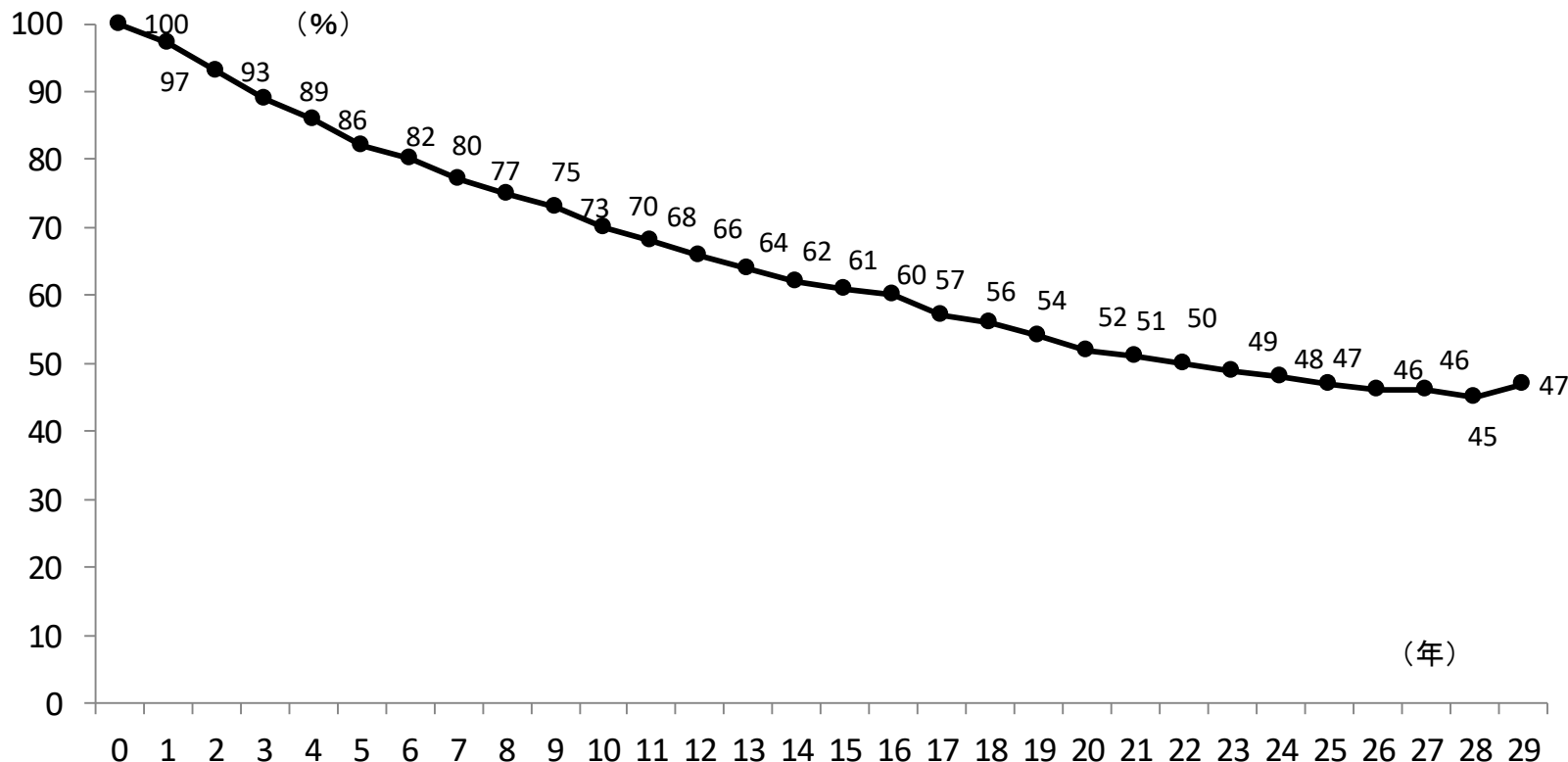
(注) 第1位3点、第2位2点、第3位1点として構成比を計算

# 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  
(本資料P3)
- 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

# 6. 永続的な存在ではない個々の中小企業

企業の生存率(創設後経過年数別)

