

Title	ハイテク中小企業の長寿性とその要因に関する予備的分析
Author(s)	鈴木, 勝博
Citation	年次学術大会講演要旨集, 38: 797-799
Issue Date	2023-10-28
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/19131
Rights	本著作物は研究・イノベーション学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Research Policy and Innovation Management.
Description	一般講演要旨

○鈴木 勝博 (桜美林大学)

1. はじめに

経済活動における中小企業の役割や存在意義については、旧来よりさまざまな視点と見解が存在する。現実論として、中小企業が多く労働者への「雇用の場」を提供していることがまず重要な意義だと考えられる、一方、スタートアップ等、イノベーション創出のサンドボックスとしての役割も社会的には必要不可欠である。加えて、大規模産業を下支えするための、要素技術や高度部材の供給などにおいても、必要不可欠な役割を担っている [1]。

さて、本稿では、身の丈にあったイノベーションを創出するハイテク中小企業群を対象に、その企業寿命の長さに着目する。一般に、中小企業の平均的な寿命は 30 年程度といわれているが、経産省の研究開発支援等を受けた経験を有するハイテク中小企業約 2,000 社について調べたところ、創業からの平均経過年数は 60 年であり、創業後 100 年を超える企業も一定数存在する事が分かった。200 年～300 年にわたって存続するようないわゆる「老舗企業」は含まれていないものの、平均的な中小企業と比較すると、比較的長く存続している企業が多い状況である。本稿では、かようなハイテク中小企業の相対的な長寿性について、企業年齢や規模の変化を軸とする予備分析について報告する。

2. 先行研究と本研究における問題意識

かつてより、日本には長寿の企業が多いことが指摘されてきているが、帝国データバンクのアンケート調査によれば、その要因として、(a)「取引先・顧客との信頼関係の重視」、(b)「時代に合わせた事業内容・構成の変化」、(c)「無理に成長を追わない身の丈経営」、(d)「強みとする事業分野への特化・集中」などが挙げられている [3]。このうち、(c) については所謂「ファミリー企業」の文脈でも同様な傾向が指摘されている。資本と経営が完全に分離された企業では、CEO が目指すのはまずは企業業績の向上だが、ファミリー企業では必ずしもそれだけが目標とはならない。むしろ、企業独自の価値観が反映された「社会的情緒資産」(SEW: Socio-Emotional Wealth) が重要であり、これを勘案しながら、パフォーマンスの向上を試みる傾向が指摘されている [4]。

また、イノベーションの創出のための諸活動に関しては、ファミリー企業は社外よりも社内情報源の探索活動を得意とし、あまり R&D 費用をかけず、リスクの低いイノベーションに注力する傾向が議論されてきている ([5], [6])。同族経営が多いと考えられる中小企業においても、イノベーション創出のための探索活動においては、「内部情報源」が重視されている様相は実証的に確認されている [7]¹。

さて、いわゆる老舗企業の研究においては、必然的に同族企業が題材となることが多いが、逆に、同族企業ならば必ず長期的に存続できるわけでもない [8]。そのため、その企業特有の「伝統的経営資源」を中心に、時代とともに変化するコンテキスト等も考慮に入れながら、企業価値の維持、ならびに、企業存続のための戦略等が議論されてきている [9]。一方、本稿の対象企業群は、固有のコアテクノロジーをもつ企業が大半であり、ニッチマーケットにおけるイノベーションを継続的に創出している企業群である。そのため、これらの企業の長期存続に関するメカニズムは、伝統的経営資源を軸とする老舗企業群のそれとはやや異なり、上記(b)の側面(時代に合わせた柔軟な事業の変化)も一定の寄与を果たしているのではないかと考えられる。本研究はまだ仮説検証を行う前段階にあるが、以降、本研究にて使用するデータとその概要について概観する。

