

# 中小企業の未来を閉ざす 安倍成長戦略

黒瀬 直宏

(嘉悦大学教授)

アベノミクスで世の中明るくなったというが、実体経済に自立的拡大の動きは見られない。実体経済を新陳代謝し、人も物も金も動かすとした安倍成長戦略（「日本再興戦略」2013年6月14日閣議決定）は不発だ。もっとも成長戦略の成果の判断は時期尚早との反論もある。しかし、そもそもこの戦略によって国民生活が改善される可能性はない。本稿はこのことを中小企業に視点を置いて明らかにしたい。

## 1. 時代錯誤のトリクル・ダウン論

「再興戦略」の副題Japan is backに示されるように、安倍成長戦略の主旋律は「過去の栄光よ、再び！」だ。大企業の国際競争力により日本が世界市場を制覇した時代の再現を夢みている。この主旋律と一体化しているのが、大企業が復活すれば国民生活もよくなるというトリクル・ダウン論である。「再興戦略」には、「企業」の収益が改善すれば、従業員の給与が上がり、雇用が増える。そうすれば、消費が増え、新たな投資が誘発され、地域や中小企業・小規模事業者にも波及していくと書いてある。この「企業」は文脈から言って主として大企業を指しているのは明らかだ。大企業が発展すれば労働者の生活も、中小企業の経営も改善するというのである。そして、企業収益を改善するために産業の新陳代謝を促進する。新陳代謝は安倍成長戦略のキーワードで、先端設備の導入、新事業開拓、事業再編、事業再生などを指す。ちなみに中小企業も新陳代謝の対象で、具体的には開廃業率

の上昇を指す。中小企業発展にとってこのトリクル・ダウン論は有効だろうか。

図表 1 規模別出荷額年平均伸び率（製造業）  
1954～2008年

単位：%

	高度成長期	減速経済期	長期停滞期	
	1954-72	1972-90	1990-2003	2003-08
全体	15.3	8.1	-1.3	4.1
1～9人	13.8	7.6	-4.1	-0.7
10～19人	14.0	6.9	-2.8	1.7
20～99人	14.7	8.5	-1.7	2.8
100～299人	15.4	8.6	-0.2	3.6
300人以上	16.0	7.9	-1.1	5.4
うち1000人以上	16.3	7.8	-2.0	6.4

資料) 経済産業省「工業統計表」のうち1960、70年代は総務省「事業所・企業統計調査」の実施年次、1980年代以降は全数調査年次のものから作成

出典) 拙著「複眼的中小企業論～中小企業は発展性と問題性の統一物」(同友館、2012年):図表Ⅱ-4-13

図表 1 は企業規模別の出荷額の推移をみたものである。高度成長期、300人以上の大企業の伸び率が一番高いが、1～9人の零細企業も伸び、大企業が牽引した重化学工業化が零細企業の市場も拡大したことを示している。減速経済期には大企業がME（マイクロ・エレクトロニクス）技術革新を主導したが、この技術の恩恵は中小企業にもおよび、多品種少量化の進展もあって、中企業（20～299人）、零細企業の伸びは大企業を上回り、あるいは同等だった。ここまでは大企業からのトリクル・ダウンがあったと言える。しかし、長期停滞期に突入した1990年代、大企業は生産拠点の東アジアへの移転を大規模に開始、日本の産業を牽引する力を失い、結果、小規模企業（10～19人）と零細企業の生産は大きく落ち込んだ。特に注目すべきは2003年以

降である。アメリカの住宅価格上昇によるアメリカ市場拡大、中国経済の拡大の持続、01年からの実効為替レートでみた円安進行（05年以降は対ドルでも円安へ）という外生的要因で自動車の輸出が受身的に伸びたことが、生産を上昇へと反転させた。しかし、生産伸び率は規模が小さくなるにつれ定期的に低下し、零細企業に至ってはなお低下を続けている。生産が拡大しても小・零細企業の生産は伸びない。もはやトリクル・ダウン効果が働いてないのは明らかだ。

