



中小企業の地域活動への参加と経営への影響

-地域活動に積極参加する中小企業ほど業況が良い傾向-

荒木田友則・市野寛明

ポイント

- 中小企業の多くが商工会・商工会議所等の何らかの地域活動団体等に加入している。また、地域活動団体等に加入している中小企業は、加入していない中小企業と比較して業況が良い傾向がみられる。
- 地域活動に参加している中小企業は多く、こうした地域活動への参加が自社の経営にプラスの影響を与えていると回答した中小企業の業況には良い傾向がみられる。
- 中小企業は、地域活動を活発化するために、地元自治体や地域金融機関に対して、補助金・助成金・協賛金等や多様なアイデア・企画をはじめ、さまざまなサポートを期待している。

はじめに

中小企業にとって、地域活動は、地元への単なる貢献にとどまらず、自社のネットワークを広げて業績を向上させる経営活動の一環と考えられる。

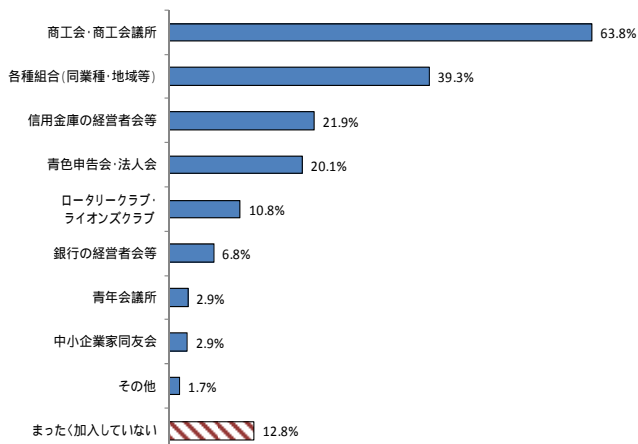
そこで今般、信金中央金庫 地域・中小企業研究所が全国の信用金庫の協力を得て取りまとめている「第169回全国中小企業景気動向調査」(2017年7-9月期)に附帯する特別調査「中小企業経営と地域との関わりについて」において、信用金庫取引先を対象にアンケート調査を行った。

1. 地域活動団体等への加入状況と業況

地域活動団体等への加入状況については、「商工会・商工会議所(63.8%)」が最も多く、以下「各種組合(同業種・地域等)(39.3%)」「信用金庫の経営者会等(21.9%)」が続く。一方、「まったく加入していない」企業は、全体の12.8%にとどまった(図表1)。

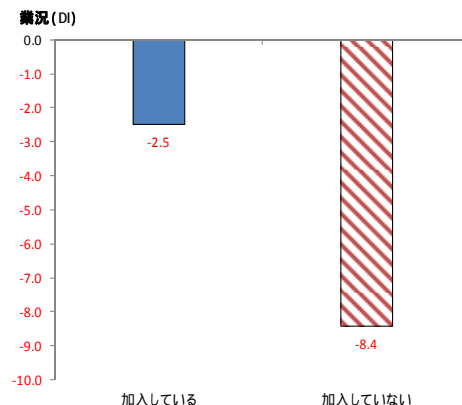
また、地域活動団体等への加入状況と業況との関連をみると、地域活動団体等に加入している中小企業は、加入していない場合と比較して業況が良い傾向にあった(図表2)。地域活動団体等に加入することで、中小企業の経営に一

