

中小企業を元気にするまちづくりと 中小企業活性化条例



仙台市 中小企業活性化シンポジウム

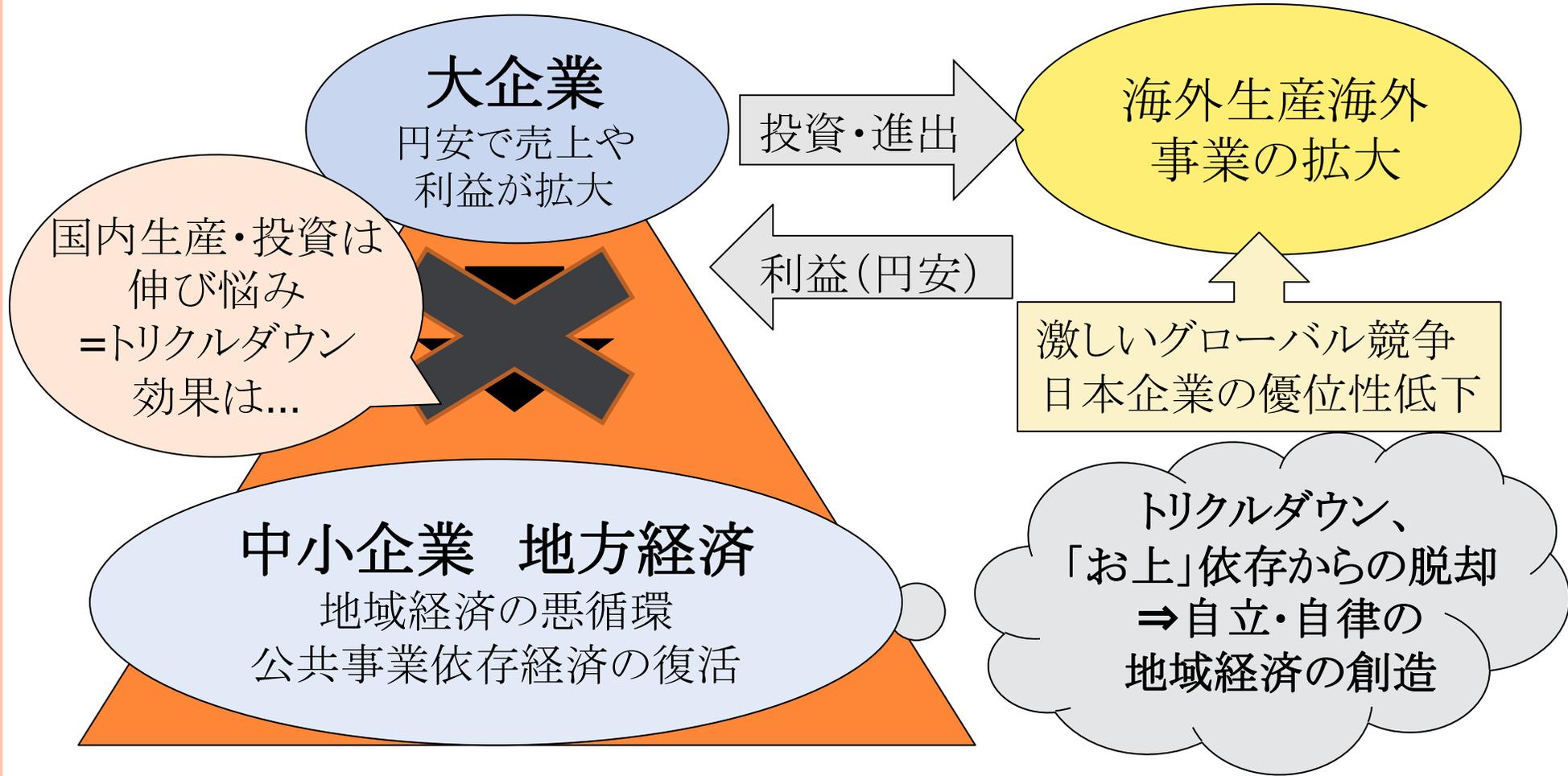
2014年10月31日

