

## 《研究ノート》

## 産業実態調査と中小企業研究

——2014年度における松原市製造業実態調査をケースとして——

関 智 宏

- I はじめに
- II 中小企業研究における調査
  - 1. 中小企業の実態調査
  - 2. 地方公共団体と中小企業実態調査
- III ケース-2014年度松原市製造業実態調査-
  - 1. 調査の背景と目的
  - 2. アンケート調査の実施
  - 3. 調査結果-製造業実態調査から明らかになったこと-
- IV ディスカッション
- V 小結

## I はじめに

日本における中小企業はその数の多さから量的に重要であり、異質多元的な性格をもつ存在であることが知られている（瀧澤，1995；山中，1948）。しかしながら，その反面で，中小企業がどのように存立しているかという中小企業の存立実態については，一般的によく知られていないという事実がある。それゆえに中小企業は必ずしも実態に即していない多様なイメージが付随しうる（関，2017）。中小企業の存立実態を明らかにしていくためには，その存立実態にかかる調査が必要となる（Curran and Blackburn, 2001；三井，2008）。

中小企業のための政策である中小企業政策の方向性を定めたものに中小企業基本法がある。この基本法のなかで，中小企業の範囲（量的定義）が規定されている。中小企業基本法は1963年に制定されたが，1999年に改定されて以後，中小企業のための支援施策の形成・実施主体として地方公共団体の役割が高まっている（黒瀬，2006；大貝，2016；植田，2007bなど）。地方公共団体が中小企業支援施策を形成していくにあたって，近年，とくに重要視されているものの1つが産業実態調査である（植田・北村・本多編，2012）。

地方公共団体が産業実態調査を行うには，資金的・人的制約があるがゆえの限界がある。このため，地方公共団体のなかにはさまざまな機関と連携し，その連携をつうじて産業実態調査を実施するところも増えつつある（岡田・高野・渡辺，2010；関，

2008；植田，2005；植田，2007 b)。しかしながら，産業実態調査それ自体が，いま行われつつあるところであることもあり，どのように産業実態調査が実施され，またその調査結果は，中小企業研究の前提である中小企業の存立実態を解明するうえで，中小企業研究上，どのような意味をもつのか，あるいはその課題はどこにあるのかについて，これまで十分に検討されてきたわけではなく，検討の余地が残されていると考える。

そこで本稿では，筆者もかかわって実施した，ある地方公共団体を中心とした産学官連携による産業実態調査での一連の経験から，産業実態調査をつうじて垣間見えてきた中小企業研究上での意義および課題を提示していくことにしたい。本稿でとりあげるのは，大阪府松原市と同市に立地する筆者がかつて所属していた阪南大学を中心とした，松原商工会議所の協力による産学官連携をつうじて2014年度に実施した松原市製造業実態調査である。

本稿の構成は以下のとおりである。第Ⅱ節では，中小企業研究における調査にかんしてのレビューを行う。第Ⅲ節では，ケースとして，松原市において実施された松原市製造業実態調査の背景と目的，アンケート調査の実施，調査結果について述べる。第Ⅳ節では，松原市製造業実態調査を踏まえた意義と課題を指摘する。第Ⅴ節は，結語である。

## Ⅱ 中小企業研究における調査

### 1. 中小企業の実態調査

中小企業研究は，中小企業が異質多元的な性格をもつと同じように（瀧澤，1995；山中，1948），多様な性格をもつが，中小企業研究の大前提は，中小企業の存立を解明しようとするという点にある。すなわち，中小企業研究は，中小企業とは何かという本質論を基本としながら，中小企業は「なぜ」あるいは「どのように」存立するかという，存立形態・存立条件・存立分野のいずれかに帰着する（渡辺，2008）。

中小企業研究は，これらのような課題を前提としながら，中小企業の存立を解明しようとするわけであるが，それは中小企業の存立実態をまずは把握しようとする中小企業の実態把握が基本となる。つまり研究の方法としては，大林（2015）がいう，「帰納法的方法が重視」される（大林，2015）。しかしながら，中小企業は異質多元的であり，日本においては中小企業基本法でその量的規定がなされているが，その規定に基づくとその数は非常に多く，さらに基本法でも明示されているように，その多様性が特徴としてある。このような特徴がよく知られているにもかかわらず，では中小企業が「なぜ」あるいは「どのように」存立しているか，という実態がそもそもよく知られておらず，実態把握が難しいという特徴もある。

中小企業の実態を把握するためには，次の2つの方法が知られている。1つは，標本

調査であり、もう1つは全数調査である。標本調査は、一般調査あるいは特殊調査とも言われており、アンケート調査をその基本とする。アンケート調査後に、インタビュー調査を行うこともあるが、あくまでインタビュー調査はアンケート調査で得られたデータを確認したりあるいは深掘したりすることを目的としている。アンケート調査を行うにあたっては、調査実施者が無作為に抽出する場合もあるが、業界団体や中小企業団体などからの協力を得ることもある。標本調査では、調査実施者が調査項目を独自に設定することが可能となる。一般調査では、調査目的が明確となるが、特殊調査では調査目的が限定される。標本調査の問題点としては、第1に、郵送調査が基本であるが、とくに無作為抽出の場合には、サンプル数（回収率）が低くなる可能性がある。第2に、調査協力を得る場合には、回答企業の特性にバイアスがかかる場合がある。第3に、アンケート調査に回答するのは、業績に余裕がある（と思われる）などそれなりの理由がある（サンプルにもバイアスがかかる場合がある）。佐藤（2015）によれば、調査対象に多様性がありうる場合には、サンプル数はできるだけ多いほうが望ましいという（佐藤，2015）。

次に、全数調査である。この調査は悉皆調査とも言われる。標本調査と同じようにアンケート調査を基本としており、国が行う統計調査データ（たとえば工業統計調査など）を介して対象を把握することができる。アンケート調査は郵送ではなく、調査実施の際に直接対象者を訪問することによって調査票の回収を行う。このため回収率が標本調査より飛躍的に高まる可能性が高く、実態をよりの確に把握できるだけでなく、中小企業家の「声」をデータに直接反映させることができるという利点がある。また、一般に回収率が低くなる規模の小さい企業の状況を広範に把握することができるという利点もある。項目の回答比率が低くても一定の層として把握されるため今後の新しい動きに可能性を検討していくうえで重要となる（植田，2012 a）。国や地方自治体などによる中小企業支援施策形成に活用されることがある。しかしながら問題点もある。まず第1に、調査実施に人的・資金的な資源が必要であり、それゆえに何度も調査を実施することは困難である。第2に、国が行う調査データを介すために、調査項目・目的が精査されるために、調査実施に時間がかかる可能性がある。

## 2. 地方公共団体と中小企業実態調査

近年、中小企業の実態調査に焦点がとくにあてられるようになってきているが、その背景にあるのが、中小企業振興という文脈における地方公共団体の役割の変化である（黒瀬，2006；大貝，2016）。中小企業基本法は1963年に制定されたが、1999年に抜本的に改定されることになった。その改定された諸点の1つが、地方公共団体の役割の変化である。1963年中小企業基本法では、第4条で「地方公共団体は、国の施策に準じて

施策を講ずるように努めなければならない」とされたが、1999年中小企業基本法では、地方自治法の改定に伴う地方分権の潮流と相まって、第6条で「地方公共団体は、基本理念にのっとり、中小企業に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の自然的経済的社会的条件に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する」と転換され、中小企業支援という文脈における地方公共団体の役割と中小企業振興の主体としての責務が明記されることになった。

こうして2000年以降、日本全国各地の地方公共団体において独自の中小企業／産業振興施策の策定が進められていく機運が高まった。具体的には、それぞれの地方公共団体において、独自の産業振興ビジョン／産業振興・中小企業振興基本条例の策定（理念型が主）が進んでいくことになった（松永，2012；岡田・高野・渡辺，2010；大貝，2016；関，2008；植田，2005；植田，2007bなど）。しかしながら地方公共団体には、人的・資金的資源の制約から、独自の課題を把握するための資料がなく、施策策定・実施が円滑的・本格的に進んでいない。このため、地方公共団体は、ある地域の経済社会を担う企業・市民・大学（あるいは研究機関）など、さまざまな個人・組織がプレーヤーとして互いに連携したかたちでその施策策定・実施を実践していくことが必要となっている。

こうした施策策定・実施を実践していくうえで、重要視されているのが、地方公共団体による独自の産業実態調査である。植田（2012b）によれば、地方公共団体が調査のすべてを行う必要はないし、また他の機関による独自調査も地域の産業／中小企業振興に重要な意味をもたらすこともありうるとしたうえで、地方公共団体独自の産業実態調査の必要性やメリットについて次の諸点があるという（植田，2012b，pp.203-204）。第1に、国の統計の調査には項目を設定するうえでの限界があるという点である。具体的には、業種区分や取引関係の実態など詳細な項目を入れ込むことができにくい。第2に、地域には地域ごとの特色があるという点である。たとえば同じ製造業といっても、地域ごとでその特色が異なる。第3に、たとえばリーマンショックの影響などにあらわされるように、調査時にタイムリーな課題を盛り込み、把握することができるという点である。第4に、対象となるすべての事業所を調査対象とし、調査対象からのデータ収集を行うことができるという点である。国が行う調査では、調査員による調査票の配布と回収という人海戦術が基本であり、事業所の移転や開設などの情報が自動的に完全に網羅されるわけではない。

