

〔論文〕

事業主における「地域」イメージ — 香川県善通寺市を事例に —

川又 実

— 目 次 —

1. はじめに
2. 事業所アンケート調査経緯
3. 自由記述に関するテキスト分析
4. おわりに

キーワード：地域 中小企業事業主 アンケート自由記述

1. はじめに

コミュニティの持続可能性（Sustainability）が、ここ日本社会においても問われている。日本全国各地域のコミュニティにおいても、この問いに対して様々な取り組みや挑戦が行われている。特に、人口減少、少子高齢社会など「人」を介在とする社会変化が急激に進むと考えられているローカル地域においては、緊急の課題として取り上げられている。

そのような現状下で、若者を教育する全国の大学機関も、他人事ではない状況である。日本の大学は再編の動きが出てきている。特に、大学と地域、自治体な

KAWAMATA, Minoru 四国学院大学総合教育研究センター准教授、コミュニケーション学・メディア研究専攻

どの連携は、文部科学省の「地（知）の拠点整備事業（大学COC：Center of Community）」を代表例に、国の支援を受け様々な形で協定を締結するなど、「知の拠点」として地域に開かれた大学のあり方がますます求められている。現在、大学環境は大学教育や研究のニーズだけでなく、地域住民の研究教育機関への期待、あるいは地域活性への危機感や地域崩壊といった社会問題などに対して、大学としても地域との共存の意義が問われていると考えられる。

香川県においても、様々な社会的課題がある中で、昨今大学とコミットし、連携を模索する動きが活発化してきている。例えば、高等学校教育と大学教育、研究との連携である高大接続⁽¹⁾や、各自治体との包括的連携・協力などこの数年で様々な協定が締結されてきた。特に高大接続では、若者人口の県外への流出を食い止めるべき策として、自治体と大学が協力し合っている。

本学があるここ善通寺市においても、これらの協定以前から、教育や福祉分野などでは、開学以来草の根的活動を続けてきており、その事例は枚挙に遑がない。これらの教育や福祉、また医療、IT、産業といった分野においては、地域の「人材育成」という面からも、これまでも多くの人材を大学は地域社会へ輩出し、人材育成と地域支援を連携しているケースは全国にも多い。いっぽうで、大学の東京一極集中が顕著になる中で、地方大学の振興や担い手の育成、確保などについて「地方大学の振興及び若者雇用等に関する有識者会議」が立ちあがるなど、大学と地域の緊急の課題として議論され対策が進んでいる⁽²⁾。

善通寺市においても、図1、2、3から1985年の38,630人をピークに人口減少に転じ、2018年10月現在、総人口は32,493人⁽³⁾となっている。また、転入と転出を比較すると、2014年現在転出者の方が多いことがわかる。

図1 普通寺市の総人口の推移

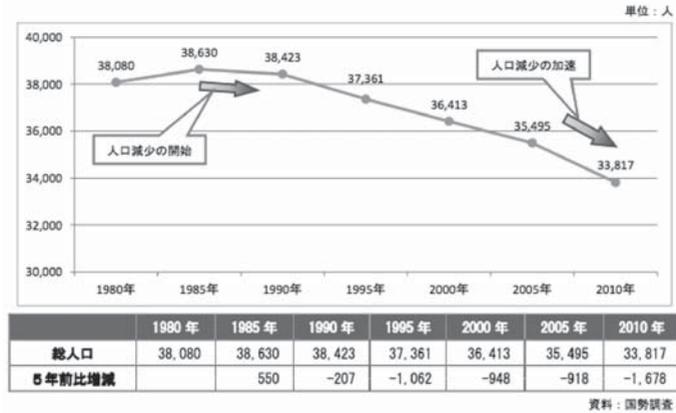


図2 普通寺市への転入元

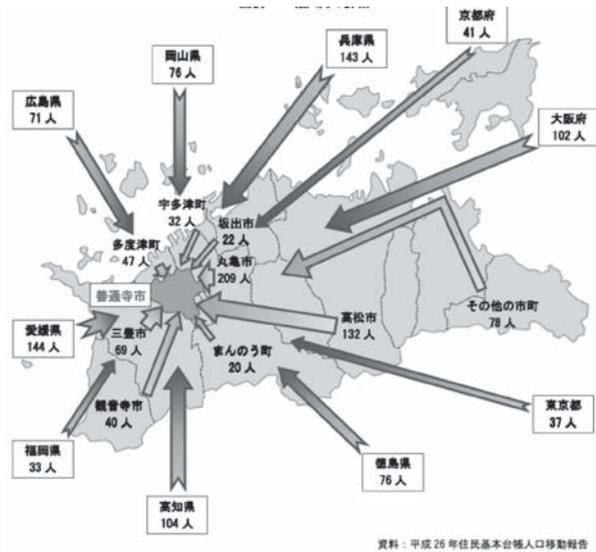


図3 善通寺市からの転出先



出所：図1・2・3 善通寺市「善通寺市人口ビジョン」平成27年10月より転記

このような現状下で筆者は、2014年度より善通寺市中小企業振興会議の委員として、主に市内における中小企業の事業主や市の関係者たちと善通寺市の未来について、これまで多岐な課題を議論してきた。この活動を通して垣間見たことは、会議に出席している関係者の多くが、何とか「地域」を活性化していきたい、この思いが一番強いことであった。特に地元で商売を営む中小企業の事業主にとっては、「地域」の活性化は必要不可欠であり、活性化を目指すためにも「人」や「人材」の確保は緊急の課題でもあり、各々の事業継続の問題にまで発展しかねない。

そこで善通寺市中小企業振興会議においても、善通寺市の中小企業の現状を把握する目的で「善通寺市中小企業事業主調査」を実施する運びとなった。調査項目や調査内容などについて詳細な話し合いが行われ、調査が実施された。そして、2015年「中小企業振興基本条例に基づく事業所アンケート調査報告書」としてまとめられた。

調査結果では、市内の多くの中小企業は経営の厳しい現状であり、経営者の高齢化と後継者不在などの問題も浮き彫りになったが、小規模事業所が地域社会に密着し、地域経済の根底を支え、将来に対する明るい見通しや、経営努力への意欲を示す事業所も存在することがわかった。⁽⁴⁾ いっぽうで、地域コミュニティにおけるコミュニケーション活動の指針となる「地域」や「人」、「社会」といった関係性について、事業主はどう考えているのか、具体的な結果が示されてはいない。⁽⁵⁾

