

新時代の中小企業観と中小企業政策¹⁾

—地域ぐるみの小規模事業者支援とウェルビーイング—

長山宗広

(駒澤大学 経済学部 教授)

要 旨

本稿では、「新時代」を表現する概念として、「サステナビリティ」と「ウェルビーイング」に着目した。そして、ウェルビーイング視点にもとづく中小企業政策と地域づくりについて検討を進めた。その際、「問題性」と「発展性」という中小企業観（大企業との相対比較）に対する新たな軸「地域・社会との共生（池田,2022）」に着目した。ただ、この比較軸は、新時代の中小企業政策に適合するものの、それを示す事例や施策モデルが少なく、本質論を遠ざける。そのため、「問題性と発展性の統一物（黒瀬,2018）」という中小企業観を覆し、かえって古い時代へと巻き戻しかねない。近年、小規模事業者の見方、小規模事業者観は、「問題性」か「発展性」かで二分されている。前者の見方では、生産性が低いので集約化が必要になるといった政策の方向性へ向かい、後者の見方では、地域社会・コミュニティの一員としての貢献を期待する。

そこで、本稿では、いったん「中小企業憲章」に立ち返り、特に小規模事業者（「小さな起業活動：マイクロ・アントレプレナーシップ」を含む）に焦点を当て、世田谷区の事例（独自の小規模事業者支援施策：SETA COLOR（セタカラー））にもとづき、自治体サイドからの新時代の中小企業政策モデルを示すこととした。事例分析の結果、「停滞型」と言われる創業後一定の年限が経った小規模事業者においても、事業再構築（イノベーション）が可能であり、またそれが地域の多様なテーマの課題解決につながる、といった事実を確認することが出来た。筆者は、地域における小さな起業活動を対象とした支援モデル「地域プラットフォーム論（長山,2021b・2022b）」を繰り返して主張してきたが、「地域・社会との共生」軸による事例分析の結果、多様な多くの小規模事業者にまで当該モデルが適用できることに気付かされた。そして、何よりの事実発見としては、セタカラーの取組みの成果として、採択された小規模事業者の事業再構築にとどまらず、世田谷区内の「経済的なつながり」と「社会的なつながり」が増えた点にある。前者のつながりは持続可能な地域経済循環に結び付き、後者はウェルビーイングにプラス効果をもたらす。このように本稿では、小企業事業者の経済的側面と社会的側面、個人と組織の側面、地域での「つながり」という面的な分析アプローチを通じて、問題性と発展性を見方を統合する自治体施策モデル（世田谷モデル）を提示した。

キーワード

中小企業観, 中小企業政策, 小規模事業者支援, ウェルビーイング, SETA COLOR（セタカラー）

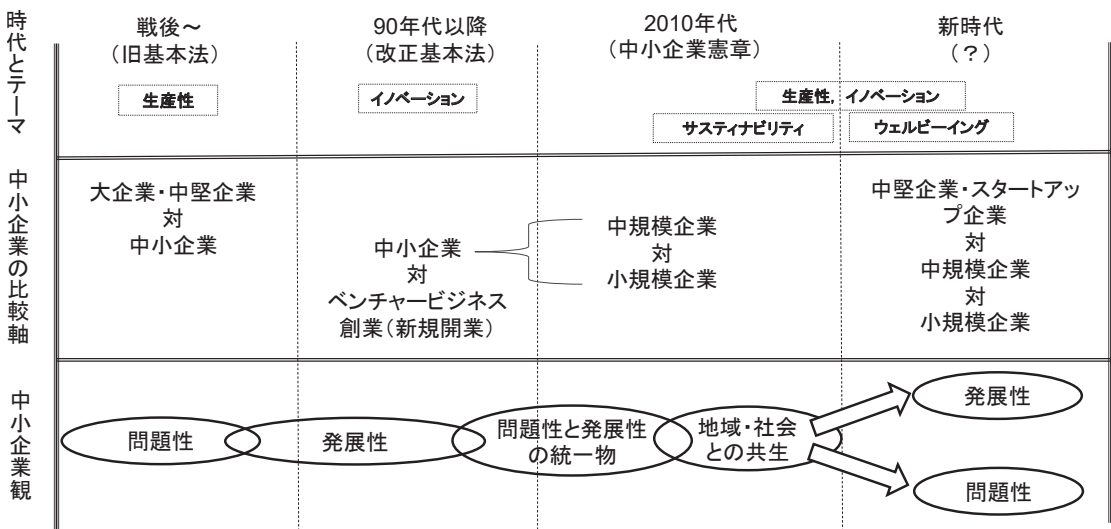
1. はじめに—新時代の中小企業観

新型コロナウイルスのパンデミックが発生した2020年を境に、「新時代」という言葉をよく耳にする。気候変動は現代の危機を決定づけており、地球規模の脅威が身近な生活の場にも差し迫ってきた。「市場経済のもとで限らない拡大・経済成長を志向する資本主義（広井, 2015）」のシステムそのものが揺らいでいるとの実感も出てきた。50年以上前にローマクラブが指摘した「成長の限界」を認めざるをえず、SDGs（持続可能な開発目標）にもあるように、「サステナビリティ」が我々の行動指針として定着してきた。こうしたなか、「モノの豊かさから心の豊かさへ」というように、我々の価値基準も変わってきた。自分だけの豊かさを追い求めるのではなく、家庭、職場、地域、コミュニティそして地球規模でよりよい社会をつくるという規範のもと、「ウェルビーイング」という概念があらゆる場面で取り上げられるようになった。今や、サステナビリティとウェルビーイングの新時代に入っている感がある。

本稿では、「新時代の中小企業政策」をテーマに論じるが、中小企業政策の歴史の変遷を見れば、それぞれの時代に横たわっている中小企業観があることに気づく（図表1）。中小企業観とは、中小企業という存在の見方なので、何らかの比較軸が暗に設定されている。戦後以来、政策対象としての中小企業は、大企業との比較軸において、生産性の格差という点で「問題性」のある存在として見られてきた。1990年代後半以降、改正中小企業基本法のもと、イノベーションという点で創業・ベンチャービジネスに政策対象の重心が移るが、それは「発展性」を見る積極的な中小企業観に拠るものであった。その後、「問題性と発展性の統一物（黒瀬, 2018）」として中小企業を見るのが学術的には広がっていくが、無論それは大企業との比較軸においてである。

2010年、政策現場では、「中小企業憲章」が閣議決定されたが、その時代にはリーマンショック後の影響から新自由主義批判が起きていた（三井, 2011）。当時、GDPのような経済成長を前提とする指標だけでは「真の豊かさ」は図れないとして、ジョセフ・スティグリッツ

図表 1



出所：筆者作成

教授が委員長を務める報告書（2010年）や OECD による「幸福度指標」の報告書（2011年）なども刊行されている。「中小企業憲章」では、中小企業の経済的・社会的役割を明示したが、時代に先んじて、サステナビリティとウェルビーイングの概念を取り込んでいたものと見受けられる。学術的にも、中小企業観については、これまでの「問題性」や「発展性」に加えて、「大多数の人々が働く場であり自己実現の場（渡辺, 2022）」という捉え方があり、さらに近年では、大企業との比較軸ではなく、「地域・社会との共生」を軸に、新しい中小企業のあり方（新・中小企業観）を提示するもの（池田, 2022）まで出てきている。

本稿では、こうした中小企業観の変化を踏まえ、「地域・社会との共生」を軸に、新時代の中小企業政策の有り様について論じていく。「中小企業憲章」に立ち返り、特に小規模事業者（「小さな起業活動：マイクロ・アントレプレナーシップ」を含む）に焦点を当て、世田谷区の事例にもとづき、自治体サイドからの新時代の中小企業政策モデルを示していきたい。

