

地域企業の経営者と地域活性化

東京都福生市における探索的な実証研究

Regional re-vitalization process: an explorative study on the role of local SMEs' owner-managers

戸田建設 株式会社 小出 浩平
早稲田大学大学院 東出 浩教

要旨

本研究の目的は、地域を活性化させるために地域企業の経営者が果たす役割を探索することにある。本研究は東京都福生市において実証研究を行った。まずインタビューなどの質的データから、地域企業の経営者の分類(4象限)可能性などの命題を導き出した。例えば、前向きに会社の業績を伸ばし、かつ地域コミュニティに協力的な態度を示すグループ、あるいは経済的には地域に貢献するが、コミュニティ活動には参加しないグループなどである。その命題を検証するために、経営者に対して質問票調査を実施した結果、分類された経営者の各グループは様々な特徴を有することが分かった。さらに本研究では、それぞれの経営者グループを地域に惹きつける要因を導き出している。例えば、地域のインフラや生活の質などの要因である。このように経営者を分類して各グループの特徴を浮き彫りにすることは、地域のポリシーメーカーに対して、地域コミュニティに貢献する経営者グループごとに着目する必要があることを示唆するものである。

キーワード：地域活性化、地域企業、コミュニティリーダー型経営者、探索的アプローチ

Abstract

Principle purpose of this research is to explore a possible path leading to the regional re-vitalization, where Small and Medium sized Enterprises' owner-managers are expected to play important roles in their communities. This research is an explorative study in Fussa City, Tokyo. In this research, it was found propositions that the owner-managers could be categorized into four groups from the qualitative data such as the interviews. For example, the owner-managers

in a group are actively involved in and co-operate with community activities and generating new businesses. Those in another, however, economically contribute to the region, but are indifferent to community activities. And it was found that the owner-managers of each group have various characteristics, as a result that it carried out questionnaire survey to owner-managers, to test the propositions. Furthermore, the analyses identified the factors that can attract the owner-managers in each group to the region. The factors, for instance, include such variables as the competitive environment, the level of infrastructure of the region, and the quality of life. The findings from this research clearly imply that policy makers are likely to implement the re-vitalization process of regional communities by focusing on the owner-managers, who can initiate the re-vitalization cycle in the region, and eventually contribute to the region enormously.

Key words :

Regional re-vitalization, local SME (Small and Medium Enterprise), Community Leader type owner-managers, an explorative study,

1 イントロダクション

1.1 本研究の社会背景

日本の地域は、地方の権限と責任を拡大する三位一体の改革など現代社会の激しい環境変化に対応するために、自立が求められている。その自立を果たすため地域は活性化する必要がある。

本研究では、人口10万人程度のベットタウンと呼ばれている郊外都市を対象としている。その理由は、

このタイプの都市はある程度の資源(市民、地域企業、行政など)を持ちながらも、昼夜人口比率が100%を割り込み、大都市圏へ就労者を提供する都市となっている場合が多いからである。すなわち地域資源を十分に活用できず、活性化していないのである。

本研究は、これらの地域(郊外都市)を活性化させる要因として地域企業にフォーカスし、特にその経営者の役割に関して実証研究を行った。

1.2 本研究の流れ

本研究は、東京の郊外都市である福生市¹において実証研究を行った。まず、先行研究や地域に関する諸理論を調査することによって理論モデルを設定した。その理論モデルをベースに、地域企業の経営者に実施したインタビュー等の質的データから、地域企業の経営者の分類(4象限)可能性など、地域活性化と経営者に関する命題(proposition)を導き出した。さらにその命題を検証するために質問票調査を行い、その量的データによって分類された各グループの様々な特徴(業績、地域活性化に果たす役割など)を浮き彫りにすることが可能となった。これは質的データによる経営者の分類の有効性を示すと共に、ポリシーメーカーに対して具体的な行政政策などを示唆するものである。

1.3 定義

本研究では、地域企業をその地域において経済活動を行う全ての事業所(個人事業所含む)と定義した。これは個人事業所のような小さな企業の経営者、あるいは全国規模のフランチャイズチェーン店の経営者にも地域のリーダーと成り得る人材がいるということを実証研究中に認識したからである。

2 リサーチクエストと理論モデル

本章では著者の問題意識のベースとなっているリサーチクエスト(以下、RQ)について述べ、理論的背景から想定した本研究の理論モデルを示す。

まず先行研究や研究の実行可能性などから、研究領域を地域企業に絞った。さらに国内外の地域の事例を調査することによって地域のビジョンの重要性を認識するに至り、当初 RQ を次のように設定した。「日本では、地域企業にマッチしたビジョンを掲げることによって企業が惹きつけられ、地域は活性化するのはないか」

この RQ を問題意識のベースとして、福生市において実証研究に取り組んだのである²。

本研究は理論的背景として Kotler(1993)の地域の

マーケティング理論(Marketing Places)をベースとしている。この考え方は、地域に魅力があれば新しい住民やビジネスが地域に惹きつけられ、その魅力はさらに向上するというモデルである。本研究ではこの理論をベースとしながら、モデルにおける不足点を補完すべく地域に関する諸理論を調査した。

まずマーケティングの視点から、都市のランキング(Savageau,2000;Heubusch,1997;Pachetti et al,2000)である。これは、地域を評価するために様々な指標(気候、失業率、税金など)に着目した考え方である。次に経済学的な視点から、経済地理学(Weber,1929;藤田 et al,2000)、及び産業立地学(Watts,1995;Wong,1998;Love et al,1999; Harris,2001;Johnson et al,1995)、あるいは産業クラスター(Porter,1999)である。これらは、産業集積のプロセスや経営者の立地の意思決定要因などに着目した理論である。特に経済地理学と産業立地学はモデルを提示し、検証している点に特徴がある。さらに行政や市民の視点から都市計画(Jacobs,1969)、行政経営(上山,2001;島田,1999)、市民参加(佐藤,1999)などである。これらは都市再開発などのハード的要素、あるいは市民活動などのソフト的要素に着目した考え方である。以上の諸理論の特徴をまとめた結果を図1に示す。このように本研究では地域に関する諸理論を加味している。

図1. 地域の諸理論 (著者作成)

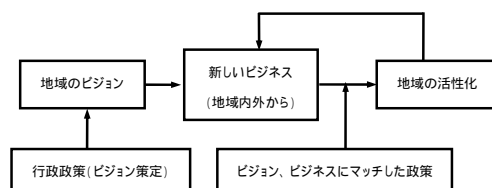
| 理論の名称 | 行政の視点 | 地域の特性 | 事例研究 | モデル |
|---------|-------|-------|------|-----|
| マーケティング | | | | |
| ランキング | x | | | x |
| 経済地理学 | | x | | |
| 産業立地学 | | | | |
| 産業クラスター | | | | x |
| 都市計画 | | | | x |
| 行政経営 | | | | x |
| 市民参加 | | | | x |

