第２章　DOR が示す日本経済と中小企業

第１節　DOR 調査と日本経済の構造転換

中同協・企業環境研究センターはバブル経済の最終局面にあたる1989年３月に景気・産業構造動向調査研究会（略称：産構研）として発足し（昭和から平成へ改元），1995年11月に企業環境研究センターに名称変更し，2019年（平成から令和へ改元）に30周年を迎えた。換言すれば，研究センターの活動とりわけ DOR の景況分析は，平成時代の社会経済的特質を中小企業・地域経済の視点から浮き彫りにするものである。平成時代の30年間は，経済のグローバル化，人口減少・高齢化社会，中央と地方の格差拡大，日本的経営の変革など，昭和の高度成長期の社会経済構造が大きく転換し，新たな持続可能な社会経済構造の確立への生みの苦しみの時期であった。そこで以下，DOR 調査を手掛かりに経済構造転換問題に的を絞り，その特質と中小企業の役割について要点を整理することにしよう。

１．他の景況調査と比較した DOR の特徴

DOR は他の調査機関の景況調査と比較した場合，以下に述べるように，その構成と内容についていくつかの特徴を持っている。

第１に，DOR は単に景況の現状が DI 値（対前年同期比）でプラスかマイナスかというトレンドの把握に留まらず，各時点でのトレンドを規定している構造的問題点をタイトルの形で提示している点，さらにその具体的表現としての「概要」の記述が挙げられる。その結果，DOR を手掛かりに自社の経営戦略を探る経営者にとって鳥の視点（景況の構造的把握）を持って虫の目で次の一手（自社に関わる個別具体的な課題の把握）を考える基礎を与える。

第２に，中小企業景況の全体的特徴を示したのち，業種別・地域別・規模別に区分した分析が行われており，自社の現状と経営課題をより具体的に把握できる構成となっている。

特に21世紀に入り経済のグローバル化が進展している今日，国民経済全体の景気判断は多国籍企業の動向に左右されることが多く，また地域間格差が拡大していることから，地域ニーズに重きを置く中小企業にとって地域別分析の持つ意味は重要性を増している。加えて“異質多元な存在”としての中小企業では具体的な経営問題はとりわけ企業規模別に異なった問題性と強度で現れている。この点で DOR で規模別分析が取り入れられている意味は重要である。

さらに第３として中小企業に的を絞った形での金融・設備投資・雇用問題などの中小企業にとって重要な経営課題の状況が分析されており，中小企業全体の動向の中での自社の立ち位置の自己点検・評価と課題摘出を考える手がかりを得ることができる。

第４に他の景況調査にはない分析項目として，経営上の問題点と力点の存在があげられる。自社の経営戦略を考える場合，他社の一般的動向を把握し，その中で自社の固有の展開方向を設定することが出発点となる。DOR の指標を時系列に一瞥してみると，景気変動に応じて常に現れる問題点と力点がみられる一方，景気変動を規定している条件・因子に応じて異なった問題点・力点がみられえる。

中小企業にとって必要なのは景況の当該時点の判断のみならず，次の一手を考える手がかりである。その意味で中小企業のみを分析対象としている DOR は，中小企業固有の問題性をより具体的に解明するための工夫がなされており，

他の景況調査とは異なった独自の意義を持つものである。またDORを基礎に他の景況調査を客観的に評価・判断する視座を提供する。

2．DORのタイトルにみる平成時代の景況の特質

（1）バブル経済破綻後の構造調整期の中小企業景況（1990年代）

DORの第1号が刊行されたのはバブル経済崩壊が実体経済に影響を及ぼす直前の1990年第1四半期であった。その後の90年代は「失われた10年」と称された不況の一般化の時期であった。その主因はバブル経済の主因であった異常な資産バブルを支えた金融機関による過剰融資に伴う不良資産の顕在化と，1985年G5・プラザ合意を起点とする異常な円高による生産の海外移転の進展であった。

90年代に刊行された39回のDORのタイトルをみると，中小企業の複数期間における好況局面を示す内容は皆無であり，回復局面という表現にとどまっている。しかも回復局面の次期には腰折れや横ばい，低迷などの逆の景況表現となり，バブル経済以前の好況局面（複数期間における売上・収益の増大の持続）とは異なった景気循環に中小企業は喘いできたことが読み取れる。例えば1990年4～6月期（第2号）で早くも「マクロ景気は堅調だが，中小企業景気，次第に減速」とイエロー・カードが打ち出されたのち，中小企業景況は「リセッションの門口」「景気の最悪期」などの表現が相次ぎ，1992年10～12月期（第9号）では「平成景気から平成不況へ」というレッド・カードが提示された。こうした中でDOR16号はその後の金融機関による貸し渋り・貸しはがし問題へと発展する「金融」に関する特別調査を実施し，その後の同友会による金融アセスメント運動に対する端緒となったことは注目される。

