

## 2015년판 일본 중소기업백서

### < 포인트 >

- (1부) 최근의 중소기업·소상공인에 대한 동향 분석과 중장기적인 관점에서 기업이 직면한 경제·사회구조의 변화에 대해 분석
- (2부) 중소기업·소상공인의 이익률을 향상시키기 위한 과제인 이노베이션·판로개척과 인재의 확보·육성에 주목
- (3부) 지역 자원의 활용이나 지역 사회의 과제 해결을 통한 지역 활성화 사례 소개

### □ 2015년판 중소기업백서 개요

- '15.4.24 일본정부는 2015년판 중소기업백서\*를 각의결정, 필요한 인재를 확보하지 못하고 있는 기업이 약 40%인 현상을 제시하면서 이것이 경기 회복의 방해가 된다고 지적

\* 중소기업백서 : 중소기업기본법 제11조에 따른 연차보고서로 이번이 52년째

- 동일본대지진 부흥사업 등을 배경으로 특히 건설업의 인재 부족이 심각, 또한 고령화의 가속으로 의료·복지 관련에서도 노동력 부족이 진행
- 이번 백서에는 소상공인(직원 20명 이하 제조업, 개인사업자 포함)에 대한 조사를 처음으로 실시\*, 소매업 사업소 수는 최대였던 1981년 이후 감소하여 31년 후인 2012년에는 약 50% 감소, 제조업은 46% 감소

\* 소규모기업전흥기본법에 따라 2015년판 소규모기업백서를 별도로 발행

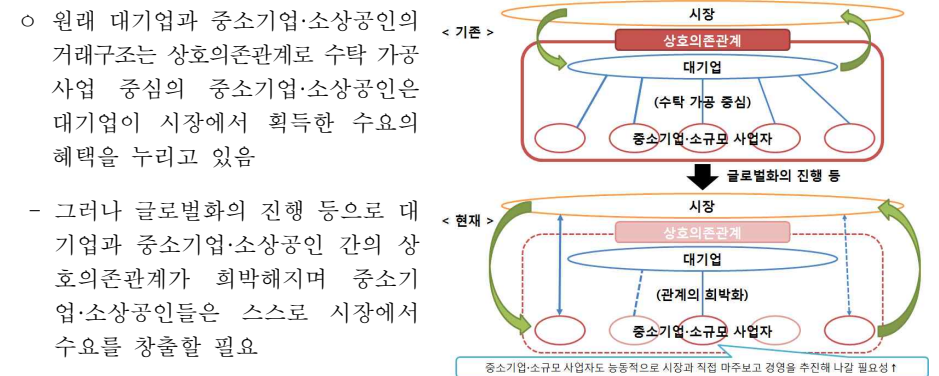
- 소상공인도 경영자의 고령화가 가속화되고 후계자 부족이 심각한 문제

### < 중소기업기본법의 정의 >

	중소기업자		소상공인
업종	자본금 또는 직원 수		직원 수
제조업 기타	3억 엔 이하	300명 이하	20명 이하
도매업	1억 엔 이하	100명 이하	5명 이하
서비스업	5,000만 엔 이하	100명 이하	5명 이하
소매업	5,000만 엔 이하	50명 이하	5명 이하

### □ 2014년도 중소기업·소상공인 동향

- 일본경제는 개인소비 등의 내수 주도로 회복 추세를 보였지만 '14년 2분기 이후는 소비세인상의 영향으로 개인 소비가 악화, 실질 GDP 성장률은 2분기 -1.8%, 3분기 -0.5%로 마이너스를 기록
  - 수출 증가나 개인소비 회복 등으로 4분기에는 0.3% 플러스 성장
  - 중소기업의 경기 상황은 '13년 이후 착실히 개선되어 왔지만 '14년 2분기에 악화, 최근에는 완만한 회복 추세를 보이고 있음
- '13년 이후 엔저 추세를 배경으로 일본국내 석유제품 가격이 상승, 이에 따라 중소기업·소상공인의 원재료·매입 단가가 상승하여 이익이 감소
  - '14년 가을 이후 원유가격 하락으로 일본국내 석유제품 가격도 하락했지만, 중소기업·소상공인의 채산은 여전히 힘든 상황이라서, 매입 단가의 상승을 판매 가격에 전가할 수 있도록 하는 대책이 필요



- 대기업과 중소기업·소상공인의 장기적 성장 패턴을 보면 1980년대는 함께 성장했지만, 90년대는 중소기업·소상공인의 실질 부가가치가 감소, 2000년대부터는 다시 함께 성장하는 추세를 보이고는 있지만, 동일 규모 기업 간에 수익 차이가 발생하는 등 변화가 나타나고 있음
  - 특히 소규모기업 간에서 수익 차이가 확대되고 있으며, 저수익 기업(매출액 경상이익률 하위 25%)의 수익률이 감소하는 한편, 고수익 소규모기업(상위 25%)의 수익률은 대기업을 상회하는 경우도 있음

