

自治体中小企業政策と地域貢献

本 多 哲 夫

〈抄 録〉

近年、自治体が主体的に中小企業政策を実施すべきとの主張が多くみられる。中小企業は地域に根付く企業であるため、地域の発展は中小企業の発展と密接に関わっている。したがって、地域の発展に責任を負っている自治体が中小企業に対する政策を能動的に行っていくことが求められている。従来、自治体の中小企業政策は、中小企業の収益の増大に直接結びつけるための経営支援、金融支援、技術支援、国際化支援等が中心であり、自治体中小企業政策の研究はこれらの支援の強化に焦点を当てていた。一方、近年、中小企業の地域貢献を促すための自治体の取り組みがみられはじめているが、これについて論じる研究はほぼない。自治体中小企業政策は地域の発展が大きな目的であることを踏まえると、中小企業の地域経済や地域社会への貢献活動を促進させるという取り組みも、その範疇に入ると考えられる。本稿では、こうした問題意識から、中小企業の地域貢献を促進させるための自治体の政策に注目し、その特徴について検討する。

1. はじめに

経済のグローバル化や少子高齢化などの環境変化によって地域経済・社会の不安定化が進むなかで、地域に身近な政府である自治体の役割が重視され、自治体がより積極的に地域発展のための政策を実施することが求められている。中小企業政策においても自治体の役割は高まっている。1999年の中小企業基本法の改定で自治体の役割を重視する方向が打ち出されたことに、その潮流が端的にあらわれている¹⁾。

自治体が独自の中小企業政策を展開するという動きは、東京都の墨田区や大田区などの事例²⁾が有名であるように、以前から中小企業集積地域を中心にみられてきたが、とくに、2000年代に入ってから各地に広がってきた。東大阪市の技術交流プラザ、八尾市での中小企業サポートセンター、大阪市での大阪産業創造館、川崎市での出張キャラバン隊、富士市でのf-Bizなど、各自治体が独自の支援の形を打ち出してきた³⁾。

本多 哲夫（ほんだ てつお）、大阪市立大学商学部教授

- 1) 旧基本法（1963年制定）では地方公共団体は「国の施策に準じて施策を講ずる」（第四条）と規定されていたが、新基本法（1999年改定）では「国との適切な役割分担を踏まえて、・・・施策を策定し、及び実施する責務を有する」（第六条）という規定に変わった。
- 2) 墨田区では1977年に区職員が自ら訪問調査を行った中小製造業基本実態調査、79年の中小企業振興基本条例制定、80年の墨田区産業振興会議設立、85年から始まった3M運動（小さな博物館運動・マイスター運動・モデルショップ運動）などが有名である（関、1995；吉田、1996）。大田区では85年に全工場アンケート調査を実施し、95年に大田区産業のまちづくり条例の制定を行った（今井、1996；植田、2007）。
- 3) 東大阪市と八尾市の事例については植田（2007）、大阪市の事例については本多（2015）、川崎市の事例については藤沢（2014）、富士市の事例については東洋経済 ONLINE「富士市の産業支援に全国から視察が来るワケ」（<https://toyokeizai.net/articles/-/111328>、2018年6月28日閲覧）を参照。

このことは、中小企業振興基本条例の制定の動きにも示されている。中小企業振興基本条例は自治体の中小企業政策の理念や体系を自治体が独自に定めるものであり、1979年に墨田区が制定したことに端を発して、各地の自治体が自主的に制定に取り組むようになった。市区町村における制定状況をみると、1999年までの約20年間でわずか9自治体での制定にとどまっていたが、2000年から2010年までの約10年間で49自治体が制定している。さらにその後も急速に増加し続けており、2011年から2018年5月2日までで231もの自治体が制定を行っている⁴⁾。

以上のように、近年、自治体が積極的に中小企業政策を展開しようとする傾向がみられている。その動きのなかで、中小企業の地域貢献の機能に着目し、これを促進させていこうとする自治体の取り組みが生み出されつつある。例えば、和光市は2010年に「企業市民認定制度」を制定し、地域社会に貢献する事業所を企業市民として認定し、市による広報や入札での加点などを行っている（足立編、2013）。横浜市は2007年に「横浜型地域貢献企業支援事業」を立ち上げ、地域貢献を積極的に行っている地元企業への支援を実施している（影山、2009）。宇都宮市は2008年に、さいたま市は2012年に地元企業のCSR活動の認証制度を創設しているという（松井、2014）。また、大阪市の東成区は2011年から「わが町工場見てみ隊」、港区は2013年から「港区WORKS探検団」という子供と親の地元企業見学イベントを実施し、大正区は2013年から地元中小製造業を中心とした交流イベント「大正ものづくりフェスタ」などを開催している（本多、2016；本多、2017）。こうした取り組み

みは、まだ一部の自治体にとどまっているものの、自治体中小企業政策の新たな形として注目される。そこで、以下では、中小企業の地域貢献を促進させる自治体中小企業政策について論じていく。具体的には、続く第2節で自治体中小企業政策と中小企業のCSRに関する先行研究をレビューし、中小企業の地域貢献を促進させる自治体中小企業政策の研究上の意義について確認する。第3節では横浜市と大阪市大正区の政策事例を考察し、第4節でその特徴や政策的示唆について検討する。

