

論 説

戦後日本の経済発展と地域中小商工業問題

山 本 義 彦

- I 高度成長と中小企業経営
- II 高度成長後の日本経済と中小企業
- III 金融化に変調する日本経済ともの作り離れ
- IV 中小企業圧迫を脱却する道—『中小企業白書』2007年版より—
- V 中小企業の存続のための方向性
- VI 結論

I 高度成長と中小企業経営

第二次世界大戦後の日本経済は、その前半の1945年からほぼ73年まで、戦後復興（約10年間）からの高度成長（約18年間）軌道を辿っていた。1955年には日本の造船業は溶接ブロック建造法の採用により世界トップのシェアを実現していた（その地位は1999年まで）¹。この期間のうちでも1960年代前半までは、輸出でワンダラー・ブラウス²、ベルベティーン、コーデュロイなど綿製品、静岡県焼津の油漬けいわし（オイル・サーディン）缶詰をはじめ中小企業性製品³が、大きな役割を果たし、これに造船業など労働力多消費型重工業製品も輸出に向かっていた。

しかし60年代中葉には、石油化学を中核とした重化学工業製品が世界最高の輸出比率に達した。同時に大企業性製品、資本集約型の製品が基軸の役割を果たしていった⁴。それでも主として国民の消費生活面での中小企業の存在感は大きく、大企業・下請制の二重構造が問題視されていたに

¹ 『経済白書』1963、64年。

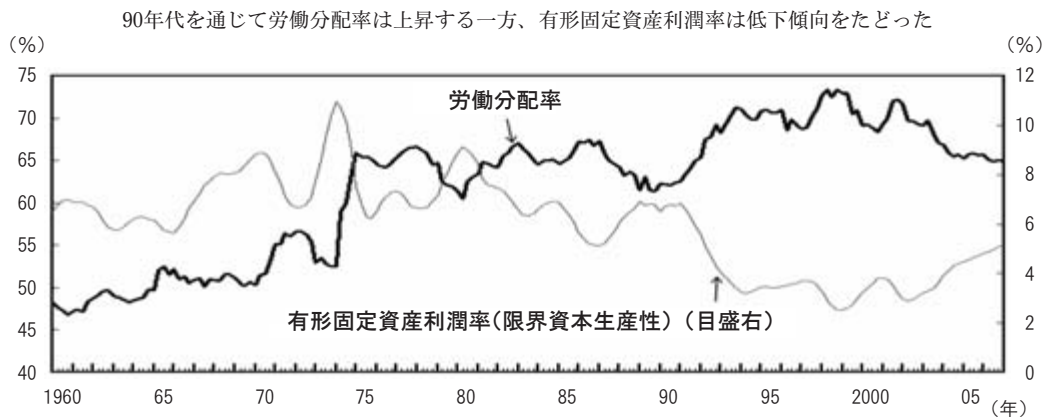
² 1950年代中葉、ワンダラー・ブラウス（1955年、アメリカの木綿業者が、日本の安いブラウス輸出に対してダンピングを行っているとして提訴）が地方経済を潤すほどの家内工業的縫製工場で生産、対米輸出に向かった。

³ ベルベティーンやコーデュロイは周知のように静岡県福田地区の農家兼業で大正期には広まり、第二次大戦後は、全国の生産額の80%を超える圧倒的なシェアを占めてきた。しかし第一次石油危機以降、韓国の追い上げなどで苦戦を続けて今日に至っている。近年の状況を見ると以下の通りであるが、1960年代にあっても全国に圧倒的な生産地であったことは変わらない。工業統計調査によると、2005年における別珍（べっちゃん）・コール天の静岡県の出荷量は1,633千平方メートル、出荷額は4億3千4百万円で、全国一位となっている。むろんこの3年間で見ても出荷量はほぼ6割に減じる状況である。別珍・コール天は、静岡県磐田市福田地区が発祥の地である。東京の鼻緒問屋に奉公に出た先人が、下駄の鼻緒として当時流行していた輸入コーデュロイを国産化しようと努力し、1896年ごろにはコーデュロイが、1912年ごろには、ベルベティーンが、磐田市福田地区で生産されるようになった。じつにこの地の出荷額、出荷量ともに全国で100%に上る。『焼津市史』通史編近現代及び漁業編、2005、6年。

⁴ 『中小企業白書』1966年など。

せよ、たしかに国民の経済格差を表現するジニ係数⁵も、急伸する経済成長率の高さの下で、縮小に向かっている、高度成長が、労働分配率⁶の漸次的な上昇を背景に⁷、国民消費力を一定程度改善し、「国民総中流意識」を形成していったことは疑いがなからう。また高度成長期、有形固定資産の増勢を示していることでも、その画期的意義があったのである（図-1）。しかも地域利益誘導と批判を受けながらも地域開発政策が、四大工業地帯から全土工業化主義的に広がり、つまり国民諸階層の意思が強く働いていた⁸。

図-1 労働分配率、有形固定資産利潤率の推移



(備考) 1. 財務省「法人企業統計季報」により作成。

2. 労働分配率=人件費/(人件費+営業利益+減価償却費) (内閣府において季節調整)

3. 有形固定資産利潤率=営業利益/その他の有形固定資産 (後方4四半期移動平均)

『経済財政白書』2007年版による。

このことを表現する高度成長期から今日に至る時期までの財政支出中の中小企業対策、食料安定供給、公共事業、防衛費関係経費が、一般財政支出との相対関係でいかに推移したかを財務省統計から作成した表-1及び図-2、3、4を参照しよう。これらの図から見えてくるものは、中小企業関係経費及び食料安定経費の通減と、これに対する防衛関係経費の漸増である。ここで思い起こされるべきなのは、次のことであろう。すなわち東芝会長であった土光敏夫が会長を務めた1981-83年臨調(第2次臨時行政調査会)⁹が83年に最終答申を報告し、ついに当初の目論見で

⁵ 拙稿「少子高齢化時代の到来と日本経済」静岡大学 経済研究 11巻4号(2007年2月)を参照。

⁶ 家計が受け取る『雇用者報酬』の、『国民所得』、あるいは『GDP(名目国内総生産)』に占める比率で表示。

⁷ 図-1は財務省「法人企業統計」による。

⁸ 当時は、地域代表色の濃厚であった国会議員による企業誘致が地域振興の中核課題と認識されていたこともあって、議員は競って誘致に努めていたことが、住民意識に投影していたといえよう。この傾向は、1980年代中葉のテクノポリス政策、後半のリゾート政策まで機能していたといえよう(上原信博編著『先端技術産業と地域開発』御茶の水書房、1988年を参照)。

⁹ これを第二次臨時行政調査会と呼ぶのは、1964-65年不況に際して、第一次臨時行政調査会が存在したからである。

表-1 一般会計歳出等の推移(当初ベース)

(以下、図-2~5まで 財務省統計により制作) (単位: 億円)

	1955	1965	1975	1985	1995	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
中小企業対策費		218	1,278	2,162	1,857	1,959	1,861	1,729	1,738	1,730	1,616	1,625
食料安定供給関係費		1,096	9,086	6,953	7,478	6,952	7,389	6,965	6,825	6,755	6,361	6,074
公共事業関係費	1,466	6,866	29,095	63,689	92,406	94,335	84,239	80,971	78,159	75,310	72,015	69,473
防衛関係費	1,328	3,014	13,273	31,371	47,236	49,553	49,560	49,530	49,030	48,564	48,139	48,160
一般歳出計	9,915	36,581	212,888	524,996	709,871	826,524	812,300	817,891	821,109	821,829	796,860	829,088

図-2 中小企業関係経費と一般歳出比較

(単位: 億円)

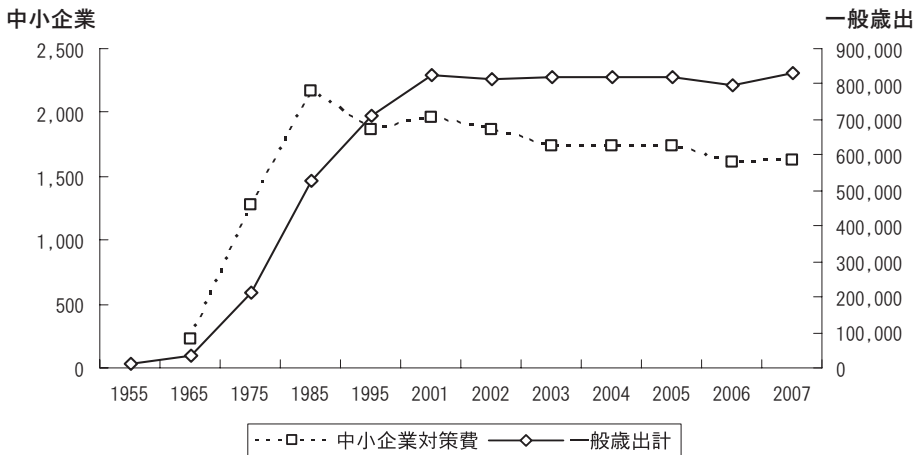
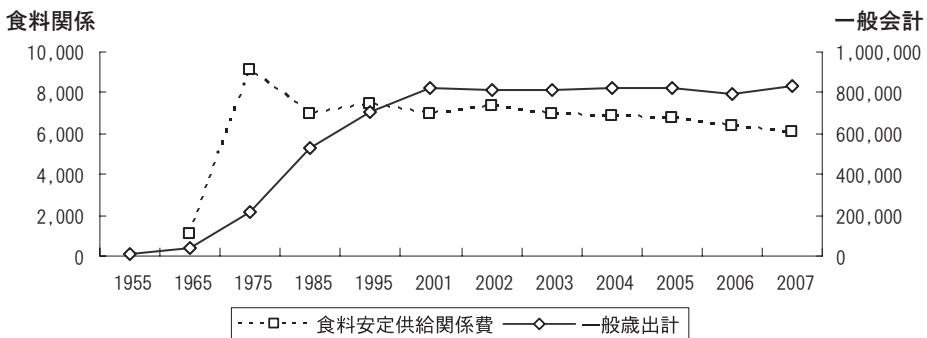


図-3 食料安定経費と一般会計歳出

(単位: 億円)

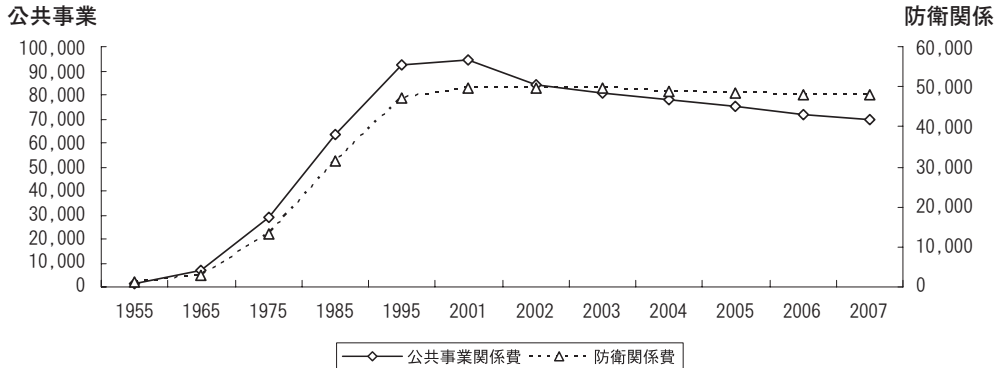


あった官僚機構の再編には成功せず、赤字財政の解消、財政の均衡化を目指す目標に関しても「原則」縮減をうたうに終わったが、その中でも、防衛費関係やそれを支えると目される対外援助費については、むしろ国家的安全保障の観点から除外したことである¹⁰。これを端的に示しているの

¹⁰ この点は臨調OBの会『臨調行革の十年』1991年で、結局当時の臨調で唯一成功したのは総評労働運動を解体する目論見で行った国鉄の民営化による、国労の解体であったとさえ記されているほどである。

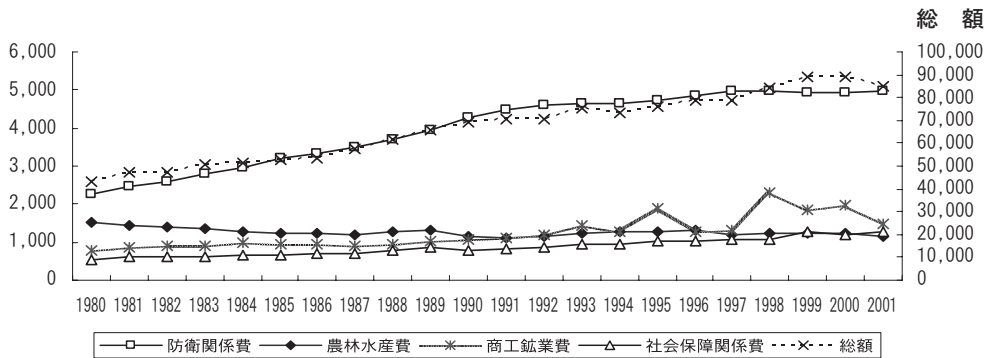
図一4 公共事業費と防衛関係費

(単位：億円)



図一5 1980年代以降の主要財政項目決算

(単位：10億円)



が当時より今日までの財政決算推移であろう (図一5)。つまり臨調行革開始以降、顕著な事実は、財政の拡大過程の下で、防衛関係経費が確実に膨張しているが、農林水産比は漸減傾向を示す一方で、商工鉱業関係費はとくに90年代に急増しているが、この主要なものは中小企業関係に向けられたものではないことが、前の図表からも見て取られる。社会保障関係経費の漸増は少子高齢化を示す一表現ではあるが、これをもってしても昨今の状況にみられるとおり、問題解決にほど遠いばかりか、国民負担が確実に増大していることはいままでもない。80年代までの政策動向は、まさに中選挙区制が比例代表制に近い機能を果たしていたといつてよいし (1994年の比例代表併用小選挙区制導入まで)、政権政党である自由民主党が長期政権を可能にした構造も、この選挙制に基づく自民党の諸派閥の存在を許し、これはひとえに企業規模の大小や、産業基盤の多様性、日米安保を前提としつつも時々の外交路線の多様性によって裏打ちされてきたのである。1994年8月7日付『朝日新聞』で、私は、当時政治改革で大きく取りざたされていた細川護熙¹¹らの比例代表制併用小選挙区制導入の日本政治に与える危機状況を、とくに国民諸階層の利害投影機能

¹¹ 細川護熙『権不十年』日本放送出版協会、1992年1月を参照。

の低下による、社会的活性の衰退を予期していたが¹²、その際に私が参考にしてしていたのは、当時の先進国（旧ソ連を含め）が基本的に小選挙区制を基本としていたこと、それに対して西ドイツが比例代表制を基盤とする小選挙区制であったこと、日本もまた先述のようにこれに近い民主制を取っていたことを重視した論考を寄せたことがある。高度成長期の通産省が繊維工業局、基礎産業局、中小企業庁など産業分野別の局制を取っていたことにも知られるとおり、産業分野別育成政策と、これに見合った産業諸組織と自由民主党の分野別部会や派閥とが緊密に結合した政界－官界－産業界の「鉄の三角形」を形成していたのである¹³。

