企業環境研究年報
No.1, July 1996

規制緩和に対する中小企業家の期待と展望

大林　弘道
(神奈川大学)

Ⅰ　中小企業家の規制緩和に対する期待

日本長期信用銀行と長銀総合研究所による中小・中堅企業を対象とする規制緩和に関する調査(従業員100人以上の4,900社中1,149社有効回答，調査時点1994年11月上旬，「総研展望」1995年3月号掲載　以下「長銀調査」と略称する。)によると,「日本経済全般にとって規制緩和は必要か」の問いに対して「規制緩和は是非必要」が48%，「重要な分野のみ推進」が50%，「推進すべきでない」が2%，「わからない」が2%となっている。また，中小企業家同友会全国協議会による同会会員企業を対象とする調査(2,221社中700社有効回答，調査時点1995年7月5日～20日，1995年同友会特別調査報告(DOR)第28号1995年11月　以下「同友会調査」と略称する。)によれば,「日本経済全般からみた規制緩和の必要性」の問いに対して「大いに必要」が53.6%，「もうすこし必要」が31.1%，「今のままでよい」が5.3%，「必要でない」が1.9%，「わからない」が4.0%である。以上二つの調査から，われわれは，中堅・中小企業の圧倒的多くが，その程度や範囲の違いはあれ，規制緩和は必要と考えていることを容易に理解できる。

しかし，「自社事業分野」から見た場合を検討してみると，「長銀調査」では，「自社事業活動の立場からみた規制緩和の必要性」の問いに対して「規制緩和が必要」が25%，「一概には言えない」が48%，「規制によるメリットがある」が7%，「規制は関係ない・非回答」が21%となっている。「同友会調査」では，「自社事業分野における規制緩和の必要性」の問いに対しては，「大いに必要」は26.4%，「もう少し必要」が28.7%，「今のままでよい」が20.3%，「必要でない」が9.8%，「わからない」が12.6%，「その他」が2.2%である。いずれの調査においても，規制緩和の必要性について，「日本経済全般」から見た場合と「自社企業分野」から見た場合とでは，大きく違い，前者に比較して後者においては，規制緩和の必要性が著しく低下している。

しかし，このような中堅・中小企業における規制緩和の必要性に対する考え方が二つの場合において相違があることについては，既に指摘されていることであるが（上記「同友会特別調査報告」)，「総論賛成，各論反対」と評価することは適切ではない。なぜなら，第一に,「日本経済全般」から見た「規制緩和が必要な分野」の回答（複数）において，上位にある分野は「土地利用・住宅」に代表される社会資本，「流通」，「金融・保険」のような制度，「情報・通信」のようなインフラストラクチャであり，「農業」などは低位にあるからである。すなわち,「長銀調査」では,「土地利用・住宅」が60%，「流通」が49%，「金融・保険」が49%，「情報・通信」が41%，「運輸」が39%，「輸入」が37%，「農業」が36%，「エネルギー」が28%，「保安・安全」が7%，「その他」2%である。「同友会調査」では「流通・金融保険」が57.8%，「土地利用・住宅」が52.1%，「輸入」が40.7%，「情報・通信」が35.7%，「エネルギー」が29.7%，「運輸」が27.4%，「農業」が23.2%，「保安・安全」が9.6%，「その他」が4.3%である。つまり，個別分

野での規制緩和が等しく反対されているわけではないのである。第二に，規制緩和のメリット・デメリットが明確に認識されているからである。すなわち，「長銀調査」では，規制緩和のメリットとして，「コスト削減」が46%，「ビジネスチャンス発生」が33%などとなっている。さらに，規制緩和のデメリットとして，「価格競争激化し収益圧迫」が41%，「新規参入で競争激化」が30%などとなっている。「同友会調査」では，「自社の事業活動にとって，規制緩和が進展することにより新市場が創出され，ビジネスチャンスが拡大するか」という問いに対しては，「拡大する」が第1位で46.6%に達している。「拡大しない」は8.2%に止まっている。また，「規制緩和による競争状態の変化」については，「競争が激化する」が51.6%，「変わらない」が34.0%となっている。したがって，現在のところ，中小企業は「自社事業分野」を含めて規制緩和によるビジネスチャンスの拡大を期待しているといってよいのである。このような状況を踏まえて，さらに検討しなければならないことは，より具体的な分野や業種あるいは問題において，規制緩和に対する中小企業家の諸見解を，それらの個別的実態に立ち返って検証してみることである。本章は，「同友会調査」における文書回答を素材として取り上げた，そのような試みである。

