

地域経済の好循環実現のための提言

～「ローカル・アベノミクス」の実行に向けて～

平成26年5月29日
自由民主党 政務調査会
中小企業・小規模事業者政策調査会

I. 中小企業・小規模事業者にとっての「アベノミクス」

- ・本調査会においては、「スーパーものづくり補助の導入」や「地方産業競争力協議会の設置」をはじめ、地域の産業活性化とその担い手となる中小企業・小規模事業者の活性化に向けた政策提言を行ってきた。これらの提言は、アベノミクスを支える累次の大胆な補正予算を始め政府の施策として採用され、現在、その具体化が進められている。
- ・このような取組により、経済全体の明るい兆しは随所に見られる。為替レートの適正化による業況の回復、資金繰りの改善を始め、中小企業・小規模事業者は確実に成長軌道に乗りつつある。
- ・しかしながら、円安による材料価格の高騰に直面する業種を始め、業種・地域・規模によって業績回復状況はまだら模様であり、特に、地域経済を支えている小規模事業者の景気回復は遅れている。景気回復とともに、逆に中小企業・小規模事業者の人手不足は深刻化しつつある。消費税率引上げによる駆け込み需要の反動減の影響は、これから顕在化するおそれがある。さらに、中長期的に見ても、人口減少や少子高齢化が進展する中、地域の経済成長の展望を見いだせない地域も少なくない。
- ・こうした状況にかんがみれば、これまでの政府の対応は、地域経済の振興という観点からは、まだまだ力不足であると言わざるを得ない。このままの施策の延長線で、地域経済への真摯な政策対応を欠けば、アベノミクス全体、そして安倍政権への国民の信認と期待が失速するおそれ大きい。政府とかかる危機感を共有しなければならない。まさに、アベノミクスも新たな段階に踏み出す時期に来ている。
- ・本調査会としては、6月の日本再興戦略及び骨太の方針の改定を機に、全国津々浦々の志ある中小企業・小規模事業者の行動と活力を引き出すこと

に重点を置き、「地域」にターゲットを絞った新たな「中小企業・小規模事業者成長プラン」として、地域経済の自律的な発展をもたらす「ローカル・アベノミクス」の具体化と断行をここに提言する。今、政府は、地域経済の自立発展のための投資をためらうべきではない。秋口以降の更なる経済対策・補正予算の編成も検討すべきである。政府において、早急に提言に関する施策の具体化を要請する。

Ⅱ. 「ローカル・アベノミクス」による地域経済の好循環

- ・従前のアベノミクスは、「グローバル市場で競争する企業」がまず裨益し、そこから「地域経済を支える中小企業・小規模事業者」への波及を期待するものであった。しかし、グローバル経済との接点を十分に持たないローカル経済圏では、グローバル経済圏の活況によって得られた成長の果実の波及が期待できる状況にはない。そのため、これまでのグローバルレベルの成長を志向した施策とは全く異なる、経済性、産業特性をふまえた新たな政策体系を確立する必要がある。本調査会では、地域経済の好循環をもたらす政策の体系を「ローカル・アベノミクス」と呼ぶ。

※グローバル経済圏とは、地域・国境を越えて最も優位な場所に生産拠点を立地し、グローバルな競争を行う大企業中心の経済圏である。他方で、ローカル経済圏とは、地域の消費者を顧客とし、地域に密着した事業活動を行う中小企業・小規模事業者中心の経済圏である。

- ・地域経済の確かな成長をもたらす好循環の最大の鍵は、それぞれの地域独自の魅力を持つ「地域資源」の持続的な発展・再生産する仕組みの構築にある。地域資源（農林水産品、観光資源、技術、伝統・文化など）をより魅力ある「プレミアムな」製品・サービスへと磨きこみ、内外の市場につなげ、地域全体で支援することで、自律的に更に魅力ある地域資源を再生産していく。そうした好循環を一つでも多くの地域で実現していくべきである。
- ・このためには、まず、各地域が自らの経済、産業、金融、地域資源全体の実態、その強み・弱み、その将来性について、冷静に見つめなおさなければならぬ。

- ・その上で、以下の三つの段階のプロセスが回ることで、自律的に地域資源が磨き込まれ、地域が潤う好循環を実現し、「日本再興戦略」に掲げた3つの目標（開廃業率10%台、黒字中小企業・小規模事業者倍増、海外展開1万社）の実現に向け全力で取り組むべきである。

