

経

営

情

報

2014.6.26

NO.395

2014年版 中小企業白書のポイント

中小企業の景況は、着実に改善しているものの、その一方で、原材料価格の高騰等を背景に、中小企業の収益環境は引き続き厳しい状況にあります。

今回の中小企業白書において、第1部では、最近の中小企業・小規模事業者の動向について分析し、第2部では、より中長期的な観点から、中小企業・小規模事業者が直面する経済・社会構造の変化（人口減少、地域の抱える課題等）について分析を行っています。これらを踏まえたうえで、第3部では、五つの柱（小規模事業者の構造分析、起業・創業、事業承継・廃業、海外展開、新しい潮流）に従って、現状分析と課題抽出を行うと共に、それぞれの柱について具体的な政策提言を行っています。さらに第4部では、中小企業・小規模事業者385万者に施策を届けていくために、中小企業・小規模事業者への効率的かつ効果的な支援の在り方について分析しています。

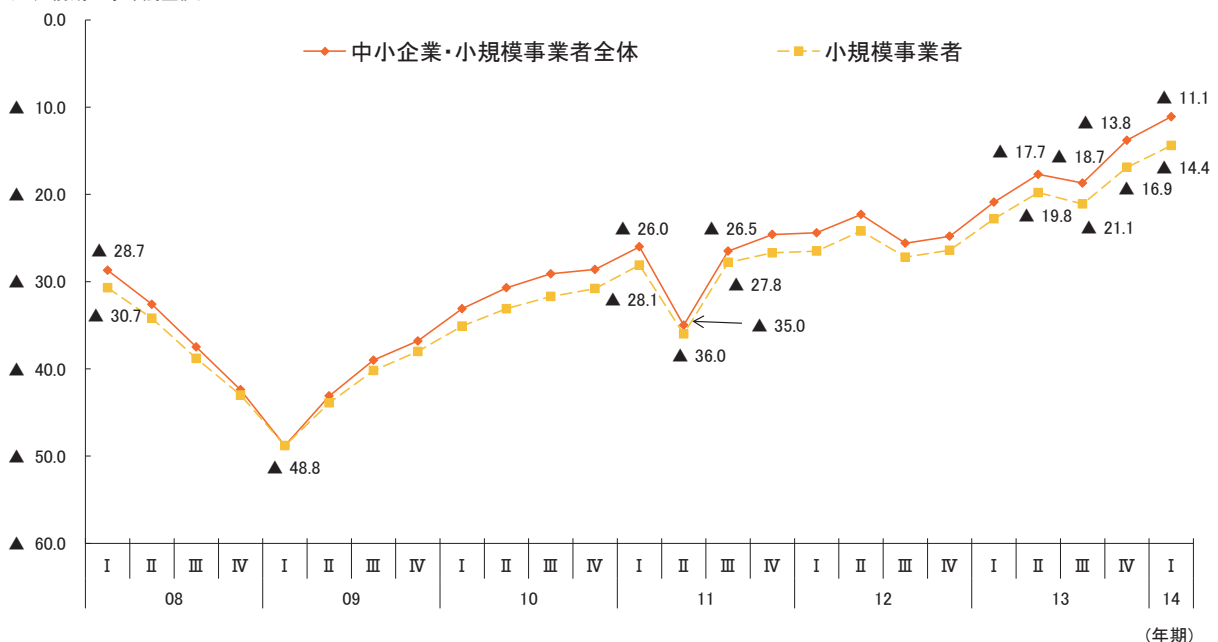
今回は、その中から、中小企業の動向、事業承継、海外展開に焦点を当て、ご紹介します。

中小企業の動向

中小企業・小規模事業者の景況は、着実に改善してきており、とりわけ中小企業の業況判断DIは、小規模事業者に比べると高い水準にある。

<中小企業・小規模事業者の業況判断DIの推移>

(DI、前期比季節調整値)



