

経

営

情

報

2012.6.26

NO.382

2012年版 中小企業白書のポイント

～試練を乗り越えて前進する中小企業～

中小企業の景況は、東日本大震災後、持ち直してきましたが、これまでの円高、燃料価格の高騰、電気料金の引上げ、電力需給のひっ迫等の影響が懸念され、2012年に入って横ばいの動きとなっています。

今回の白書では、第1部でこうした状況を概観し、中小企業の動向について分析しています。

また、第2部では、中小企業が持つ潜在力を発揮して、(1)大震災からの復興に中心的な役割を果たしている中小企業、(2)国内外の成長機会を取り込み、事業活動を行う中小企業(海外展開企業、女性の事業活動)について分析しています。

さらに、第3部では、中小企業が、経営資源の充実にどのように取り組んでいく必要があるかについて、技術力及び経営力の維持・強化の観点から分析しています。

今回は、その中から、テーマを絞ってご紹介します。

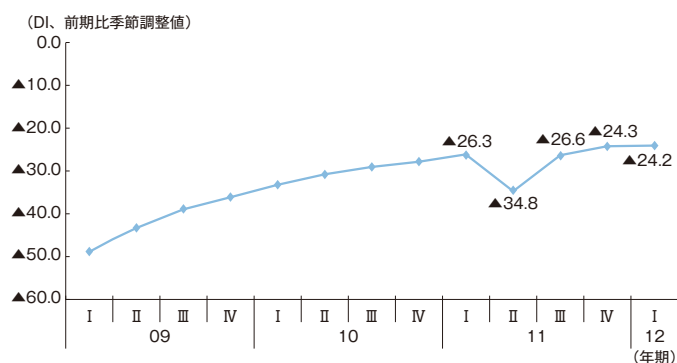
最近の中小企業の動向

中小企業の業況判断DI^{*}は、大震災直後の2011年4-6月期に大きく落ち込んだ後、同年7-9月期には持ち直しましたが、その後は円高、燃料価格の高騰、電気料金の引上げ、電力需給ひっ迫等の影響が懸念され、おおむね横ばいの動きとなっています(図表1)。

なかでも、記録的な円高の進行は、輸出を行わない国内市場向けの中小企業にも影響を及ぼしており、円高によってマイナスの影響を受けたと答える企業の割合が増加しています(図表2)。

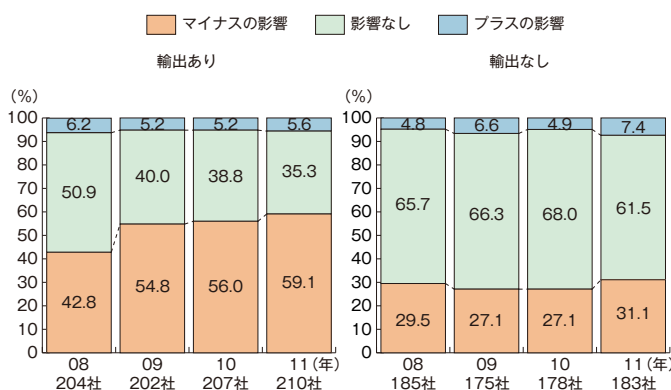
※業況判断DIは、前期に比べて、業況が「好転」と答えた企業の割合(%)から、「悪化」と答えた企業の割合(%)を引いたもの。

図表1 中小企業の業況判断DIの推移



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」
(注) 全国の商工会、商工会議所の経営指導員及び中小企業団体中央会の調査員による聴き取り調査。

図表2 円高の影響



資料：(株)日本政策金融公庫「中小企業景況調査」から作成
(注) 1. 「業種別影響を受けない」と回答した企業を除く。
2. 輸出ありは、直接輸出又は間接輸出を行う企業を集計している。
3. 構成比及び回答企業数とも年平均の数字である。

