

理論と実践との上における 中小企業の存立と近代化

瀬戸正美

目次

- はじめに
- I. 中小企業存立の理論的根拠
 - II. 中小企業の産業経済分野における比重
 - III. 中小企業の本質的特性
 - IV. 中小企業の問題点
 - V. 中小企業を取り巻く問題点と存立基盤の変化
 - VI. 中小企業の近代化
 - VII. 中小企業の近代化と今後の指向
- おわりに

はじめに

企業殊に中小企業においては、その経営分野が多岐多様で、広範囲にわたるので、国内国外における産業経済社会情勢の激動から蒙る影響は、実に大なるものがある。これが経営の不振や転換、倒産や廃業等を惹起しているのは周知のところで、それ等に対し、各分野における対策が講ぜられている。これは明らかに、我が国における中小企業が、占める地位の重要性からくるものといえる。

従って、この見地にたって、中小企業の本質的特性なり、現状においての諸問題を再検討し、今後における動向についての諸策を推進することは、極めて必要といえる。故にそれ等の一環として、昭和30年代初期から打ち出された、中小企業近代化促進の内容や、その促進による影響その他を、理論的ならびに実践的観点の上にて考究せんとするものである。

I 中小企業存立の理論的根拠

中小企業が産業、経済、社会分野に存立する理論的根拠については、諸説があるが、それ等の要点を取りあげれば、次のような諸点が考えられる。

I-1 一般的存立条件 terms of general existence

一般的存立条件には、企業の内部面における経営要素的条件と、経営管理、技術的条件などがあげられる。

1. 経営要素的条件 terms of business element

中小企業自体の経営内に存在する経営の諸要素が、その存立を可能ならしめる条件となっているもので、資本的条件、経営者ならびに従業員の人的条件、および物的条件などがあげられる。

2. 経営管理、技術的条件 terms of business management and technic

生産、加工、技術、仕入、在庫、販売、運送、その他の管理技術などを、中小企業の存立条件的要因とするもので、そのなかで企業に共通的なものと、特有的なものがみられる。また、規模の大小内容により、経営管理技術的条件も異なることになる。

I-2 特殊的存立条件 terms of special existence

企業の外部的面、ならびに企業をとりまく関連的關係に立脚した、中小企業の存立をあらしめる条件的要因である。その主たるものは次のとおりである。

1. 産業経済構造下における存立条件

産業経済構造 industrial and economical structure 下における中小企業の占める比重、すなわち生産、加工、流通、販売、サービス等における機能の特殊的存立条件である。

2. 社会的存立条件 terms of social existence

企業としての社会性からみた場合に、その創業、転換、廃業等において、大

企業に比して容易であり、かつ多様多種の形態をとり得るところに、経営保持の根拠を有する要素を多分にもっている。

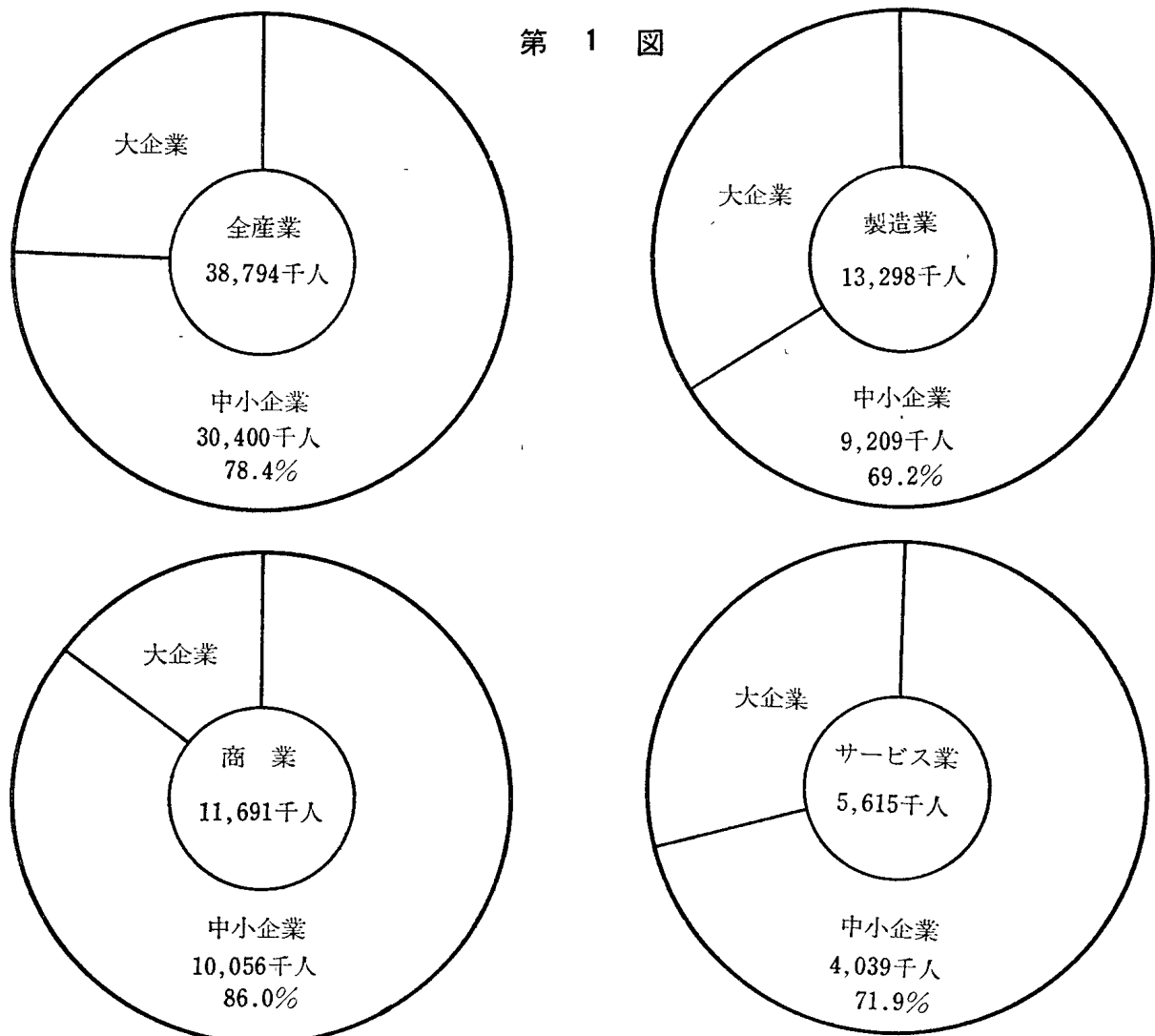
3. 国際的存立条件 terms of international existence

自由主義貿易を始めとし、国際間の交流はその度を高め、その結果、中小企業の国際性を向上せしめ、その存立を不可欠とするに至った。

II 中小企業の産業経済分野における比重

中小企業の産業、経済分野における比重を、従業者数、生産、流通面で占める状態を検討すれば、次のとおりである。

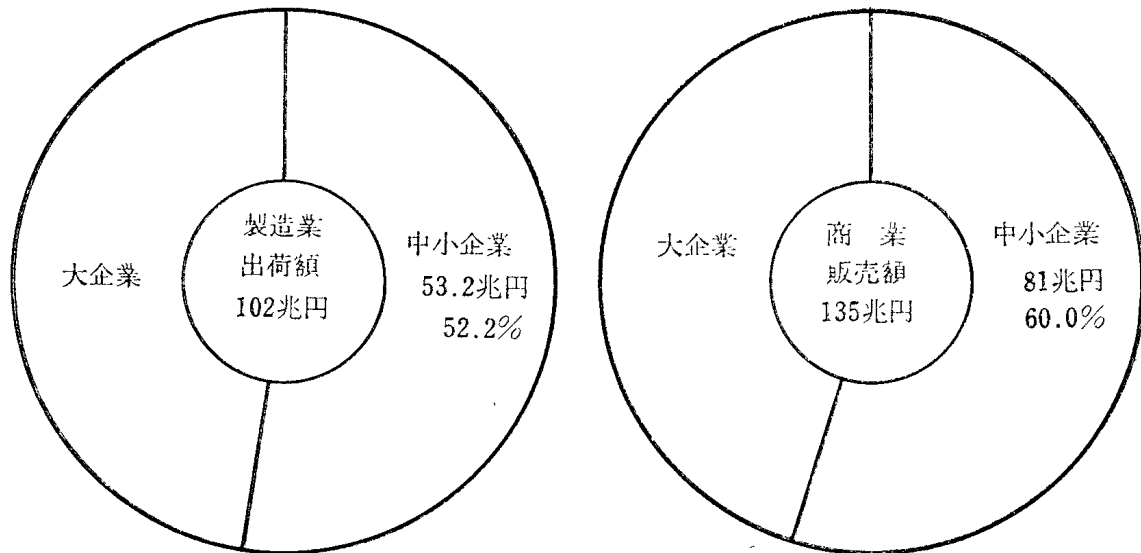
(1) 従業者数で占める比重



資料：総理府「事業所統計調査報告」47年による。

(2) 生産、流通面で占める中小企業の比重は第2図のとおりである。

第 2 図



資料：第1図に同じ

すなわち以上の第1、第2図からわかるように、従業員数は全企業で78.4%、製造業で69.2%、商業で86.0%、サービス業で71.9%を占めている。

また製造出荷額では52.2%、販売額では60.0%を占めている。このように産業、経済分野における地位は極めて重要で、まして事業所数の比率は99.4%に達している。第1表参照のこと。