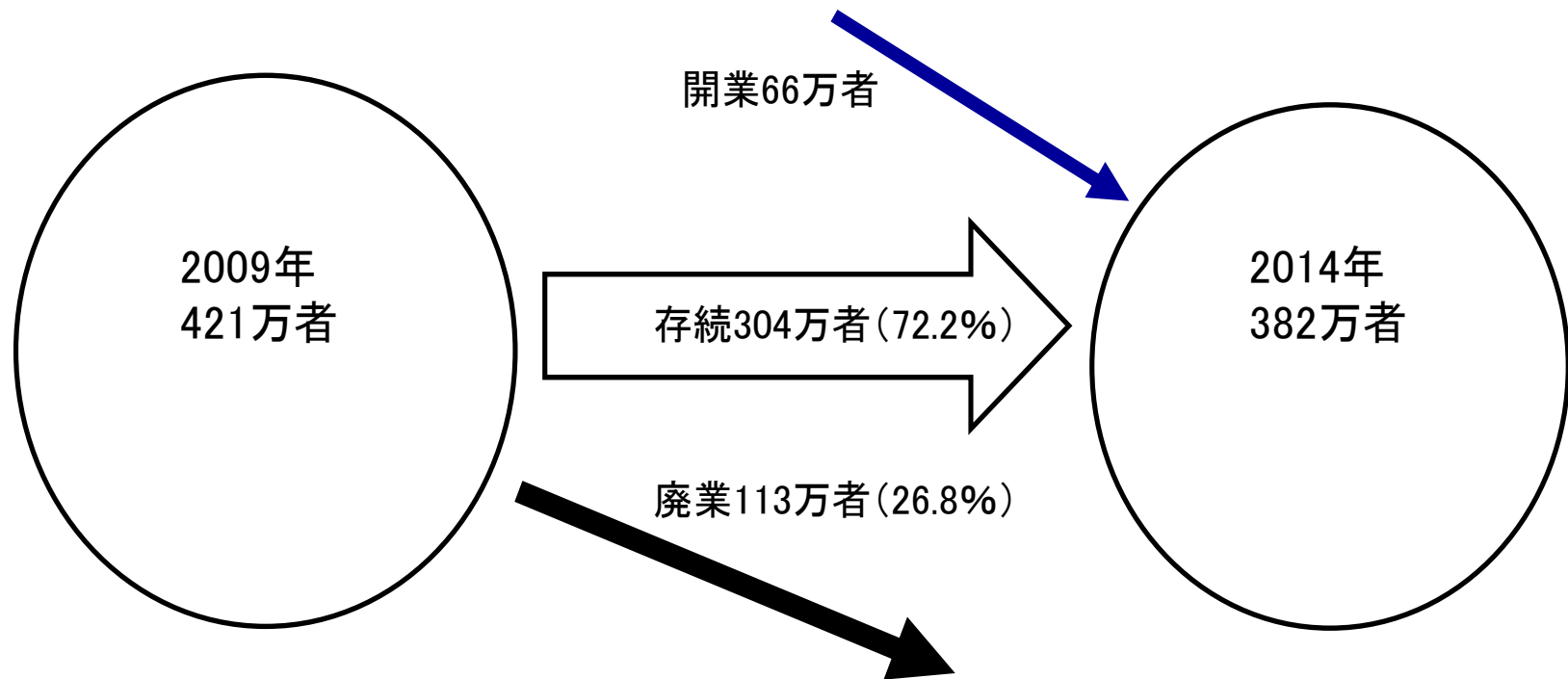


(資料) 中小企業庁「2011年版中小企業白書」

(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がある(次ページの米国の統計とは単純に比較できない)

# 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



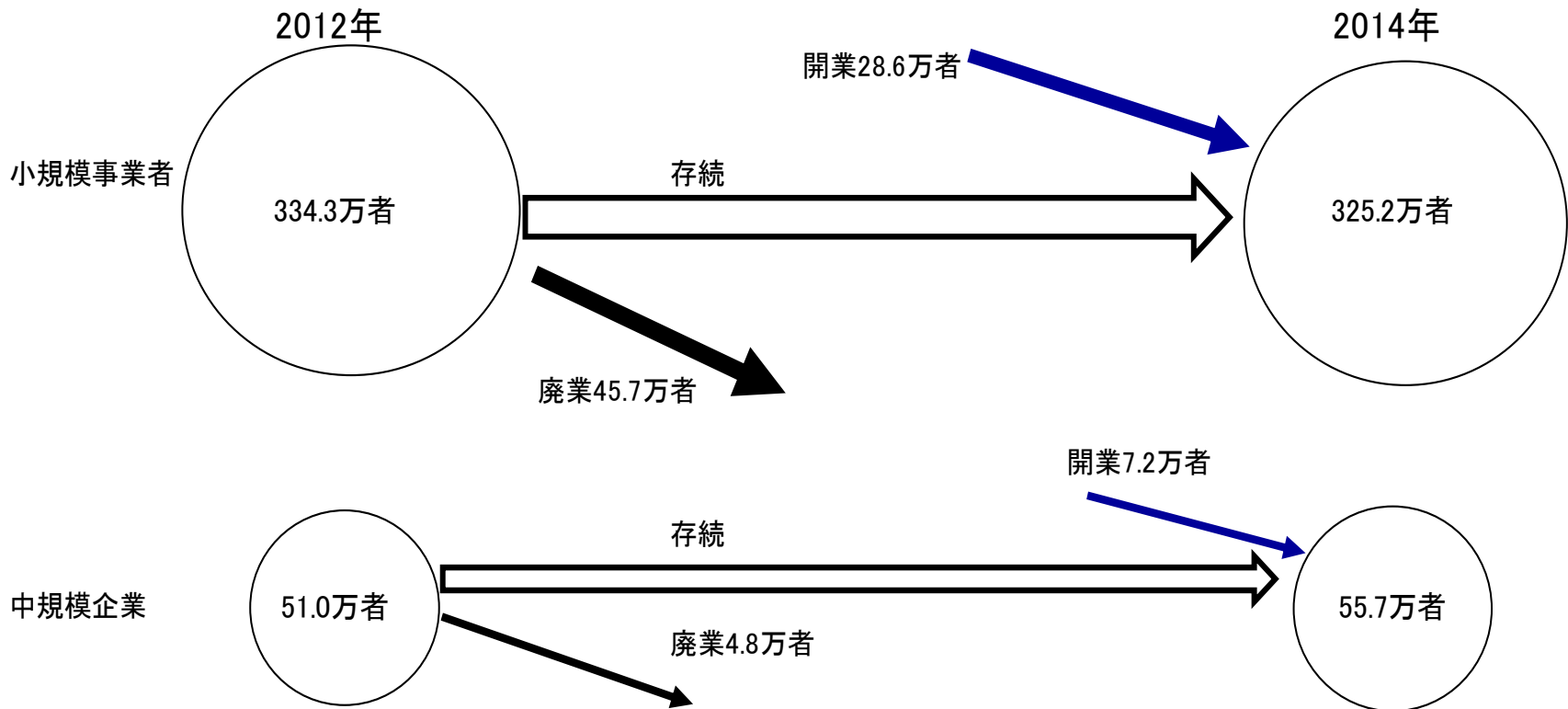
(資料) 中小企業庁「2017年版中小企業白書」

(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)

