

Title	大都市小零細工業簇生の一検討：写真植字業小零細経営増加の実態と要因
Sub Title	Small industries in the huge city Tokyo : the fact and the cause of the increase of little business in photo-typesetting industry
Author	三井, 逸友
Publisher	慶應義塾経済学会
Publication year	1981
Jtitle	三田学会雑誌 (Keio journal of economics). Vol.74, No.3 (1981. 6) ,p.294(96)- 318(120)
JaLC DOI	10.14991/001.19810601-0096
Abstract	
Notes	論説
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234610-19810601-0096

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

大都市小零細工業簇生の一検討

—写真植字業小零細経営増加の実態と要因—

三井逸友

はじめに—問題の所在

- I 写真植字業の零細性と東京への集中
- II 写植業小零細経営簇生の技術的条件
 1. オフセット印刷化と写真植字
 2. 写植の設備・価格
- III 写植業小零細経営簇生の「需要」条件
 1. 印刷産業における社会的分業の展開
 2. 東京における印刷需要の特性
 3. 中小印刷業の工程外注政策
- IV 写植業小零細経営簇生の「供給」条件
 1. 印刷産業における労働諸条件の規模別格差構造
 2. 写植業専業者の独立開業とその実態
 3. 写植技能者の養成・開業促進
 4. 写植機メーカーの販売努力と写植機・写植業経営の激増
- V 都心部写植業小零細経営の存立形態と特質
 1. 売上と経営構造
 2. 都心需要における受注行動
 3. 写植業の零細性・「自己雇用」性
- VI まとめ—存立条件とその変動、対応の可能性

はじめに—問題の所在

昭和40年代以降、わが国では、9人以下規模の小零細経営層が顕著な増加傾向を示し、とりわけそれは大都市部に著しいものであった。この事実にかんし、様々な角度からの議論がなされてきている。

この事実を、「産業構造の高度化」と、「能力発揮」や「小企業としての質的な特徴発揮」の機会拡大に結びつけ、評価する考え方が⁽¹⁾ある。確かに、とりわけ東京のような巨大都市の場合、第1表にもみられるように、製造業のうちでも中分類「出版・印刷・同関連業」の事業所増加がめざましく、従来の中心業種であった繊維製品、金属・機械、雑貨などを上まわるようになってきている。こうした増加業種では、規模零細化傾向もつよまっているし、「過密」のすすんだ都心部への集中

注(1) 中村秀一郎「都市と産業Ⅱ—都市型産業の新生」(今井、中村編『地域からの産業論』筑摩書房、80年、第7章)。

大都市小規模工業集生の一検討

第1表 印刷業関係の都区内7地区別分布・増減(1978年) ()は構成比

都心地区	同75-78年 増加数 (増加率)	同1km ² 当り 分布密度 (事業所数)	印刷事業所数 (A)	製版業・サービ ス事業所数(B)	製本業・加工業 事業所数(C)	印刷業・同関連 事業所数 (A)+(B)+(C)	同75-78 年増加数 (増加率)	同1km ² 当 り分布密度 (事業所数)
都心地区 (千代田, 中央, 港)	6,016 (29.98%)	148.0	2,525 (24.63%)	929 (32.51%)	500 (14.35%)	3,954 (23.83%)	362 (10.08%)	97.3
副都心地区 (新宿, 文京, 渋谷, 豊島)	5,629 (28.05)	97.7	2,227 (21.72)	980 (34.29)	1,401 (40.20)	4,608 (27.77)	406 (9.66)	80.0
都心近接地区 (台東, 墨田, 荒川)	2,507 (12.49)	73.2	1,565 (15.27)	374 (13.09)	460 (13.20)	2,399 (14.46)	26 (1.10)	70.1
南部地区 (品川, 目黒, 大田)	1,061 (5.29)	94	762 (7.43)	114 (3.99)	89 (2.55)	965 (5.82)	81 (9.16)	13.4
西部地区 (世田谷, 中野, 杉並)	728 (3.63)	132	506 (4.94)	65 (2.27)	54 (1.55)	625 (3.77)	97 (18.37)	5.8
北部地区 (北, 板橋, 練馬)	2,038 (10.15)	132	1,180 (11.51)	238 (8.33)	555 (15.93)	1,973 (11.89)	130 (7.05)	19.8
東部地区 (江東, 足立, 葛飾, 江戸川)	2,091 (10.42)	170	1,487 (14.50)	158 (5.53)	426 (12.22)	2,071 (12.48)	170 (8.94)	12.9
区部計※	20,070 (100.00)	35.1	10,252 (100.00)	2,858 (100.00)	3,485 (100.00)	16,595 (100.00)	1,272 (8.30)	29.0

※境界未定域分を除く。

出所: 『東京の事業所』 『東京都事業所統計調査報告』

もつよまっている。さらに、製造業以外の業種、とりわけ対事業所サービス業などの増加と集中傾向も著しい。従って、大都市での小零細経営増加と、産業構成の変化とがかかわりあっていることは、事実であろう。

しかしながら、こうした事情をして、いわゆる「中小企業の活力評価」論の立場から、華やかにのみ描くことは、至当であろうか。「サービス経済化」にかかわる「情報産業」や「情報関連サービス業」の成長独立の動きとして、⁽²⁾あるいはまた、大企業の中核管理機能の大都市集中にもとづく新しいサービス需要の増加にともない、「専門化された多様な小企業がこれらの分野に生み出され、⁽³⁾「オフィス産業」ともいべき新産業の群生」として、評価するのは妥当であるだろうか。変化は変化としてあっても、問題は、こうした事態を、産業構造転換のもとでの「高付加価値高収益」企業群新生を意味する「都市型新規開業」とのみ規定できるかどうかにある。⁽⁴⁾

本稿はこうした論題にかんし、全面的な議論の展開を試みるものではない。⁽⁵⁾むしろここでは、実証的検討の上に立ち、小零細経営層の本質が「自己雇用者」にあり、その一見非合理的な存立が、社会経済構造の末端を「合理的」に支えている、⁽⁶⁾という事実を解明することを意図する。大都市での産業構成の変化は、新しい小零細分野を生み出すが、そこには小零細経営層固有の問題性も貫かれるのである。

検討の対象としては、資料・紙幅の制約があるので、従来その存在があまり注目されてこなかったが大都市での増加がすすんでいると思われる、印刷関連業・製版業のうちの写真植字(写植)業専業経営を扱う。また、検討の方法としては、この写植業小零細経営の成立と存立条件を、①技術的条件、②需要的条件、③供給的条件、の3つの角度から考察し、都心集中の意味と存立形態の特徴とを、関連づけていくものとする。

検討の資料としては、筆者が担当した77年の「港区中小企業実態調査」および、77～79年にかけて筆者独自に実施した聞きとり調査の結果を中心に、⁽⁷⁾その他、業界団体の行なった調査や既存の

注(2) 中小企業政策審議会1980年意見具申、中小企業庁編『中小企業の再発見』通産産業調査会、80年、所収、p. 18および、中小企業庁『昭和55年版中小企業白書』80年、pp. 291～294。

(3) 中村、前掲書、p. 222。

(4) こうした見方は、清成忠男、中村秀一郎氏らによって、70年代初めより繰り返して主張されてきている。「都市型新規開業実態調査」『国民金融公庫調査月報』第123号、71年、清成忠男「小零細企業の存立条件の変化」同上誌、第209号、78年、他参照。なお、こうした主張に対する筆者の評価については、拙稿「『都市型産業』論と大都市小零細工業」(佐藤芳雄編著『巨大都市の零細工業』日本経済評論社、81年、Ⅹ章)、を参照されたい。

(5) 小零細経営増加の要因と意味について、筆者の考え方の基本的方向は、拙稿「中小企業労働者と独立開業」(佐藤芳雄編著『ワークブック 中小企業論』有斐閣、81年、第5章)、において、示している。今後さらに、小零細経営論として充実・発表する機会を待ちたい。

(6) こうした評価については、中山金治「小零細企業問題」(加藤、水野、小林編『現代中小企業基礎講座 第1巻』同友館、76年、第8章)、に示唆されるところが大きい。

(7) 筆者はすでに、写植業小零細経営の都心集中について、立地特性や、印刷産業地域の生産集団の形成と変容などの角度から検討し、拙稿「印刷・印刷関連業——都心立地集中の意味するもの」(佐藤編著、前掲『巨大都市の零細工業』Ⅶ章)、として公けにしている。本稿は、上に述べた視角からこれを再構成するとともに、既発表では触れ得なかった点、あらたに得られた資料等を盛りこみ、とりわけ、③供給的条件を重視して叙述したものである。

資料等も活用している。

I 写真植字業の零細性と東京への集中

写真植字業は産業分類上「写真製版業」に含まれ、これのみをとり出して、事業所数、分布、規模別構成等を示すことは困難である。業界においては、全国に写植専門業者は約8千軒あり、その3分の1近くは東京都ならびにその周辺に所在する、とされている。⁽⁸⁾ 関東地方の専門業者を組織する全関東写真植字協同組合（79年末現在272組合員）の組合員企業の規模別構成をみると、全体の36%が従業員数5人以下規模で、11人以上規模が38%となっている。⁽⁹⁾ しかし同協組の組織率は10分の1以下と言われ、零細規模のアウトサイダーは多い。筆者らの行った港区調査での写植専門業者の規模別構成は、回答22件中13件、59%が4人以下規模であり、9人以下まで含めると、18件、82%となる。つまり、「8割以上が5人以下規模」と言われ、⁽¹⁰⁾ 「内職、生業レベルの事業体が……加工料金形成上の大きな要因として作用している」と指摘される実情が、⁽¹¹⁾ 現実を象徴していると、みなせよう。

