

第6回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工  
字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。

No. 18

【小論文タイトル】「ローカルな結束力」をいかした企業集積モデル

【要 約(800 字以内)】(文字数 796 字)

本論文は、SDGs 第9の目標「産業と技術革新の基盤をつくろう」の達成をめざし、日本のローカルの結束力の強さをいかした企業集積のあり方について提案するものである。

まず、個々の企業のなすべき取り組みについて、富山県高岡市の鋳物産業の歴史や株式会社能作の取り組みを例に論じる。各企業が現代技術と伝統技術の融合、若者・女性雇用促進などの取り組みを行うのは当然ながら重要である。加えて、土着の技術に頼りすぎて閉鎖的になることなく、適切なタイミングで外部からの刺激を取り入れる、すなわち外部からの人材、他企業、研究機関などの施設との連携を図ることが持続成長には不可欠である。

続いて、日本の地方企業が企業間ネットワークを形成する方法について、サード・イタリアを例に論じていく。地域という枠組みの中での企業どうしが信頼のもとつながりあい、活発な知識・技術フローを巻き起こすことで技術革新や産業の基盤は築かれる。グローバル化に伴い、そして昨今のコロナ禍において、地理的近接性は次第に意味をなさなくなっているように見えるが、技術やノウハウは対面のコミュニケーションでしかうまく伝えられない。ローカルな企業のネットワークはこれからの時代も意味をもち続ける、持続可能性に満ちた理想的な形態である。

また、円滑な企業間ネットワークを形成する上で、「オーガナイザー企業」を核とすることを提案する。オーガナイザー企業は、生産機能をもつ下請け企業群に柔軟に仕事を割り振る役割を基本的に担う。ただ、それだけにとどまらない、需要者と企業群を強く結びつけたり、見本市の開催を主導したり、研究機関との連携を推進したりといった、より広範な業務をとりもつオーガナイザー企業の形を提案したい。オーガナイザー企業の支援を受けつつ、ローカルな結束力を礎に企業群が活発に刺激を与え合う、このモデルこそが今の日本の地方企業にふさわしいのではないだろうか。

【本 文(文字数 9,500~10,500 字)】(文字数 9,934 字)

1 はじめに

「日本人は内向的」「日本人は同調しやすい」

こうした評価は国内外問わず衆口の一致するところであり、日本人の国民性として連想される筆頭のものではないだろうか。社会心理学などの分野において、日本は関係流動性が低い国であるとされている。「関係流動性が低い」とは、所属する集団や関わりあう相手を自由に選択するのが難しい状態を指し、そのような状態の社会の成員は、新しい集団・人間関係の中ではなく既存のコミュニティで暮らすことに安心感を覚える。古来より日本は、多数の山川により細かく分断され人の行き来は難しく、かつ極東の島国であり海外との関係も希薄なものであった。このような地理的条件に規定される形で日本では大量の閉鎖的な村落が形成され、現在まで尾を引くきわめて流動性の低い社会ができあがった。

関係流動性の低い国家は、アメリカなどの流動性の高い国家との比較の文脈で「監視社会」「多様性に欠ける社会」などとマイナス評価を下されることが多い。確かに、「グローバル化」「ダイバーシティ社会」と叫ばれいっそう人々の交流が盛んになる今の時代、新しい環境との関わりをなるべく回避する日本社会は聊か時代遅れなのかもしれない。しかし筆者は、日本の「関係流動性の低さ」は、裏を返せば「ローカルな結束力の強さ」の証左でもあると考える。伝統的村落社会に裏付けられた集団は、たとえ外部集団とのつながりが淡白であっても、内部の強固な結束は何につけても大きな原動力となる。幼少より富山県で育ち、地域社会の酸いも甘いも噛み分けてきた自負のある身としても、ここ一番での「ローカルな結束力」の強さは身にしみてわかっている(都内の大学に進学してなおのこと痛感している)。例えば最近の富山県の話でいうと、世界的に有名な「ドン・ペリニオン」醸造の最高経営責任者を28年間務めた

第6回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工  
字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。