(図表1) 地域活動団体等への加入状況



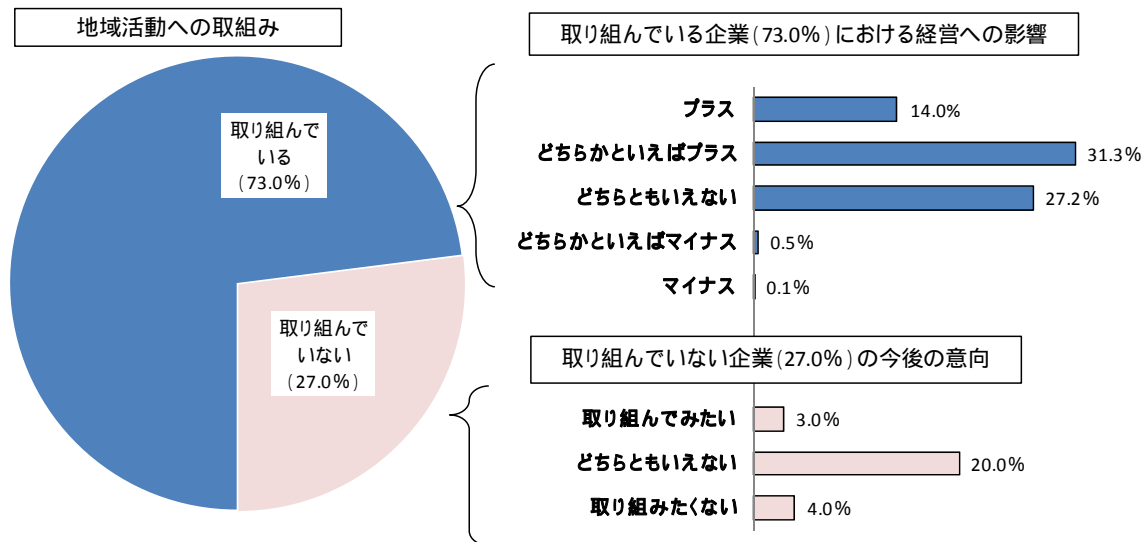
(備考) 1. 最大3つまでの複数回答
2. 全国中小企業景気動向調査をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(図表2) 地域活動団体等への加入の有無と業況判断D.I.



(備考) 全国中小企業景気動向調査をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(図表3) 地域活動への取組みと経営への影響



(備考) 全国中小企業景気動向調査をもとに信金中央金庫地域・中小企業研究所作成

定の成果が出ているようである。

本調査で寄せられた中小企業からのコメントでは、「経営者が若く、地域活動への参加等はほとんど行っていないが、高い技術と細やかなコミュニケーションが好評で、独自の顧客を獲得している。(自動車整備業 山口県)」との声もある一方で、「今年度からロータリークラブへ入会した。飛び込み営業に限界を感じており、紹介等の縁のつながりが必要と感じている。(電気通信業 滋賀県)」といった声も挙がっている。中小企業の一部では、地域とのつながりを自社の今後の営業活動に役立てたいとの意識があることがうかがえる。

2. 地域活動への参加と業況

地域活動への取組みについては、「取り組んでいる企業(73.0%)」が、「取り組んでいない企業(27.0%)」を大きく上回り、総じて地域活動への参加に積極的な姿勢であることがうかがえる結果となった。

「取り組んでいる企業」の多くは、地域活動への取組みが「経営にプラスになる」と回答する一方で、「経営にマイナスになる」と回答した企業はほとんどない(図表3)。

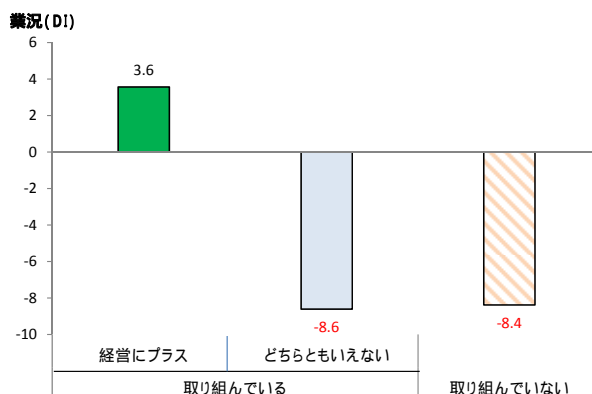
しかしながら、「どちらともいえない」との回答が27.2%に上り、地域活動の経営への効果を把握できていない企業が一定数あることもうかがえた。

また、地域活動への参加と業況との関連を

みると、「経営にプラス(どちらかといえばプラスを含む)」と回答した中小企業の業況には良い傾向がみられた。「地域行事に出席することで知名度や信頼度が上がるだけでなく、異業種との交流ができるようになった。(製麺業 鹿児島県)」といった声に代表されるとおり、地域活動への参加が業績面に良い効果をもたらしている実感を得る中小企業もある。