90年代中頃に入ると大企業の生産の海外移転の本格化と持続する円高の下で逆輸入による価格破壊現象の発生と大型量販店による流通構造の激変により，下請企業は仕事の減少に加えて単価引き下げ圧力が強まり，流通・小売業では地域密着型の中小企業の整理・淘汰が進んだ。1994年4～6月期（第21号）「景気持ち直しの芽に円高の障壁」，1995年1～3月期（第25号）「大企業と中小企業の連動なき景気」というタイトルは構造調整期の中小企業景況に新たな問題を投げかけたことを示した。こうした中で第22号では特別調査を実施し，「新価格革命」と中小企業景況の関連を明らかにした。

90年代後半に入ると大手金融機関の破綻・再編成が進み，構造調整の諸矛盾が中小企業に集中的に転嫁され，1997年10～12月期（第37号）は「98年上半期は“不況の中の不況”」，1998年7～9月期（第41号）は「中小企業景気は過去最悪の危機」というショッキングな表現で警鐘を鳴らした。かつて経験したことがない長期に及ぶ不況局面の中で中小企業の経営内容がどのような状態にあり，何が課題になっているかを探るために第38号では特別調査（会内経営実態調査）が実施され，中同協の政策要求や会員企業が直面する経営問題の構図を提示した。そして90年代最後のDOR（1999年10～12月期，第46号）は「ミレニアムは景気の“腰折れ”からスタート」という表現で締めくくった。

（2）グローバル化と中小企業の存立基盤問題（Made in JapanからMade by Japanの時代へ）

21世紀に入ってからの中小企業景況は90年代よりも厳しい状況が続いた。その主因は機械系大企業主導の国内生産拠点立地・輸出志向型から大企業版「地産地消」戦略，すなわち生産の海外移転の本格化（ナショナル循環からグローバル循環へ）にある。

90年代と比較して21世紀におけるDORのタイトルの特徴は，第1に水面下で喘いでいるという表現が多く，一般的な中小企業景気の低迷の度合いが強まっていること，その中で各種の格差問題が強調されている点である。例えば

2000年４～６月期（第48号）のタイトルは「改善みるも業種間・地域間不均衡拡大」であり，７～９月期（第49号）「水面近くまで改善したが下期悪化か」，2004年７～９月期（第66号）「水面上に出るも，大企業との段差埋まらず」，2006年７～９月期（第76号）「大枠で横ばい，首都圏独歩高」と表現された。その後のリーマンショック，東日本大震災を経て安倍政権が登場して以降も，2013年１～３月期（第103号）は「アベノミクス効果，中小に及ばず」，続く104号では「水面下の改善あるが，先行き不安定感ぬぐえず」と分析され，第２次安倍政権下の2016年１～３月期（第115号）でも景気回復は中小企業に及ばず，むしろ「中小企業，第二次アベノミクス下で景気失速」と断定された。

第２に安倍政権登場以降の中小企業景況の特徴として，大企業中心の成長戦略に規定された中小企業分野での政策不況を示す表現が多いことであり，グローバル展開を主因とする大企業支援政策は，内需中心・地域密着型中小企業にとって新たな発展の阻害要因となっていることが示唆されている。特に財政再建・福祉財源確保をスローガンにした2014年４月の消費税率引き上げ後の反動不況は，期間の長さと深さの両面で日本経済に深刻な打撃を与えたが，2013年７～９月期の DOR 第105号が中小企業の現況分析を踏まえて消費増税後の反動不況への警告をいち早く発したことは注目される。また異次元金融緩和による円安傾向は原燃料・資材の輸入価格の引き上げを喚起し，「原料高・製品安」という古典的な中小企業の経営問題を招いた（第103号，109号など）。

そして第３として日本経済の景況を大きく規定する要因として国際的政治・経済環境の不安定性・諸矛盾が指摘される。こうした21世紀の新たな経済環境の下では，持続可能な国民経済・地域経済の実現のためには内需に軸足を置いた自律的な経済循環構造を構築する必要があり，中小企業の新たな役割が明確になってきた。例えば2003年１～３月期は「イラク戦後も中小企業景気は停滞」に始まり，リーマンショックが勃発した2008年９月には早くも７～９月期（第84号）で「新型複合不況で中小企業，存亡の危機」と，その後の経過について警告を発し，会員企業の企業防衛への取り組み強化および同友会の政策要求へと繋がるものであった。その後も世界三大経済圏の一翼を形成するＥＵからイギリスが離脱表明したＥＵショック（2016年４～６月期の第116号），さらに2018年には中間選挙対策としてトランプ大統領が打ち出した世界貿易戦争の影響（2018年１～３月，４～６月期，第124・125号）など，予期せぬ外因的要件が日本経済の景気動向を左右する構図が出現している。

