

図123-23 ダイバーシティ経営企業100選（2014年度表彰企業）

■応募総数 179社
 ■選定数 100選:52社(大企業:28社、中小企業:24社)、促進事業表彰:2社



<100選:52社>

建設業	大成建設株式会社	東京都新宿区
	健康とうふ株式会社(★)	北海道苫小牧市
	エビナ電化工業株式会社(★)	東京都大田区
	株式会社上島熱処理工業所(★)	東京都大田区
	株式会社ジーベックテクノロジー(★)	東京都千代田区
	株式会社ボーラ	東京都品川区
	株式会社LIXILグループ	東京都千代田区
	カルビー株式会社	東京都千代田区
	株式会社栄錦造所(★)	東京都八王子市
	大日本印刷株式会社	東京都新宿区
製造業	電化皮膜工業株式会社(★)	東京都大田区
	バクスター株式会社	東京都中央区
	新潟ワコール縫製株式会社(★)	新潟県新潟市
	株式会社福光屋(★)	石川県金沢市
	富士特殊紙業株式会社	愛知県瀬戸市
	株式会社三輝プラスト(★)	大阪府八尾市
	株式会社ナガオカ(★)	大阪府貝塚市
	川村義隆株式会社	大阪府大東市
	山陽特殊製鋼株式会社	兵庫県姫路市
	株式会社エフピコ	広島県福山市
電気・ガス・熱供給・水道業	株式会社西部技研(★)	福岡県古賀市
	中部電力株式会社	愛知県名古屋市
	大阪ガス株式会社	大阪府大阪市
情報通信業	株式会社日立ソリューションズ	東京都品川区
	株式会社プロアシスト(★)	大阪府大阪市
	株式会社日立物流	東京都江東区
運輸業、郵便業	東日本旅客鉄道株式会社	東京都渋谷区
	株式会社佐藤金属(★)	宮城県岩沼市
	イオン株式会社	千葉県千葉市
	株式会社ふらここ(★)	東京都中央区
	株式会社三越伊勢丹	東京都新宿区
	株式会社ローソン	東京都品川区
卸売業、小売業	株式会社千葉銀行	千葉県千葉市
	アフラック(アメリカンファミリー生命保険会社)	東京都新宿区
	株式会社三井住友銀行	東京都千代田区
	日本GE株式会社	東京都港区
	三井住友海上火災保険株式会社	東京都千代田区
	明治安田生命保険相互会社	東京都千代田区
	日本生命保険相互会社	大阪府大阪市
	株式会社ファースト・コーポレーション(★)	高知県高知市
	拓新産業株式会社(★)	福岡県福岡市
	ヒューリック株式会社(★)	東京都中央区
金融業、保険業	リゾートトラスト株式会社	愛知県名古屋市
	株式会社ジェイティービー	東京都品川区
不動産業、物品賃貸業	株式会社ラッシュ・インターナショナル(★)	愛知県名古屋市
	株式会社バソナグループ	東京都千代田区
	株式会社武蔵境自動車教習所(★)	東京都武蔵野市
	株式会社サンスタッフ(★)	愛知県刈谷市
	株式会社美空工業(★)	大阪府大阪市
	株式会社ミライロ(★)	大阪府大阪市
	三洋商事株式会社(★)	大阪府東大阪市
	有限会社奥進システム(★)	大阪府大阪市
	株式会社バーススタイル	東京都新宿区
	株式会社リクルートマネジメントソリューションズ	東京都千代田区

<促進事業表彰:2社>

サービス業(他に分類されないもの)	株式会社バーススタイル	東京都新宿区
サービス業(他に分類されないもの)	株式会社リクルートマネジメントソリューションズ	東京都千代田区

★・・・中小企業(従業員数300人以下)

資料:経済産業省作成

「なでしこ銘柄」は、各社の取組を加速化していくことを狙いとして、東京証券取引所と共同で、「女性活躍推進」に優れた上場企業を、「中長期の企業価値向上」を重視する投資家にとって魅力ある銘柄として業種毎に選定する取組である。2012年度

に17社、2013年度に26社、2014年度は選定枠を拡大(企業数が相対的に多い業種については2社選定)し、40社を選定した(図123-24)。

図123-24 なでしこ銘柄(2014年度選定企業)



銘柄コード	企業名	業種	24年度	25年度	銘柄コード	企業名	業種	24年度	25年度
1925	大和ハウス工業	建設業			7201	日産自動車	輸送用機器	●	●
1928	積水ハウス	建設業	●		7731	ニコン	精密機器	●	●
2229	カルビー	食料品		●	7862	トッパン・フォームズ	その他製品		●
2587	サントリー食品インターナショナル	食料品			9532	大阪瓦斯	電気・ガス業		●
3402	東レ	繊維製品	●	●	9005	東京急行電鉄	陸運業	●	●
3880	大王製紙	パルプ・紙			9101	日本郵船	海運業		●
4452	花王	化学	●		9201	日本航空	空運業		
4971	メック	化学			9433	KDDI	情報・通信業	●	●
4519	中外製薬	医薬品			9719	SCSK	情報・通信業		
5020	JXホールディングス	石油・石炭製品			8002	丸紅	卸売業		
5108	ブリヂストン	ゴム製品		●	8031	三井物産	卸売業		
5332	TOTO	ガラス・土石製品			2651	ローソン	小売業		●
5411	ジェイ・エフ・イー・ホールディングス	鉄鋼		●	7606	ユナイテッドアローズ	小売業		
5713	住友金属鉱山	非鉄金属	●	●	8308	りそなホールディングス	銀行業		
5938	LIXILグループ	金属製品		●	8316	三井住友フィナンシャルグループ	銀行業	●	
6301	小松製作所	機械			8601	大和証券グループ本社	証券・商品先物取引業		
6367	ダイキン工業	機械	●		8750	第一生命保険	保険業		
6501	日立製作所	電気機器		●	8933	エヌ・ティ・ティ都市開発	不動産業		
6502	東芝	電気機器			2128	ノバレーゼ	サービス業		
7012	川崎重工業	輸送用機器			2749	J Pホールディングス	サービス業		

資料:経済産業省作成

また、各省庁及び各業界においても、建設業（けんせつ小町）、運輸業（トラガール）、農業（農業女子）といったこれまで女性活躍が少なかった分野において、表彰、普及啓発を行うなど女

性が働きやすい職場作りに向けた取組を推進しており、製造業においても、素形材産業を始め、同様の取組を進めていく必要性が高まっている。

コラム

「素形材産業の競争力強化に向けた女性の活躍推進の取組指針」の策定

素形材産業の競争力の一つの源泉は、優れた技術・技能を支える人材にある。少子高齢化による生産労働人口が減少する中、素形材産業に求められる新たなニーズに対応していくためには、男女を問わず広い裾野から活躍できる人材を取り込むことが重要である。しかし、一方で子育てや介護なども考慮したワークライフバランスを実現し、男女・年齢を問わず誰にとっても魅力的な職場環境を創出することが課題である。

このため、経済産業省では、素形材企業の経営者や有識者、また他業界から成る「素形材産業における女性の活躍推進に向けた検討委員会」を開催し、素形材産業において女性の活躍推進を図る上での課題、その効果等を整理し、実際に女性が活躍している企業の取組例等を踏まえて、素形材産業の競争力強化に向けた女性の活躍推進の取組の方向性について、指針という形で策定した。

指針のポイント

1. マネジメント意識の改革

- ◇女性活躍推進等に関する経営トップによる方針の明確化
- ◇理念・ビジョンの社内への浸透

2. 誰もが働きやすい職場環境の整備（男女ともに働きやすい職場）

- ◇仕事と育児・介護等の両立が可能な環境整備
- ◇女性の体力面への配慮や作業の危険性を軽減するようなハード面での対策等作業環境の整備

3. 適材適所での人材活躍（男女を問わない社員の能力発揮）

- ◇適材適所による製造部門や技術部門等幅広い職域への女性活躍の拡大
- ◇意欲ある人材に技術・技能の習得・向上の機会提供等人材育成の仕組み作り
- ◇複線的なキャリア形成を可能とする仕組み作り

4. 人材獲得の裾野拡大（男女を問わない優秀な人材の確保）

- ◇幅広い学校への積極的なPR等女性の継続的な採用
- ◇パート等から正社員への登用・再雇用・中途採用

なお、本指針を活用してもらい、素形材産業の競争力強化に向けた女性の活躍が推進されることを目的として、（一財）素形材センター主催、経済産業省後援による「素形材産業における女性活躍推進セミナー」を2015年4月24日に開催した。

本セミナーでは、指針を策定した「素形材産業における女性の活躍推進に向けた検討委員会」座長による基調講演「女性の活躍が企業の競争力を高める」と、女性活躍推進に積極的に取り組んでいる素形材企業等の経営者らを迎えパネルディスカッションを行い、全国の素形材企業等の関係者ら96名の参加があった。