＜地域経済の好循環の三段階＞

第一段階 「地域資源の魅力向上（プレミアム化）」（Attraction）

地域資源を磨きこみ、域外から富をもたらし、地域の発展を牽引する「プレミアム地域資源」への進化を促す。



第二段階 「内外の市場への橋渡し（消費喚起）」（Bridge）

内外の消費者に広く受け入れられるよう、稼げる地域製品の市場開拓を様々な形で、徹底的に支援する。



第三段階 「地域全体のコミットメント（好循環を支える体制）」 （Engagement）

地域全体で、戦略的な産品・サービスを特定し、徹底的に支援し、地域資源を大きく育てていくという地域経済主体の成長へのコミットの体制を構築する。そして、当該体制の下で、PDCAサイクルを通じて、地域に新たなヒトとカネを呼び込み、更なる地域資源のバージョンアップが進んでいく仕組みを構築し、国は縦割りを廃して伴走型で支援する。

Ⅲ. 「ローカル・アベノミクス」を実現する三段階の施策

アベノミクスの「成長戦略」をローカル・アベノミクスとして進化させ、地域経済の好循環の各段階において、以下のとおり、知恵と工夫で自らの強みを磨き、新たなチャレンジを行おうとする国民全体に訴求する大胆で骨太な具体策を新たに打ち出さなければならない。

第一段階 地域資源の「プレミアム化」

～地域資源を「プレミアム地域産品」に引き上げる異次元の支援策～

地域資源というシーズを、企業同士の連携や、地元の大学や研究機関、公設試などが持つ最先端の技術的知見の活用しつつ、中小企業・小規模事業者の経営力を強化し、より内外に競争力ある「プレミアム地域産品」へと引き上げる。その際、わが国の中小企業・小規模事業者には将来のビジネスのシードとなる技術やサービスが多くあるが、それを市場に売り込む経営力や戦略が不足している。各地域は、広域ネットワークの支援の下、こうした経営力の強化に取り組まなければならない。そのため、これまで各省がバラバラに展開してきた支援策を地域における志のある中小企業・小規模事業者への支援を中心に骨太に再編して抜本的に強化・拡充すべきである。

1-1. 「日本版フラウンホーファー構想（仮称）」

（知的インフラと一体となった新たなクラスター政策の推進）【政策提案1】

ドイツの「フラウンホーファー研究機構」の果たしている役割も参考にし、大学や研究機関の最先端の研究機能と、地域の中核企業、中小企業・小規模事業者を結ぶ広域ネットワークを構築し、新たなクラスター政策を広域で大規模に展開する。その中核として、地元の大学や公設試験場などを繋ぐ「広域ネットワーク」を位置づけ、内外の市場獲得を目指した各地の戦略産業の育成を支援する。参加企業の収益力を高め、競争力強化を図るため、参加主体間の人材交流を促進するとともに、受注、試作、営業、品質管理などの機能を可能な限り共同化あるいは統合することや、海外とのマッチングも図るべきである。

その際、企業の革新的な技術シーズを事業化に結びつけるため、産業技術総合研究所等の国の研究機関において「橋渡し」に携わる研究者には、企業からの研究資金の受入れや事業化成功状況等を重視する評価軸を導入する。

また、サポイン制度の対象に「デザイン」分野を追加するなど抜本強化するとともに、域内外に販路を有する企業群（グローバルニッチトップ企業、コネクターハブ企業など）との連携促進や「橋渡し役」としてのポスドク、プレドク等の活用を進める。

1-2. プレミアム地域産品の適正評価【政策提案2】

質の高い地域産品を消費者の真のニーズに即して差別化するため、地理的表示制度やJIS、地域団体商標制度等の基準も活用しつつ、消費者側の信頼に基づく高品質のブランド制度を確立し、消費者の購買意欲を喚起する「プレミアムふるさとブランド制度」を創設し、地域産品のブランド化を強力に推進する。

1-3. 地域で資金を循環させる仕組みを構築【政策提案3】

地域で資金を①「出す」、②「増やす」、③「還元する」という好循環を実現するため、

- ①地域金融機関に対して、信用保証や担保に頼らない中小企業・小規模事業者の事業の将来性に着目した融資や、融資先の経営改善・生産性向上・体質強化支援を促すとともに、中小企業基盤整備機構等のLP出資を活用したファンドやクラウドファンディング等の手法を積極活用して、地域外からも含めエクイティの獲得を促進する、
- ②地域経済活性化支援機構や地域金融機関を通じて、地域の経営専門人材の活用・育成を図ることで支援機関による事業計画の策定・実行支援を強化する、
- ③そして大企業による利益の従業員や取引先企業への還元（賃金、適正な取引価格）や、大型小売店舗の地域貢献を促すとともに、中小企業・小規模事業者に対して、プレミアム地域産品の開発等を通じて、価格競争に埋没しないビジネスの構築が可能となる事業環境を整備していく。

