

地域再生における中小企業・ 中小業者の役割と中小企業振興基本条例



中央大学教授
や は た か ず ひ で
八幡 一秀

1 最近の中小企業の動向

最近の中小企業の景気動向を第154回中小企業景況調査（2018年10-12月期）で把握しておきます。これは中小企業庁が四半期ごとに発表しているものです。業況判断は全体の「良い」という回答割合から「悪い」という回答割合を引いたもので、DIといいます。「Diffusion Index」の略で、簡単にいえばこの数値がプラスだと景気は上向きで、マイナスだと下向きという数値ですのでよく使われています。

図1をご覧くださいますと、直近のDI値はずっとゼロより下です。水面上に浮上したことがありません。「中小企業は景気が悪い」、それが長い間続いているという状況をこのグラフは示しているのです。数値が大きく落ちているところはリーマン・ショック（2009年Ⅰ期）で、次は東日本大震災（2011年Ⅱ期）で、これは非常にわかりやすいです。2014年Ⅰ期に持ち上がっていますが同年Ⅱ期には大きく落ちています。ここは消費税

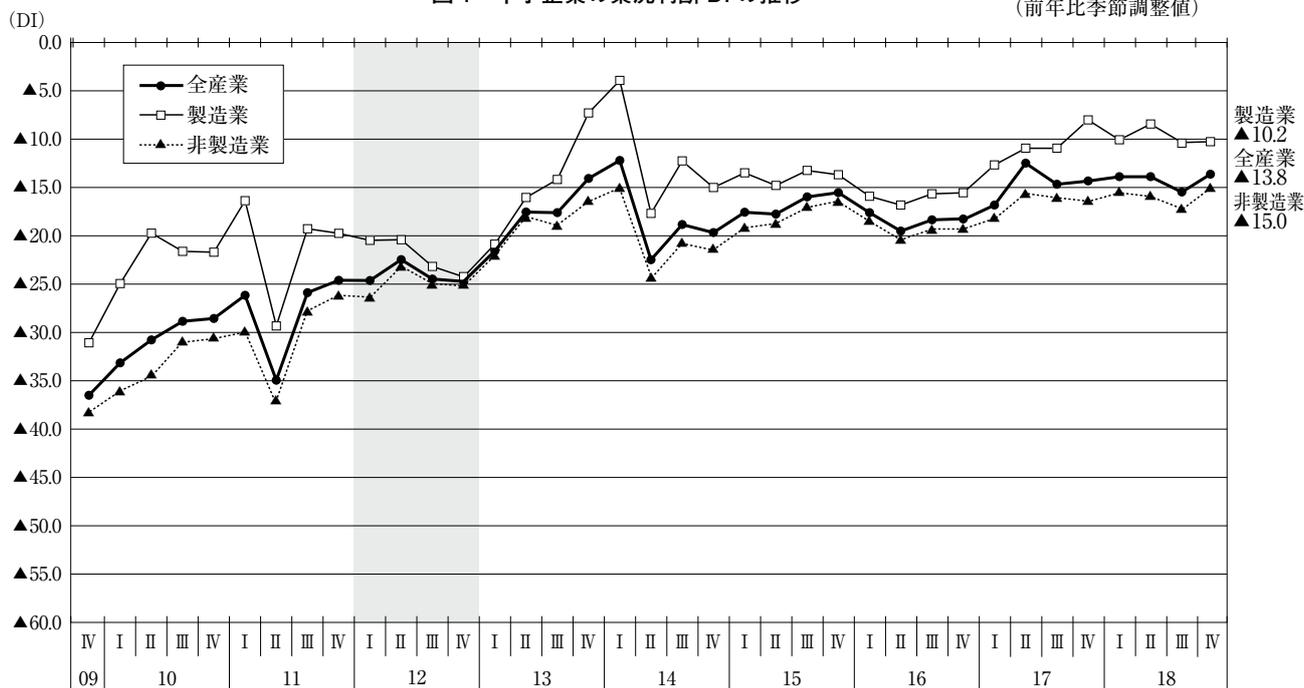
の8%への増税です。真ん中の太線は全産業、上の実線は製造業、下の破線は非製造業です。ゼロまでもう一息までいったのですが、増税でダメになりました。2019年10月に10%に増税するとまた大きく落ちることが予想されています。