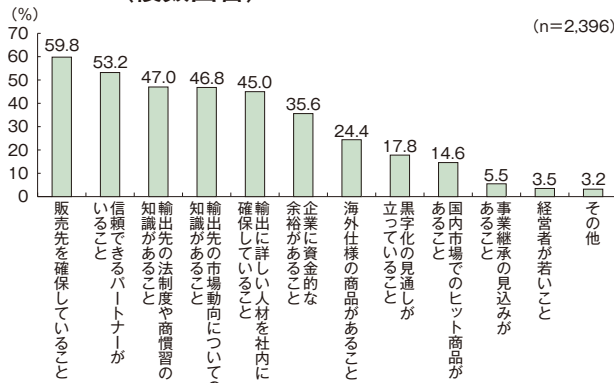
1. 国内事業を活かし、海外需要を取り込む中小企業（海外展開企業）

海外展開を行う中小企業の割合は、製造業においても、輸出で3%弱、直接投資で1%程度と、必ずしも高くありません。中小企業が海外市場に挑戦するためには、乗り越えなければならない課題や条件があると考えられます。

図表3は、中小企業が輸出を開始するために必要な条件を示していますが、これを見ると、5割を超える企業が「販売先を確保していること」、「信頼できるパートナーがいること」を挙げています。また、「輸出先の法制度や商慣習の知識があること」、「輸出先の市場動向についての知識があること」と回答する企業の割合も比較的高く、輸出先や輸出業務に関する知見が必要と考える企業が多いこともうかがえます。

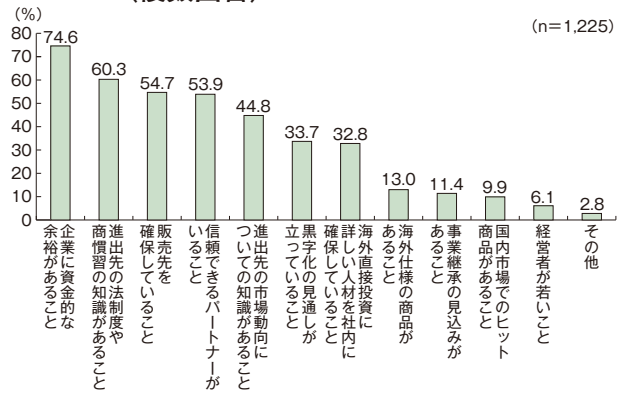
また、中小企業が直接投資を開始するために必要な条件（図表4）を見てみると、輸出の場合で挙げられた条件（図表3）のほかに、最も必要なこととして、「企業に資金的な余裕があること」を挙げています。特に生産拠点を構える場合は、準備資金に加えて設備資金が必要なこともあり、相応の企業力が求められていることが見て取れます。

図表3 輸出を開始するために必要な条件（複数回答）



資料：中小企業庁委託「海外展開による中小企業の競争力向上に関する調査」（2011年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））
 (注) 直接輸出を行う中小企業を集計している。

