

中小企業は私たちの身近に存在しています。工業製品を生産する工場や地場産業の工房などの製造業、飲食店や美容院などのサービス業の大半は中小企業が担っており、私たちの日常生活に欠かせません。

一方、スタートアップという言葉聞き慣れない人もいるかもしれません。ユニコーンと呼ばれるような、今まさに急成長を遂げているスタートアップ企業の多くは、知名度は高くありません（なお、みなさんご存じの、グーグル、アップル、メタ〔旧フェイスブック〕、アマゾン、マイクロソフトといった、今や世界に冠たるグローバル企業も、かつてはスタートアップでした）。しかし、これらのスタートアップは、革新的な製品・サービスを生み出し、産業の新陳代謝を引き起こしていきます。

本書は、身近な存在である中小企業と、新しい製品・サービスを生み出すスタートアップについて学ぶための教科書です。おもに経済学部（経営学科）・経営学部・商学部の大学生を対象としています。大教室での講義だけでなく、ゼミなどでも活用できるような構成・内容になっています。

中小企業やスタートアップに焦点を当てた教科書は、中小企業論、ベンチャー企業論、アントレプレナーシップといったタイトルで、すでに数多く出版されています。そうした中で本書は、中小企業とスタートアップ企業の両方を取り扱い、副題にあるように「伝統と革新」「地域と世界」という視点から、それぞれを丁寧に説明しました。したがって、伝統産業の中小企業・老舗企業からAIなど最先端の技術やサービスを生み出す企業まで、また地域に密着する企業からグローバルに事業展開する企業までを、幅広く取り上げています。この広がりゆえ、大学院を目指す学生や、中小企業・スタートアップに関心のある社会人（さらにいえば起業に関心のある高校生）などにとっても、知的な探究のきっかけになるかもしれません。

本書の特徴は、経営学を含め社会科学における多様な理論を使って、豊富な事例を読み解いていることにあります。従来、この分野の教科書には、概念・理論か事例のどちらかに力点を置いたものが多く、双方に言及していても、紹介される概念を用いて事例を読解するといったことはあまり想定されていませんでした。しかし私たちは、経営学をはじめとした社会科学の有用な概念・理

論と、中小企業・スタートアップに関するさまざまな現象（事例）とを、結びつけて理解してもらうことを重視しました。概念・理論には、時間や空間を超えた普遍性があるため、本書で取り上げる多岐にわたる現象を、抽象化して理解することに役立ちます。こうした狙いから、経営学を学ぶ大学生には比較的知られた概念・理論だけでなく、先端的でなじみは薄くても意義深いものも、積極的に紹介しています。

本書のプロジェクトは2018年に始まりました。東京で一度面談して以降、すべての打ち合わせはZoomを活用してオンラインで行われました。コロナ前の2019年から1年半は、広島・仙台・パリと、空間的な隔たりだけでなく時差もある中で執筆を進めました。その後、場所は岐阜・仙台・札幌に変わりましたが、結局一度も会うことなく完成するに至りました。コロナ禍で働き方が一変した中、筆者らも従来の出張ありきの共同作業とは異なり、リモート・ワーカーのように、場所に縛られずに本プロジェクトを遂行しました。

そもそも筆者らは以前からつながりがあったものの、共同で仕事をしたことはありませんでした。ただ、5年もの間、毎月のように数時間のミーティングを続けたことで、プロジェクトの進捗や学問上の動向だけでなく、国立大学の抱える問題を共有するなど、身の上話・世間話を通じて結びつきが強まりました。

本書は、こうした3人の得意分野に基づいて分担執筆がされていますが、上述の通り何度も議論をし、加筆修正を重ねてきました。とくに、紹介する概念・理論と、それに相応しい事例の選択については、綿密に検討し、完成直前まで入れ替えを行うなど、よりよい内容を目指しました。専門性とわかりやすさを担保しつつ、筆者らの持つ知見を加味していくのは、予想以上に難しいことでした。書籍の完成度に関しては読者の批判を待たなければなりません、ユニークで、おもしろい内容になったと感じています。

執筆の過程では、有斐閣の藤田裕子さん、得地道代さんに、大変お世話になりました。藤田さんからお声がけをいただいてから、5年ほどの歳月が過ぎました。執筆が遅々として進まない中で辛抱強く待っていただいたお二人に、心より御礼申し上げます。

2023年4月28日

著者一同

加藤 厚海 (かとう・あつみ)

第1～4章

神戸大学大学院経営学研究科博士課程後期課程修了, 博士(経営学)(神戸大学)

現在, 岐阜大学社会システム経営学環教授

主要著作

『需要変動と産業集積の力学——仲間型取引ネットワークの研究』(白桃書房, 2009年)

Automobile Industry Supply Chain in Thailand (共著, Springer, 2018年)

福嶋 路 (ふくしま・みち)

序章(共同執筆), 第9～13章

一橋大学大学院商学研究科博士課程単位修得退学, 博士(経営学)(東北大学)

現在, 東北大学大学院経済学研究科教授

主要著作

『ハイテク・クラスターの形成とローカル・イニシアティブ——テキサス州オースティンの奇跡はなぜ起こったのか』(白桃書房, 2015年)

「外的圧力による同時多発的スピノフの出現とネットワークの形成——アルプス電気盛岡工場からのスピノフの事例」(共同執筆, 『企業家研究』第19号, 2022年)

宇田 忠司 (うだ・ただし)

序章(共同執筆), 第5～8章

神戸大学大学院経営学研究科博士課程後期課程修了, 博士(経営学)(神戸大学)

現在, 北海道大学大学院経済学研究院准教授

主要著作

『制度的企業家』(分担執筆, ナカニシヤ出版, 2015年)

The Flexible Workplace: Coworking and Other Modern Workplace Transformations (分担執筆, Springer, 2021年)

The Oxford Handbook of Phenomenologies and Organization Studies (分担執筆, Oxford University Press, 2023年)

序章 なぜ今、中小企業・スタートアップなのか 1

- 1 中小企業・スタートアップを学ぶ意義 …………… 2
- 日本経済の主役としての中小企業・スタートアップ (2)
- 地域経済の主役としての中小企業・スタートアップ (3)
- 技術基盤を支える中小企業・スタートアップ (4) イノベーションの主体としての中小企業・スタートアップ (4)
- 歴史を紡ぐ存在としての中小企業・スタートアップ (5)
- 2 中小企業・スタートアップの分類 …………… 5
- 規模による分類 (5) 種類による分類 (7)
- 3 日本における中小企業・スタートアップの歴史概観 …… 8
- 近代産業に対峙する在来産業としての中小企業 (8) 中小企業という概念の普及と問題型中小企業認識 (9) 中小企業の多様化 (10) 失われた30年と貢献型中小企業観への転換 (11) 中小企業・スタートアップへの期待 (12)
- 4 学問分野としての中小企業研究 …………… 13
- 領域学としての中小企業研究 (13) 横断領域的な中小企業研究 (14)
- 5 本書の特徴・使い方 …………… 15
- 特徴 (15) 使い方 (17)

ものづくり中小企業の歴史的展開 19

- 1 ものづくり中小企業とは …………… 21

製造業における中小企業 (21) 中小企業と大企業の対比 (22)

- ② 中小企業のクラフト生産 25
中小企業の生産体制：手仕事の世界 (25) 中小企業の組織・人材育成 (25)
- ③ 大量生産体制の出現 27
大企業の実生産体制：大量生産体制 (27) 大企業の組織・人材育成 (29)
- ④ 柔軟な専門化とものづくり中小企業の復権 31
柔軟な専門化の実生産体制 (31) 柔軟な専門化の組織・人材育成 (32)
- ⑤ ものづくり中小企業の展望 34
新規参入による新陳代謝 (35) 人々の誇りと愛着がもたらす独立精神 (36)

CHAPTER
2

中小・同族企業の経営

39

- ① 同族企業とは 41
- ② 中小・同族企業の特徴 42
中小・同族企業と企業統治 (42) 中小・同族企業と社会情緒的資産 (44)
- ③ 中小・同族企業の事業承継 48
中小・同族企業の承継プロセス (48) 事業承継の問題 (49) 事業承継の智慧：婿養子と番頭 (51)
- ④ 中小・同族企業の現代的課題 54
経営者の高齢化と後継者不在 (54) 親族外承継と M&A の活用 (55)