中小企業といっても、最も小さい規模は1人、つまり経営者自らが頑張っているところから、製造業ならば300人の規模もあります。全体でこの景気状況なのです。商工会議所・商工会や民主商工会といった小規模企業の多い組織が実施している景気動向調査を調べますと、こんな数値ではない。もっと低い数値になっています。まるで原子力潜水艦のように深く潜行しているような状況がいまも続いています。読者の皆さんは「それで経営がもつのか」とお考えでしょうが、確かにもっていません。小規模企業レベルでは急速に休廃業が進んでいっているのです。

2014年に「小規模企業振興基本法」という法律ができました。この法律にもとづいて、年に一度、政府は報告書を提出しなければならないという義務が発生しています。中小企業庁が『中小企業白書』を出していますが、同じように『小規模企業白書』が2015年度から毎年発刊されていま

図1 中小企業の業況判断DIの推移

(前年比季節調整値)



資料：「第153回中小企業景況調査（2018年7-9月期）」中小企業庁

す。その中からいくつか小規模企業の状況を表すグラフを見ておきます。図2は小規模企業の事業所数の推移です。業種別ですから、一番上の●マーカーの線が小売業、2番目の■マーカーの線がサービス業です。

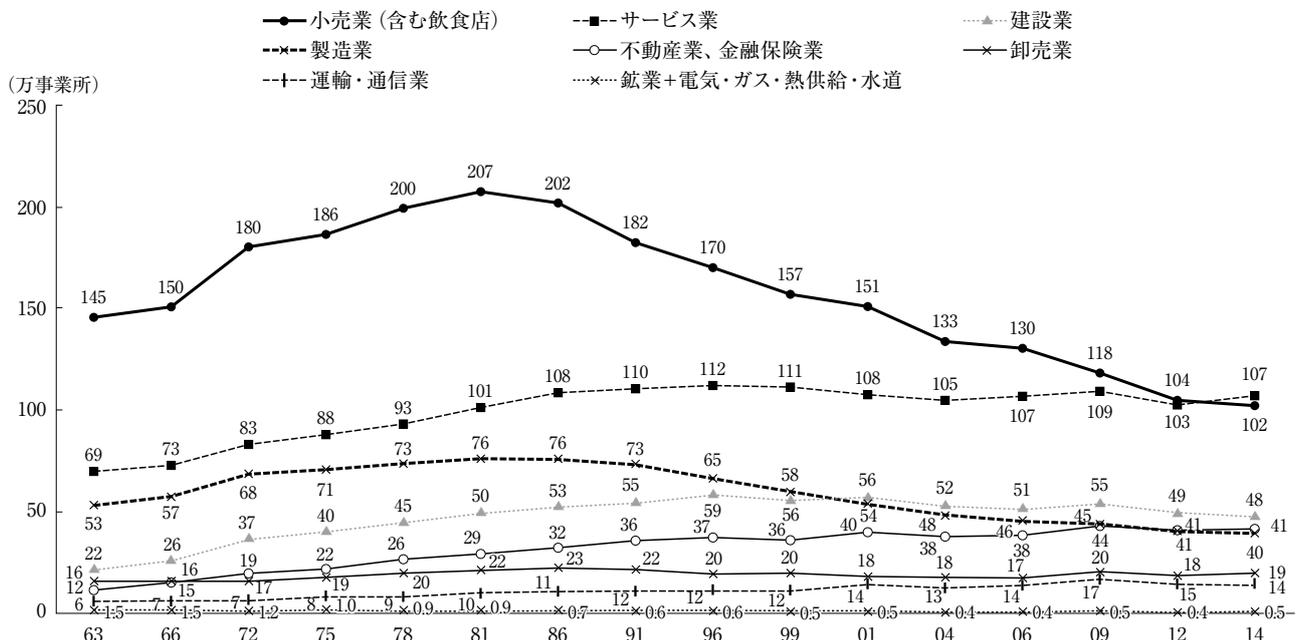
小売業は1981年のピーク時に207万事業所あったのですが、2012年は104万ですから、ほぼ半分に減少しています。次にサービス業の事業所数ですが、1996年までは増加していましたが、96年の112万をピークに減少しはじめ、2012年には103万まで減っています。政府が輸出大企業を中心に好調といっているのは製造業（×マーカーの太い破線）ですが、下請けの多い小規模企業レベルでは決して良くはありません。86年の76万事業所をピークに減少を続け、2012年には41万事業所と、不動産・金融（○マーカー）とほぼ同じ事業所数になっています。つまり日本中から小さな町工場が徐々に消えていったことを、このデータから読み取ることができます。

読者の皆さんのお住まいの地域には郊外型スー

パーや専門店がたくさん入っている巨大ショッピングモールがあり、チェーン店の飲食店がたくさん入っているのではないのでしょうか。しかし、街場の飲食店はどんどん減っているのです。さらに最近では若者だけではなくお年寄りもスーパーやコンビニを利用するようになり、飲食料品を扱う中小小売業は1980年代をピークに落ち込んで、3分の1以下になっています。

