

中小企業統計における業種分類について

——中同協特別調査を基礎に——

坂田 幸繁

(中央大学)

はじめに

中小企業家同友会全国協議会¹⁾ (以下では「中同協」)は、会員企業の経営判断や行動決定の材料に資するために、独自の統計作成活動を行っている。統計作成は基本的に2本の柱から構成される。その一つは会員企業の景況感を調査する同友会景況調査(DOR)であり、1990年以降四半期ベースで実施されている。その景況感応度の良さと特異な統計的特性についてはすでに科学的検討が加えられるところとなっている。²⁾ もう一つの柱は毎年1回実施される特別調査であり、時事的問題への会員企業の行動や意識を捕捉することを目指している。

中同協では現在、これまで蓄積されたデータの有効利用という観点から、マイクロレベルでのデータの2次利用と外部公開の可能性の検討に着手している。³⁾ しかしながら、中同協の統計を2次利用する場合、これらの統計対象(母集団)規定を明確に提示しえないという障害がある。中小企業統計が抱える一般的難点はその背景にあるが、⁴⁾ さらに中同協の組織形態に起因する次のような事情を考慮しなければならない。

まず第1に、中小企業家同友会組織は都道府県を基本単位とする同友会組織の連合体であり、したがって企業会員情報は原則都道府県の同友会組織が独自に掌握・管理している。連合体のいわば本部事務組織である全国協議会は、必要に応じて各都道府県同友会に照会するという情報の流れとなっている。そのため入会などの登録情報から同友会会員企業の統計的特性を把握

するというわけにはいかない。さらに、このような組織形態を反映して、調査対象の選定も全国協議会から都道府県同友会への協力企業数の割当てとそこで選定された標本企业への依頼という形で調査が行われる。したがって無作為抽出に基礎を置く母集団-標本という関係は適用できない。

このように統計対象規定が曖昧なままでは、2次利用の有効性にも限界があり、マイクロデータの公開の意義も低下してしまう。このような障害をクリアする一つのステップとして、中同協は97年度特別調査の枠組みの中で、計数質問項目を中心とした会員企業の財務・収支状況と企業活動の基本側面を捉える詳細な経営実態調査を実施した。調査系統、標本選定法、および調査法(郵送自計方式)はDOR調査を踏襲している。この限りで、特別調査はDOR調査の調査対象の特性を反映しており、計数ベースでの調査項目であるため、事後層化により全国ベースの官庁統計などとの特性比較も可能となる。その結果、中同協調査の統計対象の特性や中小企業統計としての性格もある程度確認できることになる。

分析すべき課題は多いが、ここでは企業活動がそこで展開される容器ともいべき「業種」概念を主軸として、中同協調査の統計対象の特性を報告するとともに、その業種分類を検討する。このことはまた、多種多様な形態で活動する中小企業における事業活動の実態を解明することにもつながる。

表1-1 常用雇用者300人未満の雇用者規模別企業数の分布

	非農林漁業 (公務除く)	建設業	製造業	卸売業	小売業	サービス
中同協特別調査						
0~4(人)	1.8	0.0	0.9	1.0	3.8	4.1
5~9	6.1	6.9	4.7	4.1	11.3	10.8
10~19	21.8	37.1	18.3	16.3	17.0	24.3
20~29	14.9	19.0	14.5	17.3	9.4	14.9
30~49	19.0	17.2	19.6	25.5	9.4	21.6
50~99	24.4	15.5	26.4	31.6	26.4	18.9
100~299	12.1	4.3	15.8	4.1	22.6	5.4
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
事業所・企業統計調査						
0~4(人)	49.8	42.9	39.4	50.1	61.7	48.8
5~9	20.9	27.1	21.8	20.8	17.9	20.7
10~19	14.3	18.0	16.8	13.5	10.9	14.0
20~29	5.4	5.5	7.4	5.3	3.8	5.5
30~49	4.4	3.7	6.4	4.5	2.8	4.7
50~99	3.2	2.0	5.0	3.6	1.8	3.8
100~299	2.0	0.8	3.3	2.3	1.2	2.5
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

注) 事業所・企業統計調査は1996年の数値である。

表1-2 資本金規模別1社当り資産、売上状況(百万円、人)

資本金規模	[中同協特別調査]				[法人企業統計季報]				
	計	10~19	20~49	50~99	計	10~19	20~49	50~99	
全産業	資産合計	862	453	915	1920	1447	295	997	2595
	売上高	1505	710	1580	3778	1676	444	1328	3182
	経常利益	31	17	30	75	41	11	30	53
	人件費	205	130	215	396	205	70	179	391
	人員	53	41	54	93	39	17	40	81
	サンプル実数	614	243	236	77	839124	587969	178570	43051
製造業	構成比(%)	100	40	38	13	100	70	21	5
	資産合計	774	491	899	1440	2178	296	986	2433
	売上高	1128	599	1611	1727	2380	423	1205	3125
	経常利益	29	19	29	63	86	12	33	75
	人件費	214	147	254	331	370	93	234	546
	人員	52	34	65	85	64	23	53	112
卸・小売業	サンプル実数	237	108	79	31	172375	116704	36687	10417
	構成比(%)	100	46	33	13	100	68	21	6
	資産合計	1149	561	1346	2221	1121	274	1158	2629
	売上高	2648	1162	2477	7138	2252	581	2318	5299
	経常利益	38	20	38	84	31	10	39	57
	人件費	225	119	239	490	153	58	183	375
卸・小売業	人員	57	37	52	120	33	14	43	81
	サンプル実数	153	60	57	22	256419	186728	50418	11937
	構成比(%)	100	39	37	14	100	73	20	5

