

第1回（2018年7月30日）：「中小企業と大局観」

「中小企業」は一般的な言葉である。新聞、テレビなどのメディアで日々目や耳にするし、日常会話でも普通に使う。書店には中小企業を冠した書籍が山ほどある。しかし、私たちは果たしてどれほど「中小企業」のことを知っているのだろうか。また、「中小企業」がどのような環境に置かれているのか知っているのだろうか。中小企業の数に膨大で、そこには極めて多様な事業者が含まれる。中小企業を語る際、各々の想定するイメージがどこまで一致しているかの保証はない。ある人は大資本に虐げられる町工場を、ある人は高い技術力でわが道を歩むオンリーワン企業を、ある人は近所の商店街を、ある人は急成長するベンチャー企業を思い浮かべるかもしれない。

大企業も多種多様だが、我々が大企業のことを知る機会は桁違いに多い。最新版の『中小企業白書』によれば、中小企業数は約381万社である（総務省「平成26年経済センサス」に基づく算出）。対する大企業は約1万社である。大企業を代表する、東京証券取引所一部上場企業に限れば2,100社程度に過ぎない。報道などで我々に伝えられる企業情報の多くは大企業に関するものである。数で言えば0.3%にも満たない大企業が、情報量では圧倒している。

筆者は長年にわたり日本経済の分析に携わってきたが、四半世紀も前になる駆け出しの頃から、漠然としたある疑問を感じ続けてきた。企業の多数派は中小事業者のはずなのに、我々の目は大企業にばかり向いていないか。そうした問題意識を筆者なりに形にしたのが、2014年10月に上梓した『中小企業のマクロ・パフォーマンス』（日本経済新聞出版社）である。我々が中小企業に抱いているイメージはいかなるもので、それは妥当なのか。中小企業は常に“支援”しなければ存在し得ない存在なのか。日本経済の成長に中小企業はどれくらい貢献しているのか——かねてより関心を持ってきたこれらの論点を扱った同書は、幸いにも出版賞などを通じて専門家から一定の評価を頂くことができた。

ただし、同書はあくまでも学術専門書として執筆したものであった。刊行後、中小企業に関心が高い方々から、「分かりやすく解説してもらえないか」「こんなテーマとつなげて話を展開してもらえないか」といった反響を多数頂いてきた。

今後予定している本欄の（不定期）連載は、こうした声を踏まえつつ、大きく二つの目標を持っている。まずひとつは、拙著の内容のうち、一般の読者に興味を持ってもらえそうな論点をピックアップして、平易に解説することである。

もうひとつの目標は、出版後の世の中の動きや、出版時に扱えなかった論点を解説することである。例えば、中小企業が関係する最近の3つの動きがある。ひとつは、企業を「大企業と中小企業」の二つに分けるだけでなく、中間領域たる「中堅企業」や、特に規模が小さい「小規模企業」に着目し、企業規模を細分化する動きである。これは特に中小企業政策で

重視されつつある視点である。

もうひとつの動きは地域活性化、あるいは最近の言葉でいうところの「地方創生」である。本来、中小企業と地域経済は別次元の概念ある。しかし、現実には、大企業の多くが都市部に集中し、地域経済の中心的な役割は中小企業が負っている。企業規模と地域のそれぞれによる分類は重なりが大きい。

3つめは、中小企業の参入・退出を通じた“新陳代謝”の議論である。この論点は2014年の拙著でも扱ったが、その後、関心はさらに高まっている。

もともと拙著は、中小企業を大局観でとらえる、すなわち中小企業を総体としてとらえ、日本経済の中での位置づけを探ろうとするものであった。今回の連載も自ずとそうした視点に基づくものとなる。したがって、中小事業者の方々には、日々の経営にすぐ活かせる“ノウハウ”というより、長期戦略を考えるための大局観を得る情報と捉えて頂ければと思う。地域の中で、業界の中で、自らの立ち位置を冷静に認識することは、経営上きわめて重要であろう。しかし、実際にはそうした中小企業関連情報は少ない。

このほか、多数の中小事業者と取引をされている大企業関係者、中小企業政策に携わる行政当局者、中小企業を分析対象とする研究者の方々も、読者として想定している。わが国中小企業の健全な発展を願いつつ、有意義な連載にしていきたい。