慶應義塾大学 経済学部 植田浩史

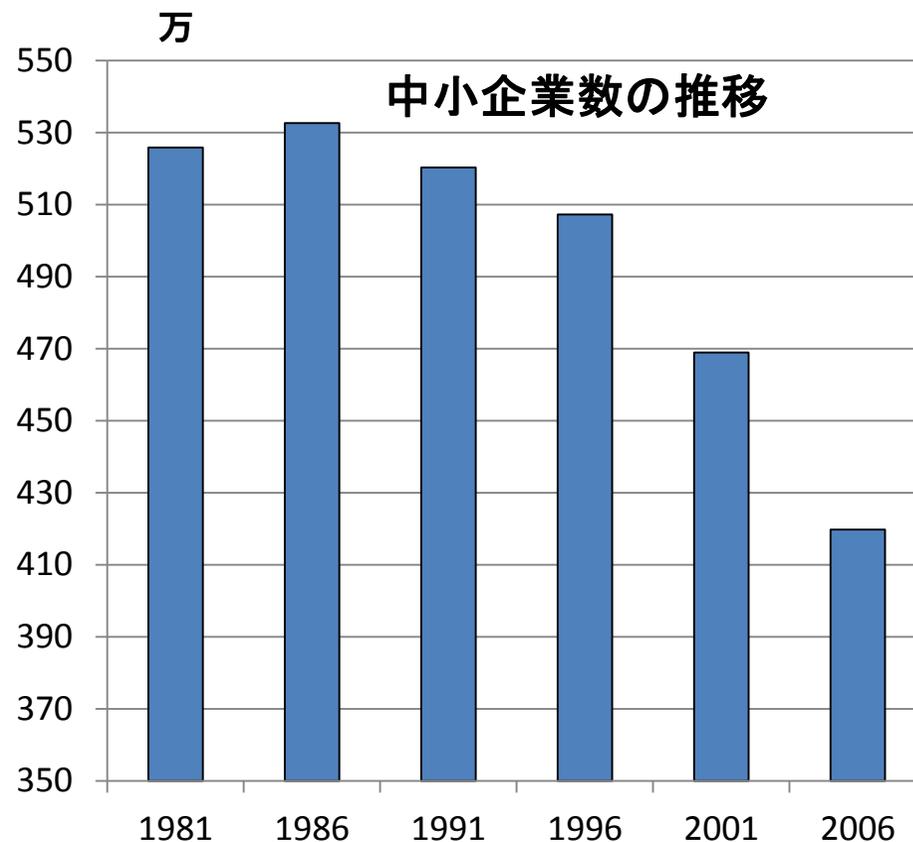
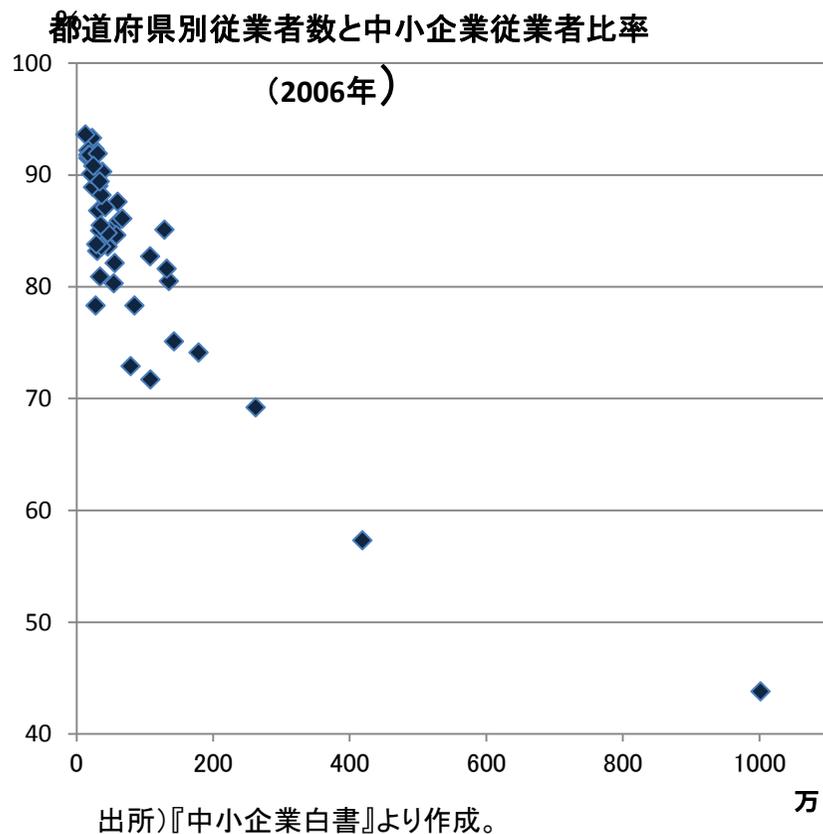
1990年代以降の日本

