

第3章 中小企業・小規模事業者を取り巻く環境

我が国経済は、低い経済成長と長引くデフレによる停滞の20年を経験してきた。第2次安倍内閣発足以降は、アベノミクスの「三本の矢」の効果もあり、経済の好循環が動き始め、我が国経済は長期停滞やデフレで失われた自信をようやく取り戻しつつある。現在、成長戦略の成果は、中小企業・小規模事業者や地域経済に波及しつつあり、それが全国津々浦々まで広がり、中長期的な地域経済の展望を見いだせるよう、しっかりとした対応（「ローカル・アベノミクス」）を行うことが必要である。

こうした問題意識の下、本章では、1980年以降の中長期的視点からの中小企業・小規模事業者の動向を、個の側面（企業の視点）、面の側面（地域経済の視点）からそれぞれ捉え、経済の成長性に係る構造分析を行うことにより、中小企業・小規模事業者の成長発展に資する課題を抽出する。

第1節 中小企業・小規模事業者の競争力

本節では、1980年以降の中長期的視点からの我が国における中小企業・小規模事業者の動向を、企業の構造的な競争力の観点から捉えることで、中小企業・小規模事業者が成長していくための課題を抽出する。具体的には、企業の収益力に着目し、企業規模間及び同一企業規模内の比較を通じて、企業の収益力を規定する要因及びその構造的特徴に着目することで、中小企業・小規模事業者の競争力向上、ひいては中小企業・小規模事業者の更なる成長発展に向けた具体的方策に関して考察する¹。

1. 企業の収益力の分析に係る考え方

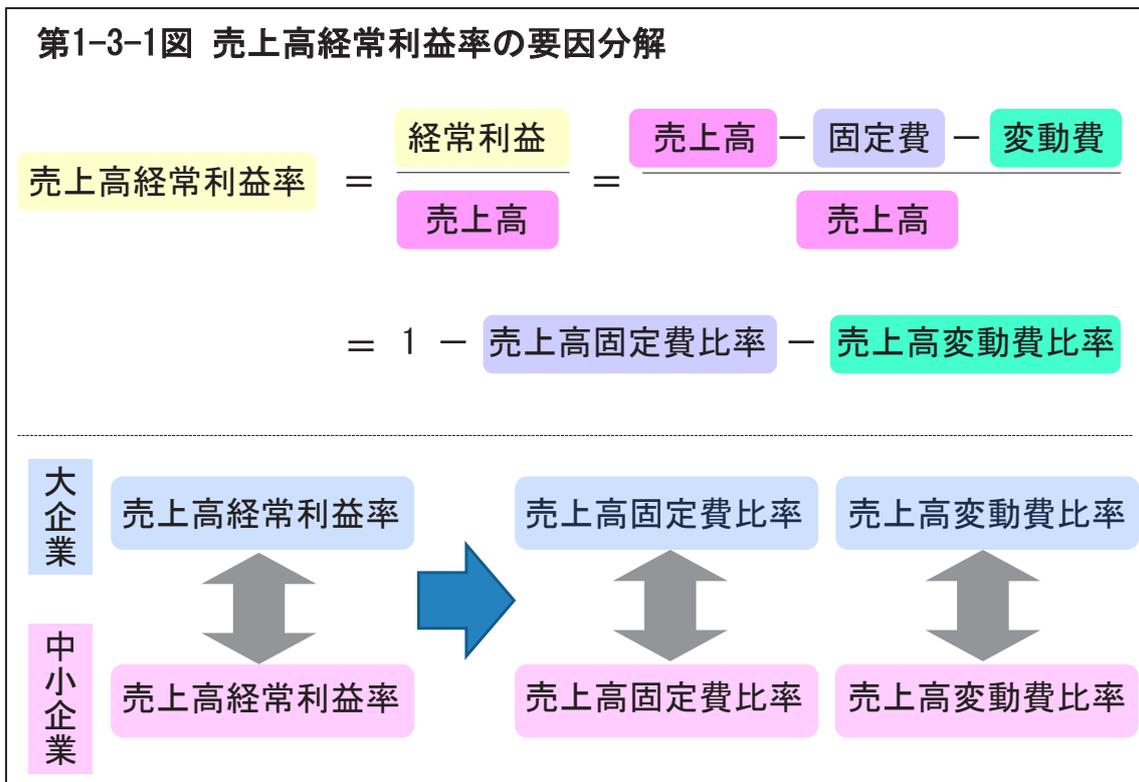
本節における分析では、収益力を表す代表的指標の一つである企業の売上高経常利益率に着目することとする。売上高経常利益率に関する具体的な分析に

¹ 本節における分析においては、以下の2点が基本的な前提となるため、あらかじめ念頭に置かれたい。

第一に、本節における分析では主に財務省「法人企業統計調査年報」を用いることとしている。本統計を用いる理由としては、①大企業から小規模企業まで幅広い規模の法人企業が調査対象となっていること、②長期間に渡り毎年調査されていること、③主要財務項目が網羅的に調査されていることなどがある。なお、本節における大企業、中規模企業、小規模企業とは、それぞれ資本金1億円以上、同1千万円以上1億円未満、同1千万円未満の企業を指すものとする。企業規模を資本金規模で定義する理由は、法人企業統計調査の調査設計上、業種別、資本金規模別で標本設計が行われているためである。

第二に、企業間で生じている競争力の構造変化をより明確に確認するため、時系列データにおいて観察される不規則変動（その年固有の要因による変動）、循環変動（景気循環による変動）を除去している。具体的には、分析対象である各系列に対してHPフィルター（Hodrick-Prescott Filter）をかけることによって、構造変動のみを抽出している。

入る前に、売上高経常利益率を構成する要素について解説する(第1-3-1①図)。売上高経常利益率とは、企業の経常利益を売上高で除したもののだが、分子の経常利益は売上高から費用(固定費、変動費²)を差し引いたものであるため、売上高経常利益率は、固定費を売上高で除した売上高固定費比率と売上高変動費比率に分解することができる。この視点により、売上高経常利益率を規模間で比較すると同時に、売上高固定費比率、売上高変動費比率という費用面の動きの違いからも売上高経常利益率の動きを捉えることができるようになる。



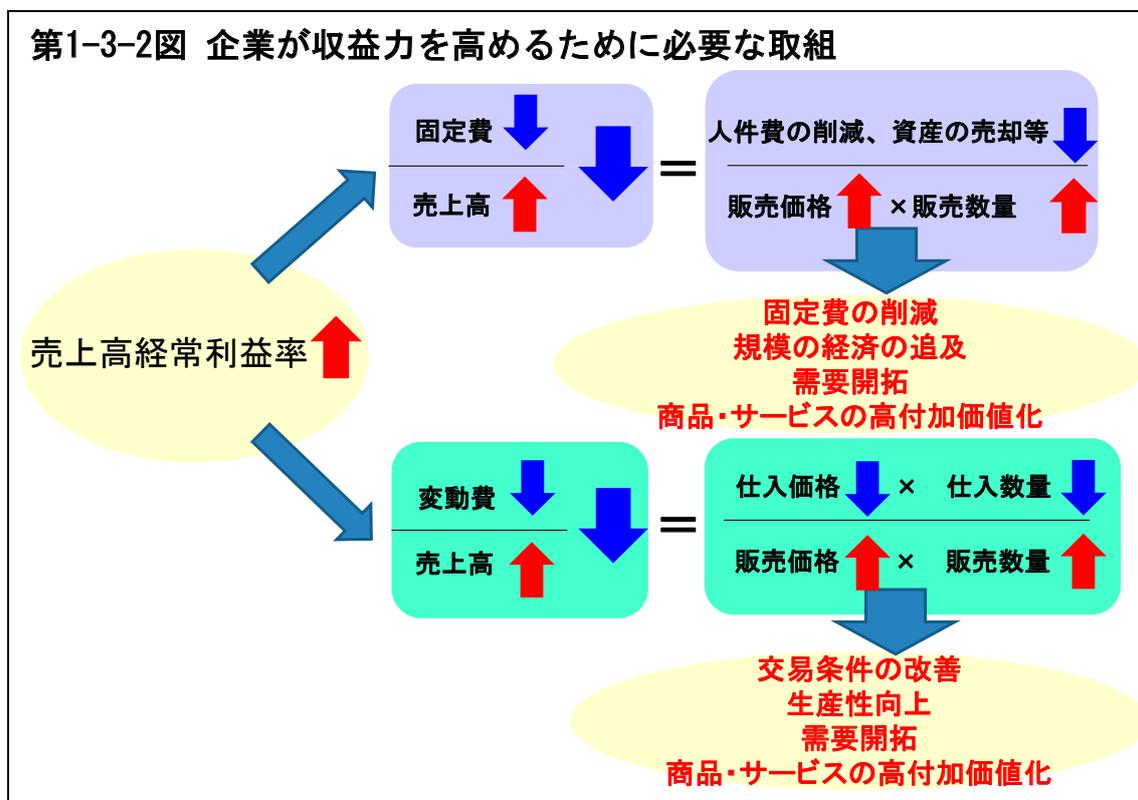
上記の視点に基づくと、企業が収益力を高めるために必要な取組は、具体的には以下ようになる(第1-3-2図)。売上高経常利益率を上げるためには、売上高固定費比率または売上高変動費比率を下げる必要がある。

まず、売上高固定費比率を下げるには、人件費、減価償却費等の固定費を下げる、販売価格を上げる、販売数量を増やすことが必要となる。これらの取組を具体的に言い換えれば、①固定費削減(人件費の削減、資産の売却等)、②規模の経済の追及(販売数量を増やすことで生産1単位当たりの固定費を下げ

² 固定費とは、人件費(役員給与、役員賞与、従業員給与、従業員賞与、福利厚生費の合計)、減価償却費、支払利息の合計をいう。変動費とは、売上高から経常利益と固定費を差し引いたものをいう。

る)、③需要開拓(新たな市場を開拓することで販売数量も増やす)、④商品・サービスの高付加価値化(商品・サービスの付加価値を高め、販売価格に反映する)を行うことが必要である。

次に、売上高変動費比率を下げるには、仕入価格を下げることで、仕入数量を減らすこと、販売価格を上げること、販売数量を増やすことが必要である。これらの取組を具体的に言い換えれば、①交易条件の改善(仕入価格を下げて、販売価格を上げること)、②生産性の向上(投入量に対する産出量の割合を高めること³⁾、③商品・サービスの高付加価値化を行うことが必要である。



2. 企業規模別に見た売上高経常利益率

第一に、企業規模別に売上高経常利益率の動向を確認する(第 1-3-3 図)。全産業で見ると、大企業の売上高経常利益率は中規模企業・小規模企業よりも高い水準にあり、その差は 2000 年代に大きく拡大している。これは大企業の売上高経常利益率が 2000 年代に大きく伸びたことによるものだが、同時に中規模企

³ ここでいう生産性とは、第 1-3-2 図の図式にとらわれない一般的な意味での生産性(中間財のみならず、資本や労働も投入の一部として考慮する)を指すものとするが、当該図式にあてて当てはめるとすれば、仕入数量を減らしつつ販売(≒生産)数量を増やす取組となるため、具体的には歩留り率を上げることなどが含まれる。

業・小規模企業の売上高経常利益率も伸びていることが確認できる。中規模企業・小規模企業の売上高経常利益率について、2010年以降の平均と2000年代の平均を比較すると、大きく伸びていることが分かる。

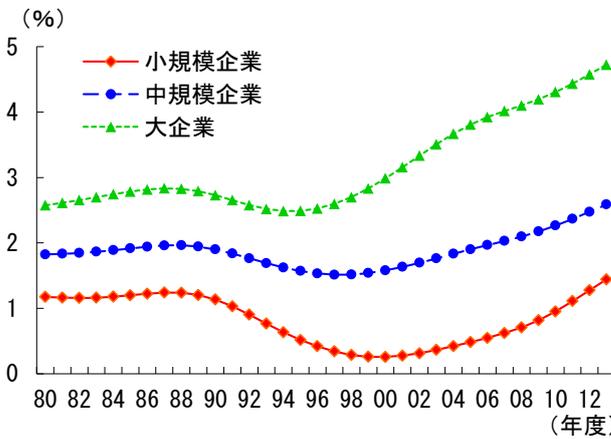
業種別に見ると、製造業では、1980年以降、大企業と中規模企業・小規模企業の売上高経常利益率の差はほぼ一定の割合で拡大を続けているが、2010年以降では、小規模企業で売上高経常利益率の伸びが大企業と比べて相対的に高くなっており、これにより大企業との差が縮まっている。

非製造業では、2000年代以降、大企業の売上高経常利益率が大きく伸びており、大企業と中規模企業・小規模企業の売上高経常利益率の差が大きく拡大している。ただし、中規模企業・小規模企業の売上高経常利益率も2000年代以降上昇基調となっている。

ただし、詳細は後述するが、こうした大企業と中規模企業・小規模企業の売上高経常利益率の差の広がりや、中規模企業・小規模企業全体の収益が低収益の中規模企業・小規模企業の収益悪化によって下押しされたことによって生じた可能性もある。企業の売上高経常利益率を規模間で比較する際は、単純に規模ごとの平均値で比較するだけでなく、同一規模内における売上高経常利益率の比較も合わせて行うことで、初めて企業規模間の売上高経常利益率の特徴が見えてくるといえる。

第1-3-3図 企業規模別に見た売上高経常利益率

(1) 全産業



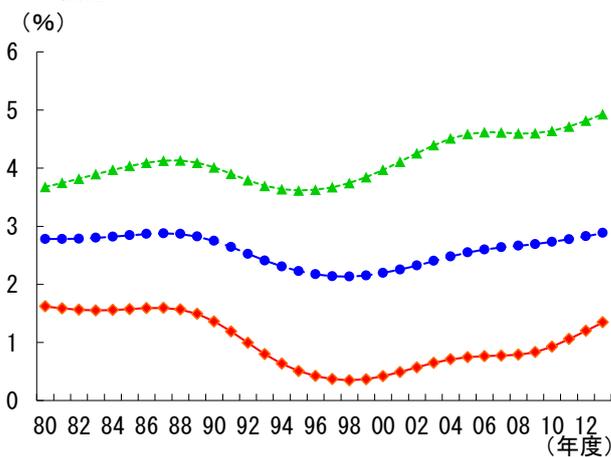
年代別に見た売上高経常利益率の平均(%)

	小規模企業	中規模企業	大企業
1980年代	1.19	1.90	2.73
1990年代	0.63	1.65	2.61
2000年代	0.48	1.87	3.67
2010年以降	1.19	2.42	4.51

大企業との売上高経常利益率の差(%p)

	小規模企業	中規模企業
1980年代	1.54	0.84
1990年代	1.98	0.96
2000年代	3.19	1.80
2010年以降	3.32	2.09

(2) 製造業



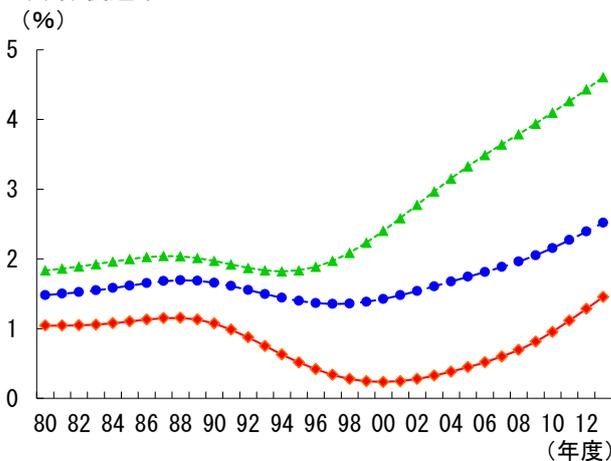
年代別に見た売上高経常利益率の平均(%)

	小規模企業	中規模企業	大企業
1980年代	1.57	2.82	3.96
1990年代	0.70	2.35	3.75
2000年代	0.68	2.48	4.43
2010年以降	1.13	2.80	4.78

大企業との売上高経常利益率の差(%p)

	小規模企業	中規模企業
1980年代	2.39	1.14
1990年代	3.05	1.41
2000年代	3.75	1.95
2010年以降	3.64	1.97

(3) 非製造業



年代別に見た売上高経常利益率の平均(%)

	小規模企業	中規模企業	大企業
1980年代	1.09	1.60	1.96
1990年代	0.61	1.46	1.94
2000年代	0.45	1.72	3.21
2010年以降	1.20	2.33	4.35

大企業との売上高経常利益率の差(%p)

	小規模企業	中規模企業
1980年代	0.87	0.36
1990年代	1.33	0.48
2000年代	2.75	1.49
2010年以降	3.15	2.02

資料：財務省「法人企業統計調査年報」

(注)1. ここでいう大企業とは資本金1億円以上の企業、中規模企業とは資本金1千万円以上1億円未満の企業、小規模企業とは資本金1千万円未満の企業をいう。

2. 各系列は、HPフィルター(Hodrick-Prescott Filter)により平滑化した値を用いている。

3. 企業規模別に見た売上高

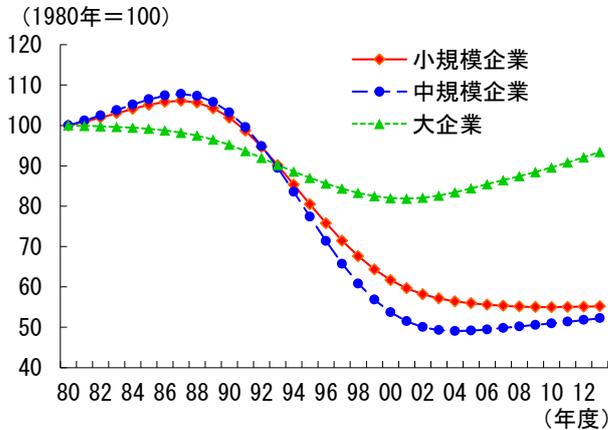
第二に、企業規模別に見た売上高について確認する(第1-3-4図)。ここでは、「どれだけ売ったか」をより明確に確認するため、物価変動の影響を差し引いた実質値としての売上高について確認する。1社当たり平均の売上高を、1980年を100とした指数で見ると、全産業では1980年代は中規模企業・小規模企業の売上高の伸びが大企業の伸びを上回っていたが、1990年代に中規模企業・小規模企業の売上高が減少した一方で、大企業の売上高が底堅く推移した結果、1990年代後半から2000年代前半にかけて大企業と中規模企業・小規模企業の売上高の差は拡大した。

業種別に見ると、製造業では、1980年代は大企業、中規模企業・小規模企業ともに緩やかな増加傾向であったが、1990年代に中規模企業・小規模企業の売上高が減少した一方で、大企業の売上高が底堅く推移した結果、1990年代に大企業と中規模企業・小規模企業の売上高の差は拡大した。2000年代後半以降は大企業、中規模企業・小規模企業ともに緩やかな増加傾向に転じたが、大企業と中規模企業・小規模企業の売上高の差は引き続き拡大している。

非製造業では、1980年代は中規模企業・小規模企業の売上高が伸びる一方で、大企業の売上高は減少していたが、1990年代に入り中規模企業・小規模企業の売上高が大きく減少した一方で、大企業の売上高が底堅く推移した結果、1990年代後半から2000年代前半にかけて大企業と中規模企業・小規模企業の売上高の差は拡大した。

第1-3-4図 企業規模別に見た1社当たり平均売上高

(1) 全産業



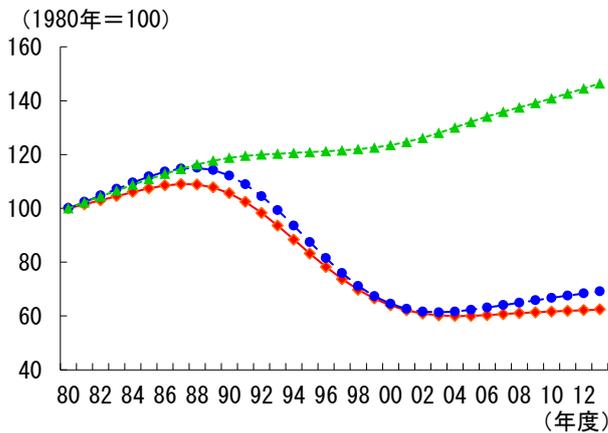
年代別に見た1社当たり平均売上高の平均
(1980年=100)

	小規模企業	中規模企業	大企業
1980年代	103.7	104.7	98.9
1990年代	83.0	80.3	88.2
2000年代	57.0	50.3	84.4
2010年以降	55.1	51.6	91.5

大企業との1社当たり平均売上高の差

	小規模企業	中規模企業
1980年代	▲ 4.8	▲ 5.9
1990年代	5.2	8.0
2000年代	27.4	34.1
2010年以降	36.4	39.9

(2) 製造業



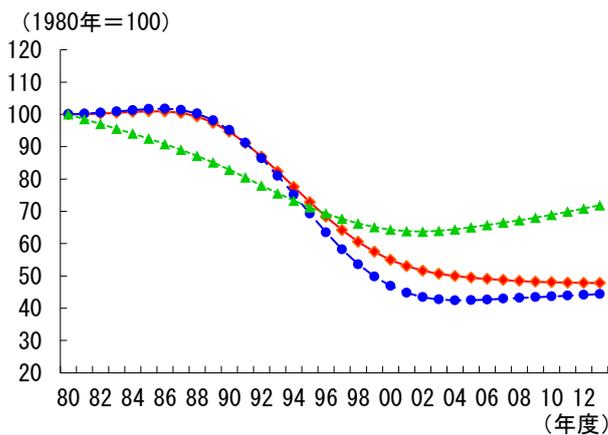
年代別に見た1社当たり平均売上高の平均
(1980年=100)

	小規模企業	中規模企業	大企業
1980年代	105.7	109.3	109.4
1990年代	85.9	90.2	120.7
2000年代	61.0	63.2	131.1
2010年以降	62.0	67.9	143.6

大企業との1社当たり平均売上高の差

	小規模企業	中規模企業
1980年代	3.8	0.1
1990年代	34.8	30.6
2000年代	70.1	67.9
2010年以降	81.6	75.7

(3) 非製造業



年代別に見た1社当たり平均売上高の平均
(1980年=100)

	小規模企業	中規模企業	大企業
1980年代	100.1	100.6	93.0
1990年代	75.6	72.3	73.0
2000年代	50.4	43.5	65.3
2010年以降	47.9	44.0	70.4

大企業との1社当たり平均売上高の差

	小規模企業	中規模企業
1980年代	▲ 7.1	▲ 7.7
1990年代	▲ 2.6	0.7
2000年代	14.9	21.8
2010年以降	22.5	26.4

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

(注)1. ここでいう大企業とは資本金1億円以上の企業、中規模企業とは資本金1千万円以上1億円未満の企業、小規模企業とは資本金1千万円未満の企業をいう。

2. JIPデータベースの産出デフレーターを用いて、実質化を行った。

3. 各系列は、HPフィルター(Hodrick-Prescott Filter)により平滑化した値を用いている。

4. 企業規模別に見た売上高固定費比率

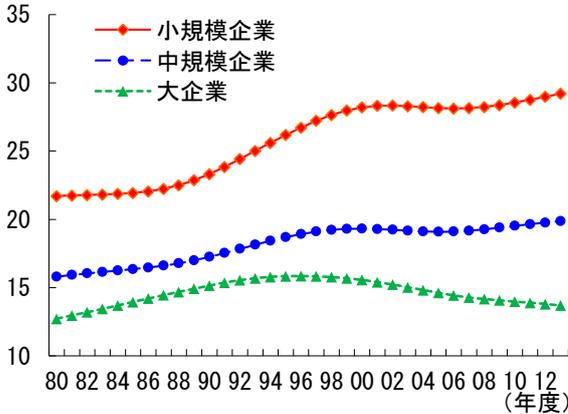
第三に、企業規模別の売上高固定費比率について確認する(第 1-3-5 図)。全産業で見ると、中規模企業・小規模企業の売上高固定費比率は大企業よりも高いことが分かる。また、大企業の売上高固定費比率が1990年代後半以降低下しているのに対して、中規模企業・小規模企業では引き続き上昇しており、大企業と中規模企業・小規模企業の売上高固定費比率の差は趨勢的に拡大している。

業種別に見ると、製造業では、中規模企業・小規模企業の売上高固定費比率は大企業よりも高く、2000年代以降、大企業、中規模企業・小規模企業ともに売上高固定費比率は低下傾向にあるが、大企業と中規模企業・小規模企業の売上高固定費比率の差は趨勢的に拡大している。

非製造業では、全産業と同様の傾向となっている。

第1-3-5図 企業規模別に見た売上高固定費比率

(1) 全産業
(%)



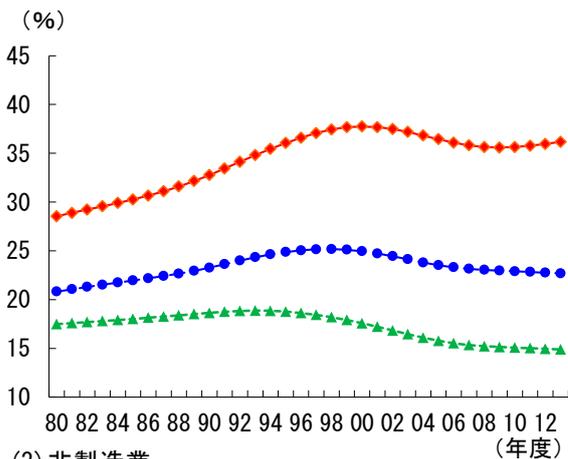
年代別に見た売上高固定費比率の平均 (%)