素形材産業における女性活躍推進セミナーの様子

(ウ) ダイバーシティと女性活躍の推進の意義

ダイバーシティと女性活躍の推進を図る意義・効用は大きく次の4つがあると考えられる。

1つ目は、女性の積極的な採用・登用により、多様な市場ニーズに対応した商品やサービスの開発が促進されることである。2つ目は、組織の多様性を高めることによって、世界中の様々な市場への適応力を高め、リスクに対する耐性を高められることである。現に、「取締役会に女性が一人でもいる企業は、そうでない企業に比べ、破綻リスクが20%低くなっている」

という調査結果もある。3つ目は、取締役会のダイバーシティがコーポレートガバナンスにおける重要な要素と認識されるようになっており、資本市場における評価の獲得、長期・安定的な資金調達につながることである。欧米の機関投資家の多くはダイバーシティを含むESG（環境・社会・ガバナンス）要因を考慮した投資を積極的に採用している。4つ目は、企業の採用・登用において、その母集団を拡大することにより、優秀な人材の確保につながることである（図123-25）。

図123-25 企業経営におけるダイバーシティ推進のメリット



資料：経済産業省作成

ダイバーシティと女性の活躍推進を図ることで、様々な効果もたらされと考えられるが、実際、役員会の女性比率が高い企業は、女性役員がゼロの企業よりもROE（株主資本利益率）、EBIT（利払い前・税引前利益）が高いという調査もある

（図123-26）。

また、経済社会における女性の参画が進んでいる国ほど、一人当たりGNIが上昇する傾向も見られる（図123-27）。

図123-26 女性役員の存在とROE、EBITの関係

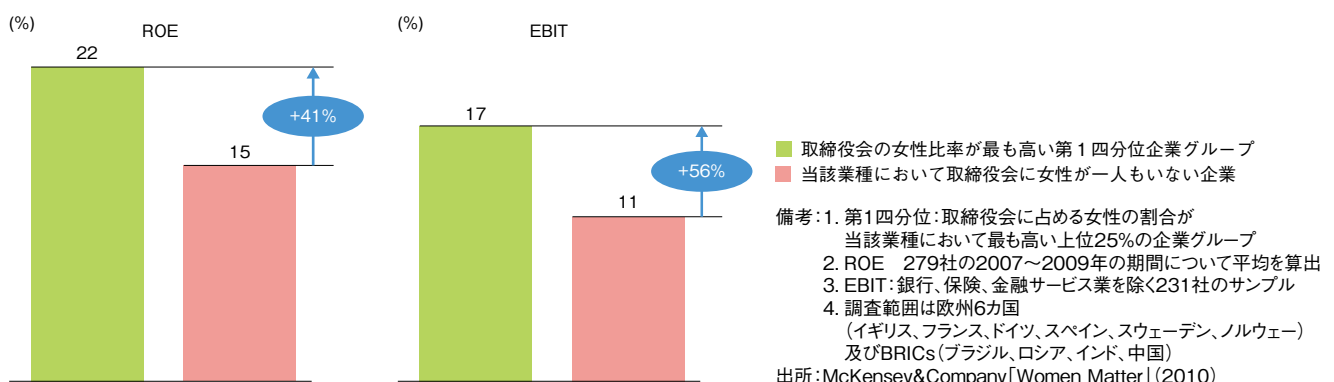
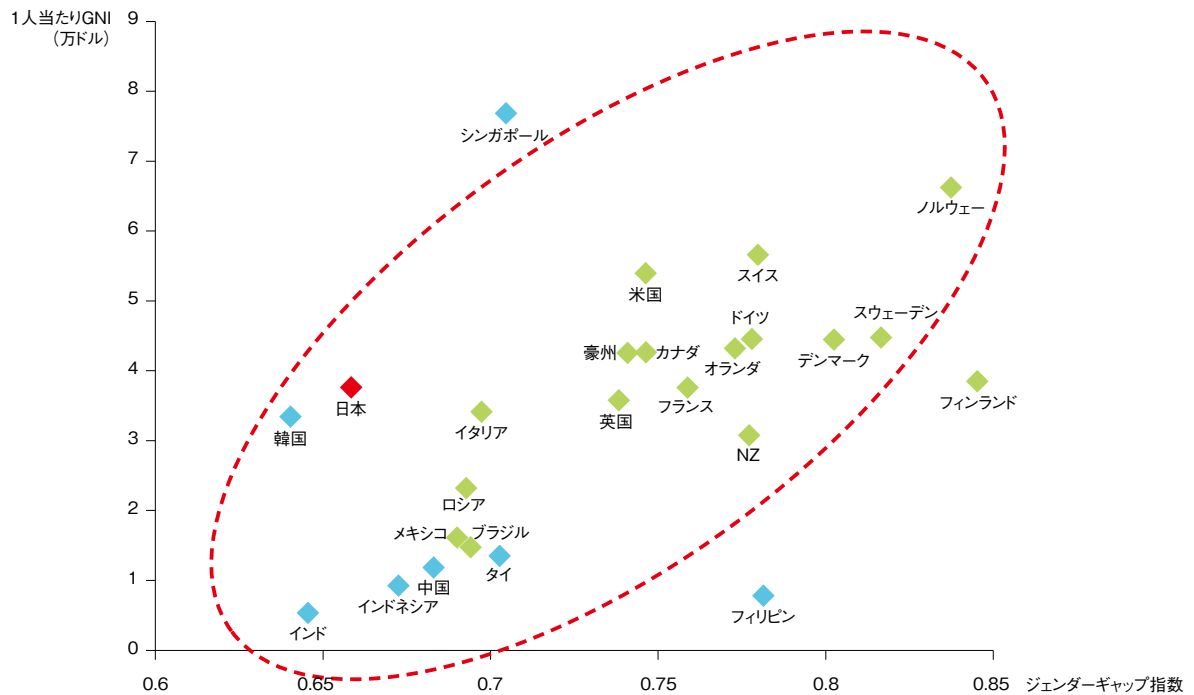


図123-27 一人当たりGNIとジェンダーギャップ指数



備考:「ジェンダーギャップ指数」とは、経済(労働力率・管理職比率等)・教育(在学率等)・健康(新生児の男女比率等)・政治(国会議員比率等)の各分野における各国の男女格差を数値化・ランキングしたもの。

資料: WORLD ECONOMIC FORUM「The Global Gender Gap Report 2014」及びWorld Bank「World Development Indicators」より経済産業省作成

製造業は他産業と比較しても女性の活躍が進んでいるとは言えない。女性活躍を始めとしたダイバーシティ推進への取組が、企業の継続的な発展に寄与することが期待される。

コラム

女性目線を生かして誰もが簡単に操作できる 熟練技不要の「ダイヤモンド工具研削盤」を開発 (株) 光機械製作所

(株) 光機械製作所は、三重県津市内において工作機械の製造・販売を主業とする。専用研削盤の製造や切削工具のOEM生産を主力とし、高い技術力を生かして品質の高い製品づくりに努め、アジアのみならずアメリカやヨーロッパなど、海外へも輸出している。

ダイヤモンド工具研削盤は、物質の中で最も硬いダイヤモンドを刃先に持つダイヤモンド工具をダイヤモンド砥石というツールを用いて研削する機械である。その高い硬度と刃先の仕上げ精度から機械の操作には熟練者の勘と経験が必要とされた。しかし、製造現場において2007年問題など熟練者の引退が増え、同研削盤についても熟練工でなくても簡単に操作できる製品へのニーズが高くなっていた。

そこで、同社は2011年に「熟練技不要のダイヤモンド工具研削盤」の開発に着手した。通常の開発の場合には機械・制御等専門の男性の担当者で進めることが多いが、この新しい研削盤の開発には設計者、機械オペレーター、経営サポートから選抜した女性7名が関わり、新たな発想でプロジェクトを進めた。「誰もが簡単に操作できる」というのは、「腕力が弱い女性でも楽に使える」、「機械に熟練していない人でも使える」ということであり、開発にはこういった女性視点が役立った。



女性の視点を活かして開発した
「ダイヤモンド工具研削盤」

具体的には、女性社員の意見や感覚をもとに工夫され、①軽いハンドル操作、②押し易いボタンやそのレイアウト、③勘頼みの加工判断を画像で行う機能、④見やすい画面など、従来なら職人でなければ操作が難しかったものからシンプルな操作の機械となった。さらに、できあがった新製品は従来型のものから外観も機能も大きく異なり、機械のフォルムもゴツゴツしたものからソフトな美しいものに変わった。

また、同社では、社内「ものづくり道場」により、キサゲ（金属の平面を手作業で微細に削り仕上げること）等の熟練技能を若手、女性へ伝承し、高品質なものづくり、新製品開発につなげるという取組もあわせて実施している。