- ① 日本のサプライヤー・システムの特徴 …………… 61
- ② 市場取引と長期継続取引 …………… 62
- ③ 長期継続取引発生論の論理 …………… 64
取引コストと特殊資産 (64) 人質のメカニズムと長期継続取引 (68)
- ④ 中小サプライヤーの大企業に対する依存関係 …………… 70
大企業への依存 (70) 外部抑圧からの脱却 (72)
- ⑤ IoTとサプライヤー・システム …………… 74

- ① 社会ネットワークとは …………… 79
- ② 地場産業等における中小企業と社会関係資本 …………… 80
- ③ 弱いつながりの強さ …………… 84
弱いつながりと強いつながり (84) 弱いつながりを活かした事業転換：探索・活用の理論と弱いつながり・強いつながり (88)
- ④ 中小企業をつながり方の課題 …………… 92

- ① 起業家とは Ⅲ英雄と市井の人々 …………… 99
起業の実像(1)社会における起業 (100) 起業の実像(2)誰がどのように起業しているのか (100) 起業の実像(3)なぜ起業するのか (101)

②	現実的選択肢としての起業	104
	社会化と起業 (104) 複業としての起業 (107)	
③	起業家研究の展開	111
	起業家とは：特性アプローチの強化・維持と解体 (111)	
	起業を捉えるための理論的視角 (114)	

CHAPTER
6

起業家の認知 117

①	起業意図と起業行動	119
②	起業家と機会	121
	機会の発見と創造 (121) 機会認識の要因 (122)	
③	起業家の思考様式	123
	コーゼーション：目的ありきの思考様式 (123) エフェク	
	チュエーション：手段ありきの思考様式 (124) マインド	
	フルネス：能動的な気づき (126)	
④	起業家のウェルビーイング ■▶人生における幸福と意義	130

CHAPTER
7

起業と組織 133

①	単独か組織か	135
②	経営形態の選択肢	136
	個人と法人 (136) 法人(会社)の形態 (137)	
③	協働組織のデザイン	139
	協働相手の選定 (139) 役割分担 (140) 協働の調整	
	(140)	
④	起業と組織のダイナミズム	142

協働の生成・展開：活動理論（143） ネットワークの生成：アクターネットワーク理論（145） 概念の多様性を知り、現象をよりよく読み解く（149）

CHAPTER
8

起業をめぐる環境

155

- 1 物理的・地理的環境 157
物理的・地理的環境とは：個人・集団・組織・地域の視点（157） 近接性・開放性・可視性（158） 物理的・地理的環境の設計と解釈（159）
- 2 社会的・経済的環境 160
家族や親戚、知人（161） ビジネス・エンジェル（162）ベンチャー・キャピタル（163） ビジネス・インキュベーター（165） アクセラレーター（166）
- 3 制度的環境 168
制度とその影響（168） しがらみと機会としての制度：起業家の制度的実践（170）
- 4 環境整備をめぐる動向 III 魅力ある舞台の構築に向けて 172

CHAPTER
9

ベンチャーとスタートアップ

177

- 1 日本における新規創業活動 179
日本におけるベンチャーの特徴（179） 日本における戦後のベンチャー・ブーム（179）
- 2 新規創業活動をめぐる日本の環境 184
日本のスタートアップの資金調達（185） 支援サービスや起業家教育の不足（187）
- 3 日本の新規創業をめぐる近年の動向 188

クローズド・イノベーションからオープン・イノベーションへ (189) 大企業とスタートアップとの連携の活発化 (189) 海外投資家の流入 (191) 起業に対する価値観の変化 (191)

CHAPTER 10

プラットフォーム・ビジネス

195

- 1 プラットフォームとは 197
- 2 ネットワーク効果とプラットフォーム・ビジネス 198
ネットワーク効果とは (199) ネットワーク効果を有しやすい財の特徴 (200) ネットワーク効果を有する財の競争の特徴と先発者利益 (201)
- 3 サイド間ネットワーク 202
サイド間ネットワーク効果とプラットフォーム (202)
ツーサイド・プラットフォーム戦略 (203) ツーサイド・プラットフォーム戦略におけるチキン&エッグ問題 (204)
プラットフォームとビッグデータ (204)
- 4 プラットフォームの課題 205
プラットフォームがもたらす独占とその弊害 (205) プラットフォーム企業の義務 (207) プラットフォーム・ビジネスの限界と課題 (207)

CHAPTER 11

スピナウトとスタートアップ

211

- 1 知識の再編としての起業 213
- 2 スピナウトの背景と動機 217
マクロ的な要因 (217) ミクロな動機 (218)
- 3 スピナウトの優位性 219
- 4 スピナウトを生み出す親企業の特徴 219

5	親企業とスピンアウト	222
6	スピンアウト同士の関係	226

CHAPTER 12

アントレプレナー・エコシステム 229

1	アントレプレナー・エコシステム	231
	地域と企業活動 (231) アントレプレナー・エコシステムとは (231) アントレプレナー・エコシステムのフレームワーク (232)	
2	アントレプレナー・エコシステムの種類	239
3	アントレプレナー・エコシステムの変化	240
4	アントレプレナー・エコシステムのリサイクリング	244

CHAPTER 13

起業とグローバリゼーション 249

1	移民に支えられたシリコンバレー	251
	シリコンバレーにおける移民と移民起業家 (251) 移民起業家の強みと弱み (252)	
2	高度人材の国際移動	254
	シリコンバレーからの頭脳流出の原因 (254) 「頭脳流出」から「頭脳循環」へ (256) 人材の移動と知識創造 (257)	
3	受け入れ国側の変化	258
	流出した自国民の帰国促進政策 (258) 海外とのネットワーク形成 (260) 日本における留学生の起業促進 (260)	
4	ボーン・グローバル企業の登場	261
5	閉鎖性を超えて Ⅲ超国家コミュニティの出現	264

Case 一覧

- 1-① 地域色のある仏壇と職人の分業 26
 - ② 岡山県倉敷市児島のジーンズ産業集積 33
- 2-① 和井田製作所：需要変動の中での内部留保と雇用の維持 44
 - ② グッチー族の同族支配，絆とアイデンティティ 47
- 3-① マツダと系列サプライヤーの長期継続取引 69
 - ② 金属加工業における町工場と顧客のマッチング：キャディ 73
- 4-① 神戸のパティシエの独立 82
 - ② 佐藤繊維 (1)：ニット糸の開発 90
 - ③ 佐藤繊維 (2)：自社ブランドの開発 92
- 5-① DRIPS 各務康貴の起業 106
 - ② ロート製薬社員の複業 110
- 6-① スタディサブリの事業化プロセス 125
 - ② Amphico 亀井潤の類推 128
- 7-① プリファードネットワークスとファナックの協業活動 146
 - ② 齋藤優一郎の翻訳戦略：日本テレビ・スタジオ地図 LLP の設立・展開 150
- 8-① ココナラ・南章行の物理的・地理的環境のデザイン 160
 - ② Luup の制度的実践 172
- 9-① 創業期のユーグレナ 188
- 10-① プラットフォーム・ビジネスで成長するラクスル 198
 - ② プラットフォーマーと拮抗力：ライドシェア・サービスの事例 208
- 11-① ハイブリテックからのスピニアウト 214
 - ② アルプス電気・盛岡事業所からのスピニアウト 224
- 12-① テキサス州オースティンの文化 234
 - ② テキサス州オースティンにおけるアントレプレナー・エコシステムの形成 242
- 13-① アメリカで発案，マレーシアで開業：グラブ 255
 - ② 日本のボーン・グローバル企業の事例 262

