

第 3 節 中小製造業の価格転嫁動向

前節で見たように、2012 年 10-12 月期から為替レートの円安方向への動き等を背景に原材料価格が上昇しており、一定程度の価格転嫁は行われていると推察されるものの、2013 年の中小製造業の収益環境は引き続き厳しいといわざるを得ない。

一般に、企業にとって、輸入原材料をはじめとする原材料¹価格の上昇は、それが自社の製品価格に完全に転嫁できるのであれば、収益面での大きな問題とはならず、原材料価格の上昇に伴う中間投入額²の増加は、最終的に消費者が負担することとなる。

しかしながら、製品価格に転嫁できない場合には、費用が増加した分、企業収益は減少することとなり、企業経営にとっては大きな足かせとなる。

特に、中小企業の場合、価格交渉力が弱いなどの理由から、増加費用の製品価格への転嫁が円滑に行えない企業が現れることが懸念される。したがって、仕入価格³と収益の関係を分析する場合には、仕入価格の上昇を製品価格に転嫁できるかどうか、重要なポイントとなる。

本節では、まず、70 年代半ばから最近までの企業物価動向を概観する。次いで、過去の物価上昇局面において、中小製造業が、仕入価格の上昇分のうち、どの程度を自身の製品価格に転嫁できているか（以下、「価格転嫁力」という。）について、大企業製造業との比較において、定量的に分析する。そして、足下では、販売価格の上昇によって転嫁は一定程度進んでいるものの、長期的には、中小製造業の価格転嫁力は低下し続けていることを明らかにする。

次いで、この価格転嫁力と収益力（一人当たり名目付加価値額⁴）の関係を分析することを通じて、価格転嫁力の低下が中小製造業の収益力にどの程度の影響を与えているかを明らかにする。

1. 我が国製造業を取り巻く企業物価の動向

● 1970 年代から 90 年代までの動向

第 1-1-36 図は、日本銀行「企業物価指数」を用いて、我が国の原材料価格、中間財価格⁵及び工業製品価格について、1970 年以降の長期的な推移を見たものである。

これを見ると、まず、二度のオイルショックに見舞われた 1970 年代は、原材料価格が急騰する中、中間財、工業製品価格もこれとほぼ同じペースで大幅な上昇を続け

¹ ここで「原材料」とは、第一次産業で生産された未加工の原材料や燃料を指す。

² 以下では、原材料に、後述する中間財を加えたものを「中間投入」という。

³ 「仕入価格」とは、後述する「中間財価格」と「原材料価格」を合成したものと定義される。

⁴ 「一人当たり名目付加価値額」とは、名目付加価値（法人企業統計年報に基づくもので、人件費、動産・不動産賃貸料、租税公課、営業利益の合計）を従業者数で除したもので、企業の稼ぐ力、すなわち収益力を表す。

⁵ 「中間財」とは、最終財を生産するために使用される部品や加工品のことを指す。

た。こうしたことから、当時の企業は価格転嫁を比較的円滑に行えていたことが伺える。その結果、原材料価格の変動は激しかったものの、企業収益に与えた影響は限定的であったものと考えられる。1980 年代に入ると、一転して、原材料価格は大幅な下落に転じたが、工業製品価格の下落幅は相対的に小さなものにとどまった。その後、

5 80 年代後半から 90 年代を通じて、工業製品価格は、原材料価格が低迷を続ける中、緩やかな低下を続けた。こうしたことから、80 年代後半以降は、企業収益にとっては極めて良好な環境が長期間にわたり形成されていたことが伺える。

● 2000 年代以降の動向

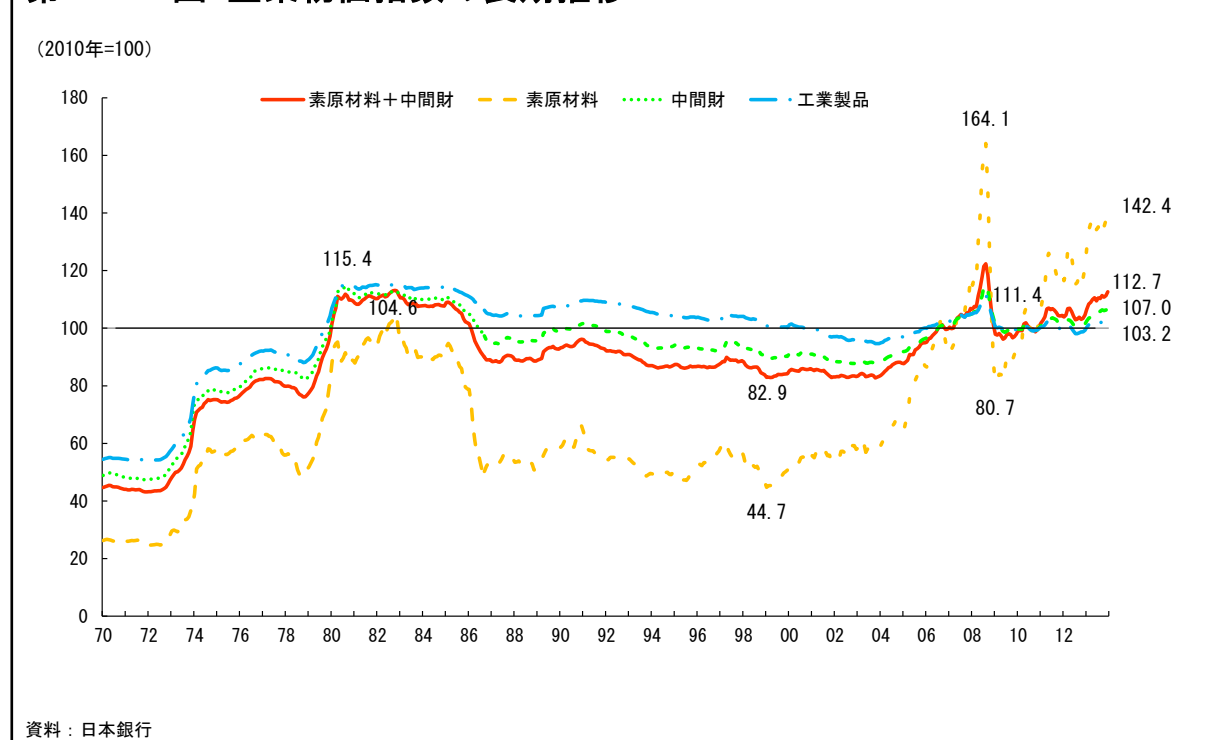
ところが、2000 年代に入ると、原材料価格が大幅な上昇に転じ、中間財価格も上昇に転じる中、工業製品の価格上昇がこれらに追いつけない状況が出現する。この間、原材料価格の上昇幅は、1999 年 1 月の 44.7（2010 年=100）からリーマン・ショック直前の 2008 年 8 月には 164.1 へと約 3.8 倍に達したが、同期間の工業製品価格の上昇幅はわずか 1.3 倍にとどまった。90 年代とは対照的に、2000 年代の企業の収益環境はきわめて厳しい状況に陥ったことが見て取れる。

その後、リーマン・ショックを受けて、一旦大きく低下した原材料価格は、2009 年に入り再び上昇に転じた。2013 年 12 月の原材料価格は 142.4 と、2009 年 1 月の 80.7 の 1.8 倍まで上昇している。他方、2013 年 12 月の工業製品価格は 103.2 と、2009 年 1 月の 100.4 からほとんど上昇しておらず、企業の収益環境は再び厳しい状況に置かれていることが伺える。

特徴的なのは、2000 年以降の原材料価格上昇局面における中間財価格の動きである。70 年代の原材料価格上昇局面における中間財価格は、原材料価格の高騰に連動して上昇していたが、2000 年以降の上昇局面では、原材料価格に比べてその上昇ペースは緩やかなものとなっている。特に、2009 年以降の原材料価格の上昇局面では、中間財価格の上昇はほとんど見られず、両者の動きは大きく乖離している⁶。この結果、企業の中間投入コストに相当する原材料価格と中間財価格を合成した指数の動きは、70 年代やリーマン・ショック時に比べ、はるかに緩やかなものとなっている。中間投入に占める原材料の割合が高い鉄鋼、セメント、化学などの素材型産業にとっては、リーマン・ショック時と同等の厳しい状況となっていることが伺えるが、中間投入に占める原材料の割合が低く、部品等の中間財が占める割合の高い輸送機械、電気機械などの加工・組立型の産業にとっては、中間投入コストの上昇が収益に与える影響は、相対的に小さなものになっていると考えられる。

⁶ このように、近年、国内の中間財価格が上昇しにくくなった要因としては、先進諸国からの生産技術移転の進展等を背景に、アジア等新興諸国の生産技術が向上したことを受けて、我が国製造業による、これら諸国からの高品質で安価な中間財の輸入が増加したためと考えられる。

第1-1-36図 企業物価指数の長期推移

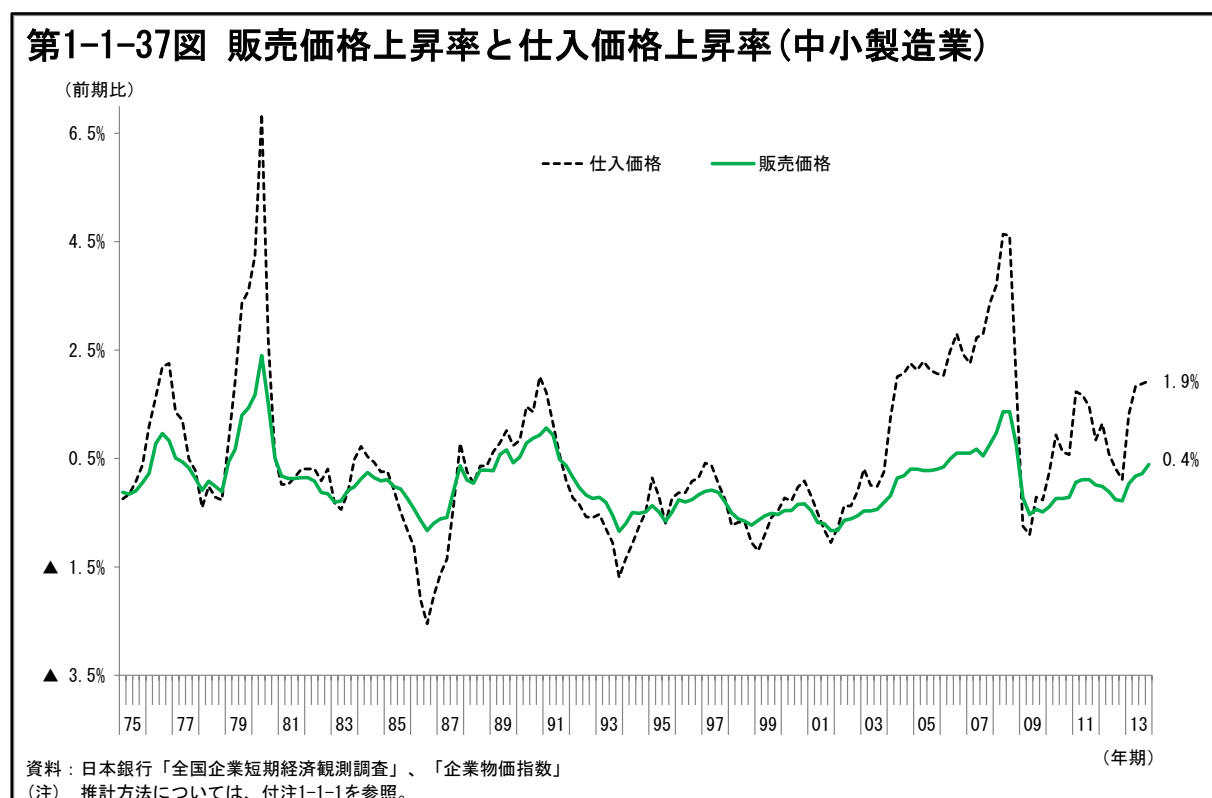


2. 中小製造業の販売価格及び仕入価格動向

● 上昇が続く中小製造業の仕入価格

- 5 では、こうした物価動向の中で、中小製造業の置かれた状況はどのようなものであったか見ていこう⁷。第 1-1-37 図は、1975 年以降の中小製造業の販売価格上昇率と仕入価格上昇率の推移を見たものである。これを見ると、70 年代半ば以降の中小製造業では、仕入価格の上昇に追随する形で、販売価格を上昇させていたことが分かる。しかしながら、2000 年以降は、販売価格が仕入価格の上昇に追いつけない状況となっている。
- 10 その格差は、リーマン・ショック直前の 2008 年第 3 四半期にピークに達している。2009 年に入ると、仕入価格、販売価格ともに下落に転じた。2010 年に入ると、仕入価格は再び上昇に転じたが、販売価格は 2010 年を通じ下落を続けた。2011 年以降も、中小製造業の販売価格は低迷を続け、足下の 2013 年第 4 四半期では、仕入価格が前期比 1.9% 上昇したのに対し、販売価格はわずか同 0.4% しか上昇していない。

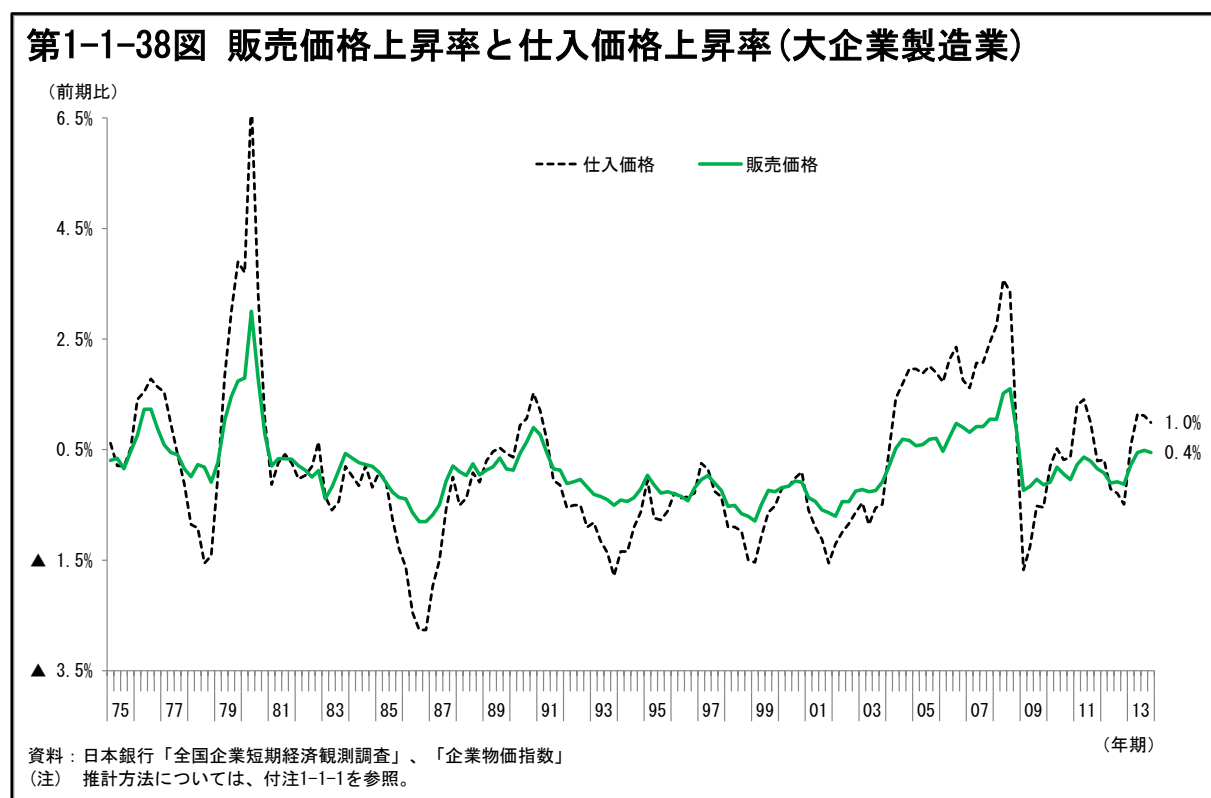
⁷ 以下では、日銀の企業物価指数（工業製品、原材料、中間財）と、日銀短観の販売価格 DI 及び仕入価格 DI を用いて、企業規模別の販売価格上昇率と仕入価格上昇率を推計している。推計の詳細は、付注 1-1-1 を参照。



● 大企業製造業の仕入価格上昇率は中小製造業を大きく下回る

- 5 他方、大企業製造業の状況を見ると（第 1-1-38 図）、中小製造業と同様、2000 年頃を境に、それまで仕入価格の上昇に追随していた販売価格が、仕入価格の上昇に追随できなくなっていることが分かる。2010 年に入ると、大企業製造業の仕入価格も上昇に転じたが、その伸び率は中小製造業を下回っていることが分かる。他方、販売価格は、中小製造業と同様に低迷を続けている。足下の 2013 年第 4 四半期を見ると、販売価格の上昇率は前期比 0.4%と中小製造業とほぼ同等である一方、仕入価格の上昇率は同 1.0%と中小製造業を大きく下回っている。
- 10

以上から、大企業製造業を上回る仕入価格の上昇に直面している中小製造業が、そのコスト増加分のかなりの部分を販売価格に転嫁できずにいる状況が見て取れる。



3. 低下が続く中小製造業の価格転嫁力と拡大する規模間格差

以下では、企業の価格転嫁の動向をより定量的にみるため、「付加価値デフレータ」を用いた企業規模別の「価格転嫁力指標」という新たな指標を作成し、その動きを「販売価格要因」と「仕入価格要因」の二つに分解する⁸。

そして、中小製造業及び大企業製造業の価格転嫁力（仕入価格の上昇分をどの程度販売価格に転嫁できているかを表す）の長期的な変化と、その変化をもたらしている要因を明らかにする。

● 価格転嫁力指標について

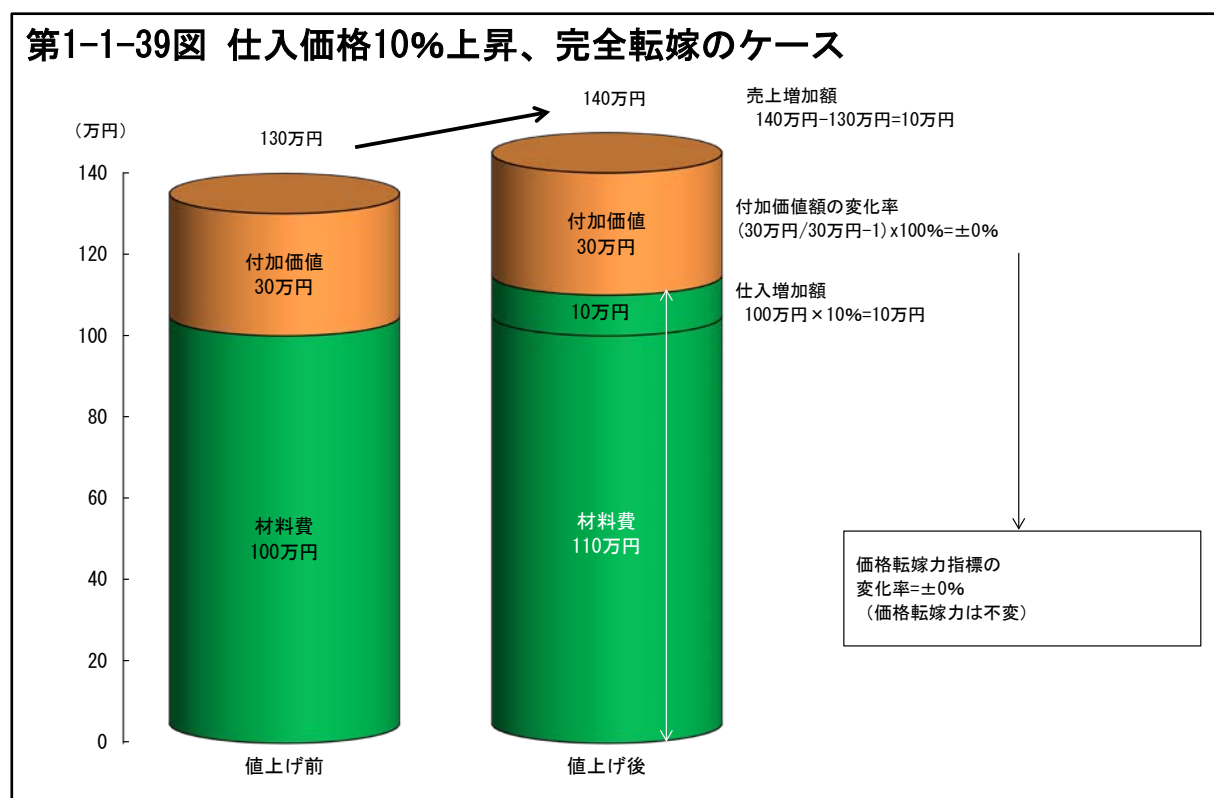
一般に、企業が仕入価格の上昇分をすべて販売価格に転嫁しようとした場合、必要な販売価格の上昇幅は、売上高に占める材料費の割合によって決まる。したがって、完全に転嫁できれば、売上高に販売価格の上昇率を乗じた額（売上増加額）は、材料費に仕入価格の上昇率を乗じた額（仕入増加額）と一致する。このとき、売上高から材料費を除いた額（付加価値額）の値上げ前後の変化率（＝価格転嫁力指標の変化率）

⁸ 「付加価値デフレータ」は、企業が生み出す付加価値の「価格」とも言うべきものである。付加価値は、企業の売上高（販売価格×販売数量）から材料費（仕入価格×仕入数量）を控除したものであるから、販売数量と仕入数量の関係を一定とすれば、付加価値デフレータの変化は、仕入価格の変化（仕入価格要因）と販売価格の変化（販売価格要因）によって決まる。したがって、この付加価値デフレータは、「価格転嫁の動向を見極めるための指標」といっても良い。詳細は、付注 1-1-1 (5) 参照。

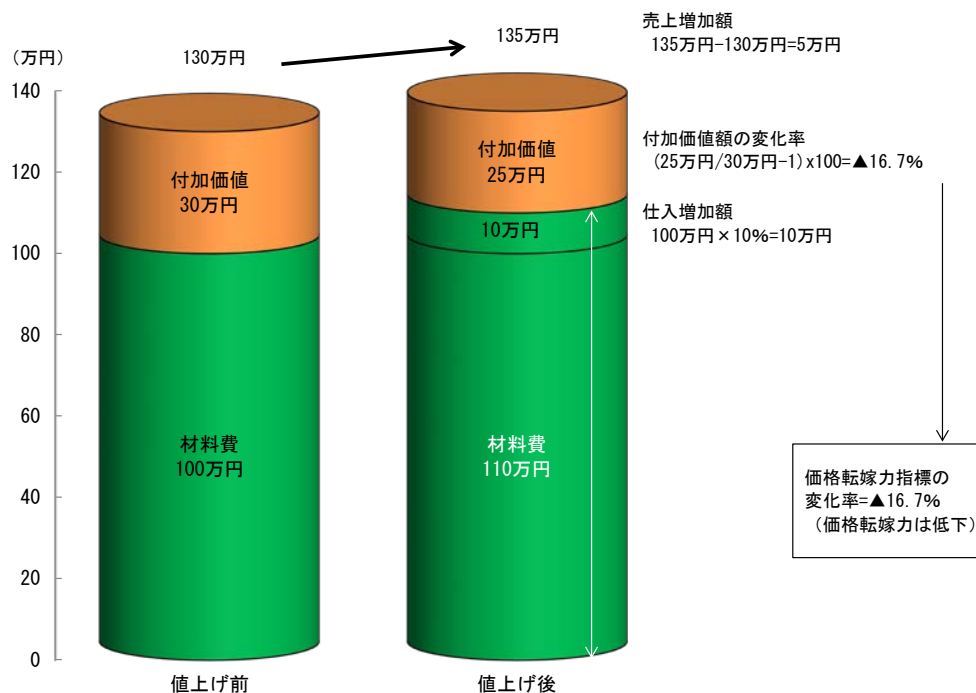
もゼロである（価格転嫁力は不変）（第1-1-39図）。

他方、完全に転嫁できなければ、売上増加額は仕入増加額を下回るため、売上高から材料費を除いた額（付加価値額）の値上げ前後の変化率（価格転嫁力指標の変化率）はマイナスとなる（価格転嫁力の低下）（第1-1-40図）。

