

[掲載紙] 上毛新聞「点描ぐんま経済」

[掲載日] 2015年1月31日

[テーマ] 地域支える中小企業—海外展開で収益性向上—

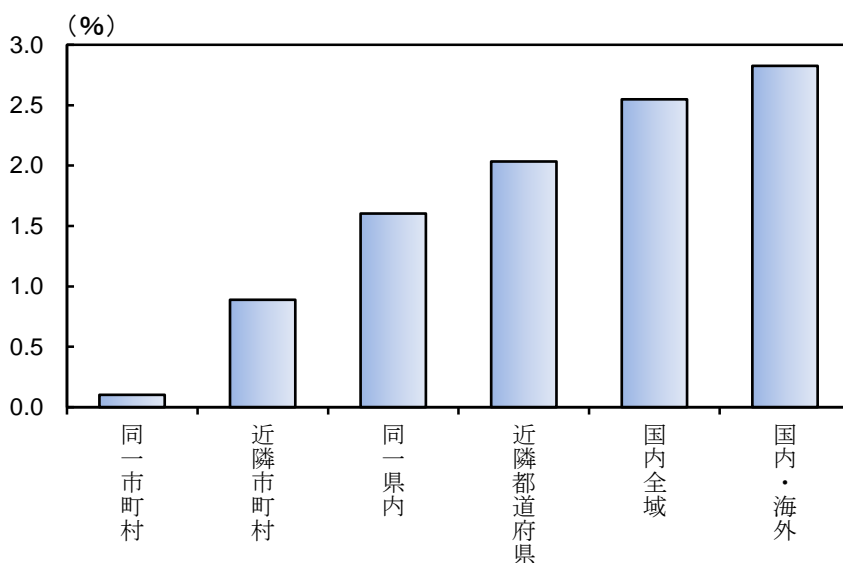
わが国の事業者の99%は中小企業（小規模事業者を含む）である。労働者の7割は中小企業で雇用されている。中小企業は地域の経済と雇用を支えると同時に、わが国全体の経済の活力の源泉であると言って良いだろう。

本県は、生産や企業の業況感が全国平均に比べ良好な状態を続けているが、活力ある中小企業の存在がその支えとなっていることは間違いない。経済産業省が一昨年を選定した「がんばる中小企業・小規模事業者300社」の中に本県の企業が7社入っている。都道府県別にみると全国11位の健闘ぶり、当地経済に携わる者として大変うれしい。

ところで、経産省を選定した300社の事業内容を見ると、海外に販路を求めている中小企業が少なくない。中小企業というと販路は地域あるいは国内に限定されているのだろうと思いがちであるが、全くの思い違いである。従業員わずか数人の小規模事業者が華々しく海外展開を成し遂げている事例もある。

中小企業の販売先の広さと収益性の関係を見てみると、販売先が広ければ広いほど収益性が高くなっている。海外展開している中小企業の収益率は同一県内での展開にとどまっている中小企業の2倍だ。

中小企業の販売先の広さと収益性（営業利益ROA）



(資料) 中小企業庁「中小企業実態基本調査」、日本銀行「金融システムレポート」

輸出展開している中小企業の労働生産性（従業員1人当たり付加価値額）も国内展開のみの中小企業よりも2割程度高いこともわかっている。この結果、従業員の賃金にも相応の違いが生じているであろう。

中小企業のうち輸出展開をしている企業（製造業）の比率をみると、本県は全国順位が30位と、こちらは向上していく余地がありそうだ。ちなみに、ベースはやや異なるが、日本全体では約3%（製造業）に対してドイツは約20%（全産業）である。

中小企業が海外展開していく際に必要となる支援は、リスク管理に関するアドバイス、進出先の投資環境などの情報提供、資金調達、財務管理アドバイス、現地金融機関の紹介などだ。地元の金融機関が持つ情報やネットワークを活用することも有効な手段であろう。

県内の中小企業と金融機関が上手く連携し、海外でも稼げる活力のある中小企業が当地でさらに増えていくことを期待したい。

〔 日本銀行前橋支店長
富田 淳 〕