

中小・小規模企業を取り巻く経済環境の変化

新興国との国際競争の激化

○ 2000年以降、中国・韓国・ASEANなど、日本と新興国の国際競争が一層激化。

(最終財) 日本から欧米への最終財の輸出は減少。中国から欧米への最終財輸出は4倍に増加。

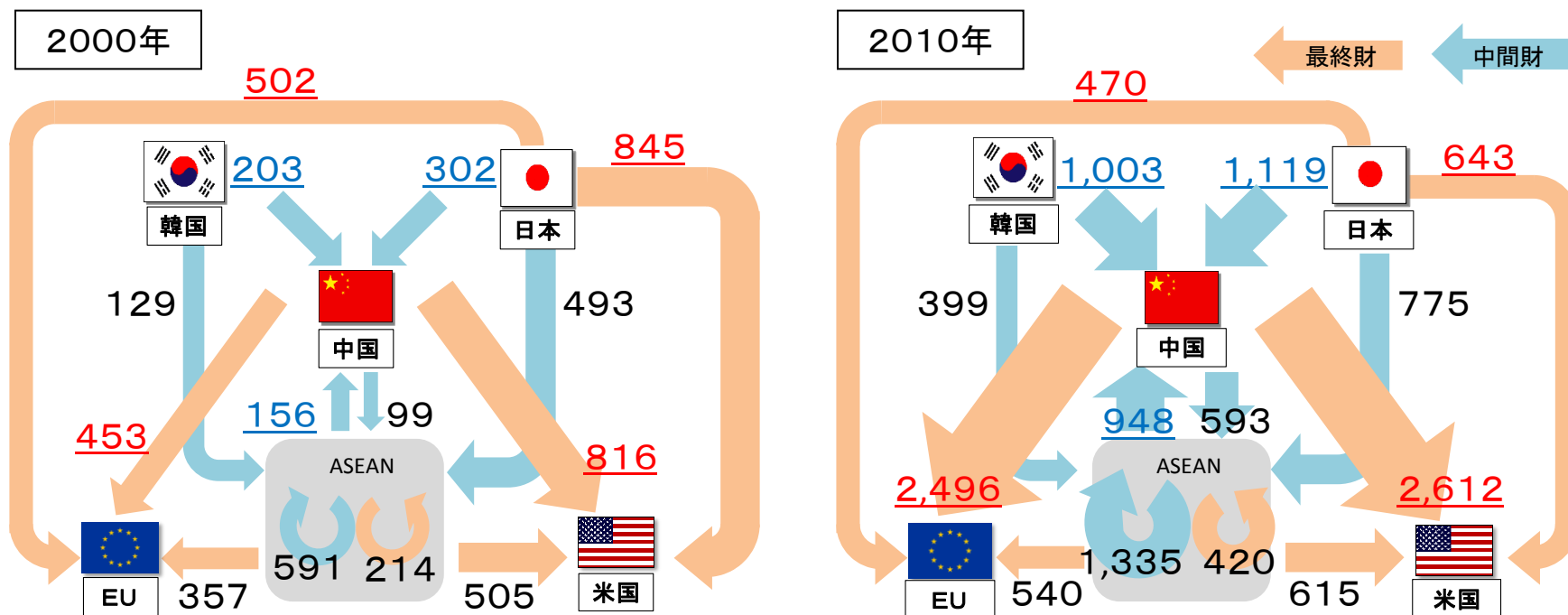
→ 最終財の生産拠点は日本から中国にシフト。

(中間財) 日本から中国への中間財輸出は4倍に増加。しかし、韓国(5倍)、ASEAN(6倍)が猛追。

→ 部素材産業においても国際競争が激化。中間財の生産拠点としての地位も盤石ではない。

東アジアの貿易構造の変化

(単位: 億ドル)