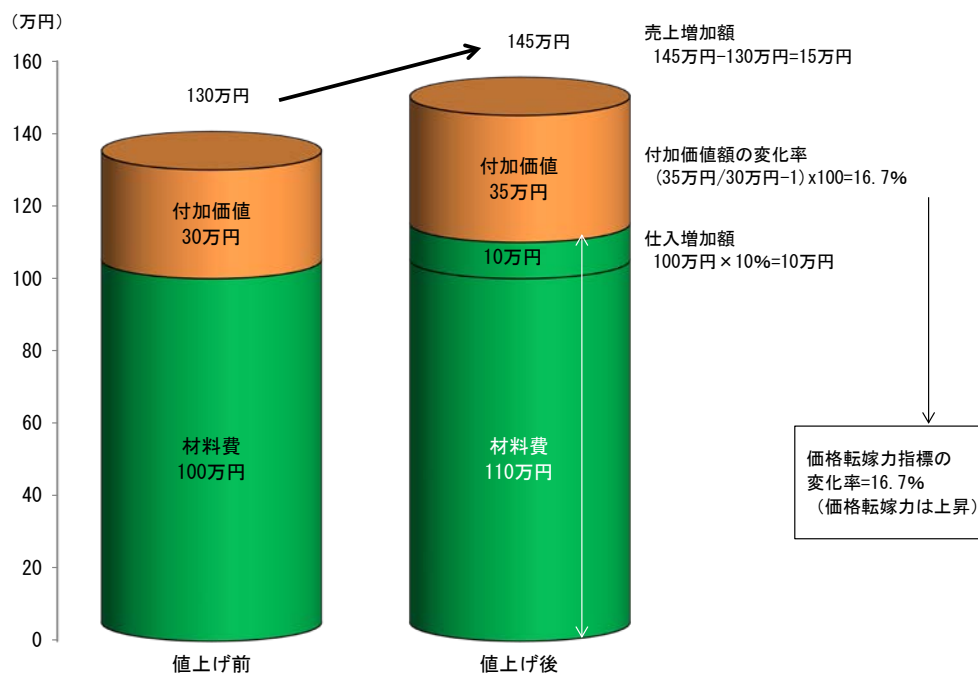
- 5 逆に、仕入価格の上昇以上に販売価格に追加的に転嫁する場合、売上増加額は仕入増加額を上回るため、売上高から材料費を除いた額（付加価値額）の値上げ前後の変化率はプラスとなる（価格転嫁力の上昇）（第1-1-41図）。



第1-1-40図 仕入価格10%上昇、一部転嫁のケース



第1-1-41図 仕入価格10%上昇、追加転嫁のケース

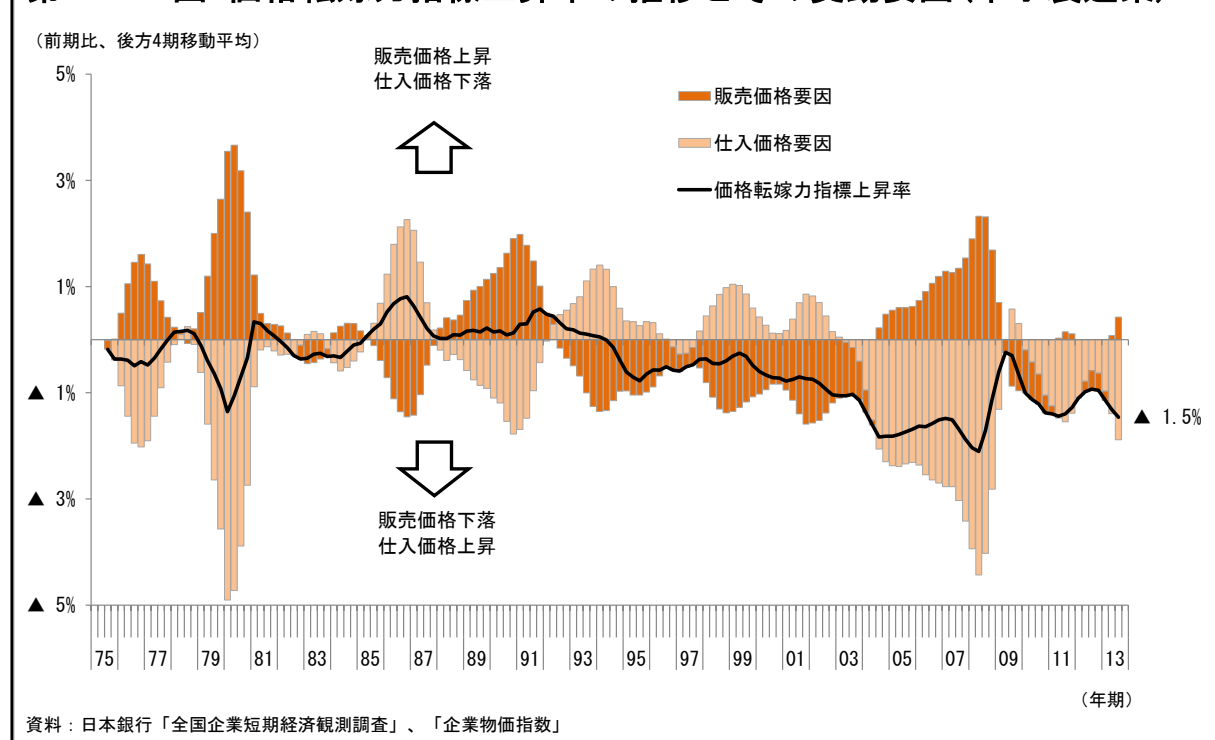


● 低下する中小製造業の価格転嫁力

第1-1-42図は、1970年代半ば以降の中小製造業の価格転嫁力指標の変動を販売価格要因と仕入価格要因に分解したものである。これを見ると、80年代に入り持続的な上昇をみせていた中小製造業の価格転嫁力指標は、90年代半ば頃になると、一転して下落に転じ、それ以降は長期的な低下傾向にある。販売価格要因と仕入価格要因の動きを見ると、低下の主因は、90年代半ばから2000年代半ばまでは、主に販売価格の上昇難であったことが分かる。1990年のバブル経済崩壊以降、我が国経済が長期のデフレに見舞われていた中、中小製造業の価格転嫁力は、仕入価格の下落を上回る販売価格の下落によって、大きく損なわれていたことが見て取れる。

他方、2000年代半ば以降は、逆に、販売価格の上昇を上回る大幅な仕入価格の上昇によって、中小製造業の価格転嫁力はさらに低下し続けたことが分かる。そして、リーマン・ショック後の仕入価格の急落によって、いったん回復したかに見えた中小製造業の価格転嫁力は、2010年に入ると、仕入価格が上昇に転じたことを受けて、再び低下し始めている。そして、この間、中小製造業の販売価格はほとんど上昇しておらず、販売価格への転嫁が進んでいないことを示している。足下の2013年第3四半期には、ようやく販売価格が上昇する兆しを見せているが、仕入価格も再び上昇しており、中小製造業の価格転嫁力は引き続き低下し続けている。

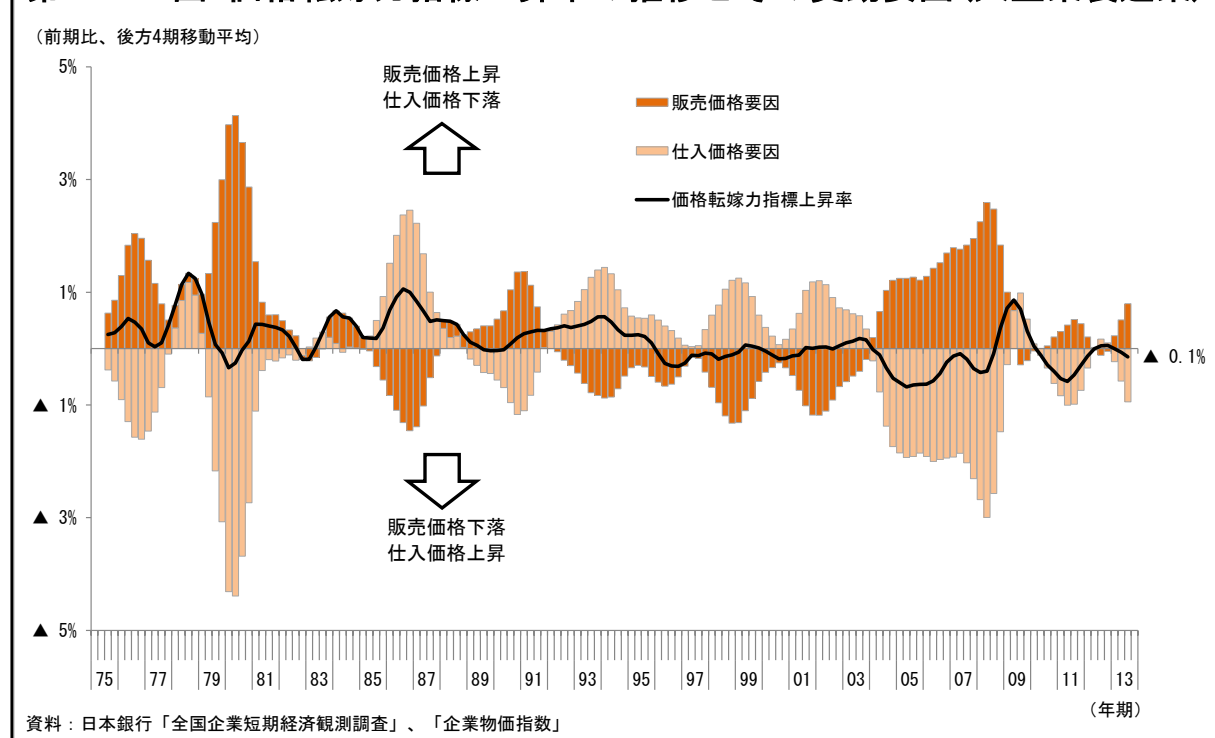
第1-1-42図 価格転嫁力指標上昇率の推移とその変動要因(中小製造業)



● 安定的に推移する大企業製造業の価格転嫁力

他方、大企業製造業の価格転嫁力の動きを見てみると（第1-1-43図）、1970年代半ば以降、ほぼゼロ近傍で推移しており、中小製造業とは対照的に、きわめて安定した動きをみせている。2000年代半ば以降及び2010年以降の二度の仕入価格上昇局面においても、大企業製造業の価格転嫁力の低下は、中小製造業に比べ相対的に小さなものにとどまっている。その要因は、大企業製造業の場合、仕入価格上昇局面における仕入価格の上昇幅が、中小製造業と比べて、相対的に小さいことにある。

第1-1-43図 価格転嫁力指標上昇率の推移とその変動要因(大企業製造業)

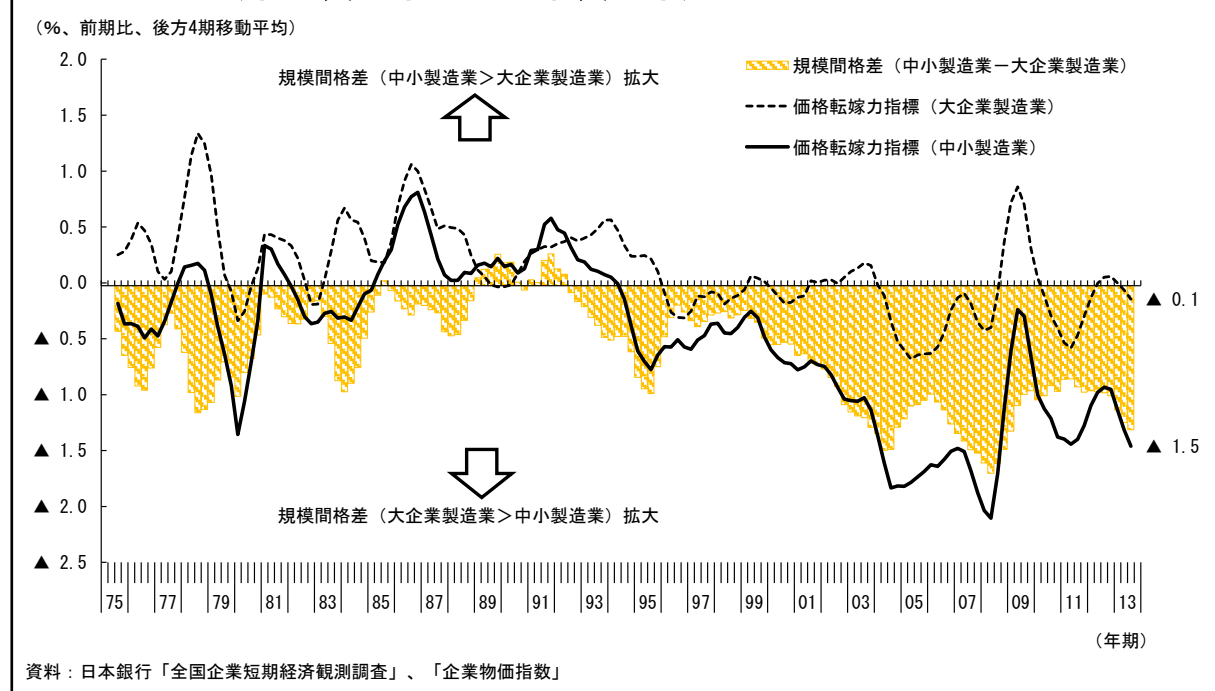


● 拡大する価格転嫁力の規模間格差

こうした中小製造業と大企業製造業の間の価格転嫁力の差（企業規模間格差）について、企業規模別の価格転嫁力指標によってその長期的な推移を見てみると（第1-1-44図）、1970年代半ば以降、企業規模間格差（中小製造業－大企業製造業）は、マイナスの時期が多く見られるものの、総じて、縮小する傾向にあることが見て取れる。我が国中小製造業の価格転嫁力は大企業製造業を常に下回ってはいたものの、その格差は縮小しつつあったことが分かる。

しかしながら、90年代に入ると、価格転嫁力の格差は急速な拡大に転じる。この間、景気拡張期においても、格差は目立った縮小を見せなくなっている。90年代を境に、中小製造業の価格転嫁力には、大きな構造変化が生じていたことが示唆されている⁹。リーマン・ショックの2008年前後に格差はいったん縮小に転ずるが、解消するまでには至らず、逆に2011年に入り再び拡大しつつある。中小製造業の収益環境は引き続き厳しい状況にあると言える。

第1-1-44図 価格転嫁力指標上昇率の規模間格差
(中小製造業－大企業製造業)



10

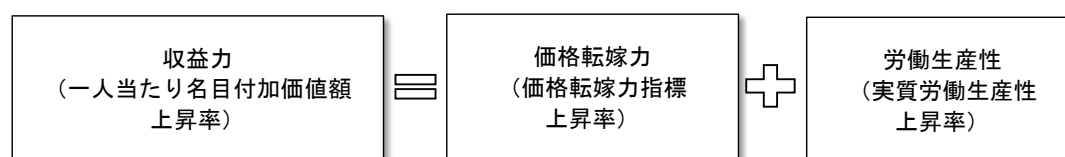
15

⁹ ここでいう「構造変化」としては、近年の中小製造業における一般機械や輸送機械、電気機械などといった加工組立型産業の比重の増加が挙げられる（付注1-1-2、付注1-1-3参照）。加工組立型産業の特徴は、部品や中間財の生産を中小製造業が担い、それを大企業に納入し、大企業は完成品を組み立てるといった企業規模間での垂直連携構造にある。中小製造業の価格転嫁力指標の長期的な低下は、こうした産業構造の変化、すなわち、加工組立型産業の比重が増加し、その結果、大企業に納入する立場の中小企業の割合が増えたことがその背景にあるものと考えられる。

4. 収益力の企業規模間格差とその変動要因

以下では、実際に中小製造業の価格転嫁力の低下が、どの程度、中小製造業の収益を圧迫しているかを見る。具体的には、一人当たり名目付加価値額（収益力）の変化を価格転嫁力指標の変化と実質労働生産性¹⁰の変化に分解する。なお、比較のために、大企業製造業についても、同様に、一人当たり名目付加価値額の変化を価格転嫁力指標の変化と実質労働生産性の変化に分解する（第 1-1-45 図）¹¹。

第1-1-45図 収益力と価格転嫁力、実質労働生産性の関係



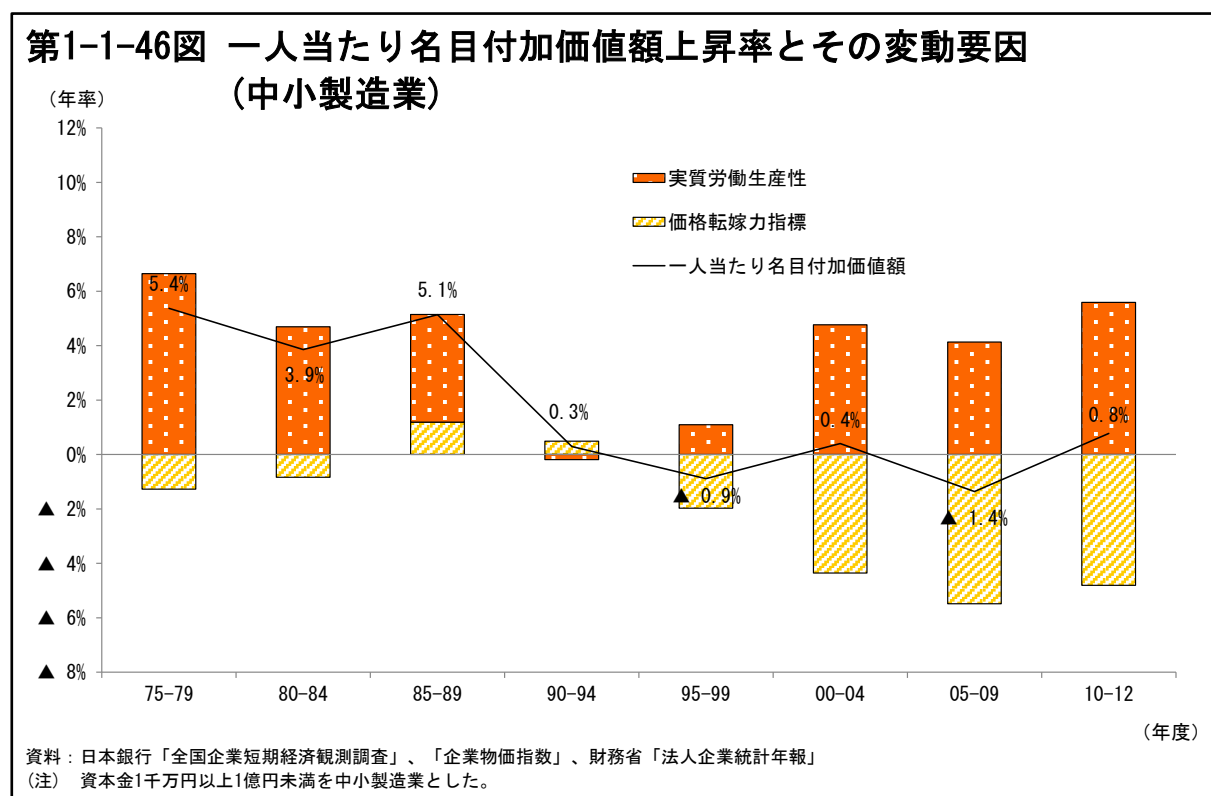
10 ● 収益力の低迷が続く中小製造業

まず、中小製造業について見てみると（第 1-1-46 図）、1970 年代後半から 80 年代まで、実質労働生産性の高い伸びにけん引され、年率 4～5%で推移していた中小製造業の一人当たり名目付加価値額の伸びは、90 年代に入ると、実質労働生産性上昇率の寄与が剥落したことを受けて、大きく縮小した。この間、中小製造業の価格転嫁力指標上昇率はゼロ近傍で推移しており、一人当たり名目付加価値額の伸びには大きな影響を与えていない。しかしながら、90 年代後半以降、実質労働生産性上昇率が回復に転ずる中、価格転嫁力指標がそれを上回る大幅な低下を続けたため、中小製造業の一人当たり名目付加価値額の伸びは、2010 年度以降に至るまで、ゼロ近傍で低迷を続けている。

70 年代から 80 年代にかけて実質労働生産性を上昇させる中で、価格転嫁力の低下を最小限に抑えてきた中小製造業は、90 年代半ば以降、価格転嫁力の大幅な低下によって、実質労働生産性の向上が収益力の改善に結びつかない状況に陥っている。

¹⁰ ここでいう「実質労働生産性」とは、「一人当たり名目付加価値額」から価格変動の影響を取り除いたもので、「一人当たり実質付加価値額」と定義される。以下では、簡単化のために「付加価値額」を「生産額」に置き換えて説明する。「一人当たり名目生産額」は、例えば、自動車メーカーであれば、従業者一人当たりの月間生産額（生産数量×価格）に相当する。この場合、価格変動の影響が含まれてしまっているので、生産性の変化が、従業者一人当たりの月間生産台数が変化したことによるものなのか、資材価格の変動によって乗用車一台当たりの価格が変化したことによるものなのか判別できない。他方、従業者一人当たりの実質生産額は、従業者数一人当たりの「生産数量」に相当する指標で、価格変動の影響が含まれない純粋な従業者一人当たりの月間生産台数を表すから、生産性指標としてはこちらの方が適切である。

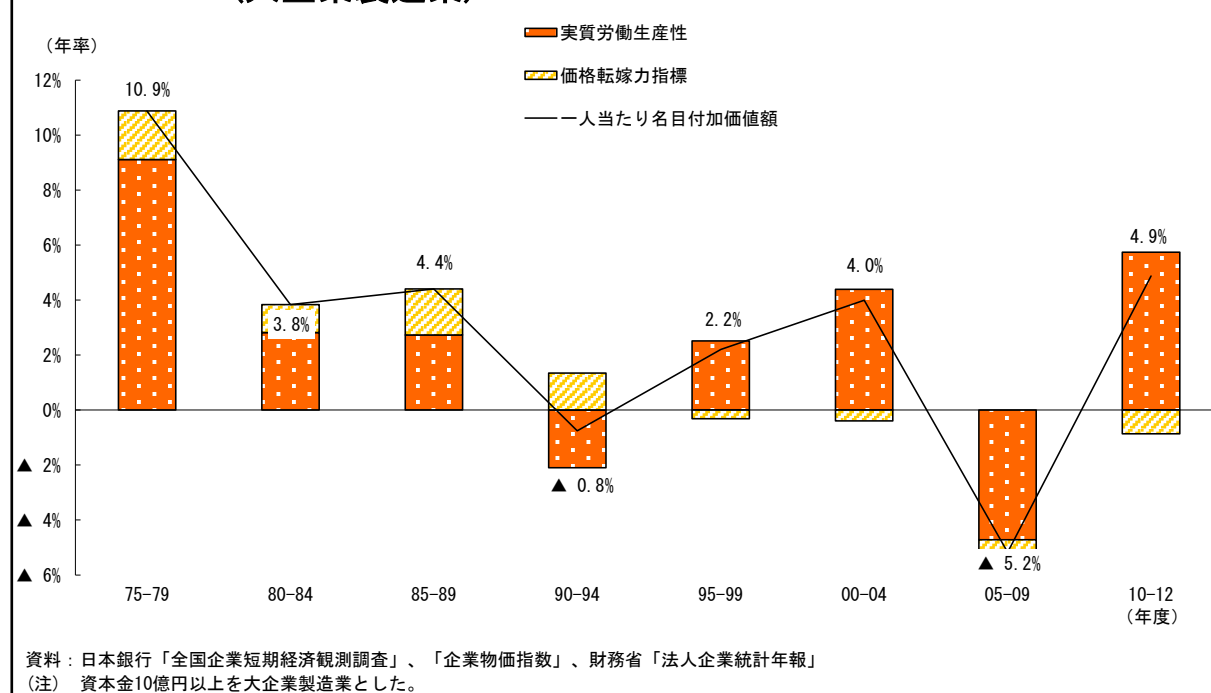
¹¹ 以下では、資本金 1 千万円以上 1 億円未満を中小製造業、資本金 10 億円以上を大企業製造業としている。



● 高い伸びを続ける大企業製造業の収益力

次に、大企業製造業を見てみると（第1-1-47図）、価格転嫁力指標上昇率が緩やかな縮小ないしは低下を続ける中、大企業製造業の収益力（一人当たり名目付加価値額上昇率）は、実質労働生産性上昇率の変化によってほぼ決定されていることが分かる。バブル経済崩壊直後の90年代前半やリーマン・ショックを含む2000年代後半には、実質労働生産性上昇率が大きくマイナスに転じたことを受けて、一人当たり名目付加価値額上昇率も大きくマイナスに転じている。これらの時期を除けば、大企業製造業の一人当たり名目付加価値額は、実質労働生産性の伸びに支えられて、年率4%前後の高い伸びを実現している。特に、2010年度以降は年率4.9%と、70年代後半以来の高い伸びとなっている。このように、近年の大企業製造業の収益力向上は、価格転嫁力の低下を最小限に抑える中、実質労働生産性を持続的に高めることで実現されているといえる。