### Ⅲ ケース－2014年度松原市製造業実態調査－

#### 1. 調査の背景と目的

大阪府松原市は、近隣に東大阪市や八尾市を近隣としており、製造企業が多く立地し

ている。松原市には、製造企業に焦点を当てた施策はこれまでなかったわけではないが、施策のあり方についてはこれまで必ずしも十分に検討されてきたわけではない。また、そもそも施策の利用者側である製造企業について、これまで地方公共団体としてその実態を解明しようとすることはなされてこなかった。

2008年にリーマンショックが起こって以降、製造企業を取り巻く環境は大きく変化している。松原市外の大阪府下の産業集積地域（東大阪市、八尾市、大東市など）では、独自に製造業実態調査を行いながら、施策策定・展開をしてきた（松永，2012；岡田・高野・渡辺，2010；大貝，2016；関，2008；植田，2005；植田，2007bなど）。こうした動きに合わせながら、松原市は、市内における製造企業の実態解明を行い、市内製造企業のための施策を策定・展開し、有効な手立てを打っていく必要があると考えた。

しかしながら、松原市が単独で調査を行っていくうえでは、人的・資金的制約から困難であり、さまざまな機関との連携が不可欠であると判断した。産業実態調査を行うにあたっては、さまざまな実施主体が考えられるが、松原市としては、筆者が2014年度当時に在籍していた阪南大学による松原市と松原商工会議所との三者間における包括協定に基づき、筆者の研究室が調査実施主体となり、さらに松原商工会議所の協力を得て、松原市内に立地する製造業の実態調査を行うことになった。

調査の目的は具体的には次の2つである。1つは、松原市内に立地する製造業の全事業所を対象に、経営動向、直面する課題などを把握し、得られた調査結果を今後の松原市施策の企画・立案の基礎資料として役立てることである。またもう1つには、松原市をはじめ国や大阪府の支援制度などの情報を効率的・効果的に伝達するなど市内企業とのネットワークづくりをしていくことである。

調査を実施するにあたり、まず調査対象となる製造事業所の存立状況を把握する必要があった。製造事業所の存立状況を取り急ぎ把握するためには、2つの方法がある。1つは、ゼンリン地図など事業所名が記載されているような入手が比較的容易な地図を使って、製造事業所をピックアップしていくというものである。ゼンリン地図は、事業所名をある程度は把握することができるというメリットがある。しかしながら、事業所名だけではどの事業所が製造業に属するかがわからず、業種の的確な判別は訪問しない限りわからない。また、ゼンリン地図に記載された事業所を目視で確認しなければならず、相当の時間を要することが想定された。限られた期間で調査を実施する必要もあったことから、ゼンリン地図を使った調査は諦めざるを得なかった。

もう1つの調査方法は、工業統計調査の個票データを使うというものである。ゼンリン地図を使った調査では限界があるため、松原市役所から大阪府に依頼してもらったかたちで2012年工業統計調査のデータを入手し、そこに記載されている名簿リストを活用することにした。そのリストに記載されている松原市内の製造事業所は818件であっ

た。

## 2. アンケート調査の実施

工業統計調査のデータから明らかとなった松原市内製造事業所 818 件を母数として、アンケート調査を実施することにした。アンケート調査に記載された調査項目は、プロフィール（企業名、事業内容（業種含む）、企業代表者名（代表者の年齢含む）、回答者の属性、従業員数（正社員数およびパート・派遣数の総数および男女の数）、資本金額、年商、商工会議所の会員であるか否か）のフェイスシートをはじめ、主な製品・技術の強み、経営上の「現在の強み」、売上高の3年間の変化、営業利益の3年間の変化、売上高増加の要因、売上高減少の要因、今後3年以内の設備投資の予定、海外ビジネスの取組、操業の際に直面している課題、周辺住民に対して取組んでいること、松原市内で操業するメリット、操業を継続していく際に必要な施策、事業継続計画（BCP: Business Continuity Planning）策定の実情、後継者の有無、今後の事業活動の継続性、事業所の拡張・移転等の予定、事業所の増設・移転の予定地域、経営上の課題、経営上強化したいもの、活用可能な土地の有無、松原市に期待する施策、情報提供の希望、阪南大学生のインターンシップ受入の是非、の23つの問から構成されている（表1）。

表1 調査項目一覧

問1	主な製品・技術の強み	問13	BCP 策定の実情
問2	経営上の「現在の強み」	問14	後継者の有無
問3	売上高の3年間の変化	問15	今後の事業活動の継続性
問4	営業利益の3年間の変化	問16	事業所の拡張・移転等の予定
問5	売上高増加の要因	問17	事業所の増設・移転の予定地域
問6	売上高減少の要因	問18	経営上の課題
問7	今後3年以内の設備投資の予定	問19	経営上強化したいもの
問8	海外ビジネスの取組	問20	活用可能な土地の有無
問9	操業の際に直面している課題	問21	松原市に期待する施策
問10	周辺住民に対して取組んでいること	問22	情報提供の希望
問11	松原市内で操業するメリット	問23	阪南大学生のインターンシップ受入の是非
問12	操業を継続していく際に必要な施策		

アンケート調査票を2014年4月末付で郵送にて発送した。阪南大学に所属する大学生・大学院生中心としたいいくつかのグループが、調査対象となった事業所を直接訪問することによってアンケート調査票の回収を行った。この大学生・大学院生のグループは、阪南大学の筆者のゼミに当時所属していた3回生20名と、複数のゼミに所属する大学院生数名による混合グループであり、1グループの構成は2~3名であった。訪問は、大学から徒歩あるいは自転車を使った。回収時期は2014年5月中旬から7月頭にかけてであり、松原市内の地区ごとに時期を分けて順次回収を行った。学生たちだけで

期間内に回収しえなかったものについては、松原市役所に依頼し、後日回収を行った。

結果として回収された調査票は487件であった。アンケート調査の回収実績をみたものが、表2である。回収率は69.9%であった。また廃業が明確にわかったものが114件であった。調査拒否（何らかの理由で回答できない含む）は138件であった。不明（不在（宛先不明で返却されたもの、また最低3回は訪問や電話をするが連絡つかず）を含む）が69件であった。回収可能性があったが最終的に回収できなかったものが10件であった。818件のうち複数事業所企業の重複分の7件ならびに廃業が明確にわかっている114件の計121件を全体から除いた回収率は69.9%であった。アンケート調査の分析は、回収された487件を対象として実施した。

表2 アンケート調査の回収実績

事項	件数
回収	487件
廃業	114件
調査拒否	138件
不明（不在含む）	79件
合計（発送数）	818件

地区別に回収の実績をみたものが、表3である。地区のなかには、回収率が100.0%の地区もあり、多くの企業の方々に協力を得ることができたところもある。しかしながら、その一方で、小川や大堀といった比較的製造企業が集積している地域での回答拒否が比較的多くみられることから、回収率がやや低い地区もある。

また、さらに分析を進めていくべく、当初のアンケート調査項目に盛り込めなかった項目について、追加アンケート調査を実施することにした。追加アンケート調査の対象は、先だって実施したアンケート調査に回答した487件である。追加アンケートの調査項目は、企業名、従業員数（市内事業所のみについて、正社員、パート・派遣など、経営陣それぞれについての実人数および松原市内在住とそれ以外の人数）、また創業年および設立年（法人のみ）をはじめ、自社の生産形態、主な生産拠点の土地・建物の所有、企業間交流・グループの実績、主な取引先の立地、企業支援のための施策や支援機関の利用実態、といった5つの問から構成されている。

追加アンケート調査は、2015年1月中旬に郵送にて発送した。1月末までにFAXにて返信を依頼した。また、先だって実施したアンケート調査のなかで、情報共有の希望者については電子メールの連絡先の記載を依頼しており、電子メールの連絡先が明確にわかっているところについては、電子メールでも追加アンケートの依頼と回収を行った。こうして回収された追加アンケートの調査票は161件であった。回収率は33.1%であった。回収された161件のうち1件については企業名が不明であった。

表3 アンケート調査の回収実績 (地区別)

	発送数	廃業	拒否	不明	回収	回収率 (廃業除)
阿保	35	7	3	2	23	82.1%
天美我堂	39	6	4	3	26	78.8%
天美北	55	4	10	8	33	64.7%
天美西	24	5	2	2	15	78.9%
天美東	19	6	2	1	10	76.9%
天美南	22	4	3		15	83.3%
上田	14	3	2	0	9	81.8%
大堀	90	10	24	12	44	55.0%
岡	18	1	4	2	11	64.7%
小川	96	13	24	10	49	59.0%
河合	9	1	3		5	62.5%
北新町	32	5	5	3	19	70.4%
柴垣	5	3	0		2	100.0%
新堂	14	1	4		9	69.2%
田井城	12	3	1		8	88.9%
高見の里	8	1	1		6	85.7%
立部	16	6	2	1	7	70.0%
丹南	31	7	1	3	20	83.3%
西大塚	8	1	1	1	5	71.4%
西野々	10	2	1		7	87.5%
東新町	14	1	2	2	9	69.2%
一津屋	15	1	6	1	7	50.0%
別所	55	4	11	4	36	70.6%
松ヶ丘	5	2	0		3	100.0%
南新町	34	7	3	7	17	63.0%
三宅中	92	7	15	9	61	71.8%
三宅西	24	2	3		19	86.4%
三宅東	13	1	1	1	10	83.3%
若林	2				2	100.0%
合計	811	114	138	72	487	69.9%

