



「企業の一生の経済学 中小企業のライフサイクルと日本経済の活性化」

■橋本俊詔・安田武彦 編著

■ナカニシヤ出版

評者

京都工芸繊維大学大学院教授

川北 眞史

本書は、その誕生から退出までの経路を企業の一生とし、この企業の一生をテーマにした実証研究の書である。すなわち、企業の一生を誕生、成長、衰退、退出のライフステージに分け、それぞれのステージにおける日本の中小企業の代表的な姿や諸問題を経済学的な分析により明らかにしようとしたものである。このライフステージのなかには、事業承継期も含まれており、企業の一生を網羅的に取り扱っている。日本でも、企業の個々のライフステージにおける事象についての研究は進んできている。しかし、本書のように企業の誕生から退出までの経路を統一的に分析する試みは少なく、学術的に貴重である。

本書で取り上げられたテーマは、第一部「企業の誕生」において、起業家の人的資本と資金調達、中小企業金融における取引関係、および開業率の地域間格差は何によって決まるのか、第二部「企業の成長と発展」において、企業の成長と企業行動、加齢効果と、事業承継とその後のパフォーマンス、第三部「企業の「生」と「死」」において、中小企業の存続と倒産、および小規模企業の退出と、多岐にわたる。本書でも指摘しているが、業歴の若い企業の成長率は業歴の古い企業のそれよりも高いことが分かっている。副題に「中小企業のライフサイクルと日本経済の活性化」とあるように、経済活性化に視点を置いていることから、企業の一生のなかでも、

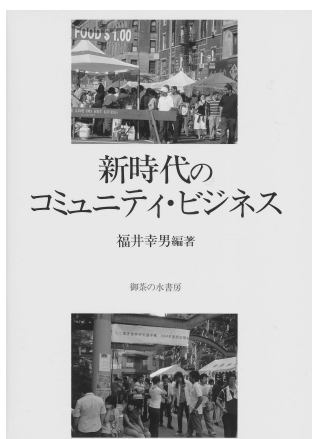
起業時や起業直後の時期に関する研究に紙片が多く割かれている。その一方で、成長、衰退や退出期などに関する部分にやや物足りなさを感じる。たとえば、企業倒産に関する分析では、従来から行われている財務面の倒産要因分析にとどまらず、倒産の危機を迎えた際にどのような対策をとったかに注目し、その生存要因を探る試みもしているが、倒産の危機を経験した企業のみを対象として分析するなど、倒産の危機に陥った企業の危機回避要因の分析のみにとどまり、十分な倒産要因あるいは倒産回避要因の分析にはなっていない。

また、本書では、これまで経験的あるいは感覚的に理解されてきた事象を科学的に実証し、欧米などでは既の実証されている事象が日本企業にもあてはまるかも確認しようと試みている。たとえば、中小企業金融において自己資本比率が高いと金融機関から担保や保証を求められる割合が低下するなどを明らかにしている。これらの研究は、学術的に意味があるが、一般読者にとっては、やや新味に欠ける。さらに、データの制約に加え、実証分析に力点を置いているためか、分析結果の考察が表層的で、ややリアリティに欠ける印象を受ける部分も見受けられる。本書でも「データ作成にあたり、経営者やその周辺の実務家・行政関係者の議論を取り入れることは、よりリアリティを有する研究を進めるにあたり

重要であろう」とリアリティを高めることを課題としてあげている。より有効なデータを増やすとともに、実証研究を補強する意味で事例研究などを加えることで更なる研究の深化を期待したい。

このように、本書は学術的な研究書の色合いが強い。しかし、たとえば、①創業時に、友人・知人、エンジェル投資家を含めた事業賛同者あるいはベンチャーキャピタルから資金調達できた企業ほど成長性が高くなる一方、民間金融機関から資金調達した企業の成長性が低い、②一般的に、企業規模の拡大や企業年齢の加齢が成長率の低下や生残率の上昇をもたらすが、専属下請け企業では企業規模拡大による成長率の低下と生残率の上昇がみられるものの、

企業年齢の加齢は成長率の低下や生残率の上昇につながらず、専属下請企業はいつまでも子供のままである、③事業承継にあたり、その承継者が先代経営者の子息であるか、第三者であるかは承継後のパフォーマンスに差がなく、いずれの場合にも、ある程度の承継準備期間がある方が、先代の他界や不祥事への対応などで突然の承継を余儀なくされる場合よりも、その後のパフォーマンスが高いなど、これから起業を目指す人を含め企業経営に携わる人、金融機関、経営支援者や政策担当者など中小企業に関わる幅広い人々に対して、多くの貴重な示唆を与える書でもある。



「新時代のコミュニティ・ビジネス」

■福井幸男 編著

■御茶の水書房

評者

横浜国立大学大学院環境情報研究院教授

三井 逸友

いま、コミュニティビジネスは花盛りである。各自治体などでの創業支援活動や起業セミナーにはコミュニティビジネスを起こしたいという人が集まっている。『中小企業白書』でも2004年、2007年と二回にわたってコミュニティビジネスを取り上げた。コミュニティビジネスなどを論じる書も相次いで刊行されている。こうしたなか、本書は関西学院大学産業研究所の3年間にわたる研究プロジェクトの成果をまとめたものである。