2 業種別・問題別にみた規制緩和における論点

規制緩和の論議で最も問題とされるのは，許認可等を伴う需給調整規制である。ここでは，「同友会調査」の文書回答における規制緩和の具体的事例は，もとより，業種ごとや規制内容ごとにまとまった意見が述べられているわけではないが，そこで提出された意見は中小企業家の日々の経営実践の中から生み出された貴重な指摘であり，それぞれの論点を実態や政策の進捗状況において検証しておくことは必要である。なお，「同友会調査」における文書回答以外の，個別業種の業界情報については，金融財政事情研究会『第8次新版業種別貸出審査事典』きんざい（1996年2月18日）および中小企業調査会・アルタイ社(編)『業種別業界情報1996年版』経営情報出版社（1996年2月10日）を，規制緩和の現状については，総務庁(編)『規制緩和推進の現況』大蔵省印刷局（1995年8月15日）を参照している。その他の諸情報については，主として新聞報道に依っている。なお，業種名や問題点の選択は，文書回答における記述の有無あるいは多寡に依存しており，また，それらの提示順序の基準は特にない。

(1) 需給規制

(a) 酒類販売業

酒類販売業は，「酒税法」（1938年制定）によって，卸売，小売ともに免許制度によって規制されている。酒類販売免許は，卸売免許と小売免許に大別されるが，免許は，申請者の人的要件(経営能力，経験など)，需給調整上の要件(人口動態や既存卸販売場数など）を考慮して，所管の税務署長が営業所ごとに付与する。しかし，こうした免許制度も，1993年7月の国税庁通達とそれに続く規制緩和による大型店への免許付与によって変化している。また，中央酒類審議会によって，現行の「酒類自販機」の撤廃が計画されている。さらに，上記の需給調整などの基準の見直しが1996年度に予定されている。このような酒類の流通は，メーカーごとに卸売業者と小売業者が系列化されてきたが，卸売業者・小売業者の多くは小零細業者であり，免許制度・流通系列化の中での過当競争と低マージン・リベート依存の収益体質が特徴であった。しかし，近年，酒類消費の多様化とともに，規制緩和の推進による大手スーパーやディスカウントストア等の参入によって，メーカーをも含む製造・販売の大きな転換の時期を迎えている。

以上のような状況において，「同友会調査」におけるある酒類等食品卸売企業は「酒造，卸売，小売，それぞれ免許が存在することによって，それぞれが自由に出店することができない。卸

売の立場では，支店がつくれず，販売店もつくることができない。」（以下において，引用文の末尾のカッコの内に「飲食料品卸売業＜酒類食品卸売業＞」のように記すが，それらは回答企業の所属業種名であり，＜＞内は通称の営業業種ないしは業態を示す。以下同様）という規制による不利を指摘している。しかし，同企業は「弊社の環境は中小より零細が中心の為，規制緩和が進展すれば大手中心型の寡占化が集中して，業界は大きな打撃を受けるでしょう。」（「飲食料品卸売業＜酒類食品卸売業＞」）とする規制緩和の結果を予測している。また，ある酒類等小売企業は「酒類販売免許で出店がままならない。また，当社として必要のない資料報告等を税務署に提出する義務が課され，事務が効率的にいかない。」（「飲食料品小売業＜酒類小売業＞」）という規制による不利な実情を述べるが，同時に，「消費者の利益を目的に，内外価格差の是正という主旨で，様々な規制緩和を実施していますが，何もかもすべてが手のひらを返すような規制緩和では各業態共ついていけません。国内の各業態の情勢を踏まえた上での規制緩和を徐々に実施すること」（「飲食料品小売業＜酒類小売業＞」）を要望している。

(b) 青果仲卸売業

卸売市場制度全体を規制する法律は，1971年に制定された「卸売市場法」である。同法では，卸売市場の種類を①中央卸売市場，②地方卸売市場，③その他市場に分類している。①と②においては，農林水産大臣認可の①開設者（地方公共団体），同じく②卸売業者（株式会社等），開設者認可の③仲卸業者（株式会社，個人等），同じく④関連事業者(株式会社，個人等)，開設者承認の⑤売買参加者等が主な構成員である。②卸売業者は，個人・集出荷業者・出荷団体等から商品販売の委託を受けるか，あるいは買い付け，セリで売り捌く。③仲卸業者は，卸売業者から買い付け，小口の消化力しか持たない小売業者や集荷力の弱い地方市場に対して分荷・転送をする。また，こうした卸売市場での代金決済は現金主義が建て前であるが，当事者間では支払猶予の特約が結ばれている。その結果，卸売業者の場合は，受取サイトが3～7日，支払サイトが1～4日で運転資金として短期の資金需要が常に生ずる。仲卸業者の場合も，量販店や地方卸売市場への転送した分の代金回収は3週間ほどであるが，支払は1週間程度であり，短期の資金需要が常に生じる。