今となってみれば、1960年代初頭の中小企業基本法¹⁴、農業基本法¹⁵もある意味では、この産業構造を反映する意味を持ったといえよう。だから財政の自然増収を背景とする膨張の時期でもあったので、農業、中小企業に対する財政支出もこの時期には確実に伸びていたのである。これらは何れも当該産業の近代化、中堅事業体の育成を標榜し、高度成長への参入を画することを意味していたのであろう。農業さえも農業構造改善事業などにみられる「農業経営」という用語に特色をもつものであった。すなわち第2条の「国の施策」2項で、「農業経営の規模の拡大、農地の集団化、家畜の導入、機械化その他農地保有の合理化及び農業経営の近代化（以下「農業構造の改善」と総称する。）を図ること」とうたっている。

また1960年代の商業近代化もこの時期のキャッチフレーズであり、1950年代中葉にはじまるス

¹² 拙稿「ゼネコン汚職と小選挙区制神話」『朝日新聞』1993年8月7日付。2007年の参議院選挙で敗北した自由民主党の要人の中に、かつての中選挙区制度の方が政治の活性を引き起こすとの認識が登場しているのは興味深い。全文は拙著『近代日本資本主義史研究』ミネルヴァ書房、「終章付論」、2003年参照。

¹³ 小島祥一『日本経済改革白書』岩波書店、1996年。著者は大蔵省主計局の元キャリア官僚である。

¹⁴ 1963年制定の中小企業基本法はその精神を以下のように冒頭で述べている。「わが国の中小企業は、鉱工業生産の拡大、商品の流通の円滑化、海外市場の開拓、雇用の機会の増大等国民経済のあらゆる領域にわたりその発展に寄与するとともに、国民生活の安定に貢献してきた。われらは、このような中小企業の経済的社会的使命が自由かつ公正な競争の原理を基調とする経済社会において、国民経済の成長発展と国民生活の安定向上ととつて、今後も変わることなくその重要性を保持していくものと確信する。しかるに、近時、企業間に存在する生産性、企業所得、労働賃金等の著しい格差は、中小企業の経営の安定とその従事者の生活水準の向上にとつて大きな制約となりつつある。他方、貿易の自由化、技術革新の進展、生活様式の変化等による需給構造の変化と経済の著しい成長に伴う労働力の供給の不足は、中小企業の経済的社会的存立基盤を大きく変化させようとしている。このような事態に対処して、特に小規模企業従事者の生活水準が向上するよう適切な配慮を加えつつ、中小企業の経済的社会的制約による不利を是正するとともに、中小企業者の創意工夫を尊重し、その自主的な努力を助長して、中小企業の成長発展を図ることは、中小企業の使命にこたえるゆえんのものであるとともに、産業構造を高度化し、産業の国際競争力を強化して国民経済の均衡ある成長発展を達成しようとするわれら国民に課された責務である。」

¹⁵ 1961年制定の農業基本法は憲法を引用して「農業及び農業従事者の使命が今後においても変わることなく、民主的に文化的な国家の建設にとつてきわめて重要な意義を持ち続けると確信する。しかるに、近時、経済の著しい発展に伴なって農業と他産業との間において生産性及び従事者の生活水準の格差が拡大しつつある。他方、農産物の消費構造にも変化が生じ、また、他産業への労働力の移動の現象が見られる。このような事態に対処して、農業の自然的経済的社会的制約による不利を補正し、農業従事者の自由な意志と創意工夫を尊重しつつ、農業の近代化と合理化を図って、農業従事者が他の国民各層と均衡する健康で文化的な生活を営むことができるようにすることは、農業及び農業従事者の使命にこたえるゆえんのものであるとともに、公共の福祉を念願するわれら国民の責務に属するものである。」（傍線は引用者）

一パーマーケット業界を支援するコールドチェーンや長距離輸送トラック便の発達もこの時期の特徴であった。これと相まって国有鉄道における長距離輸送能力の低下が引き起こされた。1964年に設置された日本鉄道建設公団（2003年10月独立行政法人鉄道建設・運輸施設整備支援機構に再編、解散）は、国鉄経営を鉄道敷と輸送経営を分離することによって、鉄道建設を政治的事情によって容易にする一方で、国鉄が公団に鉄道利用経費支払いを通じて、コストがかかる結果を招き、長距離輸送にトラック便が活躍しやすい環境を準備し、かつ高速道路建設を促進することにもなった。むろんトヨタ本社工場と愛知県衣浦港への自動車搬送では、国有鉄道が当時、同社に特別破格の低価格で輸送を請負い（岡崎－多治見線）、こうした体質が鉄道の赤字経営を生み出すのに貢献したのである。こうした企業のための鉄道線路として京葉線敷設も似てはいるが、これは今日、沿線の住宅拡大の中で、輸送対象も貨物から乗客へと変身を遂げた。実際、筆者はその当時の日本国有鉄道経営を監査報告書によって分析したことがあるが¹⁶、実に旅客では必ずしも「赤字」とはいえず、貨物輸送業務で大幅「赤字」を生じていたのである。全国的に国鉄は何れも重化学工業化を基調とする大量生産、大量消費を可能とする高度消費社会に対応する自動車輸送に転換を余儀なくされた。要するに国鉄を大企業経営が食い物にする図である。さきの岡多線（岡崎－多治見間）は民営化の中でバス路線となり、その後廃線した。

この時期の消費者は概して経済学でいうデモンストレーション効果の中に生き、人びとは、隣人が新製品を購入すれば、急いで同種商品の購入に走った。1960年代当初から70年代初頭までの当時の労働分配率を算定比較してみたことがあるが（5割台後半から6割台前半）、実はそれほど上昇を遂げていなかったものの、経済成長力が高かったために、量的な消費水準は確実に高まったというのが特徴であった。しかも基本的には長期雇用制度と年功序列型賃金体系を破壊しきっていなかったのであるから、人びとの「安定感」があったはずである。1960年代から70年代、「大きいことはいいことだ、エールチョコレート」、「24時間戦えますか」¹⁷、「国民総中流意識¹⁸」の時代だったのである¹⁹。

II 高度成長後の日本経済と中小企業

石油危機からの35年、経済発展は不安定化を強めながら、しかし日本経済は確実に世界の最高水準の位置に立つ先進国化を遂げていた²⁰。それでも石油危機から1980年代前半まではなお、もの作りによる経済利益の確保が重視されていた。そのために日米貿易摩擦が自動車、家電から半導

¹⁶ 1970年当時、筆者は未発表論文でこれを検討したが、事情があつて未公表のままに終わった。

¹⁷ これらの広告スローガンは、高度成長絶頂期の1970年代初頭と石油危機後の苛烈な時代状況を反映していた。

¹⁸ この意識はややそれに先行して1960年代後半に広まっていた。

¹⁹ 小稿は拙稿「地域の中小商工業と持続的な社会の発展」『中小商工業研究』第93号、2007.10を基礎にし、これを前提に2007年9月2日の全国商工団体連合会全国商工交流会（静岡）の分科会で報告準備に利用した。

²⁰ 周知のように、石油危機を端緒として日本経済は先進国中最悪の落ち込みを示したが、その基本的要因には輸

体に至るまで、アメリカの低迷をよそに、日本勢はアメリカ本国でも優勢を占めていた。この時期は、日本経済はより安定的で堅実な運営が可能であったように見え、1973年春に国際通貨システムが固定相場制からフロート制に本格的に移行したことから、国際金融市場がマネーゲームの場を提供することになり²¹、他方、高度成長で蓄積された企業の資金力の拡大が、その外部資金依存度を大きく低下させ、大都市銀行は貸付対象を個人住宅貸し付けや中小企業へと広げ、それだけに中小金融市場を襲う結果となった²²。

この過程は株式相互持ち合いによる企業集団²³の紐帯を弱め、90年代には銀行グループの再編を呼び起こす前提となっていた。さらに1978年（ロボット元年）前後から半導体の開発レベルがいっそう向上し、マイクロ・エレクトロニクス・コンピュータ革命（ME革命）を急速に進め、企業規模の大小を問わず、技術革新が加速化し、ついにはエレクトロバンキングを推進し²⁴、国際金融市場でも時間制約を超えた取引とグローバリゼーション、すなわちアメリカナイゼーション²⁵が加速した。こうしてとくに1980年代初頭以降、金融機関では業態を超えた経営を追求することが望まれ、金融自由化、投資信託、株式取り扱い業務等と銀行業務の合体などが認められていった。規制緩和の金融版である。

Ⅲ 金融化に変調する日本経済ともの作り離れ

しかしその後は新たな局面に達した。とくに1985年のプラザ合意²⁶による円高誘導を起点に、日本経済社会は明らかに金融主導の状況に陥り、金融工学（FT）が褒めそやされ、もの作りからの脱却があたかもトレンドイという状況を育ててしまった。他方こうして拝金主義が横行し、もの作り大国日本のイメージの大きな転換とみられる。すなわち近年のOECD報告をまつまでもなく

入石油依存度の大きさにあった。しかしこれをばねに1974-75年の不況を潜り抜けるに当たって世界一の省エネルギー政策を実現し、かつ労働、原材料、金融費用のあらゆる部面でのコスト削減に打って出て、さらには1978年のエレクトロニクスの飛躍的發展を享受して多品種少量生産を貫徹することで、世界経済の機関車としての地位を獲得した。

²¹ IMF、BIS等のWebによれば、2006年で世界の金融市場は150兆ドルに達し、世界GDP50兆ドルの約3.2倍、貿易額30兆ドルの約5.3倍。今日生じている石油価格の国際的高騰問題も、この同一の問題を根因としているとあって差し支えなからう。資本主義のカジノ化（スーザン・ストレインジ『カジノ資本主義』岩波書店、1989年）。

²² もとは大企業に対して集中して融資活動を展開した大銀行が、この時期にはこれら企業体の内部蓄積の高さと金融費用の圧縮の形成から、中小企業金融や個人住宅投資にまでウイングを延ばすにいたったのである。個人住宅貸し付けの面で、昨今アメリカでのサブプライムローン問題が、厳しい現実を招いていることはよく知られている。

²³ 奥村宏『法人資本主義の構造』日本評論社、1975年。

²⁴ これが特に形成発展を遂げていったのは1980年代中葉のことである。

²⁵ 日本での特色といってもよいが、グローバリゼーションとアメリカナイゼーションの混同が目立つ。

²⁶ 1985年、サンフランシスコのプラザホテルにおいて日米間で合意された円高誘導の方向付け。宮崎義一『ドルと円』岩波新書、1988年、行天豊雄、ポール・ボルカー『富の興亡』東洋経済新報社、1992年、この動向について厳しい批判を行ってきたのはジョセフ・スティグリッツであろう（『世界を不幸にしたグローバリズムの正体』徳間書店、2002年ほか）

ジニ係数から見ても、国民の生活満足度、教育力の面から見ても、先進国中最低水準に陥ってきたことは事実である²⁷。それでいて巨万の富を獲得する六本木ヒルズ族に代表される、生産から遊離した濡れ手に泡式の稼ぎを得る階層が注目され、これを褒めそやし、これに加勢する弱肉強食の、民主主義観念を喪失した政治がとくにこの10年間、日本を支配してきた。しかもこれを表舞台におおびらに飛び出して推進する日本経団連、アメリカによる「年次改革要望」という名の対日経済改革要求²⁸に忠実な小泉、安倍両政権の「経済構造改革」路線等々。とくに1990年代の長期にわたる低迷の過程は先の図に示したように労働分配率の低迷に裏付けられた国民消費の停滞と、その後の「戦後最長の好景気」にわくという今日（2007年段階）でさえ、労働分配率の低迷が続き、実感なき「好況」を呈してきた。

この過程こそが地域を支える中小企業の困難を作り出してきたことはいうまでもない。近年の農業基本法制²⁹、中小企業基本法制の改訂³⁰はまさにこの動向を反映するものである。要するに今、日本の大企業支配層は、労働法制の改悪を含め、生業としての農業、中小企業分野までも、アメリカ資本の活動領域を拡充する一方、大企業の規制緩和の名による安価な労働賃金市場の確保と、輸入農産物市場の拡充をさらに進め、この日本を農業破壊による環境悪化、労働破壊による市民生活の悪化³¹、消費生活の破壊による中小企業活動の狭隘化を余儀なくさせ、大都市部でさえもシャッター通りを拡大し、地方中核都市で比較的に健全な商店街としての賑わいを見せてきた静岡市呉服町通りの事例のように、およそ1.5キロメートルの街路で、老舗商店（菓子商、カバン店、時計店、衣料品店等々）の廃業とアメリカ系など安価なコーヒーショップ、コンビニショップ、ドラッグストアの相次ぐ出店、安価な全国的な飲み屋チェーンの出店などで（これらでおよそ10店舗にも及ぶだろう）往時の街の雰囲気を変えつつある。

以下、2007年6月現在の3つの商店街資料により、整理しておこう（表-2）。

表-2 静岡市中心商店街 商店構成

商店街名	ファッション・呉服		時計・宝飾 めがね		飲食店・ お茶店舗		生活雑貨		薬局・化 粧品店		書籍・文具 携帯等		金 融	
	進出	進出	進出	進出	進出	進出	進出	進出	進出	進出	進出	進出	進出	
呉 服 町 A	12	6	5	2	7	3	1	0	2	2	5	3	1	0
呉 服 町 B	9	5	3	0	5	5	4	1	2	0			1	0

²⁷ OECDの2007年対日経済審査報告では、アメリカに次いで世界第二位の貧困と伝えている。また橋木俊詔『格差社会』岩波書店、2006年外。またGDP1人当たり第16位に転落している。

²⁸ 関岡英之『奪われる日本』講談社新書、2006年、同『拒否できない日本』文春新書、2004年。ベンジャミン・フルフォード『騙されるニッポン』青春新書、2007年。また萩原伸次郎『ワシントン発の経済「改革」』新日本出版社、2006年をも参照。

²⁹ 食料・農業・農村基本法、その第22条には、「家族農業経営の活性化を図るとともに、農業経営の法人化を推進するために必要な施策を講ずるものとする」とうたう（1999年制定）。