そこで本論では、「地域」「人」「社会」をキーワードに、これらの関係性やイメージについて、これまで特に分析がされていない「善通寺市中小企業事業主調査」の自由記述回答に着目し、計量的にテキスト分析を試みる。自由回答に焦点を当てたのは、「網羅的で完全な選択肢を提示することが難しいという選択型の設問が持つ問題を、自由回答型の問いを設けて、得られた回答の内容分析を行うことで補う⁽⁶⁾」可能性があると考えたからだ。また、筆者と事業主らとの議論や活動を通し、地元で商いを営む事業主は、「善通寺」という地域コミュニティに対して強い関心や関係を持っていると実感し、アンケートの自由記述においても、「地域」に対する積極的な意見や思いが強く反映され、調査対象者である事業主の本心を計量的に垣間見ることができないのではないかと考えたからである。そこで、テキスト分析には「地域」「人」「社会」という語句に焦点を当て、これらの言葉が自由回答でどのようなイメージで使用されているか、「テキストマイニング」⁽⁸⁾の手法を用い、分析を試みた。

2. 事業所アンケート調査経緯

1) 「善通寺市中小企業振興基本条例」の成立

2010（平成22）年6月「中小企業憲章」を閣議決定した。これは、中小企業政策の基本原則や政府として推し進める行動指針、また、少子高齢、経済社会の停滞など、社会変革の担い手としての中小企業に対する新しい見方を提示したものである。

「中小企業憲章」を受け、香川県善通寺市でも2011（平成23）年夏、善通寺商工会議所において、中小企業振興基本条例の制定が検討課題となる。各部会での検討、新たに設置された振興条例準備会での条例案研究を経て、2012（平成24）

年9月、善通寺市長に条例制定の要望書を提出。同年10月、善通寺市議会より条例提案書を提出。市と商工会議所との共同研究を経て、2013（平成25）年5月、善通寺市中小企業振興条例の素案を作成。同年7月から8月にかけてパブリックコメントを実施し、9月、善通寺市議会に条例案が提出され、継続審査を経て12月市議会において「善通寺市中小企業振興基本条例」（以下「条例」）として成立、2014（平成26）年4月1日施行と定められた。

2) 「善通寺市中小企業振興会議」の設置

「条例」の前文には、図4のように明記されている。

図4 「善通寺市中小企業振興基本条例」前文⁽⁹⁾

前文

善通寺市内の事業所の大多数を占める中小企業は、これまで本市の経済を根幹から支え、地域のまちづくりに大きく寄与してきました。

しかし、近年、経済のグローバル化とそれに伴う競争の激化、少子高齢化及び人口の減少による社会構造の急速な変化などによって、中小企業を取り巻く環境は、大変厳しい状況にあります。

中小企業の事業活動が活性化することによって、雇用が創出され、労働者の収入が増加し、消費の拡大につながります。さらに、税収が安定することで、福祉、教育等の市民サービスが向上するという好循環が生み出されることが期待できます。

ここに、善通寺市がより豊かで住みやすいまちとなるために、中小企業が重要な役割を有することを社会全体で認識し、その振興を推進するため、善通寺市中小企業振興基本条例を制定します。

いっぽう「条例」制定準備と併行して、中小企業の振興を民間レベルで検討する会議の必要性が求められ、2013（平成25）年9月の準備会で、善通寺商工会議所内に「善通寺市中小企業競争力会議」（以下「競争力会議」）が設置された。そして、10月に第1回の「競争力会議」を開催し、2014（平成26）年3月までに9回の会議を実施した。つまり、条例施行に先駆け、「競争力会議」を設置したことになる。これは、これまで善通寺市には、官民ともに中小企業の振興について協

議する場がなかったこと、条例によって設立される「善通寺市中小企業振興会議」(以下「振興会議」)では、市の重要課題について調査審議する内部機関であるため、制度的な制約が考えられること、また「振興会議」では、頻繁に会議を開催することにも多少無理があることなどを考慮し、自由な雰囲気の中で真剣に討議する場として、毎月適時なテーマを定め、「競争力会議」を開催していくことを目的とした⁽¹⁰⁾。

図5 「善通寺市中小企業振興基本条例」第10条

第10条 中小企業の振興施策を総合的に推進するため、善通寺市中小企業振興会議（以下「会議」という。）を置く。

- 2 会議は、中小企業の振興に関する事項について調査審議する。
- 3 会議は、20人以内の委員をもって組織する。
- 4 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。
 - (1) 中小企業の振興に関して優れた識見を有する者
 - (2) 中小企業者
 - (3) 中小企業団体の関係者
 - (4) 公募による市民
 - (5) その他市長が必要と認める者
- 5 委員の任期は2年とし、補欠の委員の任期は前任者の残任期間とする。ただし、再任を妨げない。
- 6 会議に会長及び副会長を置き、委員の互選によってこれを定める。
- 7 会長は、会務を総理し、会議を代表する。
- 8 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき又は欠けたときは、その職務を代理する。
- 9 委員は、職務上知り得た秘密を他に漏らしてはならない。その職を退いた後も同様とする。
- 10 会議の庶務は、産業振興部商工観光課において処理する。
- 11 前各項に定めるもののほか、会議の運営に関し必要な事項は、会長が会議に諮って定める。

「条例」第10条には、「善通寺市中小企業振興会議」については、図5のように

明記されている。

「振興会議」の委員は、「競争力会議」のメンバーから9名ほか、本学からは2名（内1名は会長として筆者）、中小企業者、団体、公募による市民、計20名の構成となった。両会議に重複している委員を中心に、主に毎月開催されている「競争力会議」でテーマを設定し議論が交わされ、「条例」に基づく審議は、年数回開催される「振興会議」で決議が行われる構図であった。つまり「競争力会議」は、「振興会議」の議題の基礎となる話し合いのため、その後、筆者のように「競争力会議」のメンバーでなかった委員が、競争力会議にオブザーバーとして参加し、議論を交わすことになっていった。

3) 「振興会議」と「競争力会議」の関係

「振興会議」が年4回程度の開催を予定しているのに対し、「競争力会議」は毎月第3火曜日18時から商工会議所で、定例会が開催されてきた⁽⁴¹⁾。「振興会議」では、市の基本計画など具体的な振興計画が議題となり、話し合いの結果が決議されていくのに対し、「競争力会議」では「振興会議」で議題にあがる根底の具体的な内容について話し合われてきた。

具体的に2014年度の活動では、5月15日に「第1回振興会議」が開催され、中小企業競争力会議中間報告書や平成26年度開催方針、そして普通寺市の中小企業の実態調査（後の「中小企業事業主アンケート調査」）について話し合いが持たれた。この話し合いを受け、5月20日に「競争力会議」が開催され、26年度方針と実態調査の実施要領について協議された。