それゆえ，「同友会調査」で現行の規制による不利な点として，果物仲卸企業が「中央市場の中で集荷機能，分荷機能，価格決定機能，支払機能，情報機能の5つの機能があって日常の取引が行われている。その中で，デメリットとしては支払機能だと思う。」（「飲食料品卸売業＜果物仲卸＞」）と記述しているのは，上記の事情を意味すると考えられる。しかし，同企業が「中央市場自身の規制も徐々に緩和しているが，それよりも農産物自身の自由化がそこそこ進展し，大手小売店が直接産地（国内外）から仕入れる等卸業者中抜きが益々盛んになる関係から，当社としては，卸売機能を益々充実させると同時に益々コストダウンを図る。」（「飲食料品卸売業＜果物仲卸＞」）と回答しているのは，現在，市場規制の緩和と市場外流通の拡大が同時に進展していることを背景にしている。卸売市場を経由しない市場外流通は，生協等の産直方式による共同購入の拡大，産直宅配等のダイレクトマーケティングの増大，大型量販店・外食産業・加工食品メーカー等による野菜の直接輸入等によって急速に拡大しており，そうした方向と既存市場の活性化を通じた存続との並行的な流通の発展が問題になっているわけである。

(c) 倉庫業

倉庫は，営業倉庫，農業倉庫，自家用倉庫，協同組合倉庫の四つに分類されるが，規制法である倉庫業法（1956年制定）の対象になるのは，営業倉庫である。すなわち，営業倉庫以外の倉庫がそれぞれ，農業協同組合，メーカー・卸売

業者，事業協同組合・漁業協同組合等自らが物品を保管するのに対して，営業倉庫は倉庫業法による許可を受けた倉庫業者が他人から物品を預かり保管する倉庫である。倉庫業法による倉庫業の規制のポイントは①営業倉庫の許可制，②料金の届出制，③倉庫証券の発行許可制である。③倉庫証券とは，運輸大臣の許可を受けた業者のみが発行できる倉庫証券を指し，2種類あるが，実際に発行されているのは，「倉荷証券」で，寄託者の請求により倉庫業者が発行する証券であり，受託物の質入れ，譲渡等が可能な一種の有価証券である。

さて，ある倉庫業企業が「倉庫業は許認可が必要となっているため，管理レベルの低い業者の参入を防いでいる。」(「不動産賃貸・管理業＜倉庫業＞」)または，「営業倉庫に対する5年間の特別減価償却制度。営業倉庫に対する地価税免除。」(「倉庫業＜倉庫業＞」) などの税制面での優遇措置を指摘したのは，上記の倉庫業法による規制とそれにもとづく政策措置が有利として理解されているからである。しかし，同時に「1.運輸省への許認可の書類が多いため，業務が煩雑である。2.今日，輸入商品が大変増加しておるが新規参入が港湾関係で難しいため，料金の高止まり現象をきたしている。」(「不動産賃貸・管理業＜倉庫業＞」) あるいは，「市街化調整区域での営業倉庫新設が事実上不可能。保全上屋の新設が，可能ではあるが困難。運輸省に年1回提出する営業報告書が免許種別になっており，決算書を数種類作っているようなものである。」(「倉庫業＜倉庫業＞」) 等の不満が存在する。しかし，この倉庫業においては，1995年7月から，倉庫業の許可に係わる添付書類等の規制緩和として，①倉庫業の許可に当たって，主要寄託者についての説明書の提出の義務付けの廃止，②倉庫業に係わる各種報告の削減・簡素化，③倉庫料金に係わる届出の際の提出書類の簡素化が実施され，さらに，今後，④倉庫に係わる構造・設置基準の緩和の逐次実施が予定されている。それゆえ，当面事務手続き上の簡素化を進める規制緩和が進み，上記の不満は低減すると思われるが，今後の参入規制の側面での進捗が規制緩和の本命の問題となる。

ただ，そうした問題は，現在進展している海外生産化，製品輸入の増大等によるいわゆる物流チャンネルの変化，また，荷主の自家倉庫の利用，倉庫の子会社化，貨物回転数の増加等の物流合理化と結びついている。営業倉庫のうち主たる倉庫である普通倉庫は，1992年において事業者数3,282を数え，きわめて多く，しかも増加傾向にあるが，政策と実態の両面から顕著な変化が予想される。

