ISSN 0914－1308
2021年7月号

商工金融

特集 中小企業政策の評価と展望：
基本法改正から20年を経て（中）

巻頭言 中小企業と創造的人材／上林憲雄 ……1
特集論文 創業支援における基本法改正の効果とその限界／高橋徳行 ……5
論文 2021年版中小企業白書・小規模企業白書の概要／瀧澤宏也 ……21
中小企業の目 コロナ禍で見つめ直した経営理念／平野寛幸 ……48
調査研究論文 中小企業の従業員待遇と就業環境／江口政宏 ……50
論壇 ESG地域金融の現状と課題／森　祐司 ……84
STREAM 資産収益率、付加価値成長率と格差／筒井　徹 ……88

一般財団法人 商工総合研究所

中小企業の挑戦を、最前線で支えつづける。

人を思う。未来を思う。
商工中金

新型コロナウイルス感染症に関する
商工中金の対応について

商工中金は、「新型コロナウイルス感染症に関する特別相談窓口」を開設し、
影響を受けた中小企業の皆さまの資金繰り相談等に対応しております。
詳細はホームページをご確認ください。

本 店 〒104-0028 東京都中央区八重洲2丁目10番17号 **https://www.shokochukin.co.jp/**

巻　頭　言

中小企業と創造的人材

上　林　憲　雄
（神戸大学大学院経営学研究科教授）

中小企業の機動力

一口に中小企業といっても，従業員数300名に近い中規模会社と，20人にも満たない小規模事業者とではかなりの違いがあり，ひとくくりにはできない。ただ，総じて中小企業の最大のメリットは，何といっても身軽で，変化に即応したスピーディな行動が可能なことであろう。

大企業であれば，既存の社内制度や仕組み１つを変えるにも逐一委員会を起ち上げて審議しなくてはならなかったり，関係部署と連絡を取り合ったりといった調整作業が必要不可欠である。その点，中小企業ではそうした手続きは大幅にカットして，社長の一声で柔軟かつ機動的な対応が可能である。

創造的人材

ただ，中小企業の社長が優れた柔軟な発想で機動的な対応をとるためには，その前提となるクリエイティビティ（創造力）やイマジネーション（想像力）が，社長をはじめ管理職層に備わっていることが大前提となる。この双方を併せ持った「創造的人材」の採用や育成が昨今，いろいろなところで声高に叫ばれているが，そもそも中小企業では会社を導く彼ら彼女らこそが創造的でなければならないのである。

では「創造的」であるとはどのようなことなのか。これが意外と難しい。一般に，従来にはない新奇なアイデアや発想を自ら創り出すことを創造と呼ぶ。いわば，既存の観念や考え方に異を唱え，自由に発想してみることが創造であると捉えられているのである。辞書的にはその通りである。

しかし，ビジネスのシチュエーションにおける創造性は，単に新しいアイデアを自由に生み出そうとするだけでは不十分である。

新規アイデアの合理的説明

試行錯誤の段階では，全く自由に発想してみるのもよい。同僚どうしでグループを組み，ブレインストーミングをやってみるのも一案であろう。重要なのは，自由な発想で着想を得た後である。

既存の制度や仕組みでうまくいっていないのはなぜか，そしてそうした既存のシステムといま考えようとしている新規のアイデアとが，どのように関わり合うか。こうした点を考え周りに説得的に説明できることが，ビジネスのシチュエーションでは特に重要となる。

企業は社会の公器であり，人間相互のネットワークや社会とのつながりの中で活動しているわけだから，単なる社長の思い付きだけでおいそれと新しいことを始めるわけにはいかない。顧客をはじめ，関係各位が納得できるよう，その合理的説明が必要となるのである。

時短だけではないワークライフバランス

一例を挙げてみよう。国家的に取り組まれている「働き方改革」の下，目下どこの社でも要請されているのが，社員のワークライフバランスの向上につながる労働時間短縮である。そもそも社員が少なく雑多な業務を社員全員で取り組んでいる中小企業には，時短などとてもできるものではない，というのが社長の率直な感覚であろう。

しかし，そもそもなぜ今，働き方改革とか，ワークライフバランスとかが必要といわれているのだろうか。この点にまでさかのぼって考えようとするビジネスパーソンは意外に少ない。

ワークライフバランスが求められる背後にはさまざまな事情があるが，最も重要な要因は，ひところ社会問題となっていたワーカホリックや過労死といった状況に陥るのを未然に防ぎ，働く人たちの仕事生活と仕事外生活の調和を保ち，気持ちよく働いてもらって，会社も従業員もwin-winとなる関係を築き，長期の生産性を高めることにある。

時短といった数値目標のみを追究しようとすると失念しがちであるが，簡単に言うと，要は社員が心身ともに気持ちよく働けて，長期的に企業のパフォーマンスも上げようというのがワークライフバランスの最も基本となる考え方なのである。

原理原則に立ち返る思考法が創造性の源泉

こうしたワークライフバランスの捉え方は，必ずしも独創的で新規に生み出されたものではない。ワークライフバランスとは何か，そしてそれは何のために必要とされているのかについて，既存の仕組みを念頭に置きつつ，その原理原則をおおもとに立ち返って考え直してみたに過ぎないのである。

はて，こんなことで創造性が高いといえるのかと思われる読者もおられるだろうが，実際，ビジネスの世界で重要となる創造力で大切なのは，まずはこの程度のことから出発することなのである。

時短ばかりに目が行って，仕事の中身の変革は手つかずで数値目標が達成できたかどうかだけをチェックしているようだと，まさにワークライフバランスとは真逆の本末転倒に陥ってしまう。気持ちよく働けるどころか，仕事時間を短くすることばかりが気になり，社員にとっても会社にとっても非生産的で，悪循環に陥ってしまいかねないのである。

こうした，いわば当たり前のことを社員にきっちり説得的に説明できるかどうかが鍵となるのである。

コンテンツに飛びつく前に

われわれがよく陥りがちなミスは，こうして原理原則に立ち返って考えることをせず，いきなり中身（コンテンツ）について考えようとするところにある。どうすれば労働時間を短縮できるか，あの業務をカットすればよいか，いやその部分は機械化してしまえばよいのではないか，とかの議論である。こうしてhowの議論にいきなり入っていこうとするから，いくらたっても創造的なアイデアが出てこないのだ。

ここで必要となる新規の発想は，howではなくwhatやwhyである。それは，そもそも何なのか。なぜそれが必要なのか。言い換えれば，コンテンツにすぐに飛びついてそのアイデアを出そうとするのではなく，むしろ腰をじっくり落ち着け，その外側や形を眺め，深く掘り下げようとする思考法こそが成功の鍵となるのである。

いったんこうした創造的思考法が身につき，会社全体で一丸となってそのアイデアを実行できるようになれば，大企業より身軽で機動力の高い中小企業は，はるかに迅速に環境変化に順応し，成功へ向けて先手を打つことができるようになる。

頑張れ，中小企業！

商工金融
2021年7月号

目 次

巻　頭　言　中小企業と創造的人材
神戸大学大学院経営学研究科教授　上 林 憲 雄 ····1

特集テーマ　中小企業政策の評価と展望：
基本法改正から20年を経て（中）　····4

特集論文Ⅱ　創業支援における基本法改正の効果とその限界
武蔵大学副学長・経済学部教授　高 橋 徳 行 ····5

論　　文　2021年版中小企業白書・小規模企業白書の概要
「危機」を乗り越え、再び確かな成長軌道へ
中小企業庁事業環境部調査室行政事務研修員　瀧 澤 宏 也 ···21

中小企業の目　コロナ禍で見つめ直した経営理念
～会社の「在り方」の重要性～
株式会社平野屋代表取締役社長　平 野 寛 幸 ···48

調査研究論文　中小企業の従業員待遇と就業環境
―世帯個票データを用いた大企業との比較分析―
商工総合研究所主任研究員　江 口 政 宏 ···50

論　　壇　ESG地域金融の現状と課題
下関市立大学経済学部教授　森　　祐 司 ···84

STREAM　資産収益率、付加価値成長率と格差
商工総合研究所調査研究室長　筒 井　　徹 ···88

特　　集

－2020年度日本学術振興会第118委員会委託研究－

中小企業政策の評価と展望：基本法改正から20年を経て（中）

先月号に引き続き、商工総合研究所が（独）日本学術振興会産業構造・中小企業第118委員会に対して委託した研究テーマ「中小企業政策の評価と展望:基本法改正から20年を経て」に関して委員の方々が執筆した論文を掲載します。

中小企業基本法が「多様で活力ある中小企業の成長発展」を基本理念として1999年に改正されてから20年が経過します。中小企業を取り巻く環境や期待される役割が変わるなか、様々な中小企業政策がとられてきました。

3名の方々に、それぞれの専門分野からこの間の政策を振り返り、分析していただきます。

今回の特集論文3編のタイトルと執筆者は次のとおりです。

6月号	中小企業の研究開発と創業の政策支援：定量的評価と展望 一橋大学大学院経済学研究科教授　岡室　博之
7月号	創業支援における基本法改正の効果とその限界 武蔵大学副学長・経済学部教授　高橋　徳行
8月号	中小企業基本法改正と中小企業政策 ～基本法は政策にどこまで影響するか 東洋大学経済学部教授　安田　武彦

特集論文Ⅱ

創業支援における
基本法改正の効果とその限界

高　橋　徳　行
（武蔵大学副学長
経済学部教授）

＜要　旨＞

1999年の中小企業基本法（以下、基本法）の改正によって、わが国の創業支援策は大きく前進した。改正基本法の第5条に「創業の促進」という文言が加わり、これから事業を始めようとする者が政策対象になったからである。融資制度や信用保証制度が創業者にとって格段に利用しやすくなり、インキュベーション施設、自治体などに設置される相談窓口、そして創業希望者向けの講習会などが一気に充実した。その結果、グローバル・アントレプレナーシップ・モニター（Global Entrepreneurship Monitor：以下、GEM）の調査結果によれば、わが国の起業活動は2000年代前半には活発化した。しかしながら、リーマンショックが起きた翌年（2009年）以降は、再び伸び悩むようになった。

本稿では、2000年代前半に改善された要因は、「起業態度を有する」グループにおける起業活動の活発化であり、それ以降の低迷は「起業活動を有する」グループ自体の伸び悩みが原因と捉える。このことを、2変数モデル、つまり1国の起業活動の水準は、①成人人口のうち「起業態度を有する」グループの大きさ、②「起業態度を有する」グループにおける起業化率（本稿ではGEMにおける総合起業活動指数（Total Entrepreneurial Activities: TEA）を採用する）を使って示したい。

さらに、2018年の産業競争力強化法の改正によって、「起業態度を有する」グループの拡大を目的とした創業に関する普及啓発活動が政策対象に含まれるようになった。中小企業庁創業・新事業促進課が所管する「学びと社会の連携促進事業の起業家教育事業」や「地域創業機運醸成事業」の予算化にはこの法律改正が背景にある。

現時点では、改正産業競争力強化法の評価を行える段階ではない。この点に関しては政策の実施状況を紹介し、この政策が有効に機能するための条件を先行自治体の事例をもとに示しておきたい。

目　次

1　基本法改正後の起業活動
1）リーマンショックまでは一定の効果
2）リーマンショック後の起業活動
3）3変数モデルから2変数モデルに
2　起業態度無しグループの特徴
1）性別の分布
2）年齢階級別の分布
3）就業形態別の分布
4）所得階級別の分布
5）最終学歴別の分布
3　産業競争力強化法の改正に至った理由と狙い
1）改正産業競争力強化法の狙い
2）取り組む自治体は2割に満たない
3）混ぜる、繋ぐ、広げる、支える

1　基本法改正後の起業活動

1）リーマンショックまでは一定の効果

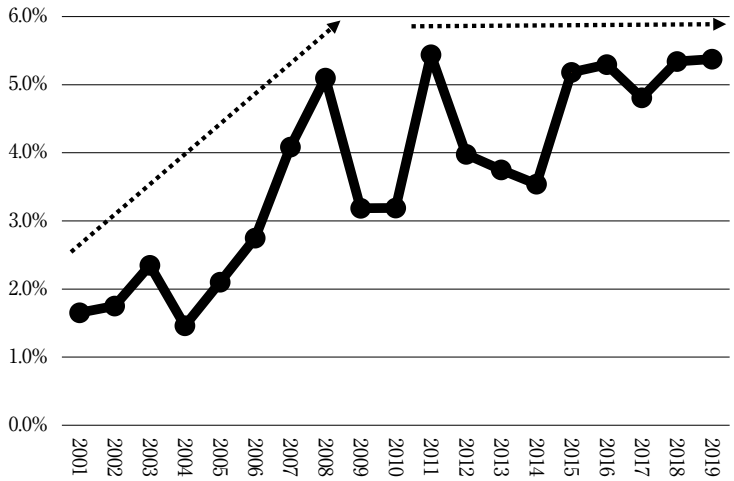
基本法改正によって、第5条（基本方針）の第1項に、「中小企業者の経営の革新及び創業の促進並びに創造的な事業活動の促進を図ること」という条文が盛り込まれた。

このことによって、創業支援は初めて政策として認められるようになり、日本政策金融公庫（当時は国民生活金融公庫）では、2001年に新創業融資制度が設けられ、最初の貸付限度額は150万円であったが現在は3,000万円にまで増額された。自己資金要件も、「創業資金総額の2分の1以上」から「10分の1以上」に緩和されている。また、信用保証制度においても、創業等関連保証制度と創業関連保証制度が、2000年と2014年にそれぞれ創設され、対象者は、「新たに事業を開始する具体的な計画を有するもの」や「新たに事業を開始すること」などと定義され、創業する人が信用保証の対象となった。ビジネスインキュベーション施設が急激に増加したのも2000年代前半である。

その基本法改正の効果を、GEM調査[i]で最もポピュラーな指標であるTEAを通して確認したい。TEAは18-64歳を対象に、その中で100人あたり何人が起業活動に従事しているかを示す指標である。調査期間を2001年から2019年としているのは、比較検討が可能な調査票様式になったのが2001年であること、そして個票ベースで国際比較ができるのが原稿執筆段階（2021年4月15日）では2019年までであることによる。

i　GEMは、1999年に第1回調査が実施され、それ以降毎年行われ、2019年は21回目の調査にあたる。厳密なサンプリング、そして調査結果を得るまでの計画化されたプロセス管理に特徴があり、参加国（60前後の国・地域が参加）は、本部の何段階かにわたるチェックを受けて、同じ調査票を使い、最低2,000の回答を集め、その調査結果を個票ごとにSPSSという統計ソフトに入力して報告する。起業活動は、その重要性が認識されていたにも関わらず、国ごとに異なった目的を持つ既存調査から推計していたこと（例えば英国は付加価値税の登録関連データであり、米国は雇用関連データであるなど）、起業の定義も国ごとに定めていたこと、そして既存調査そのものへの信頼性が低いなどの理由で、国同士の比較が困難であるという問題を抱えていた。そこで、1997年にBygrave教授（バブソン大学）とHay教授（ロンドン大学）の2名のイニシャティブによって検討が開始され、起業活動の水準は国家によってどのくらい違うのか、起業活動は国家の経済成長にどのくらい影響するのか、そして各国の起業活動の違いを引き起こす要因は何かの3つを明らかにすることを目的に1999年に最初の調査が行われた。筆者は2003年から日本チームに加わり2011年から日本チーム代表を務めている。なお、GEMの詳しい情報については、高橋（2009）などにあるので、そちらを参照いただきたい。

図1　日本のTEA（総合起業活動指数）の推移（2001~2019年）



資料：グローバル・アントレプレナーシップ・モニター調査の各年版（2001 ～ 2019年）より筆者が作成。
以下、特に断りがない限り同じ。

TEAの推移を見ると、日本は中小企業基本法が改正された2年後の2001年から2008年まではほぼ順調に上昇している[ii]。これは、2000年代になって積極化した創業支援策の効果と言える。しかし、2009年と2010年に大幅に落ち込み、2011年にリーマンショック前のピークとほぼ同水準になった後は、5%前後に壁があるかのような動きになっている。

2）リーマンショック後の起業活動

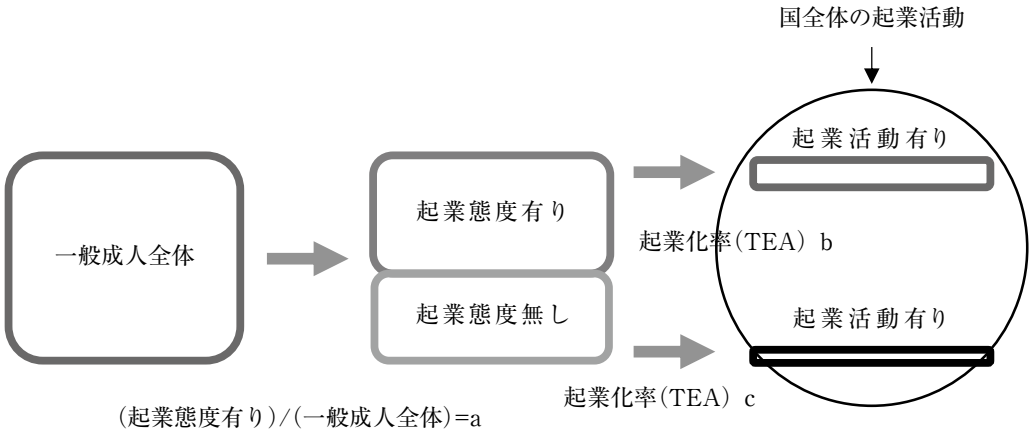
2001～2008年と2009～2019年の2つの期間で、日本の起業活動にどのような変化が生じたのかを見るために、ここでは起業活動をプロセスとして捉え、**図2**のように起業活動が始まるものと仮定する。基本的な考え方は、Reynolds and White（1997）に拠っている。

すなわち、一般成人は二通りに分かれ、起業態度を有するものと起業態度を有しないもののいずれかになる。そして、起業態度を有するものは、さらに起業活動を始めるものと始めないものに分かれる。同様に、起業態度を有しないものも、起業活動を始めるものと始めないものに分かれる[iii]。

ii　GEM調査は毎年7月頃に実施するので、2008年9月に起きたリーマンショックの影響が反映された最初の調査は翌年の2009年調査になる。

iii　起業態度の有無は、GEMで使用している次の3つの設問の中で1つもイエスがなかったものを起業態度無しとして、1つでもイエスがあったものを起業態度有りと分類した。
- ロールモデル指数（Knowent）：「過去2年以内に新たにビジネスを始めた人を個人的に知っているか」という質問に「はい」と回答した人数を成人人口100人当たりの人数で示したもの。起業家との距離の近さやロールモデルの存在の有無を表す指標と考えられる。
- 事業機会認識指数（Opport）：「今後6カ月以内に、自分が住む地域に起業に有利なチャンスが訪れると思うか」という質問に「はい」と回答した人数を成人人口100人当たりの人数で示したもの。新しい事業機会にどれだけ目を配らせているかを表す指標と考えられる。
- 知識・能力・経験指数（Suskil）：「新しいビジネスを始めるために必要な知識・能力・経験を持っているか」という質問に「はい」と回答した人数を成人人口100人当たりの人数で示したもの。事業を始めるために必要な知識・能力・経験を有しているかを表す指標と考えられる。

図2　本稿における起業プロセスの捉え方



資料：Reynolds and White（1997）をもとに筆者が作成

つまり、1国の一般成人のうち、起業態度を有する割合をa、起業態度を有するものからの起業化率をb（TEA）、起業態度を有しないものからの起業化率（TEA）をcとすると、1国の起業活動水準f（a,b,c）は次の式で示される。

起業活動水準の決定モデル

f（a,b,c）＝（a＊b）＋（1－a）＊c

このモデルでは、国の起業活動の水準は3つの変数で決まることになり、次に、このモデルにしたがって、わが国の起業活動がリーマンショックの前と後にどのように変化したのかを分析する[iv]。

起業態度を有する割合をa、起業態度を有するものからの起業化率をb（TEA）、起業態度を有しないものからの起業化率をc（TEA）とした場合の調査年別の日本のデータは次のとおりである（**表1**）。これを見ると、起業態度を有するものからの起業化率bに比べて、起業態度を有しないものからの起業化率cが非常に低いことがわかる。

iv 同様のフレームワークの分析を初めて行ったのは、高橋徳行（2017）である。

表1　日本の起業態度有りの割合（a）、起業態度有りのTEA（b）、起業態度無しのTEA（c）のデータ（2001～2019年）

	a	b	c
2001年	23.2%	5.4%	0.5%
2002年	21.8%	6.0%	0.6%
2003年	19.2%	9.4%	0.7%
2004年	19.9%	7.3%	0.0%
2005年	19.6%	9.7%	0.2%
2006年	19.9%	13.1%	0.2%
2007年	21.0%	17.1%	0.6%
2008年	23.7%	18.9%	0.8%
2009年	22.4%	10.3%	1.1%
2010年	27.1%	9.7%	0.8%
2011年	26.8%	16.4%	1.4%
2012年	22.2%	13.2%	1.3%
2013年	27.1%	10.9%	1.1%
2014年	25.1%	11.9%	0.7%
2015年	28.2%	15.1%	1.3%
2016年	25.6%	15.3%	1.9%
2017年	25.2%	15.0%	1.4%
2018年	26.4%	15.8%	1.6%
2019年	27.1%	14.0%	2.2%

3）3変数モデルから2変数モデルに

起業態度を有しないグループからの起業化率が低いので、この決定モデルを使って、「起業態度有り」グループと「起業態度無し」グループが1国のTEAの水準にどの程度貢献をしているのかを計算したのが**図3**になる[v]。

これを見ると、少ない年でも7割以上が「起業態度有り」グループによって日本のTEAが決定されていることがわかる。そこで、今後は「起業態度有り」グループに焦点をあて、「起業態度有り」グループの大きさと「起業態度有り」グループのTEAという2変数モデルで分析を進めたい。

ちなみに本文中には示していないが、日本を除く先進国グループで同様の計算をしてみると、同じ期間において、「起業態度有り」グループが先進国グループ全体のTEAの9割以上を決定していることがわかる[vi]。

v　計算方法は、それぞれ（起業態度有りの調査対象全体に占める割合）×（起業態度有りグループのTEA）と（起業態度無しの調査対象全体に占める割合）×（起業態度無しグループのTEA）である。a,b,cで表すと、起業態度有りの全体の中での貢献度はa×bであり、起業態度無しの全体の中での貢献度は、(1-a) ×cとなる。2つを足し合わせると、国全体のTEAに等しくなる

vi　ここでの先進国とは、2014年GEM調査実施の段階で、イノベーション主導型経済に分類されていた次の国を指している。すなわち米国、ギリシャ、オランダ、ベルギー、フランス、スペイン、イタリア、スイス、オーストリア、英国、デンマーク、スウェーデン、ノルウェイ、ドイツ、オーストラリア、ニュージーランド、シンガポール、韓国、カナダ、ポルトガル、アイルランド、アイスランド、フィンランド、スロベニア、チェコ、プエルトリコ、香港、トリニダード・トバゴ、台湾、アラブ首長国連邦、イスラエルの31か国であり、サンプル総数は1,665,029である。分析結果は右の図のようになっている。

図「起業態度有り」と「起業態度無し」が国全体のTEAに与える影響（先進国グループ）

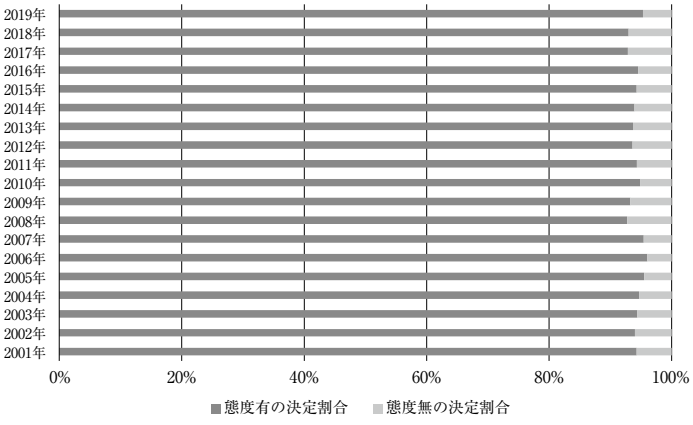
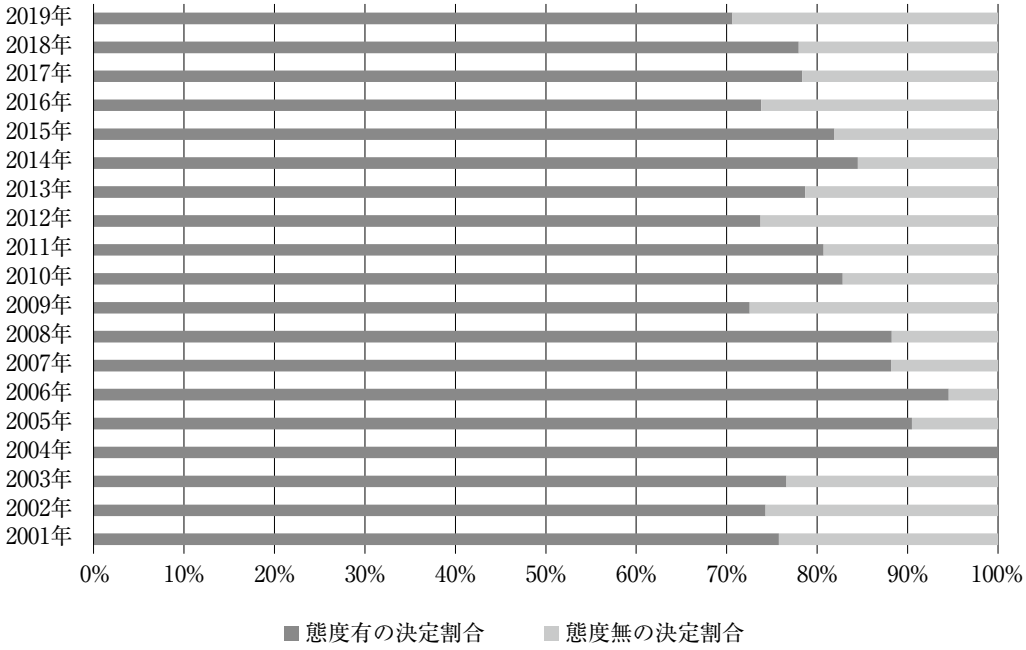


図3　起業態度有りと起業態度無しが国全体のTEAに与える影響（日本）



はじめに、a（「起業態度有り」の割合）の推移を先進国グループと比較しながら、調査年別に見たものが**図4**である。

図4からは、先進国グループと日本では「起業態度有り」の割合に大きな差があることがわかる。しかも、2009～2019年は、その差が拡大傾向にあり、2011年以降は40%前後の差が生じている。

「起業態度有り」の割合は、国全体のTEAの水準に大きな影響を与えるものであり、この割合が2001年から2004年にかけては上昇したものの、その後は横ばい、もしくは減少傾向が定着している。

次に、b（「起業態度有り」グループのTEA）の推移を先進国グループと比較しながら、調査年別に見たものが**図5**である。

国全体のTEAや起業態度有りの全体に占める割合と大きく異なっていることは、2006年以降は、リーマンショックを挟んでも日本の方が先進国グループよりも一貫して水準が高いことである。

以上の分析結果から次のことが言える。

第1は、国全体のTEAは、基本法が改正された2年後の2001年からは上昇傾向に転じた。しかし、リーマンショック後は伸び悩んでいる。

第2には、「起業態度を有する」グループの割合は、先進国グループとの差が大きく、この割合の低さが日本の一つの特徴になっている。この割合の差もリーマンショック後に拡大している。

第3には、「起業態度を有する」グループのTEAは、2001年から2005年までは日本が先進国グループを下回る状態が続いたものの、それ以降は日本が先進国グループを逆転し、その差はリーマンショック後も縮小する傾向は見られない。

図4　日本と先進国グループの「起業態度有り」の割合（2001~2019年）

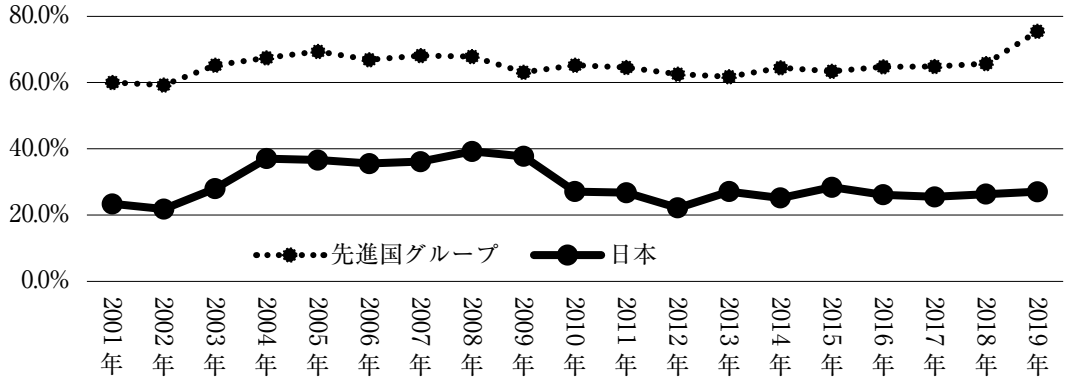
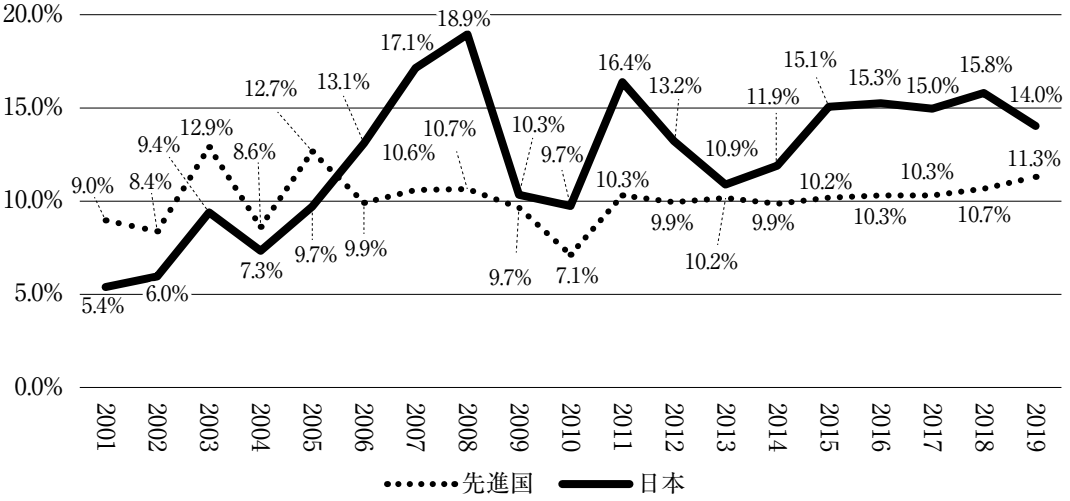


図5　日本と先進国グループの「起業態度有り」グループのTEA（2001~2019年）



このように、日本全体のTEAに影響を与えてきたのは、「起業態度を有する」グループのTEAであり、創業準備段階にある人たちの起業化率が上昇したことが2001年から2008年の現象を説明している。この意味において、中小企業基本法は有効に働いたと解釈できる。しかしながら、2009年以降は、創業準備段階にある人たちの起業化率も頭打ちになりつつあり、「起業態度を有する」グループ自体の拡大がなければ、これ以上の改善を見込むのは難しい状態である。

2　起業態度無しグループの特徴

わが国では、起業態度有りの割合が少ない、つまり起業態度無しの割合が高いことが、他の先進国グループと比較したときの特徴であり、またその割合が変化していないことが2000年代後半以降の起業活動水準の伸び悩みにつながっている。

そこで、限られた属性項目であるが、わが国の起業態度無しのグループの特徴について次に確認しておく。

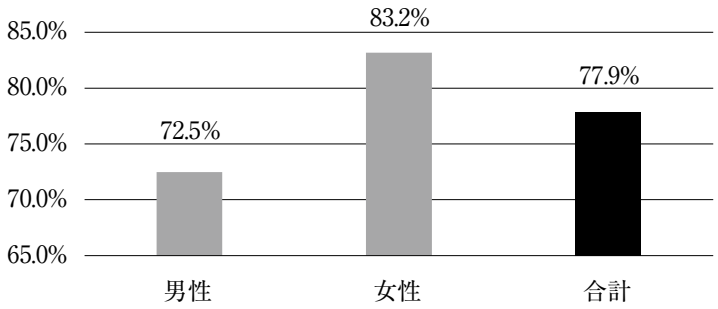
1）性別の分布

性別分布については、女性の方が全体に占める起業態度無しの割合が高くなっている。男女合計では起業態度無しの割合は77.9%であるのに対して、女性は83.2%、男性は72.5%が起業態度無しとなっている（**図6**）。

2）年齢階級別の分布

次に、年齢階級別の特徴を見ると、18-24歳が83.2%となっており、他の年齢階級と比べて高い（**図7**）。先進国グループでは、55-64歳が起業態度無しの割合が最も高いので対照的な結果と言える（**表2**）。

図6　起業態度無しの割合（性別）（日本）



注）図6～図10の「合計」の値は、それぞれサンプル数が異なるので値も異なっている。

図7　起業態度無しの割合（年齢階級別）（日本）

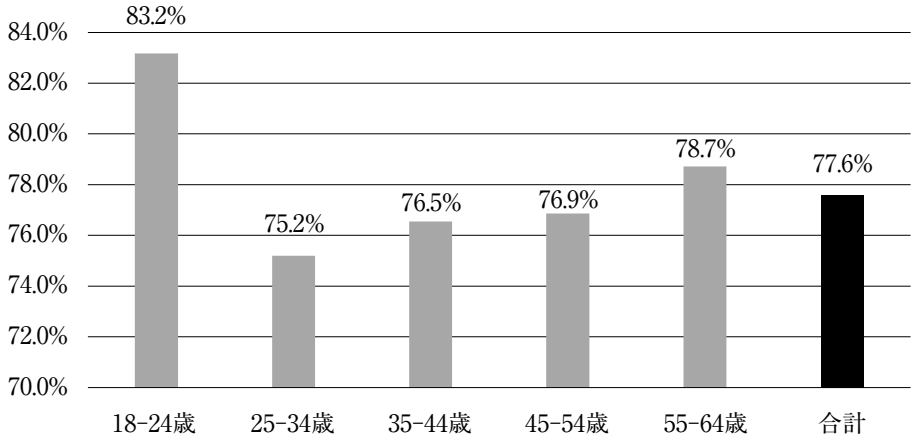


表2　起業態度無しの割合（年齢階級別）（先進国グループとの比較）

	日本	先進国グループ
18-24歳	83.2%	46.5%
25-34歳	75.2%	41.0%
35-44歳	76.5%	43.6%
45-54歳	76.9%	45.1%
55-64歳	78.7%	50.8%
合計	77.6%	45.2%

3）就業形態別の分布

就業形態別に起業態度無しの割合をみると、フルタイムで働いている場合はもっとも低く71.3%であり、専業主婦（主夫）で最も高くなっている（87.4%）（**図8**）。フルタイムで最も低くなっていること、専業主婦（主夫）で最も高くなっているのは、先進国グループでも同様の結果となっている（図表なし）。