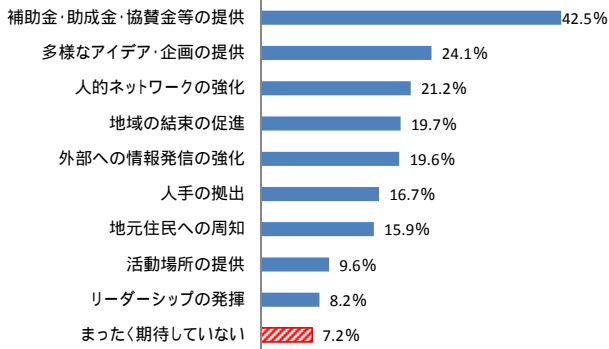
一方、「どちらともいえない」と回答した中小企業の業況は、「地域活動に取り組んでいない」と回答した企業と業況の差がほとんど見られなかった(図表4)。

(図表4) 地域活動への参加と業況判断D・I



(備考) 1. 「経営にプラス」は「どちらかといえばプラス」を含む。
 2. 「経営にマイナス」は全体の約0.5%と極めて少ないため捨象した。
 3. 全国中小企業景気動向調査をもとに信金中央金庫地域・中小企業研究所作成

(図表5) 中小企業が地元自治体や地域金融機関に期待すること



(備考) 1. 最大3つまでの複数回答
2. 全国中小企業景気動向調査をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

こうしたことから、自社の経営へのプラスの影響が実感できるよう、目的意識をもって地域活動に取り組むことが重要であるといえよう。

3. 地元自治体や地域金融機関への期待

地域活動を活発化していくために中小企業が地元自治体や地域金融機関に期待することでは、「補助金、助成金、協賛金等の提供(42.5%)」が最も高かった(図表5)。以下、「多様なアイデア・企画の提供(24.1%)」、「人的ネットワークの強化(21.2%)」などが続いた。

これらの結果から、中小企業では経営資源や情報力に制限があるなかで、地元自治体や地域

金融機関に対する期待が大きいといえよう。

また、地域活動への要望と業況との関連をみると、業況の良い中小企業ほど、「リーダーシップへの期待」、「人手の抛出」、「外部への情報発信」、「人的ネットワーク」などを要望する傾向がみられる(図表6)。

したがって、地方圏を中心に「商店街は停滞しており、全体での活性化が必要である。(婦人服小売業：徳島県)」との声が多く寄せられるなか、地元自治体や地域金融機関が地元でリーダーシップを発揮して存在感を高めることで、中小企業の要望に応えることができ、ひいては地域の活性化につながることを期待できよう。

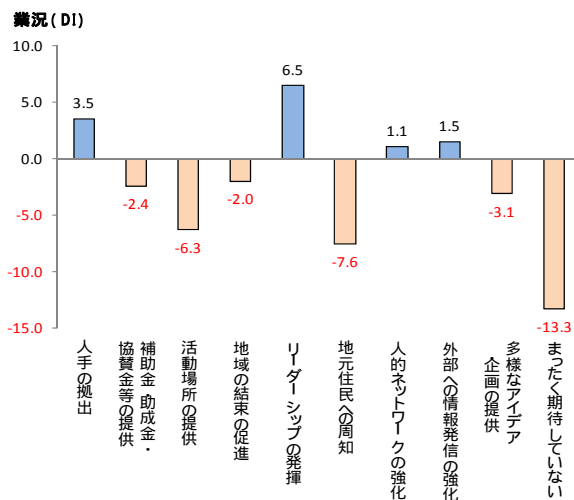
おわりに

本稿では、地域活動に積極的に参加する中小企業においては、総じてその業況は好調であることが確認できた。すなわち、中小企業では、地域課題を解決して活性化に導いていくことで、自らの事業も維持、発展、成長させていくことにつなげていけるのだろう。

信用金庫をはじめとする地域金融機関は、こうした地域活動に積極的に関わる中小企業への資金面や情報面でのサポートに引き続き積極的に取り組んでいくことを通じて、地元の中 小企業経営の安定と地域の活性化をともに導いていくことが求められよう。

以上

(図表6) 地域活動への要望と業況判断D・I



(備考) 全国中小企業景気動向調査をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(参考)
第169回全国中小企業景気動向調査の概要

- 調査時点：2017年9月1日～7日
- 調査方法：全国各地の信用金庫営業店の調査員による、共通の調査表に基づく「聴取り」調査
- 標本数：15,768企業(有効回答数14,435企業・回答率91.5%)
有効回答数のうち従業員数20人未満の企業が占める割合は71.8%
- 分析方法：各質問項目について、「増加」(良い) - 「減少」(悪い)の構成比の差 = 判断DIに基づく分析