(d) 旅行代理業

旅行業は1971年に制定された「旅行業法」によって，国内旅行だけを取り扱う「国内旅行業」，国内・海外・訪日といったあらゆる旅行を取り扱う「一般旅行業」，国内または一般旅行業の代理をする「旅行代理店業」の三つに分類されている。しかし，1996年4月より改正「旅行業法」が施行され，今後「旅行業」および「旅行業代理業」の2区分に簡素化される。そして，公正な取引，安全確保，旅行者の利便の増進等をはかるために，上記の旅行業者を登録制とし，それらに取引準則（旅行業務取扱料金額の店舗内掲示，運輸大臣認可旅行約款の掲示あるいは備え置き等）の遵守，営業保証金の供託等を義務づけている。現在需要増大の中心である海外パックツアーを中心に価格破壊の波が及んできており，不況も加わって，厳しい値引き競争が展開されている。また，情報化の進展により，旅行商品がパソコン通信を利用しての販売やコンビニエンスチェーン等での取扱が現実のものとなり，流通経路は大きく変わろうとしている。また，旅行代理店業者で取り扱う商品は特約契約を交わした旅行業者のものに限られていたが，競争激化から複数の旅行業者と受託契約（提携販売）を交わすのが一般的となっており，いまや代理店制度が形骸化しているといわれている。今後，こうした事態を前提に「旅行業法」がさ

らに改正される予定で，それによってなお一段と旅行業の転換が予想される。

したがって，次のような中小企業の側からする疑問も当然である。すなわち，「旅行業法(現在）で代理店は直接海外と取引できないと規制されており，海外旅行を望む消費者の要望に応えられない。」(「旅行業＜旅行代理業＞」）あるいは，「業法の改正で，大手企業がコンビニに端末を置いて，コンピュータで旅行の申し込みが可能になる。これは大手企業の企画した画一旅行を消費者に押し付ける結果となり，消費者の個性的要望に応ええない。」(「旅行業＜旅行代理業＞」)つまり，規制緩和が消費者本位を目指しているかぎり，このような問題の解決が迫られているのである。

(e) 機械器具卸売業

一般機械器具卸売業は，産業用機械（資本財機械）を取り扱う卸売業と考えられ，かなり広範囲にわたるといえる。産業用機械は景気変動に左右されるとともに，機械が多種であることから，営業も小回りが要求されるから，中小企業性が強い業界構造を形成している。また，メーカーとの密着性が高いため，専属代理店になっている卸売業者も多いといわれる。このような一般機械器具卸売業には，規制法となる業法はなく，政策的に種々の助成制度の対象となっているにすぎない。

しかし，次のような文書回答に見られるように種々の規制による事実上の参入規制が存在する。すなわち，「電波法等で細かく規制されている無線通信機の業界は末端ではなかなか技術的に難解であるが故に参入が難しい。故に，30年来この業界にいる当社にとっては既得権益のようなものもある。」(「機械器具卸売業＜電気機器等販売・工事・保守＞」）ただ，電気通信機器の基準認証手続については，1994年に手数料の減額と手続の簡素化が実施され，その他の手続については，今後も引き続き検討し，簡素化を図る予定になっている。その意味で，上記の文書回答した企業は「参入が難しいということは逆に市場が狭く，流動性が乏しいということであり，パイ全体が大きくならない。また，監督官庁が次々に作る外郭団体に利益の一部をかすめとられるのもシャクの種。」(「機械器具卸売業＜電気機器等販売・工事・保守＞」）と指摘しているのは，法的ではない，技術を障壁とした実態的な参入規制の問題が提示されているといえる。

(f) ガソリン販売業

石油精製企業あるいは石油元売り企業からガソリンの供給を受け，ユーザーに販売するガソリン販売業者は給油所を経営することから，ガソリンスタンドと呼ばれていたが，現在では給油以外の自動車に対するサービスを提供することから，サービスステーション（以下ＳＳと略称）が一般的な呼称となっている。ＳＳは一般に一独立の企業であるが，石油精製あるいは石油元売り企業による流通系列化の下にあることはよく知られている。ＳＳを含む石油業については「石油業法」(1962年制定）によって，石油供給計画，石油製品計画，石油製品販売業などの届出販売価格の標準額等について定め，「揮発油販売業法」(1976年制定)によって，給油所の登録と過密指定地区の建設緩和，品質検査の義務，登録の拒否等を定め，現在規制緩和の話題の中心になりつつある「特定石油製品輸入暫定措置法」(「特石法」)によって，事実上石油製品の輸入を精製企業に限定している。さらに，ＳＳは消防法，危険物規制などの政令によって規制されている。こうして，石油業全体は広範な規制の下にあるといえる。したがって，ＳＳも，「揮発油販売業法・消防等により，大資本の進出がある程度一定程度押さえられている。」(「その他の小売業＜ガソリンスタンド＞」)ことを規制による有利としている。