注) 法人企業統計季報のサンプル実数とは、推計法人数である。

1. 調査サンプル企業の規模別特性

中小企業の法的定義は、「中小企業基本法」(1963年公布)に定められている。資本金1億円未満もしくは従業員300人未満の企業がその対象とされており、いわば政策対象として政府系統計の対象規定や分析においてはこの定義が強力に作用している。⁵⁾ここでは、上記規定に対応する政府統計の中小企業層を参照グループとして、中同協調査における対象企業の主要な企業規模特性を概観しておこう。なお中同協調査のサンプル属性をみるかぎり、大部分のサンプルが中小企業基本法の規定を満足していることを付言しておく。⁶⁾

1996年度の事業所・企業統計調査報告(総務庁統計局)における常用雇用者300人未満の規模別企業数の分布を中同協調査と比較したものが表1-1である。全国レベルでの常用雇用者規模別の企業数の分布と比較すると、全国レベルでは全産業で6~8割が10人未満の企業であるのに対して、中同協調査では10人から100人未満の層が調査の担い手である。平均すれば、30人前後の従業員規模であり、中小企業基本法で規定される母集団企業と比較すると、いわば小規模・中堅の中小企業グループが中同協調査のサンプル構成の中核であることがわかる。

経営面での中小企業活動の状況を検討する素材に法人企業統計季報(大蔵省)がある。資本金1000万円以上の法人企業を対象母集団とするので、そのうち1億円未満の中小企業について資本金階層別に、中同協調査との一部業種の比較が可能である。⁷⁾

資本金階層別の分布は、2000万円以上5000万円未満の層が中同協調査においては厚く、またその層においては全国規模の経営特性とほぼ同じ特性をもつ。その下の階層では全国規模より高目に、その上の資本金階層では低目に経営状況の特性値が現れている。中同協調査が資本金2000万以上5000万円未満の階層を中心とし、その企業規模特性を財務、収支の面で強く反映し

た統計であることがわかる。

総合的には、従業員規模では10人以上100人未満層の、資本金2000万円以上5000万円未満の中小企業グループが中同協調査の統計対象の中心的存在であるといえる。このような企業特性をもつグループについて以下ではその業種実態を検討していくことにする。なお、特別調査における業種分類のレベルは、日本標準産業分類の中分類に依拠している。⁸⁾

特別調査業種分類表(コード#, 業種)

[農林・水産業] 1.農業, 耕種, 畜産, 養鶏 2.林業 4.水産養殖業(真珠) [鉱業] 7.非金属鉱業, 碎石砂利採取 [建設業] 8.総合工事業(官公需中心) 9.総合工事業(民需中心) 10.職別工事業, 大工, 解体 11.設備工事業, 電気・管・道路工事 [製造業] 12.食料品製造業 13.飲料・たばこ・飼料製造業 14.繊維工業(繊維製品を除く), 生地 15.衣類・その他の繊維製品製造業 16.木材・木製品製造(家具除く) 製材 17.家具・装備品製造業, 仏壇 18.パルプ・紙加工品製造, 包装資材 19.印刷・同関連産業, 製本, 製版 20.化学工業, 衣料品, ガス, 化学肥料 21.石油製品・石炭製品製造業 22.プラスチック製品製造業 23.ゴム製品製造業 24.なめし革・同製品・毛皮製造業 25.窯業・土石製品製造業, 生コン 26.鉄鋼, 鉄スクラップ, 鋳物, プレス 27.非鉄金属製造業, 電線 28.金属製品製造業 29.一般機械器具製造業, 金型, 空調機 30.電気機械器具製造業, 通信機器 31.輸送用機械器具製造業, 自転車 32.精密機械器具製造業, 各種機器 34.その他の製造業, 貴金属, 楽器, 漆器, スポーツ器具 35.ソフトウェア製造業 38.下水処理施設維持管理業 [運輸・通信業] 40.道路旅客運送業 41.道路貨物運送業, 引越しセンター 42.水運業 44.倉庫業 45.運輸に附帯するサービス業, 旅行業 47.通信関係(プロバイダー等) [卸売業] 49.繊維・衣服等卸売業, 靴, 鞆 50.飲食料品卸売業 51.建築材料・鉱物・金属材料等卸売, 燃料, 化学薬品, 塗料 52.機械器具卸売業, 自動車, 電設資材 53.その他の卸売業, 家具建具什器, 雑貨 [小売業] 54.各種商品小売業, 百貨店, コンビニ 55.織物, 衣服, 身の回り品小売業 56.飲食料品小売業, 仕出弁当, 給食 57.自動車・自転車小売業, 自動車部品 58.家具・什器・家庭用機械器具小売 59.その他の小売業,

