

## 企業支援に関するシンポジウムを行って（報告）

別府大学短期大学部助教授 梶原 博

### 1 はじめに

昨年2月14日、中小企業に対する大学の支援のあり方をテーマとして、シンポジウムが行われた。実施後、すでに1年が経過しているが、地域社会研究センター主催の最初の公式行事であり、その後のセンター活動の原点であり、かつ、シンポジウム後の課題は現在もなお、センターの今後と深くかかわっている。改めて、その経過や問題点について、整理を行い、今後の活動の指針とすることが本稿の目的である

なお、今回の報告では、実施に至るまでの過程を中心に、もっぱらシンポジウムの性格付けに焦点を当てることを主眼とし、地域支援というテーマについての考察は、次回の課題としたい。

#### 1.1 『センター』とシンポジウム

地域社会研究センター（以下『センター』と略）の設立をめぐる議論については、ここでは触れないが、設立以前に行われていた、比較的長期間にわたる、地元企業や行政その他、広範な学外の人々との交流が『センター』立ち上げの原動力となった。具体的には、

- ・地域社会経済情報センター、及びIPC研究会（コンピュータを軸とした異業種交流会）
- ・地元地方銀行の企画部、および地域の支店長クラスの銀行マン
- ・上津江村における、村長を始めとする各種団体関係者（村役場、オートポリス、トライウッドなど）
- ・県庁関係者（廃棄物対策課、文化振興局）
- ・その他中小企業経営者

などとの交流であるが、これらの人々、組織は、公開講座をはじめとする様々な行事をきっかけにしてお会いした後、現在に至るまで断続的な交流が続いているものである。こうした交流の中から、半ば自然発生的に、本稿で説明するシンポジウムが生まれ、ひいては『センター』設立へとつながっていったことを、最初に指摘しておきたい。

#### 1.2 シンポジウムの目的と、運営上の特徴

シンポジウムの直接の目的は、

1. 中小企業支援策の現状をめぐる現場の意見交流
2. 大学による企業支援策の提案

の2点であるが、そのシンポジウム運営については、とりわけ次のような諸点に留意した。

まず第一に考えたのは、

### **シンポジウムへの参加が、参加者に直接的なメリットを生み出す**

ということだった。すなわち、単に知識のお披露目に終始し、議論を予定調和に終わらせない、ということである。そのために、

### **事前の準備にできるだけ時間をかける**

ようにした。ここでいう準備とは、発言者の個々の事情について、主催者側が事前に訪問するなどして把握するとともに、シンポジウムの性格についての十分な説明を行い、シンポジウムが有機的な議論の場とするための、さまざまな事前セッティングを意味する。当然、手間隙がかかるが、

### **発言者も参加者も、極力増やさない**

ことで、これに対処した。そうすることで、今回のシンポジウムでは、中小企業の経営者と中小企業をサポートする立場の人々との間で、文字通り、

### **率直な意見交換**

が行うことが可能になったと考えられる。

## **2 参加発言者**

大学という機関が行うシンポジウムが、「自分にとって参加する価値がある」と少しでも思えそうな参加発言者をどれだけ確保できるか。シンポジウムの性格上、参加発言者の選択が、重要な課題となることは言うまでもない。

発言者の対象としては、大きく分けて3つのタイプを考えた。

1. 中小企業経営者
2. 公的支援制度
3. 私的支援制度（今回は金融機関）

### **2.1 中小企業経営者**

シンポジウムの直接の主役であり、我々が考える支援制度の対象でもある。ただし、支援システム案にもかかかれている通り、中小（零細）企業への支援は、その経営を「助ける」と同義ではない。地域社会の活性化の担い手として、他の事業規模の企業以上に積極的な意義を見出した上での、パートナーシップの形成が目的である。

もちろん、卒業生の就職先ということもあるが、現状では、短大卒業生と中小零細企業との間には、事実上、制度化された雇用システムは存在しない。だが、支援システムの構築は、新たな雇用システムの形成を通じて、地域経済の安定にも寄与するはずである。