評価：・・・：議論の中心 変数として考慮、x一定

：はモデルを検証 はモデルの提示まで、xはモデルなし

本研究では、RQ をベースに先行研究や諸理論を精査することによって、地域のビジョン、地域企業、行政政策がフィットすることによって、地域は活性化するという理論モデルを想定した(図2)。

図2. 理論モデル



これは例えばシリコンバレーのように、地域のビジョン³にマッチした企業がその地域に惹きつけられ、さらに地域のビジョン、ビジネスにマッチしたインフラ整備などの政策によって、より地域は活性化するというモデルである。以上のRQとモデルを念頭において上で、まず質的データの収集・分析のプロセスの中で行政と地域企業の経営者らの役割の探索を試みた。結果として、以下に示すように、経営者の分類と役割を分析することが地域活性化のプロセスを理解するのに不可欠なのでないかという示唆を得るに至った。

3 命題の導出 (質的データ)

本章では、質的データから導き出した地域活性化と地域企業の経営者に関する命題について述べる。

3.1 質的データ

理論モデル(図2)をベースとして、福生市において次のように経営者に対するインタビューを実施し、質的データを収集した。

サンプリング

インタビューは、ほぼ新しい発見がなくなるまで続けるように計画し、商工会員企業11社(商業8社、工業3社)をサンプリング(便宜的抽出法)した。

実施方法

インタビューは、インタビューガイドに基づく半構造的インタビュー(semi-structured interview)である(Yin,1996)。インタビュー時間は約45分から1時間にコントロールされ、理解を得られた経営者については録音を行った(11人中7人録音)。

実施時期

これらのインタビューは、2002年6月11日~20日にかけて実施されている。

3.2 質的データの分析

インタビューの質的データは、グラウンデッド・セオリー(Grounded Theory)の分析手法に基づいてオープンコード化、軸足コード化、選択コード化の流れで分析された(Strauss and Corbin,1999)。

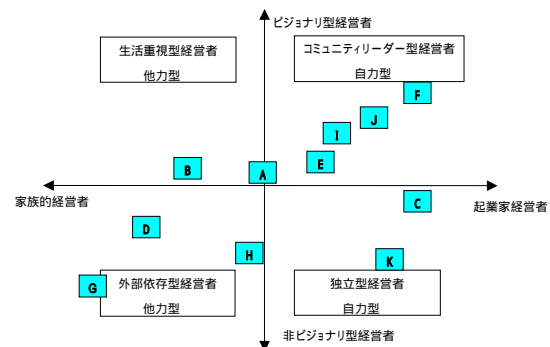
具体的には、例えばカテゴリーがビジョン(V:Vision)の場合、自らのビジョンをVO(Own)というようにコーディングしている。当論文に関連する主なコーディングリストを図3示す。本研究では以上のように質的データをコーディングし、そのデータ数をカウントすることによって、経営者の特徴など浮き彫りにし、研究協力者との議論の材料とした⁴。

図3. コーディングリスト (抜粋)

| カテゴリー | コーディング | | | |
|------------------------|--|---------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| | 自分のビジョン (V O:Own) | 地域のビジョン (V R:Region) | | |
| ビジョン (V:Vision) | | | | |
| ビジネス (B: Business) | 立地要因・経済的 (B.L.E. Location・Economic) | 立地要因・非経済的 (B.LI. Intangible) | 新しいビジネス (B.N:New) | 顧客に対するコメント (B.C:Customer) |
| | 利益に関するコメント (B.B.Benefit) | リーダーシップ (L.B.Leadership) | | |
| 個性 (P:Personality) | 独立志向 (P:I:Independence) | 外部依存志向 (P.D:Dependence) | | |
| 地域コミュニティ (R:Region) | 活動への参加/意欲 (R.A:Activity) | 活動費 (R.M:Money) | 地域の評価 (R.R:Review) | 活性化の提案 (R.P:Propose) |
| 行政 (G:Government) | 行政のリーダーシップ (G.L:Leadership) | 政策期待する (G.P:Policy) | 行政には期待しない (G.N:Negative) | |

その結果、縦軸として自らのビジョン VO、横軸として外部環境の変化に対する能動的な対応 PI (Personal Independence、独立志向)とした場合、11人の経営者は図4に示すように4象限に分類することができる可能性が発見された。

図4. 経営者の分類



この2軸で分類された各象限の特徴を記す。

第1象限：コミュニティリーダー型(自力型)

このタイプは自らビジョンを持つとともに、厳しい事業の外部環境に対して能動的に志向する傾向がある。また地域に対して協力的な態度を示す傾向があり、活動への参加の意欲が高い。周囲に対して影響力があると考えられる。

第2象限：独立型(自力型)

このタイプはビジネスに対して起業家的に前向きに思考するとともに、第1象限と同様に厳しい事業の外部環境を前向きに捉える傾向がある。但し、このタイプはビジョン志向の傾向は少なく、目標や成果を重視している。また地域に対する思い入れはあまりなく、地域の活動への参加の意欲はほとんどないと考えられる。

第3象限：生活重視型(他力型)

このタイプは現状の生活の維持を重視する傾向にある。またこうあるべきというビジョン的な発想は持っているものの、厳しい事業の外部環境に対して

は、受動的に耐える傾向にある。また受動的ではあるが、地域活動への参加意欲は高いと考えられる。

第4象限：外部依存型（他力型）

このタイプは外部に身を委ねる傾向が強い。厳しい事業の外部環境に対しては、行政などの支援に不満を持っている。また行政や諸団体の活動に参加はするものの、その活動は受動的と考えられる。

以上の経営者の4分類に至るまでの質的データの分析、特に分析プロセスにおける結果の議論の結果として、地域活性化と地域企業の経営者に関して次のように命題を導き出した。

まず第1象限に分類したコミュニティリーダー型(4人)は、強弱があるものの「将来的には、若い人と高齢者の場となるお店を作りたい」、「やっぱり時代と共に自分も合わせていかないといけない」、「大学で自分が教えていた経験から、大学に行って何かやりたい子を作りたいですね」など自らの将来を語るように、周囲を惹きつけるようなビジョンを有している。これに対して、独立型の経営者(2人)はビジョンに関する発言はほとんどなく、一方生活重視型の経営者(2人)は、ある程度ビジョンに対する発言があった。これらの議論から命題P1を導き出した。

