

中小企業の存立条件に関する一考察

——競争論を基礎として——

大 前 智 文

目 次

はじめに

1. 先行研究から見る「中小企業の存立条件論」の課題
2. 競争論を基礎とする中小企業論の導入
 - 2.1 問題意識の導出
 - 2.2 基本的な競争概念の整理
 - 2.3 取奪される（発展を阻害される）中小企業の発展の可能性
 - 2.4 取奪される（発展を阻害される）中小企業が発展するための諸条件
3. 存立・発展する中小企業の事例分析と諸条件の検討
 - 3.1 存立・発展する中小企業の事例分析
 - 3.2 「新生産方法の率先的導入」に関する検討
 - 3.3 「製品差別化」に関する検討
 - 3.4 「新部門形成」に関する検討
 - 3.5 新たな分析視角「残存部門の新部門への転化」に関する検討
4. 競争論を基礎とする「中小企業の存立条件論」

おわりに

はじめに

現実における中小企業の存立のあり方は多種多様である。山中篤太郎氏は中小工業について、「同質的一體であると云ふよりは、異質的な群であり、一元的であるよりは多元的なのである」⁽¹⁾として、その異質・多元性を把握した。続けて、「(中小工業は)内面的統一的把握の道は拒否されて可なりとし得る雑多な対象なのであろうか」⁽²⁾と問題提起し、中小工業の本質的把握の必要性を指摘した。このような山中氏の問題提起は、現実の中小企業の様々な存立のあ

り方を理論的に把握する必要があるという、中小企業研究の基本的な課題のひとつである。

「中小企業の存立条件論」は、A. マーシャルを源流とするケンブリッジ学派を中心に展開されてきた⁽³⁾。マーシャルは『経済学原理』において、競争均衡と収穫逓増の理論的な矛盾、換言すれば、規模の経済と小企業の存立というジレンマに直面した。この理論的な問題は、マーシャルの経済理論の継承者を中心に「ケンブリッジ費用論争」として展開され、不完全競争の理論、寡占・独占ならびに寡占・独占価格の形成に関する経済理論に結実した。一方で、小

(1) 山中篤太郎『中小工業の本質と展開—國民經濟構造矛盾の一研究—』、有斐閣、1948。同書 p. 30 より引用する。

(2) 同上 p. 32 より引用する。括弧内は筆者が加筆する。

(3) マルクス経済学においても「修正主義論争」の一環として、小資本の動態に関する議論が展開された。

企業の存立条件に関する理論研究は停滞した。

拙稿「ジョセフ・スタインドルの寡占・独占理論と中小企業の存立に関する一考察—『アメリカ資本主義の成熟と停滞』の再検討から—」⁽⁴⁾では、ケンブリッジ学派に属し、資本主義の長期的かつ内生的な成長理論と寡占・独占理論の研究を進めるとともに、小企業の存立条件について思索を巡らせた、J. スタインドルの経済理論の再検討を進めた。具体的には、『小企業と大企業』⁽⁵⁾における不完全競争論的アプローチだけではなく、『アメリカ資本主義の成熟と停滞』⁽⁶⁾における寡占・独占と寡占・独占的価格決定に関わる論述までをひとつなぎの経済理論として再接合した。このことから、規模の経済に基づく寡占・独占の成立と、それによる不利や圧迫を前提とした中小企業の存立と動態の理論化を進めるための基礎を構築することができた。

本研究では、現実の中小企業の存立・発展の事例分析から、基本的な不利を前提とする中小企業の存立条件に関わる理論研究を進める。なお、理論構築のための基礎的な分析視角として、渋井康弘氏の「競争論を基礎とする中小企業論序説」⁽⁷⁾における、その発展を阻害されながらも力強く発展する中小企業の可能性に関する理論的な整理を参考とする。

1. 先行研究から見る「中小企業の存立条件論」の課題

中小企業研究における「中小企業の存立条件論」は、長らく、その理論的な課題や限界性が指摘されてきた。

高城寛氏は『現代中小企業基礎講座 1 経済構造と中小企業』第7章「中小企業の存立条件」⁽⁸⁾において、ケンブリッジ学派に基づく「中小企業の存立条件論」の展開を概説的に素描するとともに、その問題点を指摘した。

高城氏は資本主義発展の過程における資本間競争が生じさせる生産・資本の集積・集中によって、大資本による小資本の絶え間ない駆逐・淘汰・吸収が一般的傾向として進行しているという前提に基づき考察を進めた。そして、「現実の中小企業は、資本主義発展の歴史的・構造的矛盾の産物としてあらわれ、その存立条件はかかる問題性のあらわれ方によって規制されている」⁽⁹⁾として、「中小企業存立の問題」と「問題としての中小企業」とは同一の研究課題であると論じた。続けて、「この生産・資本の集積・集中法則と現実に広範に存在する中小企業の様相との、一見矛盾した理論上の連関をどのように理解すべきなのか」⁽¹⁰⁾と問題提起した。

中小企業の存立については、「独占資本にとって魅力の少ない、かつ不安定な分野に多いこと

(4) 大前智文「ジョセフ・スタインドルの寡占・独占理論と中小企業の存立に関する一考察—『アメリカ資本主義の成熟と停滞』の再検討から—」、『名城論叢』第16巻第4号、名城大学経済・経営学会、2016年。

(5) J. スタインドル 米田清貴・加藤誠一訳『小企業と大企業—企業規模の経済的諸問題—』、巖松堂、1956。

(6) J. スタインドル 宮崎義一訳『アメリカ資本主義の成熟と停滞—寡占と成長の理論—』、日本評論社、1962。

(7) 渋井康弘「競争論を基礎とする中小企業論序説」、植田浩史・糸野博行・駒形哲哉編『日本の中小企業研究の到達点』第10章、同友館、2010年。

(8) 高城寛「中小企業の存立条件」、加藤誠一・水野武・小林靖雄編『現代中小企業基礎講座 1 経済構造と中小企業』第7章、同友館、1976。

(9) 同上 p. 192 より引用する。

(10) 同上 p. 194 より引用する。

であり、また反面では業種別不均等発展の中で、いわゆる成長業種といわれる業種において、多く進出が見られながらも、業種間移動（業種転換）が激しくなっている⁽¹¹⁾として、極めて流動的で不安定であるという基本的性質を論じた。一方、「中小企業の存立条件論」に関わる諸研究については、「現代資本主義の社会・経済関係と切り離して、現在の中小企業の存立要因は考えられない⁽¹²⁾」として、批判的な立場から概説した。

三井逸友氏は『現代経済と中小企業』第Ⅱ章「『中小企業論』研究の方法と『存立』論・『問題』論」⁽¹³⁾において、「中小企業の存立条件」を一般法則的に示そうとする試み⁽¹⁴⁾について論じた。具体的には、「『不完全競争論』アプローチは、近代経済学的分析のうえでの中小企業の存立条件の位置付けとして有力な理論方法となりうる。それだけでなく、中小企業の経営戦略や市場展開においての『差別化』や『新市場開拓』の課題として語られる場合も少なくない⁽¹⁵⁾」として、その意義を認める一方で、「部分的な事象の解釈や、極めて制限された条件下での議論にとどまる傾向がつよく、それだけでは十分説得的ではない⁽¹⁶⁾」と批判した。加えて、「中小企業の存在を『合理的に』説明し、条件付けることがすなわちその存在を永久不変に安定し