その際、「地域の資金を地域に還元」し、公需でも地域の産業を育成するため、地方自治体に対して、中小ベンチャーを始め地域で頑張る中小企業・小規模事業者からの優先的な調達や公共工事を含め適正価格での発注を促すべきである。

1-4. NPOの力で新たなシーズを掘り起こす【政策提案4】

どの地域にも存在する遊休農地や古民家も「プレミアム地域産品」の種になり得る。しかしながら、営利を目的とする中小企業・小規模事業者の力だ

けでは、このような地域資源を掘り起こし、磨き上げていくのは困難。このため、女性・若者・シニア層など幅広い人材を活用するNPOの力を最大限活かすべく、予算のみならず、信用保証制度を含め各種中小企業支援策の対象にNPOを追加する。

1-5. サービス産業を革新【政策提案5】

地域の中小企業・小規模事業者の大半を占めるサービスセクターの生産性の向上は、成長力・賃金上昇・雇用増といった地域経済の好循環の鍵。各地域において中小企業・小規模事業者が、自らの経営実態や環境を的確に理解し、多くのイノベーションのうねりを起こすため、地域経済の視点に立った規制改革を促進するとともに、IT活用を含むサービス産業の革新の具体的手法を体系化する。こうした点も含め、自らの事業の将来性を見つめ、積極的に経営改善等に取り組む中小商業・サービス業の取組を、海外展開を含めて重点的に支援する。このため、支援機関による事業計画の策定・実行支援能力の評価・強化を実施する。

1-6. 商店街を「生活空間」として再生【政策提案6】

商店街とまちづくり会社や大型店が連携して、空き店舗の一括管理や商業施設のダウンサイジングといったエリアマネジメントを強化することで、地域住民のニーズに応えられる商店街に再生させる。その際、商店街を「商いの場」としてのみ捉えるのではなく、少子高齢者社会にも対応した居住の場（まちなか居住）やコミュニティの場（子育て・高齢者支援施設の整備）としての役割を付与し、「生活空間」として再生を図る。

1-7. 「産業新陳代謝促進トータルプラン」の策定【政策提案7】

競争力ある地域に根ざした商品を自律的・継続的に生み出し、地域発の新たな担い手の創出や事業引継を円滑に行うため創業準備、創業、事業立ち上げ、事業承継の各段階の様々な課題を特定・整理し、それらを解消するための「トータルプラン」を策定し、実行する。その際、官公需を活用して、中小ベンチャー企業の事業の立ち上げを支援するため、官公需法を改正し、中

小ベンチャー企業からの随意契約の調達を認めるなど、異次元の創業支援策を進めるべきである。

※具体的な政策例

準備段階：創業希望者の不安解消策（雇用保険、副業形態での創業）

創業段階：「パッケージ型創業支援」（オフィス確保、各種許認可手続きなど創業に必要な手続をパッケージで支援）

立ち上げ段階：「市区町村創業イニシアティブ」（地方自治体を巻き込み産学官ラウンドテーブルによる地域ぐるみの支援体制を整備し、創業のみならず、事業拡大・事業承継局面も企業に寄り添って一貫支援）

官公需の活用した需要創出と信用力の付与（官公需法の改正と随意契約による調達の実施）

事業承継段階：「M&A促進プログラム」（地域金融機関を中核とした地域ぐるみの支援体制の構築、中小企業投資育成株式会社等を活用したM&A資金の供給、「後継者バンク」の創設、許認可の承継円滑化）

小規模企業共済の抜本強化（「廃業円滑化貸付」の創設（カーテン・コール融資の全国化）等）

第二段階 国内外で地域製品の消費を喚起 ～「国民運動」の展開～

これまでの地域振興策は、「ものづくり補助金」や「商店街にぎわい補助金」のように、地域産品を生み出す「シーズ」や「インフラ」を整備する、いわばサプライサイドに向けられてきた。しかし、これから求められるのは、消費者ニーズに基づき、その信頼を勝ち取る有望な地域産品やサービスの需要を直接的に喚起し、国内外の市場で広く認知される場を作ること、即ちデマンドサイドへの対応である。そのため、地域産品を国民全体で購買し、継続的に消費することを促す、そして海外市場にも訴求する、大々的な「国民運動」を政府主導で起こしていくべきである。