P1 地域企業の経営者は、自らのビジョンの強さに関する軸で分類することが可能である。

次に第1象限の4人は共に現状の厳しい事業の環境に対して「当社は難しい仕事をしているから仕事の依頼が来ます」、「これは時代の流れです、レベルの低いものは退場となるのです」、「うちだけとか、昔志向なのは今はダメだと思う」、「時代は過ぎていくし、それを一人一人お店をやっている方が感じ取って…」のように外部に依存することのない発言をしている。独立型に分類した2人も、この傾向は強いが、生活重視型や外部依存型の5人にはこのような発言は見られなかった。これらの議論から命題P2を導き出した。

P2 地域企業の経営者は、事業環境の変化に対して外部に依存しない能動的な性格の強さに関する軸で分類することが可能である。

このP1とP2が成立することによって、図4のように経営者を4象限に分類することが可能となる。

次にコミュニティリーダー型の4人は、業種は様々であるが全て前年並み以上の業績を残している。またこの4人は「福生は、福生にしかない」を大切にすべきである、「横田基地に通じる道は、青山のような魅力的なストリートにすることができ

る」などの地域活性化に対する具体的な提案や、「活性化のためならば積極的に参加しても良いと思う」、「業務に支障がない範囲で参加したい」、「微力でも力になりたいですね」などの前向きな行動や協力的な態度を示している。生活重視型(第3象限)は地域に対して前向きではあるが、業績は低迷している。したがって業績の高さと地域への前向きな行動や態度は、コミュニティリーダー型経営者の特徴である可能性がある。これらの議論から命題P3を導き出した。

P3 コミュニティリーダー型経営者は事業の業績が高く、かつ地域に対して前向きな行動や態度を示す。

次にコミュニティリーダー型経営者は事業所の立地(維持)条件において、経済的要因(減税、補助金など)以外に、「新規で知らない土地でやるよりも縁が大切」、「(このビジネスは)お父さんお母さんを含めて地域のコミュニティを作る(必要がある)」など、非経済的要因(教育、生活の質など)が重要であると発言している。先行研究(Johnson,1995;Wong,1999;2001;Harris,2001 et al)では、業績が高い事業所の経営者は立地を意思決定する際に、経済的要因以外に非経済的要因を考慮している場合が多い。そのことを裏付けるように、インタビューではコミュニティリーダー型経営者(4人)のうち3人が今後の立地要因に住環境、家族の縁、地域コミュニティなどの非経済的要因を挙げている。これらの議論から命題P4を導き出した。

P4 自らのビジョンを持った能動的な経営者(コミュニティリーダー型)は、ビジネスの立地に際して経済的要因と共に非経済的要因を重視する。

4 調査方法(量的データ)

本章では、導き出した地域活性化と地域企業に関する4つの命題を検証するために実施した質問票調査とその量的データについて述べる。

4.1 サンプル

質問票調査のサンプルは、商工会会員事業所(1443社,2002年)とした。その理由は、商工会会員は福生市内の母集団(2457社,2002年)の58.7%を網羅しており、量的に十分であると共に商工会会員なので高い回答率が見込めたからである。結果として回答率は約70%、分布は母集団とほぼ同等であった(χ^2 乗=183.306、自由度=6、 $P=0.000$)。

4.2 変数

4つの命題に関連する変数は、調査に使用した質問票において、様々な関係性を想定しながらポジショニングのための変数、経営者の特徴を測定する変数に分類された。

これらの変数は先行研究に基づいて設計され、一部本研究の質的データに基づいて開発された。なお質問票調査に先立って、合計16人の経営者にパイロットテストを実施している。

1) 経営者分類・ポジショニングのための変数

経営者を分類した図4における2軸(P1、P2)を測定する変数は、次のように近似的に設計された。

経営者のビジョン志向(縦軸)

縦軸を測定する変数は Bass and Avolio(1999)が開発した MQL(Multifactor Leadership Questionnaire)を採用した。この MLQ は、経営者をはじめ様々なリーダーシップを測定する場合に活用されている。MLQ は 50 項目からなる質問票であるため、先行研究(Berson, Shamir and Avolio, 2001 et al)における因子分析などの結果を参考に、本研究の目的である経営者のビジョン志向を最も良く表わしていると考えられる 9 項目を近似的に採用した。変数は 7 スケールで、数値が高いほどビジョン志向が強いことを示している。

なお本研究におけるビジョンの定義は、Nutt and Backoff(1997)、あるいは Carland(2000, 2001)、Baum and Kirkpatrick(1998)、Larwood(1993, 1995)などを参考にしながら、Berson, Shamir and Avolio(2001)による“ビジョンとはリーダーシップの要素のひとつであり、人々をより高いレベルの努力や能力を目指すように動機付けさせるもの”とした。

経営者の外部環境の変化に対する対応(横軸)

横軸を測定する変数は、経営者が事業の外部環境の変化に対してどの程度前向きに捉えて行動するかを測定する変数に近似させている。本研究で想定した横軸が外部に依存しない前向きな発言あるいはその逆の発言に基づいているため、Specht(1993)、Beteman and Crant(1993)、Covin(1990)、Lumpkin and Dess(2001)などの先行研究を検討した結果、環境変化に能動的な対応(proactive)を測定する変数として、Covin(1990)、Lumpkin and Dess(2001)による 3 項目を近似的に採用した。変数は 7 スケールで、数値が高いほど能動的であることを示している。

なお本研究におけるプロアクティブの定義は Lumpkin and Dess (2001)による “プロアクティブ

は、経営者が将来の需要や環境を先取りして行動する性格のこと”とした。

2) 経営者の特徴を測定する変数

地域企業の経営者の特徴(P3、P4)を測定するために、事業の業績、地域コミュニティに対する行動などに関する変数として、様々な関係性を想定しながら設計された。

経営者の外部環境に対する捉え方

これは P2 を補完する形で、地域企業の経営者が現状の外部環境をどのように受け止めているのかを測定する変数である。例えば厳しい環境なのか、あるいは楽観的な状況なのかということである。この変数は、Khandwalla(1977)、Miller(1987)、Miller and Friesen(1984)、Bantel(1998)などに基づいて開発された Higashide(2001)を参照して 4 項目を採用した。変数は 7 スケールで、数値が高いほど競争的と捉えていることを示している。

事業所の業績(パフォーマンス)

これは P3 の業績を検証するために、事業所の業績を測定する変数である。Chandler and Hanks(1994)に基づいて開発された Higashide(2001)から(1)売上高、(2)売上高成長率、(3)収益、(4)純資産を採用した。(1),(3),(4)が絶対指標、(2)のみ相対指標である。変数は 7 スケールで、数値が高いほど業績が高いことを示している。