- バブル経済崩壊後の「失われた20年」
- 高齢化、人口減少⇒市場の変化と「縮小」
- 産業の競争力低下、海外への生産移管
 - 国内生産低迷⇒所得減少=購買力低下
 - 地方での撤退+公共事業減少⇒地域経済への影響
- 大手企業 ビジネスモデルの転換 事業リストラ
 - 海外展開の加速化
- アベノミクス トリクルダウン効果を見誤る
 - ⇒地方創生が課題として残る

大手企業の2013年度の業績「好調」⇒「追い風参考」
大企業の競争戦略⇒地域や既存の取引先との関係の見直し



中小企業で働く人の割合は日本の多くの地域で 7割を超える、一方中小企業は減少傾向



注) 中小企業庁の『事業所・企業統計』の再編加工データによる。
出所)『中小企業白書』より作成。

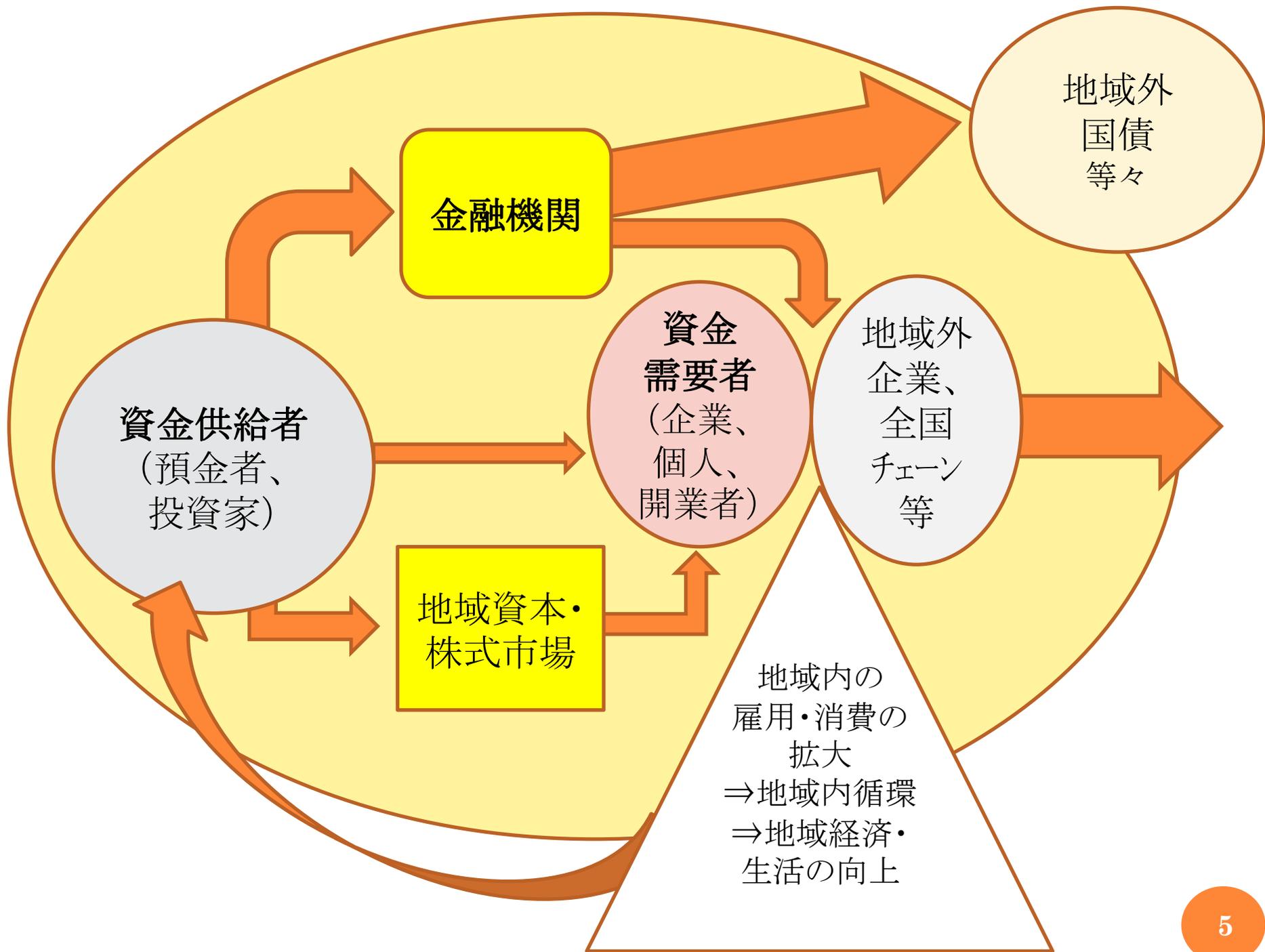
地域内での資金循環機能の低下



預貸率とは、金融機関の企業や個人への貸出金を、預金で割った数字

⇒信用金庫では数値が高いほど地域内で資金が循環していることを意味している

→低下しているのは、資金の地域内循環が低下していることを示している



いま日本、中小企業、地域に求められていること

- 多くの地域で中小企業が地域の雇用、経済循環を担い、住民の生活を直接・間接に支えている
⇒地域経済を活性化させるためには、地域に存在する中小企業が元気に企業経営をし、地域の資源を利用し、雇用を増やす
- 中小企業が元気になること、中小企業が元気になることを通じて地域経済・地域社会が元気になること
⇒従来のやり方は通用しない
- 国内市場の「縮小」、産業・企業の安定的成長の困難 ⇒頼れるものがない=「自立」が必要
- 中小企業自らが存在意義をアピールし、革新の担い手になる⇒経営理念、戦略、経営指針=「自律」が必要
- 「価値」 時代・ニーズ・技術の変化、スピード感が問われる⇒価値の変化 ⇒「価値の創造」
- 「地域」 中小企業の企業活動のベース 市場、従業員、情報、取引関係...
- 「従業員」 パートナー、「共育」...
- 「創造」 既存の単純な延長線上に未来はない
⇒価値の創造、市場の創造、ビジネスの創造、起業・新規企業の創造
- 「連携」 不足する資源を補い、シナジーによって新たな価値を生み出す
⇒こうした変化を生み出していく中小企業と地域を全国に創り出していくことが大事
⇒中小企業振興基本条例、中小企業活性化条例の役割

中小企業振興基本条例、中小企業活性化条例とは？

標準的なスタイル

- 一般に、地方自治体が地域の中小企業の役割を重視し、地域における中小企業の役割を明記したうえで、その振興を行政の柱とし、地域全体で中小企業を支援していくことを明確にした**理念条例**(*理念条例とは基本的な考え方を提示している条例であり、具体的な政策の内容を示すものではない)