4）所得階級別の分布

所得階級別では、所得が低くなるほど起業態度無しの割合が増加する（**図9**）。この傾向も先進国グループと同様の結果である（図表なし）。

図8　起業態度無しの割合（就業形態別）（日本）

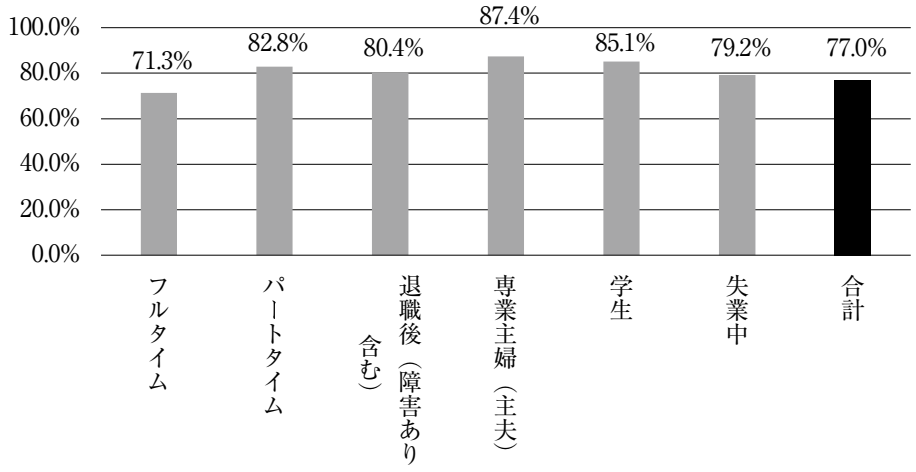
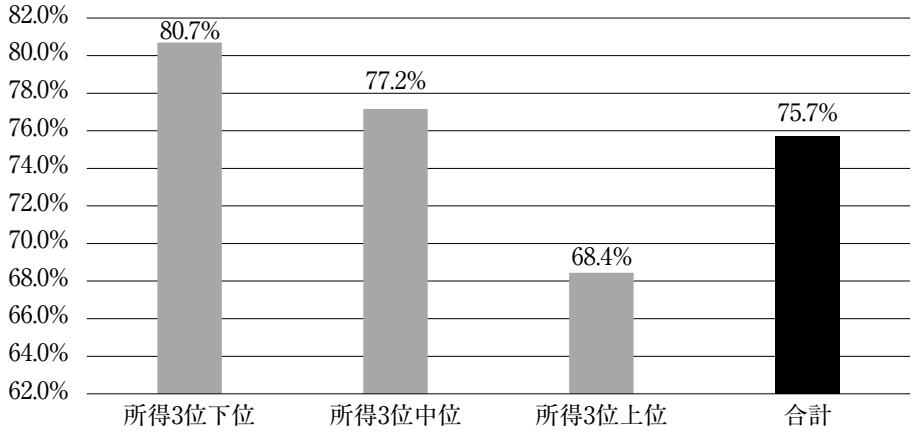


図9　起業態度無しの割合（所得階級別）（日本）

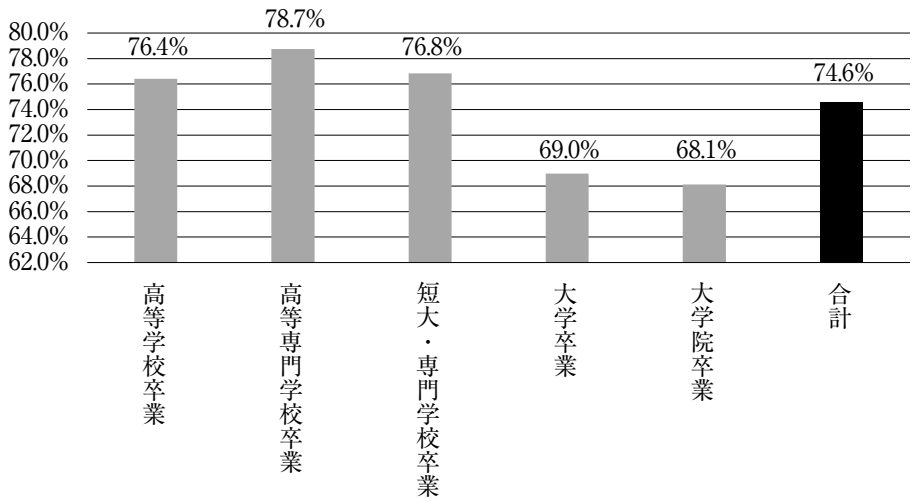


5）最終学歴別の分布

最後に、最終学歴別に起業態度無しの割合をみると、大学卒業、大学院卒業の2つのカテゴリーとそれ以外で大きな違いは生じている（**図10**）。この傾向も先進国グループと共通している（図表なし）。

このように、限られた属性データをみる限り、他の先進国グループと比較した時の起業態度

図10　起業態度無しの割合（最終学歴別）（日本）



無しの分布には、大きな違いはない。あえて言うとすれば、日本の若年層（18-24歳）において起業態度無しの割合が相対的に高い。このことは若い人向けの起業家教育の重要性を示唆しているものの、そもそも全般に起業態度無しの割合が高いことを考えると、特定の属性グループに働きかける政策よりも、すべての属性に働きかける方が実態に合った方法であろう。

3　産業競争力強化法の改正に至った理由と狙い

1）改正産業競争力強化法の狙い

本稿の第1章で述べたように、「起業態度を有する」グループ自体の拡大がなければ、わが国の起業活動がこれ以上の改善を示す可能性は低い。しかも、「起業態度を有する」グループ自体を増やす政策は、改正基本法には盛り込まれていない。

新しい政策が望まれていたところであるが、2018年に産業競争力強化法が改正され、起業態度無しのグループに働きかけ、「起業態度を有する」グループの拡大を目指す政策が実行可能となった。

産業競争力強化法の条文上の改正自体はごくわずかなものであり、**表3**にあるように、第126条の第1項に「創業に関する普及啓発を積極的に行い」という文言が入り、同条第2項では、創業支援事業に「等」が追加され、創業支援「等」事業になったことが創業支援関係の条文の変更点である。

その狙いを市区町村向けのガイドブックでは次のように説明している（**表4**）。

「これまでは創業に向けて準備を行っている者向けの施策に集中していたところです」とあり、次に「我が国は、創業に関心がある者に対する創業者の割合は諸外国と比較しても高水準である一方、創業に関心がある者の割合が低いというデータがあります」と本稿で示したデータを踏まえた改正であることに触れている。そして「創業に対する 国民の理解及び関心を深めるため、「創業支援事業」の概念を拡大させて新たに「創業支援等事業」として規定し、

「創業支援等事業」に創業に関する普及啓発を行う事業（創業機運醸成事業）も含めることとしています」と言っている。

改正された条文からだけでは、その真意を読み取ることは難しいが、ガイドブックなどの解説を通して、改正産業力強化法の狙いが「起業態度有り」グループを増やすことであることは明らかである。

表3　産業競争力強化法の改正内容（抜粋）

改正産業競争力強化法（2018年7月9日施行）	産業競争力強化法（2014年1月20日施行）
第百二十六条　経済産業大臣及び総務大臣は、創業支援等事業により創業を適切に支援し、及び**創業に関する普及啓発を積極的に行い**、中小企業の活力の再生に資するため、創業支援等事業の実施に関する指針（以下この条及び次条第四項第一号において「実施指針」という。）を定めるものとする。 2　実施指針においては、次に掲げる事項について定めるものとする。 一　創業支援**等**事業による創業の促進に関する目標の設定に関する事項 二　創業支援**等**事業の実施方法に関する事項 三　創業支援**等**事業の実施に関して市町村（特別区を含む。以下同じ。）が果たすべき役割に関する事項	第百十二条　経済産業大臣及び総務大臣は、創業支援事業により創業を適切に支援し、中小企業の活力の再生に資するため、創業支援事業の実施に関する指針（以下この条及び次条第四項第一号において「実施指針」という。）を定めるものとする。 2　実施指針においては、次に掲げる事項について定めるものとする。 一　創業支援事業による創業の促進に関する目標の設定に関する事項 二　創業支援事業の実施方法に関する事項 三　創業支援事業の実施に関して市町村（特別区を含む。以下同じ。）が果たすべき役割に関する事項

注）太字かつ二重線の下線部が変更箇所である。

表4　産業競争力強化法改正の目的（抜粋）

問1. 法改正の目的はどのようなものですか。
○開業率の上昇に直接的に資する施策を優先する観点から、**これまでは創業に向けて準備を行っている者向けの施策に集中**していたところです。
○また、我が国は、創業に関心がある者に対する創業者の割合は諸外国と比較 しても高水準である一方、**創業に関心がある者の割合が低いというデータ**があります。
○開業率の更なる向上を目指して、創業に対する国民の理解及び関心を深める ため、創業の普及啓発に関する取組を促進することとしました。
問2. 法改正の概要はどのようなものですか。
○産業競争力強化法に基づく創業支援スキームは維持した上で、創業に対する 国民の理解及び関心を深めるため、「創業支援事業」の概念を拡大させて**新たに「創業支援等事業」として規定し、「創業支援等事業」に創業に関する普及啓発を 行う事業（創業機運醸成事業）も含める**こととしています。
○また、「創業支援事業計画」も新たに「創業支援等事業計画」とし、同計画の中 に創業機運醸成事業を位置づけられることとしています。

資料：中小企業庁 創業・新事業促進課＆総務省 地域政策課（2019年7月）「産業競争力強化法における市区町村による 創業支援／創業機運醸成のガイドライン」53ページ
注）太字かつ二重線の下線部は筆者によるものである

2）取り組む自治体は2割に満たない

「起業態度を有する」グループ拡大への取り組みは、創業機運醸成事業と呼ばれているが、その取組みは始まったばかりである。2013年に、現行の産業競争力強化法が成立し、それを受けて創業支援事業がスタートした。これは、市区町村が策定した創業支援等事業計画を国が認定するものであり、2020年12月23日現在1460市町村による1303事業が認定されており、2020年3月末（令和元年度）時点の実績として、179,891人に支援を行い、そのうち37,865人が起業したという報告がある。

その一方で、創業機運醸成事業に手を挙げている自治体による事業数は2020年12月23日時点で186にとどまっている。**図11**は、都道府県別に創業支援事業数と創業機運醸成事業数を見たものであるが、創業機運醸成事業数の少なさがすべての都道府県で確認できる。

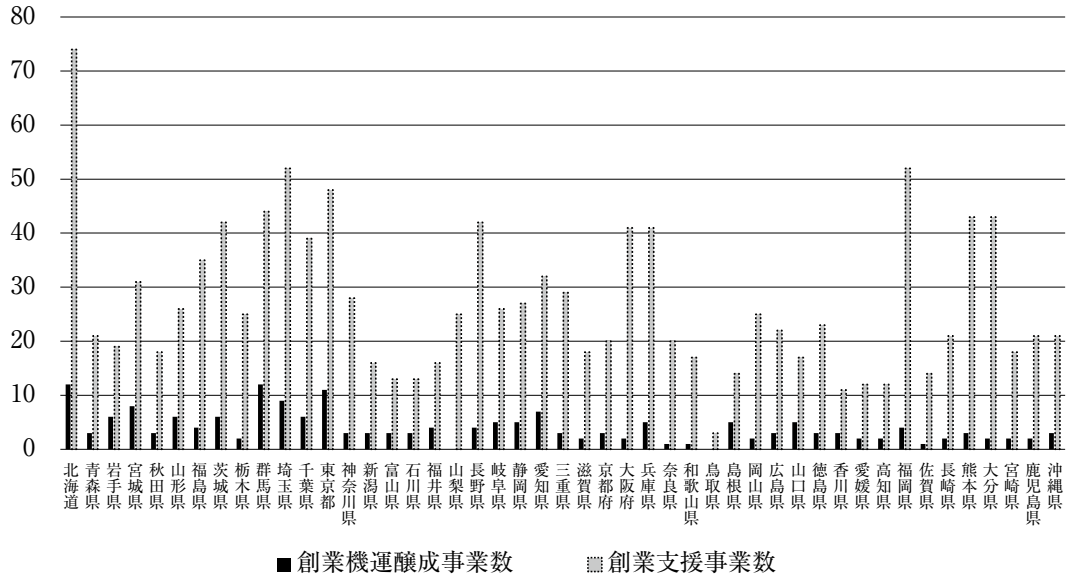
3）混ぜる、繋ぐ、広げる、支える

創業機運醸成事業を通して、「起業態度を有する」グループの拡大を目指すということは、働きかけの対象は「起業態度無し」のグループになり、支援対象の特定化が難しいという問題がある。そのため、小中高校生などを対象とする起業家教育事業の推進、ビジネスプランコンテストの実施などが取組みの中心となりがちである。もちろん、小中高生に対する起業家教育は重要であり、ここを避けて通ることはできない。

しかし、その一方で、社会人を対象とした創業機運醸成事業も同様に重要である。現在、創業機運醸成事業に取り組んでいる市町村の計画書をみても、それらのほとんどが学生を対象としている。

しかし、社会人を対象として一定の成果を上げている取組み事例もあり、ここでは滋賀県の

図11　都道府県別創業支援事業数と創業機運醸成事業数（2020年12月23日現在）



資料：中小企業庁創業新事業促進課調べ

事例を紹介して、その活動のエッセンスを伝えたい。

①混ぜる

第1には、混ぜることである。社会人を対象に創業機運醸成事業に取り組む場合に苦労することは政策対象者の特定化である。しかし、これは、「起業態度を有しない」人たちだけを集めようとするために起こることでもある。発想を変えて、起業態度を有しない人、起業態度を有している人、そして起業活動を始めたばかりの人も参加できるようにすることも有効である。そして、起業プロセスのいくつかの段階の人が「混じる」ことができるような場を用意しているのが、滋賀県産業支援プラザで展開しているビジネスカフェである。その中の一つでは、インキュベーションマネジャー（以下、IM）の資格を持つ喫茶レストランのオーナーが、自らの営業スペースを開放して、複数の起業段階にある人が関心を持ちそうなテーマを設定して、さまざまな人が集まる場を提供している。

②繋ぐ

第2には、繋ぐことである。起業に関心を持った人に、いきなり創業融資制度の紹介や独立した事務所の提供をするのではなく、月5,000円程度の家賃のコワーキングスペースなどを用意することである。敷居の低い場所の用意があれば、そこで自分のアイデアに本当に顧客が付くのかを判断する機会になる。滋賀県はここでも「混ぜる」発想を生かして、2020年には、滋賀県産業支援プラザが入居しているビルの1階に「Biz Baseコラボ21」というコワーキングスペースを設け、ここでは一般企業に勤めるテレワークの人も利用できるようになっている。

③広げる

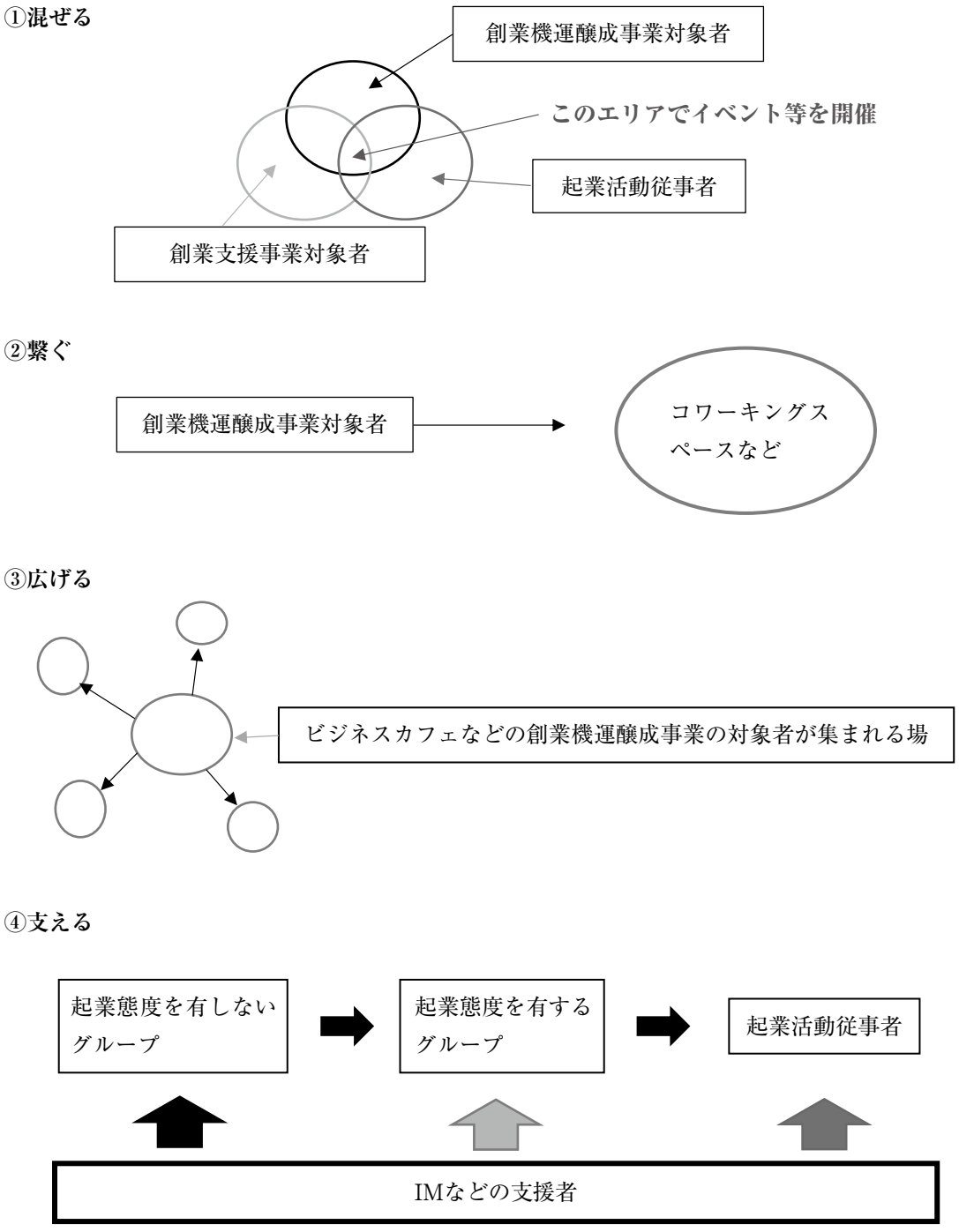
第3には、同様の機能を持った場所を県内に「広げる」ことである。最初は、滋賀県草津市の駅ビルの地下、そして同市内の喫茶レストランだけであったものが、今では大津市、米原市、能登川町などでも開催されるようになっている。

④支える

第4には、このような一連の取組みを「支える」人材の育成である。どのような人材を育成するかは地域によって異なるが、滋賀県の場合は、2004年からIMの育成に力をいれ、最近では2015年から2017年にかけて「第二期　滋賀県IM養成研修」を行い、地域の創業支援力の強化を図っている。

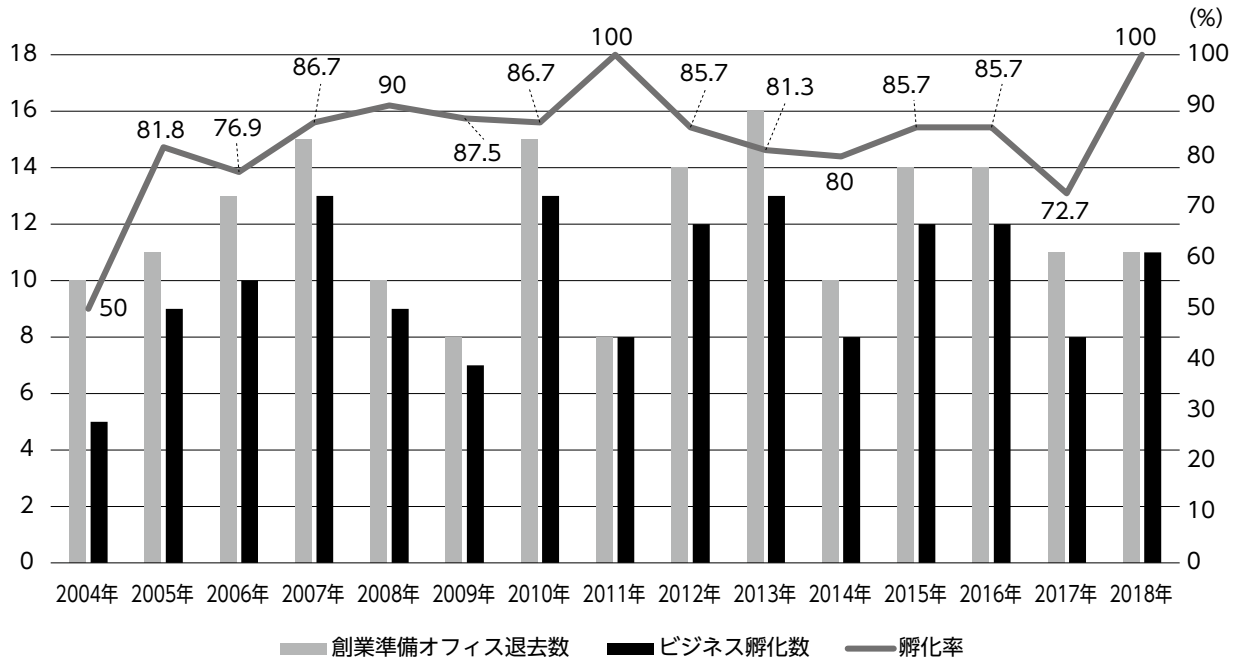
以上を図で表すと、次のようになる（**図12**）。

図12　創業支援　滋賀モデル



滋賀県産業支援プラザは、以上のスキームによって、着実に起業活動支援で実績をあげており、**図13**にあるように、創業準備オフィスからの孵化率（事業化率）も、安定して高い割合を維持している。

図13　滋賀県産業支援プラザの創業準備オフィスからの孵化率の推移



このように、改正基本法は起業活動の活性化に一定の貢献をしたものの、「起業態度を有する」グループの拡大に影響を与えることはできなった。2018年の改正産業競争力強化法によって、「起業態度を有する」グループの拡大を目指した政策の実行、つまり創業機運醸成事業が実施できるようになった。しかしながら、現時点では、創業機運醸成事業に参加する自治体は多くない。その原因の一つとして、政策対象の特定化等の課題があるが、滋賀県などの先行自治体の成功事例もある。今後は、成功事例に学びつつ、各自治体の実態に合った政策プロブラムの策定・実行が求められる。

【参考文献】

○清成忠男（2009）『日本中小企業政策史』有斐閣

○財団法人一ツ橋文芸教育振興会・財団法人日本青少年研究所（2013）「高校生の進路と職業意識に関する調査」財団法人日本青少年研究所

○高橋徳行（2005）『起業学の基礎』勁草書房

○高橋徳行（2009）「起業活動の新しい捉え方」日本ベンチャー学会『日本ベンチャー学会誌』第14号、pp.3-12

○高橋徳行・磯辺剛彦・本庄裕司・安田武彦・鈴木正明（2013）「起業活動に影響を与える要因の国際比較分析」経済産業研究所、RIETI Discussion Paper Series 13-J-015

○高橋徳行（2013）「起業態度と起業活動」日本ベンチャー学会『日本ベンチャー学会誌』第21号、pp.3-10

○高橋徳行（2014）「起業家教育のスペクトラム」『ビジネスクリエーター研究』ビジネスクリエーター研究学会第5号、pp.97-112

○高橋徳行（2017）「リーマンショック後に生じた日本の起業活動の変化」企業家研究フォーラム『企業家研究』第14号、pp.83-91

○高橋徳行（2019）「日本の起業意識と起業活動」『やさしい経済学』日本経済新聞社（2019年4月9日より6回連載）

○高橋徳行（2000）「新しい創業支援策の誕生とその背景」武蔵大学論集　第67巻　第1・2・3・4号、pp.9-19

○松田尚子・松尾豊（2013）「起業家の成功要因に関する実証分析」経済産業研究所、RIETI Discussion Paper Series 13-J-064

○ Allen, Elaine I. and Nans S.Langowitz（2011）"Understanding the Gender Gap in Entrepreneurship: A Multicounty Examination" in Minniti Maria（Eds.）, The Dynamics of Entrepreneurship, Oxford University Press, pp.31-55

○ Brush, Candida G. *et al*（2002）, The role of social capital and gender in linking financial suppliers and entrepreneurial firms: a framework for future research, *Venture Capital*, Vol.4, pp.305-323

○ Davidsson,Per（2008）*The Entrepreneurship Research Challenge*, Edward Elgar Publishing

○ Greve, Arent, and Janet W. Salaff（2003）"Social Networks and Entrepreneurship." Journal of Entrepreneurship Theory and Practice, Vol.28, No.1, pp.1-22

○ Kelley, Donna.et al（2012）, "2012 Global Report", Global Entrepreneurship Research

○ Reynolds, Paul D. and Sammis B.White（1997）The Entrepreneurial Process: Economic Growth, Men, Women, and Minorities, Quorum Books

○ Story, David J（1994）, *Understanding the Small Business Sector*, Thomson Business Press（忽那憲治・安田武彦・高橋徳行訳（2004）『アントレプレナーシップ入門』有斐閣）

論　　文

2021年版中小企業白書・小規模企業白書の概要

「危機」を乗り越え、再び確かな成長軌道へ

瀧　澤　宏　也
（中小企業庁事業環境部調査室
行　政　事　務　研　修　員）

2021年版中小企業白書

2021年版小規模企業白書

＜2021年版中小企業白書・小規模企業白書の主なポイント＞

中小企業白書・小規模企業白書第1部では、我が国経済の動向について概観するとともに、感染症の影響を踏まえた中小企業・小規模事業者の動向及び中小企業・小規模事業者を取り巻く経営環境について分析した。また、中小企業の実態は、業種や経営組織によって極めて多様であることを確認した。

中小企業白書第2部では、この危機を乗り越えるために重要な取組について分析した。中小企業の財務基盤と経営戦略においては、中小企業の財務に対する意識と業績との関係等を分析し、財務の安全性を確保し、時代の変化に合わせて経営戦略の見直しに取り組むことの重要性を指摘した。また、中小企業におけるデジタル化の重要性が急速に高まっていることを指摘し、デジタル化を成功させる上で重要となる取組に着目して分析した。さらに、感染症の影響や経営者の高齢化により、廃業のリスクも高まる中で、技術や人材を引き継いでいくために重要となる事業承継等の進展状況や、M&Aを活用した規模拡大・新事業展開の取組について分析した。

小規模企業白書第2部では、感染症流行下においても地域経済の活性化やSDGsの取組に貢献している小規模事業者の事例を取り上げつつ、感染症をきっかけとした社会変容のトレンドや消費者の新たなニーズを的確につかみ、販路開拓や新事業の創出につなげていくことの重要性を指摘した。加えて、商工会・商工会議所による経営相談等の実態や感染症流行下における小規模事業者への支援について分析した。

なお、中小企業庁HP内にて本白書の解説動画を掲載しており、ご関心のある読者にはぜひご覧いただければ幸いである。

2021年版中小企業白書の構成

第1部　令和2年度（2020年度）の中小企業の動向

　第1章　中小企業・小規模事業者の動向

　第2章　中小企業・小規模事業者の実態

　第3章　中小企業・小規模事業者政策の方向性

第2部　危機を乗り越える力

　第1章　中小企業の財務基盤と感染症の影響を踏まえた経営戦略

　第2章　事業継続力と競争力を高めるデジタル化

　第3章　事業承継を通じた企業の成長・発展とＭ＆Ａによる経営資源の有効活用

2021年版小規模企業白書の構成

第1部　令和2年度（2020年度）の小規模事業者の動向

　第1章　中小企業・小規模事業者の動向

　第2章　中小企業・小規模事業者の実態

　第3章　中小企業・小規模事業者政策の方向性

第2部　消費者の意識変化と小規模事業者の底力

　第1章　小規模事業者を取り巻く環境の変化と対応

　第2章　経営環境の変化に強い小規模事業者の特徴

　第3章　感染症流行下の商工会・商工会議所の取組と小規模事業者支援

はじめに

「2021年版中小企業白書・小規模企業白書」（以下、「白書」）では、新型コロナウイルス感染症が中小企業・小規模事業者に与えた影響をきめ細かく分析し、その実態を明らかにするとともに、危機を乗り越えるために重要となる取組や、経営者の参考になるデータや事例を豊富に掲載している。本稿では、白書の概要について紹介する。

令和2年度（2020年度）の中小企業の動向

中小企業・小規模事業者の動向

（中小企業白書第1部第1章）

本章では、我が国経済の動向について概観するとともに、中小企業・小規模事業者の動向及び中小企業・小規模事業者を取り巻く経営環境について考察している。

◆我が国経済の現状

2020年は、新型コロナウイルス感染症（以下、「感染症」という。）の世界的流行に伴い、我が国経済には未曽有の事態が生じた。実質GDP成長率の推移を確認すると、2020年は前年比4.8％減となり、2019年を大きく下回った。2020年を通じた動きを見ると、2020年第1四半期及び第2四半期はマイナス成長が続いた。特に、2020年第2四半期は、感染拡大防止のための外出自粛等による内需の下押しや主要貿易相手国での経済活動の停止等による外需の大幅な減少により、前期比8.3%減となった。その後、国内外における社会経済活動の段階的な引上げに伴い、2020年第3四半期は前期比5.3%増、第4四半期は前期比2.8%増と2四半期連続のプラス成長となった。

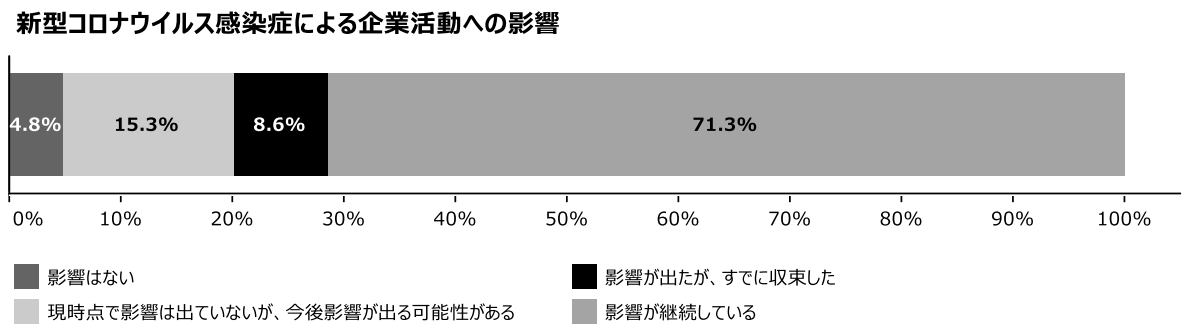
◆中小企業・小規模事業者の現状

次に、感染症による中小企業の企業活動への影響について確認する（**第1図**）。これを見ると、感染症の流行により多くの中小企業が影響を受けていることが分かる。

中小企業の業況について、業種別に業況判断DIを確認すると、建設業を除き、2020年第2四半期はリーマン・ショック時を下回る水準となり、その後はいずれの業種においても回復傾向で推移したが、2021年第1四半期は卸売業、小売業、サービス業で業況判断DIが低下した。

次に、中小企業の投資の動向を確認すると、中小企業の設備投資は、2016年以降はほぼ横ばいで推移してきたが、2020年に入ると減少傾向で推移している。一方で、中小企業のソフトウェア投資は、2020年に入っても横ばいで推移した。また、中小企業のソフトウェア投資比率について見ると、設備投資が減少傾向となった一方で、ソフトウェア投資は横ばいを維持し

第1図　新型コロナウイルス感染症による企業活動への影響（中白第1-1-11図）



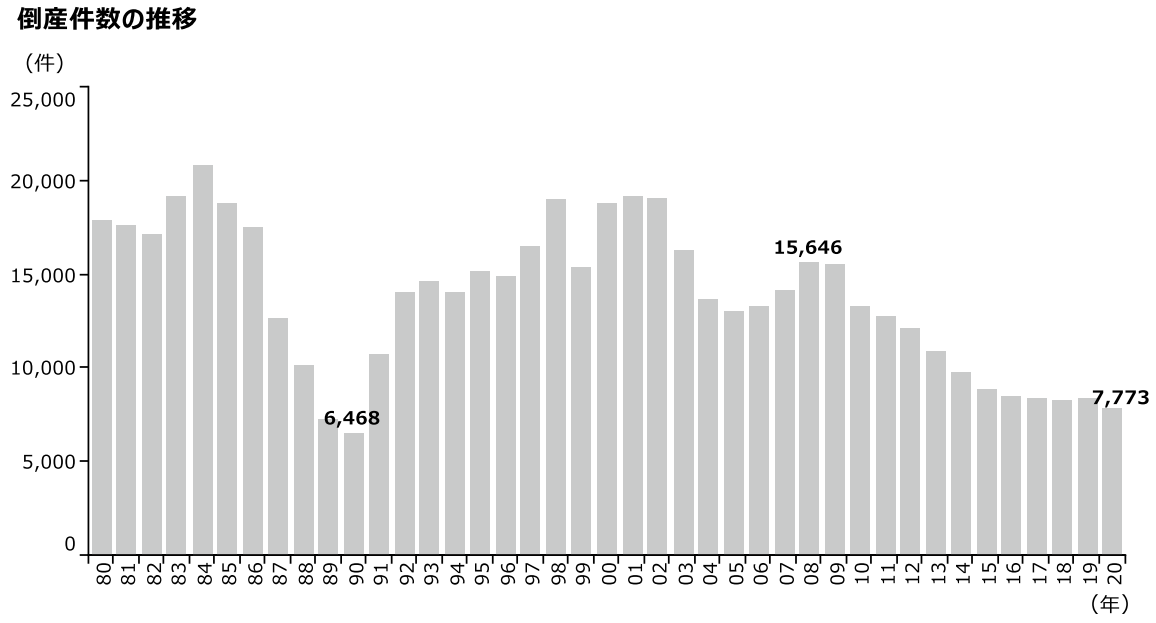
資料：（株）東京商工リサーチ「第14回新型コロナウイルスに関するアンケート調査」（2021年3月）
（注）資本金1億円未満の企業を集計したもの。

たため、足元で上昇傾向に転じている。

続いて、中小企業の資金繰りDIの状況を確認すると、感染症流行による売上げの急激な減少と、それに伴うキャッシュフローの悪化により、2020年第2四半期に大きく下落した。これはリーマン・ショック時を大きく上回る下落幅となったが、第3四半期には大きく回復した。足元では、資金繰りDIは再び低下している。

一方で、倒産件数の推移について確認すると、我が国の倒産件数は、2009年以降は減少傾向で推移してきた中で、2020年は資金繰り支援策などの効果もあり30年ぶりに8,000件を下回る水準となった（**第2図**）。また、業種別に2020年の倒産状況を確認すると、感染症の流行によるインバウンド需要の消失や外出自粛などで大きな影響を受けた「サービス業他」を除く業種では、2020年の倒産件数が前年を下回った。さらに、前年を上回った「サービス業他」の内訳を見ると、「宿泊業」や「飲食業」において倒産が前年比で増加となっている。

第2図　倒産件数の推移（中白第1-1-36図）

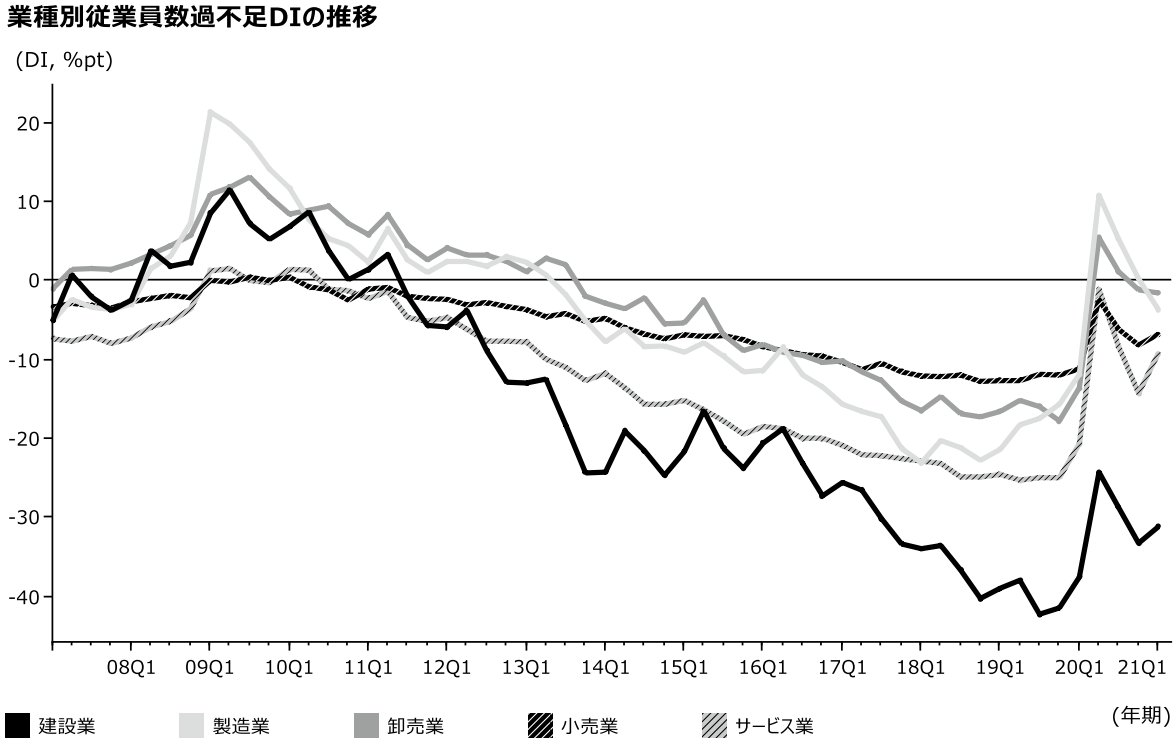


資料：（株）東京商工リサーチ「全国企業倒産状況」
（注）1. 倒産とは、企業が債務の支払不能に陥ったり、経済活動を続けることが困難になった状態となること。また、私的整理（取引停止処分、内整理）も倒産に含まれる。
2. 負債総額1,000万円以上の倒産が集計対象。

