

中小企業経営と地域活性化の関わり

長谷川 英伸
 (玉川大学)
 経営学部准教授



I. はじめに¹

地域経済の活性化に対応するには、地域の課題となる福祉、環境、教育、まちづくり等に対して、地方自治体の支援のみに頼るのではなく、事業性、すなわち利益を得て持続可能な事業を行う「ソーシャル・ビジネス」の役割が重要となる。「ソーシャル・ビジネス」を基盤に、社会・経済問題の解決法としての社会サービスの変革である「ソーシャル・イノベーション」をいかに創出していくかが課題となる。「ソーシャル・イノベーション」を担う主体としては、地域に密着している中小企業が考えられる。

地域住民が一体となった地域活性化を目指すためには、率先して地域をまとめるリーダー（中小企業）を育成し、そこから形成される地域コミュニティを構築する必要がある。

地域リーダーは「地域」を経営資源として捉え、活動しなければならないし、さらに「地域」は閉鎖的であってはならず、多様性・開放性を備えていなければならない。現代経済下での企業経営、地域振興には、地域間をつなぐ視点が欠かせない。

II 中小企業のブランド力

中小企業は事業領域によって多少差があるが、地域社会に依存している。地域社会のさまざまな組織と中小企業が連携を構築することで、地域社会でのブランド力を得られる可能性がある。一方、地域社会に存在する地域資源の分析を十分に行ったうえで、その地域資源を活用することは新製品開発、販路開拓等のきっかけにもなる。中小企業は地域社会との連携を図ることで、地域社会の人々との接点を多く持つことになり、地域社会のなかで明確な存在価値を見出し、自社のブランド力創造を実現できる。

地域社会において、自社のブランド力創造が可能となれば、既存の従業員は自社で働く目的意識がはっきりすると同時に、ES（従業員満足度）の向上につながり、自社の製品・サービスの品質の改善をもたらし、CS（顧客満足度）の向上を可能とする。地域社会での中小企業に対するブランド力が形成されれば、地域住民が中小企業に興味を持ち、人材確保を円滑に行える可能性がある。

中小企業は改めて地域社会の一員である企業としての自覚を持って自社のビジョンの方向性

¹ 本稿は佐竹隆幸（2012）「震災による中小企業の存立基盤の変化と現代企業経営～阪神・淡路大震災、東日本大震災からのケースを通じて～」一般財団法人商工総合研究所『商工金融』2012年11月号、pp.28～45.の論考と密接に関連している。また、引用、参考になっている。

を明確化していくことが求められる。中小企業は地域社会におけるブランド力を創造し、利害関係者にとって必要不可欠な関係を築くことによって、外部環境に左右されないほどの自社の競争力を高め、従業員一丸となるような強靱な組織づくりを目指す必要がある。

Ⅲ. 中小企業に求められる製品・サービスとは

以上のように、ここまで中小企業経営と地域経済の関係性について考察してきた。中小企業の経営行動に必要な経営資源は「ヒト、モノ、カネ、情報」であるが、それ以外に中小企業の発展を推し進めていくうえで、重要な資源がある。それはスピード、時間である。中小企業は組織が比較的小さいために、経営者の経営理念等が従業員に浸透しやすい。日本の経済環境は日々厳しさを増し、顧客の嗜好を把握するためには、従来の製品・サービスに捉われない発想力が求められる。つまり、中小企業はCS（顧客満足度）を高める製品・サービスを提供する経営体質を構築していかなければならない。

例えば、印刷業に属する中小企業の場合、顧客が想定できる印刷物の品質、短期間の納入等の製品・サービスを提供しても顧客は感動しない。他社も同じようにできる製品・サービスでは、優位性を生み出すことができない。顧客が想定する従来の製品・サービスを提供しても、同業他社との競争に打ち勝つことはできない。顧客が想定する以上の製品・サービスを提供することによって、顧客はその提供先である中小企業に強みを感じるのである。

Ⅳ. おわりに

地域活性化には、中小企業が存立維持を果たし、成長を実現することが不可欠であり、また中小企業の存立維持・成長なくして、地域の再生・創造は達成できない。こうした循環を各地域に存在する大学の経営学・経済学系の社会科学系学部との「知」の融合によって実現することで、良き経済社会を発展させ、新しい市民社会の実現を達成することが可能となる。

高度な経営能力を保有する中小企業経営者は地域と協働することにより、福祉、環境、教育、まちづくり等に積極的に関わり、公共の利益を増進し、豊かで充実した社会づくりに貢献できると考えられる。そのためには、地域に存在する経営資源の見直し、これに呼応する地域外部との緊密な連携等、内外のパートナーシップ形成が不可避である。こうした視点での大学・地域企業団体との連携は、現在、わが国における重要課題となっており、地域づくりにおいて不可避な試みと考えている。また、活性化を模索する多くの地域や都市の再生・創造を検討するうえで、極めて大きな示唆を得ることが可能である。

地域経済に密着し日本経済にも多大な影響をもつ地域に存立する中小企業が、保有する技術・ノウハウといった経営資源を活用し、経営革新行動を進めていくことが、企業の存立基盤を強化するだけでなく、新たな雇用を創出し、地域経済、ひいては日本経済の活性化につながる。

こうして地域に存立する中小企業は自社に対する信用を創造し、さらに存立基盤強化を達成することで黒字体質の「強い企業」から「良い企業」へと転換する。そのために、中小企業は地域と連携し経営革新行動を実践して、企業信用を創造していくことが必要となる。