今後、これまで男性中心であった職場でも女性が活躍していくためには、このような、女性でも扱いやすい工具の開発といった同社の取組は大いに参考になるだろう。



熟練技能を伝承する「ものづくり道場」
(株) 光機械製作所提供

コラム

障がい者は“戦力”、全社員の“インクルージョン”で、知らないが故に生まれる誤解や偏見をなくす (株) エフピコ

エフピコグループは、食品トレー容器の生産から配送・販売、関連資材の販売を行っている。また、スーパーなどから回収したトレーを白いもの、柄もの、不適品などに正確に分別した後、その中から選別したものを砕いて丁寧に洗浄し、溶かしてペレット状にし、それを原料に戻して表面に新しいフィルムを貼ることによって完成する「エコトレー」を製造している。

トレーのリサイクルには1990年から取り組んでおり、当初はトレーの選別を機械で行っていた。しかし選別の精度が十分でなかったため、障がい者による手選別を導入することとした。

スーパーなどから回収したトレー群をラインに投入するところから、危険物や不適品の除去、白物と柄物の区別、最終的な選別に至るまで、1ライン合計6名の障がい者が担当する。高速で流れるベルトコンベアを止めないように、各作業には速さと正確さが求められる。

1つのことに集中して取り組み、正確な作業ができるという知的障がい者の特性が活かされており、機械での選別と比べて選別誤差が格段に縮小された。

このように、福祉事業としてではなく、戦力として障がい者を雇用することで障がい者の能力を高めるとともに、会社の利益の中核となる基幹業務で能力を発揮することを可能としている。



(株) エフピコ提供

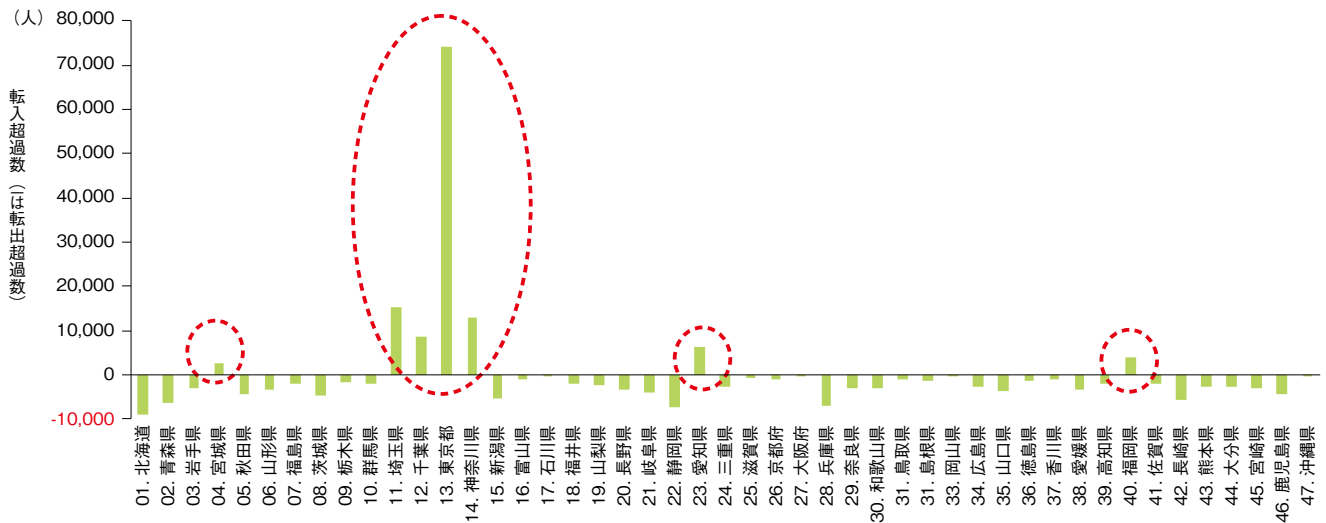
(2) 地域を支える中堅・中小企業

ものづくり基盤の強化に向けて、人材育成・活用が重要であるが、これまで述べてきたとおり、少子化に伴う生産年齢人口の減少が続くことに加え、地方から都市部への人口流入も進んでおり、これらが地域の経済社会に及ぼす影響が大きくなると見込まれる。2014年における都道府県別の転入・転出超過数をみると、東京都は大幅な転入超過であるが、東京都以外で転出者数より転入者数が多いのは首都圏を中心とした6県のみで

あり、これら以外の40道府県では転出者数の方が多くなっている(図123-28)。

こうした状況の中、地域創生の観点から2014年12月27日に閣議決定された「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、地方における安定した雇用を創出することが基本目標の1つに掲げられるなど、地方における雇用の受け皿としての企業の役割が期待されている。

図123-28 都道府県別の転入・転出超過数(2014年)



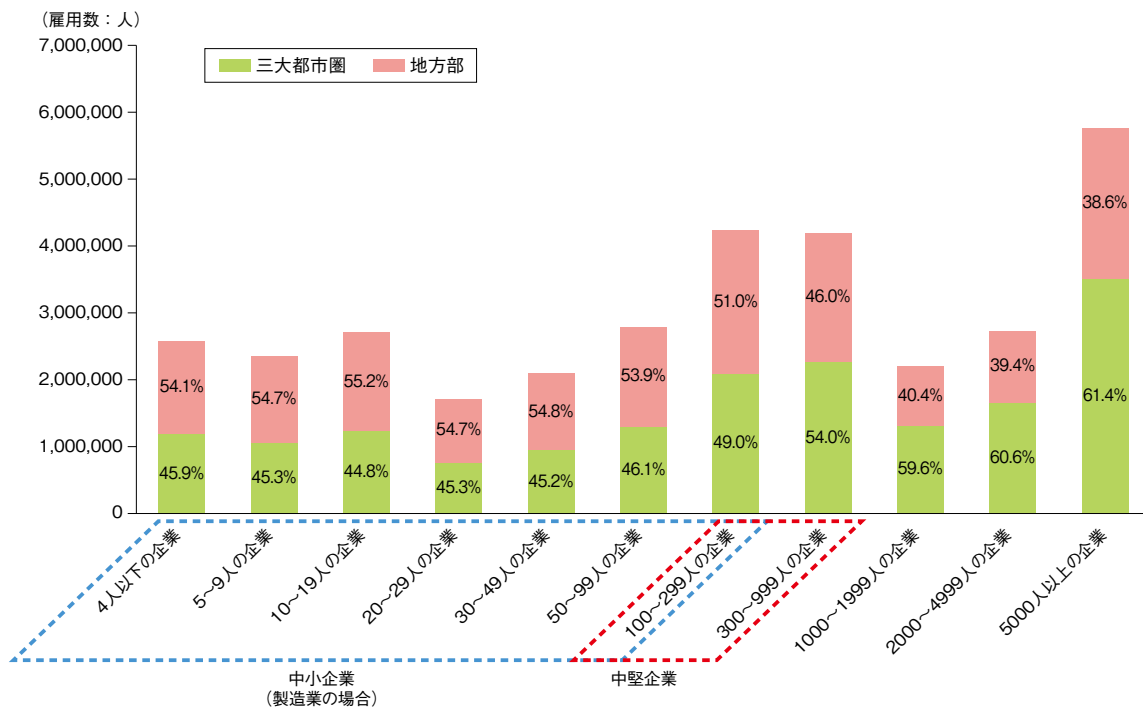
資料:総務省「住民基本台帳人口移動報告」

我が国における企業の総雇用者数をみると、総企業数の約386万社における常用雇用者数は3,759万人である。常用雇用者数を企業規模別にみると、雇用者数1,000人以上の大企業では1,196万人、雇用者数が1,000人未満の中堅・中小企業では、2,563万人が雇用されており、中堅・中小企業における雇用者数は大企業に比べて2倍程度多くなっている(図123-29)。

また、本社所在地域別に雇用者数をみると、雇用者数1,000人以上の大企業は三大都市圏に立地している割合が高く、雇

用者数5,000人以上の大企業では、全体の6割超が三大都市圏に立地している。他方、雇用者数1,000人未満の中堅・中小企業では地方部に本社を構える企業の割合が高く、地方における雇用の受け皿となっている。特に、雇用者数が100人以上～1,000人未満の中堅企業は、雇用数が945万人と大企業と同程度の雇用者数を有しつつ、地方部に立地する割合が高く、地方の雇用創出において、重要な役割を果たしていることがうかがえる。

図123-29 中堅・中小企業の地域別の雇用者数



資料: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

備考:民営かつ非一次産業の企業に属する事業所について集計。

企業全体の常用雇用者数で分類し、常用雇用者の数と地域ごとの内訳を計算。三大都市圏は東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、大阪府、愛知県。

地方における雇用の受け皿として重要な役割を担う中堅企業には、国内の製造拠点を中心に製造しながらも特定分野の製品・技術に強みを持ち、ニッチな市場において国際競争力を有する企業が多数あり、地域経済の中核的な機能を果たすと同時に、我が国の輸出を支える優れた企業が多くみられる。このよ

うな中堅企業を各地域において振興、創出していくため、製造業における中堅企業の位置づけについて考察を行うこととする。

なお、ここでは製造業における中堅企業の定義として、年間売上高が1,000億円未満又は常用雇用者数が301人以上1,000人未満の企業を中堅企業（ただし、中小企業は除く）とする。

