

産業の少子高齢化と地域産業の創生

伊藤 正 昭

要 約

中小企業の経営者が全般的に高齢化し、世代交代が喫緊の課題であるにもかかわらず、後継者が見つかからない企業が127万社に及び日本企業の3割を占めるようになった。後継者不在で休廃業する企業が多くなる一方で、長期にわたって開業率が低いため、その結果、日本の中小企業には少子高齢化現象が観察される。いわゆる人口の少子高齢化は広く理解されているが、中小企業数の減少に歯止めがかからないことから、中小企業の少子高齢化、産業の少子高齢化への十分な理解が必要になっている。

本論文では、経済のグローバル化と産業の少子高齢化の二面から、中小企業の環境変化を捉える。その際、中小企業観の変化に注目すると、1963年の中小企業基本法の制定から1999年のその改定までの間に大きく変化し、その結果、中小企業政策も根本的に変化した。中小企業の本質に常に十分な配慮をしていれば、適切な政策が講じられることになるが、しかしながら、これまで中小企業の少子高齢化をめぐる環境変化を予見できず後手に回った実態も散見される。

また、中小企業数が急減する事態の下では、新規創業の環境整備、支援が重要課題であるが、開業率の急上昇が非現実的であるだけに、大多数の既存企業の力をさらに高めることが優先課題である。こうした現状を踏まえて、積極的な連携やネットワーク活動をととした中小企業の経営革新、イノベーションによって産業の少子高齢化に対処する方途に言及する。

キーワード：中小企業観の変化、フラグメンテーション、産業の少子高齢化、ローカル経済圏、近接性の利益

目 次

- 1 ローカル経済圏を支える中小企業
 - (1) 中小企業観と中小企業政策の変化
 - (2) さらなる中小企業観の変化
 - (3) 地域産業を担うサステナブルな小さな大企業への期待
- 2 グローバル化がローカル経済圏の中小企業に及ぼす影響
 - (1) ローカル経済圏の創生を促すフラグメンテーション
 - (2) 国内産業のフラグメンテーション
- 3 深刻な産業の少子高齢化
 - (1) 産業の少子化を招く低い開業率
 - (2) 経営者の高齢化、事業承継の停滞による産業の高齢化現象
- 4 稼ぐ力の創出、地域資源の見直しと地方創生
 - (1) 地域産業資源の発掘と産業の創出
 - (2) 地域産業のレジリエンスのためのサービス産業生産性向上の課題

5 「近接性」を活かした地域産業のレジリエンス

- (1) 近接性を活かす意義
- (2) 近接性を活かすネットワークの構築
- (3) 「つながり力」を活かす地域中小企業の連携
- (4) 産業間における近接性の活性化 ― 産業間循環の構築 ―

はじめに

中小企業を取り巻く経済社会環境は変化して止まず、中小企業経営者は常に自己革新して環境に適合し持続可能な企業にならなければならない。ところが、経済のグローバル化の進展によって、海外企業との激しい競合にさらされて休廃業を重要な選択肢に加える中小企業も多くなった。さらに、既存企業のなかで、経営者が高齢化してもなお後継者が見つからない企業が日本企業の3割を占めるようになった。

休廃業する中小企業が多くなる一方で、長期にわたって開業率が低位で停滞していることから、日本の中小企業には少子高齢化現象が観察される。人口の少子高齢化は一般社会で十分に理解されているが、中小企業数の減少が止まることがなく、中小企業の少子高齢化、産業の少子高齢化への十分な理解が必要になっている。

本論文では、経済のグローバル化と産業の少子高齢化の二面から、中小企業の環境変化を捉えることにするが、その際、この半世紀にわたる中小企業観の変化に注目する。中小企業を見る目は、1963年の中小企業基本法の制定から1999年のその改定までの間に大きく変化し、その結果、中小企業政策も根本的な変化をみた。中小企業の本質に常に十分な配慮をしていれば、適切な政策が講じられることになるが、環境変化を予見できず後手に回った政策も散見される。そのひとつに、改正中小企業基本法で明確に位置づけられた新規創業支援がある。

また、中小企業数が急減する事態の下では、新規創業など開業率を上昇させることが重要課題であることはもちろんであるが、開業率の急上昇が非現実的であるだけに、これまで事業活動を展開してきた既存企業の力をさらに高めることが優先課題である。こうした現状を踏まえて、中小企業のなかでも小規模企業の役割を重視しながら、中小企業の経営革新へのいっそうの取組みによって危機打開、活路開拓を期待するものである。

中小企業はローカル経済圏の担い手であり、地域産業創生のもっとも重要な主体である。他の地域中小企業、地域産業支援機関、公設試験研究機関、地域金融機関、商工会議所、自治体などとの連携やネットワーク活動に積極的にコミットし、フェイス・トゥ・フェイス（face to face）の「接触の利益」を最大限に享受しながら、地域産業の再生、創生、イノベーションの担い手になるべく期待するものである。

1 ローカル経済圏を支える中小企業

(1) 中小企業観と中小企業政策の変化

ローカル経済圏を支える産業は、大企業の分工場が配置されている地域を除けば、いずれも小規

模な企業群で構成されている。一概に中小企業（Small and Medium-sized Enterprises, SMEs）といってもまさに異質多元で、企業規模からみても小規模企業が圧倒的であり、その多くに大企業への成長を期待するのも実態にそぐわない。

中小企業の多様性を踏まえながら、われわれは日本における中小企業観を育ててきた。第2次大戦前後の状況はおくとして、1963年に制定された中小企業基本法、1999年に改正された中小企業基本法、2010年に閣議決定された中小企業憲章、2015年の小規模企業振興基本法などへ、時代環境を背景にしながら、変化する中小企業観に対応した中小企業政策が講じられている。

まず、1963年に制定された中小企業基本法では、第1条でその政策目標が次のように記された。

中小企業基本法（1963年制定）

（政策の目標）

第1条

「国の中小企業に関する政策の目標は、中小企業が国民経済において果たすべき重要な使命にかんがみて、国民経済の成長発展に即応し、中小企業の経済的社会的制約による不利を是正するとともに、中小企業者の自主的な努力を助長し、企業間における生産性等の諸格差が是正されるように中小企業の生産性及び取引条件が向上することを目途として、中小企業の成長発展を図り、あわせて中小企業の従事者の経済的社会的地位の向上に資することにあるものとする。」

中小企業と農業は低生産性・低賃金部門で、日本の国際競争力の強化を阻害するとみる二重構造論のもとで、中小企業については中小企業近代化促進法によって経営の近代化を促進し、中小企業構造の高度化を促進することに力点がおかれた。中小企業を指導する対象ととらえ、中小企業経営の近代化、中小企業構造の高度化として集団化事業が創設された。

中小企業政策において重要な役割を果たした中小企業組合制度については、中小企業近代化促進法に基づき、商工組合が業種毎の構造改善計画を作成し、これに伴い金融・税制上の特例措置を活用し、高度化資金制度を創設し、高度化促進の観点から団地組合の創設が盛んになった。規模の経済追求のなかで、複数の事業者の協力によって経済効率の向上を追求しようとする協業化を促進するため協業組合が創設され、産地組合が中心になって地域の伝統産業や地場産業の振興も図られた。

大企業と中小企業の諸格差の是正と規模の経済の実現に向けた中小企業の保護育成を基本的視点としたが、1970年代になると、通商産業省における規模の経済の実現と国際競争力の強化を柱としたいわゆる「通産政策」に連動して、中小企業観と中小企業政策も大きく転換した。知識集約化をキーワードとする「70年代の通商産業政策ビジョン」が答申され、これを受けた中小企業政策審議会答申の「1970年代の中小企業ビジョン（知識集約化）」、これに続く「1980年代の中小企業ビジョン（活力ある多数派、創造の母体）」、「1990年代の中小企業ビジョン（新規創業、自助努力の支援）」がそれぞれの時代環境を踏まえて中小企業像、中小企業観を大きく変えることになったのである。