¹ ただし、活発にイノベーションを起こしているハイテク中小企業群においては、複数の社外の情報源も同様に活用され、重層的なネットワークが駆使されている [7]。

3. データとその概要

今回分析の対象としたのは、国内を代表するような技術力を有する中小企業群であり、具体的には① 2006年から2022年にかけて「サポイン事業」[2]（経済産業省；現 GoTech 事業）に採択された企業群、ならびに、②「元気なモノづくり中小企業 300 社」（2006年～2009年）に選定された企業群とした。ただし、業績データについて深耕する予定であるため、東京商工リサーチの「企業情報データ」において業績情報を入手できる企業に限定した結果、1,948社が抽出された。これらの企業群の創業以降の経過年数は平均 60.0 年（メディアン 59 年、最大 155 年）であり、平均従業員数は 121 名（メディアン 49 名、最大 2,090 名）である。企業年齢（創業以降）の分布を図 1 に示したが、100 年を超える企業も 7% 程度存在している。なお、上場している企業は 69 社に限られ、大半は非上場企業である。

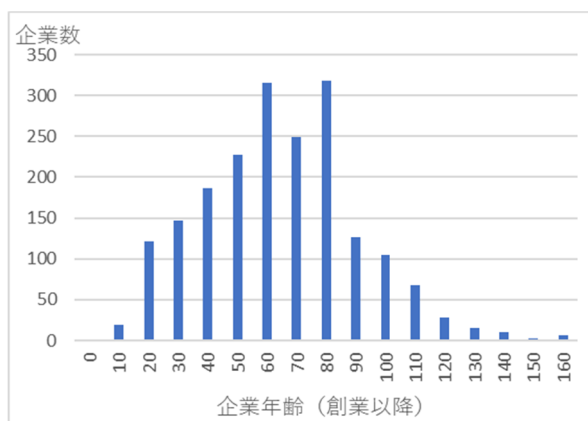


図 1：企業年齢（創業以降）の分布

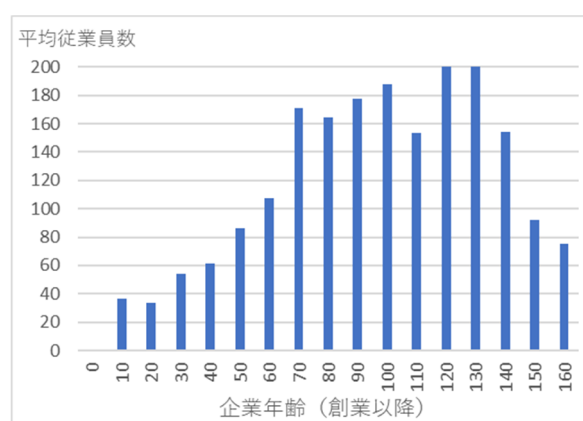


図 2：企業年齢別の平均従業員数

さて、企業の長期存続を可能せしめる一つの要因として、事業環境の変化に対する耐性が考えられよう。探索的な試みとして、コロナウィルスによるインパクトが大きいと考えられる時期（2020年6月から2021年5月）の売上と、それ以前の決算との比率を、企業年齢ごとに平均したのが図 3 である。