地域活動への参加のタイプ、地域への提案

これは P3 の地域コミュニティに対する行動を測定する変数である。質的データの分析過程で、“声をかけてもらえれば参加する”、“業務に支障のない範囲で参加する”などや具体的な提案の発言から、コミュニティに対する行動としては参加と地域活性化に対する具体的な提案に代表されるものと推察した。先行研究から適切な変数を参照することができず、本研究の質的データ(経営者の発言)から開発した。参加の変数は 5 スケールで、数値が高いほど参加意欲が高いことを示している。一方提案の変数も 5 スケールであるが、数値が小さいほど具体的な提案があることを示している。

地域へのコオペレーション・コミュニケーション

これは P3 の地域コミュニティに対する態度を測定する変数である。経営者の具体的な発言としては認識されなかったが、先行研究から判断するとコオペレーション(協力)やコミュニケーションに関係性があると推察された。したがってこの二つを測定する変数として、コオペレーションは Higashide and

Birley(2000)が開発した変数を採用し、コミュニケーションは上下関係(行政と経営者)がある場合のコミュニケーションと捉え、Kim(2002)が採用した変数とした。変数は5スケールで、数値が高いほど良好な態度を示している。

事業所の立地の意思決定

これはP4を測定するために、産業立地学から経営者が地域に立地を意思決定する際に影響を受ける要因を測定する変数である。Wong(1998); Love, et al(1999); Johnson, et al(1995)などを参考にしながらHarris(2001)を採用した。これは経済的(ビジネス)要因から、インフラ整備などのビジネス周辺環境要因、生活の質(Quality of Life)など非経済的(非ビジネス)要因を測定でき、行政のポリシーメーカーに対して示唆を与える変数として活用することが可能である。変数は5スケールで、数値が低いほどその要因に影響されることを示している。

4.3 調査

質問票は2002年8月12日に福生市商工会の理事を経由して全商工会員の経営者に配布され、匿名性を確保しながら8月31日までに回収された。

5 分析結果

本章では分析結果⁵として、まず変数の統合を示し、次に経営者のポジショニング分析、さらに各グループの経営者の特徴に関する分散分析を示す。

5.1 統合変数

各変数の統合は検討の結果、各主成分を構成する変数の加算によっている。したがって各変数には信頼性係数(クロンバック 値)を記している。

経営者のビジョンのタイプ

経営者のビジョンは9項目で質問し、得られた回答は主成分分析を用いて固有値が凡そ1以上、累積寄与率が60%以上を基準として、3つの主成分に分類した。その成分行列を図5に示す(主成分3=固有値.937、累積寄与率64.225%、バリマックス回転を6回転実施)。

この結果、ビジョンのタイプとして3分類が可能と推察された。まず自分のビジョンを言葉や態度で表に出す「表現型」(= .7763) 表に積極的に出すのではなく、自分自身の目標を設定して行動する「目標設定型」(= .6822) 将来を楽天的に捉えている「楽天型」である。本研究では「楽天型」には、顕著な特徴が確認されなかったので、「表現型」と「目標設定型」に関する分析結果を示している。

図5. 経営者のビジョンのタイプ

| 質問項目 | 成分1 | 成分2 | 成分3 |
|---------------------|------|-------|-------|
| | 表現型 | 目標設定型 | 楽天型 |
| 1. 仲間のため犠牲を払って実行 | .044 | .650 | .382 |
| 2. 自信 表に出す | .776 | -.086 | .144 |
| 3. 信頼 信託 認める | .674 | .273 | .018 |
| 4. 使命の共有 重視 | .311 | .650 | .121 |
| 5. 将来 楽観的に認める | .171 | .032 | .898 |
| 6. 自信 言葉や態度で表す | .746 | .202 | .207 |
| 7. 適切な 重要さを 認めて認める | .757 | .349 | .053 |
| 8. 目標 明確な 重要さを 表に出す | .608 | .559 | -.114 |
| 9. 適切な 適切な 問題 重視 | .135 | .786 | -.157 |

事業環境変化に対する対応

経営者が自らのビジネスの外部環境の変化に対して、どのように対応するかについては、Covin(1990)らに基づく3項目の変数で質問をしている。クロンバック による確認の後、2つの質問項目を選択し加算統合させた(= .6992)

地域活動への参加のタイプ

地域の活動に対する参加については、質的データに基づく11項目で質問をしている。得られた回答は主成分分析を用いて分類した。その成分行列を図6に示す(主成分3=固有値1.372、累積寄与率59.28%、バリマックス回転を5回転実施)。

この結果、活動への参加には3パターンがあると推察できた。まず参加を拒否する「参加拒否型」(= .7207) 次に前提条件付きで参加する「条件付参加型」(= .6760) 3つ目は誘われれば参加するという「非自立参加型」(= .6873) である。またこの分類を行う際に、項目5を成分1とするか成分2とするかの判断は“業務が忙しくなければ参加する”という解釈を優先させ、成分2に含めることとした。ここで理解のしやすさを考慮し、「参加拒否型」はその反意(「積極参加」)で表現している。

図6. 地域活動への参加のタイプ

| 質問項目 | 成分1 | 成分2 | 成分3 |
|-------------------|-------|--------|--------|
| | 参加拒否型 | 条件付参加型 | 非自立参加型 |
| 1. 積極的に参加したい | -.716 | .091 | .226 |
| 2. 自分のできる範囲で参加したい | -.490 | .620 | -.053 |
| 3. 参加には仕組みや方向性が必要 | -.472 | .626 | .075 |
| 4. 仲間の付き合いの範囲で参加 | .110 | .662 | .231 |
| 5. 業務が忙しく参加不可 | .469 | .521 | -.132 |
| 6. 自分が良いと思ったら参加 | -.098 | .709 | .020 |
| 7. 業績にプラスになるならば参加 | .217 | .548 | .225 |
| 8. 声を掛けてもらえば参加 | -.183 | .156 | .820 |
| 9. 仲間が参加すれば参加 | -.079 | .087 | .868 |
| 10. 業績と関係ないので参加不可 | .797 | .152 | .036 |
| 11. 全く参加しようと思わず | .779 | -.064 | .102 |

コオペレーション・コミュニケーション

コオペレーションとコミュニケーションは、8項目で質問をしている。得られた回答は併せて主成分

分析を用いて分類をした。その成分行列を図7に示す(主成分3=固有値.989、累積寄与率64.221%、バリマックス回転を5回転実施)。

図7. コオペレーション・コミュニケーションのタイプ

| 質問項目 | 成分1 | 成分2 | 成分3 |
|-----------------------|-------|------------|-------|
| | 対話型 | コミットメント型協力 | 慎重型 |
| 1. 提案を持っていければ話を聞いてくれる | .787 | -.077 | -.046 |
| 2. 行政とよく会話を待つ | .702 | .227 | .084 |
| 3. 期待されていることをはっきり理解 | .757 | .190 | .123 |
| 4. 行政の将来を心配している | -.263 | .825 | .164 |
| 5. 行政の問題を自分の問題と思う | -.365 | .733 | .053 |
| 6. お互いの要望に対して柔軟に対応 | .369 | .513 | -.058 |
| 7. 相手の意見に反対することは控える | .099 | .094 | .945 |
| 8. 問題の解決のため、全て打ち明ける | .494 | .484 | -.297 |