2. 自治体中小企業政策と中小企業CSRの先行研究

自治体が積極的に中小企業政策を実施していくことの重要性を指摘する研究は、山本（1977）や黒瀬（1982）など以前にもあったが、上述のような自治体中小企業政策の活発化の動きに呼応して、2000年前後から増加している（伊藤、1997；河藤、2008；植田・立見編、2009；川名、2012；本多、2013；近藤・中村、2014；田中・本多編、2014；岡室・西村、2017など）。なかでも「地域産業政策」の研究が目立って増えている。この研究で共通しているのは、中小企業が地域経済と地域社会に貢献する存在であることが重視されていることである。その意味では、自治体による中小企業政策が地域経済面だけでなく地域社会面にも関わる政策であることが示唆されているといえる。

例えば、伊藤（1997）では、「地域の中小企業は、生産・販売面、雇用面といった経済的側面において地域経済の中核的な役割を果たしているが、地域における社会・文化面でもさまざま

4) 中小企業家同友会全国協議会資料を参照。

な活動を行う企業が増えており、地域コミュニティの形成、地域文化活動への参加と支援などで地域への貢献を行う動きがみられる」(220ページ)と指摘している。そして、経営資源の制約などで中小企業は企画開発力や技術開発力を単独で向上することが難しいため、「地域中小企業の支援と育成を行う地方自治体の提供する政策が要請される」(223-224ページ)と述べている。また、植田・立見編(2009)では、「今日地域に求められる地域産業政策は、『生産と生活の公共空間』としての地域を強く意識し、地域に関わるさまざまな領域と密接に関連するものでなければならない」(33ページ)と指摘しており、自治体中小企業政策が地域経済と地域社会の維持・発展を意識すべきことが示唆されている。

しかし、自治体中小企業政策に関するこれらの先行研究では、あくまで中小企業の収益の増大に直接結びつけるための経営支援、金融支援、技術支援、国際化支援等の既存の支援策に焦点が当てられている。したがって、これらの先行研究では、中小企業の地域貢献を促進させるための自治体中小企業政策については論じられてこなかった。中小企業が地域の発展と不可分なものであり、自治体中小企業政策が地域発展のための政策であるのであれば、中小企業の地域経済や地域社会に対する貢献活動を促進させるという自治体の取り組みも、自治体中小企業政策研究として論じる必要があるのではないだろうか。

他方、近年、中小企業のCSRに関する研究についても増加する傾向がみられる(寺岡, 2008; 古川, 2008; 三井・堀, 2008; 太田, 2009; 日本政策金融公庫総合研究所, 2009; 商工総合研究所編, 2013; 足立編, 2013; 許, 2015; 池田,

2018など)。これらの研究においても、中小企業と地域との関わり方の強さを指摘しており、中小企業が地域貢献の志向を有することを企業事例などを通して示している。例えば、商工総合研究所編(2013)ではアンケート調査とヒアリング調査の結果から、中小企業は社是・社訓・経営理念にもとづいて地域社会への貢献を中心としたCSRに取り組んでいると指摘し、次のように述べている。「特に、地域社会への貢献で顕著であるが、CSRは経営理念等にそもそも内包されており、取り組むのが当然との意識・信条が経営者と企業内部に埋め込まれている」(89ページ)。また、太田(2009)では、中小企業は「種々の制約から思い切って、地域を中心としたCSRへと特化すべきであろう。中小企業にあっては、従業員も顧客も地域とのかかわりが強いのが一般的である」(157ページ)と述べている。

これらのCSR研究で政策について触れられている先行研究もある。例えば、三井・堀(2008)、足立編(2013)、商工総合研究所編(2013)ではEUなどのCSR政策について紹介されている。しかし、政策について中心的に論じる研究はまだ少ないという現状にある。とくに、自治体の政策については、研究蓄積がほとんどない状況である。影山(2009)で横浜市の横浜型地域貢献企業支援事業の経緯や特徴を詳細に説明しているが、そのほかは、池田(2018)で大阪府の公民戦略連携デスクを紹介したり、足立編(2013)で和光市の企業市民認定制度について触れられたりという程度である。

中小企業の地域貢献を促進させるうえで、中小企業の現場に近い自治体が何かしらの取り組みを行っていくことは有用であると思われる。実際にこうした取り組みが行われて始められて

いるにも関わらず、その実態に注目する研究は不足しているといえる。

なお、日本政策金融公庫総合研究所（2009）では国民生活金融公庫（現日本政策金融公庫）が中小企業に対して実施した「地域貢献に関するアンケート」（2008年実施、回答数3,065社、回答企業の90.5%が従業者数20人未満）の結果について分析しており、これによると、地域貢献活動に企業として取り組んでいると回答した割合は全体の44.6%であった（15-16ページ）。一方で、今後、地域貢献に取り組んでみたいかという設問に対して、「できるだけ取り組んでみたい」と「機会が与えられれば取り組んでみたい」と回答した割合の合計が79.8%にもなったことが示されている（128ページ）。この2つの回答の割合にこれだけのギャップがあるということは、地域貢献意欲を有しているものの、どのように取り組んでよいかわからない、何かしらの機会があれば地域貢献に取り組んでみたいという中小企業が多いことを意味していると考えられる。こうした状況を踏まえると、同じ地域社会を担う主体である自治体の積極的な関与によって、中小企業による地域貢献活動が促進される可能性があるといえる。

