

解説 中小企業白書2014年版

小規模事業者の果たす大きな役割

～『中小企業白書(2014年版)』を読んで～



桜美林大学経済・経営学系教授 堀 潔

I. はじめに

2014年版『中小企業白書』(以下、『白書』と略す)は本年4月25日に閣議決定され、公表された。今年3月期の主要企業の決算も輸出関連業種を中心に好業績企業が多く、少なくとも新聞等を読んでいる限りでは、異次元の金融緩和と大胆な財政支出がある程度功を奏し、景気回復の方向性を感じられるようになってきている。一方で、最近新聞等でよく目にするのは、建設業など一部業種で人手不足が深刻になり、増加する公共仕事を事業者が受注できても、人手が足りずに工事ができないかあるいは納期が大幅に遅れてしまふといった事態である。小売店や飲食店でパート・アルバイトをなかなか確保できず、営業継続が難しいという話も聞く。少子高齢化社会のわが国では、景気回復の一方で、地域社会や住民生活を支える中小企業、とりわけ小規模事業者が苦境に追い込まれているのである。

今回の『白書』は、4月に「小

規模企業振興基本法案」が国会に提出されたことも踏まえ、「小規模事業者」(従業者数20人以下の中小企業。卸・小売・サービス業にあつては5人以下)にとくに焦点を当て、データや分析などで実証的に小規模事業者の実態や課題を明らかにする内容となつていく。

とくに第3部「中小企業・小規模事業者が担う我が国の未来」においては、アンケート調査に基づき、初めて小規模事業者の構造を分析し、その目指すべき事業活動の範囲や抱える課題を明らかにするとともに、起業・創業、事業承継・廃業、海外展開、新しい潮流というテーマに沿つて実態や課題を分析している。さらに、第4部「中小企業・小規模事業者の支援の在り方」では、中小企業・小規模事業者385万社にどう支援策を届けるのかという重要な問題に対して、中小企業や中小企業支援機関、自治体等にアンケートを行い、国・都道府県・市区町村の施策を検索・比較・一覧できる「施策マップ」や地域の中核企業(「コネクター・ハブ企業」)を企業間取引のビッグデータから探し出すシステムの開発等、斬新かつ具体的

な施策について言及されている。

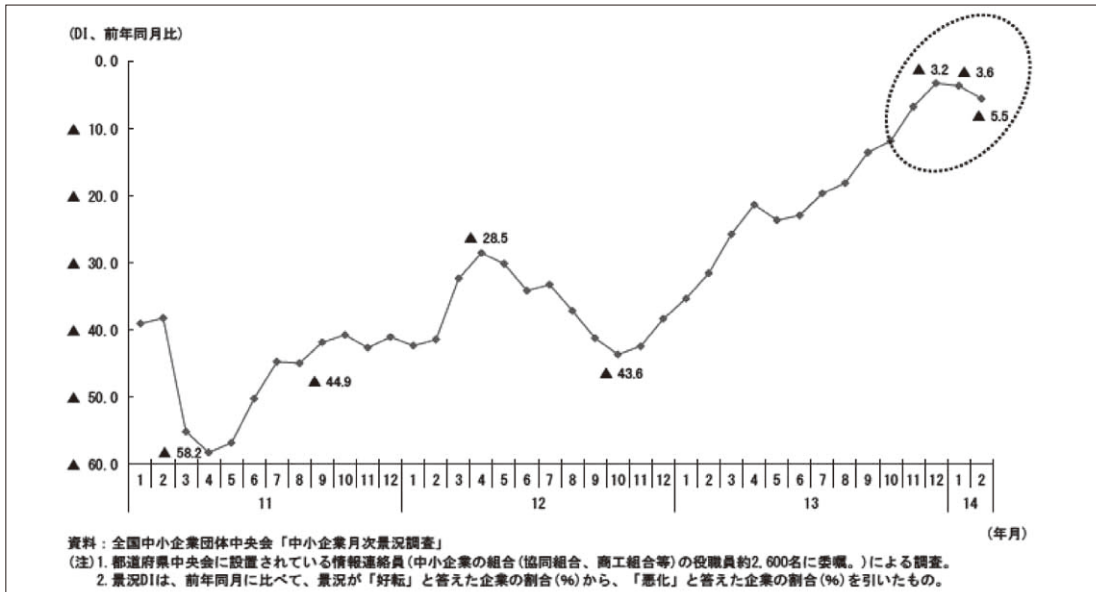
『白書』は51年の「中小企業白書」の歴史の中で最も分厚い(約900ページ)内容であるので、本稿では主に第3部の内容に重点を置いてその内容を紹介し、若干のコメントを申し述べたい。