## 2.2 公的支援制度

本末転倒とも言えるが、中小企業への注目は、情報センターの活動や職員の方々との接触を通じて生まれたとも言える。我々が考える支援制度は、第一に情報センターをはじめとする公的支援制度を補完するという性格が強い。もっとも、こうした公的支援の実体を知るにつれ、担当各位の熱意が必ずしも十分に報われているわけではない現実へも気づかざるを得なく、そのような現状への疑問が今回のシンポジウムへとつながっていったとも言える。

## 2.3 私的支援制度

金融機関＝銀行は、資本主義社会において、独特の役割を持つ私企業である。それは、通常の企業が結果としての利他的組織であるのに対して、金融機関は、同業者に対しては別としても、他企業の経済的安定の上に立脚しており、言い換えれば地域社会の（経済的）安定を意識化している組織であるということだ。

ただし、何が地域(企業)に寄与するのかというコンセンサスにおいて、地元金融機関は、その発想の転換を迫られている。そうした状況への焦りが、銀行マンとしての自負心を触媒として、今回のシンポジウムが現実のものとなったと言っても過言ではない。

### 発言者のプロフィール(敬称略)

佐藤 堅城 (株式会社アースケア)

河岸や公園など、地面処理を中心とする土木工事が本業である。通気性に留意した工法を採用するなど、一貫して環境事業として自社活動をとらえており、その結果として、様々な商品分野にまで手を広げている。ざっと並べてみても、ダイエットキャンディー、温湿布、化粧品、車の窓の紫外線カット処理など、何が本業なのかわからないほどの商品ラインアップである。シンポジウムでは、現在の中小企業の置かれている負の状況、ならびに支援システムの不備について、もっとも熱心に語っていただいた。

藤島 正夫 (藤島ガラス工業)

東京で自動車整備の仕事をしていたところを、家業の関係で地元呼び戻された。サッシ等を扱う建材業であった関係でガラスの加工を手がけ、やがてこれに特化し、現在は家業である建材業から独立している。上述した2社が、従業員数名の零細企業であるのに対して、経営的には比較的安定した基盤をもっている。板ガラスの一般利用という特殊な商品展開を目指す関係で、早くから異業種交流に注目。今回参加していただいたきっかけも、大分県地域経済情報センター主催による情報化異業種交流であった。

雪野 佐喜子 (大分県地域経済情報センター)

大分県の情報化を中心とした中小企業支援の中心にある、財団法人地域経済情報センターのベテラン指導員。そもそも、本学の地域社会研究センターは、この情報センターの活動に触発された部分が大いことは、すでに述べた通りであり、こうした機関といかに協力しながら地域作りに関わっていくかが、シンポジウムの企画側の一貫した課題であった。

内藤 勝浩（株式会社大分ベンチャーキャピタル(当時)）

企業側の参加者選定に当たって、多大な協力を仰いだという意味では、シンポジウムの実質的な共同企画者。本来ベンチャーキャピタルという業務に含まれていないコンサルタント業務を通じて、企業を育てることにつながる支援のあり方を模索している。

### 3 シンポジウム当日の展開

事前準備を通じて、現在の中小企業支援体勢に関する問題点等について、あらかじめ参加者の間で一定の共通認識をもつ。そのような認識を土台として、我々大学側が企業支援システム案を準備し、当日の議論の叩き台とする。これが、当初予定していたシンポジウムの内容であったが、我々からの提案を検討するというよりは、現状への（すでに事前会議である程度確認済みのはずの）体制批判を中心に話が終わってしまった。議事進行の不手際のせいである。

