

地域産業政策をどうつくるか

－福井県商工予算の分析を手がかりにして－

1. 福井県商工予算の見方、分析の仕方

－地域産業振興施策の実態を予算面から探る－

- (1) 商工予算規模とその全般的な特徴（2001年度）
- (2) 商工予算の構造を探る
- (3) 政策的可能性のある事業分野と予算状況を見る
- (4) 政策的可能性のある領域で、戦略的な事業とみてよいものの予算状況

2. 福井県商工予算において柱となってきたものは何か

- (1) 地域の既存企業に関する独自性の強化策や、高付加価値化策の導入
- (2) 技術開発と技術高度化に関する支援方策の新工夫と革新
- (3) 新商品開発・独自商品づくりに関する支援方策の新工夫と革新
- (4) 市場開拓活動に関する支援方策の新工夫と革新
- (5) デザイン開発、ブランド化・ブランド開発に関する支援方策の新工夫と革新
- (6) 創業支援・ベンチャー育成に関する支援方策の新工夫と革新

3. 政策的潮流に学び、商工予算・産業振興施策に盛り込むべき柱

- (1) 長期的で一貫性を持った産業振興ビジョンづくりとその弾力的な施策化
- (2) 魅力的な地域産業の要件とイメージを提示する
- (3) 地域の新しいリーディング産業づくりを促す施策の導入
－地域条件等と突き合わせ、伸びる可能性のある領域を明確化する－
- (4) 地域産業を知識情報面から牽引できるようにするための方策の導入
－新たなかたちの産業集積づくりや、ネットワーク化の促進－
- (5) 他機関との連携により、産業振興に関する実行主体の幅を広げる
- (6) 既存施策の見直しにより、新たな政策手段の開発を進める
- (7) 複数課題を融合的に解決するプロジェクト事業の打ち出し
- (8) 金融施策は事業施策に連動させ、戦略性を入れ込んだものにしていく
- (9) 地域企業により高い目標に向かわせる仕掛けや仕組みの導入
- (10) 経営者教育を活発化し、経営者の相互啓発と切磋琢磨活動の組織化を図る
- (11) 現場に根づいた人材開発や職業人の再教育、高度職業教育の実施
- (12) 地域に賑わいと活力をもたらす施策づくりに努める
- (13) まちづくりと産業政策の融合

4. あらためて5つの視点から地域産業振興施策の課題を読みとってみる

- (1) 本稿と5つの視点の関係
- (2) 伝統的に地域産業振興施策でとらえてきた問題
- (3) 施策動向の整理からいえること
- (4) 地域産業振興施策において強化すべき問題を5つの視点からみる

5. 福井企業と産業を自立的発展に導く幾つかの提案

ー地域企業と産業振興施策の間にある懸隔を埋めるためにー

- (1) 産業的伝統を抱える地域
- (2) ものづくりに関する強みをより磨き、高度化する
- (3) 売る力を高める、市場対応力を高める
- (4) リーディングカンパニーの明確化と役割の明示
- (5) 女性の力と視点を産業発展に生かしきる
- (6) ものづくりに関する強みや、売る力、市場対応力の高い企業の集積を図り、それらに関する徹底的な情報発信に努める

地域産業政策をどうつくるか

－福井県商工予算の分析を手がかりにして－

1. 福井県商工予算の見方、分析の仕方

－地域産業振興施策の実態を予算面から探る－

はじめに、数値的な面から福井県産業振興施策の骨格を手早くつかむため、福井県商工予算の現実にあたってみる。検討対象は 2001 年度の福井県商工予算（産業労働部所管予算）とする。これはすでにしばらく前の予算であり、この間に福井県経済戦略会議などの設置もあり、商工予算の中身はかなり変わっている。したがって、より近傍の年の予算で分析の方が好ましいが、今はその余裕がない。また、ここでの目的を福井県商工予算の骨格的特徴を把握することに置くなら、過年度の予算でもよいと思われる。その後の予算内容の変化は、分析上の留意・参考事項にとどめておくことにする。

