中小企業の実態に関する構造分析

本章では、企業間取引・価格転嫁、賃金や生産性の現況のほか、「地域の包摂的成長」に焦点を当て、中小企業の実態に関する構造について確認していく。

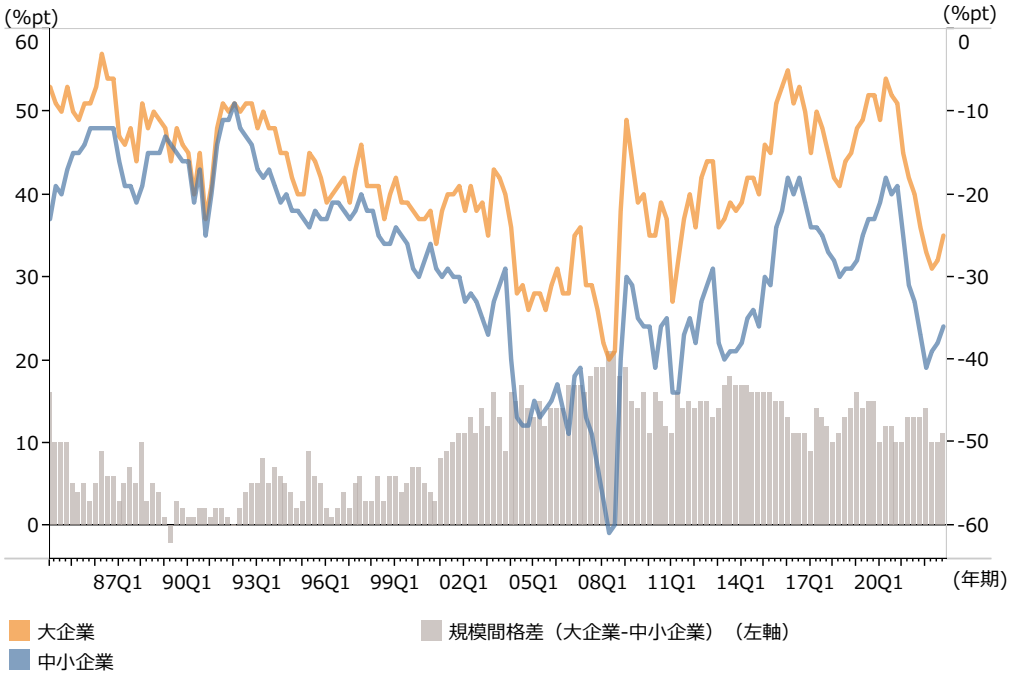
第１節　企業間取引・価格転嫁の現況

本節では、中小企業における企業間取引や価格転嫁に関する現況について確認する。

１．交易条件の動向

第1-3-1図は、日本銀行「全国企業短期経済観測調査」を基に、販売価格DIから仕入価格DIを引いた値である交易条件指数の算出を行ったものである。2022年においては、大企業と中小企業の交易条件の規模間格差が改善している傾向も見られているが、中小企業の交易条件指数は感染症流行前と比べると依然として低い水準にとどまっており、仕入価格上昇分を販売価格に転嫁できていない状況が示唆される。

第1-3-1図　企業規模別に見た、交易条件指数の推移

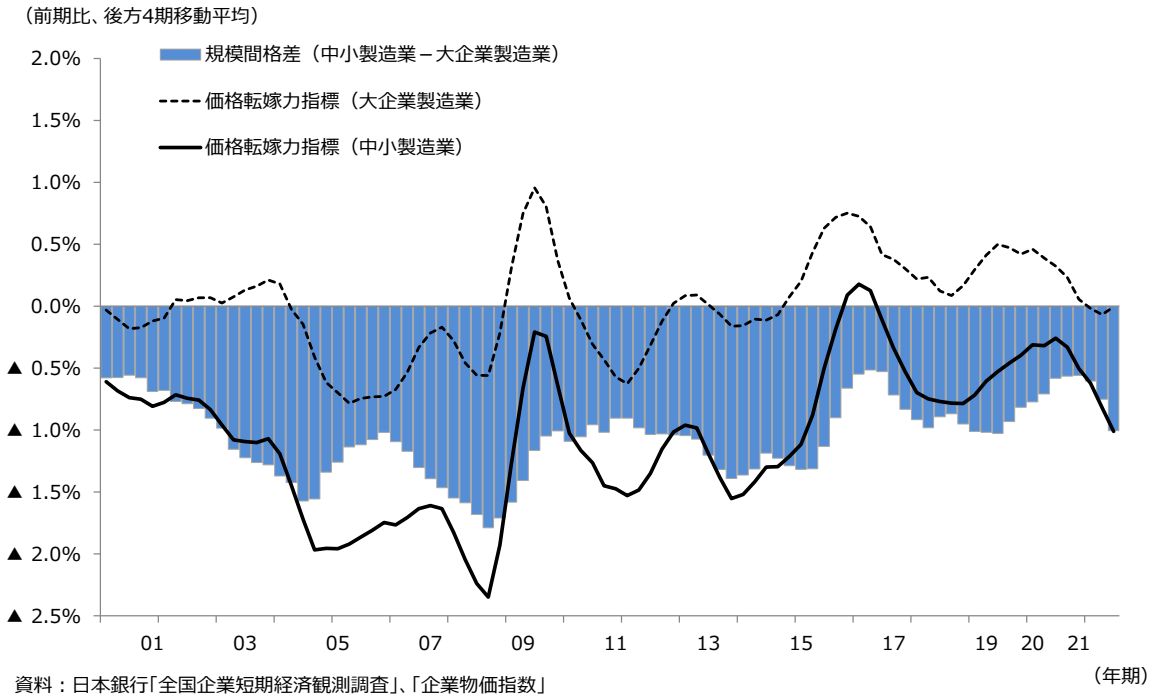


資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」
（注）1.ここでいう大企業とは、資本金10億円以上の企業、中小企業は資本金２千万円以上１億円未満の企業をいう。
2.交易条件指数とは、販売価格DIから仕入価格DIを差し引いたものとする。

２．価格転嫁力の動向

第1-3-2図は、2021年度までの日本銀行「全国企業短期経済観測調査」、「企業物価指数」を基に、企業規模別の価格転嫁力指標[1]の算出を行ったものである。大企業（大企業製造業）と中小企業（中小製造業）を比較して見ると、感染症流行前に一定水準上昇した大企業・中小企業の価格転嫁力が、感染症流行後、再び減少している。さらに、大企業と中小企業間で、価格転嫁力の規模間格差が開きつつあることが分かる。

第1-3-2図　企業規模別に見た、価格転嫁力の推移（製造業）

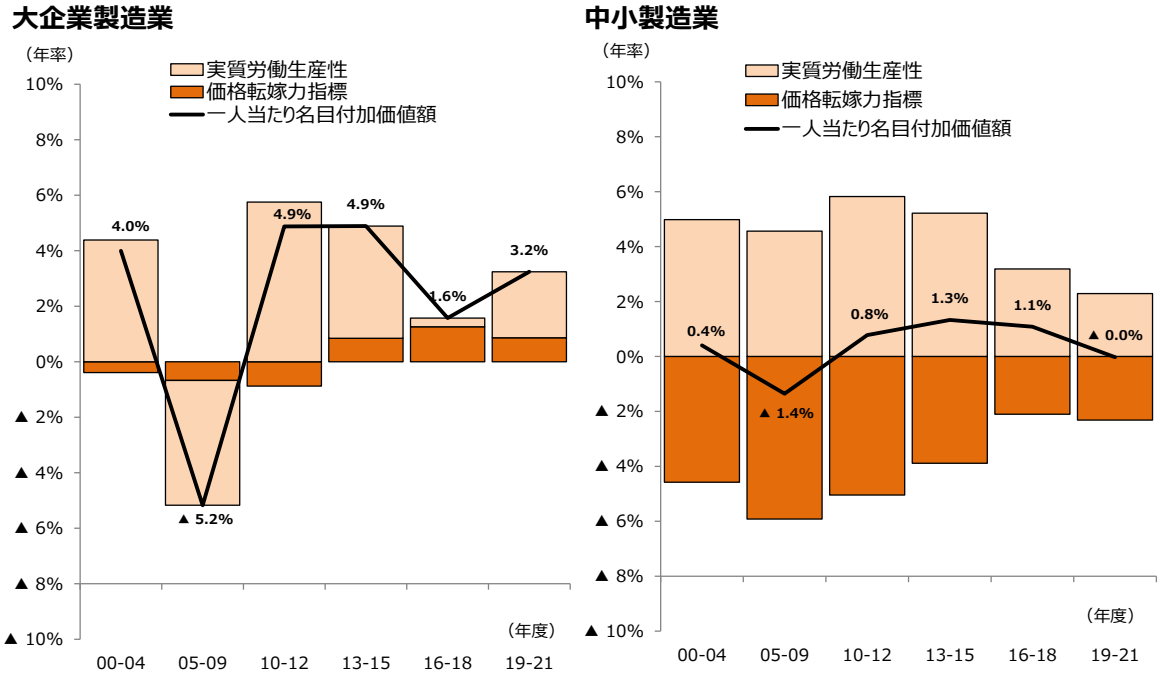


資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」、「企業物価指数」
（注）ここでの規模間格差は、大企業製造業と中小製造業における、価格転嫁力指標の数値の差分を表し、値が負の方向に向かうほど、大企業製造業に対して、中小製造業における価格転嫁力が差をつけられていることを示す。

1　ここでいう「価格転嫁力指標」とは、販売価格の変化率と仕入価格の変化率の違いから、仕入価格の変化分をどの程度、販売価格に転嫁できているか（＝価格転嫁力）を数値化したものを指す。推計においては、売上高に対する材料費の比率が時期によらず一定である等の仮定を置き、価格転嫁力の変化率を販売価格の変化率と仕入価格の変化率の関数で表している。また、販売価格の変化率と仕入価格の変化率を日銀短観で公表されている「上昇」、「下落」の回答割合から統計学的に推計を行うことにより、算出することが可能である。詳細については、2014年版中小企業白書　付注1-1-1を参照。

第1-3-3図は、日本銀行「全国企業短期経済観測調査」、「企業物価指数」、財務省「法人企業統計調査年報」を基に、一人当たり名目付加価値額上昇率とその変動要因の算出を行ったものである。大企業（大企業製造業）と中小企業（中小製造業）を比較して見ると、大企業では実質労働生産性や価格転嫁力の寄与により一人当たり名目付加価値額が上昇している一方、中小企業では価格転嫁力の低下が一人当たり名目付加価値額の低下に寄与している。また、中小製造業においては、2019年から2021年において価格転嫁力が低下していることが分かる。

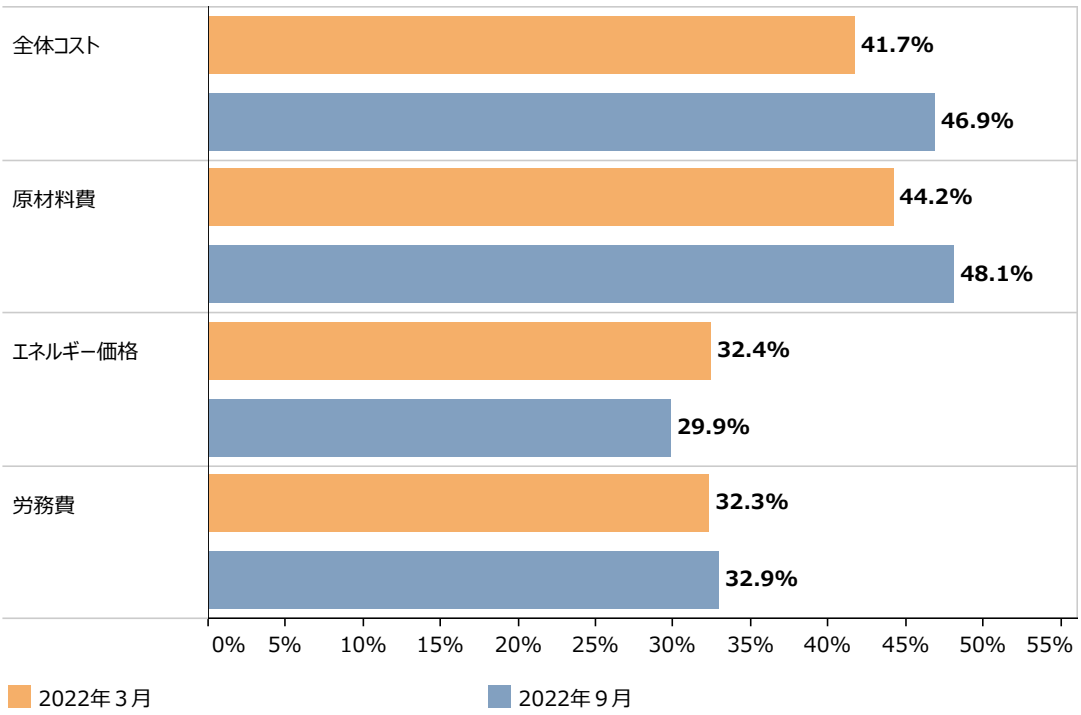
第1-3-3図　一人当たり名目付加価値額上昇率とその変動要因



資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」、「企業物価指数」、財務省「法人企業統計年報」
（注）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た。

第1-3-4図は、中小企業庁「価格交渉促進月間フォローアップ調査」[2]を用いて、2022年３月、及び９月の各コストにおける価格転嫁率の推移を見たものである。これを見ると、2022年における価格転嫁率（仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁できている割合）の状況は、全体コストについては改善しつつあり、中でも原材料費の転嫁率については向上している。一方で、労務費については上昇幅が非常に小さく、エネルギー価格については転嫁率が減少していることが分かる。

第1-3-4図　各コストの変動に対する価格転嫁の状況



資料：中小企業庁「価格交渉促進月間フォローアップ調査」
（注）1.2022年３月、９月の調査における、価格転嫁率の平均値を算出したもの。
2.回答数(n)は以下の通り。2022年３月：n=25,575、2022年９月：n=17,848。
3.主要な発注側企業（最大３社）との間で、直近６か月のコスト上昇分のうち、何割を価格転嫁できたかの回答について、発注側の企業ごとに名寄せ・単純平均したもの。

2　中小企業庁「価格交渉促進月間フォローアップ調査」：中小企業庁が2022年５～６月、９～11月において、全国150,000社の中小企業等を対象にアンケート調査を実施（2022年３月：回答企業数13,078社（※回答から抽出される発注側企業数は延べ25,575社）、回収率8.7%。2022年９月：回答企業数15,195社（※回答から抽出される発注側企業数は延べ17,848社）、回収率10.1%）。