医薬、貴金属、書籍 [飲食業] 60.一般飲食店
 61.その他の飲食店、バー、酒場、料亭 [金融・
 不動産業] 66.貸金業、クレジットカード、投資業
 68.証券、商品先物取引、ゴルフ会員権 69.保険業、
 保険媒介代理業 70.不動産取引業 71.不動産賃
 貸・管理業 [サービス業] 72.洗濯・理容・浴場
 業、リネン、美容 73.駐車場業 74.その他の生活
 関連サービス、冠婚 75.旅館、その他の宿泊所
 76.娯楽業(映画、VTR制作を除く) 77.自動車
 整備業 78.機械・家具等修理業 79.物品賃貸業、
 リース 80.映画、VTR制作業 81.放送業、有線
 82.情報サービス・調査業、興信所 83.広告業、広
 告代理、屋外広告 84.専門サービス業、設計、経
 営、法律事務 85.協同組合、事業協同組合 86.そ
 の他の対事業所サービス業、警備、ビルメン、派
 遣、請負、消費 87.廃棄物処理業、ごみ収集
 88.医療業、療術、歯科技工、助産所 89.保健衛生
 90.社会保険・福祉、保育、身障者福祉 91.教育、
 学校、博物館、自動車学校 93.出版・広告制作
 95.その他のサービス業

2. 業種複合

(1)

経営活動の把握単位が企業ベースであれ、事業所ベースであれ、業種分類は経営活動の物的側面の基本指標である。複数の活動は当該単位の主たる生産物で評価される。一般に大企業では想定可能な複数業種＝複数事業所という活動イメージとは異なり、企業の多面的な活動を事業所単位で十分分化し得ない小規模企業においては、主たる生産物で評価する企業活動の把握は平板なものにならざるをえない。

表2-1には、調査対象企業の事業比率の分布を大分類、および中分類(一部)業種別に集計している。表頭を中分類ベースと大分類ベースに分け、それぞれの分類ベースで事業活動を捉えた場合の主要事業の売上高比率と、関連事業およびその他の事業比率(単純平均)を整理した。⁹⁾

中分類ベース(表頭)で事業の内容を切り分けた場合、主要事業比率は全業種平均(単純)で87%、業種別にはサービスでその比率が低く、

逆に小売業では9割近くに達している。中分類レベル(表側)で集計した場合、当然のことながら主要事業比率のばらつきは大分類レベルでの集計値に比べて大きくなる。とくに同一大分類部門内部での業種間の事業比率にも顕著な差異があることがわかる。例えば、製造業部門において食料品や印刷関連産業は事業の9割以上がそのような中分類部門として把握できるのに対して、ソフトウェア製造業ではその比率は7割まで低下する。

「申告比率との差」は、調査対象者が申告した主要事業比率との差であり、申告者には中分類ベースでは同じ業種でありながら、主要事業ではなく関連事業として計上した比率を掲げている。いわば小分類ベースでの差異、もしくは意識差と考えられる。中分類ベースで1-3%程度である。この限りでは、事業活動の把握に際して中分類ベースでの捕捉で調査法上の大きな混乱はみられなかった。

それでは中分類ベースではなく、大分類ベースで捉えた場合はどうであろうか。中分類での記入事項を大分類ベースに再コード化して集計したものが、表頭の「大分類ベース」の計数である。すなわち、主要事業以外の回答欄に主要事業と同じ大分類部門に含まれる中分類コードが計上されている場合、その比率を主要事業とみなして再計算した値である。

中分類ベースの事業比率と比べると、主要事業比率は5%程度上昇し、その結果大分類ベースでの全産業平均値は9割となる。中分類別にみると、業種によっては1割強の比率の上昇がみられる。中分類ベースでは主要事業と認識されない事業比率のこの部分は、大分類としては同一部門で展開されている事業であることがわかる。中分類ベースの比率と大分類ベースの比率との乖離が少ないほど、大分類で異なる他分野の事業を営む割合が高いことを意味する。飲食料品卸売業やソフトウェア製造業がそれに該当する。

表 2 - 1 事業活動の売上高比率

業種・事業分類	有効サンプル数	中分類ベース					大分類ベース			
		主要事業比率	の差 *申告比率と	関連事業比率	(内、前後工程比率)	他事業比率	主要事業比率	関連事業比率	(内、前後工程比率)	他事業比率
[大分類]										
建設	107	86.5	1.3	9.5	0.8	1.1	90.4	5.5	0.0	1.1
製造	223	87.8	2.5	8.6	0.6	1.9	91.2	6.1	0.5	1.0
卸売	94	87.0	2.1	10.7	0.2	1.3	88.3	9.4	0.2	1.3
小売	52	89.7	0.8	7.6	0.0	2.1	91.7	6.5	0.0	1.3
サービス	74	83.5	0.1	12.3	0.1	2.2	87.1	9.3	0.1	1.7
全産業	579	86.9	1.7	9.8	0.4	1.6	90.2	6.9	0.2	1.1
[参考:中分類一部業種]										
総合工事業(官公需中心)	14	82.3	1.2	10.8	2.4	0.0	89.0	4.2	0.0	0.0
総合工事業(民需中心)	37	86.8	0.0	9.5	0.0	0.6	92.4	3.9	0.0	0.6
職別工事業	11	85.8	3.2	11.1	4.5	3.1	92.3	4.5	0.0	3.1
設備工事業	45	87.6	1.9	8.7	0.0	1.3	88.8	7.5	0.0	1.3
食料品製造業	16	93.5	0.6	5.1	0.0	1.4	94.1	4.5	0.0	1.4
パルプ・紙加工品製造業	11	95.0	6.4	4.1	0.0	0.0	99.1	0.0	0.0	0.0
印刷・同関連産業	30	95.6	3.0	3.2	0.0	0.5	96.6	2.4	0.0	0.3
窯業・土石製品製造業	10	83.5	5.5	2.9	0.0	13.1	88.5	2.9	0.0	8.1
金属製品製造業	25	86.4	0.8	12.1	0.7	0.5	89.4	9.2	0.6	0.4
一般機械器具製造業	23	87.3	3.9	8.5	0.3	1.8	93.2	2.8	0.0	1.6
電気機械器具製造業	20	87.1	4.4	8.2	2.0	3.8	91.5	6.1	2.0	1.5
精密機械器具製造業	13	86.2	0.4	7.3	2.3	2.7	93.5	2.7	1.5	0.0
その他の製造業	11	80.5	2.7	15.0	0.0	1.4	80.6	15.0	0.0	1.2
ソフトウェア製造業	15	72.1	2.3	22.0	1.2	0.0	72.1	22.0	1.2	0.0
道路貨物運送業	12	81.8	0.0	17.6	0.0	0.6	96.0	3.5	0.0	0.6
繊維・衣服等卸売業	10	85.2	0.0	10.5	0.0	3.4	87.2	8.5	0.0	3.4
飲食料品卸売業	16	77.2	0.0	22.1	0.0	0.5	77.2	22.1	0.0	0.5
建築材料・金属材料等卸売	21	85.8	3.4	10.9	1.0	1.1	89.2	7.6	1.0	1.1
機械器具卸売	26	86.2	5.0	11.1	0.0	1.2	86.7	10.5	0.0	1.2
その他の卸売	21	97.5	0.0	1.2	0.0	1.0	98.2	0.5	0.0	1.0
飲食料品小売業	14	98.1	2.9	1.6	0.0	0.0	98.1	1.6	0.0	0.0
その他の小売業	16	92.7	0.1	6.4	0.0	0.6	95.0	4.2	0.0	0.4
専門サービス業(設計・会計等)	21	84.5	0.4	9.4	0.3	6.1	88.9	6.5	0.3	4.7
その他の対事業所サービス業	14	82.1	0.0	12.1	0.0	0.1	88.6	5.6	0.0	0.1