この結果、行政に対するコオペレーション、コミュニケーションは3分類が可能と推察した。まず「対話型」(=.6857)は Kim(2002)による上部組織に対するコミュニケーションに相当する。次に「コミットメント型協力」(=.6450)は、Higashide and Birley(2000)で測定されたコオペレーションにほぼ近似する。3つ目の「慎重型」は、消極的な態度が強いタイプである。この分類を行う際に、項目8を成分1とするか成分2とするかは、先行研究を参考にコオペレーションに近いと判断して成分2に含めることとした。

5.2 ポジショニング分析 (P1、P2)

このポジショニング分析は命題(P1、P2)の検証である。量的データの分析結果を、縦軸に命題1ビジョンを、横軸に命題2プロアクティブをとって分布させた(図8、図9)。質的データによる分類(図4)

図8. 経営者の分類(表現型)

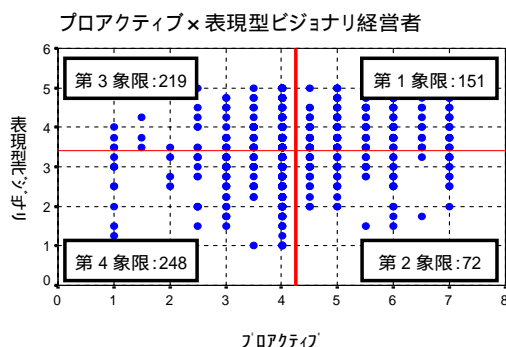
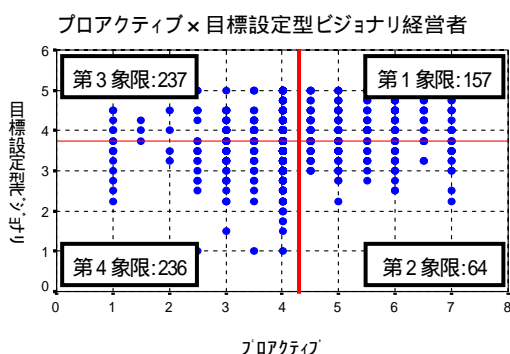


図9. 経営者の分類(目標設定型)



と同様に、ポジショニングが可能なことを認識できた。ここで図8はビジョンのタイプが「表現型」の経営者、図9は「目標設定型」を示している。これらの分布で第1象限の経営者は、ビジョンを持ち外部環境の変化に能動的なコミュニティリーダー型のポテンシャルを持つ経営者グループと想定した。

5.3 分散分析 (P3、P4)

この分散分析は命題(P3、P4)に関する検証である。すなわちコミュニティリーダー型のポテンシャルを持つと想定される経営者グループ(第1象限)と、他の経営者グループの差異を検証するということである。

1) 事業所の業績(P3)

まず事業所の業績の分析結果を示す(図10、図11)。第1象限のグループはその他のグループに比べ、ほぼ全ての業績(売上高、成長率、収益、資産)の平均値が有意に高い。ビジョンのタイプが表現型では、第2象限のグループと有意な差がない業績(収益、資産)があるものの、平均値は高い。この結果から考えるとP3は業績面に関して、第1象限の経営者が優れていることが示された。

図10. 事業所の業績(表現型)

| | 売上高 | 成長率 | 収益 | 資産 |
|------|--------|-------|--------|--------|
| 第1象限 | 4.40 | 3.40 | 2.59 | 3.92 |
| 第2象限 | 3.93# | 2.97* | 2.48 | 3.43 |
| 第3象限 | 3.63** | 3.08* | 2.14** | 3.41* |
| 第4象限 | 3.33** | 3.10* | 2.05** | 3.11** |

** : 1%有意、* : 5%有意、# : 10%有意

図11. 事業所の業績(目標設定型)

| | 売上高 | 成長率 | 収益 | 資産 |
|------|--------|-------|--------|--------|
| 第1象限 | 4.43 | 3.39 | 2.74 | 4.00 |
| 第2象限 | 3.75* | 2.95* | 2.11* | 2.98** |
| 第3象限 | 3.64** | 3.06* | 2.09** | 3.30** |
| 第4象限 | 3.24** | 3.09* | 2.07** | 3.16** |

** : 1%有意、* : 5%有意、# : 10%有意

2) 地域コミュニティに対する行動・態度(P3)

次に地域コミュニティに対する行動、態度の分析結果を示す(図12、図13)。

第1象限のグループはその他のグループに比べ、ほぼ全ての行動(積極参加、提案)の平均値が有意に高い。このことは、事業における前向きな姿勢は地域コミュニティに対しても何らかの貢献を生み出す可能性があるかと推察できる。

一方、コミュニティに対する態度(対話型、コミットメント型協力)では、第1象限のグループは第3象限のグループに比べると平均値が低い(有意ではない)が、他のグループより高い数値である。これは生

活重視型(第3象限)の経営者は代々福生で事業を営んでいる場合が多く、行政に対するコミュニケーションやコオペレーションはすでに良好に構築されている可能性がある」と解釈した。

図12. 地域コミュニティに対する行動・態度(表現型)

| | 積極参加 | 地域提案 | 対話型 | 3対1型協力 |
|------|--------|--------|------|--------|
| 第1象限 | 3.48 | 3.27 | 2.57 | 3.10 |
| 第2象限 | 3.10** | 3.73** | 2.50 | 3.05 |
| 第3象限 | 3.30# | 3.70** | 2.61 | 3.17 |
| 第4象限 | 3.15** | 3.92** | 2.54 | 2.91* |

** : 1%有意、* : 5%有意、# : 10%有意

図13. 地域コミュニティに対する行動・態度(目標設定型)

| | 積極参加 | 地域提案 | 対話型 | 3対1型協力 |
|------|--------|--------|------|--------|
| 第1象限 | 3.61 | 3.22 | 2.64 | 3.15 |
| 第2象限 | 2.79** | 3.92** | 2.43 | 2.93# |
| 第3象限 | 3.47 | 3.67** | 2.66 | 3.21 |
| 第4象限 | 3.04** | 3.99** | 2.51 | 2.87** |

** : 1%有意、* : 5%有意、# : 10%有意

この結果は、ビジョンのタイプによらずコミュニティリーダー型(第1象限)は生活重視型(第3象限)よりもコミュニティへの態度で劣るが、地域に対する行動は全般的に積極的であることを示している。

3) 経営者の志向(P4)