たものとして位置づけるものとしがちであり、そのため現実の中小企業の直面する『困難』やその地位・経営の不安をみようとしなない、あるいは少なくとも個々の事例的な問題としてしか取り上げないという結果になりかねない⁽¹⁷⁾」として警鐘を鳴らすとともに、「『中小企業問題』一般の位置付けと構造的な理解を図る研究は北原氏や佐藤氏の論稿以降活発とは言えない⁽¹⁸⁾」と述べ、研究の発展を求めた。

このように「中小企業の存立条件論」に関する研究については、資本主義の運動法則に基づく中小企業であるがゆえの問題性を前提とした動的な経済理論の欠如という、その本質的な課題が指摘されながらも停滞が続いてきた。

2. 競争論を基礎とする中小企業論の導入

2.1 問題意識の導出

スタインドルは『アメリカ資本主義の成熟と停滞』において、不完全競争論を批判的に継承し、D. リカードの差額地代論を援用して、その価格決定のあり方に加え、競争産業から寡占産業への構造変化のメカニズムを論じた。以下では拙稿「ジョセフ・スタインドルの寡占・独占理論と中小企業の存立に関する一考察—『アメリカ資本主義の成熟と停滞』の再検討から—」

(11) 同上 p. 198 より引用する。

(12) 同上 p. 213 より引用する。

(13) 三井逸友『現代経済と中小企業』、青木書店、1991。

(14) 三井氏はスタインドルについて、「スタインドルも述べているように、問題は『不完全競争』アプローチによって中小企業の長期的な存続を説明するのは極めて困難である点にある。ごく例外的な『独自の新商品』開発に成功したり、限られた特殊な市場にたいしている企業の場合を別とすれば、『不完全競争論』は本来独占と独占的価格決定をめぐる分析方法なのであり、これのみで説明できることは多くはない」（同上 p. 64 より引用する）という評価を下した。これに対し、拙稿では、スタインドルが論述した経済理論の意義と課題から「不完全競争に基づく寡占・独占を前提とした小企業の存立」という分析視角を導出した。

(15) 同上 p. 64 より引用する。

(16) 同上 pp. 65-66 より引用する。

(17) 同上 p. 66 より引用する。

(18) 同上 p. 88 より引用する。



図1 競争産業から寡占産業に展開する価格決定モデル

※筆者作成

に基づき、スタインドルの経済理論を要約する。

差額地代論では、劣等地に比べ肥沃地の生産費用は相対的に安価になる。劣等地の生産物の価格が市場価格となる場合、肥沃地の生産物には超過利潤が生じる。図1のように、スタインドルは差額地代論の準則を工業製品に適用することにより、費用＝価格となる限界生産者である小企業が多数存在するような競争産業における価格決定メカニズムを論じた。これに加えて、その価格低下、利潤率の低下、企業規模の拡大のメカニズムを合わせて論じることにより、競争から寡占・独占への構造変化を動的に論じた。このようなスタインドルの論理展開は簡素ではあるが、ケンプリッジ学派による不完全競争論の批判的分析から、企業規模に基づく利潤率の階層構造と資本蓄積の動態とを内包した経済理論への展開に成功している。

加えて、スタインドルは、ある産業部門における企業規模の拡大と企業数の減少により当該産業よりはじき出された企業家や資本が他の参入の容易な産業に移動する、あるいは全く新しい産業分野が誕生し、そこで激しい競争が進行している点に注目した。そして、ある産業部門における企業規模の拡大や企業数の減少の速度は、その市場、技術、労働力などに規制されており、ある産業部門における競争状態から寡占・独占状態への進行には時間的・技術的な制

限、つまり「大資本の漸進的發展」が存在するために小企業が存立する余地があることを論じたのである。

規模の経済に基づく寡占・独占の進行は経済法則である。ただし、図1のようにすべての産業部門において「価格Ⅰ」が「価格Ⅱ」、「価格Ⅲ」へと急速に下落し、当該産業部門の企業規模の拡大が一挙に進行するわけではない。また、小規模企業群・限界生産者の競争相手として大規模企業群が常に存在（顕在化）しているわけではない。競争状態から寡占状態への構造変化は、それぞれの産業部門において、そのテンポに相違がある。このために、中小企業の存立は当該産業部門・企業の緩慢な発展を前提として成立している。

このような「大資本の漸進的發展」に基づく、企業成長の緩慢性については、「スタインドルは資本蓄積のテンポを過小評価している」⁽¹⁹⁾という批判がある。P. シロス＝ラビーニは「技術の不連続性」を強調し、「小企業が大企業へと成長する過程は、漸進的ではない。飛躍がある」⁽²⁰⁾と指摘した。大企業あるいは寡占・独占資本は参入障壁が低い産業分野に対しては新規参入が可能であり、この意味においても中小企業は大企業、寡占・独占資本に対して基本的な不利性を有する。図1に示されているように、小規模企業群あるいは限界生産者の競争相手と

(19) 加藤誠一・渡辺俊三『中小企業総論』、有斐閣、1986。同書P. 118より引用する。

(20) P. シロス＝ラビーニ 安倍一成訳『寡占と技術進歩』、東洋経済新報社、1964。同書p. 49より引用する。

して大規模企業群は潜在的あるいは顕在的に存在しているものとして理解する必要がある。

このように、中小企業の存立は当該産業部門の緩慢な発展と、寡占・独占による潜在的あるいは顕在的な圧迫とを前提として、「現代資本主義の社会・経済関係と切り離して、現在の中小企業の存立要因は考えられない」という基本的な問題意識から分析・考察されなければならない。また、スタインドルの競争状態から寡占状態に展開する構造変化モデルには中小企業の存立・発展に関する視点が欠如している。このような限界性を突破するためには競争論に基づく中小企業の存立・発展の諸条件を分析し、説明する必要がある。

2.2 基本的な競争概念の整理

スタインドルは『小企業と大企業』において「これまでの分析が、あまり著しく異なっていない生産物を生産している産業に適用される」⁽²¹⁾ ことに加え、「統合された企業と統合されていない企業とを比較することができない」⁽²²⁾ として、自身の分析の限界性に言及した。また、後年には寡占・独占の進展による競争の質的变化について着目したが、その経済理論を体系的に論述することはなかった⁽²³⁾。このために、基本的な競争概念を整理する必要がある。

本研究における競争は、部門内競争と部門間競争とを基礎とする。図1のような競争産業では当該部門内において、より高い利潤率を獲得するための大規模な新生産方法の導入競争が展開される。このために部門内には大規模な新生産方法が普及し、供給が拡大することから製品

価格が低下する。そして、製品価格の低下に耐えられない企業の廃業・淘汰が進むために、当該部門の標準的な企業規模が拡大する。このような競争の過程から、資本の集積・集中と利潤率の階層化が生じる。ただし、このようなメカニズムは各産業部門において一律かつ一挙に進捗するものではない。