II 写植業小零細経営族生の技術的条件

1. オフセット印刷化と写真植字

印刷産業においては、一方で平版（オフセット）印刷を軸とする印刷技術が急速に進歩し、高速化がはかられてくるとともに、他方で、その前工程である製版・刷版作成の技術進歩の遅れが顕著な問題となるようになった。従来の文字組は、活字を拾い、文章に組み、これを整理・版組みするというのが通例である。これは、①活字という重くて扱いにくい金属材料を多量に要する、②多数の活字をストックし、整理しておかねばならず、費用・必要空間も大きい、③文撰・植字・組版には、高度の熟練と体力を持つ専門技能者を必要とする、といった欠点がある。そのため、生産性の⁽¹²⁾向上は容易でなく、熟練工の不足も問題となってきた。

しかし、平版印刷の技術が進んで応用範囲が広がると、活版印刷のように活字の存在にこだわる必要は無くなってきた。ここに登場したものが、写真植字である。

写真植字の発明は昭和初期にさかのぼる。⁽¹³⁾ この原理は、写真製版の方法を用いて、文字を直接撮

注(8) 全関東写真植字協同組合（全関東写植協組）機関誌『写真植字』No. 5, 79年, p. 16。

(9) 全関東写植協組の79年10月「労務実態調査」（回答224件）結果による。

(10) 日本写真製版工業組合連合会（日写工連）『経営実態調査報告書 昭和53年度』79年, p. 11。

(11) 東京都商工指導所『業種別総合調査報告書（写真製版業）』79年, p. 5。

(12) 活版印刷でも、モノタイプや自動鋳植機などが利用されているが、活字を用いている以上限界がある。しかし一部の出版印刷物等では、依然活版刷が重用されている。

(13) 写真植字は森沢信夫と石井茂吉とによって発明された。この二人はその後、(株)モリサワ、(株)写研の二大写植機メーカーをつくり、今日に到っている。

影し、写真原版に焼付けていくものであり、従って膨大な量の活字の代わりに、一つの文字盤だけで事足りる。しかも、同じ文字盤を用いて、字の大きさ、字づめや行間、或いは字の幅の拡張や斜体も自由にとれる。原理が和文タイプライターに似ているから、操作も比較的容易で、要求される技能は、和文タイピスト同様のものに、字間・行間・字幅等の割付計算の知識と、若干の機械的知識を加えたようなものであり、体力も必要としない。

写真植字の原理・機構は比較的単純であるから、自動制御化の可能性も大きい。多種の漢字を用いるという日本語固有の困難な条件はあるものの、すでに電算写植化の技術も相当進んでいる。最近新聞社などでも、電算写植機が広く用いられるようになった。

写真植字の利用は、平版印刷に限られるものでもないから、いわば文字組版全般の新技术として普及する可能性をもっている⁽¹⁴⁾。しかも、ここで重要なことは、それが印刷業の製版部門の変容という事態に留まらず、写植専業者という経営形態を多数生み出したという事実である。活字組の時代には殆んど例外的にしか存在しなかった植字・組版専業という業態は、写植機が工程を単純な構成に変え、しかもきわめて少ない資本量で参入・経営できる条件を生み出したため、ここに数多く簇生しうようになったのである。

2. 写植の設備・価格

写真植字機の価格は、万能手動型の場合、4～5年前は1台150万円ほどであった⁽¹⁶⁾。写植機といってもピンからキリまであり、電算写植機になると、1台数千万円以上するものであるが、それが応用されて効果的な分野はまだ限られている。ともかくも、写植機1台で、ひととおり必要な文字組は可能なのである。この他に必要なものは、作業場所を別とすれば、文字盤一式と現像設備位である。文字盤も、書体によって各種あるが、これは徐々に揃えていけば済むものである。現像設備も、簡単な暗室と皿現像程度で済ませられる。あとは、写植ペーパー（印画紙）と現像液等の消耗品のみである。

設備の購入は、月賦を用いたり⁽¹⁷⁾、あるいは中古機を買うことでも対処可能なので、実態として、開業資金は、調査例の単純平均で約170万円、最低限では100万円程度であった。

この程度の資金準備で開業できるということは、当然印刷業者などの製版ないし組版部門の内製部分の一部の変化としてしか写植が登場しない可能性も示している。しかし、現実には、印刷業者

注(14) 写植は印刷に限らず、看板、プレートや、TVテロップにまで用いられている。

(15) 活字組版では当然設備も多額で広いスペースを要する。むしろ活版印刷では、組版が印刷業者の担当する主工程であったとも言える。東京都経済局『東京都印刷業実態調査分析』61年、pp. 35～50、参照。

(16) 万能手動型機として、写研3RY型、モリサワMC6型が多く普及している。

(17) 写植機メーカーとしては、今日、写研、モリサワおよびリョービ（株）の3社しかなく、とりわけ前2社が圧倒的なシェアをもつ。これらのメーカーは寡占的価格協調を保ちながら、文字盤等も各々独自に供給し、シェア拡大のため激しい販売努力を競っている。これが後述のように、独立開業促進の重要な要因となっている。

や写真製版業者からは独立した、写植業者が続々と出現したのである。その理由を以下考えていってみよう。

Ⅲ 写植業小零細経営簇生の「需要」条件

1. 印刷産業における社会的分業の展開

印刷業は、きわめて多種多様な社会的分業を結合した形態を基本としている。大雑把な言い方をすれば、植字・組版・製版→刷版→印刷→製本・加工という各工程段階に対し、狭義の印刷業とは、印刷機を使用して印刷を行なう業とのみ規定できる。その前工程および後工程の多くが、印刷関連業に外注されている。

こうした外注化、すなわち印刷関連業への「需要要因」を規定する第一の要因は、言うまでもなく印刷内容・対象の多種多様性および受注生産性である。印刷寸法、色等を度外視すれば、刷版さえ出来れば、どのような内容の印刷も可能であり、逆にその刷版がすべての受注に応じて異なるものとなる。従って、前述のように、とりわけ平版印刷が普及するとともに、植字・組版・製版の外注傾向はつよまったのである。

第二に、こうした分業化の可能性が印刷業の最低必要資本量を小さくし、受注産業としての性格・受注の多様性と相まって、印刷業企業の小規模性をもたらしてきた。それがまた、印刷関連業への需要をさらに高める結果となっている。これは印刷業集中地域である大都市において、印刷業・印刷関連業企業が多数集積し、複合的に結びつく「地域生産集団」⁽¹⁸⁾の姿をもたらす要因の一つでもある。そこでは大手印刷業からの下請受注も連なっているが、基本的には中小印刷業が受注・生産の核⁽¹⁹⁾となっている、と言える。

2. 東京における印刷需要の特性

大都市、とりわけ巨大都市東京の印刷産業を特徴づけるものは、①複数需要家直結、②多種多様な「端物」需要、③需要の不定期性、という受注の特性である。大部数を一定の形式で印刷することの多い書籍・新聞などの需要も従来から東京に集まっているが、これら「頁物」需要の多くは、⁽²⁰⁾大手印刷業が受注を独占する傾向が強くなっている。大手印刷業からの下請受注を専門とする中小印刷業・印刷関連業も東京に多数集中している⁽²¹⁾が、最近むしろこうした「定期的量産品」にかかわ

注(18) こうした視点については、板倉勝高、井出策夫、竹内淳彦『大都市零細工業の構造』新評論、73年、に依るところが大きい。

(19) 全日本印刷工業組合連合会(全印工連)の組合員調査で「下請型」と規定された企業は、全体の12.0%しかない。全印工連『印刷業実態調査報告書』77年、p. 28。

(20) 石川秀敏「印刷業」『国民金融公庫調査月報』第197号、77年、参照。

(21) 都内においても文京、新宿区には従来より下請受注印刷業が多数あったが、千代田、中央、港区では、異なる存立形態を示す。

第2表 情報関連事業所の東京都心部への集中(1978年)

	全 国	東 京 都	区 部	都心地区5区 (千代田, 中央, 港, 文京, 新宿)	都心3区 (千代田, 中央, 港)	港 区
出 版 業	4,157 (100.0%)	2,840 (68.3)	2,804 (67.5)	2,201 (52.9)	1,578 (38.0)	392 (9.4)
新 聞 業	2,297 (100.0)	692 (30.1)	676 (29.4)	544 (23.7)	484 (21.1)	145 (6.3)
広 告 業	6,102 (100.0)	2,356 (38.6)	2,299 (37.7)	1,721 (28.2)	1,476 (24.2)	495 (8.1)
情報サービス業	3,391 (100.0)	1,562 (46.1)	1,518 (44.8)	1,054 (31.1)	872 (25.7)	364 (10.7)
製 版 業	5,467 (100.0)	2,795 (51.1)	2,728 (49.9)	1,649 (30.2)	905 (16.6)	201 (3.7)

