

業種・規模別の企業分析

令和元年9月17日

中小企業庁

グローバル・メガトレンド

- ◆ 国家間の経済力・人口構造変化
- ◆ デジタル革命等イノベーション進展
- ◆ 地球環境・資源制約

中小企業が抱える課題

- ◆ 業種・規模により業績に差
- ◆ サプライチェーンへの過度な依存と取引先の選別の動き
- ◆ グローバルなマーケットイン発想の不足
- ◆ 人材不足

大企業と中小企業が互いに稼ぐために
グローバル・バリューチェーンの再構築による経済全体のパイの拡大が必要

ご議論いただきたい論点

<取引関係の再構築>

- ✓ 業種・地域・Tierを越えた取引関係の複層化
- ✓ 取引関係の適正化
- ✓ グローバルマーケティングの活用

<付加価値の獲得>

- ✓ 異業種間での共同開発(ソフトとハードの融合)
- ✓ 循環型経済に対応したバリューチェーン

<大企業のリソースの解放>

- ✓ オープンイノベーションの推進
- ✓ 大企業人材の解放

第4章 6. 中小企業・小規模事業者の生産性向上

親事業者からのコスト低下圧力が原因となって、下請事業者となっている中小企業が賃金や設備投資の水準を上げられない可能性もあることから、利益や付加価値の状況、労働や資本への分配状況等を、産業・業種、企業規模ごとの分析等を行った上で、親事業者と下請事業者との格差が特に大きい産業等を中心に、下請Gメンによる下請事業者の実態把握等も含めて調査を重点的に行うなど、個別の産業に応じた取引関係の課題を明らかにし、競争法制や中小企業法制等をフル活用して、きめ細かな改善を図っていく。

これにより、サプライチェーン全体の中で、大企業と中小企業がコストアップを公正に負担し合ったり、大企業が中小企業のデジタル技術実装に協力したりすることで、中小企業の実態把握等も含めて調査を重点的に行うなど、個別の産業に応じた取引関係の課題を明らかにし、競争法制や中小企業法制等をフル活用して、きめ細かな改善を図っていく。中小企業の実態把握等も含めて調査を重点的に行うなど、個別の産業に応じた取引関係の課題を明らかにし、競争法制や中小企業法制等をフル活用して、きめ細かな改善を図っていく。中小企業の実態把握等も含めて調査を重点的に行うなど、個別の産業に応じた取引関係の課題を明らかにし、競争法制や中小企業法制等をフル活用して、きめ細かな改善を図っていく。

大企業と中小企業の売上高・粗利益の伸び率の比較

- アベノミクスにより、企業規模を問わず売上高や粗利益は伸びているが、大企業の伸び率が中小企業の伸び率を上回る業種が多い。

1社当たり売上高の伸び率
(‘10~12年度平均と、‘16~18年度平均の比較)

	大企業 伸び率[%]	中小企業 伸び率[%]	差(大-中小) [%pt]
全産業	9.4	6.6	2.7
製造業	8.3	10.5	-2.2
非製造業	10.4	6.5	3.9

<伸び率に差のある主要業種>

①広告	21.0	-34.2	55.2
②印刷	23.6	-7.6	31.2
③自動車	23.4	9.3	14.1
④情報通信	21.4	7.4	14.0
⑤鉄鋼	5.0	-7.5	12.5
⑥生活関連・娯楽	-9.0	-20.4	11.3
⑦食料品製造	2.8	-7.7	10.6
⑧その他の製造業 (家具・プラスチック・ゴムなど)	8.7	0.6	8.1
⑨小売	18.0	11.9	6.1
⑩建設	27.8	22.9	5.0

1社当たり粗利益の伸び率
(‘10~12年度平均と、‘16~18年度平均の比較)

	大企業 伸び率[%]	中小企業 伸び率[%]	差(大-中小) [%pt]
全産業	21.1	11.0	10.1
製造業	25.8	11.2	14.6
非製造業	18.1	11.0	7.1