Column 一覧

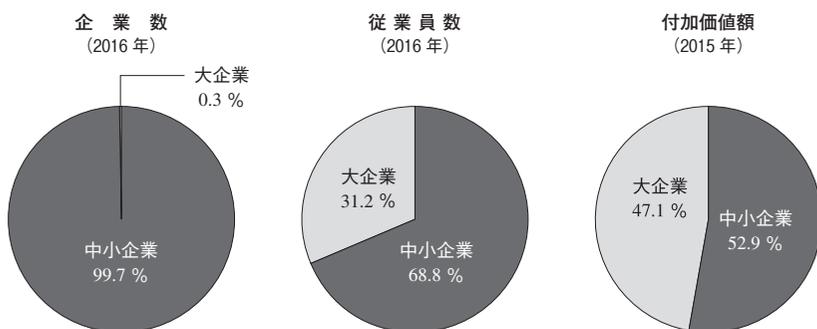
- ① テイラーと科学的管理法 28
- ② ウェーバーと官僚制 30
- ③ 近代教育と中小企業を支える親族・地域共同体 34
- ④ 京都の老舗と「そこそこ」の商い 46
- ⑤ グッチー族の内紛による崩壊 51
- ⑥ 一族の和合：親族間の対立を避けるルール 52
- ⑦ 資産特殊性 66
- ⑧ 系列とは 67
- ⑨ 企業城下町の苦境 71
- ⑩ イタリアの南北問題と社会関係資本 81
- ⑪ 同業者の強いつながりと切磋琢磨 87
- ⑫ 起業家の1日：ネットフリックスのマーク・ランドルフ 102
- ⑬ メルカリ創業チームにおける協働 141
- ⑭ 世の中を認識する際の立場 152
- ⑮ AnyPerk と Y Combinator 166
- ⑯ 起業の支援・促進に関する法制度 171
- ⑰ 日本における新規創業の概念の変遷 182
- ⑱ 日本人は企業家精神が乏しい？：GEM 調査より 192
- ⑲ ネットフリックスの事業展開 205
- ⑳ スピニアウトとのれん分け 216
- ㉑ アップルからのスピニアウト：ジェネラル・マジックの盛衰と遺産 220
- ㉒ 創成期のシリコンバレーにおける半導体エンジニアの働き方 235
- ㉓ クリエイティブ・クラス 237
- ㉔ 世界のアントレプレナー・エコシステム 244
- ㉕ シリコンバレーのネットワーク：開放性と閉鎖性の併存 253

glossary 一覧

- 01 法人 5
- 02 近代化 24
- 03 見えざる手 29
- 04 家父長制 30
- 05 マス・カスタマイゼーション 31
- 06 連帯保証人 48
- 07 複業・副業・兼業 107

08	新自由主義	107
09	プロテアン・キャリア (protean career)	107
10	非公式な起業家 (活動) (informal entrepreneur/entrepreneurship)	112
11	オーストリア学派	121
12	制度派組織論	169
13	規制のサンドボックス制度 (新技術等実証制度)	173
14	新事業特例制度	173
15	ブラザ合意	180
16	TOB	184
17	ライブドア事件	184
18	コーポレート・ベンチャー・キャピタル (CVC)	190
19	フォーチュン 500	190
20	メトカーフの法則	199
21	団塊の世代	213
22	イノベーターのジレンマ	222
23	エコシステム	231
24	ギャップファンド	238
25	エストニアの e-レジデンシー制度	256

なぜ今、中小企業・スタートアップなのか



出所：中小企業庁 [2022] xi 頁の図を一部改変。

中小企業（小規模事業者含む）の比率

みなさんは、中小企業やスタートアップについてどの程度知っているだろうか。おおよそのイメージはあるものの、詳しいことはよくわからないという人は、ぜひ本章から読み進めてもらいたい。上の図は、国内の企業数・従業員数・付加価値額（企業の生産活動によって生み出された価値）という3点について、大企業と中小企業を比較したものである。3つの図から、中小企業が経済社会の主力として、多くの雇用や価値を生み出していることが読み取れるだろう。中小企業にはどのような特徴があり、学術的にはどう取り扱われているのだろうか。

本書は、日本の経済における主要なプレーヤーである中小企業・スタートアップに焦点を当てたテキストである。中小企業の過去・現在・未来という時間の流れと、中小企業の活動範囲（地域と世界）という空間の広がり観点から、中小企業に関する経営現象をできるだけ包括的に取り上げる。その上で、そうした現象の多面性について理解を深めてもらうために、さまざまな概念や理論を用いて、それらがどのように説明されてきたのかを紹介していく。

本題に入る前に、本章では、中小企業・スタートアップを学ぶ意義、中小企業のタイプ、歴史的に見た中小企業、中小企業研究の学問的特徴・位置づけ、本書の特徴・使い方、について確認しよう。

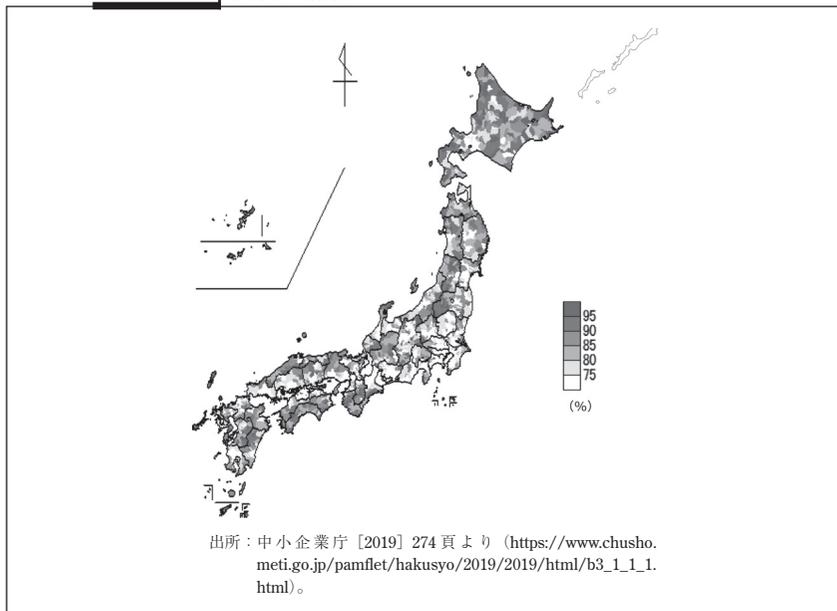
1 中小企業・スタートアップを学ぶ意義

最初に、中小企業やスタートアップについて学ぶ意義について触れておこう。なぜ中小企業・スタートアップは私たちの社会にとって重要といえるのか。本節では、それを考えるための観点をいくつか提示する。

日本経済の主役としての中小企業・スタートアップ

中小企業は日本経済の主役である。扉頁の図に示した通り、「経済センサス活動調査」によると、個人事業主を含む中小企業は、企業数で全体の99.7%、従業員数で68.8%を占める。つまり、日本の企業のほとんどが中小企業であり、10人中7人が中小企業で働いており、全体のうち半分の付加価値額（営業純益〔営業利益－支払利息〕＋人件費〔役員給与＋従業員給与＋福利厚生〕＋支払利息等＋動産・不動産賃貸料＋租税公課）を生み出している。中小企業・スタートアップは、経済のバロメーターであるといえる。経済が悪化すると中小企業は真っ先に影響を受ける。そのようなとき政府は、直ちに中小企業を支援し、経済の悪化を食い止めようとする。

加えて、中小企業・スタートアップは将来の大企業候補である。現在の大企業も多くの場合、はじめは中小企業であった。中小企業の中から成長するものが現れ、大企業になっていく。世界的に事業を展開するトヨタやユニクロも、かつては愛知県や山口県の中小企業だった。それが数十年かけて成長し、今の姿になったのである。このような意味で、中小企業は将来、経済の柱となる企



業の予備軍でもある。

地域経済の主役としての中小企業・スタートアップ

中小企業の多くは、多数の支社や工場を持つ大企業とは違って、特定の地域にのみ立地する。したがって、それらの活動は、立地する地域社会、そこでの文化慣習、および人間関係などから影響を受ける。他方で、中小企業は地域の雇用を生み出したり、地域の企業と取引関係を持ったり、地域住民を顧客にしたりと、地域に影響を与える存在でもある。つまり、中小企業はその地域を映す鏡である。

地域に根づく中小企業は、地域経済を支える柱といえる。たとえば伝統工芸品は、同業・関連事業者間で分業をし合うことから、特定の地域に集まり産地を形成する。また、特定種類の製造業では、大学などの研究開発機関を中心に企業が集積し、産業集積を形成することもある。さらに、地元の商店街には中小零細小売店が集積し、地域流通を支えている。ほかにも、創業まもないスタートアップは、資金調達の手やすさ、従業員の集めやすさ、取引先や顧客との近さといった観点から、自社にとって有利な環境を探し、そういう場所へ