◆雇用の動向

始めに、中小企業の雇用をめぐる状況について、業種別に従業員の過不足状況を確認する（**第3図**）。これを見ると、2013年第4四半期に全ての業種で従業員数過不足DIがマイナスになり、その後は人手不足感が強まる傾向で推移してきた。2020年に入ると、この傾向が一転して、第2四半期には急速に不足感が弱まった結果、製造業と卸売業では従業員数過不足DIがプラスとなった。足元では、いずれの業種でも従業員数過不足DIはマイナスで推移している。

第3図　業種別従業員数過不足DIの推移（中白第1-1-55図）



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) 従業員数過不足数DIとは、従業員の今期の状況について、「過剰」と答えた企業の割合（%）から、「不足」と答えた企業の割合（%）を引いたもの。

続いて、企業の大卒予定者についての人材確保状況について見ていく。まず、従業者数300人以上の企業では、就職希望者数が減少したものの、求人数も減少したため、2021年卒においても求人倍率は1倍を下回る状態が続いた。従業者数299人以下の企業では、求人数が減少した一方で、就職希望者数が大幅に増加したことによって、求人倍率は2020年卒の8.6倍から2021年卒の3.4倍に大きく低下した。依然として、求人数が就職希望者数を上回る状態は続いているものの、人手不足の課題を抱える中小企業にとっては、大卒の人材を確保しやすい状況に移りつつあると考えられる。

次に、業種別の人員の過不足状況を確認すると、「サービス業」において人員が「不足」と回答した企業が約5割と、相対的に多くなっている。中小企業・小規模事業者の一部では依然として人手不足の状況が続いていることが確認される。

◆取引環境と企業間取引の状況

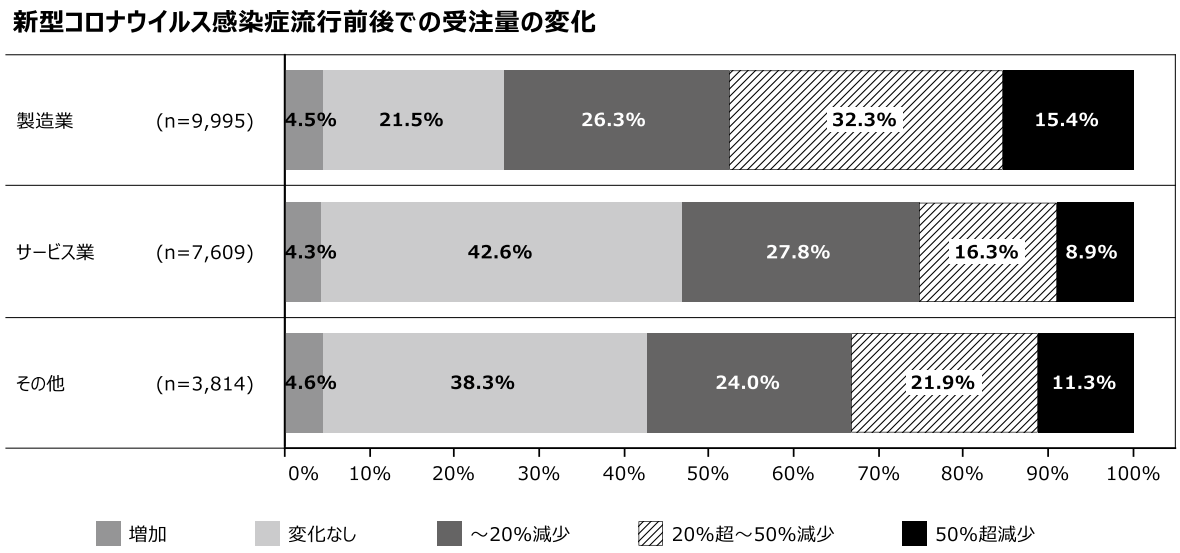
感染症が企業間取引に与えた影響や、取引適正化に向けた現状と課題について考察する。始めに、最も多く取引をしている販売先との取引において、感染症流行前後の受注量の変化を業種別に確認する（**第4図**）。これを見ると、「製造業」で7割以上、「サービス業」、「その他」で5割以上の企業が、受注量が減少したと回答している。また、受注量が50%超の減少となった企業はいずれの業種でも、1割程度存在して

いる。

また、最も多く取引をしている販売先との取引において、感染症流行前後の受注単価の変化を見ると、いずれの業種でも8割以上の企業が受注単価は「変化なし」と回答している。一方で、受注単価が減少した企業も1割程度存在している。

さらに、最も多く取引をしている販売先との取引において、感染症流行前後の決済条件の変化を見ると、ほとんどの企業で決済条件は変わっていない。ここまでの結果から、感染症流行による需要減少によって、取引先からの受注量の減少は多くの企業で生じたものの、それに伴う取引条件の悪化は一部の企業にとどまったことが分かる。

第4図　新型コロナウイルス感染症流行前後での受注量の変化（中白第1-1-71図）



資料：(株) 帝国データバンク「取引条件改善状況調査」
(注) 1. 受注側事業者向けアンケートを集計したもの。
2. 最も多く取引をしている販売先との取引について、新型コロナウイルス感染症流行後、最も影響を受けた月とその前年同月を比較したもの。

中小企業・小規模事業者の実態

（中小企業白書第1部第2章）

本章では、我が国の中小企業・小規模事業者の多様性を示すとともに、重要な論点となっている労働生産性及び開廃業の状況について確認している。

◆中小企業・小規模事業者の労働生産性

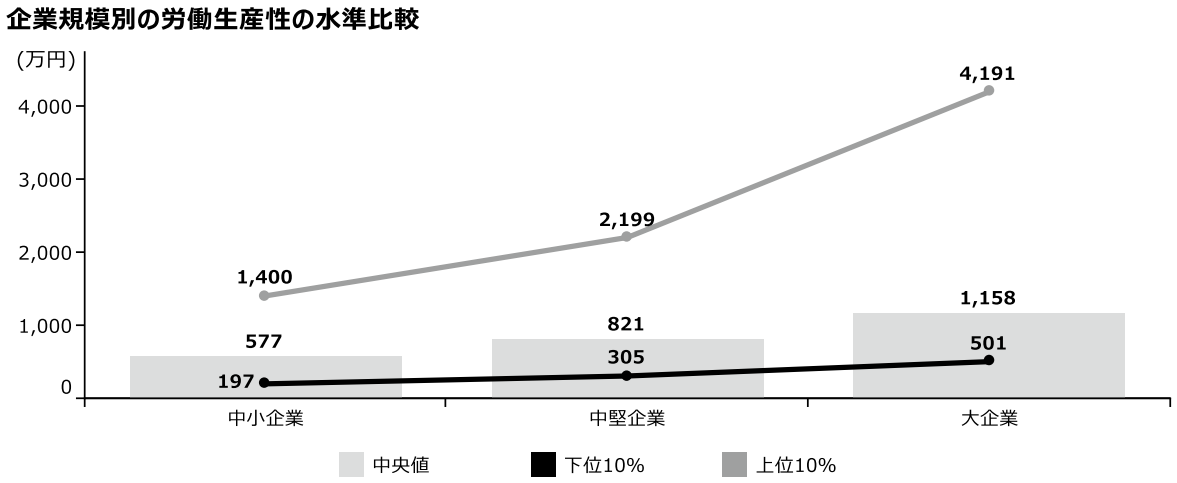
将来的に人口減少が見込まれる中、我が国経済の更なる成長のためには、企業全体の99.7％を占める中小企業の労働生産性を高めることが重要である。企業規模別[1]に、従業員一人当たり付加価値額（労働生産性）[2]の推移を見ると、

1 ここでは、資本金10億円以上の企業を「大企業」、資本金1億円以上10億円未満の企業を「中堅企業」、資本金1億円未満の企業を「中小企業」としている。
2 労働生産性の算出に当たっては、厳密には分母を「労働投入量」（従業員数×労働時間）とする必要があるが、本白書ではデータ取得の制約等から、分母に「従業員数」を用いている点に留意されたい。

中小企業の労働生産性は製造業、非製造業共に、大きな落ち込みはないものの、長らく横ばい傾向が続いている。

次に、企業規模別に上位10%、中央値、下位10%の労働生産性の水準を確認する。これを見ると、いずれの区分においても、企業規模が大きくなるにつれて、労働生産性が高くなっている。しかし、中小企業の上位10%の水準は大企業の中央値を上回っており、中小企業の中にも高い労働生産性の企業が一定程度存在していることが分かる（**第5図**）。こうした労働生産性の高い中小企業を増やしていくことが今後人口減少に直面する我が国にとって重要であるといえよう。

第5図　企業規模別労働生産性の水準比較（中白第1-2-12図）

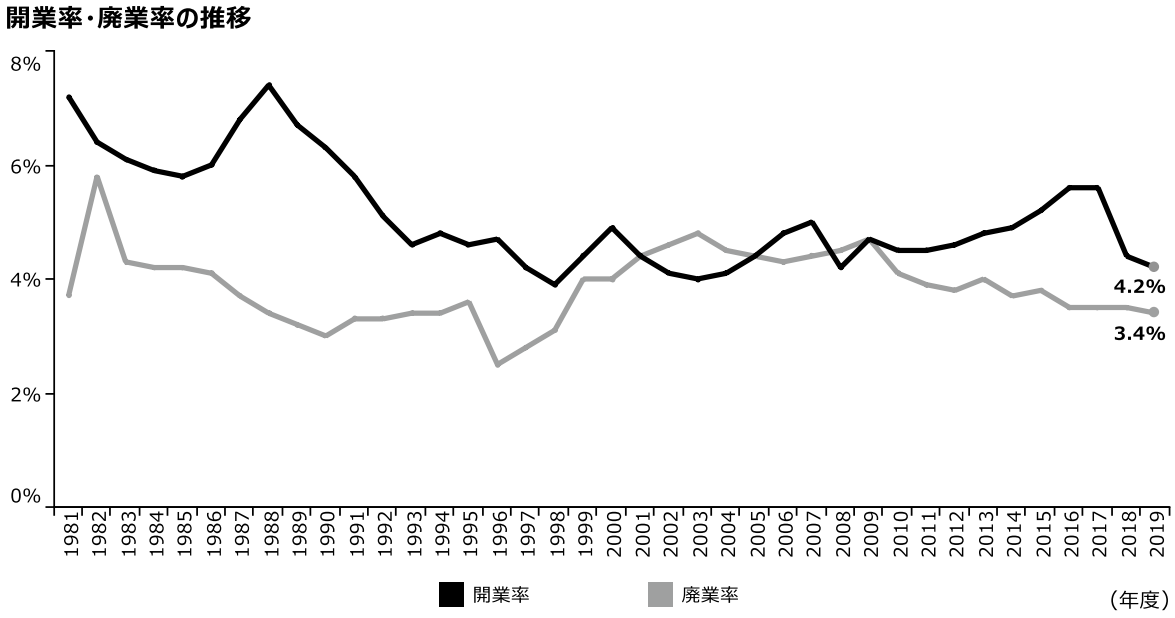


資料：財務省「令和元年度法人企業統計調査年報」再編加工
（注）非一次産業を集計対象としている。

◆開廃業の状況

我が国の開業率は、1988年をピークとして低下傾向に転じた後、2000年代を通じて緩やかな上昇傾向で推移してきたが、足元では再び低下傾向となっている。廃業率は、1996年以降増加傾向で推移していたが、2010年からは低下傾向で推移している（**第6図**）。また、諸外国の開廃業率の推移と比較すると、各国ごとに統計の性質が異なるため、単純な比較はできないものの、我が国の開廃業率は相当程度低水準であり、中小企業全体の生産性を向上させていく上での課題と考えられる。

第6図　開業率・廃業率の推移（中白第1-2-17図）



資料：厚生労働省「雇用保険事業年報」のデータを基に中小企業庁が算出
（注）1. 開業率は、当該年度に雇用関係が新規に成立した事業所数／前年度末の適用事業所数である。
2. 廃業率は、当該年度に雇用関係が消滅した事業所数／前年度末の適用事業所数である。
3. 適用事業所とは、雇用保険に係る労働保険の保険関係が成立している事業所数である（雇用保険法第5条）。

中小企業・小規模事業者政策の方向性

（中小企業白書第1部第3章）

本章では、中小企業・小規模事業者の多様性に着目するとともに、多様性を踏まえた今後の中小企業・小規模事業者政策の方向性について概観している。

2020年版中小企業白書[3]においては、中小企業･小規模事業者の多様性に着目し、中小企業･小規模事業者に期待される役割・機能を、「グローバル展開をする企業（グローバル型）」「サプライチェーンでの中核ポジションを確保する企業（サプライチェーン型）」、「地域資源の活用等により立地地域外でも活動する企業（地域資源型）」、「地域の生活・コミュニティを下支えする企業（生活インフラ関連型）」の四つの類型に分類し、企業の特徴や実態を分析した。

2021年版中小企業白書においては、四つの類型の特徴を確認し、それぞれの類型について成長や支援の在り方を確認している（**第7図**）。

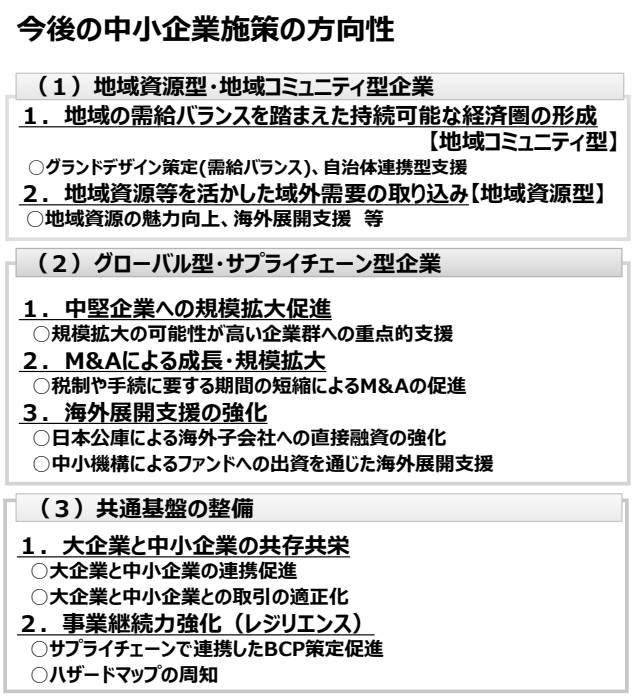
「地域資源型」、「地域コミュニティ型」の企業については、人口減少下における現状の課題や、規模拡大による労働生産性向上ではなく、持続的成長・発展を通じた地域経済や雇用の維持のための支援の方向性について明らかにし、「グローバル型」、「サプライチェーン型」の企業については、中堅企業への成長を通じて海外で競争できる企業を増やすための支援の方向性について確認した。

今後、それぞれの中小企業が目指す姿を実

3　2020年版中小企業白書第1部第4章第2節

現するために必要な支援策の検討を進めていくことが必要である。その際、ウィズ・コロナ、そしてポスト・コロナを見据え、中小企業のIT化・デジタル化を進めていくことは不可欠である。また、いずれの姿を目指すにも、中小企業自身が経営戦略を明確にすることは重要であり、それを促す支援機関ネットワークの構築も課題である。

第7図　今後の中小企業施策の方向性（中白第1-3-6図）



資料：中小企業庁作成

危機を乗り越える力

中小企業の財務基盤と感染症の影響を踏まえた経営戦略

（中小企業白書第2部第1章）

中小企業は、財務や資金繰りの状況に留意しながらも、感染症流行後の事業環境に適応することで、再び成長軌道に戻る取組も並行して進める必要に迫られている。本章では、中小企業の財務基盤・経営戦略について考察している。

◆中小企業の財務基盤・収益構造と財務分析の重要性

まず、企業の資金調達構造の変遷について確認すると、中規模企業の自己資本比率は、1998年度を底に上昇傾向にあり、2019年度時点では42.8%と大企業とほぼ同水準となっている。一方、小規模企業の自己資本比率は、2019年度時点で17.1％と依然として低い水準にある。中規模企業では、過去20年にわたり、借入金への依存度を下げて、財務面の改善を遂げてきたことが分かる。

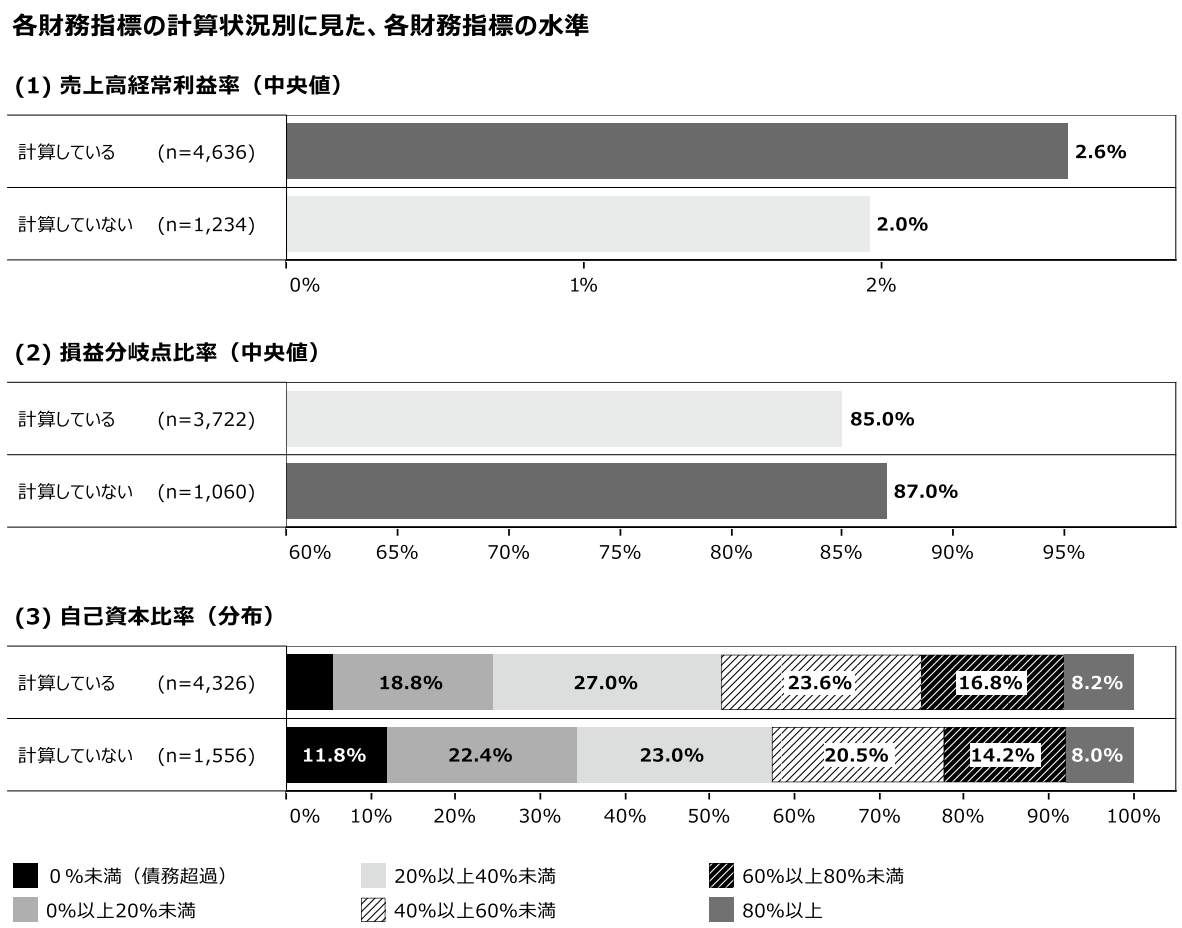
一方で、損益分岐点比率[4]に着目すると、大

4　損益分岐点比率とは、売上高が現在の何%以下の水準になると赤字になるかを表す指標であり、売上高減少に対する耐性を示す。

企業では2019年度時点で60.0％にまで改善している一方、中規模企業では85.1％、小規模企業では92.7％と、改善はしているものの、大企業との格差が大きくなっている。売上高が大きく減少するような局面での耐性は、大企業に比べて低いことが推察される。

続いて、財務指標を計算している企業と計算していない企業で各財務指標の水準に差異があるか確認する(**第8図**)。売上高経常利益率は、計算している企業の方が高く、損益分岐点比率も、計算している企業の方が低い、すなわち売上高の減少への耐性が高いことが分かる。さらに自己資本比率も、計算している企業の方が「債務超過」、「0％以上20％未満」の企業の割合が低く、中小企業自身の財務に対する意識と財務の安全性・収益性との間には密接な関係があるといえる。まずは、中小企業自身が財務・収益の状況について把握することが重要である。

第8図　各財務指標の計算状況別に見た、各財務指標の水準（中白第2-1-21図）



資料：(株) 東京商工リサーチ「中小企業の財務・経営及び事業承継に関するアンケート」

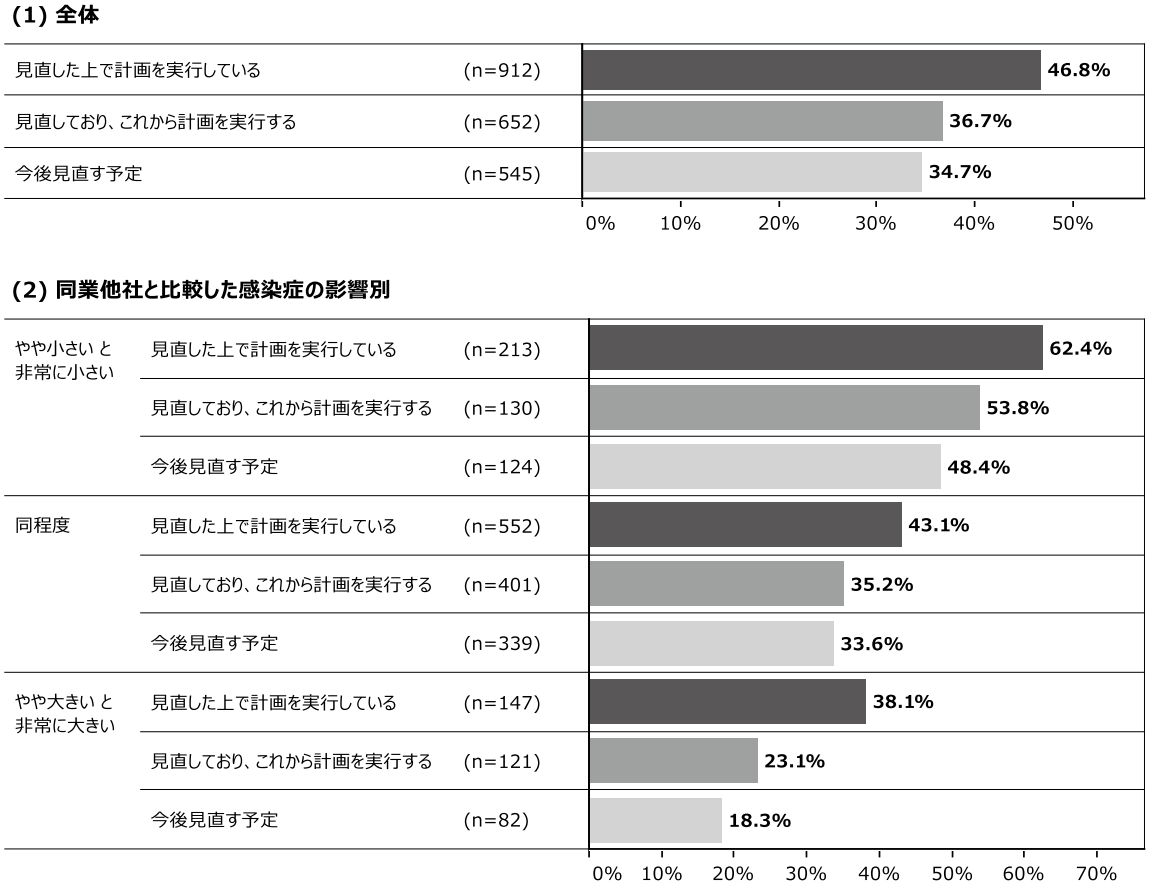
(注) 1.「自社の指標を計算し、経営改善に活かしている」「自社の指標を計算している」と回答した企業を「計算している」、「指標の存在を知っている」「指標の存在を知らない」と回答した企業を「計算していない」として、まとめて集計している。
2. (株) 東京商工リサーチの保有する「財務情報ファイル」(2019年) を基に、各財務指標の水準を算出している。
3. 売上高経常利益率＝経常利益÷売上高
4. 損益分岐点比率＝損益分岐点売上高÷売上高、損益分岐点売上高＝固定費÷(1－変動費÷売上高)、固定費＝人件費（役員報酬、労務費を含む）＋減価償却費、変動費＝売上高－営業利益－固定費
5. 自己資本比率＝純資産÷総資産

◆危機を乗り越えていくために必要な中小企業の取組

経営方針や事業環境などを整理する手法の一つに、経営計画の策定がある。経営計画の策定や運用を通して、自社のおかれた事業環境や、その変化に対して取るべき行動を明確化し、経営改善のPDCAサイクルを回していくことが重要である。感染症流行前における、経営計画の実績の評価や見直しの状況別に、感染症の影響について見ると、経営計画を十分に見直してきた企業の方が、感染症の影響が小さい。

続いて、感染症流行後の経営計画の見直し状況別に、売上高回復企業[5]の割合について確認する（**第9図**）。売上高回復企業の割合は、「見直した上で計画を実行している」と回答した企業で最も高いことが分かる。また、感染症の影響が大きかった企業の中で比較しても、同様に「見直した上で計画を実行している」と回答した企業が最も高いことが分かる。感染症の影響が持続する中で、計画の見直しに一早く取り掛かったかと、売上高が回復しているかの間には、関係があることが推察される。

第9図　感染症流行後の経営計画に対する見直し状況別に見た、売上高回復企業の割合（中白第2-1-92図）



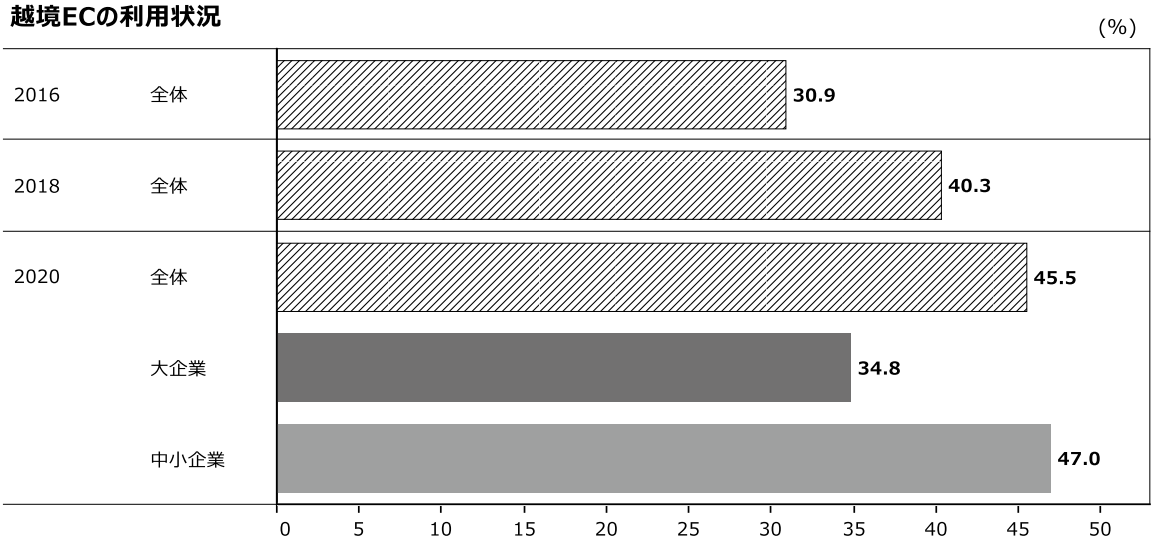
資料：(株) 東京商工リサーチ「中小企業の財務・経営及び事業承継に関するアンケート」
(注) 1. 感染症流行後（4-9月）に売上高が落ち込んだ企業を対象に分析。落ち込み幅が同程度の企業に比べて10-12月期時点の売上高が比較的回復している企業を「売上高回復企業」とした。詳細は付注2-1-1を参照。
2. 感染症流行を契機に経営計画を見直したかをそれぞれ聞いたもの。

5 売上高回復企業とは、感染症流行後に売上高が落ち込んだ企業のうち、その後の回復幅が大きい企業のことを指す。

◆中小企業を取り巻く事業環境の変化への対応

感染症の動向は国ごとに異なり、海外に販路や生産拠点を持つ中小企業には深刻な影響を与えた一方、我が国の人口が減少する中、海外需要獲得は引き続き重要である。感染症流行後の2020年10月に、海外ビジネスの見直し方針について確認したところ、中小企業では「販売戦略の見直し」を回答した企業の割合が高いことが分かった。また、海外販売先を見直していくための手段として有用と考えられるのが越境ECである。今後国内外での販売においてEC利用を拡大する企業の割合について確認すると、中小企業の方が利用拡大意欲が高く、2020年には更に高まっている。加えて、越境ECを利用している割合も2016年以降増加している（**第10図**）。2020年について、企業規模別に見ると、中小企業の方が越境ECを利用している割合が高い。

第10図　越境ECの利用状況（中白第2-1-130図）



資料：（独）日本貿易振興機構「2020年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査」（2021年2月）
（注）販売でECを利用している企業に占める、日本国内から海外への販売にEC（越境EC）を利用している企業の割合を示している。

事業継続力と競争力を高めるデジタル化
（中小企業白書第2部第2章）

本章では、事業継続力の強化及び競争力の強化に向けた中小企業におけるデジタル化の取組について分析している。

◆我が国におけるデジタル化の動向と
中小企業のデジタル化に向けた現状

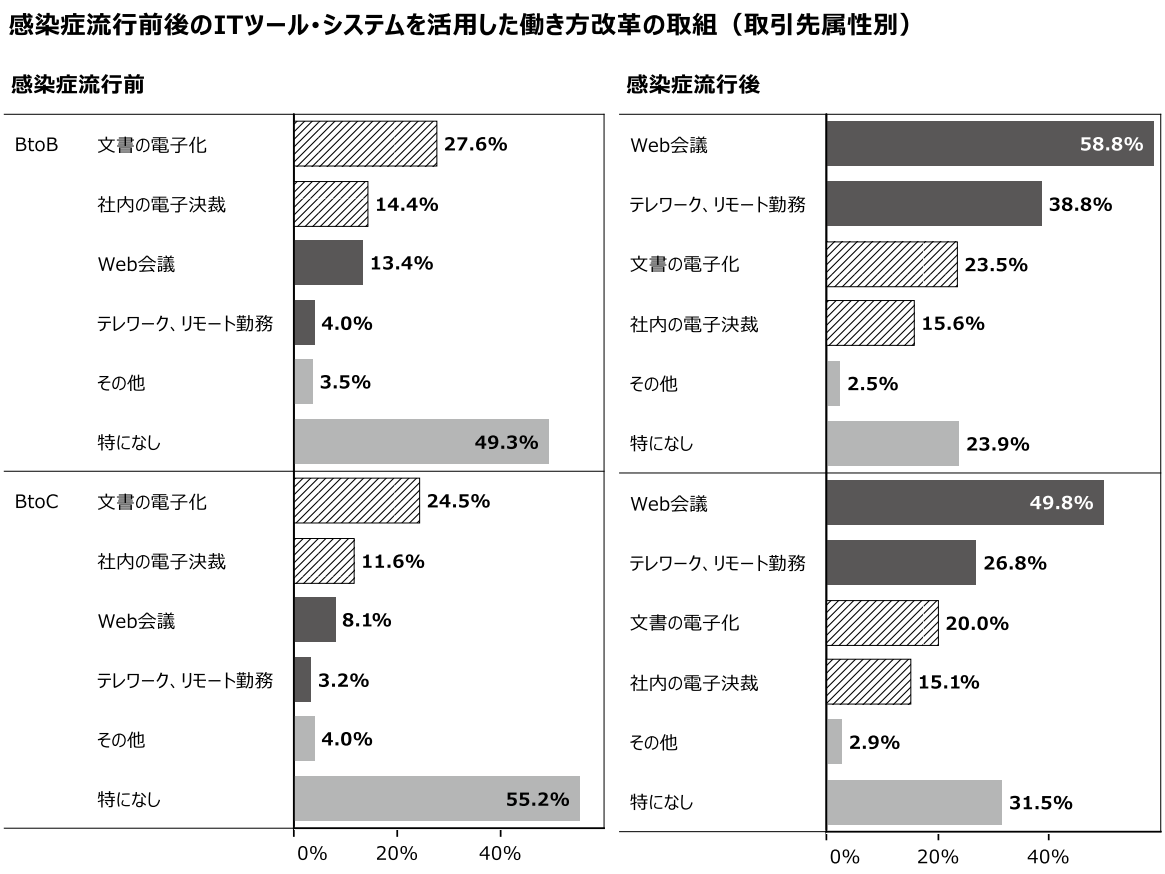
感染症の流行は、企業を事業継続の危機にさらすとともに、我が国においてデジタル化の重要性を再認識させた。感染症流行前後のデジタル化に対する意識の変化を見ると、全産業では、感染症流行後において「事業方針上の優先順位は高い」若しくは「事業方針上の優先順位はやや高い」と回答する割合が6割を超えている。いずれの業種においても感染症流行

後、デジタル化の事業方針における優先順位が流行前に比べて高くなっており、感染症の流行がデジタル化の重要性を再認識させる一つの契機となっている。

感染症流行後に取り組んだITツール・システムを活用した働き方改革の取組を見ると、「Web会議」を挙げる割合が最も高いことが分かる。また、感染症流行を契機に、「テレワーク、リモート勤務」の環境整備が進んでいるものの、「文書の電子化」や「社内の電子決裁」などは進んでおらず、テレワークなどの更なる推進に向けては、様々な課題が散見されると考えられる（**第11図**）。

また、デジタル化における事業継続力の強化に対する意識を確認すると、従業員数が多い企業ほど、事業継続力の強化を意識して、デジタル化に取り組んでいる割合が高い傾向にあり、301人以上の企業では、約7割の企業が意識して取り組んでいる。さらに、事業継続力強化に向けてデジタル化に取り組む企業においては、労働生産性が高い傾向にあり、様々な事業環境の変化に対する適応力を高めることを意識して、デジタル化に取り組む重要性が示唆される。