図123-30 本白書での中堅企業の定義（製造業）

企業規模	定義
大企業	売上金額が1,000億円以上、又は常用雇用者数が1,000人以上の企業。ただし、中堅企業、中小企業は除く。
中堅企業	売上金額が1,000億円未満、又は常用雇用者数が301人以上1,000人未満の企業。ただし、中小企業は除く。
中小企業	売上金額が1,000億円未満、又は常用雇用者300人以下（ゴム製品製造業は900人以下）の企業

（参考1）ドイツの経営学者ハーマン・サイモンは、ドイツの中堅企業の中から特に優良な企業を「隠れたチャンピオン（Hidden Champion）」と呼び、①特定の分野で世界シェアが第1～3位、又は欧州で第1位、②売上高が40億ドル未満、③一般的にあまり知られていない、以上の3点を満たす企業と定義している。

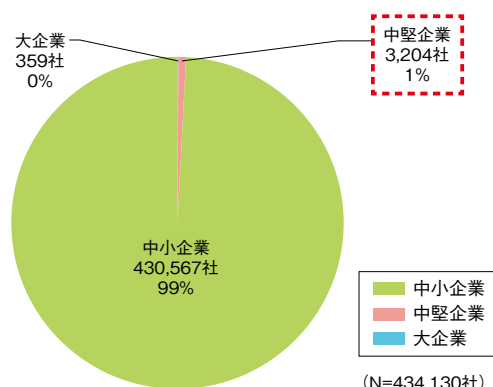
（参考2）経済産業省が2013年度に実施したグローバルニッチトップ企業100選では、大企業のうち直近の会計年度の売上高が1,000億円以下の企業を中堅企業としている。

①製造業における中堅企業の位置づけ

全国の製造業の総企業数434,130社のうち、中堅企業数は約3,204社であり、製造業全体に占める中堅企業の割合は約1%である（図123-31）。

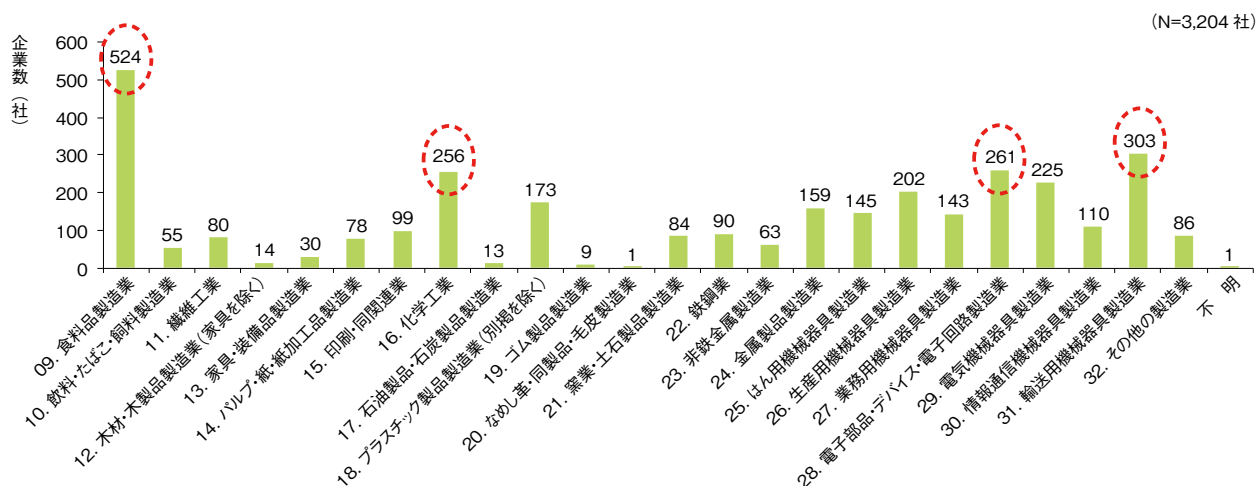
業種別に中堅企業数をみると、産業中分類別で最も多いのは「食料品製造業」524社で全体の16.4%を占めている。企業数の多い業種では、「輸送用機械器具製造業」が303社で9.5%、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」が261社で8.1%、「化学工業」が256社で8.0%となっている（図123-32）。産業小分類別に企業数の多い業種をみると、「自動車・同附属品製造業」が247社で最も多く、「その他の食料品製造業」が212社、「パン・菓子製造業」が128社と続いている（図123-33）。

図123-31 製造業の総企業数における中堅企業の割合



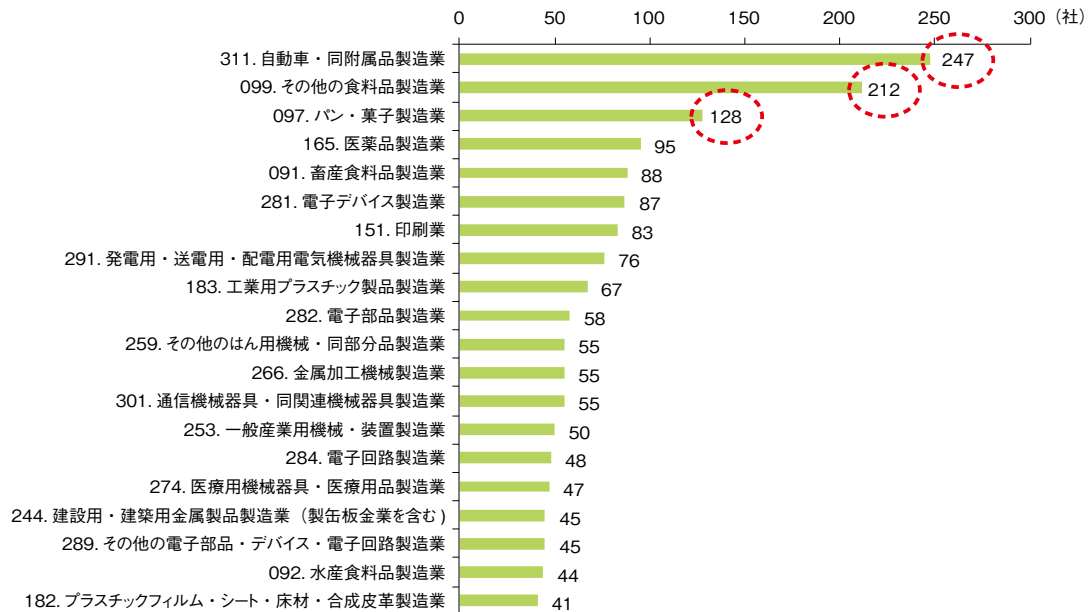
資料：総務省・経済産業省「平成24年経済センサス活動調査」再編加工

図123-32 産業中分類別の中堅企業数



資料：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

図123-33 産業小分類別の中堅企業数

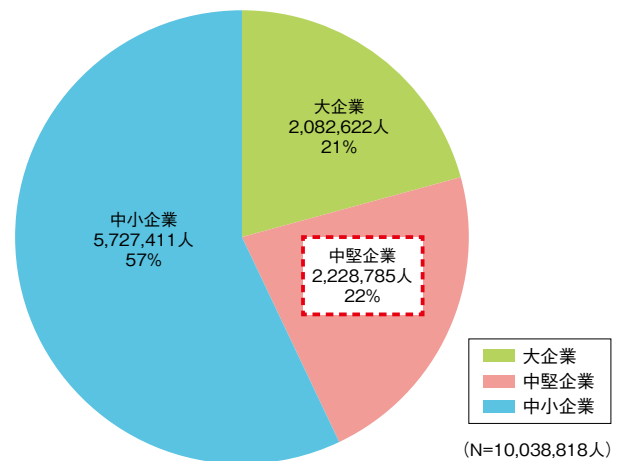


資料：総務省・経済産業省「平成24年経済センサスー活動調査」再編加工

製造業全体の従業者数約1,004万人のうち、中堅企業における従業者数は約223万人であり、約22%を占めている（図123-34）。中堅企業1社平均では約696人を雇用していることになり、雇用の受け皿としての観点から、重要な役割を果たしていることがうかがえる。