図3から小規模企業の経営状況を見てみましょう。個人事業主の7割弱は親族のみなのです。つまり他人を雇うことはできないという状況です。さらに経費を引いた後ではない、手取り収入が300万円までの個人事業主が6割強を占めているのです。大学新卒の初任給はだいたい20万円程度です。12ヵ月で240万円、ボーナスが入れば300万円程度にはなるはずですが、仕事の中身もわからない1年目の新卒者に企業は300万円を出します。その後、手当などもあり給料は増えていきます。これでは苦勞して仕事を身につけて個人事業主になりたいと思う若者がどれだけいるのでしょうか

図2 小規模事業所数の推移（業種別）



資料：総務省「事業所・企業統計調査」（63～06年）、「平成21年経済センサス-基礎調査」（09年）、総務省・経済産業省「平成24年経済センサス-活動調査」（12年）、総務省「平成26年経済センサス-基調調査」（14年）再編加工

- (注) 1. 1991年までは「事業所統計調査」（1989年は「事業所名簿整備」）、1994年は「事業所名簿整備調査」として行われた。
 2. 事業所ベースであり、事業所を名寄せした企業ベースではない。
 3. 統計上の「事業所の従業者総数19人以下・または4人以下」の公表値を使用しており、中小企業基本法に定められた小規模企業者の基準（常用雇用者20人以下（一部の業種は5人以下））ではない。
 4. 「飲食店」は、2001年まで「小売業」に分類されていた。比較を可能にするため、2004～2012年においては「サービス業」に含まれている「飲食店」を「小売業」に含めてカウントしている。

出所：『2015年版小規模企業白書』中小企業庁73ページより転載

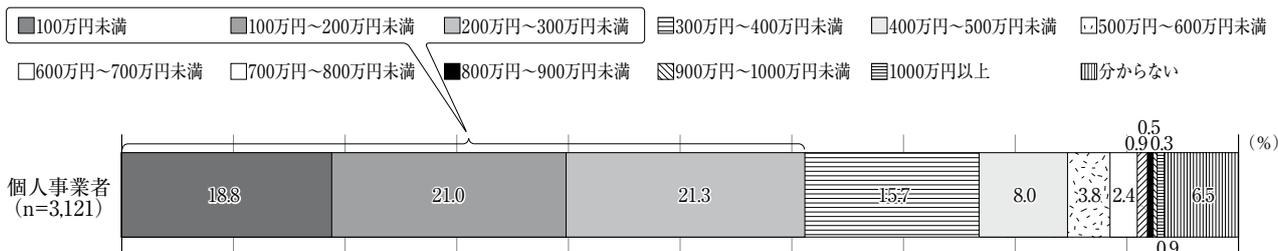
図3 個人事業者の従業者数の構成と経営者の手取り年収

従業者数の構成（個人事業者）

従業者に占める経営者本人・親族従業者の比率



経営者の手取り年収（個人事業者、法人別）



資料：中小企業庁委託「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」（2015年1月、㈱日本アプライドリサーチ研究所）
 出所：『2015年版小規模企業白書』中小企業庁45ページより転載

か。

小規模な個人事業主の収入をもう少し増やさなければ、これからも一層減少してしまいます。中小企業・小規模企業の社会的・経済的な役割に見合った収入が確保できる体制・仕組みづくりが必要なのです。

2 地域の中小企業・中小業者を核にした地域循環型経済の可能性

「地域で循環型経済の可能性を探ろう」というときにどういう経済主体を中核に据えるのか。それは中小企業や中小業者です。中小企業といいましたら、おおよそ他人労働を雇用する力を持っているのが中小企業と考えてください。また個人事業主のように家族だけで、とても他人を雇う余裕はありませんという方々を中小業者といいます。これは法律で決まっているわけではありません。ここでは他人を雇えるクラスの中小企業と家族中心の中小業者を対象に考えていただけたらいいと思います。さて、これらの企業は地域社会の中でどんな役割を果たしているのでしょうか。

1 小さくとも偉大なる創造力

創造力といっても建設業や製造業など、実際にものをつくりあげていくことをイメージしなくても、小売りであったり、サービスであったり、卸売の業界でもいろいろなものづくり、創造性を持っているのだということです。ここにも新しいサービスや製品の開発などを行っている中小企業・中小業者がたくさんいるのです。これまで日本が