リシャール・ジェフロワ氏が主導し、新国立競技場を手がけた隈研吾氏の設計する酒蔵で日本酒をつくるという前代未聞の一大プロジェクトが進んでいることが挙げられる。これも、自治体はもちろんのこと、酒米を作る農家、枡田酒造をはじめとする地元の酒造メーカーなどがシームレスに連携する力があってはじめて成り立っている。また、国外のセレブが訪れることも見込んで周辺にリゾート地を建設する計画も持ち上がっており、広い分野での結束力がうかがえる。

持続的に成長できる企業の理想形を語る上で、その結論を「各企業の努力」のみに帰することは非常に簡単だ。しかし、秘めた「ローカルな結束力」をもったこの日本社会において、地域という枠組みのなかでの「企業どうしの結束」も度外視することはできないのではないだろうか。個々の企業としてだけでなく、地域として成長していく姿勢がこれから求められていくと筆者は考える。東京一極集中の経済が問題視されるなか、より良い社会を実現するための伸び代を持つのは、やはりバイタリティある地域社会にほかならない。

本論文は、SDGs 第9の目標「産業と技術革新の基盤をつくろう」達成のための日本の地方企業、特に地場産業に携わる企業のあり方について論じていく。まず、第2章では富山県高岡市の鋳物産業、株式会社能作の取り組みを例に、持続的に成長できる企業実現のための「外部からの刺激」の必要性について述べる。続いて第3章では、企業同士がお互いに刺激し合う体制、すなわち企業間ネットワーク形成の重要性、さらにそれを取りまとめるオーガナイザー企業の果たすべき役割について論じる。最後に第4章で全体のまとめ、そして日本の地方企業が持続的に成長するための今後のビジョンを展開する。

## 2 持続的に成長できる地方企業とは? ~株式会社能作を例に~

### 2-1 富山県・高岡市における地場産業の様相

ここでは、筆者の出身地、富山県・高岡市の地場産業（鋳物産業・高岡銅器など）の様相について述べていく。

高岡市は富山県北西部に位置し、富山市に次ぐ県2位の人口を誇る。製造品出荷額も県3位であり（経済センサス、2017）、日本海側屈指のものづくり県の肯綮部をなすといっても過言ではない。雪解け水をはじめとする豊富な水、それに伴う大規模水力発電による低廉な電気を生かし、化学、金属製品、パルプ・紙製品（ショウワノート工場が立地している）だけで出荷額の半分以上を占める（経済センサス、2017）。なかでも金属製品に関しては、黒四ダム等を通じてもたらされる大量の電気を消費するアルミニウム産業が盛んであり、その技術のルーツは、高岡市で連続と受け継がれてきた高岡銅器をはじめとする伝統的鋳物産業にある。

高岡鋳物産業の嚆矢は、17世紀前半、前田利長が高岡城下町繁栄のために7人の鋳造師を招聘したことにまでさかのぼることができる。そこから長い時間を経、生型鋳造法などといった製造技術が確立され、1930~40年代（特に第二次世界大戦期）におけるアルミニウム産業の萌芽を支える。田中(1994)も、日中戦争に伴い銅地金の使用制限規則が制定されたことにより、銅鋳物業者がほぼ未開拓のアルミニウム産業にシフトし、伝統技術を生かした生産が定着したとしている(田中, 1994)。ここから高岡のアルミニウム産業は、技術力・労働力の両面において、鋳物産業が長い時間を経て培ってきたリソースに立脚していることがわかる。高岡の鋳物産業は富山の製造業発展の立役者とでも呼ぶべき、重要な位置付けにある産業だったと言えるだろう。

しかし、その鋳物産業もバブル崩壊後はアルミ産業とすれ違う形で需要の低減が著しくなり、2000年代にはさらなる衰退、加えてリーマンショックが追い討ちをかける。需要減退の理由としては、長柄(2016)によると、高岡銅器の装飾過多とも言えてしまう華美なデザイン性、およびその製品用途が現代の消費者需要と離れてきていることが挙げられる(長柄, 2016)。つまり、積み重なった伝統だけに頼った旧態依然の生産体制では、時代に追いつけなくなっているということである。加えて、少子高齢化に伴う後継者不足による事業所数減少も大きな原因なのだろう。