ともあれ、福井県の商工予算には、どのような特徴や課題が見られるだろうか。以下においてみていく。

(1) 商工予算規模とその全般的な特徴（2001 年度）

まず、福井県商工予算の外形的規模と総予算の中に占める割合等を見ておこう。

県一般会計予算	5,377 億円	100 %	商工予算	446 億円	9.2 %
---------	----------	-------	------	--------	-------

①商工予算のうち政策的効果発現の可能性のある事業予算は、どのくらいの規模か
これは広くとつても 30 億円弱、すなわち商工予算全体の 6.7 %程度でしかない額である。この中でさらに戦略性を持つとみられる事業予算は、高々数億円内外であり、あまりにも少ない。（商工予算の 446 億円やさらに、上の 30 億円という数値と比べても）。

②戦略的領域に属すると見られる事業予算

こうした産業振興事業のうち、わずかながら戦略的領域に属するとみられる部分は、実は工業技術センターなどの県機関の経常事業であるか、あるいは産業支援センターや中小企業産業大学校などの既存産業支援機関への丸投げの事業である。これが福井県産業振興事業のほとんどとなっている。

③見かけ倒しの事業予算

また、各施策項目では、それぞれのタイトルとなる見かけ倒しの事業が並ぶだけで、メニューの実質はきわめて乏しいことがわかる。

④今後の産業政策において重点領域となるべき事業部分

このように今後の産業政策において重点領域となるべき事業部分について、福井県商工予算の中身・実質をみると、多くの項目は中身を欠落させているという状態にある。したがって、福井県の商工予算にも戦略的産業振興事業が存在するにしても、実際のところ、それがどこまで戦略的事業としての実をあげ得るかは相当に危うい。

(2) 商工予算の構造を探る

福井県商工予算の中で見かけを肥大させるもの、あるいは固定的な支出内容であって政策的な度合いが低い（漠然とした支出であり、狙いがはっきりしない）と思われる事業について、抜き出してみよう。そうすると、次のようなものがあげられる。

①融資と固定的支出関連分野

融資貸付金	218 億円
企業立地補助金	18 億円
工業団地助成・工業用水建設	11 億円
商業関係基金出捐金	20 億円
雇用特別基金	3 億円
勤労者ライフプラン貸付金	5 億円
小 計	275 億円

②別途事業関係

労働福祉事業（除貸付金）	7 億円
観光関連	8 億円
国際友好事業および イメージアップ事業	3 億円
小 計	18 億円

③団体・組織助成、既存事業補助関連

商工会等ネットワーク構築	7 百万円
産業情報センター運営事業	1 億 4 千万円
マルチメディアサポートセンター 運営事業	2 億 4 千万円
北陸技術交流テクノフェア補助金	4 百万円
中小企業産業大学校運営事業	9 千 5 百万円
福井県職業能力開発協会補助金	5 千万円
中小企業団体中央会育成事業	1 億 66 百万円
産業情報センター嶺南支所設置事業	22 百万円
小 計	8 億 23 百万円

④既存産業・企業の温存的性格が強いとみられる予算分野

織 維	2 億 56 百万円
機械工業	13 百万円
眼 鏡	19 百万円
伝統産業	33 百万円
特産品支援	21 百万円
小 計	3 億 42 百万円

ここまでの合計:304 億 65 百万円（残りは 141 億 35 百万円）

(3) 政策的可能性のある事業分野と予算状況を見る

次に商工予算のうちで、広くみて政策的な可能性のある事業分野とその予算状況について見ると、次のとおりである。

①科学技術開発	6億6千万円
②ベンチャー育成	8億7千万円
③技術開発	4億4千万円
④デザイン開発	1億1千8百万円
⑤情報化支援	4億2千万円
⑥商品開発	2億5千9百万円
⑦市場開拓	2千6百万円
⑧人材育成	1億6百万円

小 計 29億53百万円 商工予算の6.6%

要するに、政策的可能性のある事業予算領域は、広くみても商工予算の7~8%内外ということになる。

(4) 政策的可能性のある領域で、戦略的な事業とみてよいものの予算状況

上の(3)に掲げた事業の中で、個別事業の性格からみて、ある程度戦略性が評価されるとみられる事業について抜き出してみる。そうすると、全般的に各項目で欠落となる事業が多く、またせっかくこれに該当するような場合でも事業の額は小さいことがわかる。こうして、ここに含まれる事業予算は高々5~6億円となり、福井県商工予算の0.1%程度しかないという結果になる。

