

先進国主導でルール作りが行われてきた。それに対して、近年急速に進んだパソコンの発達と低価格化、インターネットの普及によってデジタル貿易は拡大している。2016年の世界のB2Cデジタル貿易は約2.4兆ドルの規模になっており、2026年には約9.7兆ドルにまで拡大するといわれている（通商白書2018年版）。木内論文でも指摘しているように、デジタル貿易のルールについても米中間では大きな隔たりがあり、国際的なルール作りについての覇権争いがある。米国は個人デジタル・データの越境移動は原則自由にすべきという考えであるのに対し、中国は個人データを含めたすべてのデジタル・データを国家が管理し、中国で活動する外国企業の得た顧客情報などのデジタル・データの越境移送を認めなかったり、ソースコードの開示を要求したりしており、このような中でWTOなどによる国際的なデジタル貿易についてのルールをどう構築していくかについての争いが生じている。岩田伸人論文（「WTOのデジタ

ル貿易ルールは可能か—2019年1月25日の『電子商取引に関する共同声明』から—（『貿易と関税』第67巻4号 2019.4）は、WTO加盟76カ国の連名で出された電子商取引に関する共同声明からデジタル貿易のWTO体制下でのルール作りの必要性については賛成であるが、「WTO加盟国の間には、自国内や域内のデジタル市場を管理する制度がほぼ整備されている国々（先進国や中国）、それが未整備な国々（大半の途上国）、およびデジタル・データ越境移動の自由化を推進する国々（米国等）、一定の規律を設けるべきとする国々（EUや中国・インドなど）『電子的移送への関税不賦課』に反対する途上国（インド等）など、制度上の相違や方針の対立が存在する」ため、「電子商取引の多数国間ルールは自由化レベルの低いものに向かう可能性がある」と指摘する。

安全保証も含めた米中の覇権争いが繰り広げられる中、世界経済、貿易がどのような方向へ向かっていくのか注視する必要がある。

【Reference Review 65-1号の研究動向・全分野から】

地域経済と中小企業経営

人間福祉学部准教授 大熊 省三

1999年の「中小企業基本法」の改正では、中小企業を「新産業創出の担い手」「雇用創出の担い手」等、発展的で積極的な役割を担うものと位置づけ、新たな事業と雇用の創出を促進するため、著しい成長発展を目指し、新商品生産等により新たな事業分野の開拓を図る事業者（株式公開志向型ベンチャー企業）を支援する等の措置を実施した。（1999年新事業創出促進法の一部改正）

しかしながら、中小企業の現実には厳しく、1991年には6,559,377あった事業所数は、2016年には、5,578,975まで減少した。（平成28年経済センサス）

筆者は、日本企業の99.7%、国内雇用76.8%を占める中小企業は、まさに日本経済の顔と呼ぶべき存在（Forbes JAPAN 2018年04月号）という実態を考えると、中小企業の存続が喫緊の課題であ

ると考えている。

山本（2019年「地域経済を支える中小企業の存続にむけて」『金融ジャーナル』日本金融通信社）は、このような背景の下、①中小企業は地域に就業の機会をもたらすとともに、事業活動で得た利益の一部を税金として自治体に納めるなど、地域経済に貢献している。また、②地域の人たちの生活基盤を維持したり、地域の文化、伝統の継承に寄与したりするなど、多様な役割を果たしている。しかし、中小企業の減少が著しい地域では、これまでのような役割を果たせなくなりつつある。国や自治体は、持続可能な地域づくりのためにも中小企業を振興する必要があると論じている。

その根拠は、東京特別区や政令指定都市においては「大企業」の従業者の占める割合が高いが、

郡部の町村や地方都市においては「小規模事業者」や「中規模事業者」の従業員の割合が高くなっている。つまり、地方にいくほど中小企業の役割が大きいことが分かる。また、地域社会における中小企業の役割として以下の3つを示している。

①安全な暮らしを支える中小企業として、建設業の事例を紹介し、「バブル崩壊」以降の建設不況や人手不足による事業者数の減少は、災害復旧・復興に支障をきたしたり、除雪作業もままならなくなったりしている。このような事態に陥らないためには地元における中小建設業の経営を安定させる必要がある。②日々の生活を支える中小企業として、小売業の事例を紹介し、1980年代からの店舗数の減少から、各地の商店街が衰退し「買い物難民」問題を引き起こしている。特に自動車などの移動手段を持たない高齢者の食料品や日用品を含め、生活に欠かせない商品や、理容、美容のサービスの提供など、身近な買い物の場の重要性が認識されている。③文化・伝統を継承する中小企業として、陶磁器や漆器、織物などに代表される地場産業製品は、その地域ならではの経営資源を活用して長期にわたって地域の人々によって受け継がれてきた技術や技能によって生産されてきた。まさに地域を象徴する製品であり、地域の人々の誇りでもある。近年、地場産業製品は、海

外の安価な代替品によって市場を奪われ、需要の先細りもあり消滅の危機にある地場産業も少なくない。しかし、消費者の間には、製品の安全性や品質の良さ、本物志向が強まり、地場産業製品は見直されつつある。

以上のように、中小企業は地域の人々の生活を支えるとともに、地域の文化や伝統を継承したり、外部に発信したりと多面的な役割を果たしていることを、10年以上の経年調査データを基に業種の事例として紹介している。

また、山本(2019)は前述したように地域社会における中小企業の重要性から、中小企業の存続にむけて、事業承継をひとつのチャンスと捉え、京和傘メーカーの日吉屋や三条にある刃物製造業者のタダフサの事業承継事例を挙げ、中小企業は地域のためにも事業を継続させることが求められており、そのためには親族内承継のみならずM&Aなども含めた可能性を探るべきだと主張している。

政府においても、2017年度から2021年度までを中小企業の事業承継に関する集中実施機関(中小企業庁2017)と位置づけ、都道府県単位の支援体制の構築を手がけ始めている。国や自治体は持続可能な地域づくりのためにも、地域経済を支える中小企業を振興する必要がある。

【Reference Review 65-2 号の研究動向・全分野から】

我が国のキャッシュレス決済の動向

経済学部教授 秋吉 史夫

近年、決済のキャッシュレス化が注目を集めている。経済産業省が公表した「キャッシュレス・ビジョン」によれば、日本のキャッシュレス決済比率(キャッシュレス支払手段による年間支払金額÷国の家計最終消費支出)は2015年時点で18.4%であり、キャッシュレス化先進国の比率40～60%に比べて低い数値となっている。これに対して政府は、2027年までにキャッシュレス決済比率を40%程度に引き上げることを目標とし

て掲げ(「未来投資戦略2017」)、2019年10月の消費税増税に合わせてポイント還元事業を開始した。このような政府によるキャッシュレス化促進政策を受けて、民間各社はキャッシュレス決済の新サービスの提供を相次いで始め、一種のブームの様相を見せている状況となっている。

栗原裕「未来の通貨」(『国際金融』1320号)は、キャッシュレス決済のメリット、デメリットをまとめている。キャッシュレス決済のメリットとし