第 1 表

産業部門	事業所数	構成比
全産業	5,083,270	99.4
鉱業	8,305	99.1
建設業	409,520	99.8
製造業	788,619	99.4
卸・小売業	2,506,642	99.6
金融・保険業	61,468	99.4
不動産業	153,953	100.0
運輸・通信業	94,621	99.4
電気・ガス・水道業	6,262	98.2
サービス業	1,053,880	98.8

(注)

1. 従業員300人未満（卸売業100人、小売業、サービス業については50人未満）の事業所を中小事業所とした。
2. 構成比は、全事業所に占める中小事業所数の比較率である。

Ⅲ 中小企業の本質的特性

中小企業の本質的特性については、次のような諸点が考えられる。

Ⅲ-1 抽象的な本質的特性

中小企業の抽象的な本質的特性ともいべきものについては、その項目をあげれば、(1)前期性、(2)非近代性、(3)非独立性、(4)非適正規模性、(5)非独占性、(6)非組織性、(7)保守性、(8)閉鎖的秘密性、その他があげられる。

Ⅲ-2 具体的な本質的特性

中小企業の具体的な本質的特性としては、多様であるが、そのなかで特に経営面に現われる長所、短所的な内容について述べることにする。

1. 中小企業存続の根拠に求めるもの

例えば低賃金労働、小規模零細、需要市場変動に対する弾力性、特殊技能、世襲性。

2. 環境の特性に求めるもの

中小企業が環境に順応し、または有利、不利な影響を蒙るか否かについての対応的なものを取りあげれば、従属性、下請性、危険負担性、景気変動調整性、不完全競争市場における対応性ならびに安定性。

3. 経営組織形態に求めるもの

個人的経営、同族的経営・家族経営、独善的経営、家計と営業との不分離経営、小資本、多品種少量生産、販売経営、経営設備施設と住居との併用経営。

4. 社会性に求めるもの

中小企業の社会的使命、機能における貢献性に求めるものであって、生産、加工、流通、消費分野における機能と使命の大きいことはいうまでもないが、一般社会人に生業の確保のための開業、転業と共に、生活の場をもたらすところに、大企業と相当異なる特性を求めることができる。

IV 中小企業の問題点

中小企業の本質的特性について、その一部分についてふれたが、反面から考えれば、それ自体がむしろ短所であり、問題につながる要因を多分に存するものといえよう。内容が重複のきらいなしとしないが、問題点について述べることにする。

IV-1 経営方針、計画の客観的総合性と長期性の欠如

経営の基本となる経営のあり方を示す経営方針 management policy と合理的経営活動を営むための目標を立て、これを実施する方法や、具体的な手順を決めなければならない。この経営計画 management plan が、期間別（長期、短期）、内容別（個別、総合）、性質別（物量、価値）等に不十分であり、欠如しているきらいがある。

IV-2 経営組織ならびに部門別活動の統一と調整の不備

中小企業といえども、規模の拡大は図られるのであるから、それに即応した経営組織の確立と、部門活動のための経営機能の統一と調整が不備といえる。

IV-3 管理能力の不足

管理経営に必要な、人的物的要素についての運営能力が不足している。

IV-4 経営要素自体における欠陥

資本的資金力、人的労働力、物的設備施設能力の弱体と共に、特殊技能保有の反面、近代的技術の立ち遅れなど、経営の基本的要素自体における欠陥も見逃せない。

IV-5 経営活動面における弱体

完全独立性の欠如、多品種少量生産と市場販売商圈の狭隘や取引条件の不

利、価格形成や収益性の低率などがある。

IV—6 外部環境の影響

環境の影響については既述したが、景気変動や海外情勢の変化と共に、輸出入の伸縮、貨幣相場の変動、発展途上国の追上げ等多難な問題がある。また人口の過密過疎化、公害の発生、大企業の中小企業分野への進出、競争激化などが、外部環境における影響であることは、いうまでもないのである。

V 中小企業を取り巻く問題点と存立基盤の変化

中小企業における問題点も、諸情勢の変化、殊に次にかかげる要因によって存立基盤の変化にまで影響を及ぼしつつある。

V—1 需要構造の変動

1. 最終需要構造の変化 change of final demand structure

高度成長期の我が国の最終需要構造の特色は、民間設備投資が、戦後30年余にわたる高度成長の大きなけんいん力となっていることから、諸外国に比し、固定資本 fixed capital 形成の比率が高く、個人消費支出の構成比率が低い結果となっている。従って成長率の鈍化により、今後の傾向は、逆の状態に変化することが予想される。

2. 需要構造変化と中小企業

中小企業庁規模別産業連関表(第2表)によれば、長期ビジョンの示すように、製造業の比重は低下し、代って商業サービス業等のウェイトが増加する。

製造業については、大企業の生産額構成費が0.5%低下しているのに対し、中小企業は横這いとなっており、製造業の中では、中小企業のシェアは高まることを予想されている。特に軽工業については、0.3%もの上昇がみられ、中小企業は堅調にシェアを伸ばすものと見込まれている。

第2表 規模別産業

需要部門 供給部門		中 間 需 要												
		農林・水産	鉱業	軽工業		機 械		一次金属		化 学		運輸・通信	電気・ガス・水道	
				中小	大	中小	大	中小	大	中小	大			
中 間 投 入	農林・水産	2,043	4	5,832	919	1	1	0	1	141	146	0	0	
	鉱業	0	3	3	6	5	5	72	924	584	2,204	2	179	
	軽工業	中小	1,063	84	5,177	1,334	461	657	79	220	492	621	728	193
		大	42	3	2,562	678	247	488	2	6	78	74	28	4
	機 械	中小	26	26	1,043	136	1,458	2,687	20	41	29	61	13	3
		大	29	4	834	28	1,215	3,968	9	27	5	11	260	0
	一 次 金 属	中小	0	0	56	64	783	1,121	120	254	9	6	0	0
		大	2	3	158	120	1,909	2,094	1,177	8,195	92	12	0	0
	化 学	中小	296	5	1,188	490	204	226	10	119	1,176	868	19	12
		大	289	161	1,196	1,181	309	320	52	853	1,557	1,930	516	462
	運輸・通信	126	32	691	223	272	388	59	243	319	284	888	68	
	電気・ガス・水道	14	18	193	102	106	169	64	335	184	296	117	55	
	建 設	89	12	90	40	49	73	5	49	37	77	133	224	
	商業・サービス	426	96	3,682	1,100	1,406	2,148	253	1,090	867	1,137	812	306	
小 計	4,445	451	22,705	6,421	8,425	14,345	1,922	12,357	5,570	7,727	3,516	1,506		
家計外消費支出	42	28	437	179	221	322	19	103	147	231	313	37		
雇用者所得	879	377	5,860	2,127	2,902	3,554	324	983	1,039	1,011	4,222	745		
営業余剰	4,175	230	2,492	1,021	1,816	2,522	330	1,054	881	1,319	887	625		
資本減耗引当	823	242	753	472	579	979	131	730	468	748	1,587	694		
間 接 税	95	26	563	1,197	211	489	19	92	72	1,261	138	228		
補 助 金	235 [△]	45 [△]	435 [△]	6	0	0	0	0	0	0 [△]	45 [△]	15		
小 計	5,779	858	9,670	4,990	5,729	7,866	823	2,962	2,607	4,570	7,102	2,314		
生 産 額	10,225	1,310	32,374	11,412	14,153	22,211	2,745	15,319	8,178	12,298	10,618	3,820		

(注) 1. 原表は183部門で、本表はそれを10部門に統合したものである。

2. 軽工業とは、食料品、繊維・紡織、衣服・身の回り品、製材・木製品、家具、印刷・出版、皮革・同製品、ゴム、精密機械、その他製造業の各部門、機械とは、金属製品、一般機械、電気機械、輸送機械の各部門、一次金属とは、鉄鋼、非鉄一次製品の各部門、化学とは、パルプ・紙、化学、石油・石炭、穿業・土石の各部門。

3. 商業・サービスは、公務、公共サービスを含む。

4. 原データを10億円未満で各項四捨五入したので縦・横の合計とは合わない部分がある。

V-2 消費者行動の変化と中小企業

1. 消費者行動の変化 change of consumer's action

消費者の意識変化による消費者行動は、新たな傾向がみられる。これを要約すれば、次の点があげられる。

(1) 消費者の個性化、多様化傾向

個性的商品、消費者の選択的要素の大きく働らく商品の需要が伸びている。

(2) 高級化の傾向

現在までに至る既往の所得水準の上昇は、消費分野における消費者の需要の増加をもたらしたのみでなく、生活水準 levels of living の向上は、需要物資の高級化をもたらし、これに対応する新製品の開発を促した。

従って、消費者の商品選択基準としては、価格、素材、機能、耐久、デザイン、安全、メーカーへの信頼、流行に関心もたれている。また商店選択基準も、種類、品数の豊富、品質の良否、配達などのサービスの良否、店の遠近、趣向品有無等があげられている。

2. 消費性向の変化 change of propensity to consume

消費者の所得に対する消費と貯蓄との心理的变化が限界消費性 marginal propensity to consume と平均消費性 average of propensity to consume にも影響を与えたことも重視すべきである。

次に、消費者の商品、商店選択基準について表示する(第3図参照)。

V-3 国際化の進展と中小企業

国際分業の進展 progress of international division of labor に伴う我が国中小企業への影響は大きく、その地位、構造などに変化をもたらしつつある。

1. 世界貿易に占める我が国中小企業製品の地位の変化

1973年における世界貿易の変化は、先進国と後進国との軽工業製品および重化学工業製品のシェアは、6.7%と7.7%であるが、1970年に比すれば低下の傾向がある。また全体的に発展途上国の追上げにより、先進国のシェアは低下の状況が現われている。