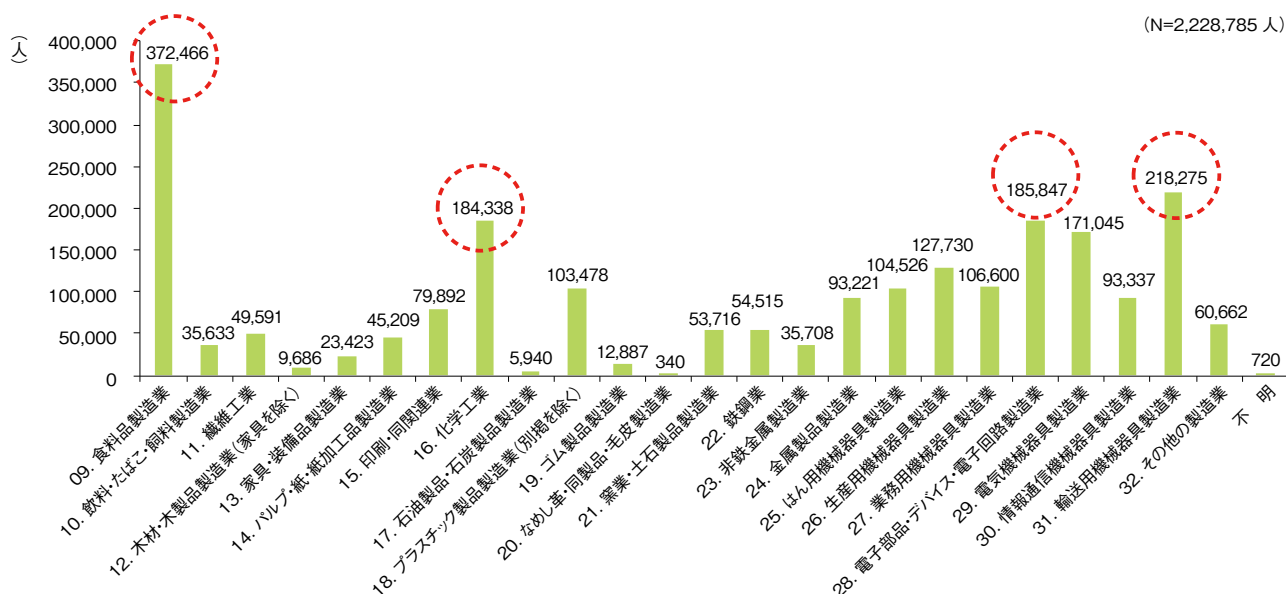
従業者数が多い業種をみると、産業中分類別では企業数が多い「食料品製造業」が最も多く、約37万人で全体の16.7%を占めている。続いて、「輸送用機械器具製造業」が約22万人、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」、が約19万人、「化学工業」が約18万人となっている（図123-35）。産業小分類別に従業者数の多い業種は、「自動車・同附属品製造業」が約18万人で最も多く、「その他の食料品製造業」が約17万人、「パン・菓子製造業」が約9万人と続き、いずれも企業数と同じ傾向がみられる（図123-36）。

図123-34 製造業の総従業者数における中堅企業の割合



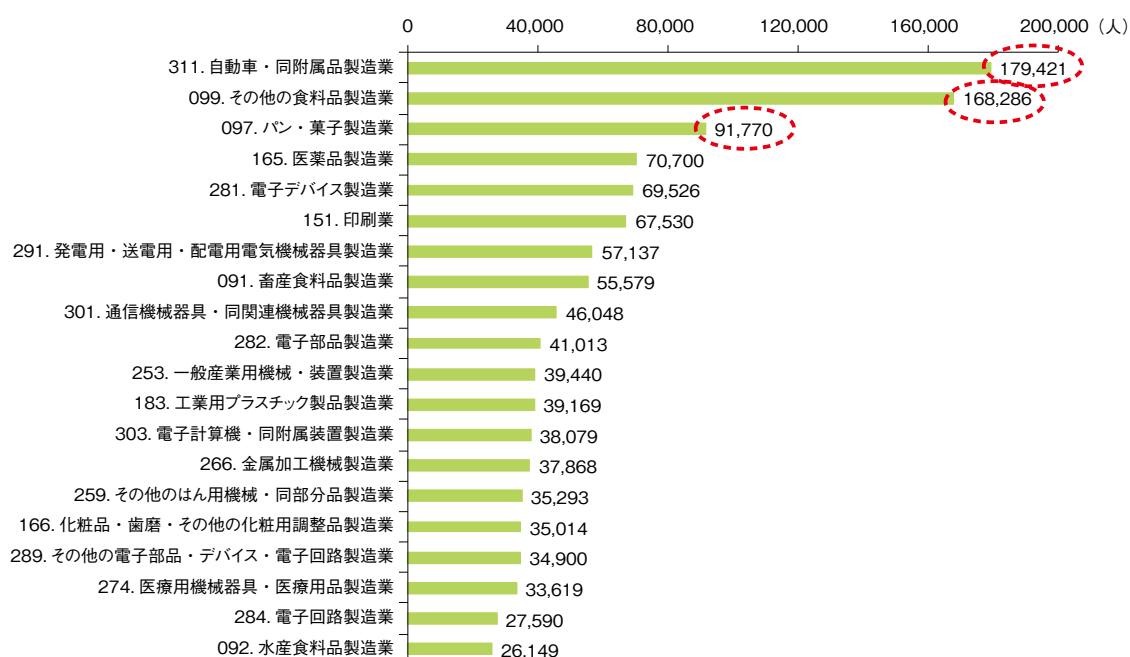
資料：総務省・経済産業省「平成24年経済センサスー活動調査」再編加工

図123-35 産業中分類別の中堅企業の従業者数



資料: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

図123-36 産業小分類別の中堅企業の従業者数



資料: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

売上金額では、製造業全体の総売上金額の約343兆853億円のうち、中堅企業の売上金額は約77兆9,766億円であり、製造業全体の22.7%を占めている(図123-37)。

業種別では、産業中分類別に売上金額の大きな業種として、「食料品製造業」、「化学工業」、「輸送用機械器具製造業」の3業種が、製造業における中堅企業全体の売上金額に占める比率が10%を超えており、企業数や従業者数と同様に中堅企業の中では大きな位置づけとなっている(図123-38)。

付加価値額では、製造業全体の総付加価値額の約56兆

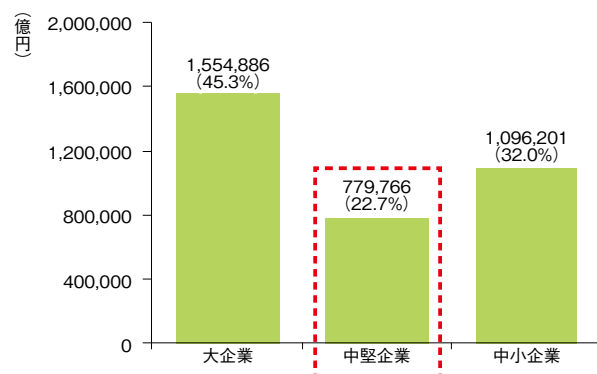
4,659億円のうち、中堅企業の付加価値額は約13兆7,813億円であり、製造業全体の24.4%を占めている(図123-39)。

業種別では、産業中分類別に付加価値額の大きな業種として、「化学工業」、「食料品製造業」、「輸送用機械器具製造業」の3業種が、売上金額と同様に製造業における中堅企業全体の付加価値額に占める比率が10%を超えている(図123-40)。

以上について、中堅企業と中小企業を足し合わせてみると売上金額は約187兆5,967億円であり、大企業の売上金額で

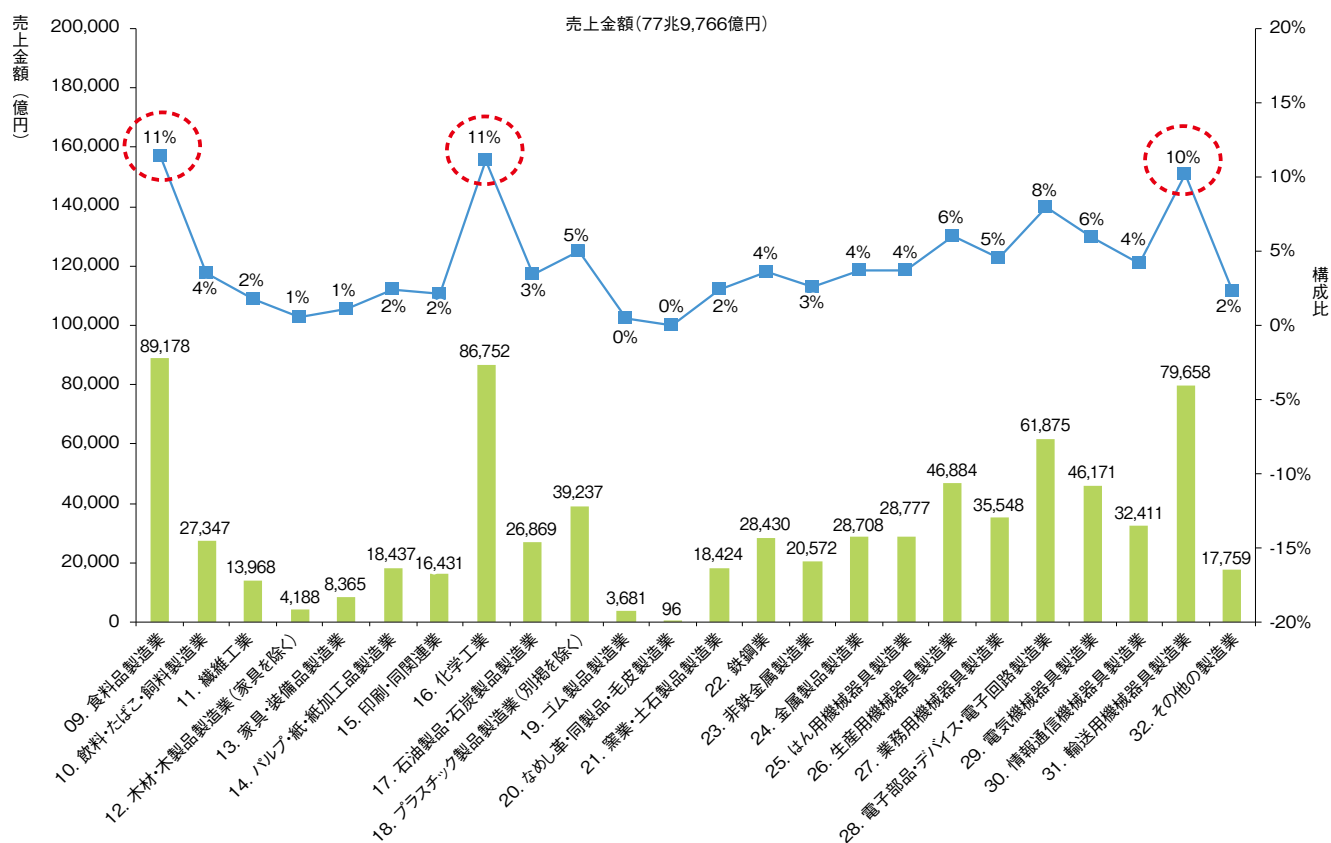
ある約155兆4,886億円を大きく上回っている。同様に、付加価値額においても、中堅企業と中小企業を足し合わせた金額は約38兆1,098億円であり、大企業の付加価値額の約18兆3,561億円を上回っており、経済効果の観点からは大企業以上に中堅企業と中小企業が重要な役割を担っていることがうかがえる。特に、中堅企業は製造業の総企業数に占める割合が1%程度にもかかわらず、売上金額、付加価値額とも製造業全体の2割超を占めており、雇用の受け皿としてだけではなく、経済効果の観点からも中堅企業が重要な役割を果たしているといえる。