- 前文などで、地域における中小企業の歴史的、社会的、文化的、経済的、教育的役割などを明記
- 地方自治体、住民、中小企業に関係する様々な団体や組織(商工会議所・商工会・7同友会等の経済団体、金融機関、学校、支援機関等々)が協力して中小企業を支援していく
- 中小企業者も自主的な努力を行っていく
- 地域で中小企業を元気にしていく新しい取り組みのきっかけにしていく

条例のめざすもの ①地域が変わる

- 第1に、地域全体で中小企業の役割と中小企業支援の重要性を認識し、地域全体で中小企業支援を行っていくことを確認し、宣誓していること
 - ・地域にとっての中小企業の重要性
 - ・地域が中心になって中小企業をサポートしていく(⇒国の下請にはならない、国の施策は利用する)
 - ・行政・金融機関・学校・経済団体・市民等が協働して中小企業支援を行っていく(⇒新たな中小企業支援のスタート)
 - ・首長、議員、担当職員が変わっても永続的に中小企業を支援する
 - ・行政のさまざまな機関がそれぞれの立場で中小企業を支援

条例のめざすもの ②中小企業が変わる

- 第2に、グローバル化、IT化などによる産業構造、高齢化・人口減少などの社会構造の激しい環境変化のなかでも生き残り、発展していく中小企業に成長していくことで地域経済・産業・社会・文化に貢献を
- ・環境変化を認識し、それを積極的に乗り越えていく
中小企業に
⇒そのために必要な支援を
- ・中小企業自身も自ら変革していくことを強く自覚し、従業員と地域に対して責任を持つ経営者(中小企業家)、地域における地域企業(産業)人、として成長していく

条例の第1の目的は、中小企業が安定的持続的に経営を行い、地域社会、地域経済の要としての役割を果たせるようにすること

- 条例が期待する中小企業？
- 第1に、安定的な持続的な事業を行う企業⇒地域経済循環、地域資源の活用、雇用、地域活性化・・・
- 第2に、中小企業が事業活動しやすい環境を地域で創っていくことに関心を持ち、主張する企業⇒自社にとって望ましい環境は多くの企業にとっても望ましい環境、地域を変えていく中小企業
- 第3に、地域で信頼される企業づくりを行っている企業
=事業内容、ボランティア等々⇒地域の誇り

条例のめざすもの

③中小企業振興への考え方を变える

- 第3に、既存の地域産業振興、中小企業振興への考え方(産業軸中心、国の施策中心、補助金中心など)から、新しいパラダイムに基づく地域産業振興、中小企業振興へ(地域中心、「企業」中心、創造中心など)

・既存の政策

産業軸の強さ 中小企業庁は経産省(通産省)の一部局

産業の競争力強化、構造調整(衰退産業)対策としての性格が強い

行政の縦割り 商・工・サービス業は中小企業庁、建設業や農林水産業は... 社会福祉法人は...