この苦境の中、高岡の鋳物産業で売り上げ10倍増を達成したのが高岡市創業の鋳物メーカー・株式会社能作である。

## 第6回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工 字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。

### 2-2 株式会社能作の取り組み

ここでは、持続的に成長する企業のモデルとして、高岡市の株式会社能作の取り組みを紹介・検討する。

能作は、HP の情報によると、「伝統と革新が共存するものづくり」を掲げ、暗黙知<sup>1</sup>として長らく守られてきた伝統的生型鋳造法を活用するだけにとどまらず、現代的なシリコン鋳造法などを導入し、銅器生産の技術を応用した錫 100%食器「KAGO シリーズ」など多くのヒット商品を生み出してきた企業だ。また、錫の抗菌性・可塑性を生かし、照明、建築、医療（矯正リングや開創板等）など多分野に亘る製品開発を行ってきた。このように能作の強みは伝統技術と現代技術の融合、広範な市場、多様な分野を超えたアプローチであると言える。伝統産業でありながら常に時代に追随しようとするこの姿勢は、まさに持続的に成長できる企業のモデルにふさわしい。

また、能作は完全無料で工場見学を受け入れたり、若い世代に対して鋳物体験を催したりなど、若手職人の発掘にも事欠かない。じっさい、2019 年のダイヤモンド社の取材<sup>2</sup>において社長の能作克治氏は、「従業員 160 人中 80 人が女性で、管理職の 4 割が女性」「年間 12 万人の見学者のうち、約 7 割が女性」と明かしており、「高齢者の職人中心」といったステレオタイプの地場産業とは対照的な雰囲気がうかがえる。このように若い世代や女性を積極的に集める姿勢が後継者不足問題を解決し、持続成長する企業を実現するのであろう。

最後に、能作の最も大きな特徴として、社長の能作克治氏が元々は富山県外の出身で、養子として社長の地位を継いだという点が挙げられる。能作氏は上述したような新進気鋭の策を次々打ち出し、就任時と比較して会社の売り上げを 10 倍近くまで引き上げた能作躍進の立役者であり、各種メディアにより辣腕経営家として紹介されるまでになっている。KENJA GLOBAL の HP<sup>3</sup>においては、能作氏は「伝統産業高岡銅器、創業 100 周年といった企業が多い中で「旅の人<sup>4</sup>」である私には同業者には絶対教えない技術技法を沢山の人から教わることができました」と述べている。また、事業構想オンラインの HP<sup>5</sup>では、「地元の人が変わるのが難しいことでも、『旅の人』がしていたら、あの人なら仕方ない、となる。殻を破っていかないと、高岡は変わらない」と語っている。

これらの発言からわかることは次の通りだ。長い間技術力に依存してきた伝統産業においては、既存の技術や生産体制、それを仕切る職人への絶対的な信頼が寄せられ、消費者の需要が変化しても前時代的な生産体制を続けることが多い。要は、伝統産業の「伝統」はとても聞こえのよい言葉だが、時として企業成長のくびきになるものでもある、ということである。特に高岡鋳物産業の場合、2-1 でも述べたが、江戸時代初期から縷々として続いてきた技術の重みは計り知れず、なかなか柔軟に生産体制を変えられないのもやむないことである。しかし、能作氏のような「外からの刺激」があれば、いい意味で伝統は壊され、再構築され、根本的に生産体制が変わることで業績上昇が期待できるのだ。

### 2-3 持続的に成長できる地方企業とは？

ここでは、能作の例を踏まえ、持続的に成長できる地方企業のあり方について一般化したい。まず、現代技術と伝統技術の融合、後継者確保のための工場見学・職人体験などの取り組みは言うまでもなく重要であるし、わりあい陳腐化された言説である。ゆえに、本節で特に注目したいのは 2-2 の最後に述べた「外からの刺激」の重要性だ。

