



はしがき

新型コロナウイルスのパンデミックが発生した2020年を境に、「新時代」という言葉をよく耳にするようになりました。私たちの身の回りでも何か大きな変化が起きているといった実感が出てきたのでしょうか。気候変動は現代の危機を決定づけており、地球規模の脅威が身近な生活の場にも差し迫ってきています。成長の限界を認めざるをえず、SDGs（持続可能な開発目標）にもあるように、「サステナビリティ」が私たちの行動指針として定着してきました。こうしたなか、「モノの豊かさから心の豊かさへ」というように、私たちの価値基準も変わってきています。自分だけの豊かさを追い求めるのではなく、家庭、職場、地域、コミュニティそして地球規模でよりよい社会をつくるという規範のもと、「ウェルビーイング」という概念が広く取り上げられるようになっていきます。

本書の分析対象は、中小企業です。これまでの中小企業研究では、大企業と比べ、その問題性や発展性を議論してきました。分析の方法として、おもに経済学と経営学での諸理論や概念を用いてきました。もちろん、本書でも、従来の中小企業論の枠組みを踏襲しています。ただ、それだけにとどまらず、「新時代」を強く意識して、地域や社会との「つながり」のなかで中小企業という存在をとらえようとなりました。中小企業を対象とする中小企業論において、分析視角を拡張し、「中小企業と地域・社会とのつながり」それ自体を分析の対象ととらえなおしました。「サステナビリティ」と「ウェ

ルビーイング」という概念を用いて、新時代における新しい中小企業論を提示しようといった挑戦です。

本書の構想は、2020年に長山から遠山にもちかけたことからスタートしました。それから山本と許に声をかけ、本格的な出版企画を始動したのが2021年4月です。著者4名の研究対象は中小企業であり、いずれも日本中小企業学会の役員として旧知の仲でした。とはいえ、それぞれの問題関心は異なり、研究業績も多様なものです。そもそも中小企業という対象が多様ですから、おのずと中小企業研究者の研究課題も多様なものとなります。多様な存在の中小企業を1冊の本で解説するのには、結果的にほどよい陣容となりました。

われわれ著者4名には、研究上の共通のアプローチがあります。それは現場主義です。中小企業の現場、経営者や従業員、起業家、金融機関や支援機関など、経済・経営の現場、地域、フィールドに赴き、五感をフルに活用して、問題や課題、その構造や本質を探究するアプローチを貫いています。われわれは自分自身が大学生（大学院生）のときに、中小企業の現場で生の声を聞き、それがどのような意味をなし、ビジネスや経済社会・市場の全体のなかで、どのような位置づけにあるかを探る「おもしろさ」と「楽しさ」を知ってしまいました。そうした共通の経験をもっている著者4名ですから、本書にもワクワク感が溢れているかと思えます。

授業の座学やゼミナールでの輪読・議論が、現実の企業行動や経営戦略、地域経済や社会のありようとどのように関係しているのか、既存の理論がどこまで通用するのか、事実がすでに通説を覆す兆しを示していないか、学術と現実社会とのつながりを行き来することは、大学での学びの真骨頂です。読者にも社会科学的思想法とツ

ールをもって、本書を1つのステップにして、学問的なおもしろさを追体験してもらえれば本望です。読者にもそのような雰囲気を感じてもらいたいと思い、長山の発案で「グラフィック・レコード」を採用しました。著者4名の議論がリアルに伝わるように、本書の全体像と各章の概要について、グラフィック・レコードによる図案化を試み、序章および各部の扉裏に掲載しました。親しみやすさのなかに、われわれが伝えたいことが表現できているとすれば、それは株式会社 cocoroé の皆さまのおかげです。

本書は中小企業を理解するための大きな枠組みとして5部、それぞれ2章ずつの合計10章で構成されています。授業の予習や理解促進のために、各章扉の簡単な Quiz で基礎知識を確認し、Keywords と Chapter structure で個と全体の把握と相互関係をイメージしやすく工夫しています。事前と事後の学習に役立つと思います。章末のレポート課題は、正解が1つとは限らないので、グループ・ディスカッションや反転授業の素材など、さまざまな活用方法が考えられます。大学キャンパスには信頼できる教員やともに学ぶ仲間がすぐそこにいます。本書を通じて、教員と学生、学生同士がいろいろな疑問や仮説について対話するような、知的な相互作用と「つながり」が形成されることを期待しています。また、補論ではフィールドワークの仕方について解説しています。なお、ウェブサポートでは各章の予習課題を提供していますので、併せて活用ください。

本書は、大学でのテキストとしての利用を前提にしています。しかし、実社会で仕事をするうえでも大いに活用できると思います。本書は、新しい中小企業論のテキストとして、中小企業とかかわるすべての関係者（マルチステークホルダー）を分析対象として拡張しているからです。中小企業の経営者や従業員のみならず、仕入れ先

や取引先・顧客、金融機関や行政などの現場でも本書を手にとってもらいたいと思います。本書では、「地域とのつながり」という視点を強調していますので、そこでの知見は地域活性化・地域づくりに取り組む中小企業支援機関・地域金融機関や地方自治体等の職員にとって大いに学びとなるはずです。新入職員向けの研修など、ぜひ、本書を利用していただきたいと思います。

本書の完成まで、企画立ち上げから丸3年かかってしまいました。編集会議は基本的に有斐閣の会議室での対面開催でしたが、コロナ禍にはオンラインも活用し、何度も行われました。お互いに遅筆のくせに口出しを惜しまないため、編集会議のたびに変更・修正が必要となりました。結果的に、当初の企画に比べて充実した内容になったと思います。そのような紆余曲折のなか怠慢な著者を辛抱強く本書の完成に導いてくれたのは、有斐閣編集部部長谷川絵里氏です。心より感謝申し上げます。

最後に、本書の限界、われわれの反省を記しておきたいと思います。本書では、中小企業の多様な実態を知ってもらうため、本文のほかコラムにおいて、数多くの事例企業を紹介しています。可能な限り、多様な業種の企業を取り上げたつもりでしたが、製造業にやや偏った面があることは否めません。また、新しい時代の中小企業論としてコンセプトをはっきりさせたため、一部、偏った視点やとらえ方となった記述があるかもしれません。それらはすべて筆者らの力量不足によるものであり、そこは他の優れた教科書や専門書で補っていただきたいと思います。

2024年1月

著者一同

著者紹介

長山 宗広 (ながやま むねひろ) 序章, 第5, 9, 10章



駒澤大学経済学部教授。横浜国立大学大学院環境情報学府博士後期課程修了, 博士(経営学: 中央大学)。

〈主要著作〉『日本のスピノフ・ベンチャー創出論』同友館, 2012年(平成24年度中小企業研究奨励賞本賞受賞/平成24年度日本経営学会賞受賞); 『先進事例で学ぶ

地域経済論×中小企業論』(編著) ミネルヴァ書房, 2020年

/// 読者へのメッセージ /// 本書は, 地域との「つながり」に着目して, サステナビリティとウェルビーイングの新時代における中小企業論としてとりまとめました。従来の中小企業研究の枠組みを受け継ぎつつも, 未来志向の新しい中小企業論のテキストとして仕上げています。ワクワク感をもって中小企業を学んでもらえると幸いです。

遠山 恭司 (とよやま きょうじ) 第3, 7章, 補論



立教大学経済学部教授。中央大学大学院経済学研究科博士後期課程修了。

〈主要著作〉「国内外生産乖離期における大手自動車部品サプライヤーのグループ強化」『経済学論纂』中央大学, 第61巻第3・4合併号, 2021年; 「中小製造業におけるデジタル技術の活用と人材育成の展開」『経済学論纂』中央大学,

第64巻第5・6合併号, 2024年

/// 読者へのメッセージ /// 人生に影響を与えるような本に出会いましたか。わたしの場合は受験対策用にたまたま読んだ森嶋通夫 LSE 教授の岩波新書『イギリスと日本』がそれです。国際比較を通じて日本を理解する。大学で学問の知的刺激と奥深さを知り, その対象を中小企業に見出しました。本書がみなさんの学問への誘いになることを願っています。

