

これからの中小企業理解の方法論確立へ向けて — 中小企業について語る時に必要なこと —

平 野 哲 也
(山 口 大 学)
(経 済 学 部 准 教 授)

「群盲象を評す (Blind Men and Elephant)」というインド発祥の寓話がある。数人の盲人が象の一部だけを触って感想を語り合うというもので、例えば、鼻に触れたものは「木の枝のようです」と答え、耳に触れたものは「扇のようです」と答える。それに対して、王は「すべて正しい。しかしながら、意見が食い違うのは、あなたたちが象の異なる部分に触れているからです。象は、あなたたちのいう特徴をすべて備えているのです」と答える。この寓話は「物事や人物の一部、ないしは一面だけを理解して、すべて理解したと錯覚してしまう」ことを伝えている。

中小企業研究 (small business research) は学際研究の領域として発展を遂げてきたが (Grant and Perren, 2002; 三井, 2013)、先にみた「個」と「全体」の方法論の確立には固有のむずかしさがある。より具体的には、中小企業研究は「大企業と『相対的』に異なる企業群の『全体』を把握しつつ (=大企業と対置される特殊性: specificity)、同時に組織や戦略など『絶対的』な『個』の多様性 (中小企業の異質多元性: SME heterogeneity) を捉える」という両立しがたい方法の確立を目指す。そのうえで、中小企業研究は「中小企業とは何か」という問いに答えることをスタートとし、また同時にもっとも困難なゴールであると位置付けてきた (瀧澤, 1985)。本稿では、組織論における理論構築の「対象→理論→メタ理論」のステップ (Tsoukas and Knudsen (Eds.) . (2003) を援用) から中小企業概念の系譜 (=中小企業がいかに語られてきたか) を整理し、中小企業研究における方法論の意義と方向性について考えてみたい。

まず対象のレベルでは、中小企業を社会的世界の現象の1つとしてその実態を把握することがおこなわれる。中小企業は異質多元的存在である。ものづくりをおこなう工場もあれば、商店街の八百屋や飲食店、床屋などサービス業まで幅広い。また、職人1人の小さな町工場から大企業と比肩する規模の中堅企業も存在する。その中小企業を把握するために、インタビュー調査などの質的方法や統計的調査などの量的方法を駆使し、その実態と構造を把握する。ここで、1つの分岐がうまれる。質的方法に傾斜しすぎれば、対象とするケースやフィールドを絶対視し、特定の企業・起業家から中小企業像の構築がおこなわれる。一方、量的方法に傾斜しすぎれば、巨視的な構造のみに注目し、より多様な中小企業概念の構築にはつながらない。

方法を左右するのは、次の理論のレベルである。中小企業研究のような学際研究 (interdisciplinary research) はロラン・バルトがいうように「学際的に事をなすには一つの『問題』(テーマ)を選び、そのまわりに二、三の諸科学を集めるだけでは不十分である。学際性とは、どの学問分野にも属さない新しい『対象』を生み出すところ」(Clifford and Marcus (Eds.) ., 1986) にこそ意味がある。中小企業研究は経済学、経営学、社会学といった社会科学の「大分類」から経営戦略論、組織論、ジェンダー、国際化、マイノリティ、エスニシティなど「小

分類」まで多様な分野から構成される。日本の研究コミュニティでは、二重構造論や中堅企業・ベンチャー企業の登場、自治体中小企業政策、「縮小」時代における経営戦略の必要性など日本の「国として中小企業をどうするか」をベースに政策科学に対応して研究が体系化されてきた。一方、欧米の国際的な研究コミュニティでは、主に普遍的、客観的な方法で知識を流通させることや国際的なアカデミックのキャリア形成といった研究の制度化の影響から、現在では量的方法をベースとする実証研究が多数を占めている。

しかし、それら多様なアプローチによって、ロラン・バルトのいう「新しい対象」を生み出し得たか、あるいは単一の分野のみではむずかしい「より包括的な理解」(Repko, 2012)の方法を獲得し得たかについては慎重な検討が必要である。中小企業研究のメタ理論の系譜を整理すると、伝統と流行、制度化のなかで、主に日本の研究コミュニティでは規範科学の方法が、欧米の国際的な研究コミュニティでは実証科学の方法が体系化されてきたことが明らかとなっている(平野, 2018)。前者では「問題性」、「積極性」といった価値の「大きな物語 (grand theory)」のなかで中小企業を研究の「主語」として位置付け、後者では何かを実証的に説明するための「単位」として中小企業を断片化して捉えてきた。中小企業研究のメタ理論のレベルは現在でも「プレ・パラダイグマティック (pre-paradigmatic)」、つまり「パラダイム体系や固有の方法を確立する前の段階」にあるとの見方が強い(Grant and Perren, 2002)。中小企業研究における方法論的多様性は、まだまだ十分とはいえない。

これからの方法論研究は2つのメタ理論を相対化しつつ、中小企業の多様な価値を理解する方法を確立する必要がある。例えば、近年のエビデンスにもとづく政策形成の動きも社会科学のような変化の激しい分野では、1つの法則性を定立しても、現場は待ってくれず、モデルの精緻化・高度化のプロセス、データの制約のなかでその意味を失ってしまう可能性がある。現在進行形の価値評価に踏み込むためには、実証科学の多彩なアプローチのなかで中小企業を精緻に描きつつ(=木をみる)、その現実の価値を評価・デザインする方法(=森をみる)が求められる。さらに、それを学術論のみならず、現場の実践を織り込みながら体系化する必要がある。その意味で、戦前から現在まで、丹念なフィールドワークと中小企業の「価値」を軸に概念規定をおこなってきた日本の方法は方法論的に再検討する意義と必要性がある。

【参考文献】

- Clifford, J., & Marcus, G. E. (Eds.). (1986). *Writing culture: The poetics and politics of ethnography*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press (春日直樹・足羽与志子・橋本和也・多和田裕司・西川麦子・和邇悦子訳 (1996)『文化を書く』紀伊國屋書店).
- Grant, P., & Perren, L. (2002). Small business and entrepreneurial research: Meta-theories, paradigms and prejudices. *International Small Business Journal*, 20(2), 185-211.
- 平野哲也 (2018) 「中小企業研究の方法的立場—中小企業概念の系譜とデザインの方法—」日本中小企業学会編『新時代の中小企業経営—GlobalizationとLocalizationのもとで— (日本中小企業学会論集37)』同友館, pp.208-221.
- 三井逸友 (2013) 「理論・本質論的研究」中小企業総合研究機構編『日本の中小企業研究<成果と課題>』同友館, pp.3-26.
- Repko, A. F. (2012). *Interdisciplinary research: Process and theory*. London: Sage.
- 瀧澤菊太郎 (1985) 「「本質論」的研究」中小企業事業団・中小企業研究所編『日本の中小企業研究<成果と課題>』有斐閣, pp.1-38.
- Tsoukas, H., & Knudsen, C. (Eds.). (2003). *The oxford handbook of organization theory: Meta-theoretical perspectives*. Oxford and New York: Oxford University Press.