

賃金上昇が中小企業に行き渡るには

発表日：2015年2月3日（火）

～中小企業には小売・サービス・建設が多い～

第一生命経済研究所 経済調査部

担当 熊野英生（TEL：03-5221-5223）

大企業は賃上げできて、中小企業はできないと言われる。統計データを確認すると、特に 5～29 人の小規模企業では、確かに賃金上昇の動きが鈍かった。5～29 人の企業には、小売・卸売、飲食等サービス、医療・福祉、建設が多い。つまり、個人消費を活性化させることで、中小企業の賃上げは促進できる。2014 年は、消費税の反動減が厳しかったから、中小企業の賃上げには限界があったのだろう。

30 人未満の事業所の出遅れ

2015 年にデフレ脱却を確実なものにするために、企業の賃上げがカギを握っている。前年の教訓として、賃上げは大企業が中心になり、中小企業への波及は限定的だったとされる。賃上げの動きが、一部の企業に限られれば、マクロの所得拡大から消費拡大へと向かう好循環も小規模なものに終わってしまう。だから、2015 年は、前年よりも賃上げの裾野が広がって、好循環の波が大きくなることが期待されている。

まず、データとして 2014 年の賃上げの実績を確認してみたい。参照するのは、厚生労働省の「毎月勤労統計」である（図表 1）。ここでは、30 人以上の事業所では賃金上昇は見込めたが、5～29 人の事業所ではほとんど賃上げが見込めなかった。

さらに細かく企業規模別にみると、2014 年は 500 人以上の大企業で賃上げが進んだだけでなく、100～499 人、30～99 人の規模でも進んだ。一方で、5～29 人に限っては限定的だったことがわかる（図表 2）。この結果は、アンケート調査で 100 人以上の従業員がいる企業において、8 割以上の企業で賃上げが行われた、という結果と整合的である。しかし、もっと規模の小さな 5～29 人の企業では、未だに賃上げが鈍いのが実情である。2015 年の課題は、まさしく、この 5～29 人の規模の企業で賃上げが進むかどうかということになる。

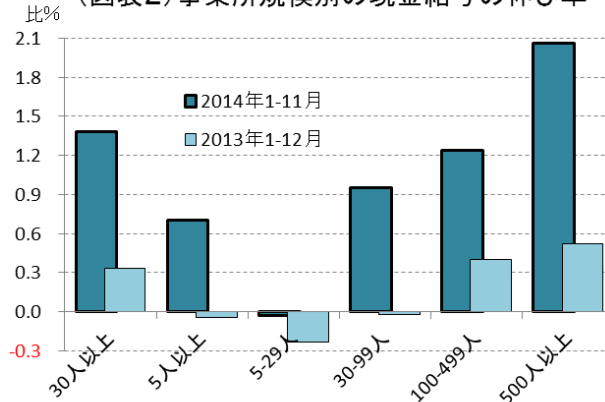
次に、中小企業というカテゴリーについて確認しておきたい。中小企業の範囲は、「製造業・その他の業種では、300 人以下又は 3 億円以下」とされる。業種別に細かく言えば、卸売業は 100 人以下又は 1 億円以下、小売業は 50 人以下又は 5,000 万円以下、サービス業は 100 人以下又は 5,000 万円以下

（図表 1）現金給与総額の前年比伸び率

	事業所規模 5人以上	事業所規模 30人以上	一般労働者 (5人以上)	パートタイム 労働者(5人 以上)	事業所規模 5～29人
2013年9月	-0.2	0.1	0.4	-0.4	-0.6
10月	-0.1	0.4	0.6	-0.4	-0.7
11月	0.6	1.5	1.3	-0.3	-1.0
12月	0.5	0.9	1.5	-0.6	0.6
2014年1月	-0.2	-0.1	0.0	1.5	-0.2
2月	-0.1	0.2	0.1	0.4	-0.3
3月	0.7	1.3	1.0	0.8	0.2
4月	0.7	1.2	1.2	0.9	0.1
5月	0.6	1.1	1.0	0.7	-0.1
6月	1.0	2.1	1.5	0.7	-0.3
7月	2.4	4.0	2.9	1.0	0.2
8月	0.9	1.6	1.3	-0.6	0.0
9月	0.7	1.3	1.1	0.5	0.2
10月	0.2	0.7	0.6	-0.3	-0.2
11月	0.1	0.6	0.7	-1.1	0.0