持続可能な地域経済のモデルとしては、しばしば宮本憲一ほか(1990)の提起する「内発的発展論」が用いられる。内発的発展とは、簡単に言うと地元の技術・産業・文化といった既存のリソースを基礎とし、付加価値が地元へ帰属するような地域経済の質をつくりあげることである(宮本ほか, 1990)。「付加価値が地元へ帰属する」ということは域内で利益が循環しようと

<sup>1</sup> 言語化された明示的な知識である形式知に対し、言語化しがたい経験や技能のこと。

<sup>2</sup> <https://diamond.jp/articles/-/214435?page=3> (3 頁目)

<sup>3</sup> <https://www.kenja.tv/president/det3z1zb.html>

<sup>4</sup> 高岡では、県外からきた人をこのように呼ぶことがある。

<sup>5</sup> <https://www.projectdesign.jp/201406/pn-toyama/001411.php>

第6回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工  
 字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。

いうことであり、余すところなく「持続可能」に符合しているように見える。これと対照的なのが「外来型開発」の考え方であり、大企業や行政などといった「外からの刺激」による開発事業に依存する形で地域経済を発展させていく、いわゆる「上から」に近い方策のことである。外来型開発は、生まれた利潤が地方に還元されにくく、戦後の開発独裁とも結び付けられて批判されることもままあり、「持続可能性」とは対極にあるように思われがちである。しかし、高岡鋳物産業の例からもわかるように、地場産業は土着の伝統的技術、すなわち内発的な要因に拘泥し閉鎖的な形をとることが多く、ある程度の外部からの刺激、つまり外来型開発的要素がなければ時代の流れに追いつけない。能作のケースに関しては企業単位の話であるし、県外の人材が一人移動してきたという形であり外来型開発とまでは言えない。が、逆に言うと、外部から人が一人やってくるだけでも業績が劇的に好転する可能性があることを示してくれた。

結論として、地域経済（特に地場産業の場合）を論じる上で「持続的に成長できる企業」と「内発的発展」は躁急に結び付けられがちだが、適切なタイミングでなんらかの外部からの刺激がもたらされない限り、真の意味で持続的成長のできる企業は成立しないということを強調したい。内発的発展と外来的発展という截然とした二元的解釈から脱し、双方のメリットをいかし合う意識がこれからの時代は求められる。じっさい松原(2014)は、地域の持続的発展が課題となる現代において、外来的発展と内発的発展を統合する形としての新たな産業集積政策（地域イノベーションや産業クラスターなど）が必要になるとしている(松原, 2014)。つまりは、各企業が当該地域の生産活動の盛衰を常に把握し、生産が滞ったときに「外からの刺激」を少しでも取り入れる、すなわち外部人材の招聘、他企業の誘致、研究機関と提携した R&D 等を行うといった、内発性と外来性の均衡を保つことが求められている。

しかし、これらのことを「各企業の努力」といった安い言葉に被けるのには限界がある。本章では、話の単位を「企業」から「企業集積」に移し、各企業が互いに「外からの刺激」を与え合う持続可能な地域のモデルを、「サード・イタリー」を例に論じていく。

### 3 企業が持続的に成長するための企業集積 ～サード・イタリーを例に～

#### 3-1 サード・イタリーの概要

サード・イタリー（第三のイタリア）とは、イタリアの中でも中小企業による伝統産業・地場産業が盛んな地域のことである。地域の明確な区分は定義されていないが、近代工業化がもっとも早く進んだ北部地域（第一のイタリア）、農業に依存する南部地域（第二のイタリア）との対比によって位置付けられ、ヴェネツィア、トリノ、ボローニャ等の都市に代表されることが多い。サード・イタリーは 1970 年ごろ、労使対立やスピンオフを経、大企業主導体制によってかわる形で徐々に成立していき(中村, 2001)、オイルショックによる経済的打撃が小さかったことで注目を集めるようになった。松原(2014)によると、サード・イタリーはシリコンバレーなどと並ぶ「新産業都市」であり、政府や寡占・多国籍企業により創られる経済とは対照的に、ベンチャーや家族経営の中小企業により創られる地域経済によって特徴付けられる(松原, 2014)。じっさい、イタリアは欧州でも最も中小企業数が多く、国内全体の企業数の 99%を占め、従業員が 10 人以下の零細企業は全体の 95%となっている(日本貿易振興機構, 2014)。