また、アンケート調査の結果のなかで、とくに特徴的な企業について、さらに情報を具体的に収集するべく、当該企業に対してインタビュー調査を実施した。インタビュー調査の実施期間は2014年12月から2015年2月上旬まで随時に行った。

### 3. 調査結果－製造業実態調査から明らかになったこと<sup>1</sup>－

アンケート調査ならびに追加アンケート調査から明らかになった諸点は次の5点である。最初の4点は、回答の特徴から明らかになった特筆すべき企業の存在であり、最後の1点は、松原市による製造企業振興のための振興支援施策にかんする点である。1

1 本節は、松原市・阪南大学 (2015) による。



つは、松原市内製造企業のなかには、リーマンショックにより売上高が大幅に減少を余儀なくされて以降も、着実に売上高を増加させている企業が存在しているという点である。2つは、製造企業が共通して直面する課題に存続がむずかしいことがあるが、そのなかでも事業を存続させ同時に発展させる企業が存在しているという点である。3つは、製造企業の立地拠点がより国際化していくなかで、当該地域に立地する操業メリットを最大限活用する企業が存在しているという点である。4つは、事業展開が国際化していくなかにおいて、当該地域に立地しながら、同時に地域の雇用を守る企業が存在しているという点である。最後は、松原市による製造企業振興のための振興支援施策にかんして、今後検討すべき諸点である。具体的には、①事業用地の確保、②企業間の情報交換、③操業の際に直面している課題、④企業支援施策・機関の利用、である。以下では、それぞれについて詳しくみていく。

#### ①売上高を増加させる企業

2008年秋のリーマンショックは、日本の製造企業の多くに深刻な影響をもたらした。具体的には、わずか短い期間に各企業は売上高を大幅にダウンすることを余儀なくされた。

これは松原市内の製造企業においても例外ではない。しかしながら、松原市内の製造企業のなかには、2008年のリーマンショック以降、着実に売上高を増加させている企業が存在する。3年前（2011年）と比較した売上高の変化についてみたものが、表4である。これによると、「減少」（「やや減少」+「大幅に減少」）傾向にある企業の全体に占める割合は45.0%と高くなっているが（「減少」の要因としては「景気変動」、「市場の縮小」が指摘される）、「増加」（「やや増加」+「大幅に増加」）傾向にある企業も、27.6%と無視できない割合となっている。

表4 売上高の変化（3年前と比較）

	度数	有効%
大幅に増加	19	4.0
やや増加	113	23.6
横ばい	131	27.4
やや減少	117	24.5
大幅に減少	98	20.5
合計	478	100.0
全体	490	

売上高「増加」の要因についてみたものが、表5である。これによると、「景気変動」がもっとも多いが（29.5%）、「市場開拓」や「新製品開発」、「製品差別化」（それぞれ、25.0%、16.7%、16.7%）といった主体的行動にかかる要因も比較的多くなっている。

表5 売上高増加の要因

	度数	有効%
新製品開発	22	16.7
技術革新	13	9.8
市場開拓	33	25.0
納期短縮	19	14.4
事業の多角化	18	13.6
製品差別化	22	16.7
営業力強化	20	15.2
物流合理化	3	2.3
生産設備新設	20	15.2
拠点の海外移転	2	1.5
景気変動	39	29.5
同業他社の廃業	23	17.4
コストダウン	16	12.1
わからない	10	7.6
その他	9	6.8
母数	132	100.0

生産形態別に、3年前と比較した売上高の変化についてみたものが、表6である。これによると、売上高が「増加」している企業は、売上高DI<sup>2</sup>にも表われているように、おもに自社製品主体の製造企業か、独立した専門加工企業の、いずれかであることがわかる（どちらかと言えばデータからは自社製品主体のほうが売上高増加の回答割合が高い）。逆に、下請製造企業は、売上高「減少」の割合が比較的高い。

表6 生産形態別にみた売上高の変化

	大幅に増加	やや増加	横ばい	やや減少	大幅に減少	売上高DI
自社製品主体の製造 (下請はほとんどなし)	7	15	10	15	5	2
一部自社製品を製造	0	9	7	7	3	-1
下請製造(賃加工を除く)	0	8	12	8	7	-7
独立した専門加工業	0	5	4	4	2	-1
独立した専門加工業/賃加工 (重複回答)	1	0	0	0	0	1
賃加工	1	7	4	9	9	-10

## ②事業を存続・発展させる企業

松原市には、事業展開において歴史のある製造企業が少なくない。創業年についてみたものが、表7ならびに表8である。これらによると、1950～70年代において創業が

2 「売上高DI」とは、売上高が「大幅に増加」と「やや増加」を加えたものから、売上高が「やや減少」と「大幅に減少」とを差し引いたものである。

集中しているように見える。創業年数の平均は50年を超えており、なかには100年を超えている企業もわずかであるが存在している（有効回答数129件のうち5件で、最大値は200年である）。

また、2000年代に入ってからからの創業件数がわずかであるが、存在している点は興味深い（有効回答数129件のうち8件）。創業の実態解明については今後の検討課題となるろう。

表7 創業年の記述統計

度数	平均値	中央値	標準偏差	最小値	最大値
129.0	52.3	49.0	25.0	5.0	200.0

表8 創業年の度数分布

	度数	有効%
1900年代以前	2	1.6
1910年代	3	2.3
1920年代	4	3.1
1930年代	9	7.0
1940年代	13	10.1
1950年代	17	13.2
1960年代	30	23.3
1970年代	25	19.4
1980年代	14	10.9
1990年代	4	3.1
2000年代	7	5.4
2010年代	1	0.8
合計	129	100.0

しかしながら、必ずしも明るい話ばかりではない。事業活動の継続性についてみたものが、表9である。これによると、「廃業を検討している」が12.4%、また事業活動の継続性それ自体が「わからない」も19.4%と無視できない回答割合がみられた。事業活動の継続性が「わからない」ということは、ゴーイング・コンサーンを基本とする事業体の性格からみて、事業活動が今後継続されることが極めて懐疑的にならざるをえない状況であると言わざるをえない。

表9 事業活動の継続性

	度数	有効%
事業を継続していく	300	65.6
事業の譲渡・売却を考えている	8	1.8
廃業を検討している	57	12.5
わからない	88	19.3
その他	4	0.9
合計	457	100.0
全体	490	

注：「事業を継続していく」と「事業の譲渡・売却を考えている」に回答の重複が1件、また「事業の譲渡・売却を考えている」と「廃業を検討している」に回答の重複が1件みられた。

次に「廃業を検討している」企業の具体的属性についてみていく。

事業活動の継続性を従業員規模別にみたものが、表10である。また同じく事業活動の継続性を代表者年齢別にみたものが、表11である。これらによると、「廃業を検討している」企業の多くは、従業員数4人未満の企業であること、また代表者の年齢が60

表10 従業員規模別にみた事業活動の継続性

	事業を継続していく	事業の譲渡・売却を考えている	廃業を検討している	わからない	その他	合計
0-3人	68	4	41	39	4	156
4-9人	103	5	8	26	0	142
10-19人	59	2	2	10	0	73
20-49人	41	0	0	3	0	44
50人以上	17	0	0	0	0	17
総計	288	11	51	78	4	432

表11 代表者年齢別にみた事業活動の継続性

	事業を継続していく	事業の譲渡・売却を考えている	廃業を検討している	わからない	その他	合計
20代	1	0	0	0	0	1
30代	15	0	0	3	0	18
40代	65	10	2	9	0	77
50代	68	10	6	16	2	93
60代	72	50	26	30	2	135
70代	48	3	22	17	0	90
80代	9	0	0	2	0	11
90代	0	0	1	0	0	1
合計	278	10	57	77	4	426

表12 代表者の年齢と創業年とのクロス (参考)

	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	90代	合計
1900年代以前	0	0	0	0	1	1	0	0	2
1910年代	0	0	0	1	1	0	1	0	3
1920年代	0	0	2	0	2	0	0	0	4
1930年代	0	0	2	3	1	1	0	0	7
1940年代	0	0	2	2	4	3	0	1	12
1950年代	0	2	3	4	5	0	0	1	15
1960年代	0	3	6	5	4	10	1	0	29
1970年代	0	1	1	2	7	11	1	0	23
1980年代	0	0	1	5	7	0	0	0	13
1990年代	1	0	1	0	1	1	0	0	4
2000年代	0	1	2	0	2	2	0	0	7
2010年代	0	0	0	0	0	1	0	0	1
合計	1	7	20	22	35	30	3	2	120

～70代であることがわかる。

廃業はいかなる理由で起こるのであろうか。

廃業を考える要因としては、後継者不足と経営成果の低迷が考えられる。つまり、経営成果がよかったとしても、後継者がいなければ事業活動は継続できないし、また経営成果が悪ければ、後継者がいたとしても継ぐ気持ちが起こらないというものである。