第２節　賃金の現況

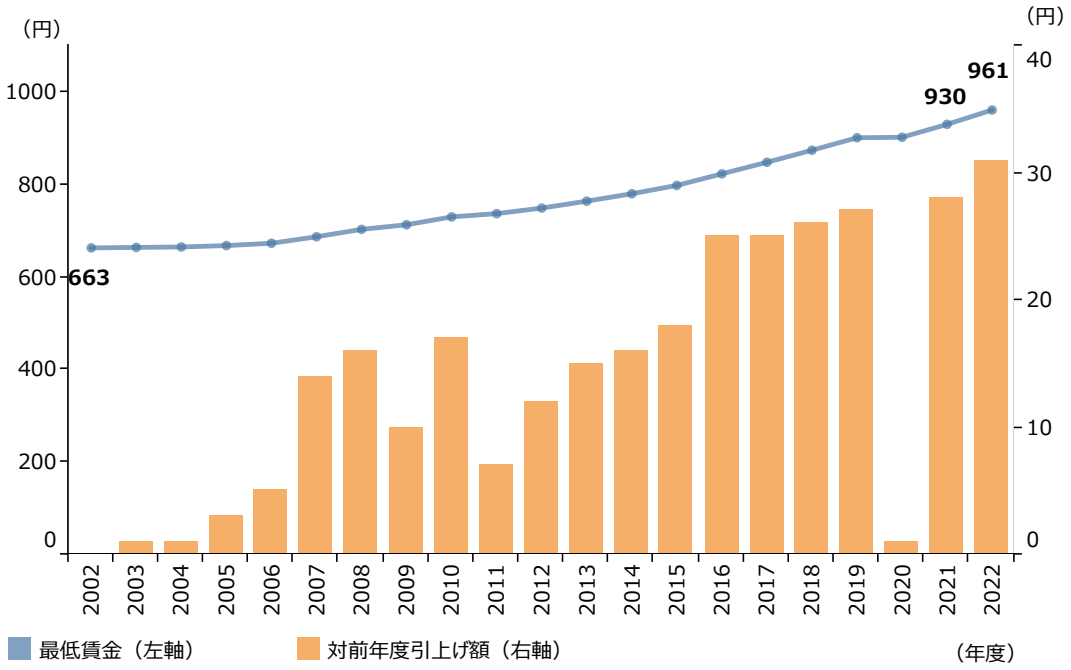
前節では、企業間取引や価格転嫁の現況について確認した。本節では、中小企業・小規模事業者における賃金の動向、及び賃上げの動向を確認する。

１．賃金の動向

①最低賃金の動向

第1-3-5図は、2022年度までの厚生労働省「地域別最低賃金の全国一覧」を基に、最低賃金の推移を見たものである。これを見ると、2021年度において全国加重平均で930円であった最低賃金は、2022年10月に過去最大の全国加重平均で31円の引上げが実施されたことにより、2022年度においては全国加重平均で961円となっている。

第1-3-5図　最低賃金の推移

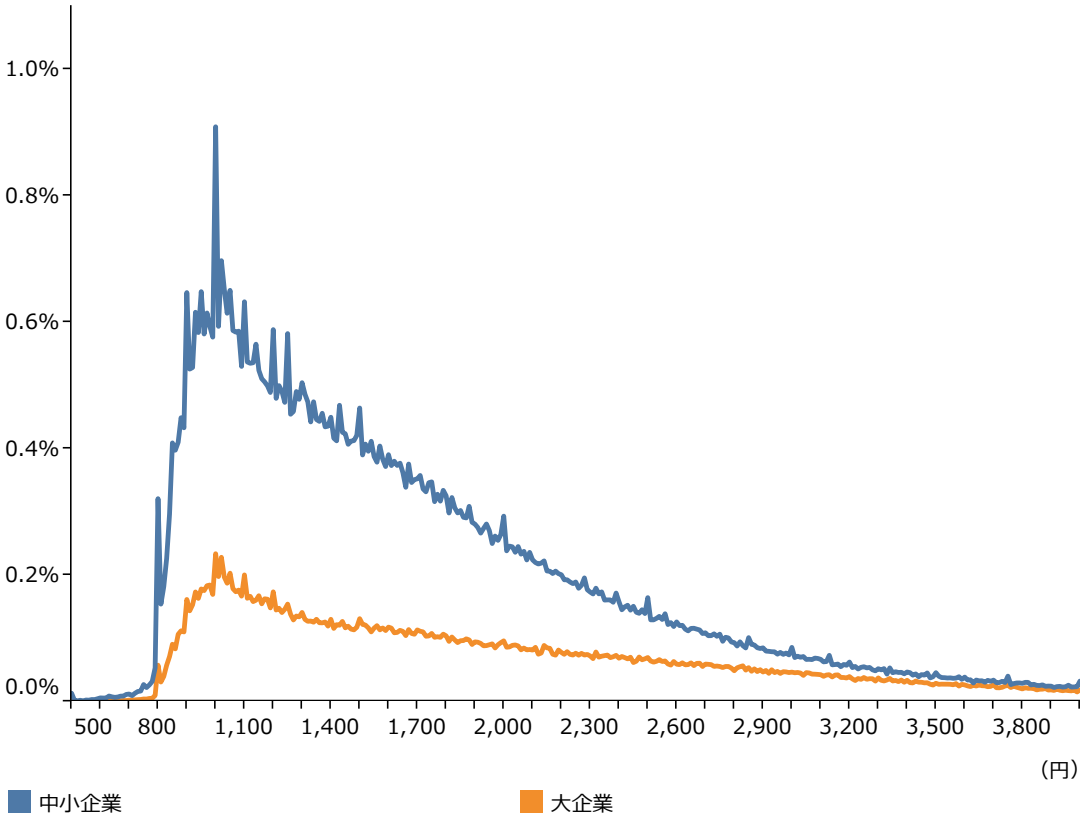


資料：厚生労働省「地域別最低賃金の全国一覧」

②時間当たり所定内給与額の分布

第1-3-6図は、従業員規模別に、2021年の常用労働者における時間当たり所定内給与額[3]の分布を見たものである。これを見ると、大企業は低賃金帯での構成割合が少ないが、大企業と中小企業共に時間当たり所定内給与額が1,000円近くで多く分布していることが分かる。

第1-3-6図　従業員規模別に見た、時間当たり所定内給与額の分布（2021年・常用労働者）



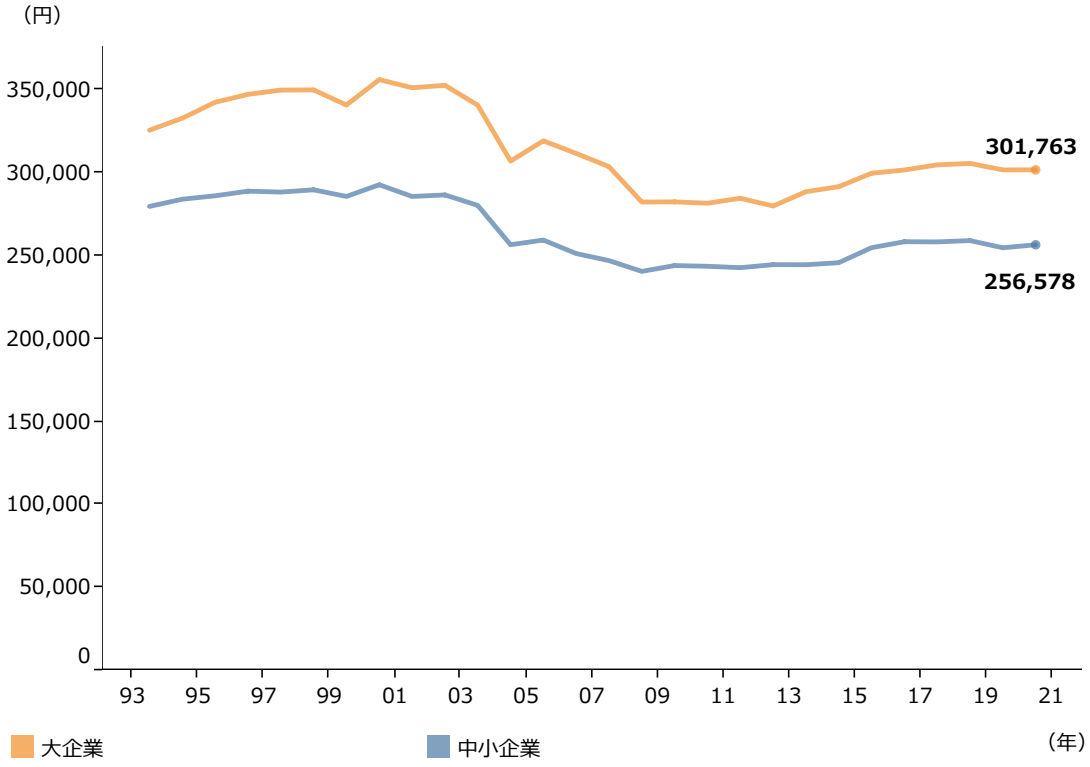
資料：厚生労働省「賃金構造基本統計調査」再編加工
（注）1.中小企業基本法第２条の規定に基づき、業種別の従業員数の定義に基づく中小企業と、それ以外の大企業に分けて集計している。
2.全企業数に対する、時間当たり所定内給与額帯の該当者数の割合を、大企業・中小企業ごとに4,000円までの範囲で集計している。

3　ここでいう「所定内給与額」とは、きまって支給する現金給与額から時間外勤務手当、深夜勤務手当、休日出勤手当、宿日直手当、交代手当として支給される超過労働給与額を引いた額を指す。

③賃金の推移

第1-3-7図は、従業員規模別に常用労働者の所定内給与額の推移を見たものである。これを見ると、2021年において、大企業では301,763円、中小企業では256,578円となっている。

第1-3-7図　従業員規模別に見た、所定内給与額（常用労働者）の推移

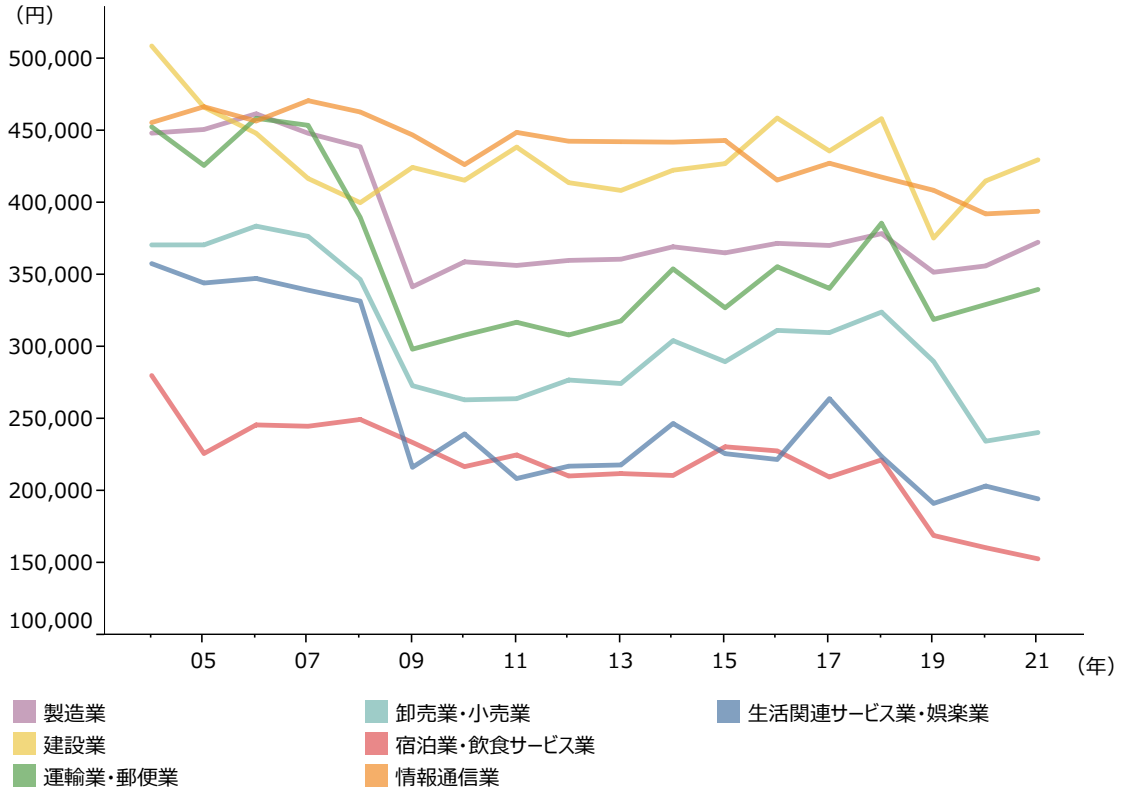


資料：厚生労働省「賃金構造基本統計調査」再編加工
（注）中小企業基本法第２条の規定に基づき、業種別の従業員数の定義に基づく中小企業と、それ以外の大企業に分けて集計している。

④業種別の賃金の推移

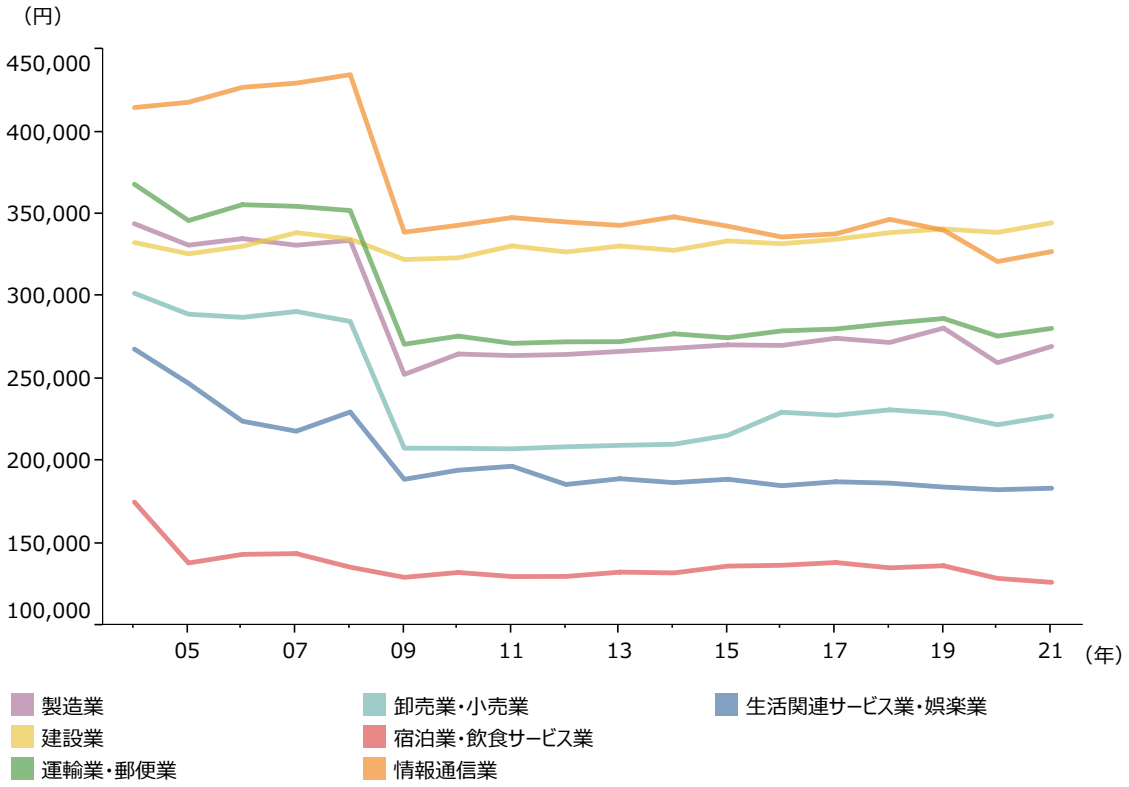
第1-3-8図、**第1-3-9図**は、大企業、中小企業において、業種別に常用労働者の所定内給与額の推移を見たものである。まず、**第1-3-8図**を見ると、大企業においては、リーマン・ショック以降に多くの業種において所定内給与額が減少し、その後緩やかに回復傾向が続いたものの、感染症流行後において、卸売業、小売業をはじめ、宿泊業、飲食サービス業などにおいて所定内給与額が減少していることが分かる。次に、**第1-3-9図**を見ると、中小企業においては、大企業と同様に、リーマン・ショック以降に多くの業種において所定内給与額が減少した後、直近10年において所定内給与額は大きく変動していない。また、感染症流行後においては、一時的に落ち込んだ製造業や情報通信業についても、その後持ち直していることが分かる。