サード・イタリー内での成功例を一つ挙げよう。ボローニャ州のサッスオーロ市においては、中小企業を中心とするイタリア屈指のセラミックタイル産地が形成されている。1970 年代、国際的にオイルショックの影響で不況が続く苦境のなかにおいても、サッスオーロ市では度重なる技術革新による生産性向上により産地規模が大幅に拡大し、製品の質へのこだわりが強いイタリア人消費者のハートを掴んでみせた。その結果、1974 年には企業数で 10 年前のおよそ 4 倍近い 509 社、従事者数で 48,000 人という

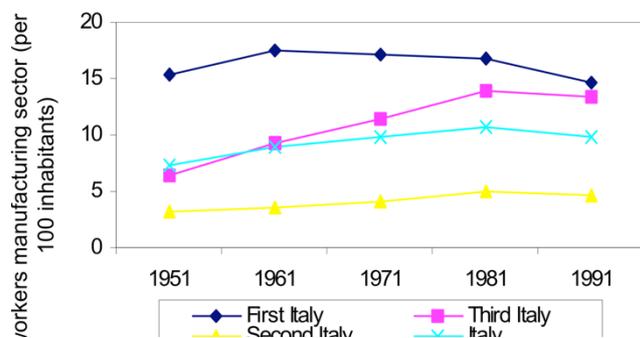


図 1: Boschma, Ron (1999):イタリア地域別 100 人あたりの住民に対する製造部門の労働者数(1951-1991)  
 \*elaborations from Censimento Generale dell' Industria 1951, 1961, 1971, 1981

第6回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工  
字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。

歴史上最大の数字を記録した（日本貿易振興機構, 2014）。サード・イタリア全体としてもこの流れは共通している（図 1）。2000 年代に入って生産量は縮小したものの、今度は海外進出が進み市場の裾野が広がり、逆に産地はノウハウ・先端技術が蝟集する場となっている。

では、不況のなかでも逞しく業績を伸ばす地力のあったサード・イタリアの生産体制は具体的にどのようなものなのだろうか。次節ではサード・イタリアの核となる企業間ネットワークに注目する。

### 3-2 企業間ネットワーク

ここでは、サード・イタリアにおける企業間ネットワークについて紹介、考察する。

サード・イタリアが注目される要素として、Piore & Sable(1984)の提唱する“Flexible Specialization”（「柔軟な専門化」）がある。「柔軟な専門化」は、簡単にいうと、それぞれの企業が特定の分野に専門化し、需要の変化に応じて柔軟に分業する体制のことをいう。日本の自動車産業における JIT（Just In Time）システムに近いものがイタリアでは地場産業に適用されている、と考へてもよいかもしれない。「柔軟な専門化」は「ポスト・フォードイズム」「ネオ・フォードイズム」とも評され、全ての工程を一企業（特に大企業）内で担う大量生産体制からの脱却の象徴となっている。また、非常に分権的なシステムであるため、一極集中経済解消手段の一つと見なされている。

ともかく、この分業を可能にしている、あるいはこの分業により盤石となったのがサード・イタリアの濃密な企業間ネットワークである。中世レヴァント貿易の折から続く先行産業の礎石、イタリア伝統の分権主義・家族主義・郷土主義（カンパニリスモ）に支えられ、職人どうしが信頼のもと繋がり合い、企業間で市場の動向・需要の変化を共有しあっているのだ。サード・イタリアの企業ネットワークのスタイルは、柳井(2005)によると、「中小企業のマーシャル型」を基本的な特徴としながらも、経営や技能教育、マーケティング等の領域で企業間連携や地方政府の調整、促進策が強い役割をもつ「イタリア変形型」（柳井, 2005, p31）と呼ばれる集積である。つまり、サード・イタリアは、企業集積の分類の中でもより企業間連携・産官連携が重視されている独特な地域であることがわかる。

