

# 信用金庫の視点でひも解く 2015年版中小企業白書・小規模企業白書

— 中小企業・小規模事業者の経営活性化の方策 —

信金中央金庫 地域・中小企業研究所主任研究員

藁品 和寿

信金中央金庫 地域・中小企業研究所主任研究員

品田 雄志

(キーワード) 中小企業白書、小規模企業白書、収益格差、イノベーション、人材、地域

(視 点)

中小企業庁では、中小企業基本法第11条の規定に基づき、中小企業の動向および中小企業に関して講じた施策や講じようとする施策を明らかにするため、毎年、中小企業白書を国会に提出している。信金中央金庫 地域・中小企業研究所では、04年度から中小企業白書の利活用促進を目的に、信用金庫役職員や信用金庫取引先の中小企業・小規模事業者を主たる対象読者として、その概要や読みどころをまとめている。

2015年4月の閣議決定後、中小企業庁ホームページに、2015年版中小企業白書とともに、小規模企業振興基本法（14年6月）に基づいて初めて作成された小規模企業白書が公表された。小規模企業白書は、中小企業白書とともに、小規模事業者の支援に携わる関係者にとって、ぜひ押さえておきたい重要な資料の一つである。

本稿では、2015年版中小企業白書の編さんにあたった中小企業庁 調査室の水野室長（当時）からのヒアリング内容も盛り込みつつ、中小企業白書および小規模企業白書のポイントを概説する。

(要 旨)

- 水野室長（当時）へのインタビューでは、今回の白書で強調したいキーワードとして、「収益格差」、「イノベーション」、「人材」、「地域」が挙げられた。また、地域における「人材」支援では、中小企業同士の間の連携に期待が集まるなか、信用金庫には、「点」ではなく「面」での活動を期待したいとのことであった。
- 中小企業白書は、3部構成となっている。第1部の「2014年度の中小企業・小規模事業者の動向」では、中小企業・小規模事業者の最近の動向や中長期的課題についてまとめている。第2部の「中小企業・小規模事業者の更なる飛躍」では、イノベーションや販路開拓、人材確保・育成といった、中小企業・小規模事業者にとって重要な経営課題についてまとめている。第3部の「『地域』を考える—自らの変化と特性に向き合う—」では、地域活性化への取組み状況のほか、経済産業省が開発した地域経済分析システムの活用方法についてまとめている。
- 小規模企業白書は、2部構成となっている。第1部の「小規模事業者の構造分析」では、小規模事業者の事業実態や地域との関わりについて、中長期的に分析している。第2部の「小規模事業者の挑戦—未来を拓く—」では、第1部を受けて、需要創造、新陳代謝、地域活性化などをテーマに、42の経営事例をまとめている。

## はじめに

2015年版中小企業白書（以下「白書」という。）は、15年4月24日に閣議決定され、中小企業庁のホームページ上で公開された<sup>(注1)</sup>。

信金中央金庫 地域・中小企業研究所では、04年度以降、年度ごとに信用金庫の視点から白書のポイントを取りまとめて情報発信を行ってきた。本年度も、中小企業庁調査室長へのインタビューをはじめ、白書の論点を整理した。

2015年版白書の副題は、「地域発、中小企業イノベーション宣言！」である。白書では、中小企業に対するイノベーションの重要性がたびたび指摘されており、問題意識がはっきり表れている副題といえよう（図表1）。

なお、副題には、その年の白書の調査分析の視点が色濃く反映される。そこで、図表2では、90年以降の白書副題の変遷と、本中金が実施する「全国中小企業景気動向調査」の主要指標である業況判断D.I.（全業種）を比較対照できる形で示した。

図表1 2015年版中小企業白書（市販本）の表紙デザイン



（備考）中小企業庁ホームページより引用

（注）1. 中小企業庁ホームページ（<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/index.html>）より全文をダウンロード可能である。

## 1. 中小企業白書編さん者へのインタビュー

まず、2015年版白書の編さんにあたった中小企業庁 調査室の水野室長（当時）へのインタビューの内容（図表3、4）を掲載する。

### （1）2015年版中小企業白書の読みどころ

お伝えしたいポイントをあえて4つに絞ると、「収益力の差」、「イノベーション」、「人材」、「地域」となる。

まず「収益力の差」であるが、80年代以降の動向を見ると、大企業と中小企業との間だけではなく、中小企業同士の間にも、収益力に差が生じていることが確認できる。この背景には、個社における「イノベーション」と「人材」への取組みの差があるのではないかとみている。

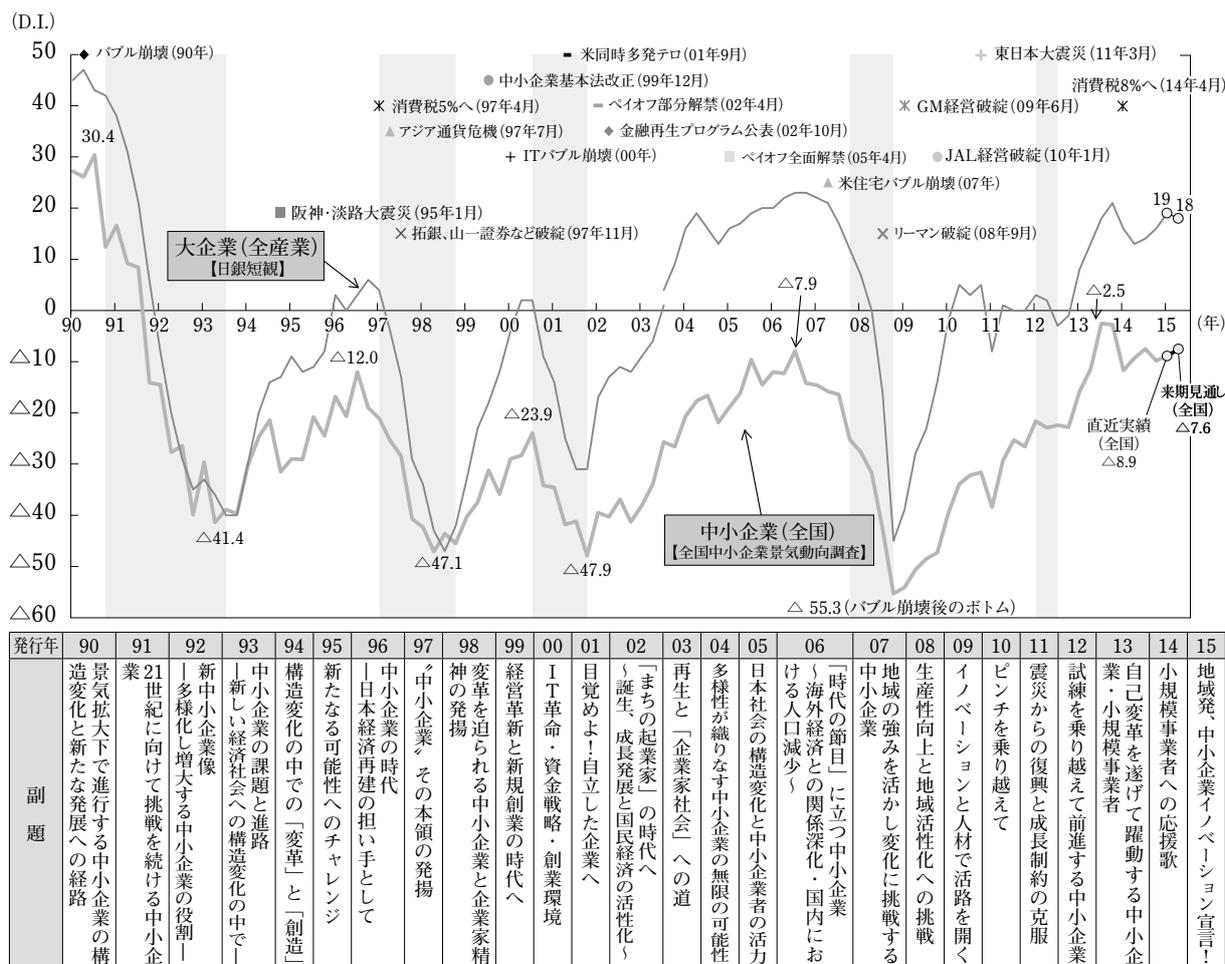
そこで「イノベーション」についてみてみよう。昨年の白書では、ターゲットとする主な市場を地元地域とする中小企業（地域需要志向型）と、全国や海外など広域圏とする中小企業（広域需要志向型）に分類したが、今回の調査でいずれのタイプの中小企業においても、新しい商品の開発・販売や新たな製造方法等の導入など、新たなチャレンジ（すなわちイノベーション）に取り組む中小企業は、そうでない企業と比べ、収益力が高い傾向がみられた。また、白書では特に強調しなかったが、中小企業が収益性を確保していくためには、ITの活用が益々重要になると思われる。