6月には、実態調査方針について参考とする愛媛県東温市へ「振興会議」と「競争力会議」の合同で視察研修を実施。続く6月の「競争力会議」では、実態調査の方法について検討した他、普通寺市の活性化に向けたアイデアをまとめた「マトリックスシート」の追加、修正を経て「第2回振興会議」が開催されている。そして9月から11月にかけて実態調査が実施され、「競争力会議」では調査状況の報告を中心に、「振興会議」ではシンポジウム開催に向けて協議していくことになる。

「振興会議」での協議事項について、具体的な話し合いが行われる「競争力会議」では、その話し合いの指針ともなる「普通寺市中小企業活性化マトリックス

シート (図6) が作成された。これは、実現の可能性の有無に関わらず、善通寺市で想定できるもの全てを描くことを目的とし、皆でアイデアを出し合い、議論のベースとしてきた。具体的には、縦軸をコスト、横軸をスピード (時間・やり易さ) の基準で9等分、マトリックス化し、2014年時点で65項目の事業を「A:調査分析」「B:企画開発」「C:情報発信」「D:インフラ整備 (ソフト・ハード)」「E:観光・イベント・グルメ」「F:市民参加」「G:事業承継・人材育成」「H:推進体制」の8項目にジャンル分けをした。例えば「A:調査分析」は縦軸のコストでは「低」に、横軸のスピードでは真ん中のマスに位置し、具体的な項目として「行政、商工業者、消費者へのインタビュー及びアンケート調査実施」「マーケティングの実施 (潜在化されている顧客のニーズの発掘)」「実態調査の実施 (現状の市内の事業者数や市民及び市役所の現状や考え方の把握)」があげられている。

「善通寺市中小企業活性化マトリックスシート」を土台に、早急にかつ必要不可欠で実行可能なものとして、市内の中小企業事業所を対象とする「実態調査」の実施が決定され、実行に向けて議論がされていった。

調査の手法や項目、調査票の設計などの基本的な部分については、「振興会議」

図6 善通寺市中小企業振興活性化マトリックスシート⁽¹²⁾

善通寺市中小企業振興活性化マトリックスシート(全体表)

A:調査分析 B:企画開発 C:情報発信 D:インフラ整備(ソフト・ハード) E:観光・イベント・グルメ F:市民参加 G:事業承継・人材育成 H:推進体制

	高	中	低
高	<ul style="list-style-type: none"> ① C 善通寺(まち)A.市、市内観光MAP作成、配布 ② C E 市サイティングブースの設定 ③ B 地域振興券、地域通貨の発行 ④ D 老人健康推進(健康寿命の延伸) ⑤ C 善通寺市総合商會(ビジネスマッチング、職業継承事業の推進) ⑥ C G 各メディアでの善通寺の発信放送(市内へのPR) 	<ul style="list-style-type: none"> ⑦ D 購買額(お土産購入の課題)を分析し、子育て支援で子育てA.振興の促進 ⑧ E 市内各地域でのイベントの実施 ⑨ E 片瀬町をイベント通りへ(善通寺&片瀬A.善通寺まつり等) ⑩ E 市民権のイベントの開催(出店、お披露目) ⑪ H 店舗だけでなく商店街総体の必要性と有効利用 ⑫ B 魅力ある店舗づくり 	<ul style="list-style-type: none"> ⑬ D 伝達力の強化(分権地の推進、減税効果) ⑭ D 生活環境の強化(トレーニングや健康センター施設の設置) ⑮ D 人口増加に関する施策(定住支援、保育施設) ⑯ D 地元就職者や市内で働く従業員への支援 ⑰ D 空きスペースをアート工房への利用 ⑱ D 市内全域でのWiFiの設置 ⑲ D ケアシェアードの設置 ⑳ D 自転車赤レンガ車庫の活用 ㉑ D おしゃべり広場の壁にポムダングラ設置
中	<ul style="list-style-type: none"> ⑬ D 善通寺経済情報システムの構築(行政の支援制度の策定) ⑭ C 善通寺のまち中小企業ニュースの発行、配布、ネット発信 ⑮ B 商工業者の1店1品名刺づくり ⑯ D むかしちゃんねるの活用(デジタルミュージック等) 	<ul style="list-style-type: none"> ⑰ B E 産物の一品特産化(おにぎり、レタス)や6次産業化へ ⑱ D E 礼所お祭りアップのめぐり ⑲ E キウイと紙水を使用した善通寺サイダーの発売 ㉑ E 善通寺の観光資源発信(朝、朝日の観覧船など) ㉒ E 参拝客を観光客へ ㉓ E 弘法大師生誕の地PR(大塚&自衛隊のまちシンポジウム、其土アートの展開) ㉔ E 観光施設と見た山の協力体制 ㉕ E 365日市内イベントカレンダーの制作 ㉖ E 七か所山14、五か所山11を観光資源に ㉗ E 倉吉(鳥子島)のPR(子育てで、ギフトにPR販売) 	<ul style="list-style-type: none"> 54 E 食べ物を活用したまちおこし 55 E ワンハンドフード(味噌ジムの普及促進) 56 E オープンカフェの設置 57 E 食べ歩きができるグルメA:ロードの設置 58 E うどん長屋やラーメン長屋の設置 59 E 善通寺名産品の開発(FCV対策、お土産、おみや)
低	<ul style="list-style-type: none"> ⑳ H 行政の中小企業者の意見交換会 ㉑ H 市役所内部へ中小企業振興委員の創設 ㉒ F 小・中・大生の企業体験機会の創出 ㉓ H 競争力会議委員の追加 ㉔ D 市空き店舗事業に関する資料登録の推進 ㉕ D まんでんプラザ跡地の有効利用計画 ㉖ F 大学生を巻き込んだまちづくり ㉗ C F 市の広報誌に企業紹介ページ(小学生が取材編集) ㉘ C 中小企業振興基本条例(OPR)市広報、冊子作成、PR等) 	<ul style="list-style-type: none"> ㉙ C F 市民との協働ワークショップの実施及び情報発信 ㉚ H 善通寺市中小企業振興本部の設置 ㉛ H 市役所内部の権限を再整理(就業協議会) ㉜ A 行政、商工業者、消費者へイベント化及びアンケート調査の実施 ㉝ A マーケティングの実施(潜在化されている顧客ニーズの発掘) ㉞ A 実態調査の実施(現状の市内の事業者数や市民及び市役所の現状や考え方の把握) ㉟ C ネットで情報発信(YouTubeの活用、口コミ情報など) ㊱ E F ネットPRの育成 	<ul style="list-style-type: none"> 60 D G 雇用の確保(市内就職者の増加) 61 D JH国語善通寺町のアクセス改善策 62 D 空き家対策条例等制定(空き家の活用と情報発信) 63 D 企業奨励金制度 64 D 経費(ベンチャー)支援体制の制度化、新創業 65 H 市内各分野(産・学・官・公等)の連携体制の整備