なぜ、そうなったのか。1993年以降の急激な円高で、低賃金コストを狙う大企業生産拠点の東アジアへの移転が急速化し、日本の特徴であった国内完結型生産体制は東アジアベース生産体制へ転化した。これとともに、輸出産業の設備投資・生産拡大が国内完結型生産体制を通じて中小企業を含む各分野へ波及するという日本の経済成長の仕組みも崩れた。大企業は国内での設備投資・生産を抑制し、しかも国内生産においても東アジアへ部品を発注するようになったからである。

2012年末以降の円安下の今日でも、東アジアへの投資拡大の動きは止まらない。日本経済新聞が大手企業に行った「社長100人アンケート」によると、2014年度に海外生産を拡大する方針の企業は4割に達し、投資先としては東南アジアが多い。国内生産規模は現状を維持する企業が5割を占め、老朽設備更新や効率化が投資の中心だ（同紙2013年12月24日付）。円安でも海外進出が止まらないのは、もはや賃金コストと関係なく、海外市場獲得が現地生産の狙いになったからである。東アジアベース生産体制が拡大を続けている結果、現在、円安にもかかわらず輸出数量は伸びていない。

もはや大企業は中小企業を牽引する力を失い、上場企業の14年3月期経常利益が前期比3割増、過去最高だった08年3月期の9割超に達する見通し（『日本経済新聞』14年3月21日付）であるように、自分たちだけが儲けている。しかし、安倍成長戦略はその大企業に関し、1960年代に行われたような根拠不明の過当競争論に基づき、国主導でさらに寡占化を進めようとしている。その手段が「産業競争力強化法」だ。これは国民の利益に反する大企業

保護策にすぎない。民主党野田政権が作成した成長戦略（「日本再生戦略」2012年7月31日閣議決定）は「日本経済はグローバル競争により、大企業を中心とした既存の企業構造が揺らいでおり」とし、大企業の経済主導力の劣化に気づいていた分、安倍成長戦略よりましな事実認識をしていた。安倍成長戦略の大企業信仰は時代錯誤である。

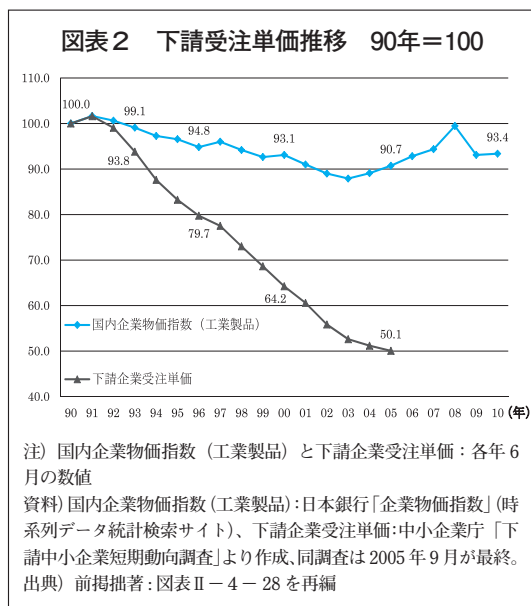
## 2. 安倍成長戦略における中小企業の位置づけ

野田成長戦略は大企業中心の企業構造の動揺という認識があるため、中小企業を日本再生4大プロジェクトの対象の一つとした。そして、従来軽視されていた小規模企業に特に着目し、「ちいさな企業に光を当てた施策体系の再構築」を打ち出すという新規性も見られた（これは2013年、小規模企業対策の比重を高める「中小企業基本法」の改正へ受け継がれた）。だが、トリクル・ダウン論に立つ安倍成長戦略では中小企業に関する積極的位置づけは消え、中小企業関係の施策として、ベンチャー創出、起業・創業の促進、成長分野への進出支援、国際展開支援など、相変わらずの定番を羅列したにすぎない。国際展開支援を除けば、1999年に施行された新「中小企業基本法」となんら変わらず、小規模企業重視へと向かっている中小企業庁の施策を無視しているかのごとくである。