³⁰ 間接金融から直接金融へ、格差是正から自助努力への支援へ、ベンチャービジネス支援を標榜する。1999年。

³¹ 派遣業法の改定による広範な業種での派遣労働など非正規労働力の活用など。

呉服町 C	2	1			1	1							1	0
呉服町 D	2	1	1	0	2	0	3	0	2	1			2	0
小計	25	13	9	2	15	9	8	1	6	3	5	3	5	0
七間町	25	12	5	2	15	5	5	4	2	1	2	0		
紺屋町			3	1	3	0	4	0	1	0	3	2		
紺屋町地下街	9	5			7	3					1			
小計	59	28	17	5	40	17	17	5	9	4	11	5	5	0
商店街名	ギャラリー 印章		デパート		楽器店		AVオーディオ		パーキング		美容院		映画館	
		進出		進出		進出		進出		進出		進出		進出
呉服町 A														
呉服町 B	4	3												
呉服町 C			1	0	1	0								
呉服町 D							1	0	2	0				
小計	4	3	1	0	1	0	1	0	2	0				
七間町			1								4	4	2	
紺屋町			1	1										
紺屋町地下街														
小計	4	3	3	1	1	0	1	0	4	0	4	4	2	0
商店街名	遊技場		ホテル		コンビニ		食料品販売		漆器・ 陶磁器		チケット販売		靴鞆販売	
		進出		進出		進出		進出		進出		進出		進出
呉服町 A														
呉服町 B														
呉服町 C														
呉服町 D														
小計														
七間町	4		1	0	1		2		3		3		1	1
紺屋町			1	0			4	0					2	
紺屋町地下街													3	2
小計	4	0	2	0	1	0	6	0	3	0	3	0	6	3

商店街名	金魚・熱帯魚		菓子販売		整体		催事用会場	
		進出		進出		進出		進出
呉服町 A								
呉服町 B								
呉服町 C								
呉服町 D								
小計	0	0	0	0	0	0	0	0
七間町	1		1	1	1	1		
紺屋町							2	0
紺屋町地下街								
小計	1	0	1	1	1	1	2	0

総合計			
	店舗	うち進出店舗	%
呉服町	81	34	42
七間町	78	31	40
紺屋町	40	12	30

呉服町名店街、七間町名店街、紺屋町名店街の各組合名簿等から作成。なお本文記載の通り、近年とみに進出してきたコーヒーショップやコンビニ等は必ずしも組合に参加していないので、表では正確さを一部欠いていることとお断りする。

表-2によれば、呉服町名店街はA、B、C、D地区からなるが、その状況を表によって見て頂くとして、全体として、ほぼ79店舗中33店舗がこの10年余の進出企業数である。七間町名店街は81店舗中14店舗が昨今の進出、紺屋町名店街は駅前再開発ビルの建設で一部停止している店舗があるが、地下街で22店舗、地上で53店舗、うち昨今の進出は14店舗で、この3商店街で、225店舗のうち61店舗はこの10年間に進出した外来資本ということになる（17.1%）。この外にコンビニショップ、コーヒーショップなどが加盟していないので、外来がさらに加わるだろう。この実態をどうみるかは評価が分かれるかも知れない。

それ以上に指摘しておくべきなのは、外来店舗は少なくともテナント形式での店舗借りに過ぎず、当然そこでは従業員はパート、アルバイト、派遣が基本なので、経営の直接の責任者が居住しているのではない。一部の商店にヒアリングしたところ、旧来の店主も店を持つだけで、居住地はそこから離れているといった状況であるから、当然街並み景観に対して、責任を持つ人々はほとんどいないのである。外見的なにぎわいを見せている点で、全国的にも評価されるが、それは基本的に、百貨店が街路の南北両端に立地して、回遊を促進していると思われる。むろん一店逸品運動³²の努力もこのにぎわいを支えてきたことや、新出店業者との協定などは評価される。

³² このことを呉服町商店街webでは以下のように述べている。「静岡呉服町名店街では、オリジナルの逸品やこだわりの商品・独自のサービスなどで、店と街の魅力をより高めようと「一店逸品」運動を推進しています。おかげさまでこうした運動が全国へと波及するまでに定着してまいりました。今後も積極的に活動を推し進めていきますので、どうぞよろしくお願い致します。」

このように「繁栄」の代表格である静岡市中心商店街においてさえ厳しい状況が生まれているのである。

表-3に掲げる最新の全国的事業所統計は、事業所数でこの構造改革下の5年間、大幅な減少を招いていることが知られる一方で、従業員数の減少比率からみて、いっそう零細化が進展していたことが分かるであろう。製造業について計算すると、従業者規模別に見ても2001年で419人が53%、10,119人で22%、2,019人で10%であって、企業規模の零細性は高度成長期、低成長期、そして今日と一貫して変わらないといえよう。まさにそれこそが、真面目な生業者を苦しめてきたのであり、遂に外資依存度50%を超える企業体をはじめ経団連トップに立つに至った。この経過を見てきて感じることは次のことである。まじめな中小企業が未来に光明を見いだそうと頑張れる前提には、政治において民主主義的な力が働いていることが重要である。すなわち安倍内閣期に顕著であったことであるが、従軍慰安婦問題抹殺・否定にも代表されるとおり、道義なき国家化する日本は世界に、アメリカと共に危機をもたらす根源となりつつある。

表-3 全産業事業所統計

	事業所数				従業者数			
	2001年	2006年	増減		2001年	2006年	増減	
全産業	6,349,969	5,911,101	-438,868	-6.9	60,157,509	58,788,458	-1,369,051	-2.3

総務省 事業所統計による

IV 中小企業圧迫を脱却する道—『中小企業白書』2007年版より—

ここでは中小企業が今日いかなる位置と役割を果たす存在であるかについて、まず政府の認識からはじめよう。

「日本経済は、長い停滞のトンネルをようやく抜けだし、将来への明るい展望を持つことができる状況になってきたとされています。しかし、特に中小企業においては、未だ景気の回復を広く実感できる状況となっておりません。／中小企業は新たな産業を創出し、雇用を生みだし、地域経済社会を担う、いわば日本経済の屋台骨を支える存在です。全国430万の中小企業の知恵とやる気を生かし、その活力を高めることで、我が国の経済の活性化が真に図られるものと信じています。このような状況が現実のものとなるようあらゆる政策手段を講じ、中小企業対策に万全を期したいと考えています³³。」

これは『中小企業白書2007年版』の書き出しである。景気の評価は別として³⁴、これに異を唱え

³³ http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/h19/h19_hakusho/index.html

³⁴ 「日本経済は、バブル崩壊後の長い低迷から脱却し、2002年初以降、息の長い景気回復が続いています。バブル崩壊後、企業部門は雇用・設備・債務における3つの過剰の調整に、銀行は巨額の不良債権処理に、そして中小企業は資金繰りなどの対応に追われ、その過程で、失業の増加や雇用不安といった問題も大きくなりました。

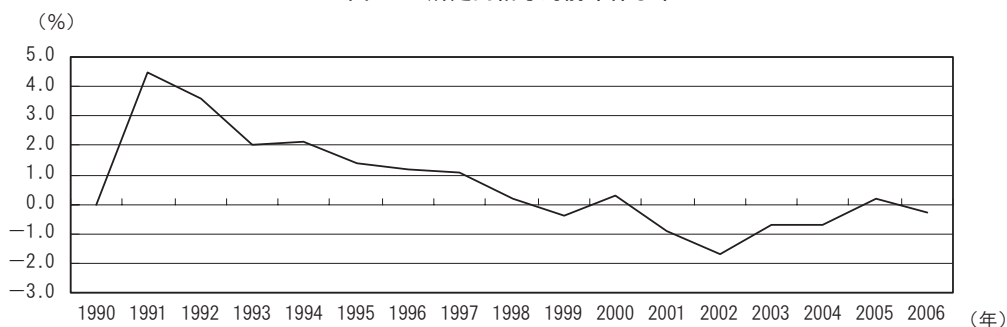
る人はいないだろう。問題はそれに相応しい政策的提起がいかに行われているかであろう。

〔2002年以降の景気回復の意味〕2002年1月以来、長期間の景気上昇局面を迎えているとはいえ、実態的には、中小企業にまで及ぶ回復の性格を持つものではないことが指摘されている。すなわち、本文で、続けて述べている。「以前の景気回復局面と比較して実質経済成長率の伸びが高くないことに加え、2006年中頃まで緩やかなデフレ状況が続いてきた結果、名目経済成長率が低いことが挙げられる。／他方、実質経済成長率で比較しても、今回の景気回復が過去のそれと比較して緩やかなものとなっていることが分かる。期間中の実質経済成長率の年平均値は、2.1%にとどまっており、いざなぎ景気、バブル景気時の年平均成長率はもちろんのこと、90年代に入ってから2回の景気回復期間における年平均成長率2.4%、2.3%も若干下回っている」。

注目しておく必要があるのは、ではこの景気回復の要因が何であるかということであろう。「白書」によると、まず今回は輸出の寄与が極めて高く、それだけに国内市場を基盤とする中小企業には「恩恵」に預かるものではないことが明瞭である。

また、今回の回復にとって民間最終消費の役割が小さなものであったことが示されている。要するに外需に大きく依存した景気回復であるが、国内消費は貢献できていないという事実である。参考までに、毎月勤労統計により、1990年代以降の所定内給与対前年比の推移を図示すると、下のようになり、作図してみると（図-6）、明らかに給与の伸びが悪化していき、そのことが力強い成長を不可能にしていることは見やすい。「好調な企業部門に対して、家計部門においては、給与や所得、消費の指標に強さが見られない。厚生労働省「毎月勤労統計」によると、2002年度以降の景気回復の中でも続いてきた一人当たりの賃金の減少傾向によりやがて歯止めがかかってきたところであり、2006年だけを見ると、伸び悩みが見られる」と「白書」が述べているのは、実態を表

図-6 所定内給与対前年伸び率

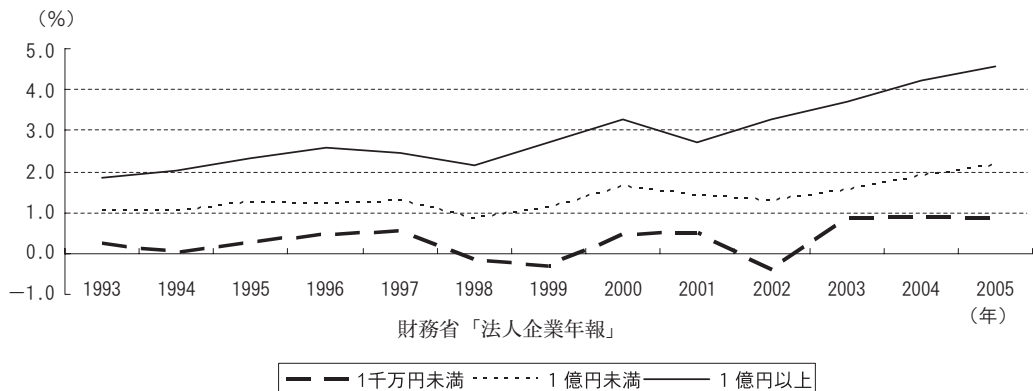


厚生労働省「毎月勤労統計」による

この長い低迷のトンネルを抜け出すまでには10年を超える長い時間が費やされましたが、国民の多大な努力によって、主要行の不良債権問題は正常化し、企業が抱える3つの過剰もほぼ解消するなど、日本経済は新しい成長に向けたステージに入りつつあります」というのが太田弘子大臣による、2007年度『経済財政白書』の書き出しである。手放しの状況肯定といってよからう (<http://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je07/pdf/07p00010.pdf>)。

現していると言わざるを得ないだろう³⁵。これでは中小企業、商店の経営を改善する基盤が育っていないということを示していよう。しかも地域間の不均等を有効求人倍率や失業率で招いていることは周知の事実であり、そのためにこの分野でも、地域間、業種間の格差を色濃く残してきた。業種では昨今の構造改革の結果、地方における公共事業によって裏付けられる建設業が不振を招いていて、同時に地方の産業停滞を促進している。当然と言えば当然であるが、これらの結果、中小企業体の経常利益率は格差をますます拡大しつつ展開していることが、「格差」を揭示する以下の図-7「資本金規模別売上高経常利益率の推移」に示すとおりである。

図-7 資本金規模別売上高経常利益率の推移



外需による効果は大企業の特定企業体为中心であり、非輸出部門が多く、公共投資に大きく依存する中小零細企業体にとっては、この間の構造改革は確実にその不況改善にマイナスに作用したということが出来よう。「白書」は果たして規模の大小が、経営状況の好悪に関連するというだけで論じられるかと自問している。

というのは同様な製品作りを行う大小の企業が、大では好況であっても小では不振という状況があるからである。これにたいして、「規模間のばらつきを説明するもう一つの要因として考えられるのが、中小企業においては、費用の増大に即応して、価格転嫁を行い、売上を増やすことが難しいというものである」。すなわち費用の価格転嫁が可能かどうかの問題を指摘している。

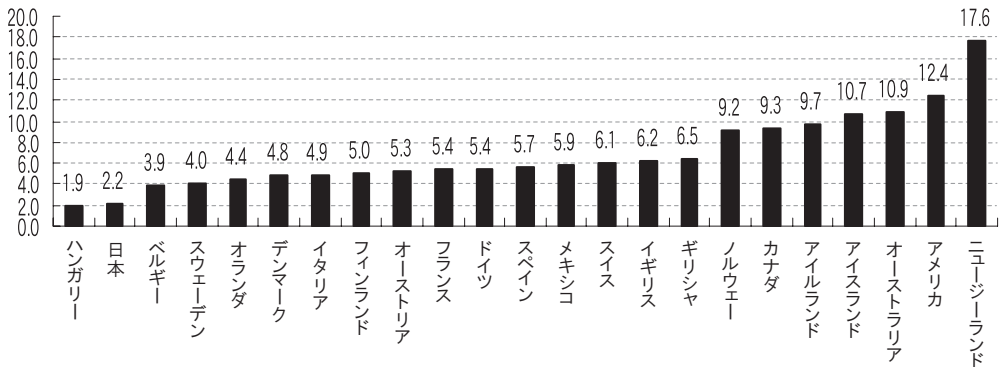
〔起業と廃業〕以上のことから、中小零細企業の場合、創業時でさえ厳しい金融環境にあるわけで、経営期間中の融資を考えれば、それほど容易ではないだろう。とはいえ、起業の傾向は

³⁵「家計部門においては、2006年半ば頃から賃金と消費の伸びがともに鈍化し、その後消費は持ち直したものの賃金は横ばいとなっていくなど、企業部門から家計部門への波及が緩やかになってきている。」「今回の景気回復局面の特徴の一つとして、輸出の寄与の大きさが挙げられる。この背景には、円安傾向で推移する為替と世界経済の回復があると考えられる。為替の動きをみると、実質実効為替レートは、2000年半ば頃に円安傾向に転じ、2007年6月時点で1980年代半ば頃の水準まで円安が進んでいる。また、世界経済の動向をみると、G7のGDPは今回の景気回復局面において成長を続けている」（『経済財政白書』2007年版Web版）。

高度成長期とは相当に異なっていることが次のように指摘されている。「高度成長期に多く見られた「家業的」な個人商店や町工場のような形の開業だけではなく、大学を出て、大企業に勤めた人がスピンアウトして開業するという新しい形の開業も増加していることが分かった。この傾向は特に、「情報・通信」のような流動性が高いと考えられている業種でより明確に見られる。我が国経済の活性化のためにも、シニア層の開業など、多様な担い手による、多様な形の開業が増加していることは、望ましい状況と言えらるう」。

