

報告書要約**今後の地域中小企業に対する支援の在り方について（仮題）
～ 地域資源を核とした自立的な地域産業の形成～****1 . 地域中小企業を取り巻く経済環境****（ 1 ）地域経済の現状と構造変化**

日本経済全体が緩やかな回復基調にある中、大都市圏以外の地域においては、中小企業の景気回復に遅れ。公共投資に依存しない、域外市場も視野に入れた自立した地域産業の形成が重要。少子高齢化や人口減少社会の到来、グローバル化と国際競争激化など、地域産業、中小企業に対する深刻な影響が懸念。

（ 2 ）地域経済と中小企業

多くの地域において、中小企業の活力向上が地域経済の活性化の鍵であるが、中小企業のほとんどはその地域の経済構造に組み込まれており、地域経済の動向に大きな影響を受けるため、地域経済全体が活性化しなければ中小企業の収益向上は難しい。

一方で、地域又は地域産業が持つ特性やブランド力を自らの製品やサービスに活かすことで、他地域の企業との差別化を図ることが容易であり、中小企業が有する「地域性」は自らの優位性の源泉にも成り得る。

2 . 地域中小企業政策の系譜（特定産業集積の活性化に関する臨時措置法の評価）**（ 1 ）特定産業集積の活性化に関する臨時措置法の概要と実績**

中長期的に中小企業の足腰を強くするとともに新たな産業の芽を育てることを目標として、平成 4 年に施行された「特定中小企業集積の活性化に関する臨時措置法」が発展的に解消され、「特定産業集積の活性化に関する臨時措置法」が平成 9 年に施行。産地、企業城下町等の地域中小企業集積を、事業の効率化や、新分野開拓の苗床としての機能を有するもの位置づけ、その活性化を図るため、補助金、税制、低利融

資等による支援を実施。

(施策体系)

国が、対象となる「中小企業集積」の考え方等を示した「特定中小企業集積の活性化指針」を策定。指針に基づき、都道府県が「活性化計画」を策定。中小企業等は都道府県の「活性化計画」に基づき、具体的な事業内容や目標等を記載した「進出計画」を策定し、都道府県知事の承認を申請。

承認を受けた「進出計画」に基づく事業に対し、新商品・新技術開発に係る補助金等各種支援を実施。

(施策の実績及び評価)

都道府県が設定する特定分野の工業出荷額や中小企業者数の目標達成率は、それぞれ1割前後と低くなっている一方で、これらの数値が改善した地域は、それぞれ全体として約64%、約60%。特に産地型集積の業況は全体として低迷。

各種支援策の利用状況に関して、補助金、税制、融資の件数は総じて減少傾向。

(2) 特定産業集積の活性化に関する臨時措置法の評価

新たな分野の出荷額等が改善するなど事業転換が図られ集積内の結びつき強化や外部との新たなネットワーク構築に一定の成果。

全体としては工業出荷額や中小企業者数の伸びが十分見られていない一方で、集積に蓄積された技術等の強みを活かし事業展開に成功する中小企業の動きが拡大。支援対象となる集積の要件が、一定規模以上の製造業の集積地域に限定されているため、地域産業の実態を踏まえると支援対象が限定的。

既存の集積の総体としての活性化を目指したため、集積に蓄積した技術等の資源を活かした個別の事業展開によって、新たな地域産業が創出されるといった動きの把握が困難。

集積地域全体として「進出すべき特定分野」をあらかじめ定めるというスキームが、消費者・顧客のニーズに応じた事業展開の制約となっている面が存在。

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人的支援が不足。

3. 地域中小企業の新たな動きと課題

(1) 地域の強みを活かした中小企業の新たな動き

中小企業が地域に存在する固有の資源（産地の技術、農林水産品、文化財・自然景観等観光資源）を活かし、磨き上げて、自らの「強み」に転化していく動きが拡大。

これらに共通する点として、中小企業が事業展開を行う際の競争力の源泉として他地域と差別化を図るため、「地域資源」を有効に活用。従来の「商品」の枠にとらわれず、自らの強みを核として磨き上げ、消費者・顧客に受け入れられる新たな「商品」を提供し、新たな「業種」への展開を模索。

これらの資源は、地域内の事業者が共有しうるものである一方、域外への需要開拓において差別化の重要な要素として用いられている。

(2) 地域資源を核とした新たな企業群の生成

また、地域の中小企業が「地域資源」を再発見し新たな発想で市場を切り開くことで、「地域資源」を共有する他の中小企業の事業展開につながり、新たな企業群が形成され、新たな産業形成の萌芽となっている例も存在。

さらに、地方自治体や支援機関、産学の団体、大学、NPO等が、地域の強みとなる新たな資源を掘り起こすための人材育成等に取り組み、こうした動きを地域全体で進めていこうとする取組も進展。

(3) 地域資源を核とした自立的な地域産業形成に向けた課題

中小企業による地域資源の活用が新たな地域産業、集積の形成につながっていくためには、克服すべき様々な課題が存在。

地域資源等の価値認識における課題

中小企業が地域資源も含めて自らの競争力の源泉（強み）や地域資源のもたらす価値を認識することは容易でなく、消費者、顧客等外部からの視点が不可欠。また、事業拠点が少なく活動範囲が限られる中小企業にとって、域外市場等の情報入手や人的ネットワークの確保が困難。

地域資源を活用した需要開拓における課題

中小企業が域外市場等の需要開拓を行う上で、市場調査、商品企画等に必要なノウ

ハウや人的ネットワーク、設備や資金、人材を確保することは大きな負担。組織面・資金面で規模が小さい中小企業にとって、各段階においてこうした負担を軽減し、事業を円滑にする仕組みづくりが重要。