まず事業活動の継続性と後継者の有無との関連についてみたものが、表13である。これをみると、「事業を継続していく」とする企業の多くは、後継者が「いる」としてわかる（「まだ決めていない」も無視できない回答数であることは看過できないが）。これに対して、「廃業を検討している」あるいは「事業の譲渡・売却を考えている」企業のほとんどが、後継者が「いない」としている。事業活動の継続性が「わからない」とする企業の多くも、後継者が「いない」あるいは「まだ決めていない」に集中している。後継者の有無が、事業活動の継続性に大きな影響を与えることを再確認することができる。

表13 事業活動の継続性と後継者の有無との関連

	いる	いない	まだ 決めていない	(承継したば かりなどで) 必要がない	その他	合計
事業を継続していく	133	49	81	34	2	298
事業の譲渡・売却を 考えている	0	10	1	0	0	8
廃業を検討している	1	53	3	1	1	57
わからない	8	51	22	5	2	88
その他	0	3	0	1	0	4
合計	144	170	107	42	5	468

次に、事業活動の継続性と経営成果との関連についてみたものが、表14である。売上高DIをみると、「廃業を検討している」とする企業は、売上高DIが-50と大幅にマイナスとなっている。これに対して「事業を継続していく」とする企業は、売上高DIが13となっている。

以上は売上高についてであるが、経常利益についてみたものが、表15である。これ

表14 事業活動の継続性と売上高の変化

	大幅に増加	やや増加	横ばい	やや減少	大幅に減少	売上高DI
事業を継続していく	16	96	86	64	35	13
事業の譲渡・売却を 考えている	0	2	6	1	2	-1
廃業を検討している	1	5	12	19	21	-34
わからない	2	8	18	28	32	-50
その他	0	1	1	2	0	-1

表 15 事業活動の継続性と経常利益の変化

	大幅に増加	やや増加	横ばい	やや減少	大幅に減少	売上高 DI
事業を継続していく	9	87	90	73	37	-14
事業の譲渡・売却を 考えている	0	4	1	4	2	-2
廃業を検討している	0	6	15	15	22	-31
わからない	1	8	19	28	32	-51
その他	0	1	1	2	0	-1

によると、「事業の譲渡・売却を考えている」とする企業についてもっとも経常利益 DI がプラスに近い。これは事業の譲渡・売却に収益性が大きく関連しているからであると推察される（つまり、収益性が高い事業であれば譲渡・売却しやすい）。

### ③松原市内での操業メリットを活用する企業

松原市内で操業するメリットについてみたものが、表 16 である。これによると、「交通の便がよい」がもっとも多く（47.8%）、「受注先が近い」（23.0%）、「その他」（20.1%）、「外注先が近い」（15.2%）と続く。このような取引関係に関連して、「同業種間での仕事の融通」（10.8%）、また「原材料の調達が容易」もわずかではあるが指摘されている（7.6%）。

ここでは具体的に示されていないが、「その他」（20.1%）のなかの具体的記述をみると、割合としてはそれほど高くないが、（勤務地として）「自宅（家）から近い」が 11

表 16 松原市内で操業するメリット

	度数	有効%
原材料の調達が容易	26	7.6
受注先が近い	79	23.0
外注先が近い	52	15.2
試作に強い業者がいる	1	0.3
企業間の情報交換が容易	11	3.2
同業種間での仕事の融通	37	10.8
異業種間での仕事の融通	6	1.7
交通の便がよい	164	47.8
情報通信基盤の充実	0	0.0
産業支援機関が充実	1	0.3
研究機能の集積	0	0.0
事業用地の確保が容易	18	5.2
従業員の確保が容易	17	5.0
その他	69	20.1
未回答	147	
有効回答数	343	

件（3.2%）ほどある。「自宅（家）から近い」の回答割合は必ずしも高くはないが、それは回答項目のなかに設定されていなかったためである。項目になくとも「その他」の自由記述で回答するというのはむしろ積極的な「声」としてみることができる。「従業員の確保が容易」（5.0%）もこの項目と関連していると考えられる。「特になし」は28件と比較的多くみられた。

取引先の近接性について詳しくみるために、販売先と外注先、また仕入先の立地地域についてみていく。販売先は、企業か個人かを明確に区別することはできないが、受注先に代替可能な1つの指標となると考える。なお表中の「隣接自治体」とは、松原市に隣接する基礎自治体であり、大阪市東住吉区・平野区、堺市北区・美原区、八尾市、藤井寺市、羽曳野市を指す。

取引先の立地地域についてみたものが、表17である。これによると、いずれの取引先についても大阪府がもっとも多く（それぞれ販売先71.4%、外注先57.1%、仕入先72.7%）、松原市および隣接自治体はそれほど高い割合ではないことがわかる。逆に販売先については、近畿圏や日本全国のほうが、松原市および隣接自治体よりも回答割合が高くなっている点が特徴として指摘できる。

このことは、松原市内で操業するメリットとして「交通の便がよい」の項目がもっとも回答割合が高いことから推察できるように、幹線道路やジャンクションなど高速道路の結節点が松原市内に整備されていることから、比較的遠方の企業と取引が可能となっていることがその背景にあると考えられる。

表17 取引先の立地地域（販売先、外注先、仕入先）

販売先			外注先			仕入先		
	度数	有効%		度数	有効%		度数	有効%
松原市	50	31.1	松原市	49	30.4	松原市	35	21.7
隣接自治体	56	34.8	隣接自治体	54	33.5	隣接自治体	54	33.5
大阪府	115	71.4	大阪府	92	57.1	大阪府	117	72.7
近畿圏	78	48.4	近畿圏	29	18.0	近畿圏	56	34.8
日本全国	70	43.5	日本全国	24	14.9	日本全国	49	30.4
海外	8	5.0	海外	2	1.2	海外	15	9.3
回答数	161	100.0	回答数	161	100.0	回答数	161	100.0

#### ④地域の雇用を守る企業

勤務地として、自宅からの近接性が、松原市内で操業することのメリットとなっていることは、回答者が代表者もしくはそれに準じる方を想定していることもあり、おもに代表者が自宅から勤務先が近いとみているように解釈できる。ただ、これは従業員を意識した回答になっていることもまた考えられる。その点、明確に判断することはできない。

そこで、居住地が松原市内であるかどうかについて、経営陣、正社員、またパートタイマーなど非正規社員といった雇用形態それぞれについてみていく。居住地を雇用形態別にみたものが、表 18 である。これによると、雇用形態別総数に占める松原市内居住の割合はパート等非正規社員でもっとも高く (63.1%)、経営陣 (52.5%)、正社員 (39.4%) と続く。正社員が、松原市内で居住している数値が高くないことが特徴として指摘できる。

表 18 雇用形態別にみた居住地

	松原市内	松原市外	総数に対する松原市内の割合
正社員	499	611	39.4
パート等非正規社員	384	192	63.1
経営陣	180	129	52.5
合計	1063	932	53.3

周辺住民に対して取組んでいることをみたものが、表 19 である。これによると、「地域住民の優先雇用」の回答割合は 12.3% であり、必ずしも高くはない。地域住民を積極的に登用するという意識は、松原市内製造企業全体としてはそれほど高くないのかもしれない。

表 19 周辺住民に対して取組んでいること

	度数	有効%
地域住民の優先雇用	50	12.3
事務所を地域住民に公開	4	1.0
地域の行事に事務所として参加	18	4.4
清掃等の環境活動	39	9.6
地域住民との対話機会の設定	13	3.2
教育の一環として学生を受け入れる	24	5.9
施設改修等による苦情要因の改善	22	5.4
夜間操業の停止	78	19.3
休日操業の停止	51	12.6
事務所として自治会等へ加入	31	7.7
特になし	219	54.1
その他	12	3.0
未回答	85	21.0
有効回答数	405	

しかし、従業員の確保は従業員規模別によってその方法が異なると考えられる。それぞれの雇用形態を従業員規模別にみたものが、表 20 である。これによると、パートタイマーなど非正規社員を除き、正社員ならびに経営陣については、規模が小さくなるほど (とくに 0-3 人の規模層)、松原市内の居住が多くなるようにみることができる。ま



た正社員については、従業員が50人以上の規模層についても、松原市内の在住が比較的多いように見える。逆に、パートタイマーなど非正規社員については、従業員が0-3人規模層では松原市内の在住が極めて低くなっているように見えるが、これはパートタイマーなど非正規社員の採用が少ないことが影響しているかもしれない。

表20 従業員規模別・雇用形態別にみた居住地

正社員	松原市内	松原市外	総数に対する松原市内の割合
0-3人	36	17	67.9
4-9人	83	102	44.9
10-19人	89	115	43.6
20-49人	149	261	36.3
50人以上	129	105	55.1

パート等非正規社員	松原市内	松原市外	総数に対する松原市内の割合
0-3人	6	15	28.6
4-9人	42	25	62.7
10-19人	103	69	59.9
20-49人	125	37	77.2
50人以上	91	46	66.4

経営陣	松原市内	松原市外	総数に対する松原市内の割合
0-3人	34	19	64.2
4-9人	62	35	63.9
10-19人	30	25	54.5
20-49人	34	37	47.9
50人以上	14	13	51.9