資本主義の発展により、各産業部門では資本蓄積と企業規模の拡大が進行し、製品価格低下が生じ、限界生産者（費用＝価格）となる企業規模は大きくなる。これは最低必要資本量の増大を意味する。最低必要資本量は各産業部門の参入障壁として機能し、部門間競争による資本移動を制限する。また参入障壁は法制度や独自の技術等によっても形成される。このために、各産業部門には不均一な参入障壁が形成される。そして、資本の集積・集中を経て、最低必要資本量に対応した利潤率の階層構造が形成される。他方で、参入障壁が低く、部門間競争による資本移動が生じる場合には、その限りにおいて産業部門の利潤率が均等化される。

産業部門が寡占・独占的となった場合には最低必要資本量も大きくなり、新規参入や部門間競争が阻害される。また、寡占・独占的な産業部門における競争は企業規模の拡大に基づく単純な価格引き下げ競争ではなく、技術革新に基づく新生産物や新生産方式の開発・導入を伴う複雑なものに変容する⁽²⁴⁾。

資本主義の運動法則に基づくこのような競争が展開されることにより、中小企業は中小企業であるがゆえの問題性を有し、その発展は阻害されるという基本的な性質を有するのである。

(21) 前掲書 J.スタインドル (1956) p.75 より引用する。

(22) 前掲書 J.スタインドル (1956) p.76 より引用する。

(23) 前掲論文 大前 (2016) p.218 「2.2 寡占・独占の進展による競争の質的变化について」を参考とする。

(24) 前掲論文 大前 (2016) p.218 にて提示した「競争の次元」に関する考察・分析については今後の課題とし、本研究では基礎的な競争概念の整理に留める。

2.3 収奪される（発展を阻害される）中小企業の発展の可能性

渋井康弘氏は『日本中小企業研究の到達点』第10章「競争論を基礎とする中小企業論序説」において、多種多様な中小企業のあり方について、競争論の視点に基づく分析・考察から基礎的な理論の構築を試みた。

渋井氏は、下請制の性格規定をめぐる「藤田・小宮山論争」における対立の中に「共通した論理の飛躍」を発見し、その議論を発展させた研究者として渡辺幸男氏を挙げた。渡辺氏は『日本機械工業の社会的分業構造』⁽²⁵⁾において「両氏ともに、下請企業の技術力向上の停滞性と非収奪を一体のものともみなしている……（中略）みなしているからこそ、小宮山氏は、親企業と下請中小企業の生産上の有機的結合、そしてそのもとでの下請中小企業の生産力向上の可能性から、直接親企業と下請中小企業の対等な取引関係を展望することとなった。他方、藤田氏は専属の下請関係の中にも、依然として収奪関係が存在することを確認したがゆえに、そこからすぐさま下請中小企業の技術力向上の限界を導くにいった」⁽²⁶⁾と批判的に分析した。渋井氏は渡辺氏の見解に基づき、下請企業の被収奪と生産力の停滞はイコールではなく、中小企業を「収奪されつつも発展しうる存在」⁽²⁷⁾として捉え、これを基礎的な分析視角と定めた。

加えて、渡辺氏は日本機械工業の下請中小企業を対象として、その実証的分析から帰納法的

に、現代日本の社会的分業構造と競争・取引関係のあり方を解明することを目的とした。一方、渋井氏は「中小企業の実展可能性自体は、日本機械工業固有の問題ではなく、資本主義的蓄積一般の問題として捉えうるものである」⁽²⁸⁾と論じ、これを日本の下請中小企業を対象とするだけでなく、「中小企業一般、中小企業の本質の問題」⁽²⁹⁾として理解し、その理論的な把握を研究課題とした。

このような「収奪される（発展を阻害される）中小企業の実展の可能性」という分析視角は、「規模の経済に基づく寡占・独占による基本的な不利を前提とした中小企業の実立・動態のあり方」とほぼ共通の問題意識・研究課題を有するものとして、その理論的な整理を援用することが可能である。

2.4 収奪される（発展を阻害される）中小企業が実展するための諸条件

渋井氏は収奪されながら（発展を阻害されながら）力強く実展する中小企業の実展可能性について、非独占部門において資本蓄積・生産力実展につながる有利な条件を①新生産方法の率先的導入、②製品差別化、③新部門形成、④国外展開、⑤有利性をもたらすその他の諸要因として列挙した。以下に①新生産方法の率先的導入、②製品差別化、③新部門形成について、渋井氏の整理をまとめるとともに、それぞれのモデル化から理解を深める⁽³⁰⁾。

(25) 渡辺幸男『日本機械工業の社会的分業構造—階層構造・産業集積からの下請制把握—』、有斐閣、1997。

(26) 同上 p. 9 より引用する。

(27) 前掲論文 渋井（2010）p. 258 より引用する。

(28) 渋井康弘「書評 渡辺幸男著『日本機械工業の社会的分業構造—階層構造・産業集積からの下請制把握—』（有斐閣、1997年）」、『現代経済と金融危機 日本経済理論学会年報 第36号』、青木書店、1999。同論文 p. 264 より引用する。

(29) 前掲論文 渋井（2010）p. 259 より引用する。

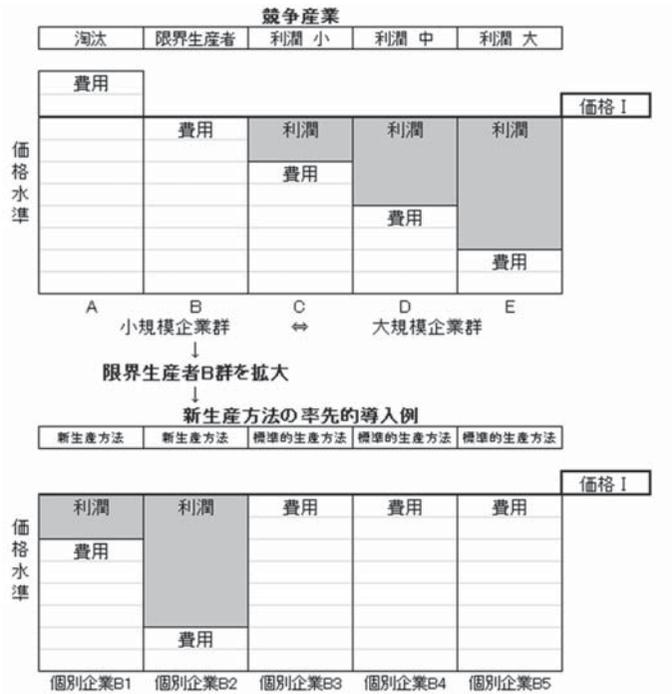


図2 競争産業における新生産方法の率的導入モデル
※筆者作成

①新生産方法の率的導入

新生産方法導入により生産力が向上し、生産物ひとつあたりにかかる費用を低下させ、利潤率を上昇させることができる。新生産方法導入は生産力発展そのものである。しかし、新生産方法を他企業に先んじて導入した企業は、より優位に資本蓄積を進めることが可能となることに加え、その後の積極的な新生産方法の導入と生産力発展を実現する基盤となる。