第3図 消費者の商品・商店選択基準

(A) 消費者の商品選択基準

	1 価格	2 素材	3 機能性	4 耐久性	5 デザイン	6 安全性	7 イタ イタ	8 流行
重衣料(スーツ等)					20~30%未満			
軽衣料(セーター等)	10%未満	10~20%未満	10~20%未満					10~20%未満
実用衣料(肌着等)	10~20%未満	20~30%未満	10~20%未満	20~30%未満				
身の回り装飾品								10~20%未満
家電製品			20~30%未満	10~20%未満		10~20%未満		
家具		10~20%未満	10~20%未満		10~20%未満			
インテリア用品		20~30%未満		10~20%未満	20~30%未満			
台所用品			20~30%未満	20~30%未満		10~20%未満		
日用雑貨品		10~20%未満				20~30%未満		
加工食品	10~20%未満						20~30%未満	

(B) 消費者の商店選択基準

	1 種類数 豊富か	2 品良い 品質か	3 スガ良い 配達の サービス	4 店近い 店まで	5 安い	6 信用か おな しみて	7 かある 自分 に合
重衣料(スーツ等)		10~20%未満					10~20%未満
軽衣料(セーター等)				10~20%未満	10~20%未満		10~20%未満
実用衣料(肌着等)	20~30%未満			20~30%未満	20~30%未満		
身の回り装飾品		10~20%未満				10~20%未満	10~20%未満
家電製品	10~20%未満		10~20%未満				
家具	20~30%未満	10~20%未満	10~20%未満			10~20%未満	
インテリア用品	20~30%未満	10~20%未満			10~20%未満	10~20%未満	
台所用品	20~30%未満			20~30%未満	10~20%未満	10~20%未満	
日用雑貨品	10~20%未満						
加工食品	10~20%未満				20~30%未満		

□ 10%未満 ▨ 10~20%未満 ▩ 20~30%未満 ◻ 30%以上

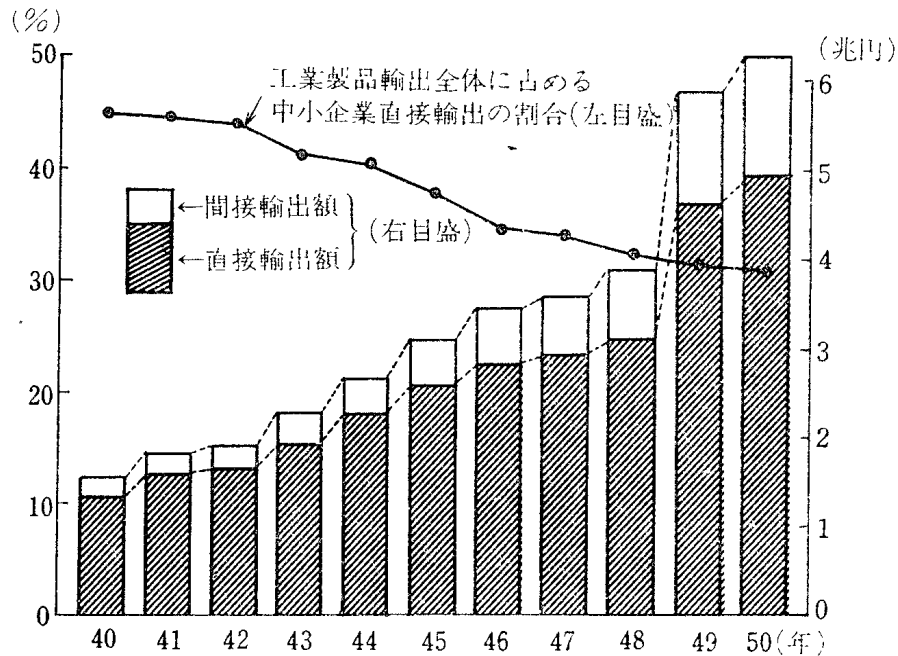
資料：中小企業庁委託調査「消費者購買動向調査」51年11月

2. わが国中小企業性製品の輸出入構造の変化

次の二点について考える。

(1) 輸出構造の変化

第4図 中小企業製品輸出額の推移



資料：通商産業省「工業統計表」、通商産業省・中小企業庁「工業実態基本調査」46年、大蔵省「日本貿易月表」、日本銀行「主要企業経営分析」

- (注) 1. 中小企業の直接輸出額は、日本標準産業分類細分類で、各業種ごとの輸出額に「工業統計表」の業種別中小企業出荷額のウェイトを乗じて算出した。
2. 間接輸出額=大企業の輸出額×主要企業の売上原価率×大企業の外注依存度
ただし、売上原価と製造原価は等しいとみなした。

軽工業比率の高い中小企業の輸出全体に占めるシェアは、年々漸減の傾向を続けているが、重化学工業では部品供給、製品加工等に寄与率 contribution ratio が大きいので、間接的な輸出への貢献度は増加している。従って昭和50年における中小企業の総輸出は、4割程度の貢献をしているといえよう。

(2) 輸入構造の変化

我が国の工業製品輸入全体に占める中小企業製品の輸入の割合は、昭和45年の29.4%から、同50年には33.3%の増加となっている。

VI 中小企業の近代化

以上のように、中小企業の諸情勢について、各分野の主たる事項について述べたが、本論である中小企業の近代化は、これ等の前提に立脚して、その内容

について考究することにする。

VI-1 近代化前の中小企業の特徴

中小企業の特徴と問題点についてふれた諸項目が、近代化前における特色としてあげられるのであるが、これ等の諸点に基盤をおいた経営は、一般的に近代化前の経営、すなわち前近代的経営と呼ばれている。いわば、昭和30年代に、中小企業近代化のための諸種の施策が講ぜられるようになった以前の中小企業の経営を、前近代的経営と称するものと解することができよう。

再言重複のきらいがあるが、近代化前の中小企業の特徴いなむしろ欠陥ともいえる主点について掲げることにする。

1. 機械の導入および生産技術体系の確立の遅れ、個人的な技能の蓄積（熟練）によるところが大きかった。
2. 社会化された労働力でなく、同族的、徒弟的性格の労働力を家族主義的に管理し、これが低賃金と結びついていた。
3. 組織的運営が行われず、ワンマン・コントロール one-man control で、経営者個人の人格的支配という性格が強い。故に管理制度が明確でなく、その都度経験的、便宜的に処理されるところがありがちであった。
4. 企業内計算制度における家計と企業との不分離にみられるように、経営全般にわたって、企業の利害と各経営者一族の家計的利害とが混合されてきた。
5. 資本の性格も個人的、同族的であり、社会的性格に欠けていた。
6. 生産、流通、消費市場が比較的狭隘であった。

その他の点についても多々あると考えられるが、要は経営全体について伝統的に培われた人的、物的な面における因襲的な良否相半ばする経営状態が多かった中小企業において、その分野における経営の合理化近代化の時代遅れがあったところに特徴があげられるといえよう。

VI-2 近代化を促進した要因

近代化を促進する要因としては、本来的には企業活動のなかで、内部的に自

主的に促進さるべきものであるが、敗戦後の高度成長期に直面したために、近代化を促進する外部的要因が多分に存在したといえよう。すなわち、次のような諸点があげられる。

1. 経営管理技術の導入と定着

戦時中の技術的空白を埋めるために、1950年代のはじめから、大企業の欧米技術、設備の導入と量産的体制の整理に伴う、各種の経営管理技術の導入と定着が重視せられるに至った。

2. 技術導入による下請企業の系列化

1950年代の半ば頃から、急速に拡大し、下請系列には従来よりも、技術水準、経営管理水準、生産力水準の高い企業を選別育成の必要性を高めた。いわば、独占利潤 monopoly profit 確保というよりは、むしろ利潤拡大のための下請費用節減の管理として、中小企業の経営管理の近代化がより必要視された。

3. 経営規模による近代化

系列下請関係以外の分野でも、産業経済市場構造の変化によって、急速に規模を拡大し得た中小企業にあっては、経営規模拡大による近代化をより高度化する必要を生ずるに至った。

4. 構造の改善

個々の企業のみでなく、企業相互間、殊に同業種間の相互的連結と集合集団から、合同化がより必要視せられる現状下での、産業的業種構造の改善が重要視せられるに至った。すなわち、協同、協業、団地化等による組織体系の構造改善が、重要になるに至った。

5. 中小企業の経営資本の増大と資金管理の合理化

経営規模の拡大による近代化に伴う経営資本の増大は、不可避なものであり、金融機関への依存度は上昇し、同時に資本の社会化が進歩したために、資金需供、資金コスト cost of funds, 資金循環 money flow, 等から、中小企業においても、資金管理 control of funds の合理化がより重要視せられるに至った。すなわち、資金調達 raising of funds, 資金運用 operation of

funds 面においてより効率化を図る必要に迫られたのである。

6. 労働市場の変化

若年労働者の大企業への集中化により、1960年代の人手不足問題、いわゆる労働市場 labor market の変化が、中小企業の近代化推進への契機となった。

7. 国内、国際市場対応のための体制改善

国内市場のみでなく、国際市場への拡大に対応するために、中小企業の旧形態から新体制への脱皮が必要で、生産、流通、貿易等の分野における近代化が、より必要度を増したのである。