以上のような問題意識から、次節以降、中小企業の地域貢献を促進させる自治体の取り組みについて、横浜市と大阪市大正区の事例をもとに考察していく。

3. 地域貢献活動を促進させる自治体中小企業政策

3.1 横浜型地域貢献企業認定制度

横浜市では2007年度から横浜型地域貢献企業認定制度を実施している⁵⁾。これは、市民の雇用や市内企業との取引を積極的に行うとともに環境保全や地域ボランティア等の社会的活動に取り組んでいる企業を「横浜型地域貢献企業」として認定するという事業である。横浜市経済局の政策であり、（公財）横浜企業経営支援財団が事業運営を行っている。

この認定には、横浜市内で3年以上継続して事業を営んでいる等の条件を満たす企業が応募することができる。応募後、評価員による外部評価、認定委員会による審査を経て、認定が行われる。認定期間は2年間で、その後も認定を維持する場合は更新のための審査を受ける必要がある。認定はかつて有料であったが、現在は無料となっている。

認定企業は横浜型地域貢献企業の認定マークを使用することができる。また、（公財）横浜企業経営支援財団や横浜市によるウェブサイト等での企業PR、経営革新に向けた専門家派遣制度「経営コンサルティングメニュー」の利用料の一部優遇、認定企業を対象としたセミナーや交流会への参加、融資制度「よこはまプラス資金（公的事業タイアップ）」の利用、横浜市の公共工事の入札に關しての優遇など、様々なメリットが用意されている。

認定に際して大きく次の2つの評価が行われる。1つはシステム評価である。これは地域貢献活動に継続的に取り組むための経営システム

5) 以下に記述している本制度の内容については、（公財）横浜企業経営支援財団のパンフレット「横浜型地域貢献企業認定制度のご案内」や資料「横浜型地域貢献企業認定制度説明会（平成29年度）」を参照した。

表 1 横浜型地域貢献企業認定制度における地域性評価項目

	項目	取組内容例
必 須	①コンプライアンス	法令遵守宣誓書、納税証明書、許認可
重 要 ^{注1)}	②地域社会貢献	地域ボランティア、文化事業への積極的な参加等
	③地元活用・志向	取引先を地元企業から優先的選定、地元ブランドの販売等
	④雇用 ^{注2)}	女性の社会的進出の促進（よこはまグッドバランス賞認定など）、出産育児サポート、介護サポート制度、高齢者・障害者積極雇用等
	⑤環境	認証取得（ISO など）、地域環境活動参加、リサイクル等
	⑥品質	認証取得（ISO など）、高齢者対応製品、健康に配慮した製品等
一 般	⑦財務・業績	黒字決算、出納と帳簿作成の分離、会計参与の設置等
	⑧労働安全衛生	認証取得（OHSAS など）、健康・労務相談窓口の設置等
	⑨消費者・顧客対応	顧客対応窓口の設置、顧客対応の教育・訓練制度等
	⑩情報セキュリティ	P マーク取得、厳重な文書・データ管理、顧客情報管理等

注 1) 「重要」項目のうち、②地域社会貢献、③地元活用・志向のいずれか 1 項目は必ず取り組む必要（選択必須）がある。
ただし、「最上位認定」には②地域社会貢献、③地元活用・志向は両項目必須。

注 2) ステークホルダーである従業員の 50%が市内在住かなどの地域性基準を満たす必要がある。

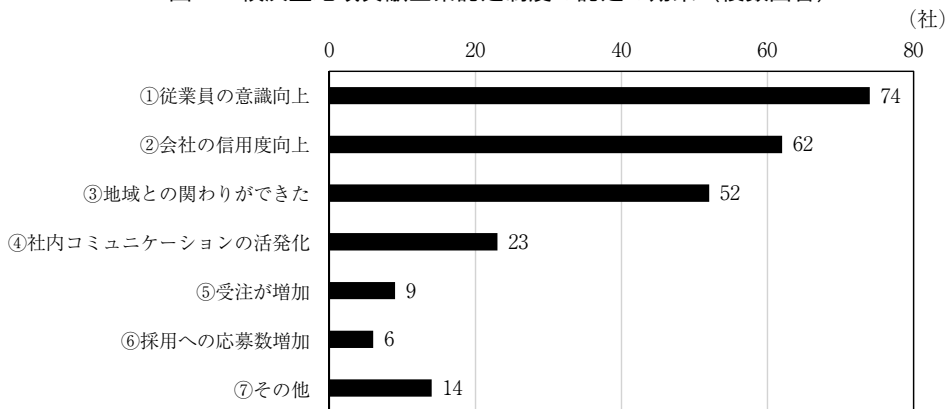
出所) 横浜企業経営支援財団パンフレット「横浜型地域貢献企業認定制度のご案内」より筆者作成。