2. ウェルビーイング視点にもとづく中小企業政策

(1) ウェルビーイングと地域づくり—「地域・社会との共生」

まずは、ウェルビーイングの概念について検討し、それが「地域・社会との共生」を軸にした新時代の中小企業政策にどのような意味を持つことになるのかを考えてみたい。

ウェルビーイング（Well-being）とは、「身体的・精神的・社会的に良好で全てが満たされた状態にある」ことを意味する概念である。もともと WHO（世界保健機関）の憲章における「健康」を表す定義のなかで使われていた。近年、我々がよく耳にするウェルビーイングは、狭い意味での心身の健康だけでなく、心の豊かな状態である幸福と、社会の良好な状態をつくる福祉を合わせた意味を持っている。その意味で

ウェルビーイングは、感情としての「幸せ」を表すハピネス（happiness）を包含する概念といえる。また、SDGs には「Good Health and Well-being（すべての人に健康と福祉を）」という目標が掲げられていることから、ウェルビーイングは SDGs の上位概念と捉えることもできる（前野・前野, 2022）。

近年のウェルビーイングの意味するところは、マズローの欲求段階説でいえば、第5段階の「自己実現の欲求」のさらに高次にある「自己超越」の次元にあたる。もはや個人の次元ではなく、他者・人類・生物・自然とのつながりまでが志向される（広井, 2023）。「サステナビリティ」が地球規模の危機をマクロからミクロへと認識を進める概念ならば、「ウェルビーイング」は内から外に向かってミクロからマクロへと地球規模の危機を克服するための概念と捉えられる。ミクロとマクロの中間にメゾという次元があるならば、それが地域²⁾という場であり、「サステナビリティ」と「ウェルビーイング」概念の交差にあたる。地球規模の危機は、地域の多様なテーマの社会的課題につながっており、以前にも増して「Think Globally, Act Locally（地球規模で考えて、地域から行動をおこそう）」という標語は説得力を持つようになった。

ウェルビーイングは、「自分ごと」として地域づくりに主体的に関与することを促す概念となり、それを自治体の最上位計画（基本計画・基本構想）に据える動きが増えてきている³⁾。現政権では、「地方創生」を継承する「デジタル田園都市国家構想」を進めているが、その成果指標として「地域幸福度指標（LWC 指標：Liveable Well-Being City 指標）」を導入している。LWC 指標は、市民アンケート調査等にもとづく主観指標と、暮らしやすさを示す客観指標の両方を用いて、地域のウェルビーイングを数値化・可視化しようとするものである。主観的な個人の幸福感のみならず、「協調的幸福」という項目設定は特徴的である。協調的幸福としては、「多世代共創」「地域の一体感」「異質・

多様性への寛容さ」など、日本人の協調的価値観に根差した項目が設定されている。自治体の地域づくりにおいてもEBPM（エビデンスにもとづく政策立案）が標準となっており、LWC指標の要素を各種計画に利用する場面が散見される（浜松、前橋の例など）。本稿では、「地域・社会との共生」軸について、それを「地域とのつながり」「社会とのつながり」と捉えて分析を進めていくが、その際に、ウェルビーイングの視点（特に「コミュニティウェルビーイング」および「ソーシャルウェルビーイング」の指標⁴⁾）を導入して実証可能性を高める。

（2）漂流する中小企業政策の行方—小規模企業の「発展性」と「問題性」

前述のとおり、中小企業政策は、2010年以降、ややモードが変わる。1999年の改正・中小企業基本法ではベンチャービジネスなど上層部の中小企業支援に重点があり、小規模企業対策は後退した感があった。それが、「“ちいさな企業”未来会議（2012年）」「小規模企業活性化法（2013年）」「小規模企業振興基本法（2014年）」「小規模企業白書の初公開（2015年）」といったように、小規模企業を重視する政策への流れが出てくる⁵⁾。またそれは、小規模企業が経済的役割のみならず社会的役割を果たすという点での「発展性」を広く認識させるものとなった。

一方で、人口減少下、生産性の向上が求められる時代において、特に小規模事業者は邪魔な存在でしかないとの主張（アトキンソン、2020）があり、小規模企業の「問題性」が流布することになる。2010年代から、中小企業を中規模企業と小規模企業とに分けて政策を検討する流れになったが、近年は中規模企業に傾斜し、生産性向上と規模拡大による中堅企業化への道へと促す⁶⁾。2023年6月に閣議決定された「骨太方針（経済財政運営と改革の基本方針2023）」をみると、そこにサステナビリティとウェルビーイングの視点が入っているが、やはり、国家としては、「社会課題の解決に向けた取組みそれ

自体を成長のエンジンに変える」というように経済成長を第一に目指すので、これまで以上に生産性向上やイノベーション促進を重視する。そして、スタートアップ企業⁷⁾を重視し、わけでもソーシャルインパクトのある「ゼブラ企業」の創出に期待する。生産性の低い小規模企業にはM&Aによる統廃合や円滑な廃業を社会的に受容する。そこには「問題性」のある中小企業観（正確には「小規模企業」観）にもとづく集約化政策が見て取れる。近代化政策を展開した戦後以来の中小企業観へと時代が巻き戻った感がある。

雑駁ながら、近年の国の中小企業政策をレビューすれば、中規模企業には「発展性」という見方（「中規模企業」観）、小規模企業には「問題性」という見方（「小規模企業」観）を持ち、多様な中小企業を上層部と下層部に分けて政策対応していく姿が映し出される。ここで論点にしたいのは、小規模企業に対する「発展性」という見方は消えてしまったのかということである。この論点において、「地域・社会との共生」という中小企業観の新機軸が活かされる。それは「中小企業憲章」に立ち返ることを意味する。2010年代に一時的に盛り上がった「小規模企業ブーム」は、「地域・社会との共生」軸にもとづく「発展性」の見方（積極的な「小規模企業」観）による所が大きい。「小規模企業」観において、「問題性と発展性の統一物」として見るのが、今の国の中小企業政策に決定的に欠けている点ではないか。

本稿では、下記事例研究を通して、ウェルビーイングと地域づくりという文脈から小規模企業の経済的・社会的役割を示し、「問題性と発展性の統一物」との見方から、新時代の小規模企業施策モデルの提示を試みる。それは、地域ぐるみの面的な小規模企業の事業再構築（生産性向上とイノベーションの実現）の支援制度を通して、サステナビリティとウェルビーイングの交差した地域づくりを実現する施策モデルである。

3. 事例研究—世田谷区における地域ぐるみの小規模事業者支援⁸⁾

(1) 自治体の中小企業政策の潮流、小規模事業者の社会的役割

周知のとおり、改正基本法（1999年）のもと「地方公共団体の責務」が明記され、自治体の中小企業政策における役割が高まった。中小企業憲章（2010年）においても、「地方自治体との連携」および「地域経済団体、取引先企業、民間金融機関、教育・研究機関や産業支援人材などの更なる理解と協力」について明記されており、マルチステークホルダーの視点から地域ぐるみで中小企業政策を進めていく方向性が示された。

憲章では、「中小企業は、経済や暮らしを支え、牽引する」とし、中小企業の普遍的な存在意義を示す。わけでも、小規模企業については、「地域社会の安定をもたらす」とし、その社会的役割を重視する。実際、「約6割の小規模事業者が地域課題解決に向けた取組みを行っている」という調査結果があり、その取組みの内容は、「地域の祭り・伝統行事・イベントの開催、商業機能や交通サービスの拡充、空き家・耕作放棄地対策といったまちづくり・地域づくりが最も多い」という結果もある（中小企業庁、2022）。こうなると、自治体の政策対象としての小規模企業観は、地域社会にとって「発展性」のある存在として認識される。

自治体サイドからの政策対応としては、「小規模企業振興基本法（2014年）」以降に動きが活発となる。それは「中小企業・小規模企業振興条例」との名称で条例を制定する団体が増加していく点に見て取れる⁹⁾。条例にもとづき、「中小企業・小規模企業振興会議」や「産業振興会議」などの名称の会議を設置して、中小企業政策・地域産業政策の計画を策定・実施し、自治体としての責務を全うする潮流が確かなものとなった。注目すべきは、広域なリージョン・エリアの都道府県単位のみならず、狭域なロー