第1-3-8図　業種別に見た、所定内給与額の推移（大企業・常用労働者）



資料：厚生労働省「賃金構造基本統計調査」再編加工
（注）中小企業基本法第２条の規定に基づき、業種別の従業員数の定義に基づく中小企業を除く、大企業について集計している。

第1-3-9図　業種別に見た、所定内給与額の推移（中小企業・常用労働者）



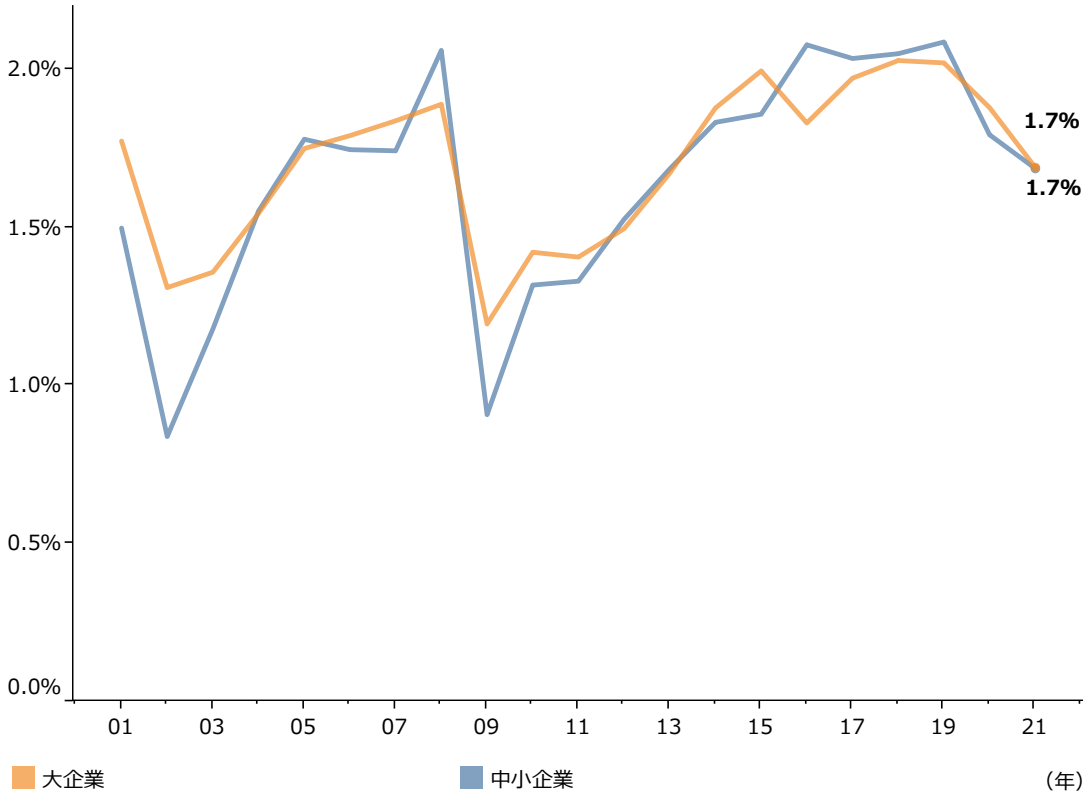
資料：厚生労働省「賃金構造基本統計調査」再編加工
（注）中小企業基本法第２条の規定に基づき、業種別の従業員数の定義に基づく中小企業について集計している。

２．賃上げの動向

①賃金改定率の推移

第1-3-10図は、厚生労働省「賃金引上げ等の実態に関する調査」を基に、従業員規模別に、一人当たり平均賃金改定率の推移を見たものである。これを見ると、2021年における大企業と中小企業の一人当たり平均賃金改定率は約1.7％となっており、規模別に見ると賃金改定率には大きな差がないことが分かる。

第1-3-10図　従業員規模別に見た、一人当たり平均賃金改定率の推移

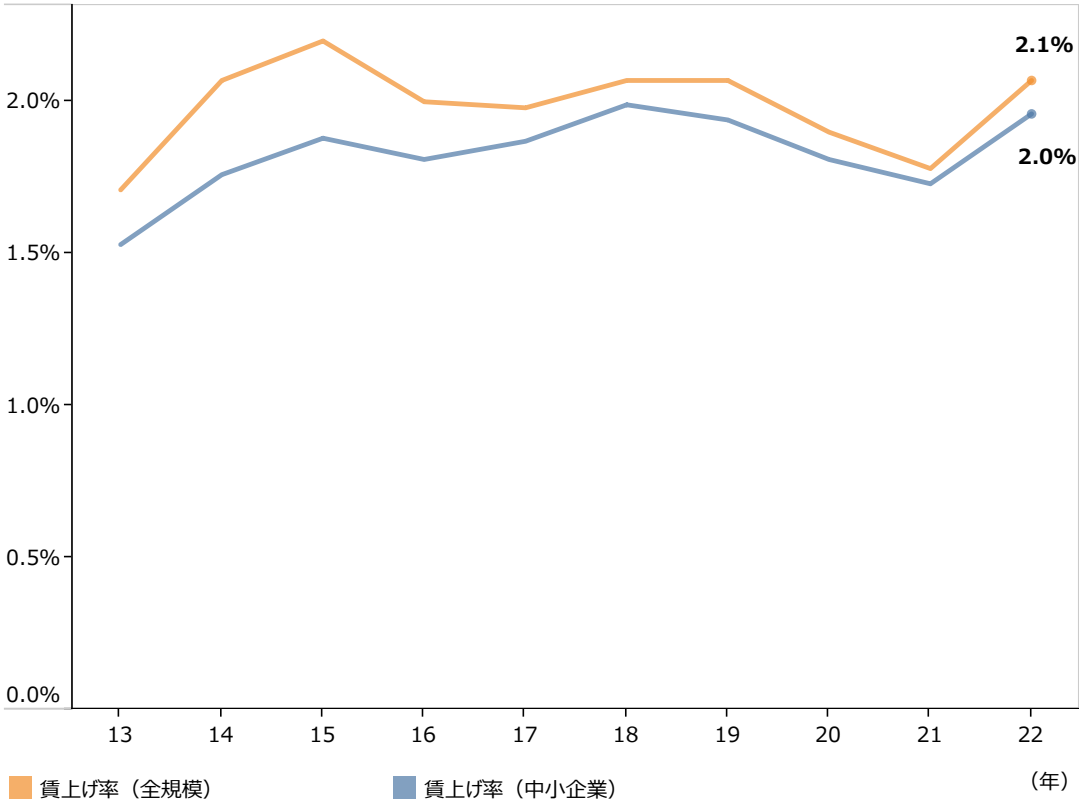


資料：厚生労働省「賃金引上げ等の実態に関する調査」再編加工
（注）中小企業基本法第２条の規定に基づき、業種別の従業員数の定義に基づく中小企業と、それ以外の大企業に分けて集計している。

②春闘による賃上げ率の推移

第1-3-11図は、日本労働組合総連合会「春季生活闘争第７回（最終）回答集計（2022年７月１日集計・７月５日公表）」を基に、2013年から2022年までの賃上げ率の推移[4]を見たものである。これを見ると、2022年の春闘による賃上げ率の状況としては、全規模で2.1％、中小企業においては2.0％となっている[5]。

第1-3-11図　春闘による賃上げ率の推移



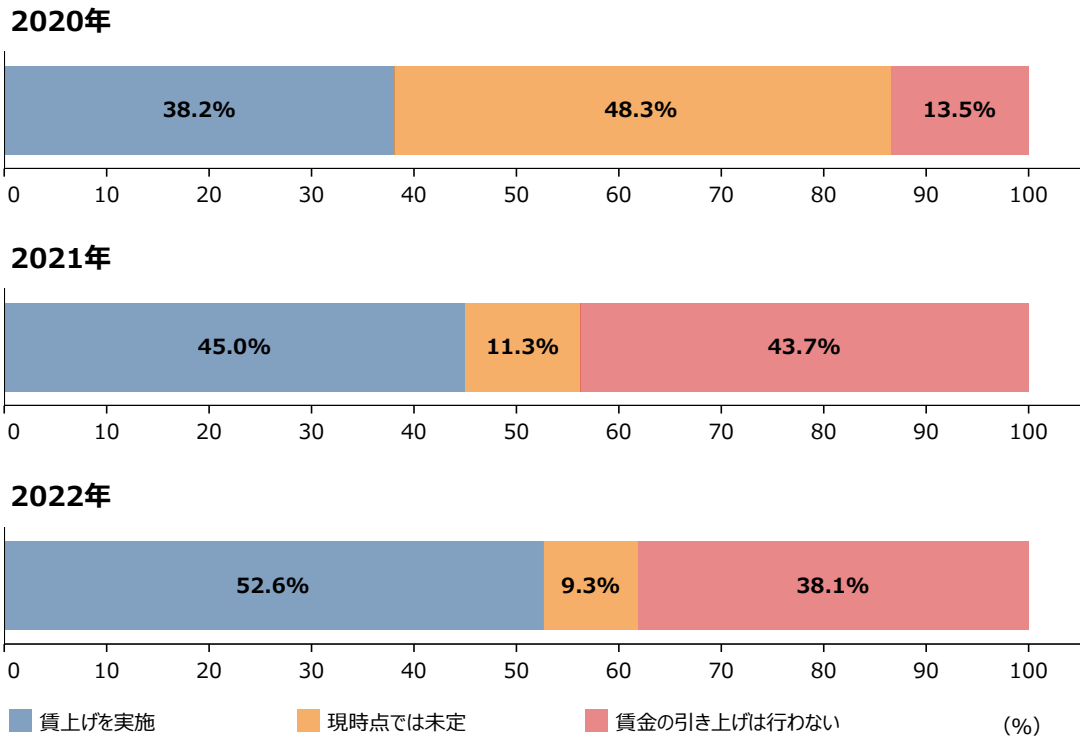
資料：日本労働組合総連合会「春季生活闘争第７回（最終）回答集計（2022年７月１日集計・７月５日公表）」
（注）組合員数300人未満の企業を、中小企業としている。

4　ここでの賃上げ率については、平均賃金方式（組合員の平均賃金をいくら引き上げるかについて、一人平均の労務コストを基に交渉する方式）での賃上げ状況の推移を見たものである。
5　なお、春季生活闘争第１回回答集計（2023年３月17日集計、３月17日公表）において、平均賃金方式で回答を引き出した805組合の加重平均で、全規模では3.8％、組合員数300人未満の企業では3.5％の賃上げ率となっている。

③中小企業・小規模事業者における賃上げの状況

第1-3-12図は、日本商工会議所「商工会議所早期景気観測調査（LOBO調査）」[6]を用いて、2020年から2022年までの所定内賃金の動向を見たものである。これを見ると、感染症流行後、賃上げを実施している企業の割合は増加しているものの、2022年における「賃上げを実施」と回答した割合は半数程度にとどまっている。

第1-3-12図　所定内賃金の動向



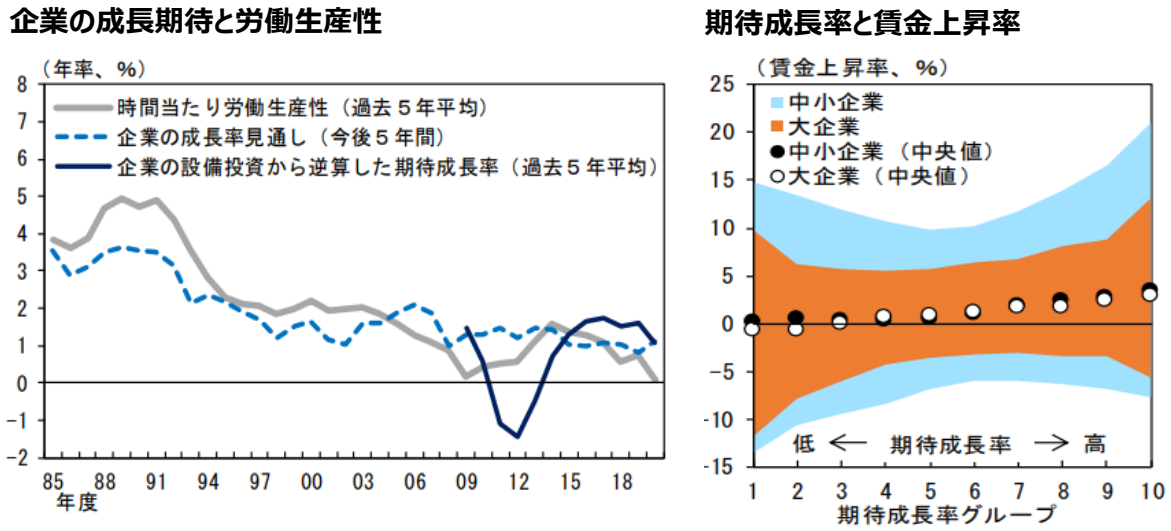
資料：日本商工会議所「商工会議所早期景気観測調査（LOBO調査）」
（注）1.2020年12月(n=2,086)、2021年12月(n=1,989)、2022年12月(n=1,972)の調査結果。
2.「業績が改善しているため賃上げを実施（前向きな賃上げ）」と「業績の改善がみられないが賃上げを実施（防衛的な賃上げ）」を「賃上げを実施」として集計している。

6 日本商工会議所「商工会議所早期景気観測調査（LOBO調査）」：日本商工会議所が、2020年12月、2021年12月、2022年12月において、商工会議所の会員企業を対象にアンケート調査を実施（2020年12月：配布数2,758社、有効回答2,086件、回収率75.6%。2021年12月：配布数2,619社、有効回答1,989件、回収率75.9%。2022年12月：配布数2,525社、有効回答1,972件、回収率78.1%）。