<伸び率に差のある主要業種>

①自動車	67.5	17.0	50.5
②印刷	35.9	-9.9	45.8
③建設	74.4	42.4	32.0
④広告	-4.4	-32.5	28.1
⑤食料品製造	11.6	-14.5	26.1
⑥生活関連・娯楽	27.5	4.3	23.2
⑦電気機械	42.2	23.3	18.9
⑧その他の製造業 (家具・プラスチック・ゴムなど)	19.8	1.7	18.1
⑨小売	23.7	8.8	14.9
⑩鉄鋼	32.8	22.5	10.3

資料：財務省「法人企業統計」

(注) 1. 各業種内における大企業(資本金10億円以上)と中小企業(資本金1億円未満)との比較で、実際の取引構造までは考慮していない点に留意が必要。

2. ここでは、製造業(うち、付加価値額に占める割合が一定規模以上の14業種)、建設業、情報通信業、運輸業・郵便業、卸売業、小売業、宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業・娯楽業、広告業の計22業種のうち、伸び率の差が大きい上位の業種を「伸び率に差のある主要業種」として掲載している。

大企業と中小企業の人件費・設備投資額の増減の比較

- 人件費・設備投資額共に上昇しているが、企業規模によってばらつきが見られる。

1人当たり人件費の増減
('10~12年度平均と、'16~18年度平均の比較)

[単位：万円/人]	大企業 増減	中小企業 増減	差 (大-中小)
全産業	14	3	11
製造業	30	11	20
非製造業	10	2	9

<増減に差のある主要業種>

①広告	59	-26	85
②窯業	79	5	74
③金属製品	46	-19	65
④生産用機械	53	4	49
⑤自動車	61	17	44
⑥宿泊・飲食	43	5	39
⑦鉄鋼	60	33	27
⑧建設	67	42	25
⑨小売	17	-6	23
⑩繊維	26	9	17

1人当たり設備投資額の増減
('10~12年度平均と、'16~18年度平均の比較)

[単位：万円/人]	大企業 増減	中小企業 増減	差 (大-中小)
全産業	46	17	30
製造業	67	23	44
非製造業	33	16	17

<増減に差のある主要業種>

①運輸・郵便	183	36	147
②生活関連・娯楽	68	-28	96
③鉄鋼	87	1	86
④食料品製造	98	14	83
⑤自動車	113	53	60
⑥宿泊・飲食	49	5	44
⑦化学	90	46	44
⑧はん用機械	74	35	39
⑨その他の製造業 (家具・プラスチック・ゴムなど)	25	-8	33
⑩繊維	34	11	23

資料：財務省「法人企業統計」

(注) 1. 人件費は、役員給与・賞与、従業員給与・賞与、福利厚生費の合計。

2. 各業種内における大企業（資本金10億円以上）と中小企業（資本金1億円未満）との比較で、実際の取引構造までは考慮していない点に留意が必要。

3. ここでは、製造業（うち、付加価値額に占める割合が一定規模以上の14業種）、建設業、情報通信業、運輸業・郵便業、卸売業、小売業、宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業・娯楽業、広告業の計22業種のうち、増減の差が大きい上位の業種を「増減に差のある主要業種」として掲載している。

価値創造企業に関する賢人会議（仮称） ～強力なグローバル・バリューチェーンの構築に向けて～

1. 趣旨

- グローバルな競争環境は深化しつつも流動化しており、他方で、人口減少に伴い中小企業が支えてきた地域経済も衰退するなど、中小企業政策の全体像を問い直すタイミングに来ている。特に消費や生産が世界中の企業に開かれ、商品企画、原材料の調達、製造、販売といった一連のバリューチェーン全体で、イノベーションや国際競争力が問われる時代となった。
- このような状況の中で、価値創造企業として、
 - ・グローバル・バリューチェーンの中で互いに稼ぐ条件（取引適正化、オープンイノベーション、サプライチェーン複層化など）
 - ・中小企業の成長モデルについて、自由に議論いただき、中小企業政策の見直しの議論につなげたい。

2. 委員（案）

（調整中）

3. 進め方

10月から、月1回程度開催し、年内から年明けに中間レポートとりまとめ