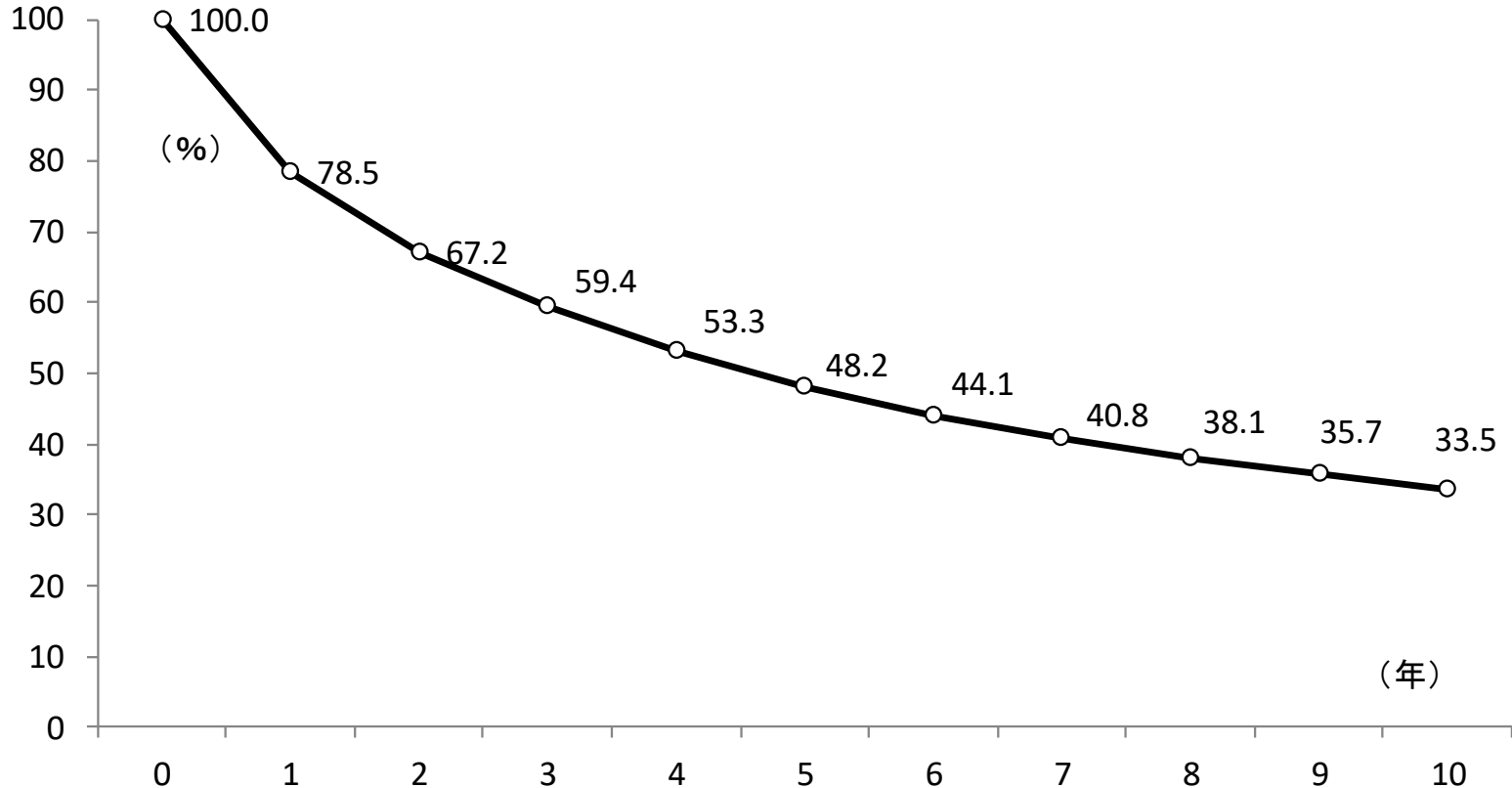


(資料) 中小企業庁「2017年版中小企業白書」再編加工

(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



# 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

(任社、%)

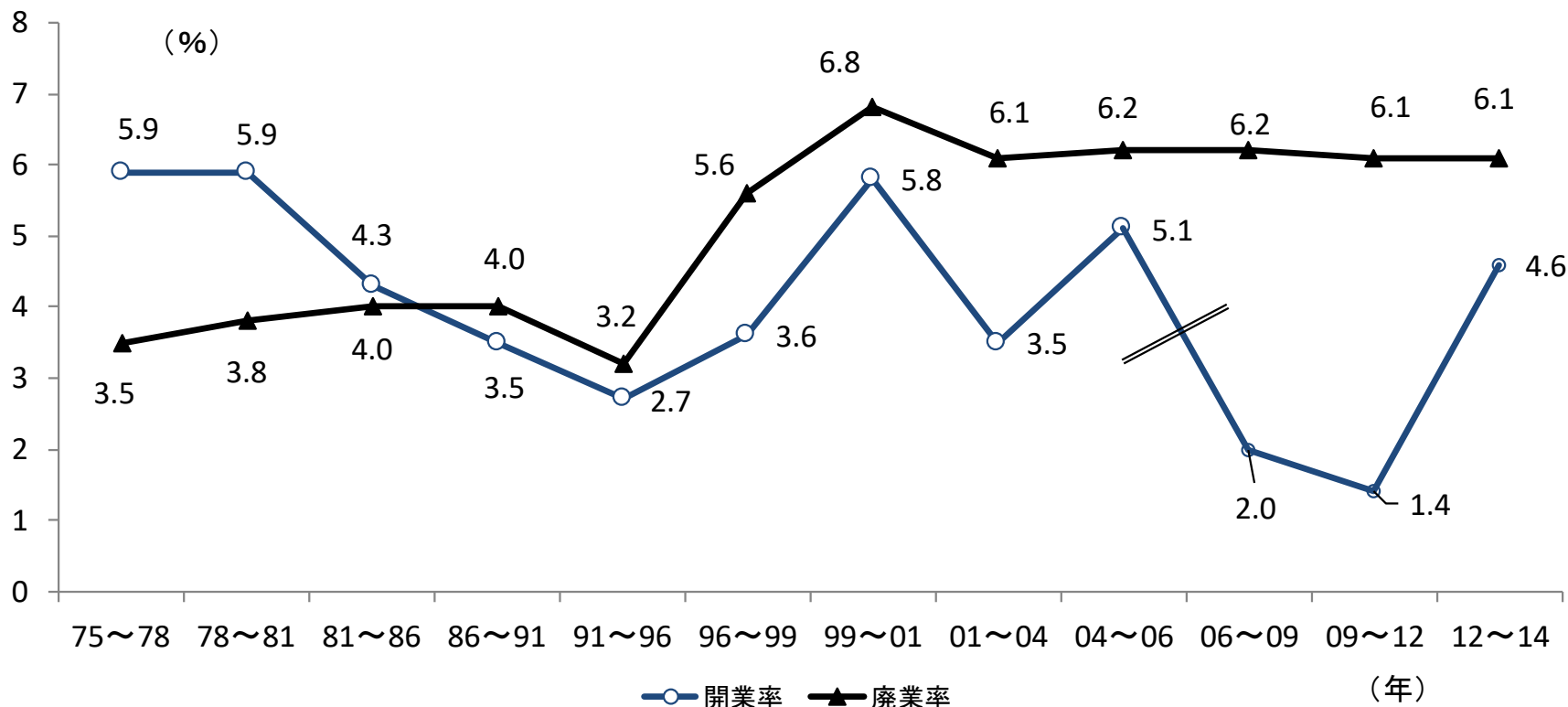
		1984年以前 (30年以上)	85年～94年 (20年～29年)	95～04年 (10年～19年)	2005年以降 (9年以下)	計
20人以下	社数	1,449	681	701	723	3,554
	構成比	40.8	19.1	19.7	20.3	100.0
21～50人	社数	63	25	29	26	144
	構成比	43.6	17.5	20.5	18.4	100.0
51～100人	社数	24	8	9	6	48
	構成比	50.4	17.1	19.5	13.1	100.0
101～300人	社数	24	7	7	4	42
	構成比	58.0	16.0	16.8	9.2	100.0
(300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

