要旨

本研究は、中小企業が新規事業に進出する際の自治体による中小企業支援政策の効果を明らかにするものである。その支援政策とは、大阪市が実施する「大阪トップランナー育成事業（TR事業）」である。TR事業に認定された中小企業のプロジェクトを研究対象とし、政策の効果を明らかにするために、市場志向論及び情報的資源という二つの分析フレームワークを用いて、質問票調査・インタビューの内容を分析した。その結果、TR事業は、市場志向を定着させ、市場志向的組織へと変化を促す効果があった。さらに、専門家による企業特異性のある情報的資源の提供により、地域中小企業に対して、国内市場の開拓の実現などの効果が明らかとなった。加えて、自治体の新規事業支援政策が原因となり、効果として市場志向の醸成及び情報的資源の獲得という中間成果を生み出し、その上で、売上や事業の継続性などの最終成果につながるという因果関係についての仮説を構築した。