さらに、ベンチャービジネスの出現の実態を重視し、中小企業政策の理念が従来の「格差の是正」から「多様で活力のある中小企業の育成・発展」へと大きく転換し、これら一連の流れを踏ま

えて1999年に中小企業基本法が大きく改正されることになった。中小企業政策も、中小企業指導法から経営革新支援法などへの衣替えなど、中小企業の「指導」から自助努力の「支援」へと転換し、従来の格差是正の視点がいちじるしく希薄化した。

とくに旧中小企業基本法に規定がなかった経営革新と新規創業支援が基本理念に組み込まれたが、後述するように、中小企業数の持続的減少への対策の空白期間が長かったことからみると、とくに新規創業支援については実態に大きく遅れた取組みであったことは間違いない¹⁾。

中小企業基本法（1999年改正）

（基本理念）

第3条

「多数の中小企業者が創意工夫を生かして経営の向上を図るための事業活動を行うことを通じて、新たな産業を創出し、就業の機会を増大させ、市場における競争を促進し、地域における経済の活性化を促進する等我が国経済の活力の維持及び強化に果たすべき重要な使命を有するものであることにかんがみ、独立した中小企業者の自主的な努力が助長されることを旨とし、その経営の革新及び創業が促進され、その経営基盤が強化され、並びに経済的社会的環境の変化への適応が円滑化されることにより、その多様で活力ある成長発展が図られなければならない。」（傍線は筆者）

ところで、1990年代の後半になると、中小企業観が大きく変化するとともに、中小企業組合制度のあり方に問題点が指摘され、個別企業の経営努力と能力を高く評価する立場から、事業活動における協同組合の必要性が議論された。その結果、これまでの「規模の経済」を実現するスケール・メリット追求（中小企業構造の高度化）から、中小企業が有する機動性、柔軟性や創造性などを活かして「経営資源の相互補完を図るための組織」として位置づけられることになった。具体的には、新事業創出、経営革新等を円滑に進めるという観点から、中小企業組合に株式会社や有限会社などへの組織変更制度が創設された。新連携による中小企業組合のほかにNPO、LLP、LLCなど多様な組織が連携して新事業創出、イノベーション促進を図るようになったのである。

（2）さらなる中小企業観の変化

中小企業観の変化を明確に示す2010年6月に閣議決定された中小企業憲章では、前文と基本理念で次のように記している。

中小企業憲章

（前文）

「政府が中核となり、国の総力を挙げて、中小企業の持つ個性や可能性を存分に伸ばし、自立する中小企業を励まし、困っている中小企業を支え、そして、どんな問題も中小企業の立場で考えていく。これにより、中小企業が光り輝きをもって、安定的で活力ある経済と豊かな国民生活が実現されるよう、ここに中小企業憲章を定める。」

（基本理念）

「中小企業は、経済や暮らしを支え、牽引する。創意工夫を凝らし、技術を磨き、雇用の大部分を支え、暮らしに潤いを与える。意思決定の素早さや行動力、個性豊かな得意分野や多種多様な可能性を持つ。経営者は、企業家精神に溢れ、自らの才覚で事業を営みながら、家族のみならず従業員を守る責任を果たす。

中小企業は、経営者と従業員が一体感を発揮し、一人ひとりの努力が目に見える形で成果に結びつき易い場である。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。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。(以下略)」

中小企業憲章では、「創意工夫を凝らし、技術を磨き」「雇用の大部分を支え」「個性豊かな得意分野や多種多様な可能性を持つ」などは、前項でみた改正中小企業基本法の基本理念に沿った表現であるが、「経済や暮らしを支え」「企業家精神に溢れ」「家族のみならず従業員を守る責任を果たす」「地域社会と住民生活に貢献し」「地域社会の安定をもたらす」など地域生活における役割が強調されている。小規模零細企業に配慮しながら、地域や生活を支える中小企業とこれまでと異なる位置づけであり、地域密着型中小企業の役割に光を当てる中小企業観が表出してきたことを意味する²⁾。

中小企業といっても企業規模は様々であるが、割合からみると小規模事業者が9割と圧倒的に大多数を占める。この面で小規模企業の実態と役割に注目してみると、地域の経済や雇用を支えるきわめて重要な存在であり、国にとってばかりでなく地域にとって小規模企業の活力発揮が必要不可欠であることは論を待たない。

ほとんどの小規模事業者が、人口減少、高齢化、海外との競争の激化、地域経済の低迷といった構造変化に直面し、全体的に売上げや事業者数の減少、経営者の高齢化といった問題を共通してかかえている。

そこで、2014年に小規模企業振興基本法が制定され、従業員数がおおむね5人以下の小規模事業者の政策支援が重点課題になったのである。

小規模企業振興基本法 (基本原則)

第3条

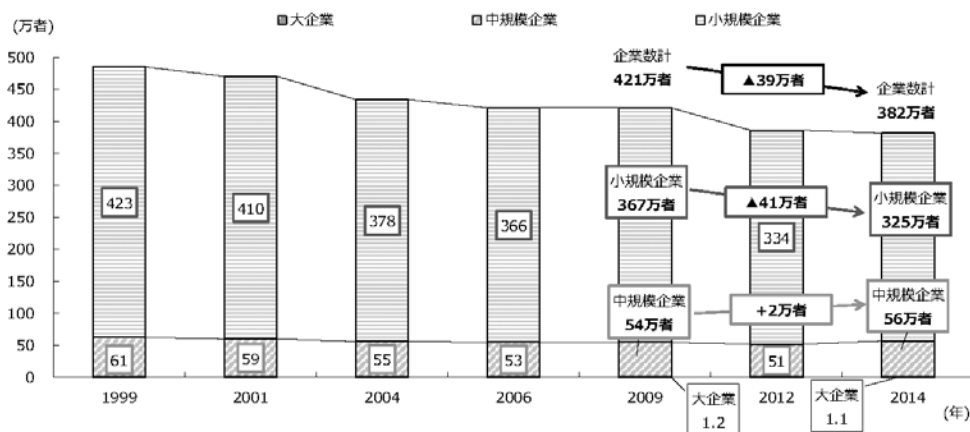
「小規模企業の振興は、人口構造の変化、国際化及び情報化の進展等の経済社会情勢の変化に伴い、国内の需要が多様化し、若しくは減少し、雇用や就業の形態が多様化し、又は地域の産業構造が変化する中で、顧客との信頼関係に基づく国内外の需要の開拓、創業等を通じた個人の能力の発揮又は自立的で個性豊かな地域社会の形成において小規模企業の活力が最大限に発揮されることの必要性が増大していることに鑑み、個人事業者をはじめ自己の知識及び技能を活用して多様な事業を創出する小企業者が多数を占める我が国の小規模企業について、多様な主体との連携及び協働を推進することによりその事業の持続的な発展が図られることを旨として、行われなければならない。」

小規模企業にとっての憲法であるこの小規模企業振興基本法によって、国の哲学が変わったことになる。これまで小規模企業は中小企業に含まれる概念とされたが、小規模企業だけを対象として制定されたところに大きな特徴がある。また、中小企業基本法の理念では、中小企業（小規模企業を含む）の成長発展を図ることが重視されたが、小規模企業振興基本法では、成長発展だけではなく「事業の持続的発展」を小規模企業政策の重要な柱に据えたところに特徴をみることができる。

以上のような中小企業観の変化を踏まえて、中小企業・小規模企業者という表現が多くなり、人口の減少・少子高齢化の進展や国際競争の激化、人手不足といった経営環境の厳しさに対応するため中小企業・小規模事業者を強く意識した「中小企業等経営強化法」が2016年に制定された。中小企業等経営強化法は、中小企業が「稼ぐ力」を身につけることを国が後押しするために整備されたものであり、国が生産性向上に役立つ取組みを分かりやすく中小企業・小規模事業者等に提供し、生産性を向上させるための取組みの計画（経営力向上計画）を策定した中小企業・小規模事業者等を税制面・金融面で支援することが定められている。