	小規模企業	中規模企業	大企業
1980年代	22.1	16.3	13.8
1990年代	25.8	18.4	15.7
2000年代	28.2	19.2	14.8
2010年以降	28.9	19.7	13.8

大企業との売上高固定費比率の差
(大企業 - 中規模企業・小規模企業、%p)

	小規模企業	中規模企業
1980年代	▲ 8.2	▲ 2.5
1990年代	▲ 10.1	▲ 2.8
2000年代	▲ 13.5	▲ 4.4
2010年以降	▲ 15.0	▲ 5.9

(2) 製造業
(%)



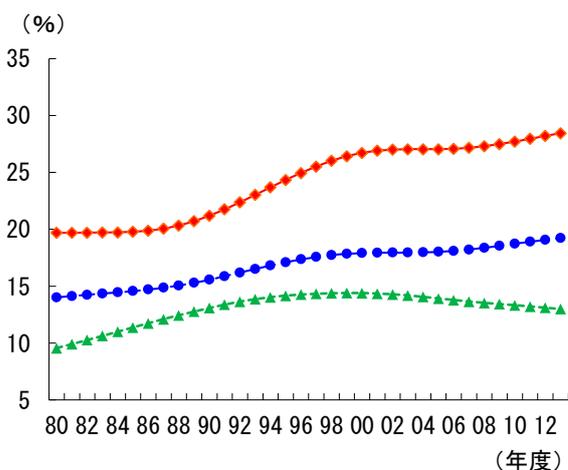
年代別に見た売上高固定費比率の平均 (%)

	小規模企業	中規模企業	大企業
1980年代	30.2	21.9	18.0
1990年代	35.5	24.5	18.6
2000年代	36.6	23.8	16.1
2010年以降	35.9	22.8	15.0

大企業との売上高固定費比率の差
(大企業 - 中規模企業・小規模企業、%p)

	小規模企業	中規模企業
1980年代	▲ 12.2	▲ 3.9
1990年代	▲ 16.9	▲ 5.9
2000年代	▲ 20.5	▲ 7.7
2010年以降	▲ 20.9	▲ 7.8

(3) 非製造業
(%)



年代別に見た売上高固定費比率の平均 (%)

	小規模企業	中規模企業	大企業
1980年代	19.9	14.6	11.2
1990年代	23.9	16.9	14.0
2000年代	27.1	18.1	14.0
2010年以降	28.1	19.0	13.2

大企業との売上高固定費比率の差
(大企業 - 中規模企業・小規模企業、%p)

	小規模企業	中規模企業
1980年代	▲ 8.7	▲ 3.4
1990年代	▲ 10.0	▲ 2.9
2000年代	▲ 13.1	▲ 4.1
2010年以降	▲ 14.9	▲ 5.8

資料：財務省「法人企業統計調査年報」

(注)1. ここでいう大企業とは資本金1億円以上の企業、中規模企業とは資本金1千万円以上1億円未満の企業、小規模企業とは資本金1千万円未満の企業をいう。

2. 各系列は、HPフィルター(Hodrick-Prescott Filter)により平滑化した値を用いている。

5. 売上高固定費比率から見た大企業と中小企業の収益力の特徴

第1-3-3、4、5図に基づき、大企業と中規模企業・小規模企業の間で生じていた収益力の変化をまとめると以下のとおりである。

- ① 1990年代後半以降、大企業の売上高経常利益率が中規模企業・小規模企業と比べて相対的に上昇した結果、大企業と中規模企業・小規模企業の売上高経常利益率の差が拡大した。
 - ② 2000年代以降、大企業の1社当たり平均の実質売上高が中規模企業・小規模企業と比べて相対的に増加した結果、大企業と中規模企業・小規模企業の売上高の差が拡大した。
 - ③ 1990年代後半以降、大企業の売上高固定費比率が低下した一方、中規模企業・小規模企業の売上高固定費比率が上昇した結果、大企業と中規模企業・小規模企業の売上高固定費比率の差が拡大した。
- ①～③より、大企業では、1990年代後半においては固定費削減努力により売上高固定費比率の上昇を抑えてきたが、2000年代に入り売上が回復し始めた結果、生産（≒売上）の拡大により生産1単位当たりの固定費（≒売上高固定費比率）が下がり、規模の経済が働いたため、中規模企業・小規模企業と比べて相対的に売上高経常利益率が高まったといえる。

6. 企業規模別に見た売上高変動費比率

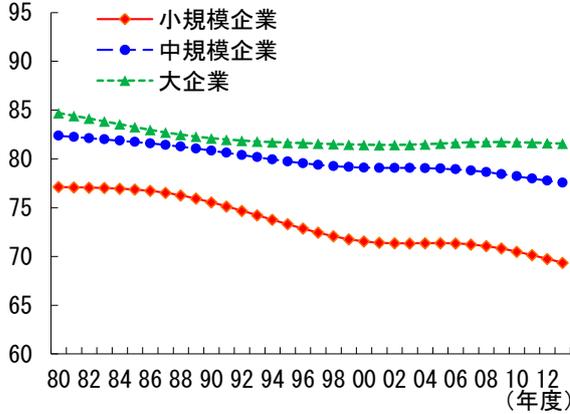
第四に、企業規模別に見た売上高変動費比率について確認する（第1-3-6図）。まず全産業で見ると、中規模企業・小規模企業の売上高変動費比率は、大企業と比べて低い水準にあることが分かる。1980年以降、大企業、中規模企業・小規模企業ともに売上高変動費比率が趨勢的に低下しており、中規模企業・小規模企業の低下の度合いが大企業よりも大きいため、大企業と中規模企業・小規模企業の売上高変動費比率の差は趨勢的に拡大している。

業種別に見ると、製造業では、中規模企業・小規模企業の売上高変動費比率は、大企業と比べて低い水準にあり、1980年以降、大企業、中規模企業・小規模企業ともに低下傾向で推移してきたが、2000年代に入り、大企業、中規模企業・小規模企業ともに緩やかな上昇に転じている。こうした中、1980年以降の低下局面では中規模企業・小規模企業の売上高変動費比率の低下の度合いは大企業よりも大きく、2000年代以降の上昇局面では、平均して見れば中規模企業・小規模企業の上昇の度合いは大企業よりも小さいため、大企業と中規模企業・小規模企業の売上高変動費比率の差は趨勢的に拡大している。

非製造業では、全産業と同様の傾向となっている。

第1-3-6図 企業規模別に見た売上高変動費比率

(1) 全産業
(%)



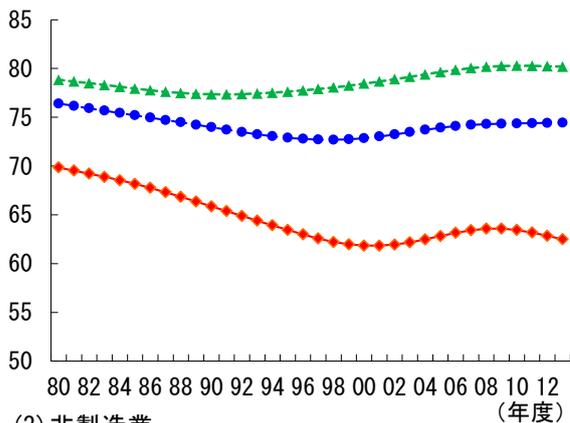
年代別に見た売上高変動費比率の平均 (%)

	小規模企業	中規模企業	大企業
1980年代	76.8	81.8	83.4
1990年代	73.6	79.9	81.7
2000年代	71.3	78.9	81.6
2010年以降	69.9	77.9	81.6

大企業との売上高変動費比率の差
(大企業-中規模企業・小規模企業、%p)

	小規模企業	中規模企業
1980年代	6.7	1.7
1990年代	8.2	1.8
2000年代	10.3	2.6
2010年以降	11.7	3.8

(2) 製造業
(%)



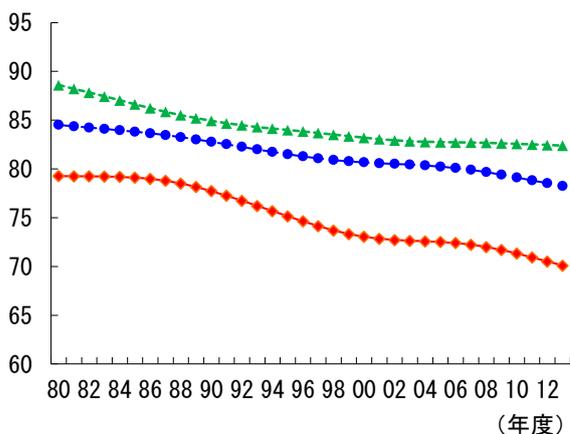
年代別に見た売上高変動費比率の平均 (%)

	小規模企業	中規模企業	大企業
1980年代	68.2	75.3	78.1
1990年代	63.8	73.1	77.7
2000年代	62.7	73.7	79.5
2010年以降	63.0	74.4	80.2

大企業との売上高変動費比率の差
(大企業-中規模企業・小規模企業、%p)

	小規模企業	中規模企業
1980年代	9.8	2.7
1990年代	13.9	4.5
2000年代	16.8	5.7
2010年以降	17.3	5.8

(3) 非製造業
(%)



年代別に見た売上高変動費比率の平均 (%)

	小規模企業	中規模企業	大企業
1980年代	79.0	83.8	86.9
1990年代	75.5	81.7	84.1
2000年代	72.5	80.2	82.8
2010年以降	70.7	78.7	82.5

大企業との売上高変動費比率の差
(大企業-中規模企業・小規模企業、%p)

	小規模企業	中規模企業
1980年代	7.9	3.0
1990年代	8.6	2.4
2000年代	10.4	2.6
2010年以降	11.8	3.8

資料：財務省「法人企業統計調査年報」

(注)1. ここでいう大企業とは資本金1億円以上の企業、中規模企業とは資本金1千万円以上1億円未満の企業、小規模企業とは資本金1億円未満の企業をいう。

2. 各系列は、HPフィルター(Hodrick-Prescott Filter)により平滑化した値を用いている。

7. 企業規模別に見た企業の交易条件

第1-3-2図において、売上高変動費比率の構成要素の一つとして交易条件があることを示したが、本項では企業規模別に企業の交易条件について見ていく。交易条件については、日本銀行による「短期経済観測調査(短観)」(以下、「日銀短観」という。)に基づき確認していくこととする。具体的には、販売価格DI⁴から仕入価格DI⁵を差し引いた値を交易条件指数と定義し、当該指数の推移を確認していく⁶。

企業規模別の交易条件指数を全産業で見ると、大企業、中堅企業、中小企業ともに1980年代以降2000年代半ばにかけて悪化傾向が続いたが、2000年代半ば以降改善に転じている(第1-3-7図)。ただし、1990年代以降、中小企業の交易条件の悪化幅が徐々に大きくなり、大企業・中堅企業と中小企業との間の交易条件の差に広がりが出始め、2000年代には大きくその差が広がり、2010年以降も依然として大きな差が存在する。

業種別に見ると、製造業では、大企業で1980年代から2000年代半ばにかけて、交易条件が悪化傾向にあり、中堅企業・中小企業については1990年代から2000年代半ばにかけて悪化傾向にあったが、大企業、中堅企業、中小企業とも2000年代半ば以降改善に転じている。ただし、1990年代半ば以降、中小企業の交易条件の悪化幅が大きくなり、大企業・中堅企業と中小企業との間の交易条件の差に広がりが出始め、2010年以降も依然として大きな差がある。

非製造業では、1980年代は大企業、中堅企業、中小企業ともに改善傾向にあったが、1990年代から2000年代半ばにかけて悪化傾向となり、2000年代半ば以降再び改善に転じている。ただし、1990年代以降、中小企業の交易条件の悪化幅が徐々に大きくなり、大企業・中堅企業と中小企業との間の交易条件の差に広がりが出始め、2000年代前半には大きくその差が広がったが、2000年代後半以降は中小企業の改善幅が大企業・中堅企業を上回るようになり、差は縮小傾向にある。

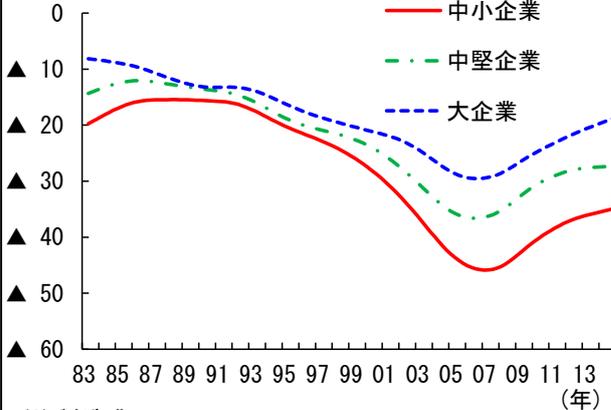
⁴ 3か月前と比較して販売価格が「上がった」と答えた企業の割合(%)から「下がった」と答えた企業の割合(%)を差し引いた値(%p)。

⁵ 3か月前と比較して仕入価格が「上がった」と答えた企業の割合(%)から「下がった」と答えた企業の割合(%)を差し引いた値(%p)。

⁶ 日銀短観を用いた分析における企業規模については、統計の制約上、資本金10億円以上を大企業、同1億円以上10億円未満の企業を中堅企業、同2千万円以上1億円未満の企業を中小企業と定義する。すなわち、ここでいう大企業と中堅企業が法人企業統計調査年報の分析における大企業に該当する。

第1-3-7図 企業規模別に見た企業の交易条件

(1) 全産業
(交易条件指数、%p)



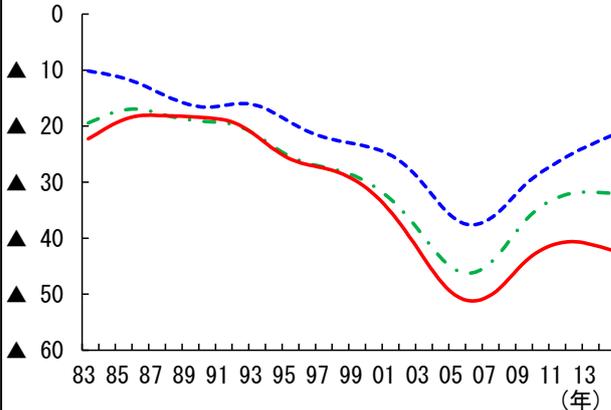
年代別に見た企業の疑似交易条件指数(%p)

	大企業	中堅企業	中小企業
1980年代	▲ 10.2	▲ 12.8	▲ 16.5
1990年代	▲ 16.2	▲ 18.1	▲ 20.1
2000年代	▲ 26.0	▲ 32.0	▲ 39.4
2010年以降	▲ 21.7	▲ 28.4	▲ 37.2

大企業・中堅企業と中小企業との差
(大企業・中堅企業-中小企業)

	大企業	中堅企業
1980年代	6.2	3.7
1990年代	3.9	2.0
2000年代	13.4	7.5
2010年以降	15.5	8.8

(2) 製造業
(交易条件指数、%p)



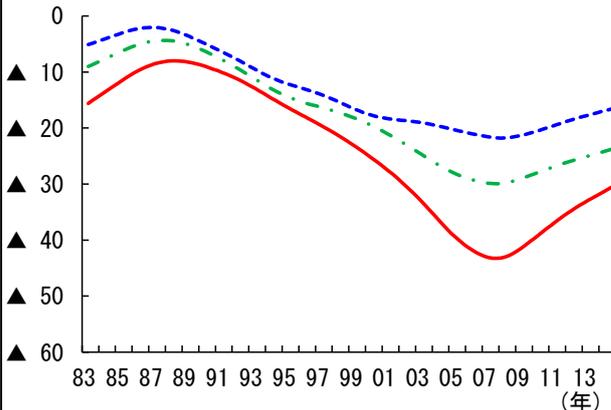
年代別に見た企業の疑似交易条件指数(%p)

	大企業	中堅企業	中小企業
1980年代	▲ 13.0	▲ 18.0	▲ 19.0
1990年代	▲ 19.1	▲ 24.1	▲ 24.2
2000年代	▲ 31.6	▲ 39.7	▲ 44.1
2010年以降	▲ 25.0	▲ 32.6	▲ 41.4

大企業・中堅企業と中小企業との差
(大企業・中堅企業-中小企業)

	大企業	中堅企業
1980年代	6.0	1.0
1990年代	5.1	0.1
2000年代	12.5	4.4
2010年以降	16.4	8.8

(3) 非製造業
(交易条件指数、%p)



年代別に見た企業の疑似交易条件指数(%p)

	大企業	中堅企業	中小企業
1980年代	▲ 3.2	▲ 5.8	▲ 10.4
1990年代	▲ 11.3	▲ 13.1	▲ 15.9
2000年代	▲ 20.0	▲ 26.2	▲ 36.3
2010年以降	▲ 18.5	▲ 25.8	▲ 34.7

大企業・中堅企業と中小企業との差
(大企業・中堅企業-中小企業)

	大企業	中堅企業
1980年代	7.3	4.6
1990年代	4.6	2.7
2000年代	16.3	10.1
2010年以降	16.2	8.9

資料：日本銀行「短期経済観測調査」

(注) 1. ここでいう大企業とは資本金10億円以上の企業、中堅企業とは資本金1億円以上10億円未満、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。

2. 疑似交易条件指数とは、販売価格DI(3か月前と比較して販売価格が「上がった」と答えた企業の割合-「下がった」と答えた企業の割合)から仕入価格DI(3か月前と比較して販売価格が「上がった」と答えた企業の割合-「下がった」と答えた企業の割合)を差し引いたものをいう。

3. 指数はHPフィルター(Hodrick-Prescott Filter)により平滑化した値。

8. 売上高変動費比率から見た大企業と中小企業の特徴

第1-3-3、4、6、7図に基づき、大企業と中規模企業・小規模企業の間で生じた収益力の変化をまとめると以下のとおりである。

- ①2000年代以降、大企業と中規模企業・小規模企業の間で売上高経常利益率の差は広がったが、中規模企業・小規模企業においても、売上高経常利益率は上昇傾向にあった。他方、中規模企業・小規模企業の売上高は伸び悩んでいた。
 - ②大企業と中規模企業・小規模企業の間の売上高変動費比率の差は趨勢的に広がっているが、これは中規模企業・小規模企業の売上高変動費比率の低下幅が大きくなっていることによる。
 - ③大企業と中小企業の取引条件を見ると、特に1990年代後半から2000年代前半にかけて、中小企業の取引条件が大企業と比べて相対的に悪化したことで、大企業と中小企業の間で取引条件の差が広がった。
- ①～③より、2000年代以降、中規模企業・小規模企業は売上高変動費比率の低下という高付加価値化努力を通じて売上高経常利益率を高めており、この傾向は大企業よりも顕著であるといえる。さらに、1990年代以降における中規模企業・小規模企業の売上の低迷・伸び悩みや、1990年代後半から2000年代前半にかけて生じた大企業と中小企業の間での取引条件の差の広がりが、中小企業の取引条件が大企業と比べて相対的に悪化したことによって生じたものであることを考慮すると、中規模企業・小規模企業の高付加価値化努力は、生産性の向上によってもたらされたものと推察される。

9. 大企業と中小企業の収益力の特徴

以上までの分析を踏まえ、第1-3-2図を念頭に置きつつ、大企業と中規模企業・小規模企業の収益力の特徴を整理すると以下のようになる。

①収益力

大企業と中規模企業・小規模企業との間の売上高経常利益率の差は、特に2000年代以降、大企業の利益率が中規模企業・小規模企業の利益率を上回る形で拡大した。

①需要開拓

大企業と中規模企業・小規模企業との間の1社当たり平均売上高の差は、特に1990年代後半以降、大企業の売上高が中規模企業・小規模企業の売上高を上回る形で拡大した。

②固定費の削減

大企業では、特に1990年代後半において、中規模企業・小規模企業と比べて固定費の削減が売上高経常利益率の上昇に寄与した。

③規模の経済

大企業では、特に2000年代以降、売上の回復に伴う生産の拡大により規模の経済が働いたことで、中規模企業・小規模企業と比べて相対的に売上高経常利益率が上昇した。

④交易条件

特に1990年代後半から2000年代前半にかけて、中小企業の交易条件が大企業と比べて相対的に悪化したことで、大企業と中小企業の間で交易条件の差が広がった。

⑤生産性の向上

中規模企業・小規模企業では、特に2000年代以降、大企業と比べて生産性の向上を通じた高付加価値化努力が売上高経常利益率の上昇に寄与したと考えられる。

このように、大企業は中規模企業・小規模企業と比べて固定費の削減、規模の経済の効果を通じて収益力を高めてきた。これに対して、中規模企業・小規模企業は大企業と比べて生産性の向上を通じた高付加価値化努力により収益力を高めてきたといえる。なお、以降で詳細を分析していくが、平均値で見た大企業と中規模企業・小規模企業の収益力の差の広がりや、低収益の中規模企業・小規模企業の収益悪化によって下押しされたことによりもたらされた面もあると考えられる。

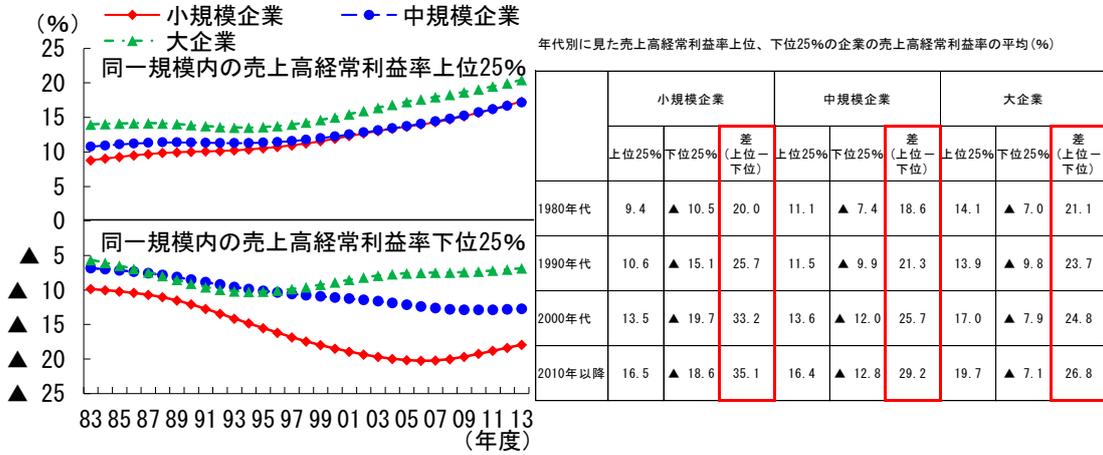
10. 同一企業規模内における企業の売上高経常利益率の比較

これまで、企業規模間の比較を通じて企業の収益力の特徴を確認してきたが、以降では、同一企業規模内における企業の収益力の比較を通じて、その特徴を確認していく。同一企業規模内で売上高経常利益率が上位25%の企業(以下、「高収益企業」という。)と下位25%の企業(以下、「低収益企業」という。)の売上高経常利益率の平均を比較すると、どの規模で見ても全産業でその差が拡大傾向にあることが分かる(第1-3-8図)。また、低収益企業における大企業と中規模企業・小規模企業を比べると、大企業が底堅く推移しているのに対して中規模企業・小規模企業は悪化しており、特に小規模企業で大きく悪化している。これに対して、高収益企業においては、大企業、中規模企業・小規模企業ともに同様に高水準で推移しており、全体の平均値で見た際に観察される大企業と中規模企業・小規模企業の売上高経常利益率の差の拡大は、低収益の中規模企業・小規模企業の収益悪化によって生じている面もあるものと考えられる。

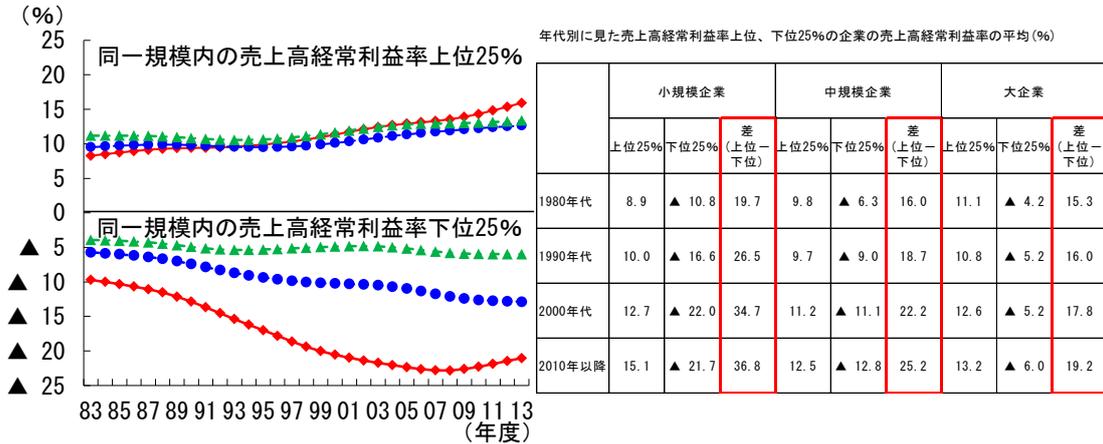
業種別に見ても、全産業と同様の傾向が確認されるが、製造業における高収益企業を見ると、小規模企業の売上高経常利益率が2000年代後半以降、大企業の利益率を上回っている点が特徴的である。