縦軸: コスト (高・中・低) / 横軸: スピード(時間・やり易さ) (高・中・低)

及び「競争力会議」で議論、検討を重ね、筆者も積極的に両会議においてアンケート設計について携わった。

4) 「善通寺市中小企業事業主調査」概要

「善通寺市中小企業事業主調査」つまり正式調査事業名「善通寺市中小企業振興基本条例に基づく事業所アンケート」は、香川県善通寺市と香川県善通寺商工会議所の共同調査とし、2014（平成26）年9月18日から11月7日にかけて実施された。

調査対象は、善通寺市内において、経済活動を行っている全事業所とし、調査対象者を事業所の責任者、事業主とした。そこで、NTT発行の「タウンページ」から官公庁などを除く市内全事業所1,289所を抽出。調査時点で確認された198所を追加するいっぽうで、廃業などに存在しないと確認した事業所168所を削除し、計1,319事業所を調査対象とした。

調査方法は、原則調査員による訪問調査とし、聞き取りもしくは留め置きによる訪問回収とした。結果、調査対象事業所数1,319件、調査不能事業所数164件、調査票回収数1,155件、白紙未記入146件、有効回収数1,009件、回収率76.5%となった。

5) 調査報告内容

「善通寺市中小企業振興基本条例に基づく事業所アンケート」調査報告書（平成27年11月）には、「実施要約」と「調査結果概要」、「調査結果表」、「後継者について分析」についてまとめられている。

調査の要約として「①事業所の概要」「②経営状況・業界状況」「③市内立地のメリット・デメリット」「④雇用・採用・教育」「⑤企業連携」「⑥支援施策の活用状況」「⑦今後の方向性」「⑧社会活動への配慮」「⑨⑩⑪意見・要望など自由記述」についてまとめられている。例えば、「地域」という観点に関する記述として考えられる「③市内立地のメリット・デメリット」については、

善通寺市に立地する利点について、メリットとしては「古くからのつながりがあり、助け合いや情報が得られること」が一番多く、「取引先が市内にあり、交

通費や時間が節約」、「交通の便」、「豊かな自然環境」と続いている。

一方、メリットと思わないとしては「観光客の利用が見込める」、「四国学院大学の学生による購買力」、「優れた人材を集めやすい」、「自衛隊の隊員による購買力」との回答が上位であった。

これまで、観光客、大学生、自衛隊員の存在が普通寺市のメリットであるとい一般的に思われてきた。しかし、今回の調査ではメリットと思わないとの結果が示された。これは経営者や事業主の立場から見たとき、必ずしも経営的利点には結びついていない、メリットとして活かされていという認識が浮かび上がっていると思われる。

と指摘。本学の学生による購買力については、事業主にとっては経営的利点とは考えられていない。また、「調査結果概要」の「総括」にも、以下のようにまとめられている。

普通寺市の事業所は、ほとんどが小規模である。

取引関係や従業員居住地も市内又は近隣市町が多く、こうした小規模事業所が地域社会に密着し、地域経済の根底を支えている。

その多くが経営の厳しさを示しているが、事業所の中には明るい見通しや経営努力への意欲を示すものも見受けられた。

特に、経営者の高齢化と後継者不在は、構造的な課題であると思われる。

また、観光客、四国学院大学生、自衛隊隊員の存在が、事業主の目線から見たときメリットと見られていない現状も示された。まちづくりを進めていくうえで再考を要する。

この調査結果は、普通寺市の事業所の現状を表したものである。

普通寺市中小企業振興基本条例に基づく施策展開に向けて有意な指標となることが期待され求められる。

調査結果として本学の学生たちは、事業主からは特に購買力の対象となっていないことが浮き彫りになった。考えてみれば、本学の学生たちは、普通寺市内に在住している学生は、県外出身学生など特定数はいるものの、自動車などでスー

パーやショッピングモールなどが立地する市外へ足を運ぶ、また電車通学の学生たちも普通寺駅と大学間をまっすぐ結ぶ約1キロの通りには、学生たちが気軽に立ち寄れる店が点在していない点などを考慮すると、当然の結果といえるかもしれない。

また、報告書による結果データは、主に単純集計結果がほとんどを占め、3つの設問による自由回答については、回答があった記述の全文について明記されているものの、「⑨⑩⑪意見・要望など自由記述」については、「現状への不満や批判が厳しく述べられているとともに、将来への建設的な意見や要望も寄せられた。今後の施策検討にとって貴重な回答であった」とだけの記述にとどまっている。

3. 自由記述に関するテキスト分析

1) 分析方法

「普通寺市中小企業振興基本条例に基づく事業所アンケート」調査報告書の自由回答に対する結果分析については、特に触れられていない。このアンケートでの自由記述回答欄は設問が3つあり、それぞれ「9.これからの商工業者のあるべき姿とは、どうあるべきとお考えですか?」、「10.事業をすすめるうえでの問題点等は何だとお考えですか?」、「11.市・県・国・商工会議所への要望をお書き下さい。」となる。これに対し、設問9は78件、設問10は59件、設問11は87件の記述があった。調査報告書では、これらの自由記述回答について明記され、報告書はPDFファイルで普通寺商工会議所のHPで公開されている。計量的調査に関する47の各設問に対しては、単純集計を中心に、結果が報告されているが、自由記述の3つの設問に関しては、前述のように全記述の回答を開示するにとどめている。

自由記述を計量的に分析することはなかなか難しい。しかし、自由記述にこそ回答者の本心を垣間見ることができるのではないだろうか。筆者も過去のアンケート調査などにおいて、計量結果に対する裏付けとして、質的回答などを活用し分析を試みた経験がある。

そこで本論の分析には、樋口らが作成したKH Coder (Ver.3) を使用した。

KH Coderとは、テキストデータを計量的に分析する「テキストマイニング」による公開されたプログラムソフトである。

それぞれの設問の回答に対し、KH Coderで前処理⁽¹³⁾を実行した。その結果、設問9は78段落、87の文が、設問10は61段落、69の文、設問11は93段落、125の文が確認された。そして、それぞれの設問に対し、使用回数が多い語句順に50位まで抽出し、その出現回数について調べた。

