

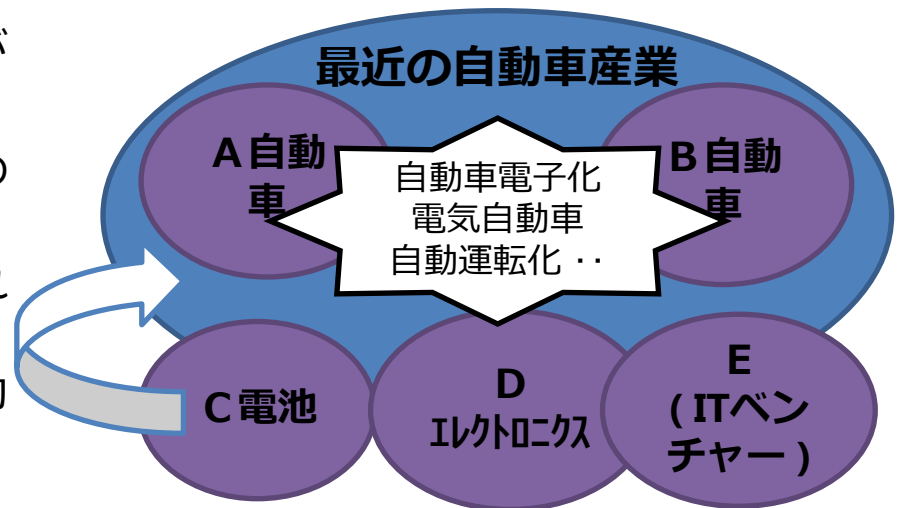
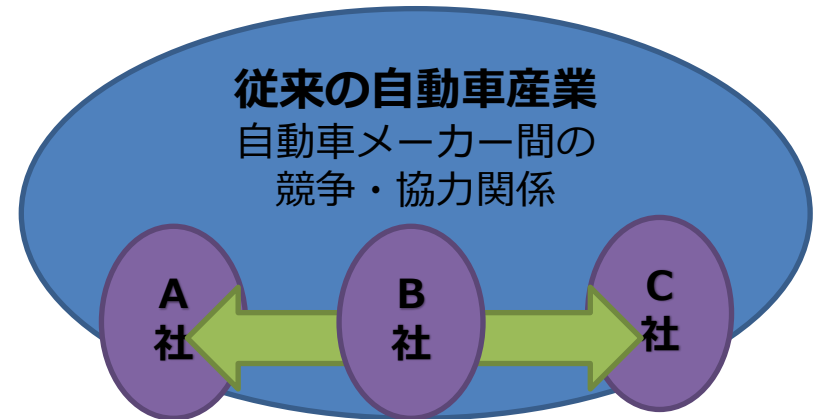
八尾市の産業振興について

八尾市産業政策アドバイザー
慶應義塾大学 植田浩史

日本経済と地域経済 大変動の時代

国際競争環境

- 国際競争関係の変化
= 製品が変わる、
上位企業が変わる ← 技術の変化 (ME化、デジタル化など)、
市場の変化 (新興国ボリュームゾーンの比重の拡大など)、
資金移動の変化 = 大量に、即座に (マネーのグローバルな移動)、
グローバル分業の拡大
- 「産業」の枠の変化、競争相手が誰になるかわからない
- 「既存の延長線上に企業、産業の未来はない」
⇒ 新しい価値 (= 市場に受け入れられるプラスα) を常に創造していく ⇒ 「新しい価値」自体が流動的



現在の環境変化の中で 中小企業に求められること

国内市場の「縮小」、人口減少、高齢化

⇒実際は供給過多な業界が多い

⇒**従来のやり方は通用しない**

- ① 産業の競争力の低下、グローバル競争 = 中小企業の「**自立**」が必要
- ② 地域や顧客に求められる企業しか生き残ることができない⇒地域、社会、従業員を意識した企業の目的・ミッションを明確にし、その実践を計画的に進めていく厳しさ = 経営理念、戦略、経営指針を明確化した企業づくり = 「**自律**」が必要
- ③ 時代・ニーズ・技術の変化、スピード感が問われる⇒⇒変化を後追いするのではなく、自ら変化を創り出す = 「**革新（イノベーション）**」
- ④ 自社に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 = 「**連携**」
- ⑤ 中小企業によって新しい経済、新しい循環、新しい価値を地域で作り出す = 「**創造**」

「自立」「自律」「革新」「連携」「創造」
⇒**キーワードに**

自治体中小企業振興の課題

①地域を変える

- **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**
- 地域にとっての中小企業の重要性についての認識を地域全体で共有し、覚悟を決めて地域で中小企業を支援していく
- 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体制のスタート）
- 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

自治体中小企業振興の課題

②中小企業を変える

- **第2に、中小企業が、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⇒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
- 地域（顧客）、従業員、企業の「三方良し」

自治体の中小企業振興でめざす中小企業像

- ① ベンチャー企業として世界に飛躍する企業に
- ② 将来のマイクロソフト、アップルのような巨大企業に
- ③ 世界をリードするハイテク企業に
⇒こうした企業が地域から生まれていくことは理想であり、可能性を追求することは必要だが・・・
 - ・ 万分の一の可能性を自治体が政策としてどれだけ重視するのか
 - ・ 自治体ができること、できないこと

⇒中小企業振興の対象とするのは？

地域の経済、生活、雇用、社会を支え、豊かにしていく企業

- ・ 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・・・**
⇒**環境が大きく変わる中で安定的であるためには、自らが変わらないとだめ**
- ・ 第2に、企業、従業員、地域（顧客）の「三方良し」を企業経営の柱としている企業
⇒**「ブラック企業」ではない、周りに必要とされる企業、なくてはならない企業**
- ・ 第3に、地域で信頼される企業づくりを行う企業=事業内容、ボランティア等々
⇒ **地域の誇り**

自治体中小企業振興の課題

③中小企業振興への考え方を変える

- **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）**
- 既存の中小企業振興政策 中小企業の「保護」、産業や業界を一括、行政の縦割り
⇒社会構造の変化（人口減少、高齢化、市場縮小等）、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・・・の中で、従来の施策で中小企業振興を図ることはできない
- 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