### ⑤松原市政の今後の検討課題

松原市として今後検討すべき事項について、アンケート調査から指摘することができると思われるいくつかの諸点を取りあげる。

まず、検討すべき事項を指摘する1つは、松原市にて操業するメリットの項目である。それらの項目のなかで、回答割合の低い項目がある。これは一般的にはメリットとして考えられると想定していたが、松原市の製造業にとってはそうでなかったことを示しうる結果であるともいえる。そこで、以下では、松原市にて操業するメリットとして回答割合が少ないいくつかの項目について詳しくみていく。

#### ⑤-1. 松原市で創業するメリット

##### 事業用地の確保

1つは、「事業用地の確保が容易」についてである。松原市では、事業用地の確保はそれほど容易ではないのかもしれない。松原市内における拡張・移転等の予定について

みたものが、表 21 である。これによると、「現状維持を予定している」の項目がもっとも回答割合が多い (56.2%)。しかしながら、「別の場所で増設の予定がある」(4.6%) や「移転の予定がある」(5.6%) といった項目が、「現在の場所で増設の予定がある」(4.2%) を上回っている。

増設移転等を予定している回答企業数 34 件のうち、増設・移転等に予定されている地域を具体的にみたものが、表 22 である。これによると、松原市内が 12 件 (35.3%) であり、松原市外が 9 件 (26.5%) であった。松原市外への増設・移転等が少ないがけして看過することはできない。

また拡張・移転等の予定が「わからない」もわずかであるが回答があり (7.5%)、動向がはっきりとわからない企業も存在する。さらに増設・移転等の予定地域も「未定」であるとする企業も存在する (13 件の 38.2%)。これらの企業は松原市外への移転予備軍ともいえ、その動向はけして無視できない。

表 21 拡張・移転等の予定

	度数	有効%
現在の場所で増設の予定がある	13	4.2
別の場所で増設の予定がある	14	4.6
移転の予定がある	17	5.6
現状維持を予定している	172	56.2
企業としては存続するが、当該事業所は閉鎖等を予定している	1	0.3
特に予定はない	64	20.9
わからない	23	7.5
その他	5	1.6
合計	306	100.0
全体	490	

表 22 増設・移転等の予定地域

	度数	有効%
松原市内	12	35.3
松原市外	9	26.5
未定	13	38.2
合計	34	100.0

※「現在の場所で増設の予定がある」と「移転の予定がある」に重複回答が 1 件、また、「別の場所で増設の予定がある」・「移転の予定がある」・「企業として存続はするが、当該事業所は閉鎖等を予定している」に重複回答が 1 件みられた。

## 企業間の情報交換

松原市にて操業するメリットとして回答割合が少ない項目の 2 つは、「企業間の情報交換が容易」である。松原市内では企業間で情報を交換することは容易ではないかもしれない。2 社以上の定期的な交流ないし会合を企業間交流・グループと呼ぶと、そのような企業間交流・グループの参加実績をみたものが、表 23 である。これによると、明確にそうしたグループに参加しているとする企業の割合が 20.9%、またグループではないが、日常的に交流している仲間がいるとする企業の割合が 36.7% となっている。

表 23 企業間交流・グループの実績

	度数	有効%
グループに参加している	33	30.9
グループではないが、日常的に参加している仲間がいる	58	36.7
参加しておらず交流する仲間もない	53	33.5
よくわからない	14	8.9
合計	158	100.0

企業間交流・グループの実績は、どちらかと言えば企業の事業展開の歴史や人脈の深さによるところが大きいと考えられる。まず、企業間交流・グループの実績と社歴の古さとの関連についてみたものが、表 24 である。これによると、戦後の高度成長期に創業した企業が、何らかのグループがあるとするようにみることができ、その反面、1970 年代以降の低成長期に創業した企業は、どちらかといえばグループに参加しておらずまた交流する仲間もないようにみえる。

表 24 創業年と企業間交流・グループ活動の実績との関連

	グループに参加している	グループではないが、日常的に参加している仲間がいる	参加しておらず交流する仲間もない	よくわからない	合計
1900 年代以前	0	1	1	0	2
1910 年代	2	1	0	0	3
1920 年代	2	0	1	0	3
1930 年代	0	4	4	1	9
1940 年代	7	2	3	0	12
1950 年代	5	7	2	2	16
1960 年代	6	13	8	2	29
1970 年代	2	11	8	3	24
1980 年代	2	3	7	2	14
1990 年代	1	1	2	0	4
2000 年代	0	1	5	1	7
2010 年代	0	0	1	0	1
合計	27	44	42	11	124

次に、企業間交流・グループの実績と代表者年齢の高さとの関連についてみたものが、表 25 である。これによると、企業間交流・グループの実績は、代表者の年齢がおもに 40～60 歳代の世代においてみられるようにみることができ、代表者の年齢が 60 歳以上になると、どちらかといえばグループに参加しておらずまた交流する仲間もないようにみえる。

以上から、企業間交流・グループの実績は、おもに高度成長期以降に創業し、また代表者年齢が 40～60 歳代の二代目、三代目の世代に多いようにみてとることができる。

企業間交流・グループの実績は、企業成果にプラスの効果を与えるものとする。

業間交流・グループに参加していない企業と比べて、何らかの企業間交流・グループに参加しているとする企業の多くが、売上高が3年前と比べて増加したとしている。この差は極めて明確である。しかし、そうでありながらも、松原市内での企業間交流・グループ活動の実績はそれほど多くなく、今後、世代をまとめた交流の創出が求められる。

表 25 売上高と企業間交流・グループ活動の実績との関連

	大幅に増加	やや増加	横ばい	やや減少	大幅に減少	売上高 DI
グループに参加している	5	13	9	6	0	12
グループではないが、日常的に参加している仲間がいる	2	19	14	14	8	-1
参加しておらず交流する仲間もいない	1	9	11	16	16	-22
よくわからない	1	1	3	7	2	-7

### ⑤-2. 松原市で操業するデメリット

検討すべき事項の2つは、アンケート調査で確認できたいくつかの諸課題である。1つは、操業の際に直面している課題についてであり、もう1つは、企業支援施策・機関の利用についてである。

#### 操業の際に直面している課題

1つは、「操業の際に直面している課題（周辺環境）」についてである。これをみたものが、表26である。これによると、「設備や建物の老朽化」（32.6%）、「適切な人材がない」（22.8%）、「敷地が手狭になった」（16.4%）、「周辺に住宅が増えた」（16.4%）、「取引先の移転・廃業」（16.2%）といった項目について比較的多くの回答割合がみられた。

これら「操業の際に直面している課題（周辺環境）」は、周辺であるがゆえに立地し

表 26 操業の際に直面している課題（周辺環境）

	度数	有効%
周辺に住宅が増えた	67	16.4
近隣住民からの苦情がある	15	3.7
取引先の移転・廃業	66	16.2
周辺道路の渋滞	16	3.9
敷地が手狭になった	67	16.4
設備や建物の老朽化	133	32.6
適切な人材がない	93	22.8
課題はない	106	26.0
その他	26	6.4
未回答	82	
有効回答数	408	

ている場所に起因するところが多いと考えることができる。立地する地区別に、これら周辺環境の課題をみたものが、表27である。これによると、上位にあがってくる課題は、おもに「三宅中」で多くみられる。なかでも「設備や建物の老朽化」については、「大堀」や「小川」、さらには「別所」といった製造企業が多く立地する地域にみられる。また「周辺に住宅が増えた」として比較的「東新町」で多くみられる。

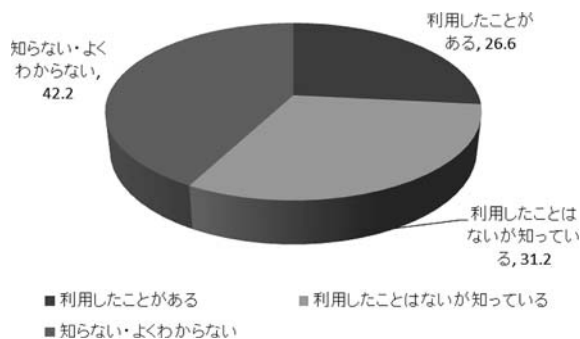
表27 地区別にみた操業の際に直面している課題（周辺環境）

	周辺に住宅が増えた	近隣住民からの苦情がある	取引先の移転・廃業	周辺道路の渋滞	敷地が手狭になった	設備や建物の老朽化	適切な人材がいない	課題はない	その他
阿保	7	3	3	4	2	9	3	2	5
天美我堂	5	1	4	1	7	6	4	4	1
天美北	7	3	9	1	6	6	6	7	
天美西	1	1	1	1	3	3		2	1
天美東						4	1	3	1
天美南	3		4		1	5	3	3	
上田	2		2		1	2	3	2	1
岡	1		2		1	4	2	3	
大堀	4		2		5	12	6	13	1
小川	6	4	5	1	6	13	6	14	1
河合			2		1		3		1
北新町	2		3			3	1	8	
柴垣	1		1	1	2	1	1		
新堂	2		1			3	2	2	
田井城			1			4	1	3	1
高見の里	1		1		1	1	2	1	2
立部	1		2			2		1	
丹南	2		1		4	4	4	7	1
西大塚						1		2	
西野々	1	1	2				2	2	
東新町	11		2		2	1	1	2	
一津屋	1		1		1	1	1	1	1
別所	1	1	2		6	13	12	5	1
松ヶ丘							1	2	
南新町	7	1	4	1		7	6	3	
三宅中	1		11	4	9	15	14	10	7
三宅西				2	5	9	4	2	1
三宅東					4	4	4	1	
若林								1	
合計	67	15	66	16	67	133	93	106	26