- 수익률 향상을 위한 과제로서 「신규 고객·판매처 개척」, 「우수 인재의 확보, 인재 육성」, 「기술개발 확대」 등

#### □ 중소기업·소상공인의 비약

- 중소기업을 「지역수요지향형」과 「광역수요지향형」\*으로 나누어 이노베이션 활동을 비교하면 광역수요지향형 기업이 보다 적극적으로 이노베이션을 추진
  - \* 목표 시장이 같은 동네나 지자체로 간주하는 기업을 「지역수요지향형」, 전국이나 해외 진출을 추진하는 기업을 「광역수요지향형」으로 정의
- 구체적으로는 중소기업은 소규모기업보다 「부서 간 협력」이나 「경력직의 채용에 의한 사내분위기 전환」 등 조직이나 인재를 활성화시키는 활동을 보다 적극적으로 추진
- 또한 광역수요지향형 기업은 시장에서 차별화를 위한 연구개발, 사회와의 협력을 늘리는 활동 등 사회를 의식한 활동을 적극적으로 추진
- 이노베이션 활동을 추진하는데 기업 간 연계가 중요하며, 이를 성공시키기 위해서는 단순한 수평적 협력뿐만이 아니라 중소기업 중에서 핵심 기업이나 사무국 기능을 수행하며 전체를 조정하는 역할을 하는 기업이 있어야 하청기업으로부터 수주를 획득하기 쉬운 것으로 나타났음
- 중소기업·소상공인의 판로 개척 노력을 기존시장과 신규시장으로 나누면 제조업과 도매업은 신규시장의 판로 개척을 추진하고 있는 기업이 다른 업종보다 실적이 좋음
  - 한편 판로 개척을 위해 특별히 활동하고 있지 않다는 기업도 20~40% 존재
- 매출 목표를 달성하지 못했던 기업의 신규시장 개척 과제로서는 인력에 관한 문제가 가장 많고 이어서 정보 수집·분석 등 마케팅에 관한 문제가 많았음
  - 중소기업에서는 「외부로부터의 인재 획득이 비용에 맞는 효과를 기대할 수 없다」고 생각하는 경영자들이 많아, 필요한 인재를 유연하게 확보하지 못하고 있는 상황이므로 경영자의 인식 전환도 과제가 되고 있음
- 중소기업의 경우 이직률이 높아 신입의 약 40%, 경력직의 약 30%가 3년 이내에 퇴사, 기업 규모가 작을수록 이직률도 높은 것으로 나타나 채용한 직원들이 정착할 수 있도록 대책이 필요

- 특히 소규모 사업자에서는 신입 채용의 과반수가 3년 이내에 이직하여 후배를 지도·교육할 수 있는 인재의 부족이 심각함
- 퇴사 이유는 같은 세대의 직원이 주변에 없는 것이 부담이 된다는 이유가 많으므로, 같은 지역의 타 기업과 젊은 직원을 위한 공동 연수 기회를 마련하는 등 노동 환경의 개선 노력이 필요하다고 지적
- 매출이 향상되지 않는 중소기업에서는 신규 고객의 발굴이나 시장 조사를 담당하는 인재가 부족
  - 경험을 축적한 인재 등을 외부로부터 획득한 기업이 11%에 불과하다고 지적
  - 또한 연구개발이나 경영의 핵심이 되는 인재도 부족한 점에 대해 언급하면서 중소기업의 인재 획득 수단에 대한 개선을 촉구
    - \* 중소기업의 인재 채용은 연고를 통한 소개, 공공직업안정소 등이 많아, 홈페이지나 인재 소개 기업을 활용하지 못하고 있는 것이 실정이라 채용 수단의 다각화가 필요

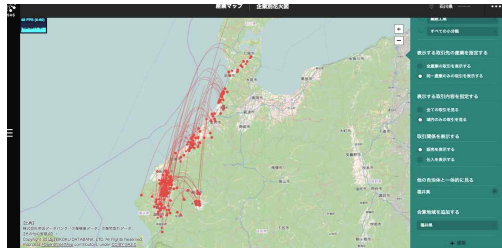
#### □ 중소기업·소상공인과 지역

- 1986년은 고용 창출의 중심 산업은 제조업이었지만, '12년에는 제조업의 직원 수가 감소, 서비스업·의료 복지의 증가 등 지역마다 다른 사회구조 변화를 보이면서 지역 고용을 지탱하는 산업이 다양화
  - 특정 산업에 의한 지역 경제 견인력이 감소하는 상황에서 다른 지역과의 비교우위를 창출할 가능성이 있는 지역 고용의 자원에 주목할 필요
- 지역경제는 低출산에 의한 인구 감소와 고령화 등으로 지역 과제가 심각한 상황으로 지역에 밀착한 사업 활동을 추진하는 중소기업·소상공인에 의한 지역 과제 해결은 지역 주민의 생활환경 개선뿐만 아닌 새로운 고용이나 인재 육성 등 지역 경제의 활성화에도 긍정적인 영향
- 경제산업성은 '15년도 「지역경제분석시스템 (RESAS; Regional Economy Society Analyzing System)」의 개발을 추진, '15.4월부터 제공 예정
  - RESAS는 공적 통계나 민간 기업이 보유하는 각종 데이터(기업 간 거래 데이터, 핸드폰 위치 정보 등)를 활용해 지역 경제의 산업 구조나 사람·사물의 흐름을 공간적이고 시계별로 파악할 수 있음