カル・エリアおよびコミュニティ・エリアを管轄する市区町村（基礎自治体）単位において、こうした条例にもとづく地域ぐるみの支援制度が確立していった点である。創業支援においても時期同じく、2014年の「産業競争力強化法」にもとづき、市区町村単位で創業支援事業計画を策定し、民間の創業支援事業者（地域金融機関、NPO法人、商工会議所・商工会等）と連携して地域ぐるみの創業支援ネットワークを形成するようになった。

市区町村のエリアは生活の基本圏域であり、住民主体の場である。中小企業庁（2020）の調査結果によれば、住民が地域課題の解決にあたって期待する担い手としては、「地域内の小規模事業者」を挙げる回答が多く、特に人口密度が低い地域では、「地方自治体」「公的支援機関（商工会・商工会議所等）」を上回る最多の回答割合となっている。小規模事業者が住民と共に地域社会・コミュニティの一員となっている実態をよく表したデータといえる。

なお、小規模事業者は、創業して間もない企業と、創業後すでに一定の年限が経っている企業が混在する。前者は、新規開業企業やアントレプレナーと呼ばれ、イノベーションや雇用創出の源泉¹⁰⁾となることから「発展性」という積極的な見方がなされる。一方、後者は、前者よりも量的に多い¹¹⁾ものの、「問題性」という見方で、停滞的な企業群として評価されやすい¹²⁾。前者と後者では企業としての特徴に違いがあり、政策的な課題も異なるので留意が必要である（植田、2014）。ただ、本稿では、新規開業企業の近年の動向¹³⁾（日本政策金融公庫総合研究所、2023）を踏まえ、「小さな起業活動：マイクロ・アントレプレナーシップ」が地域社会・コミュニティの一員として小規模事業者共通の特徴を持つとの見方から、「地域・社会との共生」軸にもとづき、前者と後者を切り分けずに両者とも分析対象に設定する。

(2) 世田谷区における新時代の条例とビジョン

東京都世田谷区では、1999年に「産業振興基本条例」を施行し、地域産業政策・中小企業政策を展開してきた。コロナ禍を経て、それを新時代に則した条例として改正し、2022年に「世田谷区地域経済の持続可能な発展条例」として制定した¹⁴⁾。その名称のとおり、「サステナビリティ」を最上位の理念に据え、地域の経済発展のみならず、非経済的な価値を重視し、地域・社会の課題解決を目指す条例とした。従来の「産業振興」が意味する特定産業・業界に対する支援ではなく、地域経済・社会の発展に関わるすべての事業者そして住民まで含む多様な主体を条例の対象として広げた。そして、条例の基本的方針には、「地域産業の基盤強化」という従来のものに加え、「起業の促進、フリーランスなど多様な働き方の実現」「地域や社会の課題解決に向けたソーシャルビジネスの推進」「持続可能性を考慮した事業活動とエシカル消費の推進」を設定した。もちろん、人口90万人超の世田谷区の地域特性¹⁵⁾を反映した条例であり、事例特殊性は否めない。ただ、コロナ禍で浮彫りになった新時代のパラダイムシフトのもと、自治体のこれまでの地域産業政策・中小企業政策に見直しが必要との認識が高まってきているのは確かであろう¹⁶⁾。

さて、世田谷区では、最上位計画の「基本計画」を策定中であり¹⁷⁾、それに併せて、「産業ビジョン」の見直しを検討している¹⁸⁾。「基本計画(大綱)」では、①子ども・若者、②学校教育、③地域コミュニティ、④医療・福祉、⑤環境・自然、⑥まちづくり・産業、といった6つの重点政策を掲げたが、その根っこには「サステナビリティ」と「ウェルビーイング」がある。「産業ビジョン」の見直しの議論では、「基本計画」を強く意識し、「持続可能な経済循環で実現する世田谷のウェルビーイング」を新ビジョンのメインテーマに掲げ、キャッチフレーズを「幸福循環共創区、世田谷」とした。

(3) 世田谷区における独自の小規模事業者支援施策「SETA COLOR(セタカラー)」

世田谷区では新時代に応じた政策理念やビジョンを持つため、原課の職員からもボトムアップでユニークな施策が出てくる。経済産業部では、コロナ禍に独自の施策が次々と生まれたが、その一つに小規模事業者を対象とした地域連携型ハンズオン支援事業「SETA COLOR(以下「セタカラー」)」がある¹⁹⁾。2021年度にスタートした当該事業は、「新型コロナウイルスの影響による事業環境の変化に対応して、ビジネスモデルの転換等の新規事業に取り組む小規模事業者に対し、区内のスキル人材等を活用した、コンサルティング(戦略パートナー)による経営課題の把握・戦略策定、専門家(WEBマーケティング・デザイナー等)による実践的な新規事業のサポート等の地域連携型ハンズオン支援を実施。それにより、区内事業者の経営改善、新たな産業モデルの創造、区内経済の持続的な発展を図る」ことを目的としている。コロナ禍のピンチをチャンスに変えてイノベーションに挑戦する企業を政策的に支援するという点では、国の「中小企業等事業再構築促進事業」の世田谷版という見方もできる。ただ、セタカラーの場合は、そもそもの目的が条例の理念に則した地域経済の持続可能な発展であり、支援対象を小規模事業者に設定し、地域ぐるみの面的な支援制度を構築しようとする点において、国との決定的な違いが見られる²⁰⁾。

論点の一つは、経営資源が少なく企業数の多い小規模事業者に対して、どのようにハンズオンの伴走支援を効果的に実施するのか、また、そのための地域的な支援の仕組みをどのように構築するのか、といった点である。信用金庫や信用組合など協同組織金融機関においてさえも、「情報の非対称性」が大きく、小口多数の取引先である小規模事業者に対しては、伴走支援による経営相談といったリレーションシップバンキング・地域密着型金融を十分に発揮するには至っていない(長山, 2022a)。国の事業再構築

補助金も同様であるが、小規模事業者に対する伴走型のイノベーション支援は、費用対効果を考慮すれば、実現困難として切り捨てられよう。小規模事業者の「問題性」がここに露見する。本研究の事例対象として、セタカラーを選定した理由は、こうした論点を地域ぐるみでクリアする仕組みとして先進的な制度と思われるからである。

(4) 小規模事業者が小規模事業者のイノベーションを支援する地域プラットフォーム

世田谷区はセタカラー事業の運営全般について、三茶ワークカンパニー株式会社（通称「三茶 WORK」）に委託した。三茶 WORK は、三軒茶屋で職住近接型のコワーキングスペースを運営する2019年創業の小規模事業者である。セタカラー事業のような区の公募案件では、これまで大手コンサルティングファームが採択されていたが、実績の乏しい三茶 WORK が当該運営を受託できたこと、それ自体にこの施策のユニークさがある。またそれは、三茶 WORK の組織そのものがユニークである点とも重なる。三茶 WORK という組織には常時雇用の従業員が少なく、自社自身が小規模事業者であるものの、いわゆるフリーランスという働き方をするスキル人材が約170名所属する「共同体」としての特徴を有している。主たる事業のコワーキングスペースには100名超のヘビーユーザーがいるが、こうした顧客が三茶 WORK という組織の疑似的な従業員となり、三茶 WORK の新規事業に関与する。セタカラーの委託事業は三茶 WORK にとっての新規事業の一つであるが、コワーキングスペースの利用客がこの事業の協力者ともなり得る。そもそもコワーキングスペースの利用客の多くはスキル人材でありフリーランスという働き方が多いが、三茶 WORK という場において彼ら彼女らは「つながり²¹⁾」を持ち、お祭りや部活動などの地域コミュニティ活動が生まれていた²²⁾。