戦後70年のあいだに豊かな暮らしが享受できるようになったのは、中小企業・中小業者が持っている偉大な創造性によるものと確認できます。大企業の商品は基本的に量産型でなおかつ規格化・画一化されています。ものがない時代はそれでも良いのですが、現代のようにものが溢れている時代になると、「人と違うものを持ちたい」、「自分の生活スタイルに合ったものがほしい」という気持ちを持つようになってきます。例えば仕事場にある事務机や椅子を自宅にもほしいですか？ 家にはくつろげる空間に、ヨーロッパ調の素晴らしいテーブルや椅子を置いておきたいと思いませんか？ そして代々、子どもたちに受け継いでいきたいと思いませんか？

これらの商品は製作に携わった職人のなかに長い間蓄積されている英知や技、それを会得するための努力、自ら考案した道具などが一体になっているのです。これらは非常に独創性に富んでいるのです。どこの原材料を使い、誰がつくったかわからない、どの国でつくったのかわからないようなものではなく、生産者の顔が見えるので安心できるのです。また、地域の環境を重視し、人間を大事にする商品がわれわれの生活を豊かにしてきていますし、それを担っているのが中小企業や中小業者の力なのだを再確認できます。

アメリカ型の文明の市場万能主義型の経済から、ヨーロッパ型の文化を重視する経済に転換をしていくことが日本でも望まれているのだということです。1990年代に経済産業省もそういう報告書を出しています。私は2010年に1年間大学からイタリアに派遣してもらいました。それ以前97年から13年間は毎年イタリアに行き、イタリアの中小企業・中小業者の職人たちや地方自治体の振興

政策の調査研究をしてみました。

写真1はフィレンツェのミケランジェロの広場からの遠景です。フィレンツェの町は屋根の色が統一されています。日本でもこのように屋根の色が統一され、街並みが整っているところには国内外の観光客であふれています。フィレンツェのこの町並みを維持・補修できるということは、これをつくった時代の技術を継承する職人たちがいるということなのです。

メンテナンスができる職人は建築の職人です。日本では少なくなっている漆喰^{しっくい}を塗れる左官という仕事があります。ヨーロッパ各国では左官職人の社会的評価はとても高いのです。ヨーロッパの古い街並みをみると外壁はほとんど漆喰が塗られています。

2015年、姫路城の平成の大修理が完了しました。姫路城の大天守は白くて立派です。瓦の職人を含め、白漆喰を塗るすばらしい左官職人たちの創造力の賜物です。これを施工した「日本伝統瓦技術保存会」という職人組織があります。この組織は姫路城塗り替えの入札にも参加しました。もちろん大手ゼネコンも参加し、この組織よりも安い金額でゼネコンは落札することができました。ところがゼネコンには伝統瓦に関する技術を持っている職人はいないので、この組織を下請けとして利用したのです。非常にすばらしい技術・技能を持っていても、それが大企業によって下請けとして利用されたことは国会でも取り上げられました。世界に誇れる高い技能を持っているのに、それを正当に評価されないことは是正しなければなりません。

写真1 イタリア・フィレンツェの街並



(筆者撮影)

2 地域に根ざしたきめ細かい利便性（地域ごとに発生する細かい需要への適用）

中小企業・中小業者は地域の細かい需要に対応する利便性を持っています。中小企業・中小業者の創造性は利便性を伴わなければ地域社会に貢献することは難しくなります。大企業の大量生産はあくまでも規格化・標準化なので、それに一番不向きな製品は、中小企業・中小業者が担ってきたのです。

例えば、読者の皆さんは障害者の車椅子はみんな同じだと思いませんか。身体の大きさや力のあるなし、もしくは不自由のある身体の部位はすべて違うのです。全国の各地域に個別に注文が発生します。どこかの地域で大量の需要が発生すれば大企業だって同じものをつくるかもしれませんが、分散して少量の需要については、大企業は不得意なのです。

日本は北海道から沖縄まで南北に長い国土を持っています。それぞれの気候や風土は異なったものなのです。家の建て方ひとつ見ても、北と南は全然ちがいます。それぞれの地域で発生する需要は、その地域に行かないとわからないのです。需要は地域ごとに埋め込まれているのです。

構造的なニーズは、いろいろな方々と日々の接触のなかで目的意識をもって、お互いの理解を深

めるなかで捉えていく。そういうサービスや商品の提供ができるのも中小企業・中小業者の持っている利便性なのです。21世紀は、安心・安全、医療・福祉、環境、情報通信などの分野で中小企業・中小業者の活躍が期待されています。