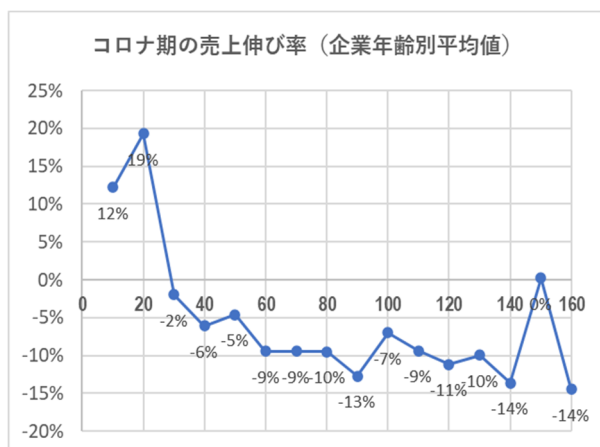


図 3：コロナ期の売上伸び率（企業年齢別）

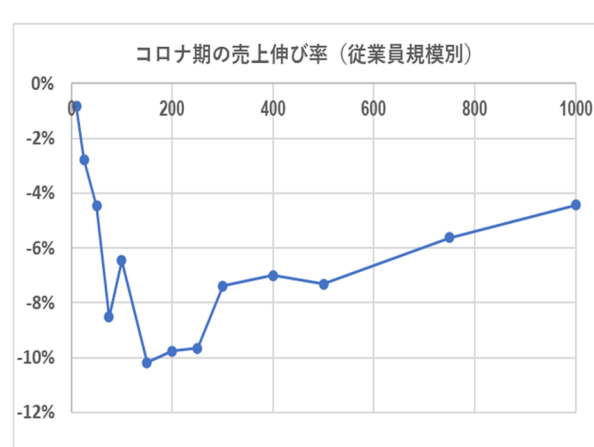


図 4：コロナ期の売上伸び率（従業員規模別）

長期存続してきた企業には、「環境変化への耐性」について一日の長がある可能性を考えていたが、図 3 からはむしろ、若く成長性のある企業のほうがこれを有していることが示唆される結果となった²。また、これとは異なる観点として、コロナ期の売上変化率を、企業規模別に平均した結果を図 4 に示す。歪んではいるもの下に凸の形状となっており、小規模企業、もしくは、ある程度大規模な企業のほうがコロナに対する耐性を有していることが示唆される。逆に、零細企業ではない一定規模（100 名～300 名程度）の中小企業において、むしろ、このショックが大きかった様相がみとれる。

² 一般論としては、長寿かつサステナブルな企業は十分な内部留保を持っている可能性もあるため、売上変化のみでは環境変化への耐性をとらえきれていない可能性も考えられる。

今後はこれらの企業のイノベーションに関するコンピタンスとの関係性などを踏まえながら、分析を遂行し、長寿性との関係性についての知見を得たいと考えている。学会講演時においては、特許データやイノベーションサーベイとの結合データによる分析の結果も踏まえ、報告を行う予定である。

参考文献

- [1] 後藤 康雄 (2014), 『中小企業のマクロ・パフォーマンス』, 日本経済新聞社.
- [2] 経済産業省関東経済局 (2020), 『戦略的基盤技術高度化支援事業 (サポイン事業)』, 2020年6月.
- [3] 帝国データバンク (2022), 『100年以上事業が続く理由、73.8%が「取引先・顧客との信頼関係」を挙げる』, <https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/p220501.pdf> (2023年9月18日確認)
- [4] Gomez-Mejia L. R., Nunez-Nickel M., Gutierrez I. (2001), “The role of family ties in agency contracts”, *Academy of Management Journal*, 44: 81–95.
- [5] De Massis, A, Frattini, F., Kotlar, J., Messeni Petruzzelli, A. and Wright, M. (2016), “Innovation Through Tradition: Lessons from Innovative Family Businesses and Directions for Future Research”, *Academy of Management Perspectives* 30: 93-116.
- [6] Anderson, R., Durub, A., and Reeb, D. (2010), “Family Preferences and Investment Policy: Evidence from R&D Spending and Capital Expenditures”, *American University and Temple University Working Paper*, March 10, 2010.
- [7] 鈴木勝博 (2021), 『地域のハイテク中小企業における各種情報源の重要度とイノベーション』, *地域活性研究* 14: 65-74.
- [8] 後藤 俊夫 (2004), 『ファミリー企業における長寿性 (第三部 老舗企業と「場」, <特集> 老舗企業の研究 未来をつくる企業へのアプローチ)』, 関西国際大学地域研究所叢書 1: 91-114.
- [9] 加藤 敬太 (2011), 『老舗企業の長期存続ダイナミズムとサステイナブルな戦略: 八丁味噌と岡崎地域をめぐる経時的分析』, *組織科学* 45: 79-92.