# 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」

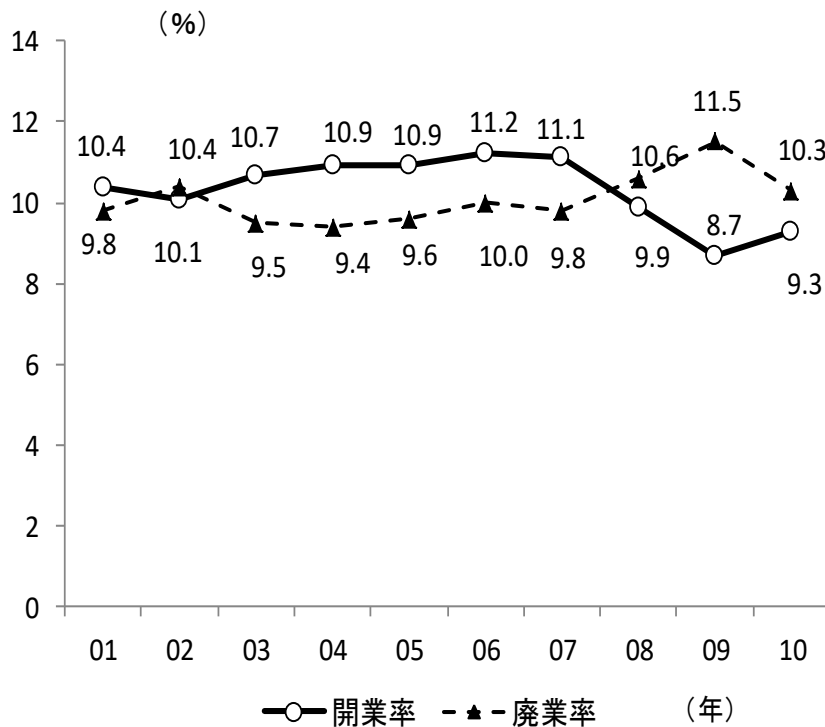
(注1)1年あたりに換算

(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

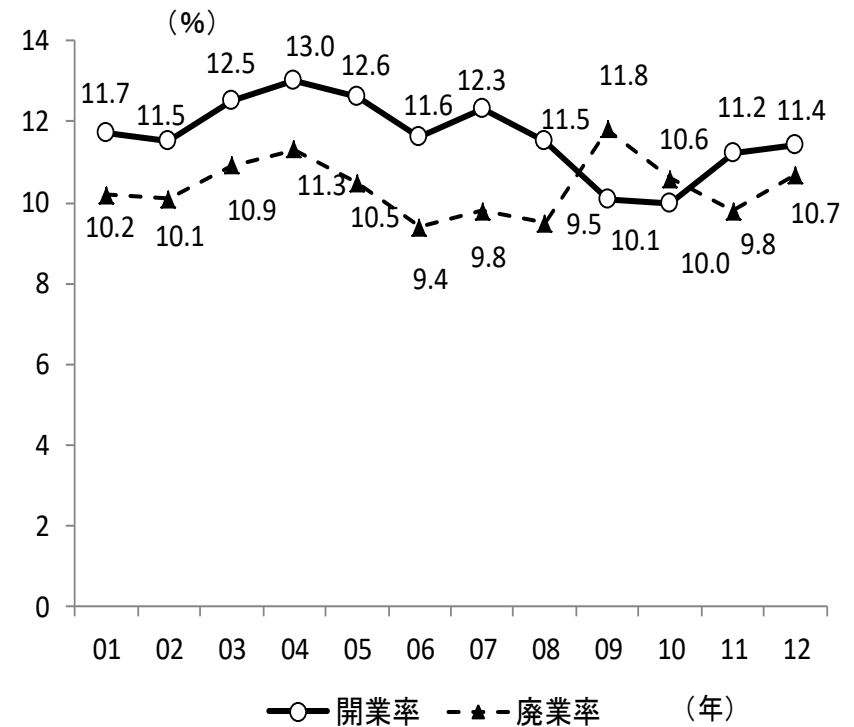
# 米・英は日本より開廃業率とも高い 新陳代謝が活発

## 米国と英国の開業率・廃業率

### 米国



### 英国



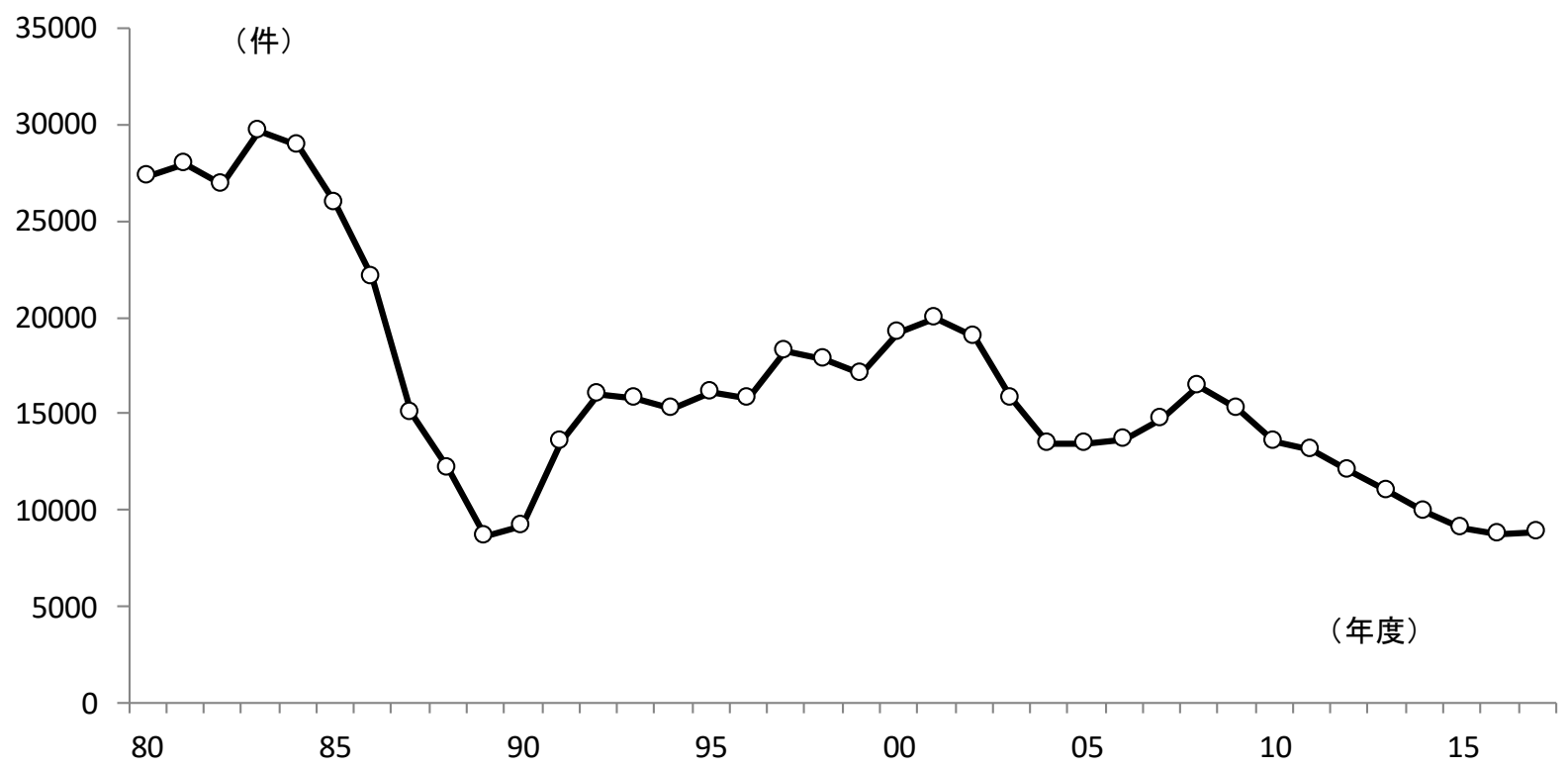