三茶 WORK の共同代表に就く吉田亮介氏は、

三茶 WORK という場で形成した「共同体」の考え方をまちづくり・地域づくりに応用し、三軒茶屋という場にまで広げてその実践に取り組んだ²³⁾。それは「三茶のミライ（三軒茶屋駅周辺まちづくり基本計画）」として成果に出ている²⁴⁾。こうした経緯があり、三茶 WORK はセタカラーの運営事業者として世田谷区経済産業部から適任との評価をもらい、三軒茶屋から世田谷区全域の「地域プラットフォーム（長山, 2021b・2022b）」としての正統性を得たのである。

事実、セタカラーでは、三茶 WORK（事務局）の働きかけが奏功し、従来の区内の中小企業支援ネットワーク（区産業振興公社、東京商工会議所世田谷支部、昭和信用金庫・世田谷信用金庫、せたがや中小企業経営支援センター）に加えて、東急・小田急・京王の電鉄会社、ボーナストラックや Tote work & studio など区内各地のコワーキングスペース、世田谷コミュニティ財団のようなプロボノ集団、駒澤大学のような区内大学まで支援チームに加えて、オール世田谷の支援体制を構築している。

そして、「戦略パートナー」が事業再構築の計画策定をサポートし、「専門家」が計画実行段階での実践的なサポートをするといった、小規模事業者に対して有効な「ダブル伴走支援体制」を整えた。「戦略パートナー」には経営コンサル経験のある人材を登用するが、その担い手は上述した区内支援機関に属する兼業・副業人材が比較的多い²⁵⁾。「専門家」にはデザイナー・クリエイター・SNS マーケターなどスキル人材を登用するが、こちらの担い手は区内のフリーランスや専門業者が多い。いずれにしても、支援サイドもまた小規模事業者であり、それ故に、多数対多数の支援スキームが可能となる。さらにいえば、1件当たり最大で補助金は150万円なので、小口・多数の支援スキームともいえる。

ただ、こうした数多くの多様な人材が「戦略パートナー」や「専門家」を名乗って、それぞ

れ独自に経営支援しては、支援の「質」にバラツキが生じるし、何より地域の面的な支援制度として成り立たず、セタカラーの所期の目的を達成できない。そこで、事務局として運営全般を管理する三茶 WORK では、コワーキングスペースの利用者ネットワークをつくった経験を活かし、戦略パートナーおよび専門家などセタカラーと関わる全ての人々がタイムリーに情報共有できる仕掛けをいくつも用意した²⁶⁾。現在、セタカラーは、第1期(2021年度)、第2期(2022年度)を経て、第3期目(2023年度)に入ったが²⁷⁾、こうした地域ぐるみの小規模事業者支援体制はより一層充実した。フリーランスがフリーランスを呼ぶ集積効果を通じて、「支援ビジネス業²⁸⁾」が世田谷区の一つの新たな産業として創造されつつある。

(5) セタカラーを介した小規模事業者の経済的・社会的なつながり²⁹⁾

セタカラーに採択された小規模事業者は第1期と第2期を合わせて、60社存在する³⁰⁾。セタカラーの対象は、区内に事務所または事業所を有する、従業員数が20名以下の小規模事業者と定められている。実際に60社の企業規模をHP等で確認してみたところ、従業員数の最多は16人であり、10人以下の事業所が29社と半数を占めていた。主な対象は創業後の業歴が長く「停滞型」の小規模事業者(特にコロナ禍で売上や利益が低下した事業者)であるが、創業間もない新規開業企業も支援対象に含まれている点は注目すべきである。また、採択にあたっての審査基準のなかに、「区内の経済活動の課題や発展に貢献すること」を挙げている。その補足説明として、「産業を通して生活を豊かにするという観点」「福祉、医療、子育て、防災、コミュニティの形成、SDGsの達成などの課題を、職と住が近接した生活者であり職業人である区民が、ビジネスを通して解決することで、地域社会と経済をともに発展させること」という産業ビジョンで示した指針を挙げている。

2023年度に駒澤大学経済学部長山研究室にて実施した「セタカラー採択事業者向けヒアリング調査³¹⁾」および筆者による参与観察によれば、小規模事業者の事業再構築(イノベーション)の実現という成果はもちろんのこと、世田谷区や三茶 WORKの想定を超えて、事業者間の「つながり」が生まれている点を事実発見した。その「つながり」とは、受発注の取引や共同開発のような資金を介する会社組織としての「経済的なつながり」と、A社とB社の経営者(その家族・従業員)が友人・隣人として金銭的な損得を抜きに付き合う「社会的なつながり」との2タイプが見られた。地域の経済や生活を支える側面と、地域社会のコミュニティの一員としての側面を併せ持つ小規模事業者の特徴をよく捉えた調査結果となった。「地域・社会との共生」という抽象度の高い中小企業観に対し、「つながり」という実証可能な視点から調査を行ったものと換言できる。長山研究室(2023)にて作成された「つながりマップ」をみると、狭域な地域という場に焦点を当てたからこそ、小規模事業者の経済的・社会的なつながりが高い解像度をもって可視化できることが分かった。

(6) 個別ケース：深沢エリアと尾山台商店街での地縁と人縁

「つながりマップ」の一端として、世田谷区の深沢エリアに立地するセタカラー第1期採択事業者、(株)蔵(店舗名「くらしのくら」)の事例を紹介する。当社は、2000年に設立されたりサイクルショップであり、従業員数10名の小規模企業である。事業内容は、陶器・着物・家具・貴金属・骨董品といった1点物の逸品を買い取り、店舗およびネット等で販売するものである。創業20年超であり、リサイクル業界では老舗で実績豊富なため、古物商として市場から買取を行うことができ、また断捨離ニーズや遺品整理で出張買取の需要も旺盛であることから、買取事業は安定的である。一方、販売事業は、コロナ禍の際、来店客数が減少し、店舗販売に問題

を抱えていた。ネット販売は需要旺盛であるが、新規参入も多く、競争が激しい。深沢エリアは住宅地であり、店舗の認知度は低く、店舗販売における新規顧客の開拓に課題を抱えていた。そこで、リサイクルショップとしての事業再構築を目指し、セタカラーに応募・採択され、「NOKISAKI (軒先) Tour in SETAGAYA」というプロジェクトに取り組んだ。

まずは、戦略パートナー（筆者）の伴走支援を受けて、顧客データ分析・SWOT分析や経営改善計画の策定を行い、そのうえで専門家（空間デザイン・webデザイン）を交えて、店舗のレイアウトやビジュアル・マーチャンダイジングを施し、店舗専用のHPを開設した。さらには、店舗外での販売チャネルの開拓として、「軒先」を借りたポップアップストアに挑戦した。「くらしのくら」では、1点物の逸品を扱うので、ネットでは伝えにくい「温かみ」を表現する必要がある。その価値観や世界観を共有する「軒先」でポップアップストアを展開すべきであるが、それは探しても容易に見つからない。セタカラーの支援ネットワークにより、尾山台の商店街に立地する「タタタハウス」が軒先の候補として見つかった。「タタタハウス」は、(株)蔵と同じくセタカラーの第1期採択事業者S社（化粧品店と学習塾）がコロナ禍での事業再構築としてリノベーションした後の新業態（複合的創業拠点・協働作業拠点）の店舗名である。タイミングよく、「タタタハウス」としてリニューアルオープンした際に、「くらしのくら」はその「販売棚」を借りてポップアップストアを土日の2日間限定で実施した。

上記の事例では、表面上、「くらしのくら」と「タタタハウス」との間で金銭的な取引関係（経済的なつながり）が生じたという事実しか見て取れない。ただ、その背後には、人と人との「縁」、地域的な「縁」という社会的なつながりが錯綜する。まず、「くらしのくら」の戦略パートナーの筆者と、「タタタハウス」の戦略パートナーの高橋秀紀氏（三茶WORKのメ