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」

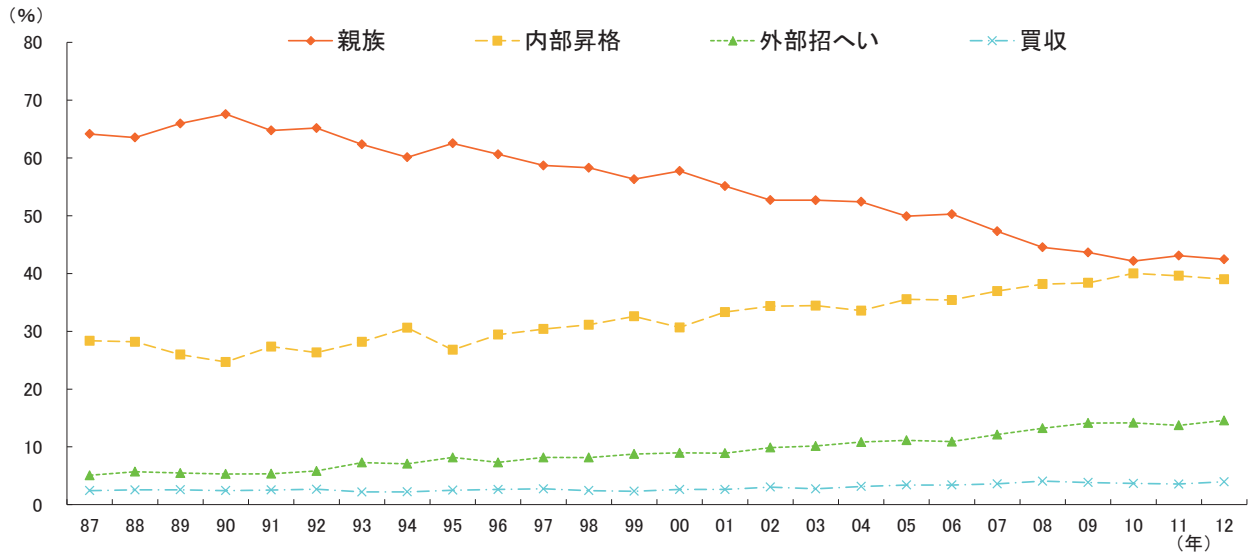
(注) 業況判断DIは、前期に比べて、業況が「好転」と答えた企業の割合(%)から、「悪化」と答えた企業の割合(%)を引いたもの。

事業承継

事業承継の形態は、内部昇格や外部招へい等、親族外への第三者承継の占める割合が増加してきている。また、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割以上いることから、早い段階から事業承継の準備を行う必要がある。

他方、事業承継後に先代と異なる取組みを行った企業は、先代と異なる取組みを行っていない企業と比べて、「業績が良くなった」と回答する割合が総じて高く、後継者による新たな取組みが、その後の企業業績の改善に寄与していることがうかがえる。

<形態別の事業承継の推移>



資料：(株)帝国データバンク「信用調査報告書データベース」、「企業概要データベース」再編加工。約160万社の企業情報において、代表者の変更年（就任年）及び就任経緯が判明している企業のデータにより作成。（2012年で約15,000社）