図123-37 製造業の企業規模別の売上金額



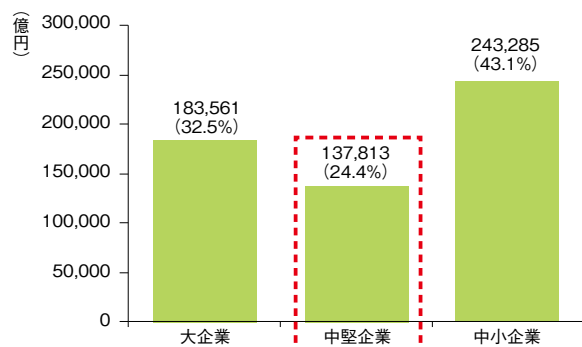
資料：総務省・経済産業省「平成24年経済センサス活動調査」再編加工

図123-38 産業中分類別の中堅企業の売上金額と構成比



資料：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

図123-39 製造業の企業規模別の付加価値額

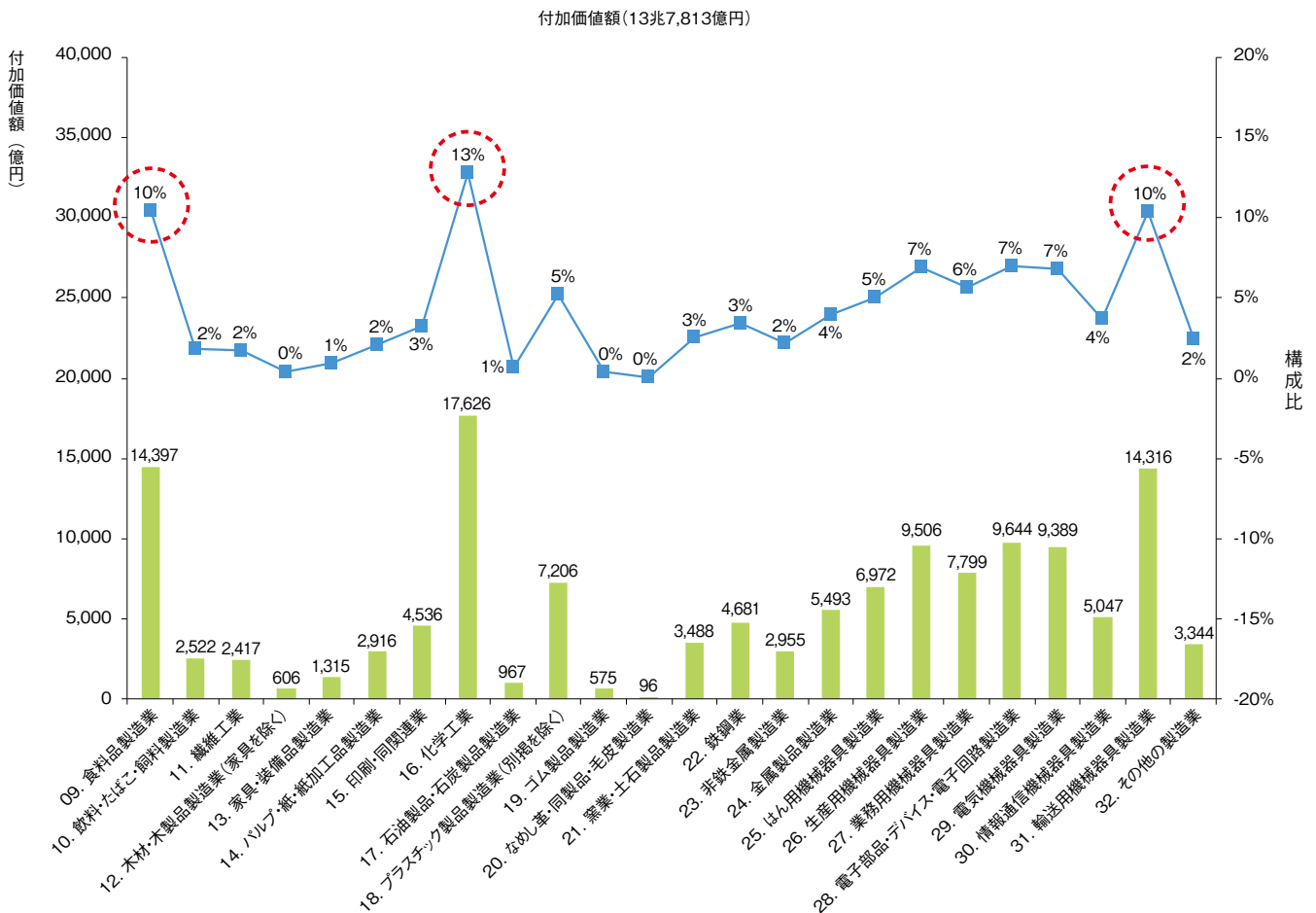


資料：総務省・経済産業省「平成24年経済センサス活動調査」再編加工

備考：付加価値とは、企業等の生産活動によって新たに生み出された価値のことで、以下の計算式を用いて、生産額から原材料等の中間投入額を差し引くことによって算出している。

付加価値額 = 売上高 - 費用総額 + 給与総額 + 租税公課
費用総額 = 売上原価 + 販売費及び一般管理費

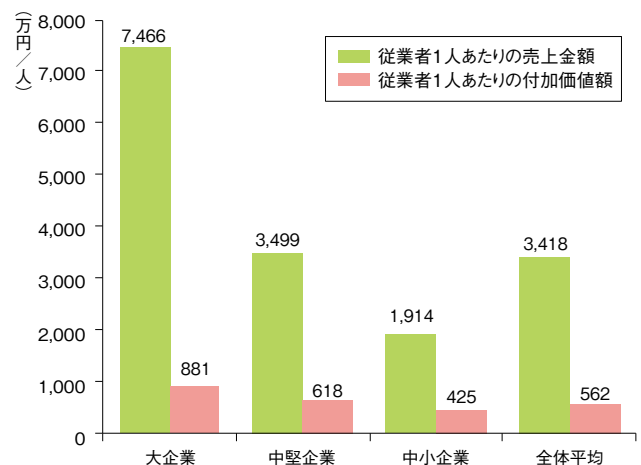
図123-40 産業中分類別の中堅企業の付加価値額と構成比



資料：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

雇用人あたりの経済効果を企業規模別にみると、中堅企業の雇用人あたりの売上金額は3,499万円であり、大企業の7,466万円の半分程度であるが、中小企業の1,914万円の2倍程度となっている。同様に、雇用人あたりの付加価値額は618万円であり、大企業の881万円と中小企業の425万円の概ね中間となっている（図123-41）。また、中堅企業は売上金額の全体平均3,418万円、付加価値額の全体平均562万円のいずれも上回っており、大企業ほどではないが、高い経済効果を生み出すことができるという。