## 企業支援施策・機関の利用

もう1つは、企業支援施策や支援機関の利用状況である。企業支援施策などに対する市内企業の姿勢についてみていく。まず、企業支援のための施策・支援機関の利用実態をみたものが、表28である。これによると、「知らない・よくわからない」がもっとも多く、42.2%にのぼった。何らかの施策・支援機関を利用したことがある企業は26.6%であった。

表28 企業支援のための施策・支援機関の利用実態



	度数	有効%
利用したことがある	41	26.6
利用したことはないが知っている	48	31.2
知らない・よくわからない	65	42.2
合計	154	100.0

利用実態について、いかなる企業であるかを詳しくみていこう。

まず、従業員規模別にみたものが、表29である。これによると、「知らない・よくわからない」とする企業の多くが、従業員規模が「0-3人」あるいは「4-9人」が多く、「利用したことがある」とする企業は、比較的規模が大きいところが多くみられる。

表29 従業員規模別にみた企業支援のための施策・支援機関の利用実態

	利用したことがある	利用したことはないが知っている	知らない・よくわからない	合計
0-3人	8	12	21	41
4-9人	13	15	21	49
10-19人	10	10	9	29
20-49人	6	9	6	21
50人以上	2	1	2	5
合計	39	47	59	145

次に、創業年別にみたものが、表30である。これによると、「知らない・よくわからない」とする企業（また「利用したことはないが知っている」企業も含む）の多くが、1960年代、1970年代に創業しているようにみえる。これに対して、「利用したことがあ

る」とする企業は、1960年代に創業しているところが多いが、比較的1950年代以前にも創業したところが見られる。

表30 創業年別にみた企業支援のための施策・支援機関の利用実態

	利用したことがある	利用したことはないが知っている	知らない・よくわからない	合計
1900年代以前	0	2	0	2
1910年代	0	3	0	3
1920年代	2	0	1	3
1930年代	2	3	4	9
1940年代	3	5	5	13
1950年代	4	5	7	16
1960年代	8	7	15	30
1970年代	1	9	14	24
1980年代	3	6	5	14
1990年代	1	1	1	3
2000年代	0	3	4	7
2010年代	0	1	0	1
合計	24	45	56	125

さらに代表者の年齢別にみたものが、表31である。これによると、「知らない・よくわからない」とする企業の代表者の年齢は、60代また70代が多いが、これに対して、「利用したことがある」とする企業の代表者の年齢は、40代と50代が多くみられる。年齢によって、施策・支援機関の認知度が違うのかもしれない。

表31 代表者の年齢別にみた企業支援のための施策・支援機関の利用実態

	利用したことがある	利用したことはないが知っている	知らない・よくわからない	合計
20代	1	0	0	1
30代	5	0	3	8
40代	12	6	9	27
50代	9	11	6	26
60代	7	16	19	42
70代	3	11	19	33
80代	1	2	1	4
90代	0	2	0	2
合計	38	48	57	143

最後に、売上高の動向別にみたものが、表32である。これによると、「知らない・よくわからない」とする企業のこれまでの3年間の売上高の動向は、「減少」傾向が多くみられる（売上高DIで-17）。これは、「利用したことがある」とする企業が「増加」

傾向が多くみられるのと極めて対照的である（売上高 DI で7）。支援施策・機関を利用したから売上高が増加しているという因果関係は言えないが、この差は極めて大きいようにみえる。

表32 売上高と企業支援のための施策・支援機関の利用実態との関連

	大幅に増加	やや増加	横ばい	やや減少	大幅に減少	売上高 DI
利用したことがある	3	14	13	7	3	7
利用したことはないが知っている	2	15	9	16	6	-5
知らない・よくわからない	4	13	14	17	17	-17
よくわからない	1	1	3	7	2	-7

以上から、支援施策・機関の存在は基本的には多くは知られていないことが明らかとなったが、逆にその存在を知っている企業は、その情報をどのような場所で入手するかどうかについては検討の余地があろう。そのことをみるための1つとして、「企業間交流・グループの実績」があげられる。この企業間交流・グループは、中小企業支援機関の1つである商工会議所は含まれていないが、企業間交流・グループの目的と考えられる1つに情報共有があり、そこで支援施策・機関の情報が共有される可能性がある。

そこで、企業間交流・グループの実績と企業支援のための施策・支援機関の利用実態との関連をみたところ（表33）、「知らない・よくわからない」とする企業の多くが、企業間交流・グループに「参加もしておらず交流する仲間もない」としている。これとは対照的に、「利用したことがある」とする企業のなかには、比較的、「グループに参加している」とする企業が多いことがわかる。

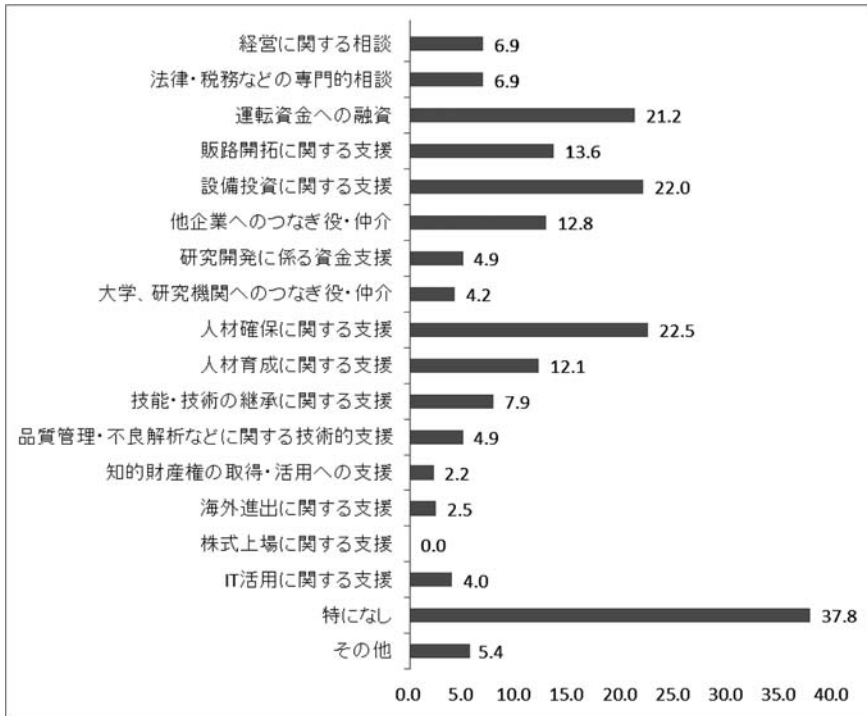
表33 企業間交流・グループの実績と企業支援のための施策・支援機関の利用実態との関連

	利用したことがある	利用したことはないが知っている	知らない・よくわからない	合計
グループに参加している	13	11	9	33
グループではないが、日常的に参加している仲間がいる	20	19	16	55
参加しておらず交流する仲間もない	5	16	30	51
よくわからない	2	2	8	12
合計	40	48	63	151

ここまで、企業支援施策や支援機関の利用状況についてみてきたが、ここでの項目の最後に、松原市に期待する支援策についてみていく。松原市に期待する支援策をみたところ（表34）、市内企業の姿勢にリンクするように、「特になし」が37.8%と最も多いことがわかる。しかし、割合こそそれには劣るが、たとえば「人材確保に関する支



表 34 松原市に期待する支援策



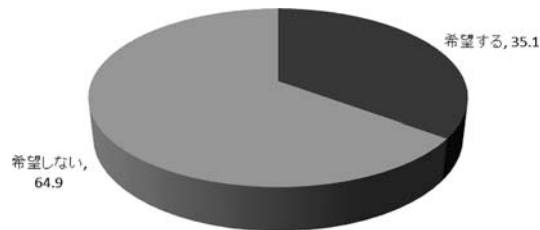
	度数	有効%
経営に関する相談	28	6.9
法律・税務などの専門的相談	28	6.9
運転資金への融資	86	21.2
販路開拓に関する支援	55	13.6
設備投資に関する支援	89	22.0
他企業へのつなぎ役・仲介	52	12.8
研究開発に係る資金支援	20	4.9
大学、研究機関へのつなぎ役・仲介	17	4.2
人材確保に関する支援	91	22.5
人材育成に関する支援	49	12.1
技能・技術の継承に関する支援	32	7.9
品質管理・不良解析などに関する技術的支援	20	4.9
知的財産権の取得・活用への支援	9	2.2
海外進出に関する支援	10	2.5
株式上場に関する支援	0	0.0
IT活用に関する支援	16	4.0
特になし	153	37.8
その他	22	5.4
未回答	85	
有効回答数	405	

援」(22.5%)、「設備投資に関する支援」(22.0%)、さらに「運転資金への融資」(21.2%)といった項目において、比較的高い回答割合がみられる。これらのなかで、「人材確保に関する支援」については、前述のように、市内での従業員確保などはある程度図られていると考えられるが、その求める人材(たとえば、若者や技術者など)なども含めて、具体的なニーズを把握していくことが必要と考えられる。