(2)

ある中分類ベースの業種を単一事業として営む企業群と、複数の事業分野にまたがって経営活動を行う企業群とにグループ分けしたとき、上記の特徴はどのように映るであろうか。それを検討するために、表 2 - 2 と表 2 - 3 を用意

した。主要事業比率が 100%未満の場合「複数分野の事業をもつ」企業として、100%の場合を「単一事業を営む」企業としてグループ分けし、表 2 - 2 にそのように定義した複数分野の事業を行う企業比率を整理した。表 2 - 3 では、これらの企業グループについて改めて主要事業比

表2-2 複数分野の事業活動を行う企業数

業種・事業分類	中分類ベース						大分類ベース						サンプル数
	複数分野の 事業をもつ	構成比(%)	関連事業を 営む	構成比(%)	他事業を 営む	構成比(%)	複数分野の 事業をもつ	構成比(%)	関連事業を 営む	構成比(%)	他事業を 営む	構成比(%)	
建設	64	59.8	43	40.2	16	15.0	55	51.4	30	28.0	16	15.0	107
製造	107	48.0	79	35.4	31	13.9	79	35.4	54	24.2	16	7.2	223
卸売	53	56.4	41	43.6	12	12.8	50	53.2	36	38.3	12	12.8	94
小売	25	48.1	19	36.5	9	17.3	23	44.2	17	32.7	7	13.5	52
サービス	39	52.7	31	41.9	10	13.5	28	37.8	22	29.7	7	9.5	74
全産業	288	49.7	213	36.8	78	13.5	235	40.6	159	27.5	58	10.0	579

表2-3 複数分野にわたり事業展開をする企業の
売上高比率

業種・ 事業分類	中分類ベース			大分類ベース		
	主要 事業 比率	関連 事業 比率	他 事業 比率	主要 事業 比率	関連 事業 比率	他 事業 比率
建設	77.4	15.9	1.8	84.0	9.2	1.8
製造	74.5	18.0	3.9	81.6	12.7	2.1
卸売	76.9	18.9	2.2	79.2	16.6	2.2
小売	78.6	15.9	4.3	82.7	13.5	2.6
サービス	68.8	23.3	4.2	75.5	17.6	3.2
全産業	75.2	18.5	3.0	81.5	13.1	2.1

表2-4 主要事業以外の売上高比率の分布表

	建設	製造	卸売	小売	サービス	全産業
0%(単一業種)	40.2	52.0	43.6	51.9	47.3	47.2
10%未満	15.9	10.8	12.8	15.4	6.8	11.7
10~20%	10.3	10.3	11.7	9.6	10.8	10.7
20~30%	13.1	8.1	11.7	5.8	5.4	9.7
30~40%	5.6	6.3	10.6	7.7	8.1	7.3
40~50%	5.6	3.1	2.1	5.8	6.8	4.3
50~60%	7.5	4.9	4.3	0.0	10.8	5.7
60%以上	1.9	4.5	3.2	3.8	4.1	3.5
サンプル総数	107	223	94	52	74	579

率などを算出した。

複数分野の事業を有する企業数（全産業）は、中分類ベースで5割強、大分類ベースで4割強である。その差の1割は、先述のように中分類ベースでは複数事業をもつが、大分類ベースでは同一部門に属す事業を営む企業比率である。産業別には、建設業、卸売業で複数分野の事業をもつ企業の割合が高く、製造業、小売業では低い。小売業では中分類ベースと大分類ベースで構成比に際立った格差はなく、したがって複数分野の事業も小売業部門以外の部門で行われていると推測できる。それに対して、サービス業ではその差が顕著であり（15%）、サービス業部門の内部で関連事業を営む企業が他部門に比べて多い。