新生産方式を率的に導入した企業の優位性は新生産方式が部門全体に普及することにより消滅する。しかし、その普及には時間的あるいは技術的な制限が存在する場合がある。

図2は新生産方法の率的導入モデルであ

る。図2の上部「競争産業」は、ある産業部門における企業間の利潤率の差を表している。図2の下部は、「競争産業」における「限界生産者B群」に属する「個別企業B1」や「個別企業B2」として、新生産方法の率的導入に成功した企業とその効果を表している。

新生産方法の率的な導入に成功した企業は同じ企業規模のなかでも高い利潤率を獲得し、その後の資本蓄積を他企業よりも優位に進める可能性を得る。このような優位性は、新生産方法が当該部門全体に波及することにより消滅するが、そのためには時間的あるいは技術的な制限がある。

30) ④国外展開、⑤その他諸要因は外部経済に基づく中小企業の存立条件に関わるとともに、現実において進行している中小企業のグローバル化への対応や、産業空洞化等の現代的な研究課題にも関係する。これらについては事例分析の蓄積も含めて次稿以降の研究課題とする。



図3 製品差別化モデル

※筆者作成

②製品差別モデル

当該企業が生産する製品を差別化し、顧客を惹きつけることに成功した企業は、当該部門における平均的・標準的な利潤率を超える高い利潤を取得できるようになり、資本蓄積・生産力発展を有利に進めることが可能になる。製品差別化には、製品を低級化・粗悪化するものと、高級化・高価値化するものがある。

図3は製品差別化モデルである。例えば「標準品」が「価格I」である場合、「低級差別品」は他の条件は同じで、費用を少なく低級化・粗悪化しているにも関わらず、顧客にはさほど低級品・粗悪品でないことと認識させることにより、あるいはそれを購入せざるを得ないような状況を作り出すことによって高い利潤率を獲得する。

もう一方、「高級差別品」は、その製品をより高級で高価値のものと認識させ、部門内の「標準品」である「価格I」よりも高い価格で販売することにより、高い利潤率を獲得するものである。このような差別化には、製品の構造・機能・品質に実質的な差異を含んでいる場合と、それらに実質的な差異がないにもかかわらず、生産過程外での様々な手法により、差異感を生み出している場合がある。

いずれの場合も高利潤率を目指す他企業が差異の内容を模倣するようになれば差別化の効果は消滅する。しかし、そのような模倣がなされ

るまでは、当該企業は高利潤率を獲得し、資本蓄積・生産力発展のための有利な条件を得る。

③新部門形成

同一産業部門での製品差別化というレベルを超えて、これまでにない新生産物が生み出され、それを生産する部門が独立した場合や、従来部門の生産工程の一部が独立し、これまでにない特定の工程を扱う部門として成立した場合などが新部門形成に該当する。中小企業が新部門形成を主導する場合には、高い利潤率を獲得し、急速に発展する可能性がある。

しかし、新部門として形成された産業部門には他企業が新規参入する余地がある。新規参入により当該産業の利潤率は低下する。

図4は新部門形成モデルである。図4「新部門形成」に成功した「個別企業A」は、新部門内に開拓企業一社だけしか存在していないことによる一時的な独占利潤として、高い利潤率を獲得する。そのような期間に新部門を形成・開拓した企業が獲得する高利潤率は、その企業の資本蓄積・生産力発展に寄与する。

ただし、これはあくまでも一時的なものであり、当該部門の高利潤率を目指して多くの企業が新規参入することにより、価格が下落し、利潤率は低下する。新部門の成長可能性が高い場合は、他部門の大企業・独占企業が巨額の資本

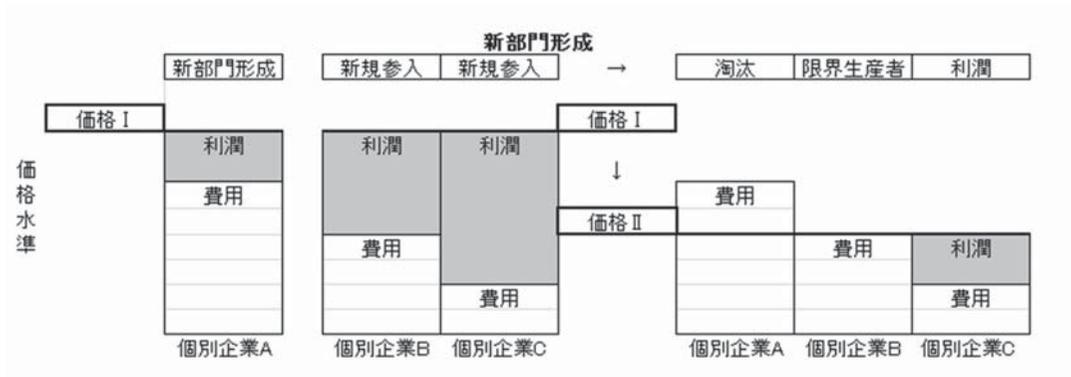


図4 新部門形成モデル

※筆者作成

を伴って参入し、一挙に当該部門を寡占・独占化することがある。図4のように新規参入する「個別企業B」や「個別企業C」が巨額の資本を有する大企業である場合、製品価格は「価格I」から「価格II」に急速に下落する可能性がある。このような場合、「個別企業A」はたとえ開拓企業であったとしても、市場から淘汰・駆逐される。

3. 存立・発展する中小企業の事例分析と諸条件の検討

本節では現実における中小企業の事例分析⁽³¹⁾から、①新生産方法の率先的導入、②製品差別化、③新部門形成という、中小企業の中小企業であるがゆえの問題性を克服し、存立・発展するための諸条件について検討する。

3.1 存立・発展する中小企業の事例分析

A社

長野県塩尻市で自動車向け精密金属部品の金型開発・製造及びプレス加工を手がけるA社。

独自の高品質、高精度、高能率、高付加価値のモノづくりで日本の最先端を走る。

創業は1973年、金型開発・生産からプレス加工までの一貫生産体制を確立。続けて、プレス加工の可能性に着目し、順送プレスと冷間鍛造を組み合わせた独自工法を開発。金型とプレス加工の技術を磨き上げることにより、切削加工や焼結加工でしか製造できなかった精密金属部品をプレス加工に置き換えることに成功し、圧倒的なコスト削減を実現した。

近年では、「リーマン・ショック」の影響を受け、厳しい経営環境のなかで広がった「守り」の気風を打破するため、「攻め」の姿勢を志向している。社内組織の改革を進めるとともに、2012年には本社隣地の地下に金型工場を新設。低振動・恒温という究極の環境に超高精度の工作機械を導入し、「夢工場」と名付け、高次元のものづくりを志向している。

B社

愛知県奥三河地域で醸造業を営むB社。代表銘柄は愛知の地酒として際立った人気と知名

(31) 事例分析は筆者による企業訪問、インタビュー調査に基づく。なお、各企業の訪問日はA社2015年10月19日、B社2015年6月8日、C社2015年7月6日、D社2015年9月1日、E社2016年6月14日、F社2016年3月29日、G社2015年7月31日、H社2015年4月16日である。

