

論文概要

フィリピンにおける零細・小規模の地方銘菓製造事業者に対する経営支援に関する考察
A study on business support to Micro and Small Enterprises making local confectionery in the Philippines

学籍番号 16MD0091

氏名 城 元章

論文の目的と方法

本論文は、フィリピンの地方銘菓を製造する零細・小規模事業者の成長を促進するために、フィリピンの公的機関や民間企業が行うべき、効果的な経営支援の在り方を探ることが目的である。そのために、零細・小規模事業者が置かれる経営状況を明らかにした上で、フィリピンの経営講座やマーケティング支援、日本の地方産品振興支援や民間企業による経営支援など、両国で実施されている施策を活用した提言を行う。

途上国では中小企業の中でも規模の小さい、零細・小規模と分類される企業の割合が高く、家族のみで営む事業や、インフォーマルに行われている事業も多い。雇用を創出する企業が少ない地域における零細事業の実施は、住民にとって生計を得る重要な手段となっている。しかし、途上国での中小・零細企業振興は一般的に、「ミッシングミドル」と指摘されることが多い。これは零細・小企業と大企業の間となる、中企業が極めて少ないことを表すものであり、零細・小企業が中規模にまで成長することは稀であることを示している。他方で、フィリピンを含む多くの途上国は、中小・零細企業振興に注力している。

本論に用いる資料は関連分野における先行文献と、フィールド調査によるものである。先行文献からは、途上国の中小・零細企業の成長・衰退要因や、フィリピンの中小・零細企業や食品加工業の特徴、日本の公的機関の地方産品振興や経営支援制度、日本の民間企業による経営支援の取組みなどについて概観した。

フィールド調査では、フィリピンで中小企業支援の中心的な役割を担っている、貿易産業省から支援施策や中小企業の概況について聞き取りした。そして、地方銘菓製造の零細・小規模事業者と事業者を取り巻く支援機関の実情を把握するために、マニラ首都圏で開催された2つの見本市会場とイロイロ州で、合計15名の事業者に対して半構造化インタビューを実施した。マニラ首都圏では、東ビサヤ地方の見本市で4名、ビコール地方の見本市で4名の事業者に聞き取りを行った。イロイロ州では、7名の零細・小規模の事業者や土産物店、他州から出店している大手製菓企業、経営支援実施機関への聞き取りを実施した。

調査における使用言語は英語とした。事業者の理解度に応じて、イロイロ州政府の職員に通訳を依頼した。通訳の依頼ができず、重要事項の聞き取りができなかった事業者は、考察の対象とする調査サンプルから外している。

論文の構成

第1章 目的と方法

第2章 フィリピン経済における中小・零細企業の概況と支援政策

2-1 フィリピンの産業振興の経緯

2-2 現在の産業構造

2-3 フィリピン政府・地方自治体による主な中小・零細企業支援政策

第3章 フィリピンの地方銘菓製造業の現状とイロイロ州における経営支援制度

3-1 フィリピンの食品加工業の特徴

3-2 地方銘菓市場の特徴

3-2-1 市場規模 3-2-2 フィリピンの地方銘菓

3-3 地方銘菓製造の零細・小事業者

3-3-1 地方銘菓の製造事業者数 3-3-2 インタビュー調査の実施方法

3-3-3 経営の実情と課題 3-3-4 成長企業の例

3-4 地方銘菓市場のバリューチェーン

3-5 イロイロ州の地方銘菓市場における競争状況と零細・小企業の生存領域

3-5-1 イロイロ州の地方銘菓市場における競争状況 3-5-2 零細・小事業者の生存領域

3-6 イロイロ州の地方銘菓製造事業者に対する各機関による支援

第4章 日本における地方産品振興と小規模事業者支援制度の概要

4-1 日本の地方産品振興施策

①農商工連携 ②六次産業化 ③地域産品認証制度 ④地域産品流通支援

4-2 小規模事業者に対する経営支援制度

4-2-1 公的機関による経営支援 4-2-2 民間企業による経営支援

4-3 日本の地方産品振興と小規模事業者支援の特徴

第5章 フィリピンの地方銘菓製造業に対する経営支援制度の提案

5-1 フィリピンの地方銘菓製造業の可能性と課題

5-2 フィリピンにおける既存の経営支援施策の活用

①経営戦略にかかる支援 ②事業計画作成支援 ③マッチングにかかる支援

④事業規模と地域を網羅した経営支援 ⑤生産性向上にかかる支援

5-3 フィリピンでの適用が効果的な日本の経営支援制度の活用

①地域産品振興制度 ②卸売業・仲介業者との連携支援

本論文のまとめと今後の課題

別添資料

参考文献一覧

論文の概要

第1章は、序論として本論文の目的と方法について記載している。第2章では、フィリピンにおける産業構造や中小企業振興政策について概観する。フィリピンは1950年代からの輸入代替工業化政策に失敗し、1983年に対外債務危機に陥るなど、経済成長の停滞を経験した。他方で、近年は毎年6%を超える順調な経済成長を遂げており、人口も2015年に1億人を突破した。個人消費、特に食費にかかる費用の高さも特徴的であり、本論文で扱う地方銘菓市場にとり機会となる経済構造である。