④賃上げのための価格転嫁と生産性向上

ここでは、賃上げと生産性等の関係性について分析した研究を紹介する[7]。**第1-3-13図**は、大久保ほか（2023）の分析において、企業の成長期待と労働生産性の関係性、及び期待成長率と賃金上昇率の関係性を見たものである。これを見ると、設備投資額から算出される企業の１年後の実質付加価値の期待成長率は、労働生産性の変動と連動するほか、期待成長率と名目賃金上昇率には、企業規模によらず緩やかな正の相関関係があるという。このことから、成長期待の高まりが資本装備率（資本の労働対比での投入比率）の上昇を通じて労働生産性の上昇につながることや、生産性の向上が賃上げにつながることが示唆されている[8]。

第1-3-13図　企業の成長期待と労働生産性、及び期待成長率と賃金上昇率の関係性

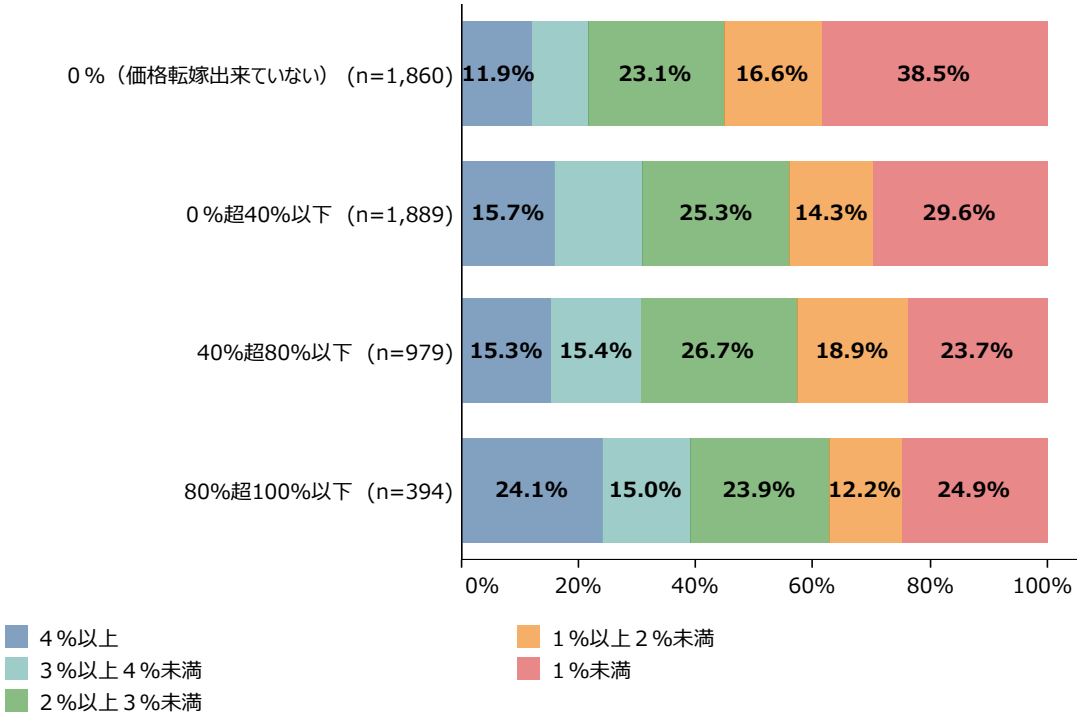


資料：大久保ほか（2023）「わが国の賃金動向に関する論点整理」、日本銀行ワーキングペーパーシリーズ No.23-J-1
（注）1.大久保ほか（2023）における図表39（左図）、図表40（右図）を並べたものとなっている。
2.企業の成長率見通しは、内閣府「企業行動に関するアンケート調査」における今後５年間の実質経済成長率の見通し。
3.期待成長率と賃金上昇率の図（右図）におけるシャドーは 25-75%タイル。期待成長率グループは、個別企業の実質期待成長率により 10グループに均等に分類したもので、2019 年度時点のデータを利用している。
4.企業の設備投資から逆算した期待成長率の算出方法等の分析方法の詳細については大久保ほか（2023）を参照。

7　大久保ほか（2023）
8　大久保ほか（2023）によると、高齢化によって労働供給（投入）が減少している状況下においては、一般に設備投資が増えて資本装備率が上昇した場合、労働生産性の上昇を通じて賃金が上がりやすくなるとされている。

第1-3-14図は、（株）東京商工リサーチが実施した「中小企業が直面する経営課題に関するアンケート調査」[9]を用いて、価格転嫁率別に従業員一人当たりの平均賃金改定率を見たものである。これを見ると、価格転嫁率が高い企業ほど、従業員一人当たりの平均賃金改定率も高い傾向にある。今回の調査では一概にいえないものの、賃上げを推進するためには、価格転嫁を進めることが重要であることが示唆される。

第1-3-14図　価格転嫁率別に見た、従業員一人当たりの平均賃金改定率



資料：（株）東京商工リサーチ「中小企業が直面する経営課題に関するアンケート調査」
（注）1.過去１年間における、製品・商品・サービスの生産・製造にかかる費用変動分の価格転嫁率について、０％、0%超40%以下、40%超80%以下、80%超100%以下に分けて集計している。
2.従業員一人当たりの平均賃金改定率について、１％未満、１％以上２％未満、２％以上３％未満、３％以上４％未満、４％以上に分けて集計している。

コラム1-3-1では、価格転嫁の促進や生産性向上を通じて、賃上げに取り組む中小企業の事例を紹介している。また、**事例1-3-1**では子育て世代に優しい休暇・時短制度などの導入により社員の定着や採用力強化につなげ、成長を遂げている企業の事例を紹介している。

9　本アンケートの詳細は、第１部第１章第３節を参照。

コラム

1-3-1 価格転嫁の促進や生産性向上を通じて、賃上げに取り組む中小企業

足下で物価高騰が進む中、中小企業でも賃上げの必要性が高まっている。他方、持続的に賃上げを実施していくためには、賃上げに配分する原資を確保することが必要である。本コラムでは、中小企業庁が企業に対してヒアリングなどを実施する中で把握した、価格転嫁や生産性向上に工夫しながら取り組むことで、賃上げの実現に前向きに取り組む中小企業の取組内容をいくつか紹介する（**コラム1-3-1①図**）。

伊藤鉄工株式会社は、排水金具・マンホールやキッチン用品、フェンス・門扉などの製品を鋳物技術で製造する企業である。2023年は、定期昇給・ベースアップ等で約４％の賃上げを予定しており、賃上げの原資の獲得のために生産性向上と価格転嫁に取り組んでいる。特に生産性向上においては、生産設備の更新や機械加工の内製化、受注システムの導入、新製品開発等を進めている。また、原材料高の根拠を示して交渉することで価格転嫁に向けた努力を進めているほか、パートナーシップ構築宣言を実施し、自らの発注先からの転嫁も受け入れるなど、価格転嫁に積極的に取り組んでいる。

株式会社フジワラテクノアートは、醸造機械、食品機械等の開発・設計・製造・販売及びプラントエンジニアリングを行う企業である。人件費上昇は財務に影響するものの、人は未来に向けて最も重要な資源と考え、2023年は４％の賃上げになるよう、定期昇給・ベースアップを実施することを決定した。海外展開に積極的で世界20か国以上に製品を輸出しており、また、長期ビジョンを掲げ新製品開発や業務改革、受発注などにDXを積極的に導入して、生産性・収益向上に取り組んでいる。また、女性活躍を含むダイバーシティ推進など、社員のエンゲージメント高めることにも力を入れており、エンゲージメント向上が企業価値向上にもつながると語っている。

このように、中小企業の賃上げに向けては、価格転嫁や生産性向上に様々な形で取り組むことで、その原資を獲得することが重要な取組であることが分かる。

コラム　1-3-1①図　価格転嫁の促進や付加価値向上を通じて、賃上げに取り組む中小企業の事例

企業	伊藤鉄工株式会社	株式会社フジワラテクノアート
事業概要	■ 排水金具・マンホールやキッチン用品、フェンス・門扉などの製品を鋳物技術で製造する企業。	■ 醸造機械、食品機械等の開発・設計・製造・販売及びプラントエンジニアリングを行う企業。
賃上げの内容	■ 2023年は定期昇給・ベースアップ等で約４％の賃上げを予定。	■ 人件費上昇は財務に影響するが、人は未来に向けて最も重要な資源として、今年は4%の賃上げになるよう、定期昇給・ベースアップを実施。
生産性向上・価格転嫁に向けた取組	■ 鋳造造型機の更新、機械加工の内製化、受注システム導入、新製品開発等の生産性向上を推進。 ■ 原材料高の根拠を示して交渉し、価格転嫁を達成。パートナーシップ構築宣言を実施し、発注先からの転嫁も受け入れ。	■ 海外展開に積極的で、世界20か国以上に製品を輸出。 ■ 長期ビジョンを掲げ、新製品開発や業務改革、受発注などにDXを積極的に導入。 ■ 女性活躍を含むダイバーシティ推進など、社員のエンゲージメントを高めることを通じた、企業価値向上に取組。

（資料）中小企業庁調べ

事例
1-3-1

多能工化と、子育て世代に優しい休暇・時短制度で社員の定着につなげ、成長を遂げている企業

所 在 地　滋賀県湖南市
従業員数　81名
資 本 金　3,000万円
事業内容　その他の金属表面処理業

株式会社シンコーメタリコン

▶ 社員が定着しない労働環境を改善すべく、抜本的な社内改革に着手

滋賀県湖南市の株式会社シンコーメタリコンは、1933年創業の金属やプラスチックの表面に機能皮膜を形成する溶射加工を手掛ける企業である。同社の立石豊社長が社長に就任した1994年頃は、ベテラン社員の多くが定年を迎える時期であり、若手社員の育成が急務となっていた。さらに、溶射加工はきつい・汚い・危険のいわゆる“３Ｋ”の仕事であり、労働環境も良いとはいえず、社員の離職率が40％と高水準であった。こうした人材面の課題を解決しなければ成長を目指す前に会社が衰退してしまうと考えた立石社長は、抜本的な社内改革に着手した。

▶「多能工化」で社員が休みやすい環境を整え、子育て世代に優しい勤務制度などの導入を進める

立石社長が最初に取り組んだのは、社員の能力開発を目的としたジョブローテーションの実施だった。営業、製造など採用形態にかかわらず、社員に３か月で全ての部署を経験させたことで、社員が「多能工化」し、ベテランが抜けた穴を若手が補うだけでなく、全社的な社員の技術レベル向上に成功。その後も取組を継続したことで、工場の繁忙期には総務部の人員も製造業務に加わるといった対応が可能になり、全社的に残業時間も削減された。立石社長が次に取り組んだのは、社員の定着率を高めるための各種休暇制度の整備であった。女性社員の育休制度を導入した上で、2012年には育休中の女性社員が月に１度赤ちゃんと一緒に出勤する「子育て面談」を開始。これにより、女性社員がブランクを感じずに育休から職場復帰できるようになったほか、先輩ママに子育ての悩みを相談する場としても重宝された。その後、男性社員の育休制度も導入し、７日間連続での育休取得を義務付けている。また、2015年には全社員に７日間連続で休暇を取得することを義務付け、リフレッシュによる社員のパフォーマンス向上を企図。これにより、社員同士で互いの業務をカバーし合う雰囲気が生まれ、多能工化も促進された。このほかにも、女性社員を取締役に登用し、子育て中の社員を対象とした短時間勤務制度や、出勤時間を５分単位で前後できるスライドワーク制度を整備するなど、常に社員が働きやすい環境づくりに取り組んでいる。

▶ 社員の定着と生産性の向上で更なる成長を目指す

こうした社内改革の結果、現在の離職率は数％台まで低下するなど、人材が定着。一人当たりの月ベースの残業時間も５年前と比べて10時間削減されるなど、生産性が向上した。こうした働きやすい環境整備を進めたことにより、社員のパフォーマンスが向上し、売上高・利益が拡大したほか、生み出した利益を賞与や福利厚生で社員に還元したことで、社員のモチベーション・パフォーマンスが向上するという好循環が生まれた。2018年度には「ホワイト企業大賞」を受賞するなど、労働環境の良さを対外的にもアピールしたことにより、地域で「働きやすい企業」というイメージを獲得し、優れた人材の確保にもつなげている。「社員が120％のパフォーマンスを発揮できるよう福利厚生を充実させているが、そのためには多能工化と社員同士の連携が不可欠。チームワークを大切にして更なる成長につなげていきたい。」と立石社長は語る。

女性社員と子育て面談を行う立石社長

「ホワイト企業大賞」受賞をアピール

入社式での写真

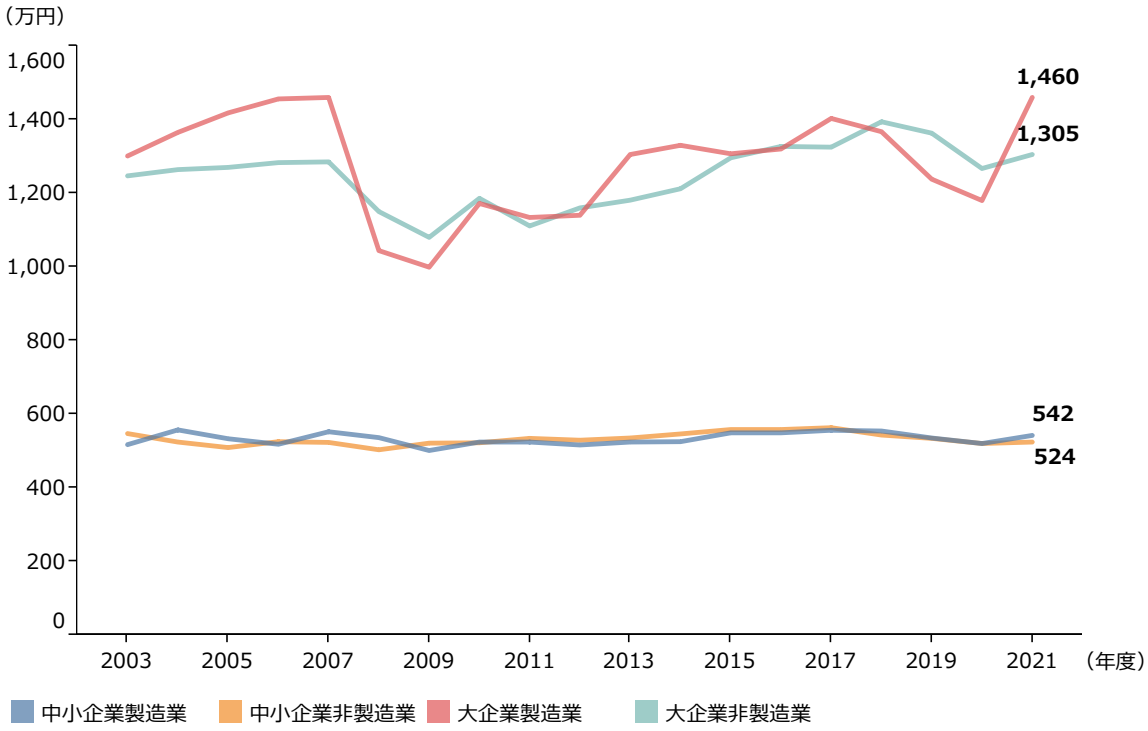
第３節　生産性の現況

前節では、中小企業・小規模事業者における賃金の現況について確認した。本節では、我が国の中小企業・小規模事業者の生産性の動向を把握する。

１．生産性の動向

第1-3-15図は、企業規模別に、2021年度までの一人当たり付加価値額（労働生産性[10]）の推移を見たものである。これを見ると、大企業製造業においては、2021年度において大きく労働生産性を向上させている一方、中小企業においては製造業・非製造業共に横ばいの傾向が続いている。