第1-3-8図 同一企業規模間における売上高経常利益率の比較

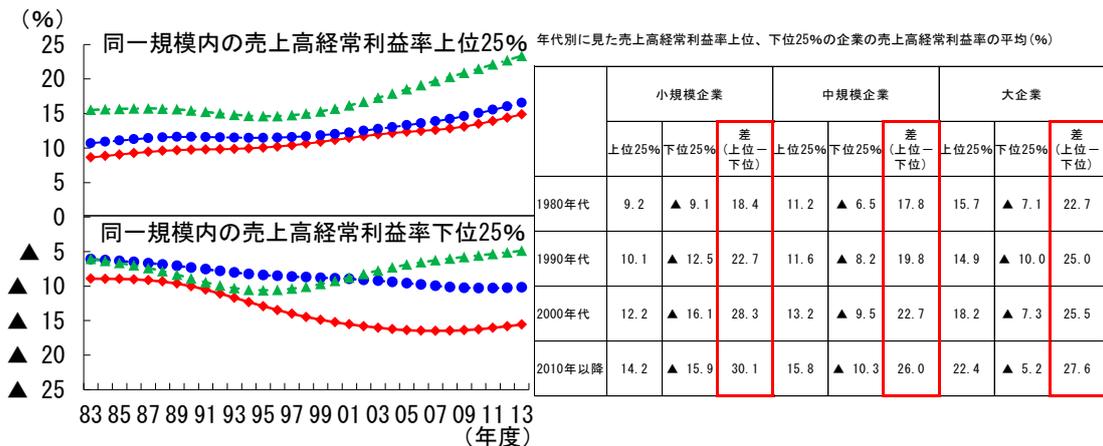
(1) 全産業



(2) 製造業



(3) 非製造業



資料：財務省「法人企業統計調査年報」再編加工

- (注) 1. ここでいう大企業とは資本金1億円以上の企業、中規模企業とは資本金1千万円以上1億円未満の企業、小規模企業とは資本金1千万円未満をいう。
 2. 各系列は、HP (Hodrick-Prescott) フィルタにより平滑化した値を用いている。
 3. 売上高経常利益率が100%超または▲100%未満の値は、異常値として除外している。

11. 収益力別に見た中小企業の経営の考え方の特徴

次に、中小企業における高収益企業と低収益企業がどのような特徴を持つ企業か、両者における利益配分及び費用調整の考え方に関する違いをアンケート調査結果^{7,8}に基づき見ていく。まず、利益配分の考え方については、高収益企業、低収益企業⁹ともに「従業員への還元」、「内部留保」、「設備投資」、「有利子負債の削減」を重視している(第1-3-9図(1))。高収益企業と低収益企業との間で差が顕著に出ているのは、「株主への還元」、「新商品・新技術のための研究開発」、「雇用の維持・拡大」であり、回答数は多くないが高収益企業の方が低収益企業よりも回答割合が高い。また、費用調整の考え方については、高収益企業、低収益企業ともに「役員賞与・給与の削減」、「原材料費の調整」を重視している(第1-3-9図(2))。これに対し、回答数は多くないが高収益企業と低収益企業との間で差が顕著に出ているのは、「従業員の労働時間の削減」と「従業員賞与・給与の削減」である。高収益企業では「従業員の労働時間の削減」を重視する企業の割合が低収益企業よりも顕著に高いのに対し、低収益企業では「従業員賞与・給与の削減」を重視する企業の割合が高収益企業よりも顕著に高い。この結果、高収益企業では労働時間の調整を通じて従業員の残業代を調整することで人件費を調整できるが、低収益企業にはその余地がない場合が多いことを表しているといえる。

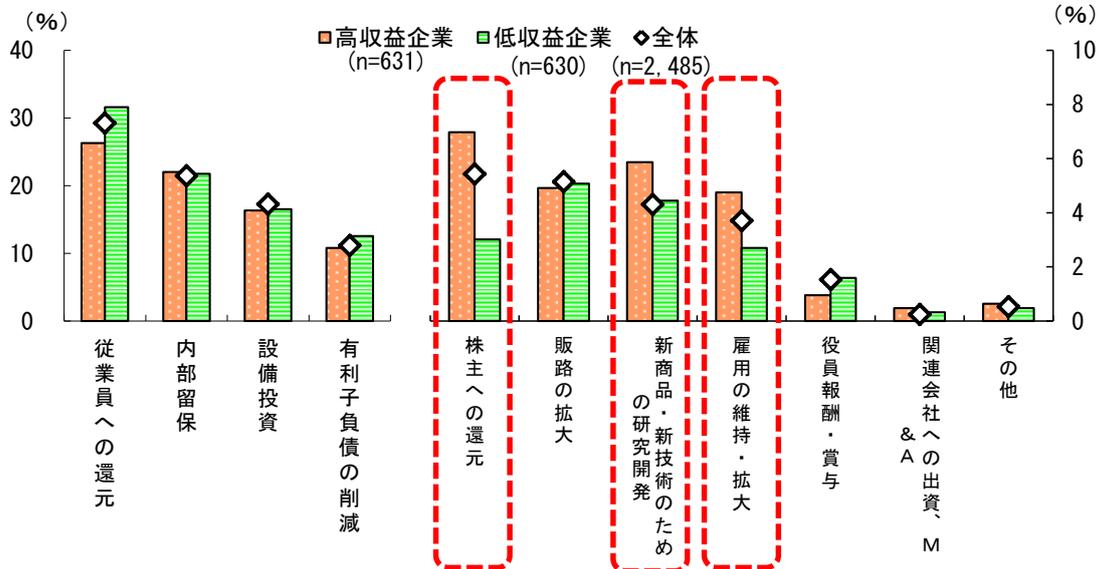
⁷ 中小企業庁の委託により、(株)帝国データバンクが2014年9月に企業約4万社に実施した調査。回収数は2,655社(有効回答率6.9%)。

⁸ 中小企業について集計。ここでいう中小企業の定義は以下のとおり。
製造業、その他：資本金3億円以下または従業員数300人以下の企業
卸売業：資本金1億円以下または従業員数100人以下の企業
小売業：資本金5千万円以下または従業員数50人以下の企業
サービス業：資本金5千万円以下または従業員数100人以下の企業

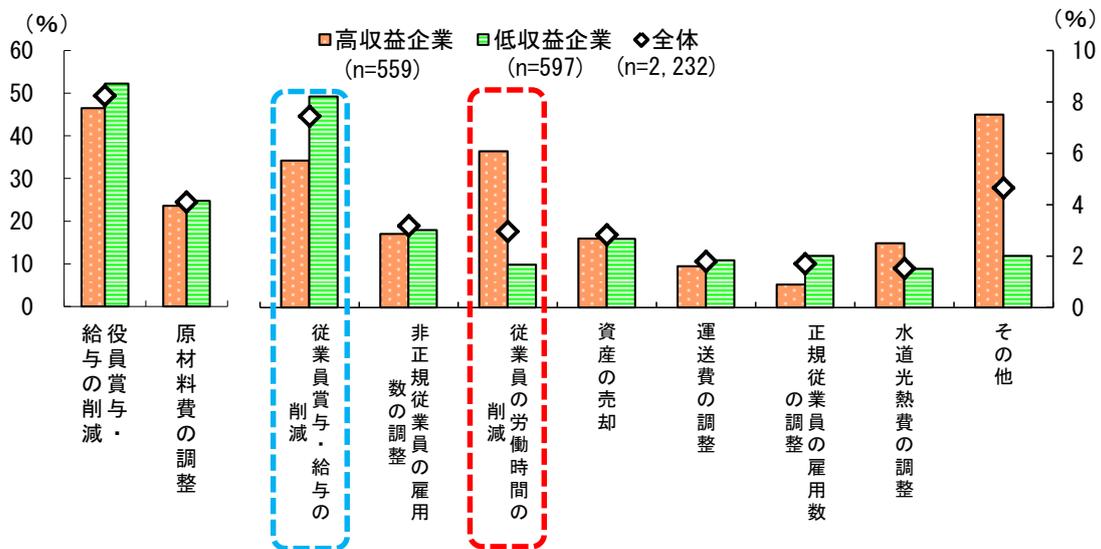
⁹ アンケート調査結果に基づく分析においては、アンケート調査対象の中小企業の中で売上高経常利益率上位25%の企業を高収益企業、下位25%の企業を低収益企業としている。

第1-3-9図 利益配分及び費用調整の考え方

(1) 利益配分の考え方



(2) 費用調整の考え方



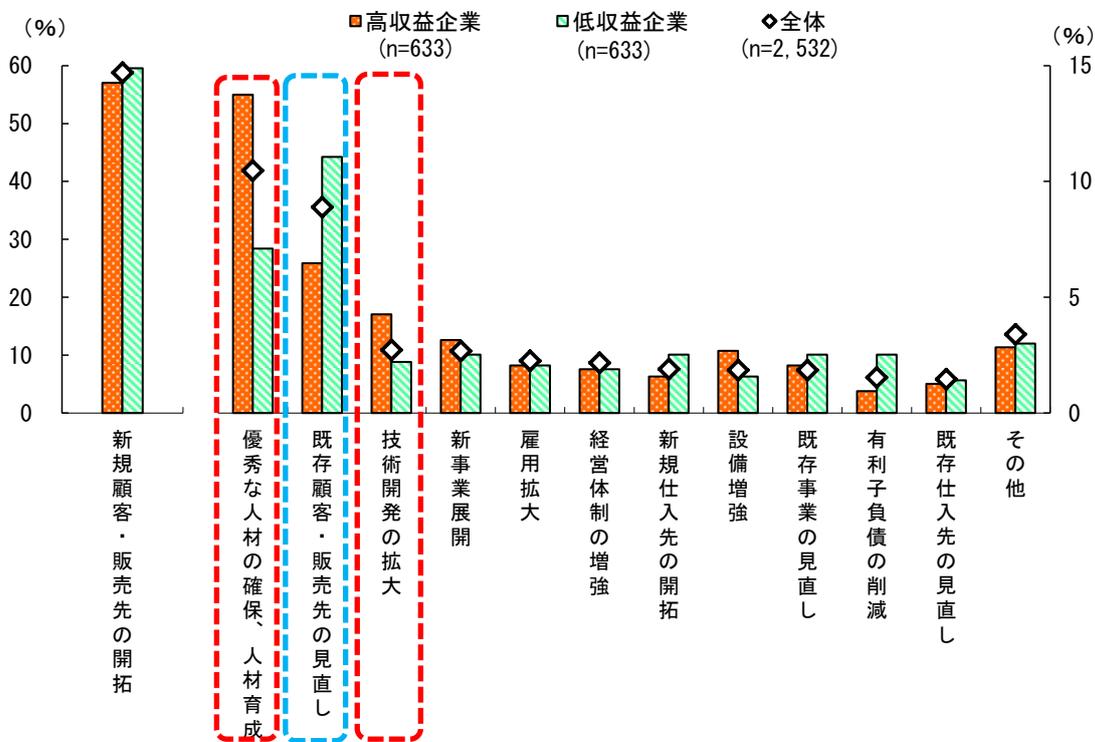
資料：中小企業庁委託「大企業と中小企業の構造的な競争力に関する調査」
(2014年9月、(株)帝国データバンク)

(注) アンケート調査対象の中小企業の中で売上高経常利益率上位25%の企業を高収益企業といい、売上高経常利益率下位25%の企業を低収益企業という。

また、中小企業における収益向上に向けた課題について確認すると、高収益企業、低収益企業ともに「新規顧客・販売先の開拓」と答えた企業の割合が最も多くなっている(第1-3-10図)。これに対して、高収益企業では「優秀な人材

の確保、人材育成」、「技術開発の拡大」と回答した企業の割合が低収益企業と比べて顕著に高くなっており、他方、低収益企業では「既存顧客・販売先の見直し」と答えた企業の割合が高収益企業と比べて顕著に高く、回答数は少ないが「既存事業の見直し」、「有利子負債の削減」と答えた企業の割合も高収益企業と比べて高くなっている。以上の結果から、高収益企業は中長期的視点から売上を伸ばす取組を強く意識している一方、低収益企業は費用を節減する取組を強く意識している様子がうかがえる。

第1-3-10図 中小企業における収益向上に向けた課題



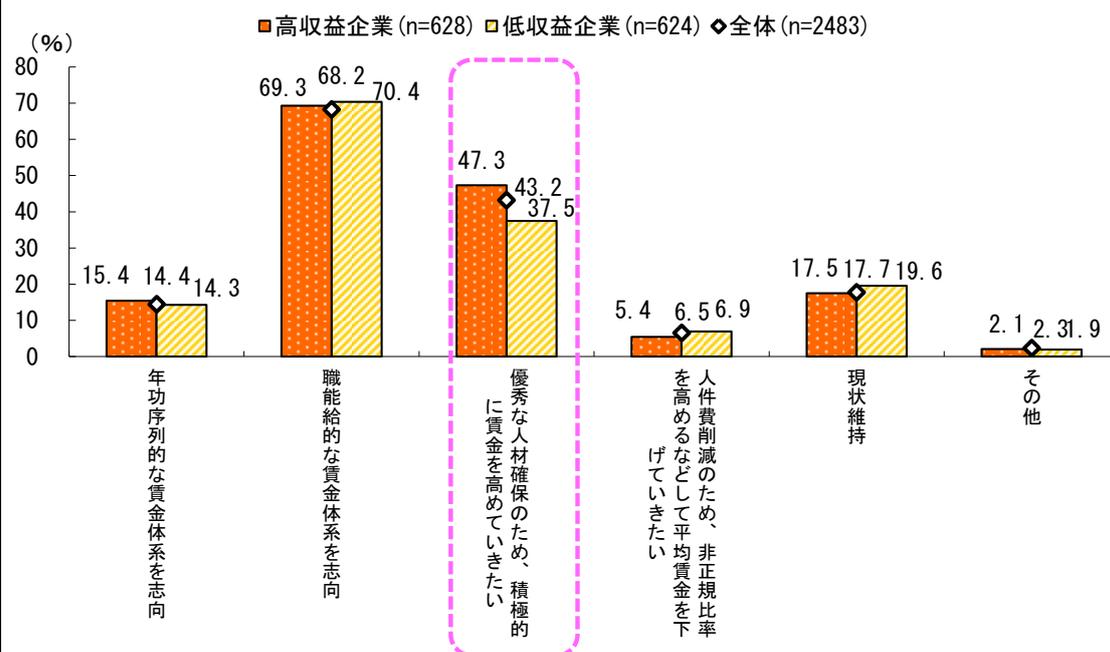
資料：中小企業庁委託「大企業と中小企業の構造的な競争力に関する調査」
(2014年9月、(株)帝国データバンク)

(注) アンケート調査対象の中小企業の中で売上高経常利益率上位25%の企業を高収益企業といい、売上高経常利益率下位25%の企業を低収益企業という。

上記のとおり、高収益企業が低収益企業よりも人材の確保・育成に強い意識を持っていることを示したが、賃金についてはどのような意識を持っているだろうか。高収益企業、低収益企業の今後の賃金に関する考え方を見ると、高収益企業、低収益企業ともに「職能給的な賃金体系を志向」と答えた企業の割合が最も多い一方、高収益企業では「優秀な人材確保のため、積極的に高めてい

きたい」と答えた企業の割合が低収益企業を顕著に上回る結果となった（第1-3-11図）。この事実から、成長志向の強い高収益企業では、優秀な人材の確保のため、賃金を積極的に高めていく意向を持っていることが分かった。

第1-3-11図 今後の賃金に関する考え方



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）

(注) アンケート調査対象の中小企業の中で売上高経常利益率上位25%の企業を高収益企業といい、売上高経常利益率下位25%の企業を低収益企業という。

13. 収益力別に見た中小企業の労働生産性

上記のとおり、高収益企業と低収益企業との間には優秀な人材の確保・育成に関する問題意識の差が顕著に出ている様子がうかがえるが、高収益企業と低収益企業との間の人材に関する問題意識の差は、企業の生産性とも関係しているだろうか。高収益企業と低収益企業の労働生産性を、1983年を100とした指数で見ると、全産業では1980年代は高収益企業も低収益企業も同様に上昇していたが、1990年代に入り、高収益の中規模企業では引き続き上昇する一方、高収益の小規模企業では低下に転じ、2000年代に入り再び上昇傾向となった（第1-3-12図）。低収益企業においては1990年代以降低下傾向が続いているが、小規模企業においては2000年代後半以降上昇に転じている。この結果、高収益企業と低収益企業との労働生産性の伸びの差は、1990年代以降に広がりを見せ、

2010年以降も依然として大きな差がある。

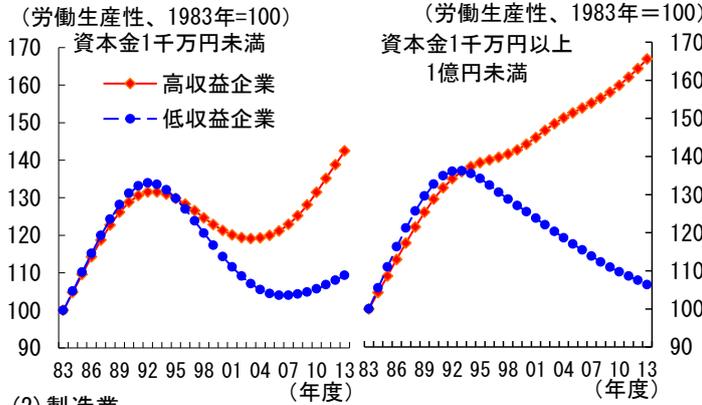
業種別に見ると、製造業では、1980年代は高収益企業も低収益企業も同様に上昇していたが、1990年代に入り、高収益の中規模企業では引き続き上昇する一方、高収益の小規模企業では低下に転じ、2000年代に入り再び上昇傾向となった。2000年代後半以降は高収益の中規模企業、小規模企業とも労働生産性の上昇が伸び悩んでいる。他方、低収益企業においては1990年代以降低下傾向が続いているが、小規模企業においては2000年代後半以降上昇に転じている。この結果、高収益企業と低収益企業間の労働生産性の伸びの差は、1990年代以降に広がりを見せ、2010年以降も依然として大きな差がある。

非製造業では、1980年代は高収益企業も低収益企業も同様に上昇していたが、1990年代に入り、高収益の中規模企業では引き続き上昇する一方、高収益の小規模企業では低下に転じ、2000年代に入り再び上昇傾向となった。他方、低収益企業においては1990年代以降低下傾向が続いている。この結果、高収益企業と低収益企業間の労働生産性の伸びの差は、1990年代以降に広がりを見せ、2010年以降も依然として大きな差がある。

以上から、高収益企業は優秀な人材の確保・育成に対する意識を強く持っているだけでなく、実際に労働生産性の伸びを見てみても、低収益企業と比べて高い伸びを実現していることが分かった。

第1-3-12図 中小企業間における収益力の違いと労働生産性

(1) 全産業

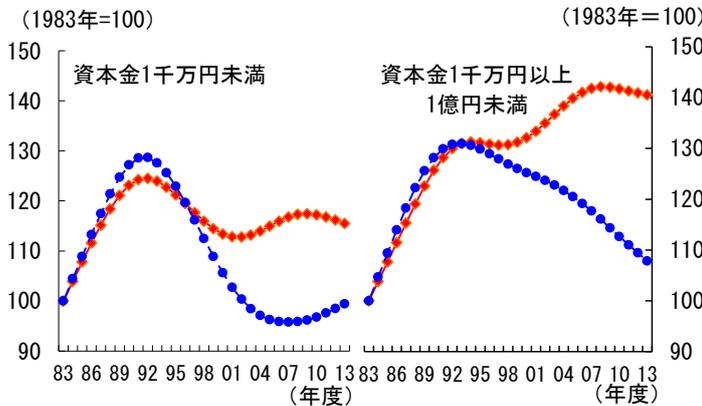


年代別に見た高収益企業と低収益企業の労働生産性

	小規模企業		
	高収益	低収益	差
1980年代	113.8	114.7	▲ 0.9
1990年代	128.5	128.2	0.3
2000年代	121.6	106.9	14.7
2010年以降	137.0	107.5	29.5

	中規模企業		
	高収益	低収益	差
1980年代	112.9	115.6	▲ 2.7
1990年代	136.8	132.9	3.9
2000年代	150.5	118.0	32.5
2010年以降	162.1	108.0	54.1

(2) 製造業

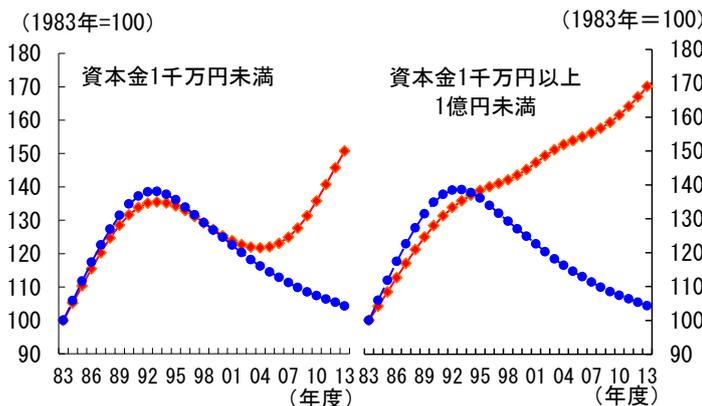


年代別に見た高収益企業と低収益企業の労働生産性

	小規模企業		
	高収益	低収益	差
1980年代	111.2	112.9	▲ 1.7
1990年代	120.8	121.8	▲ 1.0
2000年代	114.9	98.4	16.5
2010年以降	116.4	98.1	18.4

	中規模企業		
	高収益	低収益	差
1980年代	111.4	113.4	▲ 2.0
1990年代	130.1	129.0	1.1
2000年代	138.2	120.6	17.7
2010年以降	141.1	110.2	30.9

(3) 非製造業



年代別に見た高収益企業と低収益企業の労働生産性

	小規模企業		
	高収益	低収益	差
1980年代	115.0	115.4	▲ 0.4
1990年代	132.6	131.0	1.6
2000年代	124.5	111.0	13.5
2010年以降	143.3	110.4	32.9

	中規模企業		
	高収益	低収益	差
1980年代	112.5	116.6	▲ 4.1
1990年代	136.7	134.5	2.2
2000年代	152.0	115.9	36.1
2010年以降	164.7	105.8	58.9

資料：財務省「法人企業統計調査年報」再編加工

(注) 1. 労働生産性の算出式は以下の通り。

労働生産性 = 付加価値額 / 期中平均従業員数

付加価値額 = 営業純利益 (営業利益 - 支払利息等) + 給与総額 (役員給与 (含む賞与) + 従業員給与 (含む賞与)) + 福利厚生費 + 動産・不動産賃借料 + 支払利息等 + 租税公課 + 減価償却費

- ここでいう大企業とは資本金1億円以上の企業、中規模企業とは資本金1千万円以上1億円未満の企業、小規模企業とは資本金1億円未満の企業をいう。
- 各系列は、HPフィルター (Hodrick-Prescott Filter) により平滑化した値を用いている。
- 売上高経常利益率が100%超または▲100%未満の値は、異常値として除外している。
- 労働生産性が0以下の値は、異常値として除外している。

14. 中小企業・小規模事業者における交易条件の悪化の実態

第 1-3-7 図で見てきたとおり、中小企業における交易条件の悪化について示してきたが、中小企業・小規模事業者は具体的にどのような相手に対して取引上の不利を感じているか、アンケート調査結果に基づき見ていく。

まず、仕入価格の設定において自社が不利な立場にあると感じている中小企業がどのような相手に対して不利であると感じているかを見ると、「自社よりも規模の大きい同業他社」と答えた企業の割合が全体で 60.7%と最も多く、業種別に見ると製造業、非製造業ともに高い割合となっている(第 1-3-13 図(1))。次に「仕入先」と答えた企業の割合が全体で 51.7%となっており、業種別に見ると製造業の方が非製造業よりも若干高い割合となっている。「自社と同等の規模の同業他社」と答えた企業の割合は全体で 15.0%となっており、業種別に見ると非製造業の方が製造業よりも高い割合となっている。

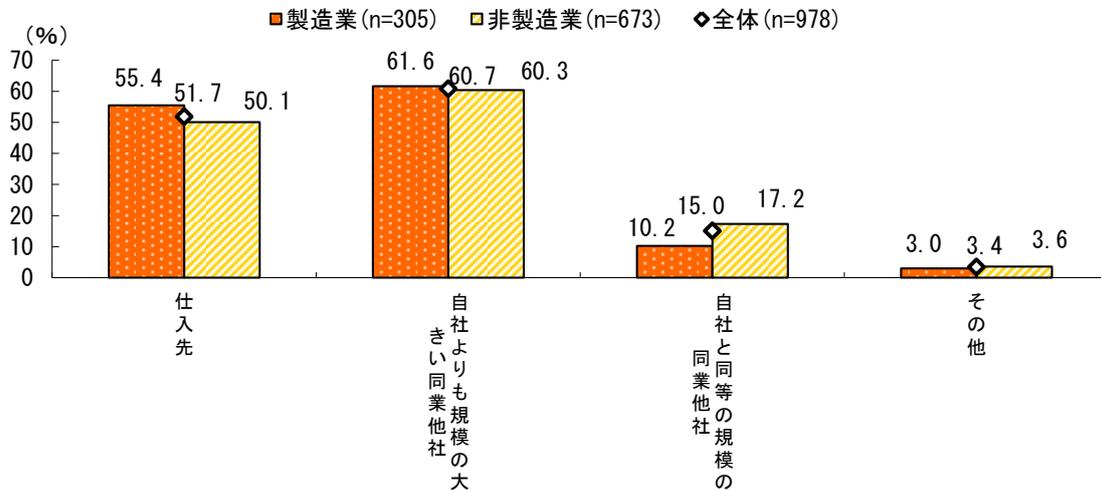
「自社よりも規模の大きい同業他社」、「仕入先」と答えた企業が多いことの影響としては、仕入価格の設定において自社が不利と感じている中小企業にとって、規模の大きい企業ほど仕入量が多いため、規模の小さい企業よりも購入時の仕入単価を低く抑えることができ、また、規模の大きい企業の方が大口顧客である可能性が高く仕入価格の設定において交渉力を持っている可能性が高いことが考えられる。また、「自社と同等の規模の同業他社」と答えた企業の割合が製造業よりも非製造業で高いという結果は、非製造業では製造業以上に仕入の競争力において取引関係や企業規模以外の要因が働いていることを示唆している。