出所：『事業所統計調査報告』および『東京都事業所統計調査報告』

第3表 印刷・印刷関連の生産動向ならびに東京の占める地位

		1969年	1972年	1975年	1978年	1978年の 実績 (百万円)	A. 全国品目別出荷額実 質の比率, % (1969 年=100.0) B. 東京都 C. 東京都出荷額の全国 出荷額に占める比 重, %
出版・印刷・同関 連品計	A	100.0	148.3	156.1	202.4	4,438,227	
	B	100.0	143.2	144.5	181.7	2,187,362	
	C	54.9	53.0	50.8	49.3		
書 籍	A	100.0	137.9	144.0	176.5	600,355	
	B	100.0	138.7	145.1	175.4	536,432	
	C	89.9	90.4	90.6	89.4		
雑誌・定期刊行物	A	100.0	133.0	149.0	202.8	457,167	
	B	100.0	133.7	146.9	196.2	415,180	
	C	93.9	94.3	92.5	90.8		
その他の出版物	A	100.0	187.8	219.2	240.9	81,334	
	B	100.0	176.0	174.8	183.5	40,128	
	C	64.8	60.7	51.6	49.3		
凸版印刷物	A	100.0	135.0	122.6	149.4	817,898	
	B	100.0	135.9	100.1	135.0	289,793	
	C	39.2	39.4	32.0	35.4		
平版印刷物	A	100.0	162.9	188.7	268.6	1,312,187	
	B	100.0	139.5	180.4	233.7	456,018	
	C	39.9	34.2	38.2	34.8		
写真製版	A	100.0	186.0	195.0	314.1	215,395	
	B	100.0	165.1	159.2	262.3	100,234	
	C	55.7	49.5	45.5	46.5		
※広告費総額		100.0	133.8	120.3	172.0	1,845,700	
うちラジオ・テレビ 媒体をのぞく		100.0	133.1	116.5	162.6	1,101,400	

注) 出荷額の比率は、卸売物価上昇率でデフレートした。

出所：『工業統計表品目編』

※は電通『広告年鑑』による。

る仕事については、地方生産化ないしは海外生産化⁽²²⁾の傾向が顕著である。

これに対し、東京の中小印刷「地域生産集団」の担当する仕事は、「多品種少量品」的な、広告・宣伝物、事務用品、資料・広報物等を主体とする。こうした印刷物需要は、内容・形式とも多様で、細かい指定等が多く、短納期性が概して強い。従って、こうした発注を多発する需要家たる民間企業本社、官公庁などとの近接性が不可欠である。周知のように、政府の新全総の東京「中枢管理機能純化」政策のもとに、首都東京には、大企業本社の集中傾向が進み、また他方、多数の中小卸売業・小売業等も、全国・海外との取引や、東京の巨大な市場に向けて、ますます集中・増加している。これらの需要家が「低成長」下に販売促進活動をつよめ、業務を活発化させれば、ますます上記のような需要も高まるのである(第2, 第3表参照)。ここに、印刷産業の現段階での都心集中の基本的要因がある。

3. 中小印刷業の工程外注政策

上記のような印刷産業の都心集中に対応して、印刷関連業たる写真植字業も東京に集中してきたのである。それでは、写真植字専門業者が多数現われる理由はどこにあるのか。⁽²³⁾

この基本的要因は、先ず発注者としての中小印刷企業の工程外注政策から考えられる(第4表参照)。都心部の写植専門業者の受注先は、当然ながら同一区内等近接の中小印刷業が多いが、⁽²⁴⁾これら中小印刷業企業が写植を外注する理由の第一には、受注する印刷需要の内容の多様性・受注の不定期性・変動性を挙げられる。定まった様式で大量に文字を組むのではなく、多種多様な字体・号数を用い、さらに割付などに細かい指定の多い仕事は、広告や写真・図などの印刷には要求される。しかも、こうした仕事の注文には不定期性が強い。従って、中小印刷業が写植作業を内製化しても、「規模の経済」や「分業の利益」は容易に発揮されず、むしろ設備・人員の遊休化を招きかねない。さらに、都心部でも増加著しい軽印刷業の場合、主な文字組みは和文タイプ機に依り、見出しなど特定部分のみに写植を用いているので、写植作業は殆んど外注依存である。

このことは逆にみれば、頁物や新聞などを大量に扱う印刷業の場合(その多くは中規模以上の企業

注(22) 頁物組版の約1割は、韓国、台湾等の海外へ発注されていると言われる。朝日新聞学芸部『出版界の現実』日本ジャーナリスト専門学院出版部、79年、参照。韓国などの賃金コスト上昇で、海外組版も転機にあるとも言われるが、韓国の「供給」能力の16%は日本語仕様である現実もある。『印刷界』第309号、日本印刷新聞社、79年、pp. 68~74、参照。

(23) 写真植字を行なう業種としては、写植専門業者および印刷業の他、狭義の写真製版業も考えられる。そうした写真製版業の兼業形態もあるとはいえ、数は少ないようである。写真製版の設備は大規模・高価額で、概して企業規模も大きく、零細性・労働集約性の強い写植専門業者とは体質を異とし、後述のように補助作業としてしか写植内製はしていない。

(24) 港区調査での回答写植業18件中、主な取引先として「親企業等のメーカー」をあげたものが7件、「直接の需要家」をあげたものが10件となる。取引先の所在地としては、全体のうち約68%が同じ港区内にある。第1位取引先の規模では、22件中10件について99人以下規模企業となる。しかし、300人以上企業を相手とするものも22件中8件あることは見落せない。こうした取引関係が変動を迎えつつあることは、後述参照。

第4表 港区中小印刷業の写植外注化状況

	従業者数	受注する仕事の特性	印刷設備のタイプ (○は主力のもの)	写真植字の内 外製	外注の理由	外注化の経緯	
一般印刷業	S社	75人	宣伝物, 事務用品 (フォーム), 出版物	○オフセット2 色, フォーム, 活版	半内製	受注の波カバー (生産の計画化)	
	K ₁ 社	45人	官公需向頁物	○活版大型機 オフセット	全外注	設備・人員の負担回 避	内製をやめた
	K ₂ 社	12人	宣伝物, 事務用品, 資料	○活版 オフセット	全外注	人員負担回避	内製経験なし (今後写植ふえれば 考える)
	M社	6人	事務用品	○活版 軽オフセット	全外注	人員負担回避 (家族従業者以外なし)	内製経験なし
軽印刷業	B社	6人	文字組物一般 (資料等)	○軽オフセット	全外注	内製するほど仕事な い	内製経験なし
	A社	4人	文字組物一般	○軽オフセット	全外注	内製するほど仕事な い	内製経験なし
	T社	32人	資料	○軽オフセット	全外注	人員確保難・仕事な い	内製をやめた

出所：聞きとり調査による。

である), 写植内製化の条件を招くとは言える。しかしそうした企業は, 先述のように都心部には少ないし, またそこでも, 広告, 写真版などの文字組については写植外注している⁽²⁵⁾。

第二に, 内製外注を分ける政策基準としての, 長期的費用の問題がある。印刷業のように受注産業で, すべて仕様が異なり, しかも需要家たる受注先を長期的に確保していく志向の強い産業ではとりわけ, 単品ごとの製造原価よりも, 長期的な売上対総費用の関係が強く問題とならざるを得ない。さらに前述のように, 都心部の中小印刷業にとっては, 多様な仕事をこなしていくことが不可欠である。従って, 個々の外注工賃支払が内製より高かついたとしても⁽²⁶⁾, それを, 多様な仕事をこなしていく中で, 多様な工程・作業に必要な設備・人員を擁していくのに要する固定的費用より安くつくならば, 支障はない。中小印刷業経営者は, この判断基準を, 稼働率50%に置いている。つまり, 年間を通して半分しか動かないものならば, 外注に切り換える, という考え方である。写植の場合, 組版の主役となってきても, そのうちでの頁物向や端物向などの工程・設備の分化が図られているし, 活字組版やタイプ打との並存利用も多いので, やはり高い稼働率を示すとは限らない。

第三に, 上の点に関連して, 小規模経営ほど新設備導入や人員増の余裕に乏しく, とりわけ, 地価・借家料水準が高く, 労賃も相対的に高い都心部の印刷業経営はより厳しい状況にある, という

注(25) 例えば, ある写植業者は, 区内の新聞社から, 広告文字, 見出しなどの植字を受注している。

(26) 都心部での写植の工賃支払額は, 時間換算で2,000~4,000円/時間となる。写植原価中の労働費用は70%程度に及ぶと考えられるので, 外注工賃支払と内製時の労務費を単純比較すれば, 写植外注は相当割高な場合も多いと言える。同様なことは他の工程外注の場合にも該当し, アルミ刷版製作は内製ならば諸費用込で300円程度, 外注すると6~700円になると言われる。

大都市小零細工業簇生の一検討

事情を指摘できる。むしろ先述のように、写植業をはじめとする多様な社会的分業の活用によって、都心部の印刷業小零細経営は存立できるので、そこでは、写植作業への依存度が高くても、多くの場合内製化は初めから考えられないとも言える。

以上みてきた中小印刷業の写植外注化の理由に対し、とりわけ印刷業にとってつねに課題となる指定・変更の多さや納期管理の必要といった点は、内製化を求めるであろうか。そうした点は、多くの場合外注先を近辺に求め、また多数の外注先を用いることで基本的に解決されていると言える。もちろん外注先の完全な分散はみられず、常時外注先を定め、そこを軸に作業計画が組まれるが、問題はむしろ突発的にかつ極端な短納期で入ってくる受注の消化で、これを外注先を増やすことでカバーするのである。⁽²⁷⁾ またそれ故に、外注先となる写植専業者にも、こうした受注変動をこなせる「弾力性」、つまり徹夜も辞さない覚悟を要請する。言うまでもなく、他人を雇用して深夜労働を強いるのは困難であり、行なわせれば、残業手当をはじめ、相当の給付を必要とする。

従って、ここでは内製化の傾向ではなく、むしろ業主・家族労働主体の写植業零細経営が、印刷大手企業もとの下請形態は当然ながら、これに限らず都心部中小印刷業等の近辺に、多数集まってくるのを期待する、という「需要要因」を結果としてもたらすのである。

Ⅳ 写植業小零細経営簇生の「供給」条件

1. 印刷産業にける労働条件の規模別格差構造

写植業は製造原価に労働費用が7割を占めるほど労働集約的な性格をもち、また写植オペレーターの労働は(半)⁽²⁸⁾熟練技能労働である。そのことから、写植業での従業者規模拡大が制約され、小規模経営を「合理的」な存在とする理由の一つが招来される。また、技能習得・熟練形成という道筋が、独立開業＝零細規模専業者の形成に結びつく可能性も生まれる。