II. 中小企業・小規模事業者の現状と課題

【第1部・第2部】

例年同様、『白書』はその第1部で、わが国経済の全体的な動向を踏まえ、わが国の中小企業が現在どのような状況にあるかを総括的に説明している。この1年、いわゆるアベノミクスの「三本の矢」の2本である積極的財政政策と異次元の金融緩和策の影響で、景気回復の足取りがより鮮明になってきたことを受けて、景況感、売上・収益、生産、資金繰り等の諸側面で見えた中小企業の状況は概ね改善傾向にある。例えば、全国中小企業団体中央会「中小企業月次景況調査」による中小企業・小規模事業者の景況D-Iの推移(第1図)で中小企業の景況感をみると、2011年11月以降、景況D-I

【第1図 中小企業・小規模事業者の景況DIの推移】



資料：全国中小企業団体中央会「中小企業月次景況調査」
 (注)1. 都道府県中央会に設置されている情報連絡員(中小企業の組合(協同組合、商工組合等)の役員約2,600名に委嘱。)による調査。
 2. 景況DIは、前年同月に比べて、景況が「好転」と答えた企業の割合(%)から、「悪化」と答えた企業の割合(%)を引いたもの。

出所：『白書』第1-1-15図p.19

中小企業(とりわけ中小製造業)の収益を圧迫するのではないかと懸念は残る。原材料費の上昇分を中小企業がすべて価格に転嫁することができれば収益性の面で問題はないが、そういうわけにもなかなかいかないのが現実なのではないか。この点について、『白書』では第1部第3節「中小製造業の価格転嫁動向」で、原材料費等の仕入価格上昇分のうちの程度を価格に転嫁できているかを「価格転嫁力」という概念で示し、その推移を長期にわたって示した

「『白書』第1-1-42図」。この「価格転嫁力指標」の前期比上昇率をみると、我が国の中小製造業では、とくに1990年代以降価格転嫁力が低下し続けていること、またこの期間、大企業と中小企業の価格転嫁力格差が広がってきていることがわかる(『白書』第1-1-44図)。価格転嫁力が低下するなかで収益力をそれなりに維持・向上させていくためには実質労働生産性を高めていくことが望まれるが、その方策として、「今後も設備投資を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て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」だとしている(『白書』p.66)。

第2部では、中小企業が直面する人口減少・少子高齢化、国際化の進展、情報化の進展、就業構造の変化などの経済・社会構造の変化、および地域経済が抱える課題、地域活性化の「切り札」としての地域資源の活用について概観し、「中小企業・小規模事業者はこのような外部環境の変化や課題を十分に踏まえた上で、中長期的な経営戦略を立て、実行していく必要

があるだろう」との見解を示している(『白書』p.148)。

Ⅲ. 中小企業・小規模事業者が担う我が国の未来
【第3部】

さて、今回の『白書』の大きな特徴の一つは、中小企業のなかでもとりわけ規模の小きな「小規模事業者」に焦点が当てられ、第3部において多様な側面からの調査分析がなされていることである。わが国に存在する385万社の中小企業のうち約9割を占める小規模事業者は、地域の経済社会・雇用を支える存在として重要な役割を果たしている。その一方で、1980年代後半以降、わが国の企業数・事業所数は減少傾向にあるが、この減少分のかなりの部分を占めるのもまた小規模事業者である。とりわけ、人口規模の小きな市町村ほど経済活動全体に占める小規模事業者の重要性は大きくなるし、女性や高齢者に対する雇用機会を多く提供している。この小規模事業者の活力が減退するようないことがあれば、地域の雇用や住民生活など地域社会に与える影