また、販売価格の設定において自社が不利な立場にあると感じている中小企業が、どのような相手に対して不利であると感じているかを見ると、「販売先」と答えた企業の割合が全体で 61.6%と最も多く、業種別に見ると製造業の方が非製造業よりも高くなっている(第 1-3-13 図(2))。次に「自社よりも規模の大きい同業他社」と答えた企業の割合が全体で 51.8%となっており、非製造業の方が製造業よりも高くなっている。「自社と同等規模の同業他社」と答えた企業の割合は全体で 18.2%となっており、業種別に見ると製造業と非製造業では割合にさほど大きな差はない。

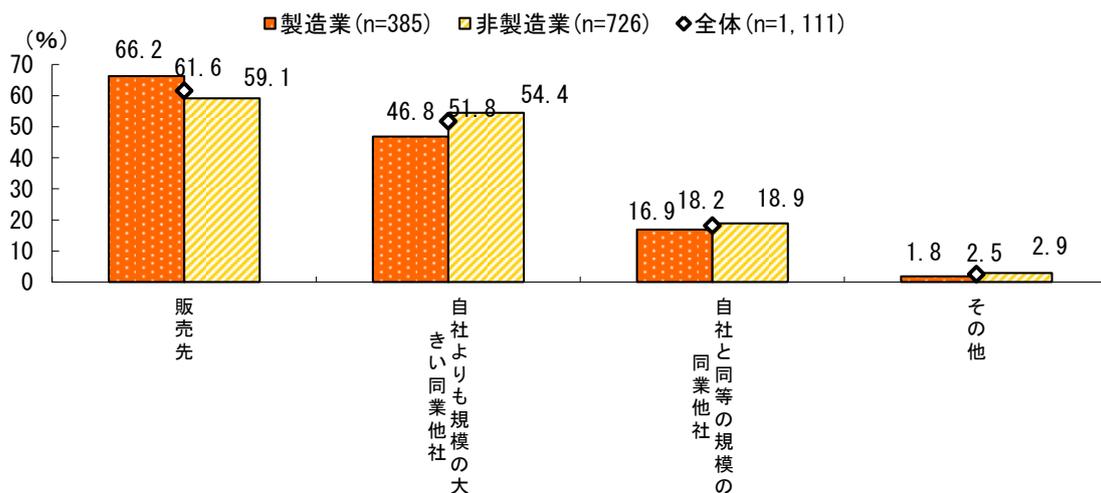
「販売先」、「自社よりも規模の大きい同業他社」と答えた企業が多いことの影響としては、販売価格の設定において自社が不利と感じている中小企業は、特に製造業で受注先に対して販売価格の設定における交渉力を持っていない可能性が高く、また、特に非製造業では、規模の大きな企業と比べて価格競争力を有していない可能性が高いと考えられる。

第1-3-13図 中小企業が取引において不利に感じる相手

(1) 仕入価格の設定において不利に感じる相手



(2) 販売価格の設定において不利に感じる相手



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）

15. 中小企業・小規模事業者における取引条件の改善に向けた課題

続いて、仕入価格、販売価格の現状を踏まえ、中小企業が取引条件の改善に向けてどのような課題を意識しているかについてアンケート調査結果に基づき確認する。

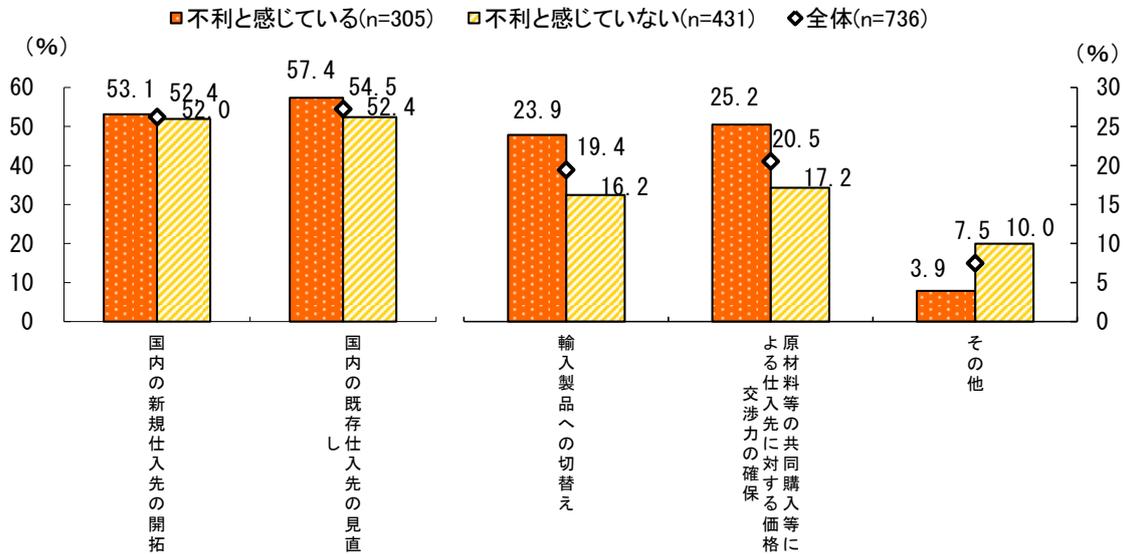
まず、中小製造業における課題について見ていく(第1-3-14①図)。仕入価格の現状を踏まえた課題としては、「国内の既存仕入先の見直し」と答えた企業が54.5%と最も多くなっており、次に「国内の新規仕入先の開拓」が52.4%とな

っており、「原材料等の共同購入等による仕入先に対する価格交渉力の確保」が20.5%、「輸入製品への切替え」が19.4%となっている。また、仕入価格の設定において自社が不利な立場にあるか否かで回答割合を比較すると、「国内の既存仕入先の見直し」、「原材料等の共同購入等による仕入先に対する価格交渉力の確保」、「輸入製品への切替え」で自社が不利な立場にあるとする企業の割合が高いことが分かる。

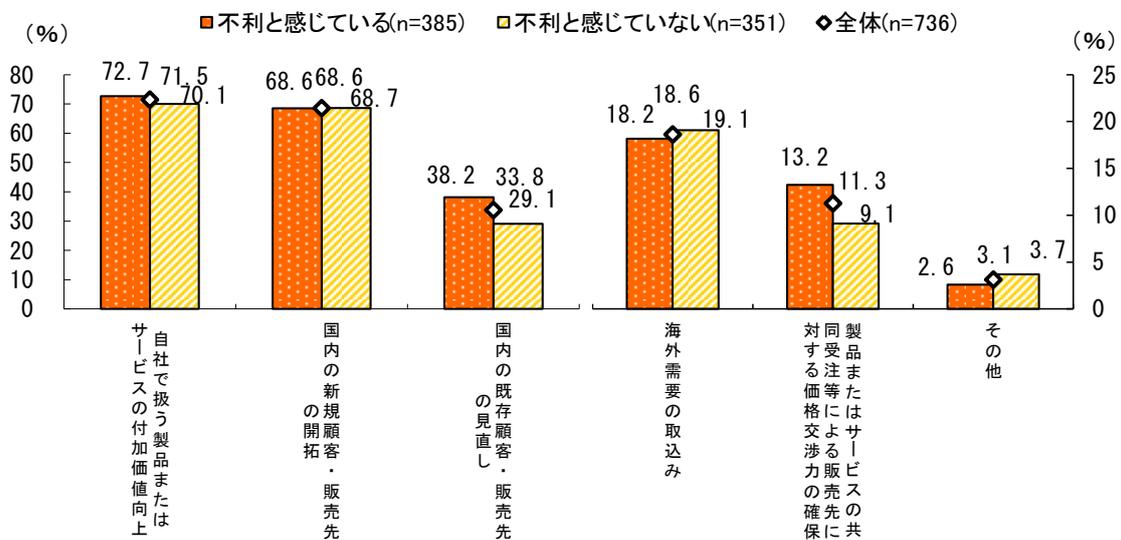
販売価格の現状を踏まえた課題としては、「自社で扱う製品またはサービスの付加価値向上」が71.5%と最も多く、次に「国内の新規顧客・販売先の開拓」が68.6%となっており、「国内の既存顧客・販売先の見直し」が33.8%、「海外需要の取り込み」が18.6%、「製品またはサービスの共同販売等による販売先に対する価格交渉力の確保」が11.3%となっている。また、販売価格の設定において自社が不利な立場にあるか否かで回答割合を比較すると、「国内の既存顧客・販売先の見直し」、「製品またはサービスの共同販売等による販売先に対する価格交渉力の確保」で自社が不利な立場にあるとする企業の割合が高いことが分かる。

第1-3-14①図 中小企業における交易条件の改善に向けた課題 (製造業)

(1) 仕入価格の改善に向けた課題



(2) 販売価格の改善に向けた課題



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

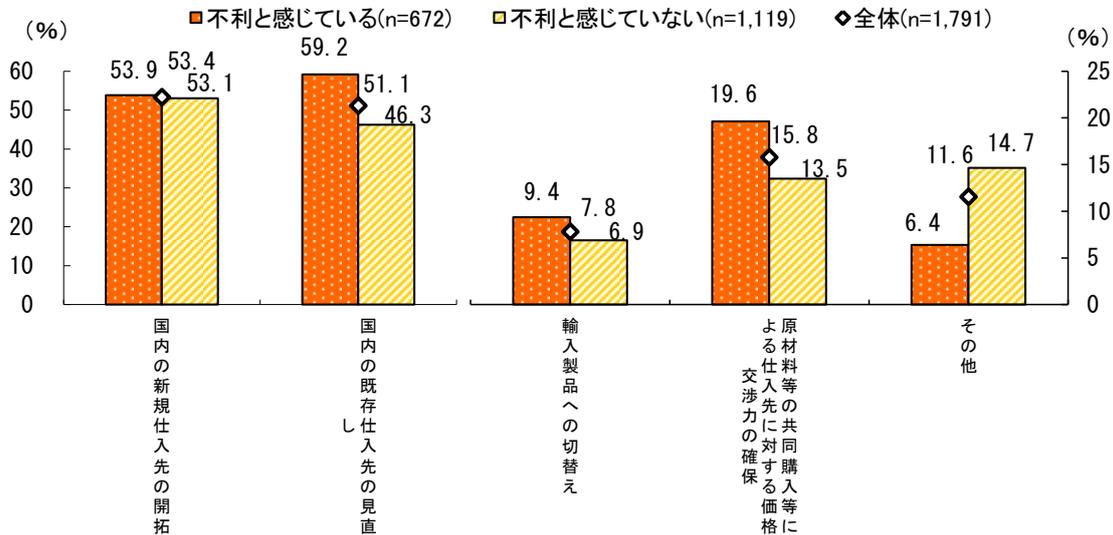
次に、中小非製造業における課題について見ていく(第1-3-14②図)。仕入価格の改善に向けた課題としては、「国内の新規仕入先の開拓」と答えた企業が53.4%と最も多くなっており、続いて「国内の既存仕入先の見直し」が51.1%、「原材料等の共同購入等による仕入先に対する価格交渉力の確保」が15.8%、

「輸入製品への切替え」が7.8%となっている。また、仕入価格の設定において自社が不利な立場にあるか否か別に回答割合を比較すると、製造業と同様に「国内の既存仕入先の見直し」、「原材料等の共同購入等による仕入先に対する価格交渉力の確保」、「輸入製品への切替え」で自社が不利な立場にあるとする企業の割合が高いことが分かる。

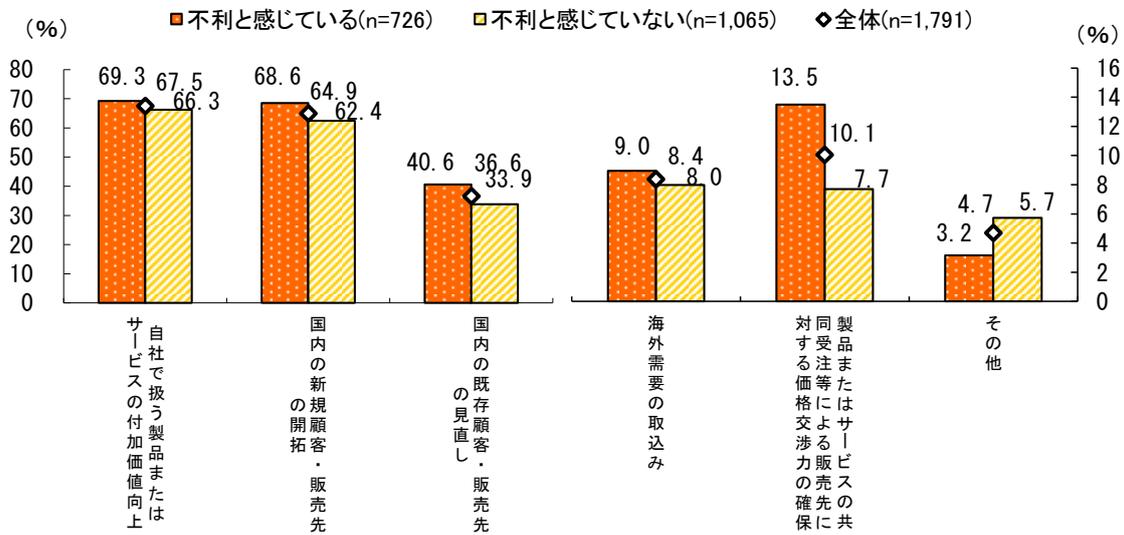
販売価格の改善に向けた課題としては、「自社で扱う製品またはサービスの付加価値向上」が67.5%と最も多く、次に「国内の新規顧客・販売先の開拓」が64.9%となっており、「国内の既存顧客・販売先の見直し」が36.6%、「製品またはサービスの共同販売等による販売先に対する価格交渉力の確保」が10.1%、「海外需要の取込み」が8.4%となっている。また、販売価格の設定において自社が不利な立場にあるか否か別に回答割合を比較すると、「国内の新規顧客・販売先の開拓」、「国内の既存顧客・販売先の見直し」、「製品またはサービスの共同販売等による販売先に対する価格交渉力の確保」で自社が不利な立場にあるとする企業の割合が高いことが分かる。

第1-3-14②図 中小企業における交易条件の改善に向けた課題（非製造業）

(1) 仕入価格の改善に向けた課題



(2) 販売価格の改善に向けた課題



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）

第1-3-14①、②図の結果を踏まえると、中小企業における交易条件の改善に向けた課題は、①既存の取引先を見直しと同時に新たな取引先を開拓することで取引の新陳代謝を高めること、②新たな需要を開拓することで製品またはサービスの付加価値を高めること、③国外も含め広く市場を捉えること、④組織

化することで規模の制約を乗り越え、交渉力を得ることの4点に整理できる(第1-3-15図)。

そして上記の四つの課題は(1)成長のための取組と(2)制約克服のための取組の二つの類型に分けることができ、以下のように整理される。

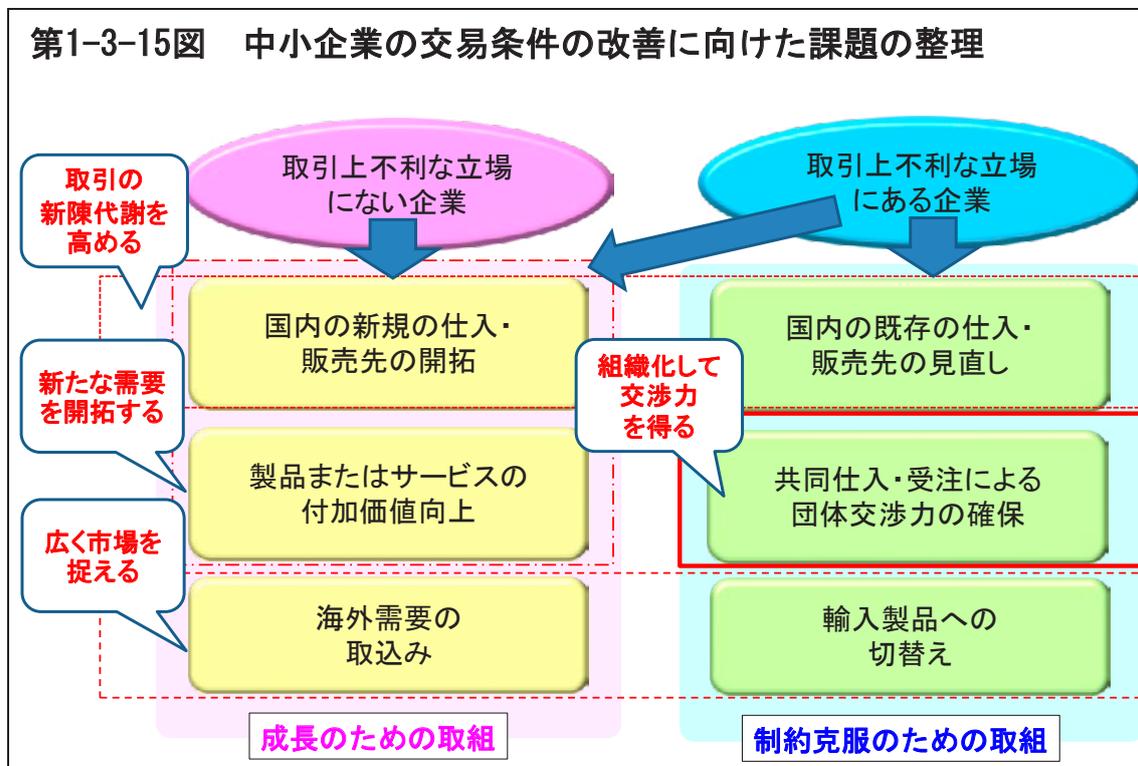
(1) 成長のための取組

- ・ 国内の新規の仕入・販売先の開拓
- ・ 製品またはサービスの付加価値向上
- ・ 海外需要の取込み

(2) 制約克服のための取組

- ・ 国内の既存の仕入・販売先の見直し
- ・ 輸入製品への切替え
- ・ 共同仕入・受注による団体交渉力の確保

以上より、中小企業全体の交易条件の改善のためには、取引上不利な立場にない企業は、成長のための取組を行うことで更なる交易条件の改善に努め、取引上不利な立場にある企業は成長のための取組及び制約克服のための取組の双方に努めることで交易条件の悪化を食い止め、改善につなげていくことが求められるといえる。



16. 中小企業の収益力向上のための方策

以上までの分析を踏まえ、中小企業の収益力の特徴を整理すると以下のようになる(第1-3-16図)。

①収益力

中小企業間で高収益企業と低収益企業の差が開いており、低収益企業の収益悪化が中小企業全体の収益率を押し下げている可能性がある。

①需要開拓

高収益企業も低収益企業ともに需要開拓への意識は強い。

②生産性の向上

中小企業間において、高収益企業と低収益企業間の労働生産性の差が拡大しており、この背景には高収益企業の方が低収益企業と比べて、優秀な人材の確保や人材育成等への意識が強いことがあると考えられる。

③交易条件の改善

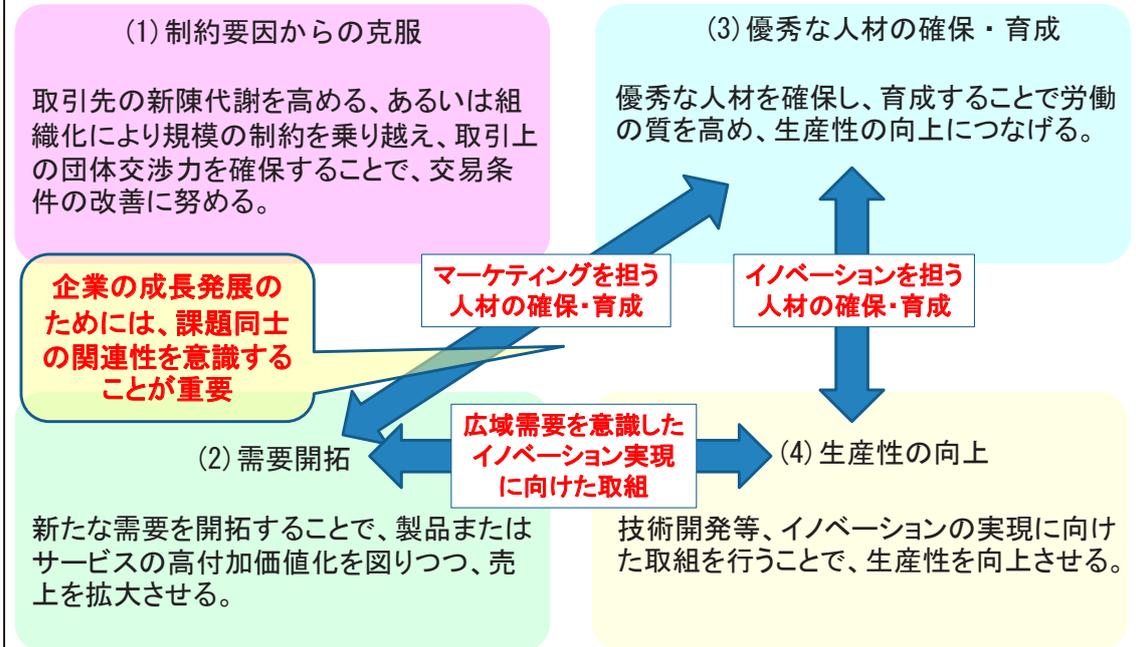
中小企業の多くは自社より規模の大きい企業に対して取引上不利な立場にあると感じている。また、取引上不利な立場にある企業は、組織化による団体交渉力の確保等、制約からの克服を強く意識している。

さらに、上記で整理した中小企業における収益力の特徴に基づくと、中小企業の収益力向上に向けた方策について、以下のような示唆が得られる(第1-3-16図)。第一に、取引先の新陳代謝を高める、あるいは組織化により規模の制約を乗り越え取引上の団体交渉力を確保することで、交易条件の改善に努める((1)制約要因からの克服)。第二に、新たな需要を開拓することで、製品またはサービスの高付加価値化を図りつつ、売上を拡大させる((2)需要開拓)。第三に、優秀な人材を確保し、育成することで労働の質を高め、生産性の向上につなげる((3)優秀な人材の確保・育成)。第四に、技術開発等、イノベーションの実現に向けた取組を行うことで、生産性を向上させる((4)生産性の向上)。

また、上記の課題を個々に独立のものとして捉えるのではなく、課題同士の関連性を意識することが重要である。すなわち、(2)と(3)との関連性では「マーケティングを担う人材の確保・育成」が重要であり、(3)と(4)との関連性では「イノベーションを担う人材の確保・育成」が重要となる。また、(2)と(4)との関連性では「広域需要を意識したイノベーション実現に向けた取組」が重要となる。

詳細は第2部において分析を行うが、上記で示した観点に基づき取組を行うことで、中小企業・小規模事業者の更なる成長と発展が期待される。

第1-3-16図 中小企業の収益力向上に向けた方策



第2節 地域の競争力

本節では、1980年以降の中長期的視点からの地域経済に係る分析を行う。なぜ本白書において地域経済の分析を行うのかという問いに端的に答えれば、多くの中小企業・小規模事業者が地域に根差しており、中小企業・小規模事業者が置かれている状況をより深く理解するためには、まず、企業が根差している地域の特性について理解する必要があるからである。さらに言えば、中小企業・小規模事業者が抱える問題が、地域の構造的な問題に起因する場合、企業の自助努力だけで解決するには限界があり、地域の構造的な問題を的確に把握し、地域という面的な観点から支援を考える必要があるからである。

本節における分析の流れは、具体的には次のとおりである。①まず、地域の経済成長の度合いに応じて地域の類型化を行い、②それぞれの地域の類型を中心として、産業構造変化や就業構造変化、生産活動の変化の地域間比較を行う。③さらに、その背景にある大きな経済・社会構造の変化を踏まえた上で、地域別の特徴を見ていく。④その上で、経済・社会構造の変化の中で、地域の実情に合った成長を実現させていくためには何が必要となるかを示していく¹⁰。