以上のように、松原市に期待する支援施策は、割合こそ多様であるが、すべての企業が「期待していない」というわけではない。地域企業にとって有効な支援施策・機関がきちんと必要なタイミングでうまく機能するかどうかにかかっているのである。そうした意味において、松原市としては、今後、地域の製造企業のための支援施策を吟味検討し、必要なタイミングと規模で、展開していくことが求められる。その展開の前に、地域の製造企業に対して適切な情報提供が求められる。

支援施策などについての情報提供の希望についてみると(表35)、「希望する」が35.1%みられる。すべての製造企業にとって画一的な施策はもはや必要でなく、利用者にとって有効な施策を展開していくためにも、いかなる利用者を想定するかが重要となる。その意味において、必要とする企業のニーズおよび必要とされるその場面に立ち入っていきながら、その利用者のための施策を策定・展開していく必要がある。

表35 情報提供の希望



	度数	有効%
希望する	127	35.1
希望しない	235	64.9
合計	362	100.0

#### IV ディスカッション

全数調査/悉皆調査において、アンケート調査票を訪問によって回収によることは、すでに記したように、回収率が標本調査より飛躍的に高まる可能性が高く、実態をより的確に把握できるだけでなく、中小企業家の「声」をデータに直接反映させることができるという利点がある。また、一般に回収率が低くなる規模の小さい企業の状況を広範に把握することができるという利点もある。項目の回答比率が低くても一定の層として

把握されるため今後の新しい動きに可能性を検討していくうえで重要となる（植田，2012 a）。

しかしながら，松原市製造業実態調査から，中小企業実態把握のための全数調査の課題もあらためて明らかになった。1つは，アンケート調査そのものについてである。このたび工業統計調査のデータから明らかとなった松原市内製造業事業所 818 件を母数として，松原市政においてはじめて製造業実態調査としてのアンケート調査を実施することができた。このことの意義は大きかったが，悉皆調査には至らなかった。回収された調査票は 487 件であり，回収率は 69.9% であった。回収できなかったものとして，廃業が明確にわかったものが 114 件であった。調査拒否（何らかの理由で回答できない含む）は 138 件であった。不明（不在（宛先不明で返却されたもの，また最低 3 回は訪問や電話をするが連絡つかず）を含む）が 79 件であった。818 件のうち複数事業所企業の重複分が 7 件ほどであった。

これには，アンケート調査をめぐるいくつかの問題がある。1つは，植田（2012 b）も指摘した工業統計調査のリストに関連した点である。掲載されている事業所の住所を訪れても，明らかに廃業している場合があるがこれが調査リストに反映されていない。なかには行ってみたら空き地であったという場合もあった。また，工業統計調査のリストに事業所名が重複して掲載されている場合がある。実際に記載されている住所に行くとき，リストのなかの 1 つが現存しているが，それ以外の事業所が現存しているか廃業しているか確認できない場合がある。掲載されている電話番号に電話しても連絡がとれず，その事業の実態が確認できないケースもあった。また，現存していても，それは看板など外見から事業所があるということが確認できるということだけであって，実際に事業を行っているかどうかの確認ができない場合があった。さらに工業統計調査のリストに依ったために，そのリスト以外に，新規に開業された事業所を把握することができなかった。

もう 1 つは，調査拒否の層がある程度あったという点である。拒否した理由はいくつかある。1つは，廃業予定であるために記載できないという点である。2つは，本社が別の地域であるなどの理由のためにアンケート調査に回答できる担当者がいないという点である。3つは，繁忙期で対応できないという点である。4つは，市役所の案件には協力することができないという点である。とくに最後の点は重要である。このたびのアンケート調査票の回収は，阪南大学に在籍する大学生及び大学院生が行った。郵送された調査票の回収のために，大学生あるいは大学院生が当該事業所を訪問すると，当初は学生ということで温かく歓迎していただいていた事業所であっても，いざそれが市役所の案件とわかるやいなや，拒絶反応ともいえるべき対応で拒否される場合があった。

工業統計調査は，日本で信頼できる国によるほかに類を見ない大規模な調査であるこ

とで知られている(渡辺, 2011)。それにもかかわらず, そこに記載されている事業所リストには, 上に記したようなさまざまな問題がある。いずれも共通しているのは, 廃業(あるいはそれにほぼ該当する場合)の確認ができていないということである。廃業届が出されているかどうかを確認するなど, 廃業の確認をどのようにすれば的確に把握することができるかどうかについて, 別途議論が必要であろう。またこのことは起業・創業の実際についても同様である。工業統計調査の事業所リストには, リスト作成のための実態把握以後に起業・創業した事業所は含まれていない。掲載されていない製造事業所については, このたびは盛り込むことができなかったが, 今後, 開業届が出されているかどうかを確認するなど, こうした新規の起業・創業の事業所をどのようにすれば的確に把握することができるかどうかについても, 別途議論が必要であろう。

また, 調査拒否の層のなかでも, とくに市役所の案件には協力することができないという層が存在しているという点についても議論が必要である。これらの層が松原市に対して抱いているのは, これまで特別に何も支援などしてこなかった(にもかかわらず今さら)という考えがある。松原市がこれまでまったく製造事業所に対する支援を行ってこなかったわけではない。それにもかかわらず, このような認識の違いが生じているのは, 双方が向き合おうとする姿勢や行動にあるのかもしれない。松原市にとって, 製造事業所を把握していこうという取組は, いままさに始まったところではあるが, 事業所にとっても地方公共団体に対して, たんに反発するだけでなく, 自らの事業内容を知ってもらおうとする姿勢や行動が必要であろう。地方公共団体による産業実態の調査なくして実態の解明はなされないのである。地方公共団体にとっては, 調査の協力をしてもらえよう事業者との信頼関係づくりあるいはネットワーク構築のような仲間づくりが必要であろう。

もう1つは, アンケート調査のデータの活用についてである。1999年の中小企業基本法改定後にも, 地方公共団体の役割が再確認され, そこに中小企業振興の主体としての責務が明記されている。しかしながら, 地方公共団体には人的・資金的資源に制約があることもあり, 産業振興のあり方を行政だけで考えたり, 取組んでいったりしていくことは必ずしも容易ではない。具体的には, 地域経済を担う企業, 企業団体, また市民, そして大学など教育機関などさまざまな個人・組織が結集し, 地域経済社会のあり方について議論しながら実践に転じていくことが必要となる。

松原市において, 中小企業支援施策を策定していくための基礎情報を得るために, 松原市と阪南大学と松原商工会議所とが連携することで, 製造業実態調査を実施することができたことは大きな意味がある。アンケート調査からは, 1つは, リーマンショック以降も着実に売上高を増加させている企業が存在していること, 2つは, 事業を存続させ同時に発展させる企業が存在していること, 3つは, 当該地域に立地する操業メリ

ットを最大限活用する企業が存在していること、4つは、当該地域に立地しながら、同時に地域の雇用を守る企業が存在していること、といったように、回答の特徴から明らかになった特筆すべき企業の存在が明らかとなった。また同時に、①事業用地の確保、②企業間の情報交換、③操業の際に直面している課題、④企業支援施策・機関の利用といったように、松原市による製造企業振興のための振興支援施策が明らかとなった。これらをアンケート調査から提示することができたことは、松原市における今後の中小企業支援施策の策定の際に大いに役立つものと期待される<sup>3</sup>。

アンケート調査の実施は、地方公共団体だけにとってメリットがあったわけではない。調査に協力した産業界にとっても、とくに規模の小さな企業家の「声」をデータとして反映できたなど（植田，2012 a），その実態や多方面に対するニーズの所在が明らかになることのメリットは大きい。さらに、かかわった大学にとっても立地する地域に貢献することができたり、また大学生が地域の産業・企業を知る機会を得たという点で学習効果があったりもした。このように産官学連携を実施する際には、連携を構築する個々のプレーヤーにとってメリットを発揮していくことが、連携を継続的に実施していく際の要件となる（関・中山編，2017）。

産業実態を解明したり、あるいは産業振興のあり方を検討したりしていくことの継続性が問われている。この検討が継続される仕組みを構築していくことが求められる。産学官連携による産業実態の解明や産業振興の検討はそう簡単なことでなく、産学官の連携体を運営していくにあたって課題も出てくるであろうし、運営や対応には時間もかかることであろう。こうしたことは、時間をかけてでも取組んでいくべきであると考えますが、当然のことながら実態が急速に変化していることもあり、時間をかけていいということではなく、その時々でしかるべき対策を講じる必要があることは言うまでもない。対策を講じて生き続けていく実践力がまた問われるのである。

## V 小 結

本稿では、筆者もかかわりながら実施した、大阪府松原市と同市に立地する阪南大学を中心とした、松原商工会議所の協力による産学官連携により2014年度に実施した松原市製造業実態調査での一連の経験から、産業実態調査をつうじて垣間見えてきた中小企業研究上の意義および課題を提示していくことを目的としていた。最後に、本稿での検討から導くことのできる含意を指摘しておく。

3 しかしながら、実態調査から得た情報をどのようにすれば効果的な中小企業支援施策の策定につながるのかについては、産業振興会議のあり方なども含めて、慎重な議論が必要であろう。産業実態調査を踏まえた中小企業支援施策の策定には、このような実践的な課題が残されている。