【出所】 RIETI TID 2011より中小企業庁作成

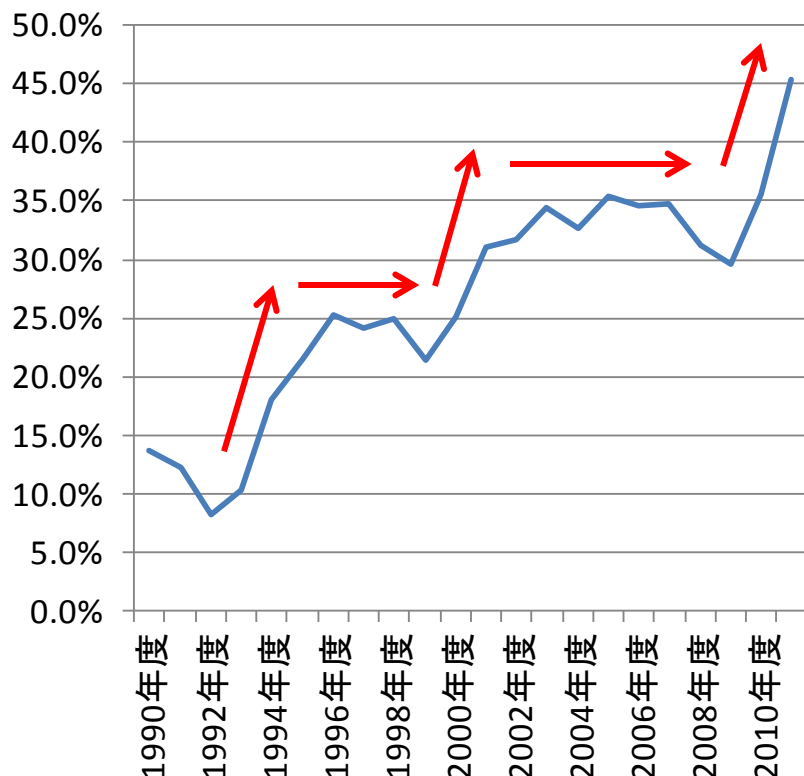
※ 中間財は、最終財を作るために必要なもののうち、素材以外のものを指す。例えば、自動車であれば、エンジン、ボルト、ナット、鋼板など、自動車を作るために使う中間投入は全て中間財に当たる。また、衣服であれば、羊毛は素材だが、それが糸になると中間財に当たる。

国内産業と雇用に対する影響

○ 大企業の構造改革・海外進出により、国内における産業と雇用への影響が懸念。

- ・ 大企業は、東日本大震災、円高の継続等を背景に生き残りをかけて、構造改革や海外進出を促進。
- ・ 雇用の場、下請企業への影響が懸念。

海外設備投資比率の推移



【出所】日本政策投資銀行「設備投資計画調査」

※ 海外設備投資比率

= 海外設備投資 / (国内設備投資 + 海外設備投資)

※ 調査対象は資本金10億円以上の大企業(製造業・非製造業)。

構造改革

	縮小事業	人員削減 (グローバル)
パナソニック 	・プラズマパネルの生産を縮小 ・LEDモジュール等の生産拠点を閉鎖	約38.5万人 → 約35万人 【11年度】
ソニー 	・国内3拠点のリチウムイオン電池の組立工程を中国・シンガポールに移管 ・ケミカル事業を売却	約1万人(うち国内約3千人) 【12年度】
ルネサス 	・生産拠点を再編し、前工程は大口径化とアウトソース化、後工程はアウトソース化と海外シフトを加速	5千数百人規模(国内) 【12年度】

海外進出

日産 	・北米自由貿易協定(NAFTA)や南米南部共同市場(メルコスル)など、40カ国以上とFTAを結ぶメキシコで、日産は米国・ブラジル向け自動車の生産体制を強化。
トヨタ 	・トヨタは米韓FTAの締結を受け、米国工場生産したセダン「カムリ」やミニバン「シエナ」の対韓輸出を開始。

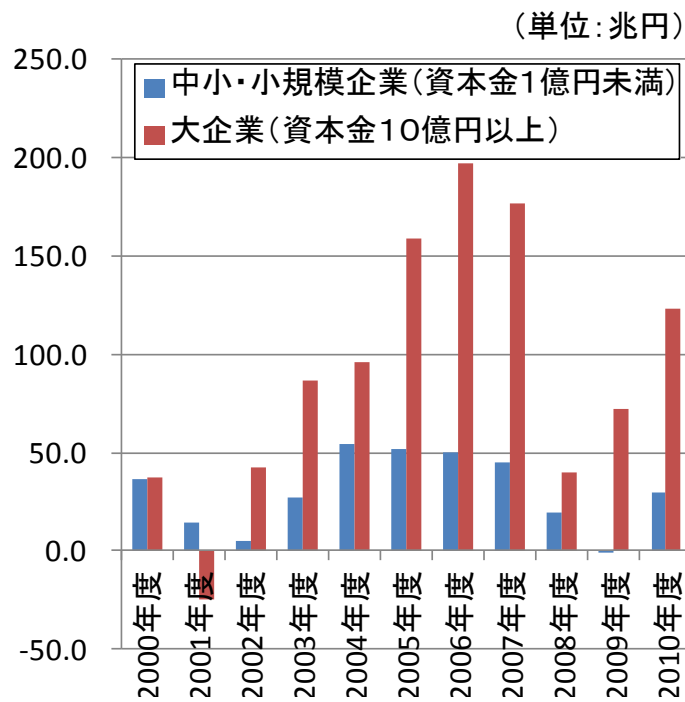
→ 12年7月、国内乗用車8社の海外生産は、合計で前年同月比25%増。他方、輸出台数は微減に止まり、現地シフトが鮮明に。