以上の DOR タイトルの推移から明らかなように21世紀の日本経済は中小企業にとって好況という実感がない景気循環の渦中に巻き込まれていることがわかる。繰り返しになるが，その原因は経済運営の基本が依然として20世紀型（キャッチアップ型）の経済目標，すなわち世界の量産品市場の制圧に基づく成長戦略に依拠している点にある。国際競争力強化は必要な課題であるが，内需市場の拡充を軽視することは国民経済の雇用と所得の安定化と逆行するものである。むしろ日本特有の市場ニーズや生活文化に対応した財・サービスを地域密着型中小企業の役割を重視することが，ドイツ，イタリアやフランスのような非量産型・高付加価値型のブランド製品を生み出す持続可能な地域経済が構築されることになる。同友会が中小企業憲章の具体化と中小企業・小規模企業振興基本条例制定運動に注力する意義がこの点にある。換言すると125号に及ぶ DOR のタイトルは日本経済と中小企業の切り拓くべき新たな道筋の必要性を示唆している。

そこで項を改めて，「好況感なき中小企業景気」を生み出している原因としての日本型グローバリゼーションの実態をみておこう。

図表２－１－１　日本の輸出動向

出所：ジェトロ「日本の貿易動向総括表」より作成。

３．日本型グローバリゼーションと地域経済・中小企業の存立問題

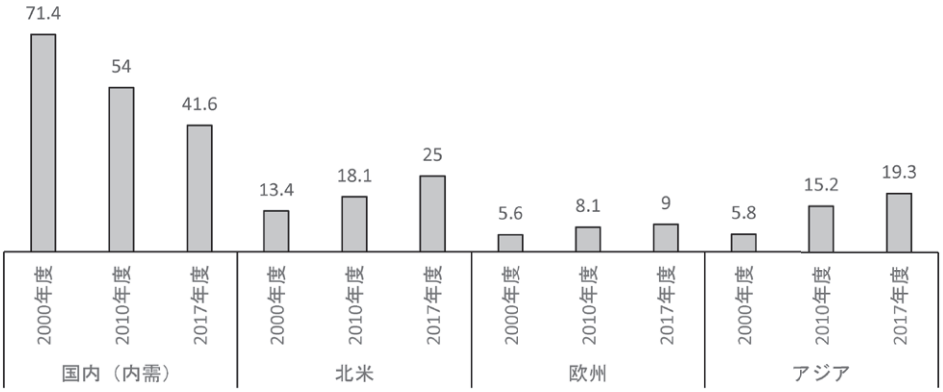
（１）地域経済・中小企業危機と大企業のグローバル化戦略

20世紀の日本経済は国内産業基盤の拡充による輸出強化によって生産規模を拡大してきた。その結果，大企業の業績拡大は生産・流通を支える中小企業の仕事量を拡大し，雇用は相対的に安定し，いわゆるトリクルダウン効果が機能していた。しかし1985年のＧ５・プラザ合意を契機とする急激な円高により輸出環境は大幅に悪化し，生産の海外移転が進み，経済循環構造は国内中心から国際的な枠組みへと激変した。

個別資本の循環は「資金調達→労働力・原材料調達→生産・加工→卸売機能→小売機能→売上代金の還流→再投資」という経緯を経て再生産されるが，各企業はすべての工程・機能を自社内で完結することは不可能であり，一定の生産分業・ネットワークを形成している。その結果，生産・供給される財・サービスの特性および市場規模ならびにネットワークを統括するリーディング・カンパニーの戦略に応じて，①ローカル循環（地場産業に代表される地域内生産分業構造＝地域経済循環），②ナショナル循環（かつての自動車メーカーにみられた国民経済レベルでの企業内地域間分業構造＝国民経済循環）および③グローバル循環（現在の自動車メーカーに代表される世界的規模での企業内国際分業構造＝世界経済循環）の３つに大別される。