こうした中小企業家群の成立と発展は、新時代の担い手としてはむろん重要であり、分野的にも情報通信産業をはじめとしている。その成立も地域社会に活力を与えるものとして評価すべきであろう。まさに「インターネット関連や介護サービスなど、個人が少額で開業でき、今後の成長性も見込まれる業種で開業が活発になっているといえよう。また、「事業活動関連サービス」の中に介護サービスやシルバー人材センターなどが含まれていることもあり、「社会に貢献できる分野であるため」という。日本の場合、新規の事業経営が国際的に見ても低く（図－8）、起業と廃業がほぼ同数の就業人口の出入りに終始することが多く、社会に活性化の影響を及ぼすには不十分だという。

図－8 OECD加盟国の起業活動比較

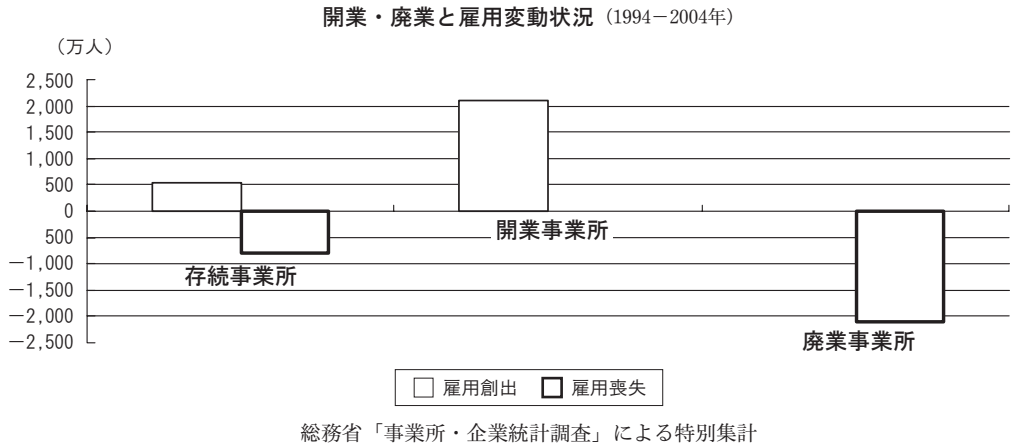


Minniti, Bygrave, Antonio "Global Entrepreneurship Monitor" 2005

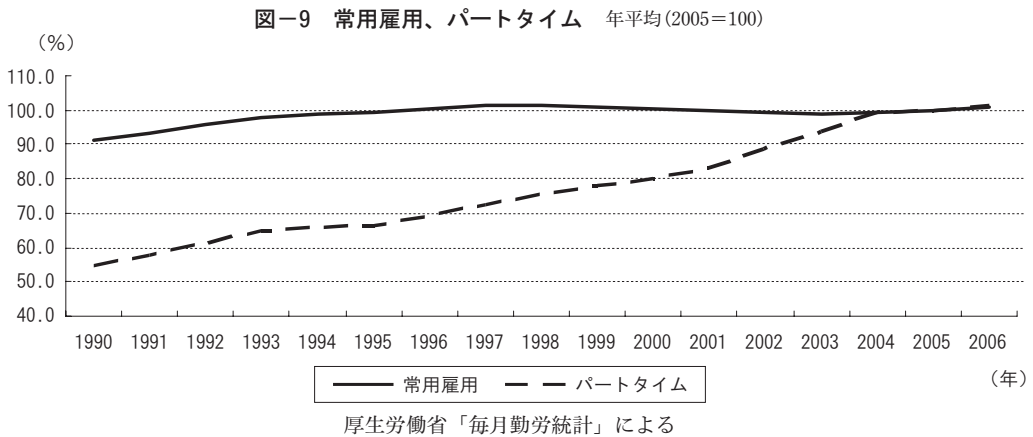
むろん、10年間の実績であって、起業と廃業がそれぞれ就業人口に及ぼす影響は小さくはないことを読み取ることも大事であろう。「雇用を増加させている情報通信業やサービス業では開業事業所・廃業事業所の雇用変動への寄与度が高くなっており、製造業や建設業、運輸業など雇用を減少させている業種では開業事業所・廃業事業所の雇用変動への寄与度が低くなっている。開業・廃業の活発さ自体が雇用増に強く影響している」。もっとも雇用の拡大の特徴は次の通りである。

「存続事業所においては、約87万人の役員と約588万人の正社員が雇用を喪失しているが、創出分は役員約59万人と正社員約341万人で、差し引き約275万人の正規雇用が失われている。また、パート・アルバイト約297万人、臨時雇用者約90万人が雇用を喪失しているが、創出分はパート・

アルバイト約354万人、臨時雇用者約139万人で、非正規雇用は約106万人増加している。存続事業所においては、正規雇用の減少と非正規雇用の増加が同時に進んでいると言えるだろう³⁶。これに関連する図表を「白書」から参考に次に付しておこう。

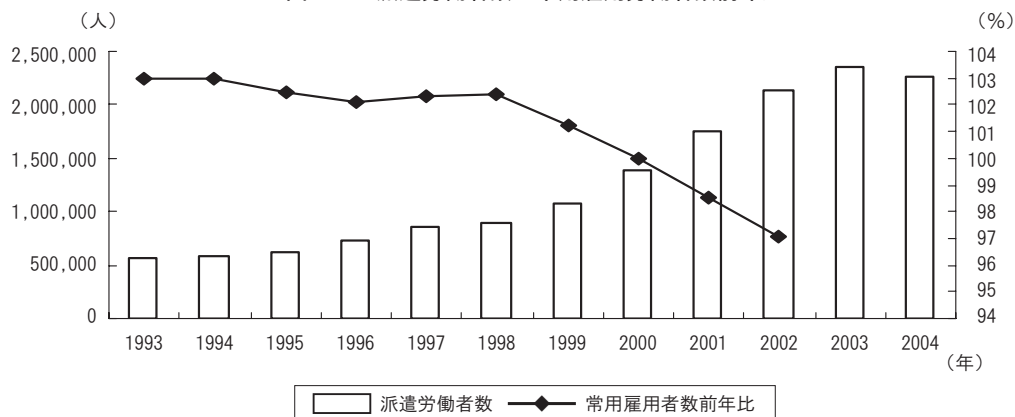


とすれば、この面でも実質的な消費拡大に効果的な就業構造の変化をもたらすには至っていないのである。図-9、10パートタイムと常用雇用指数及び派遣労働者数の増勢に示すように、1990



³⁶「労働の質については、勤続年数効果や労働力の高学歴化により、90年代にかけて向上してきたとみられている。しかしながら、ここ10年間に労働市場の構造変化として正規雇用者から非正規雇用者へのシフト、産業セクター間での労働移動がみられている。こうした構造変化が、我が国の潜在的な労働力の構成の変化を通じて、労働の質に影響を与えた可能性がある。」「高収益技術型企業(製造業)では、非正規雇用者(パート・アルバイト、契約社員など(派遣労働者、業務請負労働者は除く))の比率が10%を超える企業の割合は34.3%、その他技術型企業(製造業)では41.7%となっている一方、技術型企業以外の製造業では、49.1%と高くなっており、こうした結果は先行研究ともおおむね整合的であった。技術革新競争に直面している場合、正規雇用者を軸とした人的資本投資の必要性があることから、業績低迷などを背景とした費用削減を除いて、構造的に非正規雇用者への代替が加速する公算は小さい」(『経済財政白書』2007年版<http://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je07/07.html>)。

図-10 派遣労働者数と常用雇用労働者数前年比



厚生労働省「労働者派遣事業報告」、「毎月勤労統計」等により作成

年代は明らかにパートタイム労働者の増加と正規雇用の長期低迷で特色づけられている。とはいえ地域の伝統的な商工業の存続も重要であろう。というのは、商店に目を配ると、少子高齢化時代に買い回り商品を近隣で確保したい高齢者にとっては町家の近場での購入が重要であるし、町並みを維持してゆくには、市街地中心部の人の行き交いを必要とするので、个性的商品を特定の商店で購入できて、それは大規模店舗では得られないことが多いのである。実際にも百貨店でさえ、都市近郊の車を利用せざるを得ない電器大型店舗の進出で、その分野から撤退する傾向があり、そのためには近隣の商店での購入と小修理の便利されることが保証されることが望ましいであろう。日用品でも野菜などの生鮮食料品を、大型店舗で常に生鮮さを期待して得ることが必ずしも容易ではないことも事実であり、これらは小商店での店主などとの会話を通じての購入が適切であろう。東京銀座のように、もはやそこで暮らす町方の人びとをほとんど失い、全国各地から訪れるブランド商品購入者向けの店舗で、成り立つところもあるだろう。

しかしそれは全国的に見て稀少の事象である。むしろ町家に暮らす人びとが存在してこそ、町並みのいっそうの充実で空洞化を阻止できるのであろう。実は全国調査でも1-5人程度の小規模企業体が正規従業員を拡充させる傾向があり、地域雇用問題としては重要であるという。しかし以下のような実態であるから、今後は厳しい状況におかれる一面と他面で小規模現状維持にメリットがあると見ておくべきだろう。「小規模企業の今後の経営方針について見ると…、事業を拡大していきたいと考えている企業は1割程度で、大半の企業は現状維持で良いと考えている。中規模企業と比較しても、拡大志向の企業の割合は低い。また、事業縮小や廃業を考えている企業も25.7%あり、中規模企業の回答が10.2%にとどまることと比較しても、小規模企業を取り巻く環境がいかに厳しいものであるかがうかがえる。事業縮小や廃業を考える理由について見ると…、中規模

企業、小規模企業ともに需要が頭打ちであることや競争の激化などを挙げる企業が多い。しかしながら、特に小規模企業においては、後継者の不在や代表者の高齢化を理由として挙げる企業も多く、事業自体は継続可能であるにも関わらず、退出を余儀なくされている企業も多いことが推測される」。

〔地域と中小商店〕地域資源の活用は「付加価値や販売数量を増加させるなど、企業経営にプラスの効果を与えるとともに、地域の活性化にも繋がると認識されている。」こうして逶減が続く。「消費者のニーズが多様化している中では、「地域」自体が差別化されたものとなる。改めて地域を見直し、地域資源の活用により地域内外の需要を取り込むことで、中小企業の持続的成長と地域全体の活性化が図られるであろう」。

地域を支える小商店経営について、消費者の需要が、物品からサービス消費への転換が起きていることに注目している。すなわち「2004年時点では、サービスへの消費支出の割合は56.6%に上る。なお、財の中では、自動車や家電製品などの耐久消費財、食料品などの非耐久消費財への支出額に大きな変動がない一方で、被服など半耐久財への消費支出が減少している」という指摘が「白書」に見られる。

消費者の行動についてのアンケート調査によると、「日常的に利用する場所・業態として、中小店を選ぶ消費者の割合は、大型店、量販専門店、コンビニエンスストア、通信販売・インターネットを選ぶ割合に及ばず、近所の中小店で4割、近所以外の中小店は2割程度である。なお、年齢階層別にみると、29歳以下はコンビニエンスストアの利用割合が高いのが特徴的である」という。とすれば近隣小商店の役割が依然として重要である。さらに以下のような結果を見ると何らかの商店経営への政策的努力が必要ではないのだろうか？

「中小店が他業態と比較して利用される場合が多いのは、理容・美容、クリーニングといったサービスと飲食であり、物販は他業態の利用が多い。物販の中で中小店の利用割合が高いのは、書籍、趣味・教養関連のソフトウェア、衣服・ファッション用品、お米・お酒、生鮮食品、惣菜・パン等のその店で作る食品、家電製品の順である。このうち、食品は近所の中小店の利用割合が高く、衣服・ファッションは近所以外の利用割合が高い」という。また「年齢階層別の特徴をみると、衣服・ファッション用品、家電製品を除き、30歳代以上の世代の方が中小店の利用割合が高い。特に近所の中小店の利用割合が高まる傾向にある」。

「消費者の購買行動が、過去5年間でどのように変化したか、今後5年間でどのように変化するかを見る。過去、今後ともに「通販・ネットでの購買増加」が最も多く、購買行動における大きな影響がうかがえる。この他、過去5年間では「価格重視」、「自動車での買い物増加」、「近所での買い物増加」が上位に挙げられたが、今後においては「商品の安全性」「安心、安全に買い物できること」をより重視するようになるとの回答が上位に挙げられた。この他、「モノよりサービスに

消費」が過去よりも多い割合で挙げられている。こうした安心安全重視、モノよりサービスは全世代を通して見受けられ、安心安全重視は高齢者ほど高い傾向がある」—このアンケート調査結果の整理からしても、近隣商店の生きる道はまだまだあるはずということになる。以上の緒論点を踏まえて、「白書」は以下のように課題を整理している。

「消費者が中小店に期待しているのは、惣菜・パン等、生鮮食品、理容・美容などのサービス、飲食などの分野であり、「価格・品揃え」、「家から近い」こと等が強みとなっている。／今後の購買行動変化として、安心安全重視が全世代で高まるとみられ、こうした顧客ニーズを捉えた価格・品揃えや安全に買い物のできる環境の確保が求められている。また、店舗での商品・サービスの提供以外に、宅配などの付加的サービスや、地域づくりへの貢献も期待されている」。

さらに「白書」は「地権者を巻き込み商店街の新陳代謝を促進」を示す事例として呉服町商店街を上げている。その意義とは次の通りである。「呉服町名店街（静岡市）は、江戸時代からの商業集積で、県庁、市役所、公園、バスターミナル、JRにも近い中心市街地の中心に位置する商店街である。浜松等の周辺都市と異なり、周辺を山や海に囲まれ郊外に大型店が出店する余地に乏しい。そのため、中心部の百貨店や大型店が集客の一翼を担い続けており、また、空き店舗が出てもすぐに新たなテナントが入居する状況である。

この商店街では、「100年続く街に」とのコンセプトの下で、それぞれの店の特色ある商品を相互評価により選定する一店逸品運動、街作り協定の制定などを行っている。中でも、特色ある取組として、商店街の土地所有者（ランドオーナー）によるランドオーナー会議の設置がある。設置の理由としては、〔1〕近年、土地売却・テナント貸しするオーナーが増えてきたため、オーナーと商店街がまちの魅力づくり等の方針を共有し、情報交換を行う場が必要となったこと、〔2〕商店街活動に対するオーナーの理解を得ることにより、組合活動に対してもテナントの参加を促す必要になったことが挙げられる。設置の成果として、オーナーが新たなテナントを募集する前に組合に相談し若者に人気のある物販店を誘致できたこと、オーナーがテナントと結ぶ契約に、商店街への加入を条件として盛り込んだことなどがある」。