その他の要因も存するといえるが、以上のような諸点を特に取り上げたのである。

VI-3 中小企業近代化推進基礎としての特殊法令制度

中小企業近代化推進のための基盤とみるべき、特殊法令の制定が行われたのであるが、その基本法令についての概要にふれることにする。

1. 中小企業基本法

昭和38年7月20日法律第154号で制定公布せられた中小企業基本法は、その第1条において、政策の目標として、中小企業の国民経済において果すべき、重要使命にかんがみて、国民経済の成長発展に即応し、中小企業の経済的社会的制約による不利を是正すると共に、中小企業者の自主的な努力を助長し、企業間における生産性等の格差を是正されるように、中小企業の生産性及び取引条件が向上することを目途として、中小企業の成長発展を図り、あわせて、中小企業の従事者の経済的社会的地位の向上に資することを定めている。

また、中小企業構造の高度化等を図るために、設備の近代化、技術の向上、経営管理の合理化、企業規模の適正化、事業の転換、労務に関し、労働関係の適正化、従業員の福祉の向上等の施策をとりあげ、事業の共同化のための組織の整備等を図ることとし、商業、サービス等に対しても、製造業に準じた政策を講ずることになっている。

なお、この政策達成のために金融制度面の対策をも講ずることとし、中小企業政策審議会の設置、組織、役割についても規定せられている。

2. 中小企業近代化促進法

中小企業近代化促進に関する法令は種々あるが、そのなかで直接関係の深いものは、前述の中小企業基本法と共に、中小企業近代化促進法である。その骨子にふれることにするが、この制定は、昭和38年3月31日法律第64号（同50年7月10日法律第51号で改正）で、昭和35年制定の中小企業業種別振興臨時処置法を引きついだものである。その間、中小企業の合理化促進を主体とする第一近促から、国際競争力の強化、国際化の指向と構造改善事業制度の実施を図る第二近促（昭和44年法律改正）、知識集約化指向と新構造改善事業制度の実施のための第三近促（昭和48年法律改正）と進展せられ、更に第四近促の段階にはいることも考えられる。

(1) 目的

中小企業近代化促進の目的は「中小企業をめぐる経済事情の変化に対処して、その成長発展を図るため、その実態に即した中小企業近代化計画を策定し、中小企業の構造改善を推進するための措置を講ずること等により、中小企業の近代化を促進し、もって国民経済の健全な発展と国民生活の安定向上に寄与することを目的とする」にあると、その第1条に規定せられている。

(2) 中小企業の定義

主体である中小企業の定義としては、①資本の額又は出資の総額が1億円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が、三百人以下の会社及び個人であって、工業、鉱業、運送業その他の業種に属する事業を主たる事業として営むもの、②資本の額又は出資の総額が、1千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が、50人以下の会社及び個人であって、小売業又はサービス業に属する事業を主たる事業として営むもの、並びに資本の額又は出資の総額が、3千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が、100人以下の会社及び個人であって、卸売業に属する事業を主たる事業として営むもの。③資本の額又は出資の総額が、その業種ごとに政令で定める金額以下の会社並びに常時使用する

る従業員の数がその業種ごとに政令で定める数以下の会社及び個人であって、その政令で定める業種に属する事業を主たる事業として営むもの、④企業組合、⑤協業組合等の企業性格をもてる組合もそのなかに含まれている。

3. 中小企業近代化計画の設定に関する指定業種

その計画の設定の指定業種には、①当該業種の事業活動の担当部分が、中小企業者によって行われていること、②当該業種に属する中小企業の近代化が、産業構造の高度化又は産業の国際競争力の強化を促進し、国民経済の健全な発展に資するため、特に必要であると認められること、③当該業種に属する事業が、国民生活との関連性が高い物品、又は役務を供給するものであり、かつその業種に属する企業の近代化を図ることが、国民生活の安定又は向上に資するため、特に必要であると認められること、がもられている。

以上の諸項目を考えると、指定業種となった中小企業自体の近代化が主軸であることは当然として、国民生活の安定又は向上に資するという内容を含む計画の設定であるところに、中小企業の社会的国民性の大きいことが思考せられる。

指定業種となった企業種は、次のような事項について近代化計画を定めるものとする。

①製造業：一目標年度における製品の性能又は品質、生産費その他の近代化の目標及び製品の供給の見通し、②製造業以外の業種にあっては、製造業に掲げる事項に準ずる事項、③新商品又は新技術の開発、設備の近代化、生産又は経営の規模又は方式の適正化、競争の正常化又は取引関係の改善その他の近代化の目標を達成するために必要な事項、④従業員の福祉の向上、消費者の利益の増進、環境の保全その他の近代化に際し配慮すべき主要事項、等が規定されている。その他、主務大臣の公表、関係中小企業者、団体の指導、近代化計画の変更、中小企業構造改善計画の承認、中小企業新分野進出計画の承認、資金の確保、減価償却の特例、転換の指導、中小企業近代化審議会設置など多岐にわたるが省略する。

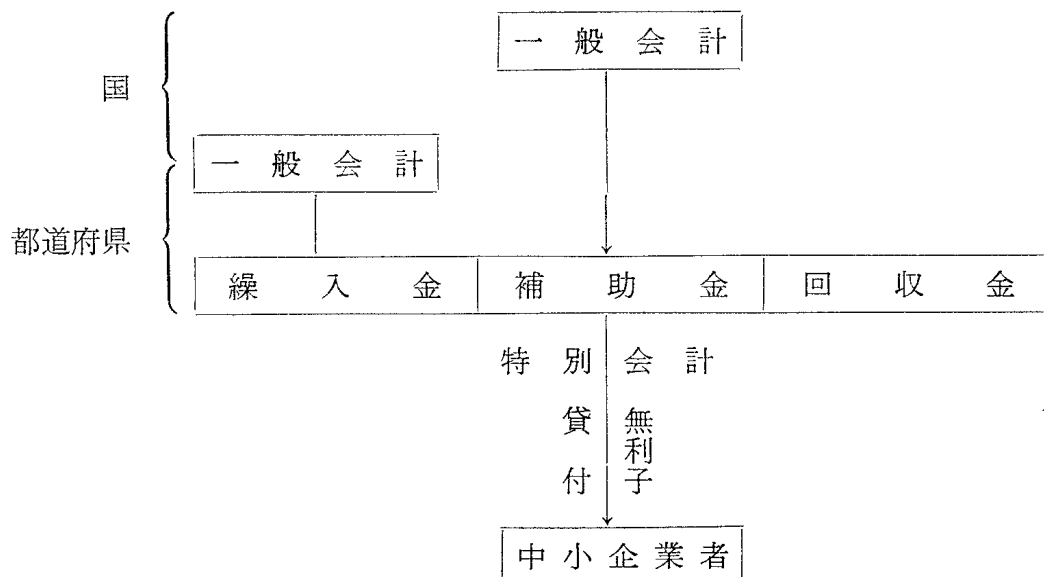
VI-4 近代化政策の実態

中小企業近代化促進法の概要についてふれたが、その政策面における主目標を集約すれば、(1) 設備近代化、(2) 業種別近代化、(3) 高度化 にあるといえる。

1, 設備近代化 modernization of equipment

昭和31年制定の中小企業振興資金助成法（昭和41年に「中小企業近代化資金等助成法」と改称）により、国からは一般会計からの資金補助と都道府県からの同額の補助金の貸付がある。貸付額は原則として、一企業当り20～800万円までで、貸付率は所要資金の2分の1以内で、通常40～1,600万円までの設備について貸付を受け得る。無利子、5年償還（汚水処理施設その他指定設備については12年）で、1年据置、年賦又は半年賦償還である。中小企業設備近代化資金貸付制度のしくみについて図示しよう（第5図を参照）。