響は大きい。

このような事情に鑑み、政府は小規模事業者の「事業の持続的な発展」に着目した「小規模企業振興基本法案」を2014年3月7日に閣議決定した。1999年改正の中小企業基本法では「成長発展」する中小企業の支援に焦点が当てられたが、今回の「小規模企業振興基本法案」の閣議決定と国会への提出は技術やノウハウの向上、安定的な雇用の維持など「事業の持続的な発展」を図る小規模事業者についても適切な支援を行うことで社会全体の活力の最大限の発揮を目指す意味合いがあり、『白書』ではこれを中小企業政策方針の「パラダイムシフト」と述べている（『白書』p・151）。

1. 小規模事業者の「類型化」 (第1章)

小規模事業者と言っても、その中身はきわめて多様である。『白書』では第1章において、今後目指す市場の地理的範囲の違いに着目して「地域需要志向型（以下、「地域型」）」と「広域事業志向型（以下、「広域型」）」に、また、規模拡大や法人化など組織の成長を志向するかどうかに着目して「維

持・充実型」と「成長型」に類型化して、創業年、業種、経営者の属性、地域における必要性、経営課題、相談相手、販路開拓支援の在り方等について類型ごとに比較検討している。例えば「地域型」とりわけ「地域維持・充実型」では、地域に古くから根ざして、地域住民の要望やニーズに応じて、財やサービスを提供することも、地域の一員として地域活動に関与してきた、という特徴がある。まさに「顔の見える」小規模事業者であり、この特徴を積極的に活用したニッチな需要の掘り起こしを模索していくことが求められるであろう。また「広域型」、とりわけ「広域維持・充実型」では、情報化の進展や流通構造の変化等の経済・社会構造の変化により、規模は小さくとも全国、さらには海外への販路開拓は可能となっている。仕入活動を地域内で行い、地域外へ財・サービス等を販売していく企業のことを『白書』では「コネクターループ企業」と呼んでいるが、小規模事業者の多くが存在する地域経済において、域外からより多くの資金を循環させていく「コネクターループ企業」の存在

は地域内の経済活動を活性化のために重要であり、『白書』ではこうした「コネクターループ企業」を政策的支援の重点対象とする方向性を示唆している（『白書』第3-1-34図）。

以後、「起業」「事業承継」「国際化」の3つの側面から、小規模事業者についての分析が行われている。

2. 新たな担い手の創出への長い道のり（第2章）

ソニーやホンダのような世界的大企業も、その創業当初は小規模事業者であった。小規模事業者は大企業の苗床であり、また地域社会を構成する一員でもある。こうした小規模事業者が一定数存在することは国や地域経済社会の活性化の観点からたいへん重要なことである。しかしながら過去四半世紀以上もの長きにわたり、わが国では開業率の低下、開業率の逆転（すなわち企業数の減少）に悩まされてきた。わが国で起業が増えるにはどうすればいいのか。第2章では、わが国の起業の現状を概観した上で、「①潜在的起業希望者」が「②初期起業準備者」「③起業準備者」の過程を経て「④起業家」になるまでの4つのステー

ジのそれぞれにおける課題や不安について概観した。とりわけ、開業率を倍増する上で、これまで焦点を当てられていなかった女性や若者、シニアに焦点を当てた分析を行った点は興味深い。例えば、起業家の前職に着目すると、全体的には「前職で勤務していた企業を退職し、その企業とは関係を持たない形で起業」する人が半数近くになるが、女性の場合は「他社での勤務経験はなく、独自に起業」する割合が相対的に高い（『白書』第3-2-17図）。また、起業の組織形態に着目すると、女性が個人事業者を選択する傾向がある一方で、シニアは株式会社・有限会社を選択する傾向がある（『白書』第3-2-18図）など、男女別・年齢層別で起業家の考えや行動様式に違いがあることが明らかにされている。こうした分析を踏まえ、『白書』では最後に、わが国を「起業大国」にするための対応策を論じている。起業に興味や関心を持つ者を増やすための取組みとして、起業意識を変革するための「起業家教育」や「起業家に対する社会的評価の改革」を取り上げた。また、起業しやすい環境を構築する