山本 篤民 (やまもと あつたみ) 第1, 4章



日本大学商学部教授。駒澤大学大学院経済学研究科博士課程修了。

〈主要著作〉「中小企業の維持・発展と地域経済の活性化に向けて」『日本中小企業学会論集』第37号, 2018年; 「奈良県靴下産地の現状と再生への課題」『商学集

志』第91巻第1号, 2021年

/// 読者へのメッセージ /// 本書を読んだ皆さんには、1つでも、2つでもよいので中小企業の魅力を発見し、興味や関心をもってもらいたいと思っています。また、なぜ、自分が魅力を感じたり、興味・関心を抱いたりしたのか、その原因を探るために、中小企業の現場に足を運びフィールドワークに取り組むことをお勧めします。

許 伸江 (きよ のぶえ) 第2, 6, 8章



跡見学園女子大学マネジメント学部教授。慶應義塾大学大学院商学研究科博士課程修了, 博士(商学)。

〈主要著作〉『産業クラスターの進化とネットワーク』税務経理協会, 2018年; 『中小企業論』(共著)同友館, 2021年

/// 読者へのメッセージ /// 中小企業は身近な存在でありながら、異質多元ゆえに、つかみどころのない存在でもあります。本書は、地域とのつながりという切り口で、多様な視点から中小企業について考察しています。各章を紹介したグラフィックやフローチャートも参考にして、ぜひ、中小企業のおもしろさを見つけてみませんか。



編集担当: 有斐閣書籍編集第二部 長谷川絵里

目 次

はしがき	i
著者紹介	v

序 章 地域とつながる中小企業論

1 本書の特徴——新時代の中小企業論

中小企業を学ぼう (2) 中小企業論を地域視点から学ぶ (2) 取り残された「一般的な中小企業」の存在と役割 (3) 地域社会を支える小規模企業への注目 (4) サステナビリティとウェルビーイングの新時代 (5) 本書で中小企業論を学ぶ意義——中小企業・地域との「つながり」 (6)

2 本書の構成と各章の内容

本書の構成 (8) 中小企業とは何か, 中小企業の役割とは (8) ものづくりを支える中小企業 (10) 地域経済, 地域社会・コミュニティを支える中小企業 (11) 持続可能な社会を実現する中小企業 (13) 新時代における中小企業の支援制度 (15)

第 I 部 中小企業の役割を知ろう

第 1 章 なぜ中小企業は必要なのか

中小企業の役割と存在意義

1 中小企業は多すぎるのか

コロナ禍における中小企業 (25) 中小企業の経営支援とゾンビ企業 (26) 小規模企業は不合理な存在か (28)

2 中小企業はどのような企業なのか 29

異質多元な中小企業 (29) 中小企業・小規模企業の定義 (30) 減少が続く中小企業・小規模企業 (32) 中小企業・小規模企業の従業者数 (34) 働く場としての中小企業 (35) なぜ中小企業を取り上げるのか (38) 日本の中小企業問題のはじまり (38) 積極的な中小企業観 (40) 中小企業の存立条件をめぐる研究 (41)

3 中小企業の今後の役割と存在意義 43

地域経済の衰退と中小企業の役割 (43) 社会貢献型企業とマイクロ・アントレプレナー (44) 企業に属さない働き方 (45)

第2章 ベンチャー・ビジネスと中小企業 49

「イノベーションの担い手」の先へ

1 ベンチャー・ビジネスとは何か 52

ベンチャー・ビジネスの登場 (52) ベンチャー・ビジネスと中小企業はどう違うのか (53) スタートアップ (55) ガゼル企業とユニコーン企業 (56) ソーシャル・アントレプレナー (57)

2 イノベーションはなぜ必要なのか 58

イノベーションの意義 (58) 身近にあるイノベーション (59) イノベーションとは何か (59) 企業家 (アントレプレナー) (62) アントレプレナーシップ (64)

3 イノベーションの担い手はだれか 64

シュンペーター仮説 (64) ガルプレイス仮説 (65) イノベーションのジレンマ (66) 両利きの経営 (67) VUCA 時代のイノベーション、アントレプレナーシップの可能性 (69)

4 プラットフォーマーがビジネスを変える 70

プラットフォームの登場 (70) プラットフォームを活用する中小企業 (70)

第Ⅱ部 ものづくりを支える中小企業

第3章 中小企業と下請ビジネス 77 公正な取引の実現へ

1 サプライチェーンの不都合な真実 79

サプライチェーンは世界規模に(79) 広範にみられる下請取引(80) Make or Buyと規模の経済性(81) 下請問題と関連法(82) 依存・従属的性質(83) 下請取引の適正化(85) 「脱下請」の取り組み(86)

2 下請システムを歴史的・多角的視座からとらえる 87

下請企業の発展形態と社会的分業(87) 山脈構造型社会的分業構造(89) 系列——長期継続取引関係(90) 長期継続的取引はなぜ成立したのか(91) 製品アーキテクチャ(92) 迫りつつある構造転換のうねり(95)

3 不確実性増大社会と下請企業 97

40年ぶりの物価高騰(97) 価格転嫁(99) デジタル技術の発展と活用(IoT)(100) 無形資産投資の視点(101)

第4章 地場産業・産地の中小企業 105 産地の再生の可能性を考える

1 地場産業の産地はなぜ衰退しつつあるのか 107

身近に存在する地場産業(107) 地場産業はどのような産業か(108) 地場産業の産地の動向(110) 地場産業論の展開(112)

2 地場産業産地の構造 115

産地の生産・流通構造(115) 産地の構造変化(117) グローバル経済に翻弄される地場産業(119)

3 産地はどのように形成されるのか 121

産地形成のメカニズム (121) 工業立地論と集積 (122) 産業地域における柔軟な専門化 (123)

4 地場産業の再生は可能か 125

地場産業の存在の意義 (125) 体験型観光と地場産業の魅力 (127)
地場産業の再生と新たな可能性 (128)

第 III 部 地域経済・コミュニティを支える中小企業

第 5 章 地域経済と中小企業 133

アントレプレナーシップを軸とした地域づくり

1 地域経済を取り巻く問題 136

地域とは (136) 地域経済のとらえ方 (137) 地域経済における構造的
問題と内発的発展論 (138) 縮小する日本, 加速する東京一極集
中と「地方創生」(140) 東京一極集中の原因, 巨大都市の理論
(141)

2 地域経済発展と中小企業 142

地方の衰退, 地域経済の循環システム (142) 移出産業として地域経
済を牽引する中堅企業——地域未来牽引企業 (145)

3 地域社会の課題解決と小規模企業の存在意義 146

地元市場向け産業として地域経済を支える小規模企業 (146) 地域
社会の課題を解決する小規模企業 (147) 社会的連帯経済の潮流と
社会的協同組合の台頭 (149) 中小企業組合の原点回帰, 協同労働
への注目 (150)

4 新時代の地域経済・地域社会と中小企業 152

アントレプレナーシップと地域づくり (152) コロナ禍を経た新時代の
村づくりの事例——山梨県小菅村の分散型ホテルと村民アントレプレ
ナー (153) アントレプレナーシップを軸とした地域政策, 自治体産
業政策 (155)

第 6 章 地域コミュニティと中小商業 159
商店街の再構築

1 商店街の衰退と新たな役割 161

商店街の定義 (161) 商店街の組織 (163) 商店街の経済的機能 (164) 商業集積 (165) 商店街の社会的機能 (165) 商店街の衰退 (166) 商店街実態調査 (167)

2 商店街と「まちづくり」 168

「まちづくり」とは (168) 商業調整施策 (169) まちづくり三法 (170)

3 新たな場としての商店街 173

地域コミュニティと商店街 (173) サード・プレイス (174) コミュニティ・ビジネス (175) 創業の苗床 (176) 中小小売業のマーケティング (177) ファンベース・マーケティング (179) 地域商業と DX (デジタル・トランスフォーメーション) (180) 商店街の再構築 (181)

第 IV 部 持続可能な社会を実現する中小企業

第 7 章 持続的発展と中小企業 185
SDGs の先を見据えて

1 持続可能な発展とは何か 187

世界的な諸問題 (187) MDGs から SDGs へ (188) ローマクラブ「成長の限界」(190) 市場・政府・非営利組織の限界 (191) 持続可能な発展 (Sustainable Development) (192)

2 持続可能性への関与を問われる企業 193

企業の社会的責任 (CSR) (193) 共有価値の創造 (CSV) (195) ESG (196)