地域資源を核とした自立的な地域産業形成等における課題

地域資源を活用した需要開拓を新たな地域産業につなげるためには、関係機関の連携により地域全体で、個別の中小企業では取り組みにくい技術開発や共同での販路開拓、人材育成、人的ネットワークの構築等が必要。

4 . 今後の地域中小企業政策の方向性

地域経済が持続的な発展するためには、地域産業を日本経済全体の構造変化に対応できる強靱なものにし、新たな地域産業が生み出される環境を作りだしていくことが重要。その牽引役となるのが、地域経済を自らの事業活動の基礎に置き、地域経済を支えている中小企業。

地域に存在する地域資源の価値を再認識し、それを活かした中小企業の創意ある取組を促進するとともに、その地域資源の価値を更に高め、蓄積して、地域産業の強化あるいは将来における新たな地域産業の創出につなげていくことが今後の地域中小企業政策の基本的な考え方。

(1) 「地域資源」の発掘と強化

地域資源とは

地域資源は、地域内で事業者にある程度共有され活用可能であって、地域に特徴的なものとして認識されており、中小企業による有効活用を促進することにより、新たな地域産業形成の核となり得るもの。個別企業や個人のみが有する経営資源の枠を超えて、地域において生まれ、培われてきた資源が、「地域資源」の有力候補。

具体的には、地域において特徴的な原材料等の素材と技術その他の見えざる資産であって、以下のようなものを想定。

- ・産地等において共通して利用されている特徴的な素材や技術
- ・地域で生産されてきた特徴的な農林水産品

- ・ 地域の事業者が自らの強みとして利用出来る文化財、自然等の観光資源

地域資源価値の再確認と強化

中小企業の重要な「強み」の一つである地域資源の価値は、消費者・顧客起点の事業展開を行うプロセスを通じて再認識され、これを促進することで更に強化。

地域資源とそれを活用する中小企業の強みと弱みを外部の視点で見直すことを目的とした「場づくり」(勉強会、交流会)の促進が重要。

新たなビジネスや産業の核となる地域資源を生み出すため、産学連携による実用化へ向けた研究開発への支援が必要。

国や地方自治体、地域の支援機関等が、地域資源の活用を支援するため、外部の視点を確保しながら、その価値を分析・評価することも重要。

(2) 地域資源を活用した中小企業の事業展開

地域において再確認された地域資源を活用し、新たな地域産業の核としての価値を高めるのが、地域の中小企業の創意あふれる事業展開であり、これを効果的に実現していくことが重要。現行の集積活性化施策のように、都道府県が集積地域全体として「進出すべき特定分野」をあらかじめ定めるのではなく、地域が共有する「強み」となり得る地域資源を発掘し、そこからの発展を中小企業等の創意工夫に満ちた主体的な事業展開に委ね、その成果を地域産業の力として蓄積し、強化していくことが、今回の政策転換の要。

こうした観点から、顧客にいかに価値を提供するかという視点に立ち、商品企画・開発から生産工程・サービス提供体制、販路開拓まで事業の各段階に応じた効果的な支援を行うことが重要。支援にあたっては、関係省庁、地方自治体、関係支援機関、地域金融機関等が連携して実施することが必要。

ビジネスプランづくりにおける支援

具体的には、ビジネスプランづくりの段階において、マーケティングや販路開拓、デザイン等に精通した専門家が中小企業の課題に応じて的確にアドバイスする支援(ハンズオン支援)を行う仕組みが有益。

事業実施における支援

事業実施段階において必要な試作品開発や展示会出展等に対する資金面の支援や、政策金融機関による低利融資や補助金、税制措置等による支援。商談会やアンテナショップの開催等を通じて取引機会の拡大を図ることが重要。

(3) 地域資源を核とした自立的な地域産業の形成

地域の事業者による連続的な展開を促進し、自立的な地域産業の形成につなげていくためには、国や地方自治体のみならず、地域の様々な機関が、地域資源の活用と強化、それを核とした新たな地域産業の育成に向けて、連携して施策を講じていくことが重要。地域産業全体として、高水準の品質管理等を背景に所謂「地域ブランド」を構築していく取組を支援することも重要。

(4) 施策の推進体制について

地域資源を核とした地域産業の形成・活性化を効果的に促進していくためには、地域が主体となった自立的な取組を促すという視点に立って、国と地方自治体とが適切な役割分担と連携を図り、効果的に支援を行うことが重要。

また、中小企業の事業展開に対する各種施策と、各事業分野に関連する関係省庁の施策を相互に補完しあうことが重要。

さらに、流通事業者、マスコミ、金融機関、NPO法人等民間機関との連携を図ることも必要。

まとめ

地域産業の現状を踏まえ、行政機関や地域の支援機関等がその基礎にある「地域資源」を認識し、中小企業による「地域資源」を活かした創意あふれる事業展開を促進し、その動きを新たな地域産業の形成につなげていくことが新たな地域中小企業政策の方向性。地域全体の底上げを目指すのではなく、地域において「地域資源」を核とした新たな発想で消費者・顧客に価値を提供する中小企業が現れ、そのように飛び抜けた者が新たな地域産業の萌芽となることが重要。

地域産業がよって立つ足場を常に確認しつつ、場合によってはそれを創造的に否定する新たな動きをも促進し、それによってできた新たな足場を確認する。こうした迅速で緊張感ある政策展開が、今後の地域中小企業政策の基本哲学。

こうした政策転換を実施するため、国においては、地方自治体、関係機関や民間企業等との緊密な連携のもとに、総合的に施策を実施していくことが不可欠であることを認識し、叡智を結集して各種施策の展開を図ることを期待したい。