次に「人材」についてみると、中小企業においては、人材不足のみならず、人材の採用・育成上も課題を抱えており、各社個別での取組みには限界もある。あきたかたコンソ（広島県安芸高田市）のように、地域の中小企業が連携し、合同入社式や合同研修などを通じて、会社は違っても同じ地域の「同期」をつくっていくことや、閑散期にある中小企業から繁忙期にある中小企業に社員を出向させることによって人材の過不足感を改善する（同時に、出向した人にとっては、違う会社・

仕事を経験することによる人材育成にもつながる）といった取組みが見られるところであり、個社での取組みを超えて、地域における中小企業、関連団体の連携に期待したい。

最後に「地域」であるが、地方創生が大きな課題となっているなか、特産品や観光スポットなど地域資源の活用による域外需要の獲得は、今後益々重要となってくるだろう。とはいえ、人的にも限られたリソースしかない個別の中小企業が、独力で販路開拓をしていくのには一定の限界がある。そのなかで、

図表2 中小企業白書の副題と信用金庫取引先中小企業の業況判断D.I.の推移



(備考) 1. 日本銀行『全国企業短期経済観測調査』、中小企業庁『中小企業白書（各年版）』、信金中央金庫『全国中小企業景気動向調査』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成  
2. 標本数は約16,000社（回答率は平均約90%）

図表3 中小企業庁 水野調査室長（当時）



（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

図表4 取材風景



（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所撮影

地域資源の活用に向けた新たな担い手として「地域商社<sup>(注2)</sup>」を取り上げた。地域と需要者（市場）をつなぐ流通のプロとしてその果たす役割に注目している。

2015年版白書は、昨年の白書と並び、ぶ厚い白書の一つとなったが、各章ごとに独立して読めるようにしてあるので、ご関心のあるところからでも、ぜひお読みいただければと考えている。

## (2) 信用金庫へのメッセージ

上記（1）で述べた収益力の差に対応し

て、中小企業にとって身近な存在である信用金庫に対する期待感は大きい。

なかでも、人材不足が中小企業の活動の足かせとなっているなか、信用金庫には、地域での「人材」に対する取組み支援を期待している。中小企業と“Face To Face”で接している信用金庫は、中小企業においてどういう人材が必要なのかを把握していると思われる。中小企業庁でも中小企業の人手不足を解消する取組みを行っているが、地域の中小企業と密接な関係をもつ信用金庫には、地域の中小企業が必要としている人材に関する情報仲介機能を期待したい。

また、中小企業同士の間の連携に期待が集まるなか、信用金庫には、取引先企業を一本釣りする「点」での活動ではなく、“地域内の取引先同士の取引をどのように増やしていけばよいか”といった「面」での活動を期待したい。これが、ひいては地方創生の実現につながっていくと考える。

そのほか、中小企業の収益力を高めるイノベーション活動に対して、特に小規模事業者にとっては資金調達が鍵となることから、信用金庫には、中小企業の持つ無形資産を見出すなど、高い目利き力を持って関わってほしいと考える。

白書では、中小企業・小規模事業者の「人材」確保・育成支援に取り組む信用金庫事例（2事例）、地域活性化支援に取り組む信用金

(注)2. 「地域商社」の機能とは、地域に密着して、地域資源の発掘、地域資源の活用法検討、市場調査、商品開発、販路開拓、販売促進活動、販売、メーカーへの販売情報の提供など、地域の生産者の活動をサポートするとともに、全国あるいは海外へ積極的に特産品等売り込んでいく取組みまたは機能のこと。なお、担い手としては、「協議会、公益法人、商工会・商工会議所等の団体」が6割強を占めている。

庫事例（1事例）を掲載させていただいた。ご関心の箇所からでもよいので、白書をぜひ手にとっていただきたい。

## 2. 2015年版中小企業白書の概要

中小企業白書の構成は、「本論」「施策」「その他（付注、付属統計資料等）」の3部である（図表5）。なお、例年どおり、「施策」では、昨年度施行分と今年度施行予定の中小企業施策についてまとめられており、「付属統計資料」では、中小企業に関する基本的な統計が示されている。

以下では、今回、好事例として紹介された

図表5 2015年版白書の構成

第1部	平成26年度（2014年度）の中小企業・小規模事業者の動向
第1部	我が国経済の動向
第2部	中小企業・小規模事業者の動向
第3部	中小企業・小規模事業者を取り巻く環境
第2部	中小企業・小規模事業者のさらなる飛躍
第1章	中小企業・小規模事業者のイノベーションと販路開拓
第2章	中小企業・小規模事業者における人材の確保・育成
第3部	「地域」を考える－自らの変化と特性に向き合う－
第1章	地域活性化への具体的取組
第2章	経済・社会構造の変化を踏まえた地域の対応
平成26年度において講じた中小企業施策	
平成27年度において講じようとする中小企業施策	
その他（付注、付属統計資料等）	