1. 地域の類型化と地域別に見た産業構造の特徴

我が国経済の成長を地域ごとに見てみると、地域によって成長の度合いが異なることが分かる。(独)経済産業研究所「R-JIP データベース 2012」を用いて、1980年から2008年までの都道府県ごとの平均成長率を算出し、全都道府県の平均成長率で見た第1四分位値以下(下位25%以下)の都道府県を地域1(12都道府県)、第1四分位値超かつ第3四分位値未満(下位25%超上位25%未満)の都道府県を地域2(23都道府県)、第3四分位値以上(上位25%以上)の都道府県を地域3(12都道府県)として類型化した上で、地域別に実質付加価値生産額(1都道府県当たりの平均値)の規模を見てみると、全産業では、地域3が最も大きく、次いで地域1、地域2となっている(第1-3-17図)。また、年代別の平均成長率

¹⁰ 本節における分析においては、以下の2点が基本的な前提となる。

第一に、本節における分析では、地域の競争力の変遷をより明確に、分かりやすく捉えるため、本来、多種多様である地域を、経済成長という一つの側面から分類し、その特徴について探っていくという手法を取ることとしている。他方、地域という概念は、その固有性ゆえに、分析結果を解釈する者の主観が多分に入り込む余地があると考えられる。したがって、本節における分析では、地域の固有性を出来る限り排除することとする。

第二に、本節における経済成長及び産業構造の分析では、基本的に(独)経済産業研究所が提供する「R-JIP データベース 2012」を用いることとする。本統計を用いる理由としては、都道府県ごとのデータが統一された業種分類にて長期間に渡り整備されていることがある。ただし、最新年が2008年となっているため、1980年以降の中長期の動向を捉える観点で本データベースを利用しつつ、足下の動向については、必要に応じて他の統計を用いて補完することとする。

を見ると、1980年代は全体として高成長の中で、地域3が最も高く、次いで地域2、地域1となっていたが、1990年代に入り、全体の成長が伸び悩む中で地域間の成長率の差は縮まった。2000年代以降は再び全体としての成長率が高まる中、地域2と地域3は成長する一方で、地域1は1990年代と同程度の緩やかな成長となっている。

業種別に見ると、製造業では、実質付加価値生産額の規模で見ると、地域3が最も大きく、1980年代前半までは地域1が地域2を上回っていたが、1980年代後半以降は地域2が地域1を上回っている。また、年代別の平均成長率を見ると、1980年代では全体的に高成長の中で、地域3の成長率が最も高く、次いで地域2、地域1と続いている。1990年代は、全体として伸び悩む中、地域2の成長率が最も高く、次いで地域3となっており、地域1はマイナス成長となっている。2000年代に入り、再び成長率が高まる中で、地域2、地域3がほぼ同程度の成長となっており、地域1においても1980年代より高い成長となっている。

非製造業では、実質付加価値生産額の規模で見ると、地域3が最も大きく、次いで地域1、地域2と続いている。また、年代別の平均成長率を見ると、1980年代では全体的に高成長の中、地域3の成長率が最も高く、次いで地域2、地域1と続いているが、地域1,2の間の差はさほど大きくない。1990年代は、全体の成長が緩やかになる中、地域3の成長率が最も高く、地域1,2の成長はほぼ同程度となっている。2000年代は全体的に引き続き緩やかな成長が続く中、地域3の成長率が最も高く、次いで地域2、地域1と続いている。

第1-3-17図 地域別に見た実質付加価値生産額

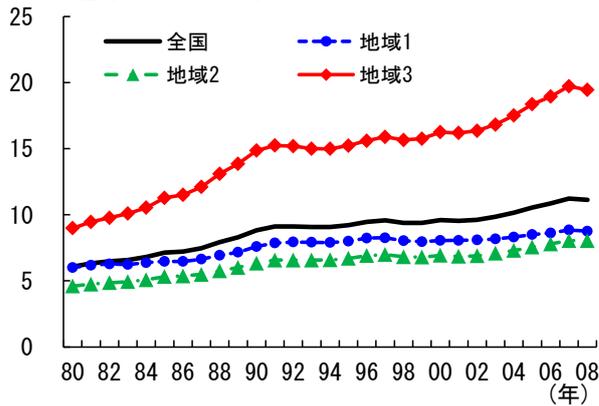
地域1：1980年-2008年までの全産業の変化率下位12の都道府県の平均（下位25%）

地域2：1980年-2008年までの全産業の変化率が下位13-24の都道府県の平均（上位、下位25%以外）

地域3：1980年-2008年までの全産業の変化率が上位12の都道府県（上位25%）の平均

(1) 全産業

(1都道府県当たり平均、兆円)

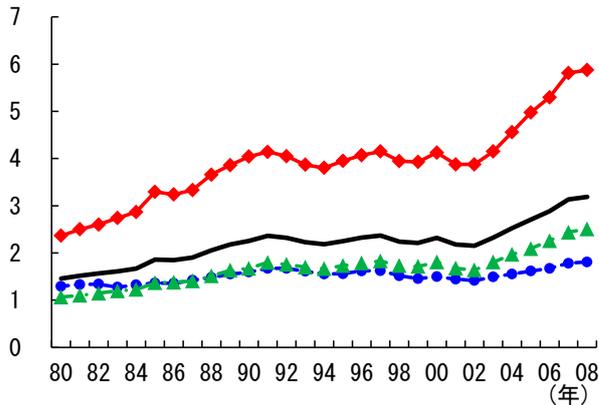


年代別に見た平均成長率(%)

	全国	地域1	地域2	地域3
1980年代	3.5	2.0	3.0	5.0
1990年代	1.2	1.1	1.3	1.3
2000年代 (2008年 まで)	1.9	1.1	1.9	2.4

(2) 製造業

(1都道府県当たり平均、兆円)

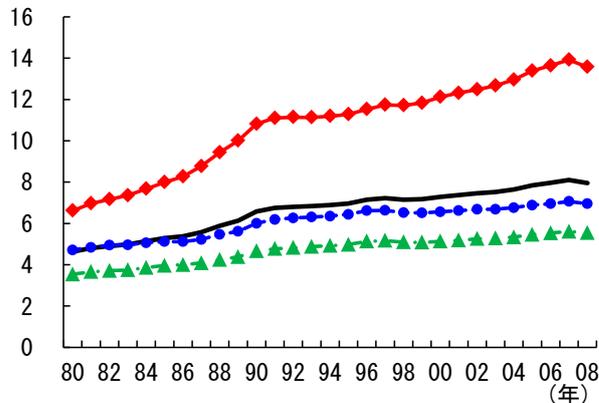


年代別に見た平均成長率(%)

	全国	地域1	地域2	地域3
1980年代	4.7	2.1	4.9	5.7
1990年代	0.2	▲ 0.6	0.5	0.2
2000年代 (2008年 まで)	4.3	2.5	4.5	4.7

(3) 非製造業

(1都道府県当たり平均、兆円)



年代別に見た平均成長率(%)

	全国	地域1	地域2	地域3
1980年代	3.2	2.0	2.4	4.7
1990年代	1.6	1.5	1.5	1.7
2000年代 (2008年 まで)	1.2	0.7	1.0	1.6

資料：(独)経済産業研究所「R-JIPデータベース2012」

次に、地域ごとの産業構造の変化について確認する。地域別に製造業の割合の変化を見ると、1980年代は地域3の割合が最も高く、次いで地域2、地域1となっているが、1990年代以降は地域2、地域3の割合はほぼ同等となっている(第1-3-18図)。また、割合の推移を見ると、1990年代以降、どの地域を見ても趨勢的に低下しているのが分かる。また、製造業の割合と逆の表現になるが、非製造業の割合を見ると、地域1の割合が最も高くなっており、割合の推移を見ると、1990年代以降、どの地域を見ても趨勢的に上昇している。

第1-3-18、19図に基づき、特に2000年代以降の地域ごとの経済成長及び産業構造の特徴をまとめると以下のようになる。

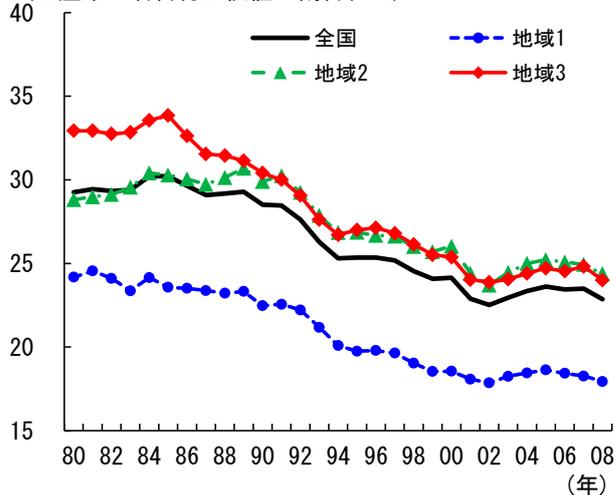
- ①全産業の実質付加価値生産額の規模で見ると、地域3が最も大きく、続いて地域1、地域2となっている。
- ②地域1の産業構造を見ると、地域2、地域3と比べて製造業の占める割合が顕著に低い。
- ③地域2、地域3では、とりわけ製造業の実質付加価値生産額の成長が、全体の成長に大きく寄与。
- ④地域3では、地域1、地域2と比べて非製造業の実質付加価値生産額の成長率も高い。

以上から、地域の成長に対する製造業の寄与は大きく、産業構造に占める製造業の割合の違いが、地域の成長の差に関係しているといえる。加えて、地域の成長の差を生み出しているのは製造業だけではなく、地域の成長に対する非製造業の寄与も高まっており、地域の成長の差を生み出しているといえる。

第1-3-18図 地域別に見た産業構造の変化

(1) 製造業割合

(全産業の名目付加価値の割合、%)

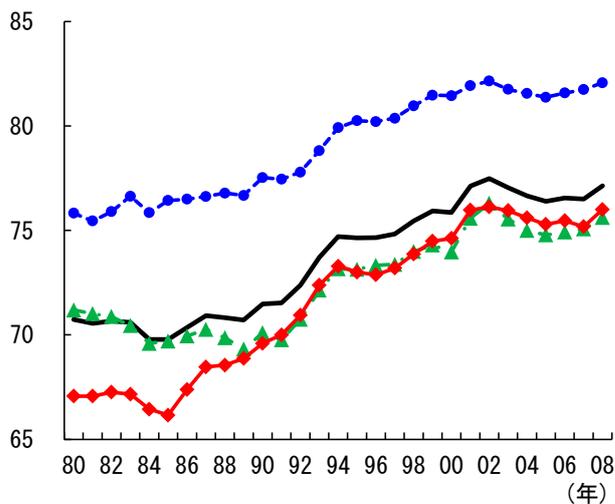


年別に見た製造業割合(%)

	全国	地域1	地域2	地域3
1980年	29.3	24.2	28.8	32.9
1990年	28.5	22.5	29.9	30.4
2000年	24.1	18.6	26.0	25.4
2008年	22.9	17.9	24.4	24.0

(2) 非製造業割合

(全産業の名目付加価値の割合、%)



年別に見た非製造業割合(%)

	全国	地域1	地域2	地域3
1980年	70.7	75.8	71.2	67.1
1990年	71.5	77.5	70.1	69.6
2000年	75.9	81.4	74.0	74.6
2008年	77.1	82.1	75.6	76.0

資料：(独)経済産業研究所「R-JIPデータベース2012」

2. 経済成長から見た地域の特徴

前項では、地域ごとの経済成長及び産業構造の特徴について見てきたが、本項では地域の生産活動を業種別に詳細に比較することで、地域の特徴を見ていくこととする。

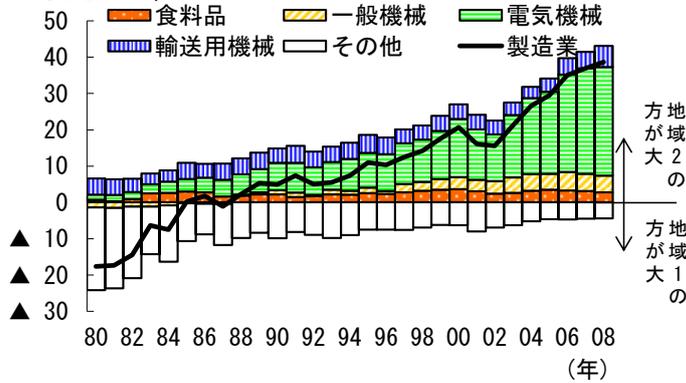
まずは、地域ごとの製造業の実質付加価値生産額の違いについて確認する。地域ごとの生産規模の違いについては前述のとおりだが、生産規模の違いが具体的にどの業種の生産の差によって生じたものであるか見ていく(第1-3-19図)。

まず、地域1と地域2の製造業の生産を比較すると、地域2における電気機械の生産の増加が地域1と地域2の生産の差の拡大に寄与していることが分かる。また、地域1と地域3を比較すると、地域3における電気機械の生産増加に加え、輸送機械の生産増加も地域1と地域3の生産の差の拡大に寄与していることが分かる。地域2と地域3を比較すると、差はほぼ一定で推移しているが、「その他」の寄与が小さくなり、電気機械、輸送機械の生産の差による寄与が拡大している。

第1-3-19図 製造業の実質付加価値生産額の地域間比較

(1) 地域1と地域2の乖離率(地域2/地域1)

(寄与度、%p)



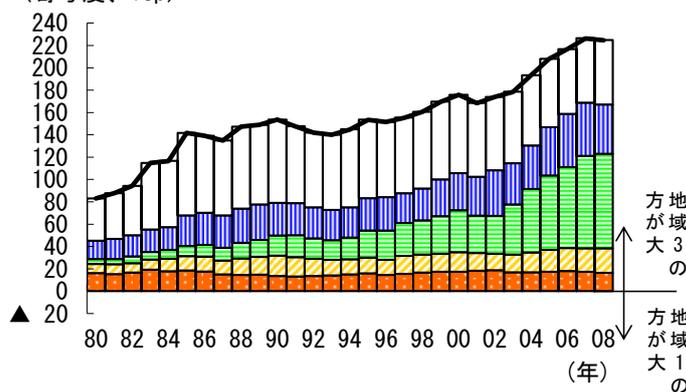
1980年と2008年の比較

0より大きい：地域2の生産の方が大きい
0より小さい：地域1の生産の方が大きい

	1980年	2008年
製造業	▲ 17.6	38.7
食料品	0.7	2.8
一般機械	▲ 1.4	4.6
電気機械	1.4	29.9
輸送機械	4.4	5.8
その他	▲ 22.8	▲ 4.5

(2) 地域1と地域3の乖離率(地域3/地域1)

(寄与度、%p)



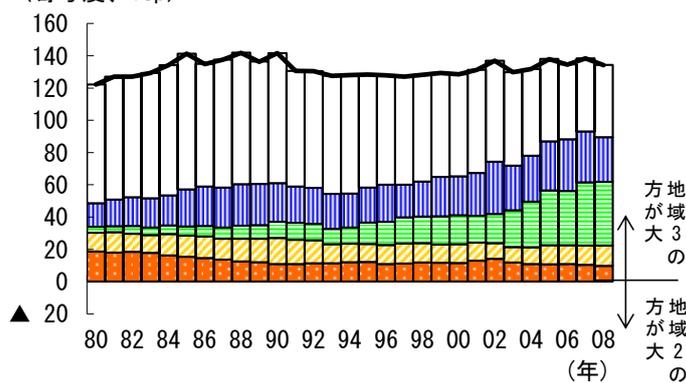
1980年と2008年の比較

0より大きい：地域3の生産の方が大きい
0より小さい：地域1の生産の方が大きい

	1980年	2008年
製造業	83.0	224.8
食料品	16.0	16.3
一般機械	8.1	22.1
電気機械	4.5	84.5
輸送機械	16.5	44.2
その他	37.8	57.6

(3) 地域2と地域3の乖離率(地域3/地域2)

(寄与度、%p)



1980年と2008年の比較

0より大きい：地域3の生産の方が大きい
0より小さい：地域2の生産の方が大きい

	1980年	2008年
製造業	122.2	134.2
食料品	18.6	9.8
一般機械	11.6	12.6
電気機械	3.7	39.4
輸送機械	14.7	27.7
その他	73.6	44.8

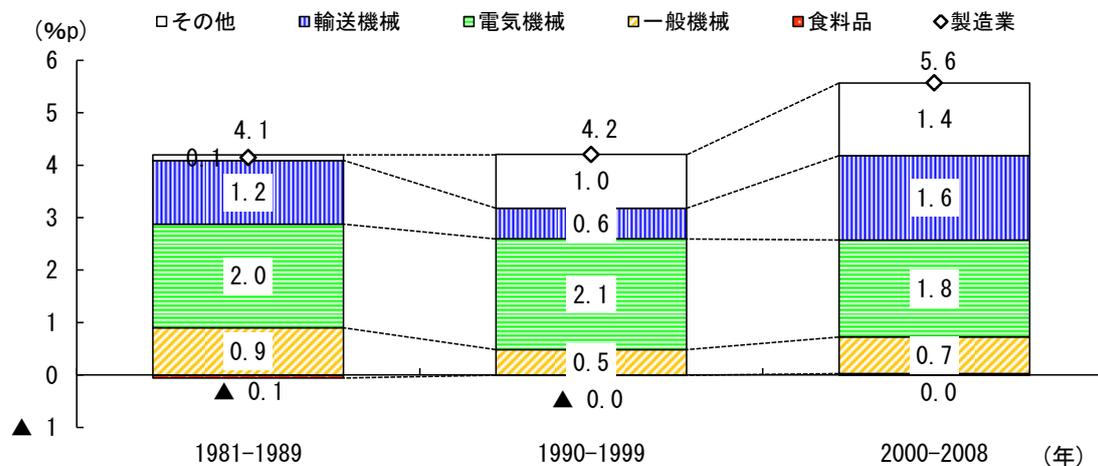
資料：(独)経済産業研究所「R-JIPデータベース2012」

(注)その他とは、繊維、パルプ・紙、化学、石油・石炭製品、窯業・土石製品、一次金属、金属製品、精密機械、その他の製造業の合計をいう。

以上から、地域ごとの製造業の生産の差を生み出している大きな要因の一つ

として、電気機械、輸送機械の生産の差があることが分かったが、これらの業種は輸出産業としての特徴を持っている。実際に、年代別の輸出の伸び率を寄与度分解してみると、電気機械、輸送機械の寄与が大半を占めていることが分かり、地域ごとの製造業の生産の差は、広域から需要を獲得できているかどうかで決まってくるといえる（第1-3-20図）。

第1-3-20図 実質輸出の増減に対する業種別寄与度



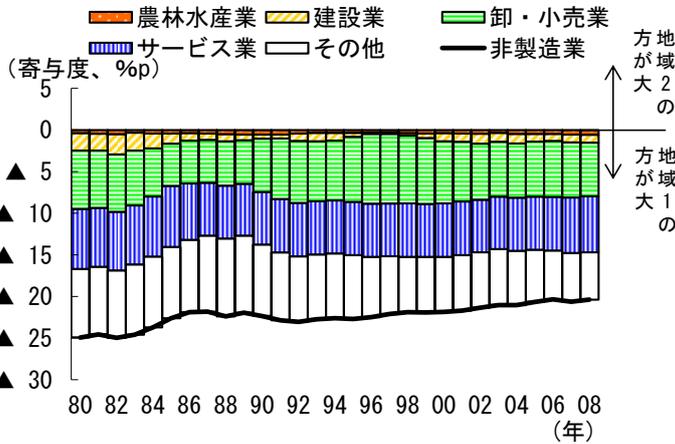
資料：(独)経済産業研究所「JIPデータベース2014」

(注)その他とは、繊維、パルプ・紙、化学、石油・石炭製品、窯業・土石製品、一次金属、金属製品、精密機械、その他の製造業の合計をいう。

次に、地域ごとの非製造業の実質付加価値生産額の違いについて確認する。地域ごとの生産規模の違いについては前述のとおりだが、生産規模の違いが具体的にどの業種の生産の差によって生じたものであるか、製造業と同様に見ていく(第1-3-21図)。まず、地域1と地域2を比較すると、両地域の生産の差は若干縮小しており、「その他」の生産の差の縮小が全体の差の縮小に最も寄与している。地域1と地域3を比較すると、サービス業の生産の差が全体の生産の差の拡大に最も寄与しており、続いてその他、卸売・小売業の寄与が大きくなっている。地域2と地域3を比較すると、地域1と地域3を比較した結果と同様の結果となっていることが分かる。

第1-3-21図 非製造業の実質付加価値生産額の地域間比較

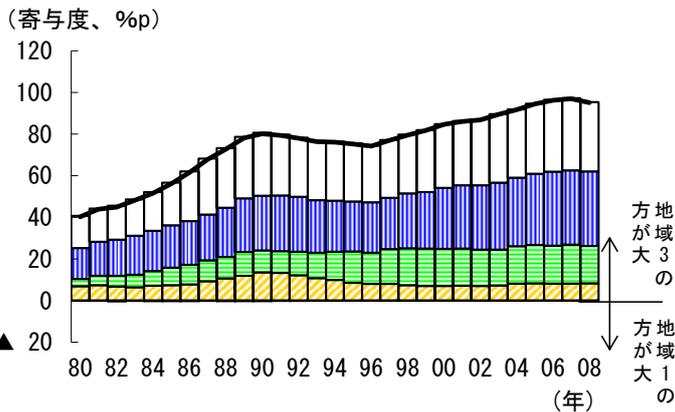
(1) 地域1と地域2の乖離率(地域2/地域1)



1980年と2008年の比較
0より大きい：地域2の生産の方が大きい
0より小さい：地域1の生産の方が大きい

	1980年	2008年
非製造業	▲ 24.9	▲ 20.4
農林水産業	▲ 0.4	▲ 0.6
建設業	▲ 2.1	▲ 0.9
卸売・小売業	▲ 7.1	▲ 6.5
サービス業	▲ 7.2	▲ 6.7
その他	▲ 8.2	▲ 5.7

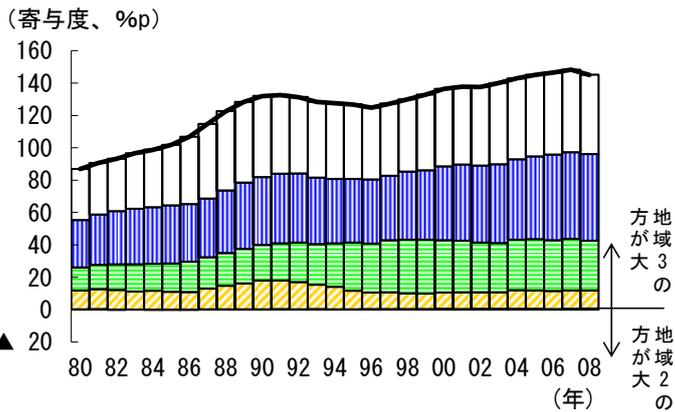
(2) 地域1と地域3の乖離率(地域3/地域1)



1980年と2008年の比較
0より大きい：地域3の生産の方が大きい
0より小さい：地域1の生産の方が大きい

	1980年	2008年
非製造業	40.3	95.1
農林水産業	▲ 0.2	▲ 0.2
建設業	6.7	8.1
卸売・小売業	3.6	18.0
サービス業	14.8	35.9
その他	15.5	33.3

(3) 地域2と地域3の乖離率(地域3/地域2)



1980年と2008年の比較
0より大きい：地域3の生産の方が大きい
0より小さい：地域2の生産の方が大きい

	1980年	2008年
非製造業	86.9	145.1
農林水産業	0.2	0.5
建設業	11.6	11.3
卸売・小売業	14.2	30.7
サービス業	29.4	53.6
その他	31.6	49.0

資料：(独)経済産業研究所「R-JIPデータベース2012」

(注) その他とは、鉱業、電気・ガス・水道業、金融・保険業、不動産業、運輸・通信業、サービス業(政府)の合計をいう。

上記の分析から、地域ごとの非製造業の生産活動の差を生み出している主な

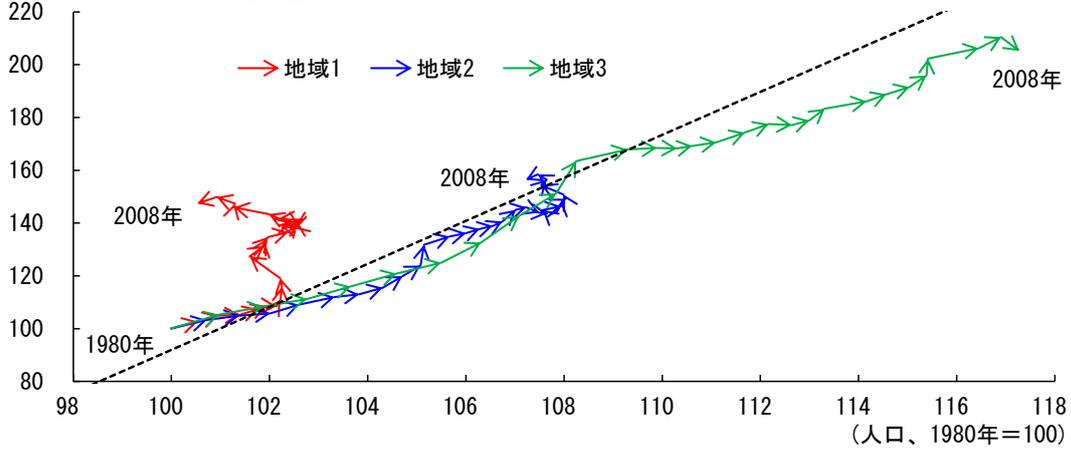
業種は、「その他」を除けば、第一にサービス業、第二に卸売・小売業であることが分かったが、特にサービス業については、生産と消費の同時性という性質を持つことが指摘されており、地域ごとの非製造業の生産活動の差は、地域の人口動態と関係があるものと考えられる。そこで、非製造業の付加価値成長と人口動態との関係を見てみると、全体では正の相関があることが見て取れる(第1-3-22図)。ただし、地域ごとに違いが見られ、地域3においては人口増加とともに非製造業の実質付加価値生産額も増加している一方、地域1,2では人口増加局面から減少局面に転じているが、非製造業の実質付加価値生産額は人口減少に応じて減少していない。

