

地方圏に立地する中小企業の 地域雇用への高い役割意識と積極的な貢献 — 「地域の雇用を支える中小企業」について検証する 定量・定性両面からのアプローチ —

日本政策金融公庫総合研究所首席研究員

海上 泰生

要 旨

「地域の雇用を支える中小企業」とよく言われるが、実際にどの程度、地方圏の中小企業は、積極的な姿勢で地域雇用に貢献しているだろうか。地域と雇用に関する中小企業研究には、多数の優れた論考があるが、この視点の考察例は、意外にもあまり見受けられない。そこで本稿では、マクロ統計、アンケート調査、企業インタビュー調査を基に、定量・定性両面からアプローチし、地方圏中小企業の雇用貢献と役割意識について検証した。まず、マクロ統計データに基づき、各都道府県における中小企業従業者数割合を説明変数と置いて、2つの回帰分析を試みると、中小企業従業者数割合の高い都道府県ほど、①従業者総数の割に新規求人数が多い、②平均継続就業期間が長い、という結果となり、雇用創出・継続に対する地方圏中小企業の貢献の大きさがわかった。次に、アンケート調査データを用いて、クロス分析を施し三大都市圏と地方圏を比べた。その結果、地方圏中小企業の地域雇用への役割意識が三大都市圏に比べて10ポイント以上高かった。同様の分析により、企業規模や業種など役割意識に差異を生む諸要因も洗い出された。そこで、より精緻な検証のため、計量モデルによって他の諸要因をコントロールした推計を試みた。その結果、三大都市圏ダミーを用いた推計(1)も、立地場所の都道府県人口を説明変数に用いた推計(2)も、マイナスの値で有意となった。すなわち、推計(1)で、大都市圏と地方圏の差異が検証されたことに加え、推計(2)で、同じ地方圏の県どうしの比較においても、小規模県であればあるほど(言い換えれば“地方”であればあるほど)、中小企業の雇用貢献意識が高くなることが明らかになった。最後に、各データ分析による検証結果の裏付けとなる経営事例を抽出して、検証を補強した。上述の各データ分析で明らかになった各点は、産業・雇用の面で地域の中核的な役割を果たしている中小企業の実例においても、当てはまるはずである。実際に、インタビュー調査からは、地域雇用への役割意識について直接的に示唆する例が複数抽出され、上述のデータ分析による検証結果とも極めて親和的であった。

(キーワード：地方、地域、雇用創出、雇用継続、中小企業、実証分析、企業事例)

1 問題意識

国内市場は、人口減少により伸び悩み、対照的に、アジア新興国市場は急速に拡大している。グローバル化やボーダーレスは、一層伸展し、世界規模で拠点配置を考える大企業は、新興市場や低労賃を求めるとともに、為替相場の変動に対応して、国内拠点の突然の再編・縮小・撤退、そして海外立地に動いている。

豊かな経営資源を有する大企業は、このように柔軟な拠点配置が可能だが、地域経済や地域雇用の面からみると、大きな雇用創出の場の突然の撤退・閉鎖につながり、深刻な不安定要因になりかねない。突然ではないとしても、近年、生産拠点の海外シフトは漸次進行し、国内労働市場における大企業の雇用吸収力は、かつてより大きく減退した。

そうしたなか、持続的に地域の産業と雇用を担うのは、その地に根差した中小企業であると、よく言われる。同様に、「地域の雇用を支える中小企業」というフレーズも、ほとんど常套句として用いられている。

確かに、大都市圏と異なり、地方圏に立地している大企業は絶対数が限られるので、中小企業が地域住民の有力な就職先となっている点は、自明のことといえる。

しかし、本当に、地方圏の中小企業が、積極的な姿勢で地域雇用の創出や継続に貢献しているだろうか。もしかしたら、とくに意識することもなく、自社の経営上の都合のみによって、求人活動や継続雇用をしているということはないだろうか。

もちろん、筆者自身も実感として、「地域の雇

用を支える中小企業」という言葉に大きな違和感はなく、継続雇用を旨として“人”を大切にする経営を実践する地方中小企業を多く認知しているが、それを実証的に明らかにした論考を目にすることはあまりなかった。

そこで本稿では、こうした問題意識から、地方圏に立地する中小企業が示す、地域の雇用創出・雇用継続における積極的な貢献と役割意識について、明らかにする。そして、そこから導出される示唆が、何らかのかたちで地域再興の一助になることを狙っている¹。

2 地域と雇用に関する

中小企業研究のレビュー

地域経済における中小企業の存在感は大きく、また、学問的関心も高い分野であるため、本研究が対象とする「地域」と「中小企業」の関わりについては、非常に多くの先行研究が存在する。

大まかに整理すると、例えば、燕・三条、鯖江、今治などの地場産業産地や、大田区、東大阪などの特定地域の産業集積等を対象として、局所的に注目する研究例を最も多く目にする。該当例として、中小企業研究センター（2000）、上野（2007）等のように、それぞれ特徴的な地域の歴史や成り立ちから始めて、機能や構造、克服すべき課題などを深く掘り下げる論考が多く示されている。

また、石倉ほか（2003）、田中（2004）等のように産業クラスターや地域連携に注目する例も少なくない。さらに、伊藤（2003）等のように総合的に考察する例、池田（2002）等のように中小企業論における地域視点のあり方を説く例など、多様なアングルから考察がなされている。

中小企業の「雇用」に関する先行研究について

¹ 本稿は、日本政策金融公庫総合研究所が、みずほ総合研究所（株）との共同研究結果を一部に利用して作成した『日本公庫総研レポート』No.2015-1「地域の雇用と産業を支える中小企業の実像」（2015年6月）のうち、筆者自身が分析・考察を担当した部分を発展・拡大させたうえで執筆したものである。

も、三井（2006）が11の問題点を整理し掲げているように、賃金格差、労働時間、社会保障、労働力不足と人材採用・育成、高齢者雇用、労務管理、非正規雇用・外国人労働力等が主要な論点として挙げられ、広く論じられている。

以上のように、多数の優れた論考を挙げる事ができるが、本研究が目指すところの「地域の雇用を支える中小企業」という半ば常識化している認識に注目して、その定量的あるいは定性的な根拠を探るため、集中して考察した例は、意外にもあまり見受けられない。ここに本研究の意義を見出すことができる。

3 リサーチ・クエスチョン

冒頭で述べたように、大都市圏と異なり、地方圏に立地している大企業の絶対数は限られているので、中小企業が地域住民の有力な就職先となっていることは間違いない。

加えて、大企業の国内拠点の縮小・撤退、海外拠点へのシフトの動きをみると、地方圏の経済を支える中小企業の役割は、ますます重くなっていると考えられる。

しかし、本当に、地方圏の中小企業が、積極的・自発的な姿勢で地域雇用の創出や継続に貢献しているだろうか。もしかしたら、とくに意識することもなく、自社の経営上の都合のみによって、求人活動や継続雇用をしていることはないだろうか。また、大企業が多く立地する大都市圏に比べて、地方圏の中小企業は、自らの雇用創出や雇用継続について、何らかの使命感を抱いているのだろうか。

そこで本稿では、この疑問を明らかにするべく、マクロ統計、アンケート調査、企業インタビュー調査により得た各種のデータを用いて、定量・定性の両面からアプローチし、地方圏中小企業の雇用貢献と役割意識について、明らかにする。

4 研究の方法① ～ 3つのアプローチ

本研究に当たっては、3つのアプローチをとった。

まず、マクロ統計分析として、総務省の「経済センサス活動調査」を中小企業庁が再編加工し、「中小企業白書 付属統計表」に掲載した「都道府県別企業数・常用雇用者・従業者数（民営、非一次産業）」、厚生労働省「一般職業紹介状況」、同省「就業構造基本調査」、及び国勢調査「人口等基本集計」等を用いて、都道府県レベルでの中小企業の雇用創出・雇用継続の状況を定量的に分析した。

次に、2つめのアプローチとしては、「人材育成に関するアンケート（中小企業動向調査特別調査）」の調査結果を用いて、特に地方圏の中小企業経営者の雇用貢献意識の程度について、実証分析を行った（同アンケートの仕様については、次項5に示す。）。

加えて、上述のマクロ統計分析、アンケート調査結果の実証分析の妥当性を補足する位置付けで、同じく中小企業経営者に対して実施した「地域の中核的な中小企業へのインタビュー調査」の結果から、地方圏の中小企業の雇用貢献意識に関する部分を抽出し、実際の経営事例を示して裏付けとした。（同インタビュー調査の仕様についても、次項5に示す。）

本研究では、これら3方向のアプローチを経て、定量・定性の両面から、地域の雇用創出・雇用継続における地方圏の中小企業の行動と責任意識について、分析していく。

5 研究の方法② ～ 調査の具体的仕様

(1) 中小企業へのアンケート調査の仕様

「人材育成に関するアンケート調査（中小企業

表-1 企業アンケート調査の仕様

調査対象	当公庫中小企業事業取引先 13,750社
調査方式	調査票の郵送方式によるアンケート
調査時点	2014年6月中旬
有効回答数	5,625社 (回答率 40.9%)

回答企業の資本金・従業員規模別社数・構成比

(単位：社数、%)

資本金別	社数	構成比	従業員別	社数	構成比
100万円未満	45	0.8	20人未満	1,701	30.2
100万～300万円未満	76	1.4	20～29人	798	14.2
300万～1,000万円未満	449	8.0	30～49人	1,161	20.6
1,000万～5,000万円未満	3,774	67.1	50～99人	1,139	20.2
5,000万～1億円未満	993	17.7	100～199人	578	10.3
1億～3億円未満	222	3.9	200～299人	137	2.4
3億円以上	66	1.2	300人以上	111	2.0
合計	5,625	100.0	合計	5,625	100.0