ための取組みとして、「起業のセーフティネット」、「兼業・副業の促進」、また、起業に伴うコストや手続きの低減のための取組みとして、「誰もが起業家応援社会の構築」、「起業することでメリットのある仕組み」、「起業家に対する相談体制の拡充」について、一つひとつ具体的に取り上げてきた。こうした取組みを着実に進めていくことで、わが国において、起業を希望する者が増加し、かつ、起業を希望する者が起業を実現しやすい社会環境が醸成され、ひいては、「起業大国」の実現につながることを目指したいとしている（『白書』第3-2-46図）。

3. 事業承継・廃業は「社会的課題」（第3章）

既存の企業が経営者の引退や死亡などによって事業を継続できなくなり、廃業するなどということが増え、雇用や社内に蓄積されてきた技能などが失われる他、顧客が新たな取引相手を探さなければならなくなるなど、多方面に悪影響が及ぶ。したがって、現在の経営者以外の誰かが事業を承継することができるかどうか、「事業承継」の問題は社会的な大問題と

なっている。「事業を何らかの形で他社に引き継ぎたい」と考える経営者が中規模企業では6割強であるのに対して、小規模企業では4割強にとどまる状況（『白書』第3-3-2図）を踏まえ、『白書』では、内部昇格や外部招へい等、親族以外の「第三者承継」に注目し、分析を行っている点が興味深い。後継者の育成には「3年以上必要」と考えている経営者が8割以上（『白書』第3-3-9図）だが、60代で6割、70代で5割、80代でも4割が事業承継の準備ができていない（『白書』第3-3-8図）という現状を踏まえると状況は深刻で、今後、早い段階からの事業承継の準備に着手してもらおうよう、きめ細い情報提供や意識付けが必要だと『白書』は指摘している（p.324）。

また近年、休廃業・解散件数が増加しており（『白書』第1-1-25図）、これへの政策的対応も求められている。廃業を判断した理由は「経営者の高齢化や健康問題」を理由とする者が約5割、「事業の先行き不安」が約1割（『白書』第3-3-31図）で、これ自体は珍しいことではないが、廃業

に関する相談相手は「家族・親族」が約5割、「誰にも相談していない者」が約3割で（『白書』第3-3-35図）、実質的にほとんど誰にも相談せずアドバイスも受けていない状況が明らかになっている。『白書』では、これまでほとんど把握されてこなかった廃業の実態（廃業時の課題、廃業後の生活等）についても分析し、事業承継・廃業という問題が個人の選択の問題でなく、社会全体として対応しなければならぬ問題であることを改めて感じさせる。

4. 海外展開に「オールジャパン」の支援体制を（第4章）

第2部でも分析したように、人口の減少等により、国内市場での需要減少に危機感を感じている企業は多い。このため今後、個々の企業にとつての「生き残り策」という観点からは、成長している海外需要を取り込むため、海外展開を実施する企業はますます増加していくことが予想される。

注目すべきことに、輸出未実施企業のうち、小規模事業者の方が輸出に関心を持っている企業が多いことが報告されており（『白書』第3-4-35図）、成長志向の小

規模企業の一つの方向性として海外展開が視野に入ってきていることは興味深い。かつては、海外直接投資は海外での雇用やビジネスチャンスを増やす一方で、国内の雇用を減らし、産業が空洞化する一因と考えられてきたが、近年の研究ではこうした従来の説とは逆に、海外展開を行っても国内の雇用は減らないとする実証研究が増えている（『白書』p.394に研究成果のまとめが掲載されている）。

