

## 関満博・横山照康編『地方小都市の産業振興戦略』 (新評論 2004年)

清水 修 二

構造改革の厳しい試練をくぐって、目下、バブル崩壊以来3度目の景気回復のチャンスが日本経済に訪れていると言われている。しかし、もしそうだとでも本格的な回復の波が地方の中小企業に及ぶまでにはまだ時を要すると思われるし、景気回復局面にあっても地域間競争は激化し、経済の地域的不均等の拡大は避けがたいかもしれない。どういう地域が首尾良く新しい発展の軌道に乗り、どういう地域が状況に押しつぶされていくか、その分かれ目がどこにあるかは非常に興味深い問題である。

本書は人口3万人から6万人程度の地方小都市における産業振興の先進・典型事例を抽出して検討を加えたものである。10万人前後の地方中心都市については今後研究の計画があると編者は断っている。本書が言うとおり、地方小都市は人々の暮らしや仕事を実感できる「人の姿の見える地域」としての魅力を持っている。小規模な都市であればこそ、個性的な人物がリーダーシップを発揮する条件も生まれやすく、行政の取り組みも焦点を絞るやすいという事情は確かにあるだろう。都市規模の大小を問わず共通する産業振興戦略のポイントを把握する上では分かりやすい検討対象であると思われる。

内容を紹介しよう。まず最初に取り上げられるのは眼鏡フレームの生産量で日本一を誇る地場産業都市、福井県鯖江市である。眼鏡フレームの生産工程は200以上にも細分化されるというが、鯖江市ではそれらを担う小・零細企業が複雑な地域内分業一貫生産態勢を作り上げている。20世紀初頭に始まる同市の眼鏡生産は、すでに戦前に東京や大阪をしのぐ産地を形成し、高度成長期にはセルロイド枠の生産を柱に大きく飛躍した。その後、技術的にはチタンフレームの開発に成功し、デザイン面でも国際的な市場展開を図って円高不況を乗り切る。しかしながら1990年代に入ると産地メーカーの海外移転や中国メーカーとの競争激化で鯖江の眼鏡産業は「産地存亡の危機」に遭遇しているということである。そこで同市では、眼鏡だけでなく織

維や漆器などの地場産業も含めて地域づくりの観点から「もの・まち・くらし」の相互連携を狙った総合的な「ファッションタウン構想」、およびそのための理念として「ユニバーサルデザイン」の推進を打ち出すことになる。99年にはミラノに海外駐在員事務所を開設して情報収集と情報発信の拠点とし、当地のファッションスクールとの交流も開始した。その他、インテリジェントデザイン講座や、大阪大学との協力によるe-ラーニング方式のデザイン理工学講座の開催、全国から経験・技術をもった中高年を募集し人材派遣事業を行う第三セクターの設立、あるいは産業観光の展開などが特筆されるべき取り組みである。地場産業ばかりでなく地域のすべての産業が一丸となって再生を期し、立ち上がっているところに鯖江市の産業振興戦略の独自性を見いだせると著者は指摘している。

第2の事例は山形県長井市である。長井市は米沢藩時代以来のものづくりの伝統を有しているが、1932年の東芝長井工場の誘致を契機に、金属・電気機械産業の企業城下町として成長を遂げることになる。しかし90年代に入ると製造業の空洞化の波が襲い、東芝が長井工場の株を売却するという事態が95年には生じる。また少子化の影響で県立長井工業高校が定員割れを起こすようになり、その存立が危うくなってきた。長井市は産官協同の「産業立地指針策定委員会」を立ち上げて産業振興戦略の練り直しを行う。市内150企業の訪問調査を実施して企業情報の収集・分析を行い、当地の産業の課題を浮き彫りにした結果、城主である中心企業の笠の下から出するための最大の課題は人材の育成であることが見いだされた。そこで地元産業界の提唱により長井工業高校の統合反対と建て替えを要求する運動が始まる。これを支援する基金作りの運動には市内全世帯の3分の1以上が協力したという。さらに「NAGAI次世代マイスター育成協議会事業」と銘打って1期2年のマイスター塾を開講したほか、在学中の工業高校生への技能教育も進め、03年からは一層の実践的技術を追求する「ものづくり伝承館」もスタート

させて、人材育成事業の第2ステージに入っている。

第3事例は筑豊地域の中心都市である福岡県直方市である。石炭産業と採炭機械の製造・修理で栄えた当地はエネルギー革命とともに急速に衰退する。石炭産業依存からの脱却に迫られた市は半導体産業の企業誘致に尽力し、鉱業から製造業への転換を成し遂げる。しかし90年代に入るとともに製造業の海外移転等に見舞われ、再び大きな壁にぶちあたる。直方市の新たな産業振興の課題は、地場産業としての鉄工業と半導体産業との連携、福岡県北部で発展しつつある自動車産業との連携であり、「誘致中心から内発型へのシフトチェンジ」が始まっているということである。