回答企業の業種別社数・構成比

(単位：社数、%)

業種名	社数	構成比	業種名	社数	構成比
飲 食 料 品	345	6.1	鉱 業	11	0.2
織 維・織 維 製 品	137	2.4	建 設 業	540	9.6
木 材・木 製 品	63	1.1	運 送 業 (除 水 運)	296	5.3
紙・紙 加 工 品	58	1.0	水 運 業	63	1.1
化 学 工 業	92	1.6	倉 庫 業	34	0.6
プ ラ ス チ ッ ク 製 品	132	2.3	情 報 通 信 業	104	1.8
窯 業・土 石	149	2.6	ガ ス 供 給 業	7	0.1
鉄 鋼	94	1.7	不 動 産 業	265	4.7
非 鉄 金 属	40	0.7	宿 泊・飲 食 サ ー ビ ス 業	171	3.0
金 属 製 品	342	6.1	卸 売 業	830	14.8
は ん 用 機 械	134	2.4	小 売 業	430	7.6
生 産 用 機 械	227	4.0	(卸 ・ 小 売 業)	1,260	22.4
業 務 用 機 械	45	0.8	サ ー ビ ス 業	482	8.6
電 子 部 品・デ バ イ ス	43	0.8	非 製 造 業 合 計	3,233	57.5
電 気 機 械	105	1.9	全 産 業 合 計	5,625	100.0
輸 送 用 機 械	117	2.1			
印 刷・同 関 連	170	3.0			
そ の 他 製 造 業	99	1.8			
製 造 業 合 計	2,392	42.5			

動向調査特別調査)」は、表-1の仕様による。

当調査は、日本政策金融公庫 総合研究所が、四半期ごとに実施している「全国中小企業動向調査 (中小企業編)」の付帯調査として実施した (表-1)。本「全国中小企業動向調査」は、概ね従業員数20人以上程度の中小企業約1万3,000社を

対象として、業況の総合判断や売上・利益・価格などの項目について、当期の実績および見通しを尋ねている。「人材育成に関するアンケート調査」は、同調査に付属回答票を付し、本体の調査と同一仕様により実施した。調査票の郵送先数は、13,750社。有効回答数は、5,620社。回答率は、

表-2 「地域の中核的な中小企業へのインタビュー調査」の調査先プロフィール
 (全10社中、本稿における分析対象分7社のみ抜粋)

企業名	事業内容 (本社所在地)
K社	野菜・果実缶詰・保存食料品製造業 (茨城県)
S社	プレス機械法令点検代行、機械移設に伴うエンジニアリング、オーダーメイドプレス開発・製造・販売ほか (千葉県)
M社	建設作業工具・配管設計製造、産業機器・治具設計製造 (三重県)
O社	配管工事用付属品製造 (岡山県)
K②社	ストックング、ソックス製造 (香川県)
T社	紳士靴・婦人靴・雑貨小売 (宮崎県)
B社	工場設備の生産・据付・改造、試運転・調整 (九州地方)

- (注) 1 当表中1社は、社名開示を希望していないため、本稿ではB社と表記した。他の各社は、社名開示について問題なしとしているが、本稿では、記述の便宜上、イニシャル表示とした。
- 2 当インタビュー調査における、調査の企画、基本仕様、調査先企業の決定、質疑応答の実施、詳細なインタビュー録の作成・分析については、日本政策金融公庫総合研究所の主席研究員である筆者が担当した。また、調査の実行に際して、候補企業の抽出、連絡・調整、インタビュー結果の一次とりまとめについては、同公庫から委託を受けたみずほ総合研究所が担当した。

40.9%となっており、多くの企業に御協力いただいた。

(2) 地域の中核的な中小企業への インタビュー調査の仕様

「地域の中核的な中小企業へのインタビュー調査」は、表-2に掲載する調査先企業7社を含む全10社を対象にした。

大企業の国内拠点撤退・海外立地が相次ぐなか、中小企業がその地域の雇用を牽引しているとともに地域産業の中核的存在である例も多い。

本インタビュー調査では、こうした観点から、地域の雇用創出に重要な役割を果たしている中小企業10社を、政府刊行物・新聞・雑誌・ウェブを含む各種の公開情報や、信用情報会社が提供する企業データベース、当公庫の取引歴や調査歴のある企業群の蓄積データなどをもとに選定し抽出し、直接面談のうえ実施した。

主なヒアリング項目としては、事業概要、沿革、市場戦略、強みなどを押さえたうえで、本研究の中心的関心事である地域の雇用創出と雇用継続に関する見解のほか、当社の競争力を支える人材の役割と貢献、人と組織の基本方針、具体的な人材確保・育成策などについて尋ねた。

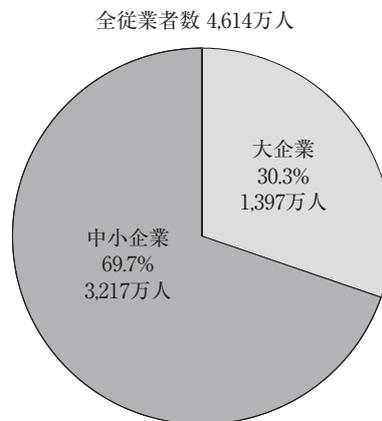
(3) 本研究における各調査の構成

このように、マクロ統計データ、中小企業アンケート調査、中小企業インタビュー調査という、複数のアングルからアプローチした結果、地域の雇用創出・雇用継続に向けての中小企業の行動と責任意識に関する多くの有用な情報を得ることができた。本稿では、それを整理・分析していく。

研究上の構成としては、次項6~7において、マクロ統計データに基づき、地方圏の中小企業による雇用創出と雇用継続について、俯瞰的・定量的な面から分析を施す。8~10では、上述したアンケート調査結果を用いて、ミクロ的な視点から、中小企業経営者の地域雇用への貢献意識や使命感に注目し、クロス分析や計量経済モデルによって、地方圏に立地する中小企業の特性を明らかにする。

最後に、11~12では、上述したインタビュー調査結果から抽出した事例を用い、中小企業の雇用貢献について、定性面から妥当性を裏付ける。

図-1 全従業者数のうち中小企業従業者数が占める割合



資料：中小企業庁「中小企業白書」(2014年版)／総務省「平成24年経済センサス-活動調査」再編加工

(注)「従業員数」は、会社の常用雇用者数(正社員及びパート・アルバイト)と個人事業所の従業員総数を合算している。従業員総数とは、常用雇用者のほか、個人事業主、無給家族従業者、有給役員を含む(図-2～4について同じ)。

6 都市圏と地方圏ごとにみる

中小企業の雇用貢献度(ストック面)

(1) 中小企業と大企業の従業員数割合

よく知られていることだが、我が国の全従業員数4,614万人のうち、中小企業の従業員数は3,217万人にのぼり、全体の69.7%、つまり、およそ7割という高い割合を占めている(図-1)。

労働市場において、こうした大きなプレゼンスを誇る中小企業は、その圧倒的な雇用吸収力を発揮すると同時に、自らが生み出す付加価値が勤労者所得の源泉となり、それを通して国民経済における消費活動や貯蓄・投資に対しても、極めて大きな影響を与える存在になっている。

同時に、中小企業は、大企業と異なって、都市圏だけでなく地方圏の隅々にまで立地しており、地域経済の主要な担い手となっている。地方の危機が叫ばれている今日、ここでも、その役割を十分に果たすことが期待されている。

そこで、地方圏における中小企業のウエイトの大きさを認識するため、前掲図-1の全国平均の

従業員数の構成を地方圏と都市圏に分解した場合、中小企業の存在の大きさがどう変化するか、次の(2)において詳しくみていく。

(2) 都市圏と地方圏における

中小企業従業員数割合の差異

全国平均ではなく、三大都市圏と地方圏に分解して、企業規模別従業員数の割合をみしてみる。

全国の従業員総数4,614万人のうち、三大都市圏に属する数は2,746万人で、地方圏に属する数1,868万人の約1.5倍に相当する(図-2)。本稿では、三大都市圏と地方圏の分類は、国土交通省「土地所有・利用状況概況」の定義に基づき、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、三重県、京都府、大阪府、兵庫県を「三大都市圏」とし、それ以外の38道県を「地方圏」とした。

実は、企業数(会社数+個人事業所(単独事業所および本所・本社・本店)とする)でみると、三大都市圏177万企業、地方圏209万企業で、地方圏の方が逆に多いにもかかわらず、従業員数では逆転している。わずか9都府県しかない三大都市圏が大きな雇用吸収力を示していることがわかる。

そこで、大企業と中小企業別の従業員数構成比

図-2 都市圏と地方圏における中小企業従業者数割合の差異

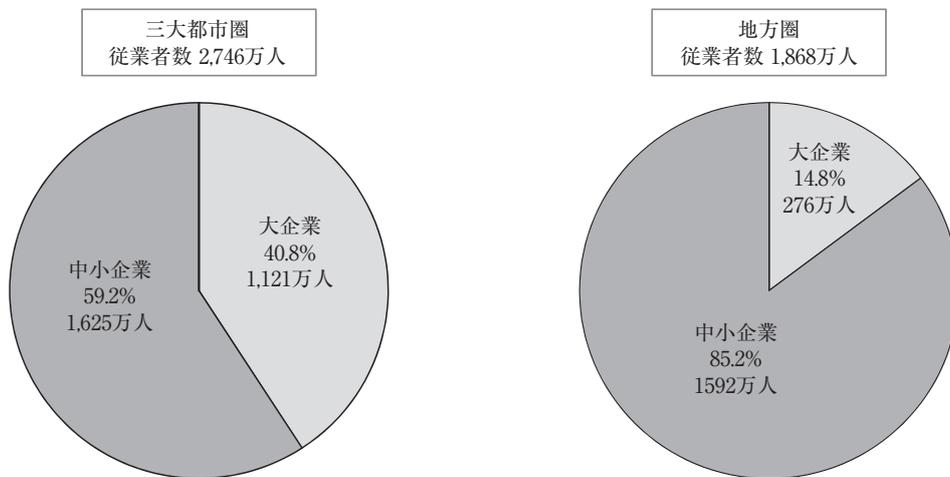
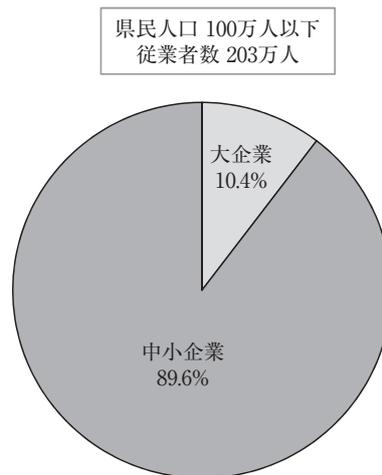