(資料) 中小企業庁「2014年版中小企業白書」

(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

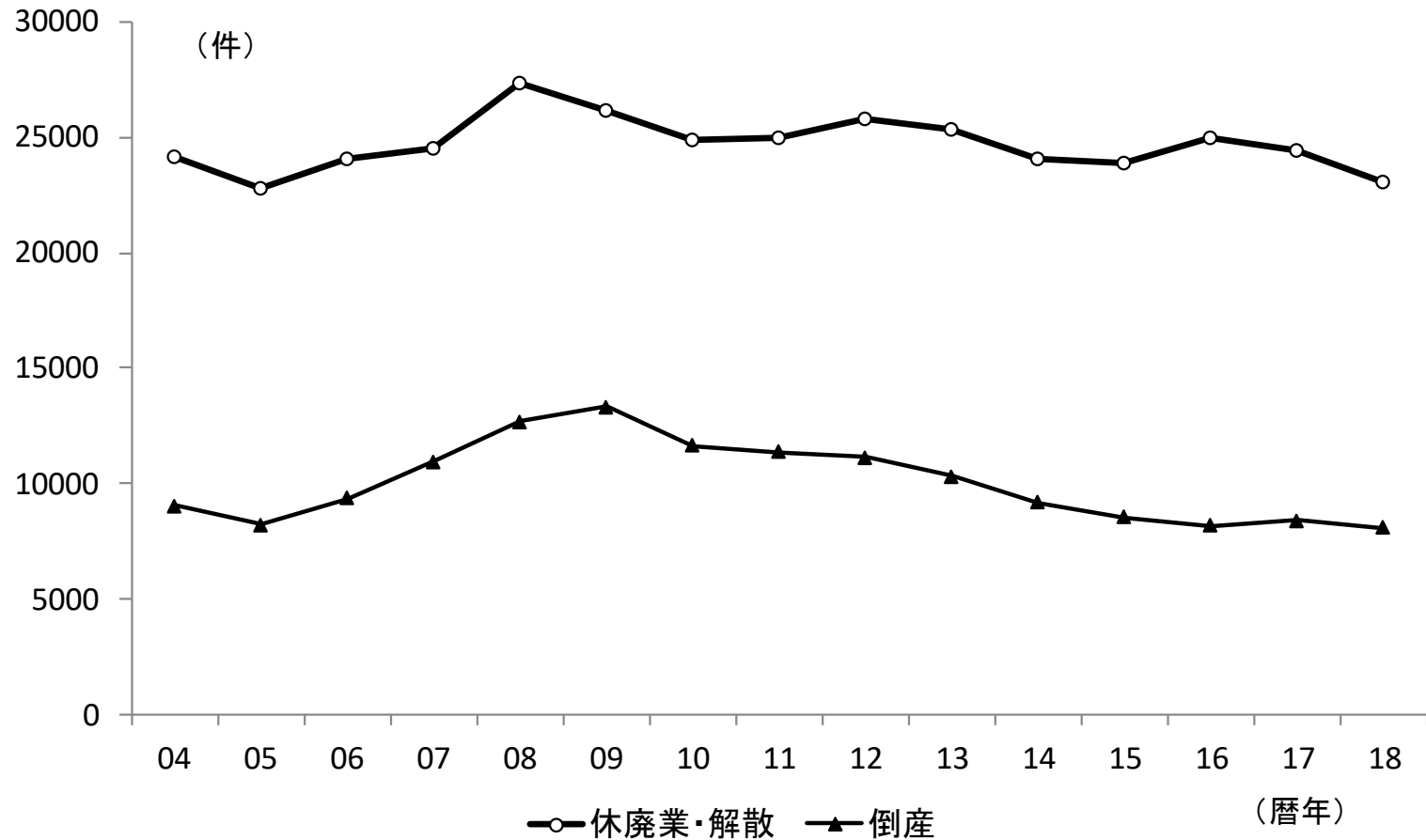
企業倒産件数の推移



(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

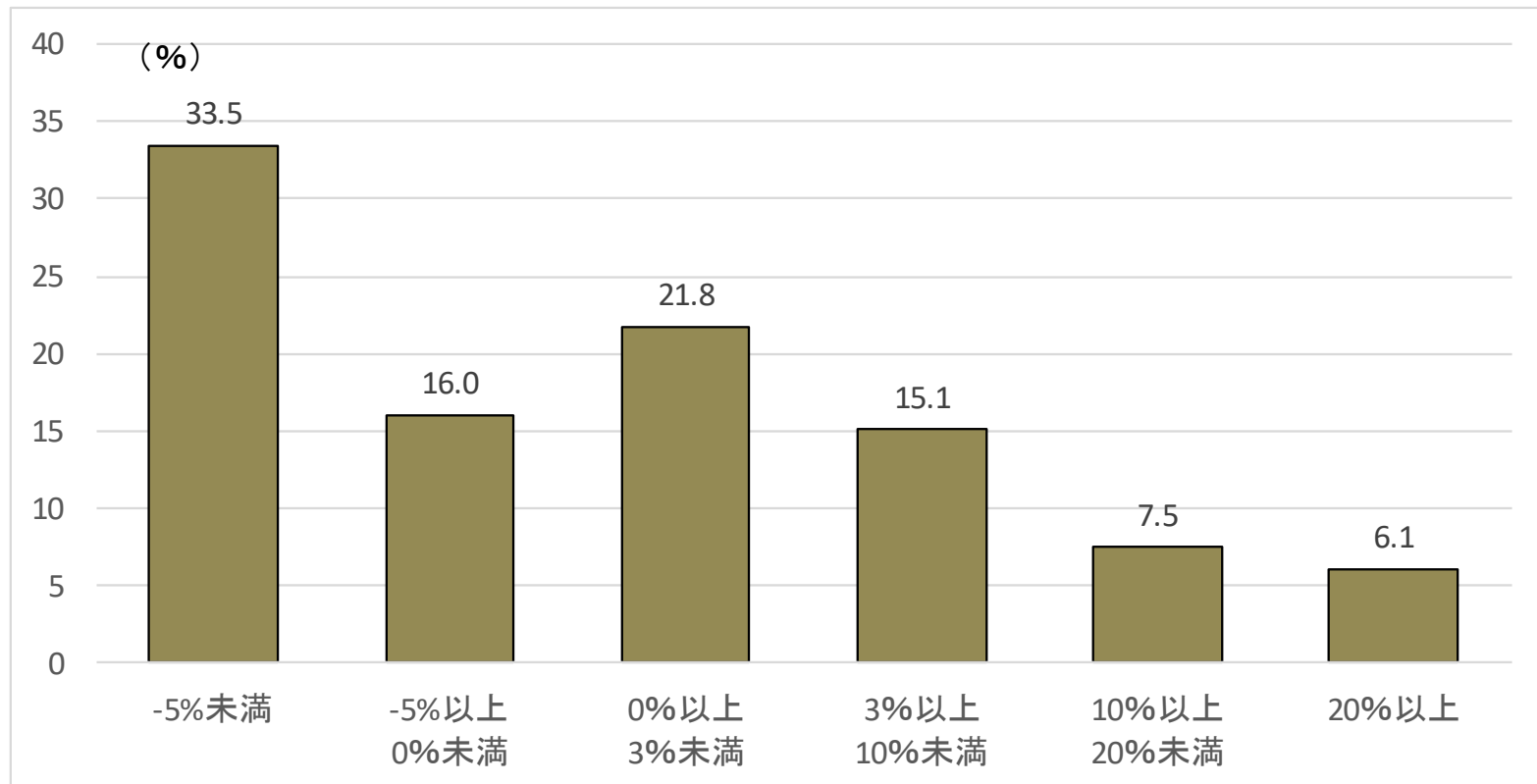
企業の休廃業・解散件数



(資料) 帝国データバンク「全国『休廃業・解散』動向調査(2017年)」(2019年1月)P2より

