「中小企業だから」という思い込み

大阪産業大学 経済学部
教授　富澤 拓志

とみざわ　ひろし

1967年兵庫県生まれ。1997年京都大学大学院経済学研究科博士後期課程単位取得後退学、名古屋商科大学商学部非常勤講師等を経て、2002年産業技術総合研究所にテクニカルスタッフとして勤務。2006年鹿児島国際大学経済学部に奉職し、地場産業論、中小企業論、地域経済論、インターンシップ等を担当。2015年大阪産業大学経済学部に移り、経済地理、経済学特殊講義（中小企業論）等を担当、現在に至る。

論文は、「地方分工場の未来と産業集積」三大学院共同出版編集委員会ほか編『地方は復活する』日本経済評論社（2011年）「南大隅町の産業構造と経済の循環」地域総合研究43巻（2016年）ほか多数。

中小企業をテーマにした科目を長年担当していると、定番の質問と言えるものがいくつか現れてくる。その一つに「就職するなら中小企業と大企業のどちらがいいか」というものがある。中小企業論という名が付いた科目の建前上、また自分の個人的な思い入れからは「そりゃ中小企業に決まっています」と答えたいのだが、学生という人種は察しがいいので「ははん、この先生は中小企業好きなんだな」などと思われてしまうと、かえって逆効果になる。そこで気持ちを落ち着かせて「中小企業には中小企業の、大企業には大企業のそれぞれの良さがあります。大事なことは両者の特徴を理解して企業探しをすることです」などと、いかにも教師らしく当たり障りのない答をするわけである。

当たり前のことだが、「中小企業」という企業は存在しない。個々の企業はそれぞれ固有の組織と営みを持つ団体であって、「中小企業」とは企業を分類するカテゴリに過ぎない。個々の企業が先にあって、それらを規模で分類したら「中小」に当てはまるというだけのことである。しかし、学生と就職活動の相談をしていると「中小企業はちょっと」や「中小企業でもいい」といった、規模が大きいか小さいかがその会社の全てであるかのような話を良く聞くのである(「中小企業がいい」と言うちょっと気の利いた学生もいる、それはそれで同じ石に躓いているのだが)。

確かに授業では「大企業」と比較して「中小企業」の特徴を色々説明する。しかしこれらは全て統計上の平均値であって、中小企業というカテゴリに属する約330万社の集合的特徴を表しているに過ぎない。当然ながら330万社の中には平均から大きく外れた存在も多く、平均値に近い企業の方がむしろ珍しい。例えば売上高経常利益率のばらつきを調べた研究によれば、大企業、中堅企業、中小企業の群間格差は明瞭だが、各群内の標準偏差は平均利益率よりはるかに大きく、群内でのばらつきの方が極めて大きい(森川正之「『稼ぐ力』の企業間格差」)。平均的には確かに大企業の方が利益率は高いのだが、個別企業に注目して「A社が中小企業でB社が大企業ならA社の方が利益率は低い」とは全く言えない。集合としての中小企業と大企業の違いは個別企業の特徴をほとんど何も説明しないのである。

統計に意味がないわけではない。統計のような集合的把握は全体の傾向をつかむときに有効である。だから政策当局や金融機関、保険会社のように多数を相手にする仕事では実質的な意味がある。だが就職のように多数の中から一つを選ぶときには、統計的な指標はせいぜいかすかな参考情報にしかならない。その一つ一つの対象ごとの個性の方がそのカテゴリの平均的な特徴よりもはるかに強いとき、カテゴリ間の差異を考慮する意味はほとんどなくなってしまう。カラフルなジェリービーンズが入った二つの瓶からゼリーを一粒だけ選ぶとき、瓶ごとの違いを考慮する意味がないのと同じことだ。こうした性質は企業以外にも民族等の人間集団や「県民性」等の地域間差異など、多くの社会指標で見ることができる。

そして学生の話を聞くと、就職活動の実際においても企業規模のような基準の優先順位は本当は高くなく、待遇、仕事内容や生活上の都合、企業イメージなどが主であるように感じる。これらはどれも「中小企業」群の平均話ではなく求人企業が出す個別条件である。この点から見ても「大企業か中小企業か」という選択は偽の問題だと言うことができる。

中小企業論を学ぶ学生には、集合的概念と個別の存在との意味の違いを知り、偽の問題に引っかからないようになってほしい。そして統計的平均値から生まれる「中小企業はどうも……」といったイメージに惑わされず、個別企業の内実に目を向ける人間になってほしいと願っている。