（備考）『2015年版中小企業白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

（注）3. それぞれの項目について、中小企業白書が根拠としている出典は以下の通りである。

- ・景況感、雇用、資金繰り…中小企業基盤整備機構『中小企業景況調査』
- ・設備…日本銀行『全国企業短期経済観測調査』
- ・賃上げ…中小企業庁『中小企業の雇用状況に関する調査』（2014年8月）
- ・倒産件数…東京商工リサーチ『倒産月報』

信用金庫の取組み事例などに焦点をあてて、本論のポイントを概説する。

### （1）中小企業・小規模事業者の動向と中長期的課題（第1部）

第1部は、第1章と第2章で直近の日本経済および中小企業・小規模事業者の動向についてまとめたうえで、第3章では中小企業・小規模事業者の収益力向上および地域の競争力向上に向けた中長期的課題について指摘している。

#### イ. 第1章、第2章 わが国経済および中小企業・小規模事業者の動向

第1章、第2章を要約すると、以下の通りとなる。まず、日本経済については、夏の天候不順の影響等を受け、2014年4月の消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動減からの回復に遅れがみられた。しかしながら、2014年末ごろからは、原油価格下落に加え、輸出の伸び、個人消費の持ち直し、各種政策効果などを受けて、緩やかな回復基調となっている。次に、中小企業・小規模事業者については<sup>（注3）</sup>、まず景況感は、2014年4-6月期に悪化し、その後、足元は持ち直しの動きがみられている。設備については、製造業では過剰感が緩和されており、非製造業では不足感が出ている。雇用については、建設業やサービス業

を中心に、不足感が強まっている。結果、従業員の定着を主目的に、賃上げを実施した中小企業・小規模事業者が増加した。資金繰りについては、2014年4-6月に一時的に悪化したものの、その後は持ち直し、着実に改善が続いている。倒産件数も2009年以降6年連続で減少しており、1990年以来の低水準となった。

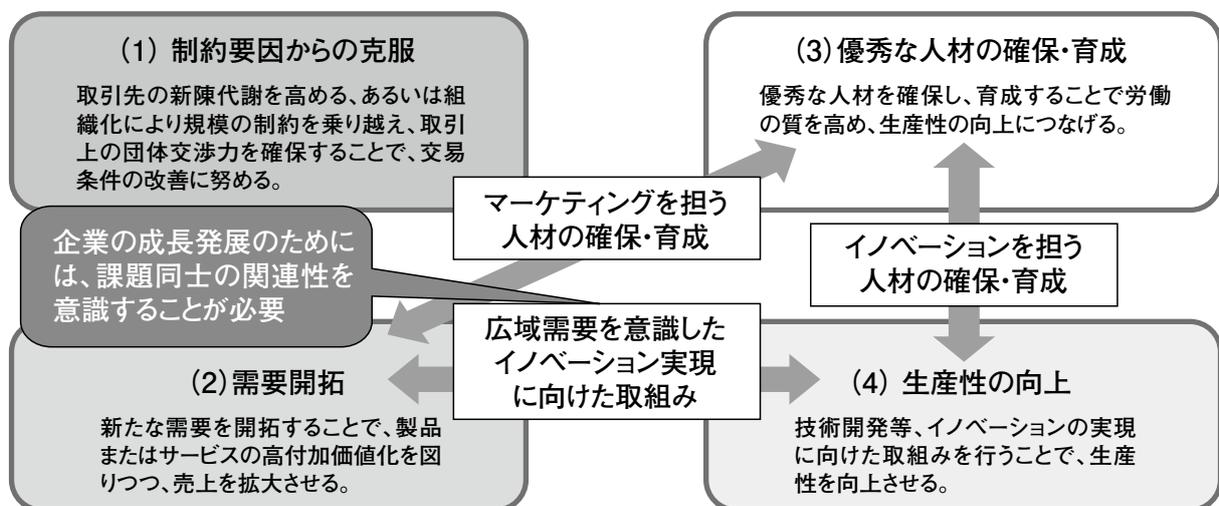
### 口. 第3章 中小企業・小規模事業者を取り巻く環境

第3章は、第1節（中小企業・小規模事業者の収益力向上）では収益力の代表的指標の1つである売上高経常利益率に着目している。結果、交易条件の悪化などを受けて、大企業と中規模・小規模企業との間で差が拡大していることに触れたうえで、交易条件の改善のためには、①取引の新陳代謝を高める、②新たな需要を開拓する、③広く市場を捉える、④組織化して交渉力を

得る、の4つが必要であると指摘している。次に、小規模企業の内部でも高収益企業と低収益企業の差が拡大していることに触れたうえで、アンケート結果に基づいて、高収益企業は、低収益企業と比較して人材の確保・育成や技術開発の拡大に強い意識を持っていると指摘している。これらの結果を踏まえて、中小企業・小規模事業者の収益力向上のための結論として、①制約要因からの克服、②需要開拓、③優秀な人材の確保・育成、④生産性の向上、の4つが必要であると指摘している（図表6）。

第2節（地域の競争力向上）では、まず、全47都道府県を高成長（12都道府県）、中成長（23都道府県）、低成長（12都道府県）に分類した上で、それぞれの地域における付加価値、業種構成、従業員数、人口などについて分析している。結論としては、低成長の地域では輸送機械や電気機械などの広域需要獲得型産業のシェア

図表6 中小企業の収益力向上に向けた方策



(備考) 『2015年版中小企業白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

が低いことから、これらの産業を活性化させる必要があること、また、人口減少・高齢化が進んでいることから、1人当たり所得を増やすことで人口流出を緩和する必要があることなどを指摘している。

## (2) 中小企業・小規模事業者におけるイノベーション、販路開拓、人材（第2部）

第2部は、第1章では中小企業・小規模事業者を取り巻く取引構造の変化を確認したうえで、イノベーションや販路開拓の取組みについて分析している。第2章では、人材に着目し、人材の確保・定着、中核人材の育成、地方への人材還流の取組みについて分析している。

### イ. 第1章 イノベーションと販路開拓

第1章では、まず、冒頭の第1節で、大企業と中小企業・小規模事業者との間で「系列」に代表される相互依存関係が希薄化しており、中小企業が市場と直接対峙しなくてはならなくなった結果、中小企業間で収益率の差が拡大していることを指摘している。その上で、収益力を高め、成長発展につなげていく方策として①イノベーション、②販路開拓、③人材の3つを挙げ、第2節以降につなげている。

第2節では、イノベーション活動について分析している。中小企業を地域需要指向型企業と広域需要指向型企業<sup>(注4)</sup>とに分類

し、広域需要指向型企業のほうが地域需要指向型企業よりイノベーション活動に積極的であるということ、また、地域需要指向型企業、広域需要指向型企業とも、イノベーション活動を行っている企業のほうが増益の割合が高く、とりわけ地域需要指向型企業においてその傾向が強いことを示している。そのほか、イノベーションに一步踏み出すきっかけや、イノベーションを進める上での阻害要因などについてもまとめている。