第 5 図

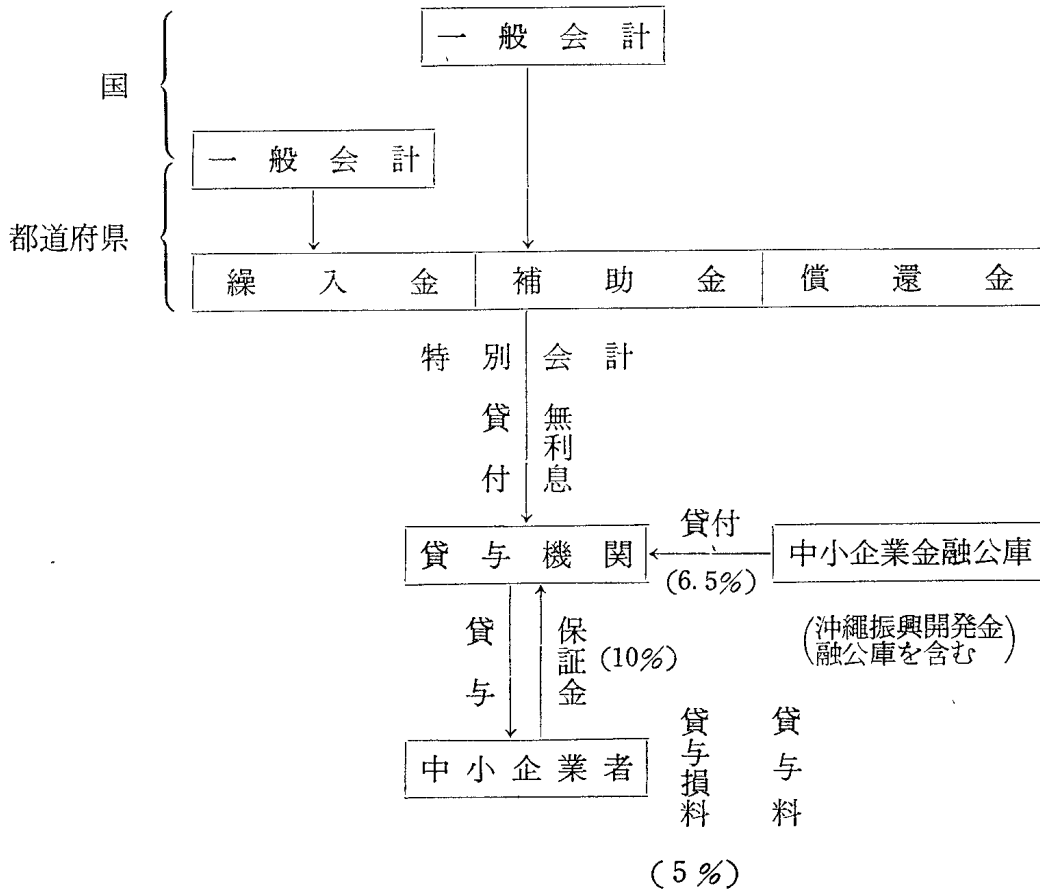


また、設備貸与制度も、設備近代化の一策として行われており、そのしくみについて図示することにする（第6図を参照）。

2. 高度化

昭和42年設立の中小企業振興事業団が行うことになっており、法制化せられているが、現在では、① 工場等集団化（工場団地の建設）、② 店舗集団化

第 6 図



(卸売団地の建設), ③ 貨物自動車ターミナル等集団化, ④ 倉庫等集団化 (倉庫団地の建設), ⑤ 工場共同化 (共同工場の建設), ⑥ 商店街近代化 (商店街の改造), ⑦ 小売商業店舗共同化 (スーパーマーケット寄合百貨店), ⑧ 小売商業連鎖化 (ボランティア・チェーン), ⑨ 計算事務共同化 (計算センター), ⑩ 共同施設 (協同組合と協業組合), ⑪ 企業合同, ⑫ 共同公害防止, ⑬ 特定織布構造改善, 等が, 高度化の対象政策事項として取り上げられている。

このなかで, 工場団地と卸売団地, 商店街 (再開発) 近代化商店街の改造についてふれることにする。

(1) 工場団地 industrial estate

工場団地の歴史的沿革をみるに, ロバート・オーエン (Robert Owen, 1771-1858) 等による, 産業革命 industrial revolution により家内工業 home-craft industry から近代的工場制工業への転換過程で, 労働環境や工場地帯の都市環境の改善を意図した社会運動として, 19世紀前半における工場村落の

提案があるが、今日のような形態での工場団地は、19世紀から20世紀にかけて生まれたものである。「工場団地の母」と呼ばれるイギリス、マンチェスターにおける、トラフォード・パーク団地会社 (Trafford Park Estates Limited) による団地造成以後、アメリカ、イギリスで幾つかの工場団地が建設されているが、特にイギリス政府は、1930年代の不況地域対策として、大規模工場団地の建設に着手している。さらに第二次大戦中および大戦後は、世界各国で工場団地が多数建設されるようになり、我が国でも、近代化促進法実施以来、その建設をみるに至った。

工場団地造成の理由をあげれば、① 産業規模、企業規模の拡大と工業用地に対する需要の増加、② 既成地区における工業用地の不足、運送条件の悪化、③ 雇用対策と地域振興対策、④ 公害対策、⑤ 非常事態に備への工場分散、⑥ 企業集団化による設備近代化、レイアウトの改善、労働環境の改善、⑦ 集団化による公共的施設の節減、等にあるといえる。

なお、我が国の中小工業団地は、中小企業振興事業団、地域振興整備公団、公害防止事業団、日本住宅公団、地方公共団体、大企業等の助成造成及び自主的に造成されたもので、その目的機能は、上記のように、集約化事業により機能の高度的発揮にあるのである。

(2) 卸売団地 wholesale estate

人口の集密化による在来都市の人口過密化と、新都市の開発などにより、物的流通機能に影響するところが大きいので、その主たる機関としての卸売業においては、必要に応じ、卸売団地の造成が行われ、構造改善が実現せられている。

卸総合センターもその具体的な事例であり、衣料品、雑貨、食料品などの卸問屋を一ヵ所に集めて、小売店など買い手に便宜を与え、流通機構における物資の集散、流通コストの合理化に努めている。

(3) 商店街(再開発)近代化 modernization of shopping district—商店街の改造

商店街の近代化を図るための一つの手段として、既成商店街の再開発と新商店街の開発が各地で行われている。すなわち大型店の進出、同業店の競合、人

口集中や減少、交通事情の変化、商圈の変化、消費者購買動向の多様化などがとりあげられ、それ等に対応するための商店街の開発による近代化と構造改善が行われる。

① 小売商業店舗の共同化、② 小売商業連鎖化 *voluntary chain*、③ 計算事務の共同化 *data center; computing center*、④ 公害防止設備リース、⑤ 企業合同、⑥ 事業転換合同、⑦ 設備共同廃棄、⑧ 共同公害防止、⑨ 知識集約化—製品開発、デザイン開発、技術開発及び人材養成等、以上の諸点が、推進の要点として考えられるのである。

3. 特定業種の構造改善対策

生産加工は、経営規模又は方式の適正化、設備の近代化、取引関係改善等の事業、新製品、新技術の開発—品質性能の向上等、すなわち知識集約化を促進するための努力を、集中することが重要である。

4. 新分野進出事業の促進

昭和50年度の中小企業近代化促進法の一部改正により創設された、新分野進出計画制度により、国民ニーズの方向に適合する新規事業分野へ、中小企業がその事業を進出させていくことを、助成し促進することにより、中小企業の存立分野の拡大を図ることを、目的としたものであり、いわば「中小企業のニューフロンティア *new frontier* 作戦」ともいうべきものである。

5. 中小商業 *retail business* の近代化政策

商店街の近代化と関連的に、中小商業自体においても、近代化の必要があり、それぞれの対策が講ぜられつつある。法的には中小小売商業振興法などがあげられ、中小小売商業振興のための振興指針の概要は、次のとおりである。

① 経営の近代化の目標、② 経営管理の合理化、③ 施設、設備の近代化、④ 事業の共同化、⑤ 中小小売商業の従業者の福利厚生、⑥ その他中小小売商業の振興などがとりあげられる。

この振興指針により、商店街の整備、店舗の共同化又は連鎖化事業ボランティア、チェーン及びフランチャイズ・チェーン *voluntary chain stores and franchise chain stores* について、高度化事業計画が作成される。すなわち

商店街整備計画としては、商店街改造事業、共同施設事業があり、店舗共同化計画、連鎖化事業計画等の計画がとりあげられる。

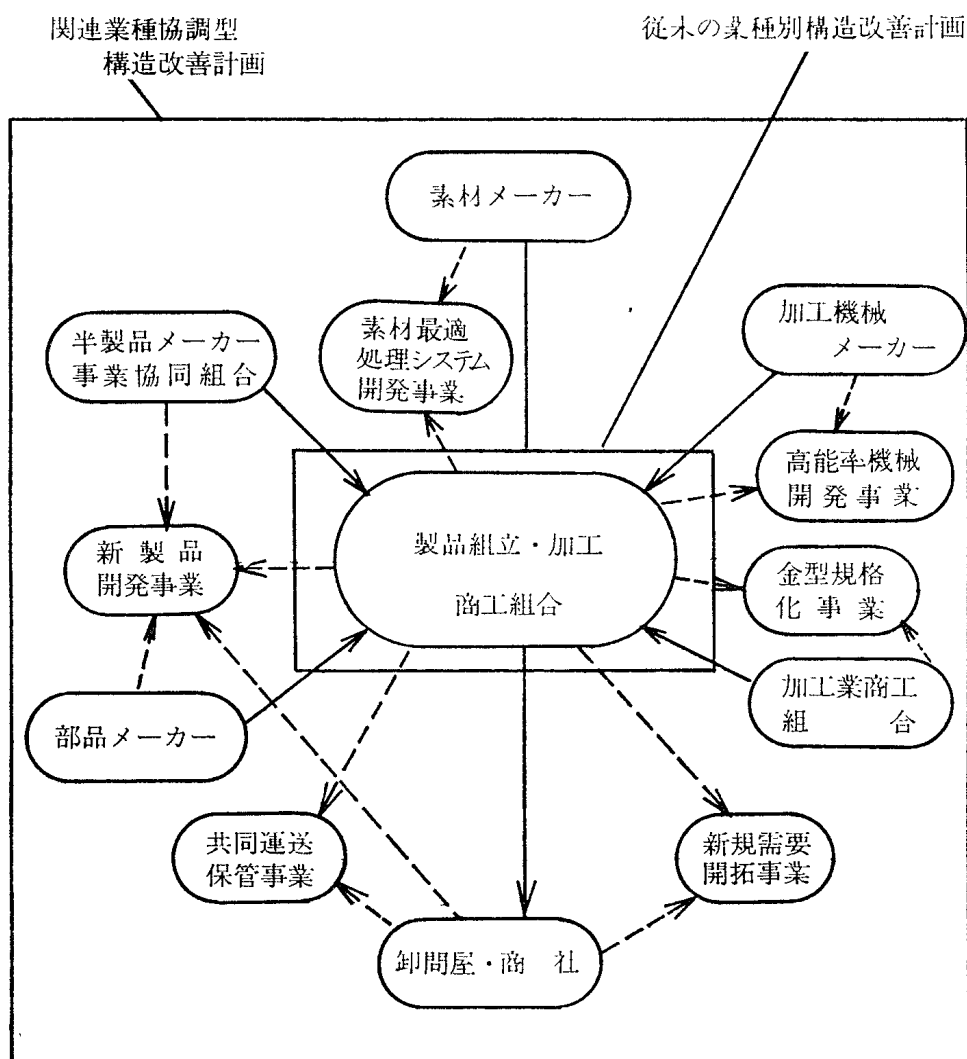
これ等の計画によって、中小小売商業の協業化、協同化の促進が図られている。その内容の一部についてとりあげることとする。