第1-1-47図 一人当たり名目付加価値額上昇率とその変動要因
(大企業製造業)



● 拡大する収益力格差

最後に、一人当たり名目付加価値額上昇率（収益力）の企業規模間格差（中小製造業－大企業製造業）の推移とその変動要因を見てみよう（第 1-1-48 図）。

これを見ると、1980 年代から 90 年代前半にかけて、中小製造業の一人当たり名目付加価値額上昇率は、大企業製造業を上回っていたことが分かる。しかしながら、90 年代後半以降、この関係は逆転し、リーマン・ショックのあった 2000 年代後半を除き、中小製造業の一人当たり名目付加価値額の伸びは、大企業製造業を下回るようになっている。その要因を見ると、価格転嫁力指標要因が常にマイナス、すなわち、中小製造業の価格転嫁力指標の伸び率が常に大企業製造業を下回っていることが分かる。そうした状況は、原材料価格の高騰局面が続いた 2000 年代に入り、一層強まっている。

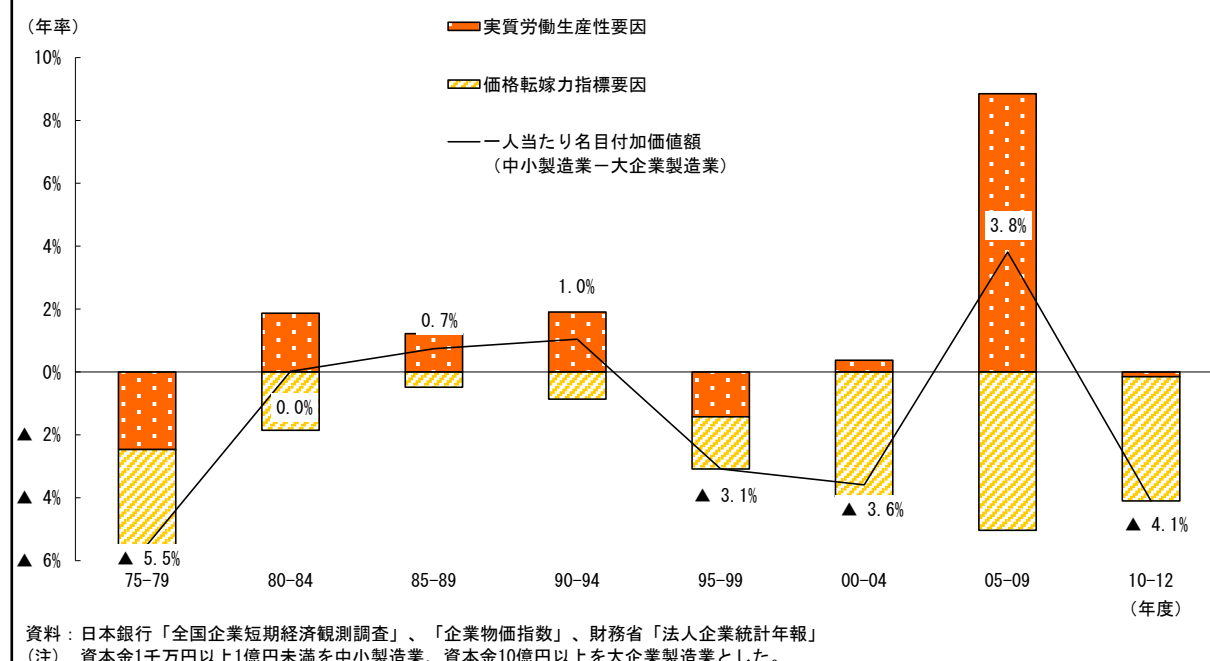
こうした中、80 年代から 90 年代前半までの間、中小製造業の一人当たり名目付加価値額（収益力）の伸びが大企業製造業を上回っていたのは、価格転嫁力で大企業に劣る中小製造業が、この間、大企業を上回る実質労働生産性の伸びを実現していたためであることが分かる。

しかしながら、90 年代後半以降、中小製造業の一人当たり名目付加価値額上昇率は、リーマン・ショックのあった 2000 年代後半を除き、価格転嫁力指標要因による下押し圧力によって、大企業製造業を大きく下回るようになっている。この間、実質労働生産性要因による規模間格差の上押しはほとんど消滅している。

このように、中小製造業と大企業製造業の間の収益力格差には、両者間の価格転嫁力の格差が構造的な下押し要因として大きく影響していることが分かった。

したがって、今後、中小製造業が、収益力（一人当たり名目付加価値額上昇率）の企業規模間格差を解消していくためには、価格転嫁力を高めるとともに、労働生産性を一層向上させることが求められる。

第1-1-48図 一人当たり名目付加価値額上昇率の企業規模間格差
(中小製造業－大企業製造業)とその変動要因



● まとめ

以上、中小製造業の価格転嫁力は、近年、大きく低下していることが分かった。そして、その要因として、中小製造業の仕入価格が大企業製造業を大きく上回って上昇していることを指摘した。その結果、中小製造業の収益力は、高い実質労働生産性の伸びを実現しているにもかかわらず、それを上回る価格転嫁力の低下によって、近年、低迷を続けている。

したがって、中小製造業が自身の収益力を高めるためには、高い実質労働生産性の伸びを持続させつつ、価格転嫁力を高めていくことが必要である（第1-1-49図）。

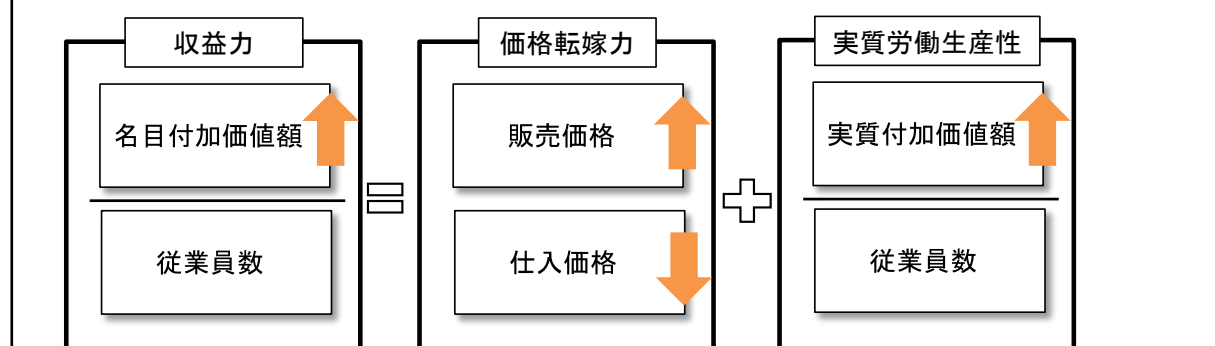
価格転嫁力は、仕入価格の上昇分をどれだけ販売価格に転嫁できるかで決まる。しかしながら、製品市場の需給動向に大きく依存する販売価格を企業自身の努力によって高めることは容易ではない。

他方、価格転嫁力の向上は、仕入価格の上昇を抑制することによっても達成できる。特に、近年のように、原材料価格の高騰が続く中では、仕入価格の上昇を少しでも抑

制することが、価格転嫁力の向上にとって不可欠となる。中小製造業の仕入価格上昇率が大企業を上回っている最大の要因は、中小製造業の原材料等の調達規模が大企業に比べ小さいことにある。そのため、原材料等の共同購入を目的とする組合を組織し、複数の中小企業が原材料等をまとめて購入することで、大量購入による仕入価格の引

加えて、実質労働生産性を高め、製品市場の需給変動に左右されない高い競争力を有するような高付加価値製品を継続的に市場に投入することができれば、生産コストの上昇局面においても、収益力の向上を実現できるようになるであろう。

第1-1-49図 中小製造業の収益力向上のための方策



次節では、中小製造業におけるこの実質労働生産性の現状とそれを向上させる方策について考察する。

第4節 実質労働生産性上昇率の企業規模間格差とその変動要因

前節では、中小製造業と大企業製造業の間の収益力格差を生み出す構造的要因として、中小製造業における価格転嫁力の低下を挙げた。

しかしながら、「生産性の向上」も収益力向上のための重要な要素である。そして、収益力を高めるための選択肢の一つとして前節で触れた製品の高付加価値化も、生産性の向上とは密接な関係にある。

そこで、本節では、前節で用いた規模別の実質労働生産性上昇率を、実質資本装備率の変化、実質資本回転率の変化及び実質付加価値率の変化の3つの要因に分解し、大企業製造業との比較において、中小製造業における生産性の実態と課題を明らかにする。

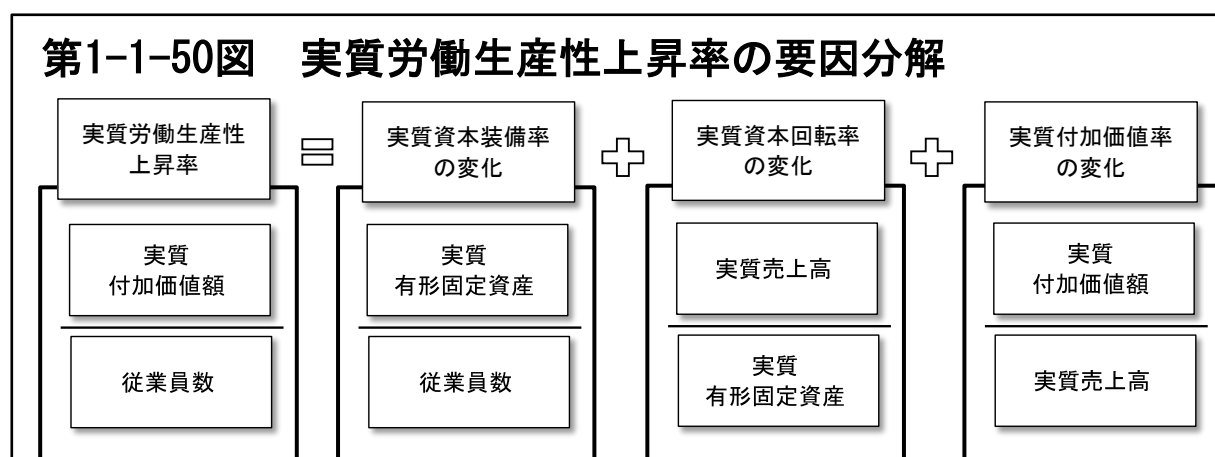
● 実質労働生産性上昇率の変動要因分解について

実質労働生産性上昇率は、実質資本装備率の変化、実質資本回転率の変化及び実質

付加価値率の変化の三つの要因に分解される。

ここで、「資本装備率」は、従業員一人当たりの有形固定資産と定義されるから、企業が設備投資を行えばその値は上昇する。「資本回転率」は、有形固定資産一単位当たりの売上高と定義され、生産設備一単位が生み出す売上高、すなわち生産設備の効率性（資本効率）を示すから、生産設備の効率性が上がればその値は上昇する。「付加価値率」は、売上高一単位当たりの付加価値額と定義され、売上高に含まれる付加価値額（人件費及び利益等）の割合を示すから、企業が付加価値の高い製品を作れば、その値は上昇する。

なお、労働生産性及びこれら三つの要因は、いずれも価格変化率で除す（実質化する）ことで、価格変動の影響を除いている。そして、実質労働生産性上昇率は、これら3つの要因の変化率の和として定義される¹²（第1-1-50図）。



● 中小製造業

はじめに、中小製造業の実質労働生産性上昇率の推移と、その変動要因について見てみよう（第1-1-51図）。

これを見ると、1970年代後半から90年代前半までの中小製造業の実質労働生産性の伸びは、活発な設備投資による実質資本装備率の高い伸びによってけん引されていたことが分かる。90年代後半に、金融機関によるいわゆる「貸し渋り」等により、実

¹² 各要因の定義を整理すれば、次のとおりである。

実質労働生産性上昇率＝実質資本装備率の変化＋実質付加価値率の変化＋実質資本回転率の変化

実質労働生産性＝実質付加価値／従業員数

実質資本装備率＝実質有形固定資産／従業員数

実質資本回転率＝実質売上高／実質有形固定資産

実質付加価値率＝実質付加価値／実質売上高

実質付加価値＝名目付加価値／規模別価格転嫁力指標

実質売上高＝売上高／規模別販売価格指数

実質有形固定資産＝名目有形固定資産／有形固定資産デフレーター

ただし、有形固定資産デフレータの伸び率はゼロとした。

質資本装備率の伸びは一時的にマイナスとなるが¹³、2000 年代前半には再びプラスに転じ、その後も実質労働生産性の伸びを下支えしている。この間、実質付加価値率の伸びは、プラザ合意後の円高不況に見舞われた 80 年代後半を除き、常にプラスで推移しており、実質労働生産性の伸びを下支えしている。特に、2000 年代後半以降は、

5 実質資本装備率に代わり、実質付加価値率の伸びが実質労働生産性の伸びをけん引していることが分かる。リーマン・ショックのあった 2000 年代後半及び足下の 2010 年度以降の 3 年間も、中小製造業の実質労働生産性の伸びは、実質付加価値率の伸びにけん引されて高い伸びをみせている。近年、中小製造業が、より高付加価値な製品の生産に注力していることが伺える。

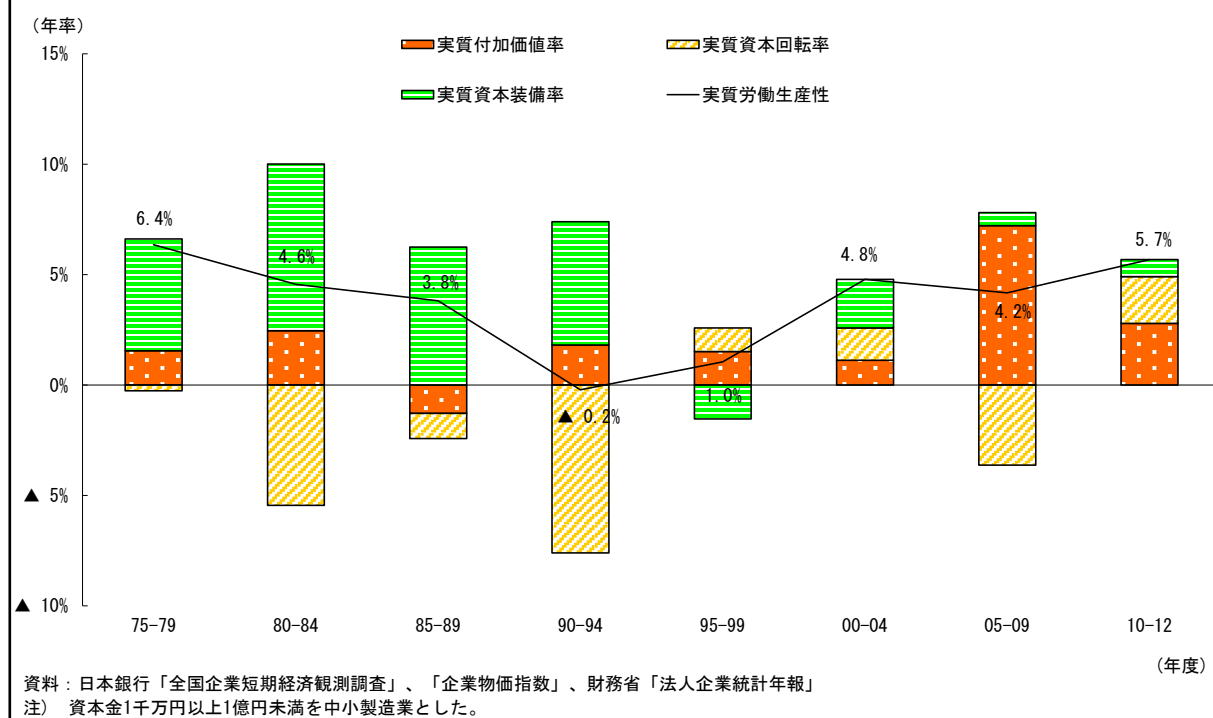
10 他方、実質資本回転率は、90 年代前半までは、マイナス寄与を続けており、この間の実質労働生産性の伸びに対する下押し要因となっている¹⁴。特に、バブル経済崩壊直後の 90 年代前半には、実質資本回転率の伸びが大きくマイナスとなったことを受けて、実質労働生産性上昇率もマイナスとなった。バブル経済の崩壊を受けて、売上高が、この間、大きく減少したことがその背景にあるものと考えられる。しかしなが

15 ら、90 年代後半以降は、リーマン・ショックのあった 2000 年代後半を除き、売上高の回復と設備投資の縮小を背景に、実質資本回転率の伸びはプラスを続けており、実質労働生産性の伸びを下支えしている。

¹³ この点に関し、例えば、鎌田・吉村（2010）では、「90 年代後半に顕在化したといわれている、金融機関によるいわゆる『貸し渋り』が、企業の資金調達を困難化させ、以前のような資本装備率の上昇を難しくした可能性がある」としている。

¹⁴ 90 年代前半までの実質資本回転率のマイナス寄与は、70 年代後半以降高い伸びを続けていた実質資本装備率を背景に、当時の中小製造業が設備過剰状態にあったことが示唆される。

第1-1-51図 実質労働生産性上昇率の推移とその変動要因(中小製造業)



● 大企業製造業

次に、大企業製造業を見てみよう（第 1-1-52 図）。

- 5 大企業製造業も、中小製造業と同様、70 年代後半から 80 年代にかけて、実質労働生産性は、活発な設備投資による実質資本装備率の伸びにけん引されて高い伸びを続けた。この間、実質付加価値率の動きを見ると、円高不況の 80 年代後半も含め、2000 年代まで、伸び率はゼロ近傍で推移しており、実質労働生産性上昇率にはほとんど影響を与えていない。この間、大企業製造業は、中小製造業とは対照的に、付加価値の低い汎用品を大量に生産していたことが伺える¹⁵。

90 年代前半は、中小製造業と同様、実質資本装備率の高い伸びにもかかわらず、バブル経済崩壊による売上高の減少を背景に、実質資本回転率の伸びが大きくマイナスとなったのを受けて、実質労働生産性上昇率は一時的にマイナスとなった。

- 15 しかしながら、90 年代後半に入ると、上昇を続ける実質資本装備率に加えて、実質資本回転率も上昇に転じたことから、実質労働生産性上昇率は再びプラスに転じた。2000 年代に入ると、実質資本回転率の伸びによって、実質労働生産性上昇率はさらに押し上げられた。

2000 年代後半は、リーマン・ショックの影響もあり、実質資本回転率の伸びがマイ

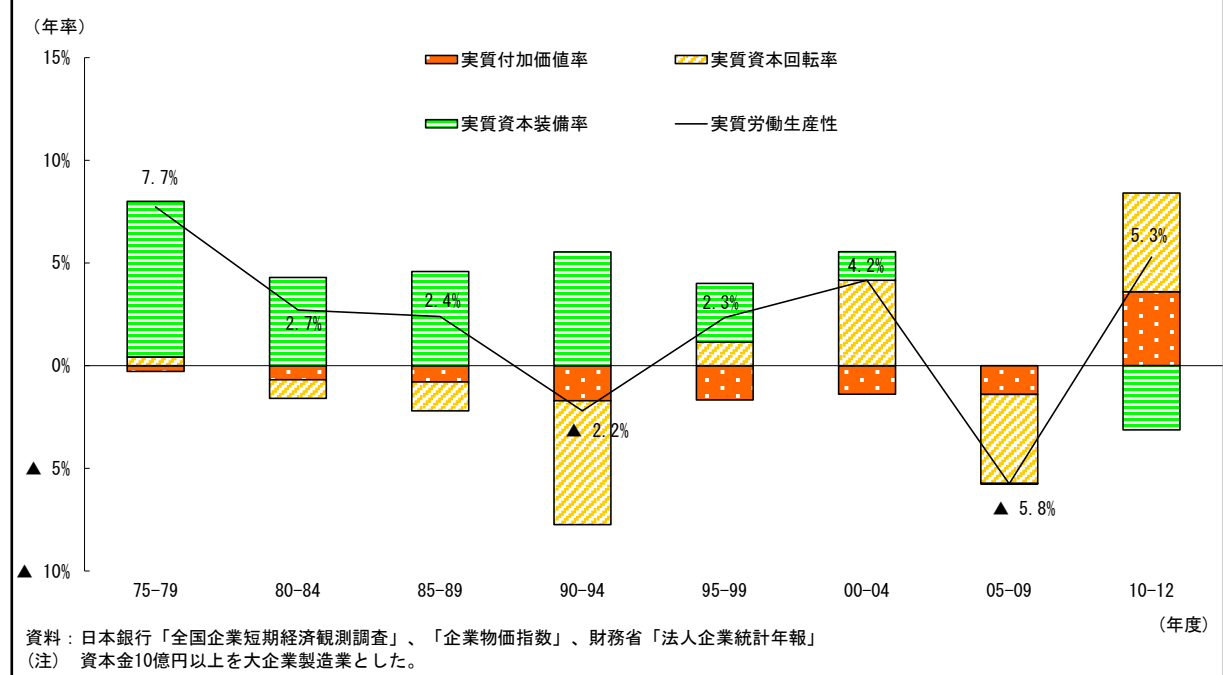
¹⁵ 例えば、中小企業白書(1991)では、「中小企業の付加価値率の上昇率は大企業を上回っており、80 年代における消費者ニーズの高度化、円高の進行等の環境変化に対して中小企業が積極的に高付加価値化を図ることにより対応してきたことがうかがわれる。」としている。

ナスに転じ、大企業製造業の実質労働生産性上昇率も大幅なマイナスとなったが、2010年度以降は、再びプラスに転じている。

この2010年度以降の実質労働生産性の高い伸びをけん引したのは、それまで実質労働生産性上昇率の下押し要因であった実質付加価値率である。70年代後半以降、ゼロ近傍で推移していた実質付加価値率の伸びは、2010年度以降、一転して大幅なプラスとなっている。海外との競争が厳しさを増していることや為替レートが円高方向に推移した中、大企業製造業が国内で生産する製品の高付加価値化に注力し始めたことが伺える。

他方、実質資本装備率は、この間、70年代後半以降ではじめて大きくマイナスに転じている。2010年度以降、大企業製造業の従業員数は増加していないから、この間、大企業製造業が、過去にない規模で過剰生産設備の廃棄を進めたことが見て取れる。したがって、2010年度以降の実質資本回転率の高い伸びは、そのかなりの部分が設備廃棄の結果を反映したものと考えられる。

第1-1-52図 実質労働生産性上昇率の推移とその変動要因
(大企業製造業)



● 企業規模間格差の推移とその要因

最後に、以上の結果を用いて、実質労働生産性上昇率の企業規模間格差の推移とその変動要因を見てみる。

第1-1-53図は、実質労働生産性上昇率の企業規模間格差（中小製造業－大企業製造業）を、実質資本装備率要因、実質付加価値率要因及び実質資本回転率要因の三つ

に分解したものである。

これを見ると、1980 年代から 90 年代前半にかけて、中小製造業の実質労働生産性上昇率は、大企業製造業を上回っていたことが分かる。その要因を見てみると、実質付加価値率要因の寄与が大きいことが分かる。実質付加価値率要因は、この間、円高不況に見舞われた 80 年代後半を除き、大きくプラスとなっており、当時の中小製造業が、大企業製造業と比べ、より多品種・少量生産に特化し、高付加価値製品を軸とする生産体制を展開していたことが伺える¹⁶。

