

大阪の成長戦略と地域産業政策

中小企業支援の視点から

本多哲夫

大阪市立大学商学部教授

I 政策の主軸とは？ — 中小企業支援を政策の主軸に

近年の大阪の産業政策は、新産業創出によって経済成長を目指すという「成長戦略」が主軸となりつつあります。成長戦略は大阪都構想と密接に結びついており、開発型の政策が重視されています。この政策路線のなかで、一般的な中小企業への支援という政策の位置づけは低下しています。中小企業にまったく目を向けていないというわけではありませんが、国際競争力を有する「強い」企業、あるいは、新産業創出に関わるような「ベンチャー」企業といった一部の特殊ともいえる中小企業ばかりに目が向き、大阪の経済の大多数を占める既存中小零

細企業は主役ではなくなっています。

大阪市においてこの政策路線を顕著に示すものが、2011年に策定された『大阪市経済成長戦略』です。この戦略では、重点戦略産業分野と重点戦略エリアが指定され、これらを中心に経済成長を果たしていくというシナリオになっています。しかし、このなかには、中小企業がほとんど登場しません。中小企業について言及されている箇所もあります。そこで、拠点分野・拠点エリアを設定することで、「そこでの効果を中堅・中小企業へと及ぼす」（『大阪市経済成長戦略』4ページ）などの表現になっています。すなわち、あくまで拠点分野・拠点エリアの振興が主体であり、その波及効果が中小企業に及ぶという、かつての拠点開発方式と同一のトリクルダウン

の発想（上層を富ますことで下層にお金がしたり落ちるといふ考え方）といえます。

大阪市の成長戦略は2012年8月に大阪府の成長戦略に一本化され、大阪府・府の共通した戦略として『大阪の成長戦略』がまとめられました。しかし、この戦略においても、上記の新産業創出・経済成長志向型の政策路線となっており、これまで何度か改訂が繰り返されています。ですが、中身は大きくは変わらず、既存中小零細企業に関わるような記述はあるものの、「グローバル市場で果敢にチャレンジする中小企業の支援」や「成長産業分野への中小企業の参入促進」といった記述が目立ちます。ただし、2017年に策定された大阪市の『地域経済成長プラン』では中小企業振興についての

言及が増えており、このプランだけを見ると中小企業を重視しているようにも思えます。しかし、あくまで上位の戦略に『大阪の成長戦略』が位置づけられているため、大枠の政策路線は変わっていません。

これらの政策路線は、新しい産業や強い企業（あるいは特定の地域）を選別して集中投資し、トリクルダウンを狙うという考え方です。派手で大きな変化を引き起こすという発想であり、見た目の物理的な変化をもたらす開発政策に結び付きやすいという特徴があります。しかし、行政にどの産業が伸び、どの企業が成長するのかを判断する目利き能力が備わっているとは考えられません。その意味では、この政策路線は博打的な性格を持っており、こうした政策スタンスこそが、かつての大阪市の多くの開発事業の失敗を招いてきた根本的な原因であったといえます。また同じような失敗が繰り返される可能性があります。この政策路線の上にIR開発や万博誘致があることに注意しなければなりません。

こうした政策路線ではなく、中小企業支援を地域産業政策の主軸に据えるべき

ではないでしょうか。見た目は派手ではなくとも、大阪市内に分厚く存在する地元中小企業を支援していくという地道な政策スタンスです。地元中小企業支援を地道に行う体制が大阪市に存在していないわけではありません。大阪市にはすでにこの体制が構築されています。問題は、これが政策の主軸に据えられていないということです。現在の新産業創出・経済成長志向型の政策路線が主軸である限り、これらの地道な中小企業支援は、派手な変化をもたらさないもの（新産業を創出させない、あるいは、ドラスティックな経済成長をもたらさないもの）として、過小評価される恐れがあります。以下では、注目すべき大阪市の中小企業支援の取り組みについてみていきます。

Ⅱ 小さなビジネスイノベーションを数多く——経済戦略局の支援ツール

大阪市では経済戦略局（2013年度に経済局から改称）による中小企業支援の長い歴史的蓄積があります。大阪市の戦前においてすでに技術支援、経営支

援、金融支援、国際化支援といった基礎的な中小企業支援ツールを独自に整備していました。戦後は、これらの支援ツールを様々な形で発展させながら、中小企業支援・産業振興を展開してきました。大阪産業創造館（以下、産創館）もその1つです。

産創館は2001年に設立された大阪市の経営支援の拠点機関であり、現在は公益財団法人大阪産業局が運営しています。大阪市の経営支援の歴史は、戦前の商工相談所にまでさかのぼることができません。戦後は、工場診断、商店診断などの診断事業がおこなわれ、1968年には中小企業指導事業の総合化を図る目的で、大阪市中企業指導センターが設立されました。産創館は大阪市中企業指導センターをリニューアルする形で設立された機関であり、大阪市の中小企業支援の歴史的蓄積を土台として発展させた機関といえます。

産創館の主な支援内容は、経営相談、専門家派遣指導、ビジネスマッチング、セミナー、交流会、展示会、ビジネスプラン発表会の開催等です。経営相談や経営塾など中小企業指導センター時代の