(注)1. 承継形態が「創業者の再就任」、「分社化の一環」、「出向」並びに「不明」の企業は除いて集計している。

2. 「内部昇格」とは、経営者の親族以外の社内の役員や従業員が経営者に昇格することをいう。

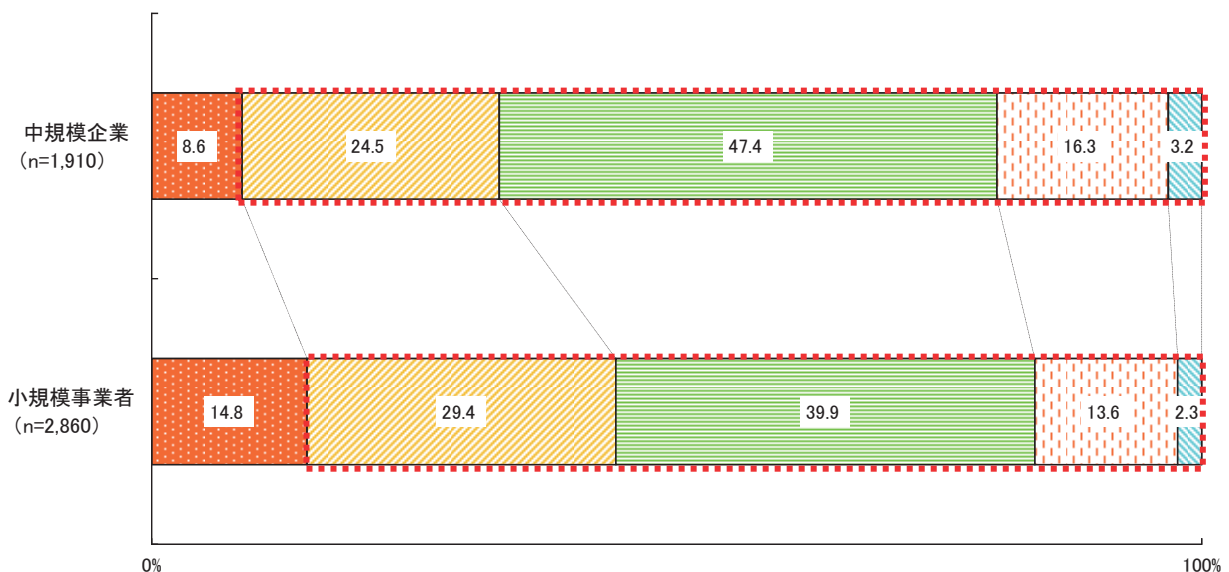
3. 「外部招へい」とは、当該企業が能動的に外部から経営者を招くことをいう。

4. 「買収」とは、合併又は買収を行った企業側の意向により経営者が就任することをいう。

5. 就任経緯は企業の申告による。したがって、他の会社から転ずる形で今の会社に入り、何年か働いた後に経営者に昇格した者も「内部昇格」に含まれている可能性がある。

<後継者の育成期間>

■3年未満 ■3年以上5年未満 ■5年以上10年未満 ■10年以上20年未満 ■20年以上



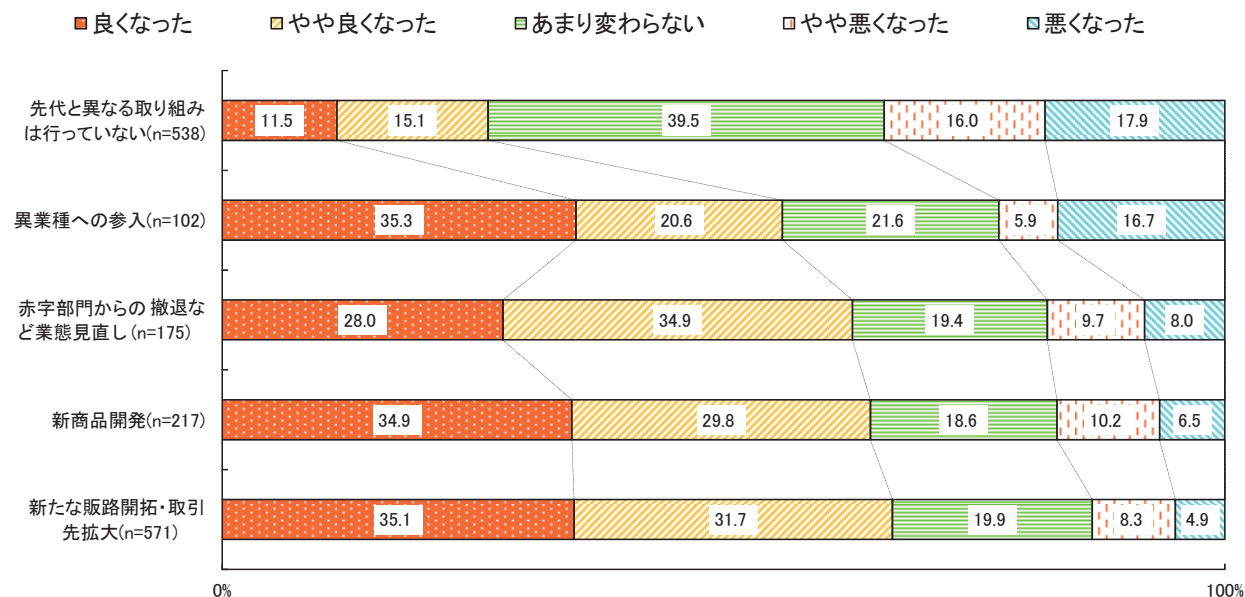
資料：(株)日本政策金融公庫「中小企業の事業承継」