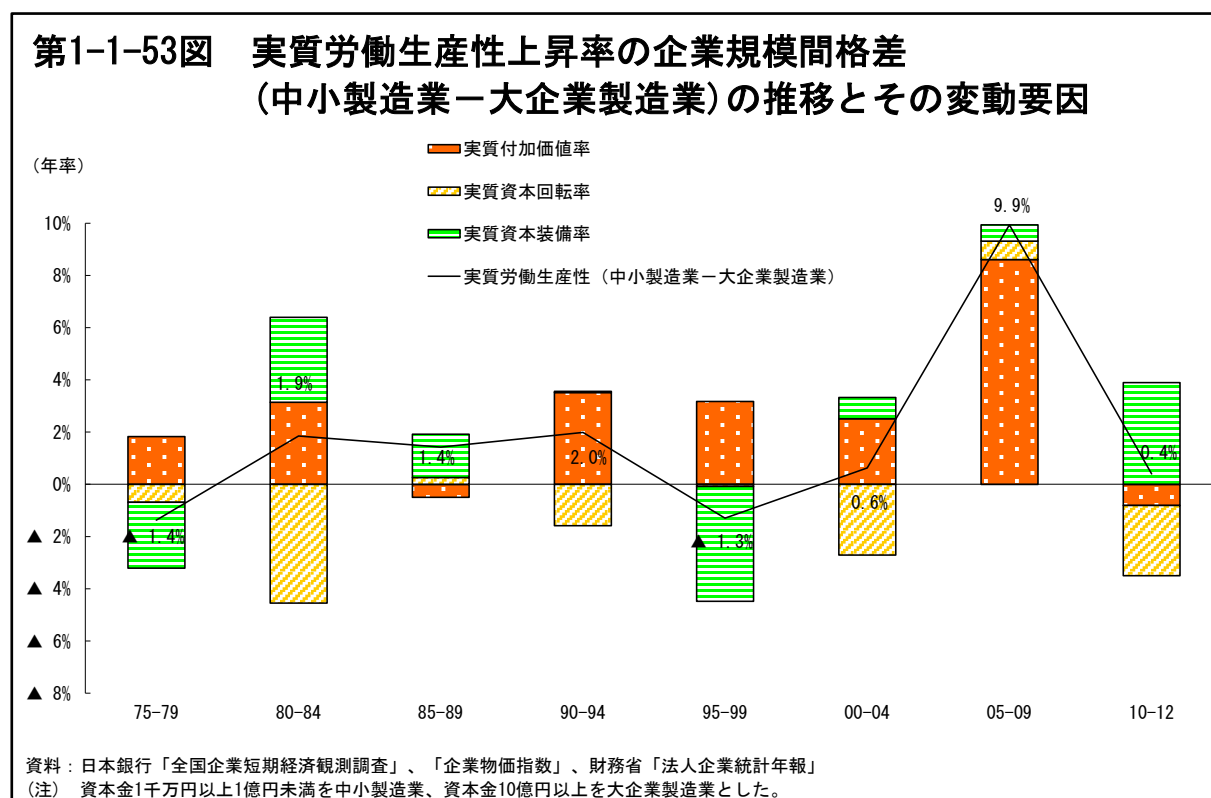
実質資本装備率要因も、80 年代には大きくプラスとなっており、中小製造業の実質労働生産性上昇率が大企業製造業を上回る要因となっている。

他方、実質資本回転率要因は、多くの期間でマイナスとなっている。これは、中小製造業の生産設備の効率性が、大企業製造業と比べ、相対的に低いことが要因である。経営規模の小さい中小製造業にとって、こうした生産設備の低効率性は「構造的要因」とも呼ぶべきものである。

ところが、90 年代後半以降は、リーマン・ショックにより大企業の実質労働生産性上昇率が大きく低下した 2000 年代後半を除き、中小製造業と大企業製造業の間の実質労働生産性上昇率格差はほとんど消滅してしまっている。その要因は、90 年代後半については、金融機関によるいわゆる「貸し渋り」等により、実質資本装備率要因が一時的に大きくマイナスに転じたことが大きい。

しかしながら、2000 年代前半以降は、それまでとは状況が大きく異なっている。90 年代前半までは、実質資本回転率要因がマイナスとなっても、実質付加価値率要因又は実質資本装備率要因がそれを上回って伸びることで、大企業を上回る実質労働生産性の伸びを実現していた。ところが、2000 年代前半以降は、実質付加価値率要因又は実質資本装備率要因の伸びが、実質資本回転率要因のマイナスを大きく上回ることができなくなっている。すなわち、近年の中小製造業は、設備投資や製品の高付加価値化の努力を引き続き行ってはいるものの、経営規模の小ささに起因する構造的な要因ともいえる実質資本回転率要因のマイナスを上回ることができず、かつて 80 年代から 90 年代前半に見られたような、大企業を上回る実質労働生産性の伸びを実現することができなくなっている。

¹⁶ 前掲脚注 15 を参照。



● まとめ

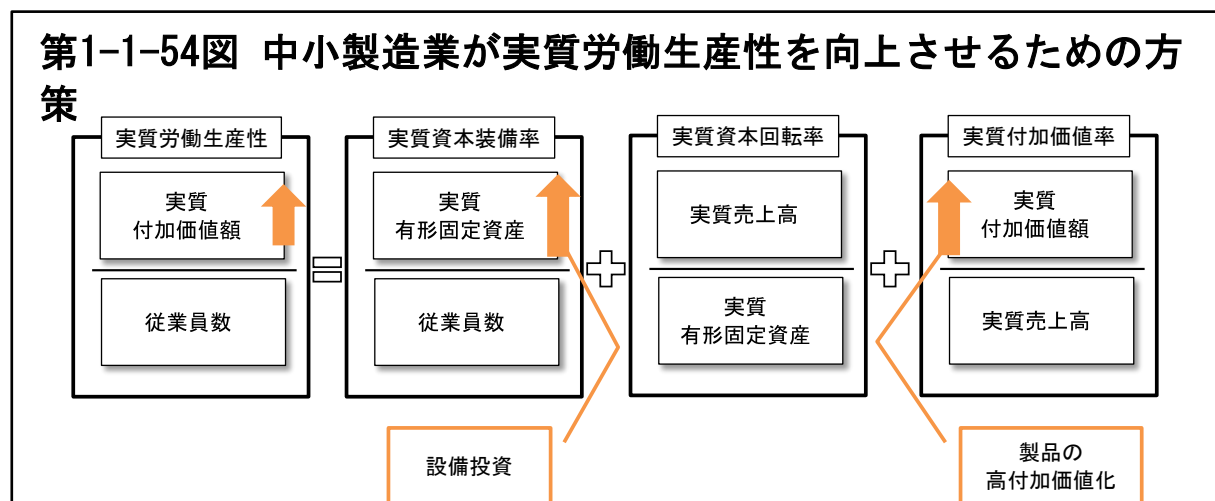
5 経営規模の小さな中小製造業にとって、構造的要因ともいえる実質資本回転率を飛躍的に向上させることは容易ではない。しかしながら、今後、大企業製造業を上回るような高い実質労働生産性上昇率を持続させなければ、前節でみた価格転嫁力に加えて、今後、実質労働生産性上昇率も企業規模間の収益力格差の下押し要因となることが懸念される。

10 我が国経済が、90年代後半以降のデフレからようやく抜け出そうとしている今、価格の下落、売上・収益の減少、賃金の抑制、消費の低迷、価格の下落といったデフレ経済特有の悪循環を断ち切るためにも、中小製造業は、コストカットによる低価格競争を通じた収益力の維持だけでなく、製品の高付加価値化や需要を増やすことを通じた収益力の向上を目指すことが望まれる。それは、中小製造業が、大企業を上回るような高い実質労働生産性の伸びを実現し、かつて80年代から90年代前半のような輝きを取り戻すことにほかならない。そのためには、中小製造業は、今後も設備投資を

15 続けていくことで実質資本装備率の伸びを維持しつつ、製品の高付加価値化に向けた

努力を一層強化して実質付加価値率を持続的に高めていくことが必要である¹⁷。中小製造業には、設備投資と高付加価値化の二つの方向性による実質労働生産性の向上が求められることを最後に提案して、本節の締めくくりとしたい（第 1-1-54 図）。

第1-1-54図 中小製造業が実質労働生産性を向上させるための方策



¹⁷ 「製品の高付加価値化」の具体的なイメージとして、日用品等の生活関連産業の例を挙げると、①素材、技術、伝統等への「こだわり」を突き詰め、コンセプト及びターゲットを明確にした上で製品企画を行うこと、②経営者がデザインを重要な経営資産として認識すること、③独自の視点で生活者と直接の接点を持ち、顧客の声を収集し、それを製品にフィードバックすること、④産業の枠を超えた連携を試みること、⑤世界の高付加価値市場をターゲットとして意識し、市場開拓・ブランド構築を行うこと、などが高付加価値化実現に向けた効果的な方策として提案されている（経済産業省「生活関連産業（日用品）の高付加価値化に向けた提言」（平成 19 年 1 月））。

付注 1-1-1 規模別販売価格上昇率、仕入価格上昇率及び価格転嫁力指標上昇率の推計

ここでは、日銀短観の販売価格 D I 及び仕入価格 D I の回答企業割合（「上昇」、「持ち合い」及び「下落」）を用いて、企業規模別の販売価格上昇率及び仕入価格上昇率を推計する方法について説明する¹⁸。

(1) 前提

- ① 企業が実感している価格上昇率の母集団は正規分布に従う。
- ② 実感している価格上昇率がある閾値（ $\pm c$ %）を超えた場合、企業は「上昇」又は「下落」と答える。
- ③ 閾値 c は企業規模に依存しない。
- ④ 企業が実感している価格上昇率と、実際の回答（上昇、持ち合い、下落）の間にはバイアス（販売価格には下方バイアス、仕入価格には上方バイアス）が存在する。
- ⑤ 企業が実感する価格上昇率の期間平均は、実際の価格上昇率の期間平均と一致する。
- ⑥ 企業が実感する価格上昇率の標準偏差の期間平均は、全期間を通じた実際の価格上昇率の標準偏差と一致する。

(2) 販売価格上昇率の推計

企業規模 i ($i = 1, 2, 3$) に属する企業のうち t 期に販売価格が「上昇」と回答した企業の割合を r_{1it} 、「下落」と回答した企業の割合を r_{3it} 、上昇していると感じ、かつ、実際に「上昇」と回答した企業の割合（不偏回答率）を ρ_{it} 、企業物価指数（工業製品）の上昇率を π_t 、その標準偏差を σ_{π} 、観測期間（ここでは、1975 年第 1 四半期から 2013 年第 4 四半期までの 156 四半期）を T 、標準正規分布の累積密度関数を $\Phi(\cdot)$ とすれば、企業規模 i に属する企業の販売価格上昇率の母集団平均 μ_{it} とその標準偏差 σ_{it} は以下のようにして算出できる。

前提①、②、③、④より、

$$r_{1it} = \rho_{it} \left\{ 1 - \Phi \left(\frac{c - \mu_{it}}{\sigma_{it}} \right) \right\}, \quad (1)$$

$$r_{3it} = \Phi \left(\frac{-c - \mu_{it}}{\sigma_{it}} \right), \quad (2)$$

¹⁸ 本推計は、主に鎌田・吉村（2010）に基づいている。

ここで、 α'_{it} 、 β_{it} を以下のように定義する。

$$\alpha'_{it} \equiv \Phi^{-1} \left(1 - \frac{r_{1it}}{\rho_{it}} \right), \quad (3)$$

$$\beta_{it} \equiv \Phi^{-1}(r_{3it}), \quad (4)$$

(1)～(4)式を μ_{it} と σ_{it} について解くと、

$$\mu_{it} = -c \frac{\alpha'_{it} + \beta_{it}}{\alpha'_{it} - \beta_{it}}, \quad (5)$$

$$\sigma_{it} = 2c \frac{1}{\alpha'_{it} - \beta_{it}}, \quad (6)$$

前提⑤及び⑥より、

$$\sum_t \mu_t = \sum_t \pi_t, \quad (7)$$

$$\sum_t \sigma_t = T \sigma_\pi, \quad (8)$$

ここで、企業規模 i に属する企業の売上シェアを s_i とし、中小企業($i=1$)の売上シェアを s_x 、中堅企業($i=2$)の売上シェアを s_y 、大企業($i=3$)の売上シェアを s_z 、これらの企業が実感する販売価格上昇率の共分散をそれぞれ $\sigma_{xt,yt}^2$ 、 $\sigma_{yt,zt}^2$ 、 $\sigma_{xt,zt}^2$ とすれば、全企業規模合計の販売価格上昇率の母集団平均 μ_t 及びその標準偏差 σ_t は、次のように定義される。なお、各企業規模の売上シェアには、日銀短観の企業規模別売上高（2010 年度、実額）を用いた。

$$\mu_t \equiv \sum_i s_i \mu_{it}, \quad (9)$$

$$\sigma_t \equiv \left(s_x s_y \sigma_{xt,yt}^2 + s_y s_z \sigma_{yt,zt}^2 + s_x s_z \sigma_{xt,zt}^2 \right)^{1/2}, \quad (10)$$

したがって、

$$\sum_t x_t = \sum_t \sum_i s_i \mu_{it} = -c \sum_t \sum_i s_i \frac{\alpha'_{it} + \beta_{it}}{\alpha'_{it} - \beta_{it}}, \quad (11)$$

$$\begin{aligned}
 T\sigma_\pi &= \sum_t (s_x s_y \sigma_{xt,yt}^2 + s_y s_z \sigma_{yt,zt}^2 + s_x s_z \sigma_{xt,zt}^2)^{1/2} \\
 &= \sum_t (s_x s_y \psi_{xy} \sigma_{xt} \sigma_{yt} + s_y s_z \psi_{yz} \sigma_{yt} \sigma_{zt} + s_x s_z \psi_{xz} \sigma_{xt} \sigma_{zt})^{1/2} \\
 &= 2c \sum_t \left(s_x s_y \psi_{xy} \frac{1}{\alpha'_{xt} - \beta_{xt}} \frac{1}{\alpha'_{yt} - \beta_{yt}} + s_y s_z \psi_{yz} \frac{1}{\alpha'_{yt} - \beta_{yt}} \frac{1}{\alpha'_{zt} - \beta_{zt}} \right. \\
 &\quad \left. + s_x s_z \psi_{xz} \frac{1}{\alpha'_{xt} - \beta_{xt}} \frac{1}{\alpha'_{zt} - \beta_{zt}} \right)^{1/2}, \tag{12}
 \end{aligned}$$

(11)式、(12)式から c を消去すると、

$$\begin{aligned}
 -2 \frac{\sum_t \pi_t}{T\sigma_\pi} \sum_t \left(s_x s_y \psi_{xy} \frac{1}{\alpha'_{xt} - \beta_{xt}} \frac{1}{\alpha'_{yt} - \beta_{yt}} + s_y s_z \psi_{yz} \frac{1}{\alpha'_{yt} - \beta_{yt}} \frac{1}{\alpha'_{zt} - \beta_{zt}} \right. \\
 \left. + s_x s_z \psi_{xz} \frac{1}{\alpha'_{xt} - \beta_{xt}} \frac{1}{\alpha'_{zt} - \beta_{zt}} \right)^{1/2} = \sum_t \sum_i s_i \frac{\alpha'_{it} + \beta_{it}}{\alpha'_{it} - \beta_{it}}, \tag{13}
 \end{aligned}$$

5 ただし、 ψ_{xy} は中小企業が実感する販売価格上昇率と中堅企業が実感する販売価格上昇率の相関係数、 ψ_{yz} は中堅企業が実感する販売価格上昇率と大企業が実感する販売価格上昇率の相関係数、 ψ_{xz} は中小企業が実感する販売価格上昇率と大企業が実感する販売価格上昇率の相関係数で、それぞれ以下の条件を満たす。

$$\begin{cases} \psi_{xy} = 1, & \text{for } x = y, \\ -1 \leq \psi_{xy} \leq 1, & \text{for } x \neq y, \\ \psi_{yz} = 1, & \text{for } y = z, \\ -1 \leq \psi_{yz} \leq 1, & \text{for } y \neq z, \\ \psi_{xz} = 1, & \text{for } x = z, \\ -1 \leq \psi_{xz} \leq 1, & \text{for } x \neq z, \end{cases} \tag{14}$$

10

特に、 $\psi_{xy} = 1$ かつ $\psi_{yz} = 1$ かつ $\psi_{xz} = 1$ の場合、(13)式は次式のように簡略化される。

$$-2 \frac{\sum_t \pi_t}{T\sigma_\pi} \sum_t \sum_i s_i \frac{1}{\alpha'_{it} - \beta_{it}} = \sum_t \sum_i s_i \frac{\alpha'_{it} + \beta_{it}}{\alpha'_{it} - \beta_{it}}, \tag{15}$$

15

ここで、 ρ_{it} を以下のように定義する。

$$\rho_{it} = (1 - \theta) \frac{r_{1it}}{1 - r_{3it}} + \theta, \quad (16)$$

ただし、

$$0 \leq \rho_{it} \leq 1, \quad 0 \leq \theta \leq 1, \quad (17)$$

ここで、(3)式、(4)式、(16)式を(15)式に代入すれば、 θ が得られる。

さらに、(11)式を変形すると、

$$c = - \frac{\sum_t \pi_t}{\sum_t \sum_i s_i \frac{\alpha_{it} + \beta_{it}}{\alpha_{it} - \beta_{it}}}, \quad (18)$$

(3)式、(4)式、(16)式を(18)式に代入すれば、 c が得られる。

最後に、(18)式を(5)式と(6)式に代入すれば、 μ_{it} と σ_{it} が得られる。

(3) 仕入価格上昇率の推計

企業規模 i ($i = 1, 2, 3$) に属する企業のうち t 期に仕入価格が「上昇」と回答した企業の割合を r_{1it} 、「下落」と回答した企業の割合を r_{3it} 、下落していると感じ、かつ、実際に「下落」と回答した企業の割合（不偏回答率）を ρ_{it} 、企業物価指数（素原材料＋中間財）の上昇率を π_t 、その標準偏差を σ_π 、観測期間（ここでは、1975 年第 1 四半期から 2013 年第 4 四半期までの 156 四半期）を T 、標準正規分布の累積密度関数を $\Phi(\cdot)$ とすれば、企業規模 i に属する企業の仕入価格上昇率の母集団平均 μ_{it} とその標準偏差 σ_{it} は以下のようにして算出できる。

前提①、②、③、④より、

$$r_{1it} = \left\{ 1 - \Phi \left(\frac{c - \mu_{it}}{\sigma_{it}} \right) \right\}, \quad (1)$$

$$r_{3it} = \Phi \left(\frac{-c - \mu_{it}}{\sigma_{it}} \right), \quad (2)$$

ここで、 α_{it} 、 β'_{it} を以下のように定義する。

$$\alpha_{it} \equiv \Phi^{-1}(1 - r_{1it}) \quad (3)$$

$$\beta'_{it} \equiv \Phi^{-1}\left(\frac{r_{3it}}{\rho_{it}}\right), \quad (4)$$

(1)～(4)式を μ_{it} と σ_{it} について解くと、

$$\mu_{it} = -c \frac{\alpha_{it} + \beta'_{it}}{\alpha_{it} - \beta'_{it}}, \quad (5)$$

$$\sigma_{it} = 2c \frac{1}{\alpha_{it} - \beta'_{it}}, \quad (6)$$

前提⑤及び⑥より、

$$\sum_t \mu_t = \sum_t \pi_t, \quad (7)$$

$$\sum_t \sigma_t = T \sigma_\pi, \quad (8)$$

ここで、企業規模 i に属する企業の売上シェアを s_i とし、中小企業($i=1$)の売上シェアを s_x 、中堅企業($i=2$)の売上シェアを s_y 、大企業($i=3$)の売上シェアを s_z 、これらの企業が実感する仕入価格上昇率の共分散をそれぞれ $\sigma_{xt,yt}^2$ 、 $\sigma_{yt,zt}^2$ 、 $\sigma_{xt,zt}^2$ とすれば、全企業規模合計の仕入価格上昇率の母集団平均 μ_t 及びその標準偏差 σ_t は、次のように定義される。なお、各企業規模の売上シェアには、日銀短観の企業規模別売上高（2010 年度、実額）を用いた。

$$\mu_t \equiv \sum_i s_i \mu_{it}, \quad (9)$$

$$\sigma_t \equiv \left(s_x s_y \sigma_{xt,yt}^2 + s_y s_z \sigma_{yt,zt}^2 + s_x s_z \sigma_{xt,zt}^2 \right)^{1/2}, \quad (10)$$

したがって、

$$\sum_t \pi_t = \sum_t \sum_i s_i \mu_{it} = -c \sum_t \sum_i s_i \frac{\alpha_{it} + \beta'_{it}}{\alpha_{it} - \beta'_{it}}, \quad (11)$$

$$\begin{aligned}
 T\sigma_\pi &= \sum_t (s_x s_y \sigma_{xt,yt}^2 + s_y s_z \sigma_{yt,zt}^2 + s_x s_z \sigma_{xt,zt}^2)^{1/2} \\
 &= \sum_t (s_x s_y \psi_{xy} \sigma_{xt} \sigma_{yt} + s_y s_z \psi_{yz} \sigma_{yt} \sigma_{zt} + s_x s_z \psi_{xz} \sigma_{xt} \sigma_{zt})^{1/2} \\
 &= 2c \sum_t \left(s_x s_y \psi_{xy} \frac{1}{\alpha_{xt} - \beta'_{xt}} \frac{1}{\alpha_{yt} - \beta'_{yt}} + s_y s_z \psi_{yz} \frac{1}{\alpha_{yt} - \beta'_{yt}} \frac{1}{\alpha_{zt} - \beta'_{zt}} \right. \\
 &\quad \left. + s_x s_z \psi_{xz} \frac{1}{\alpha_{xt} - \beta'_{xt}} \frac{1}{\alpha_{zt} - \beta'_{zt}} \right)^{1/2}, \tag{12}
 \end{aligned}$$

(11)式、(12)式から c を消去すると、

$$\begin{aligned}
 -2 \frac{\sum_t \pi_t}{T\sigma_\pi} \sum_t \left(s_x s_y \psi_{xy} \frac{1}{\alpha_{xt} - \beta'_{xt}} \frac{1}{\alpha_{yt} - \beta'_{yt}} + s_y s_z \psi_{yz} \frac{1}{\alpha_{yt} - \beta'_{yt}} \frac{1}{\alpha_{zt} - \beta'_{zt}} \right. \\
 \left. + s_x s_z \psi_{xz} \frac{1}{\alpha_{xt} - \beta'_{xt}} \frac{1}{\alpha_{zt} - \beta'_{zt}} \right)^{1/2} = \sum_t \sum_i s_i \frac{\alpha_{it} + \beta'_{it}}{\alpha_{it} - \beta'_{it}}, \tag{13}
 \end{aligned}$$

5 ただし、 ψ_{xy} は中小企業が実感する仕入価格上昇率と中堅企業が実感する仕入価格上昇率の相関係数、 ψ_{yz} は中堅企業が実感する仕入価格上昇率と大企業が実感する仕入価格上昇率の相関係数、 ψ_{xz} は中小企業が実感する仕入価格上昇率と大企業が実感する仕入価格上昇率の相関係数で、以下の条件を満たす。

$$\begin{cases} \psi_{xy} = 1, & \text{for } x = y, \\ -1 \leq \psi_{xy} \leq 1, & \text{for } x \neq y, \\ \psi_{yz} = 1, & \text{for } y = z, \\ -1 \leq \psi_{yz} \leq 1, & \text{for } y \neq z, \\ \psi_{xz} = 1, & \text{for } x = z, \\ -1 \leq \psi_{xz} \leq 1, & \text{for } x \neq z, \end{cases} \tag{14}$$

10

特に、 $\psi_{xy} = 1$ かつ $\psi_{yz} = 1$ かつ $\psi_{xz} = 1$ の場合、(13)式は次式のように簡略化される。

$$-2 \frac{\sum_t \pi_t}{T\sigma_\pi} \sum_t \sum_i s_i \frac{1}{\alpha_{it} - \beta'_{it}} = \sum_t \sum_i s_i \frac{\alpha_{it} + \beta'_{it}}{\alpha_{it} - \beta'_{it}}, \tag{15}$$

15

ここで、 ρ_{it} を以下のように定義する。

$$\rho_{it} = (1 - \theta) \frac{r_{3it}}{1 - r_{1it}} + \theta, \quad (16)$$

ただし、

$$0 \leq \rho_{it} \leq 1, \quad 0 \leq \theta \leq 1, \quad (17)$$

ここで、(3)式、(4)式、(16)式を(15)式に代入すれば、 θ が得られる。

さらに、(11)式を変形すると、

$$c = - \frac{\sum_t \pi_t}{\sum_t \sum_i s_i \frac{\alpha_{it} + \beta'_{it}}{\alpha_{it} - \beta'_{it}}}, \quad (18)$$