（Plan → Do → Check → Action の仕組み）が構築されているかどうかの評価となる。主な評価項目には、「地域や社会への視点を組み込んだ経営理念の策定、周知状況」「地域や社会を意識した事業活動に取り組む組織体制の構築状況」「従業員の意識啓発、人材育成の実施状況」「社内ルール、手順書の作成、周知状況」などがある。

もう 1 つは、地域性評価である。これは地域貢献活動への取り組み状況についての評価であり、表 1 に示される項目によって評価される。企業規模によって認定のために必要な取組項目数は変わる。また、認定ランクが上位認定と最上位認定の 2 段階に分かれており、それぞれのランクに応じた取組項目数が設定されている。例えば、上位認定の場合は、「地域社会貢献」と「地元活用・志向」のいずれか 1 項目は必ず取り組む必要がある（選択必須）とされているが、最上位認定の場合は、両項目とも必須項目となっている。

認定企業数は 2017 年 10 月 1 日時点で 453 社である。うち中小企業は 427 社（94.3 %）にのぼる。業種は建設業、製造業、サービス業、小売・卸売業など多種に渡っている。図 1 は 2015 年度に実施された認定企業に対する認定効果についてのアンケート調査結果（123 社の回答結果）である。この結果から、「従業員の意識向上」「会社の信用度向上」「地域との関わりができた」など様々な認定効果があることがわかる。効果について具体的に調査したところ、「CSR マネジメントシステムを構築することで、明文化されていなかった経営理念や社内規定を『見える化』し、従業員が会社の進むべき方向性を共有することができるようになった」「認定を受けることで、地域住民との交流活動などに従業員が自主的に参加する風土が培われ、社員の意識改革につながった」「金融機関や取引先などからの信用度が上がった。また認定企業であることで、新卒採用の募集では安心感を与えることができた」といった回答があったという。

図1 横浜型地域貢献企業認定制度の認定の効果（複数回答）



注）アンケートは2015年度に実施し123社から回答があった。

出所）横浜企業経営支援財団資料「横浜型地域貢献企業認定制度説明会（平成29年度）」より筆者作成。

筆者による（公財）横浜企業経営支援財団への聞き取り調査⁶⁾によると、事業開始以後10年間でこの認定制度についての認知度や評価は上がっており、応募者も依然として増えているとのことであった。この認定事業は認定の対象として大企業も含まれるが、地元の中小企業の支援という意味合いが強いという。認定は企業においてすでに実施されている地域貢献活動を評価するものであるが、この認定を受けたことで認定企業としての責任感が強まり、例えば、地域の防災マップづくりや地域交流拠点の設置を始めるというケースがみられるとのことであった。

以上のように、横浜型地域貢献企業認定制度は、企業の地域貢献活動の認定を行うことによって、地元中小企業の地域貢献意識とその実際の活動を促進させるという自治体中小企業政策の事例といえる。

3.2 大正区ものづくり企業活性化事業

大阪市大正区では区内製造業に対する区独自の支援事業を2013年度から開始している⁷⁾。この事業は表2に示されているとおり、5段階の計画によって実施されており、企業・住民の地域への愛着の醸成と地域ブランドの形成を図ることを目的としている。本稿では計画2として実施されている「大正ものづくりフェスタ」と「大正オープンファクトリー」の取り組みに焦点を当てる。

「大正ものづくりフェスタ」は区役所、地元中小製造業、地元高校などが連携し、ものづくりの楽しさや魅力について地元の子供たちなど区民に知ってもらおうというイベントであり、2013年度から毎年開催されている。大正区役所4階の区民ホールや区役所前の駐車場を利用して、計測実験やワイヤーロープづくりなどの体験ブース、段ボールアートなどの実演・展示ブー

6) 2017年11月20日に本事業の担当者に対して聞き取りを行った。

7) 以下に記述している本事業の内容については、大正区役所総務課『平成29年度大正区ものづくり企業活性化事業報告（概要）』（2018年）を参照した。

表2 大正区ものづくり企業活性化中期目標と5つの計画

ものづくりのまちとしてのプライドとブランドを高め、企業とまちを活性化	
計画1	区内企業の実態とニーズを把握する
計画2	企業間交流、区民との交流を通じてものづくりのまちとしての一体感と誇りを高める
計画3	ものづくりのまちとしてのブランド力を高め、継続的に情報発信する
計画4	ものづくり人材の育成を通じて区内企業の体力を強化する
計画5	行政との連携と役割分担のもと、ものづくり企業による主体的なまちづくりとビジネス活動を実践する