これは、第1象限のグループが地域で事業を継続する際に影響を受ける要因に関する分析である。その結果を図14、図15に示す。

図14. コミュニティリーダー型経営者の志向(表現型)

| | 指標 | 第1象限 | 他の象限 | F値 | 有意確率 |
|--------------|-----------------------------|------|--------|----------|------|
| ビジネス関係の要因 | 最も大切な特定の顧客がいなくなる | 2.95 | 2.60** | 9.208183 | 0.00 |
| | 顧客が全体的に少なくなる | 2.42 | 2.28 | 1.464911 | 0.23 |
| | 労働力(社員やパートなど)の質が低下する | 3.09 | 3.02 | 0.49843 | 0.48 |
| | 労働力のコスト(給与やパート代など)が高くなる | 2.99 | 2.91 | 0.484418 | 0.49 |
| | 競争企業(ライバル)が増える | 2.68 | 2.54 | 1.792493 | 0.18 |
| | 補充企業(仕入先や納入先など)が少なくなる | 3.22 | 2.98** | 6.165917 | 0.01 |
| | 不動産や事務所の質(広さ・利便性)が低下する | 3.12 | 3.00 | 1.488247 | 0.22 |
| | 不動産や事務所に必要なコスト(賃借料)が高くなる | 2.65 | 2.79 | 1.760066 | 0.19 |
| | 駐車場の質(広さ、近さ、利用しやすさ等)が低下する | 2.61 | 2.77# | 2.820608 | 0.09 |
| | 駐車場に必要なコストが高くなる | 2.61 | 2.69 | 0.579689 | 0.45 |
| ビジネスの周辺環境の要因 | 輸送の質(道路・鉄道などの利便性)が低下する | 2.56 | 2.78* | 5.463118 | 0.02 |
| | 輸送コスト(道路・鉄道などの料金)が高くなる | 2.73 | 2.8 | 0.416275 | 0.52 |
| | 公共料金(電気・ガス・水道料金など)が高くなる | 2.17 | 2.26 | 1.168609 | 0.28 |
| | 条例や規制が厳しくなる | 2.45 | 2.50 | 0.273095 | 0.6 |
| | ビジネスの費用(起業のしやすさなど)が悪くなる | 2.69 | 2.61 | 0.775476 | 0.38 |
| | 商工会議所の経営的支援(経営相談等)が少なくなる | 3.09 | 2.99 | 1.170892 | 0.28 |
| | 同・異業種等からの技術的支援の可能性が少なくなる | 3.27 | 3.11* | 3.964766 | 0.05 |
| | 同業・異業種との業務提携の機会が少なくなる | 3.28 | 3.17 | 1.981818 | 0.16 |
| | 財政的支援(低利融資など)の可能性が少なくなる | 2.51 | 2.63 | 1.768966 | 0.18 |
| | ベンチャーキャピタルなどから投資される機会が少なくなる | 3.49 | 3.26** | 8.154438 | 0.00 |
| 非ビジネス的の要因 | 高速通信(ブロードバンド等)の質が低下する | 3.19 | 3.18 | 0.025868 | 0.87 |
| | 高速通信(ブロードバンド等)のコストが高くなる | 3.09 | 3.12 | 0.103300 | 0.75 |
| | 大学・公的研究機関との接触が少なくなる | 3.55 | 3.32** | 8.121052 | 0.00 |
| | 知的財産(特許など)の利用可能性が低下する | 3.51 | 3.33* | 4.690047 | 0.03 |
| | 地域との縁やつながりが少なくなる | 2.78 | 2.90 | 2.228642 | 0.14 |
| | 地域に対する家族の意識が希薄になる | 3.03 | 3.04 | 0.000836 | 0.98 |
| | 学校教育の質(教育内容・レベル・近さ)が低下する | 2.99 | 2.94 | 0.398312 | 0.53 |
| | 生活費(食・衣料費・教育費・娯楽費)が高くなる | 2.35 | 2.47 | 2.066783 | 0.15 |
| | 治安が悪くなる | 2.02 | 2.28** | 8.609137 | 0.00 |
| | 住宅地の質(広さ・利便性・ロケーション)が低下する | 2.47 | 2.54 | 0.650273 | 0.42 |
| 非ビジネス的の要因 | 自然環境(緑・空気・水など)が悪化する | 2.43 | 2.54 | 1.533414 | 0.22 |
| | イベントや催物(祭りなど)の内容・質が低下する | 3.00 | 2.96 | 0.223117 | 0.64 |
| | イベントや催物(祭りなど)の回数が少なくなる | 3.13 | 3.05 | 0.818138 | 0.37 |
| | 文化的魅力(コンサートや展覧会等)の質が低下する | 3.27 | 3.14 | 2.574536 | 0.11 |
| | 文化的魅力(コンサートや展覧会等)の回数が少なくなる | 3.30 | 3.15* | 3.384973 | 0.07 |
| | 地域住民の地域コミュニティへの意識が低下する | 3.09 | 2.98 | 1.616167 | 0.20 |

その他の経営者グループに比べて影響される要因は、経済的要因や非経済的要因の各項目によって異なることが認識できる。例えば、第1象限のグループに限らず、非経済的(非ビジネス)要因に影響される

ことが発見された。また福生の場合、ビジネス要因と非ビジネス要因には影響されるが、インフラなどのビジネス周辺環境要因にはあまり影響を受けないようである。これは、福生では地域企業の経営者でグローバルな競争に関わる企業が少ないことによるのかも知れない。

図15. コミュニティリーダー型経営者の志向(目標設定型)