(注)1. (株)日本政策金融公庫の融資先を対象とした調査。

2. ここでいう小規模事業者は従業員19人以下の企業、中規模企業は従業員20人以上の中小企業をいう。

3. 後継者を決定した者、未定の者の回答を集計している。

<事業承継後の取組と事業承継後の業績変化>



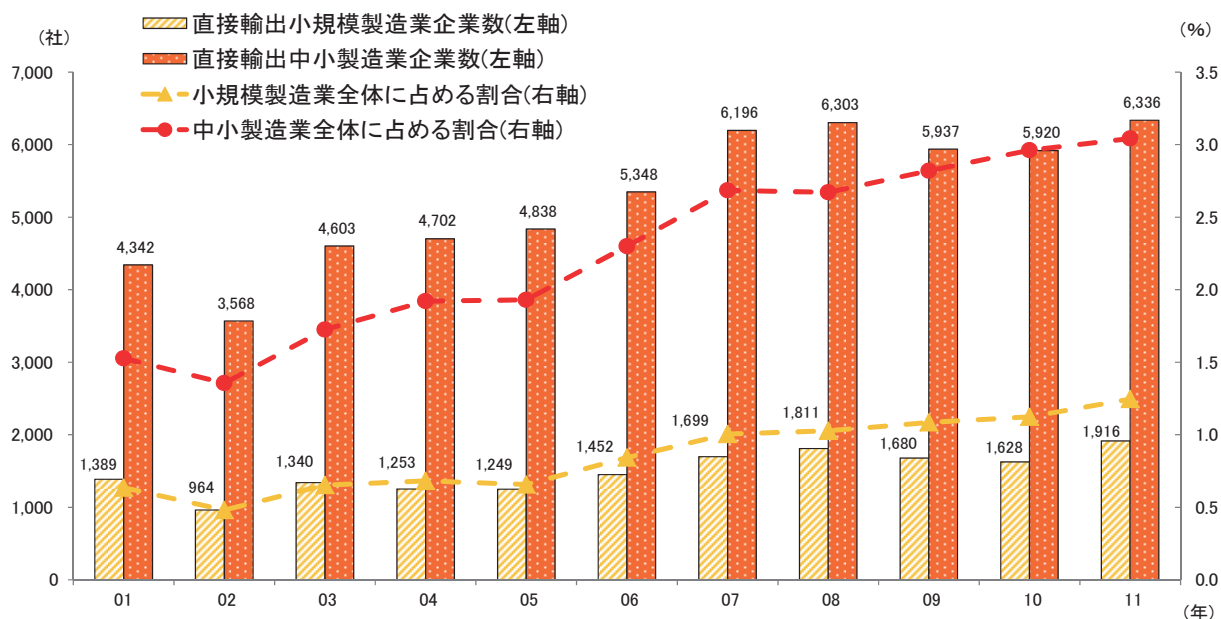
資料：中小企業庁委託「中小企業者・小規模企業者の経営実態及び事業承継に関するアンケート調査」(2013年12月、(株)帝国データバンク)

海外展開

中小企業の製造業で輸出を実施している企業の数及び中小製造業全体に占める割合は増加基調にある。

輸出を開始した企業のうち、売上が増加した企業と売上が増加しなかった企業のいずれも、輸出を成功させるために最も重要な取組みとして、「販売先の確保」、「信頼できる提携先・アドバイザーの確保」を挙げていることから、これらの取組みが成功と失敗の分かれ道となっている。