出所) 大正区役所総務課『平成29年度大正区ものづくり企業活性化事業報告(概要)』(2018年)より筆者作成。

スが複数設けられ、企業セミナー、地元高校生によるバンド演奏、書道パフォーマンスなどが行われている。このため、お祭りのような活気あふれるイベントとなっている。第1回のものづくりフェスタは2013年11月に開催し約700名が来場した。第2回は9月に開催し約800名の来場者数であり、第3回以降は8月に開催され、来場者数が常に1000名を超えるようになった。いずれの回も地元企業約25～40社が参加している。来場者の満足度は非常に高い。例えば、2017年ものづくりフェスタ(第5回)での来場者アンケートをみると、84.6%の来場者が「満足」「大変満足」と回答している(「大変満足」が39.6%、「満足」が45.0%)。

このイベントはものづくりの地元住民へのPRの場であると同時に、ものづくりをテーマとした地元住民の交流・学習の場であるといえる。また、企業にとってはPRにつながるだけでなく、参加企業がチームを組みイベントを作り上げる過程のなかで、参加企業同士の交流、さらには、企業と行政、企業と学生の交流が促進され、多くのプラスの効果を生み出している。参加企業同士で取引に結び付くケースや、地元高校の学生がこのイベントを手伝ったことをきっかけに、参加企業の地元中小企業に興味を持ち、その企業に就職するに至ったというケースなどもみられる。

「大正オープンファクトリー」は区内のものづくり企業への見学と観光スポットめぐりを組み合わせた一般向けのツアーで、2015年度から毎年11月もしくは10月に開催されている。第1回では12コースが用意され、17企業が受け入れを行い、188名が参加した。第2回では12コース、22企業が受け入れ、参加者は196名、第3回は14コース、24企業が受け入れ、参加者は182名であった。第3回は港区にもエリアを拡大し、大正・港オープンファクトリーという名称で開催された。第3回のコース等の概要は表3のとおりである。

1コースにつき2か所の企業に訪問し、企業の歴史や現状について企業の経営者や従業員から直接教えてもらい、多くのコースで作業の体験なども用意されている。そして、企業訪問後には、大正区の名所である渡船場や商店街などの見学を行う。

筆者は第1回から第3回に参加したが、大正ものづくりフェスタが小学生を中心とした子供向けのイベントなのに対して、大正オープンファクトリーは大人向けのイベントという印象であった。もちろん小中学生の参加者もいたが、実際の工場に行って現場でのものづくり体験をしたり、まち歩きをしたりという性格からか、社会人の参加が多く、大人の社会科見学という雰囲気であった。

表3 2017年大正・港オープンファクトリーの実施概要

日 時	2017年10月27日(金)～28日(土) 9:30～12:30, 13:30～16:30		
コ ー ス	全14コース(午前・午後) ※事前申込制で実施		
	27日(金)	午前	Aコース／大阪市港湾局鶴町機械工場→鈴木合金(株)→千歳渡船場
			Bコース／中村工業(株)→(株)大波機械製作所→ヨリドコ大正メイキン(泉尾再生長屋)
			Cコース／(有)大正製作所→太田鉄工(株)→ヨリドコ大正メイキン(泉尾再生長屋)
			Dコース／(株)日本電機研究所→中村工業(株)→ヨリドコ大正メイキン(泉尾再生長屋)
	午後	Eコース／大阪市港湾局鶴町機械工場→福井精機工業(株)→船町渡船場	
		Fコース／(株)池田鉄工所→(株)木幡計器製作所→平尾商店街	
		Gコース／帝国製鋳(株)→中央突堤臨港緑地天保山公園・天保山渡船場	
		Hコース／成光精密(株)→前田機械(株)→大阪屋根工事業協同組合(瓦問屋)	
	28日(土)	午前	Iコース／大阪自動車機工(株)→(有)飛鳥鉄工所→千島団地DIY モデルルーム
Jコース／紀洋木材(株)→WALPA MUSEUM→千島団地DIY モデルルーム			
Kコース／(株)藤井組→(株)手原産業倉庫→平尾商店街			
午後		Lコース／山忠木材(株)→(株)昂→昭和山	
Mコース／大阪市港湾局鶴町機械工場→(株)CROWN→船町渡船場			
Nコース／(有)エーゼット産業→(有)南歯車製作所→TOOP design works			
受入企業	24社		
協 賛	45社		
参 加 者	182名		

出所) 大正区役所総務課『平成29年度大正区ものづくり企業活性化事業報告(概要)』(2018年)より筆者作成。

第3回の参加者アンケート結果をみると、企業イメージが「大変良くなった」が52.3%、「良くなった」が43.2%と、9割以上もの参加者において企業のイメージ向上が図られている。このように、企業PRにつながるとともに、住民の学習、交流、地域への愛着の醸成を促進させる取り組みであり、企業、住民の双方の満足度が高い地域イベントといえる。

筆者による参加企業への聞き取りにおいて、ものづくりフェスタやオープンファクトリーについて次のような声が聞かれた。従業員数26名の金属加工を行っているA社では、ものづくりフェスタの効果について「地域貢献のための活動ではあるが、従業員のモチベーションが向上することや、いままで付き合いのなかった隣近所の企業と知り合いになれて、いろいろな情報

