

3. 中小企業・小規模事業者間の収益格差

【中小企業・小規模事業者間の収益格差の広がり】

《中小企業・小規模事業者が、グローバル化の進展等を背景に自ら市場と向き合う必要に迫られ、その取組方法によって同規模の企業間でも収益格差が広がっている。》

市場環境が改善傾向を見せている中で、企業間の収益格差が広がっている。大企業と中小企業の企業規模間での収益格差だけでなく、同一企業規模内でも収益格差が広がっている。更にその傾向は、企業規模が小さくなるほど強い。小規模企業内では、上位 25%と下位 25%の売上高経常利益率の平均を比較すると実に 35.1%もの開きがある。

中小企業の中でも、回復傾向にある市場環境を追い風に高い収益性を確保する企業がある一方で、機会を利用できずに経常赤字に留まっている企業が存在する。

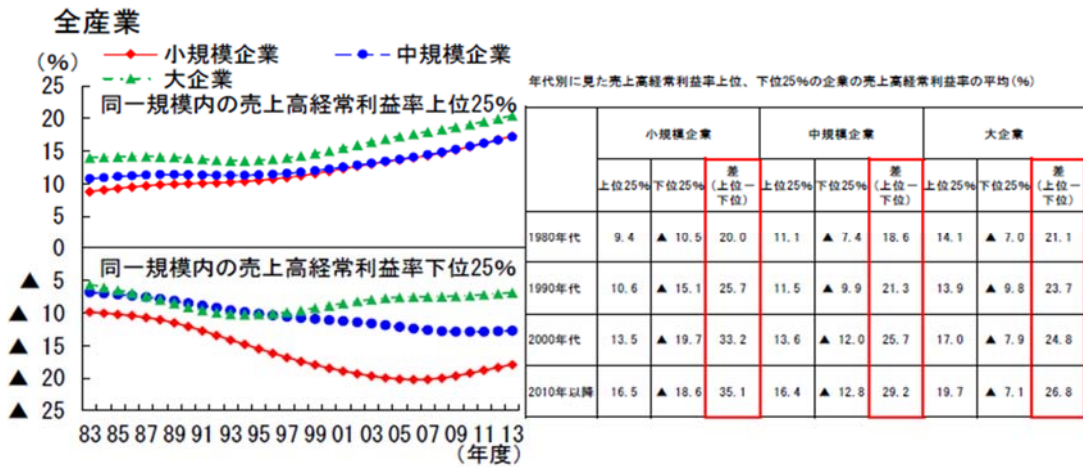


図9 同一企業規模間における売上高経常利益率の比較（2015年版中小企業白書 P52 より）

特に製造業の中小企業・小規模事業者にとって、従来、大企業が市場から獲得した需要の恩恵を受けてきた中小企業・小規模事業者にとって大企業との相互依存関係がグローバル化の進展などにより希薄化している。これにより中小企業・小規模事業者自らが市場と向き合い、市場競争に勝利していく必要に迫られており、この取組の違いによって同一企業規模間において収益格差の拡大につながっている。