- ① 小売商業の連鎖化事業の推進、
- ② 小売商業の共同店舗の設置開業、
- ③ 業種別協同、協業組合ならびに商店街振興組合の設立と共同事業の伸展、
- ④ 流通システム化の促進

などが、実体として現実に推進せられているのである。

参考までに、〈関連業種協調型構造改善の例〉を図示する（第7図を参照）。

第7図 関連業種協調型構造改善の例



VI—5 近代化についての問題点

中小企業に対する近代化の効果は、その本来的特性における問題点の改善により、その機能の開発増進により、存在価値を一段と高め、重要性を増大しつつある。しかし、総じて事業遂行の場合においていえるように、事業目標、計画と実施結果との間には、ギャップが生ずるのが一般的で、その程度如何が問題となるのである。近代化にあってもそれなりの問題点が、多少にかかわらずあるといえよう。それ等についての一斑にふれることにする。

1. 最適経営規模基準算定における問題点

中小企業基本法における企業規模の適正化の内容は、最適経営規模論にある。最適経営規模論は、ケンブリッジ学派の E. A. G. Robinson の構想からきているといわれているが、かなり批判があり、P. S. Florence などもその一つといわれている。一般に最適経営規模論の批判としては、次のようなものがある。

(1) 規模基準の算出が困難

業種や数量によって普遍的算出が至難である。

(2) 付加価値 added value を基準による算出の不確実性

その理由としては、① 設備の老朽化、② 労働強化による小規模企業の付加価値の増減、③ 親企業からの一方的単価の引き下げによる付加価値の減少又は不確実性がある。

(3) 最適経営規模の適用効果の有無

J. Steide は、無意味である旨を主張している。

(4) 少種大量生産業種と多種少量生産業種との差異

少種大量生産業種の場合その効果は、生産計画の樹立及び達成に役立つが、多種少量生産業種の場合は、適用が困難で効果が少ない。

2. 外部経済の変化と影響による制約

企業経営の社会化、自由化の反面、競合化の進展という一点から考えても、それ等の変化と影響による制約を受ける結果を招くおそれがある。

3. 業界に階層分解の惹起

近代化促進により、中小企業の高度的成長がみられる場合はもちろん、全般的なレベル・アップにより、個々の企業のみでなく、業種別に階層の変化が発生することにもなる。大企業と中小企業との階層は別としても、中小企業間の階層は狭められる面もあり得るといえる。

VI—6 近代化促進と経営計画

経営計画における経営規模を如何にするかについては、最適正規模の問題がとりあげられ研究のポイントの一つであり、その効果に消極的な論がある。しかし、企業経営にあたっては、経営計画が樹立されていなければ、経営管理の理論的及び実践的価値判断ならびに経営推進の目途はたて難い。しかも、企業経営における最終の目的は、生産、加工、販売を通じてその効果的促進を図り、利潤の確保にあるので、計画目標の設定には、最適正規模の設定は、仮りに不可能としても、何等かの方法で、計画目標の設定が経営部門別分野において行われることは必要といえる。従ってここでは、近代化促進計画策定の一部である、販売計画 sales planning のたて方の一つとして実際に行った方法について述べることにする。

1. 損益分岐点方式利用による販売計画のたて方

損益分岐点 break-even point 方式は、費用 expenditure を固定費 fixed cost = F と、変動費 variable cost = V に区別し、売上総利益 gross profit on sales = M, 純売上高 net sales = S, 損益分岐点売上高 sales of break-even point = S' とすれば、

$$S' = \frac{F}{\frac{M}{S} - \frac{V}{S}}$$

なる公式が得られる。

従ってこの基本的公式を活用することによって、一定の希望利益 = P を見込んだ場合の予定損益分岐点売上高は、

$$S' = \frac{P + F}{\frac{M}{S} - \frac{V}{S}}$$

なる計算方式が考えられる。また、固定費、変動費などの増減を見込んだ場合の売上高も算出することができる。

この損益分岐点方式による販売計画としての販売予定額の算出は、常識的といえるように活用されているのは、今更論をまたない。

2. 最小自業法 least square method による販売計画

算出の骨子は、販売傾向の算出方式 $S' = A + Bt + Ct^2$ ——(1) この場合 S' = 販売傾向値, t = 時の流れの関係を示す変数, A, B, C ……は、従来の実績から得られた係数を表わす。従って、 S' と A, B, C ……の差を最小にするためには、次のような連立方程式を解して、 A, B, C ……をきめる必要がある。 $\Sigma S = nA + C\Sigma t^2$ $\Sigma St = B\Sigma t^2$

$$\Sigma St^2 = A\Sigma t^2 + C\Sigma t^4 \quad \Sigma = \text{合計} \quad n = \text{調査期数},$$

$$S = \text{販売実績額}, \quad t = \text{時間の推移}$$

このためには、 t の値をきめる。仮りに各月別の t の値を、調査期間の中央月を見出し、その中央月を 0 とし、中央月より前の月に逐次マイナスの自然数、後の月にプラス自然数をあたへ、 t, t^2, t^4 の値を算出する。

この t の値を上式に挿入の上計算すると A, B, C の値が得られる。これを (1) 式に代入し、 t に任意の値を与えれば、 S' の値がわかることになる。

以上がその骨子といえる。

その他簡易な販売計画における予定販売額の算出方法としては、次のものがある。

3. 前期数値を参考にする販売計画のたて方：——一番影響力のつよいと考えられる、直前期の販売額を予定販売額の計算基礎として計画するもの。

4. 前期までの平均値を参考にする販売計画のたて方：——直前期の販売額のみでなく、これを含む何期間の平均販売額を計算して、販売計画の基礎とするものである。

5. 年間売上に対する月別実績比率から販売計画をたてる方法：——最近年次の年間売上を求め、これを基準に各月売上額を割って、月別比率を算出し、各月比率を逐次加算し、累加比率を算出する。これ等の数値を中心に販売計画

をたてる。

6. 販売の季節指数を考慮においた販売計画，とくに月別平均法 monthly average method による方法：一各年度別，各月別（1～12月）に合計平均数値算出……各月平均値の合計高 $\times\frac{1}{12}$ ＝1月平均高……A

$$\text{各月の季節指数} = \frac{\text{当月平均高}}{A} \dots\dots B$$

$$\text{販売計画額} = \text{月別平均割当数} \times B$$

その他目安法 free-hand method，両分平均法 semi-average method，移動平均法 moving-average method などがある。

要するに，近代化促進法に基く計画策定の場合の販売計画のたて方は，一定方式によるとしても，一般的には，その企業の実態に即した，販売計画を設定し，その達成を図ることが，実状に適合する近代化の一策といえよう。

VI-7 近代化分野における特定指定業種にみる現状と問題点

しからは特定業種指定にみる指定された業種の現状と，問題について，実践的に研究した概要について，参考までに述べることにする。

1. 特定業種の特徴

項目をあげれば，次のとおりである。

- ① 立地的に，大消費地及び特定の産地に集中して立地している。
- ② 経営規模的に中小規模企業であり，家内工業的要素が残存している。
- ③ 輸出の減少の結果，貿易依存度が低下し，反面輸入増加の傾向にある。
- ④ 多品種小量生産形態である。
- ⑤ ファッション性要素の増大に伴う，消費材的ライフ・サイクル life cycle に転移の傾向がみられる。
- ⑥ 卸問屋主体的形態で，メーカー自身の技術開発力，企画力等が脆弱である。

などである。

2. 消費者ニーズの変化

業種の性質から、消費ニーズの変化に、特に左右されるところがある。

(1) 量的変化：一生活必需品として消費者の家庭に定着し、人口の伸び率に、比例的に増加予想の可能性はあるが、高度な量的需要の期待は困難といえる。

(2) 質的变化：一高度成長に伴う近代的文化生活への変化は、人間の社会生活環境を大きく変移させ、衣食住はもとより、日常行動のすべての分野に及んだが、現下の不況的低成長ともいわれる情勢にあっては、質的变化による購買動向にマッチすることがより必要となった。

(3) 消費者ニーズの変化への対応。

① 消費者の実態と消費動向推移の的確な把掌分析検討と、情報の収集と処理。

② 製品の改良と新製品の開発。

③ 品質表示の励行。

④ 必要な宣伝活動の推進。

⑤ 苦情処理 *grievance procedure* とアフターサービスの徹底。

等が、特に必要である。

3. 供給体制の問題点と対応

消費者ニーズ、すなわち需要状況の変化に対する、供給体制の問題がとりあげられる。

(1) 産業組織

手工業的家内工業的な性格と下請組織を基盤として成り立っている。一部に中堅企業 *independent medium-size operators* が存立しているが、その大部分は小規模企業である。従って生産性の向上、生産コストの低廉、品質の改善、高級品種、先進国と国際的競争等の点からみた、設備施設の改善が必要である。と同時に、産業組織体系からみた製造業者及び卸問屋を主軸とし、関連業者をも加えた系列化及び連鎖化形態、すなわち具体的には協同、協業集体化等を推進することも必要といえる。

参考までに、業種における競争の状況について表示することにする(第3表を参照)。

第3表 業種における競争の状況

競争手段	競争相手		輸出市場		輸出市場		輸 入 品		輸 入 品	
	国内同業者		先 進 国		発展途上国		先 進 国		発展途上国	
	現在	今後10年	現在	今後10年	現在	今後10年	現在	今後10年	現在	今後10年
価 格	◎	◎	○	○	◎	◎	○	○	◎	◎
品 質	◎	◎	○	○	△	○	○	○	△	○
デ ザ イ ン	◎	◎	○	◎	△	○	○	◎	△	○
製 品 開 発	◎	◎	○	○	△	○	○	○	△	○
アフターサービス	○	◎	×	○	×	△	△	○	×	△
広 告 宣 伝	○	◎	△	○	×	△	△	○	×	△