小規模企業振興基本法が制定されたことを受けて、大企業、中規模企業、小規模企業の規模別企業数の推移を図表1でみると、小規模企業の減少が明瞭であり、中小企業という括りから小規模企業を取り出して、その存立状況や経営実態に強い関心をもつべき必要性が示唆されるのである。

図表1 企業規模別企業数の推移



資料：総務省「平成11年、13年、16年、18年事業所・企業統計調査」

「平成21年、26年経済センサス—基礎調査」, 総務省・経済産業省「平成24年経済センサス—活動調査」

出所：中小企業庁編「2016年版 中小企業白書」

(3) 地域産業を担うサステナブルな小さな大企業への期待

大企業の工場を誘致して一度に数百人の雇用の場をつくりたいという地域の期待は、ますます実現がむずかしくなっており、実際の地域産業の中心は中小企業・小規模企業であることはいうまでもない。製造業では従業員数が300人以下、商業のうち小売業では50人以下の企業は中小企業で日本の企業の99%以上が中小企業になり、さらに製造業の20人以下の「小規模企業」が全体の70%以上を占めている。また、誘致された大企業は容易に閉鎖し、工場を海外に移転することがで

きる一方、本籍と現住所が一致する中小企業は地域を離れることなく地域に根を下ろしてこそ発展することからも、地域にとって大切にしなければならない存在である。

企業規模拡大を重視する経営戦略をもつ中小企業・小規模企業は多くあるとはいえない。むしろ、新製品・サービス開発、生産工程の見直し、人材開発などを柱とした経営改善、経営革新への取組みが重要な課題になって、経営の質的充実に関心をもつ企業が多い。

一方、大企業の側からも、特定分野で抜きん出た競争力をもち、かならずしも企業規模の拡大を望まない「小さな大企業」に注目している。規模は小さくとも自立し大企業に劣らない実力をもつ「小さな大企業」の考え方には「成長しない経営」があり、これは「成長を求めない経営」「成長を優先しない経営」「成長より安定を優先する経営」といってもよい。

「小さな大企業」に該当し過去に規模を大きくした経験をもつ経営者ほど、規模拡大はむずかしいことではないが、景気が後退するとき経営が行き詰まる可能性が高くなると指摘する。好況時の受注に見合う人員配置、設備投資が経営の不安定要因にもなることを承知しているので、サステナブルな「小さな企業」でよいと思っているのである。

筆者が新潟県燕・三条、福井市、飯田市、東京都墨田区・大田区などの産業集積地でおこなったヒアリング調査では、従業員が10人から50人までの企業は基本的には「生業資本型」経営の強さをもっていた。これらの企業の場合、大企業が大きな組織をもてあますような不況期に、赤字でも「生活できれば事業を続ける」など、環境変化に柔軟に対応して存続する強靱さをもっているところに共通点が見いだされる。

こうした小企業には、親企業からの注文に応じて加工する下請加工が主要な仕事でありながらも、多品種少量生産を得意とする事例が多くみられる。これに超精密加工などの技術力、短納期力を蓄え、親企業から頼まれ仕事をこなす受け身の営業から脱皮することで、自立的な成長軌道に乗ることができるのである。

中小企業の成長パターンとして、生業資本の強さで頑張る時期、下請加工からの脱皮をはかる自立的成長期、オンリー・ワン技術を獲得した小さな大企業となる持続成長期にわけてみると、持続的に成長できる時期まで20年から30年かかるケースが多く、規模は小さいながら粘り強く経営に取組み、地域産業を支える中小企業の持続的成長に大きな関心と期待を寄せるのである³⁾。こうした実態をふまえて、小規模企業が底力を発揮できる環境整備が政策課題になるのである。

2 グローバル化がローカル経済圏の中小企業に及ぼす影響

(1) ローカル経済圏の創生を促すフラグメンテーション

日本経済のグローバル化は、企業の生産活動が国内から海外へと移る海外生産移転の増加とともに顕在化してきた。日本における生産の海外移転は、1980年代から90年代にかけて円高が急速に進行し、これに対応する海外直接投資の急増のかたちをとって進展した。1980年代には電気機械や自動車などの量産型産業が成長し、とくにアメリカ向けに大量輸出を行ったことから日米貿易摩擦が激化した。この対応策として、日本の製造業は海外直接投資に取組み、生産の現地化を押し進めたのである。

1990年代に入り、投資先が北米からアジアにシフトし、2000年代になると海外移転は、現地の

相対的低賃金を利用した生産コスト削減をねらうものから、むしろ、急速に発展した東アジア諸国の新興国における現地市場の獲得を目指すようになった。海外生産移転は日本の産業空洞化を招くとして懸念されたが、他方でこの間に、東アジア、東南アジア規模での日本を含む国際分業体制の深化が進行してきた面を見逃してはならない。

とくに、ローカル経済圏や地域経済を牽引してきた製造業に焦点を当ててみると、産業集積の力を発揮することで日本産業の国際競争力を高め維持してきたが、経済のグローバル化にともなうフラグメンテーションの加速化によって、産業集積は縮小傾向を強め、産地から始まって今や自動車などの機械系の企業城下町型集積も大きな変容を余儀なくされている。

国内各地に形成された産地・地場産業型、機械金属系の都市型、自動車などの企業城下町型の産業集積における集積のもつ強さ、競争優位が日本産業の国際競争力を支えてきたが、大企業を中心とする生産の海外移転が進んで、集積が分解する傾向を強めるばかりでなく、縮小から衰退過程にある産業集積も増えてきた。

集積規模の縮小だけでなく、どの種類の産業集積も経済のグローバル化に直面して分解傾向を強め、フラグメンテーション（fragmentation）のプロセスに陥っている。フラグメンテーションは、国内における分散立地の傾向と同時に、アジア大の地域間国際分業を加速し、フラグメンテーションが進むほど、国内の生産部門の空洞化から円安状態でも輸出が伸びない事態に陥り、逆に、輸入原材料に依存する産業集積にダメージを招いているのである⁴⁾。

これまで日本は、企業立地促進法をみるまでもなく産業集積（アグロメレーション）の形成を政策目標としてきたが、実態は、反対に集積の分解（フラグメンテーション）に直面することになり、いわゆる産業クラスター政策もおおきな転機を迎え変容した。

フラグメンテーションは、「もともと1か所で行われていた生産活動を複数の生産ブロック（production block）に分解し、それぞれの活動に適した立地条件のところに分散立地させること」と定義される。

このような国際的フラグメンテーションの進展によって国内の生産構造、その結果として、各産業集積地を特色づける分業生産システムが大きな影響をうけている。

- ① 国際的フラグメンテーションによって、国内企業間における工程間分業が国際的な地域間分業に変化することによる直接的な影響。
- ② フラグメンテーションによって多国間のアウトソーシングが一般化し、場合によっては国際下請構造の形成が進行する。
- ③ フラグメンテーションによって、大企業による生産の海外移転が加速することで、国内に残る関連企業の取引関係が変質を迫られ、従来の下請分業構造が変容する。

経済のグローバル化は、国内の産地や産業集積に縮小や分解への圧力を一段と強め、産業集積に支えられたローカル経済圏の活性化や創生を促しているのである。

(2) 国内産業のフラグメンテーション

国際的フラグメンテーションは同時に国内でのフラグメンテーションを引き起こし、産業集積の分解傾向にみるようにローカル経済圏や地域からみれば、フラグメンテーションが重層的に関連し合いながら進展している。厚い中小企業集積を誇ってきた東京都城南地域も集積分解傾向の例に漏

れず、地域外からの発注源が海外に漏出し、自らタイなどの新興国に進出する中小企業も増えてきた。

このような状況にある城南地域における企業間分業では、大田区内中小企業への発注が減少し、大田区と同様に機械金属系中小企業が集積する新潟県燕市などの企業への発注が増えている。その結果、他地域企業との関係が深まることによって、「企業間分業の域内への依存度低下」の傾向が強まっていると指摘されている。

城南地域における分業取引構造は、複雑、多様、重層という特徴が薄まり「単純化」の方向にあるといわれている。機械金属系のサポーター・インダストリーの役割を担い新製品、新技術創出のイノベーション活動において、「イノベーション創出支援機能」の役割を果たしてきたことから、国際的フラグメンテーションによって企業間取引構造が単純化し、重要な機能を徐々に喪失する道を辿っている可能性が高い。