複数分野の事業を有する企業の主要事業の売上高比率は、全サンプル平均に比べ1割程度低下し、75%となった。平均で25%は関連事業、もしくは他事業として企業活動を展開している。マージナルな経営状態におかれる小規模企業にとってこの比率は決定的といえる。この意味で、単一事業に依拠する企業群とは別に、いわゆる事業の複合化とでも形容すべき企業活動を展開するグループを区別しておくことが必要であろう。なお主要事業の前工程、後工程として位置づけられる関連事業の比率は僅少である。

表2-4は、全産業での主要事業以外の売上高比率に関する度数分布表である。比率が高いほど事業複合が進んでいることを示す。単一事業に依拠する企業グループとは安易に同一視できない企業群である。主たる事業で切り分けする業種概念だけでは、これらの企業群の捕捉には限界があるといわざるをえない。

なお主たる事業との関連の薄い「他事業」を営む企業数は、中分類ベースで14%、またそれらの売上高比率平均は5%にも満たない。このように「他事業」のウェイトは本調査対象サンプルにおいて決して大きくはない。換言すれば、主たる事業の延長として関連事業を展開する複合化が、中同協の調査対象企業における事業複

合の主要な特徴といえる。

(3)

それでは主要事業に関連した事業とは、具体的にどのような分野の業種であろうか。表2-5は、中分類ベースでの関連事業分野の分布を示している。表側には主要事業の中分類コード、表頭には関連事業の中分類コードを配置した。¹⁰⁾ 5つまでの事業を記入できる多重回答項目であるが、大部分の企業は1つの事業を記入しているだけであるので、表内の各セルの数字は、表頭、表側の業種コードに対応する複数分野の事業を持つ企業の頻度を示すと考えてよい。サンプル数が比較的多い部門を中心に顕著な特徴点を以下に整理しておこう。¹¹⁾

[建設業]

- ・部門内部で相互に関連事業を営んでいる。とくに、総合工事業（#8, 9）および設備工事業（#10）とは互いに密接に関連している。
- ・特に民需中心の総合工事業（#8）は、不動産取引（#70）、不動産賃貸・管理（#71）を副業として営む企業が多い。
- ・設備工事業（#11）には、設計、警備、派遣などに関連すると推測される専門サービス業（#84）やその他事業所サービス（#86）を関連事業として営む企業もある。

[製造業]

- ・製造業全体でみると、建設、卸売、サービス業で関連事業が展開している。
- ・食料品製造（#12）では卸しも営む（#50）パターンがみられる。
- ・印刷関連（#19）では広告、出版サービス（#80, 83, 93）も営む。
- ・窯業・土石製品製造（#25）のかたわら、総合工事（#9）を営む。
- ・金属製品製造（#28）で、一般機械機具の製造（#29）や卸しも営む（#51, 52）。
- ・一般機械機具製造（#29）では、金属製品や他の機械機具製造（#28, 30, 31, 32）も行う。

・自動車、自動車部品の販売（#57）のかたわら、自動車整備業（#77）を営む。

[サービス業]

- ・サービス業では、関連サービス部門の他に、小売業と製造業で関連事業を展開している。
- ・自動車整備業（#77）では、自動車、自動車部品の販売（#57）を行っている。
- ・設計などのサービス業（#84）では、関連して製造も行っている企業がみられる。

[その他]

- ・運輸・通信業の道路貨物運輸業（#41）ではかなりの企業が倉庫業（#44）を営む。
- ・不動産取引業（#70）の場合、賃貸・管理業（#71）も営む。

基本的に主要な取扱い製品、サービスの拡張として可能な事業活動には、分野の別を問わず、事業を展開していく対象サンプル企業の姿が浮かび上がる。そのような事業活動の中分類業種としての関連度の有無と強弱は、表2-5の主対角線上からの距離と頻度分布のパターンで読み取ることができる。さらに本表の頻度分布パターンは、ほぼ主対角線を中心に対称に散布している。物からサービス、ハードからソフトへという事業展開ばかりでなく、サービスから物へ、ソフトからハードへといった流れが対称的に定着している。なお主たる事業との関連が薄い他事業の分布については、産業論的に物作りの上流からサービスの下流へといった一方的な事業展開が傾向的に強いことを指摘しておく。

(4)

本節の最後に販売（納入・請負）、仕入といった取引構造の観点から、業種別の特徴を検討しておこう。表2-6には、最新時決算における仕入額の仕入先別割合と売上高の販売先別割合を整理している。

業種別に仕入関係をみると、建設、製造、卸・小売、サービスに共通して、大手メーカーと卸売業者が仕入先として大きなウェイトを占めて

いる。しかし、卸売業では大手メーカーの仕入ウェイトが、小売業では卸売業者からの仕入割合が突出している。他の業種の仕入先割合も各産業の特性をよく反映するものとなっている。

このように仕入関係における大分類別の仕入構成の相違は、大分類レベルでの産業部門特性を表している。しかし、分類をさらに細分化し中分類レベルで捉えた場合に、大分類レベルの仕入構成は何らかの代表性をもちうるのだろうか。