| | 指標 | 第1象限 | 他の象限 | F値 | 有意確率 |
|--------------|-----------------------------|------|--------|----------|------|
| ビジネス関係の要因 | 最も大切な特定の顧客がいなくなる | 2.75 | 2.63 | 1.044338 | 0.31 |
| | 顧客が全体的に少なくなる | 2.27 | 2.31 | 0.167736 | 0.68 |
| | 労働力(社員やパートなど)の質が低下する | 3.03 | 3.04 | 0.023178 | 0.88 |
| | 労働力のコスト(給与やパート代など)が高くなる | 2.91 | 2.94 | 0.099958 | 0.75 |
| | 競争企業(ライバル)が増える | 2.57 | 2.55 | 0.027822 | 0.87 |
| | 補充企業(仕入先や納入先など)が少なくなる | 3.23 | 2.97** | 7.283635 | 0.01 |
| | 不動産や事務所の質(広さ・利便性)が低下する | 3.06 | 3.03 | 0.154318 | 0.69 |
| | 不動産や事務所に必要なコスト(賃借料)が高くなる | 2.67 | 2.79 | 1.435389 | 0.23 |
| | 駐車場の質(広さ、近さ、利用しやすさ等)が低下する | 2.56 | 2.80** | 6.176896 | 0.01 |
| | 駐車場に必要なコスト(自社用、顧客用等)が高くなる | 2.50 | 2.73* | 5.56694 | 0.02 |
| ビジネスの周辺環境の要因 | 輸送の質(道路・鉄道などの利便性)が低下する | 2.58 | 2.78* | 4.729836 | 0.03 |
| | 輸送コスト(道路・鉄道などの料金)が高くなる | 2.74 | 2.8 | 0.364853 | 0.55 |
| | 公共料金(電気・ガス・水道料金など)が高くなる | 2.19 | 2.25 | 0.551186 | 0.46 |
| | 条例や規制が厳しくなる | 2.46 | 2.49 | 0.117364 | 0.73 |
| | ビジネスの費用(起業のしやすさなど)が悪くなる | 2.7 | 2.6 | 1.326126 | 0.25 |
| | 商工会議所の経営的支援(経営相談等)が少なくなる | 3.07 | 2.99 | 0.971350 | 0.32 |
| | 同・異業種等からの技術的支援の可能性が少なくなる | 3.25 | 3.11* | 2.903510 | 0.09 |
| | 同業・異業種との業務提携の機会が少なくなる | 3.21 | 3.18 | 0.177487 | 0.67 |
| | 財政的支援(低利融資など)の可能性が少なくなる | 2.51 | 2.62 | 1.680312 | 0.2 |
| | ベンチャーキャピタルなどから投資される機会が少なくなる | 3.45 | 3.28* | 4.778352 | 0.03 |
| 非ビジネス的の要因 | 高速通信(ブロードバンド等)の質が低下する | 3.17 | 3.19 | 0.051788 | 0.82 |
| | 高速通信(ブロードバンド等)のコストが高くなる | 3.05 | 3.13 | 0.993340 | 0.32 |
| | 大学・公的研究機関との接触が少なくなる | 3.48 | 3.33# | 3.479303 | 0.06 |
| | 知的財産(特許など)の利用可能性が低下する | 3.45 | 3.34 | 1.503315 | 0.22 |
| | 地域との縁やつながりが少なくなる | 2.73 | 2.91* | 5.808655 | 0.02 |
| | 地域に対する家族の意識が希薄になる | 3.04 | 3.03 | 0.024749 | 0.88 |
| | 学校教育の質(教育内容・レベル・近さ)が低下する | 2.94 | 2.96 | 0.032785 | 0.86 |
| | 生活費(食・衣料費・教育費・娯楽費)が高くなる | 2.34 | 2.47 | 2.507325 | 0.11 |
| | 治安が悪くなる | 2.03 | 2.27** | 7.596663 | 0.01 |
| | 住宅地の質(広さ・利便性・ロケーション)が低下する | 2.45 | 2.54 | 1.250098 | 0.26 |
| 非ビジネス的の要因 | 自然環境(緑・空気・水など)が悪化する | 2.43 | 2.54 | 1.673588 | 0.2 |
| | イベントや催物(祭りなど)の内容・質が低下する | 2.96 | 2.95 | 0.012469 | 0.91 |
| | イベントや催物(祭りなど)の回数が少なくなる | 3.06 | 3.05 | 0.014850 | 0.9 |
| | 文化的魅力(コンサートや展覧会等)の質が低下する | 3.26 | 3.14 | 2.387002 | 0.12 |
| | 文化的魅力(コンサートや展覧会等)の回数が少なくなる | 3.29 | 3.15* | 3.075274 | 0.08 |
| | 地域住民の地域コミュニティへの意識が低下する | 3.07 | 3.00 | 0.905148 | 0.34 |

次に、コミュニティリーダー型(第1象限)の経営者グループが他のグループに比べて有意に影響を受ける項目を抽出すると下記の通りである。

ビジネス要因

- ・ 駐車場の質の低下(表現型、目標設定型)
- ・ 駐車場のコストの上昇(目標設定型)
- ・ 輸送の質の低下(表現型、目標設定型)

非ビジネス要因

- ・ 地域との縁やつながりの低下(目標設定型)
- ・ 治安の悪化(表現型、目標設定型)

これらの結果は、現状以上の要因の悪化は地域に貢献する可能性を持つコミュニティリーダー型の経営者グループを地域から引き離しかねないことを示している。行政のポリシーメーカーが具体的な政策に反映させるべき内容と捉えることができる。

6 結論

本研究では、質的データから導き出した命題の枠組みの中で質問票調査によるデータを分析し、さらに先行研究や質的データを振り返って議論した結果、次のような主に3つのことが示唆された。

まず地域企業の経営者は、命題P1、P2の二つの

軸を用いて4象限のグループに分類が可能であるという示唆である。このように地域における経営者を分類することによって、地域ごとの違いを示すことが可能となる。従来の日本の地域企業に関する行政政策は、国内の企業に対して一律の政策を施す傾向が強かったが、その地域の特徴にマッチした行政政策を立案することが可能となる。

次に分類された経営者グループは、命題P3のようにそれぞれに特徴があるという示唆である。特にコミュニティリーダー型に該当する経営者グループは高い業績を持ちつつ、地域に対して一定の貢献(地域コミュニティ活動への参加、活性化に対する具体的な提案など)を期待することができる。この示唆は、地域企業の経営者の中には事業のみを考えているのではなく、地域に一定の貢献をする可能性があるグループが存在しているということである。従来日本では、地域活性化を考える場合地域政策立案は、市民は市民、行政は行政、企業は企業と分離する傾向が強かった。企業は別の要素と捉えていたのである。この示唆は市民や行政に関する政策立案をする際に、地域に貢献する可能性のある経営者グループに着目する必要性を示しているのである。

3点目として、地域企業の経営者は地域での事業の継続に当って、経済的要因の他、非経済的要因に影響されるという示唆である。この示唆は、地域行政のポリシーメーカーが地域企業を育てるために優先させるべき課題が浮き彫りになるということである。その課題を解決することで、地域活性化に対して貢献する可能性の高い経営者グループは、一定の業績をあげながらその地域で事業を継続することが可能になると推察される。この示唆は、地域行政のポリシーメーカーがグループごとに政策を立案することを可能にするものである。

7 今後の課題

本研究の今後の課題は、主に次の二点と考えている。まず、本研究の当初に設定した理論モデルに示されている地域活性化における地域のビジョンの重要性である。特に海外の地域活性化の事例では、ビジョンの有無が大きな要因であることが示されている。これに対して本研究では、ひとつの地域(東京都福生市)における実証研究であるため、このことを示すには至らなかった。この点について、更に研究を継続したい。