◎・大変激しい ○…かなりある △…ほとんどない ×・全くない

(2) 労働問題

下請制生産形態の比重が大きい現状から、家内労働力への依存度が高く、労働力の確保面における現時点では、労働力不足が顕在化していないともいえるが、つぎの諸点について考究の必要がある。

- ① 若年労働者の雇用確保と教育、技術訓練等による人材の養成。
- ② 職場環境の整備と福祉厚生施設の充実による二世、三世従業者の定着と後継者の育成。
- ③ 賃金、諸手当、労働時間等の労働条件の適切化。
- ④ 技術工制度の導入。

4. 経営資源確保と機能の改善

広義における経営資源について検討すると共に機能の改善が必要で、次のような諸点が特にあげられる。

(1) 経営者意識の高揚

経営者特に第一次、第二次下請企業に属する業者の経営意識の高揚が必要である。

(2) 計画管理能力の発揚と機構の確立

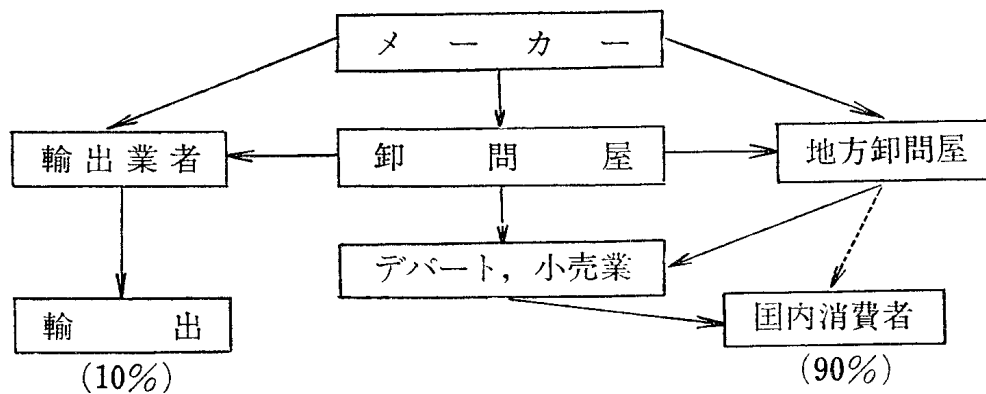
① 生産分野生産加工計画の樹立と製品企画の策定、② 製造加工作業工程の設定、③ 品質管理の実施、④ 資材、製品の管理、⑤ 人事管理、⑥ 運

搬管理, ⑦ 保管倉庫管理, ⑧ 設備, 施設管理。

(3) 流通販売分野の確立

市場動向と情報収集ならびに流通経路の確立が必要で, その一つの形態を, 第8図で示す。

第 8 図



(4) 原材料の確保と新素材の開発

資源不足に対応する方策が必要なことは, いうまでもない。

5. 立地開発

生産, 流通分野における新立地資源の確保と, 工場, 卸売団地の開発が必要である。

6. 国際分業の進展と対応

最近における発展途上国の追上げによる輸出入に, かなり著しい変化がみられつつある。

(1) 輸 出

昭和47年をピークとして, 同49年は, 14.4%の低下がみられ, 同45年を100%とした場合, 41年から44年の平均伸び率は1.8%で, 46年から49年のそれは, 平均6.1%の減となっている。

その原因は, 上記発展途上国の追上げを主として, 新規海外市場開拓の遅れ, 通貨調整に伴う価格競争力の影響, 石油危機後の生産費上昇に伴う価格の変化, 世界的不況に伴う輸出相手国市場の変化等にある。

(2) 輸 入

輸入の推移状況は、上昇の傾向がみられる。昭和45年を100%として、同49年は4.6%と上昇している。その原因は、海外ブランド商品の進出、発展途上国の低価格品の増加等にある。

(3) 国際競争の現状と見通し

国際競争力が、喪失しつつあり、輸出の減少と輸入の増加状況から、従来よりも更に内需型の産業としてのウエートが高くなる傾向も考えられる。従って、構造改善による近代化を推進し、生産体制を改善しつつ、特にデザイン、品質性能等の面で、我が国独自のオリジナル商品 **original goods** を開発し、国際的地位の向上が必要といえる。

(4) 海外投資の現状と見通し

投資の必要性はあるとしても、製品の逆輸入の点についての考究の余地があるといえよう。

以上のように、国際分業の進展に対応するためには、① 不振の実情とその背景の究明、② 海外市場調査収集分析、③ 新市場の開発と拡充、④ 独自の輸出品の開発、⑤ 商品の **PR public relations** 活動、⑥ 技術提携 **technical tie-up** 等である。

上述のような諸点を主軸として、特定指定業種の近代化に伴う構造改善が、行われつつあるのである。

VII 中小企業の近代化と今後の指向

近代化への推進のために諸種の政策が、中小企業自体は勿論、国策の一環として行われてきたので、その効果はみるべきものがある。しかし、現下の産業、経済、社会および国際情勢の推移に対応するためには、より近代化を図る必要性があり、これが中小企業の生きる道につながるようになると思われられる。そのためには、上述の各分野での諸点について考究し、その遂行に努めることにあるといえよう。従って、重複再論の弊があると思うが、論述の諸点を集約化し、中小企業近代化の今後の指向としての項目を列挙することにする。

1. 総合的な指向

- (1) 機動性の向上：一状況判断，意志決定，実行の過程における企業活動の機動性。
- (2) 創造，開発性の醸成，情報収集活動の充実。
- (3) 企業家精神の発揮。
- (4) 特殊技術，技能の蓄積，活用。
- (5) 経営者と従業員との一体的経営，人的能力の活用。
- (6) 財務体質の強化，などベンチャー・ビジネス *venture business* 化の推進。

2. 中小製造業の対応指向

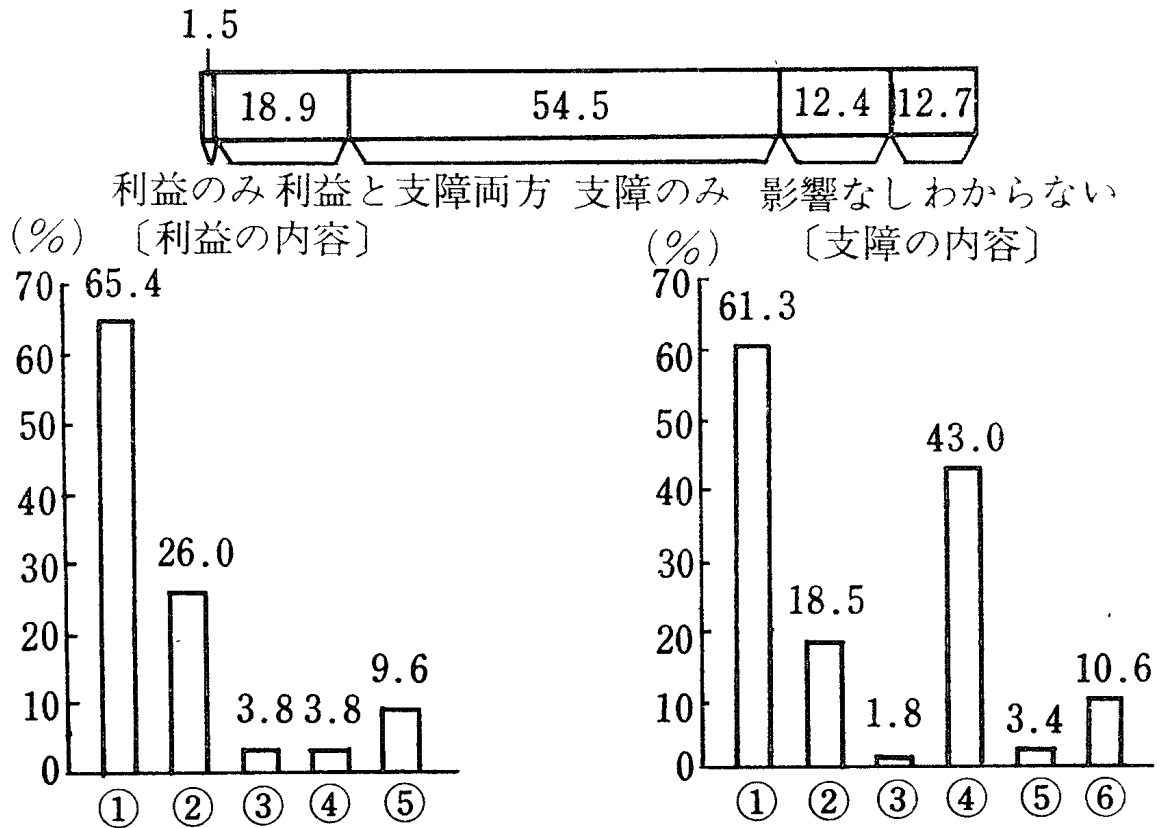
- (1) 製品の個性化，高級化：— ① 品質，機能の向上，② ファッション化，③ 新機能の開発，付与，④ 新製品の開発。
- (2) 非量産分野への低コスト化：— ① 省力機械の導入，② 生産工程方法の合理化，③ 生産品目の集中化，標準化，④ 機械の自主開発，工夫改良，⑤ 原材料の有効利用，⑥ その他。