企業間ネットワークの利点は、ただ分業ができることだけではなく、域内に情報・知識・技術のフローを生み出すことができるということも考えられる。何かにつけてグローバル化が進んでいると喧伝される現代、企業の地理的近接性などもはや問題でないという意見もあるだろう。確かに「コロナ禍」のみぎり、実空間での対面がかなわない状況で、日本社会は、いや国際社会のレベルでリモートワーク、オンラインコミュニケーションの可能性に気付かされた。しかし同時に、オンラインでは伝えきれない・共有しきれないことが多々あるということも学んだはずだ。こと製造業という技術力やノウハウが要諦となる分野において、言語化しえない経験や技能、すなわち暗黙知は対面コミュニケーションなくして伝えられるものではない。企業集積というブロックをつくり、その中で暗黙知のフローを起し、ともに技術力を高める、すなわち「競争」だけでなく「共創」する姿勢が持続的な成長につながるのではないだろうか（能作社長の言葉をお借りした<sup>7)</sup>。

では、このような企業間ネットワークはいかにして形成されるのだろうか。次節では様々な企業を取りまとめる役割を担う「オーガナイザー企業」について考察する。

### 3-3 オーガナイザー企業

「オーガナイザー企業」とは、榊原ほか(2009)によると、「地場産業集積の開発者としてのプロモーターの役割とともに下請けを組織化するという、集積における生産連鎖の編成者としての機能を持つ」企業であるとされる（榊原ほか, 2009, p57）。簡単にいうと、生産機能や基盤技術をもつ企業群を編成し、それらを需要者（クライアント）と円滑に結びつける役割をもつ企業のことだ。

<sup>6</sup> Markusen(1996)の産業集積の類型のうち、「小規模な地方資本の企業によって支配された、取引構造が内部に実在している（柳井, 2004, p31）」集積形態のこと。

<sup>7</sup> <https://diamond.jp/articles/-/214435?page=3> (3 頁目)

第6回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工  
字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。

サード・イタリーの Como 地域を例に説明しよう。上野ほか(2005)によると、シルク産業が集積している Como 地域においては、オーガナイザー企業がコンバーター企業と呼ばれ、生産工場をもつ企業を統制している<sup>8</sup>。コンバーターは国際的なトレンド・市場の動向を常に収集し、生産量・質などを決定し、産地内の生産拠点をもつ各企業に発注を行う(上野ほか, 2005)。このとき、発注先の企業を柔軟に組み替え(前節で述べた「柔軟な専門化」)、絶えず変化する需要に対応することで、2-2 で述べた「伝統にこだわって需要に追いつけなくなる」ということをうまく回避できる。例えば、Como 地域の S.K 社は生産手段をもたないコンバーター企業であるが、シルクの価値の変化、人気のファッションなどを細かに分析し、商品開発・研究開発を行なった上で、ふさわしい技術力のある企業を見繕って提案・発注している。

このように、オーガナイザー企業の主な役割は需要を把握し、その需要を満たすために技術をもつ企業に適切に仕事を割り振る、というものである(図2)。これは、生産する企業にとっては2-3 で指摘したところの「外からの刺激」となるし、企業の組み合わせ方次第では3-2 で述べた企業間ネットワークの形成につながる。さらに、各企業が独自に行う品質管理はどうしても甘くなりがちだが、第三者の視点でオーガナイザー企業が品質管理を行うことで、より洗練された製品を作ることができる。

しかし、オーガナイザー企業の役割はこれだけでよいのだろうか。生産機能をもつ企業群がさらに自社の専門分野に注力して技術力・生産力を深化させるためには、また企業同士の結びつきをさらに強めるためには、オーガナイザー企業によるいっそう幅広い支援が必要だと筆者は考える。ただトップダウン的に仕事を割り振るだけの存在でなく、企業が気軽に頼ることができるのがオーガナイザー企業の理想形ではないだろうか。そこで、ここからは筆者が効果の期待できると考えるオーガナイザー企業の役割をいくつか提案していく。