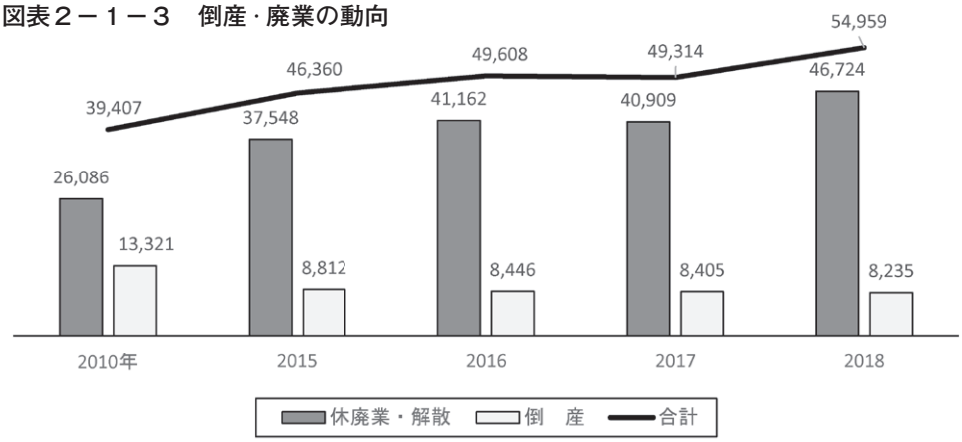
20世紀は基本的にナショナル循環が基本であったが，21世紀に入り，特にアベノミクスの成長戦略の下でグローバル循環への移行が急激に進んだ。その特徴の１つが輸出動向にみられる。**図表２－１－１**はリーマンショックから回復過程に入った2010年を起点とし2018年までの輸出動向をみたものであるが，第１に輸出金額は円表示では安倍政権誕生以降の円安政策の下で着実に増加傾向を示しているが（2013年の69.8兆円から18年の81.5兆円へ），ドル表示でみると18年は7,378億ドルで逆に安倍政権前の2012年水準（8,013億ドル）を大きく下回っている。その理由は輸出数量指数の低迷に求められる。輸出数量指数（2015年＝100）は2010年の111.4から低下し，2013年以降のアベノミクスの円安政策にもかかわらず底這い状況が続き，ようやく2018年に指数は107.7へと増加したが，依然として2010年水準（111.4）を下回ったままである。輸出数量が低迷しているのに円表示

図表２－１－２　日本企業の地域別売上高構成比（%）



出所：「ジェトロ世界貿易投資報告 2018」より作成。

図表２－１－３　倒産・廃業の動向

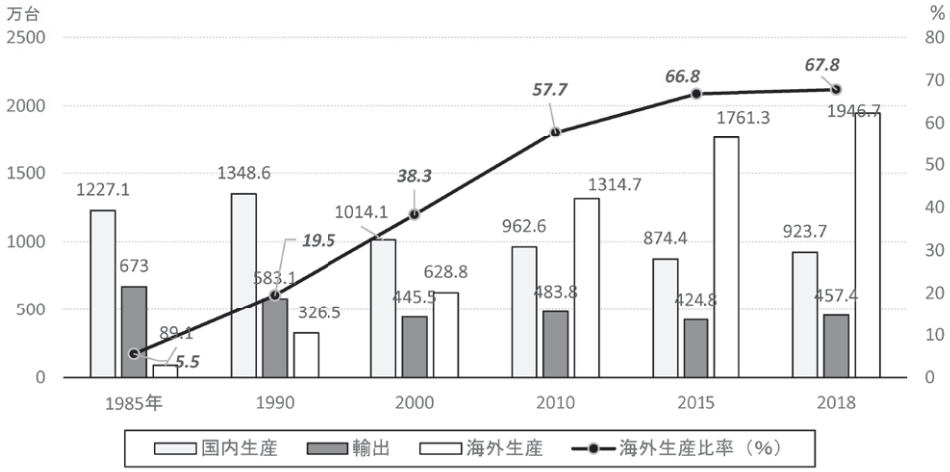


出所：東京商工リサーチ『2018年「休廃業・解散企業」動向調査』2019年１月21日より作成。

の輸出金額が増えているのは，ドル建てで輸出された物品の数量は不変でも，受け取ったドル代金を円に転換すれば，円安の場合には増収となるからである。円安でも輸出数量が増えない理由は海外生産の比重が高まった今日，海外拠点の採算を考えると円安でも輸出価格（ドル建て）を引き下げられないからである。しかし円安により輸出数量は増えなくても，円換算すると輸出関連大企業は増収増益になる。その結果，大企業中心の経済指標をみると好況感が支配的になっている。しかし他方で下請関連の地域経済・中小企業に波及効果は生じず，企業間格差が拡大してきたのがアベノミクスの実態であり，いわゆるトリクルダウン効果が生じない経済構造になっている。