移動するため、結果として特定の地域に集中する傾向がある。

このように中小企業・スタートアップは、地域に根づいて活動することにより、雇用を生み出し、地域内の取引を活発化させ、税金を払うといった形で、地域経済を支えている。

技術基盤を支える中小企業・スタートアップ

中小企業の中には、基盤技術を有する企業が存在する。ものづくり基盤技術とは、「工業製品の設計、製造又は修理に係る技術のうち汎用性を有し、製造業の発展を支えるもの」(ものづくり基盤技術振興基本法)である。具体的には、メッキ、鋳造・鍛造、プレス、切削加工、レーザー加工、金属熱処理、計測・制御技術、組み込みソフトウェアなどがあげられる。これらの基盤技術を有する中小企業は、さまざまな先端新産業分野等を支えており、これらの技術の質がものづくり全体の質に影響を与えているといわれている。

中小企業の中には、基盤技術を高度化することによって、唯一無二の要素技術力を有するようになり、グローバル・ニッチ・トップ企業(狭い領域ながら、世界で第1位のシェアを持つ企業)になっている事例も多数ある。

イノベーションの主体としての中小企業・スタートアップ

中小企業はまた、イノベーションの主体として期待されるようになってきている。イノベーションの主体は豊かな経営資源を持つ大企業であると考えられがちだが、そうとも限らない。世の中には、中小企業でなければ参入できないニッチ市場や、中小企業だからこそ磨き上げることできた技術がある。独自の技術と戦略でもってニッチ市場で高い市場シェアを維持するオンリーワン企業、グローバル・ニッチ・トップ企業は、まさにその好例といえる。

じつは大企業には、「イノベーターのジレンマ」と呼ばれるように、既存の顧客の声に耳を傾けるあまり、イノベーションを起こしにくくなっているところが少なくない(▶第11章)。意思決定も遅く、加速化する環境変化への対応が遅れがちとなっている。他方、設立してから短期間での成長を志向するベンチャーおよびスタートアップは、リスクをとって新しい事業に挑戦する。小規模であるがゆえに意思決定も速い。

このような事情から、日本におけるイノベーションの主体として、中小企業への期待が高まっているのである。そして一部の企業が、ベンチャーやスタ

ートアップと連携することで、新しいビジネスをつくり出したり、自組織を活性化させたりする例も見られるようになってきている。

歴史を紡ぐ存在としての中小企業・スタートアップ

日本の中小企業については、とりわけ長寿の中小企業への注目が高まっている。日本企業の長寿性は群を抜いており、その多くはファミリー・ビジネスである（▶第2章）。ファミリー・ビジネスは他国にも多数あるが、日本はその比率が高い。また日本のファミリー・ビジネスは、そうでない企業に比べて生存率および業績が長期的に安定しているという研究報告もあり、世界から注目を集めているのである。

こうした長寿企業は、拡大せず、中小規模のままにとどまる傾向がある。長く生存する間、事業は変化させるが、地域を移動することは少ない。そして地域社会に根を張り、貢献する。このような中小企業は、歴史の担い手であるといえる。

2 中小企業・スタートアップの分類

規模による分類

企業を分類するとき、規模によるのは一般的な分け方である。規模の小さい企業全般を指して中小企業と呼ぶが、これらはさらに、中小企業と小規模企業・零細企業⁰¹とに分けられる。そして小規模・零細企業はさらに、法人（詳細は▶第7章）である小規模法人企業と、法人でない個人企業に分けられる（図0.2）。

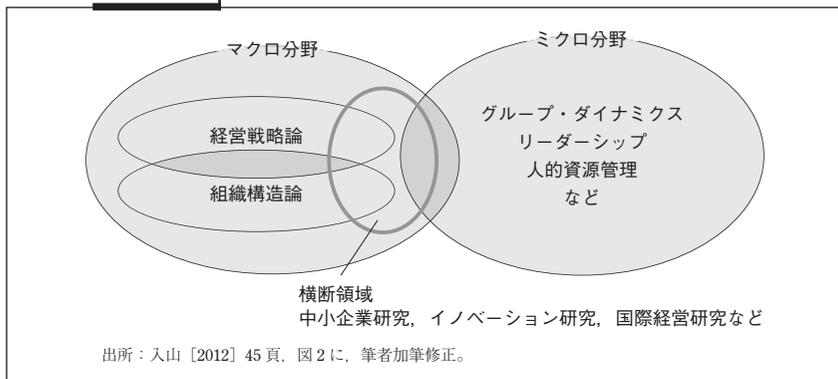
それでは、中小企業と大企業の境界はどこにあるのだろうか。

中小企業基本法によると、中小企業の定義は業種ごとに異なるものの、資本

glossary

01 法人 法律によって、人と同じ権利や義務を認められた組織のことを指す。個人が法人かで、開業の手続きや課される税制が異なる。とくに、法人の場合は企業の創業者やメンバーが変わっても存続できるのに対し、個人企業は創業者がいなくなると存在できなくなる。

CHART 図0.5 経営学の研究領域



ンバーのモチベーションやトップのリーダーシップなどミクロ分野の研究もなされている。つまり、横断領域的に中小企業についての研究が行われているのである。

以上のように、中小企業を分析するときは、①どのような理論体系に依って立つか、②現象のどの部分に目を向けるか、を意識する必要がある。本書では、このような理解のもと、中小企業に関する現象と、それを分析するための多様な概念・理論を、併せて紹介していく。

5 本書の特徴・使い方

最後に、本書の特徴と使い方に触れておこう。

特 徴

本書の特徴は、『中小企業・スタートアップを読み解く：伝統と革新，地域と世界』という書名そのものに集約されている。すなわち、「読み解き」と「時間・空間への注目」である。

まず「読み解き」とは、文字通り、中小企業やスタートアップに関する現象に触れて理解することである。もちろん丸腰ではなく、経営学の観点から関連する概念・理論を用いて読み解いていくことを想定している。ただ、第4節で述べたように、経営学は領域学のため、読み解く際に活用する道具——概念・理論——が厳密には体系化されていない。そのため、道具の出自はバラエティ

CHART 表 0.2 本書で紹介される概念・理論

	概念・理論			
	経済学	社会学	心理学	その他
第 1 章 ものづくり中小企業の歴史的展開	分業 柔軟な専門化			
第 2 章 中小・同族企業の経営	エージェンシー理論	社会情緒的資産		
第 3 章 中小企業とサプライヤー・システム	取引コスト理論	資源依存理論		
第 4 章 中小企業と社会ネットワーク		社会関係資本 弱いつながりの強さ		
第 5 章 起業の民主化と理論的視角		社会化	バウンダリーレス・キャリア	
第 6 章 起業家の認知			エフェクチュエーション マインドフルネス	
第 7 章 起業と組織		アクターネットワーク理論	活動理論	
第 8 章 起業をめぐる環境		正当性 制度的実践		可視性
第 9 章 ベンチャーとスタートアップ		新しさゆえの脆弱性		クローズド・イノベーション、 オープン・イノベーション
第 10 章 プラットフォーム・ビジネス	ネットワーク外部性 拮抗力			プラットフォーム
第 11 章 スピンアウトとスタートアップ	組織ルーティン			スピンアウト 暗黙知・形式知
第 12 章 アントレプレナー・エコシステム	経路依存性			アントレプレナー・エコシステム
第 13 章 起業とグローバル化		頭脳循環		移民起業家 ボーン・グローバル企業

出所：筆者作成。

に富み、その数は膨大である。本書ですべてを取り扱うことは当然できないが、それでも取り上げた概念・理論は多岐にわたり、総数は 30 近くにのぼる。具体的には、表 0.2 に示したように経済学・社会学・心理学のものが多く、その他の領域も含めてバランスよく紹介することを心がけた。また、読者のみなさんがすでに触れたことのあるであろう基礎的なものから、従来のテキストではほとんど取り上げられてこなかったが有用と考えられる応用的・先端的なものまでカバーしている。

もう 1 つの特徴である「時間・空間への注目」は、副題の「伝統と革新、地域と世界」という表現に込められている。すなわち、過去・現在・未来という時間の流れ、および地域と世界という空間の広がり観点から、中小企業やスタートアップに関する経営現象をできるだけ包括的に扱った。構成は基本的に、

国内の地域における伝統的な中小企業から、グローバル・レベルで活動する現代の起業家やスタートアップへと、テーマが緩やかに移っていく形をとっている。

使 い 方

以上の特徴を踏まえ、本書の使い方を紹介しておこう。

何よりも中小企業やスタートアップの時間的・空間的展開を実感するためには、通読をお勧めする。ただ、伝統的あるいは地域・地場の中小企業に関心のある方には前半（第1～4章）が、現代の起業家やグローバルに活動するスタートアップ（ベンチャーも含む）に関心のある方には後半（第5～13章）が、とくに関心に応える内容になっていると思われる。もちろん、こうした全体構成を押しえた上で興味のある章から読んでもらっても、まったく構わない。