第3節では、販路開拓について分析している。販路開拓の対象を新規市場と既存市場<sup>(注5)</sup>とに分け、製造業と卸売業では新規市場開拓、小売業とサービス業では既存市場開拓を重視する企業が多いこと、また、建設業では販路開拓に取り組んでいない企業が多いことを示している。また、新規市場開拓について、人材不足や市場調査の不足を理由に売上目標を達成できない企業が多いと指摘している。

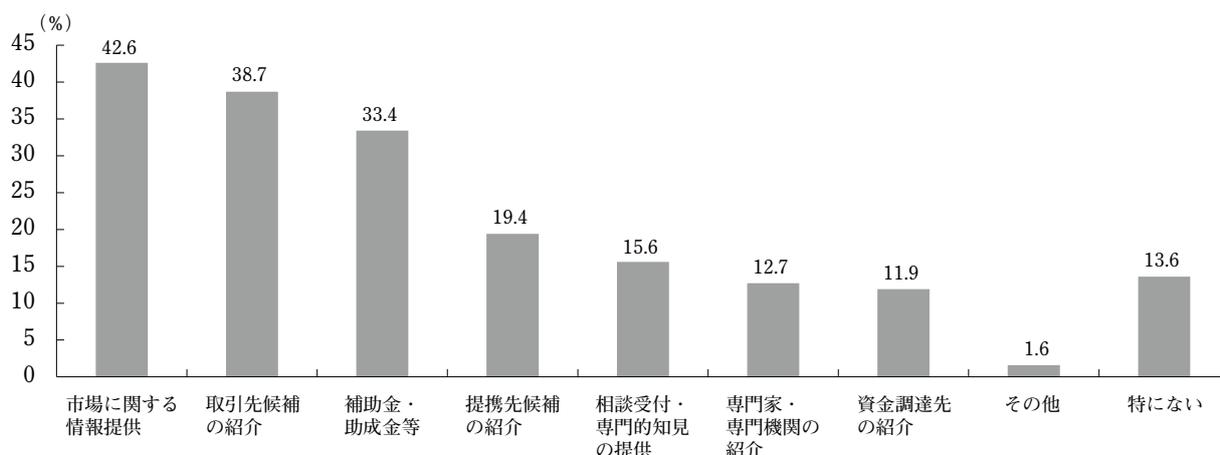
そのほか、販路開拓に向けた支援として期待する取組みについても調査しており、結果、「市場に関する情報提供」「取引先候補の紹介」「補助金・助成金等」が上位となった。信用金庫としては、この結果を踏まえ、今後とも情報提供やビジネスマッチングなどの取組みをより一層強化していく必要がある（図表7）。

2、3節を受けて、第4節では、人材不足

(注)4. 今後最も重視する市場（販売先、取引先）について、「同一市区町村」「隣接市区町村」「同一都道府県」と回答した企業を地域需要指向型企業、「隣接都道府県」「全国」「海外」と回答した企業を広域需要指向型企業と定義している。詳細については、2014年版中小企業白書の第3部第1章第2節『小規模事業者の類型化』を参照

5. 新規市場とは今まで自社の市場と認識していなかった市場を指し、既存市場とは現在自社の市場と認識している市場を指す。

図表7 販路開拓に向けた支援として期待するもの



(備考) 『2015年版中小企業白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

などの制約の中で、ITや企業間連携、デザイン・ブランドの活用を通じてイノベーションと販路開拓に取り組んでいくことが今後の中小企業・小規模事業者が発展していくために必要であると指摘し、12の事例を紹介している。

## 口. 第2章 人材の確保・育成

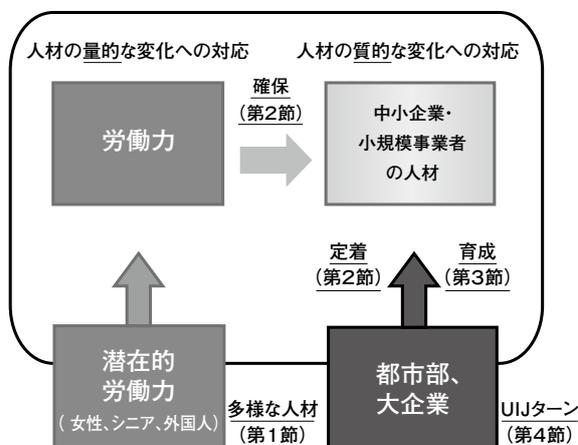
第2章は、多様な人材（第1節）、労働力確保・定着（第2節）、人材育成（第3節）、UIJターン（第4節）の構成となっている（図表8）。

第1節では、中小企業・小規模事業者において人材の不足感が高まっていることに触れた上で、生産年齢人口の減少など中長期的な課題に対応するためにも、女性や外国人留学生の活躍が重要であると指摘している。

第2節では、人材の確保（採用）と定着についてまとめている。まず、人材の確保については、「人材が確保できている企業」と「人材が確保できていない企業」に分け、前者は後者と比較して人材採用のノウ

ハウや手段の面で強みを持っていることを指摘している。次に人材の定着については、中小企業では大企業と比較して離職率が恒常的に高いことを示した上で、人材定着の取組みとその有効性について、企業側と就業者側の両方から調査している。その上で、離職率を下げるためには、「普段からコミュニケーションをしっかりと取り、未然に就業者の不満を吸い上げて、試行錯

図表8 中小企業・小規模事業者を取り巻く人材に関する概念図



(備考) 『2015年版中小企業白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

誤を繰り返しながら制度をきめ細かく改善していくことが必要」と指摘している。

第3節では、「中核人材<sup>(注6)</sup>」についてまとめている。まず、研究開発や国内営業を中心に不足している中核人材の確保の手段として、大企業で経験をつんだ高度な人材の採用を挙げている。なお、大企業からの人材採用の事例として、多摩信用金庫が行っているシニア人材交流会を通じて、元大手メーカー勤務の人材2名を採用した企業の取組み<sup>(注7)</sup>が紹介されている。また、後半部分では、中核人材の育成にかかる費用負担の大きさを踏まえ、外部との連携や他社での就業を通じた育成についてまとめている。なお、インターンシップの事例として、NPO法人が岐阜信用金庫などと連携して行っている取組み<sup>(注8)</sup>が紹介されている。

第4節では、UIJターン<sup>(注9)</sup>に着目し、UIJターンに伴う転職の実態と課題、UIJターンにむけた自治体の取組みなどについてまとめている。

### (3) 地域活性化に向けて (第3部)

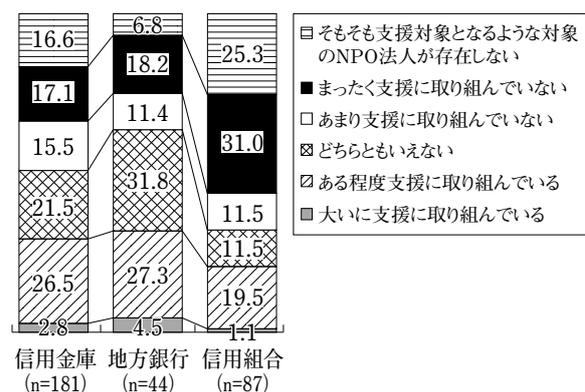
第3部は、第1章では地域資源活用や地域課題解決を通じた地域活性化の取組みについて、第2章では、地域の構造変化についてまとめたうえで、地域経済分析システムを活用した地域の現状把握について記述されている。