第11図　感染症流行前後のITツール・システムを活用した働き方改革の取組（取引先属性別）（中白第2-2-10図）

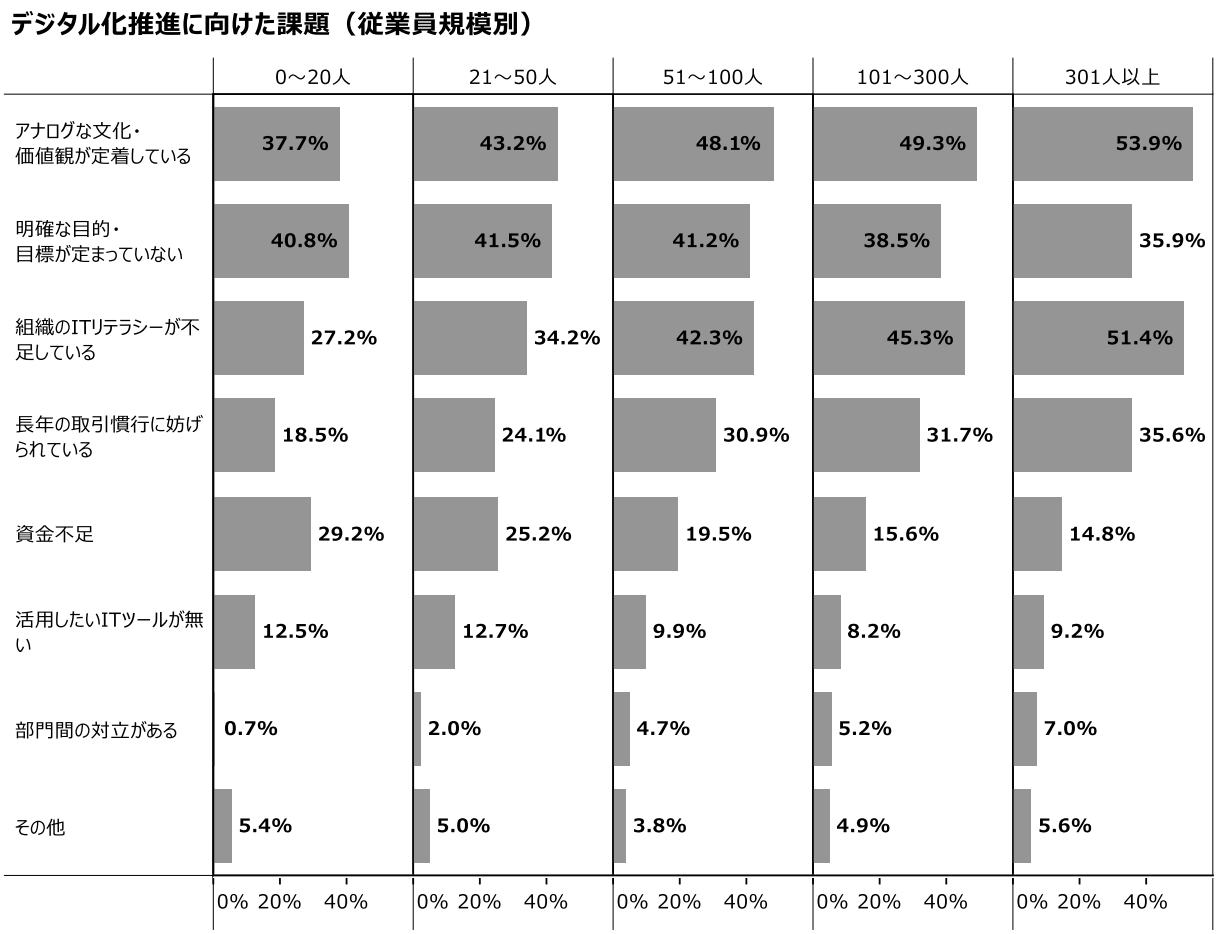


資料：（株）野村総合研究所「中小企業のデジタル化に関する調査」
（注）1. 回答数（n）は以下のとおり。BtoB：n＝4,142、BtoC：n＝596。
2. 感染症流行前後で 10%以上回答が増加した取組を■、10%未満の増加及び回答が減少した取組を▨、その他及び特になしを▩としている。
3. 複数回答のため合計が100%とならない。

◆中小企業のデジタル化推進に向けた課題と組織改革

デジタル化の推進に向けた課題について確認する（**第12図**）。従業員数の多い企業ほど、アナログな文化・価値観の定着や組織のITリテラシー不足、長年の取引慣行といった課題を挙げる傾向にあり、従業員数の少ない企業では、明確な目的・目標が定まっていないことや資金不足といった課題を挙げる傾向にある。デジタル化の推進に当たってはまず、組織における目的・目標を明確化させることが重要であると示唆される。

第12図　デジタル化推進に向けた課題(従業員規模別)（中白第2-2-36図）



資料：(株) 野村総合研究所「中小企業のデジタル化に関する調査」
(注) 1. 各回答数（n）は以下のとおり。0 ～ 50 人：n = 1,796、51 ～ 100 人：n = 1,490、101 人～ 300 人：n = 1,233、301 人以上：n = 284
2. 複数回答のため合計が100%とならない。

続いて、中小企業のデジタル化による成果を上げるための組織改革の必要性について様々な角度から見ていく。

デジタル化に対する社内の意識別に、デジタル化推進による業績への影響を確認すると、デジタル化に取り組むことに対して積極的な文化が醸成されている企業は、プラスの影響を及ぼした割合が75.9%を占めており、デジタル化の推進に当たっては、社内における意識を改善していくことが重要と示唆される。

デジタル化において実施した業務プロセスの見直しの範囲別に見ると、業務プロセスの全体を刷新、若しくは一部を調整した企業は、実施していない企業と比較して、業績にプラスの影響を及ぼした割合が高い。デジタル化を単に推進するだけでなく、デジタル化の取組に合わせて、業務プロセスや社内ルールなどを調整し、社内環境を整えていくことが重要であると示唆される。

また、デジタル化の推進に対する経営者の関与度と労働生産性との関係を見ると、経営者が積極的に関与している企業における労働生産性の平均値が最も高く、次いで、ある程度関与している企業が高い傾向にある。経営者は関与せず、システム部門や現場の責任者などに一任している企業の労働生産性の平均値は、経営者が積極的に関与している企業の86.7%の水準となっている。

さらに、デジタル化に向けた社内の推進体制と労働生産性との関係を見ると、全社的にデジタル化を推進している企業における労働生産性の平均値が最も高い傾向にある。デジタル化の推進に向けては、個別の部署単位で取り組むのではなく、組織全体で一丸となり推進していくことが重要であると示唆される。

事業承継を通じた企業の成長・発展とＭ＆Ａによる経営資源の有効活用

（中小企業白書第２部第３章）

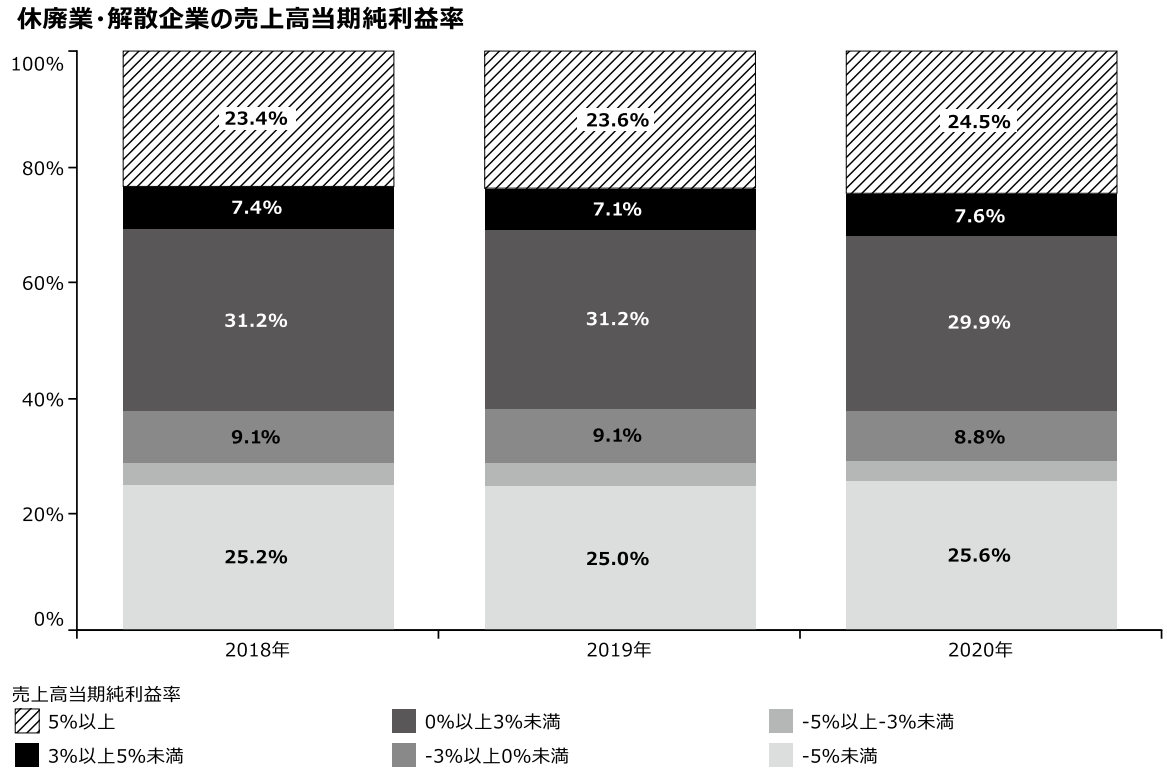
我が国の高齢化の進展に伴い、経営者の高齢化も進む中で中小企業の事業承継は社会的な課題として認識されている。本章では、中小企業の事業承継やＭ＆Ａの動向について分析する。

◆事業承継を通じた企業の成長・発展

休廃業・解散件数は、2019年までは4万件台の半ばで推移していたが、2020年は感染症の影響などにより、4万9,698件となった。近年、経営者の平均年齢は上昇傾向にあり、休廃業・解散件数増加の背景には経営者の高齢化が一因にあると考えられる。

休廃業・解散企業の売上高当期純利益率を見ると、利益率が5％以上の企業が4分の1程度となっており、業績不振企業だけでなく、高利益率企業の廃業が一定数発生していることが分かる（**第13図**）。休廃業･解散企業の中には、経営者自身が事業を継続する意向がない企業も含まれることに留意する必要があるが、一定程度の業績を上げながら休廃業・解散に至る企業の貴重な経営資源を散逸させないためには、意欲ある次世代の経営者や第三者などに事業を引き継ぐ取組が重要である。

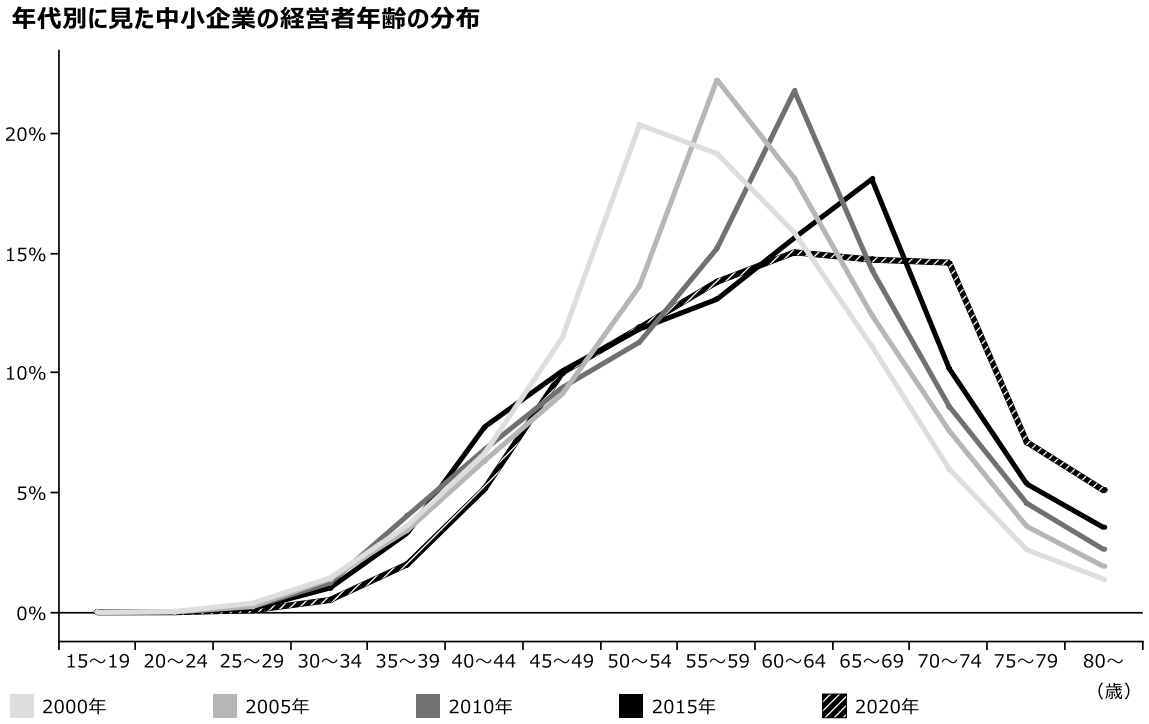
第13図　休廃業・解散企業の売上高当期純利益率（中白第2-3-7図）



資料：（株）東京商工リサーチ「2020年「休廃業・解散企業」動向調査」再編加工

続いて、年代別に見た中小企業の経営者年齢の分布について確認する（**第14図**）。2000年以降、経営者年齢のピークが高齢化してきていたが、2020年を見ると、経営者年齢の多い層が60歳から74歳の間に分散しており、これまでピークを形成していた団塊世代の経営者が事業承継や廃業などにより経営者を引退していることが示唆される。一方で、70歳以上の経営者の割合は2020年も高まっていることから、経営者年齢の上昇に伴い事業承継を実施した企業と実施していない企業に二極化している様子が見て取れる。

第14図　年代別に見た中小企業の経営者年齢の分布（中白第2-3-9図）



資料：（株）東京商工リサーチ「企業情報ファイル」再編加工
（注）「2020年」については、2020年9月時点のデータを集計している。

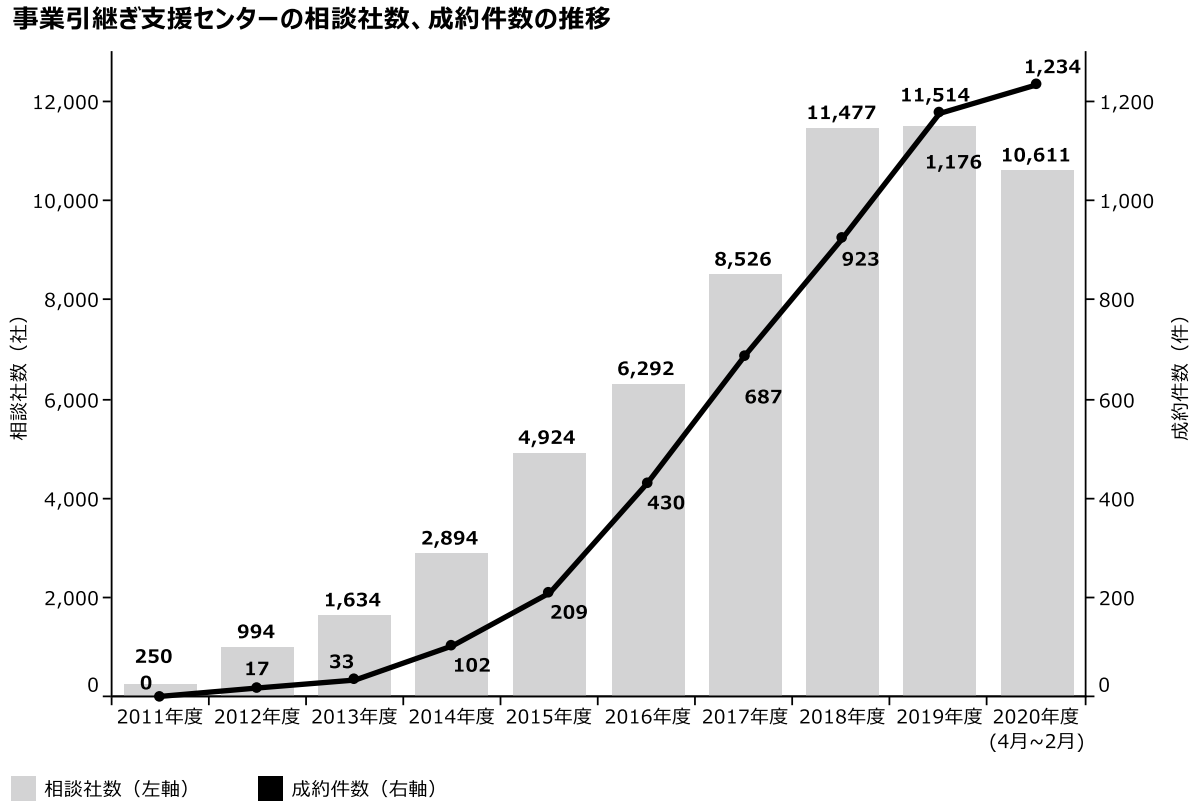
また、経営者の事業承継・廃業の予定年齢について確認すると、4割以上の経営者が65歳から75歳未満の間に事業承継・廃業を予定している。このことから、事業承継や廃業に関する準備が直近の経営課題となっている経営者も多いと推察され、必要性を認識しながらも未着手の経営者は外部の支援機関の活用も含めて、早期に準備を進める必要がある。

続いて、事業承継後の後継者の取組について見ると、「新たな販路の開拓」や「経営理念の再構築」、「経営を補佐する人材の育成」など後継者が様々な取組にチャレンジしている様子がうかがえる。先代経営者や後継者は、事業承継が単なる経営者交代の機会ではなく、企業の更なる成長・発展の機会であることを認識した上で、事業承継に向けた準備や承継後の経営に臨むことが重要であるといえよう。

◆Ｍ＆Ａを通じた経営資源の有効活用

Ｍ＆Ａにはなじみのない中小企業も多かったが、近年、中小企業にとっても身近な存在になりつつある。全都道府県に設置されている事業引継ぎ支援センターでは、相談社数・成約件数ともに近年増加傾向にあり、大企業だけでなく、中小企業においてもＭ＆Ａ件数が増加していることが分かる（**第15図**）。

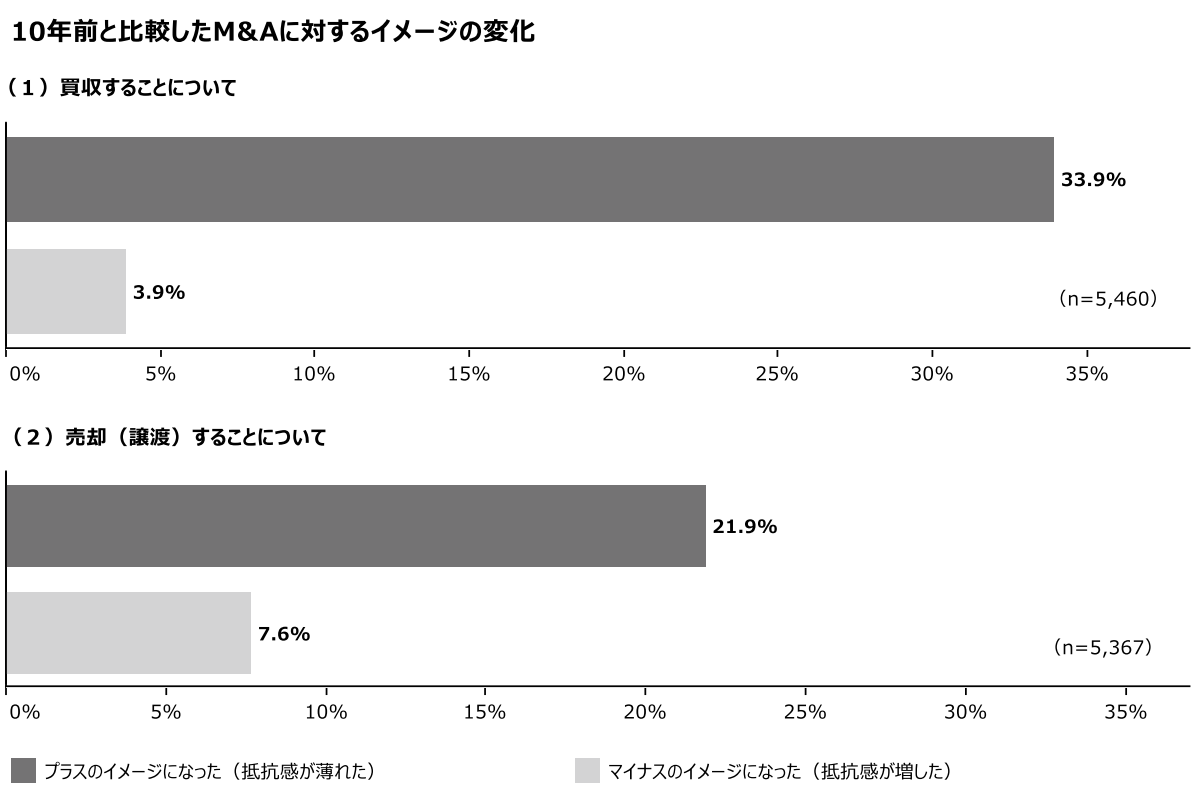
第15図　事業引継ぎ支援センターの相談社数、成約件数の推移（中白第2-3-52図）



資料：(独) 中小企業基盤整備機構調べ
（注）1. 事業引継ぎ支援センターは、2011年度に7か所設置され、2013年度：10か所（累計)、2014年度：16か所（累計)、2015年度：46か所（累計)、2016年度：47か所（累計）となり、2017年度に現在の48か所の体制となった。
2. 2020年度は2020年4月から2021年2月末までの中間集計値である。

また、中小企業のＭ＆Ａに対するイメージの変化について確認すると、買収すること、売却（譲渡）することのいずれも「プラスのイメージになった」が「マイナスのイメージになった」を大きく上回っており、Ｍ＆Ａに対するイメージが向上してきていることが分かる（**第16図**）。

第16図　10年前と比較したＭ＆Ａに対するイメージの変化（中白第2-3-53図）



資料：(株) 東京商工リサーチ「中小企業の財務・経営及び事業承継に関するアンケート」
（注）Ｍ＆Ａに対するイメージの変化について、「変わらない」と回答した者は表示していない。

続いて、Ｍ＆Ａを検討したきっかけや目的について、確認する。買い手としては、「売上・市場シェアの拡大」が最も高く、次いで「新事業展開・異業種への参入」となっており、他社の経営資源を活用して企業規模拡大や事業多角化を目指している様子がうかがえる。売り手としては、「従業員の雇用の維持」や「後継者不在」といった事業承継に関連した目的の割合が高い一方、「事業の成長・発展」も48.3％と高く、約半数の企業が成長のために売り手としてのＭ＆Ａを検討している。

なお、Ｍ＆Ａ実施後の雇用継続の状況について、実際にＭ＆Ａを実施した企業（買い手企業）に対し確認したところ、8割以上の企業でＭ＆Ａ実施後も全従業員の雇用を継続している。人材や技術・ノウハウの獲得を目的にＭ＆Ａを実施する企業も多いことを考慮すると、Ｍ＆Ａ実施後も売り手企業の従業員の雇用が継続されるケースは多いと考えられる。

消費者の意識変化と小規模事業者の底力

小規模事業者を取り巻く環境の変化と対応

（小規模企業白書第２部第１章）

本章では、感染症流行による小規模事業者への影響や消費者の意識・行動変化について概観し、こうした厳しい経営環境の中での小規模事業者の販路開拓や新事業創出への取組について考察している。

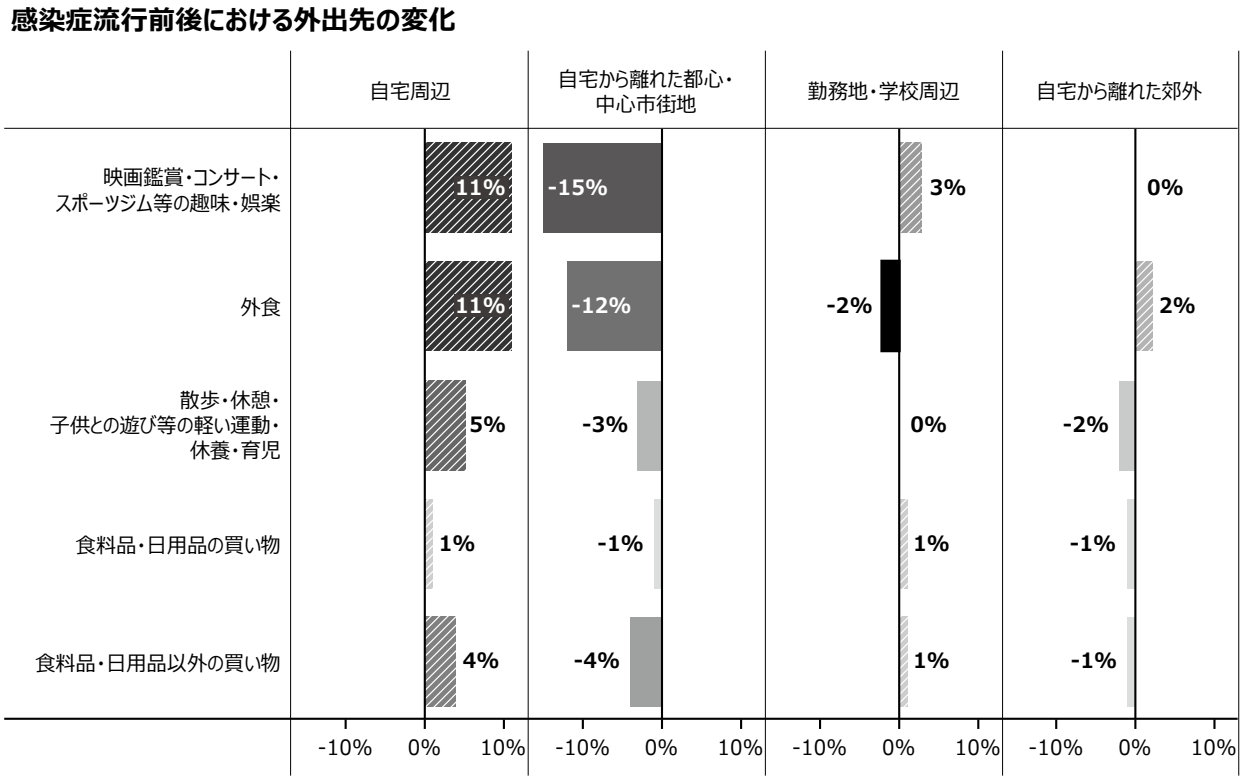
◆感染症流行による消費者の意識・行動の変化

感染症流行後の消費の動向と消費者の意識・行動の変化について確認する。

感染症流行後において、リーマン・ショック時や東日本大震災後のように消費者態度指数は大きく落ち込み、持ち直しの動きはあるものの感染症流行前の水準に回復していない。

続いて、感染症流行前後における消費者の外出先の変化を確認する(**第17図**)。「映画鑑賞・コンサート・スポーツジム等の趣味・娯楽」や「外食」を中心に、いずれの項目においても、自宅周辺への外出が増加しており、自宅から離れた都心・中心市街地への外出は減少していることが分かる。一方、ネットショッピングを利用する者の割合やデジタルコンテンツの消費額が増加するなど、新たな需要も生まれている。

第17図　感染症流行前後における外出先の変化（小白第2-1-30図）



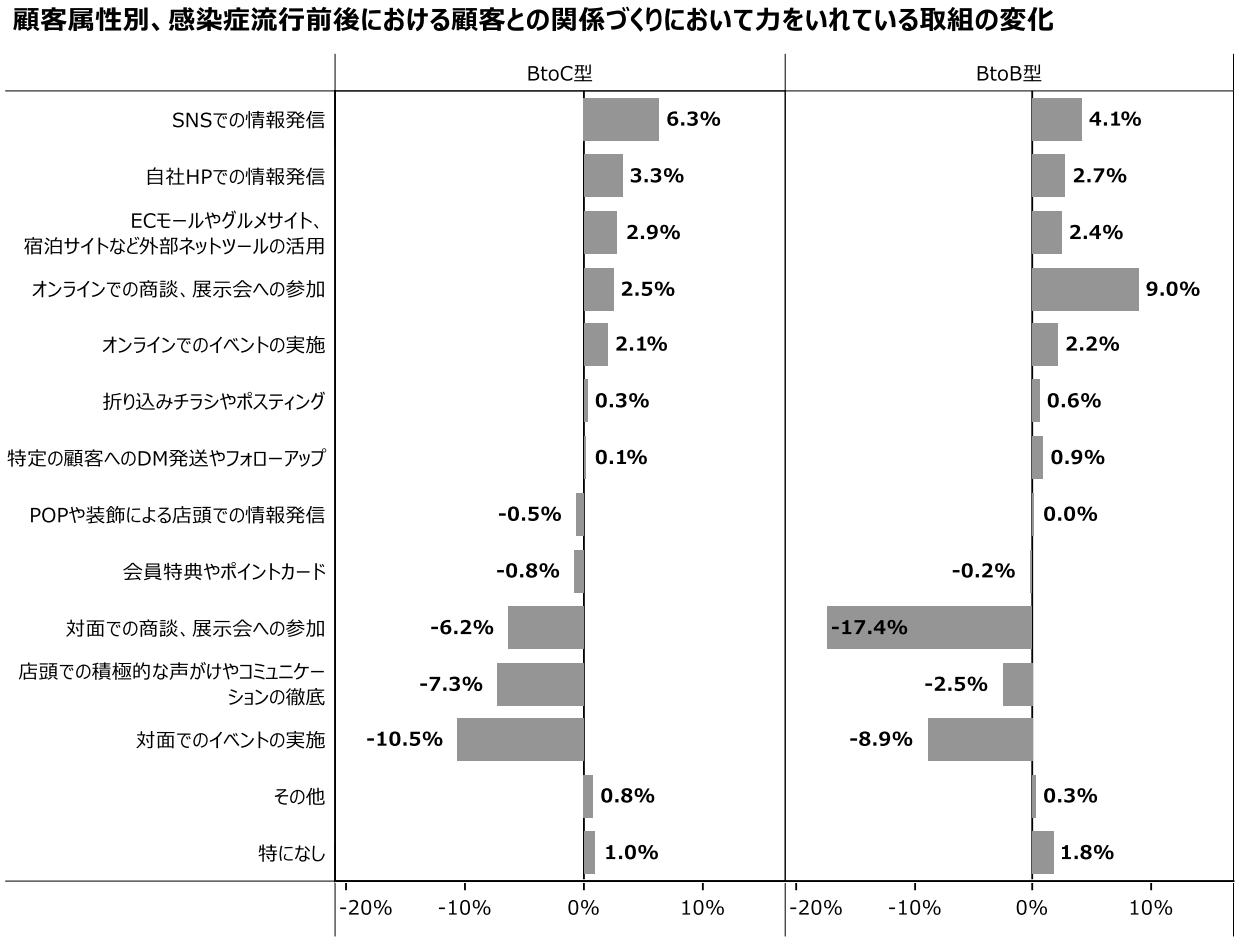
資料：国土交通省「新型コロナ生活行動調査」(2020年8月)
(注) 1. 感染症流行前と2020年の緊急事態宣言解除後の外出先を比較している。
2. 有効回答数（n）は以下のとおり。n = 12,872。

◆感染症流行を踏まえた事業の見直しと対応

始めに、小規模事業者の感染症流行による経営環境変化への対応状況を確認する。顧客の意識・行動変化が、自社の事業にプラスの影響をもたらしている割合について見ると、こうした変化を転機ととらえ、「柔軟な対応ができている」と回答した者は、プラスの影響をもたらしていると回答する者の割合が高い。

続いて、感染症流行前後における顧客との関係づくりにおいて力を入れている取組の変化を確認する（**第18図**）。これを見ると、BtoC型、BtoB型いずれも「SNSでの情報発信」や「自社HPでの情報発信」など、顧客との関係づくりでは感染症流行下でオンラインツールを活用した取組に力を入れる者が増加していることが分かる。オンラインツールへの活用意向を持つ小規模事業者は一定程度存在することが示唆される。

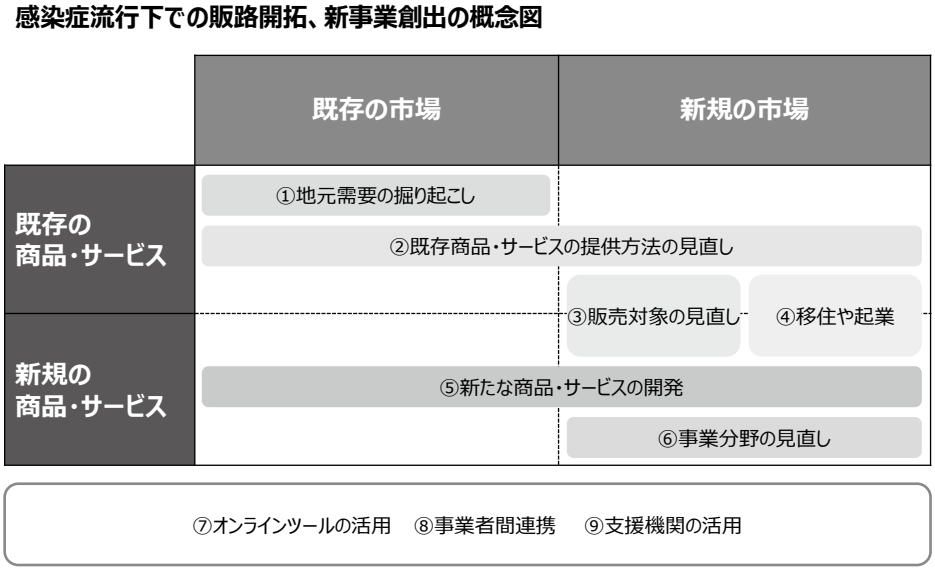
第18図　顧客属性別、感染症流行前後における顧客との関係づくりにおいて力をいれている取組の変化（小白第2-1-44図）



資料：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング（株）「小規模事業者の環境変化への対応に関する調査」
（注）1. 感染症流行前と感染症流行後に、力を入れている取組をそれぞれ三つまで回答し、感染症流行前後での回答割合の差を示している。
2. 有効回答数（n）は以下のとおり。BtoC型：n = 3,972、BtoB型：n = 2,167。

また、小規模企業白書では、感染症が流行する中でも事業を見直し、需要獲得へ販路開拓や新事業創出への取組を行う事例を数多く掲載し、**第19図**のように整理している。ぜひ、白書に掲載されている事例をご高覧いただき、感染症流行下における、販路開拓や新事業創出へのヒントとしていただきたい[6]。

第19図　感染症流行下での販路開拓、新事業創出の概念図（小白第2-1-50図）



経営環境の変化に強い小規模事業者の特徴
（小規模企業白書第２部第２章）

本章では、中長期的な小規模事業者の持続的な発展を見据え、感染症の影響を受けても、回復している小規模事業者の特徴について感染症流行前からの意識・取組を基に明らかにしている。

◆顧客・地域とのつながり

日頃からの顧客・地域とのつながりと感染症流行後の顧客からの支持獲得に資する効果について考察する。

感染症流行後の常連客・上顧客[7]との関係性の状況別に、売上高回復事業者の割合を確認すると、「十分維持できている」と回答する者ほど、売上高回復事業者の割合が高い。顧客とのつながりが強いことが、感染症流行後において売上高を回復している事業者の一つの特徴といえよう。

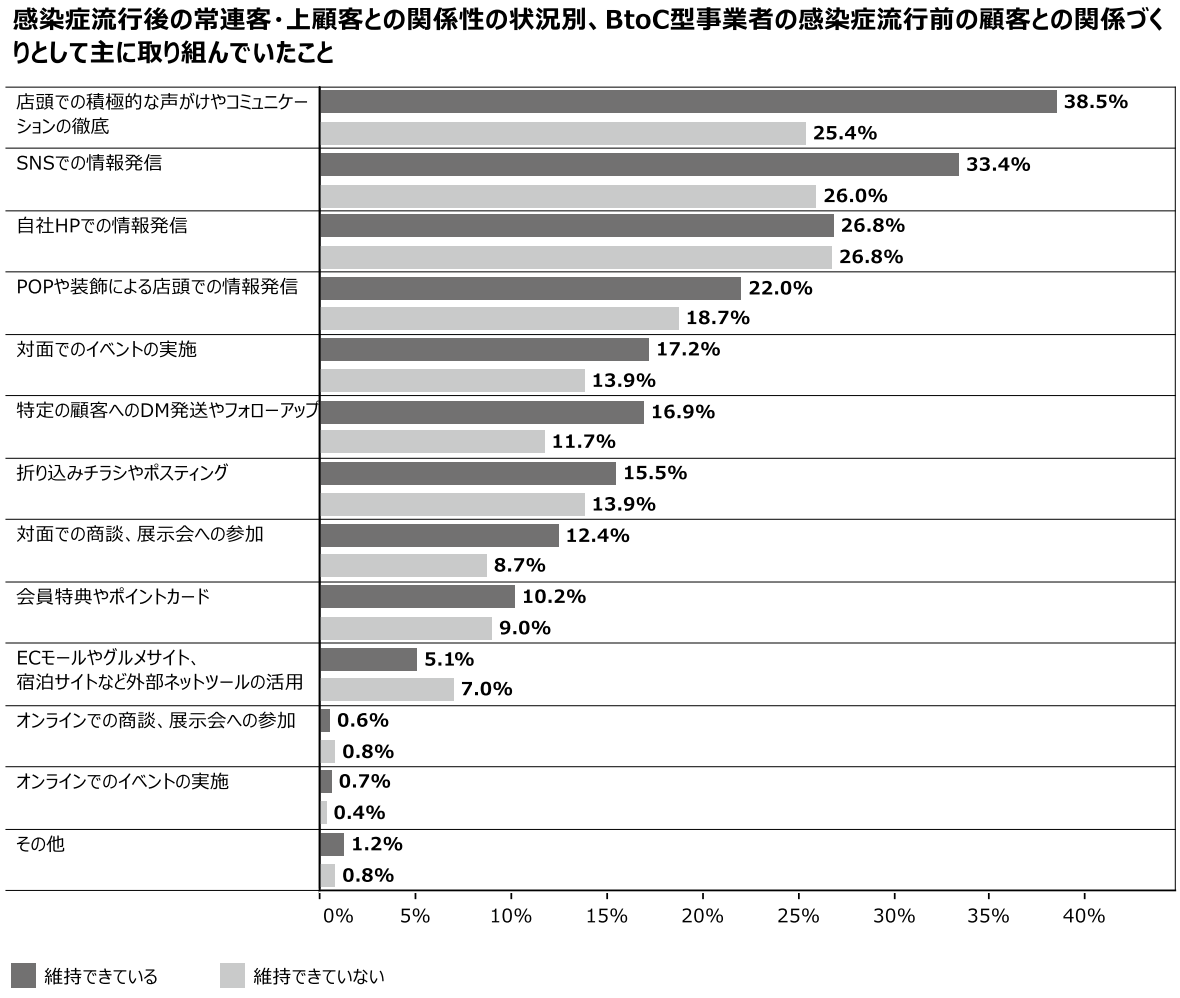
また、常連客・上顧客との関係性を維持できている者は、感染症流行前に、どのような取組を行ってきたのかについて、確認する（**第20図**）。