図-3 県民人口が少ない県における中小企業従業者の割合



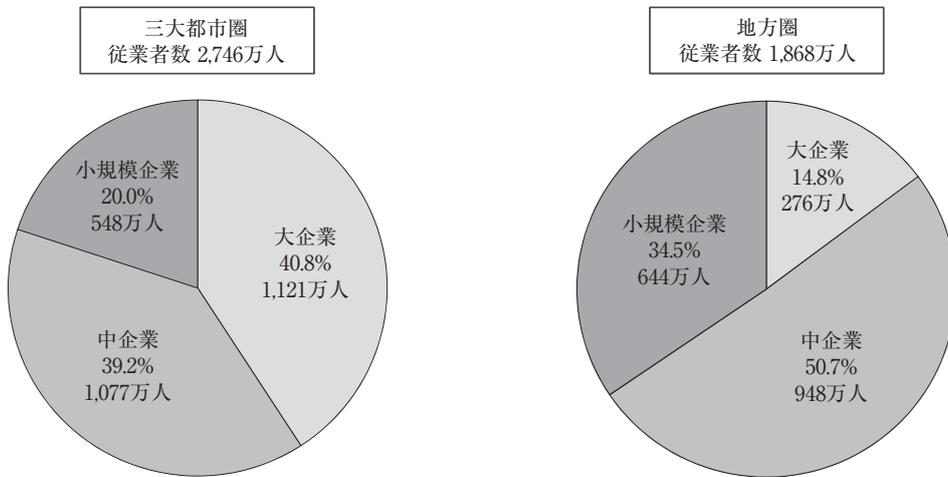
を算出してみると、全国ベースで30.3%だった大企業の従業者数の割合が、三大都市圏では40.8%となっており、大企業の重心が当該圏内に置かれていることがうかがわれる（図-2左）。実数で言えば、全国ベースでの大企業従業者数1,397万人のうち、1,121万人が三大都市圏に属していることから、大企業従業者の約8割は、三大都市圏に集中して偏在しているといえる。

裏を返せば、地方圏においては中小企業の雇用に依存する部分が大きくなり、その従業者数構成比をみてみると、全国ベースで69.7%であるとこ

ろ、地方圏に限ると85.2%に跳ね上がる（図-2右）。地方圏の雇用における中小企業の貢献度の高さが改めてわかるが、県民人口が少ない県においては、その傾向がさらに顕著である。

例えば、県民人口が100万人以下の県（香川県、和歌山県、山梨県など9県）に限ると、中小企業従業者の割合は、実に89.6%にもなり、10人中9人が中小企業に籍を置いている（図-3）。こうした県では、単に中小企業の比重が高いというより、雇用はほとんど中小企業が支えていると言うべきだろう。

図-4 大企業・中企業・小規模企業の3群に分けた従業者数割合



(3) 地域の中核的存在となる

中規模企業の存在感

地方圏の雇用では中小企業に依存している部分
 が大きいことが、前項において明らかになった。

この中小企業をもう一段、中企業と小規模企業
 に分割して大企業を含めた三者で比較すると、そ
 れぞれは、どのような存在ウエイトを示している
 のだろうか。

三大都市圏と地方圏の従業者数構成比につい
 て、改めて大企業・中企業・小規模企業の別に分
 けて算出したところ、図-4のような構成比と
 なった(ここでいう「小規模企業」とは、中小企
 業庁の分類に従い、卸売業・小売業・飲食店・
 サービス業(宿泊業、娯楽業を除く)では、常用
 雇用者数5人以下の企業。その他の業種では、常
 用雇用者数20人以下の企業とした。)

これによると、三大都市圏では、大企業従業者
 数の割合(40.8%)が、中企業従業者数の割合
 (39.2%)、及び小規模企業従業者数の割合(20.0%)
 を上回っており、当該圏内において最も大きな勢
 力となっている(図-4左)。別に算出した企業
 数と併せて考察すると、三大都市圏における大企
 業の企業数は7,500企業、これに1,121万人が属し

ていることから、1企業あたり平均して約1,500
 人の従業者を擁している計算となり、大企業の影
 響力の大きさが改めて実感できる。

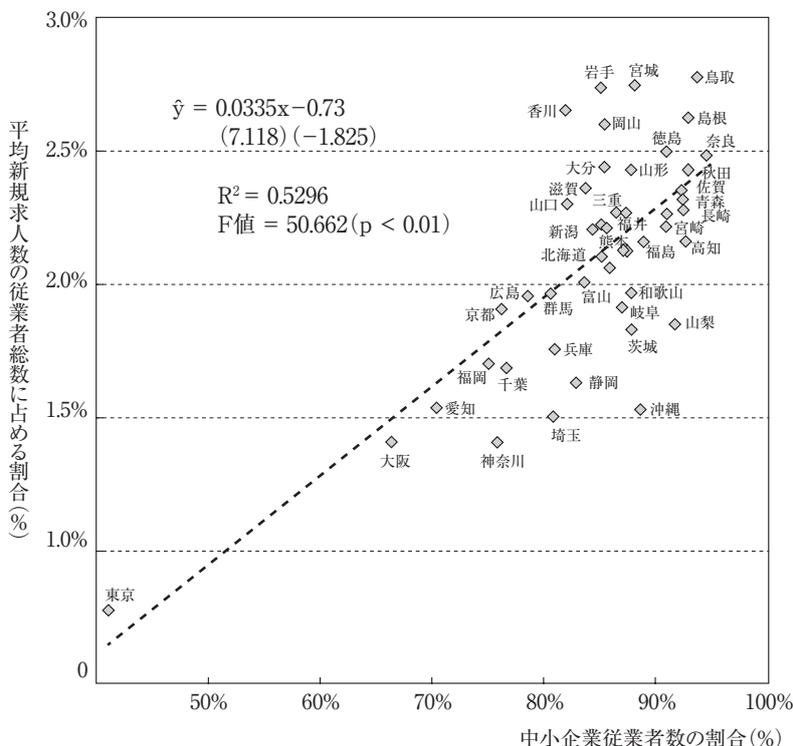
しかし、地方圏においては大企業の従業者数は、
 276万人程度となり、小規模企業と中企業の比重
 が圧倒的になる。まず、小規模企業については、
 1企業あたりの従業者数を別途算出すると平均4
 人と少ないが、それでも大企業の倍以上である
 644万人の従業者数を擁する(図-4右)。この小
 規模企業の特徴は、地方圏における従業者数の方
 が三大都市圏のそれより多い点であり、むしろ重
 心は地方圏に寄っていることがわかる。

他方、中企業は、地方圏における企業数が26万、
 1企業あたりの従業者数が37人で、大きさと多さ
 を兼ね備え、地域圏の雇用を支える主要な役回り
 を果たしている。その結果、地方圏内全従業者数
 1,868万人のほぼ半数(50.7%)は、中企業の従業
 者であり、最大の雇用吸収セクターになっている
 (図-4右)。

以上のように、静的なストック面でみる限り、
 地方圏における中小企業の雇用割合は、全国平均
 でみるより圧倒的に大きくなっており、その存在
 感の大きさは明らかである。

地方圏に立地する中小企業の地域雇用への高い役割意識と積極的な貢献
 - 「地域の雇用を支える中小企業」について検証する定量・定性両面からのアプローチ

図-5 新規求人数の割合の高さと中小企業従業者数割合との関係



資料：厚生労働省「一般職業紹介状況」。

注1：ここでいう新規求人数は、最近10年間（2005年～2014年）の年間新規求人数（暦年）の平均値をとった。

注2：従業者総数、中小企業従業者数割合の算出方法については、図-1と同じ。（表-3、図-6についても同じ）

7 中小企業の求人意欲と雇用継続姿勢

(1) 都道府県別求人数の増加と

中小企業の貢献

前項で、地方圏と都市圏に分解した中小企業の雇用貢献の静的な側面を考察した。それらは、既に中小企業に属している働き手の数（ストック）の大きさについて測定したものであるが、本項では、そこに動的な要素を加味してみる。

具体的には、個々の都道府県における求人数（フロー）に着眼して、相対的にみた新規求人数の多さと中小企業従業者数割合との関係を取り上げる。

図-5は、各都道府県における年間新規求人数の最近10年間の平均値をとり、その数値が各都道

府県の従業者総数（大企業も含む）に比較してどのくらいの割合を占めているかを算出して縦軸に置き、併せて、各都道府県ごとの中小企業従業者数割合を横軸に置いたうえで、該当する各都道府県を図中にプロットした散布図である。

これは、中小企業従業者数割合の高い都道府県ほど、その都道府県における従業者総数の割に新規求人数が多いのではないかとの仮説に基づき、中小企業従業者数割合を説明変数と置いて、相対的な新規求人数の多さを示す割合を被説明変数とし、最小二乗法による回帰分析（線型）を試みたものである。