こうして、既存の地域中小企業の力をどのように保持し高めていくかが最大の課題になっており、従来型のグローバル経済の動向に直接揺り動かされる経済から、中小企業・小規模企業を中心とした地域密着型のローカル経済の再構築への関心が高まるのである⁵⁾。

3 深刻な産業の少子高齢化

(1) 産業の少子化を招く低い開業率

経済のグローバル化の一方で、国内では「人口の少子高齢化」と「産業の少子高齢化」が同時進行しており、経済社会の活力を削ぐ深刻な問題になっている。日本は1945年ごろに約7,200万人であった人口は1億2,806万人まで増加したが、半世紀で倍増ともいえる人口がとくに問題となることもなかったのは、世界的にみても希なことである。人口増加が日本の経済成長を導き、経済成長が人口増を受け入れる雇用の場を生み出し、人口増加と経済成長の両者の歩調が合っていたところに、日本の経済発展のおもな要因をみることができる。

ところが、すでに2007年から人口減少過程に移行し、国立社会保障・人口問題研究所の将来推計人口（中位推計）によれば、合計特殊出生率が1.35程度で推移した場合を想定した中位推計では、2050年の人口は1億人を割り込み、2100年にはその半分の5,000万人を割り込むまで減少すると推計されている。

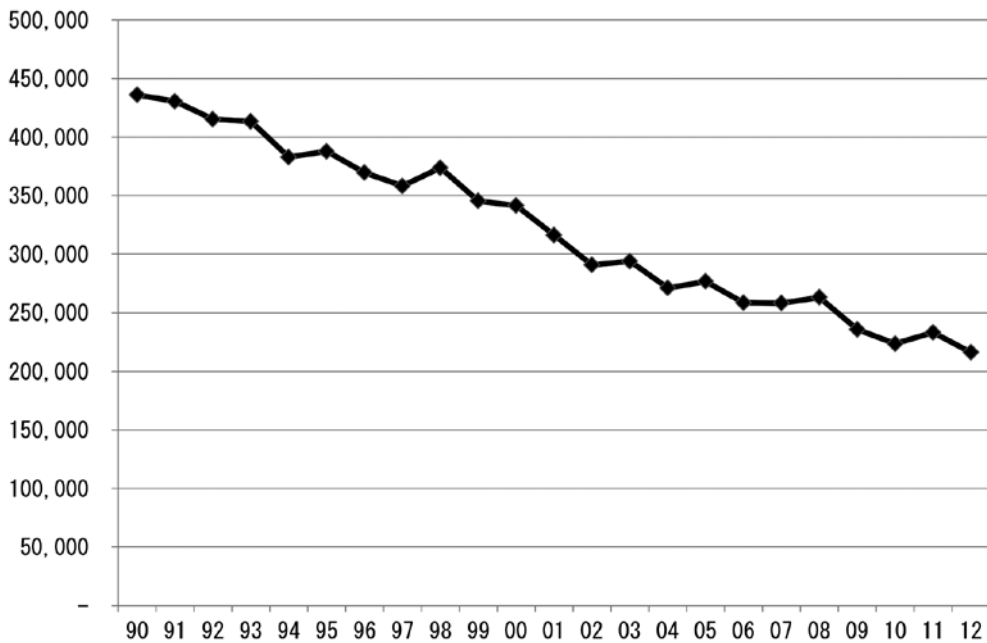
このように持続的に人口が減少する人口減少社会は、国全体の活力が失われるだけでなく、むしろ国を支える地方、地域が存立できなくなる事態が進展することになる。人びとは地域社会に生活基盤をもっており、地域を離れると日常生活に支障が生まれることは容易に想像できる。その生活基盤が崩れる事態が進行しており、この事態は896の自治体が消滅する可能性があるとする「消滅可能性都市」という言葉に示されている⁶⁾。

人口減少は、労働力と消費市場の量的・質的变化を招く。人口減少が労働力の減少を招く結果、経済成長率が低下して国内総生産（GDP）が縮小する懸念が大きくなる。経済規模を示すGDPの大きさは、基本的に労働力増加率と労働生産性の上昇率を足した経済成長率によって決まることから、少子化によって労働力増加率に期待できないとすれば、労働生産性が経済成長を大きく左右することになる。そのため、生産性革命という言葉がメディアを賑わすのである。

人口の少子高齢化は耳慣れた言葉になっているが、産業の少子化とか産業の高齢化といった言葉を耳にすることはほとんどないであろう。ところが、人口だけでなく産業についても、少子化が開業率の低下ということから急速に進展している。企業数の増減については、企業の開業率と廃業率の差で判断されるが、後述のように、非一次産業では1970年代から1980年代後半まで開業率が高く企業数が増加していたが、その背後で製造業では早くも1983年をピークに減少に転じていたことに注目する人は少ない。1983年頃を境に減少傾向に入った製造業事業所数は、図表2にみられるように、1990年の43万6000から2012年には21万6000へと半分近くの大規模な減少を記録した。

日本は「ものづくり」で国際競争力を高めて豊かさを創り出してきた。2012年以降になると、製造業で働く人びとの数が1,000万人を割る一方で、製造業以外の第3次産業における就業者の割合が高まって急速にサービス経済化が進展している。こうしたことが、今後はこの第3次産業を成長分野として発展させなくてはならないとする主張につながるわけである。

図表2 製造業事業所数の推移



資料：経済産業省「工業統計表」より作成。従業員数4人以上の事業所数。

図表3の「開業率と廃業率の推移」にみられるように、非一次産業全体では、1960年代はもちろん70年代を通じて開業率が高く、日本の企業数は順調に増えていた。ところが、1989年ごろから開業率と廃業率が逆転するようになり、この逆転現象が定着してしまった。開業する企業があれば、廃業する企業もあり、企業が活発に交代することは新陳代謝機能が働き経済体質が改善されることを意味する。1970年代には開業する企業が多く廃業する企業を差し引いても毎年10~11万社が増えていたが、1989年を境に廃業する企業のほうが多くなり、実質的に毎年3万社から7万社減少していることになる。

こうして、日本の産業は少子化傾向が強まるばかりでなく、人口と同様に残る企業も体力が衰え国際競争で敗退する事例も多くなっている。企業内部でも従業員の高齢化がすすんで、企業の力も

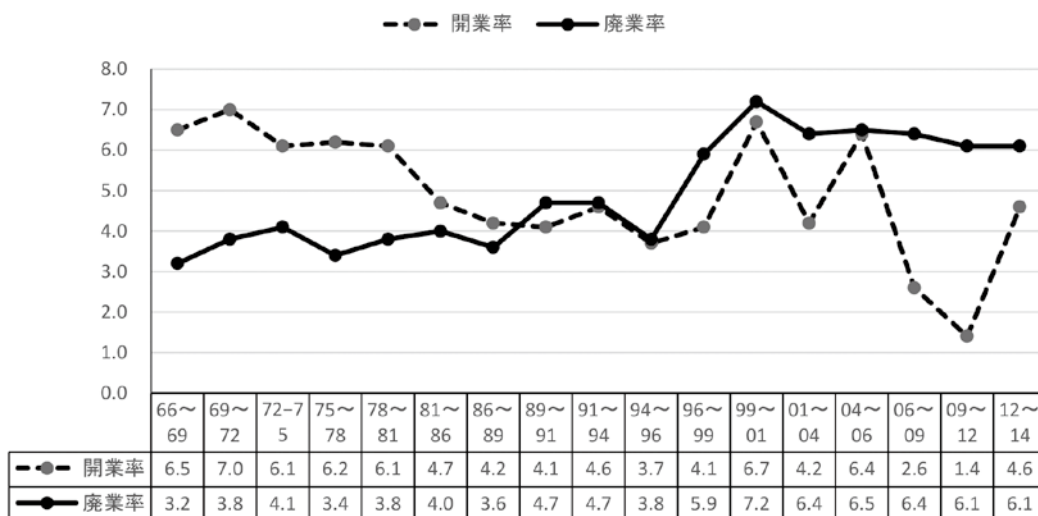
劣化が進展しているのである。

このような産業の少子化・高齢化は、人口の少子化・高齢化に隠れがちであるが急速に進展しており、地域経済を直撃していることを看過することはできない。そして、新しい企業が生まれにくい日本の経済体質、新しい企業や産業が生まれにくい地域社会のあり方に強い関心をもたなければならないのである。