しかし，従来の規制下の過当競争が，現在上記の「特石法」の1996年4月からの廃止によって，新たな競争激化を生むと思われる。ＳＳの

関連業種のある企業は文書回答で「現在57,000カ所のガソリンスタンドは3分の1は淘汰され，メーカーの子会社化・系列化が促進され，体質の弱い零細企業の没落が進む。しかし，終局的にガソリン価格の低価格化は，予想以下に終わるであろう。」(「精密機械器具製造業＜省力機器製造＞」)と予測している。さらに，今後ＳＳの出店を抑制する指定地区数を段階的に削減し廃止する「指定地区制度の廃止」，登録制を簡素化しＳＳの出店を容易にする「ＳＳ登録制の改善」，「ＳＳのセルフ化」が近年中に実施の予定ないし検討中である。したがって，なお今後も引き続き劇的な変化が予測される。この場合，問題は，従来の系列化にある零細なＳＳ企業の廃業が増えるというだけでなく，それに追い打ちをかける形で，石油元売り企業の直営店，商社・大手スーパー・全農等の参入が開始されていることである。それゆえ，次のような文書回答は注目しておく必要がある。すなわち，「ヨーロッパにおける石油販売業界のように，中小企業への差別的取り引き，大企業またはその子会社に対する育成策の中で，中小の壊滅的撤退が進行するものと思われる。」(「その他の小売業＜ガソリンスタンド＞」) それゆえ，「中小企業の事業分野への大企業またはその子会社の無差別進出に対する規制」(「その他の小売業＜ガソリンスタンド＞」)が必要であるということである。

(g) 人材派遣業

従来，人材派遣業は労働者供給事業を禁止していた「職業安定法」44条に抵触する疑いがもたれていたが，1986年に「労働者派遣事業の適正な運営の確保及び派遣労働者の就業条件の整備等に関する法律」(以下「人材派遣法」と略称)が施行され，人材派遣業の法的根拠が整備された。同法は，労働者派遣事業を「登録されている派遣労働者と随時雇用関係契約を結ぶ一般労働者派遣事業（労働大臣による許可制）」と「常時派遣する特定労働者派遣事業（労働大臣による届出制）」とに分類している。ところで，人材派遣業は通常「事務処理サービス業」に含められる業者が大宗を占めている。人材派遣業は，一方で，石油ショック後の減量経営，情報化，リストラの過程を通じて需要を増大させ，他方で，女性の社会進出，就業意識の変化，「人材派遣法」の制定などの供給条件の向上によって，成長産業の代表となった。現在，不況によってマイナス成長にあるが，今後の雇用制度の変化の中で，さらに成長の可能性がある。

しかし，中小企業にとっては「高齢者派遣法と有料職業紹介事業をやりたいが，許認可事項が厳しくなかなか許可が下りない」(「広告業＜求人広告紙・誌発行＞」) ことや，「高年齢者の人材派遣が昨年11月から認可されましたが，財産的基礎が約3000万円が必要であり，中小企業にとっては，手の出る事業としては到底出資できない状況」(「出版業＜求人広告・人材派遣・職業紹介所＞」) にあることが指摘されており，成長性が中小企業に生かされていない。その意味で，「人材派遣業の分野の職業適用範囲が狭く，現在の雇用情勢，中小企業のニーズからすればもっと適用範囲を広げてほしい。また，逆に派遣社員の人材，雇用不安をなくすためには派遣会社への法的規制」(「出版業＜求人広告・人材派遣・職業紹介所＞」) が必要だという提案につながってくるのである。

(h) 野外広告業

野外広告業の取扱製品は，ネオン，サインボード，交通広告に分けられるが，広告業というより，製造業に分類されてよいほど制作工程が大部分を占めている。野外広告業者の届出数は1991年現在で約1万6千業者に上っている。企業規模としては，従業員規模で5人以下，資本金規模で5千万円未満が圧倒的に多い。一般に規模が大きくなるほど，民間広告主から直接受注する元請けあるいは官公庁からの受注が多いが，規模が小さいほど同業者からの下請受注が多くなる。近年の不況は企業の広告費削減と相まって

企業間の競争を一層激化させている。

ところで，野外広告業については，野外広告物法，都市計画法，建築基準法，文化財保護法，森林法，自然公園法，都市計画法等々の多数の規制法がある。しかし，それらはほとんど参入規制などの経済的規制ではなく，広告物それ自体への社会的規制が主である。しかし，「広告物の数量，大きさ，高さ，道路からの距離等非現実的規制が非常に多く現実には守られていない，違法行為が野放し状態」（「専門サービス業＜野外広告物製造販売＞」）であるのが実情のようである。それゆえ，規制緩和については，次のような見解が出てくる。「一般ユーザーも業界従事者も喜ばしいこと（一般的に規制緩和は不利益者がいるが当業界の場合はいない）。景観上の美観を問題視する一部の人の声に対し，役所は単純に数量規制に走るのではなく，その美観に合った広告物に助成の方向で振興すべきと思う。」（「専門サービス業＜野外広告物製造販売＞」）