3 24時間住民として地域社会を支える社会性

第3には中小企業・中小業者が24時間住民として地域社会を支えているということです。中小企業・中小業者は儲けるために大企業のように国内外のあちこちに移動することはできません。個人事業主であれば立地場所が1つであることがほとんどです。もし、支店や工場を新たに展開しようとしても、本社の近隣地域になることが多くなります。当然のように中小企業・中小業者は地域の住民として、その地域社会の中核的な存在になることとなります。万が一、この階層が地域から減っていきまると、その地域社会は成り立たなくなる可能性がでてきます。

例えば商店街を例に見ていくと、商店街は街場の小さな商店の方々がお店をずらりと並べて「横のデパート」として、地域にさまざまな購買・サービスの機会を提供してきたという歴史があります。しかし、いま地域の商店街はどうなっているのでしょうか。飲食店、食料品の販売店はどんどん減っています。特に肉・魚・野菜の生鮮三品のお店が閉まるのは商店街がダメになる引き金です。住民は肉屋、魚屋、八百屋のどこかには毎日買い物に行くものです。日本の購買文化はアメリカとちがって、必要なものを必要な時に購入するというパターンです。

高齢者が買い物をする場合、片道500メートル

が限界といわれています。遠くの商店街やスーパーに往復1キロ以上歩いたうえに、買物の荷物をもって帰ることは大変なことです。近くの商店街が消えていく中で、全国で「買物難民」が増えてきています。買物難民という言葉は、2008年に^{おびひろ}帯広畜産大学の^{すぎた さとし}杉田 聡教授が広めた言葉です。国は「買物弱者」とか「フードデザート」という言葉（フードは食べ物、デザートは砂漠）で表現しましたが、この買物難民は至る所に着実に増えています。タクシーに乗っていかなければ豆腐一丁買えない、こんな地域がもうすでに、地方や大都市部でも現れているのです。買物難民の救世主として注目されているのが徳島県の「移動スーパーとくし丸」です。軽トラックを改造し、商品調達は地域のスーパーと連携して、独立開業を支援する「とくし丸」はなかなか面白いビジネスモデルといえます。こうした24時間住民である中小企業やそこで働く労働者、中小業者、こういう方々の存在こそが地域社会の崩壊を食い止めているのです。

中小企業・中小業者が持っている社会性には、地域社会における人間教育面での重要性があります。地域で子どもや大人が健全に成長するためには中小企業・中小業者が必要なのです。一日の仕事が終わって家に帰る前に一杯飲みながら地域の友人たちと意見交流、情報の交流ができる店の存在が大事になります。地域のお祭りの世話役やPTA役員、老人会や町内会なども24時間住民の中小企業・中小業者の社会性を発揮する場となっています。

子どもたちにも自分たちと違う世代の人間たちと交流できるような地域社会が必要なのです。子どもたちは本来、子どもたちの社会のなかで生き

ています。おじいちゃんやおばあちゃんと同居する家庭は少なくなっています。学校に行くと会話をするのは、同学年と先生くらいです。しかし地域社会では、いろいろな年齢の方々がいます。高齢者と子どもがどういうふうに会話をするのか。こういう人たちと話をすること自体が人間教育の場になっているのです。これがない地域は人間教育ができない場所になってしまうし、グローバルな企業にその代役をしろといってもできません。大企業は地域の行事にお金を出すかもしれませんが、残念ながら中小企業・中小業者の代役をするということにはなりません。このような地域社会を支える社会性を持つというのは、それぞれの地域で働く大企業や自治体の方々も含めていろいろな方々と連携をすることができる素地が、すでに中小企業・中小業者のなかにはあることを示しています。

4 地域の雇用・所得・住民生活を支える経済合理性（地域経済の核）

京都大学の岡田知弘教授は「中小企業、中小業者は地域内再投資力もしくは地域内経済循環の担い手なのだ」「中小企業が地域のなかで地域内再投資力を持っている」と仰います。

簡単に商店街の事例をモデル化して説明します。それぞれの商店街の小売店・飲食店・サービス業者は、営業のための資金がその地域のなかで動いており、ほとんど逃げていきません。小売店などは地域の卸問屋から商品などを仕入れて、地域の消費者や場合によっては同業者、同じ小売店や飲食店に販売をします。売上金は地域の信用金庫や信用組合など、地域の金融機関に預金します。その預金はその地域の中小業者に貸し出され

ていきます。このように地域の資金循環がまわっていけば、税収も上がり自治体も潤うということになります。

中小企業・中小業者が地域経済のなかでの循環を可能にしていけば、その地域からお金が逃げていかないので、その地域のなかでお金がまわり、どんどん膨らんで地域が豊かになっていくことになります。