ンバー）が既につながっていた。「タタタハウス」の代表者は高野雄太氏であるが、彼は尾山台商店街を中心に「おやまちプロジェクト」というユニークな地域コミュニティ団体を立ち上げたことから、すでに尾山台エリアの社会的なつながりのハブ役に該当する。その「タタタハウス」のリノベーションを設計した建築家は成見敏晃氏であり、彼は深沢に住み、「ふかさわの台所」という「食を通じて集えるコミュニティスペース」を運営することから、すでに深沢エリアの社会的なつながりのハブ役に該当する。筆者は、駒澤大学の同僚の松本典子教授と共に「駒大ラボトリ」を立ち上げたが、高野氏と成見氏はラボ研究員として既につながっていた。(株)蔵（「くらしのくら」）の代表取締役である高木麻子氏は、二代目ということもあり、深沢エリアでの人的なつながりは決して多い方ではなかった。ただ、今回のセタカラーの参加を機に、アクティブな従業員の中島星司氏を通して、高野氏や成見氏など地域のハブ役にアクセス可能となった。こうした社会的なつながりを基礎に、「くらしのくら」では、店舗の看板の設計を成見氏に受注しており、微々たるものであるが深沢エリア内の地域経済循環性を高めた。深沢エリアと尾山台エリアは距離的には3キロ程度と近いが、交通の便が悪くてコミュニティとしては分断されている。ただ、今回のような小規模事業者相互の経済的・社会的なつながりが更に増えていけば、親和性のある「まち」相互のブランド向上にも資するものと思われる。

このケースでは、地域をまたいだ老舗企業間のつながりを示したが、他にも、セタカラーでは、新規開業企業と老舗企業とのつながり、新規開業企業間のつながり、採択期間をまたいだ第1期採択事業者と第2期・第3期採択事業者とのつながりも見られた（駒澤大学経済学部長山宗広研究室, 2023）。さらに言えば、セタカラー事業と別建てとなるが、三茶WORK主催の「まちのファーマーズマーケット」等において、第1期から3期の採択事業者有志が集まって出店

し、各企業の事業再構築の成果としての新製品・新商品等を販売する機会が数多くある。そこでは、事業者間のつながりばかりか、事業者の家族・従業員・仕入れ先・顧客といった関係者（マルチステークホルダー）を含めた新たなつながりが生まれている。特に、ここでは社会的なつながりが増えているが、追加調査³²⁾によれば、それが「ウェルビーイング（特に、コミュニティウェルビーイングとソーシャルウェルビーイング）」にプラスの影響をもたらすと結果も見取れる。ファーマーズマーケットのような場合は、世田谷区から見れば、セタカラーという補助金事業のフォローアップとなるばかりか、地域ぐるみの「社会的実験」への住民・企業（小規模事業者）の参加・協働とも捉えられる。なぜならば、三茶 WORK 主催の「まちのファーマーズマーケット」は、「三茶のミライ（三軒茶屋駅周辺まちづくり基本計画）」の実践（社会的実験）であり、三軒茶屋エリアのまちづくり・駅前整備事業の一環であるからである。ユニークな事実としては、三茶 WORK を起点に、まちづくりのハード面（都市整備政策部）と小規模事業者支援のソフト面（経済産業部）が連動し、世田谷区の部門横断的な取組みとなっている点である。

（7）事例分析の結果—地域ぐるみの小規模事業者支援制度とウェルビーイング

以上、世田谷区の事例を見てきたが、ここから得られた事実発見や政策的含意をまとめると、下記3点となる。

第一に、基礎自治体（市区町村）レベルでの中小企業政策として、小規模事業者に対する面的な支援制度を構築することの意義である。サステナビリティとウェルビーイングを理念に置く自治体の条例やビジョンにおいて、その行動計画や実践として、地域社会・コミュニティの一員である小規模事業者への支援に重点をおくことは間違いない。筆者は、地域における小さな起業（マイクロ・アントレプレナーシップ）が、

多様なテーマの地域課題（産業振興、観光、雇用、教育、福祉、医療、防災・環境、自然景観、歴史・文化、都市計画・まちづくり）を解決する担い手となり得るといった主張（長山, 2021b・2022b）を繰り返してきた。今回の世田谷区のセタカラーの事例では、小さな起業だけではなく、「停滞型」と言われる創業後一定の年限が経った小規模事業者においても、外部環境の脅威に応じた事業再構築（イノベーション）が可能であり、またそれが地域の多様なテーマの課題解決につながる、といった事実を確認することが出来た。多様な小規模事業者による多様なテーマのイノベーションは、自治体の行政縦割りを越えて、「まちづくり」など横断的な行政対応を促すことにもなる。

第二に、小規模事業者に対する地域ぐるみの支援制度を構築するにあたって、三茶 WORK のような民間の「地域プラットフォーム（長山, 2021b・2022b）」に注目し、その存在意義を積極的に評価すべきという点が挙げられる。全国各地、地域づくりのユニークな事例をたどると、こうした地域プラットフォームが存在し、そこと自治体との連携が上手く図られている³³⁾。支援サイドから見れば小口多数で効率の悪い小規模事業者支援であるが、フリーランスや兼業・副業のスキル人材を取り込むことにより、小規模事業者による小規模事業者への支援スキームを構築することが出来る。かつてシリコンバレーモデル研究において、「第二の制度（ケニー, 2002）」論があった。単純に言えば、①ベンチャー企業を増やすにはベンチャーキャピタルを増やして支援制度を充実すればよい、②ベンチャーキャピタルを増やすには数多くのベンチャー企業が成長してIPO等によるキャピタルゲインを増大すればよい、①と②の両方で好循環のエコシステムをつくれればよいといった議論である。成長拡大志向の強い市場原理をベースとした新自由主義の考え方である。日本ではこの考え方にもとづく「産業クラスター政策」の輸入に失敗しているので抵抗があろう（長山編著, 2020）。

ましてや、「問題性」のレッテルを貼られた小規模事業者の支援制度において、こうした好循環の地域エコシステムを構築することはハードルが高すぎると思われる。出来ると思えば、小規模事業者のなかでも新規開業企業、アントレプレナーのエコシステム（Entrepreneurial Ecosystem）³⁴である。ただ、今回の事例では、「停滞型」の小規模事業者の事業再構築（イノベーション）に対して、民間の地域プラットフォームを介した好循環の面的な支援モデルの一端を見出すことが出来た。そのモデルの成立条件としては、「コレクティブ・インパクト³⁵」という手法が導入されていること、また、地域ぐるみの社会実験に小規模事業者が参加することでイノベーションのリスクとリターンをシェアすること、といった点が挙げられよう。無論、フリーランスなどスキル人材が増えて支援サイドが分厚くなったのは、世田谷という地域の特殊性によるもので、「世田谷モデル」の一般化は難しい面がある。

第三に、世田谷という地域の特徴、「世田谷モデル」の要素を抽出すると、地域経済循環とウェルビーイングの概念に行き着く。コロナ禍におけるセタカラーの3年間の取組みの成果は、採択された小規模事業者の事業再構築（イノベーション）と経営改善・業績回復にとどまらず、世田谷区内の経済的なつながりと社会的なつながりが増えた点にある。前者のつながりは持続可能な地域経済循環に結び付き、後者はウェルビーイングにプラス効果をもたらす。どちらも、地域づくりの鍵となるものであり、世田谷に限らず、新時代の自治体政策の目指すべきところだろう。セタカラーは、地域ぐるみの面的な小規模企業の事業再構築（イノベーション）の支援制度にとどまらず、サステナビリティとウェルビーイングの交差した地域づくりの施策モデルを示したものと捉えることができる。その意味で、この事例には普遍性があり、自治体サイドからの新時代の中小企業政策モデルを検討していくうえで含意がある。