なお、第1章以降は、次の各点が統一になっている。

- (1) 各章の扉頁には、「アイキャッチ」として、その章のテーマに関連する図表や写真が示されている。導入文とともに、章のポイントや概要をつかもう。
- (2) 2頁目の冒頭には、**QUESTION** として、その章における基本的な「問い」が提示されている。できれば本文を読む前に、それらの問いに対し、自身の知識・経験に基づいて仮説を立ててみよう。その上で、章を読み終えたら、仮説がどのように改善されうるかを考えてみよう。
- (3) 2頁目にはさらに、**KEYWORD**（キーワード）と**THEORY & CONCEPT**（本章に関連する理論や概念）が掲載されているので、目を通しておこう。**THEORY & CONCEPT**には、その章を理解する上で役立つ理論や概念が取り上げられている。
- (4) 本文中には、章の内容をより深く理解するための**Case**（具体的な事例）や、関連知識を紹介する**Column**（コラム）、**glossary**（用語解説）が挿入されている。少なくとも**Case**は飛ばさずに、その章で紹介される概念・理論を道具に用いて読み解いてみてもらいたい。道具であるからには、使えば使うほど上手に操れるようになる。**Case**の事例だけでなく、自らが直面した経営現象にも、それらの概念・理論をあてはめて考えてみよう。一方、**Column**や**glossary**は飛ばしても各章の大意はつかめるが、時間があるときにでも読んでみてほしい。

- (5) 各章の終わりには、**EXERCISE** (エクササイズ) が掲載されている。自分の理解度を確認し、さらに理解を深めるために、手や身体を動かして、調べたり考えたりしてみよう。
- (6) 「さらに学びたい方へ」(**Bookguide**) では、当該章で紹介された主要文献や、追加的に読むとよい書籍を提示している。各章のテーマに興味を持ち、レポートや卒業論文などで扱いたい場合には、これらの文献にあたってみよう。
- (7) 「映像資料紹介」(**Movieguide**) では、章のテーマに関連した映画、ドキュメンタリー、ドラマ、動画が紹介されている。これらを視聴することで、章のテーマを、より身近に感じることができるだろう。

それでは、中小企業の世界に飛び込んでみよう。

事項索引

- 数字・アルファベット
- AB 5 208
- ANT →アクターネットワーク理論
- BGC →ボーン・グローバル企業
- BI →インキュベーター
- CAP →コーポレート・アクセラレーター・プログラム
- CEO〔最高経営責任者〕 140
- CFO〔最高財務責任者〕 140
- CTO〔最高技術責任者〕 140
- CVC →コーポレート・ベンチャー・キャピタル
- EE →アントレプレナー・エコシステム
- e-レジデンシー制度 256
- GAFA 195
- GEM 調査 192
- GUESS 調査 192
- H1 ビザ 254
- IoT 74, 209
- IPO〔株式公開, 上場〕 183, 186
- JIT 67
- LLP →有限責任事業組合
- LP →リミテッド・パートナー
- M&A〔合併・買収〕 55, 186
- MBO 55
- NEXTユニコーン調査 261
- Pay it forward 文化 232
- SEW →社会情緒的資産
- TLO 165
- TOB 184
- TPB →計画的行動理論
- TPS →トヨタ生産方式
- VC →ベンチャー・キャピタル
- あ 行
- アイデンティティ →自己同一性
- アクセラレーター 166, 174, 239
- アクターネットワーク理論〔ANT〕 134, 145
- 新しさゆえの脆弱性 178, 185, 188
- アントレプレナー →起業家
- アントレプレナー・エコシステム〔EE〕 230, 231
 - の変化 240
 - のリサイクリング 245
 - つながりが弱い— 240
 - 強い— 239
 - 不毛の— 239
 - 弱い— 240
- アントレプレナーシップ →起業家活動
- 暗黙知 86-88, 94, 212, 219, 224
- 暗黙的契約 63
- 暗黙の了解 83
- 閾値 →クリティカル・マス
- イノベーション 4, 99, 111
- イノベーターのジレンマ 4, 222
- 移民 252
 - 起業家 250, 252
- インキュベーション施設 165
- インキュベーション・マネジャー 165
- インキュベーター〔BI, ビジネス・インキュベーター〕 165, 238
- 印 僑 265
- インターメディアリー 233
- インナー・サークル 253
- インフォーマル経済 112
- インフルエンサー 241
- ウェルビーイング 130
- 海亀族 259
- 営利法人 137
- エクイティ・ファイナンス〔出資〕 185
- エグジット →出口
- エコシステム 231
- エージェンシー理論 40, 43
- エフェクチュエーション 118, 124

エンジェル〔ビジネス・エンジェル〕 162,
185, 235
オーストリア学派 121
オーナー企業 → 同族企業
オフィス（環境） 157, 174
オープン・イノベーション 178, 189
親企業 219
温州人 265
オンリーワン企業 4

●か行

海外投資家 191
開業率 11, 100, 179
外国人起業家 261
外国人起業活動促進事業 261
会社 137
——共同体 34
解釈主義 153
改善 62
階層構造 61, 72
外部経営者の招聘 55
外部経済 236
外部抑圧 72
開放性 158, 253
科学的管理法 27, 28, 158
華僑 265
囲い込み戦略 204
可視性 156, 158
家族経営 27, 42
家族・地域共同体 34
学校教育 29, 30, 34
活動理論 134, 143
合併・買収 → M&A
活用 88, 91, 94
株式会社 137
株式公開 → IPO
株式の持ち合い 68
家父長制 30, 42, 49
借入金 185
カリスマ支配 30
関係特殊技能 68
感情的な結びつき 27
寛容性 36, 237
官僚制（組織） 29, 30, 169
機会 121

——の創造 121, 124
——の発見 121, 123
機会主義 65
事後的な—— 66
機会認識〔起業機会の認識〕 121, 122, 254
起業 99, 104
——に至るプロセス 119
——の動機 101
——の民主化 111
——を取り巻く環境 184
起業意図 119
起業イベント・モデル〔SEE〕 120
企業家 99, 112
起業家〔アントレプレナー、起業者〕 99,
100, 104, 111, 112, 114, 184, 192
——チーム 140
——に対する社会的な評価 192
——のウェルビーイング 130
——の思考様式 123
——の組織的な実践プロセス 142
——の定義 112
——の（個人）特性 111, 119, 121
——の認知 119
パートタイム—— 193
非公式な——（活動） 112
起業家活動〔アントレプレナーシップ〕 112
起業家教育 119, 187
企業家精神 191, 192
起業機会の認識 → 機会認識
起業支援 161
——サービス業者〔営利型——事業者〕
174, 243
——に関する法制度 171
——の専門家 238
組織的な—— 163
起業者 → 起業家
企業集団 67
企業城下町 66, 71, 72
起業促進 119
——政策 258
——に関する法制度 171
企業統治 43
企業の私物化 43
起業無関心者 104
ギグ・ワーカー 208

帰国起業家支援 258
技術者集団 26, 33
規制のサンドボックス制度〔新技術等実証制
度〕 173
基礎づけ主義 152
拮抗力 196, 206, 209
規 範 82, 83, 105
規範的同型化 169
ギャップファンダ 238
協 業 146
強制的同型化 169
協 働 135, 140
——相手 139, 140
共同創業 135
業務委託契約 107
協力会組織 69, 71
巨大市場 28
——の安定 31
キング 102
近接性 158
近代化 24
孔雀計画 259
クラスター政策 11
クラブ財 80, 83
クラフト生産〔手仕事〕 21, 25
——からの脱却 27
クリエイティブ・クラス 237
クリティカル・マス〔閾値〕 201
クローズド・イノベーション 178, 189
グローバル・ニッチ・トップ企業 4
経営学 13, 14
経営形態 136
経営者 41
——の高齢化 54
経営者保証 48, 185
計画的行動理論〔TPB〕 119
経済的資本 121
形式知 86, 212, 219
ゲイ指数 237
系 列 67, 84
——企業 66, 69
経路依存性 75, 230, 232
兼 業 107
権限と責任の(再)配分 142
検 索 127