業種ごとに見ると、サービス業においては、地域3においては人口増加とともにサービス業の実質付加価値生産額も増加している一方、地域1,2では人口減少とともに、サービス業の実質付加価値生産額も減少している様子が見て取れる。これに対して、卸売・小売業では、地域3においては人口増加とともに卸売・小売業の実質付加価値生産額も増加している一方、地域1,2では人口減少局面下においても卸売・小売業の実質付加価値生産額は増え続けており、地域の人口制約を必ずしも受けていない様子がうかがえる。

第1-3-22図 地域別に見た非製造業の実質付加価値生産と人口の変化

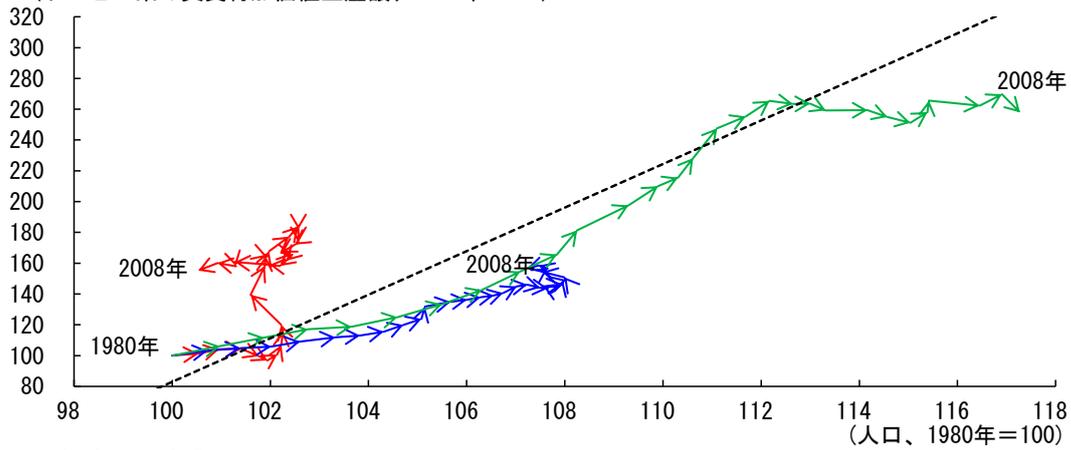
(1) 非製造業

(非製造業の実質付加価値生産額、1980年=100)



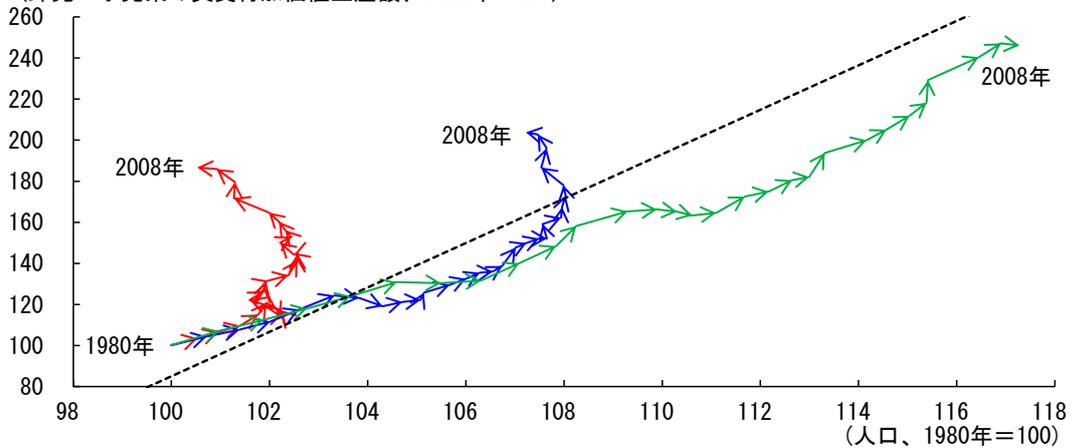
(2) サービス業

(サービス業の実質付加価値生産額、1980年=100)



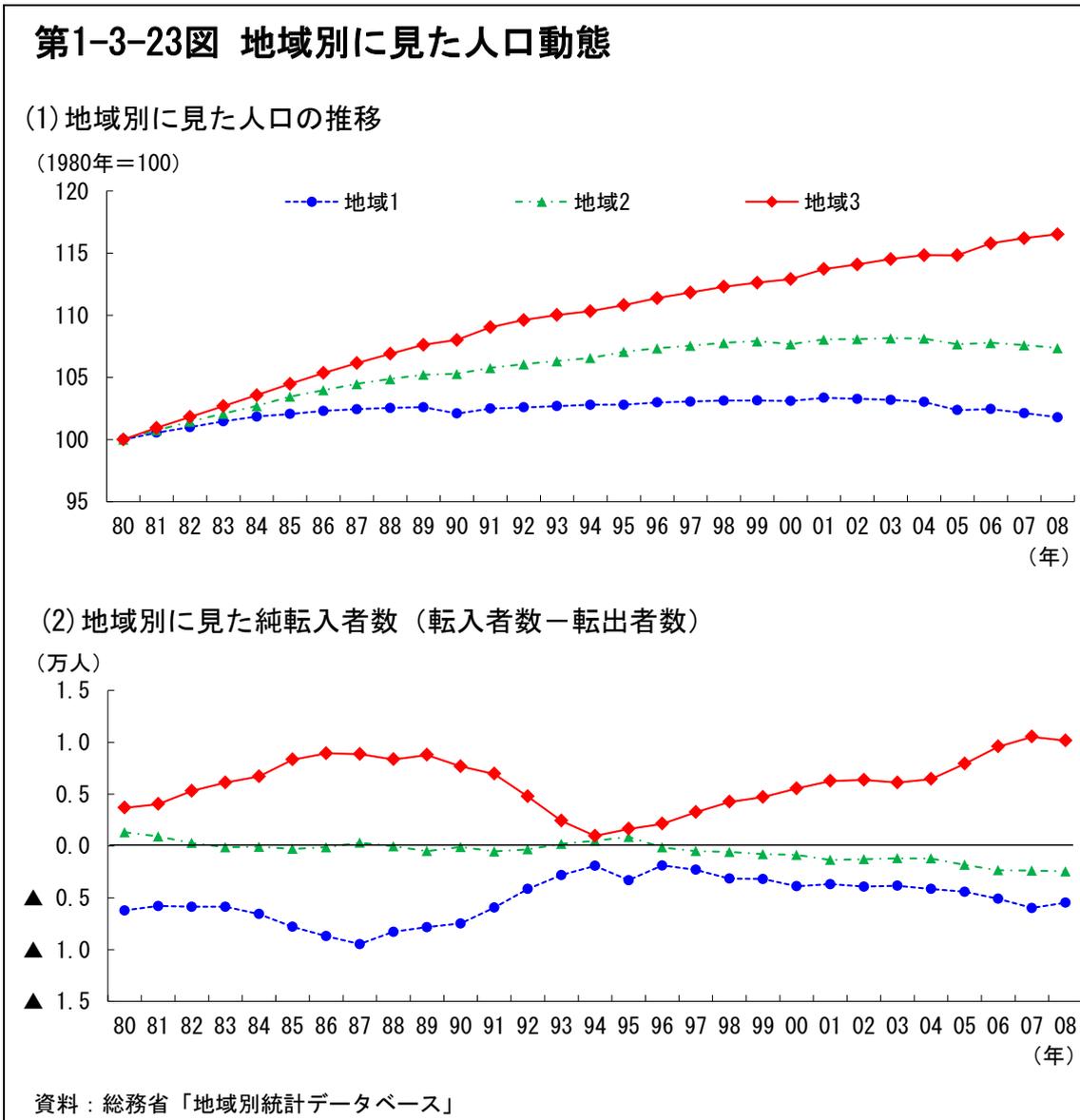
(3) 卸売・小売業

(卸売・小売業の実質付加価値生産額、1980年=100)



資料：(独)経済産業研究所「R-JIPデータベース2012」、総務省「地域別統計データベース」

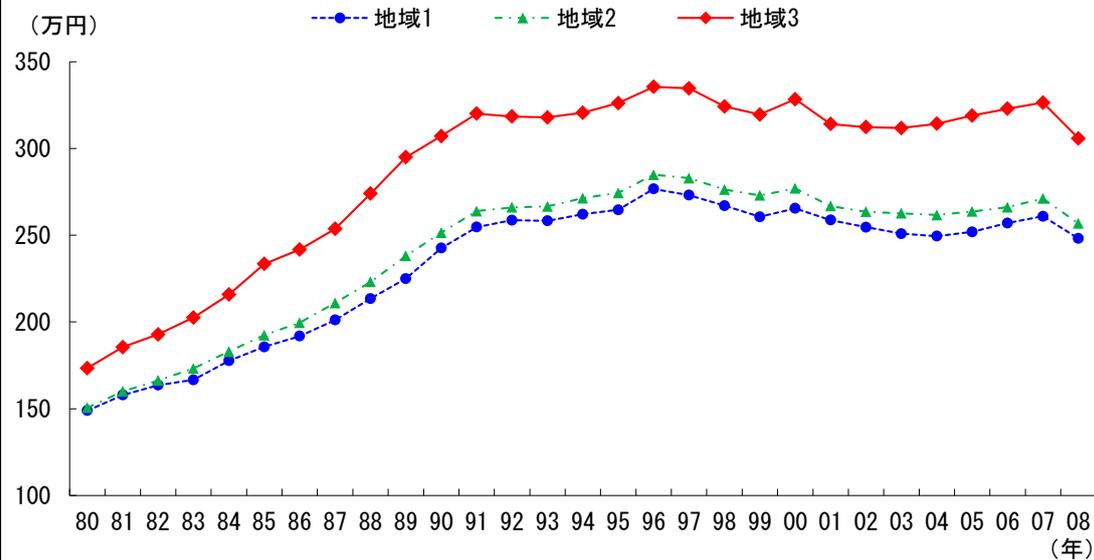
次に、地域別に人口の推移を見てみると、地域3の人口が大きく増加する一方で、地域1、地域2の人口は2000年代に入り減少していることが分かる(第1-3-23図)。さらに、地域ごとの純転入者数(転入者数-転出者数)を見てみると、地域1、地域2で生じた人口の転出を地域3が吸収している様子が分かる。



なぜ、地域1、地域2から地域3へと人口移動が生じているのだろうか。人口一人当たり所得を地域別に見てみると、地域3が地域1、地域2を大きく上回っており、地域1が最も低くなっていることが分かる(第1-3-24図)。このように、地域間の人口一人当たり所得の差が、地域間の人口移動を誘発する一因となっ

ている可能性がある」と指摘できる。

第1-3-24図 地域別に見た一人当たり所得



資料：(独)経済産業研究所「R-JIPデータベース2012」

第1-3-19～24図に基づき、地域ごとの経済活動の特徴をまとめると以下のとおりである。

- (1-1) 地域2、地域3では、地域の経済成長に対する製造業の生産の寄与が大きい。
- (1-2) 製造業の生産の差は広域から需要を獲得できるかどうかで決まってくる。
- (2-1) 地域3では、地域1、地域2と比べてサービス業の生産の伸びが大きい。
- (2-2) 地域3では、地域1、地域2の人口の一部を吸収する形で人口が成長しており、この人口成長の差がサービス業の生産の差を生み出している可能性がある。
- (2-3) 地域間の人口一人当たり所得の差が、地域間の人口移動を誘発している可能性がある。

以上を踏まえ、地域ごとの特徴を整理すると次のようになる。まず、地域3では、広域から需要を獲得できており、付加価値生産額が他の地域と比べて相対的に高い結果、一人当たり所得も他の地域と比べて高く、その結果、他地域から人口流入が生じており、域内需要の拡大(サービス業の生産は域内需要に体现される)につながっていると考えられる。これに対して、地域1では外需の獲得が地域2、地域3と比べて少ないことに加え、他の地域と比べていち早く人口

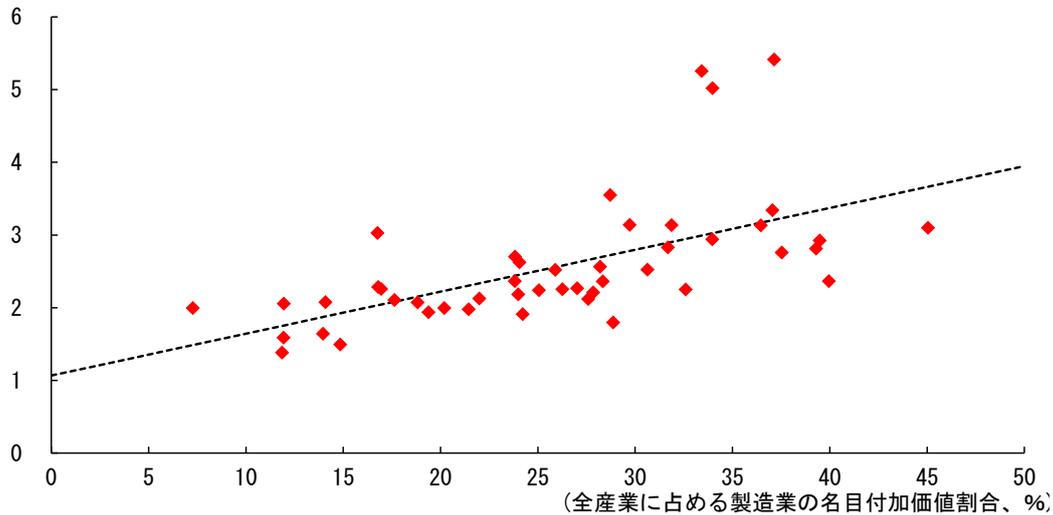
減少が生じたことから、域内需要も減少しており、地域2、地域3と比べて緩やかな経済成長になっていると考えられる。地域2では、広域からの需要の獲得が経済成長に寄与しているが、人口の伸び悩みから域内需要も伸び悩んでおり、地域3と比べて緩やかな経済成長になっていると考えられる。

以上までの議論から、地域経済の成長には、広域からの需要の獲得と域内需要の活性化が重要であることが示唆されるが、少子高齢化の進展等により地域において人口減少が進んでいく中で、いかにして広く市場から需要を獲得するかという視点の重要性は相対的に高まっているといえる。ただし、広く市場から需要を獲得することには、不確実性が伴う。第1-3-25図(1)は、都道府県別に製造業の割合と経済成長率のばらつきを見たものであるが、製造業の割合が高いほど経済成長率のばらつきが高いという関係が見て取れる。逆の表現になるが、非製造業の割合が高いほど経済成長率のばらつきは小さい(第1-3-25図(2))。地域経済の安定的な成長のためには、十分な域内需要の存在も重要である。また、少子高齢化に代表される経済・社会構造の変化は、需要の変化を伴うものであるため、こうした需要の変化への対応力もまた地域経済の成長の重要な視点であるといえる。

第1-3-25図 域外需要と域内需要の安定性

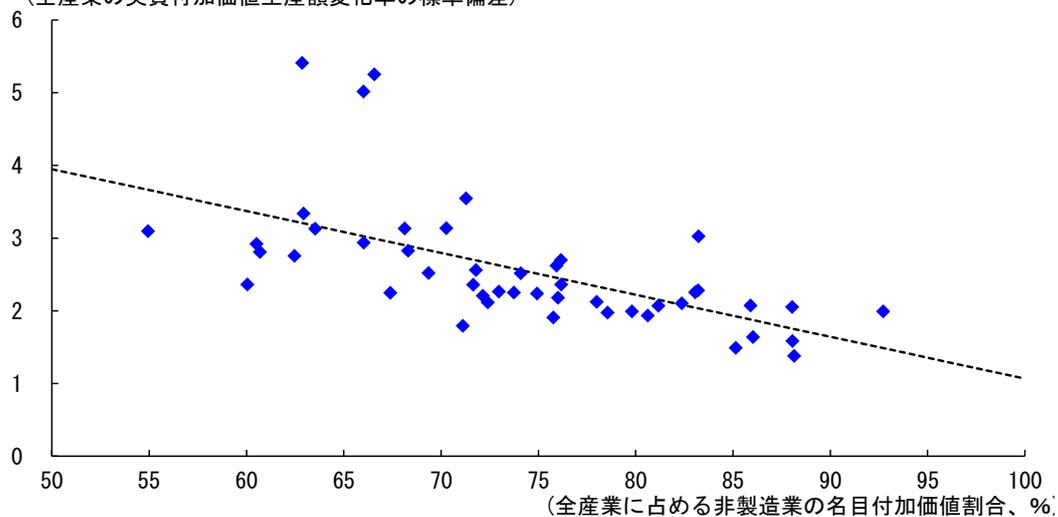
(1) 都道府県別に見た製造業割合と経済成長率のばらつき関係(1980-2008年)

(全産業の実質付加価値生産額変化率の標準偏差)



(2) 都道府県別にみた非製造業依存度と経済成長率のばらつき関係(1980-2008年)

(全産業の実質付加価値生産額変化率の標準偏差)



資料：(独)経済産業研究所「R-JIPデータベース2012」

3. 就業構造から見た地域の特徴

以上では地域の違いを生産活動の側面から捉えてきたが、以降では、地域の特徴を就業構造の側面から見ていく。地域別に就業者数(1都道府県当たり平均値)を見てみると、地域3が最も多く、次いで地域1、地域2と続いている。年代別の平均変化率を見ると、1980年代は全体として大きく増加する中で、地域

3が最も高く、続いて地域2、地域1と続いている(第1-3-26図)。1990年代は全体として緩やかな増加となる中で、地域3が最も高く、続いて地域2、地域1と続いている。2000年代に入ると全体として減少に転じる中、どの地域でも減少しており、減少の度合いは地域1が最も大きく、次いで地域2、地域3となっている。

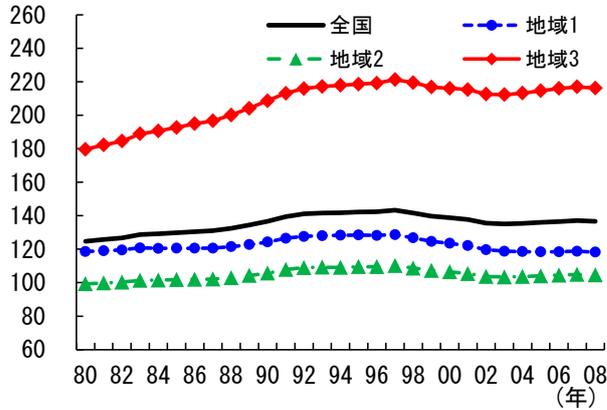
業種別に見ると、製造業では、地域別に就業者数を見てみると、地域3が最も多く、1980年代前半までは次いで地域1、地域2と続いているが、1980年代後半以降は地域2、地域1となっている。年代別の平均変化率を見ると、1980年代は全体として大きく増加する中で、地域3が最も高く、続いて地域2、地域1と続いている。1990年代は全体として減少に転じる中で、どの地域でも減少しており、減少の度合いは地域1が最も大きく、地域2、地域3は同程度となっている。2000年代は全体として引き続き減少する中、減少の度合いは地域1が最も大きく、次いで地域2、地域1となっている。

非製造業では、地域別に就業者数を見てみると、地域3が最も多く、次いで地域1、地域2と続いている。年代別の平均変化率を見ると、1980年代は全体として大きく増加する中で、地域3が最も高く、地域1、地域2は同程度となっている。1990年代は全体として引き続き大きく増加となる中で、地域3が最も高く、続いて地域2、地域1と続いている。2000年代に入ると全体として緩やかな増加となる中で、地域3が最も高く、次いで地域2となっている一方、地域1では減少している。

第1-3-26図 地域別に見た就業者数

(1) 全産業

(1都道府県当たり平均、万人)

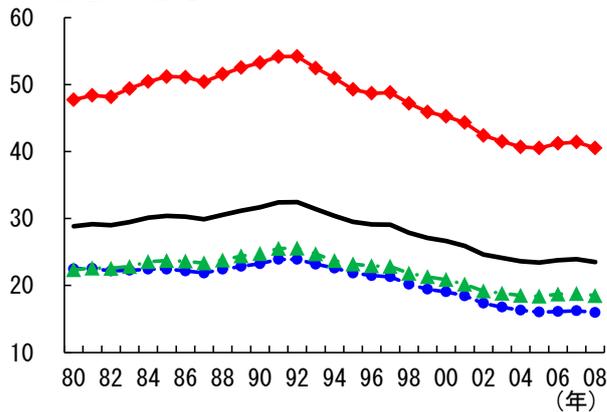


年代別に見た平均変化率(%)

	全国	地域1	地域2	地域3
1980年代	0.84	0.38	0.54	1.43
1990年代	0.39	0.16	0.29	0.61
2000年代 (2008年 まで)	▲ 0.25	▲ 0.58	▲ 0.28	▲ 0.03

(2) 製造業

(1都道府県当たり平均、万人)

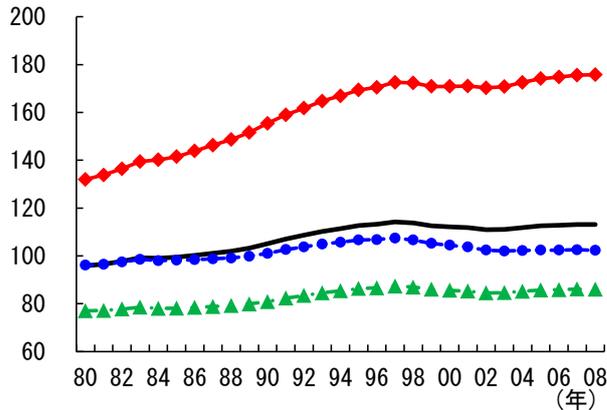


年代別に見た平均変化率(%)

	全国	地域1	地域2	地域3
1980年代	0.87	0.19	0.99	1.07
1990年代	▲ 1.37	▲ 1.57	▲ 1.33	▲ 1.32
2000年代 (2008年 まで)	▲ 1.57	▲ 2.14	▲ 1.53	▲ 1.36

(3) 非製造業

(1都道府県当たり平均、万人)



年代別に見た平均変化率(%)

	全国	地域1	地域2	地域3
1980年代	0.83	0.42	0.41	1.56
1990年代	0.87	0.53	0.75	1.21
2000年代 (2008年 まで)	0.05	▲ 0.31	0.01	0.31

資料：(独)経済産業研究所「R-JIPデータベース2012」

次に、地域別の就業者数の変化を業種別に詳細に見ていく。1980年時点と1990

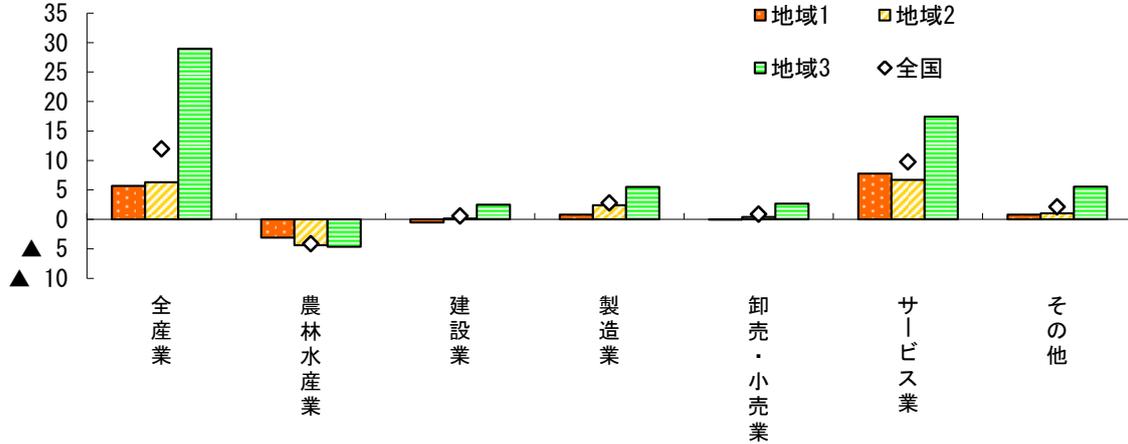
年時点を比較すると、この間、どの地域でも、農林水産業の就業者数が減少している一方、サービス業の就業者数が大きく増加しており、全産業の就業者数の増加に大きく寄与している(第1-3-27図)。1990年時点と2000年時点を比較すると、この間、どの地域でも、農林水産業に加え、製造業の就業者数が減少している一方、サービス業の就業者数が引き続き大きく増加することで、全産業の就業者数の増加を下支えしている。2000年時点と2008年時点を比較すると、この間、どの地域でもサービス業を除く全ての業種で就業者数が減少している一方、サービス業の就業者数が引き続き大きく増加している。