第4は鳥取県境港市である。日本海有数の漁業基地であった同市は、水産加工を中心とした製造業のまちでもある。また米子や松江・出雲地方と結ぶ観光地としての条件も有しており、水産物直売によって漁業と観光とをタイアップさせる等の取り組みがなされてきた。しかし現在、漁獲量の激減で食品加工業は輸入・移入水産物に頼らざるを得ない状況に陥っている。同市では水産振興協会を核にして多岐に亘る施策を講じているが、とりわけ注目されるのは食の安全性に対する消費者の関心の高まりに対応した「危害分析重要管理点」と呼ばれる衛生管理方式の導入や「水温（食品固有の氷結点と零度までの温度領域）」技術の開発である。企業間の横の連携を強めることによりリスクを分散させながら付加価値を高めるといふ、地域産業のあり方が萌芽的に見いだされるとされている。

第5の事例は北海道登別市。同地は温泉観光で有名な所だが、リゾート開発の流行に乗ってテーマパークを建設したのが失敗し、新たな展開を迫られている。そこで打ち出された同市の観光産業戦略は、第1にアジアからの集客、第2にホスピタリティの向上、第3に体験観光の充実であった。香港・台湾・中国へのセールスの展開、外国人に対する接客の条件整備、乗馬や乳搾り体験ができる観光牧場の建設等である。さらに隣接する白老町と一緒に広域観光協議会を設立して広域観光にも取り組んでいる。団体旅行の時代が終わって小グループでの旅行が主流になったうえ旅行の質が高まったため、観光と地域産業との関連がかわって密接になったという点が重要である。「地域ぐるみで差別化を図る」ことが観光開発の鍵になっている。

第6事例は島根県斐川市である。同市は精力的な企業誘致により、島根県内では珍しく人口の増加を達成している。しかし注目すべきは、同市が単に企業誘致に成功したことだけでなく、誘致企業の現地化、およ

び地場企業とのリンケージの重要性を認識しつつ努力している点である。具体的には「企業化支援センター」や「企業化支援貸工場」の設置、「NPO ビジネスサポートひかわ」の設立などを挙げている。

福島県喜多方市が第7の事例として取り上げられている。同市は「蔵とラーメン」で名高いが、ラーメンのブランド化に成功した背景には、地下で百年を経ていると言われる優良な地下水を使った醸造業という地場産業の存在があった。本書ではラーメンの品質を維持するための「老麺会」の組織化、生活の場でもある蔵を観光資源にするためのさまざまな工夫が紹介されている。また会津地方や山形県米沢地方との広域連携の可能性もここには開かれている。

第8番目には、異業種交流の突出した事例として長野県駒ヶ根市を取り上げている。そして第9の事例としては、東京都武蔵野市との連携で同市に共同でアンテナショップ「麦わら帽子」を出している7市町村の取り組みが紹介されている。

以上の諸事例の検討を総括して編者の関氏は、地方小都市の産業振興戦略のキーワードは「連携」と「人材」であると断言している。ひとくちに連携といっても地域間の連携、地域内の異質なものととの連携、産業おこしとまちおこしとの連携など、その意味するものは多様である。また人材についても、地域産業の担い手になる人材のほかにリーダーとなる人材も必要である。人づくりの点では、工業高校を地域ぐるみで守り育てた長井市の実践が高く評価されている。

本書の最後の部分で編者は、ここで紹介されているような、希望を抱いて産業づくりに取り組んでいる「人の姿の見える地域」は、全国3200市町村の中でおよそ30ほどだと述べている。事実はその通りなのかもしれないが、すぐれた企業家はどんな小都市にも必ずいるだろうし、行政にも意欲と能力をもった職員は少なくないはずである。問題はそうした人材を立ち上げ、産業振興にまでつなげていく「地域づくりの技法」なのではないか。そしてそれは産業の振興にとどまらず文化や教育、福祉の分野にも言えることであるに違いない。そのことを私は「資源を掘り出し、組織を立ち上げ、行動を織りなす」という言葉で表現している。もちろんここでいう「資源」は、まず第1には人的資源を意味している。地域をつくるのは人である。このことを本書は具体的な事実を通して生き生きと示してくれている。日本経済の将来が開かれるとすれば、それは人々のこうした営々たる努力の積み重ねの結果としてでしかあり得ないだろう。(2004.8.2)