出所：厚生労働省「毎月勤労統計」

（図表 2）事業所規模別の現金給与の伸び率



出所：厚生労働省「毎月勤労統計」

という区分がある。5～29 人の事業所に該当する中小企業とは、むしろ、小規模企業に近い。

筆者が中小企業を重視する理由は、そのカテゴリーに属する従業員の割合が意外に大きいと感じるからだ。今度は、事業所別ではなく企業規模別に、中小企業のウェイトを確認してみると、総務省「経済センサス」（2012 年）では、企業単位でみて 300 人未満の企業に属する従業員は、全体の 50.5%と大きくなる（図表 3）。また、30 人未満という小規模企業（5 人未満を含む）についても、21.9%※を占めている。

※事業所単位でみると、2014 年 11 月時点で常用雇用者数の 42.0%が 5～29 人の事業所に属する（0～4 人は含まず）。

視点を変えて、付加価値の構成比でも、30 人未満の小規模企業は、全体の 22.6%になり、従業員のウェイトとほぼ同じ大きさになっている。いずれにしても、中小企業という範囲は、雇用者全体で大きなウェイトを占めており、30 人未満でもウェイトは小さくないから、そこで賃金上昇が進まなくては、日本全体の浮揚につながらないという認識が醸成されるのだろう。

中小企業は個人消費関連が多い

では、従業員 30 人未満の小規模企業の賃金上昇は、どうすれば達成できるのだろうか。30 人未満の小規模企業の成り立ちを調べてみよう。

まず、30 人未満の企業規模がどんな業種別によって構成されているのかをみると、小売業 15.8%、製造業 13.8%、建設業 13.5%、飲食サービス 9.5%、医療 6.8%となっていた（図表 4）。一口で言えば、個人向けの小売・サービスと建設業は、従業員が小規模企業に集中している。反対に、製造業、運輸・郵便業、金融保険業、情報通信業は、大企業の方に集中している。大企業と中小企業の顔ぶれはかなり違っている。個人向けのスモールビジネスが多いことが、小規模企業と特徴になっている。