(3)式、(4)式、(16)式を(18)式に代入すれば、 c が得られる。

最後に、(18)式を(5)式と(6)式に代入すれば、 μ_{it} と σ_{it} が得られる。

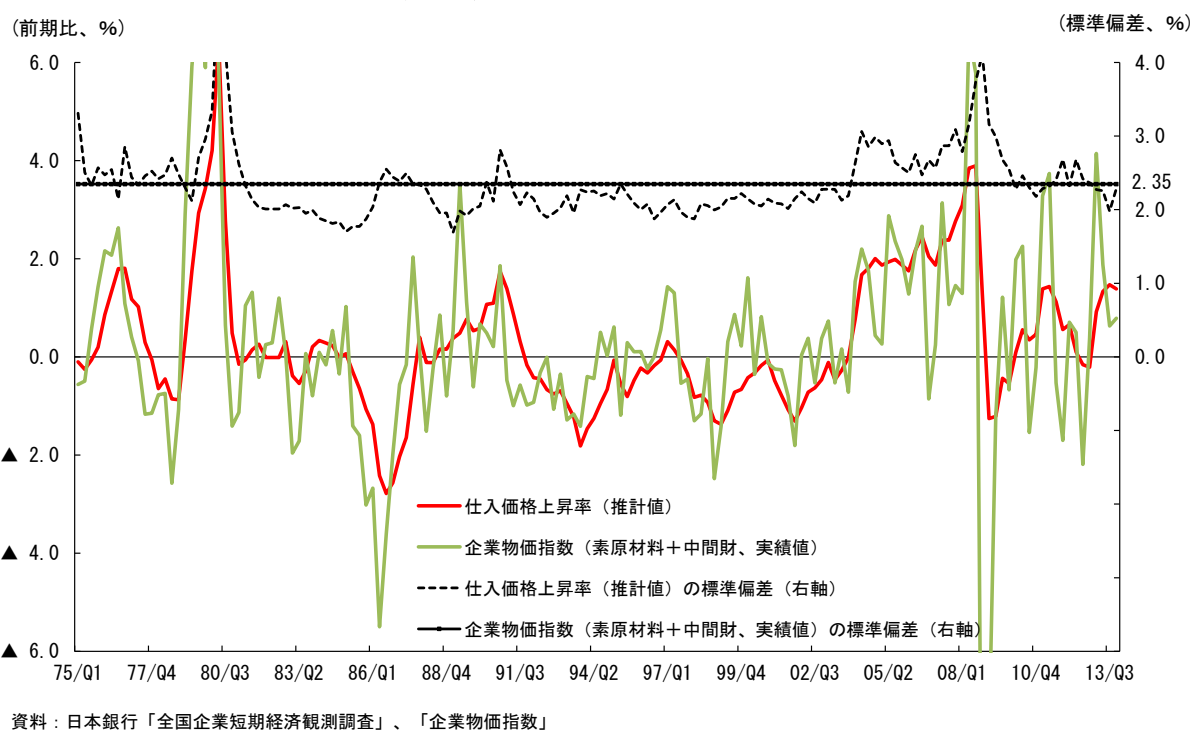
(4) 推計結果

以下に、全規模製造業の推計結果（前期比上昇率とその標準偏差）と対応する企業物価指数の実績値を示す。

(1) 販売価格上昇率(全規模製造業)



(2) 仕入価格上昇率(全規模製造業)



(5) 規模別価格転嫁力指標上昇率の導出

企業規模 i に属する企業の t 期の価格転嫁力指標上昇率を ΔP_{it} 、売上高を S_{it} 、材料費を V_{it} 、販売価格上昇率を ΔP_{sit} 、仕入価格上昇率を ΔP_{vit} とすれば、

$$\Delta P_{it} \cdot (S_{it} - V_{it}) = \Delta P_{sit} \cdot S_{it} - \Delta P_{vit} \cdot V_{it}$$

5

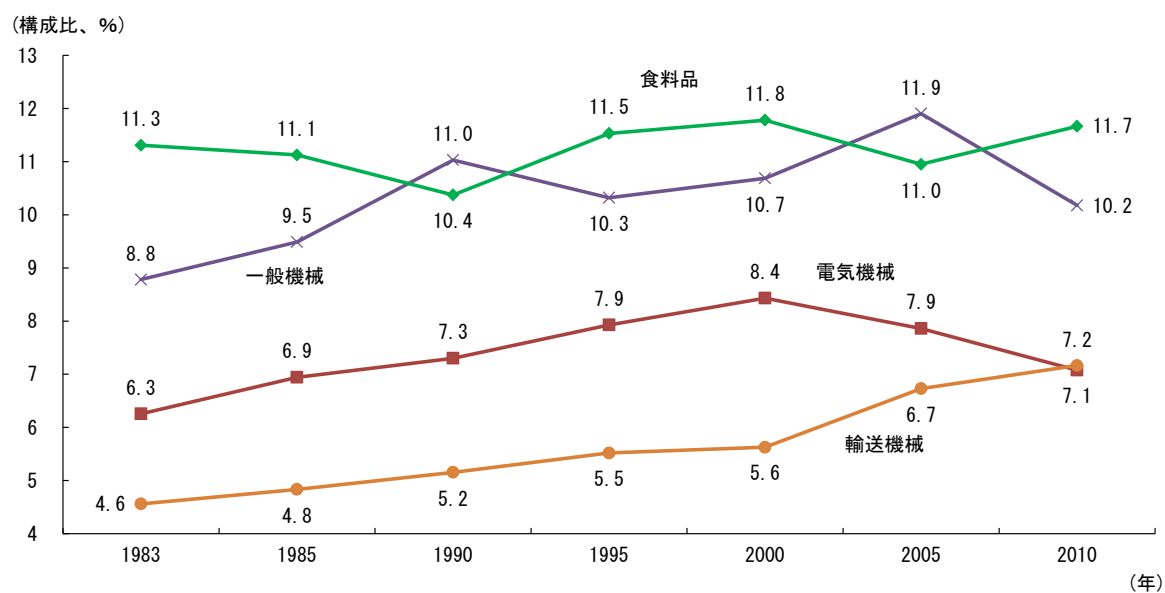
両辺を S_{it} で割って、

$$\Delta P_{it} \cdot \left(1 - \frac{V_{it}}{S_{it}}\right) = \Delta P_{sit} - \Delta P_{vit} \cdot \left(\frac{V_{it}}{S_{it}}\right)$$

$$\Delta P_{it} = \frac{1}{(1 - V_{it}/S_{it})} \cdot \left(\Delta P_{sit} - \Delta P_{vit} \cdot \frac{V_{it}}{S_{it}}\right)$$

10

付注1-1-2 中小製造業出荷額における業種別構成比(上位4業種)の推移

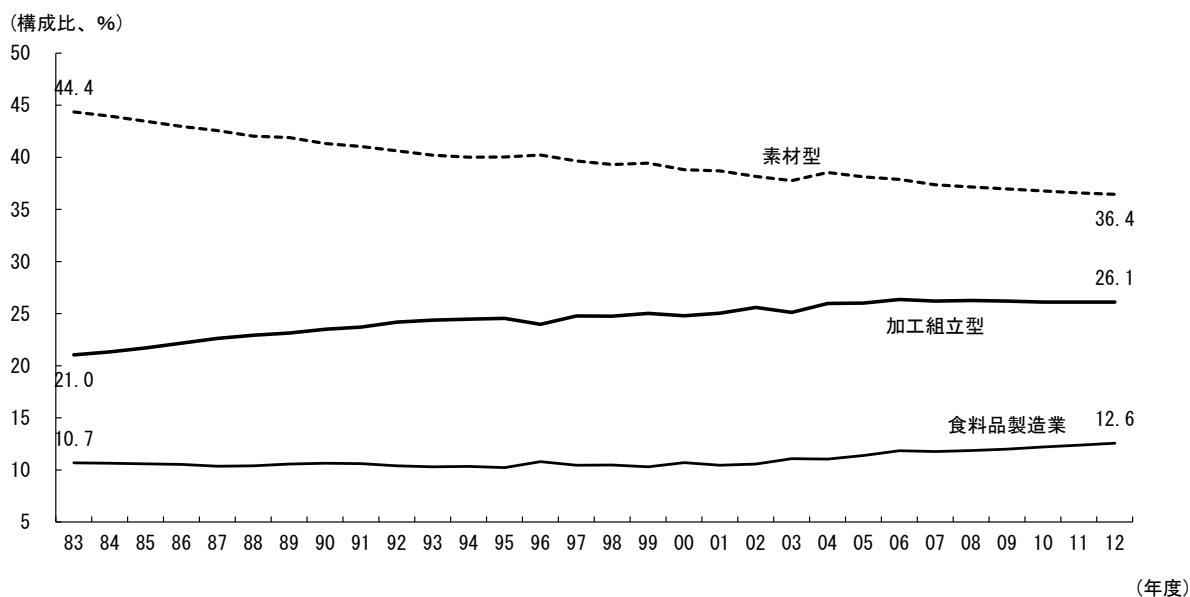


資料：経済産業省「工業統計表」再編加工

(注) 1. 従業者数4人以上の事業所を対象とする。

2. 各業種に属する従業者数300人以下の中小製造業事業所の製造品出荷額等が、中小製造業全体の製造品等出荷額に占める割合である。

付注1-1-3 中小製造業の業種別企業数(構成比)の推移



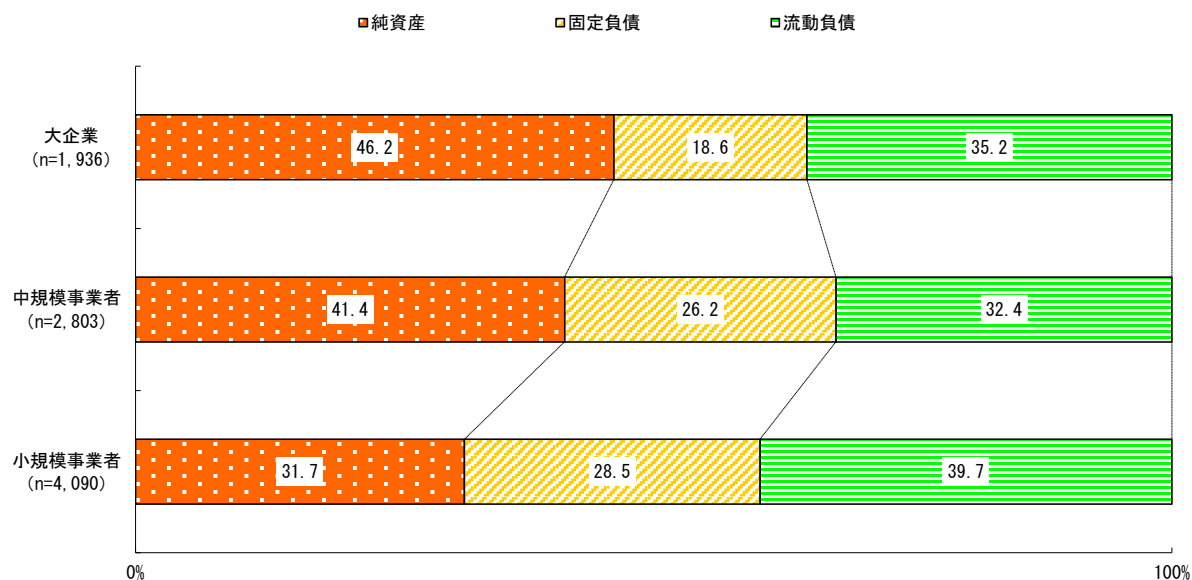
資料：財務省「法人企業統計年報」再編加工

(注) 1. 「加工組立型」は、一般機械（はん用機械、生産用機械、業務用機械）、電気機械、情報通信機械、輸送用機械（自動車・同付属品、その他の輸送用機械、船舶製造・修理）、精密機械。

2. 「素材型」は、繊維工業（繊維、衣服・その他の繊維製品）、木材・木製品、パルプ・紙・紙加工品、化学、石油・石炭製品、窯業・土石、鉄鋼、非鉄金属、金属製品。

付注 1-1-4 企業規模別財務構造(2011 年度)

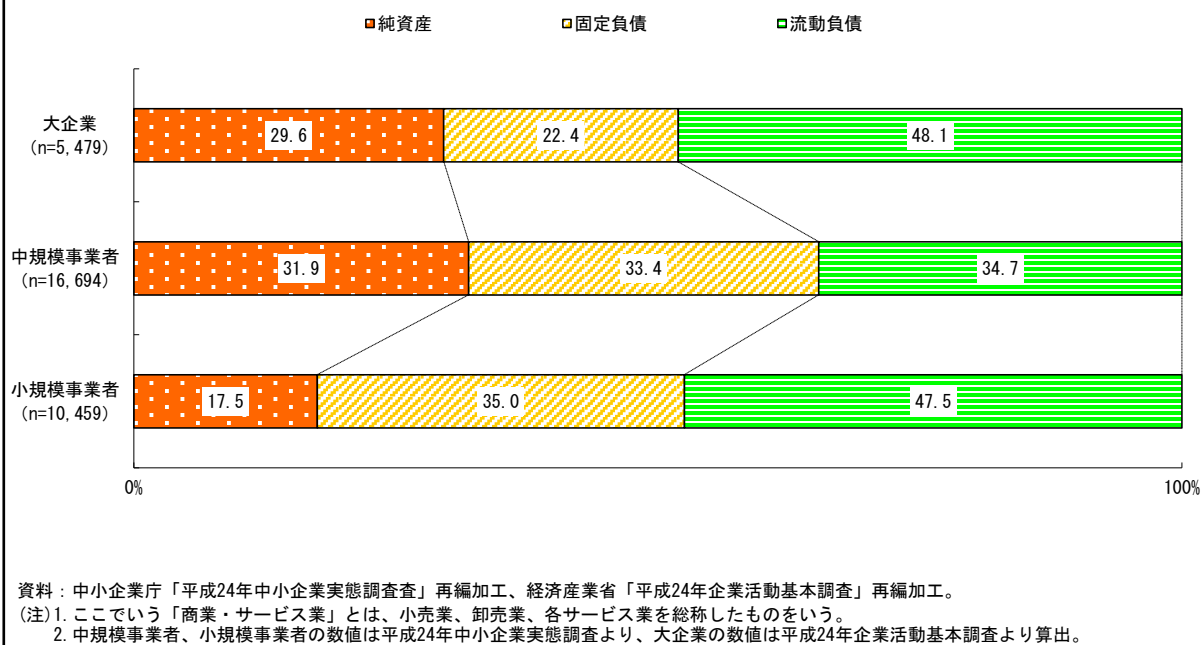
(1) 製造業



資料：中小企業庁「平成24年中小企業実態調査」再編加工、経済産業省「平成24年企業活動基本調査」再編加工。

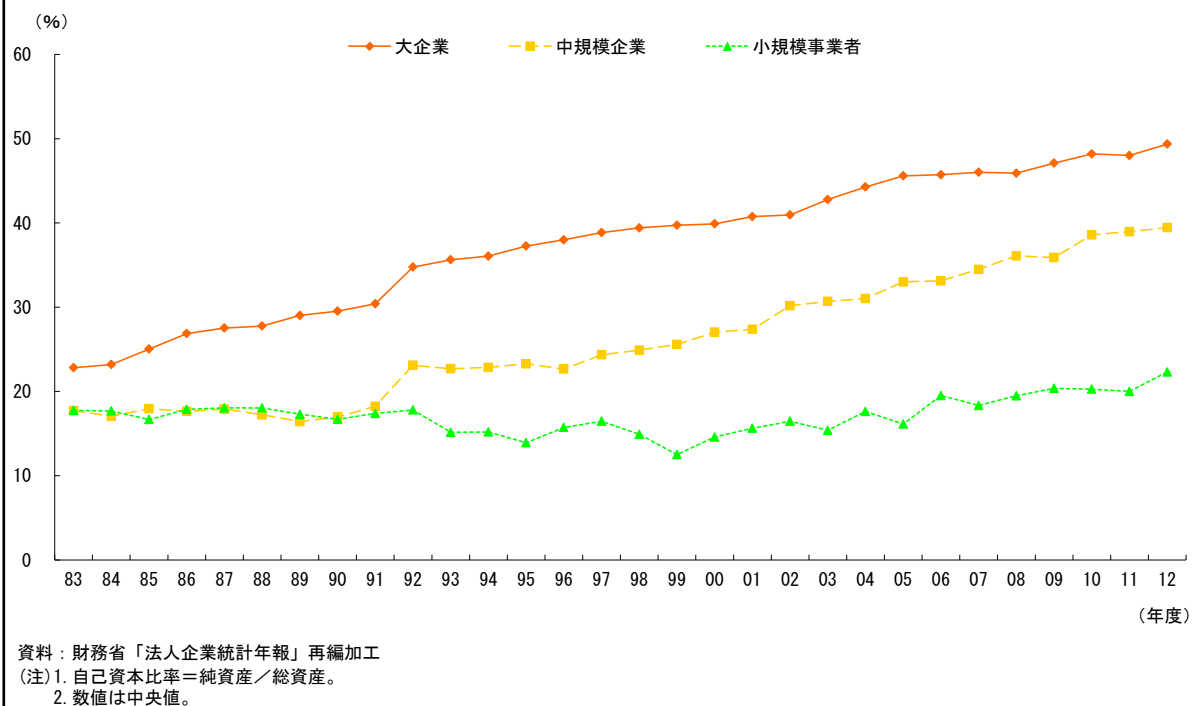
(注) 中規模事業者、小規模事業者の数値は平成24年中小企業実態調査より、大企業の数値は平成24年企業活動基本調査より算出。