が得られたり協力関係を築けたりという効果も大きい」と指摘していた⁸⁾。また、従業員150名の機械設備の設計製造を行っているB社では、オープンファクトリーでの地元住民の見学受け入れだけでなく、地元小中学校の社会科見学の受け入れも積極的に行っていた。B社では工場見学を受け入れることについて、次のように意見を述べていた。「地元の企業として地域貢献をしなくてはいけないという意識がベースにあるが、自社の従業員の意識向上につながるの大きい。工場内を清掃しなさいと上司から指示しても、やらされ感が強くなり受動的に清掃を行うだけだが、工場見学を受け入れることで従業員が自主的に工場内を清掃するようになった。また、見学を受け入れて現場の従業員たちが作業や設備などの説明に慣れておくこと

8) 2015年5月20日にA社専務に聞き取りを行った。

で、いざお客さんが来ててもすぐにわかりやすく説明することができるので、営業の上でもプラスになる。さらに、地元で育って住んでいる従業員が多いので、地元への貢献を実感できることが従業員たちの喜びとなり、仕事に張り合いが出る⁹⁾」。

以上のように、大正区では地元中小企業と区役所が連携してイベントを行うことで、地元住民の学習や交流を促進させている。しかも、この取り組みは、表2でも示されているように、地域への愛着の醸成と地域ブランドの形成にも寄与するものである。したがって、中小企業の地域貢献を促す政策事例の1つといえる。

4. 新たな自治体中小企業政策の可能性

中小企業が地域貢献意欲を有する背景には、「地域への粘着性」、「職住の近接性」、「人間との一体性」という中小企業の性質があると考えられる（本多，2014）。つまり、企業の規模が小さくなるにつれて、取引の範囲が立地地域を中心に比較的狭い範囲に収まりやすく、立地場所も同じ地域に留まりやすい（地域への粘着性）。また、企業の近隣、あるいは企業と同じ場所に居住するため事業環境と生活環境が同じ地域に重なりやすい（職住の近接性）。経営者や従業員の顔が地域住民から見えやすく、同じ住民として地域から捉えられやすい（人間との一体性）。こうした性質から、地域と利害を共にしやすく、地域貢献活動に関心を持つ（関心を持たざるを得ない）傾向が備わっていると考えられる。

しかし、第2節でみたように、地域貢献意欲を有しつつも、地域貢献を十分に行えていないという企業も多い。人手や資金や時間に余裕が

ないからという理由ももちろんあるだろうが、実は、地域貢献を行う意識があったとしても、どのように関わればよいのかわからないという理由が大きいのではないだろうか。そこで、同じ地域の主体であり、身近な存在である自治体がそうした中小企業の地域貢献を後押しすることが重要となる。

第3節でみた、横浜型地域貢献企業認定制度、大正ものづくりフェスタ、大正オープンファクトリーは、まさにその後押しをしている、つまり、自治体が中小企業の地域貢献のきっかけをつくっているという政策事例であった。そして、実際に多くの中小企業がこの政策を通して地域貢献活動を行っていた。

中小企業の活動を「事業活動」と「社会活動」の大きく2つに分けた場合、従来の自治体中小企業政策は「事業活動」の支援に重きが置かれていた。「社会活動」については、「事業活動」がうまくいったことによって付随的に生じるものと捉えていたといえる。しかし、本稿で取り上げた政策事例は、中小企業の「（地域）社会活動」をダイレクトに支援するものであり、その意味で、従来の発想とは異なる新しい自治体中小企業政策の形といえるのではないだろうか。

この新しい自治体中小企業政策の例として本稿で取り上げたのは、横浜市と大正区という限られた事例ではあるが、これらの事例から次のような特徴を指摘することができる。

第1に、支援形態の多様性である。中小企業の地域貢献を促進させるための手法として、様々な形態があることがわかった。横浜市の事例では「自治体が地域貢献企業の認定を行う」という手法であり、大正区の事例では「自治体

9) 2018年6月21日にB社総務部担当者に聞き取りを行った。

と共に地域貢献イベントを行う」という手法であった。一口に中小企業の地域貢献活動を促進させる政策といっても、自治体によって異なる手法がとられている。しかも、横浜市の事例では、認定のための評価項目には多様な基準が用いられていた。また、認定に伴って、認定マークを付与する、行政関連のウェブサイトに掲載するといった企業 PR の支援があったり、市のコンサルティングサービスの利用料が一部優遇されたり、融資・補助金が利用しやすくなるなどのインセンティブが用意されていたりと、様々なメリットが組み合わされて認定制度が運用されていた。このように、認定のプロセスや運用には多様性があることが示唆されていた。また、大正区の事例においても、ものづくりフェスタでは1つの場所（区役所）に企業と住民が集まってイベントを行う形である一方、オープンファクトリーでは1つの場所ではなく、個々の企業が立地するそれぞれの現場に住民が出向いて見学を行うという形であった。ものづくりフェスタではどちらかというと子供向け、オープンファクトリーではどちらかというと大人向けという違いもみられた。中小企業の地域貢献のためのイベントといっても、いくつかのやり方があるといえる。このように、様々な手法や形態がありうることを事例から読み取ることができる。