政治力の強い業界の影響力

⇒21世紀になると リーディング産業の欠如、産業の波及力の低下、財政的余裕の減少

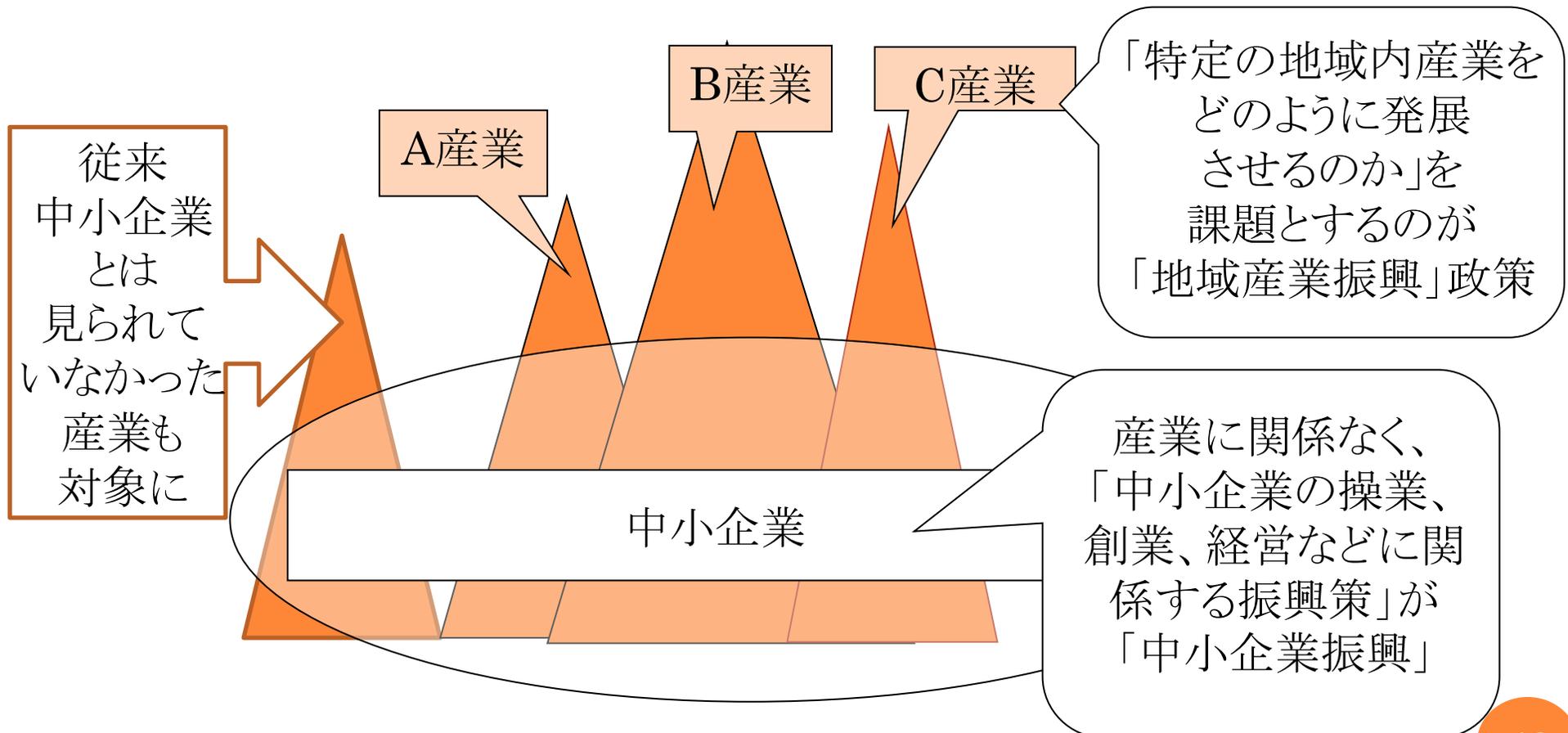
地域ごとに抱える問題が複雑に＝国の施策が地域で通用しない

⇒地域産業振興、中小企業振興のパラダイム転換

産業を超えた地域内での経済循環、 価値連鎖、価値創造が必要

⇒その担い手が地域内の「中小企業」

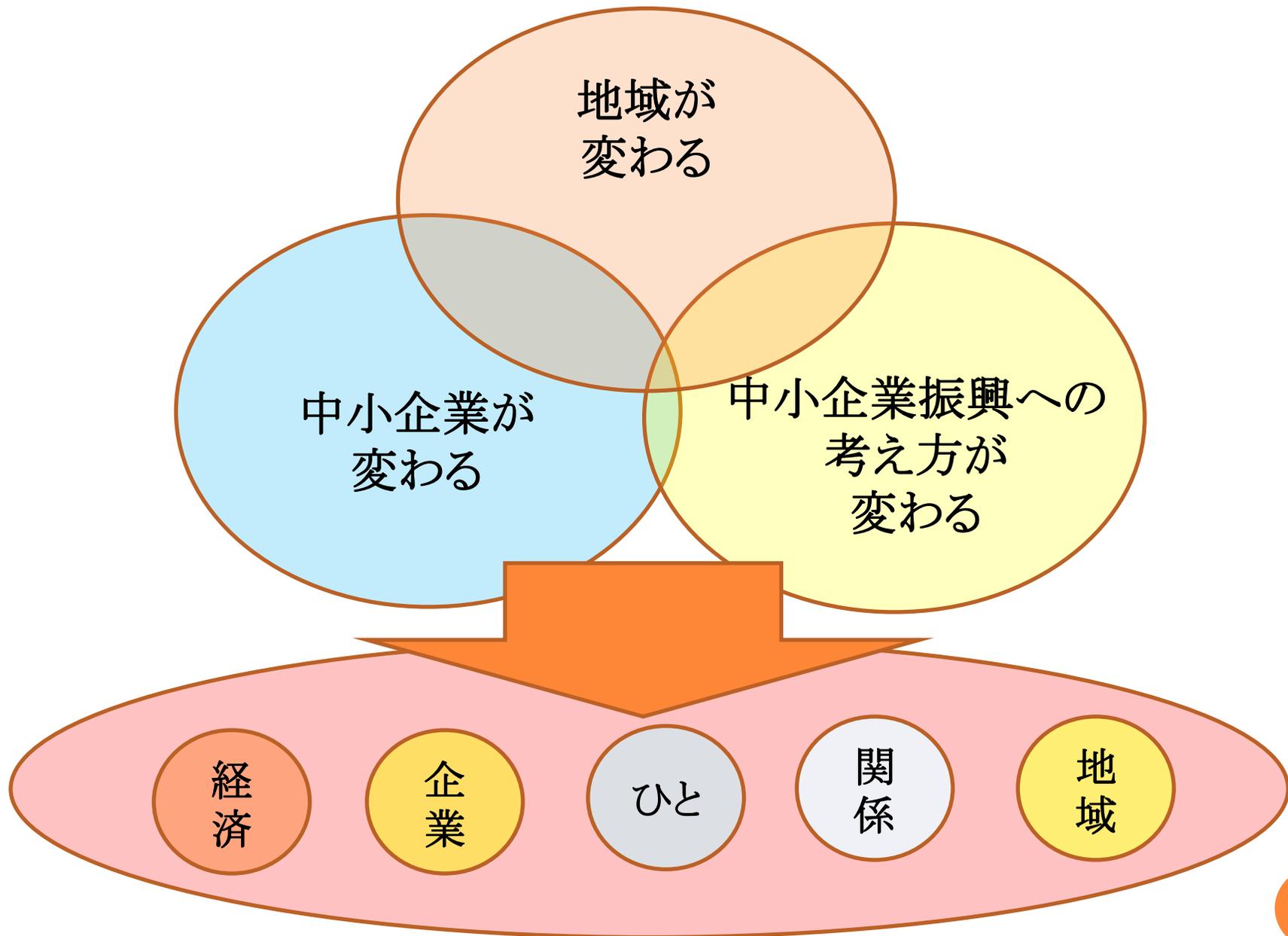
⇒「中小企業」も広くとらえる



「中小企業」を切り口にした地域経済振興、 地域産業振興の重要性

- 「中小企業振興」 産業の範囲を特定せず、中小企業の新たな取り組みを支援
 - ⇒ 新たな取り組み、創意工夫を実現できる場と条件を支援
 - = 個々の中小企業を出発点とした施策
- 「中小企業」の範囲は 商・工・サービス業に限定されない
 - ⇒ 農業、社会的企業、福祉等々 ⇒ 地域内の経済循環・価値連鎖・価値創造に関係、雇用を創り出す、「企業家」的発想と能力
- 既存の振興策(組織化、補助金等々)にとらわれない
 - ⇒ 産業連携、企業連携、問題解決、情報提供など
 - ⇒ 条例は、地域視点、中小企業視点の新たな地域経済、地域政策