(2) 商業・サービス業

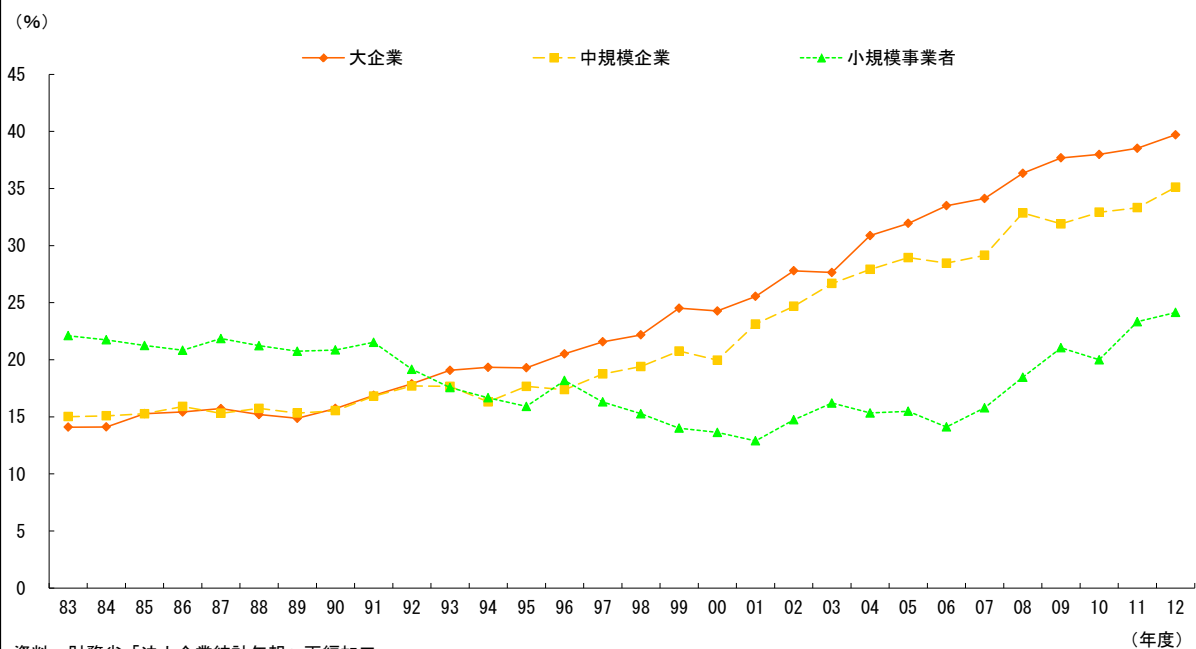


付注 1-1-5 規模別自己資本比率

(1) 製造業



(2) 商業・サービス業



資料：財務省「法人企業統計年報」再編加工

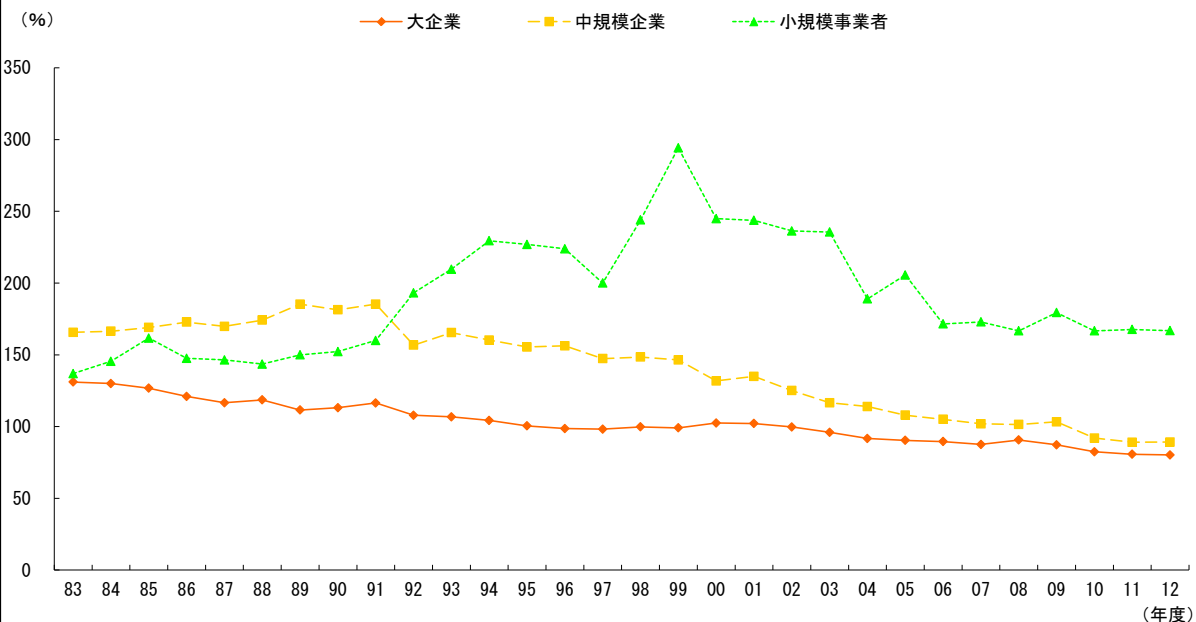
(注) 1. 自己資本比率＝純資産／総資産。

2. 数値は中央値。

3. ここでいう、「商業・サービス業」とは、小売業、卸売業、各サービス業の総称をいう。

付注 1-1-6 企業規模別固定比率

(1) 製造業

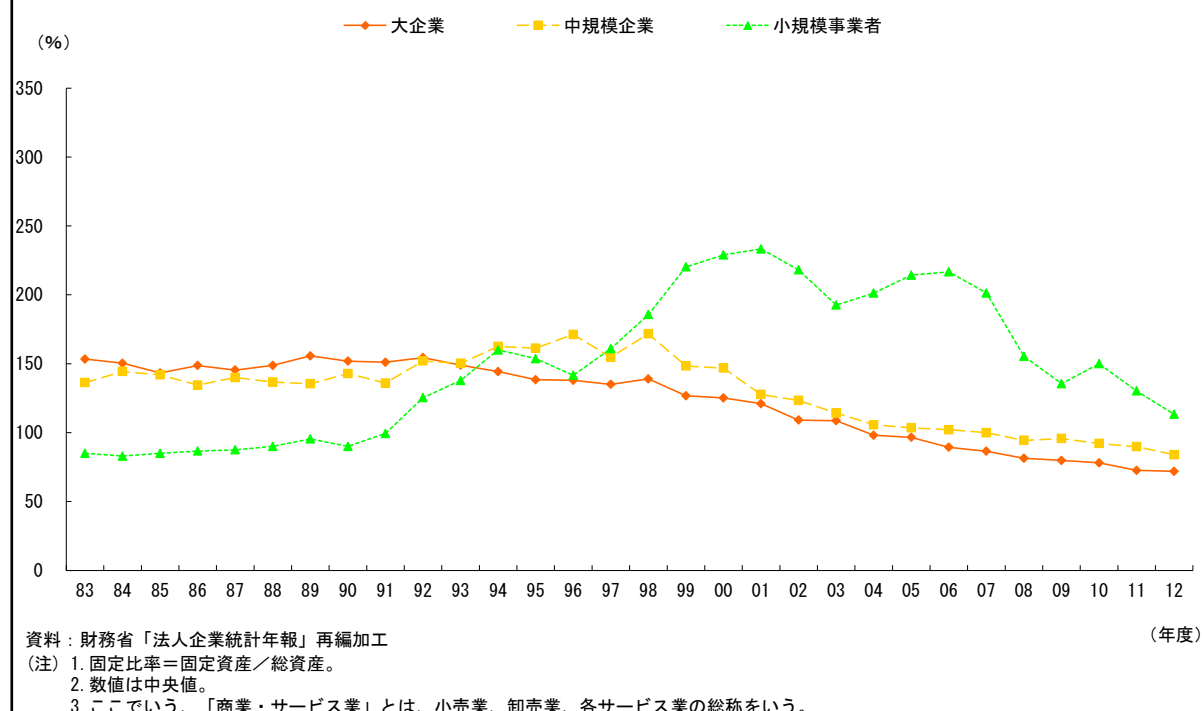


資料：財務省「法人企業統計年報」再編加工

(注) 1. 固定比率＝固定資産／総資産。

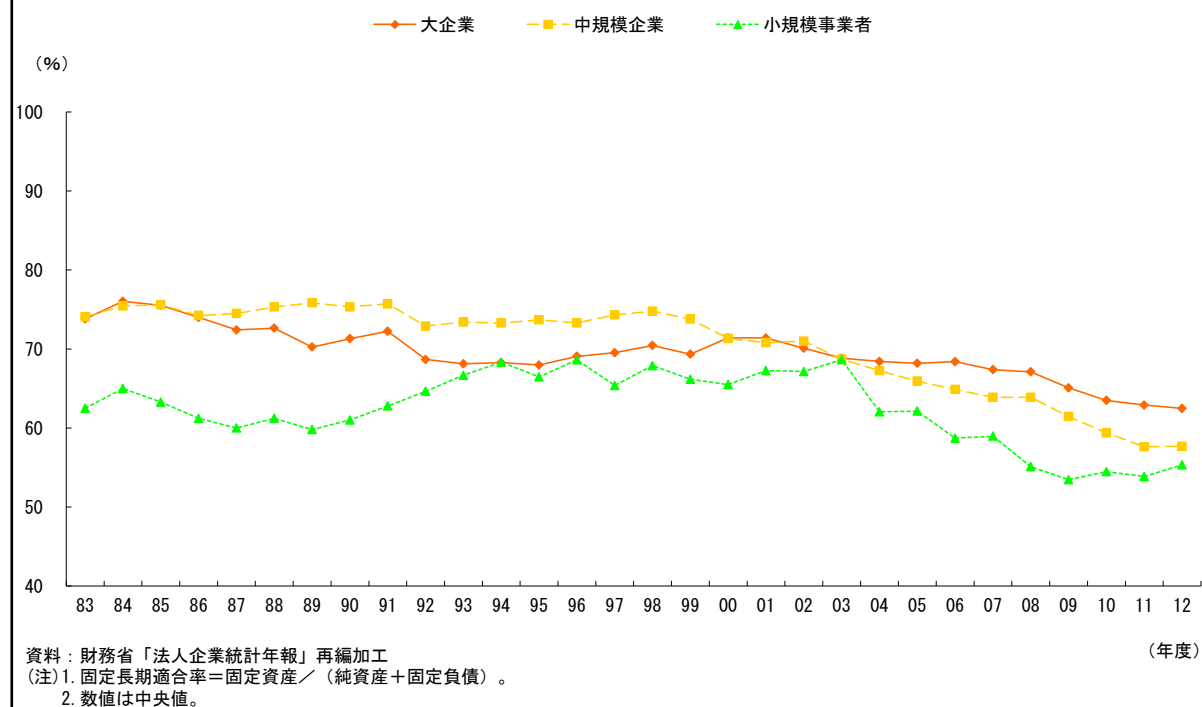
2. 数値は中央値。

(2) 商業・サービス業

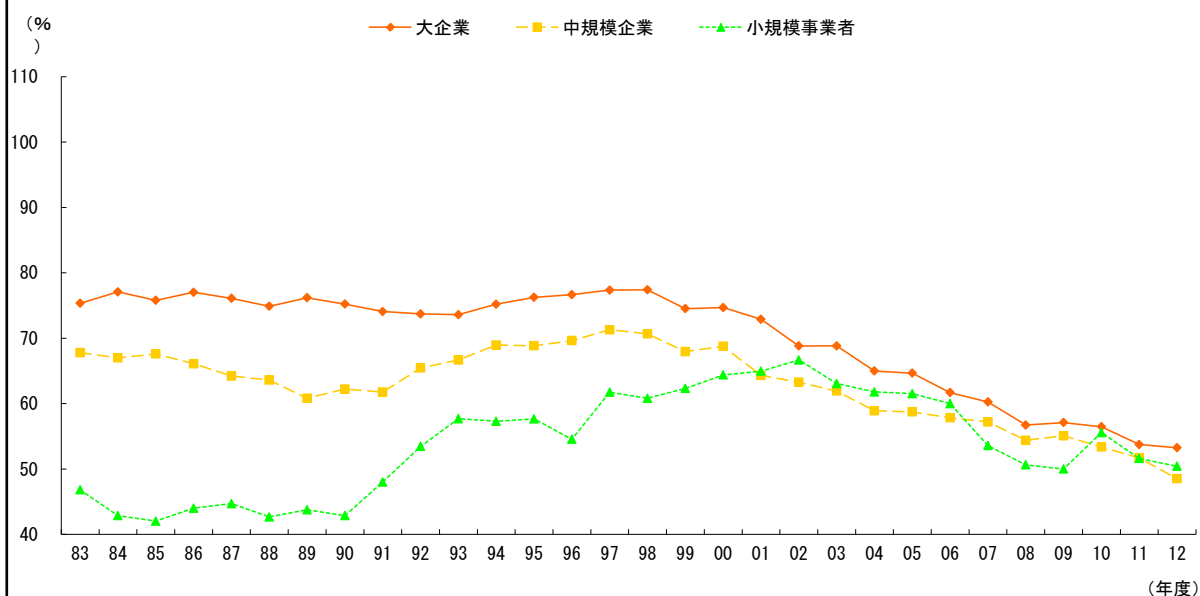


付注 1-1-7 企業規模別固定長期適合率

(1) 製造業



(2) 商業・サービス業



資料：財務省「法人企業統計年報」再編加工

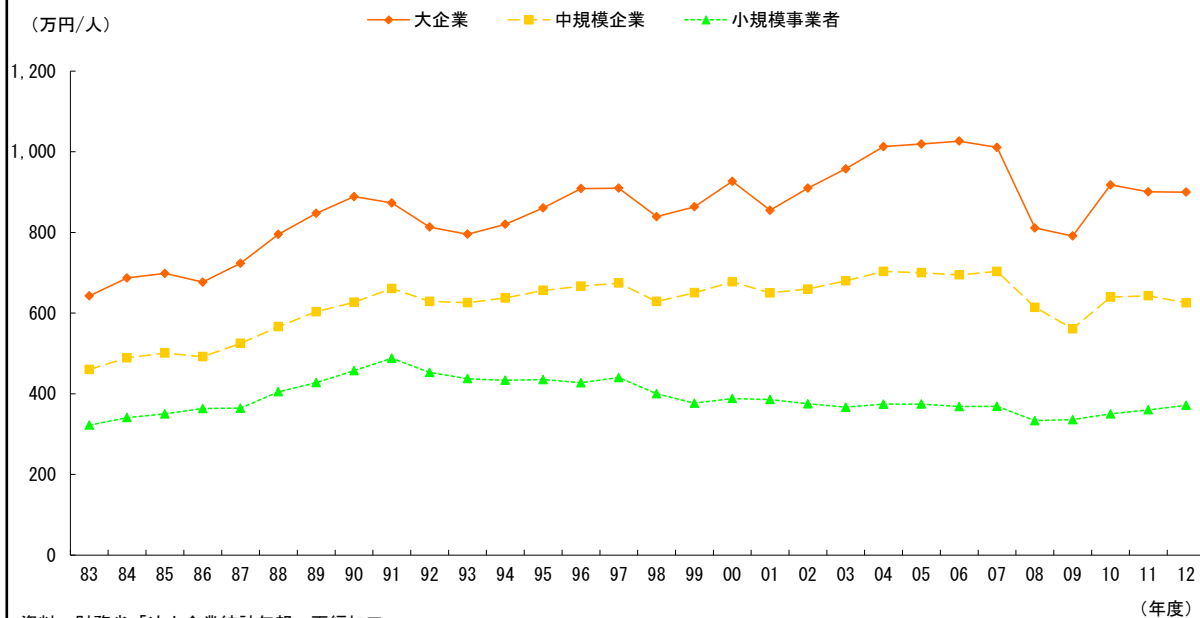
(注) 1. 固定長期適合率＝固定資産／（純資産＋固定負債）。

2. 数値は中央値。

3. ここでいう、「商業・サービス業」とは、小売業、卸売業、各サービス業の総称をいう。

付注 1-1-8 企業規模別労働生産性

(1) 製造業



資料：財務省「法人企業統計年報」再編加工

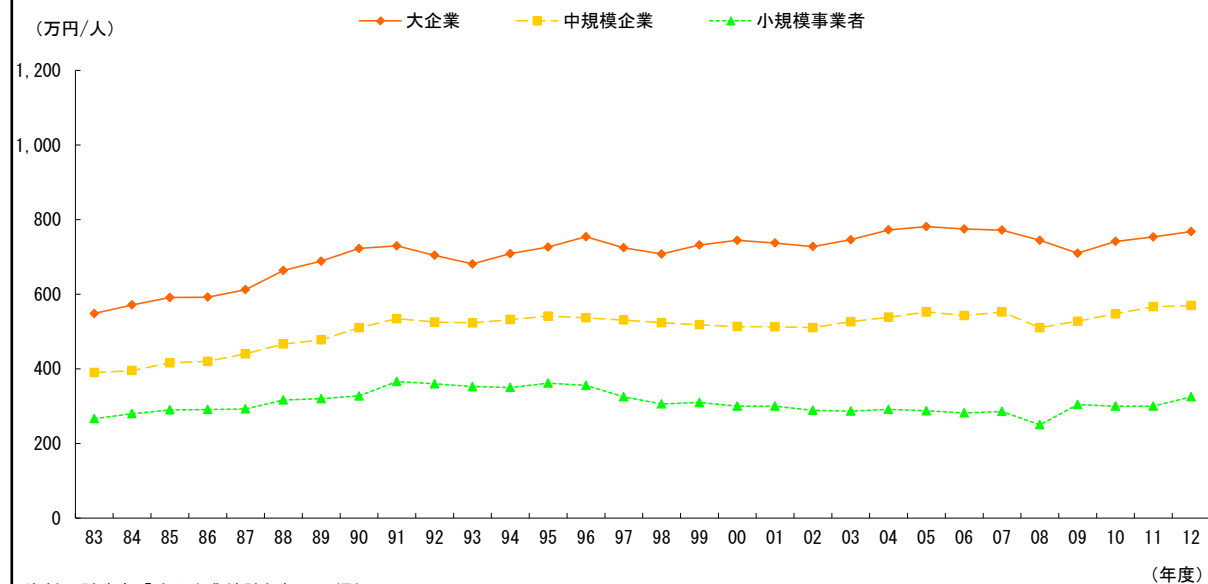
(注) 1. 労働生産性＝付加価値額／従業員数。

2. 付加価値額＝人件費＋支払利息等＋動産・不動産賃借料＋租税公課＋営業純益

3. 従業員数＝役員数＋従業員数

4. 数値は中央値。

(2) 商業・サービス業



資料：財務省「法人企業統計年報」再編加工

(注) 1. 労働生産性＝付加価値額／従業者数。

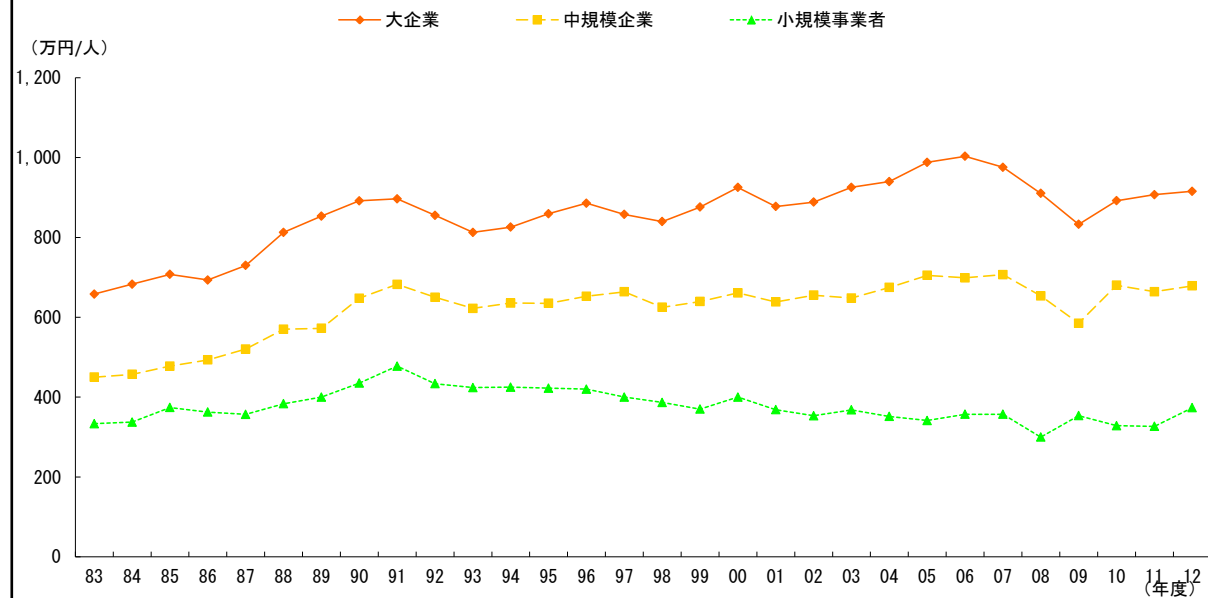
2. 付加価値額＝人件費＋支払利息等＋動産・不動産賃借料＋租税公課＋営業純益

3. 従業者数＝役員数＋従業員数

4. 数値は中央値。

5. ここでいう、「商業・サービス業」とは、小売業、卸売業、各サービス業の総称をいう。

(3) 卸売業



資料：財務省「法人企業統計年報」再編加工

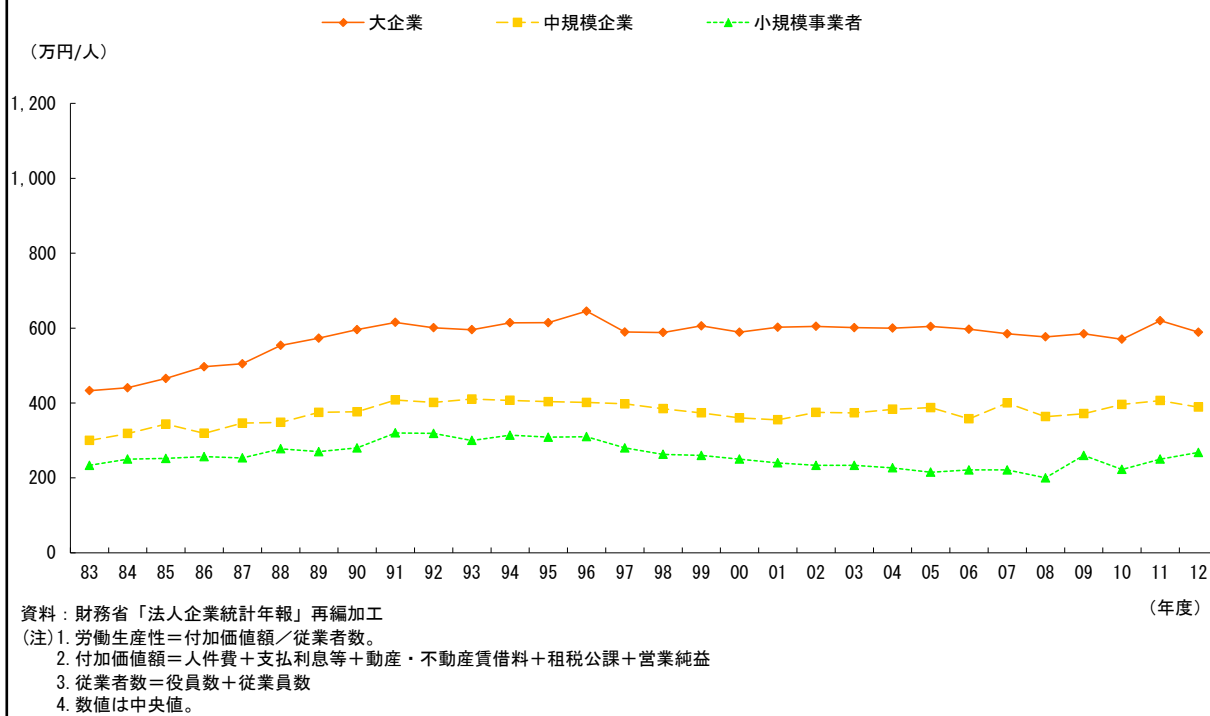
(注) 1. 労働生産性＝付加価値額／従業者数。

2. 付加価値額＝人件費＋支払利息等＋動産・不動産賃借料＋租税公課＋営業純益

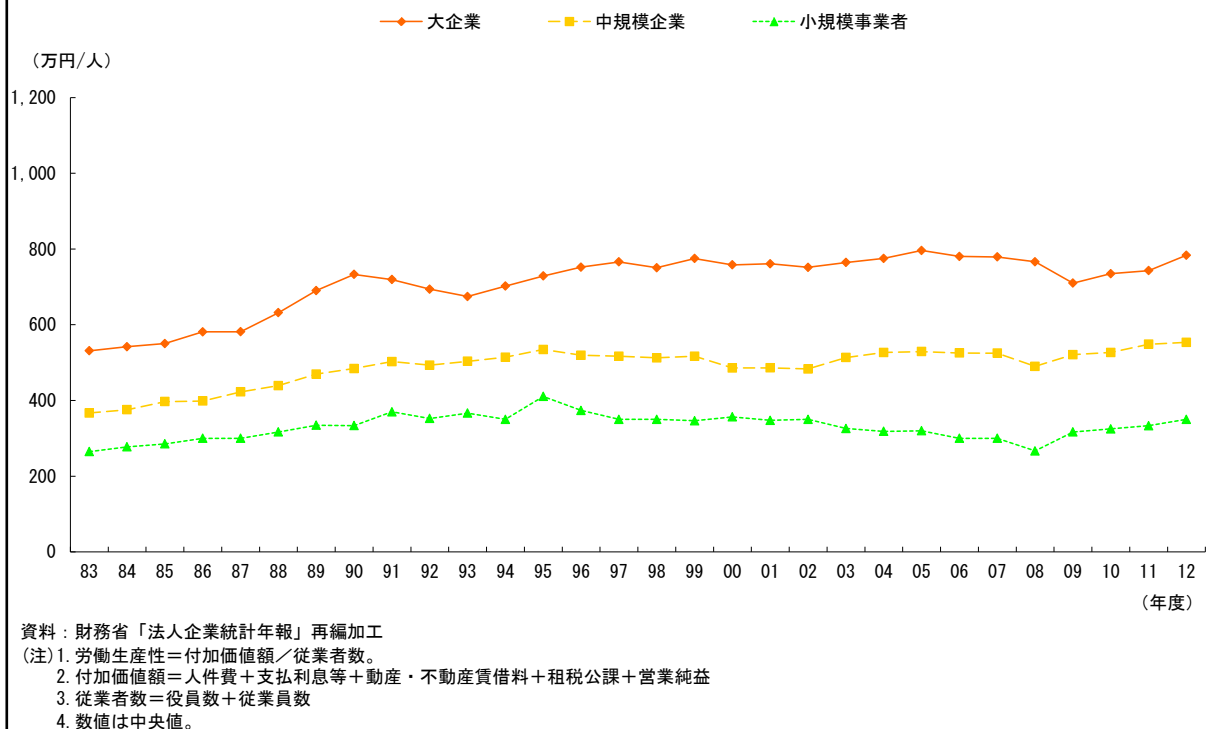
3. 従業者数＝役員数＋従業員数

4. 数値は中央値。

(4) 小売業

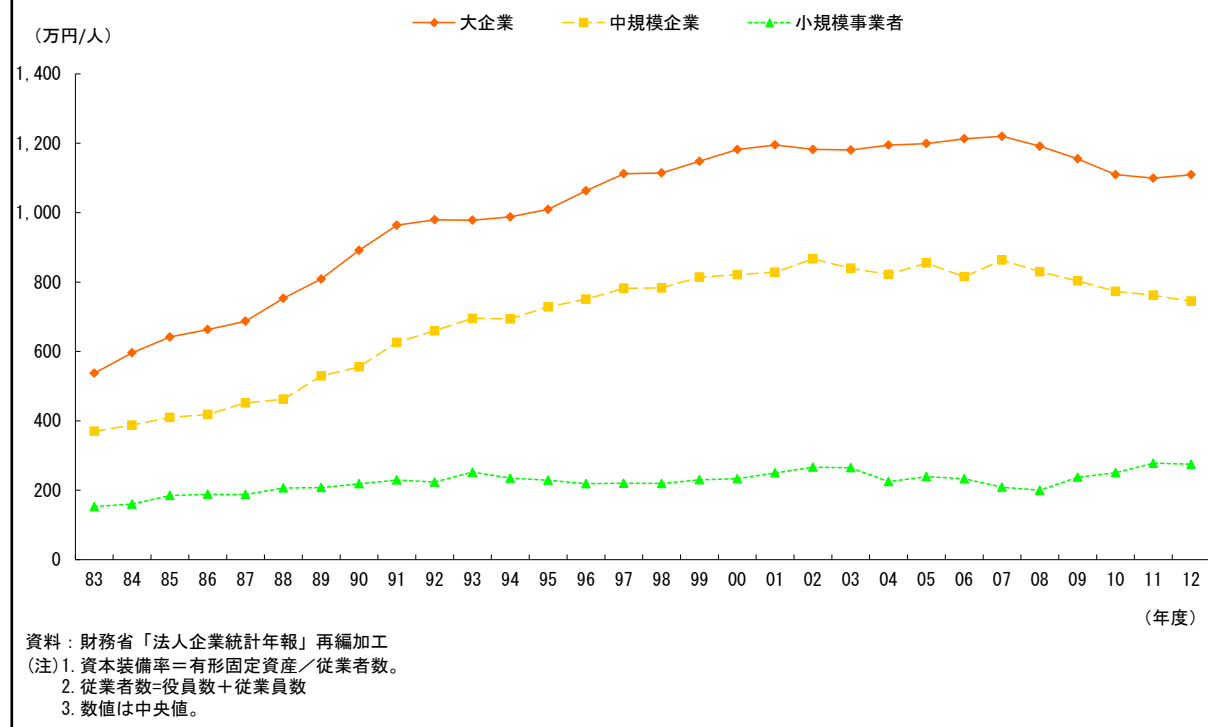


(5) サービス業

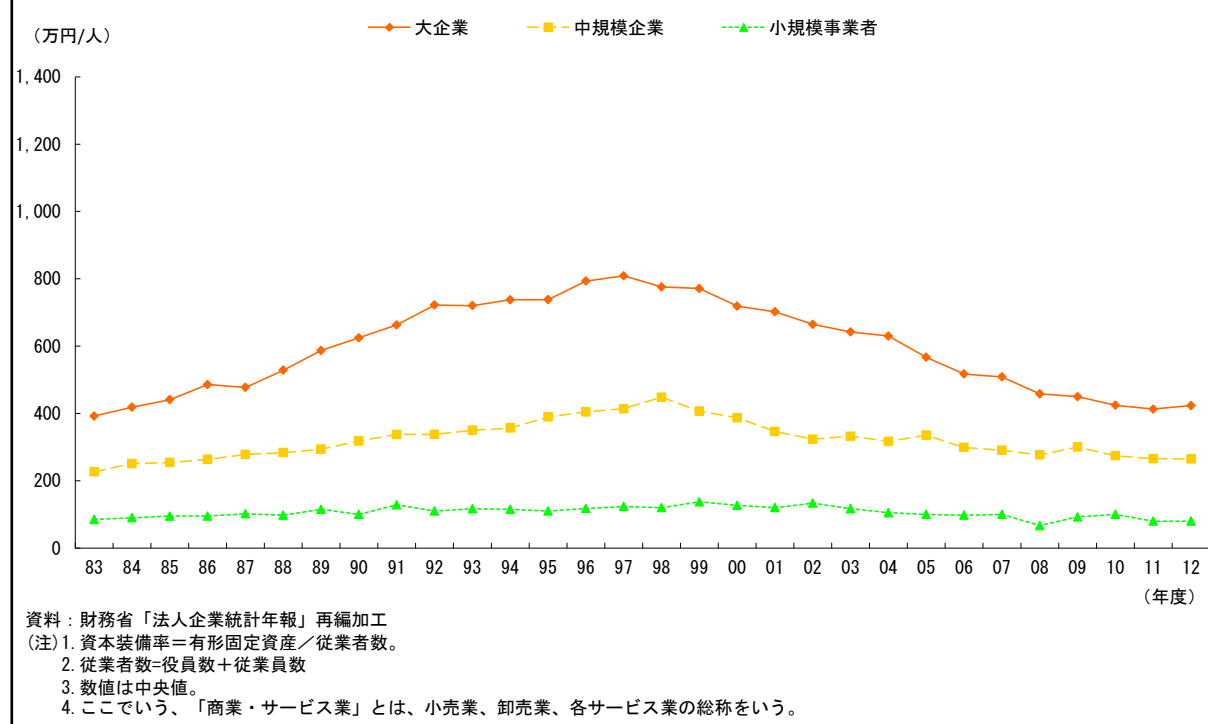


付注 1-1-9 企業規模別資本装備率

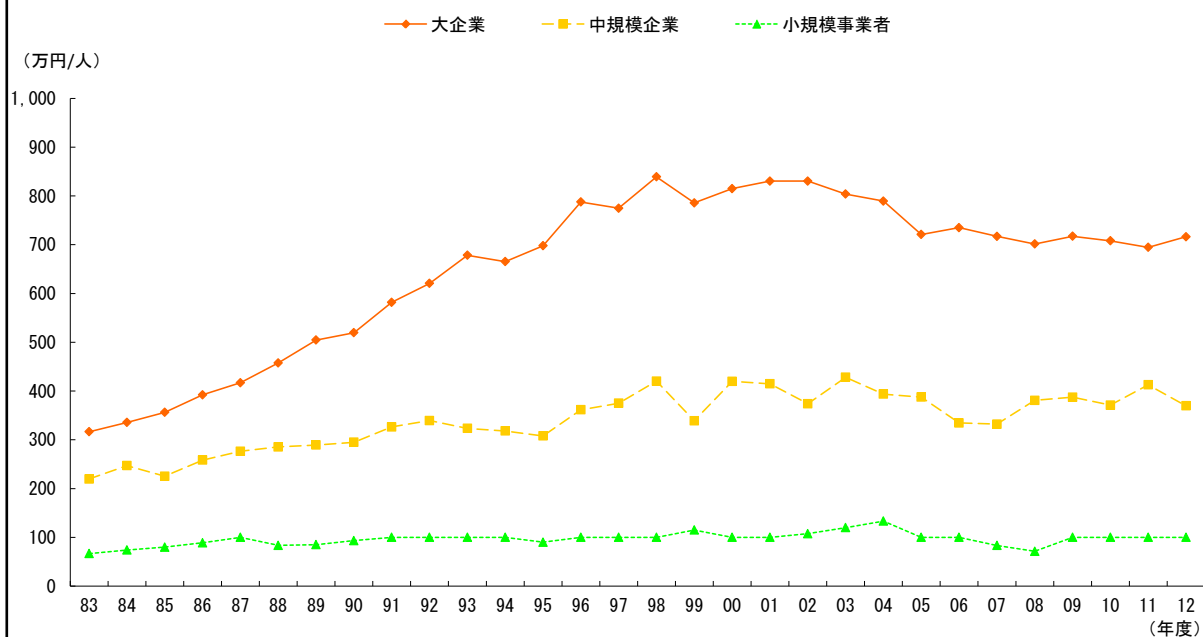
(1) 製造業



(2) 商業・サービス業

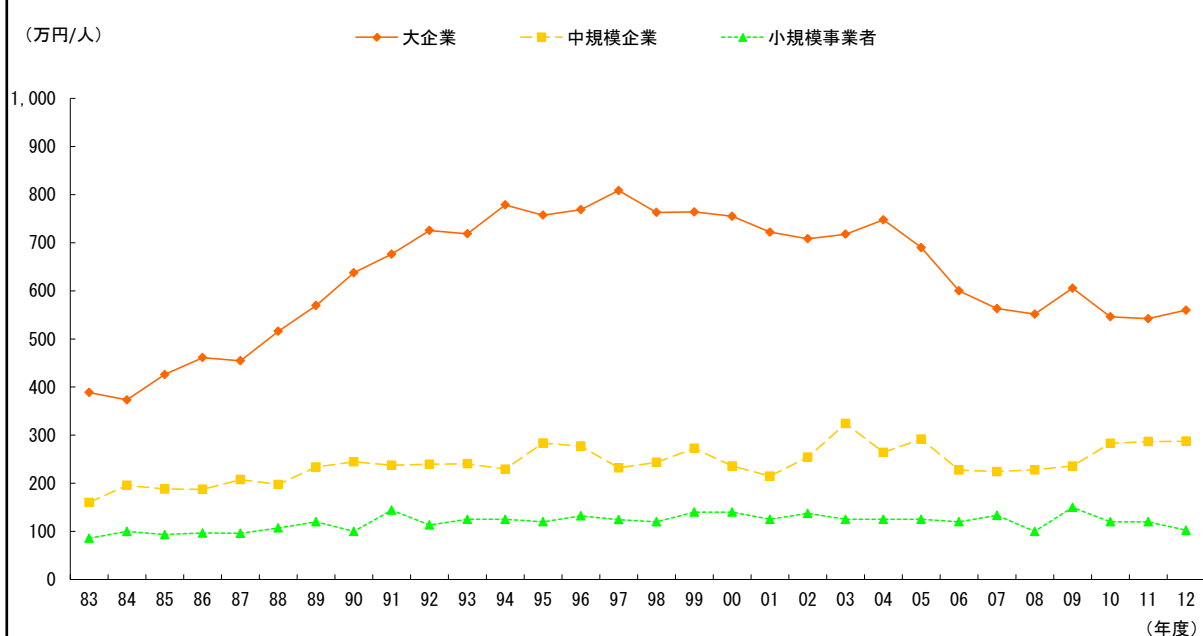


(3) 卸売業



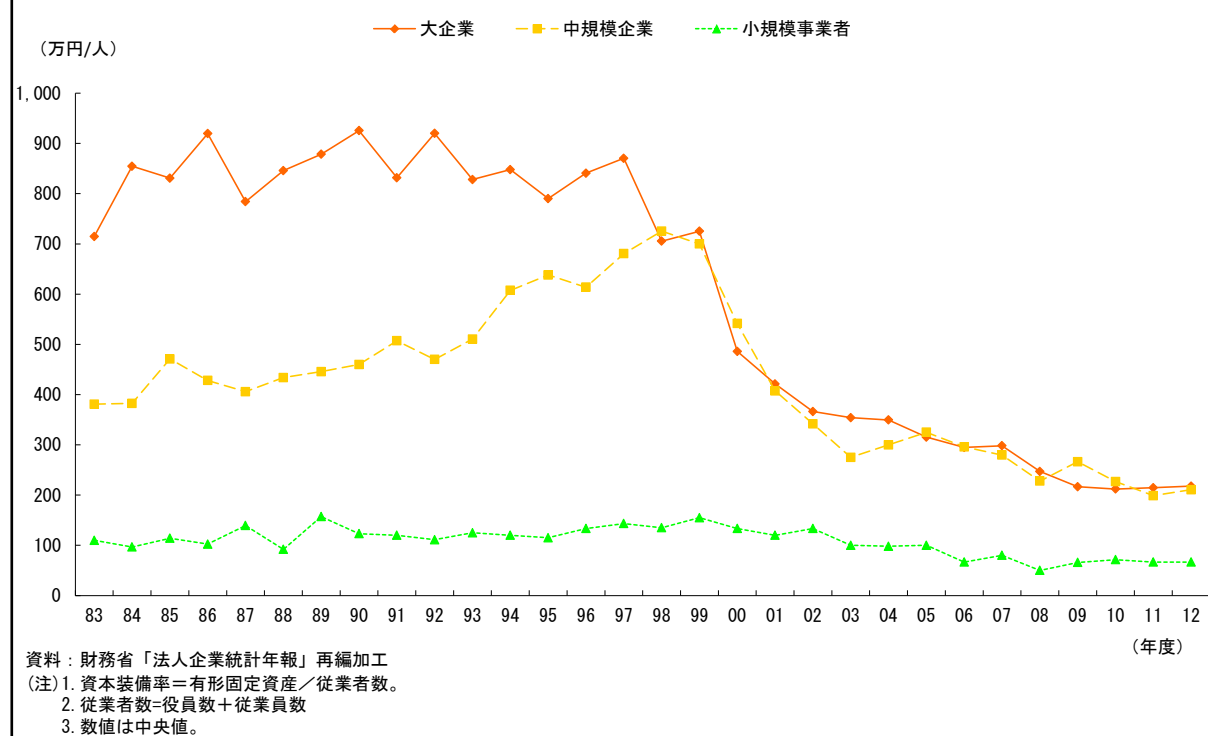
資料：財務省「法人企業統計年報」再編加工
 (注) 1. 資本装備率＝有形固定資産／従業者数。
 2. 従業者数＝役員数＋従業員数
 3. 数値は中央値。

(4) 小売業



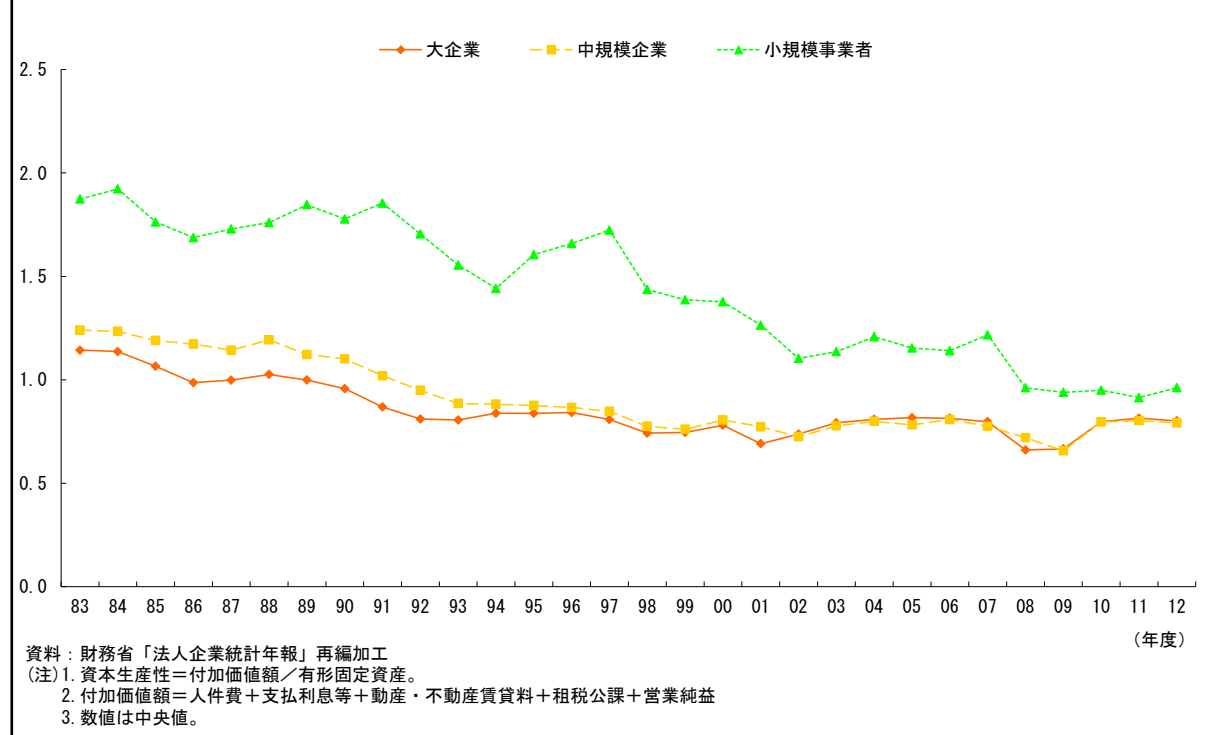
資料：財務省「法人企業統計年報」再編加工
 (注) 1. 資本装備率＝有形固定資産／従業者数。
 2. 従業者数＝役員数＋従業員数