以上から、どの地域においても農林水産業、製造業を始めとして就業者数が減少する一方、サービス業の就業者数は大きく増加していることが分かった。

第1-3-27図 地域別・業種別に見た就業者数の変化

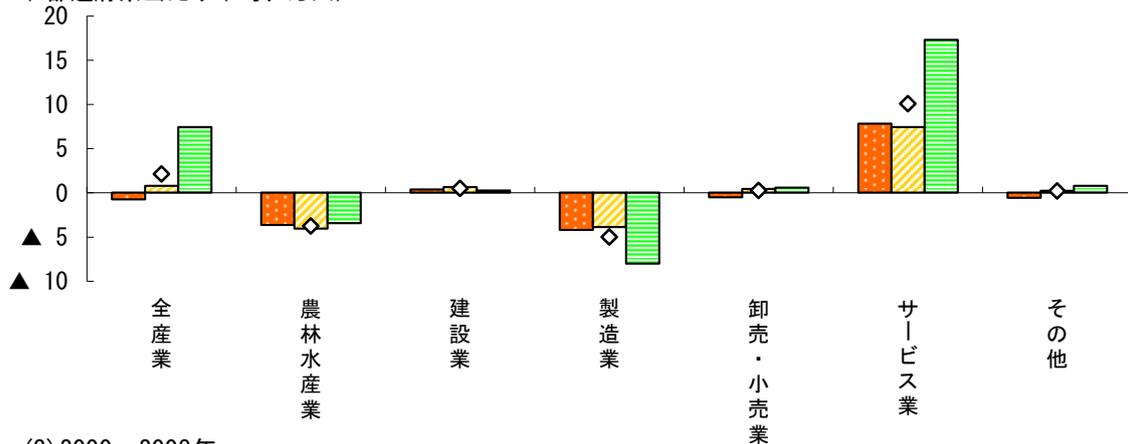
(1) 1980-1990年

(1都道府県当たり平均、万人)



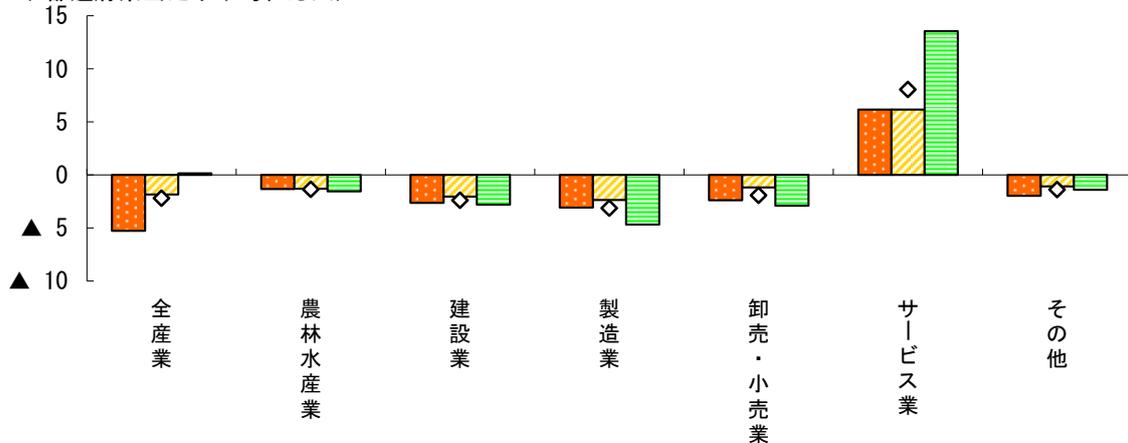
(2) 1990-2000年

(1都道府県当たり平均、万人)



(3) 2000-2008年

(1都道府県当たり平均、万人)



資料：(独)経済産業研究所「R-JIPデータベース2012」

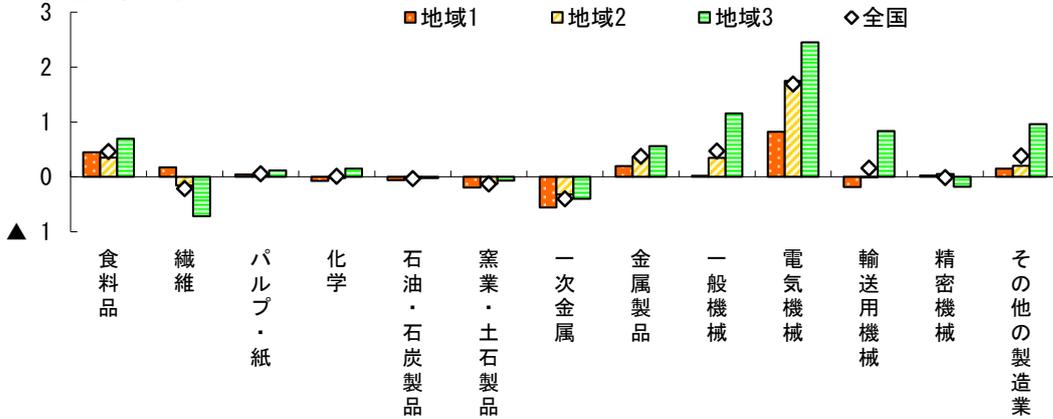
(注) その他とは、鉱業、電気・ガス・水道業、金融・保険業、不動産業、運輸・通信業、サービス業(政府)の合計をいう。

さらに、地域別に製造業の就業者数の変化を年代別に詳細に見ていく。1980年時点と1990年時点と比較すると、この間、特に地域2、地域3では電気機械の就業者数の増加が大きいことが分かる(第1-3-28図)。また、1990年時点と2000年時点と比較すると、この間、どの地域においても繊維とその他の製造業の就業者数の減少が大きく、地域2、地域3では電気機械の就業者数の減少も大きい。2000年時点と2008年時点と比較すると、この間、どの地域においてもその他の製造業、繊維、電気機械の減少が大きいことが分かる。他方、輸送機械の就業者数のみがどの地域でも唯一増加しており、地域3の増加が最も大きく、続いて地域2、地域1となっている。

第1-3-28図 地域別に見た製造業就業者数の変化

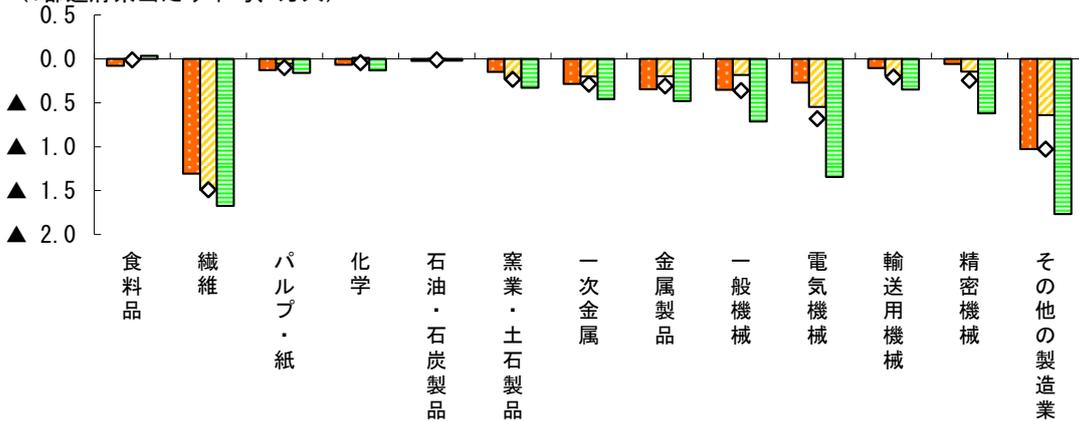
(1) 1980-1990年

(1都道府県当たり平均、万人)



(2) 1990-2000年

(1都道府県当たり平均、万人)



(3) 2000-2008年

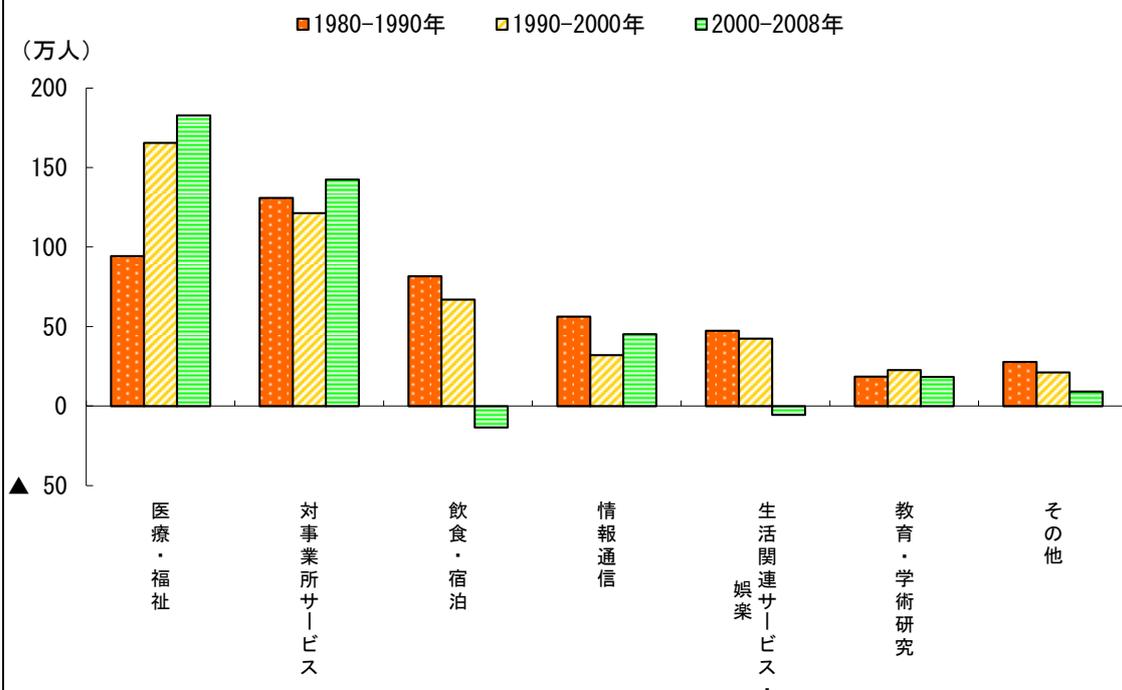
(1都道府県当たり平均、万人)



資料：(独)経済産業研究所「R-JIPデータベース2012」

次に、サービス業の従業者数の変化について詳細に見ていく(第1-3-29図)。1980年時点と1990年時点と比較すると、この間、対事業所サービスの従業者数の増加が最も大きく、次いで医療・福祉、飲食・宿泊となっている。1990年時点と2000年時点と比較すると、この間、医療・福祉の従業者数が大きく増加し最も多くなっており、次いで対事業所サービス、飲食・宿泊となっている。2000年時点と2008年時点と比較すると、この間、引き続き医療・福祉の従業者数が増加しており、次いで対事業所サービスとなっているが、飲食・宿泊は減少している。

第1-3-29図 サービス業の従業者数の変化



資料：(独)経済産業研究所「JIPデータベース2014」

(注) 業種は以下の通り集計

医療・福祉：医療(民間)、保健衛生(非営利)、医療(政府)、医療(非営利)、社会保険・社会福祉(非営利)

対事業所サービス：業務用物品賃貸業、自動車整備・修理業、その他の対事業所サービス業

飲食・宿泊：飲食店、旅館業

情報通信：広告業、放送業、情報サービス業、その他の映像・音声・文字情報制作業

生活関連サービス・娯楽：娯楽業、洗濯・理容・美容・浴場業

教育・学術研究：教育(民間・非営利)、研究機関(民間)、研究機関(非営利)

その他：その他公共サービス、その他の対個人サービス、その他(非営利)

4. 就業構造の変化の背景にある構造的要因

前節から、製造業では、繊維、その他の製造業、電気機械が全体の減少に大

きく寄与しており、サービス業では、医療・福祉、対事業所サービス、飲食・宿泊の従業者数の増加が全体の増加に大きく寄与していることが分かったが、以降ではこうした業種の就業者数の増減の背景にある構造的要因を探るとともに、そこから見える地域ごとの特徴について見ていくこととする。

まず、地域における製造業の就業者数の減少の背景の一つとして、グローバル化の影響があるものと考えられる。製造業の就業者数の変化と輸入浸透度(国内に供給されている製品のうち輸入品の占める割合)との関係を見ると、輸入浸透度が高いほど従業者数の減少が大きい傾向にあることが分かり、1980年代と比べて1990年代、2000年代では輸入浸透度が高まり、従業者数が減少している様子が見て取れる(第1-3-30図)。

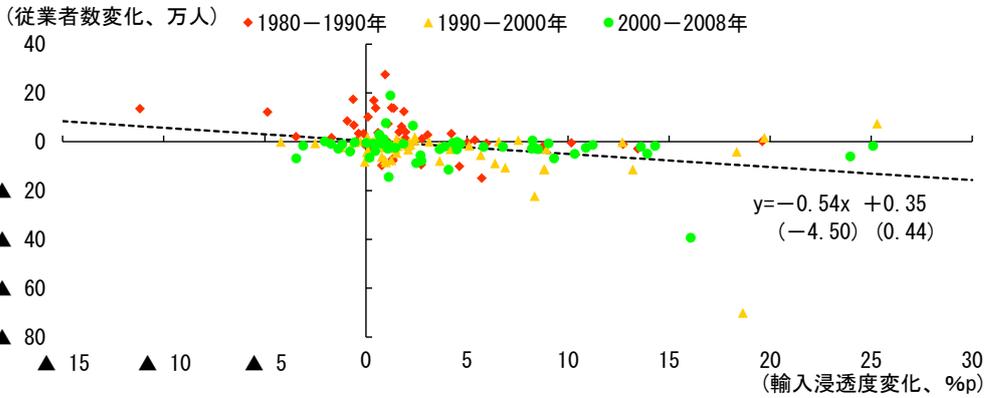
また、従業者数の減少の大きい5業種を見ると、繊維製品、製材・木製品(その他の製造業に分類)、重電機器(電気機械に分類)、家具・装備品(その他の製造業に分類)、その他の製造工業製品(その他の製造業に分類)となっており、特に繊維製品においては輸入浸透度の高まりとともに従業者数が減少している傾向が顕著に見て取れる。また、製材・木製品、重電機器、家具・装備品においても輸入浸透度が相当程度上昇していることが分かる。

これに対して従業者数の増加が大きい5業種を見ると、自動車部品・同付属品(輸送機械に分類)、電子部品(電気機械に分類)、その他の食料品(食料品に分類)、電子計算機・同付属装置(電気機械に分類)、半導体素子・集積回路(電気機械に分類)となっているが、とりわけ自動車部品・同付属品、その他の食料品では輸入浸透度の高まりはほとんど見られない。他方、電子計算機・同付属装置、半導体素子・集積回路では輸入浸透度に顕著な高まりが見られる。

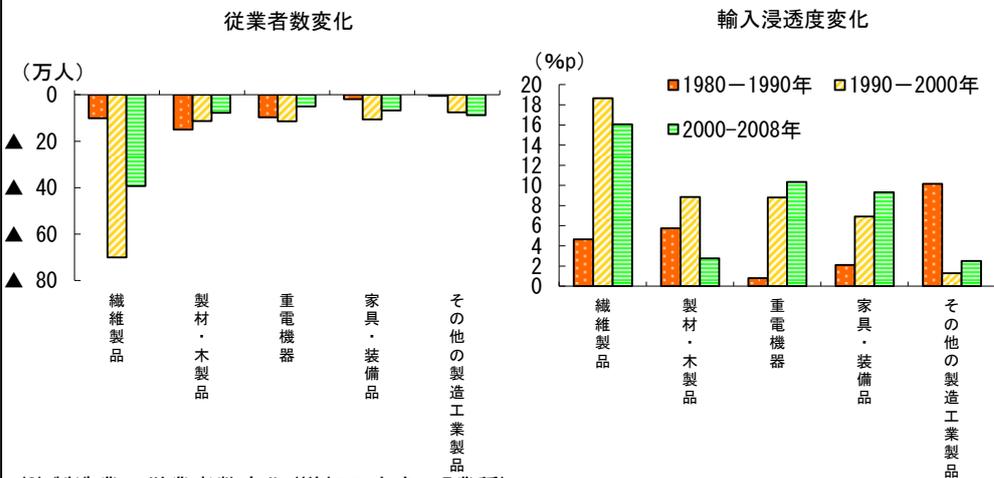
第1-3-28、30図から、どの地域においても生じている繊維とその他製造業の就業者数の減少は、グローバル化による輸入浸透度の高まりと関係がある可能性が高いといえる。また、広域から需要を獲得することで大きく生産を増加させている電気機械と輸送機械を比較すると、電気機械では輸入浸透度に高まりが見られ、全体として従業者数が減少しているのに対し、輸送機械では輸入浸透度の高まりが見られず、従業者数も2000年代では増加していることから、広域から需要を獲得している業種の雇用についても、輸入浸透度が重要であることを示唆しているといえる。

第1-3-30図 製造業の従業者数変化と輸入浸透度変化

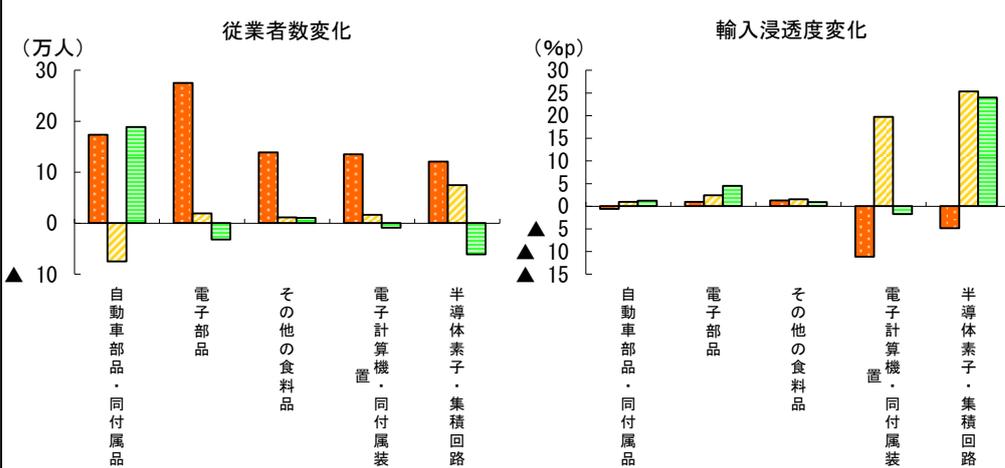
(1) 製造業の従業者数変化と輸入浸透度



(2) 製造業の従業者数変化(減少の大きい5業種)



(3) 製造業の従業者数変化(増加の大きい5業種)



資料：(独)経済産業研究所「JIPデータベース2014」

(注) 推計式の括弧書きはt値。

次に、サービス業の従業者数の変化の要因及び地域の特徴について、サービス業の従業者数変化で寄与の大きい3業種(医療・福祉、対事業所サービス、飲

食・宿泊)に着目して見ていく。サービス業の特徴として生産と消費の同時性という性質が指摘されており、この性質に基づけば、サービス業の活動はその土地に根差しているものによって規定されているとも言うことができる。したがって、以降の分析では、市区町村別のデータを用いてサービス業の活動の背後にある経済・社会構造の要因を探っていくこととする。

第一に、医療・福祉の従業者数について見ていく(第1-3-31図)。医療・福祉の従業者数が大きく増加している背景の一つとして、高齢化の進展があるものと考えられる。そこで、老年人口と医療・福祉従業者数の関係を見ると、老年人口が多い市区町村ほど医療・福祉従業者数が多いという関係にある。また、市区町村の老年人口の規模が小さくなるほど、全体の傾向からの乖離のばらつきが大きくなっているのが分かり、市区町村間で老年人口の規模に応じた医療・福祉従業者数に差が出ている。

こうした市区町村間における老年人口の規模に応じた医療・福祉従業者数の差には、地域ごとの特徴が表れているだろうか。全体の傾向からの乖離の分布¹¹を地域別に見ると、全体の傾向よりも医療・福祉従業者数が多い市区町村は、地域1が最も多く、次いで地域3、地域2と続いている。これに対して、全体の傾向よりも医療・福祉従業者数が少ない市区町村は、地域2が最も多く、続いて地域1、地域3と続いている。また、地域1と地域3は全体の分布の形状が似ている。

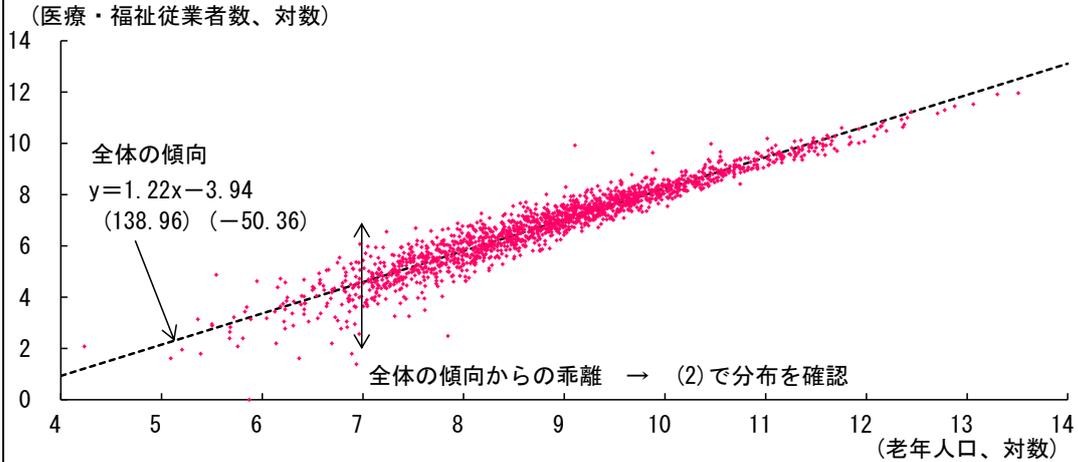
続いて、地域別に老年人口比率の分布を見てみると、老年人口比率が全国平均よりも高い市区町村は、地域1が最も多く、次いで地域2、地域3と続いている。他方、老年人口比率が全国平均よりも低い市区町村は、地域3が最も多く、次いで地域2、地域1となっている。また、地域3と比べて、地域1と地域2は全体の分布の形状が似ており、地域3よりも高齢化が進んでいる。

以上から、最も高齢化が進行している地域1では、医療・福祉従業者数も相対的に多くなっているのに対し、同じく高齢化が進行している地域2では、医療・福祉従業者数が相対的に少ない実態が明らかになったといえる。

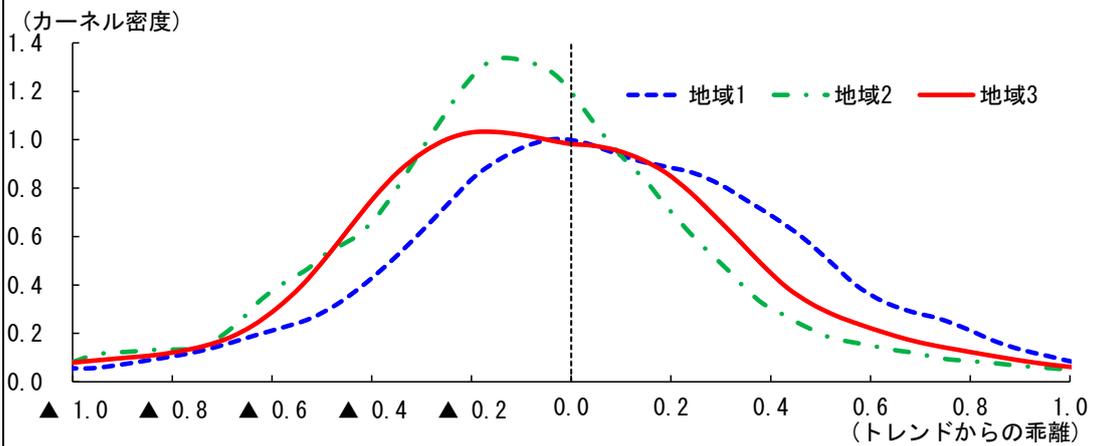
¹¹ あるデータの分布の形状を確認する際、ヒストグラムによる確認がなじみ深いですが、ヒストグラムには階級の境界をどこで設定するかによって分布の形状が異なるという分析上の難点がある。ここでは、階級の境界に依存せずに母集団の分布の推定を行うカーネル密度推定を用いて分布の形状を確認する。なお、以降の分析(第2部を含む)において分布を確認する場合は、同様の理由からカーネル密度推定を用いることとする。