少子高齢化によって日本経済の活力低下に懸念が深まっているが、先行した産業の少子化は人口の少子化に劣らず深刻である。かつて「企業規模が小さ過ぎる too small」「企業数が多過ぎる too much」とみなされた中小企業部門において、いまでは、多すぎるどころか、ひとつでも多くの企業誕生を政策的にも支援する新規創業支援が国の重要な課題になっているのである。若年者には理解できないかもしれないが、過小過多という「過去の」中小企業の認識からは、新規創業の重要性、企業数の増加政策はほとんど人びとの関心になり得なかったことについて、われわれは大いに反省しなければならない。

1980年代後半から企業数の減少傾向が強まっていたことにあまり危機感を持つこともなかったことから、1990年代後半になって漸く事の重大さに気づいたという点では、中小企業観の修正において後手に回ったことは否定できないだろう。

図表3 開業率と廃業率の推移（非一次産業）



資料：総務省「事業所／企業統計調査」「経済センサス基礎調査」による

日本の開業率の低さの要因のひとつに、相対的に低位の企業家精神があるとみられている。だが、企業家精神（entrepreneurship）という精神面ばかりに注目すると、イノベーションを担うものは精神より行動であると主張するドラッカーを初めとする多くの研究者の考え方が理解しがたいものになる⁷⁾。近年は、開業や新規創業を示唆する「起業家精神」とも訳されることが多くなったが、それでも精神を強調しすぎており、海外の研究者が主張するところを的確に取り込むと、entrepreneurshipを「起業活動」と訳するのが的を射て、本質を突いている。精神より実践であるという立場から、起業家活動よりもストレートに起業活動という言葉の定着が望ましいというべきかもしれない。

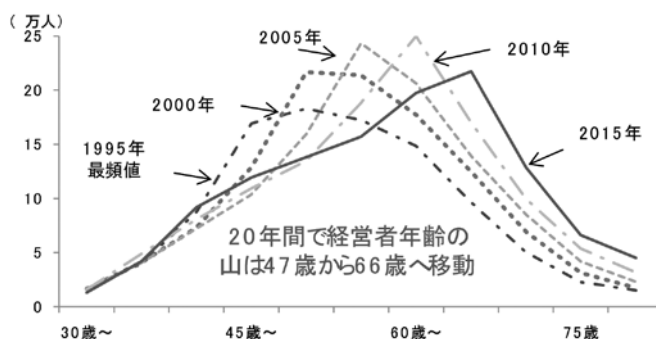
(2) 経営者の高齢化、事業承継の停滞による産業の高齢化現象

「日本経済新聞」(2016年6月6日)で、経営者の高齢化で2030年には中小企業が消滅するという、一般の人びとにとっては驚くべき記事が掲載された。「2017年版中小企業白書」でも、図表4のように1995年に最も経営者の多い年齢は47歳であったが、2015年のピークが66歳になったことから、このままでは2030年にもっと多い層が80歳になるとする。ほぼ毎年1歳ほど上昇しているので、このまま放置した場合、中小企業が消滅することはなくても、極めて多くの企業が行き詰まり休業や廃業することになる。このように中小企業経営者の高齢化が急速に進展する実態から、産業の高齢化現象の深刻化が推察されるのである。

経営者の高齢化のひとつの要因は、後継者が見つからない、育っていないといったことである。後継者がいないとする企業が127万社あり、日本企業の約3割に及ぶことから、後継者難から経営者の高齢化がますます進展することになる。ただし、事業承継が行われている実態では、親族継承の場合、経営者交代時の年齢が69.3歳、承継者には20歳以上若い人になることが多く、親族以外が継承する場合、経営者の交代時の年齢が63.7歳で承継者が55.6歳となる場合が多いとされる。

全体的に経営者の引退時期は68歳から69歳と推察され、事業承継時期の目安となる。後継者が見つからない場合、休廃業する中小企業が多いが、休廃業・解散企業の平均年齢は68.4歳となっている⁸⁾。

図表4 中小企業の経営者年齢の分布(年代別)



(株)帝国データバンク「COSMOS2企業概要ファイル」再編加工

(注) 最頻値とは、各調査年で最も回答の多かった値を指す。

出所：中小企業庁「2017年版 中小企業白書 概要」

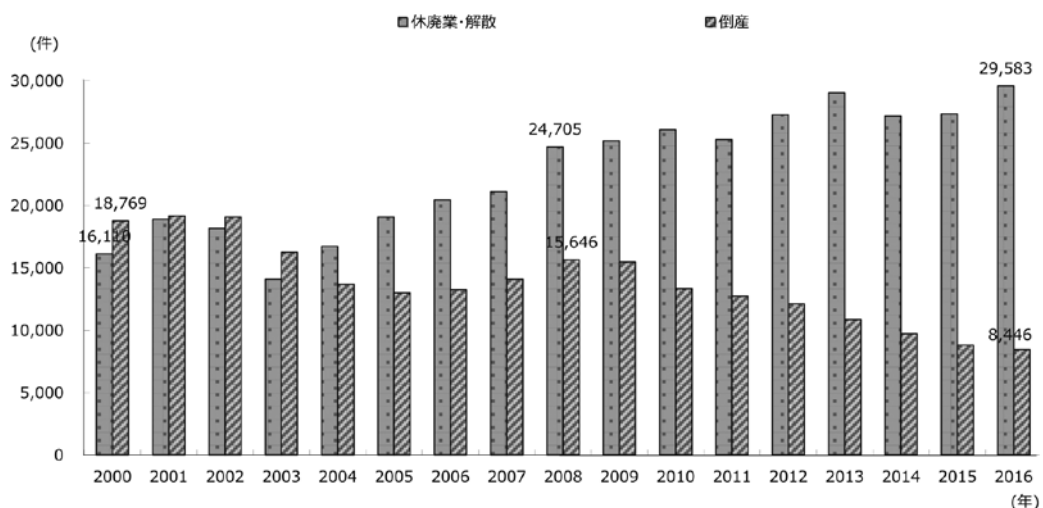
地域において、既存の中小企業・小規模企業の存続はきわめて重要な課題である。経営環境の厳しきへの対応だけでなく、企業内部における後継者問題への対応が喫緊の課題であることは間違いない。事業承継問題は、たんに個別企業の経営問題とみるだけでなく、むしろ、地域経済社会の自立的存続における重要な問題ととらえるべきであろう。学ぶべきは1970年代を通じた経済的停滞の時代を経験したイギリスの知恵から生まれたMBO(マネジメント・バイアウト)やアメリカ発祥のM&A(買収・合併)の実践であろう。

最近、日本でも地方銀行の橋渡しでMBOを実践する事例が増えているが、多くの中小企業が「後継者問題」および「事業の将来性の不安」に直面しており、この問題の解決策として中小企業

のM&Aが静かな流行となっている。実際、日本のM&Aの70%は中小企業を対象にしたものといわれているが、1950年代から1960年代に創業した多くの中小企業の創業経営者が後継者難に直面しており、M&Aの手法を通して事業の持続性を確保する傾向が強まっているのである。

中小企業の後継者問題は1970年代後半から深刻化し、1980年代からその解決策としてM&Aが活用されるようになった。1990年代前後には中小企業のM&Aを専門に扱う仲介業者が設立されはじめ、2000年代には地域金融機関による仲介業務への参入が増加したが、中小企業のM&Aを取り扱う専門の仲介業者が増加しているという意味では、中小企業M&A市場は整備されつつあると指摘している⁹⁾。