第1-3-15図　企業規模別に見た、従業員一人当たり付加価値額（労働生産性）の推移

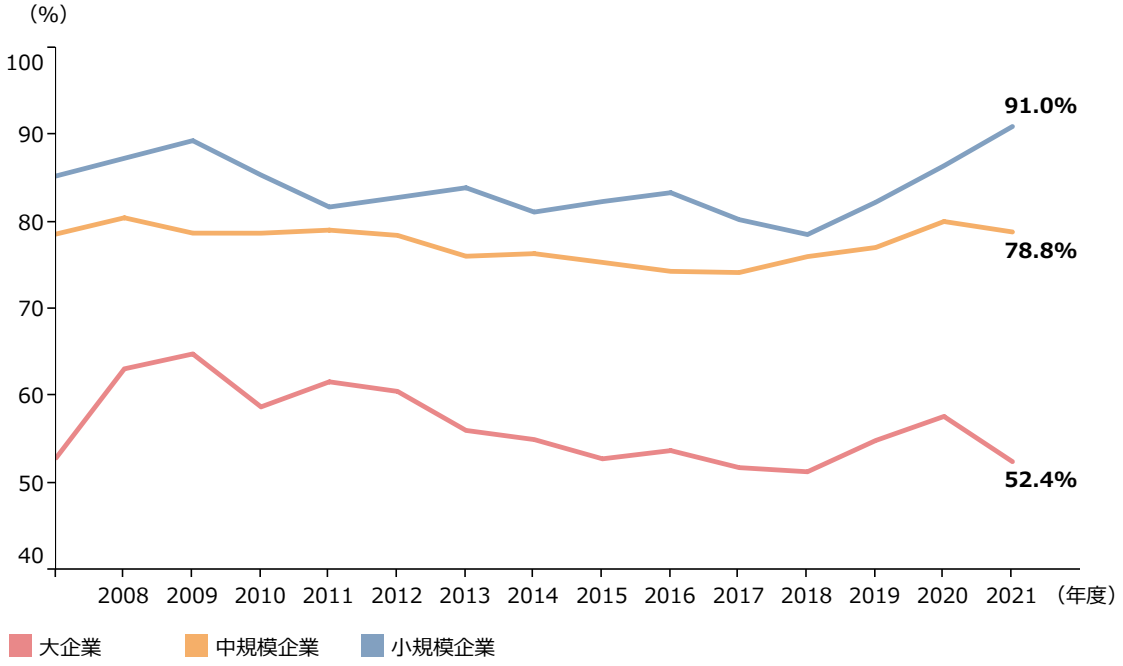


資料：財務省「法人企業統計調査年報」
（注）1.ここでいう大企業とは資本金10億円以上、中小企業とは資本金１億円未満の企業とする。
2.平成18年度調査以前は付加価値額＝営業純益（営業利益－支払利息等）＋役員給与＋従業員給与＋福利厚生費＋支払利息等＋動産・不動産賃借料＋租税公課とし、平成19年度調査以降はこれに役員賞与、及び従業員賞与を加えたものとする。

10 労働生産性の算出に当たっては、厳密には分母を「労働投入量」（従業員数×労働時間）とする必要があるが、第1-3-15図では、分母に「従業員数」を用いている点に留意。

第1-3-16図は、労働分配率[11]の推移を見たものである。これを見ると、中規模企業、小規模企業においては、大企業と比べて労働分配率が高い傾向が続いている。また、2019年度から2021年度にかけて、小規模企業の労働分配率が上昇し、2020年度から2021年度にかけて、中規模企業、大企業の労働分配率が低下していることが分かる。

第1-3-16図　企業規模別に見た、労働分配率の推移



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10億円以上、中規模企業とは資本金１千万円以上１億円未満、小規模企業とは資本金１千万円未満とする。
2.ここでいう労働分配率とは付加価値額に占める人件費とする。
3.付加価値額＝営業純益（営業利益－支払利息等）＋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）＋支払利息等＋動産・不動産賃借料＋租税公課。
4.金融業、保険業は含まれていない。

継続的に企業の成長を促進し、賃上げ・所得の向上を継続的に図っていくためには、分配の原資となる企業の収益拡大、さらには付加価値（生産性）を増大させることが重要であると考えられる。こうした生産性の変化は企業のライフサイクルの変化にも左右されるところであり、**コラム1-3-2**では我が国の経済活動における生産性の変化要因を開業、成長、倒産・廃業といったライフサイクルの構成要素に従って見ていく。

11　2022年版中小企業白書によると、労働分配率とは、「企業が生み出した付加価値額のうち、どれだけが労働者に分配されているかを表す指標」とされており、本項においても同様の定義を用いる。

コラム

1-3-2　生産性と企業のライフサイクル

本コラムでは、我が国経済における生産性の変化要因について、開業や成長、倒産・廃業等のライフサイクルの構成要素から明らかにした金・深尾・権・池内（2023）[12]の最新の研究結果を紹介する。

コラム1-3-2①図は、生産性の変化要因を「①市場参入による効果」、「②資源の再配分による効果」、「③企業内部の生産性変化による効果」、「④市場退出による効果」の四つに分解し、それぞれの要素が示す効果について見たものである。まず、「市場参入による効果」は、企業が起業・創業等によって市場に新規参入をした効果を指している。新規参入した企業の生産性が業種平均より高い場合には、「市場参入による効果」は生産性をプラス方向に押し上げる。「資源の再配分による効果」は、存続企業のシェアの変化による寄与度を表している。存続企業として、業種平均より生産性が高い企業が売上シェアを拡大した場合や、生産性が伸びる企業が売上シェアを拡大する場合、「資源の再配分による効果」は生産性をプラス方向に押し上げる。「企業内部の生産性変化による効果」は、存続企業における生産性の水準変化のみによる寄与度を表している。存続企業が生産性を高めた場合、「企業内部の生産性変化による効果」は生産性をプラス方向に押し上げる。「市場退出による効果」は、倒産・廃業等によって企業が市場から退出した効果を表している。市場から退出する企業の生産性が業種平均より低い場合に、「市場退出による効果」は生産性をプラス方向に押し上げる[13]。

コラム　1-3-2①図　生産性の変化要因

生産性変化の分解で用いた要因	各要因が示す効果
①市場参入による効果	➢　起業・創業等による寄与度 ※参入企業の生産性が業種平均より高い場合、プラス方向に押し上げ
②資源の再配分による効果	➢　存続企業のシェアの変化による寄与度 ※業種平均より生産性が高い企業が売上シェアを拡大した場合や、生産性が伸びる企業が売上シェアを拡大する場合、プラス方向に押し上げ
③企業内部の生産性変化による効果	➢　存続企業における生産性の水準変化のみによる寄与度 ※存続企業が生産性を高めた場合、プラス方向に押し上げ
④市場退出による効果	➢　倒産・廃業企業等による寄与度 ※市場から退出する企業の生産性が業種平均より低い場合、プラス方向に押し上げ

（資料）金、深尾、権、池内（2023）を基に、中小企業庁作成。

また、分析においては、2007年から2021年までの期間を、2007年から2012年（以下、「第１期」という。）、2012年から2018年（以下、「第２期」という。）、2018年から2021年（以下、「第３期」という。）の３期に分ける。特に第１期はリーマン・ショックが重なる時期であり、第３期は感染症流行下と重なっていることから、それぞれの影響を踏まえながら、生産性の変化要因を見ていく。

12　金、深尾、権、池内（2023）「新型コロナウイルス感染症流行下の企業間資源再配分：企業ミクロデータによる生産性動学分析」RIETI Discussion Paper Series 23-J-016、経済産業研究所

13　本節における各効果と、金、深尾、権、池内（2023）で示されている効果との対応関係は、以下のとおりである。
「①市場参入による効果」＝「参入効果」＋「業種転換効果（In）」
「②資源の再配分による効果」＝「シェア効果」＋「共分散効果」
「③企業内部の生産性変化による効果」＝「内部効果」
「④市場退出による効果」＝「退出効果」＋「業種転換効果（Out）」

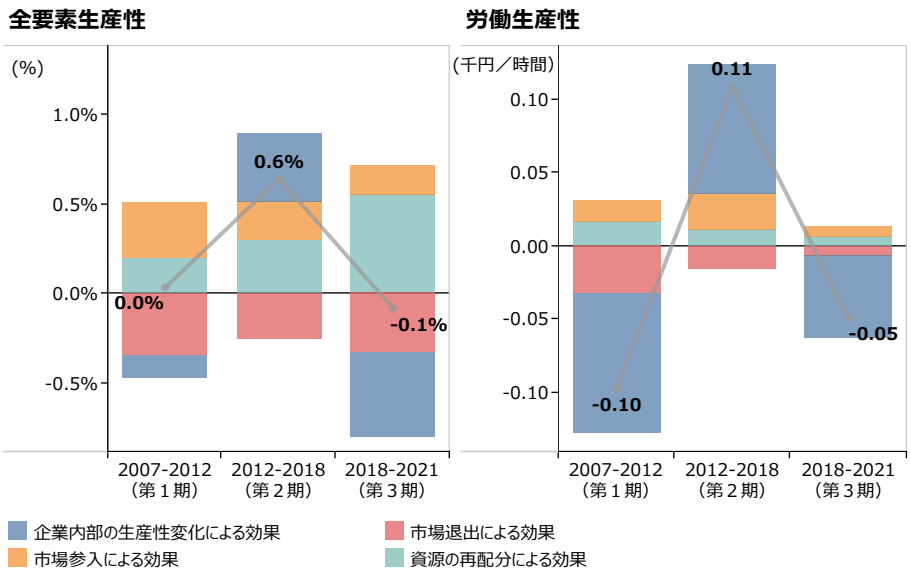
①全要素生産性と労働生産性の変化要因

まず、全要素生産性（以下、「TFP」という。）[14]と労働生産性[15]の変化要因について確認する。**コラム1-3-2②図**は、第１期から第３期までのTFP及び労働生産性の変化要因を見たものである。TFPの変化率における、各効果の寄与について見ると、「市場参入による効果」、「資源の再配分による効果」が第１期から第３期にかけて継続してプラス方向への押し上げ要因となっている。一方で、「市場退出による効果」は常にマイナス方向への押し下げ要因となっている。「企業内部の生産性変化による効果」については、時期に応じて大きく変化し、第２期においては上昇要因となっているが、期間中にリーマン・ショックの発生を含む第１期、感染症の流行期を含む第３期においては低下要因となっていることが分かる。

続いて、労働生産性（千円/時間、2015年価格）の変化額における、各効果の寄与について見ると、「企業内部の生産性変化による効果」が大きいことが、労働生産性の上昇・下降の主な要因となっていることが分かる。このことから、存続企業の生産性の変化が、労働生産性の変化に最も寄与していることが分かる。

以上のように、TFPと労働生産性の変化要因の分析においては、結果に大きな違いが生じている。中小企業庁（2017）によると、「労働生産性の上昇率＝TFPの上昇率＋資本分配率×資本装備率の上昇率」が成り立つとされている。また、企業内部の生産性変化においては、存続企業が機械や設備への投資によって資本装備率を上昇させることで、労働生産性の上昇率に寄与することがあることが考えられる。このことから、中長期的な生産性の向上の観点からは、TFPの安定的な上昇を見ることが重要とされている[16]。このため、本コラムにおいてもTFPの上昇率の変化要因を規模別・業種別に把握する。

コラム　1-3-2②図　全要素生産性（TFP）・労働生産性の変化要因



資料：金、深尾、権、池内（2023）「新型コロナウイルス感染症流行下の企業間資源再配分：企業ミクロデータによる生産性動学分析」RIETI Discussion Paper Series 23-J-016、経済産業研究所（RIETI）
（注）1.TFP上昇率は、各期における基準年と比較年のTFPの伸びを、各期の年平均上昇率に換算したもの。
2.労働生産性は、労働時間あたり実質付加価値の、１年あたりの平均変化額を示したものであり、価格は2015年価格を使用している。
3.（株）東京商工リサーチの保有する企業財務データ等を使用して分析を行っている。

14　ここでの「全要素生産性（TFP）」とは、2017年版中小企業白書によると、「資本や労働といった生産要素の投入量だけでは計測することのできない全ての要因による生産への寄与分」とされており、本コラムにおいても同様の定義を用いる。
15　ここでの「労働生産性」は、「労働時間当たりどれだけ効率的に付加価値を生み出したかを定量的に数値化したもの」を指す。
16　詳細は、2017年版中小企業白書を参照。

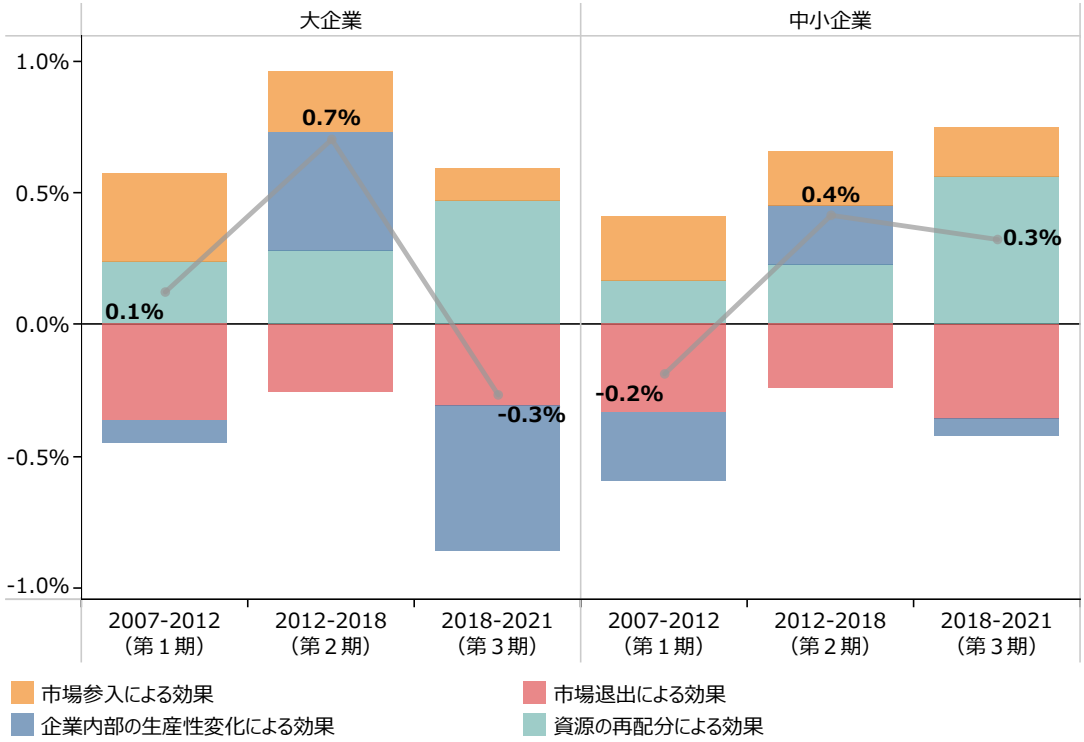
②企業規模別の生産性の変化要因

コラム1-3-2③図は、企業規模[17]別に、第１期から第３期までのTFPの変化要因を見たものである。これを見ると、大企業において、第１期は0.1％上昇、第２期は0.7％上昇、第３期は0.3％低下となっている。中小企業においては、第１期は0.2％低下、第２期は0.4％上昇、第３期は0.3％上昇となっている。