4. おわりに—新時代の中小企業政策論

日本独自の中小企業研究は100年の伝統を持つと言われるが、まず解明すべきは、大企業と相対化して見て、中小企業に共通した問題性であった。その現象を解明する道具として主にマルクス経済学での理論が用いられたので、「中小企業論は経済学の応用問題」であると言われてきた（三井, 1991）。ただ、そうした中小企業論に対し、むしろ特殊性に着目した、中小企業の発展性の側面を強調する研究アプローチが増えていく。確かに、「企業」のなかの圧倒的多数を占めているのが中小企業であり、その共通のポジティブな特徴といえば「多様性」としか言えない。ここで思考を止めずに、多様な中小企業の中から特殊性に着目して、「」（括弧書き）で特徴づけた企業論が次々と生まれてきた。その典型が、「中堅企業」論や「ベンチャー企業」論である。今では、「」（括弧書き）のなかに当てはまる企業が増えており、「スタートアップ企業」「ユニコーン企業」「ゼブラ企業」「グローバルニッチトップ企業」「地域未来牽引企業」「ソーシャルビジネス」「社会的企業」等々が挙げられる。こうして特徴付けられた企業は、「一般的な中小企業」と区別され、政策対象にもなりやすい。本稿では、何ら特徴がないと思われる「一般的な中小企業」、なかでも取り残された「小規模企業」に焦点を当て、その経済的・社会的な役割と存在意義を見出し、こうとした。その際、大企業との比較軸ではなく、「地域・社会との共生（池田, 2022）」という別次元の軸にもとづいて検討を試みようとした。

しかしながら、政策現場において、経済的役割としては「問題性」を抱え、社会的役割としては「発展性」を見るといった小規模企業観がある。経済成長に貢献しない小規模企業に対して、国はもはや手を差し伸べてくれない。中小企業のなかでも生産性向上・イノベーション実現可能な中規模企業に対して集中的に政策資源

を投入する。「地域・社会との共生」軸を掲げたところで、規模別（中規模企業と小規模企業）に相対化され、「問題性」と「発展性」という見方それ自体に変わりはない。そして、それぞれの見方に応じた施策が講じられているという事実を受けとめれば、学術的には浸透した「問題性と発展性の統一物」という見方も政策現場には届いていないと言ってよいだろう。本稿では、「サステナビリティ」と「ウェルビーイング」の概念にもとづく新時代の小規模企業政策について、その現場を市区町村（基礎自治体）に求めた。事例研究では、小企業事業者の経済的側面・社会的側面の両面からアプローチして、問題性と発展性を見方を統合する自治体施策モデル（世田谷モデル）を提示した。

本稿では、「地域・社会との共生」軸は、小企業事業者における地域・社会との「つながり」と解釈しなおし、事例研究の分析視点として取り入れた。従来の中小企業研究の対象ならば、地域における企業と企業とのつながりまでだったろう。しかし、本研究では、地域における個人と個人とのつながりまで研究対象を拡張した。そのため、経済的つながりと社会的つながりの両面を捉えることが出来た。ここでいう個人とは、小規模事業者、小さな起業家（マイクロアントレプレナー）だけではなく、そこで働く従業員や顧客、住民まで、地域のあらゆる主体を対象にする。「つながり」に着目して「個人」と社会構造を見るので、多様な主体が研究対象となるのである。地域という場においては、人間生活そのものを総体として理解する観察的方法に妥当性があり、中小企業政策（小規模企業政策）と地域政策の媒介項として「中小企業の社会学（寺岡, 2002・2018）」という道具が有効なものとなってくる。今まさに、中小企業論は領域横断的な学際的テーマであるといえるが、それ故に、新時代の中小企業政策は、自治体の地域づくりにおいてより一層の発展可能性を求めることができるだろう。

注

- 1) 本稿は、長山編著（2020）および長山ほか（2024）にて披露した中小企業政策および地域政策に関する議論を継承している。
- 2) 本稿では、中村（2004）を援用し、「人間が社会的・主体的に生きる場、生活の基本的圏域」として「地域」を捉える。また、地域を「自然環境・経済・文化（社会・政治）」という3要素の複合体」と捉え、地域経済の分析においては総合性の視点を持つ。そして、地域経済は、経済的価値だけではなく、非経済的価値とも結びつく独自の複合的な経済として捉える。
- 3) 東京都の荒川区では2005年から「GAH（グロス・アラカワ・ハビネス：荒川区民総幸福度）」を提唱し、他に先駆けて独自の指標を策定している。こうした動きに共感した各地の市町村では、「幸せリーグ（住民の幸福実感向上を目指す基礎自治体連合）」という草の根のネットワークを発足させて自治体間連携を進めている。
- 4) ギャラップ社が定義するウェルビーイングの5つの指標として、①キャリアウェルビーイング、②ソーシャルウェルビーイング、③フィナンシャルウェルビーイング、④フィジカルウェルビーイング、⑤コミュニティウェルビーイングがある。本稿では、小規模事業者における「地域・社会との共生」という見方において、ウェルビーイングの②と⑤の指標に着目する。2023年10月28日、組織学会の2023年度年次大会（関西大学）において「ウェルビーイング駆動型アントレプレナーシップ」をテーマとするセッションが持たれた。本セッションのリーダーは横山恵子（関西大学）、報告者は、筆者のほか、福岡路（東北大学）、秋庭太（龍谷大学）・山田仁一郎（京都大学）、金間大介（金沢大学）である。本セッションでは、「ウェルビーイング」に関する文献レビューを踏まえ、従来の研究では、起業家個人のウェルビーイングに注目が集まり、「起業家のウェルビーイングが高いと、起業家行動はどう変わるのか、パフォーマンスは高まるのか」といった問題意識にもとづくものが主流であったことを指摘した。そのうえで、今後求められる研究としては、起業家個人だけではなく、コミュニティ（ステークホルダー）のウェルビーイングまで分析範囲を拡げ、ギャラップ社のいう②と⑤の指標に着目し、経済合理性だけでないウェルビーイングを意図した起業のあり方について研究していくことの意義を確認した。なお、筆者は、そこで「Entrepreneurial Ecosystem（EE）とウェルビーイング：群馬県前橋市の事例を中心に」をテーマに報告した。
- 5) この時代の小規模企業政策の展開は、和田（2016）に詳しい。
- 6) たとえば、菅官房長官（2020.9.5当時）は、中小企業の統合・再編推進の足かせとなっている中小企業基本法における中小企業者等の要件の改正について言及した（日本経済新聞「菅氏、中小再編

