

商業の振興

経営合理化の促進

企業診断、巡回指導の実施により、個別企業、組合、商店街の経営合理化、近代化をはかる。

協業化共同化の推進

商品計画、仕入計画、広告宣伝、従業員教育などの効率化をはかるとともに、経営規模の拡大を目こして小規模経営の協業化、共同化を推進する。

専門店化の促進

低マージン、高回転の大量販売方式に乗れない商品については、別個の小売形態、すなわち専門店化が促進されると思われるので、中型小売店の高度の専門店化をすすめる。

卸売業者の団地化および業種別組織化の推進

中小卸売業者は、自己防衛のためにも時代の要請に応えるためにも、急速な体質改善をせまられている。このため、流通コストの低減、経営合理化の一助として商品の共同保管、共同配送その他高度の共同化を実施するため、団地化を推進しまた業種別組織化をはかる。

大量仕入機構の育成

卸売業者の体質改善をはかる一方、スーパーマーケットなどの大量販売形態に対する防衛策として結成され、ようやく活動を開始している小売業者の共同による大量仕入機構の助成助長をはかり、良

品廉価販売の普及と小売業者の経営改善に資する。

商店街の近代化

購買力が都市に集中するのは商店街の魅力に負うところが大きい。この点にかんがみ特に都部の都市における商店街作りについて、商店街振興組合の結成、高度化資金の利用をはかる。また、新産業都市の建設がすすむのにもない、当然新しい商業地区の形成が予想されるが、その場合においても計画的な誘導をはかる。

労働対策

中小事業者の労働力確保、従業者の質の向上のため、労働行政と連携いしながら福利厚生施設、共同給食センター、教育訓練施設などの整備をはかる。

金融対策の充実

以上の各施策をすすめるのに必要な資金の融通については、高度化資金融資制度、政府系金融機関の融資制度、信用補完制度の利用充実により、その円滑化をはかる。

組織対策の強化

以上の各施策を有効適切にすすめる基盤を作るため、業者組織の強化をはかり、その指導団体である中小企業団体中央会、商工会議所、商工会連合会の充実につとめる。さらに小規模事業対策として

中小企業計画

★経営の改善、技術の向上、設備の近代化など、これからの中小企業の課題は多い。

本県の中小企業は、事業所数で約六万といわれている。このなかで代表的な製造業と卸・小売業についてみると、昭和三十七年において、製造業は表1のとおり、五、一四六事業所のうち五、一二七を中小企業が占めており、大企業は一九に過ぎない。従業者数では五万九、〇〇〇人のうち七六％、工業出荷額では九七〇億円のうち五四％という割合になっている。

卸・小売業では、表2のとおり、二万七、八二七店舗（飲食店を含まず。）のうち中小企業が九九・七％を占めている。従業者四人以下の零細規模の商店は実に二万四、五五四にのぼっている。

このように、本県の中小企業は県経済のなかで重要な地位を占め、その発展に寄与してきた。

また、これを階層別（製造業）にみた場合、中堅企業の進出により、零細企業の比重が最近低下してきている。すなわち、三十三年から三十七年にかけて従業者一人未満の層が、事業所数、従業者数、工業出荷額のいずれも比重を減じて

おり一方、二〇と二九九人の階層は、実数においても著しい伸びを示している。卸・小売業にあっても、中堅規模ものが次第に増加し、零細規模のものが減少する傾向にある。

生産性格差と賃金格差

本県における中小企業は、大企業や先進地商工業地区の企業に比べて賃金や労働環境が悪く、従業者特に技術員の流出を招く原因となっており、また雇用も困難な状態になりつつある。

ところで、各規模工場の生産性をみるために付加価値額を比較すれば、図1のように、三十七年の従業者一人当り年間付加価値額は、小規模の四〜一九人の工場が三三万円、三〇〇人以上の大企業が一〇二万円で、六九万円の格差を示している。これは、大規模生産の利益という経済の原則と中小企業の非近代性を反映しているものといえよう。

しかし、これに対三十二年比でみると、逆に小企業ほど高い増加率を示している。このことは、中小企業が新技術の導入、経営合理化などによって、近代化への道を一步進めたものとみることができよう。

賃金についても、格差是正の傾向がみられる。賃金の額は、生産性の格差などから、従来小企業ほど低い傾向にあったが、その上昇率は小企業ほど高くなっている。これは、最近の労働力不足が原因