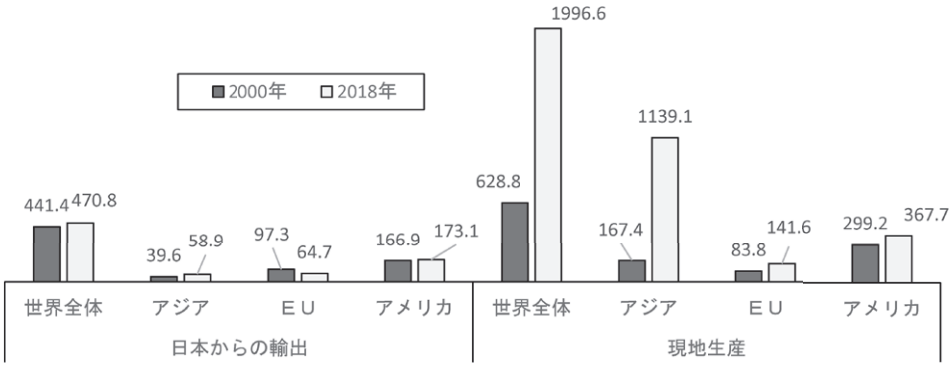
第２の特徴として，21世紀の内需低迷下の日本企業の売り上げ構成をみると，**図表２－１－２**が示すように外需への依存度が急激に増している。とりわけアメリカと中国を中心としたアジアの比重の高まりが注目される。解決の糸口が見えない米中貿易戦争が日本に及ぼす影響は，デフレ脱却途上にある国内経済基盤にとって大

図表２－１－４　自動車生産のグローバル化（自動車８社合計）



出所：「日本経済新聞」各年１月下旬公表資料より作成。

図表２－１－５　自動車の輸出と現地生産の推移（単位：万台）



出所：日本自動車工業会ＨＰ統計資料より作成。

きな脅威となりかねない。経済循環のグローバル化と内需低迷は中小企業・自営業の破壊を進めており，事業の将来展望が見えない地域密着型企業を中心に休廃業件数が大幅に増えている（**図表２－１－３**）。「2019年版中小企業白書」によると，2012年から2016年までの５年間に約37万社が消滅した。これを規模別でみると小規模企業（20人以下）では開業件数が38.6万に対して休廃業・解散件数は75.8万で差し引き37.2万の減少，中規模企業（21人以上300人以下）では開業7.6万，廃業7.5万で0.1万の減少，大企業（301人以上）では開業・廃業共に0.1万で増減なしとなっており，企業消滅は小規模企業に固有の現象となっている。

こうした危機を打破するためには，内需拡大の基礎となる国民所得の向上につながる雇用・労働条件の改善と地域経済・中小企業を土台としたローカル循環づくりの課題が地域経済政策の基本に据えられねばならない。

（２）自動車工業にみるグローバル循環構造の到達点

経団連・グローバル大企業が目指す21世紀の

日本の経済構造とは，中小企業の受注増及び勤労者の所得増につながる国内生産基盤の拡充による内需・輸出拡大を可能にするナショナル循環およびローカル循環の強化ではなく，大企業のグローバル戦略下でのアジア地域に重点を置いた企業内国際分業構造（グローバル循環）の構築である。

例えば自動車工業では，既に2000年には海外生産（629万台）が輸出（446万台）を上回っており，リーマンショック前の2007年度に海外生産が国内生産を凌駕した。2018年実績は国内生産923.7万台に対して海外生産は1946.7万台であり，輸出台数は457.4万台に留まり，海外生産比率は約68％に達した（**図表２－１－４**）。すなわち海外工場が生産を牽引するというグローバル循環型の構図が鮮明になっている。また21世紀に入ってからの輸出と海外生産の動向をみると（**図表２－１－５**），為替相場が円安に振れる中でも日本からの輸出は極めて低水準のままであり，圧倒的に現地生産が多くなっている。

以上のように異次元の金融緩和政策による急速な円安傾向にもかかわらず，アベノミクス効果による製造業国内回帰や輸出数量拡大という希望的観測は裏切られ，国内生産増大のための設備投資には繋がらず，逆にアジアを中心に海外での日本企業の増産計画が相次いでいる。こうした推移をみて異次元の金融緩和を推進してきた日銀の黒田総裁は「教科書には為替が下がると輸出が増えると書いてある。しかし日本では円安でも輸出は大幅には増えなかった」と嘆いた（2017年５月６日アジア開発銀行関連イベントでの発言）[1)]。円安効果が輸出拡大効果を生み出さなかった理由は以下のとおりである。