度を誇る。

1864年に創業。大きな転機は1980年代。「越後杜氏」の後継者不足から、自前の「社員杜氏・蔵人」を育成する必要に迫られた。その過程で、昼夜を問わない酒造りの厳しい労働環境を改善するため、生産工程の合理化・機械化を推進した。長期的な計画に基づき、全社を挙げて問題解決に取り組んだ結果、企業組織による高品質な日本酒の一貫生産体制を確立した。また、この過程において伝統的な生産方法にとらわれず「誠実に美味しいお酒を提供する」という単純明快な酒造りの原点を再発見した。

近年では、地域に根ざした酒米「夢山水」の自社栽培、実験的な新商品の少量生産・販売、醸造用アルコールの自社生産等の新たな取り組みを進めている。また、「お酒は人間の豊かな生活や食事を演出する小道具。酒造りは製造業というよりはサービス業」という考えに基づき、酒造り体験やセミナーの開催、飲食店経営による情報発信等から顧客との接点を広げている。

C社

愛知県半田市で養豚業を営むC社。独自のブランド豚の繁殖・肥育一貫経営に加え、食肉卸・小売、ハム・ソーセージ製造・卸・小売、飲食事業等を手がけ、厳しさが増す養豚業界のなかで堅調な業績を上げる。

企業としての創業は1982年。生産性・収益性の向上、部位ごとの需要や価格のばらつき、廃棄ロス等の経営課題を克服することを目的として、「豚一頭まるごと売る」体制の構築に挑戦した。試行錯誤の末に新規取引先の開拓に成功し、事業は軌道に乗った。転機は2000年。自前の加工・販売部門を立ち上げることで、養豚業の経営安定と規模拡大を志向した。ここでも多くの困難に直面したが、家族・仲間・取引先の協力で支えられ、顧客の「美味しい」という声に励まされた。現在では、直売店

は大繁盛。農場生産量のうち直売が約6割を超えるまでに成長し、養豚業の経営基盤を支えている。

D社

三重県鈴鹿市の鈴鹿サーキットに隣接する場所で、自動二輪・四輪用部品を開発・設計・製造・販売するD社。自動二輪業界において「メイド・イン・ジャパン」の有力アフターパーツメーカーとしてだけでなく、強豪レーシングチームとしても名を馳せる。

1973年、自動二輪レース参戦と優勝の「夢」を追い求めて創業。自社製競技用車両を開発し、第1回鈴鹿8時間耐久ロードレースへ参戦した。続けて、アルミフレーム、マフラーなどの自社開発に成功。参戦レースの好成績に牽引され、高性能な同社製アフターパーツへの支持が世界に広がった。

同社の経営はレースと不可分にある。「走り」への飽くなき追求と極限の勝負を繰り返すなかで、企業・人材・技術・製品などが大きく発展・成長し、熱意ある職人集団が形成される。近年は、レースの「夢」を次代につなげるための経営のあり方を模索。同社が得意とする軽量化と高剛性を両立させる技術はロボット産業などの分野への応用が期待されている。

E社

岐阜県岐阜市で節句人形の製造・卸売・販売を営むE社。「ゴスロリ」や「ウェディング」等をテーマとした、自由で現代的な発想、デザイン、提案に基づく創作ひな人形の先駆者として話題を集めている。

創業は1945年、地元まつわる鶺鴒の「鶺鴒匠」や民謡「おばば」をモチーフにした人形等の製造・卸売を経て、節句人形に注力。しかし、1990年代の「バブル崩壊」以降は売り上げ不振が続いた。転機は2000年頃、「現代人が心か

「楽しめるひな人形」を模索。縁起物にまつわる業界慣習からの脱却を図るとともに、創作ひな人形製造のための新たな分業・取引体制の構築に奔走した。試行錯誤の末、2003年に第一弾が完成。同業他社は類似品を製造・販売したが、毎年新作を作り続けることで常に差別化を図ってきた。日本の伝統技術が結晶した本物志向の作品は徐々に注目を集め、各所で表彰・展示されるとともに、2016年には各種メディアに大きく取り上げられた。

F社

岐阜県山県市で住宅・家具用木製部品、インテリア用額縁を製造・販売するF社。ネットショップを展開し、オリジナル商品の「手ぬぐい額」などの販売で業績を伸ばしている。

紡績用木管を製造する木工所として、1951年に創業。その後、照明器具の木製部品、内装ドアの飾り額縁、家具用扉など住宅設備関連の木工製品を製造。しかし、2000年代半ば、取引先の倒産や内製化により廃業を意識するまでに追い込まれた。

脱下請を志向し、2009年に岐阜県と楽天株式会社による包括連携協定の締結を契機として、ネット販売のためのオリジナル商品開発に全力を注いだ。試行錯誤の結果、既存の機械設備・原材料を活用した「手ぬぐい額」の商品化に成功。手ぬぐいを飾るという新感覚のインテリアは徐々に注目を集め、製品販売数は順調に増加。続けて、「ユニフォーム額」や「御朱印帳額」などの新商品も開発し、ネット販売事業は同社の屋台骨を支えるまでに成長した。

G社

愛知県一宮市で天然原料の紳士服地を設計・生産・販売するG社。ションヘル型織機という旧式織機にこだわり、高品質かつ独特な風合いを持つ生地が再評価されている。

創業は1912年。尾州毛織物産地において、大量生産を志向せず、多品種・小ロットに対応した丁寧なものづくりを心がけてきた。しかし、安価な紳士服の大量生産・大量販売に代表される競争環境の様々な変化から売り上げ減少が続いた。

転機は2006年。海外向け商談会に出展する機会を得るとともに世界的有名ブランドへの採用・納品が決定し、欧州への輸出がはじまった。その3年後には、バイヤーから直接に「もはや欧州では生産できない生地」という高評価を受けた。このような出来事は繊維業界において大きな注目を集め、売り上げは増加に転じた。

近年では、同社のものでづくりに共感する熱意ある若手社員が増加。紳士服の本場である欧州向けの輸出も伸ばしている。また、自社の存続だけでなく、尾州産地全体との「共存共栄」を志向し、「今後も100年続く企業」への進化を目指している。

H社

愛知県碧南市で製粉業を営み、小麦粉・二次加工品を生産・販売するH社。大手による市場の寡占化が進む製粉業界において、オリジナル商品のリバイバルヒットから業績を伸ばしている。

地域の製粉企業として1907年に創業。1965年からは西三河地域限定で即席麺の生産・販売を開始し、地元では抜群の知名度を誇るようになった。一時は販売不振から生産中止を余儀なくされたが、多くの顧客・ファンから熱望され、生産・販売を再開。ご当地即席麺ブームも手伝い、口コミによる販路・取引拡大が続くとともに、同社の経営を支えるまでに成長した。

