

## 第1回地域中小企業政策小委員会における議論の整理（案）

### 1. 中小企業による地域資源を活用した付加価値創造の重要性

多くの地域には、同一業種に属する中小企業が集中して立地し、歴史的に技術・技能などが蓄積されてきた地場産業が存在しており、地域経済を支えている。地場産業の多くは国際分業が進む中で事業者数や工業出荷額が減少しているが、その中でも、地域で培われた技術等を活用して市場ニーズに対応した新商品・サービス等を開発・提供し、発展している中小企業が存在。

経済のグローバル化が進む中で、「地域資源」を強み（競争力の源泉）として活かしていくことが重要になっており、地域に密着した存在である中小企業による地域資源を活かした付加価値創造が重要である。この際、付加価値創造とは、商品・サービス等が利用者にとって評価されるということであるから、常に市場を意識して地域資源を有効活用していくことが重要。

### 2. 「地域資源」について

「地域資源」については、産地の技術、地域の農林水産品、伝統、文化、自然・景観等を幅広く捉えるのはよいが、食品、伝統工芸品、服飾、家具など地域資源の種類によって、共通部分と相違部分を仕分けながら、その特質を踏まえたきめ細かい議論が必要。

### 3. 地域中小企業の課題

企業の勝組に共通する4つのポイントは、マーチャンダイジング、提案の仕方（店舗づくり）、顧客や消費者とのコミュニケーションツールとして、雑誌、インターネット等を積極的に活用、販売スタッフにコストをかけるということだが、中小企業はよい商品を作っても、4つの要素が欠けている場合が多い。

地域の中小企業は、マーケティング戦略と顧客開拓のための出口戦略ができていない。とりわけ、付加価値が地域内に留まらないことが問題。

売れる商品づくりのために必要な、市場ニーズの把握、商品企画・開発のノウハウが不足している。また、商品開発等に必要な専門家へのアクセスが容易でない。

I P O 志向企業でも、必要なのは資金ではなく、人の確保。

優れた商品開発計画、販路開拓計画等を有していても、実際に計画を動かしていく有能な人材の確保が出来ない。

試作品開発等に必要な資金が不足している。設備投資等に必要な資金の調達が容易でない。

販路開拓を進めるための情報の入手や情報発信が容易でない。

2003年「繊維ビジョン」では、自立支援と輸出振興が柱で、「プロダクトアウトからクリエイションアウト」といわれている。

#### **4. 特定産業集積活性化法（B集積）の評価**

産地など地域中小企業による事業活動に対する支援としては、平成9年6月より実施してきた「特定産業集積の活性化に関する臨時措置法」に基づく支援があるが、本支援制度は、集積地域の中小企業がめまぐるしい環境変化に対応していくことを円滑化する面で、一定の効果はあったと考えられる。

しかしながら、支援策の活用実績に表されるように、必ずしも地域中小企業のニーズにあった支援策になっていなかった面がある。具体的には、以下のような課題があると考えられる。

進出すべき特定分野をあらかじめ都道府県が定めるというスキームが、市場ニーズに応じた価値創造が求められる市場環境に必ずしも適していない面がある。また、5年という計画期間では、市場環境の変化に柔軟に対応できない。

マーケティング等に関するアドバイスなど、中小企業の課題にきめ細かく対応した支援ができていない面がある。

支援対象地域の認定要件が一定規模以上の製造業の集積地域（50社以上又は工業出荷額100億円以上）に限定されている。

全国の産地組合は、同法を活用し努力している。現在進行中の認定計画等については、計画期間が5ヶ年のものが多いため、法律の廃止に伴う経過措置を考慮する必要がある。

## **5 . 国等の支援の在り方**

これまで、多様な地域中小企業施策が講じられているが、国、都道府県、市町村の各段階で施策が重複しないよう、役割分担を明確にし、連携していく必要がある。

国の役割としては、良い事例を築き上げていくとともに、地域中小企業のやる気とアイデアが湧き出るよう、新聞やテレビ等で社会に対して、そのサクセスストーリーを大いにアピールすることが必要。

都市部と地域の連携が重要視されているが、地産地消の取り組みについても支援すべき。また、新規性に乏しいものでも、成功が期待できる取組については支援対象とすべき。

関係省庁、地方自治体、支援機関、地域金融機関、市民団体、NPO等が緊密な連携体制のもと、重点的な支援を行っていくことが重要。

## **6 . その他**

機械産業は、今後、地域産業をリードする有望な産業であるが、地域資源を活用していないため、本制度では対象とならないのではないか。機械産業については、地域資源の活用というアプローチから捉えるのか、別のアプローチから捉えるのか検討する必要がある。

農業と各産業がマッチングすれば、農業が変わってくるのではないか。

価格競争に走りすぎており、品質競争ができるよう流通業界に理解してほしい。

- 以上 -