さらに、「共起ネットワーク」⁽¹⁴⁾分析を行い、最小出現数を2に設定し、描画する共起関係の絞り込みを上位120語に設定した。「共起ネットワーク」では、強い共起関係ほど太い線で表し、出現数の語ほど大きな円で描画され、語の関係性がブロックでわかりやすいように今回は「サブグラフ」の設定で抽出した。

これらの各々の分析結果をもとに、具体的な記述内容から主に「地域」「人」「社会」⁽¹⁵⁾の関係性について各設問の考察を試みた。また、最後に3つの設問全体についてそれぞれの特徴のある語について、再度分析を行った。

2) 「設問9」に関する考察

表1 「設問9」における50位までの抽出語と出現回数

No.	抽出語	出現回数	No.	抽出語	出現回数	No.	抽出語	出現回数
1	地域	13	18	お客様	3	34	アピール	2
2	考える	11	19	サービス	3	35	ネットワーク	2
3	人	11	20	価格	3	36	運賃	2
4	社会	9	21	活性	3	37	価値	2
5	必要	8	22	環境	3	38	加える	2
6	思う	7	23	雇用	3	39	確保	2
7	事業	7	24	今	3	40	関係	2
8	ニーズ	6	25	市	3	41	技術	2
9	時代	6	26	心	3	42	業者	2
10	対応	6	27	町	3	43	業種	2
11	店	6	28	年金	3	44	経営	2
12	企業	5	29	発展	3	45	元気	2
13	持つ	5	30	魅力	3	46	減少	2
14	善通寺	5	31	良い	3	47	言う	2
15	自社	4	32	連携	3	48	顧客	2
16	情報	4	33	労働	3	49	交換	2
17	独自	4				50	交流	2

図7 「設問9」における共起ネットワーク

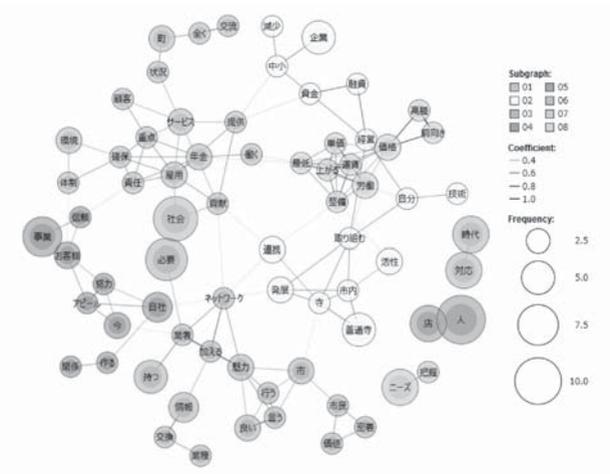


表2 「地域」に関する具体的な回答

<ul style="list-style-type: none">・各商工業者がそれぞれの生業についての魅力を磨くことに加え情報発信能力を持つことが必要がある。単独でがんばることに加えそれがネットワークとしてつながっていき地域の魅力アップにつながることを望まれる・厳しい業界下、市や市民、地域に必要な共存できる店づくり企業が不可欠・地域、地域外との情報交換・地域とともに成長すること・地域と密着した営業展開を図る・地域に密着し、迅速に対応し、市民に満足感、価値観をもって答えるべきだと考えています・地域の活性化・地域の事業者間の協調による、独自の事業をすすめる提案・地域還元地域奉伺・地域発展とともに自社発展を考える・独自性を確立しつつ他との連携、ネットワークを築く地域社会への貢献
--

表3 「人」に関する具体的な回答⁽¹⁶⁾

<ul style="list-style-type: none">・われわれの様な小さな店では自動車社会になっては若い人は買い物に来ない・各市町でのサービス等の余剰や不足状況の統計情報など得られたら新規事業を考える人の助けになるかも知れません・今は目先のことだけを考えて行動する人が多い。善通寺市に限らず、業績が伸びている業者は旧人を大切にし、経済は周期的に廻ってくるので、中長期計画を持つことが必要である・思いやりの心、思いやる心、健やかな心を持って人に接する・私達のように高齢社会で働いている人に少しでも力になれるような色々な面でのケア・資金で本当に困っている人への融資。お金の都合のつくものには融資をするが、経営状態の悪い店にはない・若い人が育つシステム構築

「設問9」の回答による抽出語の結果から、上位3位の語句（名詞）は、「地域」

表4 「社会」に関する具体的な回答

<ul style="list-style-type: none"> ・われわれの様な小さな店では自動車社会になっては若い人は買い物に来ない ・私達のように高齢社会で働いている人に少しでも力になれるような色々な面でのケア ・社会に必要とされる物やサービスを提供し雇用を創設することにより社会に貢献していく ・社会保障の見直し（公的年金支給開始年齢等）がある現在、企業の責任の一つに雇用確保と雇用継続に重点を置く必要がある ・商店、企業経営を続けていることは、自分の利益追求だけでなく、社会的ボランティア活動をしているのだと、自負しています ・損得だけでは、やれません。社会のニーズと労働者の労働時間を考えながら、取り組み続けたいと思います ・独自性を確立しつつ他との連携、ネットワークを築く地域社会への貢献 ・零細小売業が成立しない様な社会情勢を心配している

13回、「人」11回、「社会」9回となるが、共起ネットワークにおける「地域」では、他の語句との具体的な結びつきが結果としてはっきりと出ていない。そこで、「地域」「人」「社会」について、具体的な回答を考察してみると、「地域」に関する回答では「情報交換」や「活性化」といった語句と一緒に使われているものの、多くは「地域」といった一語で使われていることがわかる。

いっぽう「人」に関して、共起ネットワークからは「人」と「店」が結びついている。これは、商工業者にとって「人」とは主に「客」と考えることもできるが、具体的な回答では「同業者」に関する記述が目立つ。また、「社会」については、「雇用」や「貢献」と結びつきはあるものの、具体的な「社会」と「地域」との結びつきに関する記述は、「地域社会」という語以外に使用されていない。

つまり、設問9「これからの商工業者のあるべき姿とは、どうあるべきとお考えですか？」に対し、「人」「地域」「社会」といった語句は多く使用されつつも、それぞれの語句の相関については低いと考えられる。特に「地域」という語句は、単独で使用されるケースが多く、「地域」といった場合、具体的にどの「地域」を指しているのか、その意味合いは曖昧であり、他の語句との相関もほとんどないことがわかる。