建設業について、中分類レベルで2部門、総合工事業（民需中心）と設備工事業を表示している。明らかに、大分類レベルの計数とは質的に異なる仕入関係を示しており、また2つの部門間にも決定的な差異があるように思われる。このような特徴は、製造業と印刷・同関連業、卸売業と機械機具卸売業との関係にも妥当する。このように仕入関係の同種性に着目する場合、大分類の数値はあくまで集計上の平均概念であり、少なくとも中分類レベルでの業種分類が必要と考えられる。なお、単純に取引きの有無という側面からみても、また売上高による加重平均値をみても、大分類レベルでは同一部門に属す業種が中分類レベルではかなり異なった構成を示すことを確認している。

販売先割合は、仕入先割合と比較すると、業種別に大きな数値のばらつきがみられ、その分布構成も多様である。¹²⁾ いわゆる産業論的特性は販売先別構成比においても成立しているが、サービス業については一般消費者向けが低く、対事業所向けが大半を占めることに注意が必要であろう。なお仕入先割合と同様に、販売先や納入先との関係をみる際にも、少なくとも中分類レベルの業種分類が最低の要件であることがわかる。

3. 業態変化

(1)

これまで検討した業種実態は原則的に調査時点現在、もしくは最新時決算時点での業務内容

表2-6 大分類業種別販売取引先の関係

取引先	大分類						中分類(特掲)				
	建設	製造	卸売	小売	サービス	全産業	(民需) 総合工事	設備工事	連印 刷・同 関	卸売 機 械 器 具	
(サンプル実数)	116	237	100	55	78	618	39	50	31	27	
a.仕入先別取引割合の単純平均											
大手メーカー	14.1	17.3	39.4	28.1	13.2	20.9	6.8	20.7	16.3	56.6	
中小完成品メーカー	3.2	7.7	11.7	5.8	10.9	7.5	0.6	3.8	9.0	9.6	
中小部品メーカー	2.0	12.5	1.0	1.5	3.4	6.0	4.0	1.1	0.0	0.6	
ゼネコン住宅メーカー	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	1.3	0.7	0.0	0.0	
中小建設工務	11.1	0.5	0.5	0.2	0.8	2.6	17.9	6.4	1.5	1.3	
総合専門商社	15.8	23.2	17.2	2.5	7.3	16.1	8.8	20.1	11.2	5.0	
卸売業者	27.2	24.6	22.7	51.7	18.3	26.6	33.9	25.8	47.3	16.1	
大型小売店	4.5	1.1	0.0	1.3	0.1	1.4	5.6	3.9	4.6	0.0	
一般小売店	4.0	2.6	0.3	1.7	3.9	2.6	3.1	3.2	2.0	0.0	
電力ガス	1.9	0.9	0.1	0.0	0.0	0.8	0.2	4.0	0.6	0.0	
運輸通信	0.2	0.4	0.2	0.0	0.3	0.6	0.6	0.0	0.0	0.7	
金融保険	0.1	0.1	0.0	0.7	0.0	0.1	0.2	0.2	0.0	0.0	
他サービス	1.5	0.9	0.0	0.0	13.9	2.5	0.2	0.9	1.5	0.0	
不動産業	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	1.5	0.0	0.0	0.0	
官公庁	0.1	0.1	0.9	0.0	0.0	0.2	0.2	0.0	0.0	3.3	
一般消費者	0.9	0.1	0.3	3.1	2.1	1.0	3.0	0.0	0.0	1.1	
b.販売先別取引割合の単純平均											
大手メーカー	4.5	24.7	6.7	2.1	9.8	13.5	3.3	7.5	7.7	11.5	
中小完成品メーカー	0.1	11.7	4.3	0.3	2.1	5.9	0.1	0.1	10.2	4.4	
中小部品メーカー	0.1	7.9	1.4	0.0	0.8	3.6	0.0	0.1	0.2	2.6	
ゼネコン住宅メーカー	12.8	2.2	3.5	0.0	2.0	4.1	2.6	17.2	0.0	3.5	
中小建設工務	19.0	3.4	9.1	1.4	10.8	7.8	11.5	23.9	2.4	4.2	
総合専門商社	0.4	7.5	1.9	0.0	0.8	3.6	0.0	0.4	2.4	4.6	
卸売業者	1.0	12.9	13.1	4.7	1.1	8.4	0.1	2.0	3.2	7.7	
大型小売店	1.7	4.0	8.4	0.6	4.0	3.8	1.4	2.0	3.9	0.0	
一般小売店	1.0	5.0	20.3	3.6	3.5	6.2	0.6	1.7	5.1	10.8	
電力ガス	3.1	0.8	0.5	1.1	1.0	1.2	1.0	6.4	0.1	2.0	
運輸通信	0.0	0.5	1.9	0.3	0.7	0.7	0.1	0.0	2.1	6.8	
金融保険	1.0	0.5	0.1	0.0	0.7	0.5	0.0	0.2	2.0	0.0	
他サービス	0.7	4.5	3.4	0.7	17.2	4.5	0.0	1.5	20.0	0.0	
不動産業	0.6	0.2	0.1	0.0	2.2	0.6	1.1	0.3	0.7	0.2	
官公庁	21.5	3.7	4.5	4.9	7.2	7.6	14.3	17.2	13.5	10.7	
一般消費者	28.6	2.9	6.0	74.7	24.7	19.7	60.3	14.4	5.0	6.2	

に基づいている。周知のように本調査の対象となる中小企業階層は不安定な経営基盤のもとに外部環境の変化に即応しながら経営体として活動する。とくにバブル崩壊以後の景気停滞は、危機的状況のもとで中小企業に大きな経営転換や業態変化を強いている。このような観点からみれば、前節の特徴はそのような変化の1時点