自動車工業を例にとれば，240万円の日本車の輸出価格（ドル建て）は1ドル＝80円レートの場合（安倍政権登場直前の2012年の為替レート）には３万ドルであるが，１ドル＝100円の円安（2013年初頭）になると２万4000ドルと２割安での輸出が可能になる。基本的に生産拠点を国内に配置していた20世紀には，この理屈に従って円安は輸出拡大につながり，中小企業での受注拡大効果があった（ナショナル循環の時代）。しかし生産の海外移転が進み，グローバル循環が支配的になり，海外生産が大幅に国内生産を上回っている現状では同じ車種を海外でも生産しており，日本からの輸出価格（ドル建て）を円安効果を反映した形で引き下げることはできない。なぜなら海外拠点では円安効果は存在しないからである。その結果，円安が進んでもドル表示価格は変えなかったので日本からの輸出台数は増えなかった。しかし従来どおりの３万ドルで輸出した結果，手取りのドル価格を円に転換すると1ドル100円レートでは300万円になり，60万円の為替利益が生じる。加えて海外拠点から日本への送金は，例えば2012年も13年も１億ドルで変わらなかったとしても円表示では80億円から100億円へと増加する。生産や輸出は不変でも利益だけが増大する現象が生じる。この特別利益は生産増とは無縁なので，内部留保と配当にのみ回る。これがアベノミクス景気の実態であり，一部の大企業・資産家と国民多数派との間の格差拡大を推し進めた。

以上の特別利潤獲得効果は為替相場が円高・ドル安に逆転すれば失われる。しかし，為替相場が円高に振れても大企業は安定した利益を獲得する構造を作り上げている。すなわち，トヨタやホンダなどの日本の本社が設計図や生産技術を海外子会社に「貸す」ことで本社は安定した特許や生産性向上・現場改善ノウハウなどの使用料・技術指導料から多額の知財収入を得ている。特に技術指導料は海外工場の出荷額の５～10％といわれている。すなわち海外の現地法人の採算が悪化しても生産している限り，海外から国内本社への技術指導料は支払われる[2)]。さらに海外現地法人からの配当などの利益配分の本国送金がこれに加わる。加えて円安の場合，海外事業所から本国に送金される金額は為替差益分だけ膨らむことになる。多国籍大企業が国内生産を犠牲にしても海外生産拡大の道に邁進する理由はこの点にある。

４．地域資源を活かした持続可能なローカル循環型地域経済再生の展望

（１）地域経済再生の基本的観点

持続可能な地域経済の土台は，地域特性を活かしたローカル循環型の自律的経済基盤の構築にある。ローカル循環型経済は生産と市場が地域的に限定されたタイプ（地産地消型）と，全国的な市場ニーズへの対応力や輸出競争力を持ち，生産過程はローカル循環を基本とするが流通過程・消費市場を含めた循環を考慮するとナショナル循環あるいはインターナショナル循環を構成するタイプ（地産外消型）からなる。

一般的に地域振興の基本施策として地産地消のシステム作りが叫ばれているが，めぼしい産業が存在しない地域では他地域の物まねが多く成果がみられていない。そこで最近の研究事例[3)]では発想を逆転し，「地消地産」の手法が注目を集めている。地域住民が消費している財・サービスの中で無駄に地域外に資金が流出している品目に注目し，地域で消費しているものは出来るだけ地域内で生産するという発想である。この場合に域外資金流出の中心は食料品とエネルギーへの支出である。イタリア，ドイツ，フランスなどの中部ヨーロッパ先進諸国の地域経済が安定しているのは，これらの分野での「地消地産」システムが確立しているからである。また地消地産システムが形成されても販売過程を域外資本が支配している場合には売上利益は域外に流出してしまう。すなわち地産地消政策では流通過程を地域内の企業・業者が担うという「地産地商」システム作りが重要である。日本の地域経済の現状は，地域内の農林漁業や製造業（価値を作り出す産業）が生産の主役になっていても，製品を販売する流通過程（価値を実現する産業）が東京を中心にした大都市圏の企業に支配されているため，ローカル循環の地域内での経済的波及効果が削減され，経済的側面でも東京一極集中現象が生じている。しかるに安倍政権は2019年２月26日の経済財政諮問会議で地方活性化のために海外資本を誘致する政策の検討に入った[4)]。市場原理主義を基本とする安倍政権の地方創生政策は，地域間格差をいっそう促進させざるを得ない。