- 促す」朝刊3面, 2020.9.6)。
- 7) 「スタートアップ企業」とは、起業してから間もない創業期の企業という意味ではない。また、ベンチャービジネスと全く同義というものでもなく、より急速に成長し、より拡大志向があり、その目指す最終ゴールは「ユニコーン企業」や「ビッグテック企業」にある。
 - 8) 「小規模事業者」と「小規模企業」は、同義である。小規模企業は、中小企業基本法第2条第5項の規定にもとづき、常時雇用する従業員20人以下（製造業・建設業・運輸業・その他）、5人以下（卸売業・サービス業・小売業）の中小企業者を指す。就業の実態からみれば、従業員を雇わず自分だけで又は自分と家族だけで個人経営の事業を営んでいる者、すなわち「雇無業主」が多い。総務省『労働力調査（2020）』によれば、自営業主（個人経営の事業を営んでいる者）の約3/4が「雇無業主」である。フォーマルな組織を意味する「小規模企業」よりも、インフォーマルな個人の側面を含む「小規模事業者」という名称の方が実態に近い。以下の文からは、「小規模事業者」との呼称を使っていく。
 - 9) 今や、716自治体（47都道府県、385市、17区、230町、37村）がこうした条例を制定している（中小企業家同友会全国協議会調査、2023年1月27日時点）。
 - 10) 一国経済の雇用に対する影響について、「中小企業が雇用創出の担い手」との通念があった。ただ、近年の国内外の研究によれば、中小企業のなかでも、創業間もない企業が雇用創出の大きなシェアを占めているといった事実が明らかとなっている。詳しくは、加藤（2022）を参照のこと。
 - 11) 中小企業のタイプ別の量的な割合については、中小企業358万社（2016年）、小規模事業者305万社（2016年）、新規事業者13.7万社（2014～2016年の平均）、商店街68万社（2015年）、下請け企業17.9万社（全体の5%推測）、スタートアップ企業2,100社（2016年）といった大まかなデータがある。詳しくは、加藤ほか（2023）を参照のこと。
 - 12) 植田（2014）による次の記述には全面的に賛同する。「多くの中小企業は、規模の拡大・縮小を繰り返しながら、中小企業の規模にとどまっている。数十年の歴史を持つ企業が零細規模のままであることも少なくない。経営環境が変化するなかで企業経営を「維持」することの意味は小さくなく、零細規模企業層を規模の拡大が見られないとして、単に「停滞的」とみなすことはできない。」
 - 13) 日本政策金融公庫総合研究所（2023）では、21世紀に入ってから20年間における新規開業企業の実態を解明している。同一企業を5年間追跡したパネル調査、その4回分のコーホート、計20年分のデータ分析である。日本政策金融公庫の取引先といったバイアスがあるにしても、ここ20年間の新規開業企業の傾向を捉えることには問題ない。本書には、「開業者の多様化と事業の小規模化が進んでいる（第4章）」「女性と非正社員による増加が小規模化の要因になっている（第5章）」「事業の小規模化が新規開業企業全体の生産性を引き下げる結果となっていない（第6章）」「女性など起業経験のない起業家においても支援機関による開業前の相談により存続確率が高まる（第7章）」といったファクトファインディングが見て取れる。
 - 14) 条例改正にあたっては、「世田谷区産業振興基本条例改正検討会議」において、2020年4月1日～2022年3月31日まで5回の会議を開催して検討された。当会議の座長は筆者である。
 - 15) 世田谷区の概況は、世田谷区（2019）「世田谷区経済産業の動向（世田谷区経済産業白書）」に詳しい。世田谷区は人口90万人を超えており、23区で最も人口の多い区である。東京区部の南西部に位置しており、面積は23区内で大田区に次ぐ規模を有している。区内の全土地面積（5,800ha）のうち、概ね半分の面積が住宅用地（2,900ha）として利用されている。昼夜間人口比率は100%に近づきつつあるが、区外（都心部）へ通勤・通学する区民が多く、依然として住宅都市としての側面が見てとれる。事業所数は27,034所（2016年）であり、卸売業・小売業の割合が25%と最も多い。東京都平均と比較すると、生活関連サービスや教育・学習支援、医療・福祉といった割合が高く、世田谷区の産業の特徴となっている。2019年度に筆者らが実施した世田谷区の起業家実態調査では、地域密着型の小規模事業者（コミュニティビジネス）の存在感が大きく、女性起業家とフリーランスがその担い手となっている点を確認できた。詳しくは、駒澤大学経済学部長山宗広研究室（2020）を参照。
 - 16) サステナビリティとウェルビーイングの新時代の自治体産業政策に関する調査として、特別区長会調査研究機構の令和4年度報告書「循環型経済の推進による持続可能な経済発展に向けて、特別区が取り組むべき施策～新しい自治体政策の事例」2023年3月31日、https://www.tokyo23-kuchokai-kiko.jp/report/cat42/_4.html）を参照のこと。この研究会のリーダーは筆者である。

たとえば、京都市の場合、2018年9月10日に民間主導で「京都・地域企業宣言」を策定・発表すると、京都市役所はこの宣言に賛同し、2019年4月1日に「地域企業の持続的発展を推進する条例」を施行した。この京都市の条例では、「中小企業」の振興から「地域企業」の持続的発展を目指すものへと支援対象の定義を見直している。そこでの「地域企業」とは、「地域コミュニティの活性化、文化の継承、自然環境の保全に貢献し、地域社会の一員として新たな経済的・社会的価値を生むもの」と捉えている。京都市産業観光局地域企業イノベーション推進室・地域企業振興課長、五味孝昭氏に対するインタビュー（2022年5月27日）より。
 - 17) 基本計画策定にあたっては、「世田谷区基本計画審議会」において、2022年9月1日～2023年3月31日までに8回の会議が開催され、検討の結果、「基本計画大綱」を取りまとめるに至った。筆者は、経済部門の有識者として審議会の委員に加わった。

- 18) 「世田谷区地域経済の持続可能な発展条例」にもとづき、「世田谷区地域経済の持続可能な発展を目指す会議」が2023年3月20日に設置された。この会議において、2023年3月から12月までに9回の会議が開催され、「世田谷区地域経済発展ビジョン（案）」の答申を取りまとめた。当会議の会長は筆者である。
- 19) セタカラーについても若手職員からの企画立案で実現した。こうした施策の企画立案にあたっては、「世田谷区地域経済の持続可能な発展条例」を理念としている。世田谷区環境政策部長（前、経済産業部商業課長）の中西成之氏に対するインタビュー（2023年7月27日）より。
- 20) 国の「中小企業等事業再構築促進事業」は、コロナ禍の「ピンチをチャンス」に変えて、主に中堅企業・中規模事業者のイノベーション（新分野展開、業態転換、事業・業種転換、事業再編又はこれらの取組を通じた規模の拡大等、思い切った事業再構築）を支援する。2021年3月26日から公募された第1回目の事業再構築補助金では、通常枠の補助金額が中小企業者等に最大6,000万円、中堅企業等に最大8,000万円を用意していた。さらには、卒業枠の中小企業者等とグローバルV字回復枠の中堅企業にはそれぞれ最大1億円という桁違いの補助金額が設定されていた。政策資源（補助金）の選択と集中の観点から、第1回目の事業再構築補助金の採択率は36%と低かった。一方、世田谷区セタカラーの補助金は、小規模事業者が当該プロジェクトで実施する費用（製品開発費、デザインやコンサルティング費、マーケティング費等）の3分の2、最大150万円という少額な補助金額である。第1期（2021年度）は、補助事業者数30事業者（153事業者より応募）であり、補助金執行額34,812,000円（1事業者平均1,160,400円）である。セタカラー事業の詳細は、世田谷区「中小企業等ハンズオン支援事業運営業務委託提案要求説明書」（2021年2月1日）、および世田谷区経済産業部商業課「令和3年度世田谷区地域連携型ハンズオン支援事業の実績報告について」（2022年4年21日）を参照。
- 21) 三茶 WORK では、「NEIGHBOR WORK」というコミュニティ運営 Web システムを独自開発している。三茶 WORK のメンバーや部活・コミュニティ紹介等、「WORK」を軸にまちの人たちがつながりやすくなるコミュニティツールである。
- 22) 三茶 WORK から生まれた地域コミュニティ活動や新規事業については、「フリーランスと地域プラットフォーム」の観点から、駒澤大学経済学部長山宗広研究室（2020）および長山（2021a）に詳しい分析結果がある。
- 23) 三茶 WORK 共同代表の吉田亮介氏に対するインタビュー（2023年7月4日）より。
- 24) 吉田亮介氏は、「三軒茶屋駅周辺まちづくり検討委員会（2019年8月～2021年10月）」の委員となり、「三茶のミライ（三軒茶屋駅周辺まちづくり基本計画）」の策定に関わった。なお、三軒茶屋駅周辺まちづくりの検討は、世田谷区の都市整備政策都市街地整備課が事務局となり、町会や商店街、東急などから多様なキーパーソンが関与した。なお、吉田亮介氏は、前述した「世田谷区地域経済の持続可能な発展を目指す会議」の委員として2023年3月から議論に加わっている。
- 25) 筆者は、セタカラー連携先の駒澤大学の立場で、「戦略パートナー」として小規模事業者の支援に関わった。中小企業診断士としての過去の経営コンサル経験を活かして、第1期の1年間、リサイクルショップ「くらしのくら」に対して事業再構築の経営戦略づくりをサポートした。
- 26) 支援チームといえども所属組織がバラバラであるため、三茶 WORK では、「Slack」を利用してコンサル案件の情報管理を実施している。「戦略パートナー」は「Slack」を利用して、お互いの案件状況を把握し、常に事業者間の「コラボ」を意識して、戦略の打ち手を考えられる。三茶 WORK のほか、電鉄会社や信用金庫など既存支援機関の担当者もまた「Slack」に入っているため、「戦略パートナー」は自身で解決できない問題があれば常に相談できる。そのため、各案件に必要な「専門家」の選定や紹介もスムーズに進む。第1期はコロナ禍であったが、対面での交流会が数回開催された。その交流会には、支援対象の小規模事業者と戦略パートナー・専門家が一セットとなって参加し、30組が一堂に会する。各案件の進捗状況報告や成果報告を通じて、支援サイドの「つながり」のみならず、支援対象の小規模事業者相互の「つながり」も生まれた。
- 27) セタカラーの支援対象の数は年々増えている。第2期（2022年度）では、第1期から継続のプロコース（採択数：30事業者）に加え、ライトコース（採択数：41事業者）、研修型ビジネススクール（受講者数：36名）、オンライン公開講座（239名）を展開することで参加者数を大幅に増やしている。詳しくは、世田谷区経済産業部商業課（2023年5月29日）「令和4年度世田谷区地域連携型ハンズオン支援事業の実績報告について」を参照のこと。
- 28) ここでいう「支援ビジネス」は、統計上の業種でいえば、「専門・技術サービス業」や「情報通信業」にまたがるが、いずれも2009年／2021年比でみると、事業所数は2倍超となっている。詳しくは、世田谷区経済産業部（2023年1月16日）「区内経済産業状況について」を参照。
- 29) 紙幅の制約があるので、ここでは個別の具体的な事例を数多く紹介できない。駒澤大学経済学部長山宗広研究室（2023）に個別企業（採択された小規模事業者）の詳しい記述がある。
- 30) 第2期からは、「プロ（通常）コース：最長8カ月」よりも伴走期間の短い「ライトコース：最長2カ月」を導入している。これらを含めると、セタカラー採択事業者は、3期までに200超となる。また、三茶 WORK では、独自に、「インキュベーションプログラム：NEIGHBOR SCHOOL」や「まちのファーマーズマーケット：have a good market」という