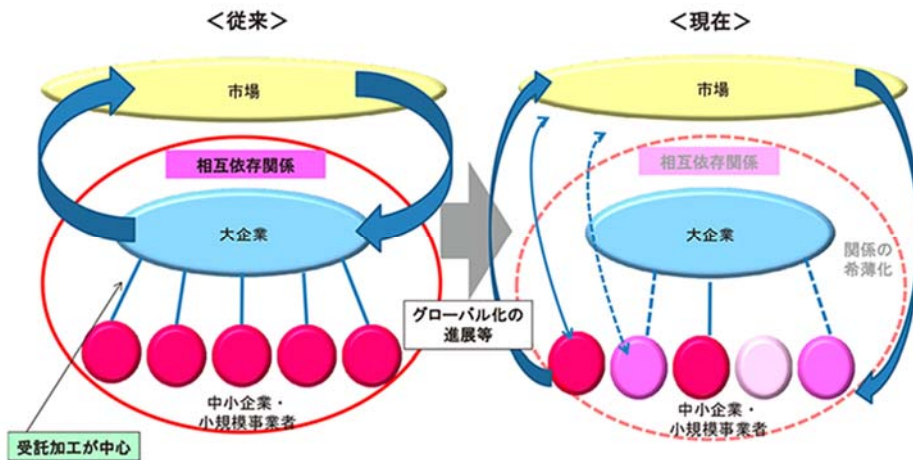


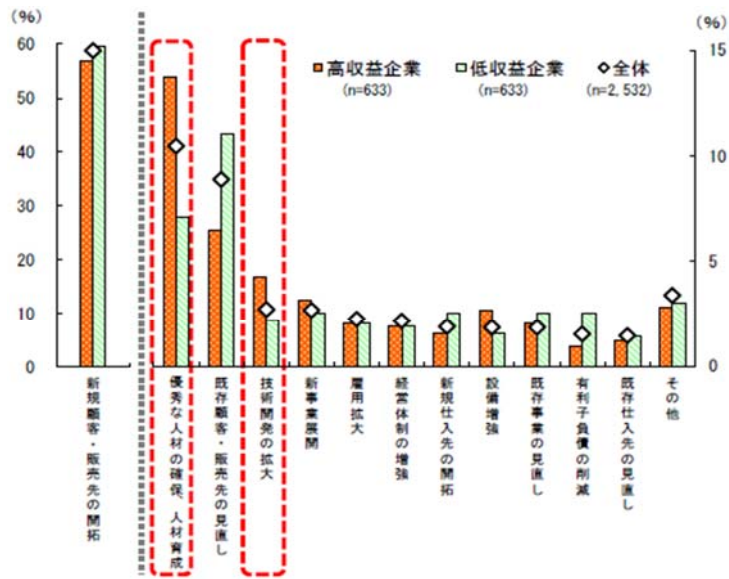
図10 企業の取引構造の変容（2015年版中小企業白書 P99 より）

【収益力向上に向けた取組】

≪同一規模の企業間で高収益企業の経営に対する取組の違いを見ていくと、高収益企業は「優秀な人材の確保・人材育成」と「技術開発の拡大」を強く意識している。≫

同一規模の企業間で高収益企業と低収益企業の経営の考え方の特徴が、本白書では、事業者へのアンケートにより調査・分析されている。

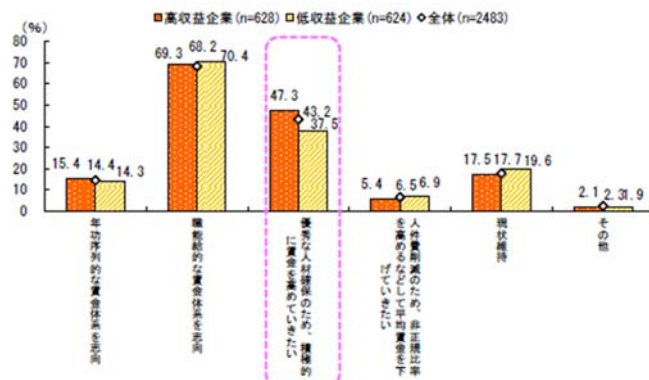
収益力向上に向けた課題について、高収益企業、低収益企業ともに「新規顧客・販売先の開拓」に強い意識を持つ一方、高収益企業は低収益企業と比べ、「優秀な人材の確保、人材育成」、「技術開発の拡大」を強く意識しており、高収益企業と低収益企業の取組に顕著に差がみられる部分である。



資料：中小企業庁委託「大企業と中小企業の構造的な競争力に関する調査」(2014年9月、(株)帝国データバンク)

図 11 収益力向上に向けた課題 (2015年版中小企業白書概要 P7 より)

また、人材の確保・育成について高収益企業が強い意識を持っていることが分かるが、賃金についての意識調査をすると「優秀な人材確保のため、積極的に高めていきたい」と答えた企業の割合が高いことが分かる。



資料：中小企業庁委託「大企業と中小企業の構造的な競争力に関する調査」(2014年9月、(株)帝国データバンク)
 (注) アンケート調査対象の中小企業の中で売上高経常利益率上位25%の企業を高収益企業といい、売上高経常利益率下位25%の企業を低収益企業という。

図 12 今後の賃金に対する考え方 (2015年版中小企業白書 P56 より)