3) 「設問10」に関する考察

表5 「設問10」における50位までの抽出語と出現回数

No.	抽出語	出現回数	No.	抽出語	出現回数	No.	抽出語	出現回数
1	人材	12	18	問題	3	34	従業	2
2	不足	10	19	スペース	2	35	少ない	2
3	資金	6	20	価格	2	36	少子	2
4	人	5	21	観光	2	37	少子化	2
5	確保	4	22	客	2	38	消費	2
6	高齢	4	23	教育	2	39	増やす	2
7	人口	4	24	経営	2	40	多い	2
8	聞く	4	25	減少	2	41	必要	2
9	意見	3	26	言う	2	42	不景気	2
10	企業	3	27	個人	2	43	利益	2
11	競争	3	28	仕事	2	44	連携	2
12	考える	3	29	子供	2	45	P R	1
13	情報	3	30	資金繰り	2	46	お客様	1
14	増加	3	31	事業	2	47	かみ合う	1
15	駐車	3	32	自分	2	48	その	1
16	町	3	33	車	2	49	やむを得ない	1
17	低下	3				50	イベント	1

図8 「設問10」における共起ネットワーク

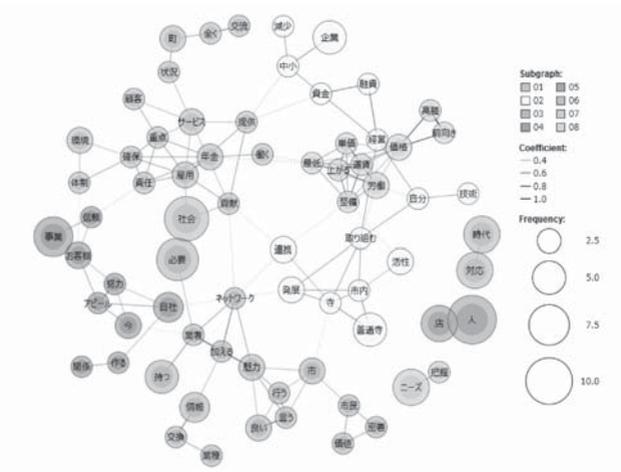


表6 「人」に関する具体的な回答

- ・異業種交流を図るべき。得られる知識と人脈は大きい
- ・元大手出版販売会社員でしたが、今は個人の代理店なので家業（農業）を主力でやっているこれではダメだと思っています
- ・個人経営者であるために、受注の範囲が限定され事業を拡大させにくい
- ・仕事上、大勢の人に来てもらう様にする事、イベント等で
- ・資金不足、人材不足
- ・名前がよく知られている人の意見はすぐに聞く。何と考えずに！！新しい考えの人をよく聞いて判断すべきだ
- ・従業員教育→人づくり。昼夜の営業による勤務のため、人材不足。価格競争と経営
- ・人口
- ・人口が減っているのではわからない
- ・人口の増加する町作りではないかとは、どうすればというとは皆で知恵を出し合うしかないのですが、ヒントは持ち合わせていない
- ・人口減少が避けられない問題であると考えています。中でも教育業(子供)には少子化対策を意識するようにしています
- ・人材(運賃が上がらない)
- ・人材の確保
- ・人材を中心とした企画力・開発力に乏しいこと
- ・人材育成
- ・人材確保
- ・町に多くの観光客などが訪れやすいように県、市も考え、とにかく人の集まれる町を作りたいものです
- ・同業の増加、人材の低下
- ・必要とする人材不足
- ・良い人材を確保すべき点が重要です。問題点です
- ・良人材、職人不足

抽出語上位3位の語句は、「人材」「不足」「資金」である。これは、共起ネットワークの結果からも相関があることがわかる。そこで、「人材」について、表6か

ら「人」や「人口」といった語句も同じ意味で語句が使用されていることがわかる。また、表5、図8からの分析から、「地域」「社会」という語句は使われていない。

結果から、設問10「事業をすすめるうえでの問題点等は何だとお考えですか？」に対し、「人材」、特に人材不足や人材確保といった「人的資源」についての回答が目立つ。いっぽうで、「地域」や「社会」といった語句との相関は全くみられない。つまり、事業を営む問題点として「人的資源」をあげつつも、「地域」や「社会」といった「社会的資源」に触れた回答はないことがわかる。

4) 「設問11」に関する考察

表7 「設問11」における50位までの抽出語と出現回数

No.	抽出語	出現回数	No.	抽出語	出現回数	No.	抽出語	出現回数
1	事業	14	18	県	4	34	施策	3
2	支援	10	19	市内	4	35	施設	3
3	考える	9	20	小売	4	36	出来る	3
4	善通寺	8	21	情報	4	37	障る	3
5	地域	7	22	人口	4	38	新しい	3
6	会議	6	23	税金	4	39	人材	3
7	活性	6	24	大型	4	40	増税	3
8	企業	6	25	イベント	3	41	対策	3
9	業者	6	26	環境	3	42	地元	3
10	思う	6	27	丸亀	3	43	必要	3
11	税	6	28	雇用	3	44	平日	3
12	国	5	29	行う	3	45	融資	3
13	市	5	30	行政	3	46	欲しい	3
14	商工	5	31	今	3	47	PR	2
15	消費	5	32	困る	3	48	いつ	2
16	お願い	4	33	参加	3	49	もう少し	2
17	活動	4				50	やる気	2

図9 「設問11」における共起ネットワーク

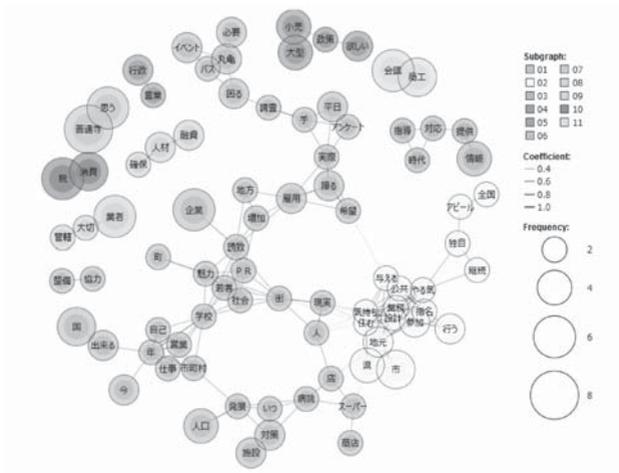


表8 「地域」に関する具体的な回答

- ・各地域の活性化を図る
- ・空き店舗の支援はもう少し地域を広げてほしい
- ・四国(善通寺)という小さなマーケットではありますが、何か全国に向けて発信できる地域でありたいと思います
- ・地域に密着した独自性の創出。明確な同業他社との差異のアピール
- ・地域公共交通網の計画
- ・地域住民に対しての協力が欲しい
- ・都会にない地域社会の魅力をPRと学校教育でも取り上げる。そして、職場づくり企業誘致をする。また、現存の企業の支援策を考える。若者の定住できる街づくりを