# 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



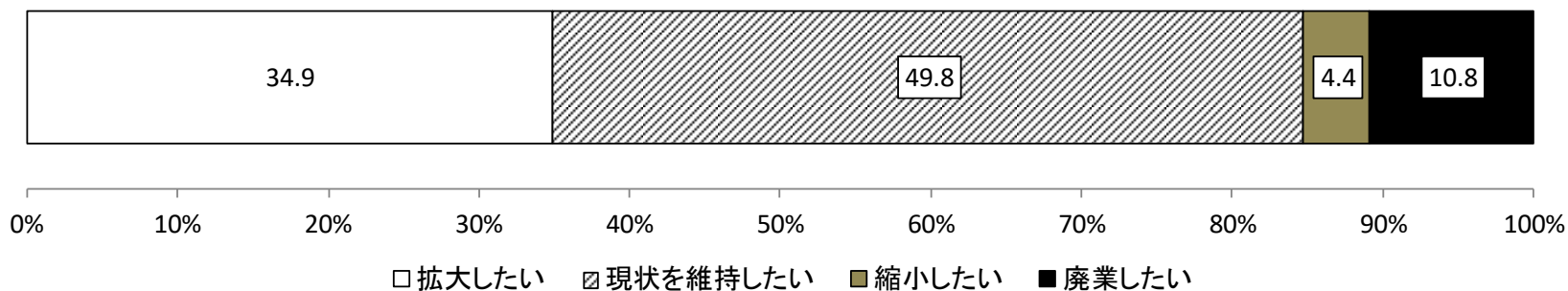
(資料) 中小企業庁「2017年度中小企業白書」(原統計は(株)東京商工リサーチ  
「2016年「休廃業・解散企業」動向調査」)

(注) 生存企業の売上高経常利益率の中央値は2.07%

# 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

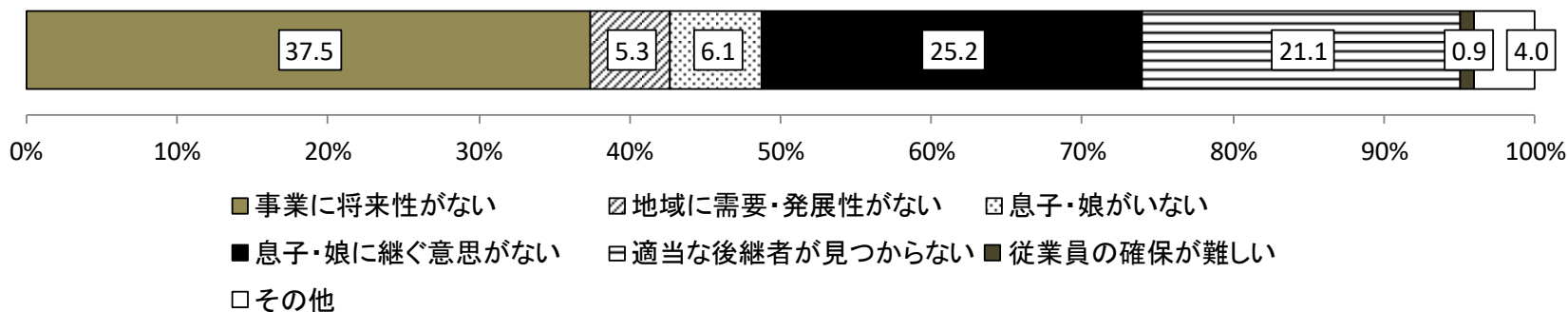
中小企業の今後の事業運営方針

(1つ回答)