定番施策を並べる一方、大企業が中小企業の発展を抑制しているという、中小企業問題の根源には目を向けない（この点は野田成長戦略も同じ）。大企業は生産の東アジア化を進め、中小企業をアジア企業との競争に巻き込み、下請単価を10年間で半分に切り下げた（**図表2**）。安倍成長戦略は「開業率が廃業率を上回る状態にし、開業率・廃業率が米国・英国レベル（10%台）になることを目指す」としているが、まさに収奪というべきこのような下請単価の削減を放置して、ものづくりにおける中小企業の開業率が高まるだろうか。なお、安倍成長戦略は新陳代謝論に立って廃業率も高めようとしている。収奪問題を放置しておけば、こっちは達成するかもしれない<sup>1</sup>。

大企業は中小企業問題を激化させているのだが、こういう大企業の問題性にはまったく

目が向けられない。それどころか、安倍成長戦略は大企業の圧力から中小企業を守っていた装置をはずしている。「行き過ぎた雇用維持型から労働移動支援型への政策転換」、その具体化としての雇用調整助成金の縮減（他方での労働者派遣法改正・労働移動支援金拡大）がそれである。大企業は不況期には在庫圧縮、内製率引き上げにより生産縮小以上に外注を縮小するから、下請中小企業の生産縮小は大企業以上となる。そのため雇用過剰となるが、中小企業は低下請単価のため賃金支払い能力に乏しく、常に人材不足に陥っている。不況だからと言って貴重な人材を手放したら、経営を再建できない。大企業からのしわ寄せに抗し、中小企業の人材を守っていたのが雇調金である。



### 3. 中小企業を位置づけなおす

では、中小企業をどのように位置づけるべきか。まず第1は、高付加価値型の反大量生産型工業創出の担い手としてである。日本は大企業を中核とする大量生産型工業によって発展してきた。しかし、70年代以降その経済牽引力は衰え、90年代に入ると経済を牽引するどころか、産業空洞化を牽引し始めた。かつての、大量生産型工業の国際競争力で高成長するという国民経済モデルは新興国に移った。大量生産型工業が国内から消え去るとは考えられないが、それへの幻想を捨て、中小企業による反大量生産型工業をもう一つの基軸産業として育成すべきである。それには現

実的な基盤がある。日本には大量生産型工業が無視してきた小規模で多様な、高付加価値型需要がたくさん残っている。残っているどころか、一人当たり国民所得のまだ高い日本では新生し続けている。それは消費財分野だけではない。資本財、中間財分野でも高付加価値型需要が増え続けている。そのため、反大量生産型高付加価値工業は徐々にだか拡大している。この動きを加速するのである。

この産業の特徴は次のとおり。担い手である中小企業は独自の技術を生かし、価格競争ではなく差別化競争を行っているから、大企業と取引する場合でも交渉力は対等化している。言い換えれば反大量生産型高付加価値工業は独立中小企業の集団である。多くの場合、中小企業は一社だけでは「独立化」は困難だから、他の中小企業と市場開拓、技術開発に関し戦略的ネットワークを組んでいる。だから、反大量生産型工業は水平的な企業間関係の特徴とする。大量生産型工業が巨大企業を頂点とする垂直的企業間関係の特徴とするのと対称的である。企業の多くは内需中心の多品種少量生産型だから、この産業に大量輸出により経済成長を引っ張る力はない。しかし、高度な需要を満たすことにより生活と産業の質を確実に高める。また、価格競争に陥らないから中小企業労働者の賃金を引き上げ、所得格差解消にも貢献するだろう。

このような産業を日本のもう一つの基軸産業とし、日本経済を質的に転換すべきである。

第2として、中小企業を市場経済健全化の担い手として位置付けるべきだ。

まず、中小企業は経済民主主義を推進する作用を持つ。周知のように、アダム・スミスは「商業社会」に人類の解放を見出した。市場経済は封建的な隷従関係を廃し、独立の商品所有者同士の自由な取引と競争を生み出す。それは、「自然に」(=権力によることなく)社会を「協和」させ、豊かにする。この「見えざる手」の論理が働くには、参入が自由で多数の商品生産者が存在し、対等な取引を行っていること、すなわち経済民主主義が不可欠である。だが、すでに、スミスの時代に重商主義政策と一体化した独占が形成されていたため、スミスは激しく重商主義と闘った。スミスの重商主義批判の真の的は市場のもた

