

経営

フォーカス

177

環境の厳しさに備える

㈸中小企業総合研究所
主席研究員 坂東 輝夫



景気の行方があやしくなってきた。数字のうえでは、今年2月から景気の拡大は7年目に入り、戦後最長の記録を更新中らしい。しかし企業経営の現場から見ると、長期にわたる景気拡大という見立てはリアル世界とはほど遠いヴァーチャル世界の話のように思える。

実際は、昨年夏に表面化した米国のサブプライム問題に伴う世界的な景気変動が、それだけでなく足腰の弱い日本経済を直撃している。景気の実態は、数字とは裏腹に厳しさを増しているのではないが。

それを象徴的に示しているのが株式市場だろう。上場企業の2007年4～12月期の連結業績は前年同期比10.7%増（日経集計）という好調さなのに、株価はそれを反映できず、元気がない。好業績をあげる日本企業も、必ずしも市場では評価されていないのである。円高で輸出が封じ手になりそうなおえ、原油高や資材高と悪材料が重なれば、それも無理あるまい。

とはいえ、景気の変調に泣かされている点では、大企業より中小企業のほうが多いだろう。それが証拠に、企業倒産は昨年1～11月で早くも1万件の大台を突破してしまった。3年ぶりという。都内の倒産件数に限っても、07年は負債総額で前年比24.5%増、件数で1割増（帝国データバンク）という。倒産件数の増加は2年続きだ。それも大型倒産がめっきり減ったのに対して、小口倒産が増えているようで、それだけ中小企業の経営環境は（大企業よりも）厳しくなっている。

新興株式市場が整備されて、株式市場が大企業の占有物でなくなった現在、新規上場の動向も中小企業の勢いを見る一つの指標になるが、こちらも07年は前年より4割も少ない121社にとどまった。新興市場の設立が相次いだ00年に203社もの新規上場があったことを考えると、（市場自体に問題があることも確かだが）中小企業の元気が衰えているのがよくわかる。

さて、原油高や原料高に襲われているのは中小企業も大企業と同じだが、それを製品価格に転嫁できにくい点で中小企業は大企業の比ではない。みずほ総合研究が京大と共同で調査したところでは、中堅・中小企業で「価格交渉力がある」と答えた企業は2割にすぎず、8割弱が「価格交渉力に劣る」と認識している。原油価格上昇の影響に限った中小企業庁の調査（昨年11月）でも、原油高を販売価格に転嫁するのが「困難」とす

る企業が56.1%、「やや困難」が39.1%となっており、合わせて95.2%（中小企業ほぼ全部だろう）が今後とも価格転嫁が困難と回答している（本誌19年12月15日号参照）。

もちろん、価格転嫁が難しい分、企業収益は低下する。中小企業庁の同じ調査では、92.5%の企業（これも中小企業のほぼ全部）が原油高による収益の圧迫を懸念している。もちろん、原料高はなにも原油や資材に限らない。労働需給の引き締まりを映して、人件費の上昇も目立つし、都心部に限れば地価の上昇も目につく。中小企業といえども、環境対策に無縁ではいられないから、こちらコストアップ要因になる。コストが膨らむ一方で、販売価格が上げられないとなれば、経営難に陥る中小企業が出て不思議ではない。倒産が増加しているのも、残念ながら頷けるではないか。

では、価格交渉力を支えるのは何だろう。先のみずほ総研ではブランド力、製品開発力、価格競争力の3つを挙げているが、この3つとも中小企業で乏しいのが普通だろう。

この1つでも備わっていれば、経営難に泣くことはないと思うが、ないないづくしが中小企業の常だろう。

加えて、下請け企業という商取引上の弱さもある。さらに、中国など新興国との価格と比較されるのが常態となれば、中小企業の価格交渉力が弱くなるのも仕方ないだろう。日本企業が偽装騒ぎや不祥事で大慌てしているうちに、実は中小企業が足を据えるべき基盤が徐々に掘り崩されつつあったのである。数字上の景気拡大が続いているかどうかはともかくとして、景気が曲がり角にさしかかりつつあると認識することが、これからの経営を考えるうえでのポイントになるのではないか。

中小企業を取り巻く環境に厳しさが増してきたのを見て、行政も中小企業の支援策に力を入れ出した。経産省では、信用保証協会の機能を拡充して中小企業の売掛金の回収を保証する制度をスタートさせる予定だし、中小企業再生ファンドへの出資を解禁して再生ファンドの資金規模を増やし、中小企業の再生を円滑化する方針などを固めている。

都も中小企業の経営の足腰を強くする施策を並べる一方、200億円のファンドを設立して中小企業を支援することを08年度予算に盛り込んだ。さらに、下請け企業を守るための施策として、発注元などとの紛争を裁判以外の方法で手軽に解決できるようにするための施策も打ち出した。下請けという取引上の弱い地位がコスト増を価格に転嫁できない理由の一つとするならば、その効果も期待できるだろう。

このように行政が中小企業支援に力を入れ出したのは、それだけ中小企業の経営が厳しくなっていることの反映にほかならないが、だからといって当然ながら行政の施策に甘える姿勢は許されないだろう。施策を知り尽くして、うまく活用することの必要性は言うまでもないが、基本はあくまで自力で厳しくなってきた環境を乗り越えることだろう。早い話、価格交渉一つにしてもブランド力を高めるなど、創意工夫をこらして活路を見出す前向きの姿勢が望まれる。