①商品開発分野 1億2千万円 ただし、技術開発項目と同種内容のものを重複計上している

商品開発の支援事業は、上のとおり、全体では2億5千9百万円となっている。しかし、地域の中小企業に向かう商品開発の助成事業は、次の2本しかない。しかも、これらは県の事業説明書のなかでは、技術開発支援事業、技術高度化支援事業とされているものである。要するに、ここには見かけの予算計上はあるが、商品開発そのものにターゲットをあてた事業は、実質的に空白に近いともいえる。

創造技術研究開発費補助金	8千万円	中小企業の新製品開発
地域産業技術開発事業補助金	4千万円	中小企業が行う技術基盤の高度と新事業の展開に対して

②市場開拓 0

これは、地場産業の展示会開催助成でお茶をにごしている程度。新製品の開発と市場化

事業を結びつける必要がある

③人材育成 0

中小企業産業大学校と職業訓練事業への丸投げ予算のみ。地域産業のニーズに合った実質を欠く。中堅幹部の戦略・マーケティング能力の育成が急務となる。

④経営者教育 0
空白領域

⑤技術開発・技術高度化	1億2千万円	
創造技術研究開発費補助金	8千万円	中小企業の新製品開発
地域産業技術開発事業補助金	4千万円	中小企業が行う技術基盤の高度化 と新事業への支援

これらは上で商品開発支援事業として説明計上した事業である。そうすると、これらは商品開発支援事業にして、同時に技術開発、技術高度化支援事業も兼ねるということになってしまう。しかし、果たしてそれほどの事業内容であるかは疑わしい。ともあれ、こうしたことからしても、かなりお粗末な施策展開状況といわざるを得ない。

⑥産業集積の促進・ネットワーク化施策 0

⑦創業支援・ベンチャー育成	3億円
新産業創出・経営資源強化 支援事業	2億8千965万円

これは、産業支援センターへの丸投げ的事业であり、区々たる各種セミナー、啓発的
事業の寄せあつめからなる。そうした断片的事業の総称としてうたっている区分である。

合計 4億2千万円（多くみて5～6億円程度）

⑧技術開発・技術高度化助成と商品開発助成への共通的な問題点

これの支援に関する政策的資源の絶対的投入量が少ない。

たとえば、中小企業向けの政府支出研究開発費を日米で比較してみる。

ア. 米国の政府支出研究費 1,403億円（1997年）

イ. 日本の政府支出研究費 66億円（1997年、資本金1億円未満の企業が国・地方から受け入れた研究費）。これは米国のそれに対して4.7%にしかならない。また、米国の場合は、この助成は先端技術研究に向かっているのが違いである。（黄完晟『日米中小企業の比較研究』税務経理協会、2002年、178p）。

2. 福井県商工予算において柱となってきたものは何か

次に、こうした予算の外形的・数値的な把握から、もう少し産業振興施策としての内実の面に目を向けてみよう。つまり、福井県商工予算において、産業振興施策として柱となるべきものは何かということである。これは1の作業でも幾分か行われているが、より意識的にいえば、次のようなことが指摘できる。

(1) 地域の既存企業に関する独自性の強化策や、高付加価値化策の導入

(2) 技術開発と技術高度化に関する支援方策の新工夫と革新

これにより、地域に特有な強みをつくり出し、グローバル競争に勝つ材料とする。このため、産業振興に関する産・学・官の連携づくりを行う。また、自治体科学技術政策の打ち出しにより、産業振興と科学技術シーズの結合を図る。あるいは、産業振興に関係する地域内の関係機関における業務革新も誘導する。