近年では、「楽しい食卓の提案」を基本コンセプトに据え、従来の食料品店・スーパーマーケットだけではなく、雑貨店や観光地のおみや

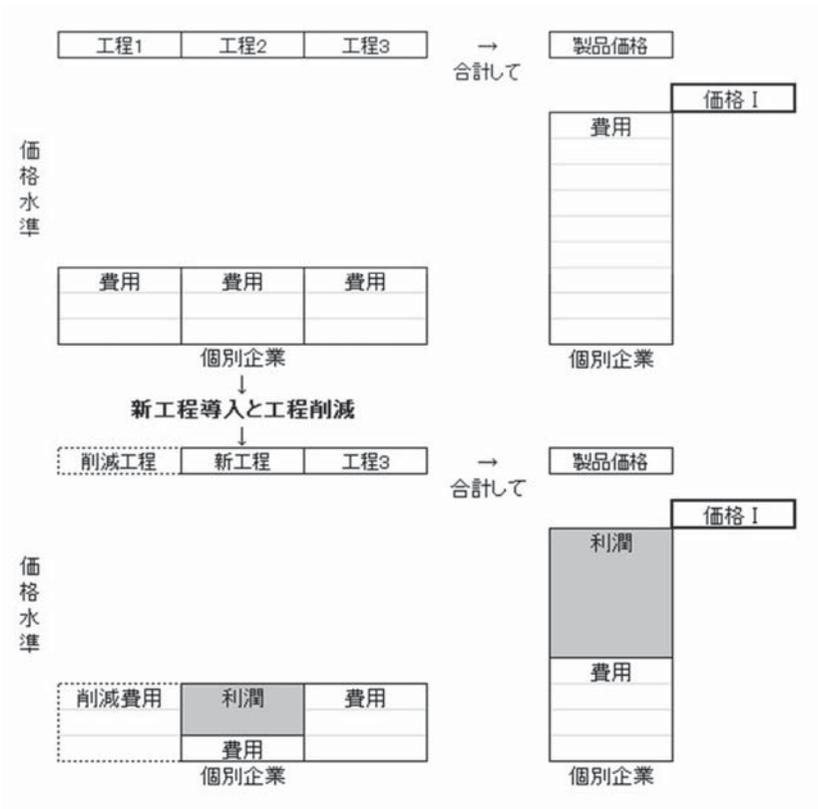


図5 新生産方法の率優先的導入における具体的モデル① 工程削減
※筆者作成

げ店との取引をはじめ、廉価販売や身を削るような営業活動からの脱却を図っている。また、様々な地域の特産品やキャラクターとコラボレーションし、オリジナル商品の開発・提案を続けている。

製品の原材料には地元産の小麦、大豆、米を使用。地元生産者との取引・協力、商品の適価販売という取り組みは、県産小麦の品質向上、小麦粉・二次加工品の生産拡大という好循環をもたらしている。

3.2 「新生産方法の率優先的導入」に関する検討

A社の特徴は切削加工や焼結加工でしか製造できなかった精密金属部品をプレス加工に置き換える、順送プレスと冷間鍛造を組み合わせ

た冷間鍛造順送工法という新生産方法である。製品の性能・機能はそのままに、生産にかかる費用を大幅に削減することから、高い利潤率を得る、あるいは製品価格を下げる事が可能になる。

図5は新生産方法の率優先的導入における工程削減事例をモデル化したものである。ある企業が「価格I」の製品を「工程1」、「工程2」、「工程3」により生産していたものを、「工程1」を削減するとともに従来の「工程2」よりも大幅に安価な費用で代替できる「新工程」を開発・導入することにより、費用を低下させるとともに高い利潤率を獲得することを表している。

B社は日本酒製造の根幹的な技術を有する「越後杜氏」の後継者不足問題に対し、社員杜

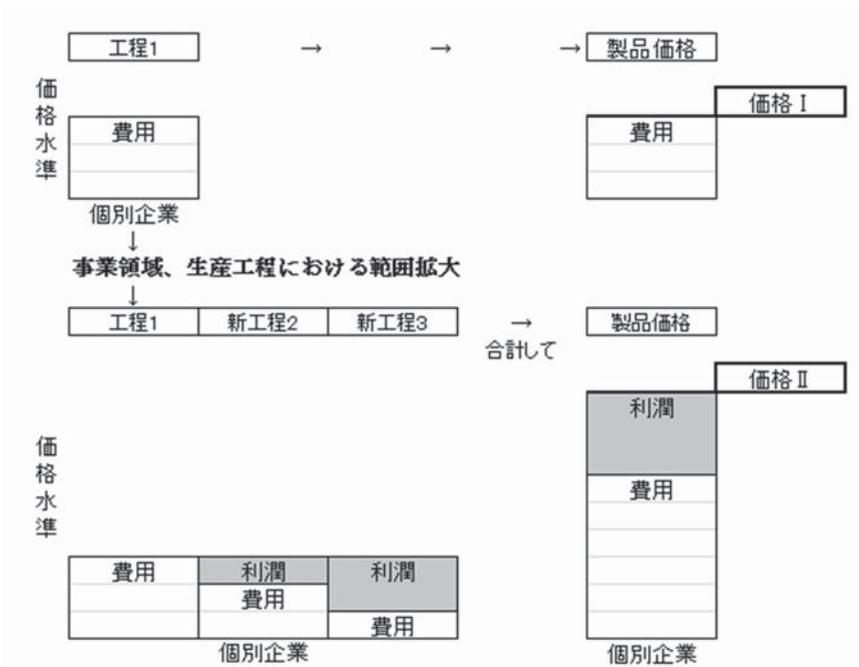


図6 新生産方法の率先的導入における具体的モデル② 工程拡大
※筆者作成

氏・蔵人の育成により、生産技術を企業内部に保有することに成功した。加えて、昼夜を問わない日本酒製造の工程を合理化、機械化、自動化することにより、製品の一貫生産体制を確立した。

C社は生産性・収益性の向上、部位ごとの需要や価格のばらつき、廃棄ロス等の経営課題を克服するために、「豚一頭まるごと売る」体制を構築するとともに、自前の加工・販売部門を立ち上げることににより、養豚業の経営安定と規模拡大を志向した。

このような一貫生産体制の確立、あるいは内製化のように、事業領域、生産工程における担当範囲の拡大から、企業の発展を志向する事例が見られた。図6は新生産方法の率先的導入における工程拡大事例を表している。新生産方法の率先的導入は、個別部門内において行われる場合もあれば、部門の枠を超えて行われる場合

がある。図6では「工程1」のみで限界生産者(費用＝価格)となっていた個別企業が既存の工程だけでなく、「新工程2」,「新工程3」まで範囲を拡大することにより、新たに高利潤率を獲得する機会を得ている。この場合にも、その後の資本蓄積を他の企業よりも優位に進める可能性を得る。

このような事業領域や生産工程の拡大は、その製品・工程が属する部門での生産力の向上ならびに利潤率の向上に帰結するため、「新生産方法の率先的導入」に類するものである。

3.3 「製品差別化」に関する検討

事例分析の対象企業8社すべてが「製品差別化」を強調している。これらは「その企業でしか生産できないもの」を目指して、構造・機能・品質だけでなく、デザイン、味に至るまで、実質的な差異を含んでいる事例である⁽³²⁾。