たしかに呉服町の通りは、旧静岡市人口約48万であることを思えば、同規模の他都市に比して、人の行き交う状況は「繁栄」「賑わい」を見せているといえよう。しかし先に事実をもって提示したように、安閑としてよい状況かというところまででもないのである。一点述べておくと、店舗の変転が見立つからである。その理由の一端が後継者難という全国どこにも見られる状況がここでも見えるし、「一店逸品運動」とはいえ、県内で一、二の地価の高い状況から見て、確かに「逸品」を求めてくる人々が行き交うとはいえ、それだけで収益を確保するのは容易ではないことである。ある店主は「人々が行き交うが、購買力がそれで得られているわけでは決してない、単なる素通りがほとんどだ」というのである。このことから当然、「逸品」が相当規模の需要金額を実

現できるものであること、かつその需要が一過性であってはならないし、一定の期間後に再度の購入に及ぶ質を確保しなければならないということになる。この点は食品などのように日常的に一定の消費を確保できるものとは異なるのである。

【中小企業の金融問題】地域の中小企業を支える地方銀行、協同金融組織等の不良債券比率は当然のことながら、金融バブル解消以降の2006年9月時点でも相対的に高い比率を示し（主要銀行1.5%、4地銀4.4%、協同組織10.7%、信用金庫7.1%、信用組合10.7%）、体力の弱さは否めない（金融庁「金融再生法開示債権等の推移」）。規模の小さい企業では、主に地域金融機関がメインバンクであり、規模が大きくなると都市銀行等がメインバンクとして認識される場合が多くなる。「メインバンクと中小企業の取引は、借入にとどまらない。メインバンクからは、借入以外にも、取引先の紹介や経営指導・アドバイスなどの、企業経営にも大きな影響を与えるサービスを受けている」。「メインバンクと中小企業の取引関係については、10年前と比較して、接触頻度が低下している場合が多い。一方で、近年の資金繰り環境の好転も反映して、メインバンクへの満足度はおおむね高くなっており、メインバンクの変更もそれほど多くはない。メインバンクとの関係は、依然として安定的と捉えることができる。／しかしながら、中小企業の中でも小規模企業では、接触頻度の低下が目立っており、メインバンクとの取引への満足度の改善度合いも小さい。これらの企業においては、主に既存のメインバンクへの不満から、メインバンク変更がより大きい規模の企業に比して頻繁に行われており、メインバンクとの関係は、より流動的と言える」。「我が国中小企業は、小規模企業も含めて大多数が複数行との取引を行っている一方で、米国においては一行取引が中心であることが分かる。」「中小企業向け貸出市場での競争の激しさを反映して、優良中小企業に対して複数の金融機関が積極的な貸出を行っている可能性がある。また、中小企業側にも、特定の金融機関に取引が集中するリスクを回避するとともに、複数行取引によって有利な借入れ条件を得たいという意図があると考えられる」。「前向きな資金需要が存在する場合には、積極的な借入れは当然の企業行動である。その一方で、事業がうまく行かずに再生を必要とする局面では、複数行取引によって資金繰りを改善しているために、中小企業が実質債務超過に至るまで事業を継続する場合がある。このような場合には、複数の債権者間の調整、抜本的な財務リストラ、債務免除などの複雑な調整を要する再生支援業務が発生する」。

「中小企業に資金供給を行う主たる担い手は、地域に根ざした営業活動を展開する地域金融機関である。地域金融が中小企業の発展にどのような役割を果たしているか確認する。また、地域金融機関と中小企業のつながりは、近年の地域密着型金融の進展により、以前より密接になっているかを確認する」。

「都市銀行の多くは2006年3月期決算で過去最高利益を計上し、金融危機時に注入された公的資金を完済する金融機関もある。それだけでなく、一時は経営破綻し公的管理下にあった新生銀

行（旧日本長期信用銀行）やあおぞら銀行（旧日本債券信用銀行）が再上場を果たすなど、再び積極的な事業活動を行う準備が整いつつある。一方、地域金融機関においても、特定の地域で営業し、中小企業等を主要な融資対象としている等の特性を踏まえ、地域密着型金融の機能強化のため、中小企業の再生と地域経済の活性化を図るための様々な取組を進めているところである。これにより、自己資本比率の上昇や不良債権処理比率の減少に見られるように、地域金融機関自身の健全性や収益性の向上も図られている。ただし、主要行と地域金融機関の間で、不良債権比率に差が見られることには留意が必要である³⁷。

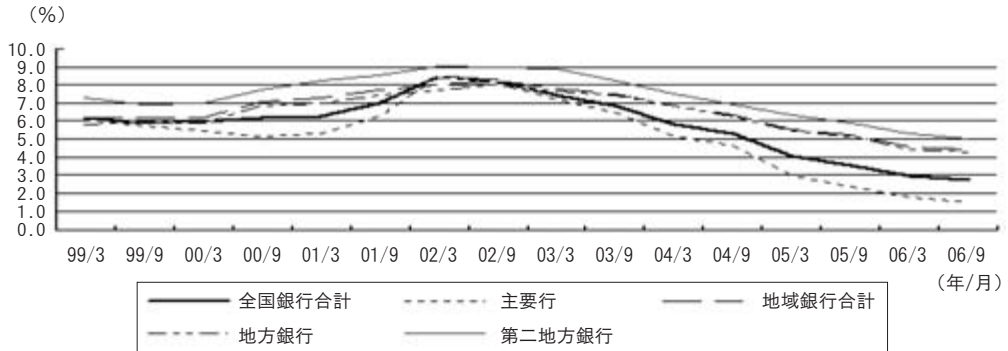
次の二つの図を明示しつつ、「白書」は次のように指摘している。たしかに1990－2000年代を通じて金融機関を悩ませ続けた不良資産の処理は、都市大金融機関にあつては、成功を見せているように見えるが、中小企業に大きく関連する中小金融銀行、協同組織の金融には依然として相当の差異をもっているというのである。とすれば、中小企業のバックアップ組織は十分ではないことを表現しているのではないか。実際にも中小企業金融公庫総合研究所の北海道、宮城、愛知、東京、石川、大阪、広島、香川、福岡の各都府県信用保証協会を対象とした「第153回保証先中小企業金融動向調査」（2007年4－6月期実績と7－9月期見通し、6月中旬調査）によってみても、生産・売上げDIは二期連続低下を続け、収益についても回復基調にあるとはいえ、90年代初頭水準のDIにはとうてい回復できていないし、なかでも従業員21人以上と20人以下では相当の格差さえ維持し続けているのである。借入難易感DIも、規模別格差を維持し、小規模は90年代初頭の不利だった状況をほとんど克服できないままである。何よりも信用保証利用度は90年代後半のやや回復基調にあった時期に比べても、零細企業では何と8割から4割に半減、21人以上で8割から10%超の減退に当たる68%程度でしかない。このように金融面でも、中小零細企業は決して景気回復を享受出来てはいないのである³⁸。こうして同研究所の3大都市圏900社対象の「中小企業景況調査」2007年7月中旬では「一進一退」と表現せざるを得ない実態である。こうして中小零細企業体

³⁷「海外では政府調達を、中小企業・ベンチャー企業育成の仕組みとして積極的に使うことに力を入れ始めている。アメリカにおいては、事業化支援の仕組みとしてSBIR(Small Business Innovation & Research)制度があり、一定額以上の外部研究開発予算を持つ連邦省庁に対し、一定比率以上をベンチャー企業に供与することを義務付けるなど、政府調達を通じてのインキュベーションを行っている。この結果、2005年度の連邦政府の調達額における中小企業からのシェアは25%を超えている。

EUについても、2006年12月に公表したイノベーション促進のための、戦略的優先事項として知的財産やリスクキャピタル市場の改善への取組に加えて、中小企業が調達手続に参画しやすい環境作りの観点から政府調達の有効活用を明言している」（『経済財政白書』2007年版）。

³⁸「今回の景気回復局面では、まず大中堅企業の収益力が回復した後、やや遅れて中小企業で回復が始まっている。また、2005年後半以降、中小企業では売上高経常利益率、損益分岐点比率の改善に一服感がみられる。このように、企業規模間で、改善の足並みに違いがみられることから、大中堅企業と中小企業の収益力の格差が広がってきている。さらに業種別にみると、大中堅製造業の経常利益率は高水準に達している一方、特に中小非製造業はこのところ悪化している。また、同様に損益分岐点比率をみても、大中堅製造業と中小非製造業の格差が目立っている。このように外需による恩恵を受けやすい大中堅製造業とそうでない中小非製造業の収益力格差は特に鮮明となっている」「大企業の一人当たり従業員給与に対する一人当たり役員報酬の水準は、2005年度において約4.8倍となっており、これは1968年度と同レベルである。」「労働分配率の動きをみると、（中略）今

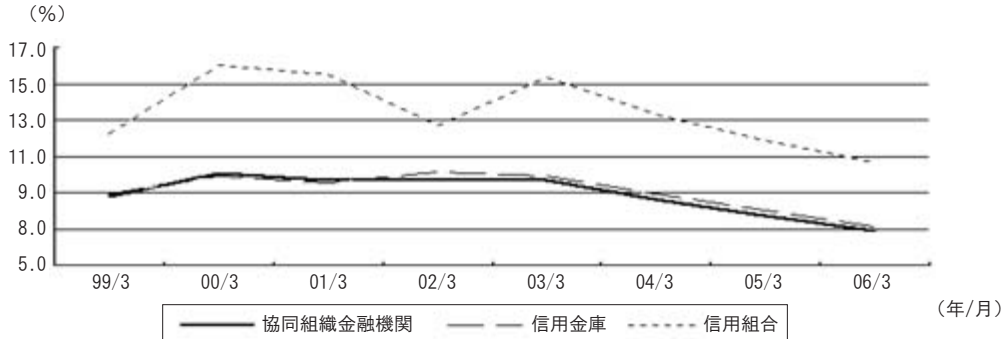
不良資産比率の推移(銀行)



資料：金融庁「金融再生法開示債権等の推移」

(注) 1. 主要行とは、都銀・旧長信銀・信託銀行から新生銀行とおおぞら銀行を除いたもの。

不良資産の推移(協同組織金融機関)



資料：金融庁「金融再生法開示債権等の推移」

(注) 1. 協同組織金融機関には、信金中央金庫、全国信用組合連合会、労働金庫連合会を含み、信農連等は含まない。

2. 不良債権比率 = 金融再生法開示債権 / 総与信

にとっては、金融依存を要しても、まずは地域の金融機関の経営状況の改善度が低いために、より規模の大きな経営体力を持つ大都市銀行群の方が、おそらく金融支援を受けやすいという実態にあり、中小金融機関は貸付を行うにせよ、企業体の経営体力を十分に心得ることなしには、金融支援もとうてい実現することが困難であることを表現しているのが、次の「中小企業向け貸出

回の景気回復局面について、労働分配率の低下要因は、主として企業の売上高が増加していることによる。「2006年度から2007年度にかけて行われている税制や社会保障制度改革は、税や社会保険料などの家計負担を通じて家計の可処分所得に影響を与えている。「年金保険料引上げは約0.3兆円の負担増の一方で、雇用保険料引下げは約0.3兆円の負担減と見込まれる。以上を合計すると2007年度は1.6兆円程度の負担増が見込まれる。「同時期以上就業している労働者の中の非正規雇用者割合の高まりが、一人当たりの所定内給与をどの程度押し下げているかについて試算した。その結果、フルタイム雇用者に占める非正規雇用者割合は長期的なトレンドとして上昇しており、これらの影響により所定内給与は2006年第1四半期以降前年比でおよそ0.2%程度押し下げられている結果となっている」(『経済財政白書』2007年版)。

に対する最も厳しい競合相手」という状況が生み出されてきたのではなかろうか。

また、「バーゼル新基準の導入が、中小企業に対する金融条件をより容易にする可能性を拡大するとも指摘される。金融機関向け調査で短期プライムレートの変化を確認すると、ゼロ金利解除後の2006年11月末時点の短期プライムレートは、解除前の6月末に比べて、中央値において0.25%高くなっている」。

むろん金利上昇が金融経費の負担をもたらす可能性が強まっていることは、中小企業には厳しい環境であろう。

「我が国の中小企業の9割以上において、メインバンクは存在する…。規模の小さい企業では、主に地域金融機関がメインバンクであり、規模が大きくなると都市銀行等がメインバンクとして認識される場合が多くなる。」／「メインバンクと中小企業の取引関係については、10年前と比較して、接触頻度が低下している場合が多い。一方で、近年の資金繰り環境の好転も反映して、メインバンクへの満足度はおおむね高くなっており、メインバンクの変更もそれほど多くはない。メインバンクとの関係は、依然として安定的と捉えることができる。／しかしながら、中小企業の中でも小規模企業では、接触頻度の低下が目立っており、メインバンクとの取引への満足度の改善度合いも小さい。これらの企業においては、主に既存のメインバンクへの不満から、メインバンク変更がより大きい規模の企業に比して頻繁に行われており、メインバンクとの関係は、より流動的と言える。」「我が国中小企業は、小規模企業も含めて大多数が複数行との取引を行っている一方で、米国においては一行取引が中心であることが分かる」。

「中小企業がメインバンクに対して最も求めるものは安定的な資金供給である。事業内容の理解、経営アドバイスといったコンサルティング的な役割がこれに続く。金融機関も、こうした中小企業側のメインバンクに対するニーズを理解していると考えられる。金融機関向け調査の結果を見ると、中小企業との取引において、安定した取引や企業のコンサルティングといった側面が重視されていることが分かる。一方、中小企業は、メインバンク以外の金融機関に対しては、安定的な資金供給を求める程度が小さい一方で、低い借入金利、柔軟な担保・保証条件などを求めることが多い」。

取引金融機関に対して中小企業がどの程度の満足度を示しているかを、「白書」は示している。これによると、要するに保全条件で見ると、メインバンクが最大ではあるが、メインバンク以外との差異はそれほど大きなものではないことも、ある程度事実であろう。他方で、保全条件以外の取引条件では、貸出限度で、メインバンクが7割、その他の金融機関が6割、総合評価としてはメインバンクが67%、その他が58%といった風に、相違が表れる。これを高いというか、それ程の差異はないと読むかは、論者によって分かれるかも知れない。ここでは、筆者として、やはりメインバンクへの信頼性が相対的に高い、あるいは依存度が高いと評しておきたい。

〔中小企業の地位低下〕この間の中小企業の日本製造業に占める地位の変化はどうであったかを示す表－4によって、いくつかの点を指摘しておきたい。この表によれば、製造業全体では、バブル崩壊後の1997年以降、景気回復したとされる2004年に至るまで、中小企業出荷額の地位が低下したことである。とくに大きな低下は、食料、飲料、石油製品、プラスチック、皮革などであった。地位低下を少なくできたのは、輸送用、精密、電気機器など全体として成長型業種であった。