3	ソーシャル・インパクトとは何か	198
	市場性と社会性 (198) 事業型 NPO (199) 社会的企業 (201) 海外にも広がる社会的企業 (202) エコシステムから生まれる社会的 企業 (204) 本業で社会性を発揮する中小企業 (204)	
4	身近な中小企業の善意の連鎖による持続的発展	206
	SDGs の認知の広がり (206) ゼブラ企業への注目と日本の身近な 中小企業 (208) 善意の連鎖 (209)	
第 8 章	ウェルビーイングと中小企業	211
	マルチステークホルダーの幸せへ	
1	ウェルビーイングと企業活動	213
	ウェルビーイングへの注目の高まり (213) ウェルビーイングとは何か (214) 健康経営の推進 (216)	
2	ウェルビーイング経営	217
	ウェルビーイング経営とは (217) ワーク・エンゲージメントの向上 (219)	
3	ダイバーシティ・マネジメント	222
	ダイバーシティ (多様性) (222) ダイバーシティから「包摂」「公平性」 「帰属」へ (223) ダイバーシティ・マネジメント (224) 働き方改革 の推進 (225)	
4	中小企業とウェルビーイング	226
	大企業の日本的経営の終焉 (226) 中小企業とウェルビーイング経営 (227) ウェルビーイング時代の自己実現 (230) 地域とウェルビー イング (231)	

第 V 部 中小企業を支援する制度を知ろう

第 9 章 中小企業金融を学ぶ 237 リレーションシップ・バンキングから地域密着型金融へ

1 中小企業における金融の問題 240

「金融」は中小企業経営にとって最重要課題 (240) 資金繰りに苦しむ中小企業 (240) 中小企業における資金調達手段 (241) 間接金融 (借入金) に依存する中小企業 (243) 小規模企業における構造的な金融問題 (245)

2 金融機関からみた中小企業金融の問題 245

中小企業向けの金融機関とは (245) 地域金融機関による地域内資金循環機能の低下 (246) 金融機関における不良債権問題と経営健全化 (248) オーバーバンキング問題, 合併・再編の加速 (249) 「情報の非対称性」による中小企業向け融資の難しさ (250) 担保・保証に依存した融資 (251)

3 中小企業金融問題への政策的対応とその評価 252

リレーションシップ・バンキング (252) 政府系中小企業金融機関と信用補完制度によるセーフティネット (255)

4 新しい中小企業金融と地域経済の未来 257

金融のデジタル革命——フィンテック革命, オルタナティブ・ファイナンス (257) リレバンから地域密着型金融へ——地域をつなぐ協同組織金融 (259)

第 10 章 中小企業政策を学ぶ 263 歴史の変遷からの検討

1 中小企業政策は必要なのか——歴史の変遷からの検討 266

政策対象としての中小企業——中小企業の問題性 (266) 大企業と対置した二重構造問題, ネガティブな中小企業観 (267) 国の産業政策の一環として展開された中小企業の近代化政策 (267) 中小企業基本法 (1963 年) の理念, 実体法としての中小企業近代化促進法 (268) 業種別・地域ぐるみの構造改善事業, 中小企業の組織化 (269) 二重構造問題の解消, 知識集約化路線へ (269) ポジティブな中小企業観, 「地方の時代」へ (271) 競争とイノベーション, 創業支援の登場 (272) 新中小企業基本法 (1999 年) による理念の大転換 (273)

2 中小企業のライフサイクルに応じたテーマ別政策 …………… 275

中小企業のライフサイクルと経営課題——面から点の政策へ (275)
創業支援と経営革新支援, ベンチャー・ビジネス支援 (275) 経営改善支援, 事業承継支援 (277)

3 国家主導によるイノベーションを軸にした中小企業政策と地域政策の接合 …………… 279

中小企業政策と地域政策の接合 (279) 国家主導による地域産業政策「産業クラスター計画事業」(280) 地域イノベーション, スタートアップ・エコシステム拠点形成戦略 (281)

4 自治体による小規模事業者支援と地域共生社会形成 …… 283

中小企業憲章——中小企業の経済的・社会的役割 (283) 政策対象として再設定される小規模企業 (284) 地域ぐるみの小規模企業振興, 地域づくりの主体形成支援 (286) 漂流する国の中小企業政策, 地域をつなげる中小企業政策 (288)

補論 中小企業論を学んでフィールドに出かけよう …… 293

1 中小企業論のレンズを通して社会経済・地域をみる …… 294

国際競争力ランキングの低下 (294) 経済複雑性指標は日本が世界トップ (294) 中小企業論のレンズを通して日本を理解する (296)

2 中小企業を自分で調べてみる …………… 297

テキストを読むだけではとらえきれない (297) 事前の準備：徒手空
拳で臨まない (298) 学生の取材にやさしい日本の中小企業 (299)
インタビューのコツ (300) 最後に (301)

引用・参考文献	303
索引	310

Column 一覧

- 1 中小企業の定義の比較 (32)
- 2 増加する大学発ベンチャー (58)
- 3 下請企業から医療ベンチャーへ (68)
- 4 地域プラットフォームづくりをする中小製造業 (72)
- 5 愛知県豊田市周辺の工業集積地——企業城下町 (93)
- 6 伝統的工芸品産業 (114)
- 7 ウェルビーイングを測定する (157)
- 8 富山市のライトレールを核としたコンパクト・シティ構想 (172)
- 9 ワーク・エンゲージメント尺度の国際比較 (221)
- 10 株式会社ベアーズの取り組み (228)
- 11 サステナブル・ファイナンス (260)

インフォグラフィック | cocoroé

/// ウェブサポートページ ///

各章の予習課題 (先生用) などを提供しています。ぜひご活用ください。

https://www.yuhikaku.co.jp/yuhikaku_pr/y-knot/list/20009p/



Chapter

章

序

地域とつながる

中小企業論

1

本書の特徴——新時代の中小企業論

〓 中小企業を学ぼう

中小企業は、企業数の99%以上を占め、圧倒的な多数派である。しかしながら、社名がすぐに思い浮かぶ中小企業はどれほどあるだろうか。また、中小企業について、単なるイメージではなく、その実態をどれほど知っているだろうか。中小企業は、私たちの経済や暮らしを支えており、身近な存在であるに違いない。ただ、中小企業はあまりに多すぎて、しかも多様であることから、とらえどころのない存在ともいえる。本書では、現実に存在する中小企業の実態把握を通して、中小企業がどのような経済的役割・社会的役割を果たしているのかを詳しく学んでいく。

〓 中小企業論を地域視点から学ぶ

本書は、従来の中小企業論の枠組みを受け継ぎつつ、未来志向の新しい中小企業論のテキストとして取りまとめている。実際、本書では、①現実に存在している中小企業を多面的かつ総合的に把握しようとする（植田 [2014]）、②画一的な中小企業観によらず、中小企業を発展性と問題性の統一物ととらえること（黒瀬 [2018]）、③異質多元で多様な中小企業の把握にあたって、諸分野の研究成果や専門理論を取り入れて応用すること（三井 [1991]）、といった点を継承している。

上記を補足すると、①については、中小企業だけではなく、「地域」についても同様の見方をしている。現代経済における「地域」

と「中小企業」という場合は、1国の国民経済下の一要素として画一的にとらえられるものではなく、いずれも多様性や固有性が認められる。また、両者ともに、そこでの学習を通じた主体の形成において発展可能性があるものととらえていく（長山 [2020]）。②については、中小企業の発展性と問題性という見方に加えて、「地域・社会との共生」の視点をもつ（池田 [2022]）。③については、中小企業論を領域学とし（福嶋・宇田 [2023]）、経済学・経営学・社会学・心理学など幅広い学問の方法にまたがる領域横断的な学際的テーマととらえている。わけても本書では、地域政治経済学（中村 [2004]）の方法や理論を多分に援用している。

□▷ 取り残された「一般的な中小企業」の存在と役割

中小企業論のオーソドックスなテキストでは、「中小企業とは何か」という問いから始まる。本書では第1章で論じているが、容易に答えられるものではない。一言でいえば、大企業と比べて資本金や従業員数が小さい企業だといえる。中小企業論では、「企業」一般ではなく、中小規模の企業を区別して取り上げる。なぜ、中小企業という対象を研究する中小企業論が生まれたのだろうか。それは大企業と相対化してみても、中小規模の層に共通の問題性があったからである。日本独自の中小企業研究は100年の伝統をもつといわれるが、まず解明すべきは中小企業に共通した問題性であった。その現象を解明する道具としておもにマルクス経済学での理論が用いられたので、「中小企業論は経済学の応用問題」であるといわれてきた。