（図表4）企業規模別にみた従業員の業種別ウェイト

企業の従業員規模別	A								B		=B-A	
	0～4人	5～9人	10～19人	20～29人	30～49人	50～99人	100人以上	合計	30人未満	差分		
農業、漁業、林業	1.2%	1.3%	1.3%	1.1%	1.0%	0.7%	0.2%	0.6%	1.2%	1.0%	0.2%	農業、漁業、林業
鉱業、採石・砂利採取業	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	鉱業、採石・砂利採取業
建設業	12.6%	16.5%	14.3%	10.8%	8.5%	5.6%	2.9%	7.1%	13.5%	10.6%	2.9%	建設業
製造業	9.8%	14.2%	17.3%	20.5%	21.3%	22.8%	21.8%	19.1%	13.8%	-7.9%	6.9%	製造業
電気ガス、水道	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.7%	0.4%	0.0%	-0.7%	0.7%	電気ガス、水道
情報通信業	0.8%	1.3%	1.8%	2.2%	2.8%	3.3%	3.9%	2.9%	1.3%	-2.6%	3.9%	情報通信業
運輸・郵便業	1.0%	2.5%	4.5%	6.4%	7.5%	8.2%	7.8%	6.1%	2.8%	-5.0%	7.8%	運輸・郵便業
小売業	18.4%	12.1%	15.1%	14.3%	11.0%	8.5%	13.3%	13.7%	15.8%	2.5%	11.2%	小売業
卸売業	6.0%	7.6%	7.7%	7.9%	8.2%	8.0%	5.2%	6.2%	6.9%	1.7%	5.2%	卸売業
飲食サービス	12.6%	9.3%	6.5%	4.8%	4.5%	4.1%	6.8%	7.4%	9.5%	2.7%	6.8%	飲食サービス
宿泊業	1.1%	1.0%	1.3%	1.4%	1.6%	1.5%	1.0%	1.1%	1.2%	0.2%	0.9%	宿泊業
生活サービス	7.6%	2.8%	2.4%	2.3%	2.5%	2.3%	1.5%	2.7%	4.7%	3.3%	1.4%	生活サービス
娯楽業	0.6%	0.8%	1.1%	1.3%	1.8%	2.3%	1.6%	1.4%	0.9%	-0.7%	1.6%	娯楽業
教育、学習支援業	2.4%	2.0%	2.6%	2.9%	2.8%	2.7%	4.2%	3.4%	2.4%	-1.8%	4.2%	教育、学習支援業
医療	4.6%	12.6%	7.0%	4.3%	3.8%	4.6%	6.4%	6.2%	6.8%	0.4%	6.4%	医療
福祉	0.6%	2.3%	5.0%	8.2%	9.4%	11.6%	4.0%	4.6%	2.9%	-1.1%	4.0%	福祉
サービス（他に分類されない）	7.0%	6.4%	6.4%	6.7%	8.5%	9.0%	10.1%	8.7%	6.7%	-3.4%	10.1%	サービス（他に分類されない）
金融保険業	0.8%	0.7%	0.5%	0.6%	0.6%	0.8%	5.0%	2.9%	0.7%	-4.3%	5.0%	金融保険業
不動産、物品賃貸	7.8%	2.0%	1.7%	1.6%	1.6%	1.6%	1.5%	2.5%	4.4%	2.9%	1.5%	不動産、物品賃貸
学術研究、専門技術サービス	4.8%	4.5%	3.3%	2.7%	2.5%	2.2%	2.0%	2.8%	4.1%	2.1%	2.0%	学術研究、専門技術サービス
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%		合計

出所：総務省「経済センサス」（2012年）

本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。

ということは、「中小企業の賃上げが進む」という成果が上がるためには、個人消費がもっと活発にならないと実現できないということになる。個人消費が停滞していることが原因になって、結果的に中小企業の賃上げができないという構図をつくっている。ここを正しく認識することは極めて重要である。

先に「中小企業の賃上げが進まなくては、日本経済全体の賃金上昇が進んだことにならない」と述べたが、因果関係は、個人消費の活発化→中小企業の賃上げ、という順序になる。因果関係として、中小企業の賃上げが先に来るのではなく、後に来る。

翻って、2014 年の中小企業の賃上げが限定的だった背景には、消費税の反動減が個人消費を萎縮させた効果が強かったのであろう。2014 年の消費支出は、少なくとも 4～7 月までは低迷していた（図表 5）。2014 年の消費環境は、消費税の反動減のみならず、円安のコストプッシュ圧力、夏場の天候不順などに見舞われた。9 月頃から、株価上昇や円安による資産効果が消費拡大の支援材料にはなったが、現時点では中小企業への恩恵は確認されていない。

「賃上げは大企業が中心になり、中小企業への波及は限定的だった」という背景は、賃上げの波及が中小企業に及ばなかったからではなく、むしろ、消費税の反動減が大きかったから、賃上げの波及が鈍かったということなのだろう。今後、具体的に、個人消費を活発化させるためには、できる範囲で賃上げを進めることが、消費拡大にプラスになる。すなわち、2014 年に続いて、大企業がさらにベースアップ幅を広げ、そこに属する従業員の購買力を高めることが、マクロ消費増加のためには有効である。「賃上げが大企業中心だから、それはおかしい」などと考える必要はない。春闘で大企業の賃上げを促進すれば、それがマクロの消費支出の底上げにつながる。原理として、中小企業の賃上げは、大企業の賃上げが消費全体をうまく持ち上げたとき、次の段階で進んでいくことになる。こうした波及効果は、ある程度時間はかかるかもしれないが、地道な賃上げの努力を積み重ねていくことによって、徐々に実を上げていく。中小企業の賃上げへの連鎖は、消費の正常化の結果として得られると理解できる。