第1-3-31図 地域別に見た老年人口と医療・福祉従業者数

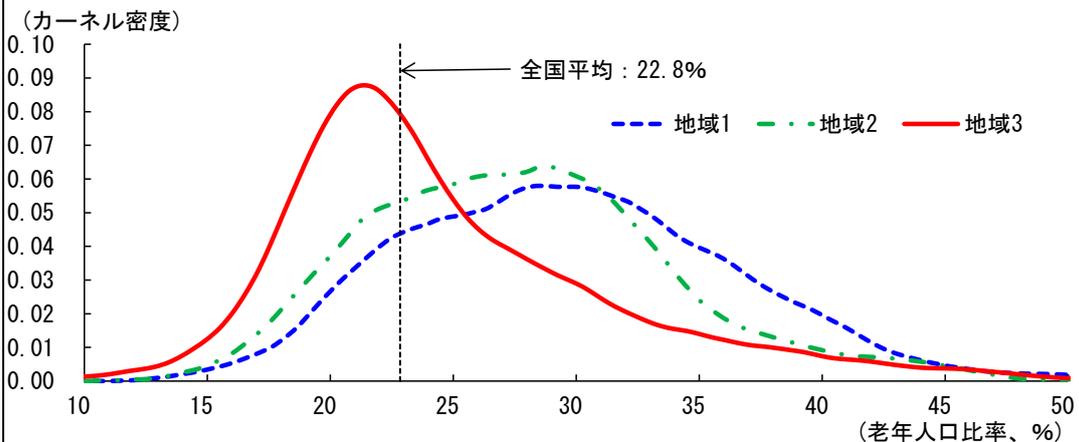
(1) 老年人口と医療・福祉従業者数の関係



(2) 地域別に見た医療・福祉従業者数の全体の傾向からの乖離の分布



(3) 地域別に見た老年人口比率の分布



資料：総務省「地域別統計データベース」、総務省・経済産業省「平成24年経済センサスー活動調査」

(注) 1. 人口、老年人口は2010年、医療・福祉従業者数は2012年の値。

2. 人口、老年人口、従業者数は市区町村別の統計。

3. 全体の傾向を表した推計式の括弧書きはt値。

第二に、対事業所サービスの従業者数について見ていく（第1-3-32図）。対事業所サービス業の従業者数は、その事業の性質上、事業所の集積と関係が深いものと考えられる。そこで、市区町村ごとの事業所数と対事業所サービス業の従業者数の関係を見ると、全体の傾向として、事業所数が多くなるほど対事業所サービス業の従業者数も多く傾向があることが分かる。また、事業所の集積の規模が小さくなるほど、全体の傾向からの乖離のばらつきが大きくなっており、全体の傾向よりも従業者数が少ない市区町村が目立っている。

こうした市区町村間における事業所の集積の規模に応じた対事業所サービス従業者数の差には、地域ごとの特徴が表れているだろうか。全体の傾向からの乖離の分布を地域別に見ると、全体の傾向よりも対事業所サービス従業者数が多い市区町村は、地域1、地域3と比較して地域2で少なくなっている。これに対して、全体の傾向よりも対事業所サービス従業者数が少ない市区町村は、地域1、地域3と比較して地域2で多くなっている。また、地域3と比較して地域1ではばらつきが大きいといった特徴がある。

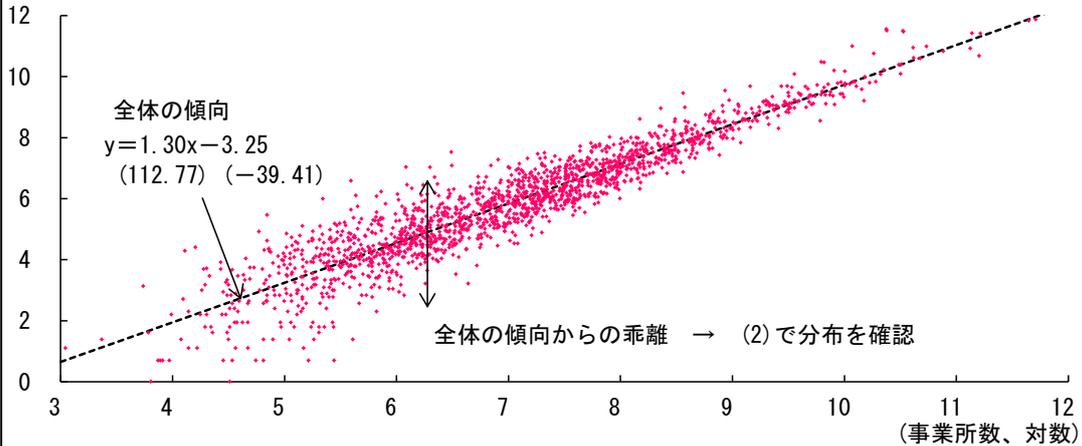
続いて、事業所の集積の規模の分布を地域ごとに見ると、事業所数が全国平均よりも多い市区町村は、地域3が最も多く、次いで地域2、地域1と続いている一方、事業所数が全国平均よりも少ない市区町村は、地域1が最も多く、次いで地域2、地域3となっている。

以上から、地域1と地域3と比べて事業所の集積規模の分布が中間的である地域2においては、地域1と地域3と比べて事業所の集積に応じた対事業所サービス従業者数が相対的に少ない実態が明らかになったといえる。また、地域1では集積が一定規模以下の市区町村が多く、こうした市区町村では全体の傾向よりも従業者数が少ない傾向が目立つ。

第1-3-32図 地域別に見た事業所の集積と対事業所サービス従業者数

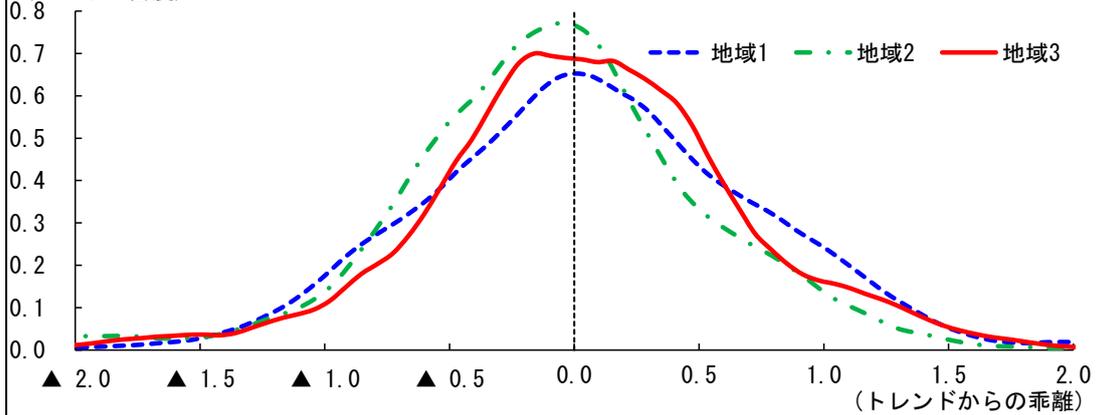
(1) 事業所数と対事業所サービス従業者数の関係

(従業者数、対数)



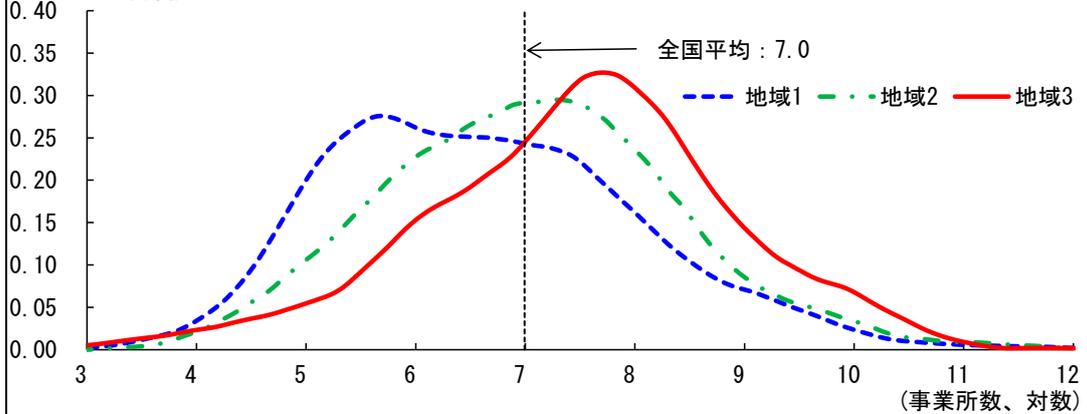
(2) 地域別に見た対事業所サービス従業者数のトレンドからの乖離の分布

(カーネル密度)



(3) 地域別に見た事業所数の分布

(カーネル密度)



資料：総務省・経済産業省「平成24年経済センサスー活動調査」

(注) 1. 事業所数及び従業者数は、市区町村別の統計。

2. 全体の傾向を表した推計式の括弧書きはt値。

第三に、飲食・宿泊の従業者数について見ていく（第1-3-33図）。飲食サービスを始めとして、従業者数はその土地の人口と関係が深いものと考えられる。そこで、市区町村ごとの人口と飲食・宿泊の従業者数の関係を見ると、全体の傾向として、人口が多くなるほど飲食・宿泊の従業者数も多く傾向があることが分かる。また、人口の規模が小さくなるほど、全体の傾向からの乖離のばらつきが大きくなっているとともに、全体の傾向よりも従業者数が多い市区町村が目立つ。これは、飲食・宿泊サービスは、その市区町村外の人々の需要も満しているため、必ずしも人口の制約を受けていないことを示している。

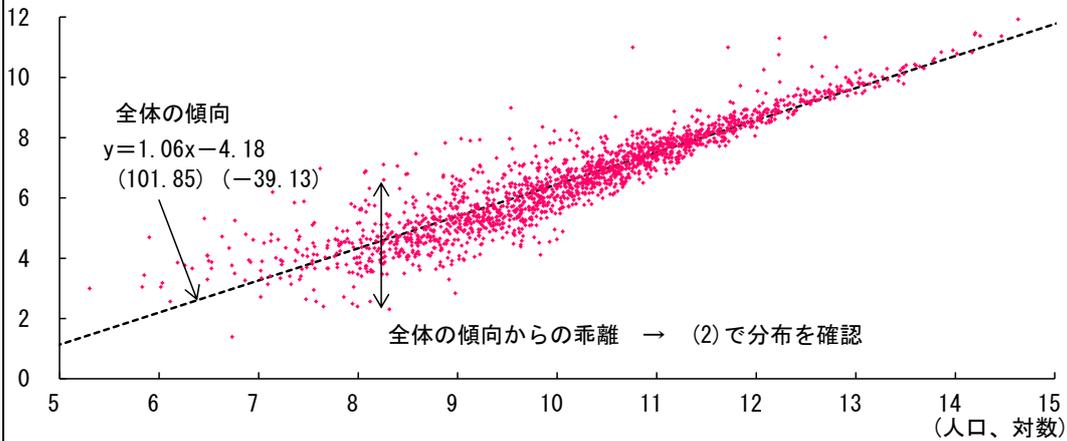
こうした市区町村間における人口の規模に応じた飲食・宿泊従業者数の差には、地域ごとの特徴が表れているだろうか。全体の傾向からの乖離の分布を地域別に見ると、全体の傾向よりも飲食・宿泊従業者数が多い市区町村は、地域1、地域2と比較して地域3で多くなっており、特に一定以上の乖離がある市区町村が多くなっている。これに対して、全体の傾向よりも飲食・宿泊従業者数が少ない市区町村は、地域1、地域2と比較して地域3で少なくなっている。

続いて、人口の規模の分布を地域ごとに見ると、人口が全国平均よりも多い市区町村は、地域3が最も多く、次いで地域2、地域1と続いている一方、人口が全国平均よりも少ない市区町村は、地域1が最も多く、次いで地域2、地域3となっている。

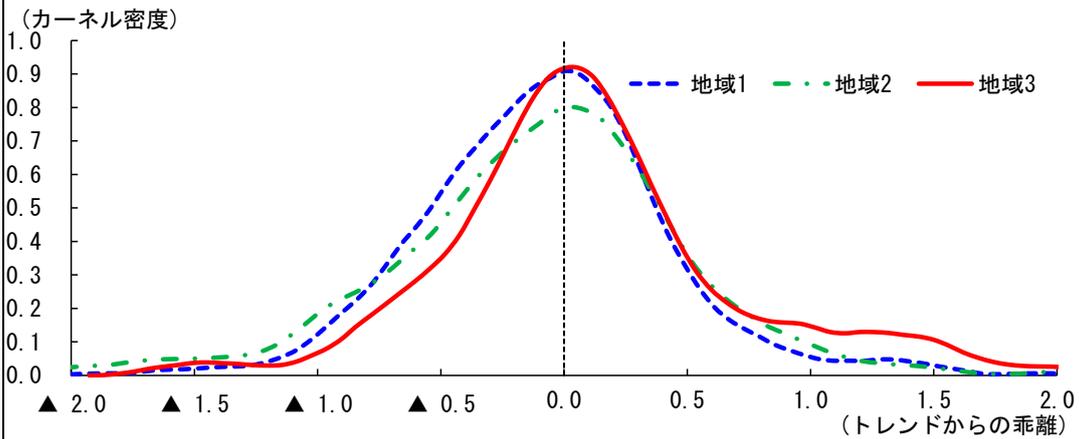
以上から、地域3では人口が多いのみならず、人口規模に応じた従業者数が全体の傾向よりも多い市区町村が多いことから、地域内のみならず地域外からの需要の獲得も盛んであることが推察される。

第1-3-33図 地域別に見た人口と飲食・宿泊従業者数

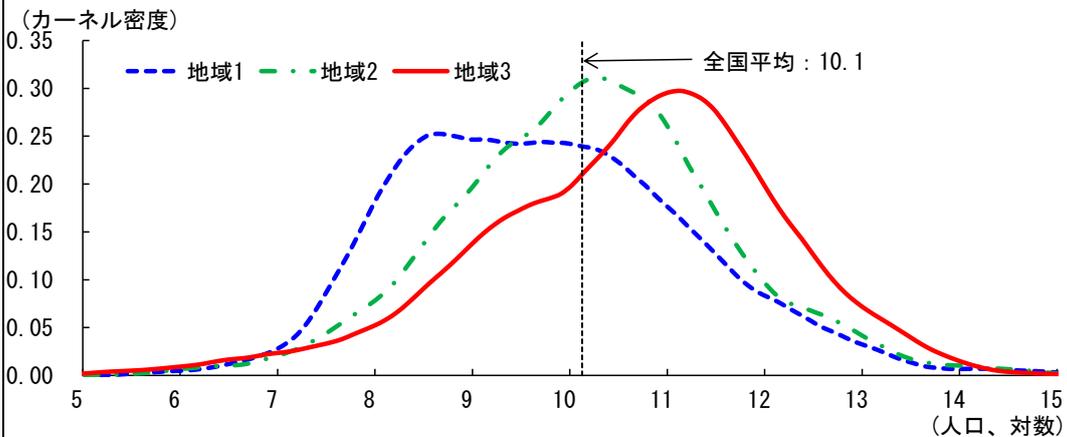
(1) 人口と飲食・宿泊従業者数の関係
(従業者数、対数)



(2) 地域別に見た飲食・宿泊従業者数のトレンドからの乖離の分布



(3) 地域別に見た人口の分布



資料：総務省「地域別統計データベース」、総務省・経済産業省「平成24年経済センサス活動調査」

(注) 1. 人口は2010年、医療・福祉従業者数は2012年の値。

2. 人口、従業者数は市区町村別の統計。

3. 全体の傾向を表した推計式の括弧書きはt値。

本節では、地域の就業構造の変化に影響を与えていると考えられる経済・社会構造の要因について探ってきた。製造業の就業者数の減少については、グローバル化に伴う輸入浸透度の上昇が関係していることを示し、非製造業の中でも大きく増加しているサービス業の就業者数については、地域の高齢化への対応、地域の事業所が求める需要への対応等を背景としていることが分かった（第1-3-34図）。

また、地域別の特徴を見てみると、製造業ではグローバル化に伴う輸入浸透度の上昇に関係した就業者数の減少が、地域に共通の現象として確認された。他方、地域性の強い産業であるサービス業では、高齢化の進展の中、地域1では医療・福祉従業者の数が相対的に多い一方、同程度に高齢化が進展している地域2では相対的に少ないことが分かった。また、事業所の集積に応じて発展する対事業所サービスについても、地域2は地域1、地域3と比べて事業所の集積規模に応じた対事業所サービス従業者数が少ない傾向にあることが分かった。また、飲食・宿泊では特に人口の多い市区町村が多い地域3において、域内及び域外の需要を盛んに取り込んでいることが分かった。

第1-3-34図 就業構造から見た地域の特徴

	地域1	地域2	地域3
製造業	グローバル化に伴う輸入浸透度の上昇を背景として、繊維、その他の製造業、電気機械の就業者数が減少。		
サービス業 医療・福祉	地域2、地域3よりも高齢化が進んでいる市区町村が多い。 地域2、地域3よりも老年人口当たりの従業者数が多い市区町村が多い。	地域3よりも高齢化が進んでいる市区町村が多い。 地域1、地域3よりも老年人口当たりの従業者数が少ない市区町村が多い。	地域1、地域2よりも老年人口比率が低い市区町村が多い。 地域1よりも老年人口当たりの従業者数が少ない市区町村が多い。
サービス業 対事業所サービス	地域2、地域3よりも事業所の集積規模が小さい市区町村が多い。 地域2よりも事業所当たりの従業者数が多い市区町村が多い。	地域1よりも事業所の集積規模が大きい市区町村が多い。 地域1、地域3よりも事業所当たりの従業者数が少ない市区町村が多い。	地域1、地域2よりも事業所の集積規模が大きい市区町村が多い。 地域2よりも事業所当たりの従業者数が多い市区町村が多い。
サービス業 飲食・宿泊	地域2、地域3よりも人口規模が小さい市区町村が多い。 地域3よりも人口当たりの従業者数が少ない市区町村が多い。	地域1よりも人口規模が大きい市区町村が多い。 地域3よりも人口当たりの従業者数が少ない市区町村が多い。	地域1、地域2よりも人口規模が大きい市区町村が多い。 地域1、地域2よりも人口当たりの従業員が多い市区町村が多い。

5. 地域別に見た中小企業・小規模事業者の業況

以上まで、地域経済全体の状況について見てきたが、地域に根ざす中小企業・小規模事業者の状況には、地域別の特徴があるだろうか。中小企業庁と（独）中

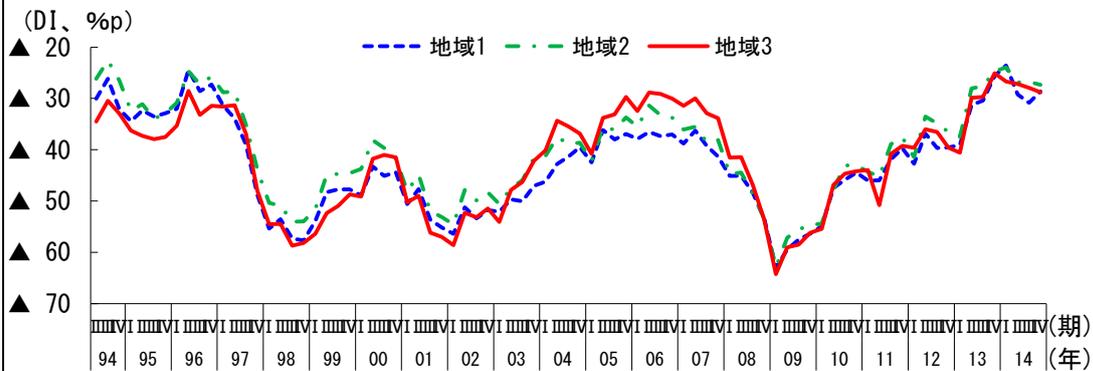
小企業基盤整備機構で実施している「中小企業景況調査」の調査結果により、小規模事業者を含む中小企業の業況を地域別に見ていくこととする(第1-3-35図)。地域別に中小企業・小規模事業者の業況判断DIを見てみると、2008年のリーマン・ショック前までは地域3の中小企業・小規模事業者の業況判断DIの振幅が地域1、地域2と比べて大きく、業況の改善局面では大きく改善し、悪化局面では大きく悪化する傾向にあったが、リーマン・ショック以降の業況改善局面においては、どの地域を見てもDIの水準及び方向に顕著な差は見られない。

業種別に見ると、製造業では全業種と同様の傾向がより顕著に確認される一方、サービス業では、どの地域、どの時期においてもDIの水準及び方向に顕著な差は見られないことが分かった。

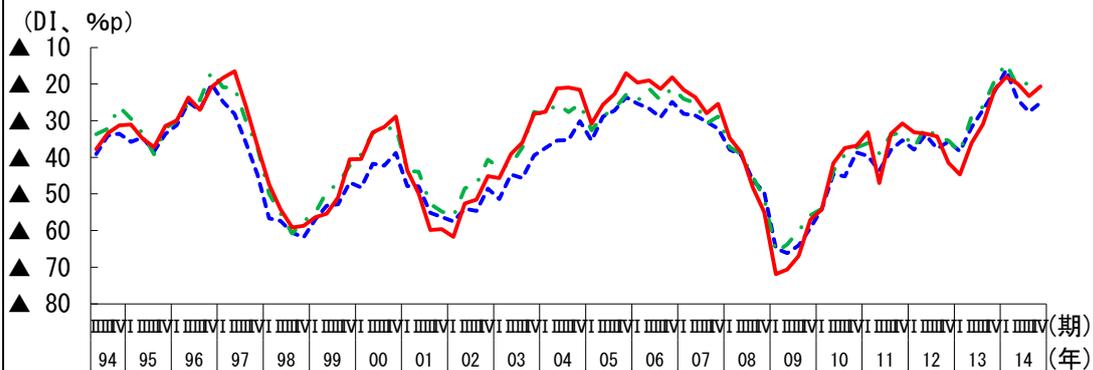
以上より、地域経済という単位で捉えれば、地域ごとの経済成長の度合いや経済・社会構造を踏まえた地域の特徴に違いがあることが確認されたが、そこに根ざす中小企業・小規模事業者の業況について言えば、地域ごとに顕著な差は確認されなかった。

第1-3-35図 地域別に見た中小企業・小規模事業者の業況

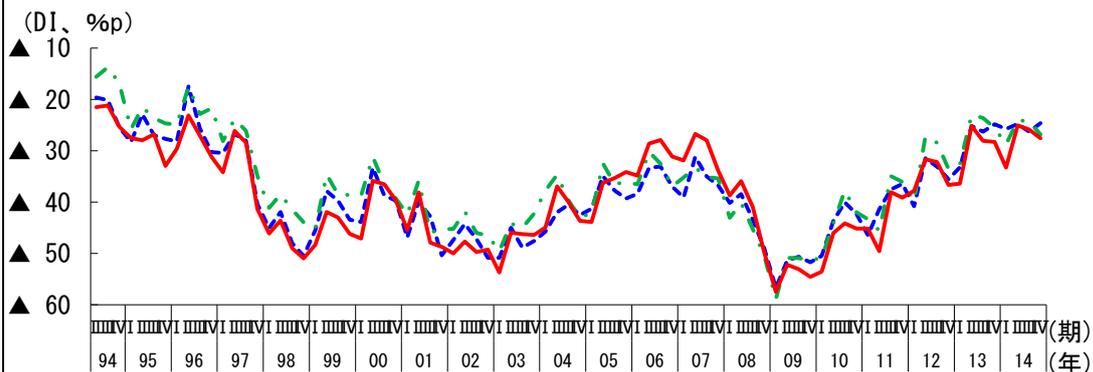
(1) 全産業



(2) 製造業



(3) サービス業



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」再編加工

(注)業況判断DIは、今期の水準について「良い」と答えた企業の割合(%)から「悪い」と答えた企業の割合(%)を差し引いたもの。

6. 我が国地域の経済成長のために必要な視点

これまで、地域を経済成長の観点から類型化を行い、それぞれの地域ごとの特徴について確認してきたが、分析結果を踏まえ、我が国地域が、その地域の実情に合わせて均衡の取れた経済成長を実現していくためには、以下のように製造業を中心とした広域需要の視点とサービス業を中心とした域内需要の視点が必要であると考えられる(第1-3-36図)。

(1) 広域需要の視点

経済成長が比較的緩やかな地域では、経済成長が比較的高い地域と比べて製造業の付加価値シェアが相対的に小さく、特に輸送機械や電気機械といった広域需要獲得型の業種のシェアが小さい傾向にある。こうした地域においては、広域需要の獲得を目指す産業を活性化させることで、経済成長率がより一層高まることが期待される。これに対して、経済成長率が中程度、あるいは高い地域においても、グローバル化に伴う輸入浸透度の上昇が製造業の雇用に与える影響に留意する必要がある。

(2) 域内需要の視点

経済成長が比較的緩やか、あるいは中程度の地域では、人口減少・高齢化が相対的に進んでおり、こうした社会構造の変化によって生じる需要の変化に対応していく必要がある。特に経済成長が緩やかな地域では人口減少・高齢化が進んでおり、こうした需要を満たすためのサービス業は相対的に多いことが確認されたが、経済成長が中程度の地域では、こうしたサービス業は相対的に少ないことが確認された。したがって、高齢化によって生じている需要の変化に適切に対応していく必要がある。

また、人口減少を緩和させる取組も重要である。特に経済成長が緩やかな地域から高い地域への人口流出も確認されており、地域間で一人当たり所得に顕著な差があることから、こうした所得の差を埋めることで人口流出が緩和されるものと期待される。そのためには、地域の企業は商品・サービスの高付加価値化を図ることが必要である。また、人口制約の下で経済成長を維持し続けるためには、広域から需要を取り込んでいくことも重要である。以上を踏まえると、地域資源を掘り起こし、その価値を高め、広く市場に供給していくこともまた有効な取組の一つであるといえることができる。

他方、高い経済成長を実現している地域では、人口は成長を続けており、老年人口比率も相対的に低いという特徴がある。こうした地域では、人口の制約を乗り越え、広域から需要を取り込むことで更なる成長が実現されると期待される。

以上の視点から、それぞれの地域が実情に応じた成長への取組を実現していくことで、我が国地域全体が均衡の取れた経済成長を実現できるものと期待さ

れる。ただし、そのためには地域がそれぞれの実情をきめ細かく把握し、更なる成長のために何が必要かを適切に判断する必要がある。こうした視点については、第3部で詳細を確認していくこととする。