ただ、そうした中小企業論に対し、むしろ特殊性に着目した、中小企業の発展性の側面を強調する研究アプローチが増えていく。た

しかに、「企業」のなかの圧倒的多数を占めているのが中小企業であり、その共通のポジティブな特徴といえば「多様性」としかいえない。ここで思考を止めずに、多様な中小企業のなかから特殊性に着目して、中小企業のある一面の性質を特徴づけた企業論が次々と生まれてきた。その典型が、「中堅企業論」や「ベンチャー・ビジネス論」である。同様に、特徴的な一面を切り出してネーミングされた企業は増えており、「スタートアップ企業」「ユニコーン企業」「ゼブラ企業」「グローバルニッチトップ企業」「地域未来牽引企業」「コミュニティ・ビジネス」「ソーシャル・ビジネス」「社会的企業」などがあげられる。こうして特徴づけられた企業は、「一般的な中小企業」と区別され、政策対象にもなりやすい。

本書では、ベンチャー・ビジネスなど特徴的な企業の解説も一通りするが(第2章など)、何ら特徴がないと思われる「一般的な中小企業」に焦点を当て、その経済的・社会的な役割と存在意義を見出していく。加えて、そうした中小企業の存在形態について、第3章・第4章にあるように社会的分業論として分析するとともに、日本のものづくりを支える役割をポジティブに示す。

◇ 地域社会を支える小規模企業への注目

一般的な中小企業の内部は、①自営業など雇用者がほとんどいない零細規模企業層、②従業員数十人程度までの小規模企業層、③それ以上の中規模企業層といった、規模的には3つ程度の階層として区別できる(植田[2014])。こうした規模区分でみると、事業の形態、組織、マネジメント、就業形態などが異なっており、それゆえに本来はそれぞれの層に対応した政策内容にならなければいけない。第10章で論じているが、いまの中小企業政策は、零細規模と

小規模企業層に対し、創業まもない若い企業を除き、「停滞型」として切り捨てる。そして、廃業の円滑化や M&A による集約化など、市場からの撤退を促そうとする向きがある。

ただ、小規模企業（＝小規模事業者）は、第 5 章・第 6 章での分析にあるように、経済的価値と非経済的価値の両面からみてその存在意義を有しており、現実に地域経済および地域社会・コミュニティを支えている。その反面、第 9 章にあるとおり、中小企業金融・地域密着型金融の世界においてさえ、金融排除という固有の問題性も抱え込む。本書では、取り残された「一般的な中小企業」のなかでも小規模企業に注目し、各章で多くのページを割いている。

□> サステナビリティとウェルビーイングの新時代

中小企業論の良書では、中小企業について「大多数の人々が働く場であり自己実現の場（渡辺 [2022]）」ととらえている。第 7 章・第 8 章では、この中小企業のとらえ方を踏襲し、サステナビリティとウェルビーイングの視点を導入してさらなる深化を試みている。中小企業が働く人だけでなく、かかわるすべての人にとっての「自己超越」の場となれば、「地域・社会との共生」の世界が切り拓かれ、私たちの未来も「より良い姿」になっていくかもしれない。

ただ、現実には厳しさを増している。コロナ禍を経て、過去のあらゆる分野の問題や矛盾が浮き彫りとなった。気候変動による地球規模の危機、グローバル化と経済的格差の問題など、私たちは資本主義がもたらした暗い現実に直面している。いまは、VUCA（変動性・不確実性・複雑性・曖昧性）の時代ともいわれる。経済成長を前提におく資本主義のシステムそのものが揺らいでいる。それは学問の世界においても同様であり、過去の盤石と思われていた理論の多

くを見直す転機でもある。

中小企業論に引き付けてみても、「中小企業の存立条件論」の古典的な先行研究の多くは、「経済成長」ならびに「規模の経済」が理論のベースにあり、いまの時代に合わなくなっている。本書では、オルタナティブな「社会的連帯経済」の世界も意識しつつ、サステナビリティとウェルビーイングの概念を用いて、新時代における中小企業の役割や存在意義を見出そうとする。

□▷ 本書で中小企業論を学ぶ意義

— 中小企業・地域との「つながり」

本書のおもな読者層は、大学の経済学部・経営学部の学生である。中小企業論は経済学と経営学の理論を用いて中小企業という対象を分析・研究する学問だからである。しかも、中小企業というリアルな身近な存在を対象にした学問なので、「自分事」としてとらえやすく、そこで扱う経済学と経営学の理論や諸概念の理解が進み、応用力も身につけやすい。さらに、本書では、「地域」とのつながりをポイントにしているので、なおさらリアリティが増し、中小企業に関する複雑な現実の現象の解像度を高めることができる。新時代において、「Think Globally, Act Locally（地球規模で考えて、地域から行動を起こそう）」という標語が説得力をもって広まっている。補論で詳しく触れるが、ぜひ、本書をもって、地域そして中小企業の現場に足を運び、フィールドワークやアクティブ・ラーニングに励んでいただきたい。そして、私たちとのつながりを再発見していただきたい。

中小企業を対象に研究すれば、テーマ（研究課題）が数多くみつかることだろう。それは、中小企業の多様性ゆえに、テーマも多様

に見出せるからだ。中小企業論での学びを通して、経済と社会の仕組みや構造を多様な視点で多面的に知ることができるだろう。また、中小企業は外的ショックの影響を受けやすくリスクな存在であるから、時代を先取った課題が先鋭化してあらわれる。過去の理論や政策とのギャップに気付けば、新時代に合った理論構築・仮説導出や政策提言を自らの手で成し遂げることもできるだろう。

本書ではタイトルにあるように、中小企業・地域との「つながり」に着目している。従来の中小企業研究の対象ならば、地域における企業と企業とのつながりまでだったろう。しかし、本書では、地域における個人と個人をつながりまで研究対象を拡張した。その個人とは、小規模事業者、小さな起業家（マイクロ・アントレプレナー）を主眼におきつつ、中小企業で働く人や住民まで、地域のあらゆる主体を対象にした。「つながり」に着目して「個人」と社会構造をみるので、多様な主体が研究対象となるのである。人間生活そのものを総体として理解する観察的方法をとるので、「中小企業の社会学（寺岡 [2002]）といえるかもしれない。まさに、中小企業論は、領域横断的な学際的テーマといえる。本書では、中小企業・地域との「つながり」に着目したので、サステナビリティとウェルビーイングの新時代における「中小企業論」として少しは新規性を出せたのではないか。未来志向の中小企業論を学ぶことはワクワク感に溢れている。

2

本書の構成と各章の内容

本書の構成

本書は、5部・10章から構成されている。

各章では、異質多元で多様な中小企業の実態を多面的に紹介することで、読者が知らないおもしろい社会の現実を伝えようとしている。あえてわかりやすい対立関係や対比構造にみえる事象や事例を取り上げ、さらには対立・対比を超越するユニークな先進事例などを紹介している。こうした中小企業とそれを取り巻く社会の複雑な現実のあり様を示すなかで、既存の学説・理論や過去の政策・制度についての理解を進めるとともに、批判や疑問をもってもらえるような仕掛けをしている。各章のストーリーや論理展開には蛇行感をもたせており、読者には「問い」を入れ子構造で深めていきたい。本書を通して「中小企業論」を学ぶだけでなく、読者の批判的な思考や課題設定の力、さらには仮説導出や政策提言の力が向上することを期待したい。

中小企業とは何か、中小企業の役割とは

第I部では、「中小企業とは何か」という教科書の入口として、「中小企業の役割」をテーマに扱う。第1章では、「なぜ、中小企業は私たちの経済や社会において必要なのか」といった問いを提示する。生産性の低い「停滞型」の中小企業、もしくは市場に残存する「ゾンビ企業」に対して、その存在そのものを否定する議論が近年出てきている。しかしながら、いま、現実には中小企業は存在して

おり、日本の企業のなかの圧倒的多数を占めている。そこで、「中小企業はなぜ存在しているのだろうか」といった本質的な問いに向き合わなければならない。第1章では、先行研究を踏まえて、中小企業の多様な存在形態とその存立条件を示す。そのうえで、中小企業の現代的な役割と存在意義について、とくに地域経済・地域社会の視点から検討している。