表9 「善通寺」に関する具体的な回答

- ・引き続き善通寺市の活性化
- ・交通機関不便、バス琴平ー善通寺ー丸亀間走らせて下さい。イベントの時困るので丸亀からの客を大量輸送するため善通寺→丸亀間のバス必要！
- ・善通寺の商工会議所も主は、善通寺まつり。商工会議所は名前だけの気がします
- ・四国(善通寺)という小さなマーケットではありますが、何か全国に向けて発信できる地域でありたいと思います
- ・善通寺市は税金がたかすぎる。観光・お寺・自衛隊・大学・病院・四大施設に高速道路のインターまでであるのに、なぜこんなにも発展しないのか？
- ・町中活性化を計り、市内に県内外の人達を善通寺に呼び込むようなイベントなど望む

表10 「社会」に関する具体的な回答

- ・社会貢献
- ・都会にない地域社会の魅力をPRと学校教育でも取り上げる。そして、職場づくり企業誘致をする。また、現存の企業の支援策を考える。若者の定住できる街づくりを

表11 「人材」に関する具体的な回答

- ・人材確保のツールが欲しい
- ・融資や人材確保の支援策を
- ・融資強化 業者間での協力ができる 人材育成支援 のような条件整備

表12 「事業」に関する具体的な回答

<ul style="list-style-type: none"> ・こんなアンケートは実態をつかむには不向き。実際に話し合いをしないと。会議をしるというのではなく事業所へ出向いたり平日ではなく休日に行えば平日の9時～17時までに正確な情報は手に入らない ・何も期待しない。事業主に余計な手間と費用を取らせるな ・公共業務を行っておりますが個人事業なので小さな業務の指名を受けませんがまとまった大きな事業は市外、県外の大きな事業者の指名となります ・小さな事業者も自分の住む市、県の大きな建物の設計デザイン等には興味があり何某かの形で参加したい気持ちがあります ・実施設計はムリでもアドバイスの参加はできます。地元のやる気のある事業者が参加できるチャンスを与えてほしいと思います ・そうしなすと地元の事業者が育ってゆけません ・今だに江戸時代をひきずっている気がします。縦割り行政。国も県も市もその課(事業)のことだけを考えていると思います。横のつながりがなくチグハグな立法となっている ・事業税を安く ・受注の紹介や広告など、まずはこういった事業があるということを知らせてもらえる何かしらの方法で需要に応えられるように活動してもらいたい ・新しい事業などをもっと受け入れる体制をとり、新規事業に対する支援をするべき ・新しく事業をする人への支援だけでなく古い店への支援も考えてほしい。 ・新事業のための補助

抽出語の結果では「事業」が14回出現し最多である。具体的な回答(表12)から「事業(事業者)」としての手厳しい内容の要望が多い。いっぽうで、「人(人材)」「社会」については、出現回数が少なくなる。共起ネットワークからは、「事業」と「地域」「人」「社会」との相関がない。いっぽう、「地域」より「善通寺」の出現回数が若干多い。共起ネットワークからは、「地域」と「善通寺」との相関は見られないものの、自由記述からは、「善通寺」市に対する具体的な要望が明記されていることがわかる。つまり、「地域」と明記する場合は、記述内

容から「地域」を「善通寺」市の意味として使用しているようにも読み取れるが、「地域」と表現することにより、曖昧な意味合いになり具体性に欠ける。反対に要望に対する回答として、調査対象者の要望を強く表現するためにも「地域」と記述するのではなく、具体的に「善通寺」と回答しているのではないかと考えられる。

設問11「市・県・国・商工会議所への要望をお書き下さい」に対し、「事業」や「支援」といった語句は多用されつつも、「地域」「人」「社会」に関しては、それぞれの語句との相関は低いと考えられる。いっぽうで、要望に関する回答として「地域」といった語句は、具体的に明記を避けつつ曖昧性も持たせて回答する傾向があるのではと考えられる。

5) 考察まとめ

最後に自由記述の3つの設問全体について、各設問における語句の使用傾向を探るため、各設問を代表する特徴語の一覧を作成した。設問9、10、11を外部変数としたうえで、各設問を特徴付ける語としてJaccard係数⁽¹⁷⁾が大きい順に、上位10位ずつリスト化される。

表13 各設問における特徴語（数値はJaccardの類似性測定）

	設問9		設問10		設問11
地域	.117	人材	.167	事業	.083
考える	.112	不足	.099	支援	.072
人	.106	資金	.083	善通寺	.053
社会	.089	人	.062	会議	.048
必要	.087	聞く	.057	税	.048
ニーズ	.068	高齢	.056	活性	.047
時代	.067	確保	.055	業者	.047
対応	.067	人口	.054	思う	.046
思う	.064	意見	.044	国	.040
事業	.060	競争	.044	商工	.040

はどう考えているのか明白ではなかったこと、また「地域」と何らかの関係を維持し、商いをする多くの中小企業にとって、「地域」との関係性を重要視していると考えたこと、最後に、それらの事業主にとっては、「地域」に対する思いや印象が強いと考えたことなどがあげられる。

アンケート調査は、善通寺市内事業所の事業主を対象とした全数調査であったが、社会調査を実施するには難しい昨今の状況下でありながらも、76.5%の回収率であった。調査の設計に携わった筆者にとっても、この「善通寺市中小企業振興基本条例に基づく事業所アンケート」結果に注目し、善通寺という「地域」がどう語られているのか、もう一度この調査を通してこの善通寺市を見直す必要があると考えていた。

そこで、自由記述回答に着目し、地元で商いを営む事業主は、「善通寺」という地域コミュニティに対して強い関心や関係性を持ち、アンケートの自由記述においても、「地域」に対する積極的な意見や思いが強く反映されているのではと考えた。

しかし自由記述の設問である、「これからの商工業者のあるべき姿について」、「事業を進める上での問題点」、「市や県、国、商工会議所への要望」に対し、各設問の回答には、「地域」「人」「社会」という語句は多用されているものの、それぞれの語句についての相関は見られない結果になった。特に、「地域」という語句については、多用されている反面、回答の中で曖昧な意味で使用されている傾向があり、「共起ネットワーク」結果でも、他の語句とも相関をもたないことがわかった。また、「要望」に対する回答として、具体的な地域名である「善通寺」と回答した場合は、「地域」と回答するよりも、より「善通寺」に対する事業主の思いが強く明記されていることがわかった。