本書第1章「コミュニティ・ビジネス支援政策の

現状と課題」(小林伸生)はレビューと紹介を行っている。依拠するものがOECDレポートやボルサガらの書、各国政府機関の公開資料などに限られているが、日本国内での政府機関や各自治体などの支援施策なども取り上げられている。そして、「薄く、浅い」日本のコミュニティビジネス支援施策の限界、民営事業との競合やコミュニティビジネスの支えとなる業務委託の陥る非効率化の危険も指摘され、政策目的を明確にし経済効率性を実現評価する仕組みを求めている。

第2章「地方自治体におけるコミュニティ・ビジネスの育成」(石原俊彦)は、自治体が当面している困難のもとでコミュニティビジネスの活用が重要になっているが、行政による関与のあり方には問題をはらむことを指摘している。重要なのはコミュニティビジネスに通じた自治体専門職員の育成である。

第3章「中小企業の経営革新とコミュニティ・ビジネス」(佐竹隆幸)は兵庫県経済と中小企業の現状を元に、経営革新の必要を示し、第二創業、ネットワーク化、産業クラスターなどの事例をとりあげる。そして、コミュニティビジネスによる地域再生とクラスター、ネットワークの接点に注目し、「ベンチャー・イノベーション」を強調している。

第4章「新規事業の育成と新たな産業クラスターの形成」(古川靖洋)はM.ポーターの「産業クラスター」を応用して、クラスター形成メカニズム、とりわけ自立的な主体の役割に注目し、ソーシャルイノベーションを担う社会志向型企業を位置づける。実例として、SOHO ビジネスのクラスター形成をサポートするプラットフォーム型事業が紹介される。

第5章「ディズニーランドにおけるコミュニティ・ビジネス的起業家精神」(藤沢武史)は、大衆文化としての顧客第一の経営、アメリカ的な幸福感や温かさ、冒険の場と位置づける創業者精神が今日も支持されていることを、米国での入場者アンケートの分析から確認している。ポイントは地域住民との密接なコミュニケーションであるという。

第6章「[地域イノベーション]と協創の[場]」(高橋保裕)は持続可能な街づくりへの内外の動きに依拠し、新たなイノベーションを起こす必要性を提起している。ポイントはコミュニティ性、リピータ性、ボランタリー性、ソーシャル性である。それを担っていく「協創の場」、都市再生への産学民連携、再生のマネジメントストラテジー、組織体制などが提起され、さらに著者のかかわる地元宝塚市での実践経験が紹介されている。

第7章「まちづくり・新事業創成の担い手としての大学」(定藤繁樹)では、大学からの起業、新事業形成とクラスター推進、地域連携と都市再生、まちづくり推進など米国オースチンやフィラデルフィア、宝塚市等内外の事例を検討している。そしてひとづくり事業などが、大学の果たせる使命であると指摘される。

第8章「コミュニティ・大学連携プログラム：中心市街地活性化に向けた取り組み」(福井幸男)は、大学のある西宮市の中心市街地活性化に向けた「世界学生たこ焼き選手権大会」を中心とする学生ビジネス体験を詳細に紹介している。アントレプレナー教育の現状と課題、商店街の現状把握の延長上にこの取り組みが位置づけられ、来街者調査結果の統計分析を通じて、このイベントが多くのニューカマーをもたらし、誘発支出効果も生んだことを検証している。

このように本書は興味深い内容を取り上げているが、「地域の課題や問題の解決に組織的かつ持続的にあたろうとする活動」(「はしがき」)という位置づけのみでは、全体の印象は拡散しがちである。「コミュニティビジネスとはなにか」といった「そもそも論」を避けているのはある意味賢明だが、全体を通してのあいまいさは免れない。したがって、第5章のように米国ディズニーランドの例がコミュニティビジネス「的思想」にまで入ってしまう。そうした意味では、むしろ関西学院大学と宝塚市、西宮市などとの連携活動の経験を中心に書かれるべきであったのではないかと。第6～8章は内容豊かで、多くの学問的関心につながる素材と問題提起を行っている。第8章が示すように、大学における教育研究と地域連携活動とが論理的にも実践的にも好循環を生み、それを研究の上で活用している好例と見ることができよう。それに比べ、ほかの章はいささか冗長ないし焦点がずれている。第5章はもとより、

第3章の「ベンチャーイノベーション」概念はコミュニティビジネスにどう結びつくのか判明しがたい。なお、第6章での「地域イノベーション」理解は「地域をイノベーションする」ということで、現在の世界的通説とはずれている。

今後コミュニティビジネスや社会的企業（家）に関する研究、議論はわが国でもいっそう活発になる

ことが予想される。それは時代の趨勢であるというだけでなく、日本の中小企業研究や中小企業政策にもようやく「社会性」視点が入ってきつつあるということの意味するとも言えよう（詳しくは、拙稿「21世紀のEU 中小企業政策の意味するもの」『中小企業季報』第141号、2007年、参照）。