これによると、回帰式及び有意確率等は同図内左上に記載したとおりで、統計的にプラスに有意な結果となった。

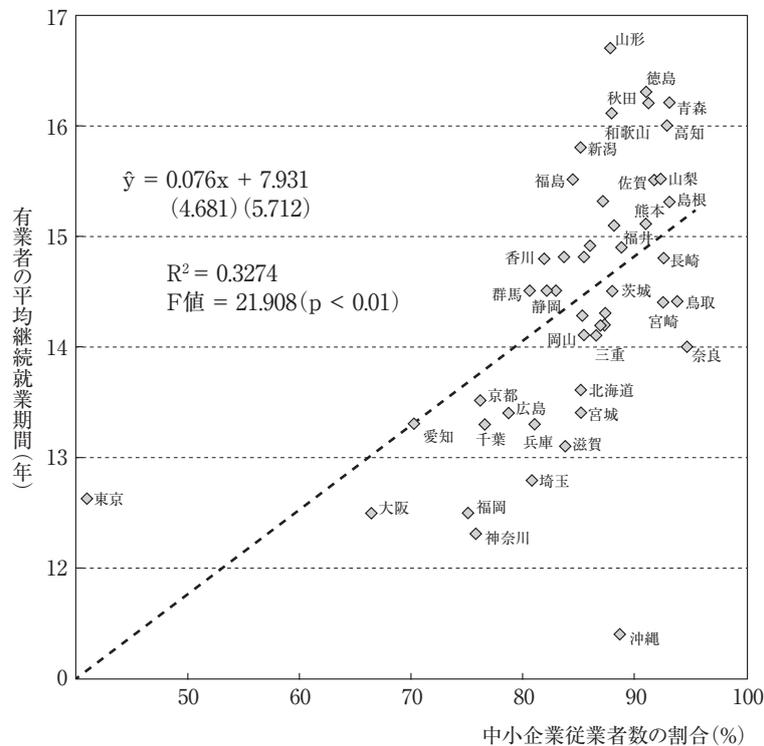
この分析結果を読み解けば、中小企業が雇用面で大きなプレゼンスを占めている都道府県ほど、

表－3 各都道府県における求人数の割合、平均継続就業期間

	求人数の割合			有業者の平均 継続就業期間 (年)	中小企業 従業員の割合 (%)
	従業者総数 (A) (人)	年間新規求人数 (B) (最近10年間平均) (人)	(B) / (A) (%)		
北海道	1,455,447	306,526	2.11	13.6	85.2
青森県	346,800	78,579	2.27	16.2	91.1
岩手県	330,913	90,950	2.75	15.1	88.1
宮城県	583,741	159,934	2.74	13.4	85.1
秋田県	277,360	67,379	2.43	16.2	93.0
山形県	340,642	82,743	2.43	16.7	87.8
福島県	550,306	121,475	2.21	15.5	84.4
茨城県	734,263	134,208	1.83	14.5	87.9
栃木県	533,082	117,877	2.21	14.8	85.6
群馬県	649,416	127,914	1.97	14.5	80.7
埼玉県	1,663,614	249,544	1.50	12.8	80.8
千葉県	1,291,707	217,780	1.69	13.3	76.6
東京都	12,223,581	949,809	0.78	12.6	41.1
神奈川県	2,230,799	313,252	1.40	12.3	75.8
新潟県	746,660	166,019	2.22	15.8	85.2
富山県	375,977	75,425	2.01	14.8	83.6
石川県	385,891	82,074	2.13	14.3	87.4
福井県	266,416	57,595	2.16	14.9	88.9
山梨県	246,369	45,587	1.85	15.5	91.7
長野県	640,624	136,681	2.13	15.3	87.1
岐阜県	669,676	128,026	1.91	14.2	86.9
静岡県	1,222,721	199,176	1.63	14.5	82.9
愛知県	3,047,157	467,576	1.53	13.3	70.4
三重県	488,715	110,959	2.27	14.1	86.5
滋賀県	351,839	83,084	2.36	13.1	83.8
京都府	878,724	167,758	1.91	13.5	76.2
大阪府	4,105,194	578,847	1.41	12.5	66.4
兵庫県	1,528,157	268,865	1.76	13.3	81.0
奈良県	252,455	62,767	2.49	14.0	94.6
和歌山県	266,552	52,433	1.97	16.1	87.9
鳥取県	142,710	39,592	2.77	14.4	93.8
島根県	187,371	49,190	2.63	15.3	93.0
岡山県	557,829	145,073	2.60	14.1	85.4
広島県	990,103	193,771	1.96	13.4	78.6
山口県	399,433	91,871	2.30	14.5	82.1
徳島県	196,889	49,207	2.50	16.3	91.0
香川県	320,995	85,122	2.65	14.8	81.9
愛媛県	417,318	86,117	2.06	14.9	85.9
高知県	186,663	40,400	2.16	16.0	92.7
福岡県	1,674,548	284,870	1.70	12.5	75.1
佐賀県	212,222	49,964	2.35	15.5	92.3
長崎県	338,956	77,187	2.28	14.8	92.5
熊本県	436,452	96,768	2.22	15.1	90.9
大分県	322,021	78,605	2.44	14.3	85.4
宮崎県	273,894	63,482	2.32	14.4	92.4
鹿児島県	426,461	96,592	2.26	14.2	87.3
沖縄県	370,280	56,674	1.53	11.4	88.7
全国計	46,138,943	7,285,314	1.58	13.6	69.7
平均	981,680	155,007	2.10	14.4	84.5
標準偏差	—	—	0.41	1.18	8.86

地方圏に立地する中小企業の地域雇用への高い役割意識と積極的な貢献
 - 「地域の雇用を支える中小企業」について検証する定量・定性両面からのアプローチ

図-6 平均継続就業期間の長さとは中小企業従業員数割合との関係



資料：厚生労働省「平成24年就業構造基本調査」

規模の割りに求人意欲が旺盛で、強い雇用吸収力を示していることがわかる。

実際に、相対的な求人数が多い県を挙げていくと、図-5中の鳥取県、香川県、岩手県、宮城県、鳥根県、岡山県などにおいて、「年間新規求人数／県内従業員総数」の割合が2.6%～2.8%という高い率になっている。そして、もちろん、こうした県では中小企業従業員数割合が相応に高い。

ただし、これには別の見方もできる。つまり、求人数が多いのは、求人すれば容易に補充できる大企業と異なり、簡単には人が集まらない中小企業では、常に人材不足の状態に置かれている企業が多く、そうした企業が常に求人の札を降ろせないという状態になっている可能性もある。

とくに、大卒人材は、企業規模に対する偏向が大きく、長期にわたって、大企業では買い手市場の基調が続いているのに対し、中小企業では、逆に売り手市場が続いている。具体的な求人倍率の

数値をみると、従業員5,000人以上の大企業では、常に0.3～0.6倍程度の低水準で推移しているのに対し、従業員300人未満の中小企業では、低くても3倍を切ることはなく、ときには8倍あるいはそれ以上の高水準になることもある（株式会社ワークス研究所「ワークス大卒求人倍率調査」（2016年4月））。その意味では、相対的な求人数の多さは、中小企業の厳しい求人環境を表しているのかもしれない。

そうした事情を割り引いたとしても、中小企業がより強く人材を求めており、地域の働き手に雇用機会を多く提供できる用意があると考えることができる。

(2) 雇用の長期維持における中小企業の貢献

前項では、相対的にみた新規求人数の多さと中小企業従業員数割合との関係を、実証分析的な手法を用いて取り上げてきたが、ここでは、“雇用

の継続”について取り上げたい。

図-6は、図-5と同様の手法による散布図だが、ここでは、各都道府県における有業者の平均継続就業期間(年)を縦軸に置き、併せて、各都道府県ごとの中小企業従業者数割合を横軸に置いたうえで、該当する各都道府県を図中にプロットしたものである(厳密には、都道府県ごとに有業者の数が異なることから、各平均継続就業期間の分散が都道府県ごとに異なり、最小二乗法を用いた場合、誤差項の分散不均一性の可能性を否定できない。しかし、ここでは平均継続就業期間と中小企業従業者数割合との関係を平易に表わすことを主目的としたため、当該可能性については無視した)。

この図から読み取れるように、中小企業従業者数割合の高い都道府県ほど、当該都道府県における有業者の平均継続就業期間が長い傾向がうかがわれる。そこで、中小企業従業者数割合を説明変数と置いて、有業者の平均継続就業期間を被説明変数とし、図-5と同様、回帰分析を試みた。すると、この変数間の関係でも、やはり統計的にプラスに有意な結果が示された。

このことから、中小企業が雇用面で大きな比重を占めている都道府県ほど、働き手が長く勤め、雇用が安定的かつ継続的に維持されていることがわかる。

改めて、表-3により、具体的な各都道府県の平均継続就業期間を挙げていくと、山形県の16.7年を筆頭に、徳島県、秋田県、青森県、和歌山県、高知県という中小企業従業者数割合の高い県で16年以上という長めの就業期間になっている。

ここから、中小企業には、大企業よりも強い雇用継続機能が備わっていると解釈することができる。とともに、「人」を大切にする中小企業の姿勢がこうした指標に素直に反映されたものと推察される。同時に、こうした傾向は、また、厳しい求人環境に晒されて、常々人材不足に陥りやすい中

小企業にとって、大切な戦力である現有人材の雇用を長く維持しようという意向の表れとみることもできる。

以上のように、前項6及び本項7では、各種のマクロデータを用いて、俯瞰的・定量的に中小企業の雇用面での貢献をみてきた。とくに、「中小企業従業者数割合」を一つのキー的な指標として、都市圏と地方圏との格差、他の指標との関係について考察した。その結果、いずれの分析内容も、地域における中小企業の貢献の大きさを改めて肯定したものだった。