中小企業振興基本条例の画期的な点



条例の役割

中小企業と地域の変革で強い地域を創造

- 地域に、どのような企業が、どのように頑張っていくことが必要であり、それに対して地域がどのように支援していくのかを明示
 - ⇒中小企業自身が環境変化に対する事業革新や社会的役割を自覚、地域への意識などの面で積極的に＝企業家、地域企業人として成長を
- 企業、行政、支援機関等の中で新たなネットワークを形成し、新たな経済を創造していく⇒関係がなかったものの間で新たな関係が形成され、地域内に新たな価値の創造、生産・消費、モノ・カネの流れが
- 新たに企業が生まれる、企業が新しいことにチャレンジする、新たな雇用が生まれる、など地域経済の活性化を目に見える形で進めていく

条例の制定状況

地域別 時期別条例制定状況（区市町村）

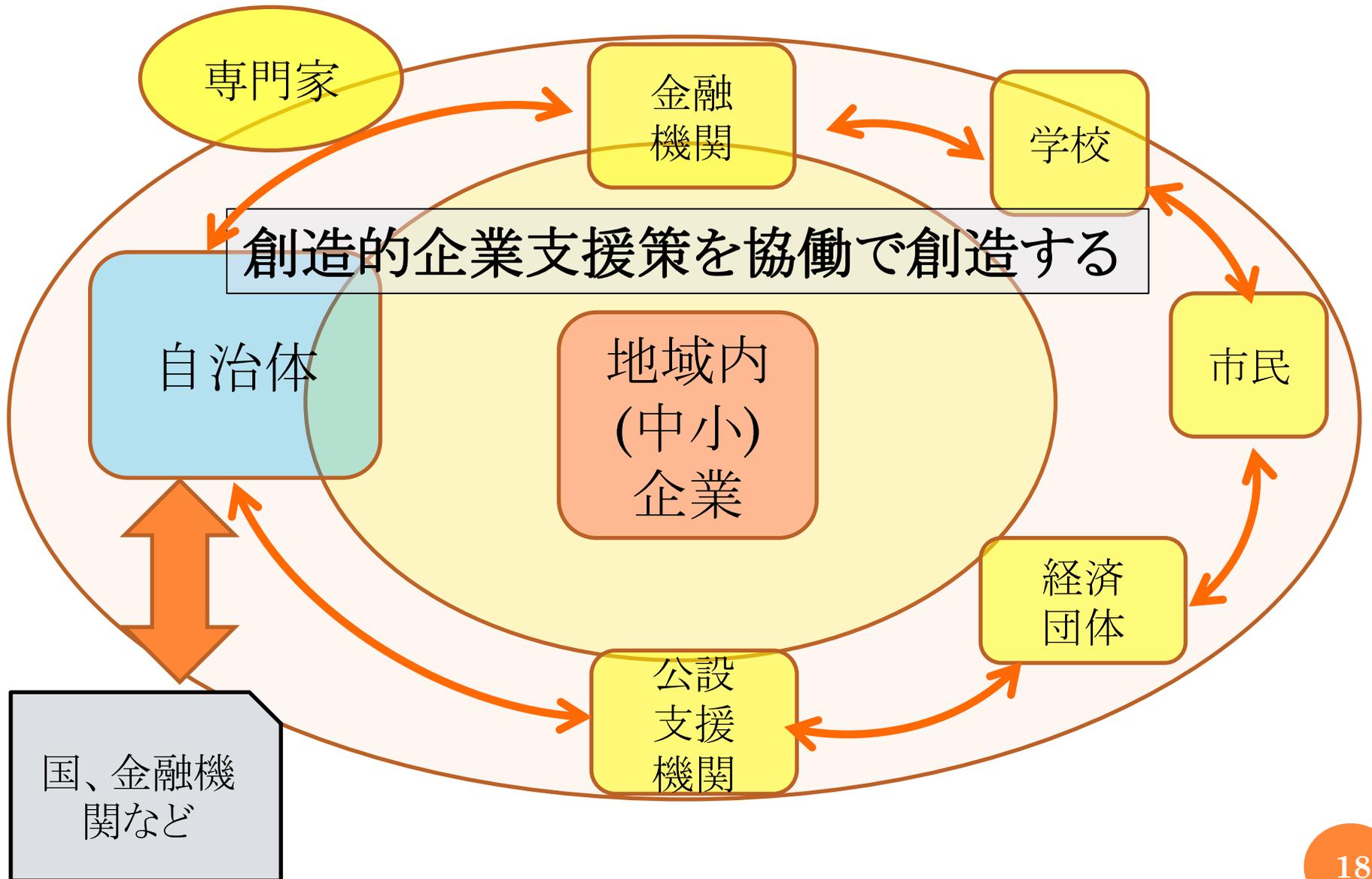
	～1990 年度	91年度～ 00年度	01年度～ 05年度	06年度～ 10年度	11年度～	計
北海道				8	7	15
東北			1	2	2	5
関東（除 東京都）			2	12	5	19
東京	4	6	6	6	1	23
中部		2	2	5	5	14
近畿			1	4	11	16
中国				2	3	5
四国					4	4
九州・沖縄		1		4	4	9
計	4	9	12	43	42	110
都道府県	0	0	3	13	10	26