国内雇用における中小・小規模企業の重要性の増大

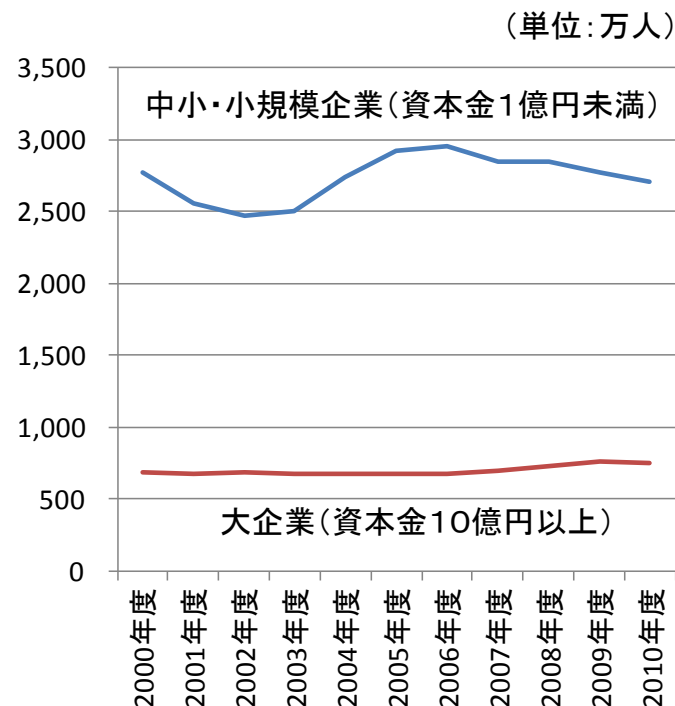
○ 国内雇用における中小・小規模企業の重要性が増大。

- ・ 2002年から2008年まで、大企業の企業収益の拡大を背景に、我が国は戦後最長の景気拡大を経験したが、大企業の雇用はほとんど伸びなかった。
- ・ これに対して、景気拡大期には、中小・小規模企業の雇用が増加し、国内雇用における中小・小規模企業の重要性が一層増大した。