北海道十勝地方に江別製粉という地元で小麦の製粉を始めた中小企業があります。以前、日本で作っていた小麦の9割以上は薄力粉の小麦だったのですが、いま強力粉や中力粉の作付面積が増え始めています。国内で強力粉・中力粉や薄力粉ができ、それを製粉する北海道の中小企業、それを加工しパスタなどの製品にする食料品の製造業者が出てきているのです。また、それを提供する中小飲食店が北海道のあちらこちらに開店しはじめています。こうして北海道産小麦の地域での経済循環が回っていくようになります。農業者も「もっと小麦をつくろう」となるはずなのです。そうすればアメリカから遺伝子組み換え小麦を買わなくてよい時代がくるかもしれません。このように農業の一次産品など原材料から製造、流通、サービスをそれぞれの地域で手掛ける「6次産業化」が地域の中小企業の連携の多様化で可能になってきています。

3 中小企業振興政策は世界の常識

EU（欧州連合）には「小企業憲章」があります。趣旨は「EUのなかにある小企業を政策的に

ヨーロッパ小企業憲章 European Charter for Small Enterprises

翻訳：中小企業家同友会全国協議会

小企業はヨーロッパ経済の背骨である。小企業は雇用の主要な源泉であり、ビジネス・アイデアを産み育てる大地である。小企業が最優先の政策課題に据えられてはじめて、“新しい経済”の到来を告げようとするヨーロッパの努力は実を結ぶだろう。

小企業はすべての企業の中で経営環境の変化に最も敏感である。小企業は、官僚制度の過剰な負担に悩まされるならば、真っ先に痛手をこうむる。また、小企業は、官僚的で面倒な手続きが減らされ、成功が報いられるような措置が開始されるならば、真っ先に元気になる企業である。

リスボン（※1）において、われわれはEUの目標を次のように定めた。すなわち、EUが世界で最も競争的でダイナミックな知識に基礎を置いた経済となり、持続可能な経済成長、ヨリ多く・ヨリ良い雇用の創出、ヨリ強固な社会的結束を可能にするということである。

1、2000年3月、リスボン（ポルトガル）で開催された雇用拡大と経済社会改革推進のための特別EU理事会

小企業は、ヨーロッパにおける社会的・地域的統合はもとより経営革新、雇用創出を推進する存在として認識されなければならない。

それゆえに、小企業経営と企業家精神のための最良の環境が創造される必要がある。

諸原則

上記のことを推進するに当たって、われわれは

- ・新しい市場のニーズに対応することや雇用を用意することにおいて、小企業がもつダイナミックな諸能力を承認する。
- ・社会的かつ地域的发展を促進し、しかも、進取の精神と参加の模範となって行動する小企業の重要性を強調する。
- ・企業家精神を、責任のすべての水準における貴重で生産的な生活技能（スキル）として認識する。
- ・成功した企業に拍手を贈る。その企業は公正に報いられるだけの価値がある。
- ・どのような失敗であれ、それは責任を負うことができる率先と危険覚悟を伴っており、大部分学習機会として考察されなければならないと考える。
- ・“新しい経済”においては、知識、貢献、柔軟性などの諸価値を認識する。

EUにおける小企業経営の状況は、企業家精神を奨励し、現行の諸対策を評価し、必要ならば、それらを小企業に役立つように変え、政策立案者に対して小企業経営のニーズに正当な考慮を払うことを確実にする行動によって、改善されることが可能である。この目的のために、われわれは誓約する。

- ・ヨーロッパの企業経営がこれから先のさまざまな挑戦に立ち向かえるように、経営革新の意欲と企業家精神を高める。
- ・企業家の活動の助けになる、規制上・財政上・行政上の枠組みを完成し、企業家の地位を改善する。
- ・最も負担の少ない必要条件の基礎の上で、最重要な公共政策の目標と両立する市場へのアクセスを保証する。
- ・最良の研究や技術の利用を容易にする。
- ・企業のライフサイクル全般に亘って、金融の利用を改善する。
- ・われわれの成果を継続的に改善する。そうすれば、EUは小企業経営に対して世界で最良の環境を提供するだろう。
- ・小企業経営の声に耳を傾ける。
- ・最優良の企業経営に対する支援を促進する。