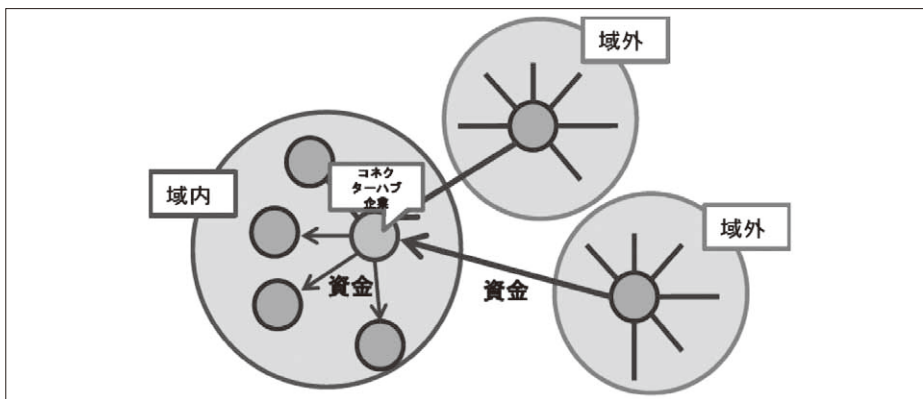
海外展開は、企業にとって大きな成長機会となり得る可能性がある一方で、そこには多様な課題やリスクも存在しており、言語や文化も異なる海外市場で成功することはたやすくはないであろう。本文中で紹介されている海外進出の成功事例や海外市場からの撤退事例はこのことを具体的に例示しており、参考になる。個別企業の立場から考えれば、「いかに販売先を確保していくのか」という基本に立ち返って、海外市場を攻略していくことこそ、成功の秘訣ではないかと考えられる。一方、今後、中小企業の海外展開支援に際しては、政府や公的な支援機関による

支援体制だけでなく、民間の支援事業者を含めたまさにオールジャパンでの海外展開支援が求められよう。

5. 1-Tがもたらす「企業価値」と「社会価値」の相乗効果(第5節)

以上、「起業」「事業承継」「国際化」の3つの側面から、小規模事業者について分析を行ってきた。これに加えて、『白書』では、1-Tを活用して外部資源を活用する「クラウドソーシング」と1-Tを活用した資金調達（いわゆる「クラウドファンディング」）について言及し、経営資源の乏しく資金調達も困難な中小企業・小規模事業者が長年の経営課題を克服できる可能性を示唆している。その上で『白書』は、マイケル・ポーターの「CSV (Creating Shared Value)」という概念を紹介し、中小企業・小規模事業者の地域に根差した事業を通じた地域課題への取組事例を数多く紹介している。かつて「コミュニティ・ビジネス」という言葉で表現された中小企業・小規模事業者の地域に根差した事業は、地域活性化という「社会価値」を創造するとともに、その恩恵を受けた地域住民の所得向上等をもたら

【第2図 「コネクターハブ企業」のイメージ図】



出所：『白書』第4-3-1図(1) p.655

らす。さらに、そのことが地域における新たな顧客創出や需要創造をもたらす、企業利益の増大という「企業価値」の創造にもつながる「好循環」を生み出す。この「好循環」を『白書』は「CRSV (Creating and Realizing Shared Value)」と呼び、小規模事業者の新たな発展

の方向性としてとりあげている。

IV. 中小企業・小規模事業者の支援の在り方

【第4部】

今も昔も、中小企業・小規模事業者は、厳しさを増す外部環境を生き抜くべくさまざまな課題に果敢に取り組んでいる。このような中小企業・小規模事業者を支援すべく、国や地方自治体は毎年、予算や税制など多様な支援策を用意しているが、これらの支援策の存在を知っている中小企業・小規模事業者はほんの一握りであり、実際に活用する者はさらに少なくなる。政策措置を必要とする企業に適確に政策の恩恵を届けるには、どうすればよいのか。『白書』は第4部でこの問題についてさまざまな観点から検討を加えている。

紙幅の関係で詳述は避けるが、『白書』の重要な提言の一つは、①既存の支援機関では十分に解決できない経営相談に対する「総合的・先進的な経営アドバイザー」機能、②事業者の課題に応じた適切な「チームの編成を通じた支援」機能、③「的確な支援機関等の紹

介（ワンストップサービス）」機能を持つ、「よろず支援拠点」の設置である。こうした中小企業政策の一元的窓口の設置を提言し、相互に連絡や協力関係の密でない国や自治体、または中小企業支援機関の相互協力を求めている。

もう一つの重要な提言は「コネクターハブ企業」(第2図)の育成・支援である。地域の中で取引が集中しており、地域外とも取引を行っている「コネクターハブ企業」の発見と集中支援が「地域経済活性化のためには効率的であり、国や自治体が、このようなコネクターハブ企業を活性化するような施策、あるいは、コネクターハブ企業を新たに生み出すような施策を企画立案し、果敢に実行していくことこそが、地域活性化の「鍵」であることを最後に提言している。現在、経済産業省では、コネクターハブ企業やその取引構造等、地域経済の産業構造分析を可能にするシステムの開発の準備を進めており、このシステムを使うと、膨大な数の企業間取引データ（いわゆる「ビッグデータ」）に基づいて、コネクターハブ企業を特定するとともに、地域経済の産業構造分析