廃業したい理由

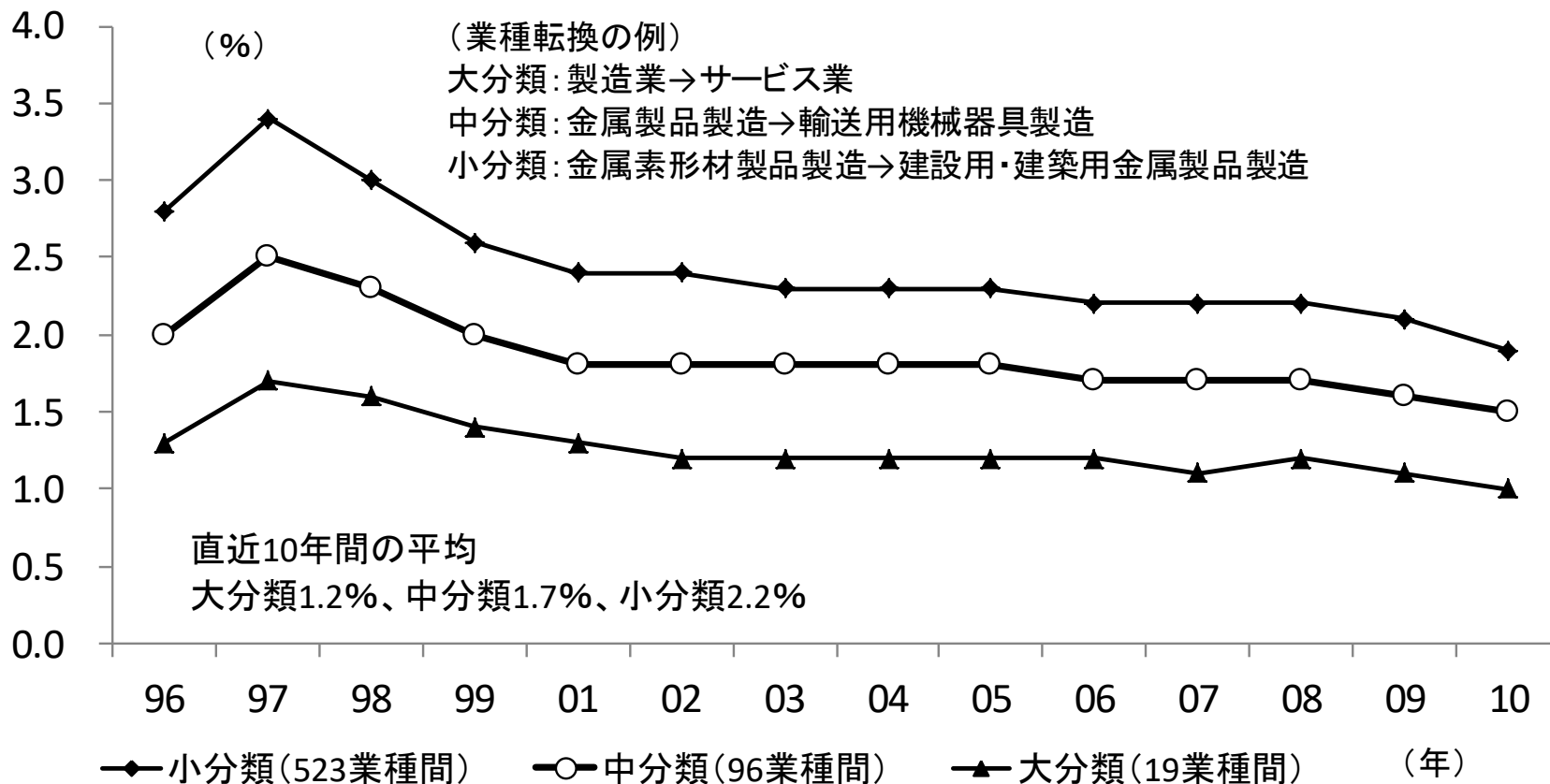
(1つ回答)



(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」

# 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



# 7. 中小企業を取り巻く経済環境

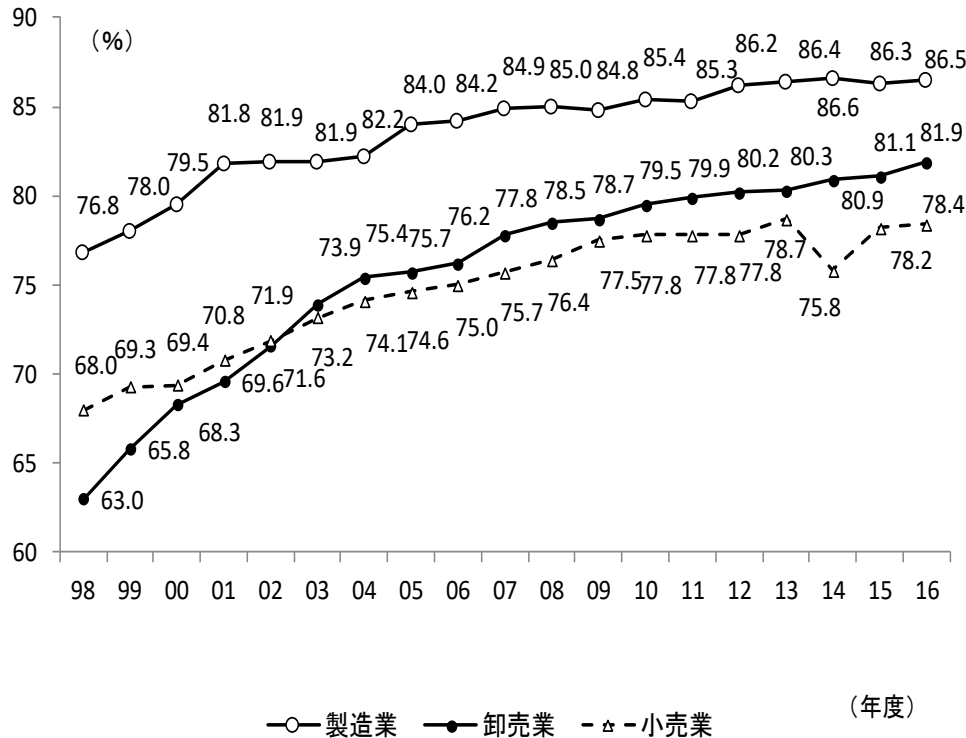
- 国際経済情勢の影響
  - ①中国ほかアジア経済の影響
  - ②保護主義の台頭と新たな経済連携の模索（EPA、TPPなど）
  - ③国際過剰流動性の敏速・大規模な資金移動がもたらす世界経済の混乱の可能性（リーマン・ショック、欧州金融危機、円相場の変動）
- 情報化の進展（IoT等）
- 国内経済の根強いデフレ懸念
- 構造問題への懸念（人手不足、規制緩和等）