限定された合理性 65
公共財 80
後継者育成 48
後継者不在 54
合資会社 137
合同会社 137
行動性向 120
行動統制感 → 知覚行動制御
行動への態度 119
高度人材 256
——の獲得競争 260
高付加価値化 93
合法的支配 30
合名会社 137
合理的行動理論 119
国際経営 264
互酬性 80
個 人 136
個人経営〔個人企業〕 5, 100, 136
コーゼーション 123
国家戦略特区 260
固定費 28, 217
コーポレート・アクセラレーター・プログラム
〔CAP〕 189
コーポレート・ベンチャー・キャピタル
〔CVC〕 189, 190
コミュニケーション 158
雇用契約 107
コワーキング・スペース 239

● さ 行

最高技術責任者 → CTO
最高経営責任者 → CEO
最高財務責任者 → CFO
サイド間ネットワーク効果 202
サイド内ネットワーク効果 202
在来産業 8
座 学 31
サプライヤー 61
——・システム 61, 71, 75
1次—— 67
2次—— 67
産業クラスター計画 12
産業集積 3, 22, 31, 35
産業の空洞化 11

- 産業のライフサイクル 217
 産地 3, 8, 81
 参入制限 35
 ジェネラル・パートナー 163
 事業承継 48
 事業転換 89, 94
 資金調達環境 184, 185
 資源依存理論 60, 70
 自己資金 161
 自己同一性〔アイデンティティ〕 24, 33, 36
 資産特殊性 65, 66
 市場取引 64
 市場の原理 63
 市場メカニズム 29, 62
 自然人 136
 下請いじめ 71
 実証主義 152
 実践的学習 26
 私的財 80
 自動車産業 61
 シナジー効果 190
 老舗企業 45
 地場産業 81
 市民起業家 241
 社会化 98, 105
 社会関係資本 78, 80, 81, 121
 社会構成主義 122
 社会情緒的資産〔SEW〕 40, 44
 社会的・経済的環境 160
 社会的属性 233
 社会ネットワーク 79, 84
 集合的活動 143
 終身雇用 111
 柔軟な専門化 20, 32
 —の課題 35
 —の組織 32
 主観的規範 119
 熟練（工） 27, 32, 94
 出資 →エクイティ・ファイナンス
 小規模事業者 6
 小規模法人企業 5
 小規模・零細企業 5
 上場 →IPO
 少数者間取引 64
 商店街 3
 情報の非対称性 43
 職業集団 26
 職能の未分離 26
 所有と経営の一致 43
 所有と経営の分離 29, 137
 シリコンバレー・リンケージ 260
 進化論 122
 新技術等実証制度 →規制のサンドボックス制
 度
 新規創業（活動） 179, 182
 新規独立企業 219
 新結合 99
 人材育成 27
 人材の国際移動 257
 新事業創出促進法 11
 新事業特例制度 173
 新自由主義 107
 親族外承継 48, 55
 親族内承継〔同族承継〕 48, 51, 55
 人的資本 121
 人的特殊資産 66
 信類（関係） 80, 81, 86, 88, 225
 神話としての公式組織 169
 垂直的系列 67
 垂直統合 32, 66
 スタートアップ（企業） 2, 12, 73, 179, 182,
 185, 188, 231
 —育成5か年計画 13
 —と大企業の連携 189
 —の歴史 8
 スタートアップ・エコシステム 244
 世界に伍する——拠点形成戦略 244
 スタートアップビザ 256, 261
 頭脳循環 250, 256
 頭脳流出 256
 スピルオーバー 236
 スピンアウト 212, 213
 —の連鎖 214, 224
 機会追求型—— 218
 必然型—— 218
 スピンイン 223
 スピンオフ 212
 スリー・サークル・モデル 42
 制裁 83
 正当性 156, 169, 173

制度的環境	168
制度的実践	156, 170
制度的同型化	169, 170
制度による埋め込み	170
制度派組織論	169
先発者利益	201
専門化	27
専門経営者	29
専用機械	32
創業資金	161
創業者 → ファウンダー	
相互依存	68
相互作用する活動システム・モデル	145
創造法 → 中小企業創造活動促進法	
組織の原理	63
組織文化	222
組織ルーティン	212, 219, 225
ソーシャル・アントレプレナー	112
ソーシャル・ビジネス	12
存在論	152
● た 行	
第一の産業分水嶺	34
第二の産業分水嶺	35
第10次5カ年計画（中国）	258
対応づけ	127
大 学	238
—— 発ベンチャー 1000社計画	12
大企業	2, 5, 9, 22, 29
—— の組織	29
退 出	62
タイムマシン経営	256
大量生産（体制）	22, 27, 31
対 話	127
台湾人起業家・投資家コミュニティ	258
多角化	45
多国籍企業	264
達成動機	119
縦割りの弊害	140
多能工	32
多品種少量生産	22, 32
多面的焦点性	254
団塊の世代	213
短期取引	63
探 索	88, 92, 94
単純化	27
単独創業	135
地域共同体	36
地域経済	3
知覚行動制御〔行動統制感〕	119
知覚された（行動の）実現可能性	120
知覚された（行動の）望ましさ	120
チキン&エッグ問題	204
知識移転	257
知識創造	257
知識の引き継ぎ	219
知識流入	257
知的クラスター創生事業	12
中堅企業	10
中小企業	2, 5, 9, 22, 179, 182
—— 金融	9
—— 研究	13, 14, 21
—— 政策	9
—— の組織	27
—— の定義	5
—— の歴史	8
—— の連合体	32
貢献型—— 観	11
問題型—— 観〔認識〕	9, 11
中小企業基本法	10, 11
中小企業憲章	12
中小企業新分野進出等円滑化法	11
中小企業創造活動促進法〔創造法〕	11, 184
中小企業等金融円滑化法	12
長期継続取引	62, 63, 67
長期契約	66
長期存続志向	41
超国家コミュニティ	265
長子相続	49
長寿企業	5, 45
調 整	140
垂直型の——	140
水平型の——	140
地理的特殊資産	66
ツースайд・プラットフォーム戦略	203, 205
強いつながり	84, 87, 88, 91, 94
ディシプリン	13
出口〔エグジット〕	163
—— 戦略	186

デザイン・イン 68
手仕事 →クラフト生産
デジタルサービス法案 206
デジタル市場法案 206
デット・ファイナンス〔融資〕 185
伝統工芸品 26
伝統的支配 30, 42
同期化 67
同業者組合 81
同郷人コミュニティ 265
投資家 186
投資資本 235
投資リターン 190
同窓会組織 226
同族企業〔オーナー企業〕 41, 42
——の承継プロセス 48
——の内紛 50
同族経営 41, 43
同族承継 →親族内承継
同族所有 41, 43
独占 204, 206
突発的なできごと 120
徒弟制〔徒弟関係〕 27, 81
ドミナント・デザイン 217
トヨタ生産方式〔TPS〕 66
取引コスト理論 60, 64
取引頻度 64

●な 行

内製化 32, 66
内部化 64
内部昇格 55
仲買人 80
仲間型取引ネットワーク 83
二重構造(問題) 9, 182
日本の雇用慣行 217
人間関係論 157
認識論 152
ネットワーク 233, 235
異種混交の—— 145
閉じた—— 225
排他的な—— 253, 265
ネットワーク効果〔ネットワーク外部性, ネットワークの法則〕 196, 198, 199
直接—— 201

ネットワーク中心性 215
のれん会 216
のれん分け 81, 216

●は 行

バイオクラスター 215
廃業(率) 54, 100, 179
ハイテク・クラスター 242
バウンダリーレス・キャリア 98, 107
橋渡し〔ブリッジ〕(効果) 85, 86, 88
発言 62
パワー 70
反基礎づけ主義 152
番頭 53
半導体産業クラスター 258
汎用機械 32
ビジネス・インキュベーター →インキュベーター
ビジネス・エコシステム 230
ビジネス・エンジェル →エンジェル
ビッグデータ 204, 205
ビッグ・ファイブ 119
人質 68
標準化 27
ファウンダー〔創業者〕 99
ファミリー・ビジネス 5
——研究 41
フェアチルドレン 218
フォーチュン 500 189, 190
フォード・システム 28
不可逆性 75
不確実性 64
副業 107, 110, 193, 217
——者率 108
複業 107
物的属性 236
物的特殊資産 66
物理的・地理的環境 157, 158
プライバシー 158
プライベート・エクイティ〔未公開株〕投資 163
プラザ合意 180
プラットフォーム 73, 196, 197
——企業 197
——経済分野における独占禁止ガイドライン