 3. 数値は中央値。

(5) サービス業

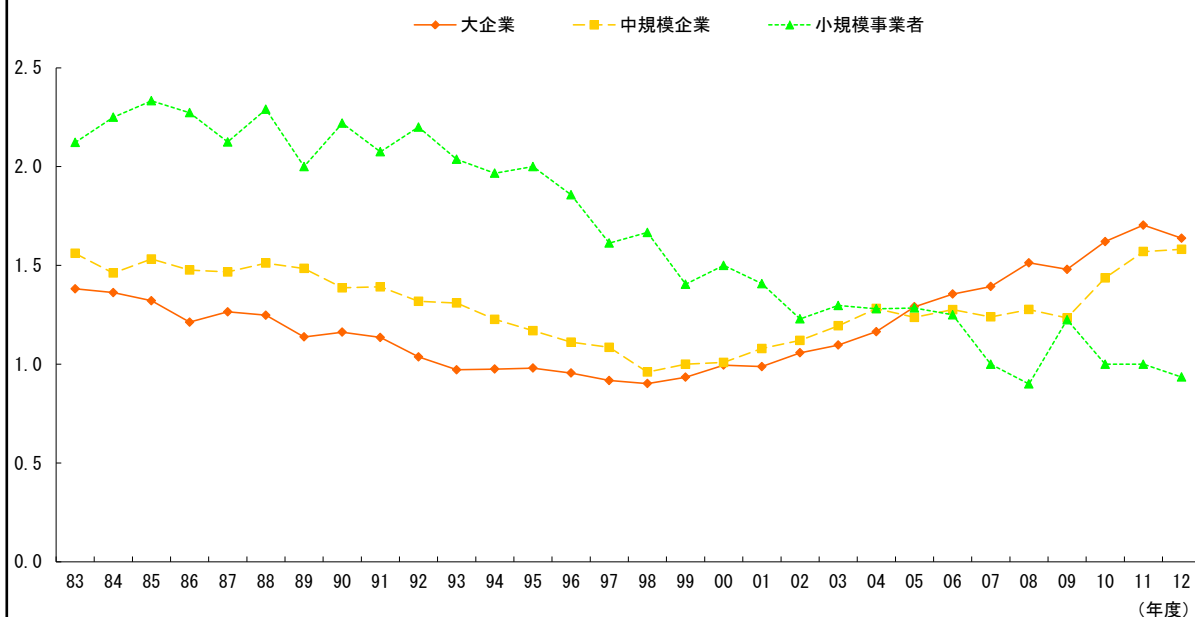


付注 1-1-10 企業規模別資本生産性

(1) 製造業



(2) 商業・サービス業



資料：財務省「法人企業統計年報」再編加工

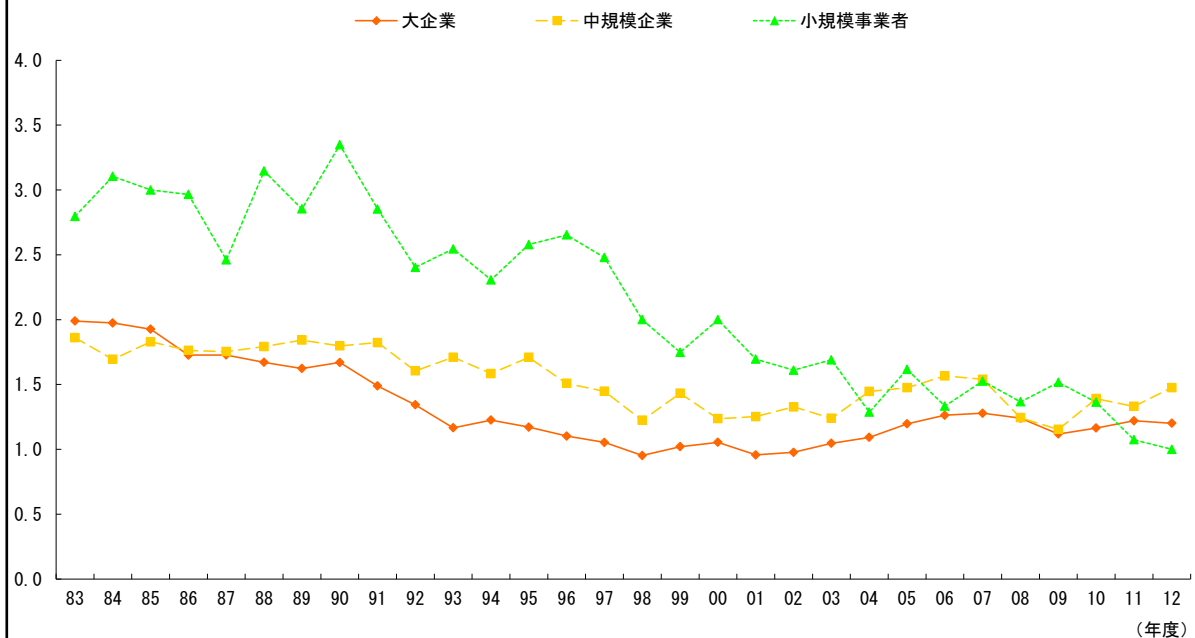
(注) 1. 資本生産性＝付加価値額／有形固定資産。

2. 付加価値額＝人件費＋支払利息等＋動産・不動産賃貸料＋租税公課＋営業純益

3. 数値は中央値。

4. ここでいう、「商業・サービス業」とは、小売業、卸売業、各サービス業の総称をいう。

(3) 卸売業



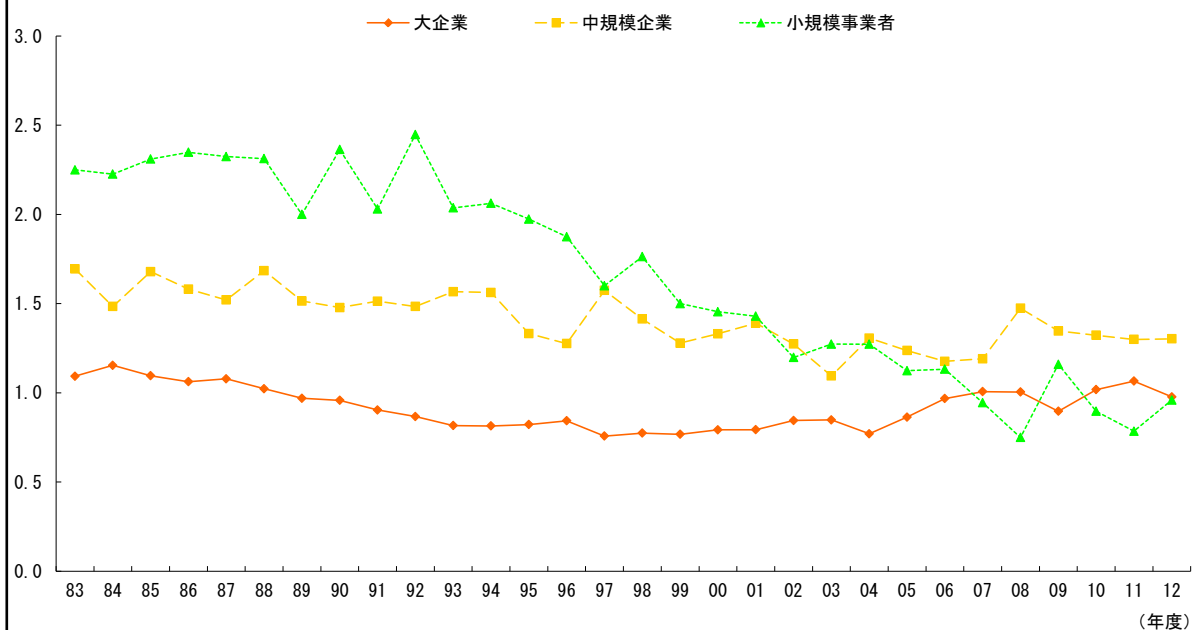
資料：財務省「法人企業統計年報」再編加工

(注) 1. 資本生産性＝付加価値額／有形固定資産。

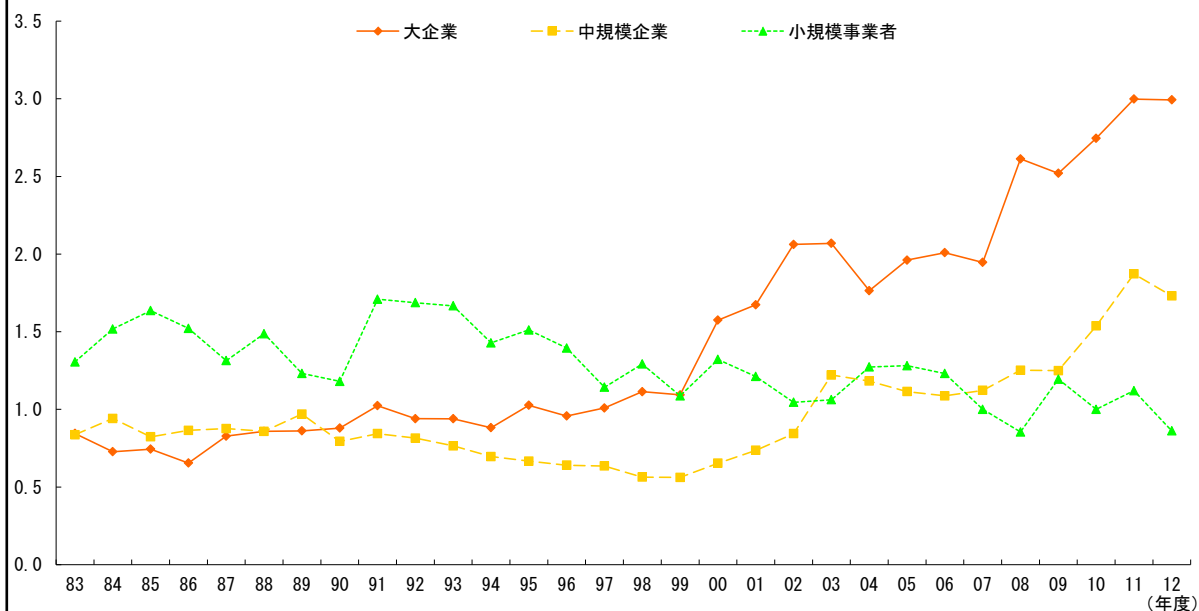
2. 付加価値額＝人件費＋支払利息等＋動産・不動産賃貸料＋租税公課＋営業純益

3. 数値は中央値。

(4) 小売業



(5) サービス業



付注 1-1-11 中小企業の海外展開(輸出、直接投資)の実態(2011 年度)

①海外に子会社・関連会社を保有している企業数

		合計	アジア	うち中国	ヨーロッパ	北米	その他地域
中小企業	全産業	3,038	2,718	1,878	261	622	135
	建設業	19	17	13	1	1	1
	製造業	2,155	1,946	1,324	188	468	76
	情報通信業	179	146	99	12	39	7
	卸売業	556	508	378	44	84	34
	小売業	26	21	13	6	7	2
	宿泊、飲食サービス業	10	8	5	0	3	0
	その他サービス業	77	61	42	5	15	8
	その他	14	10	3	5	5	5
	農林水産業	2	1	1	0	0	2
大企業	全産業	2,397	2,232	1,760	788	1,169	470
	建設業	14	12	6	3	5	2
	製造業	1,270	1,222	984	547	757	312
	情報通信業	147	125	98	32	74	14
	卸売業	557	519	429	144	228	87
	小売業	149	130	93	11	31	8
	宿泊、飲食サービス業	43	33	19	5	13	3
	その他サービス業	197	178	124	32	49	30
	その他	20	13	7	14	12	14
	農林水産業	0	0	0	0	0	0

②売上高にモノの輸出がある企業数

		モノの輸出 (合計)	アジア	うち中国	中東	ヨーロッパ	北米	その他の地域
中小企業	全産業	4,345	4,020	2,728	440	1,526	1,742	928
	建設業	21	18	8	2	2	5	3
	製造業	3,292	3,043	2,086	347	1,217	1,390	722
	情報通信業	45	35	21	3	11	21	6
	卸売業	900	845	572	85	274	301	178
	小売業	28	25	12	0	6	8	7
	宿泊、飲食サービス業	1	1	0	0	0	1	0
	その他サービス業	47	42	21	3	13	13	7
	その他	10	10	8	0	3	3	4
	農林水産業	1	1	0	0	0	0	1
大企業	全産業	2,158	2,077	1,642	534	1,334	1,431	957
	建設業	8	8	6	4	5	5	4
	製造業	1,278	1,240	1,015	357	906	951	652
	情報通信業	24	20	13	2	12	13	5
	卸売業	638	617	478	139	343	386	252
	小売業	103	93	61	6	25	32	15
	宿泊、飲食サービス業	4	4	3	2	2	1	1
	その他サービス業	102	94	65	24	41	42	28
	その他	1	1	1	0	0	1	0
	農林水産業	0	0	0	0	0	0	0