差異には様々なものがある。D社の場合では、レースの結果・成績が、その「製品差別化」の基礎となっている「特別な差異」を生じさせている。消費者が「レースで優勝したチーム・メーカーの製品が欲しい」と考える場合についても、それは差別化のひとつの要因であり、高い利潤率の源泉となる。

このような現実における「製品差別化」の実態を分析する際には混乱が生じやすいことに注意しなければならない。例えば、渡辺幸男氏が中小企業の差別化の意義を強調する際に、「競争関係の中でどれだけ差別化できるかにより、取引価格の水準が決定される」⁽³³⁾と論じた場面では、製品差別化を意味している。一方、「中小企業間での競争で差別化に成功し実現することが可能になったはずの特別剰余価値＝超過利潤の多くを、発注側企業に引き渡さざるを得なかった」⁽³⁴⁾と論じた場面では、新生産方法の率先的導入を意味している。このような「差別化」の混同を指摘した洪井氏⁽³⁵⁾に対し、渡辺氏は「中小企業が元来その存在が持つ不利な条件を克服すること一般を『差別化』と表現してしまい、経済学的に確立している『製品差別化』とごっちゃに使用した」⁽³⁶⁾ことを反省した。

このように「新生産方式の率先的導入」と「製品差別化」とが混同されてしまう要因には、現実における企業の実態が関係している。例えば、A社において開発された新生産技術は同時に、ダレ（金属面の角が丸みを帯びた状態）のない加工・製品という副次的な効果をもたらした。

これは「新生産方法の率先的導入」と「製品差別化」が同時に生じていることになる。他の企業でも「製品差別化」を目的として導入して新たな生産技術を導入する場面がある。また、B社、C社ともに一貫生産体制が製品の品質を向上に寄与するとともに、これをブランド化している。

現実の企業は、新生産方式の率先的導入や製品差別化のみを行っているのではなく、それらを同時並行的に行っている場合、もしくは前者が後者に、あるいは後者が前者に影響する場面が多く見られる。要素として、「新生産方法の率先的導入」と「製品差別化」とを理論的に切り離して分析することから、この両方を同時に行っている企業の更なる発展の可能性を見出すための分析視角となる。

3.4 「新部門形成」に関する検討

「新部門形成」は「製品差別化」というレベルを超えて新生産物の生産部門や新工程が独立する場合である。「製品差別化」は市場で競合関係が存在する場面において高い利潤率を獲得するための方法であり、「新部門形成」は競合関係が存在せず、一時的な寡占・独占が成立するものである。しかし、現実においては「製品差別化」と「新部門形成」とが重複する領域が存在する。

E社、F社ともに画期的な着想を商品化した事例である。E社は従来のみな人形とは一線を画した創作性やデザインに基づくとともに、新

32) 実際に低級・粗悪化の事例を調査することについては困難を伴う。ただし、近年相次いでいる「食品偽装問題」などは低級化・粗悪化による製品差別化の好例となるだろう。食品偽装は本来の商品とは異なる生産地、原材料、消費期限、賞味期限等を表示して、さほど低級品・粗悪品でないと認識させることにより高利潤率を得ることを目的として行われている場合が多い。

33) 前掲書 渡辺（1997）p. 311より引用する。

34) 前掲書 渡辺（1997）p. 311より引用する。

35) 前掲論文 洪井（1997）を参考とする。

36) 前掲論文 洪井（1997）p. 268より引用する。

たな楽しみ方の提案から、従来の節句人形の産業部門からの脱却・突破を図ろうとしている。これは「製品差別化」のレベルを超えつつある事例である。また、F社は「手ぬぐい額」というこれまでにほぼ存在していなかった新製品を開発し、「新部門形成」に成功した事例である。

しかし、これら部門では時間経過とともに他社の新規参入が生じている。これに対し、E社、F社とも次々と新たな製品を企画・開発し、「製品差別化」あるいは「新部門形成」を繰り返して、常に開拓企業になろうとしている。

中小企業による「新部門形成」は中小企業であるがゆえの不利性・問題性を伴う。一時的な寡占・独占、開拓企業としての先進性・画期性を持続するための、次段階における企業の資本蓄積・生産力発展、具体的には新生産方法の率先的導入、製品差別化、新部門形成などの行動が必要になる。

3.5 新たな分析視角「残存部門の新部門への転化」に関する検討

G社は同一部門にごく少数、あるいは一社だけの状況にある。しかし、その生産技術ならびに生産方法に新規性はほぼ存在しない。このように、ある産業部門において同規模の競合他社が廃業・淘汰されるとともに、新生産方法の導入を拒絶し、あるいは取り残されるかたちで残存する中小企業がある。

G社の属する毛織物業界では、エアジェット織機の開発・普及により生産力の大幅な向上が見られた。しかし、その一方で、複雑な織柄ややわらかな風合いなどが失われた。新生産方法あるいは新生産技術の導入に伴い、製品や加工それ自体に変化が生じ、それが一般化した事例である。これに対し、残存する企業が「昔ながら」、「時代遅れ」の生産方法・生産技術で生産する製品が「製品差別化」のような実質的な差異を超えて、「もはやその企業でしか生産・加

工することができない」状態となる場合がある。G社は旧式のションヘル型織機による「昔ながら」、「時代遅れ」の製品や生産方法・生産技術が現代的に再評価されることを契機として、あたかも「製品差別化」あるいはそのレベルを超えて「新部門形成」を達成したような事例である。

ある産業部門内の小規模企業・資本が淘汰され尽くすとともに、部門あるいは市場としても収縮した残存部門において、新たな需要が喚起され、当該部門が再注目される場合には、それが残存部門であるために製品それ自体には新規性は存在しない。しかし、生産方法や生産技術はほぼ失われてしまっているために、新規参入には困難を伴う。特に、このような部門には特殊な機械、特定の熟練工による独自の製法や技能が必要となることがある。また、当該産業部門の衰退とともに市場も縮小する。この場合には単純に生産力の向上を志向することができないために、規模の経済が制限される。そして、参入障壁が形成されるとともに新規参入が阻害され、残存部門としての存立が実現する。

H社は地域性の強いオリジナル製品が再評価され、「製品差別化」のレベルを超えて「新部門形成」を達成しつつある事例である。H社の属する製粉業界・即席麺業界では寡占・独占化が進行し、H社は消耗戦に苦しんでいた。様々な打開策を講じるなかで最後に残ったのが、一度は販売不振から生産を中止したオリジナル製品であった。そして、これを契機として新規販路開拓を図るとともに、新部門に進出することにより廉価販売からの脱却を志向するようになった。

ある産業部門に残存する企業・資本あるいは製品・工程が特殊な需要を有しており、そのために再注目・再評価される場合がある。そこには新規性は存在せず、生産方法や生産技術も従来のものとは大きな変化がない。しかし、その市場規模は小さく、文化や地域などに基づく