### 4 企業支援の現状と課題

シンポジウムの過程で明らかになった、中小企業支援の現状・問題点を簡単にまとめた。

「書式に則った書類を揃える」ことが、零細・中小企業にとって大きな壁となっている。「本当に支援する気があるのか」という支援側への不信感すら生み出している。

しかし、「書式に則った書類を揃える」能力が、今、企業活動に要求されていることは、ISO 認定取得に対する最近の傾向を見ても明らかであり、「書類作成力が自助能力・努力の現れ」であるという雪野氏の言葉は、我々大学も含めた支援サイドの一致した見方でもある。

とはいえ文書作成能力、あるいはもっと広い目で見れば、情報化を推し進める能力は、満遍なくマンパワーを確保できない中小企業にとっては、容易に取り組める問題ではない。結局、企業の自助努力だけではなく、地域の教育体制が問われているのである。

同様に、「どこで、どんな支援制度が受けられるのか」という情報が手に入らない」という不満も、個別企業の情報収集能力だけを問題にすることはできない。

### 5 大学による企業支援の考え方

こうした議論を踏まえて作り上げた、我々の企業支援システム案を最後に載せて、この報告のまとめとしたい。未だ覚書の域を出ないものであるが、その意義は、案を作成した時点よりいっそう高まっていると考えている。

## 別府大学地域社会研究センターによる中小企業支援制度（案）

### 1 市場調査を中心とする各種リサーチ

商品の企画段階および販売段階における、  
学生を対象としたリサーチ

商品の企画段階および販売段階における、  
センターによるリサーチ

### 2 商品の企画・広告段階での支援

### 3 各種支援情報の提供・仲介を通じた支援

中小企業の場合には、融資などの公的・私  
的な支援制度を利用したいと希望していても、  
利用申請を行う余裕を確保するのが困難であ  
るのが普通であり、そもそも支援制度そのも  
の存在を知らない場合も多い。こうした企  
業に対して、支援情報の発信、書類作成の支  
援などを行う。

各種人材派遣情報の提供も、これに含まれ  
る。

### 4 情報化支援

#### A センターによる支援

パソコン・システムの導入、ネットワークの  
構築、人材育成など、当センターが直接に行  
う支援

#### B 各種専門機関への仲介支援

パソコン・システムの支援に関して、当セン  
ターが行うのは、情報化についての知識や経  
験の乏しい企業に対する、ミニマムのシステ  
ム構築が中心となるものであり、「コンピュ  
ータで何ができるのか」ということの知識の  
普及を第一とする。業務への導入や投資効果  
についての蓄積が進み、要求仕様が明確化・  
高度化した場合には、適切な専門家・専門機  
関への仲介を行うものとする。

### 5 インターネットワーキング

これまで説明してきた支援策に共通する考  
え方であるが、本センターによる支援の中心

は必ずしも直接的な支援ではない。本センタ  
ーによる様々な仲介活動を通じて、支援を受  
ける側と与える側、支援を受けるもの同士、  
支援を与えるもの同士の間で、地域（大分県）  
の現状や問題、展望などについて、参加者す  
べてが相互理解を深めていくことこそが、本  
センターの狙いである。

### 6 支援を受ける条件

本センターは別府大学という教育機関の一  
部であり、以下の点について、その運営理念  
のご理解をいただきたい。

#### A 教育への協力

市場調査、商品のモニター研究、企画・広  
告などの支援は、基本的に豊かな地域生活  
を実現するという観点から、短大および専攻科  
の学生教育と結び付けて行われるものとする。  
従って、商品に関する基本的な情報、当該商  
品や企業をめぐる社会環境（他の類似商品  
を含む）などに関して、一定の回数の講義を行  
うものとし、これらの講義に必要な情報を、  
必要な範囲内で、資料として提供してもらう。  
また、場合によっては、直接の学生指導も行  
う。

#### B 地域社会の視点

同様の理由により、支援の成果が、可能な  
限り地域の企業に幅広く還元されることが望  
ましい。

すなわち、支援による利益が当該企業のみ  
ならず、関連産業、新たな結合を通じて異業  
種部門への波及が可能なような支援のあり方  
である。