図表5 休業業・解散件数，倒産件数の推移



出所：中小企業庁「2017年版 中小企業白書 概要」

4 稼ぐ力の創出，地域資源の見直しと地方創生

(1) 地域産業資源の発掘と産業の創出

2005年に異分野の事業者の連携による新事業創出を支援する「新連携支援」，2007年には「中小企業地域資源活用促進法」にもとづく「地域資源活用プログラム」が実施されているが、これら一連の政策に共通する特徴は、既存の地域産業資源を活用して内発的に地域産業を振興していこうとするところにある¹⁰⁾。

地域資源を活用した中小企業の取組みは大きく分けて、(1)産地技術型、(2)農林水産型、(3)観光型の3類型がある。地域の伝統的技術を継承している地場産業や産地で伝統を踏まえながら新しいデザイン力によって再生し、新しい知恵や技術の導入で地域ブランドを構築するといった取組みが産地技術型である。地域の農水産物を資源として加工して付加価値を生み出し、産地ブランドをつくるなどが農林水産型、また、歴史や文化、景観などを資源として観光開発に取組む、観光ツーリズムの開発などが観光型の地域資源活用になる。これらは、地域産業資源の発掘と見直しから新しい

地域産業を生み出そうという試みにほかならない。

地域資源活用による産業創出の政策支援がおこなわれているが、さらに、地元で産出された商品を地元の人びとが購入し消費する「地産地消」を推進し、地元の評価を得て地域外に販売できる地域の力をつける取組みも多く観察される。2006年に認められた地域団体商標制度により地域ブランド創出が活発化し、さらに大きな規模になるとJAPANブランドづくりの政策支援が実施されている。

地域の産業が農林水産業の第1次産業から製造業の第2次産業、商業・サービス業を中心とする第3次産業へとウエイトが移れば、地域の産業構造が高度化し地域の経済発展が実現する。この目的に向かって各産業部門が発展するだけでなく、3部門が連関する仕組みをつくることで地域がより大きな付加価値（利益）を生み出し、「地域が付加価値創出の場」になるのである。

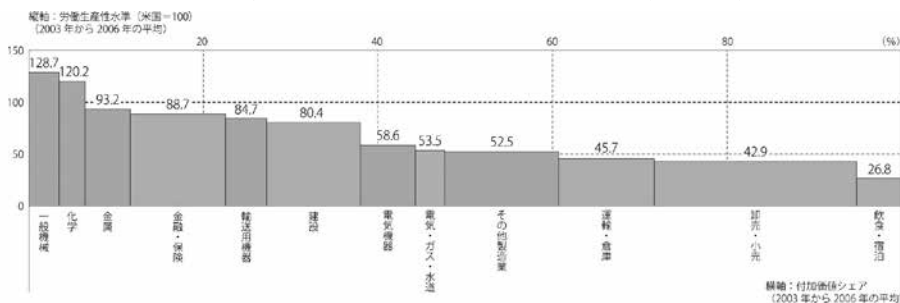
製造業部門でも異業種分野の地域中小企業が連携して新製品開発、新事業開発に取り組むなどの企業間ネットワークから、産業間ネットワークといった既存の企業や産業の連結の経済、複合化の経済を実現する時代にある。これをさらに次元を高める手段として産業間連関構造の構築が想定できる。たとえば、農林水産業を地域資源として農林水産物の商品化、食品加工、販売機能の付加などに取り組む戦略はプッシュ型のイメージであるが、販売チャンネルを担当する商業部門が地域農業に安全・安心の商品を求め、地域農業の質が向上するなどの例はプル型の産業連関形成戦略になるであろう。

(2) 地域産業のレジリエンスのためのサービス産業生産性向上の課題

日本経済の競争力が低下傾向を強めているが、これまでのように製造業の生産性が高くても非製造業の生産性が低ければ、製造業の努力が付加価値に実現しえない状況に陥っている。第2次産業の製造業だけで「ものづくり」に励んでも、その成果が国際的な市場で優位に立つことができず、新興国に市場を奪われる事態を生んでいるのである。

いまや製造業が自らの努力だけで国際競争力の強化を図ることがむずかしく、製造業にとって重要な投入資源である第3次産業のサービス産業部門の生産性が製造業の発展を制約するようになっている。サービス産業、なかでもビジネス・サービス産業の生産性の向上がかつてないほどに、日本経済にとって重要な政策課題になっているのである¹¹⁾。

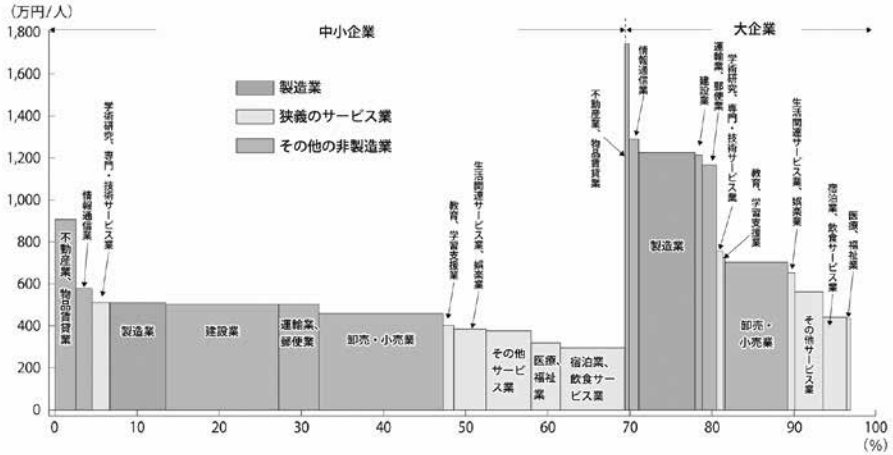
図表6 わが国の産業別の労働生産性水準（対米国比）



資料：EU KLEMS から作成

出所：経済産業省編「2013年版 通商白書」

図表7 労働生産性と労働構成比（規模別、業種別）



資料：財務省「平成26年度法人企業統計日報」総務省「平成26年経済センサス基礎調査」再編加工

(注) 1. 労働生産性=付加価値額/総事業者数

2. 付加価値額=営業利益+役員給与+役員賞与+従業員給与+従業員賞与+動産・不動産賃貸料+租税公課

3. 従業者数=役員数+従業員数

4. ここでいう中小企業は、中小企業基本法上の定義による。

出所：中小企業庁編「2016年版 中小企業白書」

図表6は、横軸に全体の付加価値に占める各産業のシェア、縦軸に各産業の労働生産性をとり、アメリカとの比較で日本の労働生産性が高い産業から順に並べたものである。アメリカと比べると、日本の生産性は全般的に低いが、製造業に分類される一般機械、化学、金属、輸送用機器、非製造業では金融・保険、建設などがアメリカよりも高いか同程度の産業もある。一方、生産性がアメリカの8割を超える産業の付加価値シェアは、左から38%程度である。しかしながら、付加価値シェアが大きい卸売・小売、運輸・倉庫などサービス系産業の生産性が低く、経済全体の生産性を押し下げていることがうかがわれる。図表7で規模別、業種別にみても、中小企業におけるサービス系業種における生産性の低さが目立つ。

こうした事態を受けて、大企業だけでなく中小企業を含めて、第4次産業革命におけるIoT (Internet of Things, もののインターネット) やAI (artificial intelligence, 人工知能)、ICT (information, communication and technology, 情報通信技術) などを含めた生産性革命が叫ばれるのである。

地域の中小製造業はもちろん農業の持続的発展を実現するためには、とくに対事業所サービス系の産業知識の投入が必要である。まち・ひと・しごと創生本部の基本方針(2015年)をみるまでもなく、地域産業の内発的な発展において、とくに地域の対事業所サービス系産業の生産性向上が重要な課題として認識しなければならない¹²⁾。

このことから、各地域における商流、物流を支えるサービス産業、地域の金融機関、コンサルティング企業など対事業所系サービス産業だけでなく、地方自治体、商工会議所、中小企業振興公社、公設試験研究機関(公設試)など地域産業を支援する多様な経済主体の生産性向上が重要な課題になり、これらの部門の生産性の向上を図るために人材育成が優先的対応を必要とする課題になっているのである¹³⁾。