第一に、「生産機能をもつ企業群に需要者の存在を強く意識させる」ことである。これは、企業間ネットワークに基づく分業体制に付き物の弱点を克服するのに不可欠な策だと考えられる。というのも、分業型は製販一体型とは異なり、「すべての企業がエンドユーザーの顔を見られるというわけではない」ということが想定されるからだ。部品生産などを行う企業は不可避免的に需要者との直接の関わりを持ってない、さらには完成品のイメージをも抱くことすらできない場合もある。そこで、オーガナイザー企業が需要者からの製品に対するフィードバック(肯定的なもの、否定的なもの問わず)を逐一集め、企業群に拡散する習慣をつけるのはどうだろうか。ユーザーの声や写真をクラウド等で共有するだけでも構わない、エンドユーザーの存在を少し意識的にほのめかすだけでも、従業員のモチベーション向上に繋がるのは言うまでもなく、それらのフィードバックを踏まえた技術力・生産力アップが期待できる。

第二に、「見本市・展覧会の開催を主導する」ことである。今や地場産業は域外の市場を開拓しなければ淘汰される時代にあるとあっていい。かといって、単一の企業のみで新たな販路を見つけるのは負担が大きく限界がある。そこで、オーガナイザー企業が見本市などのイベントを主催し、販路を拡大させることを提案したい。見本市開催のメリットとしては、①各企業が自社の製品や技術を市場にアピールできる②多くの企業が一堂に会することで企業間ネットワークが強固になり、情報・技術のフローが生まれる場となる③定期的に開催することで、企業に「見本市までに出展できるレベルの何かを完成させなければならない」というプレッシャーを与えることができる、などがある。また、地場産業の見本市には美術性の高い伝統工芸品が集まりやすいため、美術展として売り出して幅広い層を呼び込むこともできるという副次的効果も考えられる。

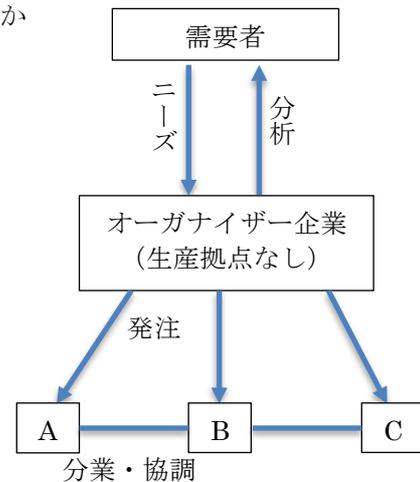


図2: オーガナイザー企業の役割  
(筆者作成)  
A, B, Cは生産機能をもつ企業

<sup>8</sup> コンバーター企業自体は生産工場をもたない。

第6回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工  
字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。

第三に、「産学連携を推進する」ことである。持続成長できる企業を生むためにできる産学連携の取り組みとして具体的に挙げられるのが、①イノベーション②後継者育成である。①に関しては、やはり研究機関との連携が必要不可欠だ。とは言っても、中小企業が大半の地場産業地域において、各企業が独自に研究施設を持つことは規模・コストの面から難しく、かといって全ての企業が大学などの研究機関と連携をとるのも無理がある。しかし、一定の規模のあるオーガナイザー企業が大学・研究開発機関と連携をすれば、そこを介して企業群が常に最先端技術にアクセスできるようになる。その結果、秩序だった産学のネットワークが形成され、イノベーションも起こしやすくなる。ともかく、基盤技術というものは、高岡の鋳物産業の伝統的技術がアルミ産業の基礎となったことからわかるように、思いもよらないイノベーションを生み出す可能性があるため、絶対に保持・改良していかなければならない。ここに関してはまさに SDGs 第9の目標が強く示していることだ。②についても、①と同じような形で地域の初等教育機関との連携を結ぶことが重要だ。子供達が教育の一環として地場産業に触れることでその分野に興味を持ち、のちに後継者になりうるというのは言うまでもない。