中小零細企業支援政策に関して、競争力向上の目的では、貿易産業省や科学技術省、ネゴシオセンターが事業者を対象に、マーケティング・プロモーションや生産技術などの経営実務の支援を行っている。低所得者の生計向上の目的では、労働雇用省や社会福祉開発省が地域住民を対象に、起業や職業訓練の支援をしている。地方自治体は主に起業環境の整備を行っている。

第3章では、フィリピンにおける食品加工業の概要や地方銘菓の市場動向、地方銘菓市場のバリューチェーンや、零細・小規模事業者の経営課題、イロイロ州の各機関による経営支援について概観する。

地方銘菓製造事業者へのインタビューを通して、次のような状況や課題が読み取れた。地方銘菓市場は参入障壁が低く模倣が容易であり、今後も競争が激化する可能性がある。他方で、零細・小規模の事業者の売上は概ね上昇傾向にあり、生産規模の拡大が最も多く聞かれた経営支援ニーズであった。顧客は地元住民、地元勤務者、在外フィリピン人、観光客などだが、対象顧客を意識して商品を開発している事業者は少ない。商品は地域内外で競合することが多いが、差別化した点を説明できる事業者も少ない。品揃えは、規模が小さな事業者でも、8~20程度の商品を作っていることが多い。洋菓子は半年から1年間など、賞味期間の長い商品も多い。商品販売が軌道に乗っている会社でも、残業で必要な生産量に対応しているなど、オペレーションは安定していない。また、原料の価格や品質、入手の困難さについて課題を述べている事業者もいた。

販売経路はある程度、生産者の事業規模に応じて決まると考えられる。スーパー／ハイパーマーケットに納品するためには、フィリピン食品医薬品局（Food and Drug Administration: FDA）の認証に加えて、生産量の大きさや品質の高さ、領収書の発行などの条件があり、零細企業による対応は難しい。スーパーやハイパーマーケットで販売できない零細・小規模事業者は土産物店や空港、ホテル、レストラン、学校などで販売したり、個人の仲買人を活用している。

事業者が受けていると回答した支援内容としては、貿易産業省やネゴシオセンター、科学技術省によるものが圧倒的に多かった。複数の支援機関と密接な関係を築き、生産に必要な技術や商品開発のヒント、商品紹介や販売の機会などを手に入れている事業者が見受けられた。

第4章は、日本における地方産品振興と小規模事業者支援の経験について概観する。日

本では、認証制度で地方産品を推奨したり地方ブランドを保護する試みや、地方の農林水産品の加工・流通体制を支援する農商工連携、6次産業化といった施策が実施されている。

日本の地方産品振興の特徴は、産品開発の事業体制構築や地方ブランドの保護、産品流通機会の提供など、生産から販売までの工程を抑えた支援となっていることである。支援主体は政府各省、地方自治体、協同組合など異なるが、それぞれの役割を担い、相互補完的に機能している。また、小規模事業者向けの支援については、公的機関と民間企業それぞれによる支援があることも、日本における特徴であると言える。商工会、商工会議所は、地元企業に寄り添いながら経営支援を行っている。卸売業や金融機関は、以前からの商習慣として、取引先に対して経営支援を行って来た。

第5章では、第2章から第4章の内容から、フィリピンの零細・小規模の地方銘菓製造事業者に対する経営支援制度の在り方について提言を行う。フィリピンの近年の経済成長や個人消費の増加の傾向、人口増加の状況と将来予測、パン・スイーツ市場の成長実績や今後の需要予測などを確認した結果、今後も地方銘菓の需要拡大が予想される。

他方で、第3章で述べた現地調査の結果などから、地方銘菓の製造事業者は商品差別化や販路の確保、生産規模の拡大、生産性の向上などの課題を抱えていると考えられる。

フィリピンの各支援組織による経営支援は概ね、事業者の経営ニーズに沿って行われており、地理的、事業規模別にも支援の提供範囲は広いと考えられる。しかし、経営講座や商品・パッケージ開発など、総花的あるいは各論の支援になっており、標的市場と各事業者の特徴を考慮した戦略的な支援を行うには至っていない。このような経営支援制度における課題と前述の事業者の経営課題を考慮の上、経営戦略にかかる支援や事業計画策定支援、マッチングにかかる支援、事業規模と地域を網羅した経営支援、生産性向上に係る支援など、既存の施策の在り方について提言を行った。

フィリピンへの適用が効果的な日本の経営支援制度としては、地方ブランド認証制度の実施と産品開発の強化、流通事業者と生産者の連携支援の2つを挙げた。地方ブランド認証制度には、地方銘菓市場の拡大や、他地域の類似品などに対して地方銘菓を保護する効果がある。流通事業者と生産者の連携支援は、顧客ニーズに沿った商品を開発し、販売経路を確保することを可能にする。

このように経営支援施策を改善することは、地方銘菓製造事業者が経営課題を解決し、需要拡大の環境を捉えて事業を継続・発展させることを促すだろう。本論文では、個別の零細・小企業の経営課題や企業努力に焦点を当てて、国内市場において競争優位性を築くための経営支援の在り方について検討した。また、日本の例を参考に、地方産品振興の取り組みや、官民による経営支援の視点を提言に含めた。

以上