3. 中小商業，サービス業の対応指向

- (1) 中小小売業の対応指向
 - ① 商揃えの強化：— 専門化，複合化，② サービスの強化，③ 共同事業による販売力の強化：— 商店街活動，ボランティア，チェーン等への加盟，店舗共同化，④ 立地転換，⑤ その他。
- (2) 中小卸売業の対応指向
 - ① 品種構成による販売力強化，② ソフト機能の充実：— 商品の企画，共同化，他企業との提携，③ サービスの強化，④ その他。
- (3) 中小サービス業の対応指向
 - ① 価格の低廉化：— 大衆化，迅速化による，② サービスの質的向上，③ チェーン化，ネットワーク化，④ その他。

第9図 大企業進出による影響

(単位：%)



- ① 良い意味での刺激を受け、自企業の体質強化を促した。
- ② 大企業による新需要の発掘や顧客吸引力の強化は、間接的に良い影響を及ぼした。
- ③ 大企業から指導・援助を受けるなど直接的な恩恵を受けた。
- ④ 業務提携や大企業主宰のチェーン制度に参加することができた。
- ⑤ その他、大企業から利益を受けるところがあった。

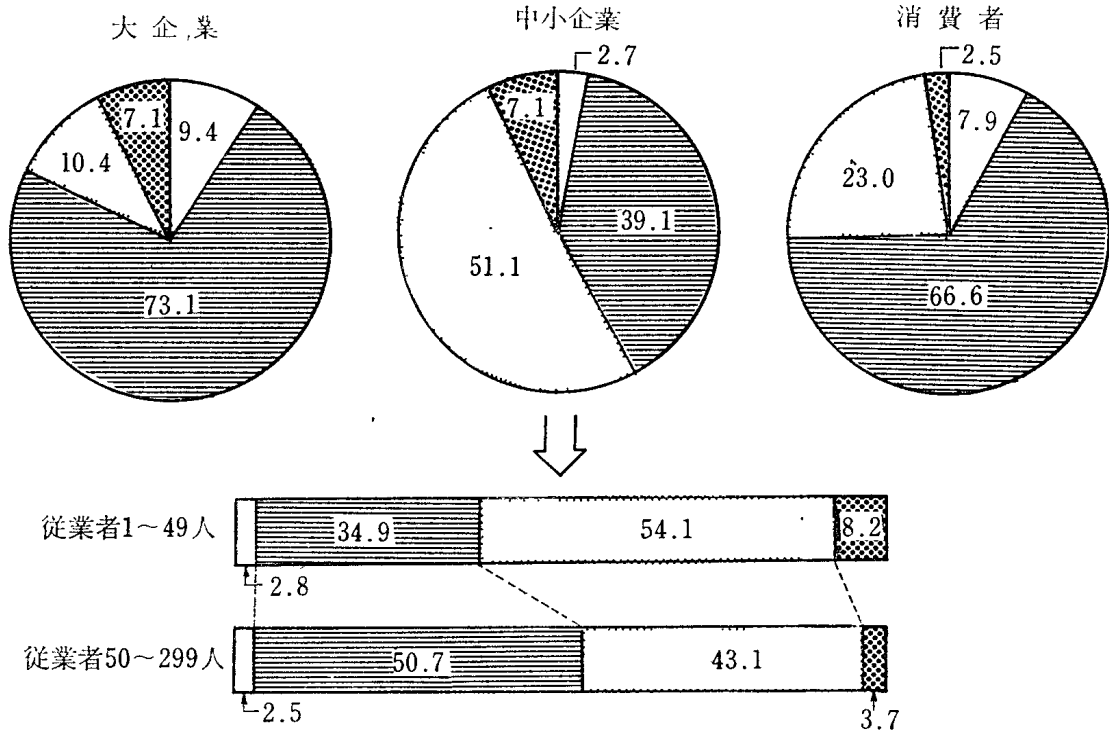
- ① 製品・サービスの価格競争が激化した。
- ② 製品・サービスの非価格面での競争が激化した。
- ③ 原材料等の仕入れが困難になった。
- ④ 製品・サービスの売上げが減少した。
- ⑤ 転・廃業の止むなきに至った。
- ⑥ その他、大企業の進出により支障を生じた。


資料：中小企業庁「分野問題に関する中小企業意識調査」51年10月


- (注) 1. 複数回答のため合計は100を超える。
2. 大企業の進出があったとする中小企業についてみたものである。


第10図 分野調整法についての考え方


(単位 %)



- 

大企業が中小企業の多い事業分野に進出することは、消費者利益の増進等の観点からも自由であるべきであり、したがって、事業分野調整のための新たな立法措置は必要ないと思う。
- 

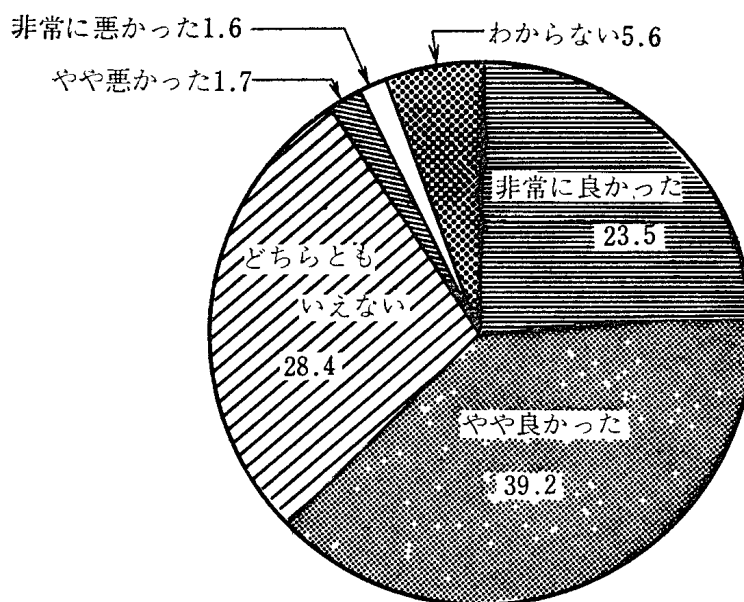
大企業か中小企業の多い事業分野に進出することは、基本的には自由でよいが、進出に伴う過大な経済的・社会的摩擦を避ける観点から進出に伴う紛争を円滑に処理する法律があつてよいと思う。
- 

我が国経済における中小企業の経済的・社会的重要性にかんがみ、中小企業にふさわしい事業分野は法令で指定し、固定的に中小企業のために確保すべきであり、このような事業分野への大企業の進出を規制（禁止又は抑制）する法律を制定すべきだと思う。
- 

わからない。

資料：中小企業庁「分野問題に関する大企業意識調査」51年10月
 中小企業庁「分野問題に関する中小企業意識調査」51年10月
 中小企業庁「分野問題に関する消費者意識調査」51年10月

第11図 大型小売店進出に関する消費者の評価



資料：中小企業庁委託調査「消費者購買動向調査」51年11月

(注) 本図は日頃買い物をしている地域に「大型小売店の進出があった」とする消費者の評価である。

4. 新事業分野へのシフト

5. 下請中小企業の対応指向

- ① 組織化，他企業との協力化， ② 親企業との関連性と自助化， ③ 下請取引慣行と体質の改善， ④ その他。

なお，大企業の進出分野調整や，国際分野での今後の中小企業の指向も重要であることは論ないところである(第9，10，11図参照)。

従って，中小企業に対する近代化は，今後の情勢変化に対応して，各角度からより合理的効果的に，高度化の途を指向すべきであるといえよう。

おわりに

中小企業に対しては，日本のみでなく，欧米諸国においても，現下の重要問題の一つとして，近代化その他の政策がとりあげられている。すなわち，スタ

グレーション stagflation に伴う失業の増加に対処する、ジョブ・クリエーション job creation の一手段としての中小企業の創出、高令者の職場としての中小企業の創出、ニーズ充足のための技術集約型中小企業の維持、イノベーション innovation の担い手としての中小企業の育成、資源多消費型の大企業に代替する新タイプの中小企業の育成、発展途上国開発の担い手などとしての中小企業等に対する重要性を重視している。例えば西独においては、産業構造転換が、石油ショック後の事態、特にマルク相場変動などによる影響により活発化したといわれている。またフランスでも研究開発のため、積極的なイノベーションの推進をはかっているし、イギリス、米国においても、中小企業近代化についての政策が何等かの型で行われていると考えられる。

このような情勢下において、我が国の中小企業近代化促進について、各分野から一応理論的実践的に、その一端にふれたが、十分とはいえない。しかし、構造不況業種の発生、企業倒産の増加や国際金融市場における円高相場など、国内及び国際関係は多事多難の激変下であり、中小企業における問題の指向は、むしろ今後においてよりクローズアップするものといえよう。従って、直接的に特定指定業種の第1、第2、第3……近代化促進にタッチした経験をも加味して、あえて論述した次第である。ご了承の程をお願いいたします。

(終り)

“参考書および資料”

- | | |
|-------------------|-------------|
| 経済成長と中小企業 | 山中篤太郎 編 |
| 中小企業問題入門 | 加藤誠一 編 |
| 中小企業白書 | 中小企業庁編 |
| 中小企業論 | 藤田敬三・竹内正巳 編 |
| その他調査資料：一特定業種指定資料 | |
| ” ” | 工業近代化に関する資料 |
| ” ” | 商業近代化に関する資料 |
| ” ” | 特定業種産業統計 |
| ” ” | 構造改善に関する資料 |
| ” ” | 業態調査分析 |
| ” ” | その他自己研究資料 |