次の課題は、今回示した地域活性化と地域企業の

経営者(リーダー)に関する命題が、他の郊外都市に適用可能か否かを検証することである(外部妥当性の向上)。すなわち福生市の特殊性に起因する結果と、一般化すること可能な結果を識別する必要があるということである。この課題に対しては、本研究の延長線上で特許庁委託事業として本研究と同様の質問票調査(2000社、回答率約30%)を実施している。その結果は、特許庁委託事業報告としてまとめているが、改めてベンチャー学会において報告したい。

【注釈】

- 1) 本研究は、東京都福生市のケーススタディがベースである。それは福生市商工会の多大なる協力の基に成立している。ここに改めて、感謝の意を表したい。
- 2) 本研究の延長線上に特許庁委託事業『地域企業の活性化に貢献するための大学における知的財産活動のあり方に関する調査研究』があり、台東区、墨田区、三鷹市、武蔵野市、相模原市、南足柄市、岐阜県各務原市において調査を実施している。
- 3) 地域のビジョンについては、米国では例えばロックフォード市「ローテク企業のまち」、セントポール市「地元企業のまち」、シリコンバレー「グローバルな競争のため、コミュニティの協働を創る」のように具体的に示している。これに対し日本では、例えば立川市「心のかよう緑豊かな健康都市立川」や府中市「心ふれあう緑ゆたかな住みよいまち」のように、抽象的な表現にとどまっている事例が多い。
- 4) 外部環境に対する捉え方や環境の変化に対する態度に関しては、Resource Dependence Theory, Population Ecology Theoryに基づいて議論をしている。
- 5) 本研究におけるデータは、統計ソフト(SPSS)を用いて分析をしている。

【参考文献】

- Abzug, R.(1999) "Nonprofit in Organizational Sociology's Research Traditions :An Empirical Study" Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, Vol.28, No.3, pp330-338
- Bass, B. and Avolio, B.(1999) "Multifactor Leadership Questionnaire (M.L.Q), Web Permission Set, Leader Form, Rater Form, and Scoring Key for M.L.Q Form(5-x-Short)", Published by Mind Garden
- Bass, B. and Avolio, B.(1999) "Re-examining the components of transformational and transactional leadership using the Multifactor Leadership Questionnaire", Journal of Occupational and Organizational Psychology, 72, pp441-462
- Baum, J.R, Locke, E.A., Kirkpatrick, S.A.(1998) "A Longitudinal Study of the Relation of Vision and Vision Communication to

- Venture Growth in Entrepreneurial Firms”, *Journal of Applied Psychology*, 83, pp43-54
- Berson, Y., Shamir, B., Avolio, B., Popper, M.(2001) “The relationship between vision strength, leadership style, and context”, *the Leadership Quarterly*, Vol.12, pp53-73
- Beteman, T.S. and Crant, J.M.(1993) “The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates”, *Journal of Organizational Behavior*, Vol.14, pp103-118
- Carland, J.W., Carland, J.C., Easley, M.D.(2000) “Investigating the Existence of the Lead Entrepreneur”, *Journal of Small Business Management*, Oct, pp59-77
- Carland, J.W., Carland, J.C., Easley, M.D.(2001) “Hunting the heffalump: The theoretical basis and dimensionality of the Carland Entrepreneurship Index”, Working Paper, Western Carolina University
- Covin, J.G. et al (1990) “Competitive Aggressiveness Environmental Context, and Small Firm Performance”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(4), pp35-50
- Harris, K.(2001) “The Influences on Business Locations: Theoretical and Empirical Considerations”, PhD Thesis,
- Heubusch, K. (1997) “The New Rating Guide to Life in American’s Small Cities”, Prometheus Books,
- Higashide, H. and Birley, S. (2000) “Value created through the socially complex relationship between the venture capitalist and the entrepreneurial team?,” *Frontiers of Entrepreneurship Research 2000 / Babson College*, pp308-319.
- Higashide, H. et al (2001) “バイオベンチャー企業およびその経営戦略に関する調査”, 特許庁委託事業
- Jacobs, J.(1961) “The death and life of great American cities” (邦訳 『アメリカ大都市の死と生』, 鹿島出版社),
- Johnson, J. D. and Rasker, R.(1995) “The Role of Economic and Quality of Life Value Business Location”, *Journal of Rural Studies*, Vol.11, No.4, pp405-416
- Khanwalla, P., N.(1977) “The Design of Organizations, Harcourt, Brace”, Jovanovich, New York.
- Kim, S.(2002) “Participative Management and Job Satisfaction: Lessons for Management Leadership”, *Public Administration Review*, Vol.62, No.2, pp231-241
- Kotler, P. (1993), “Marketing Places” (邦訳 『地域のマーケティング』, 東洋経済),
- Larwood, L. et al (1993) “Organizational vision: An investigation of the vision, construct-in-use of AACSB business school deans”, *Group and Organization Management*, Vol.18, pp214-236
- Larwood, L. et al (1995) “Structure and meaning of organizational vision”, *Academy of Management Journal*, Vol.38, pp740-769
- Love, J.L. and Crompton, J.L.(1999) “The Role of Quality of Life in Business (Re)Location Decisions”, *Journal of Business Research*, Vol.44, pp211-222
- Lumpkin, G.T., Dess, G.G.(2001) “Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance : The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle”, *Journal of Business Venturing*, Vol.16, pp429-451
- Nutt, P.C., Backoff, R.W.(1997) “Crafting Vision”, *Journal of Management Inquiry*, Vol.6, No.4, Dec, pp308-328
- Miller, D.(1987) “The structural and environmental correlates of business strategy”, *Strategic Management Journal*, Vol.8, pp55-76
- Miller, D., and Friesen, P.H.(1984) “Organizations: A Quantum View”, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Pachetti and A.Mirabella, N.(2000) “The Best Place to Live”, *MONEY*, Dec,
- Porter M.E(2000) 『日本の競争の戦略』, ダイヤモンド社
- Savageau, D. et al.(2000) “Places Rated Almanac” ,An International Data Group Company ,
- Specht, P.H.(1993) “Munificence and Carrying Capacity of the Environment and Organization Formation” , *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter, pp77-85
- Strauss, A. and Corbin, J(1999) 『質的研究の基礎』, 医学書院
- Watts, H.D.(1995) 『工業立地と雇用変化』, 古今書院
- Weber, A.(1929) “Alfred Weber’s theory of the location of industries”, University of Chicago Press
- Wong, C.(2001) “The Relationship Between Quality of Life and Local Economic Development”, *Cities*, Vol.18, No.1, pp25-32
- Yin, R.K.(1996) 『ケース・スタディの方法』, 千倉書房,
- 上山信一(2001) 『行政評価の世界標準モデル』, 東京法令出版
- 佐藤滋(1999) 『まちづくりの科学』, 鹿島出版会
- 島田晴雄(1999) 『行政評価』, 東洋経済
- 藤田, Krugman, Venables (2000), 『空間経済学』, 東洋経済