2-1. 「地域再興（サイコー）ポイント制度」の創設 【政策提案8】

魅力ある地域製品の消費を「バラマキ」ではなく自治体間の競争を促しながら全国的に喚起するため、地域製品の購入に際し、更なる地域活性化につながるよう、消費者に対して宿泊券等と交換可能なポイント付与やプレミアムクーポンの発行などを行うことで、地域資源を活用したビジネスの好循環を実現する「起爆剤」にする。

2-2. 「中小企業地域資源活用促進法」の抜本改正 【政策提案9】

「シーズ」支援に限定されている法律の立て付けを抜本的に見直し、消費者の嗜好に敏感な小売事業者・ネット事業者と連携した「消費者参加型の新商品・サービスの開発」や、地域の交流人口を増やす取組（消費者を地域に呼び込むツーリズム等）を支援する。

2-3. 「ふるさとプロデューサー」の大規模派遣 【政策提案10】

優れた地域資源の需要を大きく喚起するため、①地域産品をブラッシュアップする方策をアドバイスでき、大都市や海外への販路を有する人材、②関係者を巻き込み、地域全体の観光戦略を組み立てられる人材を地域に派遣（小売バイヤーOB等の派遣）するとともに、地域で育成（成功地域へのインターンシップ）する制度を創設する。その際、既存の地域おこし協力隊や農村助っ人隊等との連携を図る。

2-4. 「観光まちづくり」の推進【政策提案11】

地域産品は観光を通じて、国内外の需要を大きく取り込む種になり得るが、これまでの政府の取組は、単なる観光産業支援にとどまっている。このため、観光産業と他の産業や地域住民との連携を図るプラットフォーム型の観光まちづくり組織や、世界を相手に来訪者を招き入れるマーケティング機能を有するDMO (Destination Marketing/Management Organization)を設け、戦略的に観光振興に取り組める体制を整備することで、観光産業振興と商工業・農林水産業等の振興との相乗効果により、地域への経済波及効果・資金の地域内循環を高める。

2-5. 「人の好循環」の実現【政策提案12】

グローバル経済圏が好況になればなるほど、地域経済圏は人手不足に陥る。地域において「人の好循環」を創造するため、地域ブロック毎に、産学金官が共同して、中小企業・小規模事業者の抱える経営課題の検討、中小企業・小規模事業者のニーズに合う人材の開拓、マッチング、定着・育成まで一環支援を行う「地域人材バンク」を設立する。同バンクにおいては、単なる斡旋だけではなく、各地域において外部の人材が円滑に移転し、有効に活用されるための各種の支援体制のニーズを調査し、必要な改善策を関係機関や地方版成長戦略に提言できる機能を有するべきである。

また、中小企業、小規模事業者への就職を促進させるための方策を充実するほか、海外市場の獲得を目指す事業者に対する留学生人材の活用を支援する。

2-6. 海外市場を獲るためのプレミアム戦略【政策提案13】

優れた地域産品の海外の市場開拓を徹底的に支援するために、海外現地のコンサルや販路を有する現地商社と国内の支援機関との連携の強化や、クールジャパン機構による海外の JAPAN チャンネル・モール等の整備により、海外販路開拓に政府関連機関の総力を挙げて対応する。その際、海外展開のノウハウに乏しい小規模事業者に対して、語学の問題を始め国内で実務面をサポートする体制も整備する。あわせて、“MADE in JAPAN” をプレミアム化するため、「Japan 統一ブランドマーク」を作成し、見本市や展示会などでの共通利用を促進する。

第三段階 支援体制の確立 ～地方版成長戦略の強力な実行を担保～

地域は、地域の将来を自ら描き、成長実現に向けて主体性を持って行動すべきである。それぞれの地域のコミットメントを引き出し、責任をもって魅力ある地域資源を持続的に展開・再生産していくためには、行政区画（市町村や都道府県境）を超えた自治体同士の広域連携を促すとともに、地域の創意を活かす「伴走型」の国の支援体制の確立が不可欠である。国の省庁の過剰な関与と縦割りを廃し、それぞれの地域が描く成長戦略の体制面での基盤

を確立しなければならない。

このためには、現在の地方版成長戦略の内容を、足元の経済・産業の動向や将来の分析に基づいて、充実し、地域における行動の責任主体を明確にし、事後的な評価が可能な具体的な目標を持ったものとする必要がある。

3-1. 地域活性化の「司令塔」機能の明確化【政策提案14】

地域活性化を担う国の取組は、各省に分断され、本来その任を担うべき内閣官房（地域活性化統合本部）のもとでは、十分に立案・調整機能が発揮されているとは言い難い。民間経営のノウハウや効率性の視点を取り入れ、**政府の地域活性化施策の強力な調整機能を有する「司令塔」機能を再構築**する。この司令塔は、関係省庁の施策を総覧して、選択と集中の観点を踏まえ、地域経済の成長への先進的な取組に対して優先的に各省庁の地域関連施策をワンパッケージで最適配分するとともに、現場ニーズ等に即した施策の事後評価を行い、地域の産業構造を踏まえた施策の創設・充実を行うものとする。