を行うことができるこのことで、今後のシステム開発の動向と有効な政策立案のための利用に期待したい。

V. 小規模事業者が主導する 経済活性化をめざして

～まともに代えて～

最後に、『白書』を通読しての筆者の感想や若干のコメントを述べて、本稿のまともに代えたい。

1. 「史上最大」の中小企業白書

「小規模企業振興基本法案」の閣議決定・国会への提出を機に、今回の『白書』は小規模事業者に焦点を当て、さまざまな角度からの分析を行った。これまでにとくに取り扱ってこなかったという特殊事情もあって、今回はかなりボリュームの大きな白書となり、通読する側には例年以上の負担が強いられるものとなった。ただ、わが国の中小企業に関する現状と課題について学び、今後の政策動向を知るためのツールとして利用するには通読は必ずしも必要なく、関心ある章をピックアップして読めばよいと思われる。「起業・創業」「事業承継」「海外展開」「情報

技術の活用」といった中小企業者の積極的な事業展開に注目している点は昨年度の内容をほぼ踏襲していると思われ、昨年度との比較で読み比べてみるのも興味深からう。またここ数年、企業事例やコラムの充実が図られている点も評価したい。とくに今回は個別企業の事例だけでなく、自治体や中央会、商工会、商工会議所やNPO、個人事業主に至るまで、さまざまな形態の組織・個人の事例が掲載された。中小企業経営者のみならず起業希望者やこれから社会に出る大学生諸君にも参考になる事例である。

2. データの活用と新しい概念の

導入より有効な政策立案への期待

今回の『白書』では、過去に見られなかった新しい概念がいくつか登場した。「価格転嫁力指標」「コネクターループ企業」「CRSV」などがその典型例である。ある状況を概念化し数値を使って表現し、大量のデータを数学的・統計的処理によって加工し、現在起こっていることの内容を客観的な指標で確認することは、情報技術の進歩によってかなりの程度まで可能に

なってきた。今後、いわゆるビッグデータの活用等が進めば、アンケート調査やヒアリング事例による検討と合わせて、より精緻な現状把握と有効な政策立案ができる時代が来るのだろうか。今後の動向に注目したい。

3. 「自助努力」だけでは対処困難な問題も、ある

総じて言えば、今回の『白書』もまた中小企業・小規模事業者に積極的な行動を求めているという意味では、過去10年ほどの中小企業白書とその論調に大した変わりはない。ただ、中小企業・小規模事業者に自助努力や自己変革を求めただけでいいだろうか。

例えば、『白書』第1部では、わが国の中小製造業において、とくに1990年代以降「価格転嫁力」が低下し続けていること、またこの期間、大企業と中小企業の価格転嫁力格差が広がってきていることが指摘されたが、この点に関して、いわゆる「下請け問題」の存在や大企業による「優越的地位の濫用」によって中小企業が取引上不利な立場に置かれることについては、『白書』では一切触れられていない。価格転嫁が難しいなか

でも中小企業が収益性を維持し高めるには、自助努力や自己変革による労働生産性の向上が必要だ、と『白書』は述べている。もちろん、そのこと自体間違いではないかもしれないけれども、不況期に中小企業が取引上のリスクを一方的に引き受けざるを得ない、という状況がなくなっているわけでもなからう(例えば、下請代金支払遅延等防止法の禁止行為違反件数は毎年1000件前後存在する)。次年度以降いずれかの機会に、大企業と中小企業との間の「不利」や「不公正」といった問題についても現状調査と分析を望みたい。

最後に、『白書』に東日本大震災発生後の復旧・復興状況に関する記述がなくなったことは残念である、と述べておきたい。まだ震災の爪痕が色濃く残る被災地の現状を思えば、被災地の中小企業が置かれた深刻な状況、互いに助け合いながら地域の雇用と所得を守りさらに発展させていこうとする中小企業の姿を、せめて昨年並みにも記述するべきではなかったか。「3年経過したから、もついでには」という考えがあったとしたら、それは大きな間違いだと思つ。