振興しましょう」というもので、2000年6月にリスボン会議で宣言を採択しています。これにもとづいて各国政府は、政策立案をしなければならないという義務があります。このEUの小企業憲章のなかに有名な言葉があります。文書の最初に書かれている言葉です。「小企業はヨーロッパ経済の背骨である」。背骨がなかったら立てません。もっとも大事な骨です。それくらい小企業について重視をしている憲章を、EUの各国は採択しているのです。その文章のなかに「Think Small First」と書いてあります。「まずいちばん最初にSmall Business（小企業）のことを考えなさい」。つまり一番立場の弱い小企業を第一に考えた政策にきなさいということです。

ところで、小企業の創造性を重視した法的な保護育成や技術養成がドイツやイタリアでは行われています。読者の皆さんもドイツの「マイスター制度」はよく耳にしているはずです。ここでは詳述できませんが、イタリアにも「職人企業」という概念があります。これは職人という意味合いだけではなく、経営者自らが現場で働いている小規模企業をさして、一般の中小企業とは分けています。

ドイツでは「手工業秩序法」にもとづいて「マイスター」という称号を与えています。手工業という概念がドイツやイタリア、フランスなどヨーロッパ大陸の国々には残っています。中世のギルドとかツunftと呼ばれる同業組合がありました。日本の歴史でも株仲間とか座とかいいますが、その仲間に入っていないと仕事ができない組合です。手工業では研修生（昔の徒弟）で親方の企業に入って修業し、試験を受けて職人になり、さらに試験を受けてマイスター（親方）にならない

と独立開業ができないばかりか、後継者の育成もできない制度なのです。現在、「手工業秩序法」は2004年に改正されて、EU内の労働者移動の自由から94業種中53業種でマイスター資格がなくとも就業経験があればドイツ国内での開業が可能になっています。しかし、41業種については例外を除いてマイスター資格が必要となっています。

ドイツの手工業94業種はグループ1からグループ7まで分かれています。グループ1は建設関連で、そのうちマイスター資格が必要とされる業種リストのはじめに左官やコンクリート打ちがでてきます。つまりドイツではこの左官業を重視しています。左官業は手の作業ですので、その技能の育成に一番手間ひまがかかります。それ以外にも衣食住といった人間の生活にかかわるさまざまな職種がマイスターの資格を持つ人々によって生産・提供されることで、商品やサービスが一定のレベル以上であると認定されます。

4 自治体による地域循環型の中小企業振興条例

このようにヨーロッパでは中小企業を文化の担い手として重視し、その維持・発展を政策で支援している国が少なくありません。日本もグローバル化という場合には、アメリカ型からヨーロッパ型へと転換していく必要があります。「地産地消」という仕組み、または組織づくりがそれぞれの地域で急がれているのです。その中には、いわゆる小さなエネルギーの発電も視野にいれていかなければなりません。地方に行くと、小さい発電で地域の電力が十分にまかなえる場所がたくさんある

のです。

ところで地域に根ざした中小企業振興政策を策定する際に何が重要でしょうか。一番まずいのは「無いものねだり」をすることです。ここには何も地域資源がないから、「他から有望な企業を誘致しましょう」というパターンでやると必ず失敗します。なぜかというところ「来るということは、また行ってしまう」ということだからです。過去の地域開発の歴史がすべて語っています。まず、その地域にいまある産業集積を前提にして、中小企業・中小業者を主役にした振興政策はつくらなければいけません。その政策を一過性のものにしたために、自前の「中小企業振興条例」が必要なのです。

ちなみに地域の中小企業・中小業者の活力を生かす地域の産業振興計画が必要であるとする考え方はすでに明治時代には存在していたのです。当時の若い官僚たち中の一人に、薩摩藩出身の前田正名まさなという人がいました。彼は産業政策立案には地域産業の実態調査が重要であることを理解しており、農商務省の『興業意見』全30巻という大変分厚い地域産業の実態資料の編集に携わっていました。

明治の日本では日本各地の「在来産業」、いまでいう地場産業が安い輸入品との競合でどんどんつぶれていました。「地域の在来産業の危機的状況を何とかしなければならぬ」といったのが官僚だった前田正名でした。山梨県知事になった前田は繭・生糸の生産や甲州葡萄酒ぶどうの普及を進め、41歳で農商務次官をやめ、「是」（地域の在来産業の振興計画）を提唱し、全国で国是、県是、郡是の必要性を説いて廻りました。皆さんご存じの「グンゼ」は当時「いかるが鹿郡」、現在の京都府綾部市で

行った前田の講演がきっかけで設立された会社で、当時は「郡是製し」（「し」は糸が二つ）という社名で発足しました。

地域経済を豊かにするために、その地域に存在している中小企業を振興対象にするという考え方は近年に始まったのではなく、実は「殖産興業」政策で近代化を推し進めてきた明治時代から存在していたのです。