大企業と中小・小規模企業の純利益



大企業と中小・小規模企業の従業員数

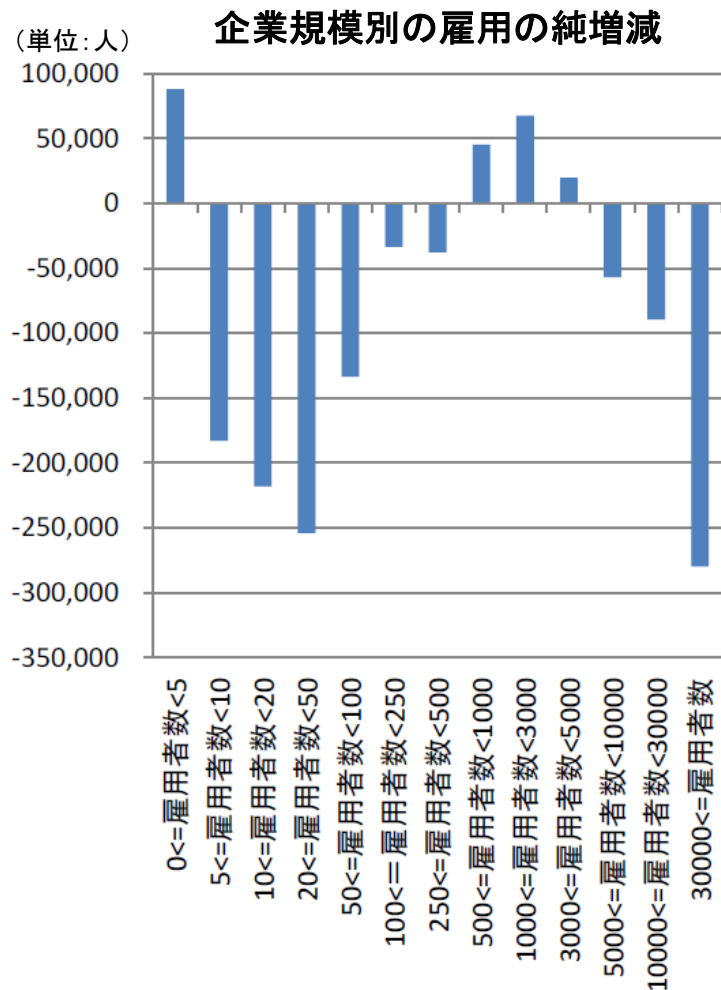


【出所】財務省「法人企業統計」

小さな企業、若い企業が雇用を創出

○ 2001年～2006年にかけて、小さな企業、若い企業が我が国に雇用を創出した。

- ・ 深尾京司・権赫旭(2011)は、事業所企業統計調査のマイクロデータを集計し、常用雇用者数の純増を規模別・社齢別に分析。①最も活発に雇用を作り出しているのは、5人未満の零細企業であること、②若い企業の雇用の純増が大きいことが分かった。