さて，野外広告に限らず，中小広告企業は競争激化にさらされている。すなわち，「昨年の8月年商10億円程度の衣料スーパーが大手のA社に吸収された。当社は衣料スーパーのチラシを打っていたが，これによりA社になった店のチラシを打てなくなった。大手スーパーには系列の印刷会社があるため」（「出版・広告制作＜広告企画・制作・印刷＞」）というような事態である。また，規制緩和の間接的影響も，広告業においては小さくないことを次の事例が示している。すなわち，「当社のクライアントは中小小売業であり，大店法の規制緩和で，中小SCや商店街が大打撃を受けている。大型店の出店に関する規制を行わなければ，いろんな地方で画一的な大型店が商業を席巻し，地域コミュニティーが崩壊していくと思われる。」（「出版業＜広告企画・制作・印刷＞」）

(i) 建築設計業

建築設計業務を専門的に行う事業は，1950年に制定された「建築士法」によってスタートしている。建築活動においては違反等の問題が多発するが，行政側の予算・人員的に制約があるため，建築士は重要な補完的役割を果たしている。建築設計は今日設計部門を有する他業界からの競合関係が強まり，受注競争の激しさは増している。建築設計業には，一方では，「建築士法により，無資格者が参入できない」（「専門サービス業＜建築工事設計・工事監理＞」）から有利だとする考えもあるが，他方では，「建設設計業務の兼業の廃止（が望ましい一筆者）。工務店でも事務所の登録ができ，設計業務がサービス（無料）化している。建築士登録制度の見直し，花嫁道具としての資格が氾濫している。何のための資格（業務遂行）かわからない。」（「専門サービス業＜建築工事設計・工事監理＞」）あるいは，「日常企業経営者として，自分の業種のことさえ規制に守られているのが当たり前になって分からないことが多い。」（「専門サービス業＜建築工事設計・工事監理＞」）という意見もある。しかし，問題は「官公庁の業務に参加の時，実績，経歴，知名度等が考慮されて，指名されることが多い。（設計コンペ）一般に公募する等必要。現在規制（行政の内規等）は大組織にとって有利になっている。」（「専門サービス業＜建築工事設計・工事監理＞」）ところにあるようだ。同時に「やってみないとわからないが，規制は緩和した方がよい。一部で，規制緩和は，大企業の競争原理の中にのみこまれるといわれている。21世紀型の企業を目指すなら，多少の困難も乗り越える覚悟が必要であろう。」（「専門サービス業＜建築工事設計・工事監理＞」）とする期待と決意がある。

(j) その他

以上の他にも，次のような規制の問題が指摘されており，新製品の開発・新産業の創出を妨げる具体的な問題事例として注目しておこう。すなわち，「日本では染料の規制が厳しく，溶剤の規制が弱いので，優れた水性インクが作れない仕組みになっている。欧米では，安全性の考

えから水性インクのレベルは非常に高い。」(「印刷・同関連業<スクリーン印刷・写真製版>」) あるいは「船舶安全法の抜本的改正が必要。明治時代の法がほとんどそのままになっていて意味も分かりにくい。現在の状況にあっていない。検査の基準や方法も同じ。」(「輸送用機械器具製造業<繊維強化プラスチック製造業>) などである。

(2)　入札規制

「同友会調査」には，官公需における入札制度に対して，建設業以外からも問題が提出されている。たとえば，入札自体の困難については，次のような回答がある。「新たな分野への入札参加が事実上非常に困難。エレベーター，エスカレーター等の昇降機の類のメーカーでありますが，建設物内の昇降機は特定の大手メーカーの独占で，参入できない。」(「一般機械器具製造業<省力設備機械設計製造>」) あるいは，「役所，官庁の仕事に実績の有無で判断する事は問題あり。やらねばいつまでも実績がつかない。技術力，経済力の低い会社でも実績というだけで差がついている。」(「金属製品製造業<鉄構(火力ボイラー)製造業>) ここにも，入札制度の改善が中小企業にチャンスを与えるためにはどうすればよいかが示唆されている。