ボトムアップ型の計画と体制

1979年に「墨田区中小企業振興基本条例」が制定されました。2018年現在で中小企業振興条例が制定されたのは45道府県です。残念ながら、東京都と高知県にはありません。また、中小企業家同友会全国協議会の調査では396市区町の基礎自治体ではつくられていることがわかっています。

このときに重要なのは、それぞれの地域の宝である、中小企業・中小業者の実態把握をすることです。そうすることで地域を深掘りすることができますし、それぞれの地域が持っている産業集積の個性をもっとシャープ（先鋭化）にすることになります。

そして振興計画をつくる時に最も重要なことは、地元の中小企業・中小業者の意見や要求を最大限に取り入れるということです。つまり、上から与えるトップダウンではなく、ボトムアップ型で下から要求を吸い上げて実施し、その結果を検証する体制づくりが大切なのです。そうしないと「計画のための予算をつけました、やりました、終わりです」となってしまうのです。PDCA（PLAN = 計画・DO = 実践・CHECK = 評価・ACTION = 改善）サイクルにもっていかないと

いけないのです。

中小企業振興条例に最初に「区長の責務」を入れたのが墨田区でした。市では「市長の責務」となりましたが、それ以降大企業が多い東京の中央区、工場の移転問題で揺れた大阪府の八尾市では「大企業の責務」が加えられました。その後、愛知県では「金融機関の責務」が入り、「大学や研究機関の責務」、「小規模企業への配慮」、「労働団体への役割」（長野県）などが加えられてきました。「地場産業」を加えた石川県、さらに「学校等の役割」が岡山市で加わってきています。つまり、いろんな地域の構成団体を中小企業・中小業者の振興の中に組み込んでいくことが当たり前になっています。

繰り返しますが、地域の中小企業実態調査をやり、地域の個性を先鋭化させるときに中小企業・中小業者の意見や要求を聞く組織や仕組みをつくるのが重要です。この仕組みは各地域では墨田区の「産業振興会議」という言葉がよく使われています。そして1年ごとに実施状況を検証する体制づくりも大切です。

もう一つ大切なことは協同組織金融機関である信用金庫や信用組が中小企業・中小業者と連携を強める体制づくりです。最近では「産学官（公金）」という言い方を聞くようになってきました。「金」は金融機関のことです。北海道帯広市の帯広信用金庫は、市の中小企業振興条例づくりから産業振興ビジョン策定のために様々な活動を行っています。平日の営業日以外、土曜日にも新規の事業者の相談のために午前9時から午後4時まで「ふれあい相談口」を開設しています。日銀の官僚だった方が帯広信用金庫の担当部長になって活躍されています。さらに地域の農商工にわたる異

業種交流会の開催、十勝エリアの企業景気動向調査の分析、さらに東京や上海での商談会の実施を帯広市と連携して展開し、中小企業・中小業者の活躍により地域経済が発展することこそ地域金融機関の役割との方針を明確にする取り組みをしています。

さて、今後の方向性ですが、いま申し上げた中小企業・中小業者を対象とした「中小企業振興条例」だけでなく、地域建設業に関わる「公契約条例」、「住宅や商店のリフォーム助成」など、農林水産業を含むさまざまな地域の中小企業・中小業者の振興政策を運用や予算措置などで連携させていくことが重要になります。

(本稿は2018年11月22日に開催した第5回「中小企業を元気に！」シンポジウムでの講演をもとに執筆いただきました：編集部)

やはた かずひで 中央大学経済学部・大学院経済学研究科教授。専門分野：中小企業論、地域経済論、地場産業論など。主な役職：自治体問題研究所副理事長、多摩住民自治研究所理事長、全商連「中小商工業全国研究・交流集会」常任実行委員、労働総研理事。1980年代から東京都の依頼で地場産業実態調査を17年間担当する。90年代に入ると大型店・中心市街地・商店街問題を研究テーマとして全国を行脚する。21世紀にはドイツ・イタリアの中小零細企業政策を研究し、2010年にはイタリアのトスカナ州で1年間イタリア中小企業政策と、ついでに美味しいワインとイタリア料理を研究する。近年は台東区浅草地域の靴産業の実態調査や若手職人育成にむけた自治体政策や中小流通業における多様な雇用形態、さらにはグローバル化と産業集積地域の変容について研究を行っている。最近の論文に、「東京都の地場産業の研究—皮革関連製品製造業を事例として—」（中央大学経済学部『経済学論叢』第59巻第5・6合併号、2019年3月）。