周知のように、わが国の規模別賃金格差の存在は依然根強い。最近では、福利厚生等を含む労働諸条件全般の格差も指摘される。こうした事情はとりわけ、生涯収入ないし生涯福祉の側面から問題となるものである。

印刷産業では、経営の殆んどが中小零細規模であって、労働諸条件の低さは否定し難い事実である。『賃金センサス』等から算出すると、出版・印刷・同関連業の賃金は、1,000人以上規模を100

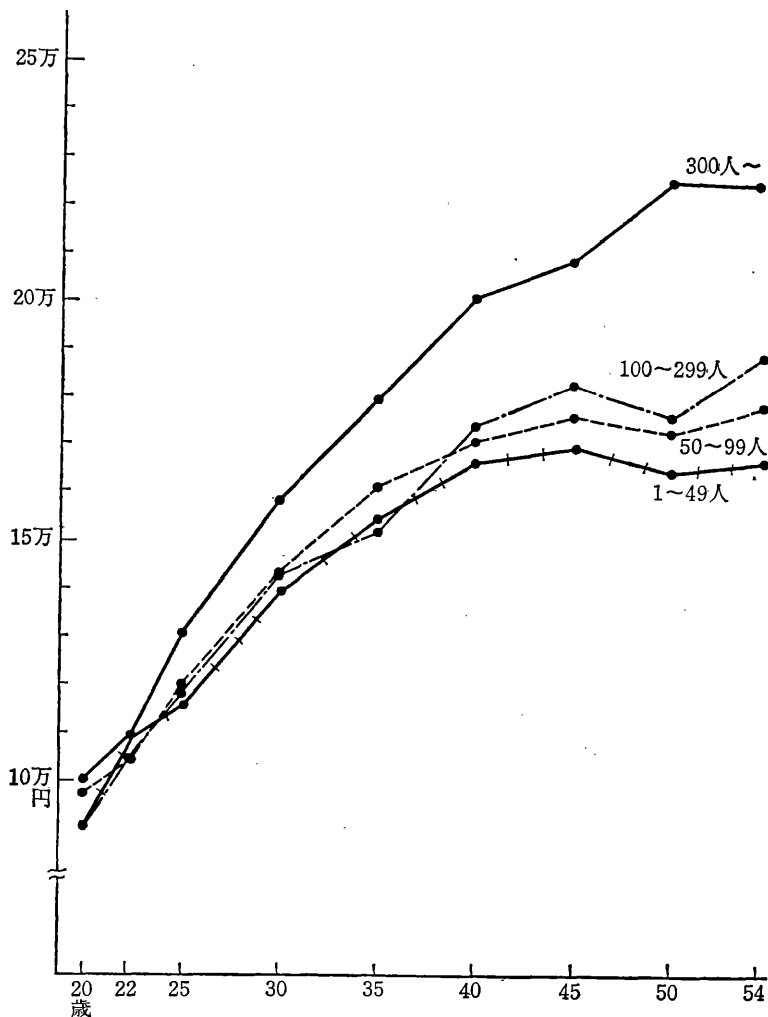
注(27) 写植業者の側も一般に、主受注先企業の他、6～20社程度の受注先を擁し、時には未知の発注者からの「とびこみ」発注も受ける場合が多い。

(28) 東京都商工指導所『東京都中小企業の原価指標(製造業)昭和52年度調査』77年、より、写植業中規模経営の費用構成を算出すると、人件費が約4割となるが、外注工賃支払を勘案すれば、労働費用は6割近くなる。零細経営ではこれがさらに高い比重となると言える。

(29) 後述するように、写植オペレーターの技能は、まったく経験の無い者でも「見よう見まね」で習得可能なものであり、熟練技能とは言い難い。

とすると、10~99人規模では⁽³⁰⁾65程度にしかならないという格差をもつ(第1図も参照)。また、76年の都内中央地区印刷業での調査では、1~29人規模事業所のうち23.6%は退職金制度をもたず、44.4%の事業所の1日所定内実働時間は8時間以上で、33.5%の事業所の年間総労働時間は、2,500⁽³¹⁾⁽³²⁾時間以上であり、上位規模層と対照的である。

第1図 印刷産業における規模別賃金(基準内賃金)実態(1979年)



出所：全国印刷出版労働組合総連合会(全印総連)資料による。

注(30) 労働省統計情報部『昭和53年賃金センサス』79年、による。

(31) 東京都中央労政事務所『印刷産業における労働条件の実態調査』77年、参照。

(32) 印刷産業においても、山田稔氏の調査事例(400人規模)のように、労働時間短縮、福利厚生充実などに努めている中小(中堅)企業もある。しかし、この例では、賃金水準はとりわけ高齢において低く、職能給導入で個人格差も広がり、従業員の不満は強く、一方残業時間は依然長い。山田稔『日本労務管理の実態』東洋経済新報社、77年、参照。

大都市小零細工業簇生の一検討

写植オペレーターという職種でいえば、同一年齢の他職種に比べ、必ずしもそれほど賃金が低いものではない。一般に、女子で月15万円、男子で月20万円が大まかな相場賃金とも言われる。調査事例の小規模企業でも、男子27～8歳の従業員に、「毎月決まって支給する額」として18万円前後の賃金を支払っていた。けれども、全関東写植協組の79年モデル賃金例では、写植オペレーター「毎月決まって支給する額」が、22歳男子経験3年で11万円、28歳同6年で14.6万、20歳女子経験2年で9.4万、となっている。32歳男子経験12年のチーフ・オペでようやく18万円である。⁽³³⁾

さらに、相当の低賃金の事例もある。第2図は、賃金体系改善のために労務コンサルタント仲光一雄氏が調査した事例であるが、20歳代で入職間もない者の賃金が低いのみならず、長期勤続者の賃金も極めて低い。このQ社では、「オペレーターの採用が難しいので、求人賃金をふくらました」という。その結果、32歳、入社2ヶ月の新入者の賃金が13万円となり、創業以来のベテラン女子も殆んど同額という事態になってしまったのである。⁽³⁴⁾

写植オペレーターの規模別賃金格差を示す資料はないが、今までみた事例などからうかがうと、都内小規模企業でも、全国の零細経営一般の賃金水準を上まわり、印刷産業大手企業従業員平均に近い賃金額が払われているとは言える。しかし、都内に限れば、印刷産業中小規模平均なみに留まる。⁽³⁵⁾これはまた、中途採用の経験者の相対的高賃金と、未経験者採用の低賃金、30歳代以上における著しい頭打ち傾向、という特徴を推定できるものでもある。初任給水準の上昇はみられても、中高年齢者賃金の低さは否定できない。否、そもそも写植オペレーター従業員に中高年齢者は殆んどいないのではないかとも思われる。転職か独立開業か、という事態である。⁽³⁶⁾

さらに、賃金以外の労働諸条件についてみるならば、写植業でのその低位は、十分うかがえる。全関東写植協同組合の前出79年調査からみると、1日あたり所定内労働時間は、平均約7.4時間、土曜日の就業も平常通りの例が全体の3分の2以上で、何らかの週休二日制を実施している例も約6割に留まる。年間総労働時間が3,000時間近くに及ぶ例も少なくないと思われる。⁽³⁷⁾また、退職金制度をもたない例も、全体のうち約37%ある。労災保険、雇用保険への未加入例も相当数ある。⁽³⁸⁾こうした労働条件の未整備状況は、写真製版業、写植業の中小企業を結集する東京写真製版工業組合

注(33) 全関東写植協組機関誌『写真植字』No.6,80年, pp. 8~10, 参照。また、東京都印刷工業組合の賃金実態調査における写真植字工の賃金も、この線に近いが、女子若年者が若干高くなっている(20~22歳, 経験1~3年, 高卒で基準内105,460円)。東印工組『総合賃金調査結果報告書』第19次, 80年, 第20次, 81年, による。

(34) 仲光一雄「写植会社の合理的な賃金の決め方」『写植タイムス』80年7月1日号。

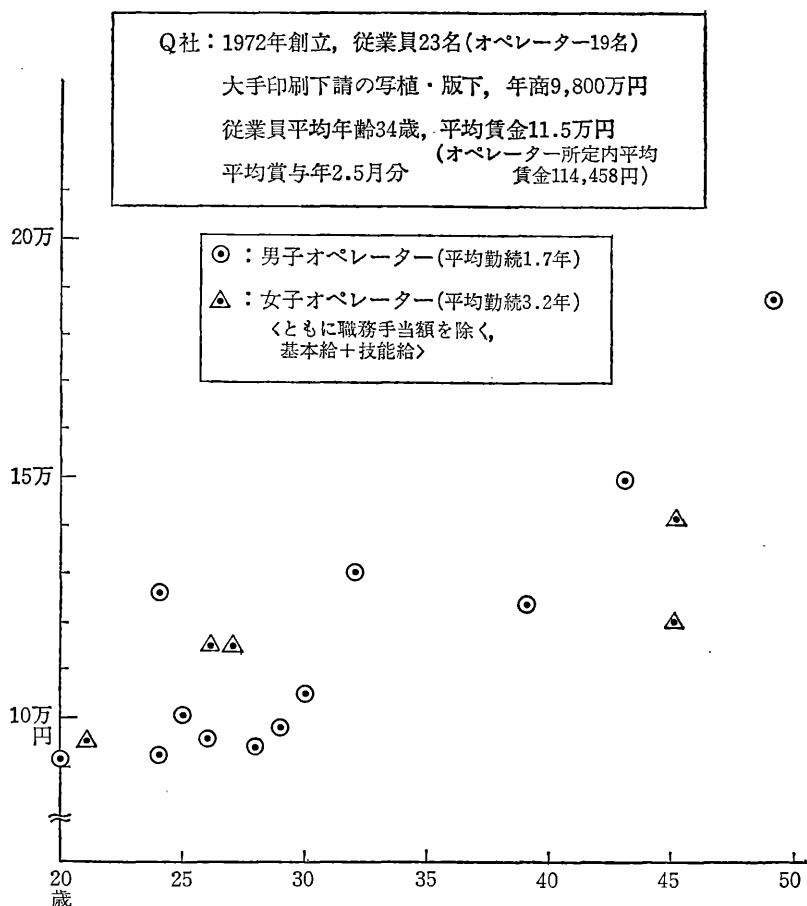
(35) 労働大臣官房統計情報部『小規模企業の賃金・労働時間 昭和53年』79年, によると, 全産業1~4人規模企業の78年7月平均定期給与は, 25~29歳男子で139.0千円となっている。