図123-41 規模別の従業者1人あたりの売上金額・付加価値額



資料：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

②地方で活躍する中堅企業

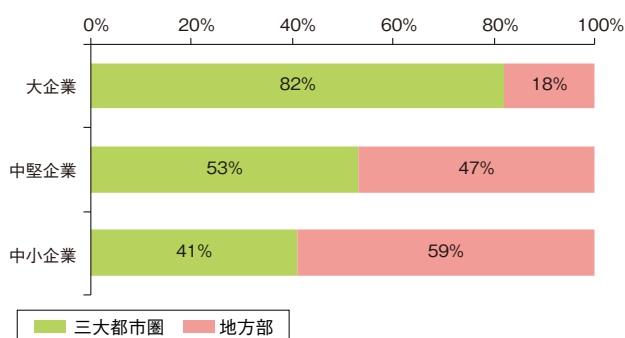
製造業企業の立地地域を企業規模別に比較すると、大企業は三大都市圏に立地する企業の割合が圧倒的に高く、全体の約82%が三大都市圏の立地となっている。中堅企業と中小企業は大企業と比較すると、三大都市圏以外の地方部への立地も多く、中堅企業は全体の約47%、中小企業は全体の約59%が地方部に立地している（図123-42）。

同様に雇用数を見ると、大企業では三大都市圏に立地する企

業の従業者数が全体の約83%を占めている。中堅企業と中小企業は大企業と比較すると、地方部に立地する企業の従業者数も多く、中堅企業は全体の約43%、中小企業は全体の約59%となっている（図123-43）。

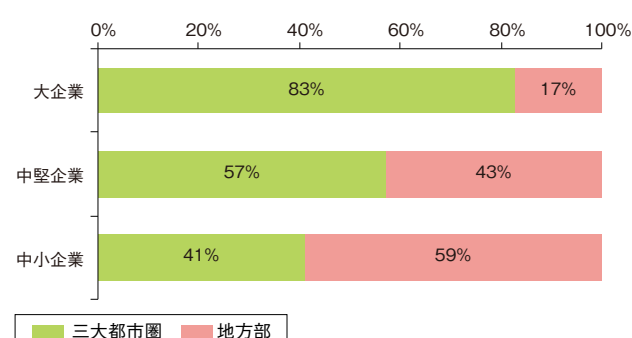
このように、立地地域、従業者数ともに大企業は全体の8割超が三大都市圏に集中する一方、中堅企業は地方部で活動する企業の割合が高いことが特徴となっている。

図123-42 製造業企業数の地域別・企業規模別の割合



資料：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
備考：三大都市圏は東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、大阪府、愛知県

図123-43 製造業従業者数の地域別・企業規模別の割合



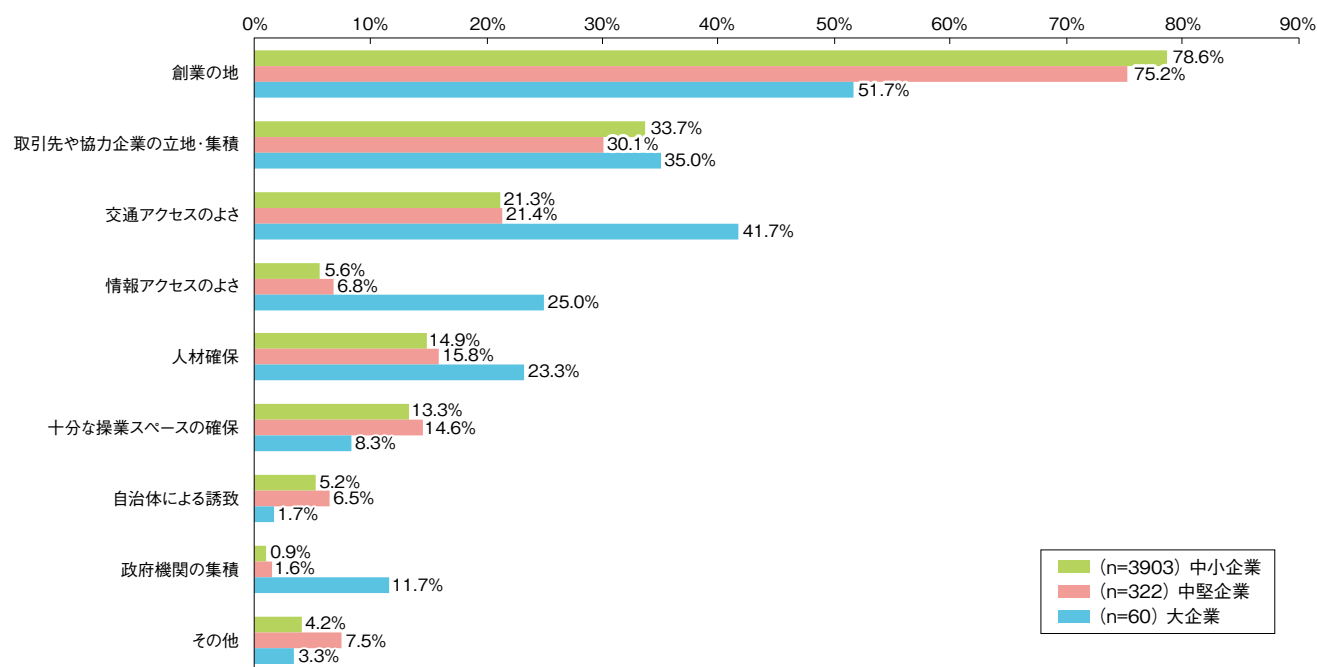
資料：総務省・経済産業省「平成24年経済センサス活動調査」再編加工

製造業企業がどのように立地地域を選定しているかについて、経済産業省が実施したアンケート結果をみると、中堅企業は「創業の地」が75.2%と最も高く、中小企業も同様に「創業の地」が最も高い割合78.6%となっている。大企業においても「創業の地」が51.7%と最も高いが、大企業では「交通アクセスのよさ」41.7%、「情報アクセスのよさ」25.0%が、中堅企業

や中小企業と比較して大幅に高くなっている（図123-44）。

大企業は、都市機能を重視した立地理由を選択する割合が高く、これを受けて三大都市圏に立地する大企業が多くなっている一方、中堅企業は、創業の地に残って地域に根付いたビジネスを展開しており、地方部に立地する企業が多くなっていると考えられる。

図123-44 本社の立地理由



資料：経済産業省調べ（2014年12月）

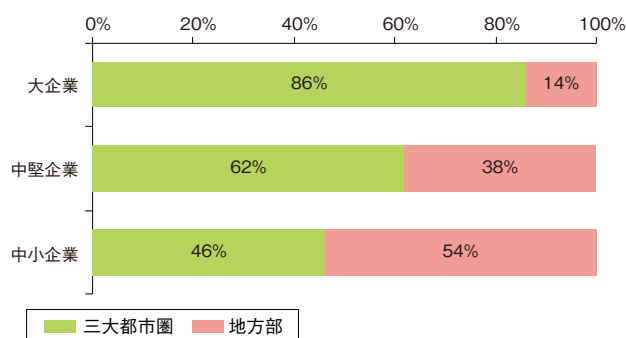
製造業企業の売上金額を地域別にみると、大企業では三大都市圏に立地する企業が全体の約86%を占めている。中堅企業と中小企業は大企業と比較すると、地方部に立地する企業の割合が高く、中堅企業は全体の約38%、中小企業は全体の約54%が地方部に立地する企業となっている（図123-45）。

付加価値額も同様の傾向がみられ、大企業では三大都市圏に立地する企業が全体の約84%となっている。中堅企業と中小

企業は大企業と比較すると、地方部に立地する企業の割合が高く、中堅企業は全体の約38%、中小企業は全体の約55%が地方部に立地する企業となっている（図123-46）。

上記のとおり、売上金額、付加価値額のいずれも大企業は全体の8割超が三大都市圏に集中する一方、中堅企業は大企業よりも地方部の割合が高く、地域経済に与える影響が大きいことがうかがえる。

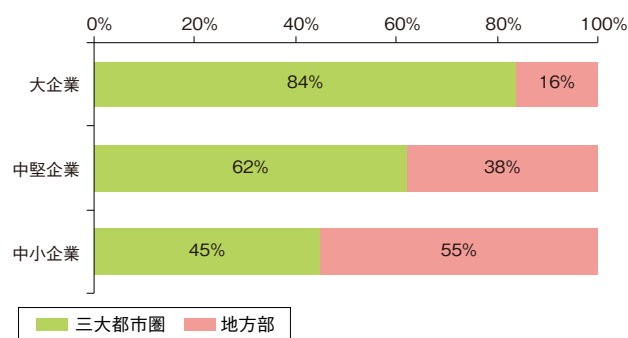
図123-45 売上金額の地域別・企業規模別の割合



資料：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

都道府県別の売上金額における中堅企業の位置づけをみると、33道府県が全国平均より高くなっている。特に島根県、石川県、宮崎県では製造業全体の4割強を中堅企業が占めており、中堅企業が大きな役割を担っていることがうかがえる（図123-47）。