第2章では、「ベンチャー・ビジネスとは何か」というテーマを扱う。近頃は、「中小企業論」と分けて「ベンチャー企業論」という科目を設置する大学も散見される。前述したように、本書では、中小企業をとらえるにあたって多面的な見方をする。そのため、ベンチャー・ビジネスとは、中小企業の一面をみて特徴づけたものであり、異質多元な中小企業の存在の一部としてとらえている。それでは、「ベンチャー・ビジネスとはどのような特徴をもっているのだろうか」といった疑問が生じるだろう。第2章では、「スタートアップ」などベンチャー・ビジネスの類似用語や種類を説明したうえで、それらの共通の特徴といえる「イノベーション」という概念に着目する。イノベーション概念を軸にして、ベンチャー・ビジネスと大企業との違い、ベンチャー・ビジネスと一般中小企業（非ベンチャー・ビジネス）との違いを比較分析し、整理する。そしてさらなる問いとして、「一般中小企業（非ベンチャー・ビジネス）は、イノベーションと無縁なのか。否、そうでないならば、どのようなイノベーションを得意としているのだろうか」といった論点を提示する。そのうえで、「中小企業 vs ベンチャー・ビジネス」のような二分法ではあrawせないユニークなイノベーション実現の事例を紹介する。この事例を解くため、二分法を中間媒介する概念として、「アントレプレナーシップ」と「地域プラットフォーム」を示す。

ここで改めて、「中小企業とは何か」「中小企業の役割とは」という第Ⅰ部の大テーマについて考えてみると、従来の「中小企業論」「ベンチャー企業論」の教科書ではみられなかった新しい論点や問いを見出せるかもしれない。

□▷ **ものづくりを支える中小企業**

第Ⅱ部では、おもに下請企業と産地企業を取り上げて、「ものづくりを支える中小企業」というテーマを扱っている。ここでの鍵概念は、社会的分業である。第3章には、社会的分業の理論的な説明があるが、そこから中小企業の存立条件を読み取ることができる。「大企業と比べて規模が小さく経営資源の少ない中小企業がなぜ存在しているのか」という第Ⅰ部での問いに対し、社会的分業の理論はその1つの答えを示してくれる。

第3章では、分業における企業間関係、わけても下請関係に着目する。マルクス経済学に依拠した中小企業論においては、中小企業の存在形態の典型である「下請制」を取り上げ、「支配・従属」概念を通して「中小企業問題」を提起した。下請制の議論は、中小企業論を学ぶうえで避けては通れない。戦前・戦後を通して「支配・従属 vs 独立形態」「問題性 vs 効率性」など下請制の議論は活発に行われ、それが時の中小企業観にまで反映されるほどのものだった。第3章では、こうした下請制の議論を踏まえて、自動車産業およびトヨタ自動車等にみられる現実の事例を紹介し、IoT・DXや無形資産投資の視点から現代的な「中小企業と下請ビジネス」論を展開している。コロナ禍を経た日本経済では、大企業と中小企業との景況感に格差が大きく、そこには物価高を価格転嫁できない中小企業問題が横たわっている。価格決定権をもちえない中小

企業の不利の是正，不公正な取引の是正といった点での公的介入は，いまでも中小企業政策の柱の1つとして重要であるといえる。下請制は古くて新しい議論であり，いまの日本経済が抱える課題解決のツールともなりうることを示唆している。

第4章では，「地場産業・産地」において社会的分業により存在している中小企業を取り上げる。ここでは，まず産地の企業数・従業者数・生産額のいずれも減少傾向にある現状を示し，それが産地内での完結された生産分業構造の解体，産地・集積のメリット低下を招き，ひいては産地の縮小・衰退に至るといった悪循環のメカニズムを紐解く。ここでの視点は，グローバリゼーションの進展にともなう「産業空洞化」問題にあり，「地域完結 vs グローバル」「集積 vs 分散」という対比概念からの検討を促している。そのうえで，「地場産業の産地の再生可能性」について問う。産地の多くは長い歴史をもち，日本の伝統や文化，地域の資源やニーズ，そして本源的価値を「ものづくり」を通じて表現できる。そこで第4章では，伝統的工芸品と体験型観光の事例等を紹介し，「文明 vs 文化」の二項対立を超えた産地の新たな姿を示唆している。こうした論点は，中小企業論のみならず，地域経済論・地域産業論にまたがるものである。その意味で第4章は，本書でいう「地域とつながる中小企業論」について，現場の視点から考察するファースト・ステップの章といえる。

□▷ 地域経済，地域社会・コミュニティを支える中小企業

第Ⅲ部は，地域における中小企業の役割について経済的側面と非経済的側面の両面から検討している。第5章では，政府が進める「地方創生」政策を俎上にのせて，「東京圏 vs 地方」のわかりやす

い構図から、人口減少下での東京一極集中問題の原因を考えていく。そして、地方（ローカルないしリージョン・エリア：市区町村の範囲がそれを越える程度）に焦点を当てた地域活性化・地域づくりについて検討を加える。その際、「地域経済社会における中小企業の存在意義とは何か」といった問いを提起し、経済的側面と非経済的側面の両面から分析を進めていく。前者については、地域経済循環システムの概念に基づき、中堅企業・中規模企業における「地域未来牽引企業」としての役割を説明する。後者については、コミュニティ・ビジネスや社会的連帯経済などの概念に基づき、地域社会を支える小規模企業や協同組合の役割を説明する。そのうえで、「経済成長 vs 社会的包摂」のジレンマを超える課題解決の担い手として、アントレプレナーシップに注目する。そして、「コロナ禍を経た新時代における中小企業と地域経済の未来について」といった大きな問いを設定し、アントレプレナーシップによる主体形成と地域学習をポイントにあげ、新しい自治体産業政策のあり様を提起している。

第6章では、地域の範囲をより狭域なコミュニティ・エリアに絞り、商店街をテーマにおく。コロナ禍で定着したネット・ショッピングとECを引き合いに出し、「商店街は本当に必要なのか」といった大胆な問いを提示する。実際、大都市の一部の広域型商店街を除き、商店街の大半は衰退している。とくに地方の商店街では、「シャッター商店街」と化し、買い物の場として機能していないケースが多くみられる。ここで第6章では、商店街の機能について、経済的機能のみならず、社会的機能との両面から分析していく。とくに、後者の機能として、多様な地域課題の解決機能をポイントにあげる。そこから議論を展開し、「商店街とまちづくり」を論点に据える。富山市のコンパクト・シティ構想など先進事例を紹介した

うえで、サード・プレイスやコミュニティ・ビジネス等の概念を援用し、デジタル社会における「新たな場としての商店街」像を提起する。

〇 持続可能な社会を実現する中小企業

第Ⅳ部では、「サステナビリティ」と「ウェルビーイング」といった視点から中小企業の役割や存在意義について論じており、中小企業論の新領域を開拓する。第7章では、持続可能な発展（Sustainable Development）の概念、そしてSDGsについての歴史的背景を交えた説明を通して、市場・政府・非営利組織の限界を示し、そのうえで「経済成長 vs 資源・環境保全の両立」といった大テーマを設定する。まずは、この問いを企業レベルから考え、CSR、CSV、ESGといった概念を整理する。ただし、これらの概念は、大企業を念頭に置いた経営学をベースとするものである。そこで、市場性と社会性の2軸で分析するモードを援用し、社会志向型中小企業の存在を明示する。さらには、中小企業の一形態といえる「事業型NPO」および「社会的企業」のユニークな事例を取り上げ、「ソーシャル・インパクト」の着眼点から分析を進める。その結果、事例企業の事業活動や提供価値が、個人、家庭、職場、地域へと広がって好循環をもたらすこと、社会に与えるインパクトの大きさ（ソーシャル・インパクト）を示す。ただ、これだけでは、一般の中小企業（社会志向型中小企業の枠から外された中小企業）はソーシャル・インパクトがまったくない存在として誤解を与えてしまう。そこで本章では最後に、本業で社会性を発揮する身近な中小企業の事例を取り上げ、地域における中小企業の「善意の連鎖」「共生性」の概念を示す。

第8章では、企業経営にかかわるすべての人（マルチステークホルダー）を幸せにする、といったウェルビーイング経営をテーマに掲げる。サステナビリティ概念は地球規模の巨視的なアプローチから出発するが、ウェルビーイング概念は個人の健康・幸福というミクロ的アプローチから始まる。したがって、まずは、従業員や経営者の心身の健康・幸福が大前提であり、そこから企業レベルで考えていく。すると、ワーク・エンゲージメントやダイバーシティ・マネジメントなど、人的資源管理論で近年取り上げられている概念と接近する。こちらも大企業ベースの経営学の1つである。その文脈では「働き方改革 vs ウェルビーイング」の両立がテーマとなる。