## イ. 第1章 地域活性化

第1節では、前半部分では商品・サービスを中心に、後半部分では観光を中心に、それぞれ地域資源の活用による地域経済の活性化についてまとめている。前半の商品・サービスの開発については、ブランド化やマーケティングに課題を抱えていることや、未利用資源が多く存在することを課題として挙げた上で、解決策として、より市場に近いデザイナーやプロデューサーとの連携について触れている。

また、「地域の商社機能 (以下「地域商社」という。)」の重要性について指摘している。地域商社は、生産者と市場をつなぎ、地域資源の発掘から販路開拓、販売まで幅広く関与することが求められている。後半の観光では、国内の観光消費額が減少していくなかで、急増する外国人観光客に

図表9 事業型NPO法人に対する支援の取組み状況



(備考) 『2015年版中小企業白書』をもとに信金中央金庫地域・中小企業研究所作成

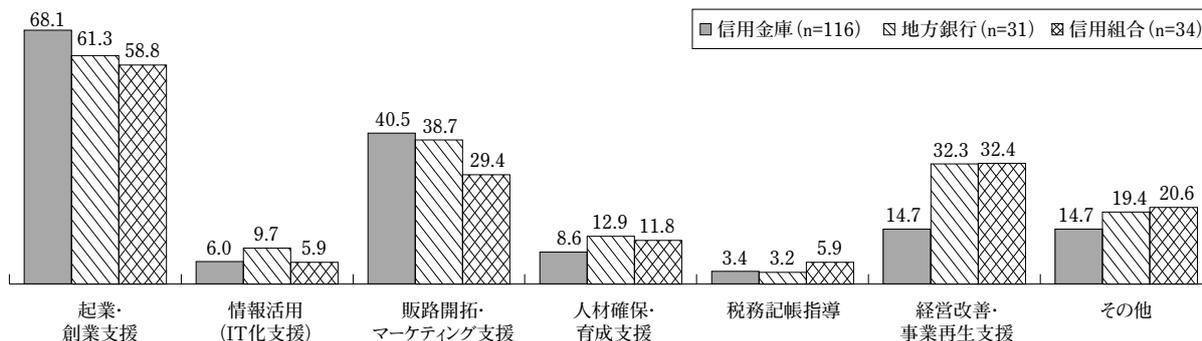
(注)6. 中核人材とは、「事業上のさまざまな業務において中核を担う人材、または特殊な資格や専門性の高い就業経験を有する即戦力たる人材」と定義している。

7. 事例2-2-7：新協電子株式会社『ニッチ技術の指導者としてシニア人材が活躍』

8. 事例2-2-11の後半部分：NPO法人G-net『若者の力で地域の中小企業・小規模事業者を元気にするサポート』

9. Uターン、Iターン、Jターンの総称

図表10 事業型NPO法人に対し実施している支援の内容



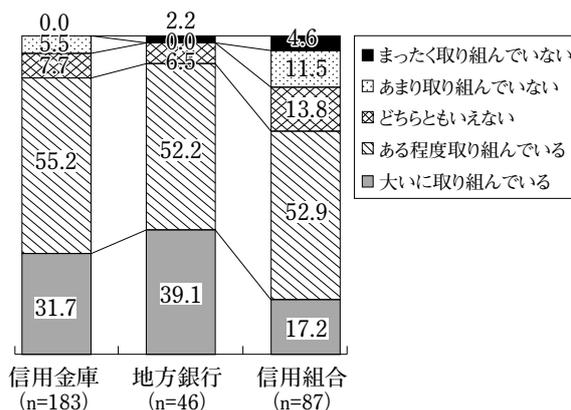
(備考) 『2015年版中小企業白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

よる振興の可能性について触れている。その上で、域内調達率<sup>(注10)</sup>の向上を通じて観光経済波及効果を高めることの重要性を強調している。

第2節では、前半部分では中小企業・小規模事業者を中心に、後半部分ではNPOを中心に、それぞれ事業活動を通じた地域課題解決による地域活性化についてまとめている。前半では、2014年版の中小企業白書で提言した「CRSV<sup>(注11)</sup>」の考え方を基に、中小企業が地域の課題を解決し、地域が中小企業を支えるという好循環の重要性について指摘している。後半では、NPO法人に対する金融機関の支援状況を中心にまとめられており、信用金庫では約3割がNPO法人に対する支援に取り組んでいること(図表9)や、具体的な実施内容として起業・創業支援や販路開拓などを挙げる信用金庫が多いこと(図表10)などが指

摘されている。また、コミュニティビジネスを積極的に支援している金融機関の代表として、西武信用金庫<sup>(注12)</sup>の例が掲載されている。加えて、地域金融機関における起業・創業支援の状況についてもまとめられており、どの業態も積極的に新規創業先に対する支援に積極的に取り組んでいると指摘している(図表11)。

図表11 地域中小企業への起業・創業支援の状況



(備考) 『2015年版中小企業白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(注)10. 域内調達率とは、ある地域における観光産業の総調達額のうち、同一地域内で調達している割合と定義される。域内調達率が高まれば、観光収入が地域内の生産者に循環するため、経済波及効果が高まる。

11. 「Creating and Realizing Shared Value」の略。中小企業白書では、「地域に根ざした事業活動を行う中小企業・小規模事業者が、事業を通じて地域課題を解決することにより、その地域が元気になり、その恩恵を、地域課題を解決する事業を行う中小企業・小規模事業者が享受するという考え方」として紹介されている。詳細については、2014年版中小企業白書第3部第5章第3節『社会価値と企業価値の両立』を参照

12. 事例3-1-16：西武信用金庫『コミュニティビジネス支援を積極的に行う地域金融機関』

## ロ. 第2章 地域構造の分析

第1、2節で地域経済および地域社会の構造変化についてまとめたうえで、第3節では、東大阪市や神戸医療産業都市、滋賀県湖南地域を実例として地域分析を行い、また、兵庫県豊岡市を例に、より詳細な「地域経済構造分析」を行っている。第4節では、経済産業省が開発した地域経済分析システムの活用についてまとめられている。同システムは、「まち・ひと・しごと創生」を企画立案していくためのツールの1つとして位置づけられており、人口や経済構造、企業活動など一部の機能については、一般公開されており誰でも使用することが可能である。2015年度は、まち・ひと・しごと創生本部が同システムの活用などを通じて地方版総合戦略策定をサポートすることとされている。

## 3. 2015年版小規模企業白書の概要

本年度初めて発刊される小規模企業白書の構成は、小規模事業者の構造分析を行った第1部と、小規模事業者の取組み事例を取り上げた第2部の2部構成となっている。末尾に、中小企業白書と同様、昨年度において講じた小規模企業施策がまとめられている。