6　中小企業庁では、企業の思い切った事業再構築を支援すべく、「事業再構築補助金」を措置したが、本白書で取り上げる事業の見直しを実施した企業の事例は、必ずしも当該補助金の要件を満たすものではない。
7　ここでいう上顧客とは、自社への利用や取引が多く売上げに貢献している顧客のことをいう。

関係性を維持できていると回答する者は、「店頭での積極的な声がけやコミュニケーションの徹底」や「SNSでの情報発信」、「対面でのイベントの実施」など、日頃より双方向でのコミュニケーションを重視する者の割合が高いことが分かる。

続いて、地域活性化への取組など地域とのつながりの状況別に、これらの取組が感染症流行後の売上げの維持に貢献しているかについて確認すると、「当てはまる」と回答した者は、地域とのつながりが感染症流行後の売上げの維持に貢献している様子が見て取れる。

第20図　感染症流行後の常連客・上顧客との関係性の状況別、
BtoC型事業者の感染症流行前の顧客との関係づくりとして主に取り組んでいたこと（小白第2-2-27図）



資料：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング（株）「小規模事業者の環境変化への対応に関する調査」
（注）1. 感染症流行前における顧客との関係づくりにおいて力を入れている取組について、三つまで回答している。
2. 感染症流行後の常連客・上顧客との関係性について、「十分維持できている」又は「ある程度維持できている」と回答した者を、「維持できている」と集計し、そのほかを回答した者を「維持できていない」と集計している。
3.「特になし」と回答した者については、集計から除いている。
4. 複数回答のため、合計は必ずしも100％にはならない
5. 有効回答数（n）は以下のとおり。維持できている：n＝3,229、維持できていない：n＝743。

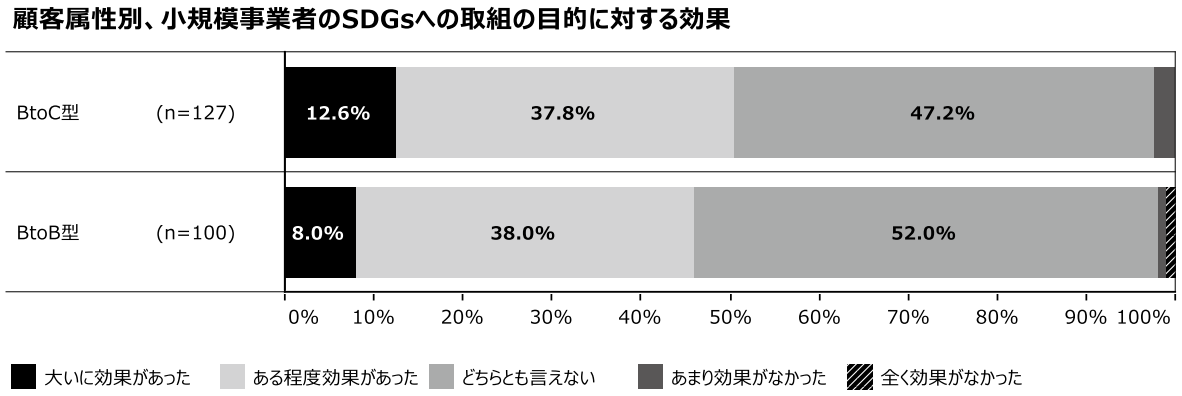
◆SDGsへの取組

ここでは、小規模事業者におけるSDGsの認知度、取組及び効果等について考察している。

小規模事業者のSDGsへの認知度・取組状況を確認すると、「SDGsについて既に取組を行っている」又は「SDGsについて取組を検討している」と回答する者は、約1割にとどまる。一方、「SDGsの内容について知っているが、特に取組は検討していない」又は「SDGsという言葉を聞いたことがあるが、内容は知らない」まで含めて約7割と、小規模事業者においてもSDGsへの認知度が高まっている。

次に、顧客属性別に、小規模事業者のSDGsへの取組の目的に対する効果について確認する（**第21図**）。これを見ると、約5割が「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答している。SDGsへの取組により、感染症流行後においても顧客や消費者の支持を得られていることが示唆される。SDGsへの取組に着手している小規模事業者はわずかであるが、小規模事業者の持続的な発展にとっても重要な取組といえよう。

第21図　顧客属性別、小規模事業者のSDGsへの取組の目的に対する効果（小白第2-2-50図）



資料：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング（株）「小規模事業者の環境変化への対応に関する調査」
（注）SDGsへの認知度・取組状況で、「SDGsについて既に取組を行っている」と回答した者について集計している。

感染症流行下の商工会・商工会議所の取組と小規模事業者支援

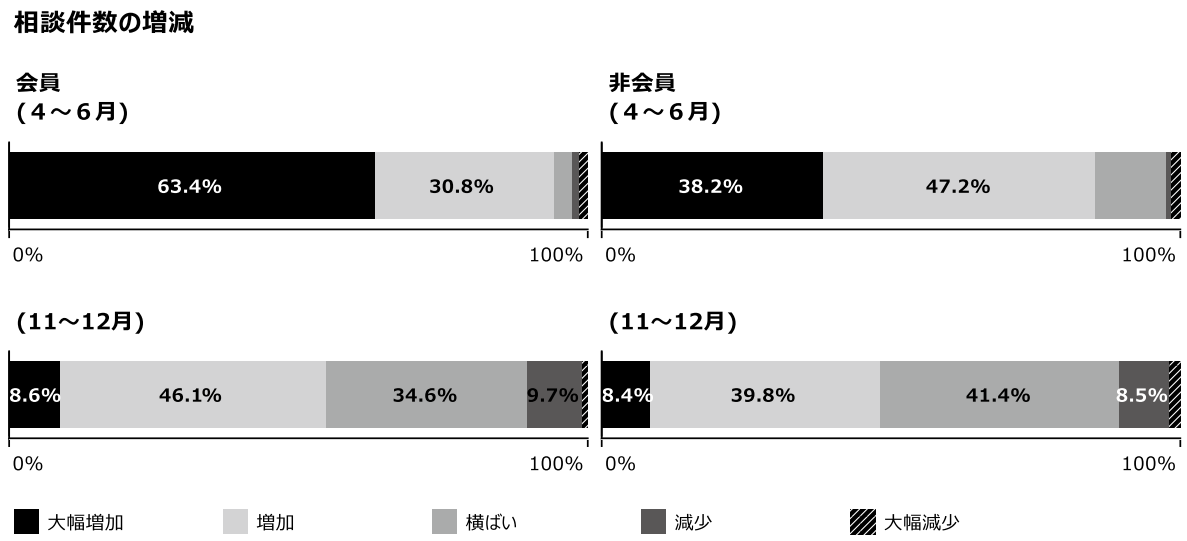
（小規模企業白書第2部第3章）

本章では、商工会・商工会議所による経営相談等の実態や感染症流行下における小規模事業者への支援について分析している。

◆商工会・商工会議所の相談実態と小規模事業者からの評価

まず、商工会・商工会議所への相談件数について確認する（**第22図**）。感染症流行後の4～6月から11～12月における会員、非会員からの相談件数の変化を見ると、4～6月には会員・非会員ともに相談件数が大幅に増加した。11～12月においては、4～6月に比べると「大幅増加」と回答した割合は減少しているものの、約半数が増加したと回答している。

第22図　相談件数の増減（小白第2-3-1図）



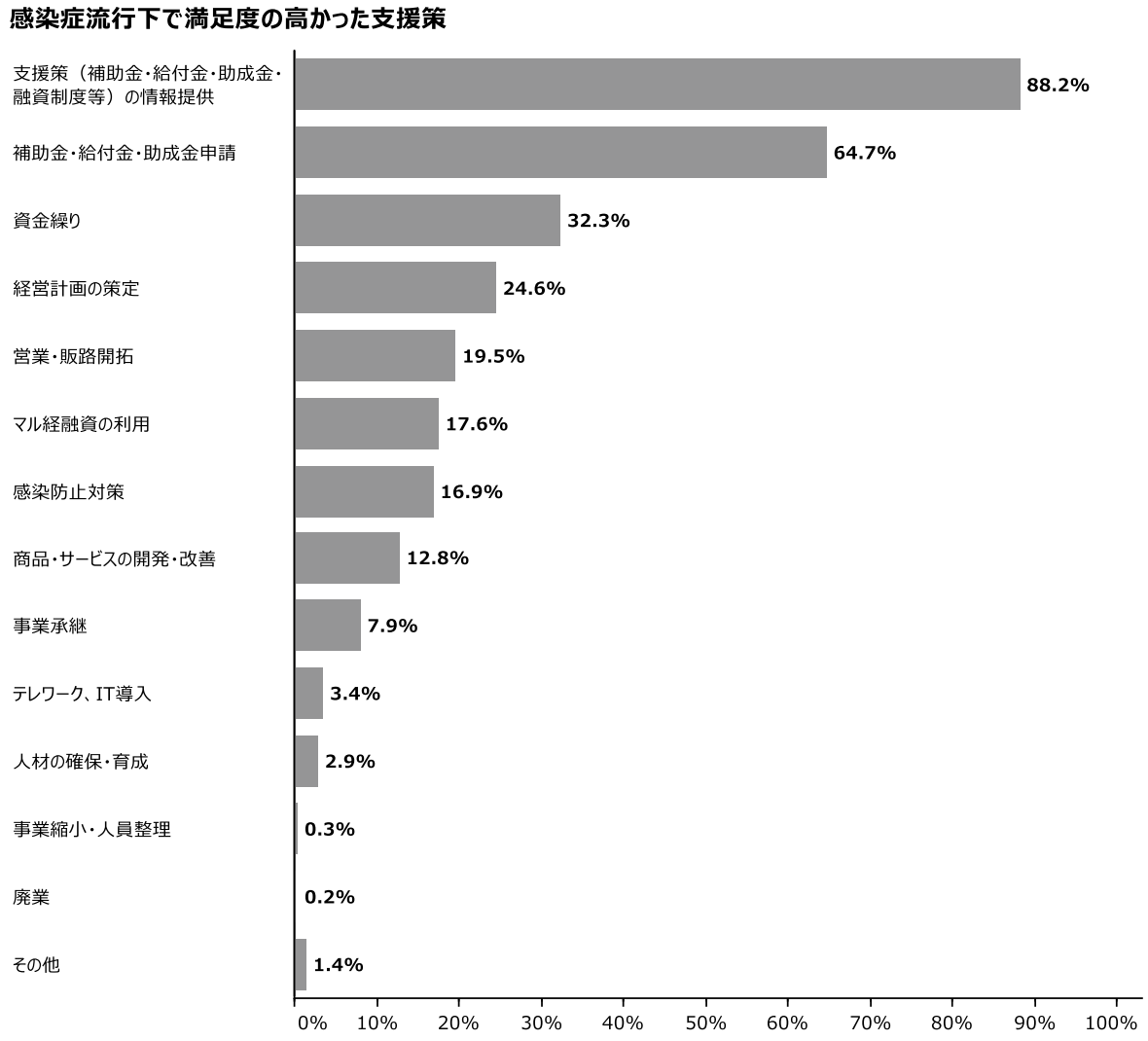
資料：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング（株）「商工会・商工会議所の小規模事業者支援に関する調査」
（注）1. 前年の同時期と比較した相談件数の増減について確認している。
2. 回答数（n）は、3,729。

続いて、商工会・商工会議所の利用頻度の変化を感染症流行前の利用頻度別に確認すると、「頻繁に利用していた」と回答していた者の利用頻度が更に増加している。また、商工会・商工会議所を「全く利用していなかった」と回答していた者の利用頻度も大幅に増加しており、これまで全く利用していなかった小規模事業者は、感染症流行が商工会・商工会議所を利用するきっかけになったものと推察される。

さらに、商工会・商工会議所への期待度の変化を感染症流行前の利用頻度別に確認すると、利用頻度にかかわらず商工会・商工会議所への期待は高まっている。特に「頻繁に利用していた」、「全く利用していなかった」と回答していた者からの期待が高くなっている。

また、感染症流行下で商工会・商工会議所が実施した支援のうち、小規模事業者の満足度が高かった支援策は、「支援策（補助金・給付金・助成金・融資制度等）の情報提供」の割合が高く、次いで「補助金・給付金・助成金申請」が挙げられており、商工会・商工会議所が事業継続に向けた資金確保などの支援で重要な役割を果たしたことが示唆される（**第23図**）。

第23図　感染症流行下で満足度の高かった支援策（小白第2-3-10図）

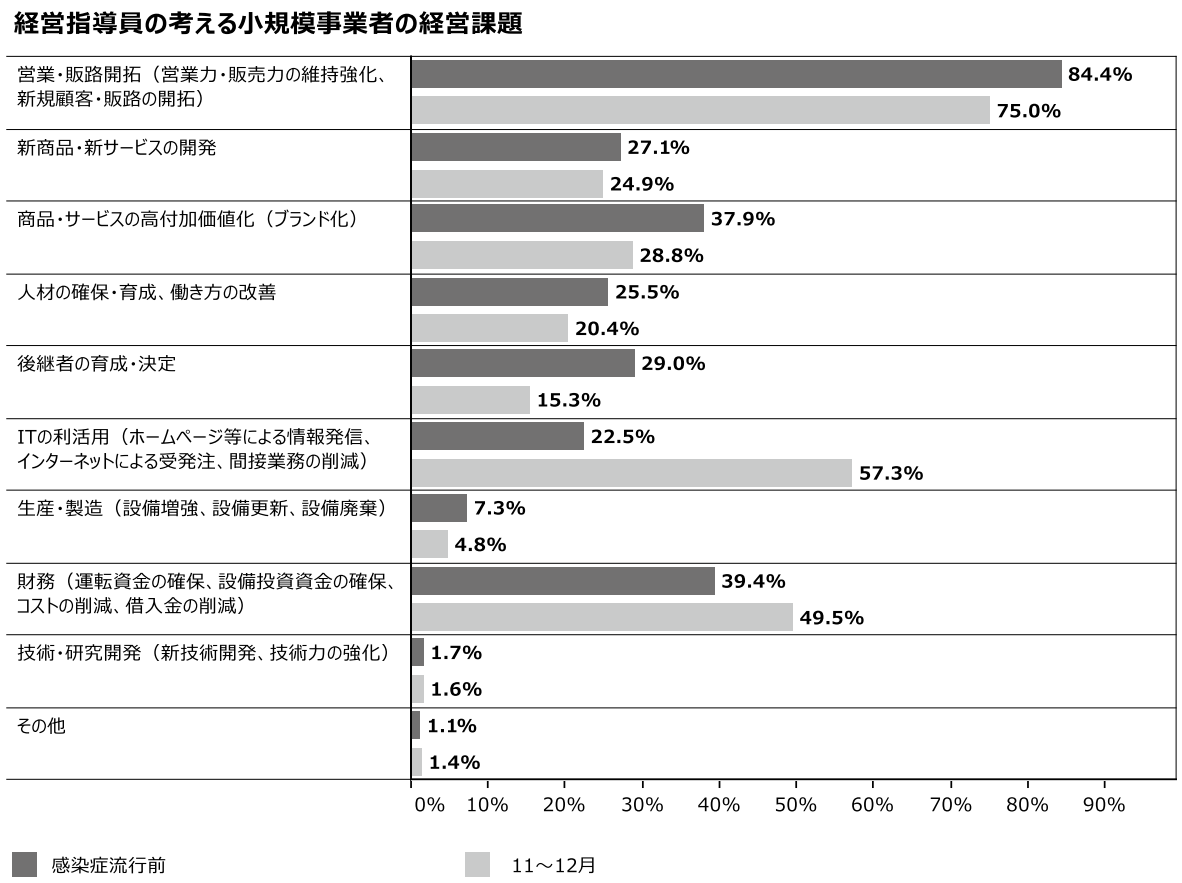


資料：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング（株）「小規模事業者の環境変化への対応に関する調査」
（注）1. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。「特にない」の項目は表示していない。
2. 回答数（n）は、6,139。

◆感染症流行下における小規模事業者の課題と商工会・商工会議所の支援

商工会・商工会議所の経営指導員が重要と考える小規模事業者の経営課題について、感染症流行前後の変化を確認する（**第24図**）。これを見ると、「営業・販路開拓（営業力・販売力の維持強化、新規顧客・販路の開拓）」は感染症流行前後にかかわらず重要度が高いことが分かる。感染症流行前後の変化としては、「ITの利活用（ホームページ等による情報発信、インターネットによる受発注、間接業務の削減）」と回答する者が特に増加したことが見て取れる。これは、小規模事業者が重要と考える自社の経営課題について、感染症流行前後の変化を確認した場合においても、同様の傾向が確認された。

第24図　経営指導員の考える小規模事業者の経営課題（小白第2-3-16図）



資料：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング（株）「商工会・商工会議所の小規模事業者支援に関する調査」
（注）1. 小規模事業者の経営課題について、三つまで確認している。
2. 複数回答のため、合計が必ずしも100％にならない。
3. 回答数（n）は、3,729。

続いて、経営指導員が感染症流行をきっかけに実施した「営業・販路開拓」に関する具体的な支援策を確認すると、「テイクアウト・デリバリーの実施支援」が最も多く、次いで「プレミアム付き商品券や利用券、クーポン券の発行」、「宣伝広告・PR活動の実施支援」が挙げられている。また、「ECの導入・活用支援」も一定程度実施しており、商工会・商工会議所は地元事業者が感染症流行によって変化した消費行動に対応できるよう新サービス・商品提供への支援や地域活性化に向けた消費喚起といった支援に注力したことが推察できる。商工会・商工会議所は感染症流行の影響を受ける小規模事業者を支える効果的な取組を実施し、支援機関として事業継続に向けた役割を果たしたといえよう。

以上、2021年版中小企業白書・小規模企業白書の内容について紹介してきたが、本稿では紹介しきれなかった分析も多数行っているほか、企業の事例も豊富に取り上げている。ぜひ白書本文もご覧いただければ幸いである。

中小企業の目【愛知県蒲郡市】

コロナ禍で見つめ直した経営理念
～会社の「在り方」の重要性～

平　野　寛　幸
（株式会社平野屋
代表取締役社長）

当社の経営理念は「我々に関わる全ての人たちに感謝し、幸せを与え続ける」ことです。

恥ずかしながら、この創業者の経営理念について、4代目の私は、言葉の意味こそ理解していたものの、この言葉に込められた想いについて、深く考える機会はありませんでした。

変えることのない経営理念「在り方」と、時代に合わせて変えるべき経営手法「やり方」について、コロナ禍の中で私なりに気づいたことを、お話させていただきます。

当社は、昭和7年に愛知県蒲郡市三谷町の海辺の小さな料理旅館「平野屋」として創業しました。創業当時は三河地方の繊維業が盛んで、地元の若旦那衆が芸者遊びをする、雅な空間を提供し、地域のサロン的な役割も担っていたようです。名物料理は近くの浜から水揚げされた天然の渡り蟹。その美味しさは評判で、その味を求めて地元はもとより、名古屋からもお客様がお越しくださったそうです。その後の高度経済成長期には、東名高速道路や東海道新幹線の開通により、一大国内旅行ブームが到来。弊社もこれを機に、東京・大阪からのバス団体客を受け入れるために、旅館を現在の場所に移転し、施設規模を拡大しました。

そして、私が経営を担った10年ほど前からは、政府が推進する訪日外国人旅行客の誘客にも早い段階から積極的に取り組むことで、さらに成長してまいりました。

当社のお客様を振り返ると、時代の流れにより地元から遠くへ、さらに遠くへと新たな市場を求めて営業方針を変えてきたことが分かります。私もその時代にあった「やり方」を探求し、選択してきました。

そんな中、昨年新型コロナウイルスが出現し、訪日外国人旅行客、企業の団体旅行の蒸発、個人旅行も自粛となり、当社も大きな影響を受けました。当社の事業は、旅館業のみであったため、第1回目の緊急事態宣言では、政府からの休業要請もあり、2か月間ほど売り上げがゼロという経験をしました。

民間企業にとって売り上げとは、企業が社会のニーズをくみ取り、それを解決するべき商品やサービスを提供し、その代わりに購入者からお金を頂いた結果です。即ちそれは、その企業の社会的必要性を表しているのだと考えることもできます。その考え方に立った時、僅か2か月間でしたが、売り上げゼロの当社は社会から全く必要とされていなかったのだと認識しました。その後、テイクアウト事業や宿泊券の前売り販売など、旅館業として何とか売り上げを上げようと「やり方」を模索しましたが、大きな実績は出ませんでした。

そんな時、大河ドラマの題材が渋沢栄一ということもあり、「論語と算盤」を読みました。

そこには明治維新の混乱期を生きた渋沢の哲学が書いてあり、その中の逆境についての対処方法についての考え方は強く印象に残りました。

渋沢は、逆境には「人の作った逆境」と「人にはどうしようもない逆境」の二つがある。「人にはどうしようもない逆境」に立たされた時には「自己の本分（自分に与えられた社会の役割）」だと覚悟を決め、来るべき運命を待ちコツコツ勉強に励むことが良い。無駄に行動すれば、苦労の種を増やすばかりとなる、と説いていました。そして、今はじっくりと自己の本分（企業の存在意義「在り方」）を考えさせる良い機会にしようと前向きにとらえるようにしました。企業の「在り方」それは理念にあります。

当社の経営理念、「我々に関わる全ての人たちに感謝し、幸せを与え続ける」の言葉の先にある本当の意味は何なのか？

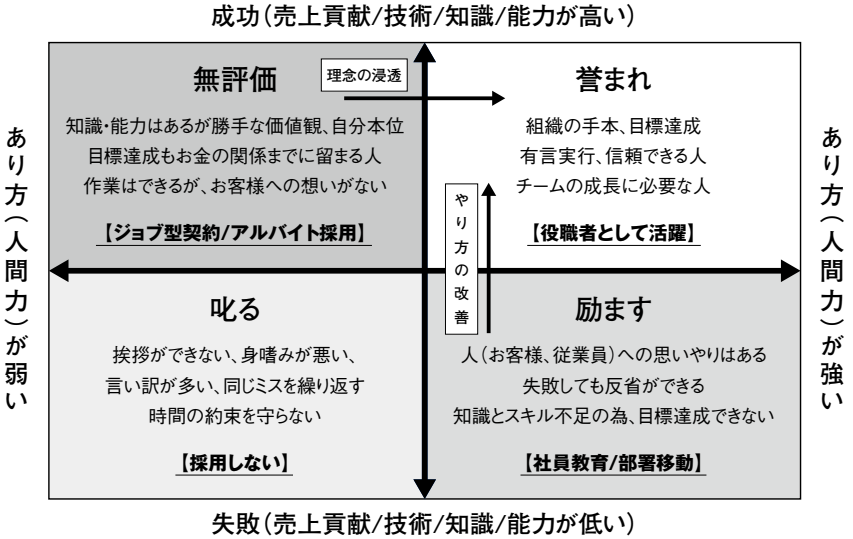
それを理解するためにまずは、当社の歴史を紐解くことにしました。そして、創業の地で旅館を営業していた頃を知る方から、お話を聞く機会を設けました。いくつかの話を聞く中で、創業者が戦後の混乱期に事業を継続するため、努力してきたエピソードを聞き、私は特に刺激を受けました。それは、戦後の食料が不足しているときに、創業者が仕入れ業者に頼み込んで、こっそり分けてもらった話や、売り上げが無くて資金繰りに困った時に、無償で手伝ってくれた従業員や近隣住民の方々の話など様々な苦労話でした。

コロナ禍の現状は、戦後の混乱と同じような状況です。もし疑心暗鬼になって仕入先が取引をしてくれない、将来の不安から従業員が辞めてしまう、そんなことになったら、旅館は機能不全に陥ります。経営理念にある、「全ての人たちへの感謝」という言葉の重みが今だから理解できます。

振り返ると、私は4代目として事業を預かった責任者として、また次代にも引き継ぎができるように利益を出すことに注力し、仕入れは良いものを安く、従業員には生産性向上を求め、様々なことを数字で管理した結果、利益を上げることはできました。しかし一方で、理念の浸透は朝礼の際の斉唱などに留まり、正直形骸化していました。この経営の死角に気づいた結果、すぐに仕入先と従業員に、今までの感謝の気持と共に、現状の資金状況と今後の運営方針、そして経営理念に基づいた私の考える平野屋の「在り方」について説明をして、これにより会社全員が一丸となって、この危機を乗り越えようという機運になったことを感じました。今当社では、人間の「在り方」重視の人事評価を採用することに至りました。しかし、現在の技術革新とグローバル化が進んだ社会では、理念や心の「在り方」だけで経営に当たっても、実力が伴っていなければ、その理念の実現も不可能です。そのためには、同時に時代に合わせた経営手法で稼ぐことも必要になります。渋沢栄一の「論語と算盤」のように、このコロナ禍の今だからこそ、「論語（企業理念、心、情熱）」と「算盤（経営手法、お金、論理）」のバランスが改めて大切であると理解しました。

厳しい経営環境が続きますが、さらなる成長ができるよう「在り方」を見失わず、「やり方」の変更には躊躇せず、今後とも努力を重ねてまいります。

（図表）平野屋の目指すべき人材像



調査研究論文【商工総合研究所 調査研究事業】

中小企業の従業員待遇と就業環境
―世帯個票データを用いた大企業との比較分析―

江　口　政　宏
（商工総合研究所
主任研究員）

＜要　旨＞

○従業員待遇について勤務時間をみると、週休制度は男女共通して中小企業で週休2日制の定着が遅れている。週労働時間は残業等もあって大企業で長い。賃金水準は正規雇用では男女とも企業規模が小さいほど賃金水準が低いが、非正規雇用は小規模企業を除きほぼ同水準である。

○就業環境について福利厚生面（育児休業制度・介護休業制度）をみると、企業規模が小さいほど制度の整備と周知が遅れている。仕事の習熟に要する期間は企業規模が大きいほど長く、男女別には男性の方が長い。

○既婚女性の就業環境についてみると、通勤時間は正規雇用で企業規模が小さいほど短いが非正規雇用では企業規模による差は小さい。結婚・出産後の仕事の続けやすさは企業規模の大きい方が評価は高いが、育児休暇制度の整備・周知状況に比べると差が小さく、中小企業における制度外での対応の存在を示唆する。仕事内容への興味の度合いは正規雇用・非正規雇用とも企業規模が小さいほど評価が高い。能力発揮や技術習得に関しては中小企業の方が大企業より評価が高い。昇進・地位向上の機会は企業規模が大きいほど評価が高い。

○既婚女性の同じ会社での勤務希望と就業環境との関係をみると、正規雇用・非正規雇用いずれも通勤時間の短さ、結婚・出産後の仕事の続けやすさ、仕事内容への興味、人間関係の良好さの4項目が正に有意な関係にある。中小企業は仕事内容への興味と正規雇用における通勤時間の短さで優位にあり、能力発揮と技術習得の優位性を活かすことが就業環境面での強みとなる。

○世帯収入の主たる担い手である男性について所属企業規模別に世帯のライフスタイルをみると、世帯収入額や貯蓄額は所属企業規模が小さいほど少ない。生活程度の水準や満足度も所属企業規模が小さいほど低い。家庭における女性の家事負担の重さは所属企業規模間の差は小さい。

目　次

はじめに
１．使用データと分析方法
２．従業員待遇と就業環境の企業規模別比較
　２．１　夫婦世帯の有業率
　２．２　就業形態
　２．３　従業員待遇
　　（１）勤務時間
　　（２）賃金
　　（３）育児休業制度と介護休業制度
　２．４　勤務先企業の状況
　　（１）職種
　　（２）習熟期間
　　（３）配置転換
　　（４）研修体制
　　（５）定着状況
　２．５　既婚女性の就業環境
　　（１）通勤時間
　　（２）結婚・出産後も仕事を続けやすいか
　　（３）仕事内容への興味
　　（４）職場での人間関係
　　（５）能力発揮・技術習得・昇進
３　既婚女性が働きやすい就業環境
　３．１　働き方の希望
　３．２　就業環境と同じ会社での勤務希望の関係
　３．３　女性が働きやすい職場環境と中小企業
４．所属企業の規模と世帯のライフスタイル
　４．１　収入と貯蓄額
　４．２　世帯住居
　４．３　生活実感
　４．４　女性の家事負担
５．おわりに
参考文献

はじめに

中小企業の従業員待遇は賃金水準等労働条件面や福利厚生面で大企業に及ばず、国内における個人の所得格差問題の一因となっている。一方で、中小企業は経営の機動性を生かして従業員の満足度の高い就業環境を提供する可能性を秘めている。中小企業は従業員への雇用待遇面において改善の余地は大きいものの、雇用のあり方については新しい可能性をもたらしうる存在でもある。

このような観点に立てば、中小企業の従業員待遇や就業環境について定性的な側面を含め実態を把握することは重要である。企業規模別の就業環境の比較分析を行う際に利用可能な統計としては総務省「労働力調査」「就業構造実態調査」や厚生労働省「雇用動向調査」「賃金構造基本統計調査」などがある。これらのデータは賃金や労働時間など定量データが中心で、就業環境に関する定性的評価のデータは限られる。また、集計データが中心で、個票データへのアクセスに制限があることがきめ細かい分析の制約となっている。

本稿では慶應義塾大学パネルデータ設計・解析センター「消費生活に関するパネル調査」の最新調査の個票データを用い、中小企業の労働時間や賃金といった従業員待遇に関する定量的指標に加え、仕事の内容、満足度といった定

性的な就業環境を男女別及び正規雇用・非正規雇用別にみていく（男性は正規雇用のみ）。企業規模別に比較分析することで、中小企業が大企業と比べ劣っている点と優れている点を示す。同じ会社での勤務希望と就業環境との関係を分析することで、重視すべき就業環境は何かを明らかにする。最後に、収入の基盤が中小企業にあるか大企業にあるかで夫婦世帯のライフスタイルがどのように異なってくるかを分析する。

統計の設計上未婚男性のデータがないため、本稿では既婚男女に限定して分析する。また、この調査は回答が女性経由である関係上、女性視点の定性的項目が充実している。本稿では女性の労働参加と企業の女性活躍の観点から、中小企業の既婚女性の就業環境についても重点的に採り上げる。

1．使用データと分析方法

慶應義塾大学パネルデータ設計・解析センター「消費生活に関するパネル調査」（JPSC）は同大学が1993年から既婚及び未婚女性を対象に毎年行っているアンケート調査で、最新では2017年に調査した第25回のデータが利用可能である（以下「慶應調査」と略す）。アンケート対象者は1959年生まれから1989年生まれまでをカバーしている。既婚女性の雇用環境のほか、夫の雇用環境も回答者である女性を経由して女性とほぼ同様の項目を調査している（一部の定性評価項目を除く）。

分析では最新の第25回データを用いる。分析サンプルの基礎となる既婚女性サンプルは最新第25回調査の調査時点で28歳から58歳までの年齢層をカバーしており、その年齢階層分布は**図表1**の通りである。

図表1　既婚女性サンプルの年齢階層分布

	28～32歳	33～37歳	38～43歳	44～47歳	48～58歳	計
回答者数	470	150	308	248	245	1,421
構成比（%）	33.1	10.6	21.7	17.5	17.2	100.0

（資料）慶應義塾大学パネルデータ設計・解析センター「消費生活に関するパネル調査」
（注）第25回（2017年）調査。以下の図表も同様

就業環境の分析は上記既婚男女サンプルのうち個人企業および法人企業で働く人を対象とし（全産業ベース）、公務員は含めない。企業規模は従業員規模[1]30人未満、30人以上100人未満、100人以上500人未満、500人以上の4区分に分けて分析する。本稿では30人未満は小規模企業、30人以上100人未満は中小企業、100人以上500人未満は規模の大きい中小企業、500人以上は大企業と位置づける。

1　臨時職員・アルバイトを除くベース。

サンプルが所属する企業規模の構成比は**図表2**の通りで、男女の差は小さい。女性サンプルの企業規模別平均年齢は30人未満が43.0歳、30人以上100人未満が42.6歳、100人以上500人未満が43.1歳、500人以上が41.9歳で、いずれの規模においても40代前半である。男性サンプルは30人未満が46.0歳、30人以上100人未満が43.4歳、100人以上500人未満が43.6歳、500人以上が43.9歳である。所属企業の創立時期の分布は**図表3**の通りである。

図表2　所属企業の規模別構成比

男性

	回答者数	構成比
30人未満	427	34.0
30人以上100人未満	198	15.8
100人以上500人未満	273	21.7
500人以上	358	28.5
計	1,256	100.0

女性　（%）

	回答者数	構成比
30人未満	356	37.7
30人以上100人未満	149	15.8
100人以上500人未満	192	20.3
500人以上	247	26.2
計	944	100.0

（資料）図表1に同じ

図表3　所属企業の創立時期

男性

	戦前	昭和20年代～40年代	昭和50年代～63年	平成以降	計
30人未満（n=200）	4.0	24.0	34.0	38.0	100.0
30人以上100人未満（n=175）	3.4	42.9	28.0	25.7	100.0
100人以上500人未満（n=242）	8.7	47.5	28.9	14.9	100.0
500人以上（n=333）	29.4	39.6	19.5	11.4	100.0
計（n=950）	14.0	38.9	26.5	20.5	100.0

女性　（%）

	戦前	昭和20年代～40年代	昭和50年代～63年	平成以降	計
30人未満（n=265）	3.8	18.5	26.0	51.7	100.0
30人以上100人未満（n=142）	3.5	31.7	30.3	34.5	100.0
100人以上500人未満（n=186）	7.0	41.4	27.4	24.2	100.0
500人以上（n=241）	24.1	41.5	18.3	16.2	100.0
計（n=834）	10.3	32.5	24.8	32.4	100.0

（資料）図表1に同じ

（注）男性は正規雇用、女性は正規雇用・非正規雇用計の数値

2．従業員待遇と就業環境の企業規模別比較

2．1　夫婦世帯の有業率

まず、夫婦世帯の男女別の有業率[2]について確認する。既婚男性は97.6%とそのほとんどが仕事を持っており、既婚女性は74.5%でほぼ4分の3が仕事に就いている。慶應調査の過去データで既婚女性の有業率をみると2000年調査が52.7%、2010年調査が62.8%で、2000年以降の17年間で20%ポイント以上、2010年以降の7年間では10%ポイント以上上昇しており、夫婦世帯での共働きが主流となっていることがわかる。

2　休職中を含む。

夫婦世帯の共働きは男性が正規雇用・女性が非正規雇用のパターンが中心である。男性正規雇用者の月収が中央値（35.0万円）以下の世帯では女性の労働参加率が78.5%であるのに対し35万円超の世帯では66.7%で、男性の収入の多寡が女性の労働参加に影響しているとみられる。

ただ、男性正規雇用者の所属企業規模別に女性の有業率をみると、従業員30人未満が74.9%、30人以上100人未満が73.4%、100人以上500人未満が74.5%、500人以上が70.1%と大企業で若干低いものの、すべての規模で70%以上の就業率となっている[3]。正規雇用者の賃金水準は規模の小さい企業ほど低いが、男性が規模の小さい企業に勤めることと既婚女性の労働参加に直接の関係性はみられない。