第8章であえてウェルビーイング経営をテーマに据えたのは、それが「地域経済社会における中小企業の存在意義とは何か」という問いに対する1つの答えに結びつくものとの理由からである。中小企業の人材は、「地域経済における雇用者 vs 地域社会における生活者」という2軸の両面を併せもつ。したがって、中小企業の人材確保・育成という課題は、人的資源管理論だけで解決できるほど簡単なものではない。日本的な会社共同体の論理だけではなく、地域共同体としての人材育成、地域ぐるみの学習を促す制度設計が求められる。ここでは、ウェルビーイング経営に取り組む中小企業の事例を紹介する一方で、それを無意識に実践する一般の中小企業も評価する。実際、中小企業の多くは、地域社会や従業員とその家族、取引先など、すべてのステークホルダーの幸せを大切に日々営んでいる。ウェルビーイングは、個人の自己実現を超越する次元へと拡張性があり、個人から家族、コミュニティ、地域、社会、そして自然・地球へと、内から外へのベクトルで「より良い姿」をつなげる概念となる。

◇ 新時代における中小企業の支援制度

「サステナビリティ」と「ウェルビーイング」は、地域活性化・地域づくりの最上位目的と位置づけられ、自治体（市区町村）の「基本構想」や「総合計画」の見出しに使われるまでになってきた。第Ⅴ部では、こうした新時代における中小企業金融と中小企業政策について論じている。もちろん、未来志向の議論に入る前に、歴史的変遷からの検討を十分に行っている。中小企業金融については第9章で取り上げており、過去の金融行政をレビューしている。その際、中小企業金融の問題性について、中小企業（借り手）サイドと金融機関（貸し手）サイドの両面から整理する。この問題性の根幹には、両サイドにおける「情報の非対称性」がある。その政策的対応として、リレーションシップ・バンキング（以下、「リレバン」）がある。ここでは理解を容易にするため、「メガバンクなど大手銀行 vs 信用金庫など中小規模の地域金融機関」、「トランザクション・バンキング vs リレバン」といった対比を通して整理している。そのうえで、地域金融機関による地域内資金循環機能の低下という問題や、小規模零細層の小規模事業者に対してリレバン機能が十分に発揮できないことによる金融排除の問題を提起する。これらの問いに対し、協同組織金融に焦点を当て、リレバンをさらに一歩進めた「地域密着型金融」としての機能を検討している。

第10章では、中小企業政策をテーマに扱う。まずは、「中小企業政策は必要なのか」といった問いから始める。それは「中小企業という存在は必要なのか」といった第1章での問いに対する再検討にもなる。また、「中小企業問題とは何か」といった問いとの表裏一体でもある。そこで、第2次世界大戦後からの中小企業政策の歴史的変遷について、中小企業問題の時代背景と併せて整理して

いる。とくに、21世紀に入ってからの中小企業政策については、政策課題を中小企業のライフ・サイクル別（創業－経営革新－事業継続－事業承継）に説明している。

第10章のポイントは、近年の政策の方向性を踏まえ、「中堅企業・中規模企業 vs 小規模企業・小規模事業者」といった政策対象を規模別で二分して議論を展開する点にある。わけでも、後者の小規模企業政策については、自治体（市区町村）レベルの地域づくり・地域政策との接合を視野に検討している。ここでは、第5章の問い、すなわち「地域経済社会における中小企業の存在意義とは何か」といった問いに対し、小規模企業・小規模事業者に焦点を当てて答えていくこととなる。こうした検討を通じて、「問題性 vs 発展性」という古典的な中小企業観への批判的視点をもつ。さらには、小規模企業・小規模事業者の地域における経済的・社会的役割の再発見を得て、中小企業観に「地域共生」軸を加える。一方で、スタートアップ企業や中堅企業に偏重したいまの国の中小企業政策について批判的検討を加える。

「漂流する国の中小企業政策」を踏まえた未来志向の議論としては、「中小企業憲章」の理念に立ち返り、第IV部で説明した「サステナビリティ」と「ウェルビーイング」を理念におくべきことを提言する。さらには、国と自治体（市区町村）の役割分担を意識したうえで、「地域をつなげる中小企業政策」を自治体レベルで創り上げていくことを展望する。空理・空論ではなく、実際、多くの自治体では「中小企業・小規模企業振興条例」を制定しており、地域づくりと一体的に小規模企業対策を進める先進事例も散見される。第10章では、その文脈のなかで、地域社会の多様な課題を解決する「小さな起業家（マイクロ・アントレプレナー）」に着目する。そして、

第5章で提起した地域づくりの主体形成支援の仕組みづくり（地域プラットフォーム）について、結論的に政策論から補強している。

最後に、補論では、本書を手にもって現実社会に飛び込むことを推奨している。中小企業を多面的にみることで、中小企業の一般性と特殊性をより深く理解できるようになる。中小企業研究は現場第一主義なのである。そこで、ここではフィールドワークによる中小企業の実態調査について説明を加え、中小企業論のアクティブ・ラーニングの世界へと読者を誘っていく。

地域とつながる中小企業論

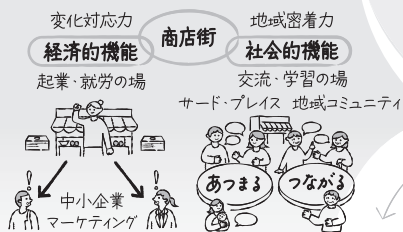
第5章

地域経済と中小企業



第6章

地域コミュニティと中小商業



第7章

持続的発展と中小企業



第7章

なぜ中小企業は必要なのか

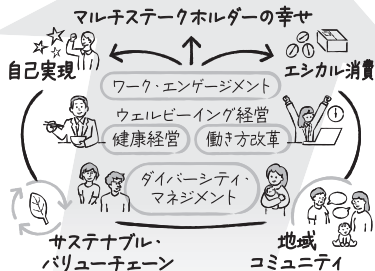


第9章

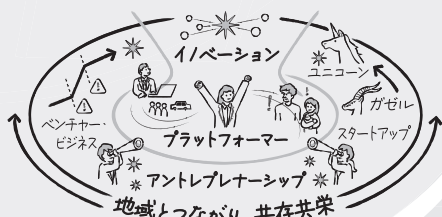
中小企業金融を学ぶ



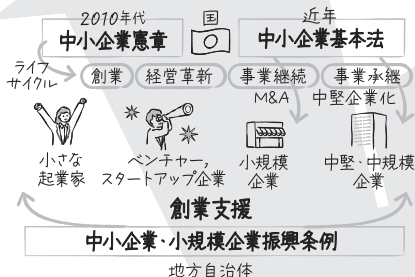
第8章 ウェルビーイングと中小企業



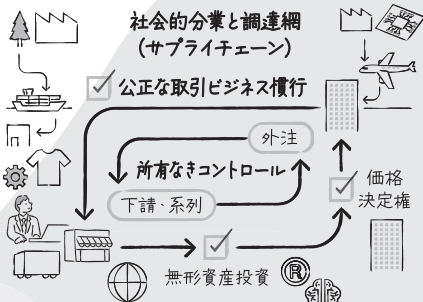
第2章 ベンチャー・ビジネスと中小企業



第10章 中小企業政策を学ぶ



第3章 中小企業と下請ビジネス



第4章 地場産業・産地の中小企業



索引

事項

● 数字・アルファベット

4P 178
5W1H 301
100 億円企業 146
B2B 85
CSR →企業の社会的責任
CSV →共有価値の創造
DX 101
EBPM 157
ECI →経済複雑性指標
ESG (投資) 13, 196, 260
EV →電気自動車
GAFAM 282
GNT →グローバル・ニッチトップ
GX 146
ICA 149
ICT 革新 87
Industry4.0 100
IoT 100, 101
LWC 指標 157
M&A 91, 278, 289
Make or Buy 81
MDGs (ミレニアム開発目標) 188,
190, 192
NPO (認定特定非営利活動法人)
149, 200
QC サークル活動 229
QOL 100, 101, 138
QR コード決済 180