らず独占であり、彼は自由主義者というより闘う経済民主主義者である。ところが、スミスの願いと反対に、今日の先進資本主義国の経済は、中枢産業を支配する巨大企業とそのグループに経済力が集中し、彼らの「見える手」に強く左右されるものになってしまった。多数の独立経済主体の自由・対等な取引・競争がもたらす「見えざる手」による協和社会の創出＝支配・従属関係からの人々の解放——という市場経済の歴史的進歩性は阻害されている。

これに対抗するのが中小企業である。独立中小企業による反大量生産型工業の発展は経済力を分散させる。既述のように、反大量生産型工業は水平的な企業間関係の特徴とする。日本の産業は巨大企業を頂点とする垂直的企業間関係を柱としてきたが、中小企業による水平的企業間関係がもう一つの柱になること、これが経済力分散の具体的イメージである。中小企業は巨大企業への経済力集中をなくせないが、このように相対化はできる。それでもその意味は大きい。経済力の分散が進めば市民的自由が高まり、政治や社会面での民主主義の推進につながるからである。

次に、中小企業は市場経済を人間化する作用を持つ。

市場経済には商品の一般的等価物である貨幣を地上の神として崇め（物神崇拜）、「役立ち合い」という人間が本来持っている共同性を貨幣獲得の手段に貶めるといった問題性がある。これは、「金を儲けて何が悪い」という新自由主義的風潮の支配とともにひどくなっている。また、本来、労働の生産物は、労働者がそれを見ることにより自分の能力の確証を、他人がそれを使用することにより他人への役立ちの喜びを味わえるものである。だが、資本主義的な経営原理の下では、労働者の労働とその生産物は企業のものだから、この労働の喜びは失われ、労働者は労働を自分に敵対するものと感じ、その外で初めて安らぎを得る。このような労働の疎外は、労働者を単なるモノとしてしか扱わない「ブラック企業」の広がりに見られるように、近年益々人々をむしばんでいる。

中小企業は次のように「物神崇拜」「労働の疎外」に対抗する。

大企業に圧迫され過度の競争に陥っている中小企業が市場を確保するには、個々の顧客との精神的交流を濃密化し、ニーズに柔軟に対応した製品を提供しなくてはならない。中小企業は設備や組織が客体化せず人に従属しているからそれが可能である。その結果、中小企業の取引は顧客との精神的共同性に包まれ、顧客への「役立ち」が直接の目的で、その結果として貨幣が獲得されるものとなる。売手・買手間に、希薄化していた人間の共同性が復活する。

また、中小企業は大企業に資金や人材を優先吸収され、経営資源の不足に陥っている。そのため、労働者との情報共有＝パートナー的関係を進めることにより、労働の自律性を高め、今いる労働者の能力を最大限引き出さなくてはならない。この労働の主体性の回復は、労働者に労働の喜びを取り戻す。中小企業の組織は小さく単純で、経営者と労働者が身体的、精神的に近接しているから情報共有が可能である。

以上のように、反大量生産型高付加価値工業の発展は、日本を経済的に転換するだけでなく、経済民主化をとおして社会の民主化を推進し、市場経済の宿痾である「物神崇拜」と「労働の疎外」への対抗をとおし、市場経済を人間化する<sup>2</sup>。

大企業の再興により経済の量的成長を復活させようという安倍成長戦略は、国家主義政権にふさわしく時代錯誤的である。目標は質の転換に置くべきである。中小企業主体の反大量生産型工業をもう一つの中核産業にすることにより経済を高付加価値化し、市場経済の民主性と人間性も高める——このようなオルタナティブな（既存に代わる）市場社会を目指すべきである。

- 1 製造業事業所数はピークの86年を100とすると2009年：61.3に激減した。高度成長の始まる直前の54年：60.4をかるうじて上回る水準である。減少度は規模が小さいほど大きく、従業者1～9人の零細事業所は09年：58.2に落ち込み、54年：65.3を大きく割った。安倍政権はそれでもなお、廃業率を高めようというのだ。
- 2 詳しくは黒瀬他編著『中小企業が市場社会を変える』（同友館）を参照。