支援を引き継いでいるものもあります。産創館では新たな企画が多く生み出され、全国的にも珍しい斬新な支援方法を開発してきたことから、マスコミ等で話題となりました。たとえば、2002年から開始された「ビジネスチャンス倍增プロジェクト」は、大企業のOBが大阪市内の製造業者を訪問し、自らの経験や人脈を活用して販路拡大や商品開発の支援を行うという画期的なビジネスマッチング手法です。最近では中小企業のモニター調査をサポートする「サンソウカndeモニター会」や、ものづくりを担う若手人材の確保のためのプロモーションなどをおこなう「ゲンバ男子プロジェクト」といった企画が注目を集めています。

産創館の支援は、メニューによって業種等を限定するものもありますが、総じて、あらゆる業種、規模の中小企業の日常的なイノベーション（変革）を支援しています。営業が不得意であった中小企業にそのノウハウを獲得するためのサポートを行ったり、ウェブサイトを有していなかった中小企業にセミナーを受講してもらうことで自社ウェブサイト作成につながるプロモーションの能力を向上させ

るなど、それぞれの企業の状況に応じた日常的なイノベーション促進を行っています。これは新エネルギーやバイオといった新産業を創出させるというレベルの大きなイノベーションではありません。しかし、大阪市を支えている多くの中小企業が存続・発展するために不可欠なイノベーションといえます。こうした小さなイノベーションを地域内にたくさん作っていくことこそが堅実な地域産業政策であり、すでに大阪市の長い歴史のなかで発展してきた既存支援体制を活かしているという意味で、効率的な支援ともいえます。

Ⅲ 地域コミュニティとともに ― 区役所の支援ツール

最近、大阪市の各区役所において中小企業と連携して地域活動をおこなうことで、中小企業の活性化を図るという取り組みが始まっています。

大阪市港区では、2013年から地元中小企業団体である大阪府中小企業家同友会・中央ブロックと港区役所などが連携して、「大阪・港区WORKS探検

団」というイベントを開催しています。このイベントは、港区の子供たちが地元企業を見学し、働くことについて身近に学ぶことができるというキャリア教育の催しであり、毎年100名以上が参加する活気あるイベントとなっています。

このイベントには探検先企業以外に、複数の中小企業や大学生などがスタッフとして参加してきました。関係者と区役所の職員などが話し合いを重ねながら官民でイベントの企画を練り上げ、当日の作業や進行を協力して担当しています。参加企業にこのイベントの感想を聞いてみたところ、次のような意見が聞かれました。「社員も積極的に参加し、社内の活性化した。港区を支える中小企業としての誇りとやる気が生まれた」（トラック関連企業）、「自社や自社の業種を知ってもらおう良い機会になった」（通関業）、「当社の特徴をどのようにすればわかりやすく伝えられるのか、勉強になった」（防犯関連用品販売業）。このように、港区WORKS探検団は区役所と中小企業が協働し、地域での教育、学習、交流活動に取り組むことによって、地元住民の役に立つだけでなく、受け入れ側である

中小企業も活性化しています。

このような中小企業と区役所の連携による地域活動は、大阪市内の各区で近年、活発におこなわれるようになっていきます。平野区と東住吉区では、2005年から合同で地元中小企業団体等と区役所が連携して「産業交流フェア」を毎年開催し、東成区では2011年から「わが町工場見てみ隊」という子供たちとその親たちが地元の工場見学をするというイベントを定期的に開催しています。大正区では、区役所、地元中小製造業、地元高校などが連携して「大正ものづくりフェスタ」を2013年から開催するほか、住民向けの地元中小企業の見学会（大正オープンファクトリー）の開催、修学旅行生向けの工場見学ツアーの開催、学生向けのインターンシップの実施も手がけています。

これらの取り組みは、中小企業が行政と連携しながら地域住民に対して地域貢献をおこなうことが大きな目的となっていますが、参加企業が自社を活性化するツールにもなっています。地元の地域活動に参加することで、「自社の特徴や魅力の見直しにつながる」「経営者や従業員

員のやる気や誇りが高まる」「自社の評判や認知度が高まる」「地域でのファンが増える」「企業ブランドが向上する」などの様々な企業活性化の効果が生まれています。地域に身近な区役所という既存ツールを活かした中小企業支援のあり方を提起している取り組みといえます。

IV 地道な支援体制の発展を

以上のような大阪市内における既存の中小企業支援は、中小企業の日常的な活動をサポートしているという点で共通しています。すなわち、中小企業の日々の

「事業活動」と「社会活動」に着目し、産創館は事業活動の日常的なレベルでのイノベーションを促進し、区役所は地域での日常的な社会活動の拡大を図っています。そのことを通して、地域経済、地域社会の両面からの地域発展を目指しています。これは、地域に密接に関わる中小企業に目を向けた地道な支援活動であり、現在、政策の主軸となっている派手な新産業創出・トリクルダウン路線とは対極にある政策といえるでしょう。

しかし、こうした地道な支援体制が今

後も継続されるかどうかはわからない状況にあります。産創館を運営してきた大阪市の外郭団体は大阪府の外郭団体と統合され、産創館は大阪府域全域の支援を担当することになりました。財源や人員は決して十分ではないなかで、従来のような支援を続けていけるのかは不透明です。また、現在の区役所については大阪都構想が仮に実現すれば消滅し、数個の特別区へと集約されます。その際に、区役所が積み上げてきた小地域を軸とした地元中小企業との連携活動も消滅することが危惧されます。

夢物語のような新産業創出や開発の掛け声に惑わされず、地道な地域発展の取り組みに注目し、発展させていくことこそ、地域産業政策の王道であり、今後、主軸とすべき政策ではないでしょうか。