# 企業は本業への傾斜を強める

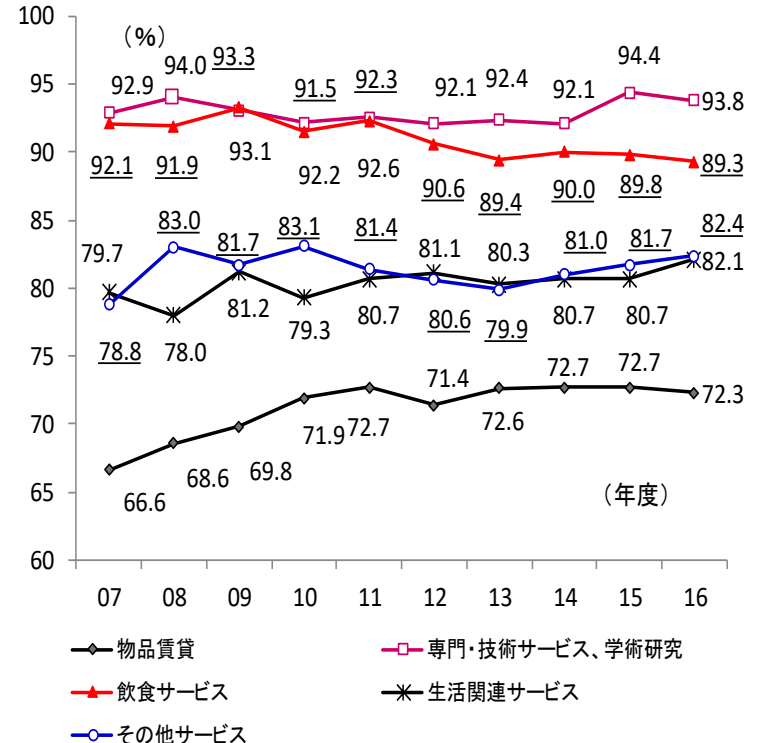
## 内需の高成長望めず経営資源を本業に集中か

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. 中小企業データ取扱の留意点

### 8. 1 合算時系列データの留意点

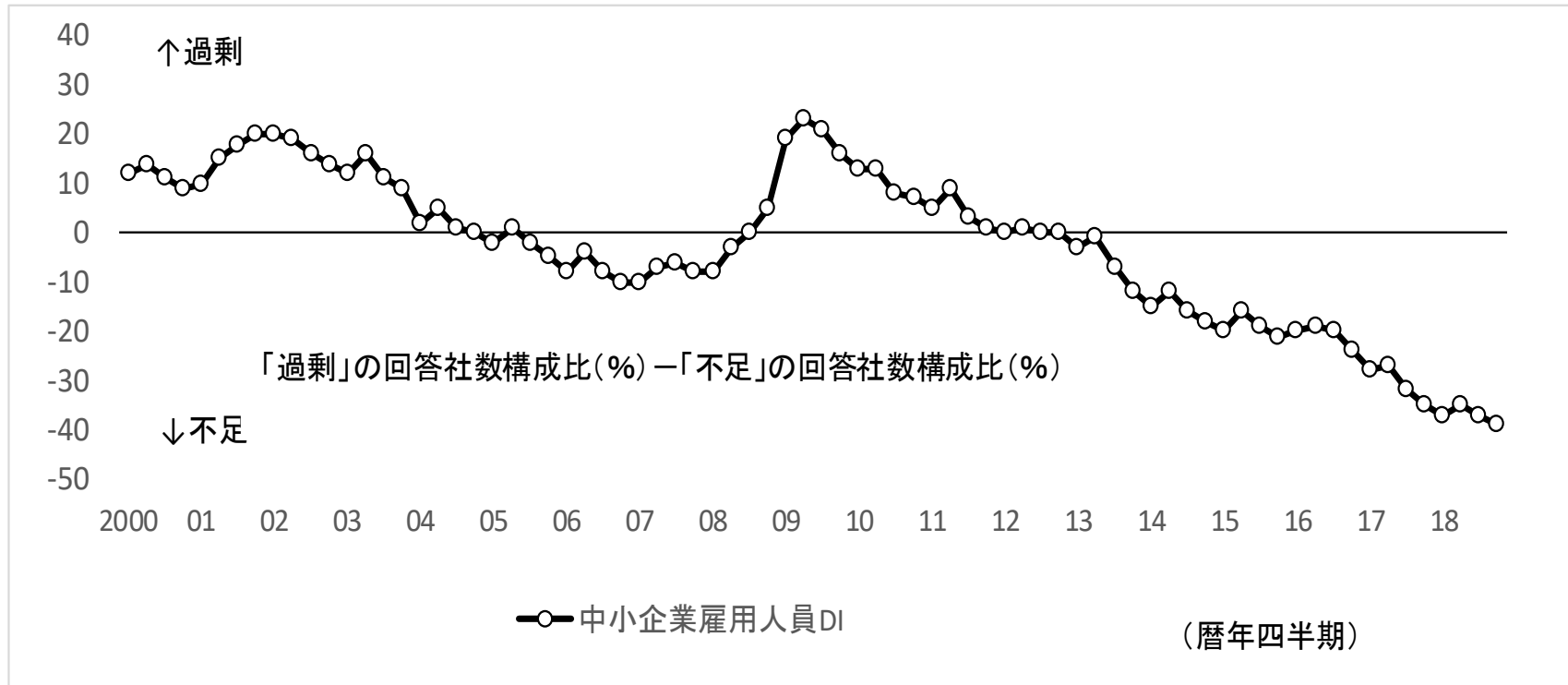
- 中小企業には**入れ替わり、増減がある**。これを反映するか否か
- 中小企業の入れ替わりを反映した厳密な合算データは経済センサスからのみ入手可能
- **サンプル調査で代用する機会が多い**(法人企業統計、日銀短観等)
- 時系列的にサンプルが安定した調査(例:日銀短観)は定点観測の性格が強く、「中小企業1企業の平均」の時系列比較に近い

## 8.2 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. 3 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
- 産業別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「規模」と「独立性」で定義される。規模の定義は相対的なもの
- 中小企業の経営指標はばらつきが大きく一括りで捉えにくい。このため、カテゴリー別に論じる場合もある
- 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
- 日本では開業率・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)