3-2. 地方版成長戦略の強力な推進・定期改定【政策提案15】

地方版成長戦略の実施に向け、自治体や国の出先機関が連携した体制を構築し、地域の経済構造の実態を踏まえ、**自治体の施策活用も含めたアクションプランを策定し、KPIを設定**すべきである。また、そのような過程で策定されたアクションプランを実施する上で不可欠な制度改正要望提案等については、国は優先的に対応方針を明確化し、国家戦略特区や企業実証特例制度も最大限に活用して、政府の責任で早期に実行する。更に、国は、地方版成長戦略の実現に対する各種政策支援機関の協力・コミットメントの度合いや成果を勘案し、当該政策支援機関の活動基盤の強化・充実を検討する。その進捗や政策効果、地域の経済構造分析を踏まえ、**地域側は、地方版成長戦略を毎年改定**する。

3-3. 施策の簡潔・骨太化と恒久化【政策提案16】

引き続き「世界最高水準の使い勝手の良さ」を目指し、中小企業・小規模事業者向けの補助金の確定検査の簡素化や概算払いの活用を促進し、使い勝

手の向上を図る。また、国と自治体の「施策マップ」を整備し、関係省庁の類似・重複した施策があれば常に統合・骨太化を検討するものとする。また、中核的な施策を骨太化し、しっかりとした成果評価体制を整備したうえで、必要な見直し等も行いながら可能な限り、中小企業・小規模事業者にとって予測可能な長期にわたって実施する。

3-4. 映像型施策広報の徹底【政策提案17】

近年、パンフレット等の紙媒体に加え、メルマガやポータルサイト等のITを活用した施策広報を進めているが、更に一歩進め、映像やグラフィックの活用を始め創意工夫を凝らした広報コンテンツ（頑張る地域の取組なども紹介）を作成し、全国の中小企業・小規模事業者に届けるなど政府からの一方的な広報ではなく、双方向型で施策広報を徹底する。

(以 上)

— 開 催 記 録 —

3月26日(水)

「臥龍」中小企業の海外展開—その障害と必要な政策—

講師) 戸堂 康之 東京大学新領域創成科学研究科国際協力学専攻教授

4月2日(水)

中小企業の潜在力を活用した地域活性化〔地域資源の活用〕について

講師) 松本 謙 (株)ファーマーズ・フォレスト代表取締役

畦地 履正 (株)四万十ドラマ代表取締役

4月4日(金)

中小企業の潜在力を活用した地域活性化〔NPO/商店街〕について

講師) 山口 務 NPO 法人アジア起業家村推進機構名誉理事長

牧 昭市 (株)大分まちなか倶楽部タウンマネージャー

4月9日(水)

中小企業の新陳代謝の促進〔特にM&A〕について

講師) 三宅 卓 株式会社日本 M&A センター代表取締役社長

飯野 一宏 執行役員経営企画室長

蔵田 和樹 株式会社広島銀行専務取締役

4月16日（水）

中小サービス業の生産性向上及び中小企業の人材確保・人材育成対策について

講師）小田原洋一 プリントネット(株)代表取締役

中城 哲也 (株)サイバーノイズ代表取締役

原 正紀 (株)クオリティ・オブ・ライフ代表取締役

4月18日（金）

中小企業の新陳代謝の促進〔創業支援／事業承継〕について

講師）森 大介 (株)ドーガン代表取締役社長

八木 幸子 (株)比叡ゆば本舗ゆば八代表取締役

4月23日（水）

ドイツにおける中小企業政策について

講師）木下 信行 日本銀行理事

岩本 晃一 経済産業省地域経済産業グループ産業分析官

5月13日（火）

中小企業の海外展開支援策について

講師）石毛 博行 日本貿易振興機構理事長

高田 坦史 中小企業基盤整備機構理事長

5月16日（金）

中小企業政策の現状と今抱えている課題について

講師）友田 信男 株式会社東京商工リサーチ取締役

藤森 徹 株式会社帝国データバンク情報統括部長

5月28日（水）

地域のプラットフォーム作りについて

講師）土肥 健夫 株式会社事業開発推進機構代表取締役社長

大社 充 NPO法人グローバルキャンパス理事長

5月29日（木）

地域経済の好循環実現のための提言（案）について