第2に、支援主体の多様性である。横浜市の事例では主に事業運営を担っているのは（公財）横浜企業経営支援財団という外郭団体であった。一方、大正区の事例では事業運営を行っているのは大正区役所であった。このように、外郭団体への外注方式をとるのか、行政組織による直営方式をとるのか、という違いがみられた。また、横浜市の事例はこれまで自治体

の中小企業政策を担ってきた商工部局の関連組織が実施しているが、大正区の事例は区役所という商工部局ではない行政組織が実施しているという違いもみられる。大阪市の区は行政区であることから、東京都の特別区でみられるような中小企業政策は区役所レベルではほとんど行われてこなかった。大正区でも、従来、窓口業務でカウンター越しに中小企業と接することはあっても、中小企業の現場に出向き、連携して地域社会づくりの取り組みを行うことは、大正ものづくりフェスタなどの事業を始めるまではほとんどなかった。したがって、大阪市の区役所が中小企業と深い関わりを持ち始めていることは、新しい動きであり、教育、文化、環境、福祉など、部局横断的な自治体中小企業政策の展開の可能性をも示唆する画期的な潮流であるといえる（本多、2016；本多、2017）。このように、様々な支援主体がこの新しい自治体中小企業政策を担える可能性があることを事例は示している。

第3に、中小企業の事業活動の活性化につながっていることである。この政策は中小企業の（地域）社会活動をダイレクトに支援するものではあるが、事例に示されていたとおり、中小企業の事業活性化にも寄与している面が大きい。横浜市の認定制度では、企業の地域志向の CSR がステークホルダーの満足度を上げるとともに、経営システムを質的に向上させることが目指されているため、そもそも事業活動にプラスになることが強く意識されている。また、認定企業の調査結果をみても、従業員の意識向上や企業の信用度の向上など事業活動の活性化に認定制度がつながっていることが示されていた。大正区の事例においても、地元の住民や近隣の企業と接するなかで、従業員のコミュニケーション能力、プレゼンテーション能力、仕事へのモチ

バージョン、プライドが向上しており、採用や新規取引につながったという例までであった。人材や取引に加えて、情報、関係性、評判、ブランドの獲得などにも寄与していることが示唆されていた。このように、従来型の自治体中小企業政策が目的とする「事業活動の活性化」という観点から、実はこの新しい自治体中小企業政策においても組み込まれていることがわかる。したがって、この政策は、経営支援、技術支援、金融支援といった従来型の自治体中小企業政策とまったく異質な政策というわけではない。上述のように、様々な支援形態で、商工部局以外も含めた多様な組織によって実施できることを踏まえると、中小企業の「事業活性化」政策の可能性を広げる手法とも捉えることができる。

5. おわりに

本稿では、これまであまり注目されてこなかった、中小企業の地域貢献の機能に着目した自治体政策について論じてきた。この新たな自治体中小企業政策は、地域発展のための政策として妥当性を有するものであり、今後さらに拡大していくことが期待される。

ただし、次のような研究課題が残されている。第1に、他の政策事例について調べ、さらに比較分析を進める必要がある。本稿で取り上げた事例は横浜市と大正区という限られたケースにすぎない。今後、他の自治体や部局で実施されている中小企業の地域貢献の機能に着目した政策を調査し、どのような中身の政策がどのような形態・主体で実施されているのか、さらに分析を行っていくことが求められる。

第2に、本稿ではこの政策が抱える問題についての考察が不十分なままであった。例えば、横浜型地域貢献企業認定制度では、外郭団体が

事業運営を主に担っているが、一般的に外郭団体への支出削減は進んでおり、一方で、取扱業務は増加していることから、厳しい状況のなかで事業が運用されていることが予想される。大正区でも、区役所レベルでの事業であるため財政的な制約がある。また、直営形態での運営の場合は、職員の異動が外郭団体よりも頻繁に起こる。担当職員が異動することによって、事業のノウハウが引き継がれずに、支援が停滞するという問題も起こりやすいかもしれない。これらについては複数の事例の比較のうえで、どの程度問題となっているかを検討する必要があるため、本稿では十分に扱うことができなかった。

第3に、この政策がどの程度の地域貢献の効果をもたらし、地域発展へとつながるのかという分析が求められる。認定企業が増えている、あるいは、イベントに参加した住民の満足度が高いといった結果は部分的には示されているが、地域へのプラス効果の程度が十分に把握されているわけではない。これは従来型の自治体中小企業政策にもあてはまる課題ではあるが、自治体中小企業政策としての政策評価をどのように行うべきかについて検討していく必要がある。地域発展に効果がありそうなものは何でもやればよいというものではもちろんない。多くの自治体では、人材や財源の制約が年々厳しくなっており、政策の取捨選択が迫られる場面が増えている。したがって、負担に見合う効果が本当に出ているのかどうかを検証していくことが求められる。それは必ずしも数字として定量的に示すことができないものかもしれない。住民や企業からの聞き取りなど定性的な把握方法も含めて、効果の検証をどう進めていくか考えていかなければならない。