(36) 『昭和53年賃金センサス』によると, 東京の出版・印刷・同関連業男子25~29歳「毎月決まって支給する額」は, 10~99人規模176.0千円, 100~999人規模177.3千円, 1,000人以上規模185.3千円である。

(37) 規模別労働時間をみると, 製造業1,000人以上規模で年間約2,200時間, 10~99人規模でも約2,400時間が, 平均値である。同上, による。

(38) 全関東写植協組, 前掲「労務実態調査」結果による。但しこの調査対象中の約32%は, 5人以下規模で, 雇用者無の例も少なくないと思われるので, この調査結果の意味については, 再検討の余地がある。

第2図 写植業Q社の写植オペレーター賃金実態(昭和54年度)



出所：仲光一雄「写植会社の合理的な賃金の決め方」『写植タイムス』80年7月1日号による。

(39) の調査結果でも看取しうる。

仲光氏は、「オペレーターの独立、背信、集合離散」の原因として、「賃金制度の決め方」(40)の問題を指摘する。のみならず、先に指摘したように、中高年齢者を対象とした雇用管理自身前提ではなく、勤続の短さ、移動・転職の激しさが当然視されている。業種・職種の歴史の浅さもあるが、従業員を定年まで面倒をみる企業があるなど「90%期待しない方がいい」(41)状態が公言されるのである。つまり、ここでいわゆる「年功的労資関係」(42)は問題外である。

注(39) 東京写真製版工業組合『昭和53年度 労働条件等実態調査結果報告書』79年。

(40) 仲光，前掲「写植会社の合理的な賃金の決め方」

(41) 座談会「これからの写植業界はどうあるべきか」『写真植字』No.2, 79年, p. 22。

(42) 印刷業大手企業でも，職能給導入・拡大と，最近の常用雇用削減・業務外注化のため，賃金水準の抑制が続いているとも言われる。特に，写植は外注化が著しいため，大手企業の常用オペレーターの賃金実態は一層把握困難になっている。但し，本稿の考察対象は，主に高度成長後半期まででの独立開業の事例中心である点に，留意しておきたい。

2. 写植業専門業者の独立開業とその実態

写植オペレーターの勤続の短さは、⁽⁴³⁾それ自体独立開業の多さの反映でもあり、印刷産業をはじめ、広くみられる小零細経営簇生傾向の一環の現象として把握できる(第3図も参照)。そこでは、中小企業の労働諸条件の低位さと独立開業の多さとが、相互規定的に作用しあいながらも、基本的な要因は、前者に条件づけられる、稼得収入増加・生活向上のモメントから生じてくるものと言うべきである。⁽⁴⁴⁾

では、写植業零細経営の「供給」状況は、どのようになっているのか。港区調査での実態をみると、第4表のように、「同業従業員」からの独立開業が多く、創業年次では昭和40年代以降が4分の3以上を占める。全関東写植協組の調査でも、創業年次で昭和35年以降のものが約4分の3を占めており、さらに、昭和50年代以降についてみても、1割以上あると考えられ、「低成長」と雇用

第5表 港区写植業の規模別・前職別創業年次

		～昭和39年	昭和40～44年	昭和45～49年	昭和50年～	計
規 模	1～4人	2	3	6	2	13
	5～9人	1	2	2		5
	10～19人		1	1		2
	20～49人					0
	50～99人	1				1
100～199人	1				1	
前 職	イ 区内同業従業員	1	4	3		8
	ロ 他地同業従業員	2	1	3		6
	ハ 他業種従業員	2	1		1	4
	ニ 他の自営業			3		3
	ホ 先代継承					0
	ヘ その他不明				1	0
	不 明				1	1
合 計		5	6	9	2	22

出所：「港区中小企業実態調査」の調査票原票による。

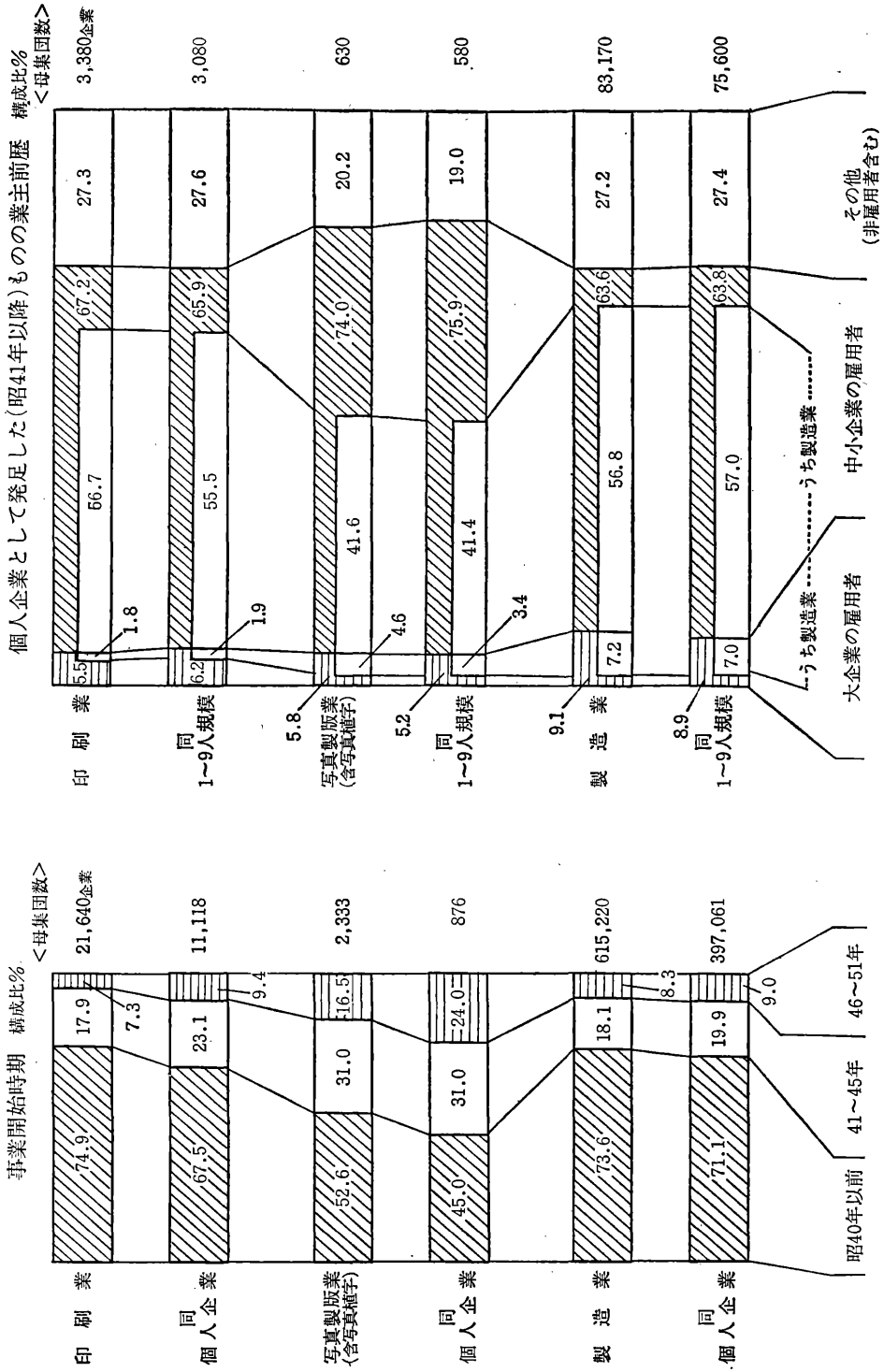
不安下にも、新規開業が続いていることを示す。また、同調査によれば、「代表者の(現)年齢」は、40歳代で41%、30歳代で21%を占めており、比較的若い年齢(恐らく30歳前後)での創業の多さを予想させる。

第5表は、開業経過の実態を示す。必ずしも写植業出身には限らないが、印刷ないし出版業関係

注(43) 筆者調査の都心部写植業の事例で、オペレーターの平均勤続は、女子2.4年、男子2.8年であり、5年以上の者はいない。一般に、勤続年数は4年程度と言われる。

(44) 「若い人たちは文化的な仕事として魅力も持たれるようですが、なにしろ待遇が余りよくありませんので、(写植オペレーターは) そうながつづきしないんです」こうした実情が常識化している。座談会「文字印刷と組版料金」『写植タイムス』80年1月1日号、p. 8。