(3) 新商品開発・独自商品づくりに関する支援方策の新工夫と革新

売れる商品づくり、売れる条件を事前的につくることが大事であり、政策においてもマーケティング発想を導入する必要性が大きくなっている。

(4) 市場開拓活動に関する支援方策の新工夫と革新

(5) デザイン開発、ブランド化・ブランド開発に関する支援方策の新工夫と革新

(6) 創業支援・ベンチャー育成に関する支援方策の新工夫と革新

創業支援・ベンチャー育成を既存産業の高度化促進、第二創業の支援策と関連させることも一つの行き方である。

3. 政策的潮流に学び、商工予算・地域産業政策に盛り込むべき柱

商工予算や地域産業振興施策を見る場合に柱となるものは、まだ他にもある。たとえば、全国の自治体における産業振興施策の動向である。ここで共通する政策的潮流といったものは、自治体の産業振興施策を評価する上でも、重要な判断軸となる。そこで、全国の自治体の産業振興施策を俯瞰し、そこから学ぶべき政策的潮流について整理してみよう。そうすると、以下のようなことがあげられる。

(1) 長期的で一貫性を持った産業振興ビジョンづくりとその弾力的な施策化

こうした内容を持った自前の産業振興ビジョンづくりが重要となる。これには、地域産業に関する学習機能を入れ込んだ基礎調査も必要になる。たとえば、地域企業の当事者を参加させて行う地域産業の状況に関する基礎的な調査活動などである。

(2) 魅力的な地域産業の要件とイメージを提示する

次世代型新産業の要件について提示し、その育成に取りくむ。あるいは、企業活動を通じて地域社会を豊かにする産業の要件とイメージを提示し、その支援に取り組むなどである。こうしたことの一環では、産業振興に関する情報発信と地域産業の振興にかかる情報の地域的な共有方策の構築に取り組むことも必要となる。

(3) 地域の新しいリーディング産業づくりを促す施策の導入

－地域条件等と突き合わせ、伸びる可能性のある領域を明確化する－

地域の新しいリーディング産業づくりを促す施策の導入とは、まず地域条件等と突き合わせ、伸びる可能性のある領域を明確化する。そして、こうした方向に地域の産業・企業を誘導することである。

(4) 地域産業を知識情報面から牽引できるようにするための方策の導入

－新たなかたちの産業集積づくりや、ネットワーク化の促進－

(5) 他機関との連携により、産業振興に関する実行主体の幅を広げる

たとえば、自治体が地域において異なる経済主体をコーディネートして、自治体主導で産業集積づくりのプロジェクトを進めてゆく。そうすると、地域という軸で国や府県、市、民間など各主体の持つ資源と能力を縦横に組み合わせたプロジェクトができるので、投下資金は比較的になんくても、その割に大きな事業効果を期待できるようになる。

(6) 既存施策の見直しにより、新たな政策手段の開発を進める

(7) 複数課題を融合的に解決できるプロジェクト事業の打ち出し

プロジェクト事業の中に複数の課題を取り込み、複数の課題を融合化したかたちで問題の解決にあたるというやり方である。

(8) 金融施策は事業施策に連動させ、戦略性を入れ込んだものにしていく

金融施策に政策性を入れ込んで、事業施策と連動した独自の金融施策に脱皮させる。もって、金融施策の革新を図るということである。

(9) 地域企業により高い目標に向かわせる仕掛けや仕組みの導入

これは、地域企業にとっては挑戦的な目標に挑ませるための仕掛けのことである。たとえば、地域企業に日本初の商品開発や、世界初の商品開発に取り組ませたり、新規上場という目標に取り組ませたりすることである。あるいは、既存企業の高度化促進や、第二創業の支援策に取り組むことなども、そこに挑戦的な目標を入れ込めればこうしたもの一つに入れられよう。

(10) 経営者教育を活発化し、経営者の相互啓発と切磋琢磨活動の組織化を図る

経営者への働きかけによる経営革新の誘発策である。ここでは、経営者教育、経営者の

相互啓発と切磋琢磨活動の組織化により、地域の経営者層の全体的レベルアップを図ることに眼目がある。この他、産業人の相互交流促進策と政策形成に関する参加の促進策の導入なども考えられる。

(1 1) 現場に根づいた人材開発や職業人の再教育、高度職業教育の実施

現場に根づいた人材開発と職業人の再教育、高度職業教育の実施により、産業人材の地域的なストック化を図る。

(1 2) 地域に賑わいと活力をもたらす施策づくりに努める

(1 3) まちづくりと産業政策の融合

まちづくりと産業政策を融合させるには、たとえば自治体にディベロッパー機能、プロデューサー機能を発揮させることが考えられる。そして、地域の中の異なる経営主体に提起するプロジェクトにおいて誘導機能を発揮する。あるいは、自治体が主導するプロジェクトにおいてアライアンス戦略に取り組む。こうして、産業振興の個別プロジェクトとまちづくり・都市活性化を融合させていく。