の断面図を与えるにすぎない。本調査では、過去5年間の業務の変化や変更について、事業の新設や拡張、縮小、撤退などを尋ねた。これによって業態変化の方向や業種動向を探ることができる。

変化の種類としては、「新規」に開業、既事業分野との関連で「拡張」、事業の「縮小」、事業

からの「撤退」、「部分外注化」、および「全部外注化」という6項目を用意し、該当する項目については対応する事業コードを記入するという方式で設問した。表3-1は大分類業種別によつてどのような業務内容の変化があったのかを整理したものである。まず本表から過去5年間の業態変化の概要をみていこう。

全サンプルのうち業務内容の変化を報告したものは220企業、全体の36%を占める。約3社に1社が事業活動における変化を経験している。建設、製造では3割前後の水準に対して、卸・小売部門やサービス業ではその割合は4~5割に達しており、バブル崩壊後の景気停滞期の対応の厳しさが推測できる。

全産業平均で変化の内容をみると、既事業分野の拡張と新規事業の開始を挙げた企業がそれぞれ17%と18%、事業の縮小、撤退は各7%、5%、部分外注、全部外注を挙げるものの比率は5%、2%である。産業別には建設と製造業では、「新規」「拡張」の比率が15%前後であるのに対して、卸・小売業、サービス業では20%前後へと水準が上昇する。また事業の「縮小」はサービス業で高く、「撤退」は小売業で高い。建設、製造部門に比べると、相対的に卸・小売、サービス部門で激しい業態変化が生じているといえよう。なお部分外注については、製造業でその比率が最も高い。

ところで、すでにみたように対象企業は複数分野での事業展開を想定することができるので、これらの変化項目は相互に排他的なものではない。6つの変化項目を「新規・拡張」、「縮小・撤退」、「外注化」という3つのカテゴリーに統合し、どのような組合せで変容してきたのか、その実態を把握できる。中同協調査の対象企業層では、「外注化」はその企業比率も低く、変化への副次的な対応策という側面が強い。むしろ「新規・拡張」対「縮小・撤退」という対立軸を中心に業態変化が生じていると考えられる。

「縮小・撤退」せずに「新規・拡張」した企業比率がもっとも多く、全産業平均で約2割、建

設、製造部門より、卸・小売部門で1割程度高い。次いで「新規・拡張」も行ったが、かつ「縮小・撤退」も行ったという企業であり、全体で約7%前後の比率である。サービス業が若干高く10%となっている。「新規・拡張」はせず「縮小・撤退」だけ回答した企業は、全体平均で4%、製造、小売業で高く、小売業では7%である。特記しておけば、かなり厳しい経営悪化に直面している企業については当然無回答や調査非協力などの捕捉漏れが生じている。その意味では「縮小・撤退」の比率はいわば調査協力企業レベルでの比率であり、実態はそれ以上に深刻であることには留意する必要がある。

(2)

新規開業および拡張した事業の分布は表3-2に与えている。傾向的にみると、表2-5における主要事業種類別の関連事業の分布パターンと類似していることがわかる。主要な特徴点を拾ってみよう。

〔建設業〕

- ・ 民需中心の総合工事業（#9）では、自部門での拡張と不動産賃貸・管理業（#71）での「新規・拡張」が目立つ。
- ・ 設備工事業、電気・管・道路工事業（#11）では、自部門以外に民需中心の総合工事業（#9）、および専門サービス業（#84）などサービス部門で広く事業展開がみられる。

〔製造業〕

- ・ 製造業では一般に製造業部門を中心に新規事業や事業拡張が行われている。
- ・ パルプ・紙加工品製造業（#18）では自部門での拡張とプラスチック製品製造業（#22）などでの事業展開がみられる。

〔卸売業〕

- ・ 卸売業部門内ばかりでなく、小売部門とも密着した事業を展開している。とくに飲食料品卸売（#50）において顕著である。
- ・ 機械機具卸売業、自動車、電設資材部門（#

表3-1 過去5年の業務内容の変化

新規・ 拡張	縮小・ 撤退	外注化	建 設	製 造	卸 売	小 売	ス ー ビ	全 産 業
あり	あり	あり	0.0	1.7	1.0	1.8	2.6	1.3
あり	あり	—	7.8	5.5	6.0	5.5	7.7	6.0
	小計(1)		7.8	7.2	7.0	7.3	10.3	7.3
あり	—	あり	0.9	2.5	2.0	0.0	3.8	1.9
あり	—	—	17.2	17.7	26.0	32.7	20.5	20.7
	小計(2)		18.1	20.3	28.0	32.7	24.4	22.7
—	あり	あり	0.0	0.8	2.0	1.8	0.0	0.8
—	あり	—	1.7	4.2	2.0	5.5	3.8	3.4
	小計(3)		1.7	5.1	4.0	7.3	3.8	4.2
—	—	あり	1.7	2.5	0.0	0.0	1.3	1.5
上記比率の合計			29.3	35.0	39.0	47.3	39.7	35.6
サンプル総数			116	237	100	55	78	618
[変化形態別企業比率]								
新規に開業した			15.5	14.8	22.0	27.3	17.9	17.3
既事業を拡張した			13.8	17.3	23.0	16.4	23.1	18.0
事業を縮小した			6.0	7.6	7.0	5.5	11.5	7.1
事業から撤退した			4.3	5.5	5.0	9.1	3.8	5.2
部分外注を進めた			2.6	7.2	4.0	1.8	3.8	4.5
全部外注を進めた			0.0	3.0	1.0	1.8	5.1	2.1