207
 ——・ビジネス 183, 197
 フランチャイズ 216
 ブリッジ →橋渡し
 フリーランス 107
 プロティアン・キャリア 107
 プロポジション 22 208
 文化的属性 232
 分業 20, 22
 分極化 139
 閉鎖性 253
 ベイバル・マフィア 222
 ベンチャー〔ベンチャー企業, ベンチャー・ビジネス〕 10, 179, 182, 213
 ——・ブーム 180
 ベンチャー・キャピタル〔VC〕 163, 179, 185, 186, 190, 235
 育成支援〔ハンズオン〕型—— 163
 法人 5, 100, 136
 補完財 200
 ホーソン研究 157
 ホールドアップ問題 65
 ボーン・グローバル企業〔BGC〕 250, 261
 翻訳 148

●ま行

マインドフルネス 118, 126
 マーケティング 29
 マス・カスタマイゼーション 31
 マルチサイド・プラットフォーム 203
 マルチホーミング 202
 身内最良 42
 見えざる手 29
 見える手 29
 未公開株投資 →プライベート・エクイティ投資

未熟練労働者 27
 無限責任 137, 163
 婿養子 52
 明示的契約 63
 メトカーフの法則 →ネットワーク効果
 メンター 187, 236
 持分会社 137
 ものづくり 10

——基盤技術 4
 ——中小企業 21
 ——の歴史の変遷 34
 模倣的同型化 169

●や行

役割曖昧性への耐性 119
 役割モデル 236
 有限責任 137
 有限責任組合 163
 有限責任事業組合〔LLP〕 138, 139, 150
 融資 →デット・ファイナンス
 ユニコーン（企業） 12, 146, 183, 184, 187, 252
 弱いつながり 85, 88, 90-93
 ——の強さ 78, 84, 94

●ら行

ライブドア事件 184, 188
 リスク負担性向 112, 119
 リッチ 102
 リミテッド・パートナー〔LP〕 163
 リミテッド・パートナーシップ 163
 領域学 13
 両利きの経営 89, 94
 類推 127, 128
 連帯保証人 48
 労働・仕事観の多様化 105

組織・地域名等索引

● 数字・アルファベット

500 Startups [500 Global] 174, 222
Amazon →アマゾン
Amphico 128
AnyPerk 166
Apple →アップル
ATI 242, 243
Austin Software Council 242
Capital Network 242
CTA →カナディアン・テクノロジー・アクセラレーター
DEC 163
DeNA 184, 211, 222
DJI 259
DRIPS 106
Facebook →フェイスブック
GEN →グローバル・アントレプレナーシップ・ネットワーク
GM 29
GMO 184
Google →グーグル
GrabBike 255
GrabCar 255
GrabExpress 255
GrabHitch 255
GrabPay 255
IBM 213, 234, 242, 243
IC² 研究所 242
JAFCO →日本合同ファイナンス
KADOKAWA 42, 151
KED →京都エンタープライズ・デベロップメント
LINE 199, 200
Luup 172
M.& KYOKO 92
MCC 242
National Foundation for American Policy 252
New Ring 125
PFN →プリファードネットワークス
Plug and Play 174
Salesforce 166

SEIU →国際サービス従業員労働組合
SEMATECH 242
Techstars 168
TI →テキサス・インスツルメンツ
TiE [ザ・インダス・アントレプレナー] 253, 265
TOLIC →東北ライフサイエンス・インスツルメンツ・クラスター
TSMC 257, 258
USA トゥデイ 89
W. L. ゴア&アソシエイツ 129
WTO 258
Y Combinator 166-168
ZOZO 99

● あ 行

浅田屋 47
味太助 216
アストロスケール 262
アップル [Apple] 70, 138, 146, 180, 195, 197, 200, 206, 220
アドビ 203
アマゾン [Amazon] 138, 146, 162, 184, 195, 202, 234
アメリカン・リサーチ・アンド・デベロップメント 163
アリババ 207
アルファベット →グーグル
アルプス電気 224
アンドロイド 220
いすゞ 62
市原平兵衛商店 46
出光興産 179
伊藤忠商事 188
イーライリリー 214
インテル 235
インフォシーク 259
ウェスタン・エレクトリック 157
ウーバー (・テクノロジーズ) 177, 208, 209, 229, 255, 256
旨味・太助 216
エアビーアンドビー 166, 206, 229

エイチ・アイ・エス 180
エクスペディア 234
エーザイ 42
江崎グリコ 41
エストニア 256
エピック・ゲームズ 206
エフワイアグリ 106
老 松 46
欧州委員会 206
大塚家具 50
大塚製薬 42
大林組 42
大原奨農会農業研究所 50
大原美術館 50
岡本・ナベヤグループ 53
オースティン 234, 237, 242
オタフクソース 51, 52
オムロン 179

●か行

鹿島建設 41
かながわサイエンスパーク 165
カナディアン・テクノロジー・アクセラレータ
ー〔CTA〕 260
亀屋陸奥 46
カリフォルニア州アラメダ郡高等裁判所
209
カリフォルニア州政府 208
カルチュア・コンビニエンス・クラブ 180
川端道喜 46
キーエンス 179
菊乃井 87
喜 助 216
キッコーマン 41, 52
木乃婦 87
キャディ 73, 74
キヤノン 41
キャピタル 33
キャピタル・ファクトリー 243
京セラ 42
京 都 46, 87
京都エンタープライズ・デベロップメント
〔KED〕 180
キーレックス 69
グーグル〔Google, アルファベット〕 127,

162, 184, 195, 208, 220
グッチ 47, 50, 51
倉敷国際ホテル 50
倉敷中央病院 50
倉敷紡績 49
クラタ 69
グラブ 255, 256
グラミン銀行 263
グローバル・アントレプレナーシップ・ネット
ワーク〔GEN〕 244
経済産業省 11, 12, 54, 173
経団連 105
元禄寿司 127
コアマシナリー 73
厚生労働省 108
講談社 42
神 戸 82
国際サービス従業員労働組合〔SEIU〕 209
国土交通省 198
国民金融公庫 9
ココナラ 160
児 島 33
小林製薬 42
ゴーマン 151

●さ行

サイバーエージェント 184
ザ・インダス・アントレプレナー →TiE
笹屋伊織 46
佐藤繊維 89, 90, 92, 93
ザ・バッテリー 253
沢井製薬 42
サンディエゴ 215
サントリー 41, 53
サン・マイクロシステムズ 162, 180
三洋電機 71
ジェネラル・マジック 220
塩野義製薬 42
シスコシステムズ 223
清水建設 41, 188
ジャストシステム 180
シャネル 91
小学館 42
商工組合中央金庫 9
商工省 9

ショックレー半導体研究所 218
ショップチャンネル 93
シリコンバレー 232, 235, 251, 253, 254
シカゴ工業 73
深圳 259
新竹科学工業園区 258
新潮社 42
新日石 188
末富 46
すかいらく 179
すきやばし次郎 81, 87
スズキ 62, 66
スタジオ地図 150
スタディサプリ 125
スタートアップ・ゲノム 244
スバル 62, 66
スペースX 222
スポティファイ 206
住友財閥 53
スリーコム 199
積水化学工業 179
セシール 179
セルスベクト 225
全日空 188
ソニー 71, 103, 179
ソフトバンク 180, 255, 256

● た 行

第2店頭株市場 184
ダイキョーニシカワ 69
大勝軒 216
—— 味と心を守る会 216
—— のれん会 216
ダウ・ジョーンズ 259
武田薬品 42
竹中工務店 42
太助・分店 216
辰馬本家酒造 52
田中長奈良漬店 46
田丸弥 46
多様なモビリティ普及推進会議 173
たる源 46
俵屋 47
俵屋吉富 46
チボリスシステムズ 234, 243