なお、この点では、美術館に新たな複合的機能を付与した金沢 21 世紀美術館の試みが注目される。金沢 21 世紀美術館では、2つの使命を掲げる。1つは、まちのにぎわいの拠点とし、都心の活性化を担うということである。第2の使命は、産業振興とかかわる美術館にすることであり、ファッションタウンづくりの一環として金沢ブランドを意識した新製品開発に取り組むことなどを指している。

ここで、都心の魅力化と知識情報の交流環境の整備の必要性についてもみておこう。まず、妬心の魅力化や都市全体の魅力化を図ることにより、集客都市づくりにつなげることができる。また、こうしたことは、工場の工房化や、工場を地域に拓く活動、工場の美化、景観重視型の工場づくりと結びつけていくことができる。さらに、都心の魅力化と知識情報の交流環境の整備は、市民の創造活動の活発化や、文化芸術活動と産業振興策の融合、環境保全・環境問題と産業振興にも結びつけてゆくことができる。

4. あらためて5つの視点から地域産業振興施策の課題を読みとってみる

このように、福井県商工予算や産業振興施策の問題点と全国の自治体における産業振興施策の潮流をつなぎあわせると、そこから見えてくる問題はどのようなものであろうか。こうした個別と全体という2つの視点から地域産業振興施策を見ていくため、ここでは先に地域発展方策の検討で使った5つの視点を適用し、これと突き合わせて地域産業振興施策の大きな課題は何か読みとってみよう。そうすると、以下のようなことを指摘できる。

(1) 本稿と5つの視点の関係

本稿は、福井県商工予算の構造や問題点を見ることに主な狙いがあり、地域発展のあり方を整理するのに使った5つの視点は、必ずしも分析の中心ではない。しかし、福井県商

工予算や産業振興施策の問題点と全国の自治体における産業振興施策の潮流を見てくると、これらをまとめてみたとき地域産業振興施策の何が問題となるかも自ずと問われてくる。この点では、先の5つの視点による分析も生きてくると思われる。

(2) 伝統的に地域産業振興施策でとらえてきた問題

まず、2で行ったことは、伝統的に地域の産業が抱えてきた課題とその解決方向に関する整理である。

(3) 施策動向の整理からいえること

3は、全国の自治体における先進的な産業振興施策の動向から学ぶべき政策的潮流を整理したものである。

(4) 地域産業振興施策において強化すべき問題を5つの視点からみる

ここで、2および3であげた各項目施策について、先の5つの視点からの分類をしてみれば、次のようになる。

産業自治 3 (1)、(2)、(3)、(4)、2の(1)から(6)

財政自治 3 (5)、(6)、(7)、(8)

空間形成の自治・まちづくり自治 3 (12)、(13)

教育自治 3 (9)、(10)、(11)

こうして5つの視点から2と3の各項目施策について通覧すると、気がつくのはまず現行施策の自治的な視点への目配りの不十分さである。次いで、自治体の先進的施策潮流を考慮した場合、つまり3の各項目施策に重点をおいても、5つの視点と照らしあわせると内容的な不十分さを指摘せざるを得ない。たとえば、形式的な分類でいうと、差しあたって産業自治に関する項目に入れられるものが多い。その他の財政自治、教育自治に入れられる項目も多くはないが、それなりにはある。ところが、市民自治、文化自治の項目に入れられるものはないし、空間形成の自治・まちづくり自治に入れられる施策もほぼ同様な状態といえる。

こうした外形的な整理を踏まえると、差しあたって産業自治の項目に入れられるものが多いといっても、そこで不十分な点が明らかになってくる。すなわち、産業自治の本来の内容について地域経済に関し主体的な運営能力を発揮することと捉えるならば、ここで差しあたって産業自治の中に入れた項目は、中身の実質の点でいまだ距離があるといわざるを得ないのが実態である。財政自治も地域のモノ・カネの運用能力に関する力量の向上ととらえれば、これも不十分であり、産業人材の育成を含めた地域からの人づくりに関する自治をいう教育自治も同様である。さらに、市民自治、文化自治の項目の欠落や、空間形成の自治・まちづくり自治の項目の実質的な欠落は、自治体産業政策における大きな課題を示すものといえよう。