8 地域の雇用に対する中小企業の使命感

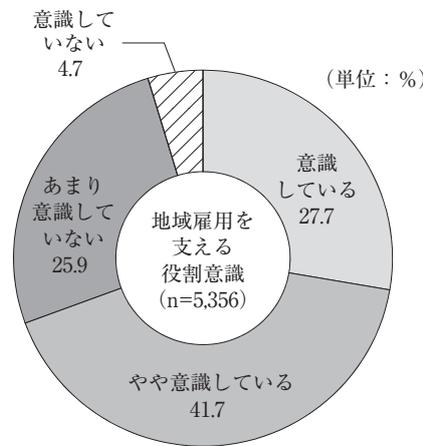
(1) “地域の雇用を支える役割”

を意識した行動

前項までのマクロデータを用いた俯瞰的な分析結果を踏まえて、本項8と次項9では、ミクロ的な視点から、中小企業経営者の地域雇用への貢献意識や使命感に注目し、アンケート調査結果データを用いたクロス分析や計量経済モデルによって、地方圏に立地する中小企業の特性を明らかにする。

まず、中小企業経営者に対する大規模なアンケート調査として実施した日本政策金融公庫「中小企業動向調査」特別調査では、「地域の雇用を支える中小企業」という認識に関連して、経営者の意識を尋ねる質問を設定した。具体的には、「“中小企業には地域の雇用を支える役割がある”という考え方がありますが、貴社では、こうした役割を意識しながら日々の経営や採用を行っていますか。当てはまる番号に1つだけ○をつけて下さい。」というものであり、回答には、「1 意識している 2 やや意識している 3 あまり意識していない 4 意識していない」の4段階の選択肢を用意した。

図-7 設問「中小企業には地域の雇用を支える役割がある」と考えながら経営や採用をしていますか」への回答



資料：日本政策金融公庫「中小企業動向調査 特別調査」(以下、図-8～13について同じ)

図-8 「雇用を支える役割意識」と「定期採用の継続実施」のクロス分析結果

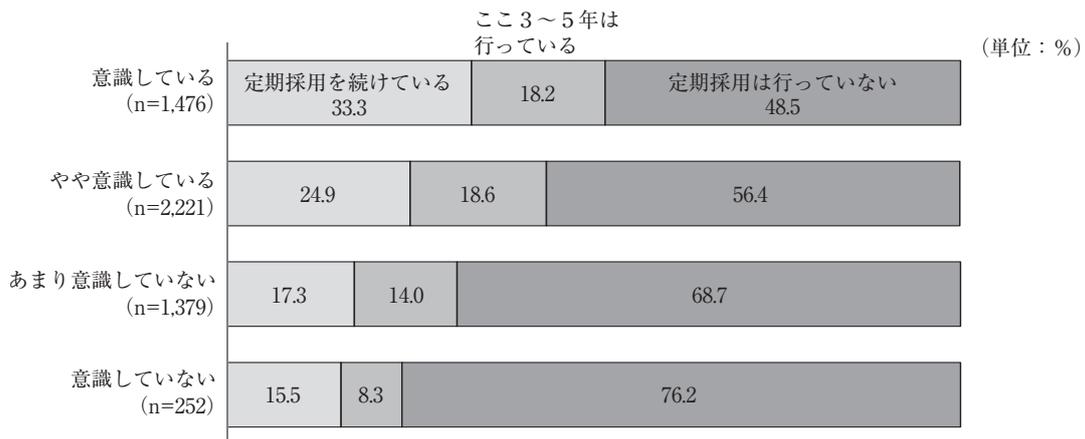


図-7は、その集計結果であり、これによると、“地域の雇用を支える役割”を意識して日々の経営や採用を行っている経営者は、決して少数派ではなく、明確に「意識している」と回答した経営者が3割弱であり、「やや意識している」まで含めると約7割の経営者が肯定の意を示した。

大企業と異なり、中小企業は、いったん立地した場所を容易には変えられず、地域の経済圏と運命を共にしている部分大きい。

従って、地域との結び付きを大企業以上に重視しており、事業活動や雇用を通して地域に貢献していくことが、結局は、企業自身の持続可能性に

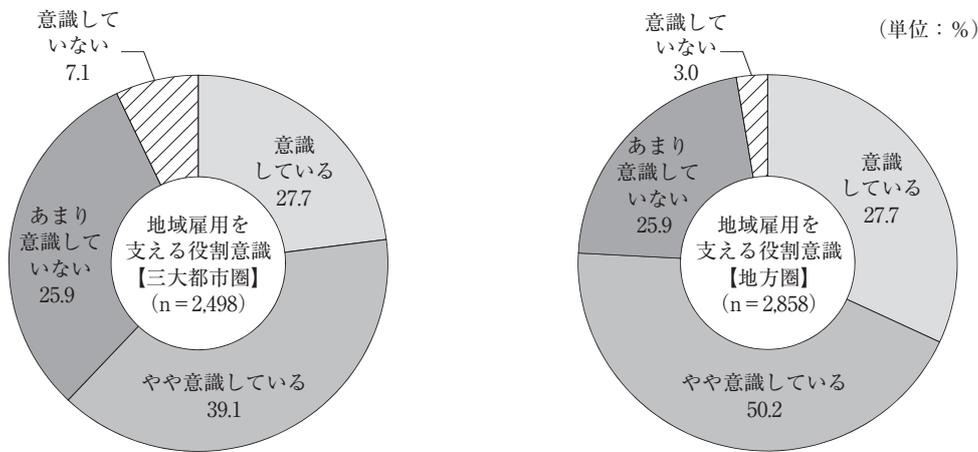
も資する考えている可能性がある。

こうした企業側の役割意識や使命感は、どのような企業行動の違いとして現れてくるのか。

この点に関して、上述した中小企業動向調査の「地域の雇用を支える役割」を意識して日々の経営や採用を行っていますか」という質問への回答と、同「定期採用を続けていますか。」という質問への回答とをクロス分析してみたものが、図-8である。

これによると、貢献意識の差は、その採用行動にも明確な差異が生み出しており、地域雇用に対する役割意識を持っている企業ほど、定期採用を

図-9 三大都市圏・地方圏別「地域雇用への役割意識を持つ企業」の割合



続けている割合が高いことがわかる。

実際のところ、中小企業にとって定期採用を続けることは、どの社にでも容易にできることではなく、ややもすると、仕事があれば人を採り、なければ採らないという、その場限りの対応になりやすいという現実がある。しかし、それでは、継続的な採用実績にならないので求職者側の信頼を受けにくく、社内の年齢構成もアンバランスになるうえ、人材育成ノウハウも体系化できない。そうした観点から、「人」に対して真摯に考える企業のなかには、できる限り定期採用を続けようという企業が存在する。地域雇用に対する高い役割意識や使命感を持っている企業ほど、そうした傾向が強いと推察される。

9 より高い雇用貢献意識を持つ

地方圏の中小企業

中小企業にとって必ずしも容易なことではない定期採用を、努めて継続的に実施している企業は、地域経済にとって貴重な存在である。前項で中小企業の多くが、そうした地域雇用への貢献を考えながら経営に臨んでいることがわかった。

とくに、大企業の立地が少ない地方圏においては、地域経済を支える中小企業の役割は、より重

いものと考えられる。

しかし、本当に、地方圏の中小企業が、より積極的・自発的な姿勢で地域雇用の創出や継続に貢献しているだろうか。前項の分析で、中小企業の多くが地域雇用への貢献に前向きなことはわかったが、都市圏と地方圏で、中小企業の意識に何らかの差異はあるのだろうか。

そこで、図-9によって、中小企業の立地場所に注目し、三大都市圏と地方圏別に、地域雇用への役割意識に強弱の差異があるのか、クロス分析を施してみた。

その結果をみると、地方圏に立地する企業の77.9%が「意識している」または「やや意識している」と回答しており、三大都市圏に立地する企業の回答割合(66.8%)に比べて10ポイント以上高いことがわかった。

前掲図-2において考察した段階で、現有ストックとして、地方圏における中小企業の雇用割合が高いことはわかっていたが、それはあくまで結果であって、必ずしも地方圏の中小企業が雇用貢献を前向きに意識している根拠にはならなかった。

それが今回の分析によって、地方圏には大企業が少ないため、結果として中小企業の雇用に依存しているというだけでなく、地方圏の中小企業

図-10 企業規模段階別「地域雇用への役割意識を持つ企業」の差異

	意識している	やや意識している	あまり意識していない	意識していない
20人未満 (n=1,567)	24.1	36.9	31.6	7.4
20～49人 (n=1,884)	27.1	43.9	25.1	3.9
50～99人 (n=1,105)	30.0	43.3	23.4	3.3
100～199人 (n=555)	31.5	44.0	20.5	4.0
200人以上 (n=245)	37.1	42.0	18.8	2.0

(単位：%)

も自ら率先して地域の雇用を創出しようと意識していることが明らかになった。

地域に根差す中小企業の志が垣間見える結果といえる。

10 雇用貢献意識の高い企業にみられる

他の属性的な特徴

前項によって、地方圏の中小企業が、より高い雇用貢献意識を有することが明らかになったが、立地地域の違いだけでなく、企業規模や業種、業況その他の要因によっても、結果に差異が生じる可能性がある。そこで、属性の分類を変えて、いくつかのクロス分析を施すことにより、立地地域以外にも結果に影響する要因があるかどうか、洗い出してみる。