いずれの国を見ても産業構造は大きく２つのタイプに区分される（**図表２－１－６**）。１つは，人間の生命・生活の維持に必要な財・サービスの提供に関わる産業であり，その代表は衣食住関連業種である。これらの生活必需品はそれぞれの民族や地域の歴史性，気象条件や資源特性などの自然環境に強く規定される形で，地域生活文化を体現するものであり，文化型産業として特徴づけることができる。このタイプの産業・営業は地域特性に基礎を置いて地域コミュニティと共に発展するものであり，人間や地域社会の個性的な文化度を表現する。地域経済の重点がこの産業分野に置かれることにより地域内の経済連関性が強まり，雇用と所得は安定して推移する。また文化型産業が基本となっている地域は，ドイツ，フランス，イタリアなどの地域経済の例が示すように「記憶を重ねるまちづくり」が保持されており，国際的文化観光地域となっている。

もう１つの産業類型は，自動車や家電に代表されるような機械による人間の肉体的機能の拡大・代替による生活の利便性・快適性の向上に資する財・サービスであり，その発展は科学技術の成果の全面的活用に起因するところから文明型産業として位置づけることができる。このタイプの財・サービスは使用する場面や機能面において民族性や地域性を越えた普遍性を有するので，市場・ニーズはグローバル化し，経済成長に大きく貢献する。また，これらの財・サービスの消費は「先進国への仲間入り」を象徴するものであることから，「豊かな社会の必要条件」として位置づけることができる。基本的に文明型産業とりわけ低価格・量産量販型企業戦略は，先進国へのキャッチアップ期には主力産業として大きな成果をもたらすが，それだけでは今日の日本経済の現実が示すように一定の経

図表２－１－６　文化型産業と文明型産業のイメージ

	文化型産業	文明型産業
産業部門イメージ	衣食住などの生活必需品産業	自動車・家電などの近代的機械工業
製品の機能特性	人間の生命と生活の維持と質的充実	人間の手足・五感の機能向上
主要な素材	天然資源の活用	合成物質の開発・活用
生産力の特徴	技能・熟練の高度化	技術（機械体系）の進歩
競争力の源泉	地域生活文化と感性の独創性	科学技術・知性の高度化
中心的企業類型	地域密着型中小企業	大企業・ベンチャー企業
社会生活への効用	自然環境・コミュニティの持続性	生活空間の快適性・利便性の向上
資本の循環形態	ローカル循環	グローバル循環
まちづくりの手法	記憶を重ねる街づくり	記憶を消し去る街づくり
産業の存在意義	幸せな社会の経済基盤（ＧＮＨ向上）	豊かな社会の経済基盤（ＧＮＰ向上）

出所：筆者作成。

済発展段階を過ぎると国内の高コスト構造に規定され海外生産が進み，キャッチアップの達成後は国民経済の空洞化を喚起する。

グローバリゼーションの中で持続可能な形で存在意義を有する地域や企業として先進国で育成・支援すべき重要な領域は，個性的な生活文化を継承・発展させる可能性を持った地域経済集積であり，それを経済的に支えるホンモノ指向型の地域に根ざした地域密着型中小零細企業である。文明に先進・後進はあるが，文化に優劣はない。文明は規格化・統一化を求めるが，文化は多様性を前提とする。多様な文化を前提としてブランドは生まれる。中小企業が主たる担い手である文化型産業が国民経済に強固に根付いているほど，メルセデス･ベンツやフェラーリ，ポルシェなどの事例が示すように文明型産業の非価格競争力も強化される。この点に，21世紀の日本経済の持続可能な復活・再生との脈絡の中での個性的なローカル循環型地域経済とそれを支える地域密着型の中小企業の重要な役割が浮かび上がってくる。

（２）地域資源を活かしたローカル循環型地域経済振興と同友会運動

最後に「住民自治に基づく団体自治」を基本とする地方自治の本旨の観点から，持続可能な住民本位の地域再生を支えるローカル循環型地域経済再生の主要課題・観点を整理することにしよう。

まず第１に，地域内で仕事とお金が循環する仕組みを再構築し，地域内経済循環力を強めるという観点に立つことである。その出発点は，地域性･季節性･文化性を活かした形での食･住･エネルギー・福祉の４つの領域での個性的な地域産業構造の形成である。これらの分野で「地消地産」の観点により，地域内消費で地域の可能性を踏まえて地域内の日常的消費をできるだけ地域内で生産することにより資金の地域外流出を削減することである。次の段階が地域外への販売すなわち「地産外消」であるが，販売機能を外部資本に委ねると付加価値の多くが地域外へ流出するので，販売も地域商業が担うという「地産地商」政策が求められる。少なくとも，地域の社会的・経済的個性化の基盤となるこれら４つの経済領域で地域の人材と資源を活用することなしに，自立・自律した地域経済は構築されえない。