「中小プラスチック製品製造業に着目すると、生産額のうち、多く投入がなされる大企業製造業の業種は、電気機械器具製造業（39.3%）、輸送用機械器具製造業（22.5%）、プラスチック製品製造業（11.6%）である。中小企業の素材・部品型業種から、電気機械、輸送機械など加工型・組立型大企業へ製品が投入されていることが分かる」。

この表－4から見えるものは次の通りであろう。

表－4 業種別の中小企業出荷額シェア

(%)

	1997年	2004年	差引		1997年	2004年	差引
製造業計	38.7	36.2	-2.5	ゴム製品製造業	36	34	-2
食料品製造業	61.6	57.8	-3.8	なめし革・同製品・毛皮製造業	95.6	88	-7.6
飲料・たばこ・飼料製造業	36	31.5	-4.5	窯業・土石製品製造業	64.1	61.4	-2.7
繊維工業	76.7	82.4	5.7	鉄鋼業	33.3	32.4	-0.9
衣服・その他の繊維製品製造業	87.6	89.7	2.1	非鉄金属製造業	32	35.6	3.6
木材・木製品製造業	86.2	84.1	-2.1	金属製品製造業	69.2	70.4	1.2
家具・装備品製造業	79.9	79.3	-0.6	一般機械器具製造業	47.7	47.5	-0.2
パルプ・紙・紙加工品製造業	46.8	46.8	0	電気機械器具製造業	19.9	20.6	0.7
出版・印刷・同関連産業	52.2	65.9	13.7	輸送用機械器具製造業	12.8	12.3	-0.5
化学工業	29.8	31.6	1.8	精密機械器具製造業	45.8	43.6	-2.2
石油製品・石炭製品製造業	11.2	7.4	-3.8	その他の製造業	59.5	57.6	-1.9
プラスチック製品製造業	62.4	56.9	-5.5				

資料：経済産業省「工業統計表」（1997年、2004年）

（注）1. 従業者4人以上300人未満の企業を中小企業としている。

2. 2004年の電気機械器具製造業の出荷額は、電気機械器具製造業、情報通信機械器具製造業、電子部品・デバイス製造業の計。

3. 業種分類は、以下のとおりとした。

素材・部品型業種…繊維、木材・木製品、パルプ・紙・紙加工品、化学、石油製品・石炭製品、プラスチック製品、ゴム製品、なめし革・同製品・毛皮、窯業・土石製品、鉄鋼、非鉄金属、金属製品

加工・組立型業種…一般機械、電気機械、輸送用機械、精密機械

生活関連型業種…食料品、飲料・たばこ・飼料、衣服・その他の繊維製品、家具・装備品、印刷・関連業、その他の製造業

すなわち大部分の業種での中小企業の地位が低下したというのが、この間の状況である。

〔中小企業と価格競争〕中小企業が下請的に活動しているとして、ではどの程度の価格決定権限を、誰がもっているかが問題であろう。これに関しての材料は20,000社を調査したみずほ総合

研究所「企業間取引慣行実態調査」2006年11月によって与えられている。これによれば、自社が一方的に決定しているのは10.3%、主要販売先が一方的決定は23.9%、双方合意63.4%である。この数値からすると、なお双方合意というのが、協議に依っての合意であるが、取引先からの一方的引き下げ要求へのネガティブ回答や、逆に自社からの引き上げ要求に対して交渉成功がそれぞれ6-7割に及んでいるので、下請の地位の向上が見られるのは事実であろう。このような価格交渉力の保有状況が、利益率確保に大きな意味を持つことはいままでもない。しかし技術力、技能が評価されて価格決定に意味あるはずであろうが、それには関わらない決定が成されているのが実はなお2割近く存在しているのであり、余り反映されていないのが25%に及び、全く反映されていないのが47%というから、先の一面では自社の発言権が高まっているかのようなデータが必ずしも手放しで喜べる状況ではないことをよく示している。こうした中小下請にとっての不利な状況をもたらす要因の最大のもは価格競争激化が78.4%というから、まさに長引く不況のマイナス効果が出ていると言ってもよいだろう。こうして以下の通りの指摘が行われている。

「価格交渉力を高めるための製品の差別化には、〔1〕競合他社が真似できない（または競合他社が思いつかない）独創性に富んだ技術・製品を開発していくという「製品自体の差別化」、〔2〕自社製品の特長を積極的にアピールすることで、顧客の自社製品に対する認知度やイメージを向上させるという「製品イメージの差別化」という、2種類の意味合いが含まれていると言えよう。

「主要販売先への依存度については依存度が低い中小企業の方が、販売先数については数が多い中小企業の方が、価格交渉力が強くなっている。つまり、多様な販売先を持っている中小企業ほど、価格交渉力が強くなるという傾向が見られる。この傾向は、業績や製品の差別化度合いをコントロールしても確認できる。「多数の取引先に販売するためには、「汎用性」の高い製品を取り扱う必要がある。「汎用性」とは、「一つのものを広くいろいろな方面に用いること」という意味で捉えられている。…自社製品の「汎用性」が高い中小企業ほど、主要販売先への依存度が低くなっている。販売先数についても、自社製品の「汎用性」が高い中小企業の販売先数の方が多いことが認められる。価格交渉力の強化という観点からは、営業活動の強化等により販売先を多様化していくこと、多様な販売先を得られるような技術・製品を開発していくことも一つの方向性であろう。「価格交渉力を得るために必要な条件について考察を行ってきた。その結果、〔1〕製品を差別化することや販売先を多様化することで、中小企業も価格交渉力を高められること、〔2〕販売価格の決定方法は、従業員規模や取引年数とはあまり関係がないこと、の2点が判明した。すなわち、中小企業が価格交渉力を得るために必要なことは、製品の工夫と販売方法の工夫であり、中小製造業が価格競争で生き残っていくために、「製造」と「販売」というごく日常的な業務における革新が求められているのである」。この外に、受注数量、価格等の受注条件を文書で取り交わしているかどうか、実は経営安定に繋がることの分析が事例に則して分析提示される。

〔中小企業の経営力、技術資源〕「技術の専門化や高度化が進んでいる昨今では、研究開発における他企業との連携の重要性も増してきている。自社単独で経営革新を行うよりも、連携を通じて各企業の「強み」を持ち寄り、不足する経営資源を相互に補完することで、市場ニーズに対応していく「事業連携」の動きも目立っている。研究開発を行う上で連携を行っている中小企業の割合は、従業員101人以上の規模で80.0%であり、20人以下の規模の企業でも7割を超えている…。研究開発を行っている中小企業の多くは、自社単独ではなく他社との共同開発を行っていることが分かる」。

この「白書」では、当然のことながら、企業規模の大きさに関連して、技術面で、産学協同による開発が相対的に高く、小規模であれば、親企業と協同しての技術開発、また技術開発に積極的であるためには、収益面で相対的に高いという傾向にあるとされている。興味がひかれるのは、日常的なつき合いを行っている企業間よりも、縁が薄い企業相互、大学との連携事業の方が相対的には高い特許取得率であるということである。その意味は何であろうか？「多様な連携先と共同研究開発を行っている中小企業の方が、特許の取得に成功している割合が高いことも分かる」。というが、その根拠については「白書」では触れていない。

価値観の共有が形成されやすい日常的つき合いでもたれ合いが生じて、相互の学び合いが少なく、稀なつき合いや縁遠いつき合いの方が、思わぬ発見が生じるというのでもあろうか？「白書」は特段、これについての要因を語っているわけではない。「新しい技術や製品を生み出すためには、日常の取引関係を越えた幅広いネットワークを持つことも重要と考えられる」。

「人材構成の観点から、1990年代以降、中小企業において、企業特殊の能力を持ち、業務レベルも高いプロデューサー型人材が10年間で理想から乖離して減少したことを見た。こうした人材の多くは、企業の経営を支える、他では代替の効かない中核的な人物、すなわちキーパーソンであると考えられる」。「中小企業におけるキーパーソンの人数は、平均で3.1人、従業員規模が101人～300人の規模の企業でも平均5.3人である。キーパーソンの人数が0人とする企業は、従業員規模が10人以下の企業では53.3%に上るが、従業員規模が11人以上の企業ではおおむね20%程度存在する」。「キーパーソンは、全般的には「営業」や「財務・経理」といった職務を担当することが多い。」「業種別に見てみると、製造業ではキーパーソンは「生産・製造」や「研究開発」の業務を行っている場合が多く、運輸業、卸売業、小売業、サービス業では「人事・教育」の業務を行っている場合が多いことが分かる」。「キーパーソンの強みとする能力については、「実行力」や「判断力」「リーダーシップ」が上位を占めており、経営者に求められる能力と類似している。しかし、「知識」や「技術力」など、経営者に求められる能力としては、比較的必要性が低いとみなされているものでも、キーパーソンの能力としては、強みとする能力として挙げられる」。「キーパーソンのタイプ別の重要度としては、「事業部門全体を束ねられる人材」を大いに重要とする

割合が67.3%と最も多く、次いで「社長の右腕として社長の身近な相談相手になれる人材」が61.0%、「個々の事業部門について現場のマネジメントを行い、収益に責任をもつ人材」が60.7%となっている。一方で、「情報システム、経理などの総務部門の専門人材」や「新事業を創造し、実現化する人材」については、大いに重要とする割合が相対的に低い。「90年代以降の雇用のリストラを通じて、中小企業の人的資本は、企業内で蓄積される知見を持ち、知識や熟練技能などの業務レベルの高いプロデューサー型人材の減少という形で損なわれてきた。／近年、我が国の景気が回復しつつある中で、中小企業の採用環境は厳しさを増してきている。今後、中小企業が競争力を持って成長を続けていくためには、個々の企業においてキーパーソンに代表される中核人材を育成していくことが重要である。／また、キーパーソン人材の育成に際しては、その候補者を確保していくという視点から、長期的な雇用が前提とされる正規雇用者の裾野を広げ育成していくことも重要である。一方で、採用環境が厳しさを増していることを踏まえると、高齢者や女性の雇用や、非正規雇用者を正規雇用へ登用するなど採用対象の裾野を広げ、自社での育成に力を入れていくことが望まれる」。

「中小企業の特徴に、研究開発、製造、販売、資金調達などを自社だけでは行えないという点がある。中小企業には新規販売先の開拓は難しく、これら企業の大半は、直接金融市場における資金調達を行っていない。／このような場合、大企業との系列取引は、中小企業にとって販路確保の有力な手段であった。また、直接市場から資金調達ができない中小企業の大半は、金融機関との良好な関係を維持することで円滑に借入を行おうとする。バブル崩壊前の日本経済においては、系列取引、メインバンクなど金融機関との安定的な関係に基づく資金調達、長期雇用という仕組みが確立していた。中小企業も、取引先企業、金融機関、従業員といったステークホルダーとの間で安定的な関係を築いていたと考えられる。／しかしながら、バブル崩壊後の日本経済においては、これらの安定的な関係にも大きな変化が生じたと指摘されている。長期にわたる経済低迷により企業間の安定的な取引関係が流動化し、不良債権処理に多大なコストを要した金融機関の一部は再編を迫られ、非正規雇用の増大により、長期雇用慣行は以前ほど見られなくなった可能性がある」。

「我が国における中小企業430万社は、日本経済の雇用の約7割を占めており、その重要性は誰もが認めるところである。しかしながら、どのような中小企業が存在するのかを把握することには技術的な難しさがあるのも事実である」。

ここでとくに述べておくべきなのは、昨今の原油価格の暴騰による経営危機が、中小商工業に大きな影響を及ぼしはじめていることであろう。その要因は周知のように、国際的マネーゲームにあることはいままでのないだろう。むろん、第一次石油危機に直面して、日本をはじめ先進諸国が採った減量経営、及び原油依存度の低下に努めた産業構造と技術革新が大いにその後の難局

を切り抜けていったことを思えば、今後の世界先進資本主義諸国が何らかの革新を余儀なくされるであろうことは想定可能であるとはいえ、近年の原油価格暴騰を止める上で重要な要素である国際通貨の在り方の根本的改革を抜きにしては改善される可能性を見つけることが厳しい環境であることもまた自明であろう。国際金融市場に暗躍するマネーゲームに利益を感じる勢力への縛りを、最大の役割を果たしているアメリカ自ら、止めることに消極的であることが最も重要な課題である。

V 中小企業の存続のための方向性

本稿で、いくたびか強調してきたように、そもそも中小企業は先進諸国においても、常時存在を続けてきた。しかし経済学の伝統的認識に規定されて、資本蓄積が、より強大な規模の資本と装置を保有する独占体の形成を通じて、そこに資本活動の合理性を認め、中小企業を蓄積法則から見て、重視しない意識が働いてきたことも事実であろう。しかしすでに述べてきたとおり、資本主義発展の現実、多国籍化した大企業や独占的企業経営が、一国というローカルに見た場合、労働市場を十分に提供してきたわけでもないし、実際に絶えず小規模企業の叢生と消滅が繰り返されつつ、中小零細企業体が提供する労働市場の大きさは十分に認識される場所である。少し古い、1980年代初頭のテクノポリス構想がにぎわった時期にさえ、当時の通商産業省はこの点を指摘していた³⁹。それだけではない。産業技術の発展の結果、1980年代以降、明確に小ロットによる多様な消費に対応する生産の必要性がますます重視される状況が高まってきたことも、この中小零細企業の地域社会における見直しを求めてきたのであろう。

おりしも、EU諸国ではアメリカ流の大企業優先から、小規模企業の重視へという状況が見られてきた。ここに概要紹介するEuropean Charter for Small Enterprisesは、2000年6月にサンタ・マリア・ダ・フェイラ（ポルトガル）で開催されたヨーロッパ連合（以下、EUと略称）理事会で採択された文書である⁴⁰。翻訳は中小企業家同友会全国協議会による。「小企業はヨーロッパ経済の背骨である。小企業は雇用の主要な源泉であり、ビジネス・アイデアを産み育てる大地である。小企業が最優先の政策課題に据えられてはじめて、“新しい経済”の到来を告げようとするヨーロッパの努力は実を結ぶ」「小企業はすべての企業の中で経営環境の変化に最も敏感である。小

³⁹ その『1980年代通商政策ビジョン』において、テクノポリス構想を定着させることを一方で図りつつも、地域の雇用を守り発展させる上で、地域中小企業の育成も視野に入れていたことが思い返されてよい。

⁴⁰ EUでは企業Enterpriseを大企業Large Enterprise(従業者数250人以上)、中規模企業Medium-sized Enterprise(同50~249人)、小企業Small Enterprise(同10~49人)、マイクロ企業Micro Enterprise(同10人未満)に分類している。EUの文書にはこれらのほかに自営業the self-employed、手工業Craft Enterpriseなどの分類もある。この憲章における“小企業”は通常の中小企業Small and Medium-sized Enterprises(以下、SMEsと略称)を漠然と代表させたのではなく、上の企業規模分類での小企業を明確に指している(http://www.doyu.jp/kensyou/doc/article/eu_charter_jp.html)。