(1) 企業規模別にみた役割意識の差異

まず、中小企業の中でも、従業者数1～19人程度の小規模企業と、同200人以上にもなる中企業とでは、雇用創出や雇用継続への役割意識の持ち方に差異が出るのだろうか。

そこで、図-10によって、企業規模段階別に集計してみた結果、企業規模が大きくなるほど、地

域雇用への役割意識が強い傾向がみられた。

既出の図-4で考察したように、企業規模別従業者数割合をみると、地方圏はもちろん、都市圏においても、小規模企業より、ある程度の規模を有する中企業の方が雇用割合が大きい。

おそらく、その点は、当事者、すなわち企業経営者自身が自覚しており、自社が擁する従業員規模が大きくなるほど、自らの動静が地域経済に与えてしまう影響の大きさを認識していると思われる。従って、中小企業の中でも200人以上の従業員を擁する中企業では、約4割が「意識している」と回答し、「やや意識している」を加えると、ほぼ8割が地域雇用への役割意識を持っているという、顕著な結果が現れたと考えられる。

逆に、従業員数20人未満の企業となると、新規採用する場合でも、せいぜい1～2名程度であり、客観的な地域経済への影響という点でいえば、さして大きくないとも考えられる。しかし、そうした規模でも、自ら地域雇用への役割意識を持つ企業が6割以上に上っており、こうした企業経営者が持つ地域貢献への前向きな姿勢を感じ取ることができる。

図-11 業種別「地域雇用への役割意識を持つ企業」の差異

	意識している	やや意識している	あまり意識していない	意識して いない (単位：%)
製造業 (n=2,782)	24.8	36.3	19.4	2.9
非製造業 (n=3,817)	20.9	32.0	22.2	4.5

(2) 業種別にみた役割意識の差異

次に、業種によって役割意識の違いはみられるのだろうか。図-11によって、製造業に属する企業と、非製造業に属する企業とで、地域雇用への役割意識に差異があるのか、集計してみた。その結果からみると、製造業に属する企業の方に、小幅ながら雇用への役割意識が強い傾向がみられる。「意識している」に「やや意識している」まで加えると、製造業に属する企業では約6割を占めるのに対し、非製造業では52%程度にとどまる。

工場設備を有する製造業は、商業・サービス業などの他業種に比べて移転が難しく、とくに中小製造業は、いったん生産拠点を決めたら容易に引き払うことはできない。そのため、当該地域に長く留まることが多く、その分、地元との結び付きも太くなるものと思われる。そうした背景から、雇用創出・雇用継続によって地元地域に貢献しようという意識が醸成される可能性はある。

(3) 業況別にみた役割意識の差異

経営者の意識は、足元の業況により、左右されることも考えられる。そこで、図-12によって、最近3～5年の会社の業績別に、地域雇用への役割意識に差異があるのか、クロス分析を施した。これによると、業況が好調という企業の72.6%が「意識している」または「やや意識している」と回答しており、業況が横ばいという企業の回答割合(65.5%)や、業況が不調という企業の回答割合

(63.8%)に比べて高いことがわかる。

確かに、業況の好調が数年続けば、経営にも余裕が生まれ、自社の都合だけでなく、地域や業界など社外についても配慮しようという傾向が強まる可能性はある。逆に、不調の状態が続いている企業では、自社の業況回復に追われ、地域や雇用について配慮するだけの余裕がないということだろうか。

ただし、図-12の「意識している」と回答した割合だけを比較すると、業況が不調という企業の回答割合(25.9%)が、横ばいという企業の回答割合(22.5%)を上回ることもなり、若干判断としない部分もある。もう少し精緻な検証が必要になるだろう。

(4) 人員過不足別にみた役割意識の差異

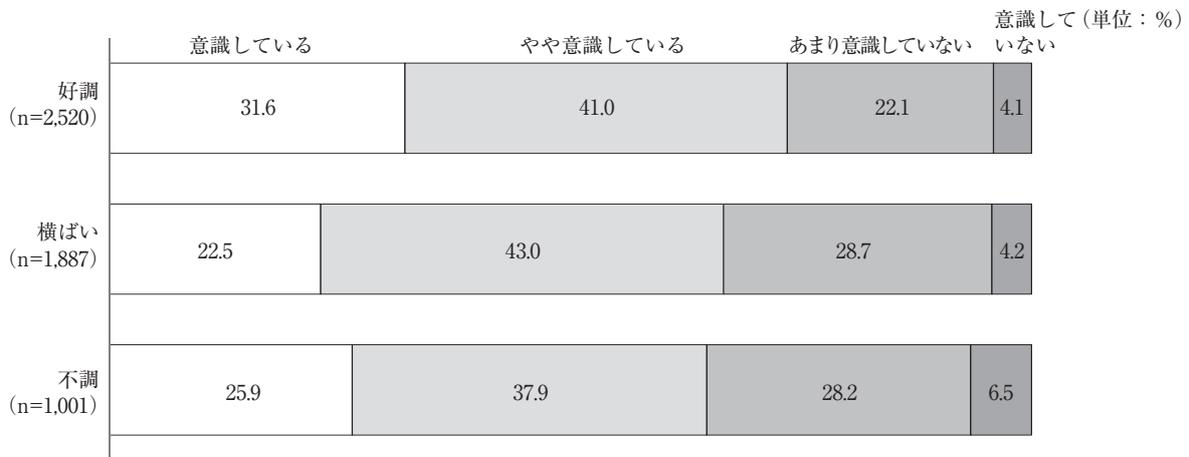
企業経営者が持つ地域雇用への役割意識の強弱を考えるなら、当然、当該企業の人員過不足状況がもたらす影響についても、考慮に入れる必要がある。

地域雇用への役割を「意識している」と回答した企業でも、現下の人手不足から来る求人意欲の高まりを、地域雇用への役割を果たすという名目に同化させてしまっている可能性があるからだ。

つまり、人員不足を感じている企業は、本来の状態よりも、地域の雇用創出に前向きな回答をしてしまう可能性がある。

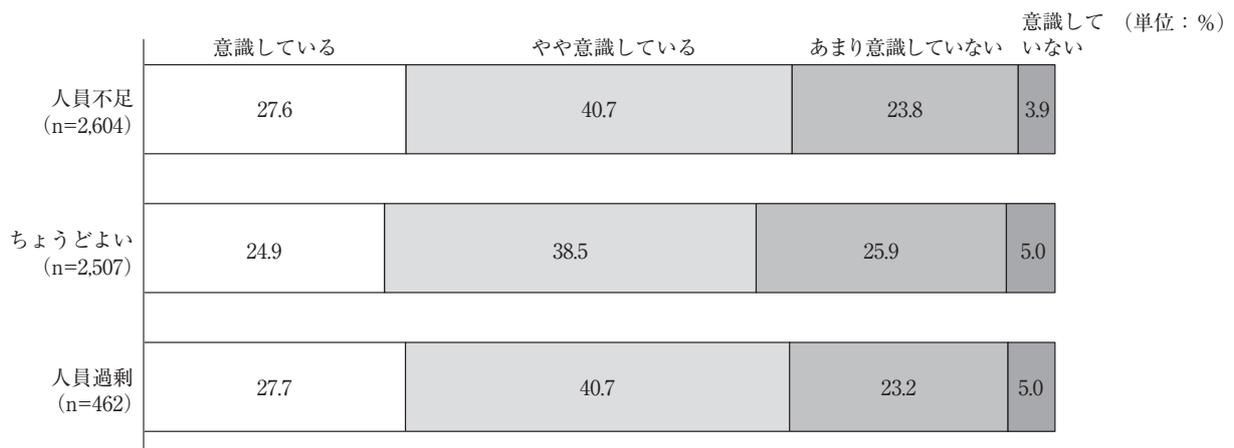
逆に、現下で人員過剰と感じている企業が、地域雇用への役割を果たすことに負担を感じ、地域

図-12 業況別「地域雇用への役割意識を持つ企業」の差異



(注) 図中「好調」は、アンケートにおける「好調」及び「やや好調」の回答をまとめたもの。
 同じく「不調」は、アンケートにおける「不調」及び「やや不調」の回答をまとめたもの。

図-13 人員過不足別「地域雇用への役割意識を持つ企業」の差異



(注) 図中「人員不足」は、アンケートにおける「不足」及び「やや不足」の回答をまとめたもの。
 同じく「人員過剰」は、アンケートにおける「過剰」及び「やや過剰」の回答をまとめたもの。

の雇用創出に対して後ろ向きな回答をしてしまう可能性もある。

そこで、図-13によって、過去3年間における人員過不足の状況別に、地域雇用への役割意識に差異があるのか、集計してみた。

これによると、人員不足という企業の68.3%が「意識している」または「やや意識している」と回答しており、人員均衡という企業の回答割合(63.4%)に比べて高いことがわかる。ところが、

意外なことに、人員過剰という企業の回答割合(約68.4%)の方が僅かに高く、人余りの状態にありながら、地域雇用への役割意識を堅持している企業が多いという結果になった。ここから、中小企業の地域貢献への意識は、自社の足元の人員過不足状況などには影響されない堅固なものであると思量できるが、この点についても、もう少し精緻な推定が必要になろう。