(3)　労働規制

労働規制の緩和は，規制緩和の論議の中では，基本的な問題として論議されていないが，需給調節的規制の緩和問題と両面をなす問題として十分に注意を注ぐべき課題である。今後，労働力の流動化を軸に広範囲に展開すると考えられる。職業紹介や人材派遣に係わる雇用関係以外の労働規制の次のような諸項目が規制緩和の課題になっている。①女子の時間外労働の上限規制および深夜労働規制に係わる女子保護規定の解消，②労働契約期間の上限の緩和，③労働時間に係わる規制緩和として裁量労働制の適用範囲の拡大，裁量労働における時間規制のあり方の検討，休憩時間規定の弾力化，④社内預金の下限利子の市中実勢配慮の設定方式の導入，⑤就業規則等の届出手続の簡素化，⑥労働者名簿の記載内容の簡素化，⑦超過勤務手当の算定基礎からの住宅手当の除外，労働保険に係わる諸規制の緩和等々である。

労働規制について，まず指摘できることは，「労働基準法。働いて稼ぎたい人のチャンスを奪っている。労働時間・扶養控除の枠・年金受給者の給与所得の問題。誤った税制が日本人の勤労観をなくしてしまった。」(「印刷・同関連業<スクリーン印刷・写真製版>」) だから，労働規制は企業経営に不利だ，あるいは「短納期と残業時間の増加の関係で週労働時間40時間の制定は残業手当の増加により伸ばすことになりより苦しい経営になる。」(「印刷・同関連業<写真製版業>」) というように労働規制の強化に不安を持つ意見が根強いといえる。また，上記の課題にないが，外国人労働者問題には，研修生の受入制度も含めて次のような諸問題が指摘されている。すなわち，「合弁会社の (外国) 社員レベルと国内技術者，技能工のレベル統一を図りたいが入国管理局の規制によってレベル向上に今一歩進んでいない。受入基準を作ってもらい適合企業の研修生の受入を認めてほしい。」(「金属製品製造業<火力ボイラー製造業>」) 「外国人雇用を真剣に具体化すべき時代が来ている。一般船舶の行動がばからしい程規制されている。」(「輸送用機械器具製造業<繊維強化プラスチック製造業>」) 「港湾荷役に関わる規制が緩和されると，日本の港湾も釜山，高雄，シンガポール等と競合できることとなり，物流量が増え，業界全体に影響が波及していく。」(「倉庫業<倉庫業>」) しかし，「規制緩和によるスーパー，デパートの休日返上，就業時間の延長は国が進める労働時間短縮に逆行すると思う。取引している我々中小企業の社員 (手伝い社員) は労働時間が長くなる。」(「繊維・衣服等卸売業<服地・イージーオーダー卸売業>」) ということで，労働規制の緩和に対して賛意を示して

いない企業もあることを注目してよい。

(4) 独禁政策

規制緩和の推進は，本来独禁政策の強化と同時に展開されるべきものである。規制問題を論議するとき，この点こそが核心である。しかし，戦前はもちろんのこと，戦後においても，長らく独占禁止法及び独禁政策に対する企業経営者の反応の大勢は自由経済にとって必要なものであるかどうか疑問だとするものであった。「和」の哲学がすべてに優先していた。独占禁止法や独禁政策を社会主義的政策だと認識していた大企業経営者がいたほどである。しかし，高度成長の時期の「新日本製鉄」の誕生をめぐる論議や，その後の「狂乱物価」および独占禁止法の強化改正などを通じて広く「独占」問題が国民の中に浸透していった。

現在，規制緩和後の競争政策として指摘されているのは，事業者団体ガイドラインの改定，独占禁止法適用除外カルテル等制度の廃止，再販維持制度のすべての指定商品の取消，合併・営業譲渡等の届出制度等の見直し，国際契約届出制度のあり方の見直し，純粋持ち株会社の解禁・大規模会社の株式保有規制の緩和，景品規制の見直し，公正取引委員会の強化等である。このような諸項目が規制緩和の推進とともに強化されるべき独占禁止政策の具体化として妥当な内容かどうか検討されなければならないが，「同友会調査」の文書回答に見られる独禁政策への多数の切実な訴えとは大きなズレがあるという点で問題だといわなければならない。それらの訴えにみられる規制緩和との関係で独禁政策への鋭い批判や優れた意見が提起されたことは，中小企業家運動の前進として高く評価されてよいものと思われる。以下，文書回答に見られた意見を紹介しておきたい。

まず，現行の独禁政策への批判である。すなわち，「事実上匿名でしか大企業の横暴について公取へ言えない。もっと気楽に大企業の横暴について投書できるような平等さのある商取引ができないものか。」(「繊維・衣服等卸売業＜靴輸入販売＞」)「規制の問題よりは大企業の身勝手がまかり通らないよう，公正取引のガイドラインを徹底するなど，中小企業の立場に立った経済政策が行われるよう望みたい。」(「その他卸売業＜玩具卸売業＞)