中国合同銀行 49
中国水力電気会社 49
中小企業金融公庫 9
中小企業再生支援協議会 12
中小企業庁 9
ツイッター 177, 229
鶴屋吉信 46
ダイダイ〔滴滴出行〕 256
テキサス・インスツルメンツ〔TI〕 242
テキサス大学オースティン校 242
テスラ 222
テックランチ 243
テラモーターズ 262
デル（・コンピュータ） 234, 243
テレデザイン 242
テンセント 259
デンソー 67
電 通 106, 188, 226
ドアダッシュ 209
東京センチュリーリース 188
東 芝 102
東証マザーズ 184
東 宝 151
東北ライフサイエンス・インスツルメンツ・ク
ラスター〔TOLIC〕 225
東友会協同組合 69
豊 島 129
トヨタ 2, 41, 59, 62, 66, 74, 179
とらや 46
ドロップボックス 166, 229

● な 行

内閣官房 173
西川ゴム 69
日産（自動車） 59, 62, 74
日清食品 41
ニッセイ・キャピタル 106
ニトリ 41
日本合同ファイナンス〔JAFCO〕 180
日本テレビ 150
日本テレビ・スタジオ地図 151
日本電産 53
日本ポリグル 264
任天堂 202, 204
ヌオヴォ・システム 223

ネスレ 127
ネットフリックス 102, 205
のとや 47

●は行

バイオコム 215
バイオニア 179
バイドゥ〔百度〕 259
ハイブリテック 213, 214
ハウス食品 41
白鶴酒造 52
パソナ 179
パタゴニア 129
パタビア・インダストリアル・センター
165
阪急阪神東宝グループ 179
半兵衛麩 46
柵屋 47
東大阪 83
光通信 184
日立製作所 71
ビッグジョン 33
瓢亭 87
日吉屋 46
ファーウェイ 259
ファーストリテイリング →ユニクロ
ファナック 146, 179
ファナック学校 147
フェアチャイルドセミコンダクター 218
フェイスブック〔Facebook, メタ・プラットフォーム
ホームズ〕 177, 195
フォード(・モーター) 28, 69
麩嘉 46
福岡県養鰻漁業協同組合 106
福岡養鰻 106
フジテレビ 184
武州工業 75
ブリヂストン 42
ブリファードネットワークス〔PFN〕 133,
146
ブロック 71 260
ブロックバスター 205
ベイバル 222
ベティスマス 33
法師 47

ポストメイト 209
ホットベッパ― 125
ポプソン 33
ホームアウェイ 234
ホールフーズ・マーケット 234
本郷バレ― 245
ホンダ 59, 62, 179
本田味噌本店 46

●ま行

マイクロソフト 70, 200, 207, 208
マイクロモビリティ推進協議会 173
マイテクス 255
松下電器 53, 71
——共栄会 71
マツダ 62, 66, 69
マッドハウス 150
松前屋 46
三浦工業 69
三井財閥 53
三井不動産 245
ミツカン 41
三越 179
三葉工業 69
三菱(自動車) 62
三菱財閥 179
三菱地所 245
美山荘 87
宮脇賣扇庵 46
村上重本店 46
村田製作所 42, 179
村山造酢 46
メタ・プラットフォームズ →フェイスブック
メルカリ 141, 191, 207, 261
モスフードサービス 179
モトヤフ 226
モトローラ 242
森嘉 46

●や行

ヤフー 184, 226
ヤマコー 69
ヤマダデンキ 50
ヤマダホールディングス 50
ヤマト運輸 199

山中油店 46
山ばな 平八茶屋 87
ユーグレナ 188
ユーチューブ 222
ユニクロ〔ファーストリテイリング〕 2, 33,
41

●ら行

ライブドア 184, 188
ラクスル 198
楽天 184, 202
リクルート 125, 222

リフト 209
留学生創業園 259
リンクトイン 222
ロート製薬 42, 110
ローム 42

●わ行

和井田製作所 44
ワイテック 69
ワコール 179
ワーナー ブラザーズ 138

人名索引

● アルファベット

Agrawal, A. 257
Feldman, M. P. 219
Oettl, A. 257
Ozcan, S. 219
Reichstein, T. 219
Spigel, B. 231, 232, 239, 240

● あ行

アーサー, M. B. 107
五十嵐伸吾 224
石塚亮 141
出雲充 188
出光佐三 179
稲葉善治 146
猪木俊宏 141
入山章栄 14
岩崎弥太郎 179
ヴィゴツキー, L. S. 143
ウェーバー, M. 30
エンゲストローム, Y. 143, 145
大河原要 216
大原孫三郎 49
岡井大輝 172
岡田光信 262
小野二郎 87
オバマ, M. 90

● か行

各務栄作 106
各務秀人 106
各務康貴 106
カーズナー, I. M. 121, 123
亀井潤 128
ガルブレイス, J. K. 196
カロン, M. 148
カンティヨン, R. 111
岸田文雄 13
清成忠男 10, 182, 213
グッチ, A. 47, 50, 51
グッチ, G. 47, 51

グッチ, M. 51
グッチ, P. 51
グッチ, R. 51
グラノヴェッター, M. 86
グラハム, B. 235
グレアム, P. 166
ゲイツ, B. 104
コズメスキー, G. 241, 242
小林一三 179
コント, Y. 151

● さ行

齋藤優一郎 150
サクセニアン, AL. 257
佐々木茂喜 52
佐治信忠 53
佐藤今日子 92
佐藤正樹 90, 92, 93
佐野啓四郎 216
ザーバス, G. 206
サラスバシー, S. 124, 126
シェバード, C. 234
シャープルズ, B. 234
シュンペーター, J. A. 99, 111
シヨックレー, W. 218
ジョブズ, S. 99
新明智 160
鈴木健吾 188
スミス, A. 29
孫正義 99, 256

● た行

高橋望 150
武田安弘 224, 225
谷口明依 160
タン, A. 255
タン, H. L. 255
タンズリー, A. 231
チャン, M. [張忠謀] 257, 258
辻田素子 265
テイラー, F. W. 28
デル, M. 234, 243

徳重徹 262
富島寛 141
豊田喜一郎 179
トランプ, D. 254

●な行

中村秀一郎 10, 182, 213
永守重信 53
南場智子 222
西川徹 146
西口敏宏 265

●は行

バットナム, R. D. 81
林大樹 213, 218
肘井学 125
平尾光司 182, 213
ファビオ, R. 234
ファンデル, T. 220
福本拓元 188
福山太郎 166
藤本隆宏 61
ブッダ 126
プリン, S. 162
フロリダ, R. 237
ベイジ, L. 162
ヘイスティングス, R. 102, 205
ベクトルシャイム, A. 162
ベゾス, J. 104, 162
細田守 150
ポーター, M. E. 231
ホームズ, G. C. 157
堀江貴文 184, 188

●ま行

マイヤー, J. W. 169

前澤友作 99
マクレランド, D. C. 121
マスク, E. 222
マッケイ, J. 234
松下幸之助 53
マッツオーラ, M. 223
松本恭攝 198
松山大河 141
三井高利 179
南章行 160
宮上佳子 141
メトカーフ, R. M. 199

●や行

柳宗悦 25
山内恵介 125
山岸一雄 216
山口文洋 125
山田進太郎 141

●ら行

ラトゥール, B. 148
ランドルフ, M. 102
李彦宏 259
ルービン, A. 220
レオンチェフ, A. N. 143
レキ, K. 253
ロイストン, I. 214
ローワン, B. 169

●わ行

和井田光生 44

【有斐閣ストウディア】

中小企業・スタートアップを読み解く ——伝統と革新，地域と世界

Understanding SMEs and Startups

2023年9月10日 初版第1刷発行

著者 加藤厚海，福嶋路，宇田忠司
発行者 江草貞治
発行所 株式会社有斐閣
〒101-0051 東京都千代田区神田神保町 2-17
<https://www.yuhikaku.co.jp/>

装丁 キタダデザイン
印刷 萩原印刷株式会社
製本 牧製本印刷株式会社
装丁印刷 株式会社享有堂印刷所

落丁・乱丁本はお取替えいたします。定価はカバーに表示してあります。

©2023, Atsumi Kato, Michi Fukushima, Tadashi Uda.

Printed in Japan. ISBN 978-4-641-15104-8

本書のコピー、スキャン、デジタル化等の無断複製は著作権法上での例外を除き禁じられています。本書を代行業者等の第三者に依頼してスキャンやデジタル化することは、たとえ個人や家庭内の利用でも著作権法違反です。

SCOPY 本書の無断複写(コピー)は、著作権法上での例外を除き、禁じられています。複写される場合は、そのつど事前に、(一社)出版者著作権管理機構(電話 03-5244-5088, FAX03-5244-5089, e-mail:info@jcopy.or.jp)の許諾を得てください。