<直接輸出企業の数と割合の推移>

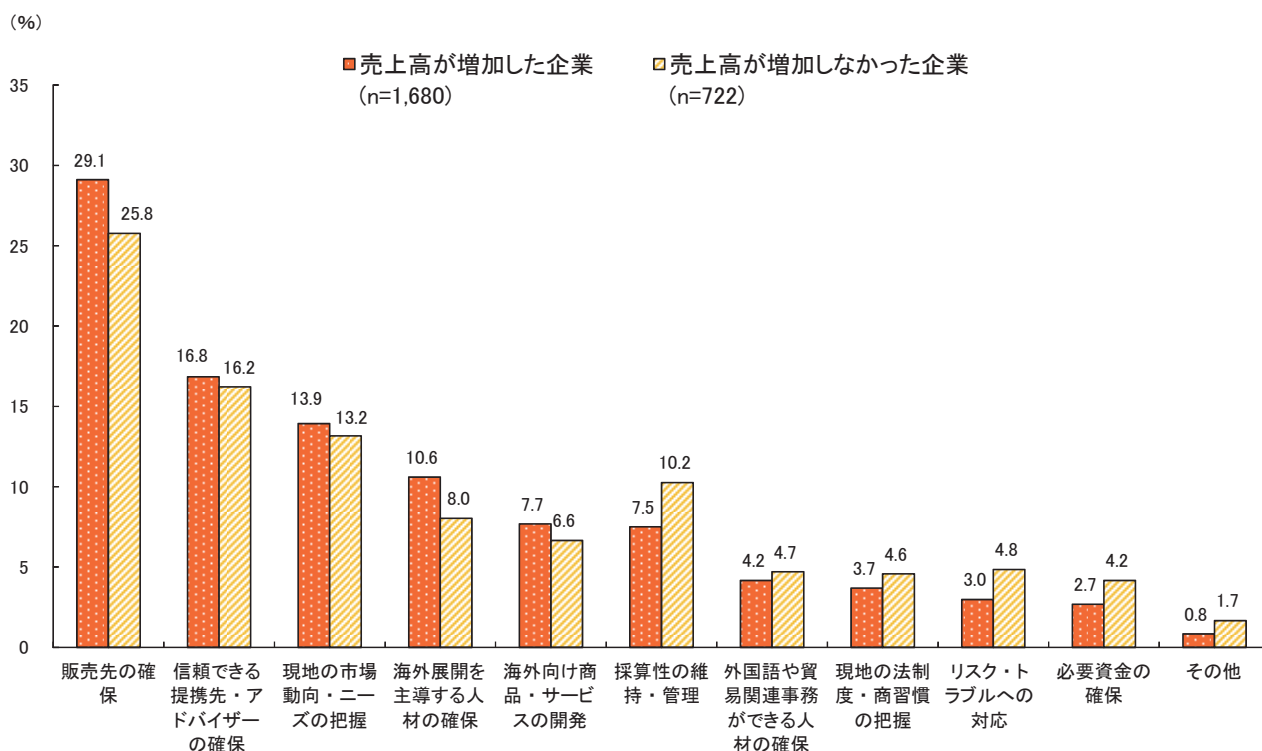


資料：経済産業省「工業統計表」、総務省・経済産業省「平成24年経済センサス-活動調査」再編加工

(注) 1. 従業者数4人以上の事業所単位の統計を、企業単位で再集計している。

2. 「平成24年経済センサス-活動調査(再編加工)」によると、従業者数4人以上の製造事業所を保有する中小企業数は約20万社、小規模事業者は約15万社である。

<輸出を成功させるために最も重要と考えている（成功と失敗の分かれ道となる）取組>



資料：中小企業庁委託「中小企業の海外展開の実態把握にかかるアンケート調査」（2013年12月、損保ジャパン日本興亜リスクマネジメント(株)）

(注) 「売上高が増加した企業」とは、輸出の開始が与えた「売上高の増加」への影響として、「良い影響」、「やや良い影響」と回答した企業をいう。また、「売上高が増加しなかった企業」とは、売上高への影響として、「どちらとも言えない」、「やや悪い影響」、「悪い影響」と回答した企業をいう。

<事例：外国語のホームページの開設や海外のバイヤーとの提携によって販売先を確保している企業>

株式会社丸越（神奈川県茅ヶ崎市）

株式会社丸越は、工場で使用される機械・器具の卸売を行う事業者である。同社では、受注先の大手企業がシンガポールに進出したことをきっかけに、1970年代から輸出を実施している。

輸出を開始した時期は早かった同社であるが、販路が大きく拡大したのは、2007年以降と比較的最近になってからである。そのきっかけは、英語、スペイン語、イタリア語でも閲覧可能なホームページを作成したことであった。それまで、同社では日本語のホームページもなかったが、外国語のホームページを開設することで、それまで受注のなかった国・地域のバイヤーからも連絡が来るようになり、海外の取引先の数はホームページを開設する前に比べ、10倍程度と大きく増えた。

また、同社では、海外の提携先と協力することで、海外展開を進めている。過去に、同社ではシンガポールに販売拠点を構え、自社で営業活動を行っていた。しかし、海外拠点に駐在する人材の確保が困難であったことや、見込み通り販売先を拡大することができなかつたため、撤退することとなった。現在では、信頼できる海外現地のバイヤーと提携することで販売を拡大させている。

本文内容についての詳細は、下記のホームページをご参照ください。

・ 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 吉原 翼)

「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/>