2. 2　就業形態

就業形態をみると（**図表4**）、既婚男性については全規模ベースで79.4%が正規雇用、14.7%が自営･家族従業者、5.9%が非正規雇用である。自営業はそれが生業で個人事業主として主体的に活動していることから勤務形態としては正規雇用に近く、既婚男性のほとんどは正規雇用者もしくはそれに近い労働条件で働いていると考えて差し支えないだろう[4]。以下では、男性の非正規雇用と自営・家族従業者は分析にたえるだけのサンプル数が確保できていないため分析を割愛し、正規雇用に絞って言及する。既婚女性は、全規模ベースで正規雇用が32.5%であるのに対し、パート・アルバイトが49.2%で、契約社員・嘱託・その他の7.7%などと合わせ6割近くが非正規雇用となっている。自営・家族従業者は8.6%である。以下、既婚女性は正規雇用と非正規雇用に絞って分析する。

前述の通り夫婦世帯ではほぼ4分の3が共働き世帯となっているが、その構成は夫正規雇用･妻非正規雇用のパターンが中心であり、既婚女性の労働参加は時間を限定したものとなっているのが実状である。このことを反映して、夫婦世帯の年収合算値に対する妻の収入の割合（中央値ベース）をみると約6分の1にとどまる。

既婚女性の非正規雇用への傾斜は子供のいる世帯に顕著で、子供のいない世帯で正規雇用が46.9%で非正規雇用が47.6%（パート・アルバイトが35.0%、契約社員・嘱託・その他9.8%、派遣社員2.8%）とほぼ拮抗しているのに対し、1人以上子供がいる世帯の場合、非正規雇用61.0%（パート・アルバイト51.7%、契約社員・嘱託・その他7.4%、派遣社員1.9%）に対し正規雇用が30.0%と非正規雇用が多数派となっている。

ちなみに慶應調査で独身女性は全規模ベースで正規雇用の割合が57.2%で、非正規雇用の38.5%（パート・アルバイト22.8%、契約社員・嘱託・その他10.7%、派遣社員5.0%）を上回っている。もっとも、家事・育児等の制約が比較的小さい独身女性でも男性より正規雇用割合が20%ポイント以上低い事実は、女性全般の正規雇用化が進んでいないことを示す。家事・育児負担の女性への偏りや所得税の配偶者控除の存在が女性の正規雇用への進出を阻害し

3　有業率の従業員500人以上とそれ以外との差は統計的に有意でない。
4　筒井（2015）は女性の非婚化の背景を、①女性の高学歴化が経済的自立をもたらし男性に求める結婚のハードルを上げたことと、②1995年以降、経済成長が鈍化し男性の所得見込みが低下したことの2点から説明している。この考えに立てば女性の求める条件に適った男性は正規雇用中心になる。

ている可能性がある。

次に男女別及び正規・非正規雇用別の就業形態を所属企業規模別にみると（**図表4**）、従業員30人未満で自営・家族従業者の割合が高い[5]ほかは規模による違いはほとんどなく、大半が正規雇用となっている。既婚女性では男性の場合と同様に従業員30人未満で自営・家族従業者の割合が高いほかは正規・非正規雇用の割合における違いは小さい。女性ではいずれの企業規模でもパート・アルバイトが最も多く、特に従業員100人未満の企業では非正規雇用はパート・アルバイトのウエイトが高い。一方、従業員100人以上の2区分では契約社員・嘱託・その他や派遣社員の割合が高くなっている。既婚女性における正規雇用の割合はこの項目の調査を開始した2010年では従業員30人未満21.1％、30人以上100人未満24.6％、100人以上500人未満34.9％、500人以上40.4％であり、30人以上100人未満が大幅に上昇し、100人以上500人未満も上昇した。一方で30人未満と500人以上はほぼ横ばいであり、女性の正規雇用は中小企業で割合が高くなっている。

江口（2018）によると、契約社員は雇用期間や業務内容が明確に定まった雇用形態で、年齢は若年層から高齢者まで幅広く分布しており、一定の専門性を有する人材を有期に雇用する側面と高齢者再雇用の意味合いを併せ持つ。一方嘱託は定年を迎えた社員など高齢者が多く、再雇用の受け皿としての性格が強い。派遣社員の活用と合わせ、規模の大きい中小企業や大企業では契約社員や嘱託を通じた再雇用や派遣社員の活用など、非正規雇用の形態に多様性を持たせていることがわかる。

図表4　所属企業規模別の就業形態

既婚男性　（%）

	正社員・正職員	派遣社員	契約社員・嘱託・その他	パート・アルバイト	自営・家族従業者	計
30人未満（n=425）	50.6	0.0	3.5	3.3	42.6	100.0
30人以上100人未満（n=197）	93.4	1.0	3.0	1.5	1.0	100.0
100人以上500人未満（n=273）	93.4	0.4	4.8	1.1	0.4	100.0
500人以上（n=358）	95.3	0.3	3.9	0.6	0.0	100.0
計（n=1,253）	79.4	0.3	3.8	1.8	14.7	100.0

既婚女性　（%）

	正社員・正職員	派遣社員	契約社員・嘱託・その他	パート・アルバイト	自営・家族従業者	計
30人未満（n=356）	21.1	0.3	2.8	53.1	22.8	100.0
30人以上100人未満（n=149）	37.6	1.3	8.7	52.3	0.0	100.0
100人以上500人未満（n=192）	40.1	3.6	12.5	43.8	0.0	100.0
500人以上（n=247）	40.1	3.6	10.5	45.7	0.0	100.0
計（n=944）	32.5	2.0	7.7	49.2	8.6	100.0

（資料）図表1に同じ

5　従業員30人未満の規模には個人企業が含まれるためである。自営・家族従業者を正社員・正職員とみなせば従業員30人以上の3区分とほぼ同様の分布となる。

既婚男性・既婚女性が複数の仕事に就いている割合をみると（**図表5**）、男性・女性とも正規雇用においては兼職率が1～2%程度と割合が低く、ほとんどの場合1社専業の就業である。そのなかで女性では従業員100人未満の2区分で割合がやや高い。女性の非正規雇用ではいずれの規模でも5%をやや上回り正規雇用に比べ兼職率が高いものの、兼職が幅広く行われているとはいい難い。

図表5　複数の仕事に就いている割合（兼職率）

（%）

	既婚男性 正規雇用	既婚女性 正規雇用	既婚女性 非正規雇用
30人未満	2.8	5.3	6.5
30人以上100人未満	1.1	3.6	5.4
100人以上500人未満	1.6	1.3	7.0
500人以上	0.3	0.0	5.4
計	1.3	2.3	6.1

（資料）図表1に同じ

就業者の学歴構成をみると（**図表6**）、正規雇用では男性・女性とも企業規模が大きくなるほど大学卒の割合が高い。従業員500人以上では女性で専門・専修（高卒後入学）以上のいわゆる高等教育を受けた人が80%以上を占め、男性の72.7%を上回る。全規模ベースで女性の専門・専修以上の割合が男性よりやや高い[6]ことを考えても、大企業に勤める正規雇用女性の高学歴傾向が特に目立つ。

既婚女性の非正規雇用では高校までの割合が全規模で46.6%ある。従業員500人以上でも正規雇用に比べ高学歴への偏りは小さく、企業規模による学歴構成の大きな違いはない。なお、現在専業主婦、すなわち無業者であると回答した既婚女性の学歴は高校までが42.2%、専門・専修16.9%、短大・高専21.2%、大学19.8%で非正規雇用に近い構成となっている。無業者を構成する層と、就職・離職の頻度が高い非正規雇用を構成する層の学歴構成比が似通っており正規雇用のそれと異っていることは、正規雇用を構成する層が固定的である一方、専業主婦・非正規雇用間の流動性が高い可能性を示唆する[7]。

6　就業者・非就業者合算の既婚女性の学歴構成は高校以下39.1%、専門・専修17.7%、短大・高専21.6%、大学21.6%である。一方、男性既婚者を同様にみると42.5%、13.3%、4.6%、39.6%で女性に比べ高校以下と大学以上が多い。

7　江口（2018）によると転職者の前職と現職の関係は、前職が正規雇用→現職正規雇用もしくは前職非正規雇用→現職非正規雇用のケースが多く、正規雇用・非正規雇用間の移動は少ない。

図表6　所属企業規模別学歴構成

既婚男性正規雇用　（%）

	高校以下	専門・専修（高卒後）	短大・高専	大学以上	計
30人未満（n=215）	53.5	19.5	2.3	24.7	100.0
30人以上100人未満（n=184）	47.8	12.5	3.8	35.9	100.0
100人以上500人未満（n=255）	40.4	14.1	5.9	39.6	100.0
500人以上（n=341）	27.3	8.8	6.7	57.2	100.0
計（n=995）	40.1	13.2	5.0	41.7	100.0

既婚女性正規雇用　（%）

	高校以下	専門・専修（高卒後）	短大・高専	大学以上	計
30人未満（n=75）	37.3	20.0	24.0	18.7	100.0
30人以上100人未満（n=56）	39.3	25.0	17.9	17.9	100.0
100人以上500人未満（n=77）	27.3	32.5	13.0	27.3	100.0
500人以上（n=99）	18.2	9.1	27.3	45.5	100.0
計（n=307）	29.0	20.5	21.2	29.3	100.0

既婚女性非正規雇用　（%）

	高校以下	専門・専修（高卒後）	短大・高専	大学以上	計
30人未満（n=200）	43.0	20.5	22.5	14.0	100.0
30人以上100人未満（n=93）	48.4	23.7	18.3	9.7	100.0
100人以上500人未満（n=115）	54.8	13.0	19.1	13.0	100.0
500人以上（n=148）	43.9	12.8	21.6	21.6	100.0
計（n=556）	46.6	17.5	20.9	15.1	100.0

（資料）図表1に同じ
（注１）高校以下は中学卒、中卒後専門・専修、高校の合計
（注２）大学以上は大学と大学院の合計

2. 3　従業員待遇

経済学者の有沢広巳が日本経済の二重構造論に言及したのは1957年に遡るが、企業規模による賃金格差は現在も残存しており、終身雇用制度のもとでは所属する企業の規模は所得格差に直結する。さらに賃金の男女格差の問題があり、加えて現在では非正規雇用の増加に伴い正規雇用・非正規雇用間の賃金格差も顕在化していることから、格差問題は複雑化している。以下では労働時間、賃金、福利厚生といった従業員待遇について、男性正規雇用、女性正規雇用、女性非正規雇用に分けて企業規模別にみていく。

（1）勤務時間

まず週当たりの休日数がどのようになっているかをみてみよう（**図表7**）。正規雇用については、既婚男性、既婚女性とも週休2日の割合は企業規模が大きいほど高く、従業員500人以上の企業では男女とも80%以上となっている。中小企業では週休2日の割合は低く、従業員100人未満の2区分では既婚男性で50%に満たず、既婚女性で60%台である。約20%を占める「1日超2日未満」はそのほとんどが週当たり1.5日である。これは隔週で週休2日となっていることを意味する。このように、大企業では完全週休2日制が概ね定着しているのに対し、中小企業では従業員30人未満で31.6%、同30人以上

100人では45.4％であり、休暇制度の拡充が遅れている。このことは家事やレジャーに一定の時間を投入し仕事と休暇のメリハリをつけたいと考える就業希望者に対しては、中小企業が正規雇用としてこれを採用しにくい背景の一つとなっているとみられる。

有給休暇については1年間に取得できる制度上の休暇取得可能日数平均値が従業員30人未満、30人以上100人未満、100人以上500人未満、500人以上の順に男性正規雇用で6.9日、13.9日、18.0日、18.9日、女性正規雇用で9.7日、14.1日、19.4日、20.1日と企業規模が大きいほど多くなる。実際の取得状況も同様で、男性正規雇用は4.6日、4.5日、5.9日、8.3日、女性正規雇用は7.4日、8.4日、9.7日、10.5日である。制度上の取得可能日数より企業規模間の差は小さくなる[8]ものの、中小企業では取得可能日数が少ないことが休暇取得の制約となっており、週当たりの休日数と同様有給休暇制度の拡充が望まれる。

図表7　週当たりの休日数

既婚男性正規雇用

	1日未満	1日	1日超2日未満	2日	2日超	計
30人未満(n=212)	8.0	40.1	18.9	31.6	1.4	100.0
30人以上100人未満(n=183)	7.1	21.3	25.1	45.4	1.1	100.0
100人以上500人未満(n=251)	4.4	10.0	21.1	64.1	0.4	100.0
500人以上(n=339)	3.5	6.5	7.7	81.4	0.9	100.0
計(n=985)	5.4	17.4	16.8	59.6	0.9	100.0

既婚女性正規雇用

	1日未満	1日	1日超2日未満	2日	2日超	計
30人未満(n=69)	1.4	5.8	21.7	62.3	8.7	100.0
30人以上100人未満(n=56)	1.8	5.4	19.6	69.6	3.6	100.0
100人以上500人未満(n=75)	4.0	0.0	10.7	81.3	4.0	100.0
500人以上(n=90)	1.1	1.1	10.0	87.8	0.0	100.0
計(n=290)	2.1	2.8	14.8	76.6	3.8	100.0

（資料）図表1に同じ

次に1週当たりの労働時間についてみてみよう（**図表8**）。既婚男性の正規雇用ではいずれの企業規模でも約80％が週43時間以上で[9]、週休1日なら1日平均7時間以上、同2日なら8時間以上勤務していることになり、フルタイム勤務が大半とみなすことができる。女性正規雇用は各企業規模とも35～42時間と43時間以上がほぼ同じ割合で、両者の合計が80％程度となる。週休と比べ男女間の差異が大きく、男性では残業による労働時間の積み増しがあることが影響している。一方、企業規模による違いは男性・女性とも小さく、週休2日制度が定着している大企業では1日の労働時間が長く、週当たりの勤務日が多い中小企業では1日当たり労働時間が相対的に短いことで、1週当たりの労働時間では規模間の平準化がある程度なされている。

既婚女性の非正規雇用における週労働時間は従業員100人以上500人未満の企業を除き、22～34時間が最も多い。15～21時間がそれに

8　取得率（取得可能日数に対する実際の取得日の割合）を従業員30人未満と500人以上で比較すると男性正規雇用は67.0％対44.2％、女性正規雇用は75.9％対52.4％で、大企業では有給休暇の使い残しが広範に存在する。

9　43時間以上の時間分布に企業規模による特段の傾向的差異がないことから、大企業もしくは中小企業に過重労働が偏って存在していることはないとみられる。

図表8　1週当たりの労働時間

既婚男性正規雇用　(%)

	15時間未満	15～21時間	22～34時間	35～42時間	43時間以上	計
30人未満 (n=192)	1.4	0.5	0.9	14.4	82.8	100.0
30人以上100人未満 (n=165)	1.6	0.0	0.0	15.8	82.5	100.0
100人以上500人未満 (n=232)	0.4	0.8	0.8	18.6	79.4	100.0
500人以上 (n=315)	0.9	0.9	1.8	16.5	80.0	100.0
計 (n=904)	1.0	0.6	1.0	16.4	80.9	100.0

既婚女性正規雇用　(%)

	15時間未満	15～21時間	22～34時間	35～42時間	43時間以上	計
30人未満 (n=73)	1.4	0.0	17.6	51.4	29.7	100.0
30人以上100人未満 (n=55)	0.0	1.8	1.8	49.1	47.3	100.0
100人以上500人未満 (n=77)	1.3	0.0	5.2	46.8	46.8	100.0
500人以上 (n=98)	0.0	1.0	13.1	45.5	40.4	100.0
計 (n=303)	0.7	0.7	10.2	47.9	40.7	100.0

既婚女性非正規雇用　(%)

	15時間未満	15～21時間	22～34時間	35～42時間	43時間以上	計
30人未満 (n=199)	19.6	30.7	35.7	10.6	3.5	100.0
30人以上100人未満 (n=93)	10.8	26.9	39.8	17.2	5.4	100.0
100人以上500人未満 (n=115)	7.8	25.2	27.8	28.7	10.4	100.0
500人以上 (n=148)	8.1	28.4	29.7	23.0	10.8	100.0
計 (n=555)	12.6	28.3	33.2	18.7	7.2	100.0

（資料）図表1に同じ

次いでおり、正規雇用より少なくなっている。従業員100人以上500人未満と500人以上の2区分では35～42時間と43時間以上がそれぞれ20%台、10%台を占めている。規模が大きい企業では、既婚女性非正規雇用の一部が正規雇用並みの労働時間で勤務している様子が窺われる。また、従業員30人未満の企業では週21時間以下の割合が約50%を占め、30人以上100人未満の企業が30%台であることと比べると、短時間労働の割合が高いのが特徴となっている。この点で小規模企業は、限定された時間を仕事に充てたいと考える非正規雇用での就業希望者に適した労働環境を提供している面があるといえる。

労働時間のうち残業時間は企業規模が大きいほど多い傾向がある（**図表9**）。週当たりの有給残業時間が1時間以上ある割合は男女別及び正規雇用・非正規雇用とも概ね企業規模が大きい方が高く、週6時間以上残業がある割合は規模別の差がさらに大きくなる。週労働時間で示した43時間以上の層の割合は規模別に差はないが、この層の内部において大企業の方が労働時間は長いことが示唆される。なお無給の残業、すなわちサービス残業が週1時間以上ある割合は全規模ベースで既婚男性正規雇用が54.9%、既婚女性正規雇用41.2%、既婚女性非正規雇用22.0%と正規雇用で割合が高い。男女差以上に正規雇用と非正規雇用での差が目立つ[10]。

10 企業規模別の傾向的な差異は特段見られない。

図表9　週当り有給残業時間の構成比

既婚男性正規雇用　（%）

	0	1～5時間	6～10時間	11～20時間	21時間以上	計
30人未満（n=192）	54.8	29.5	11.6	0.7	3.4	100.0
30人以上100人未満（n=165）	39.3	35.3	17.3	4.7	3.3	100.0
100人以上500人未満（n=232）	35.4	32.7	22.6	4.0	5.3	100.0
500人以上（n=315）	28.4	28.0	34.6	5.5	3.5	100.0
計（n=904）	37.1	30.9	23.9	4.1	3.9	100.0

既婚女性正規雇用　（%）

	15時間未満	15～21時間	22～34時間	35～42時間	43時間以上	計
30人未満（n=192）	56.3	40.6	3.1	0.0	0.0	100.0
30人以上100人未満（n=165）	42.2	46.7	11.1	0.0	0.0	100.0
100人以上500人未満（n=232）	38.2	47.1	14.7	0.0	0.0	100.0
500人以上（n=315）	38.5	39.6	20.9	1.1	0.0	100.0
計（n=904）	43.3	42.9	13.4	0.4	0.0	100.0

既婚女性非正規雇用　（%）

	0	1～5時間	6～10時間	11～20時間	21時間以上	計
30人未満（n=192）	67.9	29.2	2.8	0.0	0.0	100.0
30人以上100人未満（n=165）	51.0	43.1	5.9	0.0	0.0	100.0
100人以上500人未満（n=232）	48.6	42.9	8.6	0.0	0.0	100.0
500人以上（n=315）	43.1	46.6	10.3	0.0	0.0	100.0
計（n=904）	53.1	39.9	7.0	0.0	0.0	100.0

（資料）図表1に同じ

このように労働時間に関しては、週休制度や有給休暇制度は大企業の方が中小企業より充実している。残業など出勤日における負担は大企業で相対的に大きく、均してみれば1週当たりの労働時間の差は企業規模間である程度平準化される。

労働時間に限定して考えれば、正規雇用では中小企業は週休制度の差により若干総労働時間が長くても勤務日の残業を少なくしたい就業者に、大企業は勤務日の労働時間が長くても休暇を確実に取得したい就業者に適している。非正規雇用では中小企業は時間的拘束が少ないことを望む就業者に適している。

（2）賃金

雇用者の給与収入[11]（月収ベース）の平均値と中央値について男女別及び正規雇用・非正規雇用別にみると（**図表10**）、金額は男性正規雇用、女性正規雇用、女性非正規雇用の順になっており、それぞれの差は全規模ベースで1ヵ月当り10万円以上に及ぶ。企業規模別には正規雇用では男女とも概ね規模が大きいほど給与収入が大きく、規模による収入格差が存在する。非正規雇用では従業員30人以上の3区分では規模間で平均値・中央値の差がほとんどみられないのに対し、30人未満の収入が30人以上と比べ少ない。これは前述の通りでみた週あたり勤務時間が小規模企業で短いことが関連して

11 残業手当を含みボーナスを含まない税引前ベース。

図表10　給与収入（月収ベース）

既婚男性正規雇用　（万円）

	平均値	中央値
30人未満	35.2	30.4
30人以上100人未満	34.0	32.0
100人以上500人未満	35.6	33.7
500人以上	42.7	40.0
計	37.7	35.0

既婚女性正規雇用　（万円）

	平均値	中央値
30人未満	23.8	20.7
30人以上100人未満	21.2	20.0
100人以上500人未満	24.9	24.0
500人以上	28.5	27.3
計	25.2	23.0

既婚女性非正規雇用　（万円）

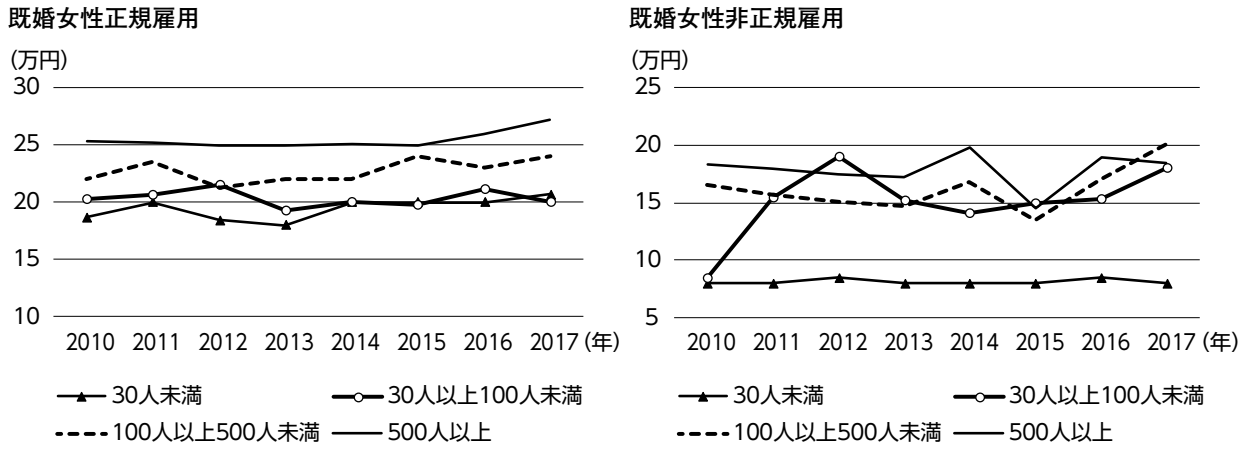
	平均値	中央値
30人未満	8.7	8.0
30人以上100人未満	17.7	18.0
100人以上500人未満	19.6	20.1
500人以上	17.7	18.5
計	14.4	12.0

（資料）図表1に同じ

いると考えられる。賃金格差は総じて性別や雇用形態別の方が企業規模別より大きく、現在の格差問題の中核が性別や雇用形態の違いであることが理解できる。

雇用者の給与収入の調査を開始した2010年調査以降の中央値の推移をみると、既婚男性はいずれの企業規模もほぼ横ばいで推移している。既婚女性は（**図表11**）、正規雇用の従業員100人以上の2区分では2016年以降中央値の水準がやや上昇している。一方、従業員30人未満と30人以上100人未満の2区分は2014年以降ほぼ同水準で推移しており、差が開きつつある。女性非正規雇用では従業員30人以上の3区分は正規雇用と比べ調査年次毎の振れが大きい一方、30人未満は横ばいで推移している。また、従業員30人以上の3区分では2016年以降水準が上昇している。このことは小規模企業における非正規雇用の位置づけがそれ以外の規模の企業と質的に異なっている可能性を示唆する。

図表11　給与収入（月収ベース・中央値）の推移



（資料）図表1に同じ
（注）年は調査年次

（3）育児休業制度と介護休業制度

共働き世帯が夫婦世帯の4分の3を占める現状においては、育児休業制度や介護休業制度が機能しているかどうかは共働きを持続的に行いうるかどうかに大きな影響を与える。慶應調査では直接の回答者である女性に対して育児休業制度や介護休業制度の有無や利用状況について質問している。勤め先企業に育児休業制度が「ある」割合について既婚女性の正規雇用を対象にみると（**図表12**）、企業規模によって開きがある。従業員100人未満の2区分では半分に満たず、特に30人未満は20%台にとどまる。一方、100人以上500人未満では60%を超え、500人以上では80%近くに及ぶ。

2000年調査、2010年調査と2017年調査の比較では、育児休業制度がある割合が従業員30人未満12.5%→17.0%→22.7%、30人以上100人未満で26.3%→37.7%→45.9%、100人以上500人未満で47.2%→61.2%→65.8%、500人以上で56.0%→71.3%→78.9%と、いずれの規模でも上昇している。ただ、従業員30人未満の小規模企業での伸びが他と比べ鈍く、企業規模別の制度格差は拡大している。

実際に自分に育児休業制度の利用資格があることを認識している割合をみると、従業員30人未満が11.3%、30人以上100人未満が30.4%、100人以上500人未満47.4%、500人以上が55.5%で、従業員100人未満の2区分おける育児休業制度の認知度は同100人以上の2区分と比べ見劣りする。ちなみに非正規雇用で利用資格があることを認識している割合を企業規模の小さい順からみると7.0%、13.0%、23.9%、29.7%と正規雇用よりも一層低く、中小企業では制度面の不備と認知度の低さが複合的に作用しており、既婚女性が仕事を継続するうえでの制約となっているといわざるをえない。

介護休業制度の有無について企業規模別にみても（**図表12**）、企業規模が大きくなるほど「ある」の割合が大きくなっている。育児休業制度よりも割合が相対的に低いのは介護の当事者となる割合が育児の場合より低く、「わからない」とする回答が多いことによる。実際に自分に利用資格があることを認識している割合は30人未満が5.7%、30人以上100人未満が20.1%、

図表12　育児休業制度と介護休業制度の有無（正規雇用）

育児休業制度　（%）

	ある	ない	わからない	計
30人未満（n=353）	22.7	52.4	24.9	100.0
30人以上100人未満（n=148）	45.9	18.2	35.8	100.0
100人以上500人未満（n=190）	65.8	4.7	29.5	100.0
500人以上（n=247）	78.9	2.4	18.6	100.0
計（n=938）	49.9	24.2	25.9	100.0

介護休業制度　（%）

	ある	ない	わからない	計
30人未満（n=353）	10.8	53.3	36.0	100.0
30人以上100人未満（n=149）	29.5	18.8	51.7	100.0
100人以上500人未満（n=192）	42.7	8.9	48.4	100.0
500人以上（n=247）	61.1	2.8	36.0	100.0
計（n=941）	33.5	25.5	41.0	100.0

（資料）図表1に同じ
（注）回答サンプルは既婚女性

100人以上500人未満33.9%、500人以上が43.9%である。非正規雇用で利用資格があることを認識する割合を同様にみると2.5%、4.3%、15.7%、18.9%である。

2000年調査、2010年調査と2017年調査の比較では、介護休業制度がある割合が従業員30人未満3.1%→6.8%→10.8%、30人以上100人未満で11.4%→16.7%→29.5%、100人以上500人未満で19.8%→36.8%→42.7%、500人以上で40.0%→53.2%→61.1%と育児休業制度同様に小規模企業での伸びが鈍い。

育児休業制度・介護休業制度のある企業について、実際に制度を利用した人がいるかどうかについて同様に企業規模別にみると、育児休業制度は順に61.5%、76.7%、83.4%、83.2%で、介護休業制度は6.7%、21.5%、30.9%、30.3%と、介護休業制度で従業員100人未満の2区分における利用率が低い。また、介護休業制度は大企業を含め利用率の水準そのものが低く、企業にとっては制度運用面で改善の余地が大きいといえよう。

育児休業制度や介護休業制度が利用できれば離職を踏みとどまれたケースが実際には少なくないと考えられ、制度の拡充と周知、及び利用しやすい制度運用体制を整えることが望まれる。

2. 4　勤務先企業の状況

慶應調査は夫婦世帯の夫と妻が勤務している企業について、職種のほか、行っている仕事の習熟期間や配置転換の頻度、研修体制、定着度など多方面にわたる質問をしている。これらを分析することで企業規模別の特徴をみていく。

(1) 職種

職種は仕事の内容を決定づける最も基本的な要素である。慶應調査では職種を管理職、専門職（勤務医、研究員、大学助教以上、裁判官など)、技術職（技術者、プログラマー、看護師、栄養士、薬剤師など)、教員[12]、事務職（一般事務、営業社員、銀行員など)、技能・作業職（工員、運転士、配達員、職人、清掃員など)、販売サービス職（店員、外交員、理・美容師、調理人、看護・歯科助手、介護職など）に分けて尋ねている。既婚男性は正規雇用について、既婚女性は正規雇用と非正規雇用別に分けて企業規模別にみていく。

既婚男性では企業規模が大きいほど管理職、技術職、事務職の割合が高い傾向があり、規模が小さいほど技能・作業職の割合が高い（**図表13**)。こうした特徴は中小企業で現業担当者の割合が高く、大企業ほど間接部門の割合が高い（江口（2018))ことと整合する。

既婚女性の正規雇用では（**図表14**）男性の正規雇用に比べ技術職、事務職、販売サービス職の割合が高い。なかでも事務職が多く、規模によるばらつきはあるものの、全規模でみると半数近くを占める。一方、管理職、専門職、技能・作業職の割合は低い。規模の小さい企業では技術職が比較的多いのが目立つほか、教員の割合が高く、特定の資格に基づいた仕事を行うことが多いのが特徴である。販売サービス職も従業員30人以上100人未満の企業で26.8%を占める。

12 小学校・中学・高校の教諭のほか、幼稚園教諭や保育士も含む。

図表13　既婚男性正規雇用の職種構成

（%）

	管理職	専門職	技術職	教員	事務職	技能･作業職	販売サービス職	計
30人未満（n=184）	7.1	1.1	10.3	0.5	16.3	52.2	12.5	100.0
30人以上100人未満（n=184）	2.2	2.7	9.8	1.6	25.5	41.9	16.3	100.0
100人以上500人未満（n=255）	5.9	2.0	16.1	1.6	23.9	36.5	14.1	100.0
500人以上（n=341）	13.2	2.6	19.7	0.0	30.5	23.8	10.3	100.0
計（n=964）	8.0	2.2	15.0	0.8	25.1	36.0	12.9	100.0

（資料）図表1に同じ

図表14　既婚女性正規雇用の職種構成

（%）

	管理職	専門職	技術職	教員	事務職	技能･作業職	販売サービス職	計
30人未満（n=66）	3.0	1.5	19.7	12.1	51.5	1.5	10.6	100.0
30人以上100人未満（n=56）	0.0	0.0	16.1	10.7	26.8	19.6	26.8	100.0
100人以上500人未満（n=77）	0.0	1.3	29.9	2.6	37.7	7.8	20.8	100.0
500人以上（n=99）	3.0	1.0	13.1	0.0	62.6	3.0	17.2	100.0
計（n=298）	1.7	1.0	19.5	5.4	47.0	7.1	18.5	100.0

（資料）図表1に同じ

既婚女性の非正規雇用は各規模とも販売サービス職が40～50%を占め、際立って割合が高い（**図表15**）。近年の女性の労働参加が主に非正規雇用であるなかで、職種が販売サービス職に偏っている様子が窺われる。また、女性非正規雇用の販売サービス職は所属業種が卸売業・小売業36.7%、医療・福祉24.1%、飲食業・宿泊サービス業19.3%など幅広い。一方、既婚女性の正規雇用では医療・福祉の30.3%が最も多く非正規雇用と同様に既婚女性の主要な就業対象業種となっているが、卸売業・小売業は8.5%に過ぎない。

図表15　既婚女性非正規雇用の職種構成

（%）

	専門職	技術職	教員	事務職	技能･作業職	販売サービス職	計
30人未満（n=193）	0.5	5.7	9.8	26.4	11.9	45.6	100.0
30人以上100人未満（n=93）	0.0	6.5	8.6	16.1	25.8	43.0	100.0
100人以上500人未満（n=114）	0.0	8.8	0.9	16.7	22.8	50.9	100.0
500人以上（n=148）	0.0	5.4	0.7	31.8	13.5	48.7	100.0
計（n=548）	0.2	6.4	5.3	24.1	17.0	47.1	100.0

（資料）図表1に同じ

（2）習熟期間

仕事に就いている人にとって、その仕事が質的に他の人によって容易に代替可能な単純なものであるか、簡単には替えが利きにくいものであるかは、その仕事に個人の能力や創意工夫が反映されるものであるかによって決まり、本人のモチベーションに大きな影響を与える。また、報酬や労働時間、雇用の安定性といった待遇面への影響も大きいとみられる。以下では、従事している仕事を全くの新人ができるようになるまでどの程度の期間がかかると考えているか（習熟期間）を男女別・企業規模別にみていく[13]（**図表16**）。

既婚男性正規雇用の場合、従業員500人未満の3区分では1年超とする回答が50%程度である。これに対し、500人以上では60%程度であり、特に5年以上とする割合は27.5%にのぼり100人未満の2区分の10%程度を大幅に上回るなど、大企業では習熟期間が長い。職種別には管理職、専門職、技術職の習熟期間が長い。なかでも管理職は従業員500人以上の企業では、仕事をできるようになるまでに期間5年超とする割合が68.9%にのぼるなど長期間かかるとする回答の割合が高い。従業員500人以上の企業では管理職の割合が12.9%と全規模の7.7%に比べ高く、このことも大企業における習熟期間の長さにつながっていると考えられる。ただし、管理職のスキルは部署内及び部署間を跨いだ社内事情や企業文化への理解が必要であり、所属企業を問わずスキルが通用しやすい専門職や技術職と異なり企業特殊的な側面が強いとみられる点には注意が必要である。

図表16　既婚男性　自分の仕事を新人ができるようになるまでの期間（習熟期間）

既婚男性正規雇用　（%）

	1ヵ月以内	1ヵ月超1年以内	1年超5年以内	5年超
30人未満 (n=211)	18.0	37.4	33.6	10.9
30人以上100人未満 (n=182)	14.8	43.4	31.3	10.4
100人以上500人未満 (n=252)	11.1	39.7	33.3	15.9
500人以上 (n=338)	8.9	31.4	32.2	27.5
計 (n=983)	12.5	37.0	32.7	17.8

（資料）図表1に同じ

既婚女性正規雇用では、1年以内が500人未満の3区分で60%以上、500人以上は54.6%と男性正規雇用より割合がやや高い（**図表17**）。また、5年超の割合が10%に満たないなど、男性に比べ習熟期間が短い。習熟期間が長いとされる管理職の割合が男性に比べ低いことが影響しているとみられる。企業規模別には男性の場合と同様、規模の大きい企業の方が習熟期

13 回答者は女性が本人、男性が配偶者の女性を通じた回答。

間は長い傾向がある。

既婚女性の非正規雇用ではいずれの企業規模でも1ヵ月以内が40～50％程度、1年以内では80％以上で大きな差はない（**図表17**）。1年超の場合は100人以上500人未満を除き10％に満たないが、熟練を要する仕事の一部は非正規雇用によって担われていることを示している。非正規雇用が熟練を要する仕事を行うことを本田（2010）は「非正規雇用の基幹労働化」と呼んでいる。この現象はスーパーなど小売業で組織的に推進されているとされ、前掲の販売サービス職に多くの女性非正規雇用者が従事していることと整合している。このことは非正規雇用者の能力を企業が戦力化し有効活用しているというプラスの要素と、熟練を要する仕事に見合った報酬が提供されにくいというマイナスの要素を併せ持つ。

図表17　既婚女性　自分の仕事を新人ができるようになるまでの期間（習熟期間）

既婚女性正規雇用　（%）

	1ヵ月以内	1ヵ月超1年以内	1年超5年以内	5年超
30人未満（n=75）	13.3	52.0	32.0	2.7
30人以上100人未満（n=56）	19.6	55.4	23.2	1.8
100人以上500人未満（n=76）	9.2	56.6	31.6	2.6
500人以上（n=99）	6.1	48.5	40.4	5.1
計（n=306）	11.1	52.6	33.0	3.3