1つは、地方公共団体が全数調査／悉皆調査など中小企業の存立実態を把握しようとするための実態調査を行うことを決めたタイミングで、近隣の大学、とくに中小企業研究などに携わる研究者（以下、中小企業研究者と呼ぶ）に調査の協力などについて連携することで得られるメリットである。つまり、調査協力を得たことで、中小企業研究の一環として、中小企業の存立実態を明らかにしていくための調査項目を地方公共団体と共同で作成することができる。また、調査によって得られた中小企業の存立実態にかかるデータを地方公共団体と中小企業研究者との間で共有することで、データの解釈の客観性をより高めることができるだけでなく、データの分析をより深めていくことができる<sup>4</sup>。これらの調査項目の策定からデータの解釈・分析という一連のプロセスをつうじて新しい結果を得ることができれば、それは中小企業研究に大きく貢献していくと考えられる<sup>5</sup>。

もう1つは、中小企業の実態調査から得られたデータの分析を踏まえ、有効な中小企業支援施策を提言することができるという点で、中小企業研究者として貢献をしていくことが可能となる。筆者がかかわった松原市においても、調査データを得て、かつ客観的な解釈や深い分析を展開し、さらに施策の策定につながる提言までまとめることができたという点で（もちろん継続的な検討をしていくことが課題として残されているが）（松原市・阪南大学、2015）、中小企業の実態調査が有効な中小企業支援施策の策定に寄与するという中小企業研究の意義を再確認することができた。

地方公共団体と大学など中小企業研究者との連携には、これらの中小企業研究上のメリットを指摘することができる。しかしながら、同時に課題もある。1つは、調査項目の策定や分析はあくまで中小企業の実態を把握しようとする地方公共団体側の目的が強く反映されるために、研究上有効な調査項目が調査票に反映されにくい場合が多いと考えられる。また、調査をつうじてデータを得ることができたとしても、そのデータの取り扱いや調査結果の開示など、地方公共団体の目的があくまで遵守されるため、中小企業研究者側の都合で行うことができない。これは植田（2012b）でも指摘されているよ

4 植田（2012b）も次のように指摘する。「(中略) 構造的把握のために実施される比較的規模の大きな調査は、一般的に何度も繰り返して行うことは困難であり、最低限数年から10年は基礎資料として活用していかなければならない。そのため分析もしっかり行われることが多いが、それでも調査年度内に報告書としてまとめた後はそのまま終わっていることが多い。本来は、2～3年かけてでも多様な視点から分析すべきなのだが、そのための時間も資金的余裕も自治体側にはない。一方、大学側は地域産業調査のような調査に関心は持っているが、なかなか実行することは困難である。こうした両者が協力することで、より深いデータ分析が可能となり、長期的に活用できるデータ分析となっていく。」（植田、2012b, p.210）

5 植田（2012b）も次のように指摘する。「地方自治体などが行う地域産業調査に研究者がかかわり、調査結果をベースに研究が行われ、その成果が研究上影響を与えたという事例は少なくない。地方自治体などが行う地域産業調査は、学術的な研究を直接的な目的とはしていないものの、新しい視点からの調査が行われたり、調査の結果から新しい知見が得られれば当然学術的な研究に貢献していくことになる。」（植田、2012b, p.202）

うに、「地域産業調査は、最終的には地域産業政策の策定、実施に貢献することを目的としているのであり、純粋な意味での学術調査とは距離があることも事実である」（植田，2012 b, p.202）。産業実態調査が中小企業研究にどこまで有益なものになるかどうかについては、調査項目の策定や解釈・分析、結果の開示などの一連の調査プロセスで対話を重ねながら、別途検討をしていく余地が残されている。

もう1つは、調査から得られたデータの活用についてである。有効な調査データを得ることができたとしても、それを中小企業支援施策の策定につなげることができるかどうかは別問題である。筆者がかかわった松原市においても、中小企業の実態調査が有効な中小企業支援施策の策定に寄与するという中小企業研究の意義を再確認することができたにもかかわらず、実際の中小企業支援施策の策定にどこまで反映させることにつながったかどうかはあまり明瞭ではない。中小企業研究の成果が、実際の政策形成にどのように活用されるかどうかについては、別途検討していく余地が残されていると言える。

#### 付記

本稿は、2014年度に阪南大学と松原市との連携を軸に、松原市商工会議所の協力により実施した2014年度松原市製造業実態調査の結果を記した報告書に多くを依っている。報告書に記載されている表現と幾分重なる部分もあるが（その多くは筆者が記述）、本稿でのあらゆる責は筆者に帰することを明記する。

松原市製造業実態調査を実施するにあたって、松原市長の澤井宏文氏をはじめ、松原市産業振興課課長の篠本雄嗣氏（2013年度まで課長で現在は松原市議員。）、森岡大樹氏（2014年度当時課長で現在は他部局に異動。）、柏村幸一郎氏（理事（当時））、田頭譲治氏（副理事（当時））、ならびに産業振興課の職員（当時）の方々には多大なるご尽力を頂戴した。また阪南大学中小企業ベンチャー支援センターには、筆者在籍時に多大なるサポートをしていただいた。松原市製造業実態調査にかかわった皆さまに、この場をお借りし、感謝の意を表したい。松原市製造業実態調査をつうじた多くの体験とさまざまな方々の関係資産が、今後の継続した調査やそれに基づく松原市の施策策定を含めたさまざまな実践に貢献することを確信し、今後の松原市におけるますますの産業・企業の発展を祈願したい。

なお本稿の内容の一部は、2017年7月31日に釧路公立大学における第3回地域・産業研究会にて報告の機会を得て、貴重な意見を頂戴した。すべての方々のお名前を記すことはできないが、とりわけ釧路公立大学経済学部の東祐三先生には、筆者の研究会での報告にあたって関係部局との調整をしていただいた。この場をお借りし、重ねて感謝の意を表したい。

#### 参考文献（アルファベット順）

Curran, J. and R. Blackburn (2001) *Researching the Small Enterprise*, SAGE Publishing

黒瀬直宏 (2006) 『中小企業政策』日本経済評論社

松原市・阪南大学 (2015) 『松原市製造業実態調査報告書』

松永桂子 (2012) 『創造的地域社会－中国山地に学ぶ超高齢化社会の自立－』新評論

三井逸友 (2008) 「中小企業研究の到達点と課題－研究史を振り返って－」新日本出版社『経済』第167号, pp.130-153

岡田和弘・高野祐次・渡辺純夫 (2010) 『中小企業振興条例で地域をつくる－地域内斉藤視力と自治体政策－増補版』自治体研究社

- 大貝健二 (2016) 「中小企業政策を考える－発展可能性の模索－」岡田知弘・岩佐和幸編著『入門現代日本の経済政策』法律文化社, pp.63-78.
- 大林弘道 (2015) 「中小企業研究における調査・分析の新たな地平」立教大学経済学研究会『立教経済学研究』第69巻第2号, pp.97-123
- 佐藤郁哉 (2015) 『社会調査の考え方 (上・下)』東京大学出版会
- 関智宏 (2008) 「都市における産業集積と中小企業－大阪府八尾地域における中小製造業の関係性構築と経営基盤強化－」中小企業家同友会全国協議会企業環境研究センター『企業環境研究年報』第13号, pp.123-140
- 関智宏 (2017) 「中小企業をイメージする－2013年度における大学生を対象とした調査から－」同志社大学商学会『同志社商学』第69巻第1号, pp.85-148
- 関智宏・中山健編著『21世紀中小企業のネットワーク組織－ケース・スタディからみるネットワークの多様性－』同友館
- 瀧澤菊太郎 (1995) 「『中小企業とは何か』に関する一考察」商工総合研究所『商工金融』第45巻第10号, pp.3-22
- 植田浩文 (2005) 「地方自治体と中小企業振興－八尾市における中小企業地域経済振興基本条例と振興策の展開－」中小企業家同友会全国協議会企業環境研究センター『企業環境研究年報』第10号, pp.53-68
- 植田浩史 (2007 a) 「『縮小』時代の都市型産業集積－大阪市製造業実態調査からの考察－」商工総合研究所『商工金融』第57巻第7号, pp.4-19
- 植田浩文 (2007 b) 『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 (2012 a) 「製造業実態調査について」植田浩史・北村慎也・本多哲夫編著『地域産業政策－自治体と実態調査－』創風社, pp.25-42
- 植田浩史 (2012 b) 「調査論」植田浩史・北村慎也・本多哲夫編著『地域産業政策－自治体と実態調査－』創風社, pp.199-218
- 植田浩史 (2014) 「中小企業・ベンチャー企業論を学ぶ」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]－グローバルと地域のはざままで－』有斐閣, pp.1-17
- 植田浩史・松永桂子・田中幹大・関智宏 (2005) 「小規模製造業の存在意義と今後の役割－大阪・兵庫を対象に－」国民生活金融公庫総合研究所『調査季報』第74号, pp.27-49
- 植田浩史・北村慎也・本多哲夫編著 (2012) 『地域産業政策－自治体と実態調査－』創風社
- 渡辺俊三 (2008) 「中小企業論研究の成果と課題」名城大学経済・経営学会『名城論叢』第8巻第4号, pp.121-141
- 渡辺幸男 (2011) 『現代日本の産業集積研究－実態調査研究と論理的含意－』慶應義塾大学出版会
- 山中篤太郎 (1948) 『中小工業の本質と展開－国民経済構造矛盾の研究－』有斐閣