注) 各種資料より作成。

2000年代後半から加速化して全国に広がっている

- 1979年墨田区がスタート
- 制定の経緯の多様化 首長・行政提案中心から最近では議員提案も増える 行政主導から民間のはたらきかけ
- 多様な形態の地域で 当初は都市型産業(工業)集積地域が中心⇒多様な産業が集まる大都市周辺、地方都市、農業地域等 ⇒条例の課題も多様に
- 県レベルの条例の増加 誘致や新産業育成中心からの変化
- 生きた条例の必要性 条例制定とともに中小企業振興の具体的な施策の検討を⇒条例の活かし方に課題が

企業支援の地域内協働ネットワーク



地域経済振興、中小企業振興における 自治体の役割

- ①地域経済、地域産業、地域社会の問題認識を行政、関連機関、経済団体、中小企業、市民等と広く共有
 - ・協働の基礎
 - ・自治体の新たな役割
- ②先行事例を参考にしつつ、地域独自の課題を明確にしていく
 - ・先行事例の蓄積⇒地域産業振興の定石
 - ・共通性を理解しつつ、地域にあった独自なものを創り上げていくことで、本当に意味のあるものになる

地域経済振興、中小企業振興における 自治体の役割

- ③自治体が地域支援ネットワークの中心として積極的な役割を果たす
 - 1)21世紀の現在に対応した地域産業政策への転換～地域内(中小)企業支援を中心に、既存の枠にとらわれない
 - 2)地域の企業を支援する姿勢を明確にし、地域内支援ネットワークの構築～地域全体で支援する体制を
 - 3)関連機関や企業・専門家等との協働による新たな企業支援策の検討を
 - 4)施策の担い手、産業や企業の担い手、地域のリーダー、地域サポーターの育成～人材育成

地域産業政策を創造する仕組みと人材づくり 「振興会議」の役割

・地域産業政策を創造する仕組み

- ・行政、関連機関、企業、専門家等の協働で実施＝問題の複雑性、地域内の力で解決

- ・「中小企業振興会議」「産業振興会議」・・・

①課題意識を高める場⇒調査などによる地域経済、地域産業、中小企業の課題の共有

②協働の場⇒振興会議(円卓会議)の運営の工夫と生きた討論⇒生きた活動への展開と議論の広がり

③成功の場⇒支援や新しいネットワークの形成などによって、成功する企業を生み出していく⇒新たな事業展開の可能性に広がりと実際の成功事例の積み重ね

・求められる「人づくり」

- ・行政、企業、関連機関、市民、専門家等

- ・協働、地域への問題意識

- ・専門性

- 施策の科学性、具体性、先進性
- 計画、実施、分析⇒問題意識の共有、関係者の学習

条例

- 「協働」の体制
- 問題意識の共有と学習、成長の場を総括し、発展させる場
- 実践の場、成功の場

調査

振興会議

- 現状に対するリアルな認識
- 現状把握、分析、方向性、ビジョン
- 「協働」による調査→調査結果の共有、活用

変化に強く、豊かな地域に

経済
づくり

企業
づくり

ひとづくり
企業、行政、
経済団体、
関連機関

ネット
ワーク
づくり

社会・
地域
づくり