5 「近接性」を活かした地域産業のレジリエンス

(1) 近接性を活かす意義

産業集積研究において注目されるようになった外部性 (externality) に関連して、企業同士が近接して立地することから生まれるひとつの特徴である「近接性」の役割を重視しておきたい。

製造業集積地に存在する多くの企業にとっては、一定地域に企業が集中して立地する産業集積から得られるメリットが低下し、多くの地域において、企業数の減少などの衰退傾向がみられる。しかし、企業にとって同業他社との近接性は、交通網が整備され、通信環境が発達した時代においても重要であり、フェイス・トゥ・フェイス (face to face, 対面式) のコミュニケーションを通じた知識や情報交流に代わる手段は存在しないとも指摘されている。「取引先とのコミュニケーション」のため取引相手 (販売先, 仕入先, 外注先のいずれか) との近接性を重視する企業の割合は高く、業種にかかわらず対面式コミュニケーションが経営上重要であることを示している。

企業や工場がある地域に集中すると、集積メリットが働くので地域中小企業の優位 (強み) が生まれる。離れた地域の企業と取引するには、それなりにコストがかかるが、近くの企業であれば電話ではなく、自転車や徒歩でも取引相談ができる。フェイス・トゥ・フェイスの情報交換ができることから、近場の企業との関係を構築することは、中小企業にとってとりわけ重要でしかも可能なことである。町工場が集まって分業を深化させた東京都大田区では、自転車で町工場同士が行き来して「チャリンコネットワーク」とよばれる仕組みがあると指摘されている。

このような「地理的近接性」は、日常的に多種多様な企業との直接的接触が可能になるので、多面的な情報の迅速な入手だけではなく、相互に刺激し啓発し合う関係、独創性や切磋琢磨するエネルギー、新たな事態への適応力を生み出し、企業家精神を養うのである。新しい産業集積は、同業者、顧客、人材との直接的な接触を糧にビジネスを展開・発展させる事業者に対して、最適な環境を提供し、知識経済を基盤とした地域産業システムのイノベーションを生み出すことになる。

創業間もない企業や経営資源に乏しい小規模企業や零細企業にとっては、顔の見えるネットワークによるビジネス・チャンスの開拓が有効な手段であり、集積地内の企業間を結ぶコミュニティが形成されていけば、事業提携などがさらに活発になり、地域経済活性化にも役立つ。地域にとっては、そうした潜在的なビジネス・チャンスを掘り起こし、苗床となる集積地ネットワークの形成支援策を充実させていくことが必要で、こうした方向性は製造業集積地の再活性化にとっても不可欠である。

(2) 近接性を活かすネットワークの構築

産業集積研究において、グレーザーら (Glaeser *et al.*) によって明らかにされた動学的外部性に言及するとき、近接性 (proximity) が重要な役割を果たしていることに注目しておきたい¹⁴⁾。近接性に関する考え方は多様であるが、地理的近接性、組織的近接性、制度的近接性に分けこれらの近接性が補完し合いながら、知識の創造・移転やスピルオーバーが地域産業や地域産業システムのイノベーションを導くとみられている。認知的距離 (cognitive distance) に注目し、必ずしも合理的ではないものの、経験や環境、教育や職業などによって生まれる認知的距離が小さく、認知的

近接性が高い場合、知識移転が容易になり地域のイノベーションが可能になるのである。

メンゼル（Max-Peter Menzel）は、近接性を認知的近接性、空間的近接性、ネットワーク近接性の3つの次元に分けている。前述の認知的距離をふまえた認知的近接性の次元では高度に複雑な知識の地域内移転が可能になり、空間的近接性の次元ではフェイス・トゥ・フェイスによる接触（face to face interaction）を通して知識のスピルオーバーを促進する学習（learning）のプロセスが注目される。

さらに、ネットワーク近接性の次元では空間的距離を橋渡しするネットワークの存在が重要であり、弱い紐帯（weak ties）の議論があるように、ネットワークのガバナンス構造のありかたが重要になるとする¹⁵⁾。人びとが集まりグループをつくると、信頼や関係性に基づいて匿名性がなくなり暗黙知が迅速に伝わることから、集積地におけるフェイス・トゥ・フェイスによる知識の伝播の優位性を評価する考えもある。

産業集積内の企業間関係に近接の利益が反映しており、企画・開発・生産・調整をめぐる日常的業務におけるヒト・モノ・カネ・情報の交流において近接の利益が観察できるとしている。取引業務の変更の際にも、現場での人的接触によって迅速に低費用で取引関係の調整ができることが大きなメリットである。また、地域内に多様な取引可能な企業や代替可能な企業群が存在すれば、企業活動の変化に必要なこのような資源を低いコストで利用できることになり大きな利点となる。こうして、近接立地からくる集積の外部性を活用することで、企業の存立と成長を可能にするのであるが、近年、このような利益を損なう構造的変化が集積地で起きているのである¹⁶⁾。

産業集積地では、地理的近接から優位性を活用して企業間でネットワークを形成し、知識を交換、移転しながら新技術や新産業を創出し地域の産業システムのイノベーションを創出するが、このことについては、企業間ネットワークの創発性として言及したことがある¹⁷⁾。実態からは、集積地においてはまだなおネットワーク活動に成果がみえにくいのが、内発的に活性化するためには、近接性や地域に蓄積されたソーシャル・キャピタルを積極的に活用する地域主体のネットワーク活動への取組みが望まれる。

(3) 「つながり力」を活かす地域中小企業の連携

中小企業ではヒト、モノ、カネ、情報などそれぞれの経営資源の充実や、経営資源の組み合わせ方の検討などにも遅れがちである。自社が保有する経営資源だけで経営する生き方は経営自前主義であるが、この考え方にこだわると、環境変化への迅速な対応が困難になる。日本の大企業もいまだに経営自前主義の色彩が強く、国際競争で敗退している要因のひとつとして考えてみる必要もある。

人材が最も重要な資源であるが、仕事をしながら現場で人材を教育する企業内教育のOJT（On-the-Job Training）のほかに人材育成方法がみづかりにくいのも中小企業である。技術も熟練者がいればよいという時代でもなく、ハイテク技術を使いこなす技術者も欠かせないだけに、従来型の経営自前主義の再検討が必要になっている。

小規模企業振興基本法で小規模企業についてみたように、企業規模の拡大を志向する成長発展だけではなく、むしろ、「事業の持続的発展」を小規模企業政策の基本にすえたことから分かるように、地域の中小企業・小規模企業の持続的発展にとっても、個別企業の自前主義に閉じこもる危険

を指摘しておきたい。

個々の中小企業に新製品開発や新規事業の立ち上げ意欲があっても、資金調達の問題が待ち構えており、その他の経営資源も急速にレベルが向上しているだけに、手持ちの資源の質を向上させるには時間も費用もかかる。このような不利を克服するために、中小企業同士が連携して、相互に不足する経営資源を補完する意義が生まれてくる。

これまでも、同業者による協同組合が数多くあるが、異業種連携組合のように、異業種の中小企業が連携して研究開発、開発した製品の事業化、販路開拓、人材育成などで成果が出るようになってきている。これらの考え方の延長線上で、事業分野が異なる複数の中小企業が有機的に連携し、その経営資源を組み合わせることで、新たな事業分野の開拓を図る新連携の支援政策が展開されている。

地域産業が元気を取り戻すためにも、地域中小企業にとって近接性のメリットを十分に活用するために、技術力のある企業、資金力のある企業、マーケティング力のある企業などが集まり協力関係を築き、お互いに学びあう関係を築き地域の強みを発揮しなければならない。

(4) 産業間における近接性の活性化——産業間循環の構築——

1970年代に町や村の小さな地域で特産品を産出する仕組みをつくることを目的として、大分県で一村一品運動が展開した。近年は日本よりもタイや中国など海外で関心が高まり、新興国や発展途上国で一村一品運動に取組む事例が多くなっている。この一村一品運動は、6次産業化の先駆的な役割を果たした。