既婚女性非正規雇用　（%）

	1ヵ月以内	1ヵ月超1年以内	1年超5年以内	5年超
30人未満（n=199）	51.8	38.7	6.5	3.0
30人以上100人未満（n=93）	51.6	43.0	4.3	1.1
100人以上500人未満（n=114）	38.6	48.2	11.4	1.8
500人以上（n=146）	45.9	46.6	6.8	0.7
計（n=552）	47.5	43.5	7.2	1.8

（資料）図表1に同じ
（注）非正規雇用は派遣社員、契約社員・嘱託・その他、パート・アルバイトの合計

（3）配置転換

1つの企業に一定年数勤務する場合、担当する業務内容に精通する、すなわちスペシャリスト的な能力を求められることもあるが、在籍年数が長くなるにつれ複数の異なる仕事に習熟する、すなわちゼネラリスト的な能力を求められる場合もある。主に後者の場合を念頭に、正規雇用では長期の在籍を前提に一定の期間毎に配置転換が行われる。企業規模別・男女別に正規雇用における過去1年間での事業所内もしくは事業所間の配置転換の動向についてみると（**図表18**）、男性の正規雇用では従業員30人未満を除く3区分では毎年10人に1人以上が配置転換の対象となっており、企業規模が大きいほどその割合は高くなる。転居を伴う配置転換も企業規模が大きいほど多く、従業員500人以上の大企業は1年で20人に1人強が対象となっている。

図表18　既婚男性正規雇用の配置転換（過去1年間）

（%）

	転居を伴う事業所間(a)	転居を伴わない事業所間(b)	同一事業所内の別部署(c)	配置転換なし	計	配置転換あり (a)+(b)+(c)
30人未満 (n=199)	0.0	1.5	1.0	97.5	100.0	2.5
30人以上100人未満 (n=171)	1.2	5.3	4.7	88.9	100.0	11.1
100人以上500人未満 (n=242)	2.5	6.6	2.9	88.0	100.0	12.0
500人以上 (n=322)	5.3	6.5	6.8	81.4	100.0	18.6
計 (n=934)	2.7	5.2	4.2	87.9	100.0	12.1

（資料）図表1に同じ

女性の正規雇用も男性と同様、企業規模が大きいほど配置転換が多い傾向がある（**図表19**）。ただし、従業員100人以上の2区分で配置転換の割合が10%を超え男性とそれほど変わらないのに対し、100人未満では男性よりも低い。転居を伴う配置転換については女性では従業員500人以上の企業を含め少ない。

なお、女性の非正規雇用では1年間で転居の有無にかかわらず配置転換があったとする回答割合は30人未満が1.3%、30人以上100人未満が6.5%、100人以上500人未満3.1%、500人以上が2.4%と規模に関わらず多くない。

図表19　既婚女性正規雇用の配置転換（過去1年間）

（%）

	転居を伴う事業所間(a)	転居を伴わない事業所間(b)	同一事業所内の別部署(c)	配置転換なし	計	配置転換あり (a)+(b)+(c)
30人未満 (n=67)	0.0	0.0	1.5	98.5	100.0	1.5
30人以上100人未満 (n=48)	0.0	2.1	2.1	95.8	100.0	4.2
100人以上500人未満 (n=70)	1.4	7.1	7.1	84.3	100.0	15.7
500人以上 (n=94)	1.1	7.4	6.4	85.1	100.0	14.9
計 (n=279)	0.7	4.7	4.7	90.0	100.0	10.0

（資料）図表1に同じ

（4）研修体制

企業規模別の研修体制をみてみよう。過去1年間で業務に関する知識や技能を学ぶために研修会や講習会に派遣されたことがある割合は既婚女性の正規雇用では従業員30人未満が28.0％、30人以上100人未満35.7％、100人以上500人未満45.5％、500人以上39.4％と、規模の大きい企業で比較的実施率が高く、特に従業員100人以上500人未満の企業で高い。就業経験の浅い従業員のスキル向上のため行われる研修について年齢40歳未満に対象を限定してみると、従業員30人未満が34.4％、30人以上100人未満36.0％、100人以上500人未満60.5％、500人以上28.8％と100人以上500人未満での実施率の高さが目立つ一方、500人以上の大企業での割合が低い。非正規雇用では従業員30人未満が14.5％、30人以上100人未満21.5％、100人以上500人未満18.3％、500人以上21.6％と正規雇用に比べ水準が低い。30人未満がやや低いほかは企業規模別での差異は特段みられない。正規雇用・非正規雇用とも大企業ほど研修を積極的に行っているとはいえない。

派遣された研修会・講習会の主催者を企業規模別にみると（**図表20**）、いずれの規模でも「勤めている会社等」が最も多く、自社で研修を行う場合が一般的である。なかでも従業員500人以上は77.5％と高く、30人以上100人未満と100人以上500人未満も60％以上が自社で研修を実施している。一方30人未満は50％を下回っている。自社以外では「関連企業（機械を購入した企業等を含む）」「市や県等行政」「地元の団体（商工会議所等）や同業組合等」が主な主催者である。従業員500人未満の3区分では500人以上の企業と比べ総じてこの3つが主催する割合が高い。なお、自社で研修を実施しない従業員500人未満の企業では3区分合算で「関連企業」で23.9％、「市や県等行政」で38.8％、「地元の団体や同業組合等」で34.3％の割合で研修が実施されており、自社研修の代替手段として取引先等自社と関連の深い企業や行政への依存度が高い。

図表20　研修会・講習会の主催者

（％）

	勤めている会社等	地元の団体（商工会議所等）や同業組合等	関連企業（機械を購入した企業等を含む）	市や県等行政	大学･専門学校等	留学	その他
30人未満（n=62）	48.4	17.7	22.6	24.2	1.6	0.0	3.2
30人以上100人未満（n=40）	60.0	17.5	20.0	25.0	5.0	0.0	2.5
100人以上500人未満（n=56）	66.1	16.1	28.6	23.2	1.8	0.0	7.1
500人以上（n=71）	77.5	9.9	18.3	5.6	1.4	0.0	4.2
計（n=229）	63.8	14.9	22.3	18.3	2.2	0.0	4.4

（資料）図表1に同じ
（注1）複数回答
（注2）回答サンプルは既婚女性正規雇用・非正規雇用の合計

（5）定着状況

勤務している企業への定着状況については、慶應調査では回答者の現在所属先の在籍期間の集計ができないことから、間接的な確認手段として回答者が過去1年間同じ会社に所属していたか、同じでないか（同じでない場合は以前も有業者の場合）をみてみよう（**図表21**）。

既婚男性の正規雇用では現在所属する企業の規模が小さいほど「同じでない」の割合が高く、1年以内に別企業から転職してきた割合が高いことがわかる。既婚女性の正規雇用では従業員30人以上100人未満の企業で「同じでない」の割合が高いが企業規模別での傾向は特段みられない。非正規雇用は現在所属する企業の規模が小さいほど「同じでない」の割合が高い。また、非正規雇用では男女の正規雇用に比べ「同じでない」の割合が高く、転職の頻度が高い。

図表21　過去1年間の転職状況

既婚男性正規雇用　（万円）

	同じ会社	同じでない	計
30人未満（n=215）	94.0	6.1	100.0
30人以上100人未満（n=184）	94.6	5.4	100.0
100人以上500人未満（n=255）	96.5	3.5	100.0
500人以上（n=337）	97.0	3.0	100.0
計（n=991）	95.8	4.2	100.0

既婚女性正規雇用　（万円）

	同じ会社	同じでない	計
30人未満（n=75）	96.0	4.0	100.0
30人以上100人未満（n=55）	89.1	10.9	100.0
100人以上500人未満（n=76）	94.7	5.3	100.0
500人以上（n=99）	96.0	4.0	100.0
計（n=305）	94.4	5.6	100.0

既婚女性非正規雇用　（万円）

	同じ会社	同じでない	計
30人未満（n=174）	87.4	12.6	100.0
30人以上100人未満（n=82）	90.2	9.8	100.0
100人以上500人未満（n=100）	92.0	8.0	100.0
500人以上（n=127）	93.7	6.3	100.0
計（n=483）	90.5	9.5	100.0

（資料）図表1に同じ
（注）「同じでない」は異なる会社に所属していたことを意味し、無業者を含まない

2. 5　既婚女性の就業環境

（1）通勤時間

既婚女性の通勤時間（平日）の平均値を企業規模別にみると、正規雇用では従業員30人未満が0.54時間、30人以上100人未満が0.72時間、100人以上500人未満が0.84時間、500人以上が1.08時間で、企業規模が小さいほど短い[14]。非正規雇用では0.58時間、0.71時間、0.80時間、0.67時間と差は小さい。

この通勤時間を短いと感じるかについて指数化[15]したものをみると（**図表22**）、正規雇用では企業規模により異なる。規模が小さいほど指数が大きく、通勤時間が短いと感じていることを示している。既婚女性は通勤時間の短さを重視する[16]ので、正規雇用では中小企業は大企業に比べ通勤時間面で優位にあるといえる。

一方、非正規雇用では企業規模による差は小さく、指数の水準も正規雇用に比べ高い。非正規雇用では企業規模を問わず事業所の近隣に居住する人を採用する傾向が強く中小企業が通勤時間面で優位とはいえない。

図表22　通勤時間が短いと感じるか

既婚女性正規雇用　（%）

	あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	ほとんどあてはまらない	指数
30人未満（n=74）	64.9	12.2	17.6	5.4	71.6
30人以上100人未満（n=56）	51.8	17.9	14.3	16.1	63.8
100人以上500人未満（n=76）	36.8	31.6	21.1	10.5	61.2
500人以上（n=97）	23.7	27.8	30.9	17.5	51.9
計（n=303）	42.2	23.1	22.1	12.5	61.3

既婚女性非正規雇用　（%）

	あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	ほとんどあてはまらない	指数
30人未満（n=199）	54.8	27.1	12.6	5.5	70.3
30人以上100人未満（n=91）	52.8	25.3	12.1	9.9	67.7
100人以上500人未満（n=114）	46.5	28.1	13.2	12.3	64.7
500人以上（n=148）	45.3	33.1	14.2	7.4	66.6
計（n=552）	50.2	28.6	13.0	8.2	67.7

（資料）図表1に同じ
（注）指数は「あてはまる」87.5、「まああてはまる」62.5、「あまりあてはまらない」37.5、「ほとんどあてはまらない」12.5でウエイト付けした。

（2）結婚・出産後も仕事を続けやすいか

結婚・出産後も仕事を続けやすいかどうかについては（**図表23**）、正規雇用では従業員500人以上の企業で指数が同500人以下の3区分よりやや高いものの、指数がすべての規模で50を上回っており、大きな違いはない。前掲の通り育児休業制度については中小企業では大企業に比べ整備されておらず、この点で大企業が優位である。しかし、仕事の続けやすさでそれほど差がないことは外形的な制度以外で結婚・出産後の勤務に様々な便宜を図る中小企業が一定数存在することを示唆する。非正規雇用では指数の水準に企業規模による違いは見いだせず、正規雇用との差も小さい。

14 既婚男性の正規雇用では順に0.88時間、1.11時間、1.27時間、1.43時間で既婚女性と同様規模が小さいほど短い。時間の水準は女性より長い。
15 指数の作成方法は図表22の注を参照。指数が50を上回るほど当てはまる度合いが大きくなり、下回るほど当てはまらない度合いが大きい。
16 3.2参照。

図表23　結婚・出産後も仕事を続けやすいか

既婚女性正規雇用　（%）

	あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	ほとんどあてはまらない	指数
30人未満（n=71）	25.4	39.4	26.8	8.5	57.9
30人以上100人未満（n=53）	26.4	39.6	20.8	13.2	57.3
100人以上500人未満（n=75）	21.3	48.0	21.3	9.3	57.8
500人以上（n=98）	28.6	46.9	19.4	5.1	62.2
計（n=297）	25.6	44.1	21.9	8.4	59.2

既婚女性非正規雇用　（%）

	あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	ほとんどあてはまらない	指数
30人未満（n=168）	28.6	39.9	17.9	13.7	58.3
30人以上100人未満（n=84）	21.4	40.5	21.4	16.7	54.2
100人以上500人未満（n=100）	28.0	40.0	19.0	13.0	58.3
500人以上（n=135）	17.8	59.3	14.1	8.9	59.0
計（n=487）	24.2	45.4	17.7	12.7	57.8

（資料）図表1に同じ
（注）図表22に同じ

（3）仕事内容への興味

仕事内容への興味については（**図表24**）、正規雇用では企業規模が小さいほど指数が大きく、中小企業の仕事が女性にとって興味を引く内容であることがわかる。非正規雇用は正規雇用より全般に指数の水準が低いが、そのなかで従業員500人以上の大企業より500人未満の方が指数が高く、500人未満の3区分では規模間で水準に差はほとんどみられない。仕事内容に興味を持てるという意味において、既婚女性にとっては正規雇用・非正規雇用いずれも中小企業の方がより満足度が高いとの結果となっており、大企業との差別化を図れる分野といえる。

仕事内容への興味に関する指数を正規雇用・非正規雇用に分けて職種別にみると（全規模、サンプル数30以上の職種）、正規雇用では技術職（64.2）と教員（75.0）が高く、販売サービス職(56.0)が続く。非正規雇用でも技術職(62.5)と教員（73.3）が高く、事務職は50.0で、就業者が多い販売サービス職は52.8である。技能・作業職は42.1と低い。

既婚女性の正規雇用で多い事務職と非正規雇用で多い販売サービス職において仕事内容への興味の程度は企業規模により異なるだろうか。仕事内容への興味の指数について正規雇用の事務職についてみると、従業員30人未満

図表24　仕事内容に興味があるか

既婚女性正規雇用　（%）

	あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	ほとんどあてはまらない	指数
30人未満（n=75）	18.9	56.8	16.2	8.1	59.1
30人以上100人未満（n=55）	29.6	33.3	29.6	7.4	58.8
100人以上500人未満（n=76）	8.0	57.3	26.7	8.0	53.8
500人以上（n=96）	12.4	41.2	36.1	10.3	51.4
計（n=298）	16.0	47.7	27.7	8.7	55.3

既婚女性非正規雇用　（%）

	あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	ほとんどあてはまらない	指数
30人未満（n=194）	21.7	38.1	28.4	11.9	54.9
30人以上100人未満（n=88）	17.1	37.5	34.1	11.4	52.6
100人以上500人未満（n=110）	20.9	34.6	30.9	13.6	53.2
500人以上（n=141）	9.2	36.9	39.0	14.9	47.6
計（n=533）	17.5	37.0	32.7	13.0	52.2

（資料）図表1に同じ
（注）図表22に同じ

が50.4、30人以上100人未満が49.2、100人以上500人未満が48.2、500人以上が46.7で小幅ではあるが規模が小さいほど興味を引く程度が高い。非正規雇用の販売サービス職では規模の小さい順に53.4、51.6、55.9、48.5と従業員500人未満の3区分と500人以上とで指数の水準に開きがあり、中小企業の方が仕事への興味が高い。

（4）職場での人間関係

職場での人間関係が良好であるかどうかについては（**図表25**）、正規雇用・非正規雇用ともに従業員数30人未満の企業で指数がやや高く、それ以上の3区分では差が小さい。小規模企業では比較的良好な人間関係を築きやすいが、従業員30人以上の企業規模ではややそれが難しくなることが示される。ただ、従業員500人以上の大企業でも「あてはまる」とする割合が20％弱あり、職場での人間関係を良好にすることはある程度の規模をもった組織では容易ではないものの、その企業もしくは事業所の企業文化や組織の構成員による職場の雰囲気作りによっては可能であるともいえる。このように考えると、職場での人間関係は小規模でない中小企業にとって大企業との差別化が難しいといえよう。なお、正規雇用と非正規雇用の比較ではいずれの規模においても非正規雇用の方が指数は高い。

以上から、中小企業では正規雇用・非正規雇用に共通して仕事内容に興味が持てること、及び正規雇用における通勤時間の短さが大企業に比べ既婚女性労働者を引き付ける点で優位にあるといえる。結婚・出産後も仕事を続けやすいかどうかは制度対応の遅れがあるにもかかわらず大企業に大きく劣っていない点で個別中小企業の制度外での工夫の跡が窺える。ただ、これは外部からはみえにくく、より多くの女性労働者を採用するためには制度面を充実させることが不可欠だろう。

図表25　職場での人間関係が良好か

既婚女性正規雇用　（%）

	あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	ほとんどあてはまらない	指数
30人未満（n=72）	30.6	48.6	15.3	5.6	63.5
30人以上100人未満（n=54）	20.4	50.0	25.9	3.7	59.3
100人以上500人未満（n=76）	13.2	52.6	21.1	13.2	53.9
500人以上（n=97）	17.5	53.6	23.7	5.2	58.4
計（n=299）	20.1	51.5	21.4	7.0	58.7

既婚女性非正規雇用　（%）

	あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	ほとんどあてはまらない	指数
30人未満（n=193）	32.1	50.8	11.9	5.2	65.0
30人以上100人未満（n=93）	29.0	48.4	15.1	7.5	62.2
100人以上500人未満（n=110）	23.6	53.6	14.6	8.2	60.7
500人以上（n=145）	20.0	57.2	17.9	4.8	60.6
計（n=541）	26.6	52.7	14.6	6.1	62.5

（資料）図表1に同じ
（注）図表22に同じ

（5）能力発揮・技術習得・昇進

仕事が自分の能力を生かせるものかどうかについてみると（**図表26**）、正規雇用では500人未満の3区分と500人以上とで指数に開きがあり、中小企業の方が大企業より能力が生かしやすい。非正規雇用は全般に正規雇用より指数の水準が低いが、そのなかで30人未満と30人以上100人未満の指数が高いのが目立ち、100人以上500人未満、500人以上と規模が大きくなるほど指数が低くなる。

図表26　能力を生かせるか

既婚女性正規雇用　（%）

	あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	ほとんどあてはまらない	指数
30人未満（n=75）	21.3	58.7	13.3	6.7	61.2
30人以上100人未満（n=55）	21.8	43.6	27.3	7.3	57.5
100人以上500人未満（n=76）	22.2	45.8	25.0	6.9	58.3
500人以上（n=96）	13.5	41.7	33.3	11.5	51.8
計（n=298）	19.1	47.3	25.2	8.4	56.8

既婚女性非正規雇用　（%）

	あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	ほとんどあてはまらない	指数
30人未満（n=190）	21.6	39.0	25.8	13.7	54.6
30人以上100人未満（n=87）	20.7	36.8	31.0	11.5	54.2
100人以上500人未満（n=107）	23.4	29.0	25.2	22.4	50.8
500人以上（n=138）	9.4	34.8	35.5	20.3	45.8
計（n=522）	18.6	35.4	29.1	16.9	51.4

（資料）図表1に同じ
（注）図表22に同じ

技術が身に付くかどうかについてみると（**図表27**）、正規雇用では30人未満の指数が最も高い。30人以上100人未満と100人以上500人未満がこれに続き、500人以上が最も低い。中小企業ほど技能面で得るものが大きい結果になっている。非正規雇用は全般に正規雇用に比べ指数の水準が低く技術が身に付きにくいが、そのなかで規模別には企業規模が小さいほど指数が高い。

図表27　技術が身に付くかどうか

既婚女性正規雇用　（%）

	あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	ほとんどあてはまらない	指数
30人未満（n=74）	17.6	58.1	13.5	10.8	58.1
30人以上100人未満（n=55）	23.6	38.2	27.3	10.9	56.1
100人以上500人未満（n=74）	20.3	47.3	24.3	8.1	57.4
500人以上（n=98）	12.2	33.7	32.7	21.4	46.7
計（n=301）	17.6	43.9	24.9	13.6	53.9

既婚女性非正規雇用　（%）

	あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	ほとんどあてはまらない	指数
30人未満（n=188）	20.2	31.9	33.5	14.4	52.0
30人以上100人未満（n=88）	18.2	29.6	35.2	17.1	49.7
100人以上500人未満（n=109）	16.5	27.5	33.0	22.9	46.9
500人以上（n=141）	6.4	28.4	42.6	22.7	42.1
計（n=526）	15.4	29.7	36.1	18.8	47.9

（資料）図表1に同じ
（注）図表22に同じ

昇進・地位向上の機会があるかどうかについてみると（**図表28**)、正規雇用では企業規模が大きいほど指数が大きく、中小企業では昇進・地位向上の機会が乏しい。指数の水準は500人以上の企業を除き50に届いておらず、あてはまらないと考える回答の方が多い。非正規雇用も同様で指数の水準は一層低い。従業員数100人未満と100人以上とで差がある。

図表28　昇進・地位向上の機会があるか

既婚女性正規雇用　（%）

	あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	ほとんどあてはまらない	指数
30人未満（n=71）	8.5	11.3	50.7	29.6	37.1
30人以上100人未満（n=53）	17.0	20.8	45.3	17.0	46.9
100人以上500人未満（n=73）	8.2	34.3	30.1	27.4	43.3
500人以上（n=97）	14.4	48.5	18.6	18.6	52.2
計（n=294）	11.9	31.0	34.0	23.1	45.4

既婚女性非正規雇用　（%）

	あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	ほとんどあてはまらない	指数
30人未満（n=178）	5.1	10.7	37.1	47.2	30.9
30人以上100人未満（n=84）	3.6	16.7	32.1	47.6	31.5
100人以上500人未満（n=105）	7.6	21.9	31.4	39.1	37.0
500人以上（n=137）	7.3	21.9	36.5	34.3	38.1
計（n=504）	6.0	17.1	34.9	42.1	34.2

（資料）図表1に同じ
（注）図表22に同じ

3　既婚女性が働きやすい就業環境

以上みてきたように職場の就業環境は企業規模により異なる。慶應調査では直接の回答者である女性に対し働き方の希望を尋ねているので、まずその特徴を概観する。そのうえで既婚女性が同じ会社での勤務を希望する度合いについて就業環境との関係を分析し、既婚女性にとって働きやすい就業環境とは何かを明らかにする。

3. 1　働き方の希望

慶應調査では既婚女性の3年後の働き方の希望について、「今より権限や責任がある仕事をしたい」「家事・育児・介護など家庭の方をより重視したい」「より能力やスキルを生かせる仕事をしたい」「収入をもっと増やしたい」のうちどれに当てはまるかを尋ねている。これを指数化してみると（**図表29**)、正規雇用・非正規雇用別の差は小さく、「収入をもっと増やしたい」がいずれも最も指数が大きい。これに「家事・育児・介護など家庭の方をより重視したい」が続く。この2項目は指数が50を上回り、希望する度合いが大きい。「より能力やスキルを生かせる仕事をしたい」は指数が50を下回るが正規雇用は50に近い。「今より権限や責任がある仕事をしたい」は正規雇用・非正規雇用とも40を下回る。このように女性においては収入増が最も強いモチベーションだが家事・育児・介護との折り合いをつけることが意識されている。能力・スキルの発揮にはある程度関心があるが権限や責任への関心は比較的低い。

図表29　既婚女性の3年後の働き方の希望（指数）

	今より権限や責任がある仕事をしたい	家事･育児･介護など家庭の方をより重視したい	より能力やスキルを生かせる仕事をしたい	収入をもっと増やしたい
正規雇用	38.8	58.6	49.7	61.4
非正規雇用	34.4	53.6	44.0	62.6

（資料）図表1に同じ
（注）図表22に同じ

3. 2　就業環境と同じ会社での勤務希望の関係

同じ会社での勤務を希望するかについてみると（**図表30**）、正規雇用では企業規模が小さいほど希望する度合いが強い。非正規雇用では500人未満の企業の方が500人以上の企業より希望の度合いが強い。500人未満の3区分では規模による指数の差はみられず、大企業での希望度はやや低い。

就業する既婚女性が同じ会社での勤務を希望するかはどのような要素によって決まるのであろうか。慶應調査では現在の職場における就業環境の状況を示す13要素について、「あてはまる」「まああてはまる」「あまりあてはまらない」「ほとんどあてはまらない」のどれに該当するかを尋ねている（主な項目の内容については2.4参照）。これをそれぞれ1点、2点、3点、4点と点数化して説明変数とし、同じ会社での勤務を希望するかについても同様に点数化して被説明変数とし、既婚女性の正規雇用と非正規雇用に分けて相関をみたのが**図表31**である。なお、サンプル数確保の観点から企業規模による分割は行わず全規模で分析している。

既婚女性では正規雇用と非正規雇用のいずれにおいても「通勤時間が短い」「結婚・出産後も続けやすい」「仕事内容に興味がある」「人間関係が良好である」の4項目が正に有意であり、雇用形態の如何を問わずこれらの条件を充足していることが既婚女性の就業継続に関係するという結果となった。このうち「通勤時間が短い」「結婚・出産後も続けやすい」は家事・育児・介護との両立を図るには重要な要素であり、女性が仕事を続けるにあたりこれらの就業

図表30　同じ会社での勤務を希望するか

既婚女性正規雇用　（%）

	あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	ほとんどあてはまらない	指数
30人未満（n=72）	34.7	43.1	16.7	5.6	64.2
30人以上100人未満（n=52）	34.6	34.6	19.2	11.5	60.6
100人以上500人未満（n=69）	20.3	55.1	10.1	14.5	57.8
500人以上（n=90）	16.7	52.2	18.9	12.2	55.8
計（n=283）	25.4	47.4	16.3	11.0	59.3

既婚女性非正規雇用　（%）

	あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	ほとんどあてはまらない	指数
30人未満（n=170）	32.9	34.1	21.8	11.2	59.7
30人以上100人未満（n=85）	23.5	43.5	25.9	7.1	58.4
100人以上500人未満（n=102）	24.5	45.1	20.6	9.8	58.6
500人以上（n=133）	22.6	41.4	27.1	9.0	56.9
計（n=490）	26.7	40.0	23.7	9.6	58.5

（資料）図表1に同じ
（注）図表22に同じ

環境を重視していることを示す。「仕事内容に興味がある」が有意なことは、後述の通り既婚女性は能力発揮や技術の習得への拘りが必ずしも強くないことを考え合わせると、仕事がスキルや能力の向上と直接結びつくことはなくても、仕事に関心を持って主体的に取り組めることが特に重要であることを意味する。「人間関係が良好である」は2.4（3）で示したとおり女性の配置転換の機会が男性よりも少ないことから、所属する職場における人間関係の良し悪しが仕事を続けるうえで大きな影響を与えるものとみられる。

反面、「技術が身に付く」「能力が生かせる」や「昇進・地位向上の機会がある」には有意な関係が認められず、それほど重視されていない。サンプルを大卒以上に限定して同様の分析を行ってもこの3要素に関して有意な関係は得られない。このように女性の高学歴化が進んだなかでも能力・昇進面への意識がそれほど強くない。また、「給与がよい」「労働時間が長い[17]」「休日・休暇を取りやすい」「転勤がない・少ない」といった職場での労働条件面も有意な関係はない。

ちなみに最近1年間で転職した既婚女性の離職理由[18]について回答割合の高い順に主な項目をみると（第25回調査、複数回答）、「労働条件（収入・時間が悪かったため）」が31.6%、「仕事の内容に不満があったため」が26.3%、「良

図表31　就業環境と同じ会社での勤務希望との相関

	既婚女性正規雇用		既婚女性非正規雇用	
	係数	t値	係数	t値
給与がよい	0.053	0.89	0.044	0.97
労働時間が長い	−0.070	−1.26	0.040	0.79
休日・休暇を取りやすい	−0.044	−0.79	−0.025	−0.50
通勤時間が短い	0.125	2.71 ***	0.111	2.51 ***
転勤がない・少ない	0.062	1.27	−0.027	−0.56
安定している・失業のおそれがない	−0.020	−0.34	−0.016	−0.32
将来、発展する可能性がある	0.031	0.50	0.114	1.94
結婚・出産後も続けやすい	0.200	3.20 ***	0.142	2.62 ***
技術が身に付く	−0.083	−1.12	−0.041	-0.64
能力が生かせる	−0.004	−0.05	−0.082	−1.19
仕事内容に興味がある	0.221	2.78 ***	0.249	4.15 ***
人間関係が良好である	0.353	5.21 ***	0.223	3.84 ***
昇進・地位向上の機会がある	0.058	1.01	0.056	1.06
定数項	0.300	0.93	0.358	1.34
修正済み決定係数	0.268		0.195	
観測数	278		382	

（資料）図表1に同じ
（注）各項目とも「あてはまる」1点、「まああてはまる」2点、「あまりあてはまらない」3点、「ほとんどあてはまらない」4点として点数化のうえモデル化した

17 給与総額が多くなるというプラスの側面と、プライベートの時間や家事・育児・介護との両立が困難になるというマイナスの側面を併せ持つ。
18 サンプル数が57と限られるため、企業規模別の分析は行わない。

い条件の仕事が見つかったから・独立したから」が21.1％、「人間関係が気まずくなったから」が14.0％、「一時的・不安定な仕事だったから」が10.5％などとなっている。同じ会社での勤務を希望する際重視される要素と同様な項目が満たされない場合に離職につながりやすいことが示されており、上記の分析結果を裏付ける結果となっている[19]。

3．3　女性が働きやすい職場環境と中小企業

前節で既婚女性が同じ会社での勤務を希望する就業環境として「通勤時間が短い」「結婚・出産後も続けやすい」「仕事内容に興味がある」「人間関係が良好である」の4つが重視されることが示された。2.5の結果を基にこれらの就業環境を中小企業はどの程度充足しているかをみてみよう。「通勤時間が短い」は正規雇用で、「仕事内容に興味がある」は正規雇用・非正規雇用いずれも中小企業の方が大企業より充足しており、中小企業が既婚女性に継続的に就業してもらうのに適した環境を提供しているということができる。特に「仕事内容に興味がある」は雇用形態にかかわらず中小企業の採用上の強みにすることができ、就業希望者への積極的なアピール材料となろう。「結婚・出産後も続けやすい」は、中小企業がその制度面と運用面の両方において大企業に立ち遅れている割に評価の差が小さい分野である。この背景としては2.5（2）でみた通り制度外での対応で一定の柔軟性があることが要因として考えられるが、企業内部の関係者のみならず外部にもそれがわかるよう明示的な制度化を進めることが望ましいだろう。また、中小企業が大企業より優位にある「技術が身に付く」「能力が生かせる」は同じ会社での勤務の希望と相関がないものの、「仕事内容に興味がある」に間接的につながる可能性があり、中小企業にとって強みとなりうる。

4．所属企業の規模と世帯のライフスタイル

戦後の日本では企業規模による生産性格差が「二重構造問題」として取り上げられてきた。現在では正規雇用と非正規雇用の所得格差も深刻な問題となっているため、企業規模による格差への注目度は低下しているが、格差自体は解消していない。終身雇用制度がいまなお根強い日本では、所属が大企業であるか中小企業であるかで生涯所得に相当な差が生じることは否定できない。それでは中小企業からの賃金が主たる収入となっている世帯は大企業からの賃金で生計を立てる世帯とライフスタイルが異なってくるのであろうか。

分析に先立って世帯の年収（夫婦合算）のうち夫の収入が占める割合（中央値ベース）をみると83.3％となっており、妻の割合は16.7％にとどまる。これは前掲図表10にみられるように収入に男女差があると同時に女性の雇用形態において非正規雇用がその多くを占めていることが関連している。また、総務省「平成29年就業構造基本調査」によると、有配偶女性の非正規雇用者が現職の雇用形態に就いている理由として「家計の補助・学費等を得たいから」を挙げる割合は35～39歳、40～44歳、45～49歳、50～54歳の年齢階層で50％を超えてい

19 転職者では「育児」は5.3％、「介護」は3.5％と少なく、転職によってこれらの負担との両立を目指す動きは少ない。

る。この年代は就学期の子供の学費の出費が多い時期であり、これをまかなうために女性が一時的に労働参加する場合も多いと考えられる。

このように、世帯収入は男性の収入に大きく左右される場合が多い。そこで以下では、男性の所属企業規模と世帯のライフスタイルの関係についてみていくこととする。なお、既婚男性の就業形態の大半が正規雇用である実情を考慮し、男性については正規雇用を分析対象とする。

なお、収入や支出、資産等の金額の分布は正規分布とならず、金額の多い方に裾野が広い、すなわち歪度が正の分布になることが知られており、平均値は少数の高収入・高貯蓄世帯の影響で実感より大きくなる。ここでは基本的に中央値を中心にみていく。

4. 1　収入と貯蓄額

世帯の収入額（夫婦合算）と貯蓄額はいずれも企業規模による格差が存在し、所属する企業の規模が大きいほど収入及び貯蓄額が大きい傾向がある。中央値（50％分位）で従業員30人未満の企業と500人以上の企業とを比較すると、収入額は1.38倍、貯蓄額は1.72倍で貯蓄額の方が格差は大きい（**図表32**）。また、収入額、貯蓄額とも中央値は従業員30人未満と30人以上100人未満がほぼ同じ水準にある。

図表32　世帯収入額と世帯貯蓄額（男性の所属企業規模別）

世帯収入額（夫婦合算）　（万円）

	25％分位	50％分位	75％分位	平均値
30人未満（n=200）	455	586	750	637
30人以上100人未満（n=173）	480	586	730	632
100人以上500人未満（n=239）	518	672	859	700
500人以上（n=321）	624	806	1,030	864
計（n=933）	520	674	896	731

世帯貯蓄額（夫婦合算）　（万円）

	25％分位	50％分位	75％分位	平均値
30人未満（n=148）	100	290	600	528
30人以上100人未満（n=154）	100	300	540	532
100人以上500人未満（n=204）	130	380	725	623
500人以上（n=290）	200	500	1,000	835
計（n=796）	150	355	800	665

（資料）図表1に同じ
（注）男性は正規雇用（以下同様）

4. 2　世帯住居

男性の所属企業規模別に世帯住居の所有関係をみると（**図表33**）、一戸建とマンションの割合に振れがあるものの、いずれの規模においても持ち家が70％程度を占め、大きな違いはない。持ち家以外については従業員100人未満を中心に民営賃貸住宅が多い。一方、社宅・寮・借り上げは従業員500人以上の企業で8.2％あるものの、同500人未満では少ない。社宅・寮・借り上げといった形態は従業員の住居費負担を軽減する福利厚生の一環と位置付けられるが、その供給は大企業に偏っている。

図表33　世帯住居の所有関係（男性の所属企業規模別）

（%）

	持ち家 一戸建	持ち家 マンション	持ち家 借地権付	民間賃貸 住宅	公営住宅	社宅・寮・ 借り上げ	その他	計
30人未満 （n=215）	61.9	9.3	0.9	23.7	1.9	0.9	1.4	100.0
30人以上100人未満 （n=184）	53.3	14.1	3.8	24.5	2.7	1.6	0.0	100.0
100人以上500人未満 （n=254）	66.1	9.1	2.0	16.9	4.3	1.2	0.4	100.0
500人以上 （n=341）	58.9	15.3	1.5	15.0	0.9	8.2	0.3	100.0
計 （n=994）	60.4	12.2	1.9	19.1	2.3	3.6	0.5	100.0

（資料）図表1に同じ

持ち家の市場価格（回答者による見込み値ベース。戸建ては敷地価格を含む）を男性の所属企業規模別にみると（**図表34**）、中央値では特に差はみられない。企業規模による所得や貯蓄額の格差は存在するものの、夫が大企業に所属する人の世帯ほど高額物件に住んでいるというものではない。ただ、75%分位では企業規模が大きい方が市場価格はやや高い。

図表34　世帯が保有する住宅と敷地の市場価格（男性の所属企業規模別）

（%）

	25%分位	50%分位	75%分位	平均値
30人未満 （n=98）	1,060	1,700	2,500	1,878
30人以上100人未満 （n=71）	1,000	2,000	2,760	2,466
100人以上500人未満 （n=137）	1,200	1,800	3,000	2,237
500人以上 （n=167）	1,500	2,300	3,200	2,590
計 （n=473）	1,230	2,000	3,000	2,322

（資料）図表1に同じ
（注）売るとした場合の市場価格見込み

4. 3　生活実感

男性の所属企業規模による所得格差に応じて生活実感に差はあるだろうか。慶應調査では世帯の生活水準に対する自己評価を「満足」「どちらかといえば満足」「どちらともいえない」「どちらかといえば不満」「不満」の5段階に分けて尋ねている（回答は女性）。これを指数化したものを図表でみると（**図表35**）、企業規模が大きいほど満足度が高い結果となっている。従業員30人以上100人未満と100人以上500人未満ではほとんど差がなく、30人未満の小規模企業が最も低い。