#### 4. 結びにかえて

ここまでの議論を簡単にまとめる。持続的に成長できる地方企業とは、土着の技術といった内発的要素、外部の人材・技術といった外来的要素の均衡をとりバランスよく取り込むことができる企業である。また、持続的に成長できる地方の企業集積とは、ローカルな結束力を生かし、多方面の支援・コンサルを担うオーガナイザー企業をバックに、企業同士が刺激を与えあい「地域として成長していく」企業集積のことである。特に本論文で示したオーガナイザー企業を中心とする企業集積のモデルについては、なにも地場産業に限った話ではなく、日本の「ローカルな結束力」が働く場所においてはいかなる分野においても適用可能であると考えられる。

最後にもう少しだけ、ローカルの可能性を強調しておく。グローバル化、そして“With Corona”の時分オンライン化が進み、もはや地理的近接性が意味をなさない時代に来たように見える。地方の企業は新たなリソースを求め「外へ外へ」向かう傾向が強くなっている。その極致が「産業の空洞化」「東京一極集中」といった言葉に表れている。しかし、「ローカルな結束力」が強いわが国において、地方という小さなユニットの爆発力を軽視するのはあまりにももったいない。こんな時代だからこそ、ローカルの力を信じてみてはどうだろうか。

#### 5. 参考文献 (最終アクセス日: 2020/06/14)

Boschma, Ron (1999). Culture of “trust” and regional development: an empirical Analysis of Third Italy, 39<sup>th</sup> Congress of the European Regional Science Association: “Regional Cohesion and Competitiveness in 21<sup>st</sup> Century Europe” August 23-27, 1999, Dublin, Ireland, European Regional Science Association (ERSA), Louvain-la-Neuve  
[https://www.econstor.eu/bitstream/10419/114191/1/ERSA1999\\_a009.pdf](https://www.econstor.eu/bitstream/10419/114191/1/ERSA1999_a009.pdf)

Markusen, Ann (1996). “Sticky Places in Slippery Space-A Typology of Industrial Districts”, *Economic Geography*, Vol.72, No.3

Piore, Sable (1984). “*The Second Industrial Divide, Possibilities for Prosperity*”, New York, Basic Books.

上野 和彦, 立川 和平, 高柳 長直, 高田 滋, 遠山 恭司, 竹内 裕一, 本木 弘悌(2005). イタリア・コモにおけるシルク産業集積: 揺れ動くサード・イタリアー東京学芸大学 紀要 第3部門 社会科学 Vol.56 p15-28

<http://ir.u-gakugei.ac.jp/handle/2309/2806>

第6回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工  
字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。

株式会社 能作 HP. 2020/01/15

<https://www.nousaku.co.jp/>

榊原 雄一郎, 西崎 雅仁, 木野 龍太郎(2009). 地域産業の発展と地場産業集積の持つ技術.  
産業学会研究年報 2009 巻 24 号 pp. 53-66.

<https://doi.org/10.11444/sisj.2009.53>

総務省・経済産業省(2017). 経済センサスー活動調査.

<https://www.stat.go.jp/data/e-census/index.html>

(RESAS を用いて調査)

田中 晴人(1994). 高岡地域経済試論.

<https://toyama.repo.nii.ac.jp>

長柄 毅一(2016). 高岡銅器の歴史と化学.

[https://doi.org/10.20665/kakyoshi.64.10\\_518](https://doi.org/10.20665/kakyoshi.64.10_518)

中村 裕二(2001). わが国における「サード・イタリー」の産業集積研究の到達点. 経営研究  
52 巻 2 号. 大阪市立大学経営学会.

<https://dlisv03.media.osaka->

[cu.ac.jp/il/meta\\_pub/G0000438repository\\_KJ00000323751](http://cu.ac.jp/il/meta_pub/G0000438repository_KJ00000323751)

日本貿易振興機構 (ジェトロ) 海外調査部(2014). イタリア産地の変容.

[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/jfile/report/07001625/07001625.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfile/report/07001625/07001625.pdf)

松原 宏(2007). 知識の空間的流動と地域的イノベーションシステム. 東京大学人文地理学  
研究. 18 巻. pp22-43

<http://hdl.handle.net/2261/18505>

松原 宏(2014). 『地域経済論入門』. 古今書院.

宮本 憲一・横田 茂・中村 剛治郎編(1990). 『地域経済学』. 有斐閣.