企業は、官僚制度の過剰な負担に悩まされるならば、真っ先に痛手をこうむる。」「報いられるような措置が開始されるならば、真っ先に元気になる企業である」。

さてこの憲章では、「諸原則」を打ち出している。その内容は、「(1) 新しい市場のニーズに対応することや雇用を用意することにおいて、小企業がもつダイナミックな諸能力を承認する。(2) 社会的かつ地域的发展を促進し、しかも、進取の精神と参加の模範となって行動する小企業の重要性を強調する。(3) 企業家精神を、責任のすべての水準における貴重で生産的な生活技能(スキル)として認識する。(4) 成功した企業に拍手を贈る。その企業は公正に報いられるだけの価値がある。(5) どのような失敗であれ、それは責任を負うことができる率先と危険覚悟を伴っており、大部分学習機会として考察されなければならないと考える。“新しい経済”においては、知識、貢献、柔軟性などの諸価値を認識する。」と提起している。要するに西欧諸国(EU)は小企業の役割を明確に意識した取り組みを行うことを共通の課題としたとよいであろう⁴¹。そもそもここでも「小企業は、ヨーロッパにおける社会的・地域的統合はもとより経営革新、雇用創出を推進する存在として認識されなければならない。」「ヨーロッパは、今後、企業家の精神と新しい技術・技能を早い年齢から養成するだろう。企業経営および企業家精神に関する知識は、学校教育のあらゆる段階で教えられる必要がある」。

「いかなる会社の開業費用も世界で最も競争力のある水準に向かって進化しなければならない。新しい会社の認可のためにきわめて長い時間の遅延やきわめて重い負担となる手続きを必要とする国々は、最先進の国に追いつくことが求められる。」「小企業は一定の規制上の義務からは免除されるべきである。これに関して、委員会は小企業が規制を遵守することで過重な負担を強いられることがないよう、競争法制を簡素化するべき」こと、「ヨーロッパおよび各国の競争ルールは、小企業が新市場に参入するあらゆる機会を保証し、公正な条件下で競争できるよう、厳格に適用されるべきである」などをうたって、小企業本位を志向している⁴²。このように、ヨーロッパ諸国は、等しく小企業のための市場参入可能性を確保し、金融面でも支援の体制を整備することが政策的課題とされるにいたったのである。

このように見る場合、歴史的にも21世紀が、新たな小規模企業の発展的要素を持つ時代と認識

⁴¹ 次のような景気判断と要素の役割が指摘されていることからして、中小企業の役割が問題圏からはずされているということは事実である。「景気変動の主な要因とされる設備投資の比率は、1955年の4%台半ばから1970年には16%近くになり、さらに、いわゆるバブル景気時には設備投資の急拡大に伴って20%近くにまで高まった。一方、輸出の比率は、55年には3%台前半であったが70年に6%弱となり、その後はバブル景気まで7~8%程度とほぼ横ばいで推移していた。このように、高度成長期からバブル景気までは、設備投資比率と輸出比率の間には2倍程度の開きがあり、経済における設備投資の比重が相対的に高かったことが分かる。しかし、バブル崩壊後の動きをみると、設備投資比率はおおむね15%前後で推移している一方で、輸出比率は2007年第1四半期には15%程度にまで上昇するなど設備投資に迫る水準に達しており、経済において設備投資に匹敵するシェアを持つようになっている」(『経済財政白書』2007年版)。

⁴² http://www.doyu.jp/kensyuu/doc/article/eu_charter_jp.html

した方策が、日本でも採られてよいのではないかと思われる。なおこのことに関連して、日本の中小企業家同友会全国協議会は、全国的に中小企業憲章または中小企業振興条例の制定への働きかけを行う運動を提起している。たとえば大阪府八尾市の「中小企業地域経済振興基本条例」や「富土市中小企業振興条例」取り組みなどはその一環をなしている。比較的に早い取り組みとしては、「墨田区は77年に全国で初めて区内の製造業事業所の全数調査を行い、79年に中小企業振興基本条例を制定し、区政の柱として中小企業振興を位置づけていた。大田区も80年代に入り、地域内の中小企業の技術力、ネットワーク力に注目した調査を実施し、地域の強みを分析し、それを強化し発展させていくことを課題とする施策を展開してきた」と指摘されている⁴³。また1999年の中小企業基本法の改定により、ある意味で、旧基本法が国の施策を基準に自治体が施策展開を予定されていたのに対して、地方分権化に即して、自治体の責任で中小企業施策を構築することが義務付けられたことも、この動きを促進する可能性を開いているということでもあろう。

VI 結論

ではこの危機をどのように乗り越えるか？先日私は静岡中小企業家同友会静岡支部に招かれ、講演する機会を得た⁴⁴。その概要をお示しし、この課題に答えてみたい。

(1) アジアとの比較で、国際的に見て高賃金であり、知識・技能・技術面での伝統に裏付けられた新技術開発の必要性があり、そのため集団化と協働性による生産が求められよう。というのは、中小零細事業体単独で新商品、新技術開発を行うのは資金的にも人材的にも容易ではないからである。それだけではなく、協働の力こそが、異業種、異分野との交流を体験する中で、思わぬ新商品開発に繋がる可能性を秘めた宝庫である。また資本力の制限を超える点でも有効であろう。むろん一人のアイデアが画期的成果を生み出すことを否定するものではない。しかしこれまでのベンチャービジネスともいえるべき、ホンダ、ソニーなどの事例を挙げるまでもなく、実は協働の効果は十分に検証されている⁴⁵。

(2) 中級品型による安定市場の確保を前提としつつも、消費者ニーズの高級化、個性化への積極的対応が必要である。これまでの地場産業の歴史をひもとくまでもなく、いかなるヒット商品も一定の規模の消費市場を対象とする中級品生産とその販売による収益を前提にしてこそ、その獲得された資金力をより高度な消費市場に向けての新商品開発を可能としてきたからである。個

⁴³ 植田浩史「地方自治体と中小企業振興」『企業環境研究年報』No.10, Dec.2005及び同法「地方公共団体は、基本理念にのっとり、中小企業に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の自然的経済的社会的諸条件に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する」(第六条)

⁴⁴ 「生業の街 静岡」静岡中小企業家同友会静岡支部、2007年7月4日 静岡市産学交流プラザ「ペガサート」

⁴⁵ 上利博規・滝沢誠編著『静岡の歴史と文化の創造』知泉書院、2008年の山本義彦執筆浜松地域の産業史に関する論考「遠州近代起業家風土を検証する」での高柳健次郎の技術開発方法もその事例に挙げてよい。

別企業体で考えてみれば、商工業でそれぞれの活動手法が異なることもあろう。一般的にみて、何よりも消費者ニーズをいかに把握するかが基本であろう。以下、その事例を最近のNHK総合の毎週日曜日午前8時25分－53分放映番組「経済羅針盤」などから、いくつか拾って一般性を考えてみたい。ここには十分に参考とすべき事実が集積されているからである。

第一に、市場調査という古典的な手法がまず必要なことはいうまでもない。その場合、しばしば行われるのは、販売商品にアンケートはがきを付ける。その消費者からの便りを受けて、商品開発を行う。例えば、静岡のプラスチックモデルキット業界が広く、対象であった子供たちに行ってきたことである。この手法は1950年代、アメリカ流のマーケティングリサーチが持ち込まれたとき以来の古典的方法であろう。それと共に、生産者自らが新商品を開発して、ニーズに先回りした半歩先の新消費を掘り起こすことも重要であろう。後にはマーケットリサーチと呼ばれる手法は、既に明治期から大正・昭和初期に掛けての静岡製茶業界が、アメリカへの輸出強化を目指して行っていた現地取材による市場・需要調査活動に知られる、これを促進させた外務省領事館報告⁴⁶、政府系金融機関である横浜商金銀行頭取席に集積された海外市場調査報告なども、それら活動の前提であったと思われる⁴⁷。

第二には、近年の商工業界ではバブル以降であろうが、あたかも消費者の信頼に欺くかの非道義的な生産、販売が見られる。これに対して真っ向から対決して、誠実に、かつ正直な販売作戦を講じて成功を収めているオーケスーパーのような取り組みも重視されて良いだろう⁴⁸。ここでは入荷した商品を販売に不向きとはいえ、安い方がよいと判断する消費者には入念なアドバイスを提示して販売すること、また他のスーパー店の毎日の商品価格をチェックして、それらよりも安い価格の販売を必ず実行することで、特売方式を採らない。このことを通じて、地域の消費者に信頼を獲得して売上げを伸ばしてきた。

第三には、商品そろえには限界がある以上、その日毎に単品の弁当を供給して、食材チェックを正確にしつつ、安定した低価格商品を供給する。その際、消費者アンケートだけではなく、実際の消費で残ってしまった食品を毎日チェックして、商品の改善に努める。「中小企業白書」2007年版に興味深い事例が紹介されている。これを引用しておこう。「東京都のA社（従業員15名、資本金1,000万円）は、草履や下駄、袋物といった和装小物の製造卸業者である。同社の主要取引先は百貨店であるが、より高級志向の顧客をターゲットとするため、新ブランドを立ち上げた。新

⁴⁶ 例えば1900年代に、李家隆介静岡県知事が在シアトル総領事館に宛てた調査依頼に茶輸出に伴うアメリカにおける市場調査があり、これに対して詳細な回答が寄せられている。これらの報告については、筆者はすでに2000年以降の静岡大学主催公開講座などで紹介してきているが、別稿で紹介したいと考えている。また角山栄『日本領事館報告の研究』同文館、1986年。

⁴⁷ 拙著『戦間期日本資本主義と経済政策』柏書房、1989年、第4章など。

⁴⁸ NHK経済羅針盤 2007年5月27日放映。

ブランド立ち上げは、1990年代以降、「作れば売れる」という時代から、「本当に良いモノ、消費者が求めるモノのみが売れる」時代になったことが背景にある。多様化する消費者ニーズを把握し、ニーズに合った商品提供を行うためには、新たな販売チャネルを持つ必要があるとの判断があった。

新ブランドのコンセプトは、オリジナリティとエスプリの効いた商品を提供したいというもの。新ブランドの商品は直接販売も行っているが、各地の呉服店を通しての販売がメインとなっている。取引先とする呉服店に関しては、〔1〕新ブランドのコンセプトに共感し、〔2〕店舗のターゲットとする客層が新ブランドのターゲットとする客層と一致していることを前提としており、また、各店舗同士の商圈が重ならないようにすることで、「あの店に行かないと買えない商品・あの店で買いたい商品」とすることを心がけている。

このため、現在取引のある呉服店は30件程度にとどまるが、現在のところ、積極的に取引先を増やしていこうとは考えていない。取引先をある程度絞り込み、呉服店オーナーの考え方やどういった商品が各々の店で売れているかを把握することも、ブランド構築のためには重要であると考えている。

第四に、マツダのように⁴⁹、ヒットする車種を持ってないことから経営不振に陥っていたところ、たった一つの商品カラーを打ち出すことで、全車種への信頼を回復することに成功した事例。この場合、「マツダはスポーティ」、若者にターゲットを絞るというコンセプトを積極的に打ち出すことで信頼性を回復したという。

第五に、森ビルのように⁵⁰、都会の空間に欠如している自然をいかに身近に感じさせるか、その建物内で十分に日常生活を満足させる商店を呼び込むようなテナント方式を組み込むことで、高い賃貸料であっても高級感を満足させることで、発展を遂げてきた。とくに注目に値するのは、新潟県特産の爪切りなどといった日用品市場では安価な中国製品などが席卷しているが、これに対抗してきめ細かな技術開発によって、満足感を与える手作業を大いに取り込んだ、少し高い価格であるが新商品を開発して、国内は元より海外市場でも高く評価された零細企業の取り組みも見られる。

第六に、東芝のように⁵¹、しばらくの経営不安を脱して、上昇に向かったのは、まず経営者がいわば異業種交流ともいべき人材であるが、昨今の電機・電子業化のトップは多かれ少なかれ、工業系大学出身の技術者によって占められてきたが、東芝は偶然にも文科系の多様な価値観を大事にする若手研究者の経験を持つ人物が担当し、そのために彼によれば、技術知識については素

⁴⁹ NHK経済羅針盤 2007年5月13日放映。

⁵⁰ NHK経済羅針盤 2006年9月12日放映。

⁵¹ NHK経済羅針盤 2007年1月7日放映。

人であるので、「何でも新しい」ものに見える感性をもって、現場の若手技術者、販売人材などから多くの知識を吸収することによって、経営に幅を持たせて蘇らせてきた事例なども、経営者の心得を提起しているだろう。

第七に、企業体にとってのビジネスコンセプトの一貫性も重要である。静岡県のテーボー（旧帝国帽子製造会社）は、明治、大正期を通じてラシャ帽の製造で名を挙げた会社である⁵²。同社はその後、帽子製造の需要減退の中で、今日ではそのフェルト利用技術をいかして、フェルトペン先などで世界の市場の6割をシェアする世界企業として活躍するに至っている。三重県のパイプ椅子製造会社が、そのコンセプトを一貫させることで、素材を時代にマッチさせ変化させつつ、世界的な輸出メーカーとして市場シェア4割を誇る活動をしているという。鍛造技術で一貫させることで、これに関連する広がりを持つ経営に成功して従業員59名程度と小規模でありながら、1923年の時期から経営を維持してきた広島市の企業（資本金1,000万円）も存在する。この企業の場合は「従来から製造していた印刷機部品に加え、船舶、工作機械、射出成型機械、製鉄機械など幅広い分野の鍛造部品を取り扱うようになり、現在では、主要販売先への依存度は10%まで低下している」（『中小企業白書』2007年版）という。伝統的な60年のキャリアのある鍛冶職人芸を活用した切り味の良い爪切り製造に特化した企業活動が海外からも需要を喚起していることも、興味のひかれるところである。とくに「精度の高い工作機械は一定の水準に終わるが、職人芸には限界がない」というのも、いかに伝統の技が重要であるかを教える。

総じて生産であれ、販売であれ、きめ細かな顧客満足度、現場に目配りする力をいかに活かしてゆくに尽きるように思われる。また成功している衣料品会社⁵³のように、国内的には30代女性に照準を定め、起業では制服が減少し、私服の需要が伸長し、しかもカジュアル性を求められる状況に対応し、海外では、中国市場で欧米ブランドが高級品に特化し、日本はその直ぐしたの、より需要幅の広い商品を製造してゆくなど、明らかに市場条件を定めた、販売に向かう。

以上の諸企業の活動を捉えておくと、ほぼ以下のようにまとめられよう。すなわち一定の分野に特化して愚直に、それ自体の経営革新、新市場開拓に当たるか、既存の技術を活かしながら新時代の需要への柔軟な対応を図る、あるいは最後には、生産活動そのものが喜び、または職人芸的生き甲斐に繋がるような企業活動、市場条件に対応する場合、愚直な良品を、多少高くとも確実に販売、生産することなどが、市場の信頼性を喚起し、さらに好循環を呼び起こすということであろう。とはいえ、現実には厳しい環境にあることは表-5に見られるとおりであり、そこでは事業所数、出荷額何れを見ても、「構造改革期」に小企業経営に依存する事業体の弱体化を招いてきている。