【出所】

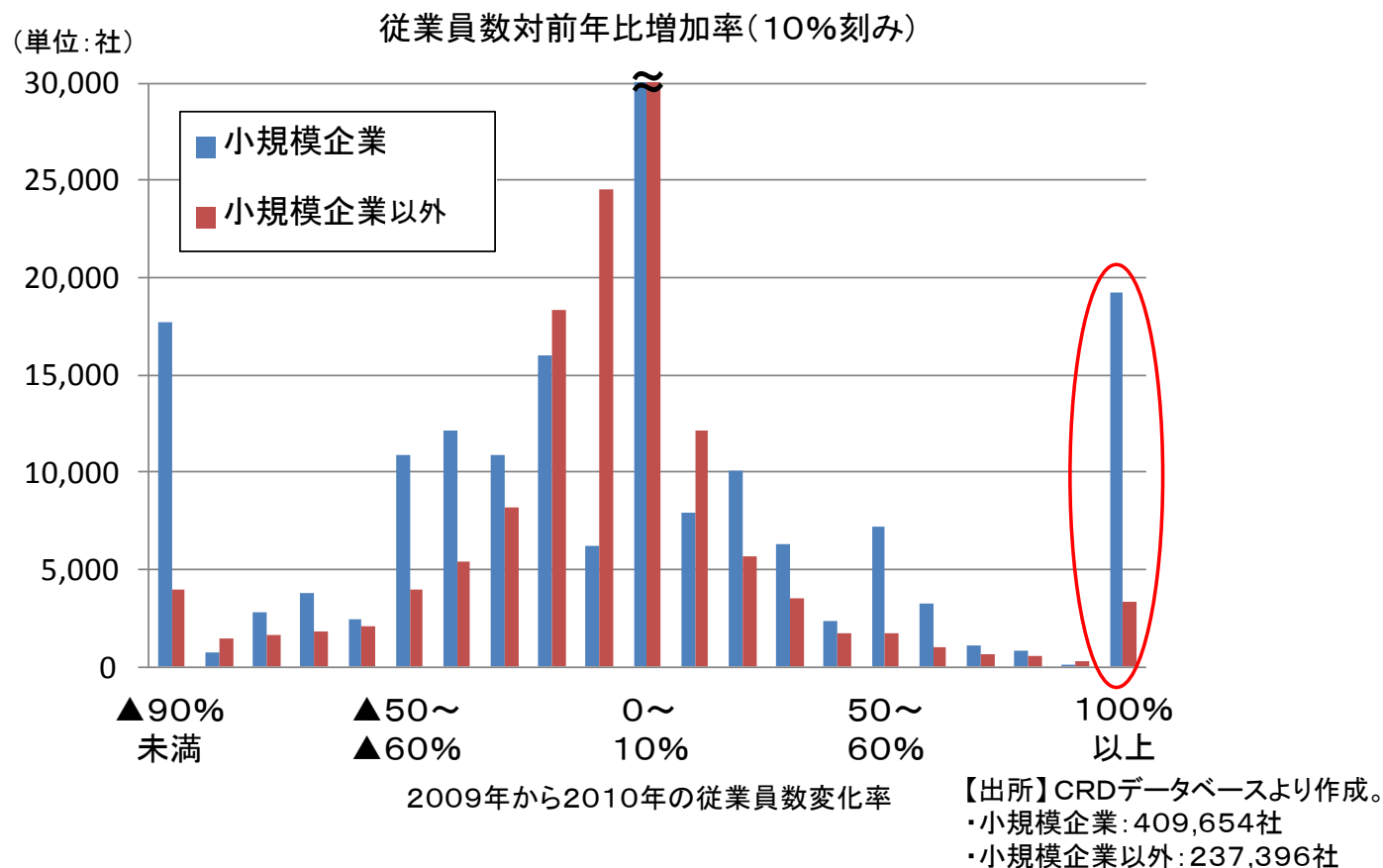
・ 深尾京司(2012)「失われた20年」と日本経済」

・ 深尾京司・権赫旭(2011)「日本経済成長の源泉はどこにあるのか」

中小企業の中でも「小さな企業」の雇用増に期待

○ 従業員数増加率が2倍を超える小規模企業が全体の5%存在。

- ・ CRDデータベース(中小企業の経営・財務データベース)によると、直近でも、従業員数を大きく増加させる小規模企業が多数存在。



「小さな企業」における2つの類型

1. 成長指向型企业

- グローバル市場をも視野に、新産業の芽となるなど、我が国経済の成長を牽引。

＜具体例＞

ゼファー（従業員24名；2012年7月）

- ・ 設立は1997年。当初は海外製品のOEMから始めたが、2002年に産総研・東大・東レ等と産官学で小型風車「エアドルフィン」を開発。
- ・ 国内の小型風車市場において、50%を上回るシェアを実現。米国・欧州にも現地法人を設立し、海外市場の獲得を目指す。
- ・ 2012年6月には英エヴァンスと販売提携し海外市場を目指す。



二葉（従業員17名；2010年1月）

- ・ 江戸時代から伝わる技術（東京染小紋）を活用したスカーフなどの新商品を開発し、フランスなど欧州を中心に約20ヶ国で販路を開拓。



（課題）

- 海外市場への販路拡大
- 研究開発における外部連携 など

2. 地域需要創出型企业

- 地域の雇用や社会をしっかりと支え、津々浦々に活力と厚みをもたらす。

＜具体例＞

北極しろくま堂（従業員7名；2012年2月）

- ・ ネット販売のほか、東京・自由が丘と神戸に直営店を展開し、スリング（抱っこひも）やおんぶひもを中心に、ベビー用品の製造・販売を行う。
- ・ 子供への愛情と安全で負担の少ない子育ての両立に貢献。



烏山駅前通り商店街

- ・ 東京都世田谷区。スタンプ事業の先駆けで、日本一の実績。
- ・ スタンプ事業に力を入れており、集めたスタンプは地域内金融機関での預金が可能など、多くの付加価値を付けて収集意欲を増幅させる取組を実施。スタンプ発行金額は年間約1億円で、売上げ増加に寄与。



烏山駅前通り商店街の様子

（課題）

- 人材の確保、定着（女性の就労に柔軟な対応）
- 取引先の開拓・個店の魅力向上 など

【参考】中小企業政策全体における中小・小規模企業の位置付け

(第1回“ちいさな企業”未来部会 資料6「“ちいさな企業”未来部会における主要検討課題について」 P2)

○未来会議で提示された以下の論点の具体的方策如何？

1. 中小・小規模企業が様々な段階・形態・指向を有する中で、中小企業政策により、新分野の開拓や事業拡大を目指す成長指向型の企業が飛躍するための支援を行うことも重要である一方、そのみならず、都市・地方を含め、地域経済に根ざし、安定した経営を目指す企業が活力あるものとして事業を実施できるよう支援することも重要である。(中略) これらを踏まえると、中小・小規模企業政策を立案・実施する際の政策目標は、大きく分けて、以下の2つにあると整理することができる。①グローバル市場をも視野に、新産業の芽となるなど、我が国経済の成長を牽引すること(→成長指向型企業の支援)②都市・地方を含め、地域の雇用や社会をしっかりと支え、津々浦々に活力と厚みをもたらすこと(小さいがゆえに柔軟かつ機動的にきめ細かな活動が可能)(→地域需要創出型企業の支援)
(未来会議取りまとめP10:2~6行目、10~16行目より)
2. 中小・小規模企業政策の再構築に当たっては、これまでの中小企業政策を真摯に見直し、小規模企業にしっかりと焦点を当てた施策体系へと再構築することが重要である。その際、小規模企業に活用しやすい施策を新たに作るだけでなく、既存の支援施策(補助金等)についても、「支援期間が短い」「支援対象が狭い」「金額が大きすぎ使い勝手が悪い」「手続が煩雑」といった小規模企業からの声を真摯に受け止め、一つ一つ抜本的に見直しを行っていくことも重要である。(中略) 上記…の観点から、中小企業基本法における小規模企業の位置づけの精緻化・強化を検討・実施すべきである。(未来会議取りまとめP10:18~29行目、P11:8~9行目より)
3. 我が国経済の成長を牽引する中規模企業への支援についても、現在の支援策が十分かどうかを検証し、引き続き、着実に支援策を講じていくことが必要である。(未来会議取りまとめP11:19~20行目より)