5. 福井企業と産業を自立的発展に導く幾つかの提案

ー地域企業と産業振興施策の間にある懸隔を埋めるためにー

最後に、もう少し視点を企業経営そのものに移し、どのような企業なら今後の情勢の中でも生き残れるかを考えてみる。これは現実的にみて地域企業の実態と産業振興施策との間にはいずれにせよ懸隔がある中で、どのようにしたら福井企業と産業を自立的な発展方針に導けるかという問題への一つの回答である。

(1) 産業的伝統を抱える地域

幕末期、福井を含む北陸地方は、世界的に見たハイテク先進地域と呼べるほどの地域であった。

- | | |
|------------------|----------------------|
| ①経済的生産力の高さ | 米の生産力が高い。当時からの米作単作地帯 |
| ②新興産業の勃興地帯 | 農村家内工業としての絹織物工業の存在 |
| ③当時の高速交通手段を有していた | 北前船 |

福井は都市の見かけや外見的にはそれほどの産業県という印象は受けない。しかし、長い産業地域としての伝統を有する地域である。つまり、産業的な伝統は、福井にとっての歴史的な資源の一つになる。

(2) ものづくりに関する強みをより磨き、高度化する

福井の産業構造は、グローバル化時代における競争力や適合性という面でみると、相当弱点があり、偏りもある。それでも、福井の地域発展の基盤が産業の比較優位にあり、とりわけものづくり製造業の比較優位にあることはたしかである。そこで、今後の地域発展においても、こうした比較優位性を現代的なカタチで生かしていくことは、第1の考慮事項になる。

(3) 売る力を高める、市場対応力を高める

今日のもの余り成熟経済下においては、単にものづくりに関する強みをより磨き、高度化するだけではさらに十分でない。これと合わせて売る力を高めていく、市場対応力を高めていく必要がある。これは福井企業が苦手としてきたマーケティング力をつけるということであり、マーケティング志向型企业、あるいはブランド志向型企业に脱皮することでもある。

(4) リーディングカンパニーの明確化と役割の明示

①リーディングカンパニーとは

ここでいうリーディングカンパニーとは、単に相対的に規模が大きいとか、業績をあげているというだけではない。企業発展と地域発展を重ね合わせ、一体化できるような企業についていう。

②リーディングカンパニー相互の協力と競い合いの場の設定

リーディングカンパニーの経営者が相互に切磋琢磨し、研鑽する相互学習の場をつくる。

③リーディングカンパニーの経営者に期待する役割

リーディングカンパニーの経営者は、地域の経営者や経営者予備軍の起業家志望者に地域企業発展の担い手となるよう叱咤激励し、前向きな企業活動を起こさせる存在である。いわば地域企業に化学変化を起こさせる存在といってもよい。より具体的には、「リーディングカンパニーの経営技術を学ぶトップマネジメントセミナー」の講師役を務めたり、そうしたセミナーの開催に協力することなどである。

(5) 女性の力と視点を産業発展に生かす

これは、女性の有業比率の高さという伝統を受け継ぎ、現代的なかたちで生かしていくことである。

- ①技術開発、商品開発、デザイン、マーケティング等の分野においては、徹底的な女性活用を図る
- ②ものづくり分野では、女性技術者の意識的かつ飛躍的な増大を図るようにする

(6) ものづくりに関する強みや、売る力、市場対応力の高い企業の集積を図り、それらに関する徹底的な情報発信に努める

福井は、全国的水準との比較でいえば、産業的にもきわめて小さな規模である。それゆえ、ものづくりに関する強みや、あるいは売る力、市場対応力の高さについても、そのままでは小規模分散的であり、外部への強力な情報発信という面ではきわめて不利になる。したがって、これらの強みや、売る力、市場対応力が高い企業については、地域外からも集積を図り、さらにこれらを強力に外部へ情報発信していく必要がある。こうして、地域の経営力の高さを対外的にも「見える化」していく必要がある。