⁵² 同社については、静岡県史編さん事業でも紹介されてきた。『静岡県史通史編近現代・上』1997年、参照。

⁵³ NHK経済羅針盤 2007年4月8日放映。

表-5 対象品目の出荷額(収入額)、事業所数の推移

上段：出荷額・収入額（単位：百万円）、下段：事業所数（単位：箇所）

品 目	出荷額・事業所数の変移			品 目	出荷額・事業所数の変移		
	1999年	2004年	増減		1999年	2004年	増減
味噌製品類	158,931	135,679	-15%	衣 料	2,756,257	1,664,029	-40%
	1,005	904	-10%		13,735	9,216	-33%
清 酒 類	812,081	579,970	-29%	金 属 食 器 類	22,773	13,399	-41%
	1,631	1,357	-17%		163	122	-25%
チ ー ズ 類	166,519	137,240	-18%	眼 鏡 類	100,472	64,596	-36%
	85	90	+6%		341	247	-28%
水産練製品類	463,984	387,232	-17%	陶 磁 器 類	832,808	684,883	-18%
	1,390	1,150	-17%		3,808	2,796	-27%
木製家具類	1,228,636	912,866	-26%	温泉宿泊施設	8,962,838	6,632,920	-26%
	9,391	7,263	-23%		59,583	51,481	-14%

資料：経済産業省「工業統計表」、総務省「サービス業基本調査」

(注) 1. 「旅館、ホテル」の値を、温泉宿泊施設の値とみなした。

2. 工業統計表は従業員4名以上の事業所が対象。

3. 上段は、温泉宿泊施設は「収入額」。それ以外は「出荷額」。

(3) グローバル競争が強いられるがゆえに、地域ブランドの形成が求められよう。日本の消費者は、本来、年齢層に沿った商品開発を輸入すると、いわば「ブランド志向」の波の中で世代を超えた「ヒット商品」とされる傾向が強い。例えばルイ・ピトンのバッグは西欧では中高年女性用であるが、この日本では世代を超えて若い女性から高齢層までのヒット商品となる傾向があり、同様にある地域で開発された商品を他の地域も後をおうという傾向が強い。ちょうど高度成長期のデモンストレーション効果による消費の爆発と類似した生産の在り方も知れない。だからこそ、地域ブランドの開発、地域資源を有効活用した点が今もっとも求められているのであり、そのためには一企業、一個人の努力に任せておいてよいわけではないであろう。この点でも興味ある指摘を上げておきたい。日本を代表する国際的評論家加藤周一は、かつて文化とは分節構造を持つと述べたことがある。加藤は、これは欧米では民族的差異性によって一国内でも展開されることを捉えた。しかし一民族一国家的意識の日本では、世代別を通じて形成されるとした⁵⁴。とすれば、商品開発の在り方も、ルイ・ピトンの受容を超えた、世代層に見合った商品開発の道もあり得るかも知れないのである。こうしたことを当時、加藤は日本でコトンのジーンズを履いていると、「お若いですね」と評された経験を軸に語っていた。この観点からも商品開発のヒントを得られるだろう。しかし地域ブランドとして意味づけられる地域資源活用型の企業活動を示す産業

⁵⁴ 加藤周一『日本文化論』『日本雑種文化論』1957年。

類型を「中小企業白書」2007年版が前の表一5のように示し、何れも出荷額、事業所数で、この5年間に縮小気味であることを指摘している。

とはいっても、「規模の経済性において大企業に劣る中小企業の商品が、市場に受け入れられていることは、価格競争に巻き込まれること無く、商品の差別化が図られていることの証左といえる。実際に業績面でも、他社との差別化のポイントを有する企業と、これを持たない企業との間では、売上面、利益面で差が生じている」と言う事実があるので、いかに差別化への努力を図るかが決め手であろう。また三菱総合研究所が実施した調査に基づいて『中小企業白書』が整理している資料を見ると、地域資源活用型、農林水産型、地域観光型、地域技術活用型など多様であるが、地域資源の掘り起こしに積極的になること、地域をアピールして全国的に知名度を上げる努力などの意味がある。「眼鏡類や陶磁器類では、競合品と比べた価格帯が低価格帯に移行している一方で、木製家具類や衣料のように、高価格帯へ移行している品目が存在することが確認できる。」要するに、大企業製品は大量生産、少数品目の傾向を持つが、中小企業型では、品目が多く、高価であっても消費者にその品質の高さや差別性で高い人気を博しているというのである。

(4) マイケル・J・ピオレ、チャールズ・F・セーブル⁵⁵によると、21世紀の活性化する社会の基本は大工業型ではなく、中小工業型、特化型であるとされるが、20世紀型は重厚長大、「大きいことはいいことだ」式の大量生産、大量消費によるコストダウンが時代の最先端と認識されていたが、日本経済の1970年代後半以降の歴史的な実相に照らしても、人びとの消費の個性化が進み、多品種少量生産が定着しつつある。他方で人びとは伝統的な技能のすばらしさにも目を向ける時代でもある。しかも技術的にも19世紀型の量産ではなく、多品種少量生産的展開を可能とするマイクロコンピュータの時代を迎えていたのである。

以上の変化とともに、「匠」の技能が重要な意味を持ち、時には何百年と続いてきた企業経営が、新時代に適応しつつ、高度技術社会に生き延びている事実も見落としてはならない⁵⁶。それら企業に共通しているのは、企業の創業精神をいまなお残し、受け継いでいる場合が多いのである。私たちは今日の情報過多の時代、ともすれば、新産業、新技術に目をくれて、実は新産業、新技術の背後に潜む創業精神の重要性を忘れがちである。江戸時代、はるか室町時代から存在してきた鍛冶を基盤にした金属加工業者、室町時代から続く菓子商、あるいは飛鳥時代からさえ残存してきた宮大工を基礎とした建築業者、近代化とともに旧幕府諸藩の企業を引き継ぎ発展させてきた経営は、バブルの時代に他産業への転身を図ろうとして失敗し、もとの創業精神に立ち返って、復活を遂げている場合も見られる。要するに企業コンセプトの明確化、ビジョンの明確な認識が

⁵⁵ マイケル・J・ピオレ、チャールズ・F・セーブル『第二の産業分水嶺』山之内靖ほか訳、筑摩書房、1993年。

⁵⁶ ここでは引用を避けるが、2008年4月16日以降、毎週水曜日の日本経済新聞連載の「200年企業—成長と持続の条件」も興味深い内容が示されている(9月17日付までで22回)。

重要である。公共事業型の建設業者が、長期の不況の中で、低迷する公共事業の状況を前に、マンション建設やその立て替え事業、管理事業に特化することで建設業の不況をくぐり抜けた事実などは、経営者の状況対応力の柔軟性であろう。

(5) 地域社会の再生、産業振興の重要な柱としての、生業である商店経営、街並み形成にとって重要なもう一つの課題は次のことである。静岡市の事例に見たように、在地性のある商店経営をいかに活性化させるか、そのためには適切な大型店の街並みでの立地と在地商店との共栄策をいかに講じることが可能かという視点の重要性であろう⁵⁷。

(6) これらの処方箋的試みも重要であるが、同時に、「いわゆるバブル景気までは、一人当たり経常利益が増加するにしたがって賃金も増加していたことが分かる。しかし今回と前回の2回の回復局面ではそれとは対照的に、企業収益が回復する中であっても、それに見合った賃金の増加はみられない⁵⁸」といったマクロの状況の克服が行われないままでは、真の発展要素を創出できないことも忘れられてはならないであろう。

(7) とくに最近の世界情勢で明確化しつつある、原油及び農産物資源の世界的高騰に経済界の攪乱状況は、中小企業経営にとって、危機的でさえある。この根因を述べることは比較的容易であろう。すなわち、大きく見れば第一次石油危機時代に採られた国際通貨システムの根本的変革、固定相場制から変動相場制への転換が、経済活動の質を変え、もの作り志向から金融志向を強め、あらゆる商品の投機マネー対象化の危険性を潜ませてきたことである。その世界的規制の重要性は既に多く指摘されてきたところであるが、アメリカの金融資本の暗躍をはじめとする勢力に対する国際的批判と運動が決定的に重要であるが、既に国際連合やIMF、BISでもその動きが多少とも登場しているのは希望が持てるであろう。そうした大状況の下、新自由主義的な改革に抗した、堅実な地域密着型の中小企業家のもの作りや堅実な商店経営、街作り努力は大いに、経済社会の将来を照らし出す希望となろう。

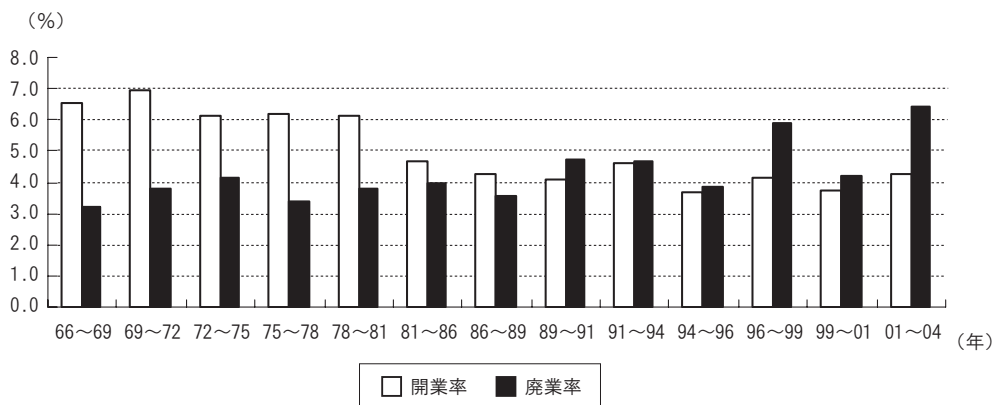
まだこうした石油高騰の嵐の前に、すでに構造改革・規制改革の進展とも相まって、日本の企業の開業・廃業の統計が深刻な実態を表現してきたことは、これまでも示してきたところであるが、これをより分かり易く表現する統計を次に付して、決して安閑としていられない状況だけは確認しておきたい(図-11、12)。これによると明らかに、事業所ベース、企業数ベースの何れを捉えても、1990年代以降、一貫して廃業率が開業率を上回ってきているのである。

(8) 最近、長年にわたり、中小企業家として活躍し、その組織化の重要性を提起してきた赤石

⁵⁷ なお本稿は、9月2日の全国商工団体連合会主催「全国商工交流集会」(開催地：静岡市)及び11月10日の静岡県中小企業家同友会「全県経営フォーラム」に際して準備したパネルディスカッション講演のためのものであることとお断りする。この機会を用意していただいた同友会に感謝する。さらに2008年6月13日静岡中小企業家同友会富士支部・富士宮支部合同研究会での報告も大いに本稿作成に貢献している。

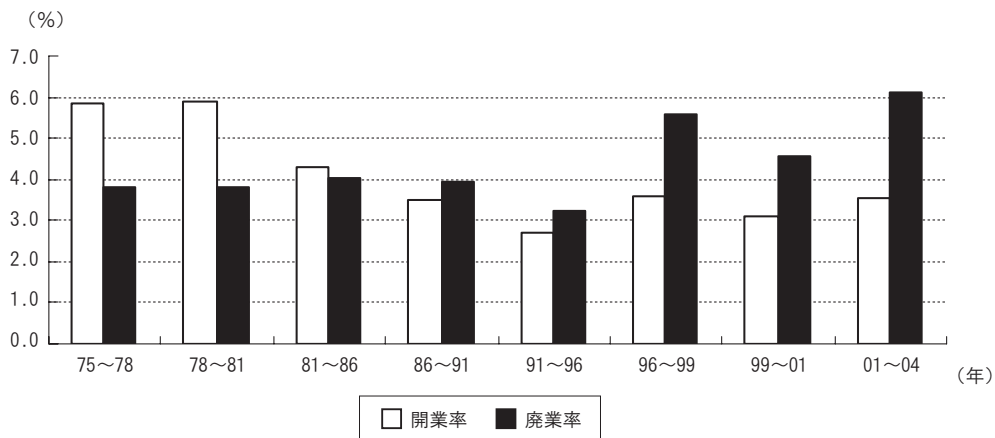
⁵⁸ 『経済財政白書』2007年版。

図-11 開廃業率 事業所数ベース



総務省「事業所・企業統計調査」による

図-12 開廃業率 企業数ベース



総務省「事業所・企業統計調査」による

義博が貴重な問題提起をしているので、その論点に学んで、私の認識を提示しておきたい⁵⁹。氏は類い希な人間主義的経営を通じて、中小企業の再興をもたらした実践的裏付けを背景に、日本の中小企業政策とその変遷、問題点を見つめ、21世紀に生きる世界の経済活動の方向性を明確に提起し、中小企業家同友会が提唱する中小企業憲章、地域振興条例の制定の取り組みの必要性を解明している。

私がとくに本書から学ぶべきだと実感したことは以下のようなことである。

第一に、中小企業の発展を期待するということは、就業人口の中で圧倒的部分を占めていて、

⁵⁹ 赤石義博『幸せの見える社会づくりー「地域力」経営を深め「中小企業憲章へ」中小企業家同友会全国協議会、2007年1月。

そのことの故に地域振興の支えとして貴重な役割を果たすであろうということである。しかしこのことは特筆すべきことかといえば、余りにも一般的認識であろうし、誰しも理解可能であろう。

第二に、中小企業とは様々の消費に対応する商品生産を可能にするという点で、経済社会に基本的に重要な役割を果たすということであろう。

第三に、中小企業は、エネルギー面でも節約的な効果を発揮し、厳しい地球環境問題に対して、大企業では果たし得ない役割を果たすであろうことである。むろん大企業といえども、とくに日本の企業体の技術的な先進性があることを否定しているわけではない。しかしアメリカ政府のこの間の動向を見ても、また日本の財界筋や経済産業省の動向を見ても、積極性を感じ取れないことから、想像できよう。また大企業はその多くは資源の相対的に視ての多消費型であることも無視できない。

第四に、商店経営で考えてみても、小商店こそは、高齢化時代により積極性を持つ存在として地域社会に位置づけられる存在であることだろう。これは大規模店舗が都市の目抜き通りとクルマ社会に対応する郊外型として展開していることから、高齢化世代にとっての買い回り品の購入の場としても、また地域密着の商店主の存在が果たす地域住民との密着度からも、地域社会の再生基盤として大いに期待可能であるということであろう。

第五に、中小企業経営の側が大企業と異なって、地域再生基盤として機能する上で、その組織化が重視されなければならないだろう。そのことを通じて、経営手法や技術を相互に学び合い、新たな消費に対応する新製品開発にも大いに役立つのである。(2007年12月9日脱稿、2008年7月13日改稿)