参考文献

- 足立辰雄編 (2013)『サステナビリティと中小企業』同友館。
- 池田潔 (2018)『現代中小企業の経営戦略と地域・社会との共生―「知足型経営」を考える―』ミネルヴァ書房。
- 伊藤正昭 (1997)『地域産業論』学文社。
- 今井照 (1996)『市民自治としての産業政策―「空洞化」論を超えて―』公人の友社。
- 植田浩史 (2007)『自治体の地域産業政策と中小企業振興基本条例』自治体研究社。
- 植田浩史・立見淳哉編 (2009)『地域産業政策と自治体―大学院発「現場」からの提言―』創風社。
- 太田進一 (2009)「CSR (企業の社会的責任) と企業経営のあり方」同志社大学商学会『同志社商学』第 60 巻第 5・6 号, 143-158 ページ。
- 岡室博之・西村淳一 (2017)「自治体による地域中小企業への研究開発助成―地域間格差とその要因―」日本中小企業学会編『「地方創生」と中小企業―地域企業の役割と自治体行政の役割― (日本中小企業学会論集③⑥)』同友館, 16-28 ページ。
- 影山摩子弥 (2009)『地域 CSR が日本を救う―地域を愛し地域に愛される企業をめざして―』敬文堂。
- 河藤佳彦 (2008)『地域産業政策の新展開―地域経済の自立と再生に向けて―』文眞堂。
- 川名和美 (2012)「地方自治体の産業振興ビジョンと中小企業―広島県を事例として―」日本中小企業学会編『中小企業のイノベーション (日本中小企業学会論集③①)』同友館, 230-242 ページ。
- 許伸江 (2015)「中小企業の CSR の特徴と課題」日本中小企業学会編『多様化する社会と中小企業の果たす役割 (日本中小企業学会論集③④)』同友館, 79-91 ページ。
- 近藤健一・中村嘉雄 (2014)「地域における中小企業支援体制の構築―兵庫県商工会地域における経営革新計画承認取得支援の取り組みを事例に―」日本中小企業学会編『アジア大の分業構造と中小企業 (日本中小企業学会論集③③)』同友館, 95-107 ページ。
- 黒瀬直宏 (1982)「地域視点に立つ中小企業政策の展開 (上)」地域金融研究所『地域金融』第 12 巻第 3 号, 15-25 ページ。
- 商工総合研究所編 (2013)『これからの CSR と中小企業―社会的課題への挑戦―』商工総合研究所。
- 関満博 (1995)『地域経済と中小企業』筑摩書房。
- 田中宏昌・本多哲夫編 (2014)『地域産業政策の実態―大阪府の事例から学ぶ―』同友館。
- 寺岡寛 (2008)「企業の社会的責任 (CSR) をめぐる課題―中小企業への、あるいは、中小企業での視点―」商工総合研究所『商工金融』第 58 巻第 6 号, 5-25 ページ。
- 日本政策金融公庫総合研究所 (2009)『地域貢献のすすめ―小企業による地域貢献活動の実態―』中小企業リサーチセンター。
- 藤沢久美 (2014)『なぜ、川崎モデルは成功したのか?―中小企業支援にイノベーションを起こした川崎市役所―』実業之日本社。
- 古川浩一 (2008)「企業の社会的責任と中小企業経営」商工総合研究所『商工金融』第 58 巻第 7 号, 5-19 ページ。
- 本多哲夫 (2013)『大都市自治体と中小企業政策―大阪市にみる政策の実態と構造―』同友館。
- 本多哲夫 (2014)「地域と共に生きる中小企業」植田浩史・桑原武志・本多哲夫・義永忠一・関智宏・田中幹大・林幸治『中小企業・ベン

チャー企業論〔新版〕ーグローバルと地域の
はざまで一』有斐閣，第9章，171-188 ページ。

本多哲夫（2015）「大阪市の地域産業政策のこれからー成長戦略から発展戦略へー」大阪市政調査会『市政研究』第189号，16-25 ページ。

本多哲夫（2016）「地域社会づくりと自治体中小企業政策ー大阪の事例からー」日本中小企業学会編『地域社会に果たす中小企業の役割ー課題と展望ー（日本中小企業学会論集③⑤）』同友館，16-28 ページ。

本多哲夫（2017）「中小企業の地域社会活動と自治体政策ー自治体中小企業政策の新たな形ー」大阪市立大学経営学会『経営研究』第68巻第2号，1-16 ページ。

松井滋樹（2014）「自治体による CSR 企業認証の現状と今後の方向性」東レ経営研究所『経営センサー』（6月号，No.163），17-23 ページ。
（http://www.tbr.co.jp/pdf/sensor/sen_163_02.pdf，2018年7月5日閲覧）

三井逸友・堀潔（2008）「中小企業の社会的責任と『社会的』企業の課題ー時代的背景と欧州における展開状況」商工総合研究所『商工金融』第58巻第8号，5-23 ページ。

山本順一（1977）「地方自治と中小企業」加藤誠一・水野武・小林靖雄編『経済政策と中小企業ー現代・中小企業基礎講座2ー』同友館，233-264 ページ。

吉田敬一（1996）『転機に立つ中小企業ー生産分業構造転換の構図と展望ー』新評論。