- 新規事業を展開し、セタカラー事業の対象枠を広げている。
- 31) 駒澤大学経済学部長山宗広研究室では、2023年7月～9月にかけて15社のセタカラー採択事業者(第1期・2期のプロセス)に対して、1社当たり約2時間のヒアリング調査を実施した。調査にあたっては、小規模事業者における会社組織的な経済活動の側面と、経営者の個人的な地域社会での活動の両面から、「地域とのつながり」を軸に置いて聴き取りを行った。
- 32) 駒澤大学経済学部長山宗広研究室では、2023年12月にセタカラーに関わる全ての人(第1期・2期・3期の採択事業者、戦略パートナーなど)を対象に、世田谷区の了解と三茶WORKの協力を得て、「ウェルビーイング」に関するアンケート調査を実施した。
- 33) たとえば、福島県いわき市では、TATAKIAGE Japan(代表:小野寺孝晃氏)が地域プラットフォーム機能を担い、いわき市役所の複数の部局と連携して、多様なテーマのまちづくりに取り組んでいる。同様の事例紹介は、前掲した特別区長会調査研究機構(2023)の報告書を参照のこと。
- 34) いわゆる「EE(アントレプレヌール・エコシステム)」については、福嶋(2023)の解説を参照されたい。筆者(長山,2021b・2022b)は、EE論に対して、産業クラスターや地域イノベーションシステムなど類似概念との整理を行い、そのうえで、独自の「地域プラットフォーム」論を提起している。
- 35) コレクティブ・インパクトとは、「特定の社会課題に対して、ひとつの組織の力で解決しようとするのではなく、行政、企業、NPO、基金、市民などがセクターを越え、互いに強みやノウハウを持ち寄って、同時に社会課題に対する働きかけを行うことにより、課題解決や大規模な社会変革を目指すアプローチのこと」である。佐々木・横山・後藤編著(2022)に詳しい。
- 紀中小企業論—多様性と可能性を探る(第4版) 有斐閣
- ケニー, M(2002) 加藤敏春監訳『シリコンバレーは死んだか』日本経済評論社
- 駒澤大学経済学部長山宗広研究室(2020)「2019年度長山ゼミ活動報告書: 世田谷におけるアントレプレナーシップと地域プラットフォーム」
- 駒澤大学経済学部長山宗広研究室(2023)「2023年度長山ゼミ活動報告書: 小規模企業における事業再構築の支援—世田谷区における地域ぐるみの伴走支援とウェルビーイング」
- 佐々木利廣・横山恵子・後藤祐一編著(2022)『日本のコレクティブ・インパクト』中央経済グループパブリッシング
- 寺岡寛(2002)『中小企業の社会学』信山社
- (2018)『中小企業の経営社会学』信山社
- 中村剛治郎(2004)『地域政治経済学』有斐閣
- 長山宗広(2021a)「巨大都市東京の小規模事業者—フリーランスの存立基盤に関する一考察—」中小企業研究センター『公益社団法人中小企業研究センター年報2020』17～39頁
- (2021b)「アントレプレナーシップを促す地域プラットフォーム—「創業機運醸成事業」の実践にあたって」日本政策金融公庫総合研究所『日本政策金融公庫論集』第53号, 21～53頁
- (2022a)「コロナ禍におけるリレーションシップバンキングの機能」『企業環境研究年報』No. 27, 29～43頁
- (2022b)「協同労働と地域プラットフォーム—中小企業研究再考にむけて」『商工金融』第72巻第6号, 5～35頁
- 長山宗広編著(2020)『先進事例で学ぶ地域経済論×中小企業論』ミネルヴァ書房
- 長山宗広・遠山恭司・山本篤民・許伸江(2024)『地域とつながる中小企業論』有斐閣
- 広井良典(2001)『定常型社会—新しい「豊かさ」の構想』岩波新書
- (2015)『ポスト資本主義—科学・人間・社会の未来』岩波新書
- (2023)『科学と資本主義の未来』東洋経済新報社
- 福嶋路(2023)「アントレプレナー・エコシステム」『中小企業・スタートアップを読み解く—伝統と革新、地域と世界』有斐閣
- 前野隆司・前野マドカ(2022)『ウェルビーイング』日本経済新聞社
- 三井逸友(1991)『現在経済と中小企業』青木書店
- (2011)『中小企業政策と「中小企業憲章」』花伝社
- 和田耕治(2016)「小規模企業振興基本法の制定過程に関する考察」『企業環境研究年報』第20号, 101～109頁

参考文献

- アトキンソン, D.(2020)『日本企業の勝算—人材確保×生産性×企業成長』東洋経済新報社
- 池田潔(2022)『地域・社会と共生する中小企業』ミネルヴァ書房
- 植田浩史(2014)「中小企業・ベンチャー企業論を学ぶ—中小企業・ベンチャー企業を考える視角について」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—グローバルと地域のはざままで(新版)』有斐閣
- 加藤厚海・福嶋路・宇田忠司『中小企業・スタートアップを読み解く—伝統と革新、地域と世界』有斐閣
- 加藤雅俊(2022)『スタートアップの経済学—新しい企業の誕生と成長プロセスを学ぶ』有斐閣
- 黒瀬直宏(2018)『複眼的中小企業論—中小企業は発展性と問題性の統一物(改訂版)』同友館
- 黒瀬直宏(2022)「戦後日本の中小企業政策の変遷」渡辺幸男・小川正博・黒瀬直宏・向山雅夫『21世