6次産業化は、農業生産物の第1次産業、農業生産物の加工である第2次産業、その農産物加工品を販売する第3次産業として、第1次産業の農業から第2次産業である製造業を振興し、さらに第3次産業の商業・サービス業を振興することで地域に付加価値（利益）が残る仕組みをつくらうとするものである¹⁸⁾。

これは、第1次産業・第2次産業・第3次産業の連関によって、地域経済循環を構築する試みで、産業間の近接性利益の実現である。もともと農商工連携は農村の雇用創出をねらったものであるが、農村地域への工業導入は1960年代半ばからの政策課題で1971年の「農村地域工業等導入促進法」でこれまで継続的に取組まれてきた。しかし、農業と工業等の均衡ある発展をめざして多額の費用を投入し全国各地に多くの農工団地を整備したものの、地方の期待に反して工場を誘致・育成に成功する事例にみるべきものはなかった。

21世紀に入り地域資源活用の時代が到来してはじめて、農商工連携のように、農業資源を利用した加工業が食品工業のかたちで各地に展開するようになってきた。これは、農業を基点とした地域産業づくりの姿であり、6次産業創出の出発点ともなる。農業を軸とした地域産業の創出は、近年、農業の見直しから農商工連携へと政策場面を広げ、2008年に「農商工等連携促進法」（通称、2008年制定）と「企業立地促進法」（通称、2007年制定）の農商工等連携関連2法が成立し、中小企業者と農林漁業者が連携して新商品や新サービスを創出する活動を政策支援することになった。

地域で第1次産業、第2次産業、第3次産業を結びつけて新しい地域産業の仕組みを作り出した例として、大分県日田市大山町の木の花ガルテン、徳島県上勝町の株式会社いろどり、高知県馬路村農業協同組合、広島県世羅高原6次産業ネットワークなどがメディアや映画で取り上げられ知ら

れた存在であろう。いずれも、第1次産業部門の生産性向上によって新産業を創出する地域の試みとみることができる。

《注》

- 1) 伊藤正昭 (2011)『新地域産業論』学文社、第3章を参照。
- 2) 日本の中小企業憲章については、三井逸友 (2011)『中小企業政策と「中小企業憲章」——日欧比較の21世紀』花伝社を参照。
- 3) 伊藤正昭・土屋勉男 (2009)『地域産業・クラスターと革新的中小企業群——小さな大企業に学ぶ——』学文社。
- 4) フラグメンテーションについては、伊藤正昭「産業構造の変化とローカル経済圏における産業振興——中小企業の生産性向上による地域産業の活性化——」商工総合研究所『商工金融』2015年5月号を参照のこと。
- 5) 富山和彦 (2014)『なぜローカル経済から日本は甦るのか』PHP 選書。
- 6) 増田寛也編著 (2014)『地方消滅』中公新書。
- 7) P.F. ドラッカー／小林宏治監訳 (1985)『イノベーションと企業家精神』ダイヤモンド社。
- 8) 中小企業庁編「2017年版中小企業白書」
- 9) 商工総合研究所 (2014)「中小企業とM&A」2014年3月(平成25年度調査研究事業報告書)を参照。
- 10) 伊藤正昭 (2009)「地域経済循環の機能革新と地域中核企業の役割」商工総合研究所『商工金融』2009年5月号。
- 11) 伊藤正昭 (2015)「産業構造の変化とローカル経済圏における産業振興——中小企業の生産性向上による地域産業の活性化——」商工総合研究所『商工金融』2015年5月号。
- 12) 対事業所サービス関連業種には、ソフトウェア業、情報処理・提供サービス業、インターネット付随サービス業、映像情報制作業、音声情報制作業、クレジットカード業、割賦金融業、各種物品賃貸業、産業用機械器具賃貸業、事務用機械器具賃貸業、自動車賃貸業、デザイン業、広告業、機械設計業、計量証明業、機械修理業、電気機械器具修理業などがある。
- 13) 伊藤正昭 (2006)「技術支援から技術経営の支援への転換——地域インキュベータとしての公設試験研究機関」東京市政調査会『都市問題』2006年12月号。
- 14) 伊藤正昭 (2014)「地域経済循環と地域産業における内発的活性化」明治大学政治経済研究所『政経論叢』第82巻、第3・4号。
- 15) Max-Peter Menzel (2008), "Dynamic Proximities-Changing Relations by Creating and Bridging Distances", *Papers in Evolutionary Economic Geography*, Utrecht University.
- 16) 渡辺幸男 (2011)『現代日本の産業集積研究』慶應大学出版会を参照。
- 17) 伊藤正昭 (2005)「地域産業の発展における産業風土とソーシャル・キャピタル」明治大学政治経済研究所『政経論叢』第73巻、第3・4号を参照。
- 18) 今村奈良臣 (2015)『私の地方創生論』農文協を参照。著者は、農業を重視する6次産業の概念を最初に提唱した。

参考文献

1. アンドリュウ・ゾッリ+アン・マリー・ヒーリー／須川綾子訳 (2013)『レジリエンス 復活力——あらゆるシステムの破綻と回復を分けるものはなにかー』ダイヤモンド社
2. 今村 哲 (2016)「活路開拓事業の効果的実践に関する事例研究：石川県観光物産館を中心に」拓殖大学経営管理研究所『拓殖大学経営管理研究』(第106号、小原博教授 古希記念号)
3. 今村奈良臣 (2015)『私の地方創生論』農文協
4. 伊藤正昭 (2005)「地域産業の発展における産業風土とソーシャル・キャピタル」明治大学政治経済研究所『政経論叢』第73巻、第3・4号
5. 伊藤正昭 (2006)「技術支援から技術経営の支援への転換——地域インキュベータとしての公設試験研究機関」東京市政調査会『都市問題』2006年12月号
6. 伊藤正昭 (2009)「地域経済循環の機能革新と地域中核企業の役割」商工総合研究所『商工金融』2009年5月号

7. 伊藤正昭・土屋勉男 (2009) 『地域産業・クラスターと革新的中小企業群——小さな大企業に学ぶ——』学文社
8. 伊藤正昭 (2011) 『新地域産業論』学文社
9. 伊藤正昭 (2014) 「地域経済循環と地域産業における内発的活性化」明治大学政治経済研究所『政経論叢』第82巻, 第3・4号
10. 伊藤正昭 (2015) 「産業構造の変化とローカル経済圏における産業振興——中小企業の生産性向上による地域産業の活性化——」商工総合研究所『商工金融』2015年5月号
11. 商工総合研究所 (2014) 「中小企業とM&A」(平成25年度調査研究事業報告書)
12. 通商産業政策史編纂委員会編, 中田哲雄編著 (2013) 『通商産業政策史 1980-2000 12 中小企業政策』経済産業調査会
13. 富山和彦 (2014) 『なぜローカル経済から日本は甦るのか』PHP 選書
14. 増田寛也編著 (2014) 『地方消滅』中公新書
15. 三井逸友 (2011) 『中小企業政策と「中小企業憲章」——日欧比較の21世紀』花伝社
16. 山田 宏 (2013) 「中小企業政策は何を目的とするのか～中小企業政策とその思想の変遷～」参議院調査室『経済のプリズム』No.109, 2013年3月号
17. 渡辺幸男 (2011) 『現代日本の産業集積研究』慶應大学出版会
18. P.F. ドラッカー, 上田淳生訳 (2007) 『イノベーションと企業家精神』ダイヤモンド社
19. Charlie Karlsson *et al.* (eds.) (2014), *Agglomeration, Clusters and Entrepreneurship*, Edward Elgar.
20. Max-Peter Menzel (2008), 'Dynamic Proximities-Changing Relations by Creating and Bridging Distances', *Papers in Evolutionary Economic Geography*, Utrecht University.
21. Peter J. Bennett (2014), *Entrepreneurship, Small Business and Public Policy – Evolution and Revolution –*, Routledge.

(原稿受付 2017年12月12日)