各効果の寄与を見ると、大企業と中小企業のどちらも、「市場参入による効果」、「資源の再配分による効果」がTFPのプラス方向への押し上げ要因となっており、「企業内部の生産性変化による効果」が第１期、第３期ではTFPのマイナス方向への押し下げ要因となっている。このことから、リーマン・ショックや感染症流行の影響下においては、生産性の高い企業によるシェアの拡大が、生産性の上昇につながっていることが分かる。

一方で、中小企業においては第１期、第３期の「市場退出による効果」のマイナスへの押し下げ効果が比較的高い。このことから、生産性の高い中小企業の退出が、生産性のマイナス方向への押し下げ要因になっていることが分かる。

コラム　1-3-2③図　企業規模別に見た、TFPの変化要因



資料：金、深尾、権、池内（2023）「新型コロナウイルス感染症流行下の企業間資源再配分：企業ミクロデータによる生産性動学分析」RIETI Discussion Paper Series 23-J-016、経済産業研究所（RIETI）
（注）1.TFP上昇率は、各期における基準年と比較年のTFPの伸びを、各期の年平均上昇率に換算したもの。
2.（株）東京商工リサーチの保有する企業財務データ等を使用して分析を行っている。

17 金、深尾、権、池内（2023）では、企業規模について、中小企業基本法の定義に基づく中小企業と、それ以外の大企業に分けて分析をしている。企業規模については、期初の企業規模で分析しており、「市場参入による効果」で見る参入企業については、参入時の企業規模で分析をしている。

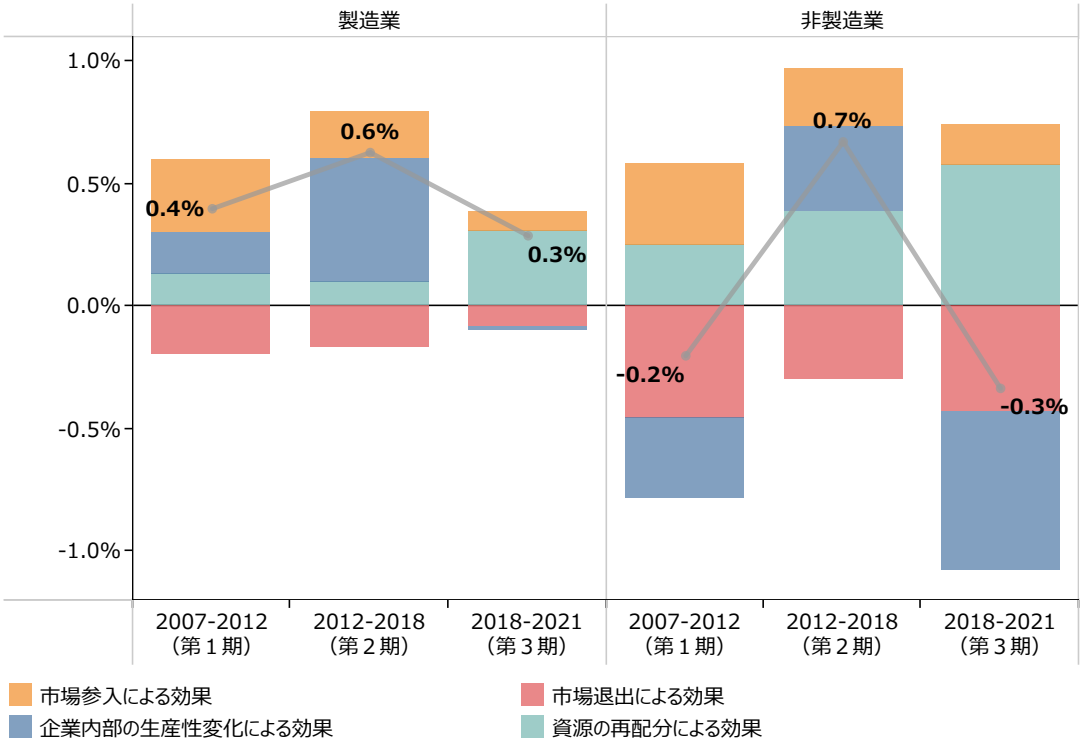
③業種別の生産性の変化要因

コラム1-3-2④図は、業種別に、第１期から第３期までのTFPの変化要因を見たものである。

これを見ると、製造業において、第１期は0.4%上昇、第２期は0.6%上昇、第３期は0.3%上昇となっている。また、第１期から第３期における各効果の寄与を見ると、「資源の再配分による効果」が継続的にTFPのプラス方向への押し上げ要因となっている。また、第２期においては、「企業内部の生産性変化による効果」がTFPのプラス方向への押し上げ要因となっていることが分かる。

一方で、非製造業においては、第１期は0.2%低下、第２期は0.7%上昇、第３期は0.3%低下となっている。第１期から第３期における各効果の寄与を見ると、「市場参入による効果」、「資源の再配分による効果」がTFPのプラス方向への押し上げ要因となっている。このことから、非製造業においては、存続企業のシェアの変化による資源の再配分が、全期間における生産性の主な上昇要因になっていることが分かる。

コラム　1-3-2④図　業種別に見た、TFPの変化要因



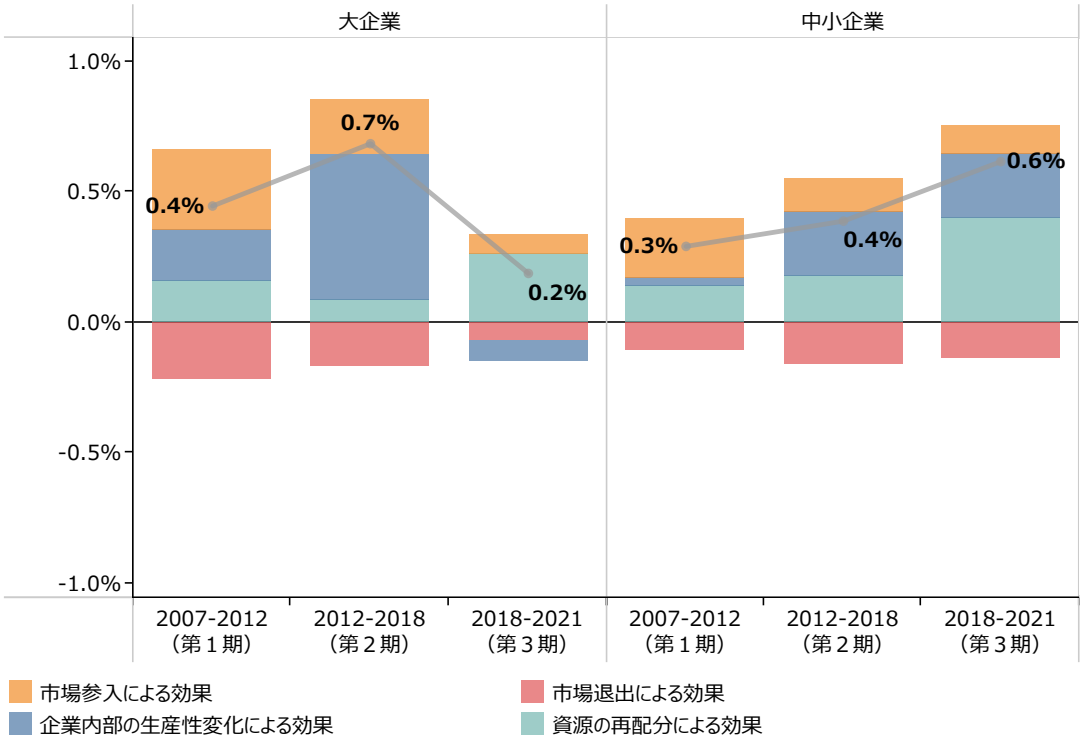
資料：金、深尾、権、池内（2023）「新型コロナウイルス感染症流行下の企業間資源再配分：企業ミクロデータによる生産性動学分析」RIETI Discussion Paper Series 23-J-016、経済産業研究所（RIETI）
（注）1.TFP上昇率は、各期における基準年と比較年のTFPの伸びを、各期の年平均上昇率に換算したもの。
2.（株）東京商工リサーチの保有する企業財務データ等を使用して分析を行っている。

④企業規模・業種別の生産性の変化要因

コラム1-3-2⑤図は、企業規模別に、製造業における第１期から第３期までのTFPの変化要因を見たものである。これを見ると、大企業の製造業においては、第１期は0.4％上昇、第２期は0.7％上昇、第３期は0.2％上昇となっている。一方で中小企業の製造業においては、第１期は0.3％上昇、第２期は0.4％上昇、第３期は0.6％上昇となっていることから、製造業については大企業・中小企業のいずれも、継続的にTFPが上昇していることが分かる。

各効果の寄与を見ると、大企業の製造業の場合、「企業内部の生産性変化による効果」が第１期、第２期において、生産性の上昇に寄与しているが、第３期においてはマイナス方向の押し下げ要因となっている。一方で、中小企業の製造業の場合、「市場参入による効果」、「企業内部の生産性変化による効果」及び「資源の再配分による効果」が継続的に生産性のプラス方向への押し上げ要因となっていることが分かる。

コラム　1-3-2⑤図　企業規模別に見た、TFPの変化要因（製造業）

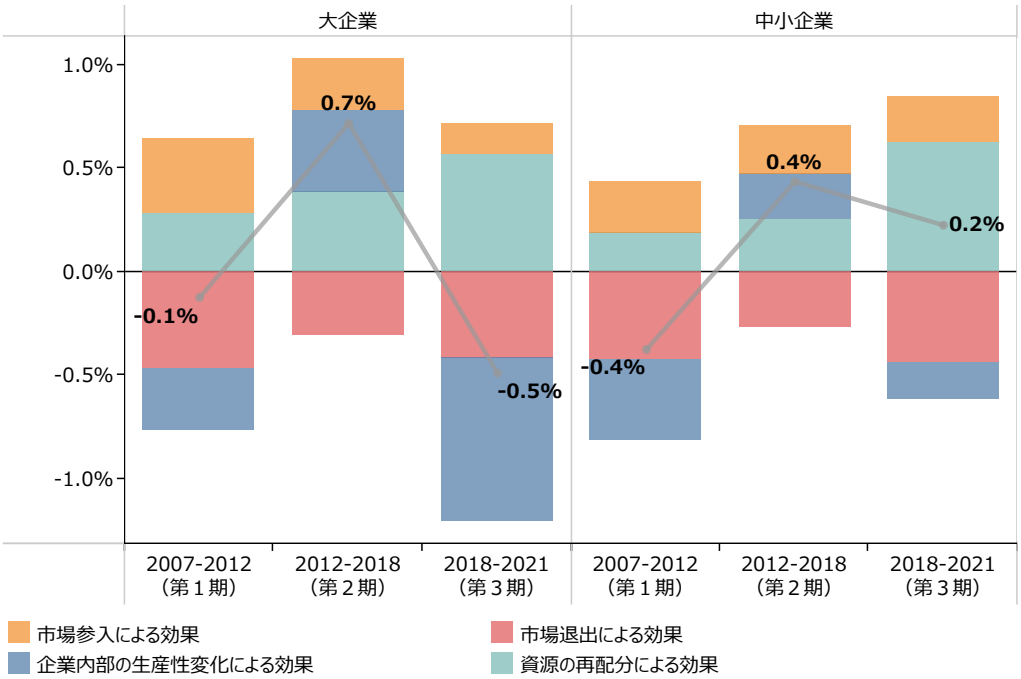


資料：金、深尾、権、池内（2023）「新型コロナウイルス感染症流行下の企業間資源再配分：企業ミクロデータによる生産性動学分析」RIETI Discussion Paper Series 23-J-016、経済産業研究所（RIETI）
（注）1.TFP上昇率は、各期における基準年と比較年のTFPの伸びを、各期の年平均上昇率に換算したもの。
2.（株）東京商工リサーチの保有する企業財務データ等を使用して分析を行っている。

コラム1-3-2⑥図は、企業規模別に、非製造業における第１期から第３期までのTFPの変化要因を見たものである。これを見ると、大企業の非製造業においては、第１期は0.1％低下、第２期は0.7％上昇、第３期は0.5％低下となっている。一方で中小企業の非製造業においては、第１期は0.4％低下、第２期は0.4％上昇、第３期は0.2％上昇となっている。

各効果の寄与を見ると、大企業と中小企業のいずれも、「資源の再配分による効果」が継続的にTFPのプラス方向への押し上げ要因となっている一方、「企業内部の生産性変化による効果」が時期に応じてTFPの変化に影響しており、第１期、第３期はリーマン・ショックや感染症流行の影響からマイナス方向への押し下げ要因となっている。また、「市場退出による効果」は、マイナス方向への押し下げ要因となっていることから、生産性の高い企業の倒産・廃業といった市場からの退出が、生産性へのマイナス効果となっていることが分かる。

コラム　1-3-2⑥図　企業規模別に見た、TFPの変化要因（非製造業）



資料：金、深尾、権、池内（2023）「新型コロナウイルス感染症流行下の企業間資源再配分：企業ミクロデータによる生産性動学分析」RIETI Discussion Paper Series 23-J-016、経済産業研究所（RIETI）
（注）1.TFP上昇率は、各期における基準年と比較年のTFPの伸びを、各期の年平均上昇率に換算したもの。
2.（株）東京商工リサーチの保有する企業財務データ等を使用して分析を行っている。

ここまでの分析結果について、中小企業に関して、（1）感染症の流行期を含む2018～2021年におけるTFPの変化要因と（2）分析対象である期間全体（2007～2021年）におけるTFPの変化要因について、業種間の比較も交えながら、要点をまとめる。

まず、（1）については、中小企業全体として、当該期間における「資源の再配分による効果」及び「市場参入による効果」がプラスであり、これらによりTFPが全体でもプラスとなった。また、「企業内部の生産性変化による効果」はマイナスであったが、大企業よりもマイナス幅は小さかった。一方で、「市場退出による効果」はマイナスで、前期からマイナス幅が拡大した。

業種別に見ると、「企業内部の生産性変化による効果」は製造業ではプラスで大企業よりもプラス幅が大きかったのに対して、非製造業ではマイナスとその効果に違いがあった。

次に（2）については、中小企業全体として、「市場参入による効果」や「資源の再配分による効果」は、いずれの期間でもプラスに寄与した。金・深尾・権・池内（2023）では、生産性の低い企業が縮小し、生産性の高い企業が拡大する市場競争メカニズムが有効に機能していることが示唆されており、中小企業に限った場合でも当てはまる可能性が考えられる。一方で、「市場退出による効果」は、いずれの期間でもマイナスに寄与した。すなわち、生産性の高い企業の倒産・廃業が、いずれの期間でも全体の生産性を押し下げていることが分かった。