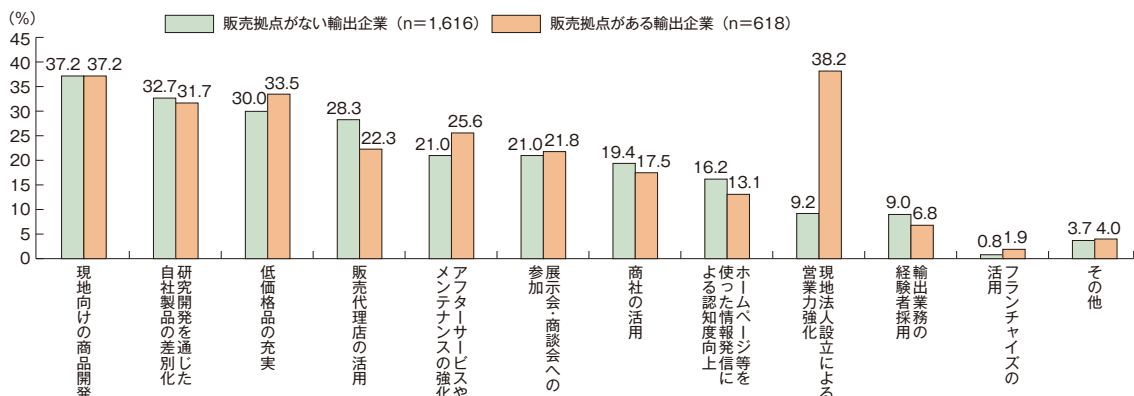
図表4 直接投資を開始するために必要な条件（複数回答）



資料：中小企業庁委託「海外展開による中小企業の競争力向上に関する調査」（2011年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））
 (注) 海外に販売拠点又は生産拠点を保有する中小企業を集計している。

国内需要が停滞するなか、上記のような障壁はあるものの、中小企業の更なる発展のためには、海外市場を開拓していく必要があると考えられます。図表5は、中小企業の効果的な海外販路開拓の取組みがどういったものであるかを、海外に販売拠点を保有していない輸出企業と、保有している輸出企業に分けて、取組みの状況を比較したものです。これを見ると、「現地向けの商品開発」、「研究開発を通じた自社製品の差別化」、「低価格品の充実」等の製商品に関する取組みは、販売拠点の有無にかかわらず、効果的と回答する割合が高くなっています。海外での販路開拓においては、高品質な製商品やサービスの開発力、マーケティング力、柔軟な対応力等を発揮することが重要であることを示す結果となっています。

図表5 効果的な海外販路開拓の取組（複数回答）



資料：中小企業庁委託「海外展開による中小企業の競争力向上に関する調査」（2011年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））
 (注) 1. 直接輸出を行う中小企業を集計している。
 2. 現在最も重視している輸出先についての回答。

2. 社会環境の変化に対応する女性の事業活動

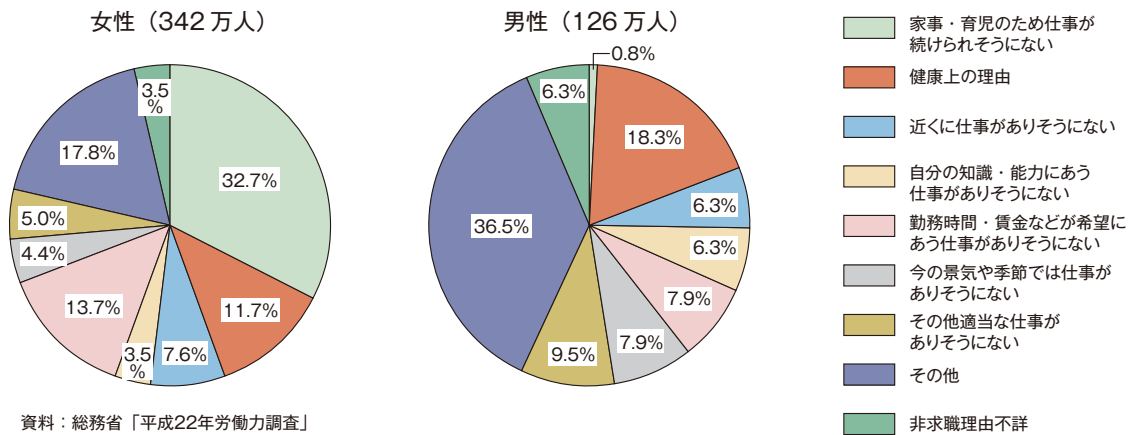
人口減少に伴う内需減少が見込まれるなか、中小企業が成長するためには、海外需要を取り込むだけでなく、潜在している内需を掘り起こすことも有効な取組みとなります。

起業家の起業分野を男女別にみると、個人向けサービス業（飲食店・宿泊業、教育・学習支援業、生活関連サービス業など）において女性が起業する割合は40.0%と、男性（17.0%）に比べて高くなっています。これらの分野は、社会が更に成熟化していくなかで成長が期待される分野といえます。