SDGs (持続可能な開発目標) 13,
149, 187, 190, 192, 198, 204, 207-
209, 215, 229, 260

—ウォッシュ 198

VUCA 5, 59

● あ 行

空き店舗活用 176
新しい資本主義 290
アルベルゴ・ディフーズ 154
アントレプレナー 62, 152
—・エコシステム 156
アントレプレナーシップ 12, 57, 64,
151, 152
暗黙知 152
異質多元 38
イノベーション 53, 56, 59, 142, 188,
195, 224, 273, 280, 288
—のジレンマ 67
インクリメンタル・— 60
オープン・— 282
持続的— 66
地域— 281
破壊的— 66
プロセス・— 60, 92
プロダクト・— 59, 60
ラディカル・— 60
インクルージョン (包摂) 223
インテグラル型 95
インフレ 100

ウェルビーイング 5, 13, 138, 151,
191, 214, 218, 283, 285, 286, 290
—経営 14, 214, 217, 218
ウェルフェア 215
ウクライナ侵略戦争 97
エクイティ (公平性) 223
エコシステム 196, 204
エシカル消費 193, 230
エンゲージメント 218, 224
エンジェル 276
オイルショック 97
オーバーバンキング問題 249
オルタナティブ・ファイナンス 258

● か 行

改正都市計画法 170
カイゼン 92
外部金融 242
外部経済 122
外部不経済 191, 192
買い物難民 44, 166
外来型開発 144, 281
価格決定権 83, 86, 102
価格転嫁 99
格差是正 273
貸し渋り 249
ガゼル企業 56
家族主義的経営 226
課題先進国 294
金型産業 102
株主資本主義 208
カーボンニュートラル 96
ガルブレイス仮説 65
関係人口 153
関係特殊資産 84
勸告 85
間接金融 242
機会主義的行動 194
起業 284
—学習 152
—無関心者 286

企業家精神 64
企業城下町 93
企業調査 298
企業統治 →コーポレート・ガバナンス
企業の社会的責任 (CSR) 13, 194,
208, 229
企業物価指数 98
ギグワーカー 47
気候変動 95, 188, 190, 197
基礎自治体 148, 283, 286
規模の経済 (性) 81, 150, 198, 250,
267
逆選択 251
キャッシュレス化 180
求人倍率 36
共生性 209
協同組合 149, 207
協同組織金融機関 246, 259
協同労働 150
共有価値の創造 (CSV) 13, 195
近代化政策 268, 289
金融再生プログラム 249
金融排除 254
近隣調和 178
組合間連携 151
クラウドファンディング 45, 258
グラミン銀行 201
クリエイティブ産業 142
繰り返し協調ゲーム 92
グリーンウォッシュ 198
クレジット・スコアリング・システム
254
グローバル経済 119
グローバル・シティ 142
グローバル・ニッチトップ (GNT)
296
経営革新 273
経営者の高齢化 86
経営者 (個人) 保証 252, 279
経済的価値 138
経済複雑性指標 (ECI) 294, 296

- 形式知 152
- 形式地域 136
- 契約の不完備性 250
- 系 列 86, 91
- 限界集落 43
- 原価低減 90, 96, 99
- 健康経営 216, 217
- 健康経営優良法人 216
- 〔興業意見〕 39
- 工業立地論 122
- 後継者 278
 - 不足 86, 128
- 構造改善事業 269
- 高度化 269
- 高度経済成長 112
- 幸福度指標 283
- 公民共創 155
- 国際金融センター 142
- コネクター・ハブ企業 145, 155
- コーポレート・ガバナンス (企業統治)
 - 194
- コミュニティ 181
 - ・キャピタル 232
 - ・ビジネス 12, 148, 153, 175, 287, 290
- コレクティブ・インパクト 155
- コンパクト・シティ 171
- さ 行
- 最適規模 41, 42
- 債務不履行 252
- サステナビリティ 5, 13, 138, 286, 290
- サステナブル・デベロップメント → 持続可能な発展
- サステナブル・ファイナンス 260
- サード・プレイス 174
- サプライチェーン (調達網) 79, 296
- 産業競争力強化法 277, 286
- 産業金融モデル 244
- 産業空洞化 139
- 産業クラスター (政策) 145, 195, 280
- 産業政策 268, 273
- 産業的風土 122
- 産業の空洞化 271
- 産業立地政策 279
- 産業連関 144
- 産 地 11, 108, 270
 - ブランド 125
- 三方よし 194, 208
- 山脈構造型社会的分業構造 89, 90
- 自営業 34
- ジェンダー 188
- 事業型 NPO 199, 200, 207
- 事業協同組合 (等) 150, 163
- 事業再構築 101, 102
- 事業承継 277
- 事業承継・引継ぎ支援センター 278
- 事業性評価 261
- 資金繰り 240
- 自己実現 230
- 自己資本 242
 - 比率 248
- 自己超越 230
- 市場と企業の境界 81
- 市場の限界 191
- 市場の失敗 191
- 市場メカニズム 82, 191
- 持続可能性 193
- 持続可能な開発目標 → SDGs
- 持続可能な発展 (サステナブル・デベロップメント) 139, 193, 210
- 下 請 80, 118
 - 企業比率 87
 - 制 (下請システム) 10, 80, 268
 - 問題 80
 - 脱— 86
- 下請代金支払遅延等防止法 (下請法) 83
- 下請取引調査員 (下請 G メン) 86

- 自治体産業政策 156
- 実質地域 136
- 地場産業 87, 107, 143
 - の存在意義 127
 - の定義 110
 - の役割 113
- 地元市場向け産業 144
- 社員第一主義 227
- 社会インフラ 44
- 社会関係資本（ソーシャル・キャピタル） 209, 231, 259
- 社会的企業（ソーシャル・ビジネス） 201, 230
- 社会的起業家（ソーシャル・アントレプレナー） 57, 148, 198, 201, 207
- 社会的協同組合 149, 151
- 社会的分業 10, 81, 90, 116, 117
- 社会的連帯経済 12, 149
- シャッター商店街 162, 166
- ジャパンブランド 90
- 従業員エンゲージメント 218
- 囚人のジレンマ 92
- 集積 11, 121
- 柔軟な専門化 124
- 取材 300
- シュンペーター仮説 64
- シュンペーター・マークⅠ 65
- シュンペーター・マークⅡ 65
- 小規模企業 147, 245
 - の定義 31
- 小規模企業活性化法 285
- 小規模企業振興基本法 285, 290
- 『小規模企業白書』 285
- 小規模事業者 148, 241, 283, 285
- 商業集積 165
- 商店街 30, 162
 - 活性化 166
 - の経済的機能 164
 - の社会的機能 165
 - 不要論 166
- 場としての— 173
- 商店街振興組合 163
- 消費者物価指数 98
- 情報の非対称性 15, 250, 252
- 職務満足感 220
- 所得格差 191, 294
- 所有なきコントロール 91
- シリコンバレー・モデル 280
- 新型コロナウイルス感染症 26, 97, 167
- 新規開業率 272, 275
- 新結合 60
- 人権・環境デューデリジェンス 102
- 人口のダム機能 282
- 新自由主義 273, 283
- 親族内承継 278
- 信用金庫 245
- 信用組合 245
- 信用補完制度 255
- 信用保険制度 256
- 信用保証協会 255
- 信用保証制度 256
- 心理的安全性 214, 224
- 新連携支援 274
- スイッチング →転注
- スタグフレーション 270
- スタートアップ 55, 282
 - ・エコシステム 282
- ステークホルダー 194, 217, 226, 229, 231
- 政策起業家 208
- 生産委託（ODM・OEM） 82
- 生産性 28, 268, 288
- 生成AI（人工知能） 301
- 『成長の限界』 190
- 製品アーキテクチャ 93, 96
- 政府系金融機関 245
- 政府の限界 191
- 世界都市 142
- 責任共有制度 256
- セーフティネット 255
- ゼブラ企業 154, 208, 289