業種別に見ると、製造業、非製造業の両方について「資源の再配分による効果」がいずれの期間でもプラスであり、多くの期間では製造業よりも非製造業のプラス幅が大きかった。こうした中で、製造業は期間の経過とともにTFPは上昇した。また、非製造業の「市場退出による効果」については、感染症の流行期を含む2018～2021年のマイナス幅が各期の中で最も大きいことが分かった。

第４節　地域の包摂的成長

前節までは賃金の現況等に関する紹介を通じて、我が国全体で賃上げや所得の向上を実現するために価格転嫁や生産性向上の取組を行うことの重要性等を確認した。本節では、東京圏と地方圏[18]における企業や個人の差異に着目し、「包摂的成長[19]」の観点から、所得等の格差やこうした格差と人口移動の関係などを紹介する。また、これらの紹介を通じて、東京圏以外の地域において、在住する若者や女性が賃金等の待遇条件が良い仕事に就き、個人が自由に使える時間が確保されるようになることの必要性を確認する。その際、経済産業省が所管する審議会の部会では、前述の東京圏以外の地域における、賃金等の待遇条件が良い雇用の創出等が少子化対策にも貢献する可能性について議論が行われていることも併せて紹介する。

18　ここでいう「東京圏」は、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県の１都３県を指す。また、「地方圏」とは、東京圏以外の都道府県を指す。

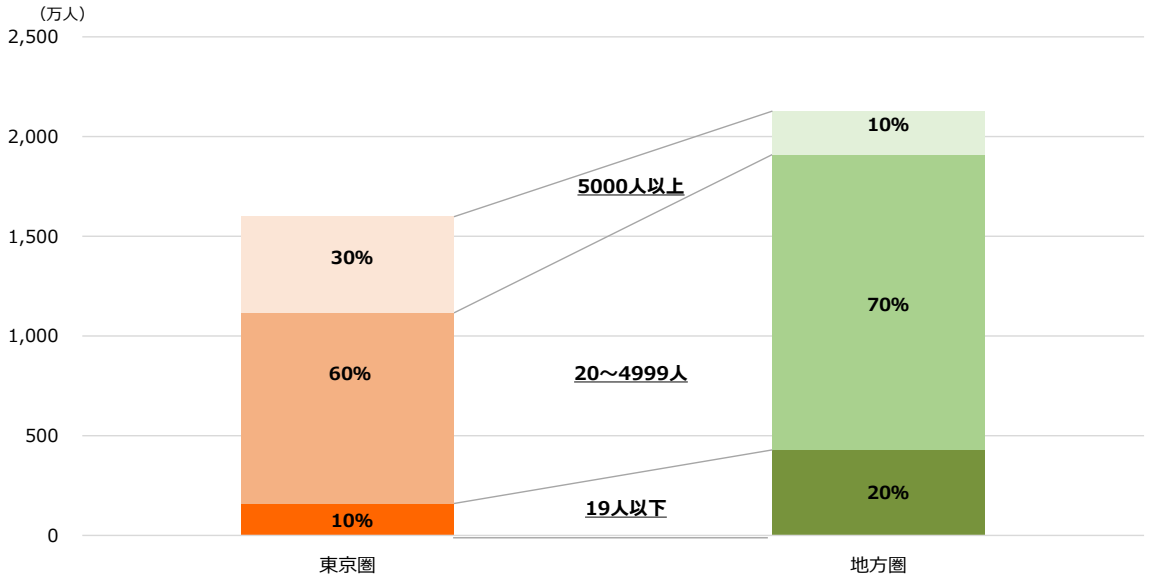
19　経済産業省産業構造審議会経済産業政策新機軸部会（第13回）によると、「包摂的成長」とは、「貧困解消や格差是正等を通じて『誰一人取り残さない』社会の実現に向けて、収入及び機会の格差を解消する方策を取ることで、結果としての国全体の経済成長を実現すること。経済産業政策では、機会の格差（事前分配の格差）の解消を通じた経済成長の実現を特に重視」することが示されている。また、当該部会では特に、「『都市/地方』、『大企業/中小企業』の格差解消を成長に繋げていくという方向性」が打ち出されている。

１．地域の中堅・中核企業の現状

地域における賃金や生産性等について、地域経済への影響力が大きく、成長性が見込まれるような、地域経済の中心的な役割を担う企業が持続的に高い利益を生み出すことで、域内の雇用創出や賃金の引上げにつながっている可能性も考えられる。

第1-3-17図は、総務省・経済産業省の「平成28年経済センサス-活動調査」を基に、地域別・企業規模別に、常用雇用者総数を見たものである。これを見ると、東京圏では常用雇用者総数が20～4,999人の企業における常用雇用者数の割合は約６割であるのに対し、地方圏では約７割となっていることが確認できる。このことから、東京圏よりもそれ以外の地域の方が、一定規模以上の企業が全体に占める雇用者数の割合が高いことが分かる。

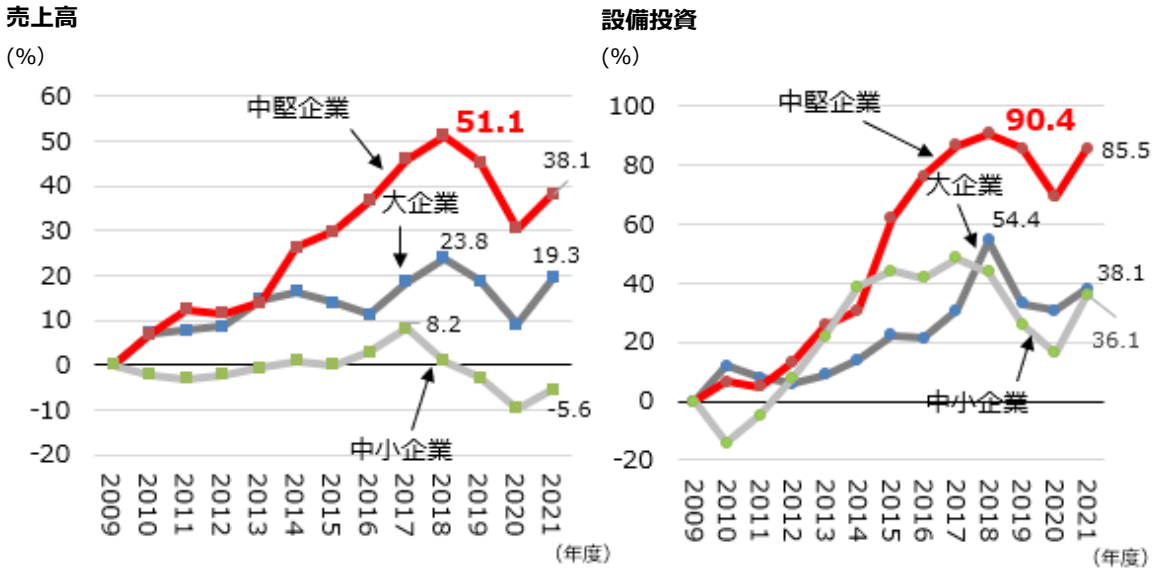
第1-3-17図　地域別・常用雇用者規模別に見た、常用雇用者総数



資料：総務省･経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」
（注）1.ここでいう東京圏とは、東京都、埼玉県、神奈川県、千葉県の１都３県を指し、地方圏とは、東京圏以外の都道府県を指す。
2.全産業における企業等に関する集計のうち、会社数を基に常用雇用者総数を集計しており、個人事業者は含まれていない。

第1-3-18図は、一企業当たりの売上高と設備投資額の推移について、2009年比の増減率を企業規模別に見たものである。これを見ると、2015年以降連続して、売上高、設備投資額の両指標とも、中堅企業が中小企業、大企業を上回っている。このことから、包摂的成長の実現には、売上高や設備投資の伸びが大きい地方圏の中堅・中核企業が成長・発展し、地方圏の経済成長や雇用の創出につなげることが重要であると考えられる。

第1-3-18図　企業規模別に見た、一企業当たりの売上高・設備投資額の推移（2009年比の増減率）

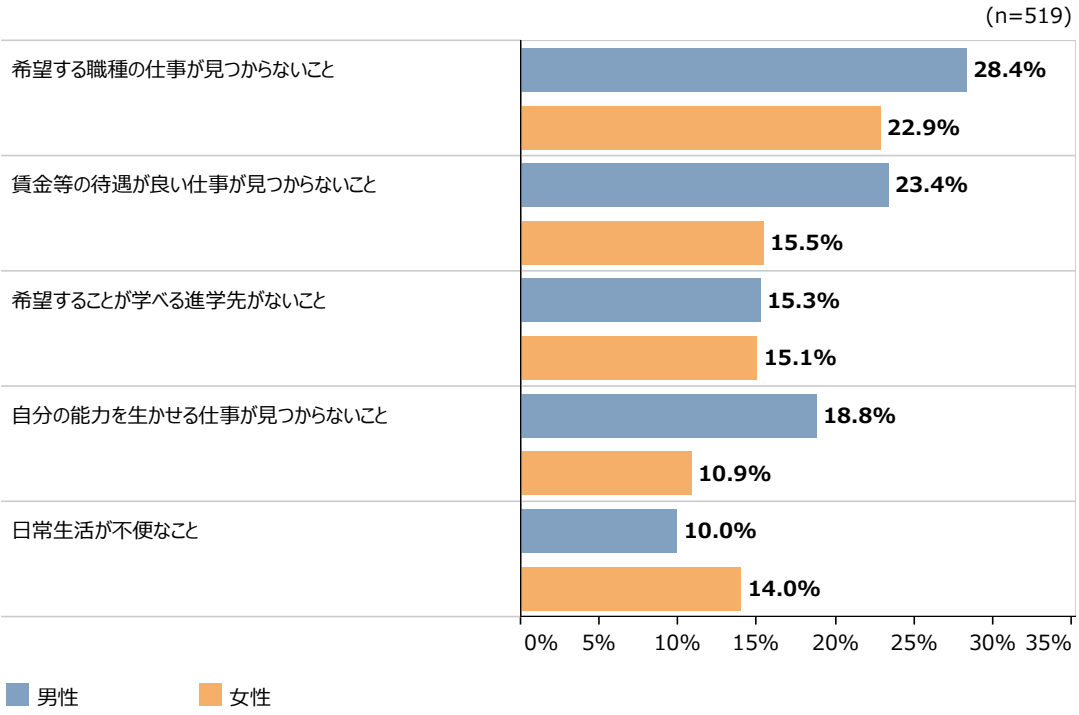


資料：財務省「法人企業統計調査年報」
（注）ここでいう大企業とは資本金10億円以上、中堅企業とは資本金１億円以上10億円未満、中小企業とは資本金１千万円以上１億円未満の企業を指す。

２．若者・女性などの東京圏への人口移動

第1-3-19図は、国土交通省が実施した「市民向け国際アンケート調査」[20]を基に、東京圏以外の地域の出身であり東京圏に移住した者について、東京圏へ移住した背景を男女別に見たものである。これを見ると、東京圏への流入者の移住の背景として、地元では「希望する職種の仕事が見つからないこと」、「賃金等の待遇が良い仕事が見つからないこと」の回答割合が多いことが分かる。このことから、東京圏外に居住していた若者や女性が、希望する職種の仕事や賃金等の待遇条件が良い仕事を求めて東京圏へ転入している状況がうかがえる[21]。

第1-3-19図　男女別に見た、東京圏への流入者の移住の背景



資料：国土交通省「企業等の東京一極集中に関する懇談会とりまとめ（市民向け国際アンケート調査結果）」（2021年１月29日）より中小企業庁作成。
（出所）経済産業省「産業構造審議会経済産業政策新機軸部会（第13回）資料４　地域の包摂的成長－地域の活力が生み出す若者・女性の『希望』の回復と少子化社会の克服－」（2023年３月14日）
（注）1.集計対象は、出身地が東京圏外であり、調査時点で東京圏に在住する者である。ここでいう出身地とは、15歳になるまでの間で最も長く過ごした地域を指す。
2.東京圏への流入者の移住の背景として挙げられたもののうち、上位五つについて示している。
3.回答数(n)は以下の通り。男性：n=261、女性：n=258。
4.ここでの出身地とは、15歳になるまでの間で最も長く過ごした地域をいう。
5.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。
6.「その他」の回答は除いて集計している。

20 国土交通省「市民向け国際アンケート調査」：国土交通省が2020年９～10月において、日本・イギリス・フランス・ドイツの18～65歳の男女を対象にアンケート調査を実施（有効回答数：日本：4,376人、イギリス：2,164人、フランス：2,170人、ドイツ：2,181人）。
21 なお、総務省「住民基本台帳人口移動報告」によると、男性・女性それぞれにおける、直近10年間の地方圏から東京圏への転入超過数が確認できるが、東京圏への転入超過数は女性が男性を上回って推移している。

３．東京圏における実質的な可処分所得、可処分時間

第1-3-20図は、国土交通省が算出した、都道府県別の中央世帯の可処分所得と基礎支出[22]を示している。これを見ると、東京圏の可処分所得に関する都道府県別の順位は比較的大きいものの、基礎支出は最上位を占める。このため、東京圏では、実感的な可処分所得[23]が相対的に低くなっていることが分かる。

第1-3-20図　都道府県別に見た、実感的な可処分所得と基礎支出

	可処分所得（中央世帯）	基礎支出（中央世帯）	差額＝実感的な可処分所得（中央世帯）
1位	富山県	**東京都**	三重県
2位	三重県	神奈川県	富山県
3位	山形県	埼玉県	茨城県
	⋮	千葉県（4位）	⋮
	神奈川県（7位） 埼玉県（8位） **東京都（12位）** 千葉県（17位）	⋮	埼玉県（23位） 神奈川県（26位） 千葉県（34位） **東京都（42位）**

資料：国土交通省「企業等の東京一極集中に関する懇談会 とりまとめ（参考資料）」（2021年１月29日）より中小企業庁作成。
（出所）経済産業省「産業構造審議会経済産業政策新機軸部会（第13回）　資料４　地域の包摂的成長－地域の活力が生み出す若者・女性の『希望』の回復と少子化社会の克服－」（2023年３月14日）
（注）1.都道府県別の中央世帯における可処分所得・基礎支出・実感的な可処分所得（可処分所得と基礎支出の差額）について、上位の３都道府県、埼玉県、神奈川県、東京都、千葉県について抜粋して示している。
2.中央世帯とは、都道府県ごとに可処分所得の上位40～60%の世帯を指す。
3.基礎支出＝「食料費」＋「家賃＋持ち家の帰属家賃」＋「光熱水道費」。
4.ここでは、可処分所得と基礎支出の差額を、「実感的な可処分所得」としている。
5.統計法に基づいて、独立行政法人統計センターから総務省「平成26年全国消費実態調査」の調査票情報の提供を受け、国土交通省国土政策局が独自に作成・加工した統計であり、総務省が作成・公表している統計等とは異なる。