以下では、各部のポイントを概説する。なお、今回の小規模事業白書は初めての発刊ということで、実態分析に力点が置かれている印象が強い。そのため、以下でも、第1部の実態分析を中心に内容を要約して紹介する。

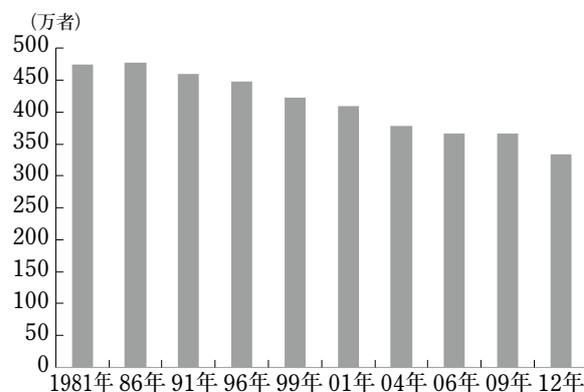
## (1) 小規模事業者の現状と未来（第1部）

第1部は、第1章と第2章で、小規模事業者の実態を分析したうえで、中長期的な観点から、経年的動向を分析している。第3章では、3つの柱（効果的な経営力の向上、新しい働き方（フリーランス）、事業承継に伴う新たな取組み）を分析している。第4章では、小規模事業者と地域との関わり合いを現状整理し、締めくくられている。

## イ. 小規模事業者の実態・動向・未来

わが国の小規模事業者数は、増加傾向にあった1986年以降を境に、減少に転じている（図表12）。現在、小規模事業者数は334万者で、全事業者数のうち86.5%を占めている（図表13-①）。さらに、小企業者<sup>(注13)</sup>に絞ると312万者であり、小規模事業者数のうち93%を占める。すなわち、小規模事業者のほとんどは小企業者であるといえる。従業員数では、小規模事業者の従業員数は1,192万人で、全従業員数のうち

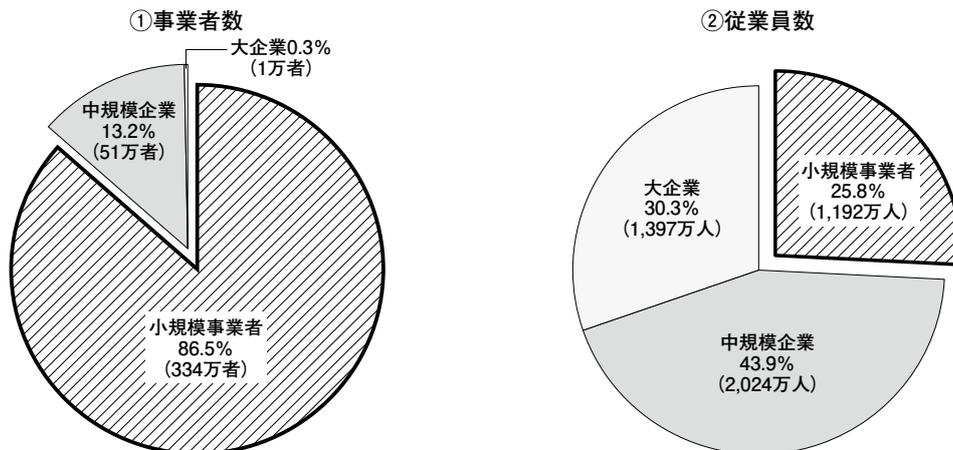
図表12 小規模事業者数の推移



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(注) 13. おおむね常時使用する従業員の数が5人以下の事業者（小規模企業振興基本法第2条第2項）

図表13 企業規模別の事業者数・従業員数



(備考)『2015年版小規模企業白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

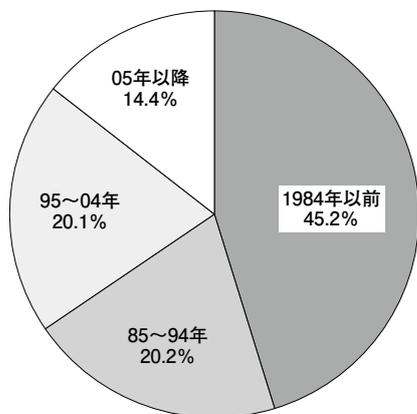
25.8%を占める(図表13-②)。また、設立年別にみると(図表14)、1984年以前に設立した小規模事業者が45.2%を占め、業歴の長めの事業者が多いことがわかる。

小規模事業者の業種構成をみると(図表15)、「製造業、小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」、「建設業」、「製造業」、「生活関連サービス業、娯楽業」の上位5業種で7割強を占める。また、従業員構成をみると(図表16)、特に個人事業者では、親族

に依存する度合いが高い。個人事業者ほど、家族経営の色彩が強いといえよう。

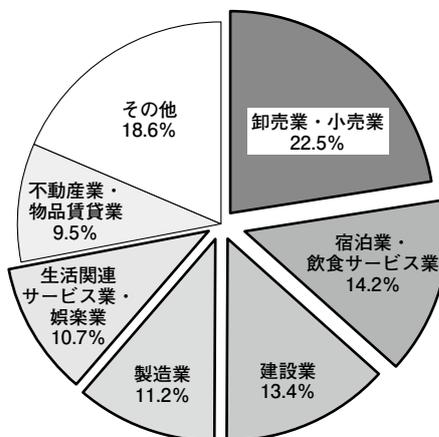
事業の継続性の観点からは、現経営者が、事業承継を躊躇する要因として、「厳しい経営環境下で事業を引き継ぐことへの躊躇」、「事業を引き継いだ後の収入・生活面での不安」が6割前後を占める(図表17)。小規模事業者には、後継者への配慮や心配とともに、事業承継後の自身の生活への不安が大きいことが浮き彫りとなっている。

図表14 小規模事業者の設立年別内訳



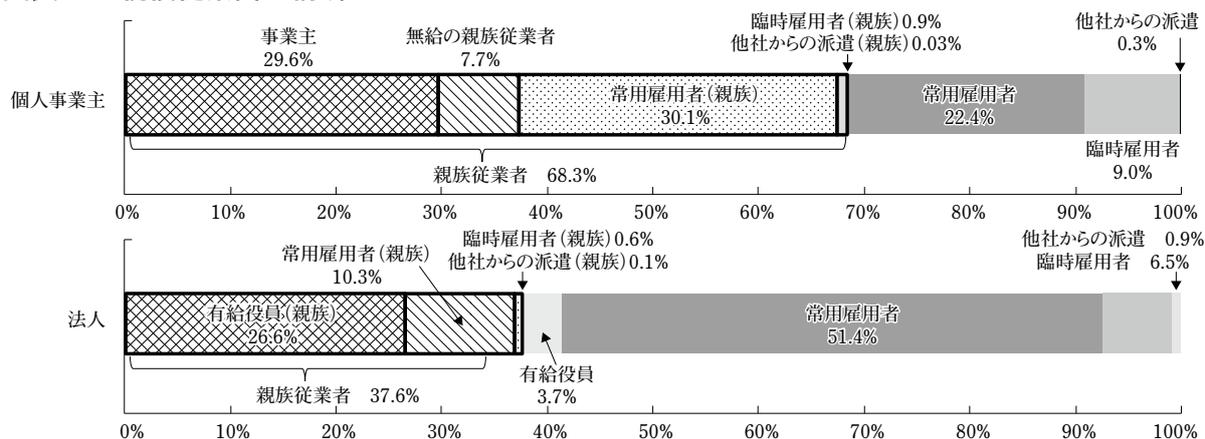
(備考)『2015年版小規模企業白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