生活水準に対する自己評価は収入や支出といった経済的な側面のほか、住環境、時間的余裕、精神的な要因（ストレス環境）など多様な要素によって左右されると考えられる。そこで

経済的側面に絞り込んだ指標として自世帯の生活程度が相対的にどの辺りに位置するかを評価したものをみた。ここでは自世帯の生活程度を「上」「中の上」「中の中」「中の下」「下」の5段階で尋ねている。これを指数化して男性の所属企業規模別にみると、指数で50を上回るのは従業員500人以上のみで、500人未満の3区分では50未満、すなわち「上」と「中の上」の合計が「中の下」と「下」の合計を下回るなど、所属企業が大企業であるか中小企業であるかにより、評価に格差がみられる。これは所属企業の規模によって生活水準が左右されることを示唆している。

図表35　世帯の生活水準に対する自己評価（男性の所属企業規模別）

生活全般への満足度　（%）

	満足	どちらかといえば満足	どちらともいえない	どちらかといえば不満	不満	指数
30人未満（n=426）	9.2	48.1	27.2	12.0	3.5	61.8
30人以上100人未満（n=198）	9.6	57.1	22.2	8.1	3.0	65.5
100人以上500人未満（n=272）	10.3	56.3	21.3	9.9	2.2	65.6
500人以上（n=358）	13.4	58.9	19.3	7.0	1.4	69.0
計（n=1,254）	10.7	54.4	22.9	9.5	2.6	65.3

（資料）図表1に同じ
（注）指数は「満足」100、「どちらかといえば満足」75、「どちらともいえない」50、「どちらかといえば不満」25、「不満」0としてウエイト付けした

生活程度の評価　（%）

	上	中の上	中の中	中の下	下	指数
30人未満（n=427）	0.7	12.2	54.3	27.9	4.9	44.0
30人以上100人未満（n=198）	0.0	9.6	61.1	24.2	5.1	43.8
100人以上500人未満（n=273）	0.0	15.8	60.4	22.7	1.1	47.7
500人以上（n=357）	0.6	25.5	57.7	15.1	1.1	52.3
計（n=1,255）	0.4	16.3	57.7	22.6	3.0	47.1

（資料）図表1に同じ
（注）指数は「上」100、「中の上」75、「中の中」50、「中の下」25、「下」0としてウエイト付けした

家計の先行きに不安を感じる頻度について指数化したものを男性の所属企業規模別にみると（**図表36**）、従業員30人未満の企業が若干高く、30人以上の3区分は同水準である。

図表36　世帯家計の先行き不安を感じる頻度（男性の所属企業規模別）

（%）

	何度もあった	ときどきあった	ごくまれにあった	ほとんどなかった	指数
30人未満（n=214）	17.3	26.2	38.3	18.2	48.1
30人以上100人未満（n=183）	15.3	23.0	39.9	21.9	45.4
100人以上500人未満（n=254）	14.2	24.8	39.0	22.1	45.3
500人以上（n=341）	13.8	27.6	35.5	23.2	45.5
計（n=992）	14.9	25.7	37.8	21.6	46.0

（資料）図表1に同じ
（注）指数は「何度もあった」87.5、「ときどきあった」62.5、「ごくまれにあった」37.5、「ほとんどなかった」12.5でウエイト付けした

4. 4　女性の家事負担

夫婦世帯、特に核家族世帯においては就業者の家庭における家事負担が、生活における家事の重要性を意識する女性にとって就労の大きな制約条件となりうる。慶應調査では夫婦世帯における女性労働者の家事・育児・介護などの負担について尋ねている。負担が大きすぎると感じる頻度を「何度もあった」「ときどきあった」「ごくまれにあった」「まったくなかった」の4段階で評価しており、これを指数化したものを男性の所属企業規模別にみると（**図表37**）、正規雇用、非正規雇用とも数値に多少の上下はあるものの企業規模別には特段の差異はみられない。また、正規雇用、非正規雇用別の指数の水準にも違いはなく、雇用形態の違いによる労働時間などと家事等の負担感の関係性は乏しい。

慶應調査では既婚女性（全企業規模）の平日1日当りの家事・育児[20]に要する時間の平均値は正規雇用が5.16時間、非正規雇用が6.08時間となっている。専業主婦は5.69時間で大きな差はなく、仕事の有無とかかわりなく既婚女性の家事・育児に費やす時間は5～6時間程度である。これに対し既婚男性の平日1日当りの家事・育児に費やす時間は平均1.61時間に過ぎない。これが休日には平均3.12時間とほぼ倍層するが、女性（正規雇用・非正規雇用合算）の家事・育児時間も6.57時間に増えるため、休日の男性の家事参加は女性の家事負担軽減につながっていない[21]。このように平日・休日を問わず既婚女性の家事・育児の負担は大きく、女性の労働参加の制約要因として作用していると考えられる。このことから、既婚女性の労働参加を促進するためには、企業の就業環境の整備に加え平日の家庭内における家事・育児・介護の分担のあり方や、それらの外部サービス利用を検討することが重要である。

図表37　家事・育児・介護などの負担が大きすぎると感じる頻度（男性の所属企業規模別）

既婚女性正規雇用　（%）

	何度もあった	ときどきあった	ごくまれにあった	まったくなかった	指数
30人未満（n=100）	9.0	25.0	30.0	36.0	39.3
30人以上100人未満（n=38）	10.5	13.2	52.6	23.7	40.1
100人以上500人未満（n=78）	21.8	26.9	28.2	23.1	49.4
500人以上（n=81）	6.2	25.9	38.3	29.6	39.7
計（n=297）	11.8	24.2	34.7	29.3	42.1

既婚女性非正規雇用　（%）

	何度もあった	ときどきあった	ごくまれにあった	まったくなかった	指数
30人未満（n=167）	15.0	20.4	41.9	22.8	44.4
30人以上100人未満（n=103）	14.6	17.5	28.2	39.8	39.2
100人以上500人未満（n=118）	11.9	22.0	43.2	22.9	43.2
500人以上（n=160）	7.5	21.9	36.3	34.4	38.1
計（n=548）	12.0	20.6	38.0	29.4	41.3

（資料）図表1に同じ
（注1）調査時点直前の1ヵ月
（注2）指数は「何度もあった」87.5、「ときどきあった」62.5、「ごくまれにあった」37.5、「ほとんどなかった」12.5でウエイト付けした

20 介護は含まない。
21 夫婦合算の家事・育児への延べ投入時間が休日に多いのは平日に処理しきれない負担が休日に回されているためと考えられる。

５．おわりに

以上、既婚男女の従業員待遇と就業環境について、個票データを基に企業規模別に比較してきた。ここまでの分析で中小企業に関していえることとして、その従業員待遇（勤務時間と賃金面）や福利厚生制度の整備･運用において、正規雇用・非正規雇用いずれにおいても大企業より劣ることは否めない。賃金面の格差は生産性の格差の反映であり、賃金水準が低いこと自体が製品価格の低廉化を通じ競争力の源泉となっている部分もある（商工組合中央金庫編（2016）第2章）ことから、その改善は一朝一夕には進まないと考えられる。しかし、労働時間、特に週休制度については改善の余地は大きく、育児休業・介護休業といった福利厚生制度の拡充も望まれる。女性の結婚・出産後の仕事の続けやすさについての企業規模による格差が小さいことから、中小企業においてはインフォーマルな配慮が相応になされているとみられるが、応募者や従業員にとってわかりやすくなるようそれを制度面に反映させる努力は必要だろう。

2021年3月現在、コロナ禍で企業の人手不足感は大幅に弱まっているものの、中小企業にとって人材の確保は引き続き重要な課題であり、女性就業者の活躍はきわめて重要である。なかでも労働参加率が4分の3に及ぶ既婚女性の活躍への期待は大きいが、高学歴化が進んだ割に非正規雇用が大半を占める状況にあること、販売関連に職種が偏っていること、家事負担を能力発揮や昇進よりも優先させる傾向が強いことから、現状では女性が十分に活躍しているとは言い難い。

そのなかで、中小企業は大企業よりも興味を持って仕事に取り組むことができ、能力の発揮が可能であり、技術の習得がしやすいという強みを持つ。この強みを生かしつつ、男性（夫）が家事等に参加できる就業環境を整備することで、中小企業は女性が働きやすい就業環境を提供することができるのではないだろうか。

なお、中小企業が内容への興味を引く仕事を提供している点や能力発揮、技術習得がしやすいことの定性的な背景については、慶應データによる分析の枠内では解明できなかった。さらに、調査対象の制約により就業環境の定性的データ（2.5）は男性の分析を行っておらず、女性との比較には至らなかった。これらの点を補足することは今後に向けた課題として残される。

【参考文献】

○江口政宏（2018）「人手不足と中小企業の非正規雇用―労働力調査オーダーメード集計を利用した調査―」『商工金融　2018年1月号』pp30-62

○商工組合中央金庫編、岡室博之監修（2016）『中小企業の経済学』、千倉書房

○筒井淳也（2015）「仕事と家族」（中公新書）

○本田一成（2010）「主婦パート　最大の非正規雇用」（集英社新書）

好評発売中!

編集・発行　一般財団法人　商工総合研究所

中小製造業の競争力向上戦略

−IT化・国際化・新事業展開による競争力向上−

定価 1,650円（本体1,500円＋税10%）
ISBN978-4-901731-36-2 C2034

【目　次】

序　章　中小機械・金属工業の構造変化
第１章　IT化による競争力向上
第２章　国際化による競争力向上
第３章　新事業展開による競争力向上
補　章　中小機械・金属工業の競争力の源泉 他
終　章　中小製造業の競争力向上のために

【概要・特徴】

中小製造業は、日本が強固な産業競争力を有する機械製造業の良質かつ膨大なサポーティングインダストリーとして機能する重要な存在です。本書は、中小製造業が自らの競争力を向上させるためにはどうすれば良いのか、IT化・国際化・新事業展開といった観点から、事例を交えながらまとめたものです。

――― 全国の書店および当研究所ホームページよりご注文ください ―――

一般財団法人　商工総合研究所
URL https://www.shokosoken.or.jp
TEL 03（6810）9361（代表）　FAX 03（5644）1867

ESG地域金融の現状と課題

森　　祐　司
（下関市立大学経済学部教授）

1.　ESG地域金融とは

「ESG金融」、すなわち、財務的なリスク・リターンだけを考慮して金融取引や投融資を行うのではなく、環境・社会・ガバナンス（Environment・Social・Governance）の側面も配慮した投融資行動が急速に広がっている。さらに、貧困や飢餓、エネルギー問題、気候変動、平和的な社会生活など17の目標を達成しようという国際連合発の「持続可能な開発目標」（Sustainable Development Goals；SDGs）の活動も、世界的に政府・企業・自治体やNPOなど様々な団体が目標受け入れを表明し、同様の考え方を共有するESG金融と相まって、その取り組みを加速する世界的な潮流ができてきている。

わが国においては、ESG投資などは、従来からあったSRI（社会的責任投資）[1]の機関投資家が、その投資先である上場企業（≒大企業）に対して社会的責任（CSR）を果たすようにとの圧力（対話）となり、大企業を中心に市場における評価のほかステークホルダーからの評価を向上させるためにも欧米に追随する形で対応し発展してきた。このようなESG投資やSDGs対応が大企業中心であった背景には、①大企業からCSR経営の導入・普及があったという経緯、②大企業の方が環境・社会問題などで外部に与える影響が大きいこと、③資本市場経由で機関投資家から大企業にメッセージが伝えられるというESG投資の手法のため、資本市場を利用していない（できない）中小企業にはあまり関係がなかったこと、④中小企業は規模・財務体力が小さく、SDGs対応の負担はまだ難しいと見られていたこと、などがあったと見られる。しかしながら、大企業でESG金融やSDGs対応がある程度は進みつつある中で、中小企業でも推進すべきだとの議論も起き、中小企業・地域企業にとっての最大の資金調達手段であり、地域金融機関がその主な担い手である間接金融においても、ESG金融（「ESG地域金融」）の推進が求められるようになったのである[2]。本稿では、このような背景を持つ「ESG地域金融」について、特に政府や業界団体での議論を振り返り、その現状を概観して、課題についても考察する。

2.　ESG地域金融とSDGs推進についての議論と動向

近年のSDGsやESG金融についての世界的な動向の紹介は日本銀行『SDGs ／ ESG金融に関

1　ESG投資はかつてSRI（Socially Responsible Investment）と呼ばれ、企業が社会に対して果たすべき責任もCSR（Corporate Social Responsibility）と呼ばれていた。かつては年金基金などオーソドックスな長期的な視野に立つ機関投資家は受託者責任を負うため、受益者以外の利益だと解釈されかねないSRIは重視しにくい傾向があった（森［2003,2004］）。しかし、世界的な社会・環境問題の発生・深刻化により、SRIは一部の団体だけでなくオーソドックスな機関投資家も投資先にCSR、近年ではESG経営を求めるようになったのである。ESG金融は長期的な企業価値向上と同じベクトルにあるとの理解の下に広がってくるようになったのである。

2　SDGsの概念にはそもそも企業の規模の大小の区別はない。SDGs対応が大企業中心に進められていたように見えるが、中小企業はその対応に「猶予」はあったとしても、「免除」はなかったということであろう。

する金融機関の取り組み』（2020）がコンパクトに紹介している。ここでは、主に国内における政府や民間諸団体の意見表明や動向などから、「ESG地域金融」について概観していく。

⑴ 金融庁『金融機関のCSR実態調査』（2006～）

金融庁は、わが国金融機関における様々な形でのCSRを重視した取り組みについて、実態調査を行い、組織、開始時期、取組を行う理由、情報開示、分野別（コンプライアンス、ステークホルダー、環境保全、地域貢献など）の取組状況などを調査している。取り組んだ事例については、個社案件別（環境・経済・社会）に閲覧が可能となっている。地域金融機関も取り組んでいるものの、必ずしも以下に示すような「ESG地域金融」のプロセスや組織体制のモデル確立への示唆にまでは至ってはいないように見受けられる。

⑵ 環境省・ESG金融懇談会『ESG金融懇談会　提言』（2018）

環境省は国内の金融関係者、ESGや環境についての専門家を集めての懇談会を開催し、間接金融においても地域金融機関は自治体と協同してESG金融（融資）を実現、普及させる必要があるとの意見を表明している。わが国でのESGやSDGs対応をさらに普及させるためには、大企業だけでなく中小企業・地域企業にも広がることが不可欠であるため、間接金融でのESG金融の取り組み、すなわち「ESG地域金融」の推進を提言している。特に上場している地域金融機関は、その株主である機関投資家等[3]が、ESG要素を意識して地域金融機関と対話していくことなど、中小企業・地域企業への資金供給主体である地銀を通したSDGs具現化の後押しなどについても言及している。

⑶ 環境省・ESG地域金融の先行事例調査に関する検討会『事例から学ぶESG地域金融のあり方』（2019）

ESG金融懇談会（2018）の提言を受け、地域金融機関によるESG地域金融の先行事例の調査・紹介することで、展開・普及を目的とした検討会であり、その報告書が公表されている[4]。

ESG地域金融については、①融資先のリスク削減、②新たなビジネス・チャンス、③融資先の企業価値の向上、④サプライチェーンの強化・地域企業の（ESGの側面においても）競争力向上が地域社会の持続可能性を高める、といったメリットを指摘している。また、その普及のためには中小企業にESG経営の重要性を説くほか自治体との提携など、地域金融機関が中心となって推進していくべきだとしている。地域金融機関も経営陣、組織、営業店で一体となって組織的にESG地域金融の意識の向上と人材育成のほか、投融資プロセスの中にESG要素を組み込むといった具体的で詳細な提言を行っている。また、金融機関の方策として、ESG要素を加味した事業性評価のレベルアップ、およびESG対応を強化すべきだとする金融機関組織のレベルアップの必要性も提唱している。また、個別案件や銀行・信用組合でのESG対応の先行事例を10件ほど紹介している。

⑷ 金融庁『金融行政とSDGs』（2020）

金融庁は「ESG地域金融」に関連する内容として「地域金融機関が顧客のニーズを捉えた

3 多くの機関投資家がESG要素を考慮した企業行動を投資先企業に求めてきているが、経済的な企業価値の向上（たとえば、上場企業にROE8%の達成を求めるなど）を取り下げたり、あるいはESGに注力する間、猶予を与えるなどとは言ったりしていないことは注意すべきである。つまり、多くの機関投資家（ESG投資への賛同を積極的に表明する投資家であっても）はESGの達成とともに経済的リターンの目標達成の両方を投資先企業に求めているということは十分認識すべきことだと考える。

4 環境省は他省庁に比べてESG地域金融の推進に最も積極的なようである。また（当然ながら）ESGの中でも環境要素についての推進姿勢が最も強いように見られる。

付加価値の高いサービスを提供することにより、安定した経営基盤を確保する取組み（「共通価値の創造」）は重要であり、民間企業も社会的課題解決を担う主体と位置付けるSDGsの考え方と軌を一にする」と支持を表明している。そして金融庁としては「地域金融機関による事業性評価に基づく融資や本業支援の取組みを引き続き促進する」としている。金融仲介機能が十分に発揮されることでSDGsの地域経済の発展も達成できるとの考え方の下、金融庁は同庁内に「地域課題解決支援チーム」、「地域課題解決支援室」、「地域生産性向上チーム」を設置し、地域経済エコ・システムの形成・深化に取り組んでいる。地域金融機関には安定した収益と将来にわたる健全性を確保し、金融仲介機能を発揮して地域企業や地域経済への貢献を求めている。

⑸ 環境省『ESG地域金融実践ガイド』（2020、2021）

環境省は、同ガイドを既に2020年に作成し2021年に早くも改訂版「ガイド2.0」を作成している。作成の目的は、「地域金融機関が、地域課題の掘り起しや重点分野の対応、そして事業性評価に基づく融資・本業支援等の金融行動においてESG要素を考慮し、組織全体としてESG地域金融に取り組むため」だとしている。同ガイドは、まずはESG地域金融の普及のカギは地域金融機関の経営陣であるとして、「Ⅰ. ESG地域金融の概要と目的（経営陣向けサマリー）」として2030年に向けたビジョンの提示とそのコミットメントを経営陣に求めている。Ⅱでは「ESG地域金融の実践的概要（実務者向けサマリー）」として実践する立場の組織（経営企画等）を想定し、①地域資源の価値の理解、②バリューチェーンと対象産業、③事業活動が地域の環境・社会・経済に与える変化（インパクト）の創出、④環境変化の把握、を解説している。Ⅲでは「アプローチ別の実践内容」であり、「地域資源を活用した課題解決策の検討・支援」、「主要産業の持続可能性向上に関する検討・支援」、「企業価値向上に向けた支援」に整理して、個別具体例を用いながら、ステークホルダーや自治体との提携、リスク評価、財務的影響、環境・社会へのインパクト、そして、地域金融機関としての組織体制の構築、行員への理念の徹底と情報共有、目的意識の統一の必要性にまで踏み込み、多面的にかつ融資のPDCAに基づいてのポイントを立体的に、またかなり銀行経営にまで踏み込んでの解説を行っている。

⑹ その他

上記紹介した以外でも日本銀行［2020］はシンポジウムを開催し、ESG金融やSDGsについての関心を示し、経済産業省はSDGs経営／ESG投資研究会を組織し、国内外のSDGs経営の成功事例に焦点をあてつつ、いかにして企業がSDGs経営を取り組んでいくか、また投資家はどのように取り組みを評価するかについての議論を行い、「SDGs経営ガイド」としてまとめて公表している。ただし、その内容は上場する大企業を中心としたものとなっている。全国銀行協会は2018年から『全銀協SDGsレポート』を作成し、会員のSDGsへの取組のアンケート調査のほか、取り組みの個別具体例の紹介を行っている。また本誌を発行する商工総合研究所も『中小企業経営に生かすCSR・SDGs』（2020）を発刊し、その取組事例を紹介している。

3. ESG地域金融の普及に向けた課題

わが国におけるESG金融についての様々な議論と、ESG金融についての金融機関の様々な地域での非常に多くの取組事例が紹介され、中小企業の取り組みにも実績があることをみてきた。

しかしながら、本当に中小企業にSDGsやESG金融は広がってきているのであろうか。

経済産業省関東経済産業局等の『中小企業のSDGs認知度・実態調査結果』（2018）は、関東を中心とする中小企業500社にSDGsの認知度や印象、取組状況などについてアンケート調査を実施している。その結果、「SDGsについて全く知らない」と回答した中小企業は84.2%にも上っているのである。それから3年あまりが経過したため、認知度は高まっているとの期待もあるかもしれないが、昨年と今年の世界的なコロナ災禍により、わが国の中小企業は足元の危機感が大きいことは想像に難くなく、2030年に向けた長期的な目標であるSDGsへの対応について急速に認識が広がることはあまり期待できないようにも考えられる。このため、地域金融機関としては、先ずはコロナ対策を支援し、その後でSDGsの認知度を中小企業においてさらに上げていくことが喫緊の課題となろう。そして環境社会開発関連などで中小企業が持つ技術をそれらの開発投資に生かせないか（それは人口減少・高齢化で苦しむ地域企業にとっても新しい商品、販路開拓にもつながる可能性がある）、地域金融機関はさらに先導的な調査、提案、資金需要の掘り起こし、が必要なように考える。

環境省［2019］はESG地域金融あるいは環境融資が本当にその趣旨に基づき有効なものとなるためには、①融資前の技術・市場性評価、②融資後の事業者への効果、③環境・経済・社会への効果（インパクト）の測定が必要だと指摘する。環境省［2021］でも同様にESG地域金融の実践上のポイントとして、「地域へのポジティブ・インパクト」の測定評価が必要だとしている。従来の金融とESG金融が異なる点がこの「インパクト」であり、「リスク・リターン」だけでなく、「インパクト」も含めた三次元で考えるべきだとの提言も様々なところでなされている。しかしながら、このインパクトについては、これまでのところ概念的な説明が多く、環境だけを取り上げても厳密に客観性・透明性をもつ定義・尺度が決まって、計測・数値化された指標が普及しているわけではない。環境関連だけでも、非常に多くの技術的な指標が存在する一方、選択・計測・評価も透明性を担保しつつ融資実行しなければならないなど、厳密な環境融資には困難も大きいと考えられる。また環境だけでなく、経済・社会へのインパクト評価も重要であるが、その定量化・評価も難しい。このように、ESG地域金融のさらなる発展のためには、KPIである「インパクト指標」の具体的な定義と計測、評価と利用方法の普及まで、行政のほか環境技術評価などの専門家も参画しての開発・提案（モデルづくり）・導入と検証の膨大な作業が実際には必要とされよう。

ESG地域金融は地域金融機関と地域の中小企業にとって、一つの将来性を示している。困難は大きいかもしれないが、その意義は大きい。地域金融機関の挑戦に期待をしたい。

【参考文献】

○森祐司（2003）、「アメリカ年金基金におけるETIと社会的スクリーン投資–年金資産運用における社会的責任投資の考察」『証券経済研究』、（42）pp.225 – 245.

○森祐司（2004）、「年金基金の株主議決権行使と社会的責任投資基準–議決権行使ガイドラインにおける位置付けを中心に」『証券アナリストジャーナル』、42（9）pp.33–47.

資産収益率、付加価値成長率と格差

2013年にフランスで出版された『21世紀の資本』は、翌年に英訳され世界中で爆発的な人気を呼んだ。同書で著者のピケティは“資本収益率が経済成長率を上回る。その結果資本蓄積が進み、資本/所得比率が大きくなり格差が拡大する”と論じている。本稿では同書の方法論に準えてわが国の法人企業の資産収益率（r）と付加価値成長率（g）、資産/付加価値倍率（β）、資本分配率（α）を算出し、1980年代以降のこれらの指標の推移を確認することとしたい。なお各指標は以下の算式により算出している。

r＝（付加価値－人件費）÷年度末総資産　　g＝付加価値÷前年度付加価値－1

β＝年度末総資産÷付加価値　　α＝（付加価値－人件費）÷付加価値

まず資産収益率（r）の推移をみると1980年代が最も高く、1990年代以降は5%台後半で推移している。付加価値成長率（g）も同様に1980年代が最も高く、1990年代は1%台に急低下しその後も低迷している。その結果rとgの差は1980年代は僅かであったが、1990年代以降はrがgを大幅に上回っている。

次に資本分配率（α）の推移をみると、1990年代は低下、2000年代はほぼ横ばい、2010年代は上昇し1980年代を若干上回った。αは資産収益率（r）と資産/付加価値倍率（β）の積に分解することができ、rは1990年代以降横ばいであることから、βの上昇がα上昇の主因である。

このようにわが国の法人企業の資産収益率はバブル崩壊後ほぼ横ばい傾向にある。その一方付加価値が伸び悩んでいることからr＞gが長期にわたり続いている。ただ2000年代まで資産の増加ピッチが鈍かったこともあり40年間を通じてみると資本分配率に大きな変動はなく、資本と労働への分配面では顕著な格差拡大はみられない。

（商工総合研究所 調査研究室長　筒井　徹）

（図表）資産収益率、付加価値成長率、資産/付加価値倍率、資本分配率の年代別推移

	資産収益率 r	付加価値成長率 g	r-g	資産/付加価値倍率 β	資本分配率 α	～参考～ 平均地価
1980 年代	7.1%	6.8%	0.3%	4.1	29.1%	1.00
1990 年代	5.7%	1.6%	4.2%	4.7	27.2%	1.22
2000 年代	5.7%	-0.1%	5.7%	4.9	27.6%	0.65
2010 年代	5.6%	1.2%	4.4%	5.5	30.9%	0.70

（出所）財務総合政策研究所「法人企業統計調査」、国土交通省「地価公示」に基づき筆者作成
（注１）数値は10年間の平均値で金融・保険業を除く
（注２）平均地価は1980年代（1981～1990年）を1とした各年代の全用途公示地価の比率

次号予告

2021年8月号

巻頭言　中小企業の経営学

愛知学院大学経営学部教授　林　伸彦

特集　**中小企業政策の評価と展望：基本法改正から20年を経て（下）**

特集論文　中小企業基本法改正と中小企業政策

東洋大学経済学部教授　安田武彦

中小企業の目　30年に1度の世代交代が会社を変える

株式会社ハナノキ代表取締役会長　池山健次

調査研究論文　地域の小規模美容室の必要性と持続可能性について

商工総合研究所主任研究員　中谷京子

論壇　中小企業と内部労働市場

国士舘大学経営学部准教授　佐藤香織

編集後記

▶先月号に引き続き「中小企業政策の評価と展望:基本法改正から20年を経て」と題して、日本学術振興会第118委員会への委託研究論文を掲載いたします。

▶今月号では、高橋教授がアントレプレナーシップの視点から、中小企業政策を振り返っています。2018年には産業競争力強化法改正によって創業支援の対象が広がりましたが、各自治体の取り組みはまだ十分とは言えないようです。本稿では先行する滋賀県の事例から、必要なエッセンスを抽出しています。

▶また4月に公表された2021年版中小企業白書の概要を掲載しました。その副題は、『「危機」を乗り越え、再び確かな成長軌道へ』。新型コロナウイルス感染症の影響が続く中、政策担当者の想いも伝わってきます。

▶長引くコロナ禍で、「中小企業の目」を執筆いただいた平野社長様のように、自社の経営理念やビジネスモデルなどを改めて見つめ直した経営者の方も少なくないと思います。「巻頭言」の上林教授は、「創造的思考法から得たアイデアを実行できること」が中小企業の強みであるとエールを送っています。試行錯誤が続くこともありますが、「確かな成長軌道」を目指す中小企業には示唆に富む内容になっています。

▶今年度の表彰事業につきましては、募集要項を公表しております。詳しくは、当財団ホームページをご覧ください。多数の応募をお待ちしております。　（J小林）

商工金融　2021年7月号（第71巻第7号 通巻836号）

発行日　2021年7月10日

発行所　一般財団法人 **商工総合研究所**

〒103-0025
東京都中央区日本橋茅場町2-8-4 全国中小企業会館3階
TEL　03(6810)9361(代表)
FAX　03(5644)1867
URL　https://www.shokosoken.or.jp

印刷所　金山印刷株式会社

（禁無断転載）

第 46 回（2021年度）「中小企業研究奨励賞」募集

●募 集 対 象　次の2部門で、2020 年 8 月 1 日から 2021 年 7 月 31 日までに刊行された、中小企業に関する日本語で書かれた図書または定期刊行物に発表された論文(学術的研究および実務に有用な研究)を対象とします。
■経済部門　（経済理論、経済政策、国際経済、地域経済、産業論、産業集積、金融、経済史、その他）
■経営部門　（経営戦略、マネジメント、会計、財務、マーケティング、経営史、その他）

●応 募 資 格　著者または出版社

●審 査 委 員　慶應義塾大学名誉教授　渡辺幸男氏ほか

●表　　彰　本　賞：著者へ賞金40万円と記念品
出版社へ表彰楯を贈呈します（4点以内）
＊特に優れた作品には特賞として賞金60万円と記念品を贈呈します（2点以内）
＊本賞に準ずる作品には準賞として賞金20万円と記念品を贈呈します

第 35 回（2021年度）「中小企業懸賞論文」募集

●テ ー マ　次の４テーマの中から１テーマを選択してください。
■産業部門　① IT 分野における中小企業の活躍
視点 中小企業は IT 分野で、また IT を活用してどのような新事業を展開しているか。
② ウィズコロナ・アフターコロナ時代の中小企業経営
視点 感染症対策が常に求められる時代において中小企業経営はどのように変化するか。
■金融部門　① SDGs と中小企業金融
視点 SDGs に取り組む中小企業を金融機関はどのように支援するか。
②緊急事態における金融機関の中小企業支援
視点 感染症拡大や災害発生などの緊急事態において金融機関はどのように中小企業を支援したか。
＊上記の 視点 は一例です。論文作成にあたってはこれに捉われず自由に論じていただいて差し支えありません。

●応 募 資 格　学生、中小企業関連の実務に携わっている方など、中小企業・中小企業金融問題に関心のある方。グループによる応募も可。但し、経済・経営・金融等の研究者（含む後期博士課程の大学院生）は応募できません。

●審 査 委 員　一橋大学名誉教授　清水啓典氏ほか

●表　　彰　本　賞：賞金30万円を贈呈します（5点以内）
＊特に優れた作品には特賞として賞金50万円を贈呈します（2点以内）
＊本賞に準ずる作品には準賞として賞金15万円を贈呈します

第 25 回（2021年度）「中小企業組織活動懸賞レポート」募集

●テ ー マ　テーマは自由です（以下に例を記載しました。また、当財団ホームページに過去の本賞作品を掲載していますので参考にしてください）。
○ 協同組合、商店街振興組合、企業組合、協業組合、NPO 法人などの組織活動について
○ 農商工連携、産官学連携、企業間連携、異業種交流などの連携活動について
○ 中小企業団体中央会、商工会議所、商工会などの支援機関の活動について
実体験を踏まえた組織活動への「熱い思い」「やりがい」などが伝わってくるレポートの応募を期待しています。

●応 募 資 格　中小企業の連携活動や組織活動に携わっている方であればどなたでも応募できます（中小企業者、組合事務局、中小企業団体中央会、商工会議所、商工会、連携グループ、NPO 法人等の実務者など）。グループ、団体でも応募できます。但し、本懸賞レポートで過去に本賞を受賞された方は受賞作品と同一のテーマでの応募はできません。

●審 査 委 員　明治大学専任教授　森下　正氏ほか

●表　　彰　本　賞：賞金20万円を贈呈します（10点以内）
＊特に優れた作品には特賞として賞金30万円を贈呈します（1点）
＊本賞に準ずる作品には準賞として賞金10万円を贈呈します

＊各賞とも＊

●応 募 開 始：2021 年　8 月　2 日(月)

●応 募 締 切：2021 年 10 月 15 日(金)　但し、「中小企業研究奨励賞」は 2021 年9月30日(木)（必着）

●受賞者発表：2022 年　2 月 に当研究所 HP および日本経済新聞紙上に発表します。

※詳細は当研究所あて募集要項をご請求いただくか、ホームページでご確認下さい。尚ホームページで最新の本賞受賞作品がご覧になれます。

一般財団法人 商工総合研究所
〒103-0025　東京都中央区日本橋茅場町2-8-4全国中小企業会館3F
☎03(6810)9364　FAX 03(5644)1867
URL https://www.shokosoken.or.jp/

商工総合研究所は、商工中金創立 50 周年記念事業の一環として設立され、中小企業に関する調査研究事業・助成事業・情報提供事業を行っています。

金融ＤＸ（デジタルトランスフォーメーション）教育研修プログラムのご案内

― 金融デジタル人材の育成 ―

あらゆる業態においてデジタルビジネスシフトが急速に進展するなか、金融機関にとってもデジタル化への対応が喫緊の課題となっています。

内部の業務効率化等はもとより、システムリスクから行職員を守り、お客様への付加価値提供、課題解決型お客様支援のためにも、デジタル関連の知識は欠かすことができず、デジタルに強い人材の育成が急務となっています。

今般開発した通信教育・検定試験を通じて、金融機関のデジタルビジネス人材の育成を全面的に支援いたします。

通信講座　株式会社きんざい https://www.kinzai.jp/

6月25日開講　金融DX（デジタルトランスフォーメーション）がよくわかる講座

3ヵ月コース
■テキスト：３冊
■添　　削：３回
■受 講 料：14,300円(税込)

執　筆　野村総合研究所、弁護士法人片岡総合法律事務所、日本リスク・データ・バンク株式会社

受講対象者　営業店の渉外・事務担当者、管理者、本部のデジタル・IT関連部署担当者等

行職員のデジタルリテラシーを高め、お客様の未来を切り拓く!!

新型コロナウイルスの影響で、企業の経営環境は大きく変化し、ITの活用で業務フローを見直し、DXを進める企業が急増しています。
本講座では、DX時代において必須とされるAI、IoT、RPA、クラウド等のテクノロジーの基本理解を始めとして、金融デジタル化（デジタライゼーション）の具体的な事例を参照しながら、金融DXによる業務変革、顧客支援のための実践を学びます。

分冊構成と主要内容

第1分冊　金融DXとは何か
- 序　章　日本のデジタル化の現状
- 第1章　金融機関に求められる役割の変化
- 第2章　DXの概要
- 第3章　金融DX関連基礎知識

第2分冊　DXを推進するうえで必要となる実務知識
- 第1章　DX推進関連法規・制度等
- 第2章　情報セキュリティ
- 第3章　AI・データサイエンスとFinTech

第3分冊　顧客価値向上に貢献するための金融DXの実践
- 第1章　DXの推進
- 第2章　DX推進参考事例
- 第3章　デジタルがもたらす変化とFFGのDX　ほか

お申込先
通信教育講座の内容に関するお問合せ：㈱きんざい 教育事業センター　TEL03-3355-2351
通信教育講座のお申込　：㈱きんざい カスタマー・サービス・センター　TEL03-3358-2471

検定試験　一般社団法人金融財政事情研究会 https://www.kinzai.or.jp/

2021年10月4日 配信開始
金融業務3級 DX（デジタルトランスフォーメーション）コース（CBT方式）

■受験予約開始日：2021年8月2日正午から
■出題形式：四答択一式50問
■合格基準：100点満点で60点以上
■受験手数料：4,400 円（税込）
■試験時間：100分　試験開始前に操作方法等の案内があります。

■試験終了後、その場で合否に係るスコアレポートが手交されます。合格者は、試験日の翌日以降、「金融ＤＸアドバイザー」の認定証をマイページからPDF 形式でダウンロードできます。

試験対象者　営業店の渉外・事務担当者、管理者、本部のデジタル・IT関連部署担当者等　※受験資格は特にありません

試験の範囲

- 第１章　情報技術（IT）基礎知識
- 第２章　デジタル技術最新動向
- 第３章　DX推進関連法規等
- 第４章　情報セキュリティ等
- 第５章　顧客の価値向上に資するDX推進事例

試験問題集　2021年8月　刊行予定
■判型：A5判　■ページ数：約150ページ　■価格：2,420円（税込）

お問合せ先
試験内容・問題集に関するお問合せ：一般社団法人金融財政事情研究会　検定センター　TEL03-3358-0771
試験のお申込・受験に関するお問合せ：株式会社シー・ビー・ティ・ソリューションズ受験サポートセンター　TEL03-5209-0553

※内容・項目等は変更となる場合があります

商工総研