- 善意の連鎖 209
- 全国総合開発計画 140
- 創業機運醸成事業 286
- 創業支援 272
 - 事業 286
- 創業の苗床 177
- 相互扶助 259
- 組織化 269
- ソーシャル・アントレプレナー →社会的起業家
- ソーシャル・インパクト 13, 199, 206
- ソーシャル・キャピタル →社会関係資本
- ソーシャル・ビジネス →社会的企業
- ソーシャル・ボンド 260
- ソフト情報 253
- ゾンビ企業 26
- た 行
- 第2創業 278
- 第3のイタリア 124
- 代位弁済 255
- 大学発ベンチャー 58, 280
- 大企業 28
- 大規模小売店舗法（大店法） 170
- 大規模小売店舗立地法 170
- 体験型観光 127
- 対等ならざる外注関係 83
- 大廃業時代 278
- ダイバーシティ 223
 - ・マネジメント 14, 224
- 多国籍企業 142
- 多品種少量 88
- 担保 251
- 地域 136, 286
 - DX 146
 - 経済 137
 - コミュニティ 165, 173, 178, 233
 - 産業政策 280, 286
 - 主義 113
 - 政策 279
 - における中小企業の役割 43
 - の価値 153
 - プラットフォーム 17, 72
- 地域金融機関 206, 207
- 地域経済循環（システム） 12, 44, 143, 145
- 地域経済分析システム（RESAS） 146
- 地域商店街活性化法 165
- 地域内資金循環機能 247
- 地域密着型金融 259
- 地域密着性 176
- 地域未来牽引企業 145, 155
- 小さな起業家 →マイクロ・アントレプレナー
- 小さな政府 273
- 知識集約型 270
- 知識創造 152
- 知の深化 67
- 知の探索 67
- 地方創生 11, 141, 282
- 地方の時代 271
- 中間支援組織 207
- 中間投入財 144
- 中堅企業 40, 89, 146
- 中山間地域 153
- 中小企業
 - 観 16, 288
 - 数 32
 - 政策 266
 - の従業者数 34
 - の存立条件 41
 - の定義 30
 - のライフサイクル 275
 - 問題 38
 - 社会貢献型の— 45
 - 働く場としての— 37
 - 身近な— 204, 206
- 中小企業家同友会 284

- 中小企業基本法 30, 40, 83, 266
 - 新—— 273, 274, 283
- 中小企業近代化促進法 269
- 中小企業組合 149, 269
- 中小企業経営革新支援法 273
- 中小企業景況調査 241
- 中小企業憲章 16, 209, 283, 286, 290
- 中小企業・小規模企業振興条例 156, 286, 290
- 中小企業新事業活動促進法 274
- 中小企業政策審議会 270
- 中小企業等経営強化法 275
- 『中小企業白書』 285, 298
- 中小企業論のレンズ 297
- 中小小売業のマーケティング 178
- 中心市街地 171
- 中心市街地活性化法 170
- 長期継続(的)取引(関係) 91, 92
- 調達網 → サプライチェーン
- 直接金融 242
- 質上げ 100
- 適正規模化 269, 272
- 適正な富の配分 103
- テクノストラクチャー 66
- デジタル田園都市国家構想 157, 282
- デジタル・プラットフォーム 258
- テスラ 96
- 電気自動車(EV) 95, 206
- 転注(スウィッチング) 82, 83
- 伝統的工芸品 114, 126
- 東京一極集中 43, 140
- 独占大企業 39
- 都市化の経済 142
- 都市の多様性 142
- トヨタ 88, 93, 95, 99
- トヨタ生産方式 93
- トランザクション・バンキング 253, 254
- トリクルダウン 140
- 取り残された人々 190
- 取引の適正化 100
- 取引費用 81, 92
- 問屋 116, 118
- な 行
- 内発的發展 139, 280
- 内部金融 242
- 内部留保 242
- 二重構造問題 267
- 二重構造論 39
- 日銀短観 240
- 日本政策金融公庫 255
- 日本の経営 226
- 任意団体 163
- 認定特定非営利活動法人 → NPO
- は 行
- 場 136
 - 雇用の—— 43
- 働きがい 213, 221, 233
- 働き方改革 225
- ハード情報 253
- パレートの法則 179
- バーンアウト 219, 220
- 範囲の経済 164
- 半構造化インタビュー 300
- ヒアリング 298
- 非経済的価値 138
- 非財務情報 197
- ビジネス・ラウンド・テーブル 208
- ビットコイン 257
- 人新世 188
- 百貨店問題 169
- ピロギング 223
- ファンベース・マーケティング 179
- フィンテック 257
- フェアトレード 193
- 付加価値生産性 29, 270
- 物価高騰 97
- 物的生産性 29
- 物的担保 251
- 不動産担保 251

フラグメンテーション	139
プラットフォーム	70
プラットフォーム	70
——・ビジネス	71
——・ビルダー	156
不良債権	248
——比率	249
フリーランス	46
フルセット産業モデル	139
ブルーデンス政策	248
ブロックチェーン	258
米中貿易摩擦	97
ベンチャー・キャピタル	201, 276
ベンチャー・ビジネス	9, 30, 40, 52, 276, 282
保証	251
本業	204, 208
ボーン・グローバル	69

● ま 行

マイクロ・アントレプレナー（小さな起業家）	16, 45, 70, 287
マイクロ・中小企業の日	190
マイクロファイナンス（無担保小口融資）	201
マズローの5段階欲求説	230
まちづくり	148, 168, 231
まちづくり三法	170
マッチング機能	258
マルチステークホルダー	14, 149, 214, 233, 284
ミレニアム開発目標 →MDGs	
民間非営利組織	148, 259
無形資産	101
——投資	102

無担保小口融資 →マイクロファイナンス	
メインバンク制	244
モジュラー型	94, 96
モラル・ハザード	251
漏れバケツ	142, 144

● や 行

優越的地位の乱用	85
有形資産	101
融資集中機構	267
輸送費	123
ユニコーン企業	56, 282
余資運用	247
預証率	248
預貸率	247
弱い紐帯	232

● ら 行

両利きの経営	67
量産型中小企業	89
リレーションシップ貸出	253
リレーションシップ・バンキング	15, 252, 254, 277
レジリエンス	209
労働者協同組合	150
労働力不足	100

● わ 行

ワーカホリズム	219, 220
ワーク・イン・ライフ	138
ワーク・エンゲージメント	14, 214, 219, 220
——尺度	221
ワーク・ライフ・バランス	138, 229

人 名

● あ 行

青野嘉彦 113
アトキンソン, デービッド 28
池田潔 3, 209
植田浩史 2, 4
上野和彦 113, 119
ウェーバー, アルフレッド 122
オライリー, チャールズ 67

● か 行

カーズナー, イスラエル 61
ガルブレイス, ジョン 65
清成忠男 40, 113
クリステンセン, クレイトン 66
黒瀬直宏 2
コース, ロナルド 81

● さ 行

シャウフェリ, ウィルマー 219
シュンペーター, ヨゼフ 59, 62
スタインドル, ジョセフ 42
スティグリッツ, ジョセフ 283
セーブル, チャールズ 124

● た 行

ティモンズ, ジェフリー 63

ドラッカー, ピーター 62

● な 行

中村剛治郎 3, 137
中村秀一郎 40

● は 行

ピオリ, マイケル 124
ポーター, マイケル 195, 196

● ま 行

マーシャル, アルフレッド 41, 121
松田修一 53
三井逸友 2, 283, 298
ミニー, サフィア 57
宮本憲一 139

● や 行

山崎充 110, 113, 121
ユヌス, ムハマド 57, 201

● ら 行

ロビンソン, オースティン 42

● わ 行

渡辺幸男 5

【y-knot】

地域とつながる中小企業論

Small and Medium-sized Enterprises Connected with Local Communities

2024年2月25日 初版第1刷発行

著者 ながやまむねひろ とおやまきょうじ やまもとあつたみ きよのぶえ
長山宗広・遠山恭司・山本篤民・許伸江

発行者 江草貞治

発行所 株式会社有斐閣

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町 2-17

<https://www.yuhikaku.co.jp/>

装丁 高野美緒子

印刷 大日本法令印刷株式会社

製本 牧製本印刷株式会社

装丁印刷 株式会社亨有堂印刷所

落丁・乱丁本はお取替えいたします。定価はカバーに表示してあります。

©2024, M. Nagayama, K. Toyama, A. Yamamoto, N. Kyo.

Printed in Japan. ISBN 978-4-641-20009-8

本書のコピー、スキャン、デジタル化等の無断複製は著作権法上での例外を除き禁じられています。本書を代行業者等の第三者に依頼してスキャンやデジタル化することは、たとえ個人や家庭内の利用でも著作権法違反です。

JCOPY 本書の無断複写（コピー）は、著作権法上での例外を除き、禁じられています。複写される場合は、そのつど事前に、（一社）出版者著作権管理機構（電話03-5244-5088、FAX 03-5244-5089、e-mail:info@jcopy.or.jp）の許諾を得てください。