表-4 各変数の定義

変 数	定 義
雇用貢献意識レベル	地域雇用への役割を意識している = 4、やや意識している = 3、あまり意識していない = 2、意識していない = 1
(地域)	
都道府県人口 (対数)	本社が属している都道府県の人口 (対数・人)
三大都市圏ダミー	本社が属している都道府県が東京都・千葉県・埼玉県・神奈川県・大阪府・兵庫県・京都府・愛知県・三重県に該当 = 1、非該当 = 0
(業種)	
製造業ダミー	(参照変数)
商業ダミー	小売業 or 卸売業に該当 = 1、非該当 = 0
建設業ダミー	建設業に該当 = 1、非該当 = 0
サービス業ダミー	サービス業 or 宿泊・飲食サービス業 or 情報処理サービス業に該当 = 1、非該当 = 0
その他業種ダミー	鉱業 or 運送業 or 水運業 or 倉庫業 or ガス供給業 or 不動産業に該当 = 1、非該当 = 0
(企業規模)	
従業員数20人未満ダミー	従業員数20人未満 (役員除く。常用パート等含む。短時間パートは複数で1人換算) に該当 = 1、非該当 = 0
従業員数20~49人ダミー	従業員数20~49人 (同上) に該当 = 1、非該当 = 0
従業員数50~199人ダミー	従業員数50~199人 (同上) に該当 = 1、非該当 = 0
従業員数200人以上ダミー	(参照変数)
(業況)	
人員不足ダミー	過去3年間の正社員人材が、不足 or やや不足に該当 = 1、非該当 = 0
人員需給均衡ダミー	(参照変数)
人員過剰ダミー	過去3年間の正社員人材が、過剰 or やや過剰に該当 = 1、非該当 = 0
業績好調ダミー	ここ3~5年の会社の業績が、好調 or やや好調に該当 = 1、非該当 = 0
業績横ばいダミー	(参照変数)
業績不調ダミー	ここ3~5年の会社の業績が、不調 or やや不調に該当 = 1、非該当 = 0
輸出比率 (4段階)	調査対象期間中の輸出比率が、25%以下 = 1、25~50% = 2、50~75% = 3、75~100% = 4

(5) 結果に影響する要因の洗い出し

以上のようなクロス分析の結果、企業規模や業種など地域雇用への役割意識に差異を生じさせるいくつかの要因が洗い出された。

そのなかには、もう少し検証を要するものもあるが、明らかに結果を左右する要因となっているものも見出された。

従って、前項9でみた「地方圏に立地する中小企業が、より高い雇用貢献意識を有する」という分析結果にも、ある程度影響を与えている可能性がある。そこで、企業規模や業種など他の有力と思われる要因をコントロールしたうえで、改めて、地方圏に立地する中小企業の意識特性について、検証することとする。

11 雇用貢献意識の程度を被説明変数とする計量モデルによる実証分析

(1) 各変数の定義

本稿の主題である地方圏に立地する中小企業の意識特性について、より精緻に検証するために、計量モデルによって他の要因をコントロールした推計を試みる。

各変数の定義は、表-4に示したとおり。

被説明変数には、「雇用貢献意識レベル」を設定した。アンケート調査において地域雇用への役割意識を尋ねた設問の回答から「4 意識している 3 やや意識している 2 あまり意識してい

表-5 記述統計量

変数	平均	最小値	最大値	標準偏差
雇用貢献意識レベル	2.92	1.00	4.00	0.85
都道府県人口（対数）	15.18	13.27	16.40	0.92
三大都市圏ダミー	0.46	0.00	1.00	0.50
製造業ダミー	0.42	0.00	1.00	0.49
商業ダミー	0.22	0.00	1.00	0.42
サービス業ダミー	0.13	0.00	1.00	0.34
建設業ダミー	0.09	0.00	1.00	0.29
その他業種ダミー	0.13	0.00	1.00	0.34
従業員数20人未満ダミー	0.31	0.00	1.00	0.46
従業員数20～49人ダミー	0.34	0.00	1.00	0.48
従業員数50～199人ダミー	0.30	0.00	1.00	0.46
従業員数200人以上ダミー	0.05	0.00	1.00	0.21
人員不足ダミー	0.47	0.00	1.00	0.50
人員需給均衡ダミー	0.45	0.00	1.00	0.50
人員過剰ダミー	0.08	0.00	1.00	0.28
業績好調ダミー	0.47	0.00	1.00	0.50
業績横ばいダミー	0.35	0.00	1.00	0.48
業績不調ダミー	0.19	0.00	1.00	0.39
輸出比率（4段階）	1.05	1.00	4.00	0.30
有効なケース数				5,253

ない「1 意識していない」という4段階の意識の強弱レベルとして示したものである。

この4段階の回答は順序尺度ではあるものの、厳密には等間隔性を前提とする間隔尺度とはいえないため、今回推計モデルには、最小二乗法ではなく、順序ロジットモデルを用いた。

説明変数には、前項の考察を踏まえて、「地域」「業種」「企業規模」「業況」のカテゴリーから、18の変数を設定した。

本稿の主題に関わる重要な説明変数としては、都市圏または地方圏の立地の違いによる影響を測定する「三大都市圏ダミー」を作成し、本社の立地場所が東京都・大阪府・愛知県など9都道府県に該当する場合は1、非該当は0と規定した。

これと同趣旨の説明変数として、本社が属している都道府県の人口を対数化した「都道府県人口（対数）」も用意した。

上記「三大都市圏ダミー」を用いた推計を「推計(1)」、

「推計(2)」とした。

業種に関わる説明変数としては、「商業ダミー」「建設業ダミー」など5つを作成し、「製造業ダミー」は基準となる参照変数とした。

企業規模については、従業員数について4段階とし、「従業員数200人以上ダミー」を参照変数と置いた。

業況に関わる説明変数としては、人員過不足の影響を測定するため「人員不足ダミー」「人員需給均衡ダミー」「人員過剰ダミー」と、業績の好不調に関わる「業績好調ダミー」「業績横ばいダミー」「業績不調ダミー」を置いた。そのうち、「人員需給均衡ダミー」と「業績横ばいダミー」を参照変数と置いた。

(2) 推計結果

～ 地方圏中小企業の雇用貢献意識

推計結果は、表-6のとおり。

まず、推計(1) からみてみると、三大都市圏ダ

表-6 推計結果

説明変数	雇用貢献意識レベル			
	順序ロジットモデルによる推計(1)		順序ロジットモデルによる推計(2)	
(地域)				
三大都市圏ダミー	-0.608 ***	(0.023)		
都道府県人口 (対数)			-0.348 ***	(0.028)
(業種)				
製造業ダミー		(参照変数)		(参照変数)
商業ダミー	-0.217 ***	(0.068)	-0.216 ***	(0.068)
建設業ダミー	-0.093	(0.094)	-0.063	(0.094)
サービス業ダミー	-0.166 **	(0.081)	-0.151 *	(0.081)
その他業種ダミー	-0.554 ***	(0.087)	-0.531 ***	(0.087)
(企業規模)				
従業員数20人未満ダミー	-0.792 ***	(0.131)	-0.796 ***	(0.132)
従業員数20~49人ダミー	-0.544 ***	(0.129)	-0.547 ***	(0.129)
従業員数50~199人ダミー	-0.356 ***	(0.130)	-0.366 ***	(0.130)
従業員数200人以上ダミー		(参照変数)		(参照変数)
(業況)				
人員不足ダミー	0.085	(0.054)	0.092 *	(0.055)
人員需給均衡ダミー		(参照変数)		(参照変数)
人員過剰ダミー	0.138	(0.098)	0.141	(0.098)
業績好調ダミー	0.358 ***	(0.058)	0.361 ***	(0.058)
業績横ばいダミー		(参照変数)		(参照変数)
業績不調ダミー	-0.049	(0.075)	-0.051	(0.075)
輸出比率 (4段階)	-0.027	(0.084)	-0.041	(0.084)
閾値				
雇用貢献意識レベル = 1	-0.276 ***	(0.176)	-8.906 ***	(0.465)
雇用貢献意識レベル = 2	-1.622 ***	(0.165)	-6.631 ***	(0.458)
雇用貢献意識レベル = 3	0.239	(0.164)	-4.764 ***	(0.453)
Cox and Snell擬似決定係数	0.057		0.060	
χ^2 値	309.73 ***		327.62 ***	

(注) **、*印は、1%、5%、10%水準で有意であることを示す。()の数値は標準誤差。

ミーは、マイナスの値で有意(1%水準)となった。既出の図-9のクロス分析は、他の要因がコントロールされていないなかでの結果だったが、一定のコントロールを利かしたこの推計でも、同様の結果が肯定された。改めて、地方圏の中小企業の雇用貢献意識が、都市圏よりも強いことが検証できたのである。

しかも、推計(2)により、間隔尺度である都道府県人口を説明変数に用いた場合でも、マイナスの値で有意(1%水準)となっている。このこと

は、ある都道府県が小規模県であればあるほど(言い換えれば“地方”であればあるほど)、そこに属する中小企業の雇用貢献意識が高くなるという結果を示している。

既出の図-9と推計(1)の結果では、大都市圏と地方圏の差異しかわからなかったが、推計(2)の結果により、同じ地方圏の県どうしの比較においても、より小規模な県ほど、そこに立地する中小企業の雇用貢献意識が高いという関係性が明らかになったのである。

(3) 推計結果 ～ 業種・業況などの影響

業種について推計結果(推計(1)及び(2)とも。以下同じ。)をみてみると、商業ダミー、サービス業ダミー、その他業種ダミーで、マイナスの値で有意である(建設業ダミーは有意とはいえないが、マイナスである)。これらは、参照変数である製造業を基準としてのマイナスであることから、こうした業種よりも製造業に属する中小企業の方が雇用貢献意識が高いことを示している。このことは、図-11の結果とも親和的である。既述したとおり、製造業特有の地域経済との関わりの深さが背景にあると考えられる。

次に、企業規模については、従業員数20人未満ダミーを始めとして、各ダミーはすべてマイナスの係数で有意(1%水準)となっている。このことは、参照変数である従業員数200人以上ダミーが最も高い雇用貢献意識レベルを出すということを示す。それと同時に、企業規模が大きくなるにつれて、マイナスの係数が小さくなっていることから、企業規模が大きくなるにつれて、雇用貢献意識が高くなるという関係になっている。この点は、既出の図-10の結果と一致している。