図表15 小規模事業者の業種構成



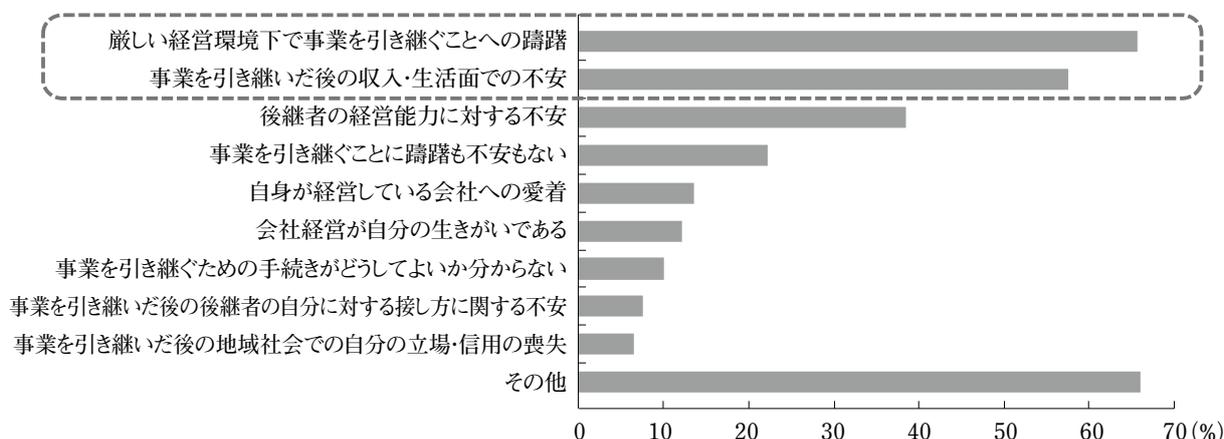
(備考)『2015年版小規模企業白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

図表16 親族従業員の構成



(備考)『2015年版小規模企業白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

図表17 事業承継に対する不安



(備考)『2015年版小規模企業白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

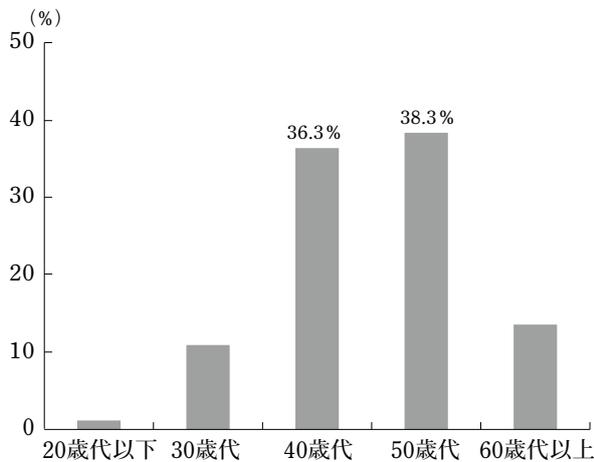
一方、自らの持つ経験や技能を活かし、ソフトウェア設計・開発、ウェブデザイン、ライティング、翻訳・通訳などの分野で、組織に属さずに個人で活動する「フリーランス」という新しい働き方も生まれている。この新しい働き方の一形態であるフリーランスも小規模事業者そのものである。フリーランスになる前の職業では、「中小企業の役員・正社員」が56.4%を占め、またフリーランスの年齢構成をみると(図表18)、40歳代から50歳代が中心となっ

ている。フリーランスにとって、社会的評価や収入の面では満足する傾向が少ないものの、「自由度・裁量」、「内容・やりがい」、「生活との両立」の面では満足する傾向があることから、今後、経験・技能・人脈を持つ40-50歳代の一部が、モチベーションを感じてフリーランスという働き方を選択する可能性があろう。

ロ. 小規模事業者と地域との関わり合い

小規模企業白書では、小規模事業者と地

図表18 フリーランスの年齢構成



(備考)『2015年版小規模企業白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

域コミュニティとの関わり合いにも触れている。商品・サービスの取引関係としての関わり合いだけでなく、小規模事業者は、地元住民から、地域のリーダーとしての役割を期待されている。

地域のリーダーの素養としては、「人望・カリスマ性がある (26.4%)」、「人的ネットワークが多数ある (16.3%)」、「知識・ノウハウの蓄積がある (15.6%)」などが挙げられており、地域のリーダーを

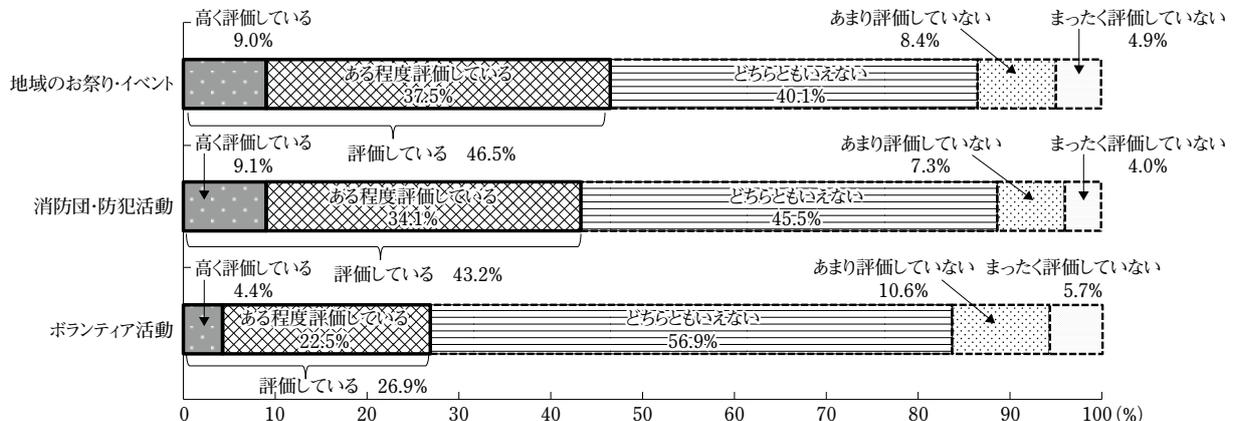
「自営業 (個人事業主の方) (17.2%)」が担っている割合は高い。また、地元住民からみた小規模事業者の地域活動の参加状況についての評価をみると (図表19)、「地域のお祭り、イベント」と「消防団・防犯活動」では4割以上の地域住民が評価している。すなわち、小規模事業者には、“地域活性化”や“地域の安全・安心”において、地域のリーダーとしての役割が評価され大きく期待されているといえる。