52) では、製造業からサービス業まで広く事業展開している。

[小売業]

・小売業内の同一部門での拡張が主である。
・自動車・自転車、自動車部品小売業(#57)では保険業、保険媒介代理業(#69)を展開する企業がある。

[サービス業]

・専門サービス業(#84)では活発な事業展開がみられる。

既に指摘したように、表2-5における主要事業と関連事業の分布パターンに近似していることから、業種関連・複合がこのような過去における新規開業、拡張の結果であることはいうまでもない。しかし、業態変化のパターンが業種複合の特定のパターン内に収まっているということは、業種別に展開可能な新規事業活動の選択肢が主要事業の「関連」事業としての枠内にとどまらざるをえないことを示唆している。

この意味では主要事業と関係の薄い分野での事業展開は個別的、偶然的事象と位置づけざるをえない。

表3-3は、逆に「縮小・撤退」した事業の分布を表示している。明らかに主要事業部門と同一か、もしくはそれに近い部門で縮小・撤退する傾向が強い。

おわりに

最後にこれまでの検討で明らかになった特徴点をまとめながら、中小企業の業種分類についての若干の問題提起を行うことで本稿の結びとしたい。

中同協調査の統計対象は、従業員規模で10~100人未満層、資本金規模で2000万円以上5000万円未満を中心とする中小企業グループである。このような中小企業層において、事業活動としては、中分類ベースで単一業種に特化するいわば専門的企業に加えて、主要事業との関連で副

定的な部分集合内で複合業種を想定すればよい。したがって、技術的に可能な範囲で、業種複合を考慮した2次の業種分類を検討する必要があるろう。

- 1) 同協議会は全国44都道府県の中小企業家同友会の全国組織として1969年に設立され、現在では会員数4万人(企業経営者)を抱える民間の任意の経済団体である。会員企業の平均従業員規模は約30名、平均資本金規模は約1,500万円となっている。
- 2) 調査対象企業は毎期平均約2,000~2,500サンプル、郵送自計方式の調査である。CATDAPを利用した分析によれば、業況判断に関する回答構造が長期にわたって安定的であることが解明されている。その大きな要因は事後的に調査協力企業が固定化されていることであり、その結果、DORはパネ尔的景況調査という性格をもつ(文献[3],[4]参照)。この意味において景況調査としては希有な調査データと位置づけられる。なおDOR景況調査の景気感応度については菊地[2]参照。
- 3) とくにDORデータを中心に検討が進められている。その公開に当たっての問題は、本文に指摘する点に加えて、欠測値部分をどのように補間し、パネルデータとして編集するかという問題である。完全照合によるパネル化は望ましいとはいえ現実的な解法とはいえない。もうひとつのアプローチは、特定の標識を用いて、セミミクロのパネルデータを構築することが考えられる。そのさいキーとなる標識の一つが業種分類であり、本稿はその利用に当たって必要な業種実態の把握という予備分析の側面をもつ。
- 4) 岩崎[1]参照。
- 5) ただし、卸売業の場合、資本金3000万円または従業員100人未満、小売業とサービス業の場合、資本金1000万円未満または従業員50人未満である。
- 6) 中同協調査では、資本金規模で95%のサンプルが1億円未満、従業員規模で99%が300人未満の企業である。
- 7) 法人企業統計季報の報告書数値から、中同協調査との比較を考慮して、97年度分(3月決算)の数値

を算出した。また中同協調査の計数についても改めて独自再集計を行った。

- 8) 日本標準産業分類を基礎にしながら、同友会会員企業の構成を考慮していくつかの修正が加えられている。また基本的に調査企業による自計による回答を基礎にしている。
- 9) 事業内容に関する設問では、事業活動を「主要事業」、「(主要事業の)関連事業」、および「(主要事業と関連の薄い、もしくはない)他事業」にタイプ分けし、それぞれについて該当する事業内容を中分類の業種コードで記載し、その売上高比率を記入させている。
- 10) 該当企業が存在しない企業コードは除外している。
- 11) 業種の正式名称は本文中の業種分類表を参照されたい。
- 12) 販売先との取引関係については特定が難しいため、「その他」、「無回答」の比率が高くなっている。そのため、仕入先割合に比べて、販売先割合のカバレッジはかなり低下している。

【参考文献】

- [1] 岩崎俊夫「企業統計整備と調査統計の行方—『統計行政の新中・長期構想』が提起したもの—」『企業環境研究年報』中小企業家同友会全国協議会企業環境研究センター、第1号、1996。
- [2] 菊地進「同友会景況調査の推移と位置」『企業環境研究年報』中小企業家同友会全国協議会企業環境研究センター、第1号、1996。
- [3] 坂田幸繁「DOR業況判断の構造分析—CATDAPによる解析を中心に—」『企業環境研究年報』中小企業家同友会全国協議会企業環境研究センター、第1号、1996。
- [4] 同上「中小企業景況調査の一類型—民間統計DORを事例として—」、『社会保障と生活最低限』中央大学経済研究所編、1997。

(本稿は、平成10年度文部省科学研究費補助金重点領域研究「統計情報活用フロンティアの拡大—ミクロデータによる社会構造解析—」の計画研究A02(ウ)「諸外国における調査個票の多角的結合的利用—その制度的組織的条件にかんする調査研究」の成果の一部である。)