最後に、業況について推計結果をみると、人員不足ダミーは、推計(2)においてのみプラスの係数で有意(10%水準)だが、推計(1)では有意ではない。また、業績好調ダミーについては、プラスの係数で有意(1%水準)だが、業績不調ダミーは、有意ではない。

このように、業況の影響をみると、業績好調なときだけ、明らかに雇用貢献意識を後押しするような傾向がみられるが、業績不調や、人員過不足の動きがあっても、思いの外、明らかな影響があるとまではいえない。つまり、中小企業の地域雇用への役割意識は、たとえ足元の人員が過剰であっても明らかに左右されるとはいえず、業況が不調であっても大きく影響されるとはいえない自

律的な性格を帯びたものである可能性がある。

以上のように、地域・業種・企業規模など各種の要因が、地域雇用への役割意識に対して統計上有意に影響を与えていることが確かめられた。

なお、モデル全体を評価すると、閾値については、推計(2)においてすべて有意であり、閾値3 > 閾値2 > 閾値1と順序良く並んでいる。推計(1)においては、閾値3が有意でなく、順序良く並んでいない。その点では、推計(2)のほうが理想的な結果といえよう。

また、擬似決定係数は0.06程度と低い。これ自体はアンケート調査では珍しくないが、さらに多くの要因が存在するか、あるいは、もっと決定的な影響を与える要因が他に存在することをうかがわせる。

今回は、決定力の高い推定式を得ることが直接の目的ではないため、ここまでで一応の推計の成果は得られたが、今後は、業歴の長さや商圏の広さなど、他にも大きな影響を与えそうな変数を追加してみてもよいだろう。

12 企業インタビュー調査結果から

導出される雇用貢献意識の具体的事例

以上のように、マクロ統計データによる俯瞰的な分析の後、アンケート調査結果データを用いたクロス分析、計量経済モデルを通して、地方圏の中小企業がより高い雇用貢献意識を有していることについて、検証することができた。

最後に、本項では、このデータ分析による検証結果に厚みを与えるため、その妥当性の裏付けとなる中小企業の実例を抽出して検証を補強する。

前掲表-2のインタビュー調査先企業一覧には、産業・雇用の面で、地域の中核的な存在を果たしている中小企業を挙げている。従って、前項までのデータ分析による検証で明らかになったことは、こうした地域の中核的中小企業の実例にお

表－7 地域における雇用創出・雇用継続を重視する姿勢と役割意識 (具体的事例)

社名	雇用創出・雇用継続に関する企業の考え方	ポイント
K社	地域が活性化するためには、地域に根付く人材が必要であり、地域に働く場がなければならない。当社も地域に根付く企業として、働く場を提供する使命感を感じている。	雇用創出する使命感
M社	二度のオイルショックの影響により、当社にも余剰人員が発生した。しかし、人員削減はせず、省力化を進めつつ、新しい事業に積極的に取り組むことで雇用を吸収した。基本的に人員削減はしない方針を今日も堅持している。	人員削減をしない方針
	地域の人材は積極的に採用していきたい。とくに、「企業は、雇用の場を提供すべき」との意識が強い。地域に再就職先など簡単に見つからないので、リーマンショックのような不況下でも人材削減しない方針を貫いている。経営が苦しいのに人員削減をしない当社に対し、社外の利害関係者から苦言を呈されたこともある。しかし、例えば、工場生産ラインの一発立ち上げのノウハウなどは、大企業のように人員削減をしなかったため蓄積できた。	雇用維持のおかげでノウハウ蓄積
	会社の高い成長を目指すのも結構だが、当社は規模の拡大よりも安定的な収益を上げて、存続を図りながら、地道に雇用の拡大につなげていきたいと思っている。	規模拡大より安定経営が重要
S社	地域の学校と太いパイプを築く必要がある。そして、このパイプ作りは、経営者の仕事である。当社は、採用激戦区にあるが、現社長自らが取締役として入社直後から採用活動をするようになった。活動2年目には、180の学校を回り、地域の学校とのパイプ作りに努めてきた。こうした場で、経営者が直接自分の会社に対する思いを学生に伝えることで、地域の優秀な人材を獲得できる。これが地域に立地するメリットである。	経営者自ら地域の学校回り
B社	採用は、基本的に地元で行い、東京での新卒採用は行っていない。というより、当地域でしか採用できないと言う方が正しい。しかし、仮に東京まで出向いて採用できるだろう人材よりも、この地でなら、より優秀な人材が確保できていると感じる。この背景としては、地域の学校とのパイプを活かしていることや、地域での知名度が上がってきていることが挙げられる。	地元で優秀な人材採用の手応え
O社	当社が大卒や大学院卒を採用できるのも、この地域に根付いて立地しているからだだろう。地元出身者や、Uターン組、そして他県から来て岡山の大学で学んだ後、当社に就職した者もあり、背景は人それぞれだが、この地域という縁でつながっている。	地域の縁でつながる採用
K②社	子供が小さい等の事情でパートも内職も難しい主婦層を対象として、「ワークサロン」をつくった。地域の家庭に寄与したいとの思いからである。1足単位で工賃を受け取れ、タイムカードも時間拘束もない。出社するかしないかは完全に自由とした。現在、2ヵ所あり、社宅の空き室や、空き家の納屋を改造したもの。その名が表すように、働く場のみならず交流の場でもあり、井戸端会議の場である。非常に好評で、中には、月3～4万円稼ぐ人もいる。	働く場と交流の場を兼ねたワークサロン
T社	宮崎にはあまり就職先がないからかもしれないが、地元での知名度が高いおかげで、高いレベルの社員が入社してくれる。例えば、お客様として当社の従業員の良い接客を受けて、その好印象から入社を希望したり、また、社員からの口コミで当社の内容を知って応募してくる子も結構たくさんいる。	地元での知名度と好印象が決め手

資料：インタビュー調査結果より著者作成

いても、該当するはずである。

例えば、雇用に関する見解を示しているK社(茨城県)の例を挙げる。K社は、「地域が活性化するためには、地域に根付く人材が必要であり、地域に働く場がなければならない。当社も地域に根付く企業として、働く場を提供する使命感を感じている。」と公言している。極めて明快なアナウンスであり、データ分析による検証結果とも親和的である(表-7)。

さらに、具体的なケースを紹介してくれているのがM社(三重県)であり、M社は、「二度のオイルショックの影響により、当社にも余剰人員が発生した。しかし、人員削減はせず、省力化を進

めつつ、新しい事業に積極的に取り組むことで雇用を吸収した。」という。とくに、当社は、「企業は、雇用の場を提供すべき」との意識が強い。リーマンショックのような不況に見舞われたときでも「地域に再就職先など簡単に見つからないので、人材削減しない方針を貫いている。経営が苦しいのに人員削減をしない当社に対し、社外の利害関係者から苦言を呈されたこともある。」と述べている。このように、地域雇用に対する役割意識に基づいて、多少無理をしてでも雇用を維持した結果、かつて余剰人員に当てるため何とか探し出した事業のタネが、今日の稼ぎ頭に育つこととなった。対照的に、人員削減に手を付けた大企業

の方は、既存のノウハウを失ったことで、そのノウハウを人とともに維持してきたM社に多く発注が来るようになったという。雇用継続の姿勢を堅持したことの成功事例として注目される。

上述2社の他にも地元の雇用を重視する企業の経営姿勢や役割意識は、表-7の実例の中から確かに見出すことができる。こうした地域の中核的中小企業の具体的な事例からみても、本稿における各データ分析結果の妥当性が相当程度裏付けられたといえよう。

13 むすびに

～ 地域に根差す中小企業の雇用貢献

本稿では、地方圏中小企業の地域雇用への役割意識とその貢献の大きさについて、多様なアングルから考察した。

中心的な分析としては、マクロ統計データやアンケート調査結果データに基づいて、地方圏中小企業の雇用創出と継続、そうした結果を招来する経営者意識の強弱について、定量的な面から検証した。

<参考文献>

- 中小企業研究センター（2000）『産地解体からの再生－地域産業集積「燕」の新たなる道』同友館
池田潔（2002）『地域中小企業論－中小企業研究の新機軸』ミネルヴァ書房
石倉洋子・藤田昌久・前田昇・金井一顕・山崎朗（2003）『日本の産業クラスター戦略 地域における競争優位の確立』有斐閣
伊藤正昭（2003）『新版 地域産業論－産業の地域化を求めて』学文社
上野和彦（2007）『地場産業産地の革新』古今書院
猿田正機（2000）「中小企業の労働問題－企業規模別賃金格差論を中心として」『大原社会問題研究所雑誌』No.504、法政大学
田中史人（2004）『地域企業論』同文館出版
三井逸友（2006）「中小企業の労働問題の今日的様相－中小企業の人材活用、人材育成を考えるために」『商工金融』2006年1月号、商工総合研究所

データによる検証に加え、定性面からの妥当性の裏付けとして、地域の中核的な中小企業のインタビュー内容から、「地域の雇用への役割意識」の具体的な態様を抽出した。その結果、データ分析結果と親和的な複数の事例が見出された。

中小企業は、大企業ほどドラスティックにはなれず、商圈や地縁上の制約があって柔軟には立地場所を変えられない。地方圏の中小企業はなおさらだ。これは、経営的には弱みともいえる半面、地域の産業と雇用を持続的に担う存在として信頼を寄せられるという点で、中小企業の魅力の1つといえる。

そうした中小企業の姿を評して、「地域の雇用を支える中小企業」という言葉が、半ば常識的に認識されているが、本稿の考察により、改めて具体的な検証を行うことができた。

中小企業が元気になれば、全従業者の2/3を占める働き手に恩恵が及び、個人消費が後押しされる。我が国経済の健全な発展のために、中小企業による雇用面の貢献には、今後ますます期待が掛かる。