第3図 印刷業、写真製版業(含写真植字)の開業動向



出所：『第5回工業実態基本調査報告書』による。

第6表 調査写植業等の開業の経緯

	常時従業員数 (うち家族従業員)	業主年齢	創業年次、 ()は当時の年齢	業主前職	開業動機	技能習得	開業資金	同調達方法	取引先確保方法 (主なもののみ)
A	1人	45歳	74年(40歳)	公社職員	家族に病人出て、 転動しない仕事につ きたい	特に習わず、自習	270万円	自己調達 (退職金等)	知人友人紹介
B	2人 (1)	43歳	69年(33歳)	写植業従業員	他人に使われたく ない	前のつとめ先で	100万円	自己調達	知人友人紹介
C	2人	33歳	72年(26歳)	製版・写植業従 業員	他人に使われたく ない	前のつとめ先で	300万円	借入金	以前のつとめ先 で知った得意先
D	5人	32歳	59年 先代の創業	(一般)業種従 業員					
E	7人	35歳	76年(31歳)	出版関係従業員	他人に使われたく ない	特に習わず、自習	400万円	自己調達 共同出資	とびこみ, D.M,
F	8.5人(0.5)	43歳	64年(28歳)	印刷業従業員	初めから独立のつ もり	前のつとめ先で	50万円	自己調達	以前のつとめ先で 知った得意先
G	11人	60歳	67年(48歳)	他の自営業主 (酒屋・製版業)	販売業が性にあわ ない	技能不要(息子が 専門学校で習う)	50万円	自己調達	前業種(製版)自 営のときの外注先
H	10人	49歳	67年(38歳)	出版業従業員	他人に使われたく ない	技能不要(初めか ら技能者雇用)	100万円	自己調達	知人友人紹介
I (多摩地区)	4人 (2)	36歳	77年(34歳)	多職転々	<不明>	前のつとめ先で (習得のため、短期)	<不明>		知人友人紹介
J ※専業タイ トビ	1人	41歳	72年(34歳)	他業種従業員 (事務職)	一生やれる仕事を もちたい	専門学校で	100万円	自己調達	とびこみ

出所：聞きとりによる。

の従業員からの独立が多い。これらの働いていた企業は、殆んどが中小ないし零細規模である。独立開業の経過を少し詳しくみると、Bの場合、上京し、56年に20歳で中央区の写植業草分け的小企業に入り、その後いくつかの企業を移動しながら腕を磨き、33歳で独立、写植機を90万円で購入、港区内で事務所を借り、開業したものである。仕事は、勤務先で知っていた印刷業を頼るはずであったが、これが折りあわず、以前下宿していた時の友人を通じ、別の印刷業者からとることになった。その印刷業者が大手企業ユーザーを得意先としていて、順調に成長を遂げてきたので、ここ専属で仕事をしている。通勤が困難なため、73年には借地付住居をローンで購入(1,200万円)、港区内に住むようになった。

Fは24歳の時零細印刷業に勤め、ここで4年間写植の技能を学び、28歳で独立した。この印刷業者は成長する見通しが無く、初めから独立を計画していた。開業資金には自分の貯えや妻の退職金等をあ

て、中古写植機を45万円で購入、新宿区内の自宅を事業所とし、妻および父親に手伝わせて営業しはじめたのである。受注は、勤務先で得たつてや、近所の知人、父親の知人などを頼って開拓していった。自宅は需要地や需要家から遠いことから、7年後の71年に港区西新橋に事務所を借り、次第に人も雇い入れるようになってきた。

この二つの例はいずれも、印刷業や写植業中小企業従業員からの「技能習得・独立開業」型の特徴を備えている。独立の主観的動機として、「他人に使われたくない」という回答をあげる例が多いが、このことは別に「都市型新規開業」における「能力発揮型」⁽⁴⁵⁾の多さを示すものではなく、能力発揮と生活向上・社会的地位獲得への意欲が結びついている事情を示すものとみられよう。事実、Bは一応持家が得られたこと、Fは労働者の頃より生活が安定し、名目上でも「経営者」となれたことに、各々満足感を抱いているのである。

独立開業の経過は、他の事例が示すように、こうした「技能習得・独立型」だけでなく、異業種労働者からの独立型もみられる。⁽⁴⁶⁾異業種といっても、出版業など印刷関係に縁の深い仕事が多い。こうした場合、初めから「経営者」志向で写植オペレーターは雇用に依った場合もあれば、ズブの素人から始め、見よう見まねで習いおぼえていった場合もある。先述のように、写植機の操作自体は比較的簡単で、習得は難しくなかった。むしろ各事例等から判明することは、ここでは経験的熟練の方が重要であるという事実である。⁽⁴⁷⁾もちろん未経験のまま営業をはじめるとは相当の危険性を有するが、そうした者でもとにかく仕事をとれるだけの、写植への需要の著しい拡大があったと言える。

3. 写植技能者の養成・開業促進

前記の事例ではあまり現われていないが、写植オペレーターの供給には、養成機関ならびに写植機メーカーの果たしている役割も非常に大きいと考えられる。その実情を少し詳しくみてみよう。

今日写植オペレーターの養成機関としては、写植機メーカーが設置する「写研・写植教室」、「モリサワ・写植スクール」があり、また独立の専門学校として「日研写植専門学院」がある。公共職業訓練校が写植課程を設けている例も少なくない。この他、タイピスト専門学校やデザイン学校が

注(45) 清成忠男氏は、こうした主観的開業動機などから、「能力発揮型」独立開業を主流とみるが、同一条件で比較する相手がなければ、成り立ち難い主張である。

(46) Dの場合は少し特殊である。Dの写植業経営は、59年この業の草創として創立され、その後相当の規模拡大をみたものであった。しかしこの創業者一族は、家業の製茶業の関連ではじめた事業が非常に成功を収め、大企業に成長するに及んで、次第に写植業から手を引きはじめた。支店（分工場）も独立させた。そして、この一族の縁者であった現経営者が、日頃写植の方に顔を出している仕事を覚えていたのを機会に、75年に本社からの出向の形で経営を任されたのである。従って、現在も受注している仕事は、この本社（食料品製造業）の広告関係が少なくないが、全体としては、広告代理店、新聞社を通じ、20社以上のクライアントから、幅広く広告関係の端物を受注しており、他の写植業小零細経営に近い存立形態となっている。

(47) ひと通り並みの速さで打てるまで1年、多様な仕事全体に習熟するまで、3年かかると言われる。

写植技能の養成を図っている例もあるようである。

写植機メーカーは市場拡大のため、オペレーター養成に極めて熱心で、購入写植機1台につき1名を、無料で自社の養成機関に入学させている。さらに、修了後の就職あっせんや開業の指導にも力を入れ、仕事のあっせんもしていると言われる。写研・写植教室を修了したオペレーターはのべ約1万名に及ぶ⁽⁴⁸⁾という。

また日研学院の場合、「独立自営への最短コース」を謳い、毎月入学制で生徒を集めている。3ヵ月ないし6ヵ月の受講・実習をおえる通学科の他、通信教育コースももち、毎月あわせて300名近くが修了していく。70年の開校以来、修了者はのべ通学5千人、通信教育約2万人に及んで⁽⁴⁹⁾いる。同学院においても就職あっせんや開業の指導に努めており、「独立開業した修了生既に6千名」と公称している。

これらの写植オペレーター養成機関が、「不況と就職難の時代の将来性ある専門職種」、「だれでも習える、自宅でも出来る」といったキャッチフレーズで、さらに多くの人々をひきつけ、養成し、オペレーターとして「供給」していく可能性は大きい。それらの者のうち少なからぬ数が、写植専業者として独立開業し続けていることも確認⁽⁵⁰⁾できる。しかも、写植業の持つイメージは、「零細家内工業」といった姿とかけ離れ、デザイナーやイラストレーター、カメラマンなどに一脈通じる「都会派専門職業人」的でさえある。些細なことのようにであるが、例えば、写植専業経営の社名としては、「〇〇企画」「〇〇工芸」「スタジオ〇〇」など、「一味違った」ネーミングが少なくないのである。こうした意識志向も、写植業零細経営の新規開業・「供給」を強めさせると言えよう。

4. 写植機メーカーの販売努力と写植機・写植業経営の激増

先述のように、今日3社のみの寡占状況にある写植機メーカーは、価格面では協調的行動をとりながらも、販売促進のために、オペレーター無料養成をはじめとする様々な手段をとっている。写植機の販売については殆んどの場合直販方式をとり、24ないし36ヶ月の分割払とし、むしろ即金払を好まない。これは販売価格の値引・値崩れを防ぐとともに、ユーザーとの長期的つながりを確保し、文字盤、副資材、さらに更新写植機などの販売体制を固めていく志向から由来すると思われる。各メーカーごとに文字盤や文字の規格が異なっており、モリサワの写植機に写研の文字盤を使用するといったことは原則的に不可能である。それ故各メーカーは、機械ユーザーの新規獲得・市場拡大に⁽⁵¹⁾非常に努力を払ってきているのである。

注(48) 『日経ビジネス』78年7月31日号、pp. 93~94、による。

(49) 日研学院の話による。

(50) けれども、現実には、ここでは前述のように経験的熟練の方が重要で、技能習得上教育を受けた者と独学ないし“OJT”を経た者に、大差はないと思われる。

(51) 写植機メーカーは同時に写植書体の開発者・版權所有者であって、ユーザーへの自社の書体の普及にも努めており、近年書体指定で写植発注される仕事も増えていると言われる。