様々な特殊性を有するために参入障壁が形成され、新規参入が阻害される。

上記事例のような場合には「新部門形成」とほぼ同じメカニズムにより、一時的な寡占・独占を形成し、特別の利潤を獲得する可能性を有する。ただし、新規性は存在しないため、これを「新部門形成」と同一に定義することは語句的に不適切である。残存部門があたかも新部門のように再評価される、あるいはその需要が喚起される点に着目し、「残存部門の新部門への転化」と定義して、これを中小企業の存立・発展の諸条件のひとつに付け加える必要がある。

ただし、このような「残存部門の新部門への転化」として、特定の産業部門の残存者となれる企業はごく少数であることには注意しなければならない。また、企業規模が大きければ大きいほど、企業としての資金力・体力が大きくなり、残存部門を形成するとともに新部門に転化する可能性は高くなる。そして、中小企業が残存企業として一時的な寡占・独占を形成した場合でも、参入障壁を突破した他部門の大企業・独占企業が巨額の資本を伴って参入し、その優位性や高利潤率が消滅する可能性がある。

4. 競争論を基礎とする「中小企業の存立条件論」

「中小企業の存立条件論」の基本的かつ理論的な課題である、寡占・独占による不利や圧迫を前提とした中小企業の存立・発展の理論化について、スタインドルの経済理論の限界性を突破することから、その研究を進めた。具体的には、洪井氏が提示した「収奪される（発展が阻害される）中小企業が発展するための諸条件」の整理に基づき、「新生産方法の率先的導入」、「製品差別化」、「新部門形成」について、事例分析に基づく中小企業の多種多様なあり方を競争モデルに還元することから、それぞれの事例

の存立・発展要因を検討し、その理論構築を進めた。

現実における中小企業の発展・存立のあり方、その諸条件の整理については混乱が生じやすい。「新生産方法の率先的導入」、「製品差別化」、「新部門形成」のそれぞれの諸要因は、現実においては複雑に関係しあって進行している。例えば、実際の「製品差別化」は新たな生産技術の導入と同時に進行する場合がある。新たな生産技術は製品の構造・機能・品質に差異を生じ支えるだけでなく、生産力の向上にも寄与する可能性がある。この場合には「製品差別化」と「新生産方式の率先的導入」とが同時に進行している。中小企業の存立・発展そのものを「差別化」として雑駁に把握するのではなく、競争論に基づく理論的な整理の必要性を確認した。

加えて、中小企業の存立・発展の諸条件のひとつである「新部門形成」について、一時的な寡占・独占による高利潤率の獲得にはもう一方が存在することを論証した。それは、残存部門があたかも新部門のように再評価される、あるいはその需要が喚起される「残存部門の新部門への転化」である。「残存部門の新部門への転化」は一時的な寡占・独占による高利潤率の獲得という意味では「新部門形成」と同じ性質を持つが、産業部門としては新規性を有していないため、これを新たな語句で定義し、新条件として付け加えた。

中小企業の存立・発展のメカニズムは、中小企業が存立する産業部門の緩慢な発展に加え、寡占・独占による潜在的あるいは顕在的な圧迫・不利を前提として、中小企業が中小企業であるがゆえの問題性を内包する動的な理論を前提とする必要がある。「新生産方法の率先的導入」、「製品差別化」、「新部門形成」、そして「残存部門の新部門への転化」のそれぞれの諸条件は、それを達成することにより、長期間継続す

る安定的な存立・発展を維持・獲得することができるものではない。中小企業には中小企業であるがゆえの問題性が絶えず存在し、そのために中小企業の存立・発展は動的である。中小企業は「新生産方法の率先的導入」, 「製品差別化」, 「新部門形成」, そして「残存部門の新部門への転化」により, 廃業・淘汰の危険に晒され, 収奪（発展を阻害）されながらも, 力強く存立・発展し, 高利潤率の獲得により, 次段階におけるその存立・発展の諸条件を再度獲得・整備するという行動を繰り返しているのである。

おわりに

中小企業の存立は, 当該産業部門の緩慢な発展に基づく, 時間制限的なものという基本的な性質を有する。また, 潜在的あるいは顕在的な大企業, 寡占・独占資本の圧迫に晒され, 不安定な経営を余儀なくされている。本研究では, このような不利な前提を有していながらも, 中小企業が力強く存立・発展するための諸条件の理論化を進めた。

今後の課題として, 存立・発展する中小企業の事例を蓄積し, 本研究で得られた知見をより詳細に実証し, 理論体系化する必要がある。加えて, 洪井氏が整理した国外展開, 親企業の支援, 産業集積, 自治体の政策などに関連する, 外部経済との関係における中小企業の存立・発展の具体例から理論構築を進める必要がある。

謝 辞

本研究は名城大学経済・経営学会から受けた2015年度研究助成による研究成果の一部である。この助成に対する謝意をここに記す。

参考文献

- Steindl, J., *Small and Big Business: Economic Problems of the Size of Firms*, Basil Blackwell, 1947. (米田清貴・加藤誠一訳『小企業と大企業—企業規模の経済的諸問題—』, 巖松堂, 1956.)
- Steindl, J., *Maturity and Stagnation in American Capitalism*, Basil Blackwell, 1952. (宮崎義一訳『アメリカ資本主義の成熟と停滞—寡占と成長の理論—』, 日本評論社, 1962.)
- Sylos-Labini, P., *Oligopoly and Technical Progress*, Harvard University Press, 1962. (安倍一成訳『寡占と技術進歩』, 東洋経済新報社, 1964.)
- 大前智文「中小企業の存立条件論における今日的課題に関する一考察—ジョセフ・スタインドルの『小企業と大企業』の再検討から—」, 『名城論叢』第15巻第3号, 名城大学経済・経営学会, 2014年.
- 大前智文「ジョセフ・スタインドルの寡占・独占理論と中小企業の存立に関する一考察—『アメリカ資本主義の成熟と停滞』の再検討から—」, 『名城論叢』第16巻第4号, 名城大学経済・経営学会, 2016年.
- 加藤誠一・渡辺俊三『中小企業総論』, 有斐閣, 1986年.
- 洪井康弘「書評 渡辺幸男著『日本機械工業の社会的分業構造—階層構造・産業集積からの下請制把握—』(有斐閣, 1997年)」, 『現代経済と金融危機 日本経済理論学会年報 第36号』, 青木書店, 1999.
- 洪井康弘「競争論を基礎とする中小企業論序説」, 植田浩史・梶野博行・駒形哲哉編著『日本の中小企業研究の到達点—下請制, 社会的分業構造, 産業集積, 東アジア化—』, 同友館, 2010年.
- 高城寛「中小企業の存立条件」, 加藤誠一・水野武・小林靖雄編『現代中小企業基礎講座 1 経済構造と中小企業』, 同友館, 1976.
- 三井逸友『現代経済と中小企業』, 青木書店, 1991.
- 山中篤太郎『中小工業の本質と展開—国民経済構造矛盾の一研究—』, 有斐閣, 1948.
- 渡辺幸男『日本機械工業の社会的分業構造—階層構造・産業集積からの下請制把握—』, 有斐閣, 1997.