また、女性の就業を後押しし、女性と地域や社会との関わりを深めることは、生産年齢人口が減少傾向にある我が国の労働力の確保という面だけでなく、世帯所得の増加に伴う消費活動の活発化という面でも重要となります。

しかし、求職活動をしていないものの、就業を希望している女性の非労働力人口は、約342万人存在すると推計されています。これらの就業を希望する女性が求職しない理由を見ると、約3割が「家事・育児のため仕事が続けられそうにない」と回答しています（図表6）。家庭生活における家事・育児等の負担が女性に偏っており、女性の就業を阻む要因となっていることがわかります。

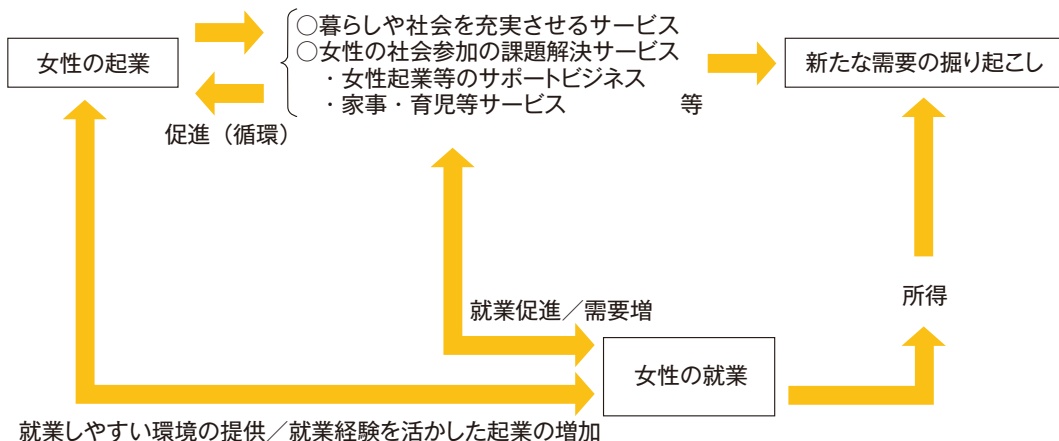
図表6 男女別の求職しない理由



かかる状況の下、女性の起業と就業の関係を図示したものが、図表7となります。

女性起業家は、女性の負担となっている家事・育児等の課題を取り除くことで、女性の就業を促進します。そして、女性の社会進出が進むことや、世帯所得が増加することで、これらのサービスに対する需要が増加して市場が拡大し、更なる女性の起業を呼び込むという好循環をもたらす可能性を秘めています。

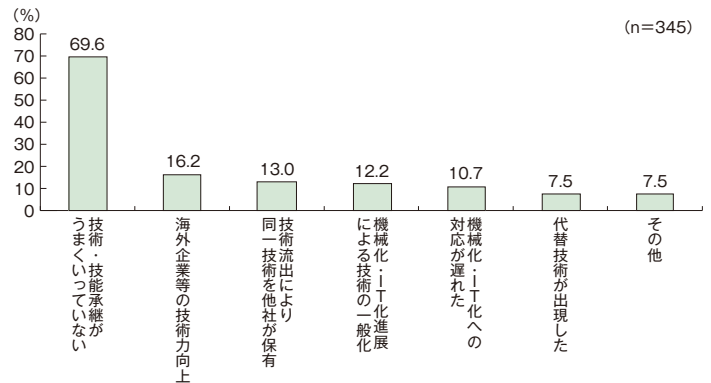
図表7 女性の起業と就業の関係



中小企業の技術・技能承継の取組み

高い技術力を有する中小企業は多数存在しているものの、中小企業の技術競争力の位置付けを5年前と比較してみると、2割弱の企業が、技術競争力が低下していると回答しています。図表8では、これらの中小企業にその理由を尋ねており、これを見ると「技術・技能承継がうまくいっていない」と回答する企業の割合が特に高く、技術・技能承継が大きな課題となっていることが明らかになっています。では、技術・技能の円滑な承継のためには、どのような取組みが有用なのでしょう。図表9は、技術・技能承継の取組実施度を示したのですが、技術・技能承継がうまくいっている企業とそうではない企業を比較すると、「熟練技術・技能の標準化・マニュアル化」や、「OJTによる人材育成」、「Off-JTによる人材育成」などの取組実施度に差が生じています。