モデル工場拝見

昭和三十二年から数回にわたる企業診断を通じて、顧客管理や、経営長期計画、それにとずく給与規定などを確立した。特徴は、そのいづれにも、計数的な裏付けができていて、受託開拓のための計画一つにしても、熊本市内の校区別の人口や所得の動き、裕福

資料を基礎に計画経営

熊本市・白屋クリーニング

度、白屋の利用状況などの市場調査をはじめ、県の統計資料や、これまでの国勢調査を利用するなど、多くの資料が集められる。

具体的計画は、これらの資料にもとずいて、各担当課で全従業員の意見を加味して作

製。係長以上の幹部会で決定という段取り。受託目標を初め、レクレーションに至るまで各年次と、更に詳しく各月の予定表に組み込まれた計画は、年二回、紙芝居やスライドを利用して、全従業員に説明される。このように従業員全員が経営に参加すると態勢がとらうもの。

長期計画がいかに綿密に組まれているかは三八年と三九年には計画と実績とがピッタリと一致したということからも伺われる。

商工会組織による経営改善普及事業の浸透をはかる。

消費経済行政の推進

消費者の利益と商店の繁栄は背反しないという見地に立って、消費経済面にも施策の目を向け、消費者モニターの設置、正価販売、正量販売の励行、商品知識の普及などをはかる。

県産品の流通改善

移出市場の動向を的確迅速につかむための努力を払うとともに、見本市、物産展、博覧会などへの参加、その他商談会の開催などを行ない、県産品の流通改善をはかる。

貿易の拡大

八代港の貿易港指定を促進し、三角

水俣両港についても関係諸機関の誘致、整備を行なう。また、最近新しい芽ばえとして、中小企業製品の機械器具の中に輸出適格品が見出されるので、これらの輸出促進をはかるとともに、新商品の開発育成につとめる。

さらに、国内で開催される輸出関係見本市に参加することはもちろん、九州各県共催による海外見本市にも積極的に参加し、ジェトロ（日本貿易振興会）を利用して、海外市場の調査研究および県産品のPRにつとめる。

〔新年号予告〕

広報くまもと一八七号は県計画シリーズ「人づくりの促進」を特集します。ほかにグラビアページ、新春随想、第一線の人びと、新産業風土記。

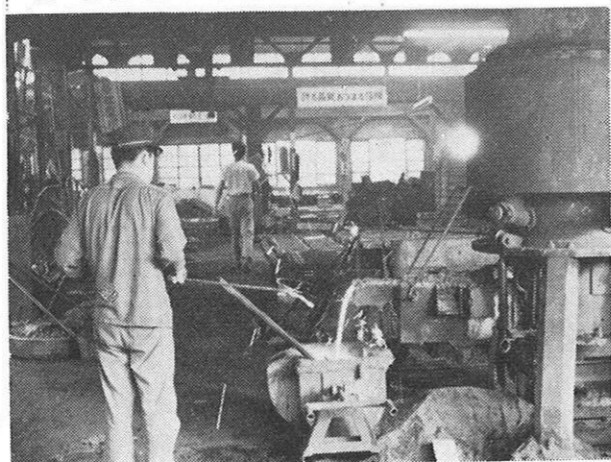
＜表1＞ 規模別工場数、従業者数および工業出荷額の推移

区分	工場数		従業者数(千人)		出荷額等(億円)		構成比(昭37)			伸び率 B/A (%)
	昭33	37	昭33	37	昭33 (A)	37 (B)	工場数	従業者	出荷額	
総数	5,708	5,146	54	59	654	970	100.0	100.0	100.0	148
小規模(19人以下)	5,302	4,641	24	22	124	175	90.2	37.3	18.0	141
中規模(20~299人)	392	486	18	23	197	346	9.4	39.0	35.7	176
大規模(300人以上)	14	19	12	14	333	449	0.4	23.7	46.3	135

注) 出荷額等は、名目額である。

(資料) 工業統計調査

■ 新技術の導入が進んでいる中小企業



＜表2＞ 規模別商店数の推移

区分	昭33 (A)	35	37 (B)	構成比(昭37)	伸び率 B/A (%)
総数	27,482	28,255	27,827	100.0	101
小規模(4人以下)	24,535	25,020	24,554	88.2	100
中規模(5~49人)	2,903	3,177	3,204	11.5	110
大規模(50人以上)	44	58	69	0.3	157

(資料) 商業統計調査