③仕入高にモノの輸入がある企業数

		モノの輸出 (合計)	アジア	うち中国	中東	ヨーロッパ	北米	その他の地域
中小企業	全産業	4,468	3,819	2,615	101	1,376	1,209	366
	建設業	33	20	13	0	13	14	3
	製造業	2,980	2,607	1,741	42	807	739	201
	情報通信業	60	37	17	3	10	18	3
	卸売業	1,213	1,020	752	54	479	391	140
	小売業	87	66	51	2	35	18	11
	宿泊、飲食サービス業	4	2	1	0	0	1	1
	その他サービス業	76	55	33	0	26	22	1
	その他	12	10	6	0	5	4	4
	農林水産業	3	2	1	0	1	2	2
大企業	全産業	2,204	1,905	1,412	156	1,158	1,137	410
	建設業	5	5	4	0	3	1	0
	製造業	1,083	989	737	66	561	581	178
	情報通信業	36	18	7	5	14	22	5
	卸売業	702	623	469	70	406	393	184
	小売業	251	184	137	12	116	77	29
	宿泊、飲食サービス業	12	6	3	0	6	7	4
	その他サービス業	107	76	54	0	45	49	6
	その他	8	4	1	3	7	7	4
	農林水産業	0	0	0	0	0	0	0

④海外とのモノ以外のサービスに関する取引(受取・支払別)がある企業数

		海外との取引 (受取or支払)	海外からの 受取	海外への 支払
中小企業	全産業	1,581	1,003	971
	建設業	13	8	7
	製造業	934	639	494
	情報通信業	302	161	248
	卸売業	216	131	136
	小売業	13	6	9
	宿泊・飲食サービス業	2	0	3
	その他サービス業	94	52	68
	その他	7	6	6
	農林水産業	0	0	0
	農林水産業	0	0	0
大企業	全産業	1,144	867	714
	建設業	4	3	2
	製造業	610	513	333
	情報通信業	110	75	90
	卸売業	210	147	143
	小売業	63	27	50
	宿泊・飲食サービス業	14	7	7
	その他サービス業	128	92	87
	その他	5	3	2
	農林水産業	0	0	0
	農林水産業	0	0	0

⑤海外への製造委託を行った企業数

		製造委託
中小企業	全産業	1,080
	建設業	6
	製造業	753
	情報通信業	159
	卸売業	131
	小売業	10
	宿泊・飲食サービス業	0
	その他サービス業	20
	その他	1
	農林水産業	0
	農林水産業	0
大企業	全産業	867
	建設業	3
	製造業	513
	情報通信業	75
	卸売業	147
	小売業	27
	宿泊・飲食サービス業	7
	その他サービス業	92
	その他	3
	農林水産業	0
	農林水産業	0

⑥海外へのアウトソーシングを行った企業数

		アウトソーシング	情報処理関連	調査・マーケティング	デザイン・商品企画	一般事務処理	福利厚生などの 従業員福祉関連	税務・会計など特 殊分野	社内研修など従 業員教育	受付・案内・秘書 などの渉外業務	運送・配送・保管 など物流関連
中小企業	全産業	519	153	120	21	30	3	48	6	2	88
	建設業	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	製造業	215	17	52	8	15	3	26	3	2	53
	情報通信業	149	112	22	4	4	0	5	0	0	2
	卸売業	94	13	31	4	7	0	14	2	0	31
	小売業	6	1	1	1	0	0	0	0	0	1
	宿泊・飲食サービス業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	その他サービス業	47	9	12	4	4	0	3	1	0	1
	その他	3	1	2	0	0	0	0	0	0	0
	農林水産業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	農林水産業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
大企業	全産業	535	113	157	46	79	15	70	18	13	73
	建設業	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	製造業	254	21	80	20	40	10	33	9	6	45
	情報通信業	82	54	16	4	8	1	6	1	1	1
	卸売業	101	18	36	13	20	3	19	5	4	20
	小売業	27	9	7	3	4	0	3	2	0	2
	宿泊・飲食サービス業	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	その他サービス業	66	11	15	6	6	1	7	1	2	5
	その他	3	0	2	0	1	0	2	0	0	0
	農林水産業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	農林水産業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

⑥海外へのアウトソーシングを行った企業数(続き)

		清掃・保安・保守 などの環境及び 防犯関連	研究開発関連分 野	その他
中小企業	全産業	11	41	115
	建設業	0	0	5
	製造業	7	30	61
	情報通信業	1	3	14
	卸売業	1	4	16
	小売業	0	0	2
	宿泊・飲食サービス業	0	0	0
	その他サービス業	2	4	16
	その他	0	0	1
	農林水産業	0	0	0
	農林水産業	0	0	0
大企業	全産業	22	142	119
	建設業	0	0	0
	製造業	16	113	47
	情報通信業	0	4	12
	卸売業	4	13	26
	小売業	0	0	5
	宿泊・飲食サービス業	0	0	1
	その他サービス業	1	12	26
	その他	1	0	2
	農林水産業	0	0	0
	農林水産業	0	0	0

⑦ 上記①、②、④の内訳

		海外に子会社・ 関連会社を保有 し、かつ、モノの 輸出を行っている 企業	海外に子会社・ 関連会社を保有 し、かつ、海外と のサービス取引 を行っている企業	モノの輸出があ り、かつ、海外と のサービス取引 を行っている企業	海外に子会社・ 関連会社を保有 し、かつ、モノの 輸出及び海外と のサービス取引 を行っている企業	海外に子会社・ 関連会社を保有 しているが、モノ の輸出及び海外 とのサービス取 引を行っていない 企業	モノの輸出は行 っているが、海外 とのサービス取 引は行っておらず、 海外に子会社・ 関連会社も保有 しない企業	海外とのサービ ス取引は行ってい るが、モノの輸 出は行っておら ず、海外に子会 社・関連会社も保 有しない企業	海外に子会社・ 関連会社を保有 し、モノの輸出も 行っているが、海 外とのサービス 取引は行ってい ない企業	海外に子会社・ 関連会社を保有 し、海外とのサー ビス取引も行っ ているが、モノの 輸出は行ってい ない企業	モノの輸出及び 海外とのサービ ス取引は行っ ているが、海外に子 会社・関連会社 は保有してい ない企業
中小企業	全産業	1,968	779	906	579	870	2,045	475	1,389	200	327
	建設業	8	4	7	2	9	8	4	6	2	5
	製造業	1,547	567	719	482	523	1,503	130	1,065	85	237
	情報通信業	18	86	20	12	87	19	208	6	74	8
	卸売業	373	90	138	76	169	465	64	297	14	62
	小売業	8	3	7	2	17	15	5	6	1	5
	宿泊、飲食サービス業	0	0	1	0	10	0	1	0	0	1
	その他サービス業	7	25	12	3	48	31	60	4	22	9
	その他	6	4	2	2	6	4	3	4	2	0
	農林水産業	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0
大企業	全産業	1,603	790	745	630	634	445	239	973	160	115
	建設業	5	3	3	3	9	3	1	2	0	0
	製造業	1,050	519	529	479	180	183	41	571	40	50
	情報通信業	14	53	9	6	86	7	54	8	47	3
	卸売業	427	124	152	109	115	168	43	318	15	43
	小売業	56	28	19	14	79	42	30	42	14	5
	宿泊、飲食サービス業	0	4	2	0	39	2	8	0	4	2
	その他サービス業	51	56	30	19	109	40	61	32	37	11
	その他	0	3	1	0	17	0	1	0	3	1
	農林水産業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

資料：経済産業省「平成 24 年企業活動基本調査」再編加工

(注) 1. 「直接投資」とは、海外に子会社を保有することをいう。

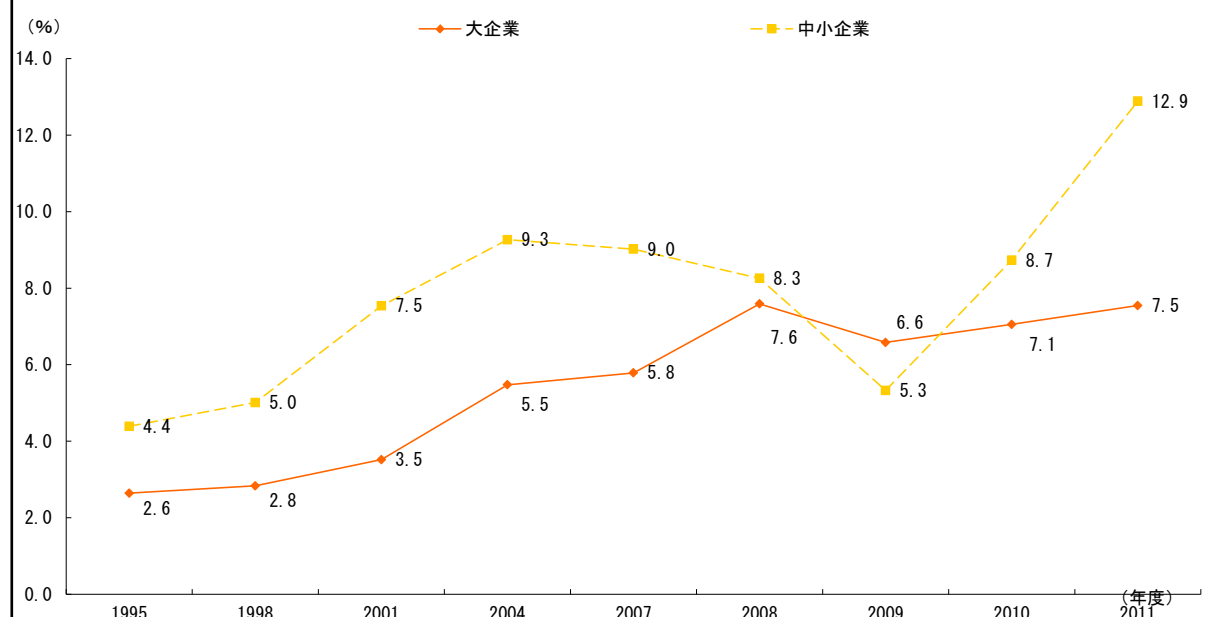
2. 「子会社」とは、当該会社が 50% 超の議決権を所有する会社をいう。子会社又は当該会社と子会社の合計で 50% 超の議決権を所有している会社と、50% 以下でも当該会社が実質的に支配している会社も含む。

3. 「関連会社」とは、当該会社が 20% 以上 50% 以下の議決権を所有している会社をいう。また、15% 以上 20% 未満であっても、重要な影響を与えることができる会社を含む。

4. 「大企業」とは、中小企業基本法に定義する中小企業者以外の企業をいう。

5. 業種分類は国内親会社に関するものである。

付注1-1-12 企業規模別の日本側出資金に対する配当金比率

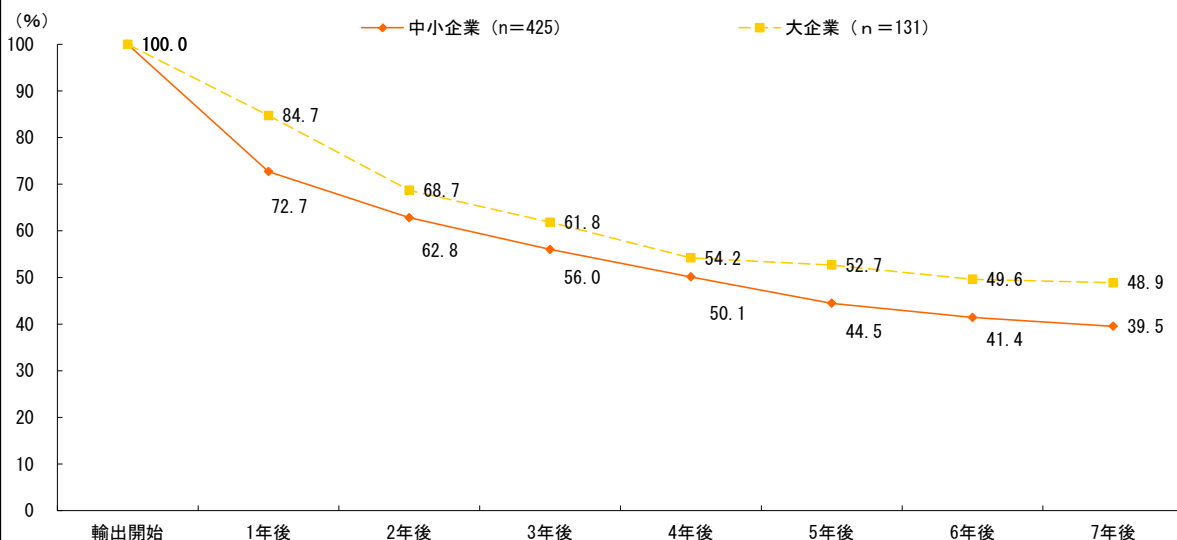


資料：経済産業省「海外事業活動基本調査報告」再編加工

(注) 1. 支払配当比率＝現地法人からの受取配当金額／（現地法人資本金又は出資金額×日本側出資比率）

2. 現地法人からの受取配当金額、現地法人資本金又は出資金額、日本側出資比率のいずれかが得られない企業は集計から除いている。

付注1-1-13 企業規模別の輸出開始企業の継続割合



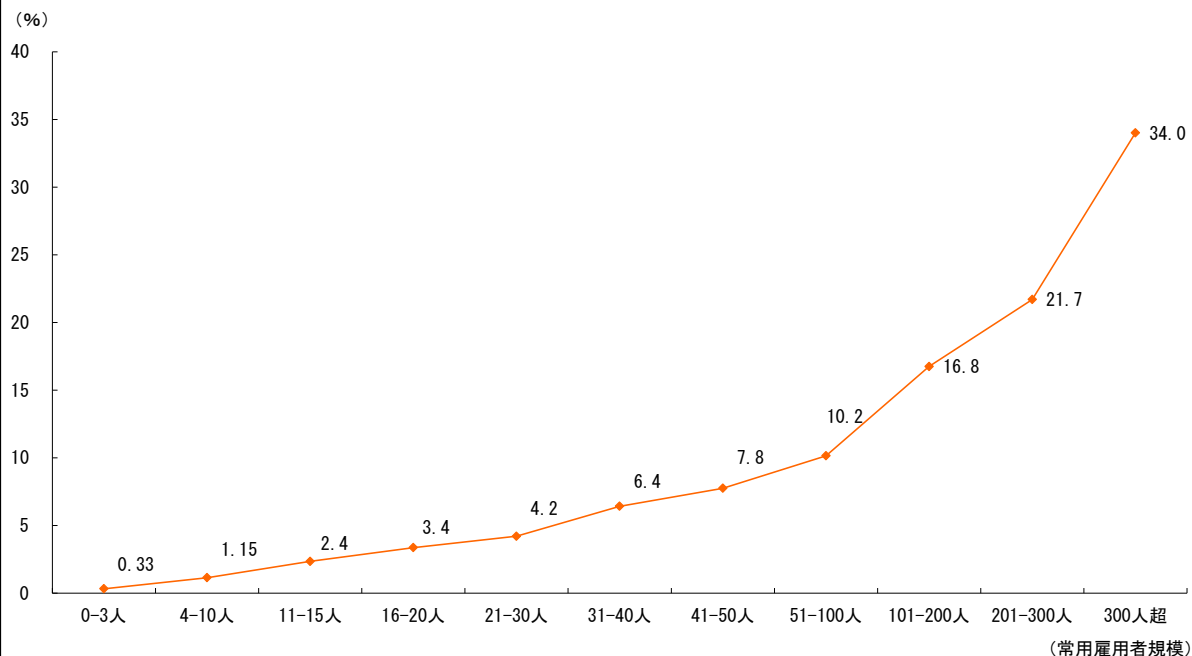
資料：経済産業省「企業活動基本調査」再編加工

(注) 1. 1997～2011年のパネルデータより作成。

2. 1997年以降輸出実績がなく、2000年～2004年の間に最初の輸出を行った企業のうち、その後の輸出も継続させた企業の割合を、輸出が中断するまでの年数ごとに示したもの(ここでの「継続」とは、毎年連続して輸出していることをいう。例えば、輸出を開始し、1年後の輸出実績がなく、2年後に輸出実績がある場合は、継続とはしていない)。

3. 「大企業」とは1997年時点で大企業だった企業、「中小企業」とは1997年時点で中小企業だった企業。

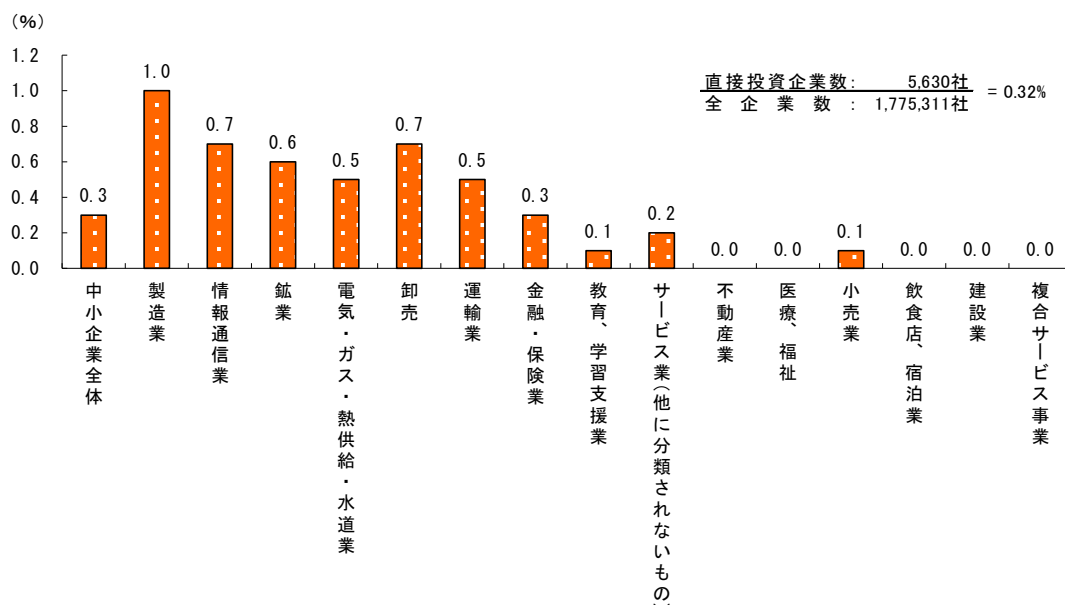
付注1-1-14 常用雇用者規模別輸出企業の割合



資料：総務省・経済産業省「平成24年経済センサス活動調査」再編加工

(注) 事業所単位の統計を、企業単位で再集計している。

付注1-1-15 業種別の直接投資企業の割合(中小企業、2009年)



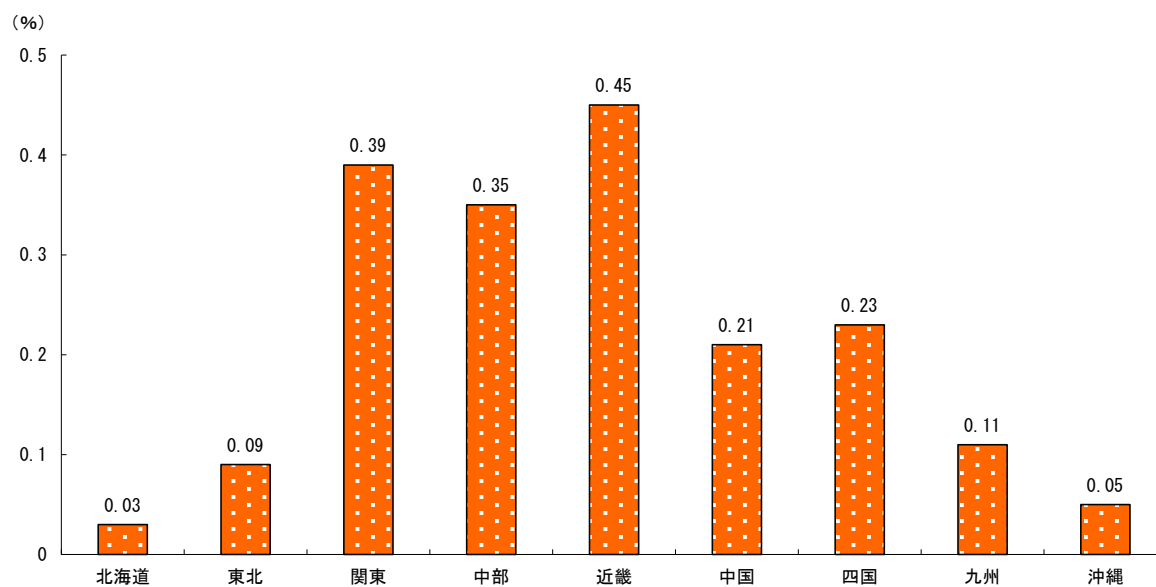
資料: 総務省「平成21年経済センサス基礎調査」再編加工

(注)1. 個人事業所は含まない。

2. ここでいう「直接投資企業」とは、海外に子会社を保有する企業をいう。

3. 「子会社」とは、当該会社が50%超の議決権を所有する会社をいう。子会社又は当該会社と子会社の合計で50%超の議決権を有する場合と、50%以下でも連結財務諸表の対象となる場合も含む。

付注1-1-16 地域別の直接投資企業の割合(中小企業、2009年)



資料: 総務省「平成21年経済センサス基礎調査」再編加工

(注)1. 各地域の区分は、経済産業局の管轄による区分である。

2. ここでいう「直接投資企業」とは、海外に子会社を所有する企業をいう。子会社又は当該会社と子会社の合計で50%超の議決権を有する場合と、50%以下でも連結財務諸表の対象となる場合も含む。

付注 1-1-17 業種別・企業規模別にみた海外子会社・関連会社の地域構成 (2011 年度)

業種	企業規模	企業数	(社、%)				
			中国(含む 香港)	アジア(中 国を除く)	ヨーロッパ	北米	その他の 地域
全産業	中小企業	6,532 (100.0)	2903 (44.4)	2256 (34.5)	389 (6.0)	748 (11.5)	236 (3.6)
	大企業	31,053 (100.0)	7506 (24.2)	8944 (28.8)	5947 (19.2)	5457 (17.6)	3199 (10.3)
建設業	中小企業	26 (100.0)	17 (65.4)	6 (23.1)	1 (3.8)	1 (3.8)	1 (3.8)
	大企業	71 (100.0)	13 (18.3)	34 (47.9)	4 (5.6)	8 (11.3)	12 (16.9)
製造業	中小企業	4,586 (100.0)	2042 (44.5)	1653 (36.0)	241 (5.3)	543 (11.8)	107 (2.3)
	大企業	20,617 (100.0)	4851 (23.5)	5863 (28.4)	4490 (21.8)	3683 (17.9)	1730 (8.4)
情報通信業	中小企業	280 (100.0)	131 (46.8)	84 (30.0)	14 (5.0)	42 (15.0)	9 (3.2)
	大企業	890 (100.0)	249 (28.0)	232 (26.1)	183 (20.6)	173 (19.4)	53 (6.0)
卸売業	中小企業	1,248 (100.0)	611 (49.0)	414 (33.2)	66 (5.3)	103 (8.3)	54 (4.3)
	大企業	7,236 (100.0)	1872 (25.9)	1954 (27.0)	1038 (14.3)	1252 (17.3)	1120 (15.5)
小売業	中小企業	47 (100.0)	14 (29.8)	16 (34.0)	7 (14.9)	8 (17.0)	2 (4.3)
	大企業	350 (100.0)	153 (43.7)	118 (33.7)	25 (7.1)	42 (12.0)	12 (3.4)
宿泊、飲食サービス業	中小企業	16 (100.0)	5 (31.3)	8 (50.0)	0 (0.0)	3 (18.8)	0 (0.0)
	大企業	78 (100.0)	34 (43.6)	23 (29.5)	5 (6.4)	13 (16.7)	3 (3.8)
その他サービス業	中小企業	264 (100.0)	78 (29.5)	59 (22.3)	48 (18.2)	32 (12.1)	47 (17.8)
	大企業	1,463 (100.0)	317 (21.7)	647 (44.2)	161 (11.0)	170 (11.6)	168 (11.5)
その他	中小企業	55 (100.0)	4 (7.3)	15 (27.3)	12 (21.8)	16 (29.1)	8 (14.5)
	大企業	348 (100.0)	17 (4.9)	73 (21.0)	41 (11.8)	116 (33.3)	101 (29.0)
農林水産業	中小企業	10 (100.0)	1 (10.0)	1 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (80.0)
	大企業	0 -	0 -	0 -	0 -	0 -	0 -

資料： 経済産業省「平成24年企業活動基本調査」再編加工。

(注) 1. 「子会社」とは、当該会社が50%超の議決権を所有する会社をいう。

子会社又は当該会社と子会社の合計で50%超の議決権を所有している会社と、50%以下でも当該会社が実質的に支配している会社も含む。

2. 「関連会社」とは、当該会社が20%以上50%以下の議決権を所有している会社をいう。また、15%以上20%未満であっても、重要な影響を与えることができる会社を含む。

3. 「大企業」とは、中小企業基本法に定義する中小企業者以外の企業をいう。

4. 業種分類は国内親会社に関するものである。

5. ()内は構成比である。

付注1-1-18 企業規模別赤字企業比率の推移