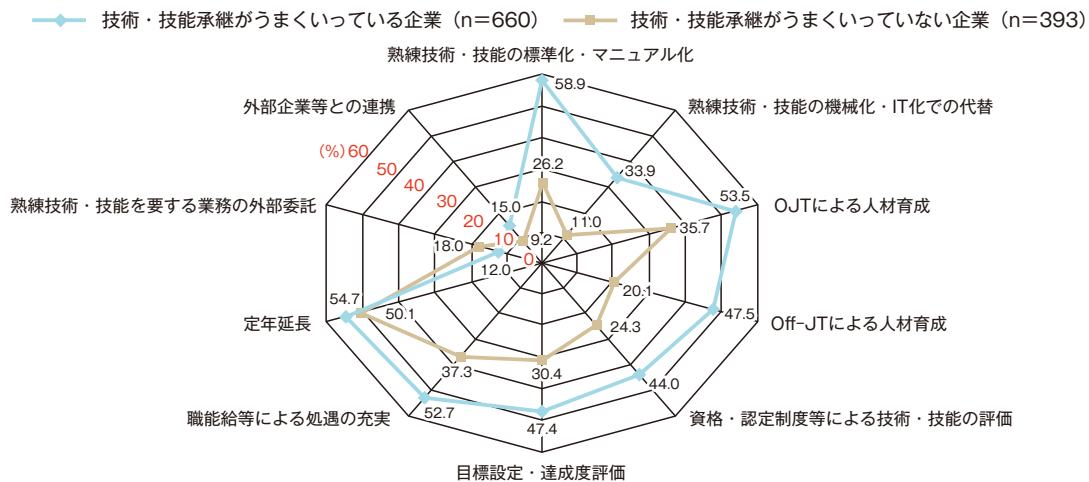
図表8 技術競争力が低下している理由（複数回答）



資料：中小企業庁委託「技術・技能承継に関するアンケート調査」（2011年12月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（注）技術競争力が「低下している」、「やや低下している」と回答した従業員300人以下の企業を集計している。

図表9 技術・技能承継の取組実施度



資料：中小企業庁委託「技術・技能承継に関するアンケート調査」（2011年12月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（注）1. 従業員300人以下の企業を集計している。
2. 各項目によって回答者数（回答比率算出時の分母）は異なる。
3. 技術・技能承継について、「かなりうまくいっている」、「うまくいっている」と回答した企業を技術・技能承継がうまくいっている企業として集計し、「全くうまくいっていない」、「うまくいっていない」と回答した企業を技術・技能承継がうまくいっていない企業として集計している。

また、中小企業が若手の技術・技能人材を採用できている要因としては、「大学、高校等とのつながりを強化」との回答が約3割、「ものづくりの魅力伝える取組」との回答が2割を超えるなど、中小企業側が若手の技術・技能人材の確保に能動的に取り組んでいることがわかります。

こうした結果を踏まえると、技術・技能の円滑な承継には、熟練技術・技能の可視化や人材育成などの取組みと同時に、積極的に若手を採用していくことで、技術・技能人材の質の向上と量の確保を目指していく必要があると考えられます。

詳しくは下記のHPをご参照ください。

・ 中小企業庁ホームページ <http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/index.html>

（中小企業庁調査室 井之上 拓也）

「経営情報」に関するご意見・ご要望等ございましたら、中小企業事業の窓口までお問い合わせください。

発行：日本政策金融公庫 中小企業事業本部 営業推進部 ホームページ <http://www.jfc.go.jp/c/>