その上で，規制緩和との関係で競争の意味を問題としている。すなわち，「競争は自由であればある程良いということを前提に議論が一般化しているが，大企業と中小企業とが対等に競争できるような条件下での“自由”であるべきだと思います。」(「その他卸売業＜玩具卸売業＞)「大企業の活動に対する規制（＝中小企業の保護）が緩和されるならば，公正取引への圧迫，資金繰りの困難の増大，累進課税の逆行など，弱肉強食が一層促進されるように思われる。」(「その他卸売業＜玩具卸売業＞)「競争激化の中で「取引慣行のガイドライン」も思うように機能していない。規制緩和と同時に弱者保護の観点を怠ると，弱肉強食の修羅場となり貧富の差の激しい常にドロップアウトする多数を抱える社会になる。大型店の規制緩和と同時に街作り，環境保存。」(「その他卸売業＜日用品雑貨卸売業＞」)「自由競争の中で常に競争の制限の視点は環境問題である。地域の文化（道路・住居・風俗等）を破壊するものは否定されるべきだと思う。」(「その他卸売業＜日用品雑貨卸売業＞」)「大企業が産業構造変化のもとに，中小企業分野に入ってくるような競争政策ではなく，中小企業の分野で新たな新規企業が起こしやすいような行政のインキュベート機能を作りその中で競争し，活性化して行き，技術等が高度化していく道こそ追究してほしい。」(「出版・広告制作＜広告企画・制作・印刷＞」)「規制緩和より規制の見直しを。規制はもともと必要であったから，作られた筈。時代の変化により必要・不必要が生じて来てはいるが，「規制緩和」に一律大合唱はどうかと思います。」(「金属製品製造業＜プレス金属部品製造販売業＞)「企業ではなく，国民にとって，メリットデメリットの

見方で規制の緩和を早急に進めてほしい。そして，大企業の規制は中小企業との観点で大いに今後も考えてほしい。」(「不動産賃貸・管理業＜倉庫業＞」)これらの意見を通して，独禁政策のあり方が改めて問われているというべきである。

3　規制緩和の課題と展望

以上に検討してきた「同友会調査」における文書回答に現れた中小企業家の規制緩和に対する様々な意見は，現在広く普及している《規制緩和と中小企業》に関する諸見解とは相違しているといわなければならない。たとえば，中小企業が規制緩和に消極的であるといい，それは，中小企業が規制がもたらす既得権益の保持者であるからだとみなされたりしている。文書回答にあったように，少数の業種あるいは問題領域において，中小企業家からしても規制が従来の経営に有利に働いていた場合があることを認めている。しかし，だからといって規制に固執したり，それゆえに，規制緩和に反対したりしてはいない。多くは規制緩和のあり方，すなわち，規制の役割の不十分な検討，独禁政策の不徹底などに疑問を持っているのである。むしろ，一般の議論が中小企業を専ら俎上に乗せることによって，規制と大企業との関係という本来検討すべき規制を見えにくくしている面があることを指摘しなければならない。

最後に，本章の検討から導き出された規制緩和に関する論点をまとめておくことにしたい。第1は，中小企業家が規制緩和に期待する具体的内容と，政府諸省庁で現在検討されている諸項目とは大きく異なっている。後者の多くは中小企業分野への大企業の参入や大企業と中小企業の競合分野での大企業の活動の優位性を強化する方向になっている。したがって，第2に，中小企業家の規制緩和への期待の実現は規制緩和のあり方にかかっているということである。また，第3に，今後，規制緩和の実施が広がるに際して，企業競争が激化することは，広く意見の一致を見ていることであるが，そうした事態に対する政策的対応が遅れている，あるいは，規制緩和そのものが政策だと誤って理解されていることである。それゆえ，第4に，こうした状況は，中小企業家がこれまでの規制緩和に対する受動的な対応から積極的な対応に転換しなければならないことを意味している。

要するに，現在の規制緩和の意義とは，戦後の日本的経済システムあるいは中小企業の存立基盤が動揺する中で，それらを改めて大企業の手によって制覇させようと道筋を付けることにほかならないのである。「規制緩和によって消費者やユーザーの便益が拡大し，値段においても大幅に有利なものが入手できることについて疑問はほとんど出ていない。にもかかわらず，わが国において経済的規制の撤廃への反対がきわめて強いのは，ユーザーや消費者の利便を無視した既得権益の主張に対して批判がなされていないからだといえよう。」(田中直毅『新しい産業社会の構想』日本経済新聞社　1996.2.23, p.107)という発言が，規制緩和の効果の評価が「明白であるにもかかわらず，日本では浸透度がいまひとつ弱いことについては，残念ながら認めざるをえない。その原因は，さらに追究する必要があろう。」(同上，p.107)とする告白に終ってしまうのは，以上に検討してきた中小企業の立場の無理解に由来している。