## (2) 小規模事業者の42の挑戦事例 (第2部)

第2部は、第1部の分析結果を受けて、第1章から第4章の4つの枠組みに分けてそれぞれ事例を紹介している。その枠組みは、小規模企業振興基本計画において設定した4つの目標 (図表20) に基づき、「1. 需要を見据えた経営の促進」、「2. 新陳代謝の促進」、「3. 地域経済の活性化に資する事業活動の推進」、「4. 地域ぐるみで総力を挙げた支援体制の整備」の4つである。

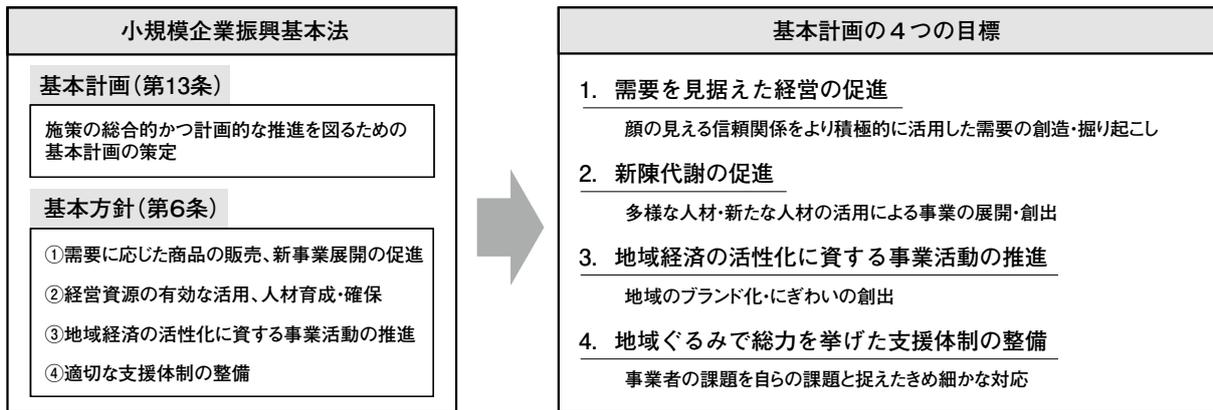
「1. 需要を見据えた経営の促進」では、

図表19 小規模事業者の地域活動参加に対する住民の評価



(備考)『2015年版小規模企業白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

図表20 小規模企業振興の4本柱



(備考)『2015年版小規模企業白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

「自らの強みを認識した需要の創造・掘り起こしの事例」、「経営計画策定により具体的に効果を発現した事例」、「信頼関係を活用し地域需要の掘り起こしに取り組んでいる事例」を11事例紹介している。例えば、理容・美容バサミの製造と販売を手がける(株)グリーンマウス(千葉県鎌ヶ谷市)は、その修理・メンテナンスでの強みを活かし、修理前のハサミの状態や問題点、日常の手入れ方法など細かく記した手書きのカルテでファンをつくるとともに、ペット用ハサミの修理・メンテナンスへも進出した。

「2. 新陳代謝の促進」では、「起業・創業に成功した事例」、「農商工連携や産学官連携により製品開発に取り組んでいる事例」、「異業種転換や新事業展開により販路開拓に取り組んでいる事例」を10事例紹介している。例えば、無添加化粧品製造を手がける(株)ウェルシーライフラボ(栃木県宇都宮市)は、“肌に合った化粧水がないなら作ればいい”という意識で、防腐剤を一切使用しない無添加化粧品を開発、製造、販売する会社を起業し

たうえ、地元特産品(鹿沼土)を原材料とする化粧品を開発したり、地元企業や病院との連携で商品開発に取り組んでいる。

「3. 地域経済の活性化に資する事業活動の推進」では、「地域社会への貢献性に意義・価値観を見出している事例」、「地域ブランド化に取り組んでいる事例」、「にぎわいの創出に取り組んでいる事例」を11事例紹介している。例えば、地元商店街の活性化に努める阿蘇はなびし(熊本県阿蘇市)では、商店の若手後継者などを中心に、夏の「夜市」というお祭りイベントで昔のような活気を呼び戻すなど、地元需要しかなかった宮町商店街に年間35万人の観光客を集客することに成功した。

「4. 地域ぐるみで総力を挙げた支援体制の整備」では、「経営指導員による支援の事例」、「よろずコーディネータによる支援の事例」を10事例紹介している。例えば、デジタルカメラ普及などにより売上減少に悩んでいた早川写真館(岐阜県中津川市)は、岐阜県中津川北商工会からの個別指導を受け、ラ

ジコンヘリコプターやドローンによる空撮を事業化につなげた。

なお、小規模企業白書では42事例が紹介されているが、信用金庫が直接あるいは間接的に関わった記述はみられなかった。

## おわりに

今回の中小企業白書は、第1章で大企業と中小企業との間で利益率に差が出ていること、また、中小企業の内部でも高収益企業と低収益企業の差が拡大していることを指摘しており、問題意識が明確となっている。その上で、収益向上策として販路開拓、イノベーション、人材の確保・育成の3点についてまとめている。経営事例も多く掲載されており、多くの中小企業・小規模事業者はもちろん、中小企業を支援する信用金庫にとっても示唆に富むものであろう。また、後半で取り

上げられている地域経済分析システムは、「まち・ひと・しごと創生」を企画立案していくためのツールとして位置づけられており、こちらも、信用金庫にとって必読である。

また、本年度初めて発刊された小規模企業白書は、これまであまり光が当てられてこなかった小規模事業者について、その経営実態や経営者の意識をわかりやすくまとめている。また、42もの経営事例がテーマに沿って掲載されており、一つ一つが示唆に富むものである。普段から地元の小規模事業者とのかかわりの深い信用金庫にとっては、小規模事業者の現状について、改めて客観的に把握するためのツールとして有益であろう。

2015年版の中小企業白書ならびに小規模事業白書は、取引先中小企業・小規模事業者と間近で接する信用金庫役職員にとって、一読に値する良書といえよう。

## 〈参考文献〉

- ・中小企業庁編『中小企業白書』同友館他（各年版）
- ・吉田智哉『信用金庫の視点で読み解く2012年版中小企業白書—中小企業の“潜在力”を引き出すためのガイドブック—』『産業企業情報24-3』信金中央金庫（2012年8月）
- ・鉢嶺実、薬品和寿「信用金庫の視点でひも解く2014年版中小企業白書—白書で読み解く中小企業政策のパラダイムシフト—』『産業企業情報26-2』信金中央金庫（2014年8月）