22 各都道府県の可処分所得、基礎支出、差額（実感的な可処分所得）の数値については、国土交通省（2021c）を参照。
23 ここでいう「実感的な可処分所得」とは、可処分所得と基礎支出の差額を指す。

第1-3-21図は、総務省が実施した「『令和３年社会生活基本調査』生活時間に関する結果」[24]を基に、都道府県別に見たフルタイム雇用者の平均可処分時間である。これを見ると、東京圏の平日一日の平均可処分時間は、全国平均を下回っていることが分かる。

第1-3-21図　都道府県別に見た、フルタイム雇用者の平均可処分時間

	可処分時間（分/日）※平日
1位	北海道（778分）
2位	鳥取県（777分）
3位	青森県（776分）
	⋮
	全国平均（749分）
	⋮
36位	埼玉県（746分）
	⋮
38位	**東京都（745分）**
	⋮
41位	千葉県（742分）
	⋮
44位	沖縄県（738分） 神奈川県（738分）
46位	長崎県（734分）
47位	愛知県（730分）

資料：総務省「『令和３年社会生活基本調査』生活時間に関する結果」（2021年10月）より中小企業庁作成。
（注）1.フルタイム雇用者の平日の可処分時間を算出したもの。
2.可処分時間は24時間のうち、通勤・通学、仕事、学業、家事、身の回りの用事、介護・看護、育児、買い物にかかる時間を除いた時間。

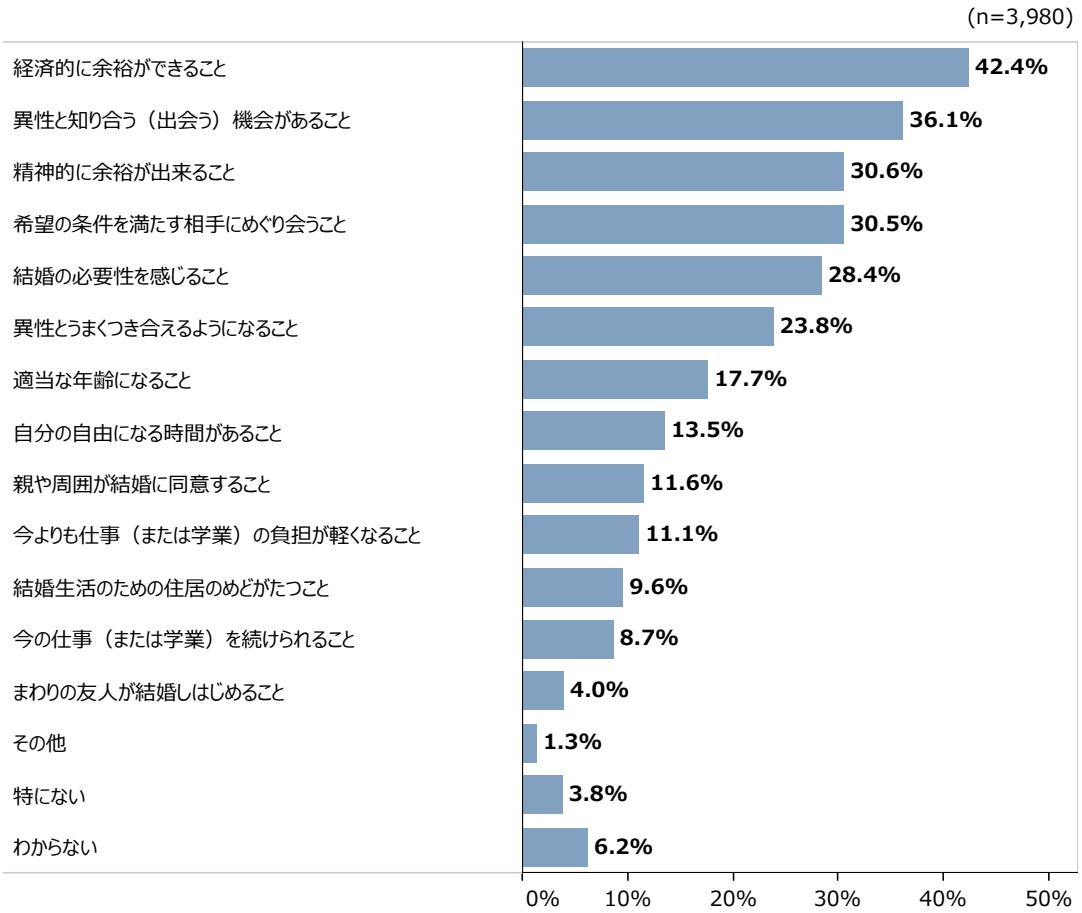
24　総務省「『令和３年社会生活基本調査』生活時間に関する結果」：総務省が2021年10月において、全国の10歳以上の世帯員約19万人を対象として、アンケート調査を実施。

ここまで、若者や女性が東京圏へ流入している実態について確認し、その原因として、東京圏以外の地域において賃金等の待遇条件が良い仕事が必ずしも十分ではない可能性を考察した。しかしながら、東京圏に賃金等の待遇条件を求めて移住をすることが多くあるにもかかわらず、実際には実感的な可処分所得、可処分時間は東京圏以外の地域と比較して少ないことを確認した。

こうした実感的な可処分所得等の少なさは、個人にとっては生活上の制約となるが、結婚・子育てとも関連する可能性について見ていく。

第1-3-22図は、内閣府「少子化社会政策に関する意識調査」[25]を基に、結婚に必要な状況を見たものである。これを見ると、結婚を希望している者で結婚していない20～40歳代の男女が、結婚すると思う状況について「経済的に余裕ができること」を最も多く挙げていることが分かる。

第1-3-22図　結婚に必要な状況

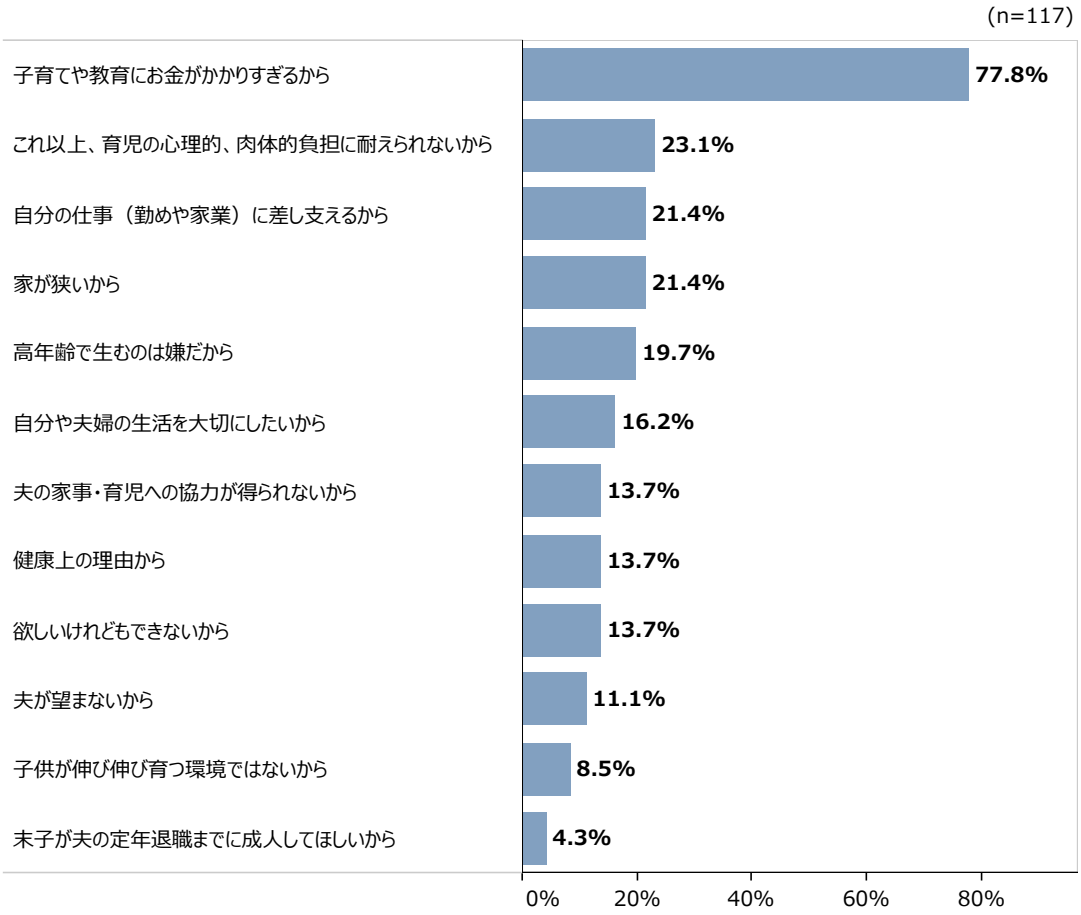


資料：内閣府「少子化社会対策に関する意識調査」（2018年12月）
（出所）内閣府「令和元年少子化社会対策白書」
（注）1.結婚を希望している者で、結婚していない20~40歳代の男女に聞いたもの。
2.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

25 内閣府「少子化社会政策に関する意識調査」：内閣府が2018年12月において、（1）11,889人の20～59歳の男女、（2）2,117人の回答者もしくは配偶者が3年以内に妊娠・出産をした20～49歳の男女（（1）と重複なし）、（3）2,076人の3年以内に結婚をした20～49歳の男女（（1）と一部重複。（2）、（3）との間で重複なし）、（4）2,010人の未婚（結婚経験のない）20～49歳の男女（（1）と一部重複）を対象にアンケート調査を実施。2015（平成27）年国勢調査の構成比に近似するように作成したサンプルの割付を目標数としてインターネットによる配信を行い、最終的な有効回答数を分析対象としている。

また、**第1-3-23図**は、国立社会保障・人口問題研究所「第16回出生動向基本調査」[26]を用いて、理想の数の子供を持たない理由を見たものである。これを見ると、予定子供数が理想子供数を下回る夫婦のうち、妻の年齢が35歳未満の夫婦が、理想の数の子どもを持たない理由として「子育てや教育にお金がかかりすぎるから」を最も多く挙げていることが分かる。

第1-3-23図　理想の数の子供を持たない理由



資料：国立社会保障・人口問題研究所「第16回出生動向基本調査」（2021年６月）
（注）1.予定子供数が理想の子供数を下回る夫婦のうち、妻の年齢が35歳未満の夫婦に聞いたもの。
2.複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

26 国立社会保障・人口問題研究所「第16回出生動向基本調査」：国立社会保障・人口問題研究所が2021年６月において、「令和３年国民生活基礎調査」で設定された調査区から無作為に選ばれた全国1,000調査区に居住する、14,011人の18歳以上55歳未満の独身者と、9,401人の妻の年齢が55歳未満の夫婦（回答者は妻）を対象として、アンケート調査を実施（有効回答数：独身者調査：7,826人（回収率55.9%）、夫婦調査：6,834人（回収率72.7%））。

令和５年３月14日の産業構造審議会「経済産業政策新機軸部会」（以下、「新機軸部会」という。）においては、こうした経済的な余裕のなさが、結婚・子育てに対する希望すら失わせている可能性について「地域の包摂的成長」検討チームによる資料で言及されている。また、第１項で紹介した結果も踏まえて、地方圏に所在するいわゆる中堅・中核企業が持続的に高い利益を生み出すことが、東京圏と地域間における格差の是正につながるだけでなく、賃金等の待遇条件が良い雇用が東京圏以外の地域への若者や女性の就労を促し、結果として少子化対策にもつながる可能性についても議論が行われた。

本章では、中小企業・小規模事業者における価格転嫁の状況は、感染症流行後厳しい状況にあるが、徐々に改善しつつあることを示した。また、足下の最低賃金引上げや春闘の動きを受けて、中小企業・小規模事業者において賃上げが進みつつあることや、賃上げに向けて価格転嫁や生産性向上が重要であることを示した。また、賃上げに限らず、若者・女性が「稼げる仕事・豊かな暮らし」を享受できるように地域社会を創ることが、実質可処分所得や可処分時間が少ない東京圏から地方へ若者・女性の人口移動を促し、少子化対策にも貢献し得ることを示した。

コラム1-3-3では、東京圏以外の地域において、賃金等の待遇条件が良い雇用環境の整備を通じて、若者・女性の活躍を促し、自社の業績向上につなげている企業を紹介する。

コラム

1-3-3 生産性向上・利益の増加と、可処分所得や可処分時間の増加を同時に実現している地域の中小企業

新機軸部会の中では、若者・女性の「可処分所得」の増加につながる政策案として、地域の「稼ぐ力」や良質な雇用のために、地域の核となる産業政策の推進を支援するべきではないかという議論がなされた。本コラムでは、若者・女性の活躍によって、生産性向上、利益の増加、社員の可処分所得の向上を目指す中小企業を紹介する。

株式会社アデリー（山口県柳井市）は、プレゼントやギフトの企画・開発から製造、配送、販売までを一貫して手がける総合卸売企業である（資本金１億円、従業員数389名）。会社創設時から「人」重視の企業文化を前面に掲げ、特に現在の女性社長が就任した2013年に「人が真ん中」というコンセプトを掲げ、短時間勤務やリモートワーク等の働き方改革に取り組み、男女の扱いもフェアに行うことで、女性でもチャレンジし、実力を発揮しやすい環境づくりを行っている。近年は、「新しい時代の贈り物を創造する」をコンセプトに、2011年からは地元の特産品をいかした商品の企画・販売を手がけ、感染症下でも売上げは1.2倍に拡大したほか、2020年には地域未来投資促進法の支援制度を活用して物流センターを新設し、従業員も約1.7倍に増加した。

また、新機軸部会の中では、若者・女性が理想の働き方を実現するための、可処分所得に加えて可処分時間の増加につながる施策についても議論がなされた。ここでは、人的資本経営を実践することで、社員の可処分時間の獲得と労働生産性・利益向上による可処分所得の増加の好循環を実現した中小企業を紹介する。

株式会社天彦産業（大阪市大阪府）は、特殊鋼やステンレス等の加工・卸売を行う企業である（資本金2,083万円、従業員数41名）。顧客主義を体現するのは社員という考え方のもと、「社員第一主義」という経営理念を掲げている。企業文化作りの一環として、自己啓発や社内外での広報等を促す「委員会活動」を実施し、若者・女性を含めた社員のモチベーション向上を図りながら、人の価値を最大限引き出す「人的資本経営」を実践してきた。こうした中で、女性社員からの事業提案をきっかけに、語学力の高い女性を中心とした営業チーム「TWS（天彦ウェブセールス）」を組織し、インターネットを活用した海外顧客戦略を展開した。このことにより、海外取引拡大して売上げも増加し、女性の働く意欲も向上している。また、有給休暇取得率78%・子供の学校行事は原則休み・高い男性育休取得率といった、男女全ての社員の可処分時間の獲得と、会社としての生産性・利益向上により、女性の平均勤続年数も飛躍的に伸びるなど、女性が生き生きと働く場を提供し、企業業績の向上も実現している。