以上の点から、このアンケート結果による自由記述回答では、事業主の「地域」イメージについて、「あるべき姿」「要望」「問題点」の各々の回答として、これからの「地域」についての具体案や具体策などは、あまり示されていないことが浮き彫りになった。特に、調査対象地域が限定されるアンケート調査では、調査対象者はその設問や回答において、「地域」という語句を使用する場合、回答者はその意味合いやイメージについて、はっきりとイメージできていないことも考えられる。これらのことを考慮し、「地域」に関するアンケート調査では、調査

設計過程において、この語句の使用や意味を明確にさせる必要があるのかもしれない。

本論では、事業主を対象としたアンケートをもとに「地域」のイメージについて、自由記述回答に対するテキスト分析を介在にして論じてきた。「地域」とは何か、普通寺市の事業者にとっては、その意味合いを曖昧にイメージしている可能性があり、「地域」に根ざしている気持ちはある反面、実際には「地域」についてあまり意識していない可能性もある。「地域」に根ざす大学としても、「地域」について探求していくことは、産学官連携が進められている現状では、より一層必要不可欠になっていくことと考えられる。更なる調査分析や、個々の事業主に対するヒアリング、また他の調査データ分析などの多角的な考察は求められるが、今後の研究課題として「地域」について考察を深めていきたい。

注

- (1) 香川県では、県内大学などと高等学校との連携強化を目的に、2015年9月、県内大学などと香川県による「大学コンソーシアム香川」が設立された。
- (2) 地域やコミュニティという言葉は、この言葉を使用する者の生活空間や自分と関わりがある空間だったりするため、概念は千差万別である。そこで本論では、「地域」を住民の地理的生活空間と定義し、主に「普通寺」市を指すことにする。
- (3) 普通寺市ホームページ参照。
- (4) 「香川県普通寺市中小企業振興基本条例に基づく事業所アンケート調査報告書」6頁参照。
- (5) 「人」に関する量的質問では、観光客や大学生、自衛隊、後継者、従業員などに関しては設問項目として設定されている。
- (6) 樋口耕一『社会調査のための計量テキスト分析』3頁。
- (7) 自由記述回答では「コミュニティ」という語句は使用されていなかった。普通寺市の中小企業事業者を対象に行った調査のため、地域となんらかの関係性を探るため、「地域」「人（人材）」「社会」の3つの語句を基準に、事業主は「地域」をどのようにイメージしているのか考察を試みた。
- (8) 樋口によると、テキストマイニングという分析手法は、質的データのなかでも特に文章、テキスト型のデータを分析する方法で、情報科学分野で活発な研究がおこなわれている。分析手

法としては、コンピュータによってデータの中から自動的に言葉、単語を取り出し、さまざまな統計手法を用いた探索的な分析を行うとしている(樋口『前掲書』1-16頁参照)。

- (9) 普通寺市HP「中小企業振興基本条例」参照。
- (10) 普通寺市中小企業競争力会議・普通寺市商工会議所「中間報告書」平成26年3月参照。
- (11) 「競争力会議」に出席するメンバーの都合により、若干の開催日時の変更があるものの、1月と4月以外は毎月開催されてきた。また、議論が必要な場合は、追加の会議も実施するなど、積極的な議論が交わされていた。いわば「振興会議」の草の根的存在であった「競争力会議」は、現在活動を休止している。いっぽう「振興会議」においては、何か議案がある時に委員は招集されるが、年1、2回程度の活動となり、2018年現在まで計8回開催されている。
- (12) 普通寺市中小企業競争力会議・普通寺商工会議所「中間報告書」平成26年3月参照。
- (13) テキストデータの文章を語へ切り出すため、分析対象データファイルをチェックし、分析の準備をする処理のこと。(樋口『前掲書』131頁参照)。
- (14) 「共起ネットワーク」とは、出現パターンの似通った語、すなわち共起の度合いが強い語を線で結んだネットワークであり、語と語が線で結ばれている(樋口『前掲書』137-163頁参照)。
- (15) 抽出語の結果には、動詞も一語句として結果として抽出されるが、本論では主に名詞について考察の対象とした。
- (16) 「人間」や「人口」など他の語句で回答されたものは除外している。
- (17) Jaccard係数とは、集合XとYに含まれている要素のうち、XにもYにも含まれる要素の割合。0から1までの値で、関連性が強いほど1に近づく。

参考文献・論文・資料・URL

飯塚重善 2018「大学教育における地域連携活動のあり方に関する一考察」神奈川大学『国際経営論No.55』。

大西正志他編 2016『地域と連携する大学教育の挑戦』ベリかん社。

中京大学社会科学研究所編 2016『大学と地域社会の連携』石風社。

樋口耕一 2014『社会調査のための計量テキスト分析』ナカニシヤ出版。

吉用武史他 2016「地(知)の拠点化に向けた高知大学の地域連携の取り組み」産学連携学 Vol. 13。

霜浦森平 2017「「地域連携型実践教育」の推進と研究への展開可能性」地域農林経済学会『農林

業問題研究53』。

総務省地域力創造グループ人材力活性化・連携交流室 2012 「「域学連携」地域づくり活動実態調査結果（概要）」平成24年2月27日。

普通寺市中小企業競争力会議・普通寺商工会議所 2014 「中間報告書」平成26年3月。

普通寺市産業振興部商工観光課・普通寺商工会議所 2015 「香川県普通寺市中小企業振興基本条例に基づく事業所アンケート調査報告書」平成27年11月。

普通寺市 2015 「普通寺市総合戦略（素案）」平成27年9月。

普通寺市 2015 「普通寺市まち・ひと・しごと創生総合戦略」平成27年10月。

普通寺市 2015 「普通寺市人口ビジョン」平成27年10月。

KH Coder 2018 KH Coder ホームページ（2018年12月1日取得 <http://khcoder.net/>）。

普通寺市 2018 普通寺市ホームページ（2018年12月25日取得 <https://www.cityzentsuji.kagawa.jp/>）。

普通寺商工会議所 2018 普通寺商工会議所ホームページ（2018年12月1日取得 <http://www.downtown21.gr.jp/zcci/>）。

普通寺市 2013 「普通寺市中小企業振興基本条例」普通寺市ホームページ（2018年12月25日取得）（<https://www.city.zentsuji.kagawa.jp/reiki/425901010035000000MH/425901010035000000MH/425901010035000000MH.html>）。