以上の点から第２の観点・課題として，地域振興は地域「深耕」である，という発想を持つことである。本稿では触れなかったが，地域内に存在する発展の可能性を掘り起こし，1979年の中小企業振興基本条例[5]の制定による地域おこしの先駆的自治体となった東京都墨田区の内発的地域振興政策の基礎となる悉皆調査の狙いの一つは，地域の可能性を掘り起こすこと（地域のお宝探し）である。地域の長所と弱点，可能性を徹底的に調査研究し，個性豊かなまちづくり・地域産業振興に取り組む試みが成果を挙

げつつある。

第３は，こうした運動・事業を推進するキーマンづくり，自主的な組織づくりの課題である。とくにキーマンに関しては，地域経済の実情をよく掌握しており，経営者の信頼が厚く，政策立案能力に富み，産業政策に熱き思いを持つ首長および自治体職員の存在が不可欠な要件である。さらに地域を愛し，個性的な集積づくりに熱意を持った，人望ある地域中核企業の経営者の存在（同友会型企業の課題）である。少なくとも，この２つのタイプのキーマンの二人三脚体制の形成が最初にして最大の難関である。新たな発想・観点での産業振興政策づくりのための「ヒトづくり」「組織づくり」の課題である。個々の地域の特長と弱点は地域の人間が一番よく理解しているはずである。あくまでも地域が主体とならねばならず，外部の先進的事例や人材はプラス・アルファとして利用するものだ，という発想に立たねばならない。

第４は，以上の観点に基づく地域の実態に即した内発型の地域内経済循環を重視した地域産業振興ビジョンの作成である。地域特性に根ざしつつも閉鎖的ではなく開かれた形での地域産業集積の個性の強化を目指し，まちづくりと一体化・連動したビジョンをつくり上げることである。中小企業・小規模企業振興基本条例に基づく地域経済振興の意義と課題は，この点に求められる。

第５は，地域内外での販売ないしマーケティング・商取引機能の確立である。生きた情報は必ず人間について回る。地域内でのモノづくりのレベルを高めることは，「製品」づくりではなく，「商品」づくりにつながらなければならない。そのためには，多様な眼を持つ人間の交流を仕掛ける形での，地域商業・流通機能の確立および工夫を凝らした身の丈にあった販売・展示機能および情報の受発信機能を地域が持つ必要がある

第６は，経済活動の血液である資金が地域密着型の中小企業にタイムリーに廻る仕組みづくりである。地域中小企業に対して必要かつ十分な資金と情報をワンセットで供給するのが地域密着型金融機関に期待される重要な役割である。その意味で各地同友会が実践している地域金融機関との連携は，地域内経済循環力の強化に寄与するものである。

以上の課題をクリアするための手がかりとして2010年６月に閣議決定された中小企業憲章が存在している。基本理念では「中小企業は，社会の主役として地域社会と住民生活に貢献し，伝統技能や文化の継承に重要な機能を果たす」と，グローカリズム（グローバル化の中で輝きを増すローカリズム）型経済主体としての位置付けが示唆されている。加えて「小規模企業の多くは家族経営形態を採り，地域社会の安定をもたらす」とされ，家族経営・自営業のコミュニティ形成のコアとしての社会経済的役割が初めて積極的に評価されている。

こうした中小企業憲章の理念が国の経済政策の企画・立案の際に配慮され，中小企業政策の根幹に位置づけられ，その基礎上に地方自治の本旨（住民自治による団体自治）に則った形で地域の内発的循環型発展を志向する中小企業・小規模企業振興基本条例が制定・実施されるなら，持続可能な地域産業・中小企業への存立構造への転換課題をクリアする道筋が切り拓かれるであろう。

（吉田敬一・駒澤大学経済学部教授）

注

1）「日本経済新聞」2017年６月７日付。
2）「日本経済新聞」2016年12月26日付。
3）例えば枝廣淳子『地元経済を創りなおす』岩波新書，2018年刊が参考になる。
4）「日本経済新聞」2019年２月27日付。
5）中小企業振興基本条例に関しては，植田浩史『自治体の地域産業政策と中小企業振興基本条例』（自治体研究社，2007年），岡田知弘ほか『中小企業振興条例で地域をつくる』（自治体研究社，2010年）が有益である。