\* 일반 사용자는 기업 간 거래 데이터를 제외한 통계를 참조 가능

- RESAS는 ①산업 지도, ②인구 지도, ③관광 지도, ④지자체 비교 지도 등으로 구성, 이 데이터를 조합하면 향후 일본정부의 산업정책뿐만 아니라 지자체의 종합전략 수립에도 활용이 기대

#### < RESAS 활용 사례 >



데이터 : 2013년 이시카와현과 후쿠이현의 섬유공업 거래 관계  
자료 : 경제산업성 RESAS Outline

- 향후 중소기업·소상공인에게 「질 좋은 것을 만드는 것」에서 「팔리는 것을 만드는 것」으로 발상의 전환이 필요
- 중소기업·소상공인들이 시장의 니즈를 흡수하거나 디자인을 활용하는 등 브랜드 구축을 통한 새로운 판로 개척을 추진해 나갈 필요성을 지적
- 또한 국내시장만이 아닌 성장하는 해외시장으로 진출하는 것도 중요하며, 판로 개척의 수단으로서는 해외전시회에 출전하거나 직접 해외소비자에게 인터넷으로 판매하는 등 적극적인 자세가 필요하다고 언급

#### <참고자료>

2015년판 중소기업 백서(2014.4.24)

[http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H27/PDF/h27\\_pdf\\_mokujityuu.html](http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H27/PDF/h27_pdf_mokujityuu.html)

닛케이신문(2015.4.24), 요미우리신문(2015.4.27)

#### [참고] 2015년판 중소기업백서 목차

##### <동향편>

제1부 2014년도 중소기업·소규모사업자 동향

제1장 일본경제동향

제2장 중소기업·소규모사업자 동향

제3장 중소기업·소규모사업자를 둘러싼 환경

제1절 중소기업·소규모사업자 경쟁력

제2절 지역의 경쟁력

제2부 중소기업·소규모사업자의 비약

제1장 중소기업·소규모사업자의 이노베이션과 판로 개척

제1절 대기업과 중소기업의 거래구조 변용

제2절 중소기업·소규모사업자의 이노베이션에 대한 노력

제3절 IT, 외부자원, 디자인을 활용한 이노베이션과 판로 개척

제2장 중소기업·소규모사업자의 인재 확보·육성

제1절 중소기업·소규모사업자의 인재에 관한 상황

제2절 중소기업·소규모사업자의 인재 확보·정착

제3절 중소기업·소규모사업자에게 요구되는 인재의 질과 능력 개발

제4절 지역의 네트워크와 인재 전략

제3부 「지역」을 생각하다 -자신의 변화와 특성을 마주보다-

제1장 지역 활성화에 대한 구체적인 노력

제1절 지역 자원의 활용에 의한 지역 경제의 활성화

제2절 지역 과제 해결에 의한 지역 활성화

제2장 경제·사회구조의 변화를 고려한 지역의 대응

제1절 지역의 경제구조변화

제2절 지역의 사회구조변화

제3절 지역분석의 실례와 데이터에 따른 지역의 현상 파악

제4절 지역경제분석시스템을 활용한 지역의 현상 파악

##### <시책편> 2014년도에 강구한 중소기업 시책

제1장 지역에 숨은 자원을 최대한 활용·결집·브랜드화한다.

제1절 지역자원의 활용

제2절 상가·중심시내의 활성화

제3절 기타 지역 활성화

제4절 인재·고용 대책

제2장 중소기업의 신진대사를 활발하게 한다.

제1절 기업·창업 지원

제2절 승계 지원

제3장 하청구조에서 탈피하여, 스스로 적극적인 성장분야에 진입한다.

제1절 기술력 강화

제2절 판로 개척 지원

제3절 신분야·신사업 전개, 이업종 연계

제4절 하청 탈피 지원

제5절 기술·기능의 전승

제4장 해외로 진출

제1절 해외 전개의 지원

제5장 기타 중요 과제

제1절 동일본 대지진에 관한 중소기업 대책

제2절 거래가격의 적정화, 소비세 전가 대책

제3절 심의회 등에서 정책의 검토 등

제4절 자금 마련 지원·사업 재생 지원

제5절 재무기반의 강화

제6절 경영 안정 대책

제7절 관공수(官公需) 대책

제8절 인권 계몽의 추진

제6장 업종별·분야별 시책

제1절 중소농림수산 관련 기업 대책

제2절 중소운수업 대책

제3절 중소건설·부동산 대책

제4절 생활위생 관계 영업 대책

제5절 환경·에너지 대책

제6절 IT화의 촉진

제7절 지적재산 대책

제7장 중소기업·소규모사업자 시책의 효과적인 실행을 위하여

제1절 경영 지원 체제의 강화

제2절 조사·홍보의 추진