図123-46 付加価値額の地域別・企業規模別の割合



資料：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

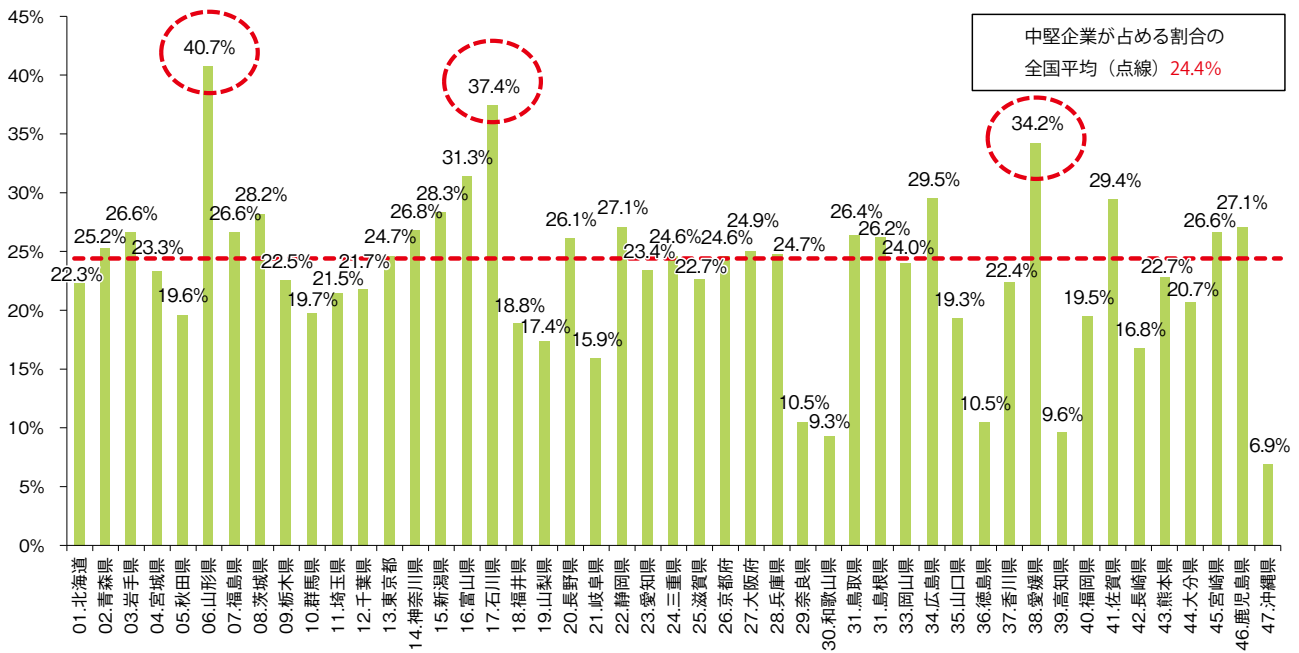
同様に、都道府県別の付加価値額における中堅企業の位置づけをみると、23都府県が全国平均より高くなっており、山形県、石川県、宮崎県では中堅企業が高い割合を占めている（図123-48）。

図123-47 都道府県別の売上金額における中堅企業の割合



資料：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

図123-48 都道府県別の付加価値額における中堅企業の割合

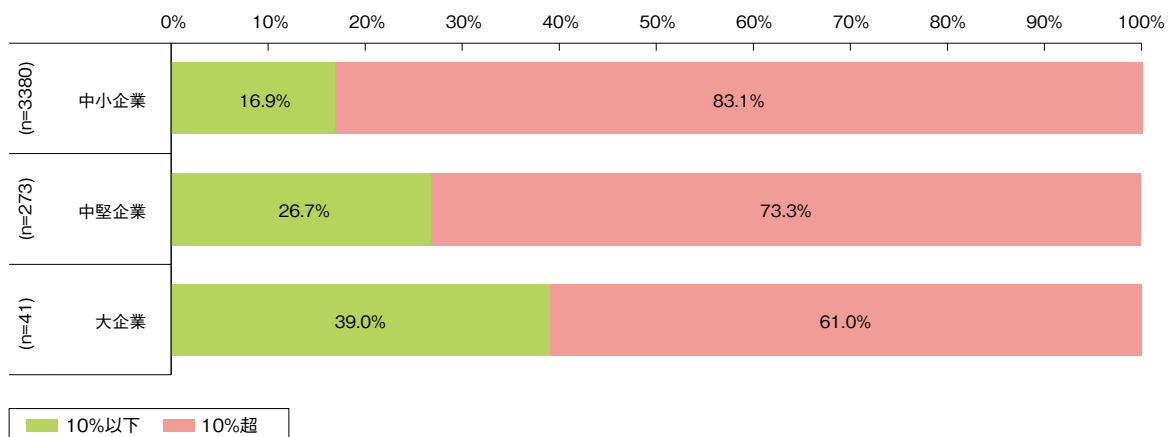


資料：総務省・経済産業省「平成24年経済センサス活動調査」再編加工

中堅企業が地域で担う役割に関して、製造業企業における調達額のうち主力工場が立地する都道府県と同一都道府県内から10%以上調達している企業の割合をみると、中堅企業の約7割、中小企業の約8割が同一都道府県内の企業から10%以上調達を行っている（図123-49）。他方、大企業の約4割は同一都道府県

内の企業からの調達率が10%以下であり、地元との関連性が低い一方、中堅企業は地域に根付いたビジネスを行っており、地域経済の中核を担う位置づけとして重要な役割を果たしているといえる。

図123-49 全調達額のうち主力工場と同一都道府県内から調達している割合

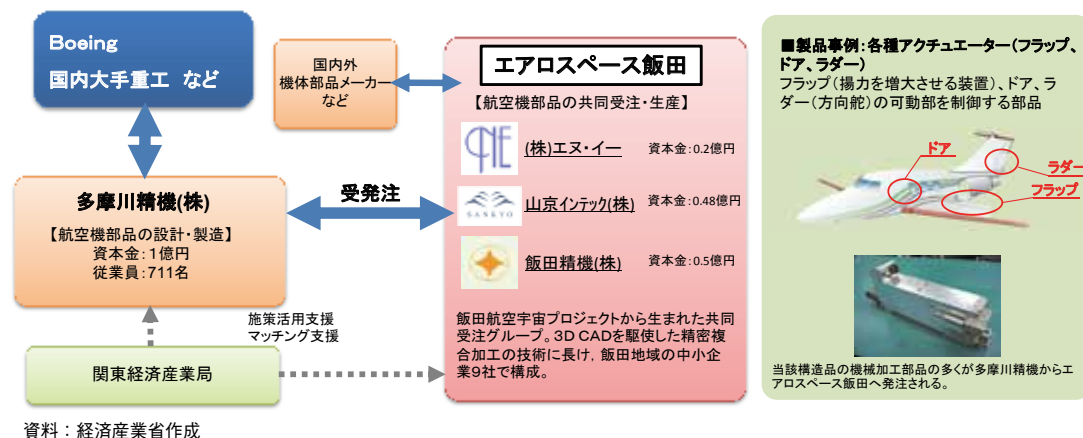


資料：経済産業省調べ（2014年12月）

コラム

地域を支える中核機能を担う中堅企業 多摩川精機（株）

多摩川精機（株）（長野県飯田市）は、長野県飯田地域の中小企業が精密機械加工の技術を結集し、地域一貫生産体制を可能とする共同受注体制「エアロスペース飯田」とともに飯田地域の航空機産業発展に貢献する中核企業である。多摩川精機は民間航空機用センサ、モータ、アクチュエータ並びに宇宙用製品の研究開発を行うとともに、徹底された品質管理のもとに生産を実施している。「エアロスペース飯田」との受発注関係を有するなど、共同受注生産体制の構築において重要な役割を果たしており、地域に対する貢献度が高く、地域の中核機能を担う中堅企業の代表例といえる。



③中堅・中小企業の発展に向けて

これまで地方における雇用創出や地域経済の担い手として重要な役割を担う中堅企業の位置づけをみてきたが、地域を支える中堅・中小企業を取り巻く事業環境をみると、新興国や途上国が急速な成長を遂げており、ヒト・カネ・モノ・情報の流れが、これまでにない速さで世界的に広がりをみせている。地方にあってもグローバル化は不可避のトレンドであり、特に、地方の中核を担う中堅企業の発展にあたって、グローバル市場は挑むべき方向であると考えられる。

そこで、企業規模別に輸出の有無をみると、中堅企業は「輸出している」が半数を超える56.7%であり、中小企業の「輸出している」33.0%と比較して、多くの中堅企業が輸出を行っていることがわかる（図123-50）。他方、大企業は「輸出している」が96.7%であり、海外からも稼いでいることがうかがえる。地方部に多く立地しており、地域に根付いたビジネスを行う中堅企業、中小企業ではあるが、大企業に成長するには国内市場に加えて、輸出を通じて海外市場で稼ぐことが重要となっている。

図123-50 企業規模別の輸出の有無