こうした写植機メーカーの販売努力が、写植機販売台数の急増、写植オペレーターの増加、ひいては写植専門家の増加に大いに寄与していることは間違いない。75年度中の写植機総生産台数は約4,050台と言われる⁽⁵²⁾。80年現在全国で使用されている写植機総台数は、約5万台とメーカー側より推定されている⁽⁵³⁾。これらのうちには、もちろん印刷業経営の内部で用いられ、写植オペレーター雇員が充当されている場合もある。また、写真製版業者が写植部門を兼業している場合も含まれる。しかし、前者に該当する印刷業保有写植機は約1万台余と推定しうる⁽⁵⁴⁾。また、後者の場合については、写真製版業を写植専門家から区別し、さらに細分することに統計上の困難はあるが、全日本写真製版工業組合連合会の調査結果から推定すると、写真凸版業、写真平版（プロセス製版）業あわせて、約2,000台余を保有していると推定できる⁽⁵⁵⁾。従って、残りの台数の殆んど⁽⁵⁶⁾、3万台近くが写植専門家によって保有・使用されているとみてよいであろう。このことは、少なくとも、昭和50年代までの写植機メーカーの写植機販売がいかに多くの写植専門家を増やしてきたか、逆にみれば、写植専門経営の存在・増加が、写植機メーカーの成長にいかにかかわってきたか、ということを支づける。また、これらの数字から、写植業経営1件当りの保有写植機台数が少なく（港区調査においては、平均3.5台、1～9人規模経営では2～3台であった）、経営規模が零細であることも推定できるのである。

V 都心部写植業小零細経営の存立形態と特質

1. 売上と経営構造

独立開業した写植業小零細経営の売上（工賃収入）、業主所得の状況は、どのようなものであろうか。

先述のように、写植業では、費用の7割を労働費用で占める。小零細経営では管理費営業費等も直接費用に入りこむので、この比率はさらに高い。一方、原材料費等は1割以下にしかならない。償却費も5%程度である。

立地条件による費用の差は、主に作業場・事務所賃借料の上にあられるはずである。しかしながら、調査した都心部写植業の場合、第6表のように、賃借料は平均して6%前後であり、決して

注(52) 日本写真製版工業組合連合会『活路開拓調査指導事業報告書』80年、p. 107。

(53) (株)写研の推定による。

(54) 全日本印刷工業組合連合会の組合員保有が推定約7千台、日本軽印刷工業会の会員保有が約3千台、とみられる。いずれにも属さぬ印刷業の分を加えても、1万台を大きく超えないと考えられる。

(55) 「事業所統計」にあげられている全国写真製版業約3,000事業所中3分の2が写真凸版および写真平版業であるとして、両者の比率を1:2とみる。日写工連の調査結果より、各々の写植機保有台数の平均値を、前者1.7台、後0.7台として、単純推計すれば、各計、約1,100台、約900台となる。日写工連、前掲『経営実態調査報告書 昭和53年度』、参照。

(56) この他、出版社、広告業（広告代理店、広告製作業）、デザイン業などが、写植機を保有・使用している場合も考えられるが、数は僅少であるとみなせよう。

大都市小零細工業簇生の一検討

高い比率を占めているとは言えなかった。実額にすると、およそ年間50～150万円、雇用者を5,6人抱えた経営でも、多くて360万円、決して少なくはないが、一応それに見合う売上高がえられているものと言える。

第6表 写植業の売上高構成事例 (千円) (いずれも概算・推定を含むので
数値の信頼度は十分ではない)

	業主+α規模			写植オペレーターを雇用		
	事例 I	II	III	IV	V	VI
年間売上	4,900 (100.0%)	7,830 (100.0)	10,000 (100.0)	26,000 (100.0)	30,000 (100.0)	65,000 (100.0)
純収入 (または利益+役員給与)	3,000 (61.2)	3,620 (46.2)	4,600 (46.0)	6,000 (23.1)	3,900 (13.0)	4,500 (6.9)
うち諸経費原価	1,900 (38.8)	4,210 (53.8)	5,400 (54.0)	※※ 20,000 (76.9)	26,100 (87.0)	60,500 (93.1)
うち人件費	— (—)	1,280 (16.3)	2,000 (20.0)	18,200 (70.0)	15,600 (52.0)	21,100 (32.5)
うち外注工賃支払	— (—)	1,220 (15.6)	※ 0 (0.0)	— (—)	— (—)	29,000 (44.6)
うち賃借料	550 (11.2)	670 (8.6)	1,440 (14.4)	1,920 (7.4)	840 (2.8)	3,600 (5.5)

※ 外注支払は少額あるとのこと。

※※ この計算では人件費+外注支払が上まわるが、詳細は不明。

出所：聞きとりによる。

都心部でも「裏通り」の木造貸事務所の一室を借りると、およそ1坪1万円の賃借料が相場⁽⁷⁹⁾年現在)と言われる。写植業はあまり広いスペースを必要としないし、委託加工をしている限り、「表通り」で営業する必要もない。さらに重要なことは、「地域によって工賃の差が非常に大きい」、また「家賃の高いところはそれだけ値のいい仕事とれ、売上が大きい」と言われている事情である。⁽⁵⁸⁾

工賃単価の地域格差を比較検討する資料は乏しい。しかし、工賃格差は3倍にも及ぶとの認識もある。調査したところでは、都心部の場合、時間当り工賃で、端物が2,500～4,000円、頁物で2,000円前後、ところが地方へ行くと、1,000円以下が普通と言う。後述するように、仕事の性質などによる差も大きいので、一概には言えないが、都心に向けての工賃階層があることは間違いのないようである。⁽⁵⁹⁾従って、「高地価」の都心部にあって、写植業零細経営の存立する可能性はあるのである。

2. 都心需要における受注行動

工賃の地域格差は、必ずしも同一種類の仕事についてではなく、むしろ仕事の特性に応じたもの、

注(57) 調査した都心部の小零細経営の場合、事業所面積は平均 34.5m²、従業者1～2名の経営では 17m²であった。建物の種類は、港区調査の回答からみると、大半が木造ないしビルの貸事務所建物である。

(58) 業者の話による。

(59) 東京郊外で営業する業者Ⅰの話による。

と考えられる。

地方・大都市近郊の写植業は、需要の絶対量が少ないこともあって、仕事について「選り好み」⁽⁶⁰⁾はできないと言われる。むしろ地方では「(写植) 専業では生きられない」との説もある。地方では、地元印刷業者、官公庁からの直接発注、それに都心の印刷業や写植業からの「下請」的発注⁽⁶¹⁾などの仕事⁽⁶¹⁾が主で、買物端物といった区別もし難いと言えよう。

これに対し、都心部写植業の場合、一種の仕事の選択行動がみられた(第7表参照)。簡単に言えば、広告等の「商業印刷物」関係の端物仕事を主体とし、これを発注者(ユーザー、クライアントや⁽⁶²⁾広告業者)から直接受注、複数の主受注先を近接地域に確保していく、という形態である。⁽⁶²⁾しかも、こうした対応は、業主労働を主体とした零細経営に顕著である。なぜならば、その仕事では、専門性・熟練性が要求され、しかも受注それぞれは不定期かつ短納期の色彩が濃く、またそれ故にこそ、需要家と写植業作業場の近接、密な情報交換・連絡が必要だからである。こうした仕事には、雇用⁽⁶³⁾オペレーター中心の経営は受注の安定確保が優先する故、不向きと言える。

先に指摘したように、こうした性質の需要集中が、都心部印刷需要の特徴となってきた。また、こうした仕事は、細かいレイアウト計算などに時間と慣れを要する上、急ぎの仕事にともなう⁽⁶⁴⁾割増などがつきものであるから、時間当たり工賃単価は相当高くなる。都心部写植業経営としてはまた、印刷業の「下請」で受注するよりも、ユーザー直結の方が2割は高い工賃がとれるし、安値の⁽⁶⁵⁾仕事を強制されない、という考え方から、「脱下請」志向をしているのである。

3. 写植業の零細性・「自己雇用」性

都心部写植業零細経営のこうした受注行動は、一面では業主の技能特性・熟練性の活用であり、また万能型写植機⁽⁶⁶⁾の活用でもあり、他面極端な短納期に追われる業主の不規則・長時間勞

注(60) 前掲、座談会「これからの写植業界はどうあるべきか」p. 12.

(61) 地方の業者の指摘する事実として、「(官公庁、銀行、デパート、スーパーなどに)得意先が限られ、仕事の単位が小さい」(仙台市)、「端物が主で、よろず屋的に何でもやるという形」(長野市)が特徴であるという。長野では、東京からの買物発注や、東京にいたオペレーターがUターンして開業するなどの動きもあるという。「地方の写植・版下業」『写植タイムス』80年11月1日号。一般に、東京のマーケットの大きさは、地方の写植業者から羨望されており、地方写植業の今後の課題として、「印刷・製版業者の下請脱出」「ユーザーとの直接営業交渉」(富山県)、「高級買物、端物への重点化」(名古屋市)といった点が、地方の業者組織からあげられている。「80年代写植業界・確かな歩み探る」『写植タイムス』80年2月1日号。

(62) 詳しくは、拙稿、前掲「印刷・印刷関連業」pp. 228~234、参照。

(63) 実際に、雇用者10人を擁するGの例では、受注安定化のため、印刷業からの買物受注を主な仕事としている。

(64) 急ぎの仕事を割込みでうける場合、2~3倍までの工賃割増があるという。

(65) それが印刷業の「下請」を脱しても、需要家企業や広告業者からの「脱下請」を意味するとは限らないことは、言うまでもないことである。

(66) 一般的に、端物向の仕事は、文字の大きさ、書体、組み体裁等が多種多様のうえ、打った文字の貼込みも多いので、万能型写植機が適していると言われる。買物の場合は、組み方・書体等が決まっているから、専用機や電算写植機等が用いられる傾向にある。日写工連、前掲『活路開拓調査指導事業報告書』p. 107。

第7表 調査写植業等の取引・受注の変化と現況

	開業時の受注先業種	現 在 の 受 注 先				主な受注仕事の特性				
		受注先社数		第一位受注先企業						
		内 訳	業 種	従業者規模	所在地					
A	{ ユーザー 一般印刷業 一般印刷業	1 (1) ()は常時受注先	広告業	広告業	300人~	中央区	100%	取引年数	4年	広告
B	{ 一般印刷業 一般印刷業	1 (1)	一般印刷業	一般印刷業	100~ 299人	港区	100%		10年 (創業以来)	広告 (頁物も)
C	広告業	15 (10)	広告業	広告業	50~99人	港区	30%		7年 (創業以来)	広告
D	{ ユーザー (民間企業)	100 (30)	{ 出版業 広告業 その他ユーザー	出版業	300人~	港区	23%		?	広告
E	{ 軽印刷業 出版業	9 (9)	{ 軽印刷業 出版業 その他ユーザー	出版業	~19人	港区	80%		2年	頁物 注1)
F	一般印刷業	10 (3)	{ 一般印刷業 出版業	出版業	300人~	港区	35%		0.5年	広告
G	{ 一般印刷業 製版業	30 (20)	{ 一般印刷業 製版業	一般印刷業	100~ 299人	港区	10%		10年	頁物
H (文京区)	{ 一般印刷業 出版業	30 (30)	{ 一般印刷業 出版業	一般印刷業	50~99人	千代田区	20%		?	広告・端物 (頁物も)
※J (専業タイピスト)	{ ユーザー (民間企業)	50 (10)	{ その他ユーザー 写植同業	その他ユーザー (旅行社)	300人~	千代田区	60%		5年	頁物 (資料等の印刷版下)

注1) 雑誌出版の編集、写植、印刷・製本(外注)を包括請負。

出所: 聞とりによる。

働と、受注・仕事量の不安定性、という事態も招く。少数雇用者を擁していても、業主は直接作業に従事しながら、11～12時間は毎日働いている。業主のみの経営では、月の5分の1は徹夜作業という。夕刻持ちこんで翌朝打上げ・納入などという例も珍しくない。雑誌頁物などの仕事と異なっていて、年間、月間の仕事の波が激しく、それを印刷業者を介することで軟らげることもできないのである。つまり、こうした言わば「末端的弾力性」というものの発揮に耐えてこそ、都心部で存立し、高地価のもとでの相対的高工賃収入を実現しうるということである。

しかし、そのため、オペレーターを雇用して規模拡大する可能性はきわめて乏しくなる。写植業が労働集約的で、分業にもとづく協業の利益も図り難い上に、規模拡大すればこうした受注形態では経営を存続し難くなり、しかも作業場スペースは拡大するからである。それでは、こうした存立形態によって都心部の写植業零細経営が、相当の高収入高所得をえているのかと言え、第6表および第8表にみるように、業主の所得はせいぜい年間300～450万円程度であって、家族労働賃を含めても、さして多いとは言えない。企業純利益と役員給与あわせて約600万円をえている例は、

第8表 写植業零細経営の原価構成例（昭和53年度）

	年 額 (円)	売上高構成比	
総売上	7,826,000	100.0%	
差引原価	204,000	2.6	
諸経費	2,719,000	34.7	
外注支払	1,220,000	15.6	
減価償却	330,000	4.2	※写植機購入月賦支払含
利子支払	600,000	7.7	※住宅ローン返済中事業用面積分含
地代支払	72,000	0.9	
水光熱費	130,000	1.7	
公租公課	20,000	0.3	
その他	347,000	4.4	
差引金額	4,903,000	62.7	
専従者給与	1,280,000	16.4	
申告所得	3,623,000	46.3	

出所：聞きとりによる。

印刷業「下請」的地位を脱し、有力ユーザーからの発注をとるようになったものであるが、この例でも、従業員の残業ではこなせない仕事量を、業主自身の長時間作業によって消化している。⁽⁶⁷⁾

印刷労働者・写植オペレーターの賃金実態に比べ、こうした稼得は割が悪いものではない。しかしそれは、大雑把にみて、印刷大手企業労働者並みにとどまる。それが著しい長時間労働や肉体的酷使に⁽⁶⁸⁾支えられているだけでなく、自明のことであるが、自営業主の生活保障は乏しいのである。従って、彼等の意識として、この仕事を始めて「良かったか」と問われれば、「勤めているよりは

注(67) この例では、業主の妻が自宅で経理事務をしているが、これは無給である。

(68) 夜業が続くと、自宅へ帰る交通の便に困まるとの話もある。また、室内で座ったままの作業を続けていると、「足が萎えてしまう」との声もあった。

良かった」と答えるものの、「思っていたほどではない」と考えているし、事業ならびに自身の将来については、殆んど計画を持っていない状況⁽⁶⁹⁾にある。ましてや、企業としての「蓄積」を図る可能性は乏しいのである。

Ⅵ まとめ——存立条件とその変動、対応の可能性

今までみてきたように、①技術的には、印刷オフセット化と、比較的廉価かつ操作容易な写真植字の開発・普及。②需要上は、全般的な印刷需要の増加、とりわけ巨大都市東京における「多品種少量」品的需要の、企業の販売促進活動・業務活動にともなう集中的増加、ならびに印刷における工程の垂直的分割と、印刷業中小企業の外注化政策・印刷産業の「地域生産集団」化。③供給上は、規模別労働条件格差に規定された、中小企業従業員の根強い独立開業志向、機械メーカーなどの活発な販売努力による「技能習得機会」の多さ、開業可能性の多さ。こうした事情を要因として、写植業という新しい形態での「末端加工業」零細経営が大量に生まれ、しかも東京都心部に集中してきているのである。こうした存在も、需要の構造および技能特性はどうあれ、基本的に零細賃加工業者であり、またそれゆえの問題性を免れることはできない。むしろ、零細であり、業主労働依存であるという特性を生かして、都心部に存立し、受注面などに対応を図っているものと言える。

対応の可能性としてはこの他、規模拡大を除けば、①外注（再下請）拡大・依存、②同業者間協調による仕事の融通＝「仲間取引」化、③他部門への進出・多角化、という方向も考えられる。しかし、①については、現在のところ零細経営の対応策とはなっていない⁽⁷⁰⁾。先述のように、中規模以上の写植業者などが、地方の写植専業・半専業者を大量に組織している例もあるが、零細経営では下請管理力も乏しいし、都心部での需要急増に対し業者が「供給不足」であったため、専属下請を確保しておくことはできなかったという。②については同業者の地域的集中からみて、十分可能性はありそうであるが、これも必ずしも成立していない。受注や仕事の特性の違い、受注集中期の一致などの点が指摘できるが、やはり基本的に、そうした対応を必要とする以上の需要の伸長が、これまでではあった、ということであろう。③については、印刷産業全般の構造変化や需要動向推移によって、従来印刷業者が内製ないしは別個に専業者に外注していた、デザイン、版下、フィニッシュ

注(69) 一般に眼の酷使が激しいので、40歳をすぎると仕事は無理とも言われ、順調に経営しているながら転業を考えている例もある。また、77年港区調査の回答例についてその後調査したところ、業主高齢化と仕事の減少で、廃業したものもあった。

(70) 港区調査では、写植業全体の3分の1、うち1～4人規模の約半数は、「外注（下請等）先」をもたなかった。もっていてもトレース、版下など、他の作業を外注している場合が多い。

(71) 東京南部機械加工業などにみられる「仲間」集団とは、私見では所詮、需要の停滞と主発注工場の転出という事態の反映という面をもつと言えるのではないかとみる。渡辺幸男「大都市における機械工業零細経営の機能と存立基盤」『三田学会雑誌』第72巻2号、79年、も参照。

、トレース、さらには写真製版などの作業に、写植業が手を広げる可能性⁽⁷²⁾はある。当然その方が工賃単価は高い。問題は、技能養成および技能者確保、既存業者との競合であろう。

写植業においては、頁物などの大量組版には電算写植機の導入、低品質組版については和文タイプ、とりわけ「タイプレス」⁽⁷³⁾の普及、という脅威がある。技能・熟練を生かした端物分野でも、マイコン組込の半自動・自動機の開発によって、割付計算などがきわめて容易になり、一挙に不熟練者の担当作業に代替される恐れも出ている。つまり、きわめて労働集約的でありかつ専門性・技能性の高かったこの職種の専業経営の存立が、技術進歩と低賃金女子労働力ないしは内職家内労働への代替⁽⁷⁴⁾によって、過渡的な現象に終わる可能性もない訳ではない。しかし、今のところは、需要の伸びと、需要の多様性細分性に支えられ、「都心的需要」の特質に応じ、一面「過当競争と低工賃」を嘆きながらも、写植業小零細経営の都心立地存立と増加が続いていると言えよう。

このように、短期的ないし長期的な問題性と変動可能性を不可避的にはらんで、都心部のあらたな形態での小零細工業経営の存在があることを、見過ごしてはならないのである。

（駒澤大学経済学部専任講師）

注(72) そうした作業を既に手がけたり、或いは計画している例も少なくない。写植養成校日研学院でも、新たにフィニッシュ・デザイン、エアブラシ、後述のタイプレスなどの習得科を設けている。

(73) タイプレスは、(株)モトヤの開発の電動タイプ機で、活字形状等の改良により、打上りが大幅に改善された。

(74) 電算写植のテーブパンチキーボードのみを貸出し、家庭内職主婦にパンチさせる例が激増していると言われる。全印総連の話による。また、最近のいわゆる「オフィス・オートメーション」化の進展による、ワードプロセッサなどの普及が、需要家側の発注行動の今後に重大な変化をもたらす可能性はある。しかしその場合も、むしろあらたな形態の零細経営の簇生とこれへの「業務外注」を招くもの、と、筆者は予想する。