

都市型産業集積の実態にかんする考察

——東京都台東区に展開する皮革関連産業を中心に——

高 橋 慎 二

1. はじめに

筆者は、2010年の春から、東京都台東区の皮革関連産業（そのなかでもとりわけ靴産業）の現地調査に取り組む機会を得た。皮革関連産業は、当地域において古くから根付いてきた地場産業の1つであるが、これまで貿易諸条件の緩和が後押しし、日本市場において海外からのブランド製品や安価な製品が次々出回るなか、その大きな影響を被り、厳しい経営環境が続き衰退してきた。このことは、当地域・産業において特有の事象ではなく、グローバリゼーションの進展とそれによるさまざまな影響の受け方が著しい「日本のものづくり」全般が抱えている問題といっても良いであろう。

しかし、これまで筆者自身が現地に入り、当地域・産業の関係者への訪問や聞き取り調査を重ねてきた結果、当地域・産業は他の産業集積と比して大きく異なる点があった。それは近年、「自ら手に職をつけて将来は自立的な仕事をしていきたい」と志向する若者たちが、この台東区のものづくりのまち、とりわけ浅草や浅草橋・御徒町地域に全国から集まりはじめているのである。こうした光景は、今となっては珍しいものであるが、かつての戦後高度成長期においては、都会のみならず、地方出身のこのような志を持った若者は数多く見ら

れ、彼らの独立開業や起業の活気が日本経済の成長に大きく貢献してきたといえるだろう。その空気に近いものがここ近年、この地域に再び息づいてきているのである。このメカニズム、すなわち、「若者が志を持ってものづくりのまち、現場に集まって来る」メカニズムを解明することができれば、台東区のみならず、広くは、全国の地域産業・経済、中小製造業、そして日本のものづくり全般が直面している苦境、衰退状況を好転させていくための手がかりを見出すことができるのではないかと考えはじめた。

そこで本論文では、この「若者が志を持ってものづくりのまち、現場に集まって来る」メカニズムを解明していくというゴールを研究課題として設定するなか、その追究に先立ち、まずもって当地域・産業の現状がどのようなになっているのか、さらにはどのように近年変化してきているのかについて把握することが不可欠であると考え、都市型産業集積地である台東区の地場産業として代表的な皮革関連産業のうち、とくに浅草地域を中心に広く展開している靴産業を取り上げ、その実態について把握することとし、さらにそこから見えてきた課題を若干整理することについても目的としている。本論文の構成は以下の通りである。

第2章では、各種統計データを用いて、第1に、まずは台東区の製造業全体の実態について、都区部、国と比較しながら確認するとともに、その特質について見出していく。第2に、その中でも、台東区の皮革関連産業に注目し、その実態を見ていくなかで、グローバリゼーションの進展により、これまでの貿易諸条件の緩和のなか、当地域・産業への影響について考察する。

第3章では、台東区文化産業観光部にぎわい計画課により2010年9月に実施された「(仮称)台東区産業振興プラン策定のための実態調査」の結果を用いて、第1に、台東区の製造業にかんする基本的性質(①経営規模、②収益動向、③人材問題)を把握するとともに、第2に、皮革関連産業を含めた「消費財メーカー」全体の実態を、①生産流通構造、②受注・販売状況、③外注状況、④台東区での立地、⑤取引の困難性、⑥経営上の問題、⑦経営上の課題、にそれぞれ整理して把握していく。

第4章では、今後の研究の課題について、その意義を今一度確認した後述

べていくことにしたい。

2. 台東区の製造業の実態－皮革関連産業の位置と動向－

(1) 製造業の各規模の推移

図表1は、「工業統計調査」のデータを使って、台東区・都区部・国の製造業における事業所数と従業者数、製造品出荷額等の各推移について、1995年から2008年までまとめたものである。事業所数と従業者数については、台東区だけではなく都区部・国ともこの間、減少傾向が続いており、そのなかでも、とくに都区部全体での減少が著しい。一方、製造品出荷額等については、台東区では2005年を底に、国全体では2003年を底に改善傾向にあるが、都区部全体では減少し続けている。しかし、その後の2008年9月のリーマンブラザーズ経営破綻を契機にその影響が一気に拡がった世界同時不況や2011年3月11日に発生した東日本大震災、さらには、急速に進む円高や世界経済・社会情勢の不安定さなどを考えると、これらは再び減少基調に入っていると推察できる。

(2) 製造業の実態

このように区内全体における製造業の減少・縮小傾向が続いていることを確認することができたが、今度は、区内製造業の事業所、従業者レベルにおける状況について把握するために、図表2の「工業統計調査」(2008年)のデータを使った、台東区・都区部・国の製造業における事業所当たりの従業者数と従業者当たりの製造品出荷額等についてまとめたもの見てみよう。これによると、どちらの指標(各規模)とも台東区の場合、都区部、国よりも小さく、このことから、区内の製造業事業所は、従業者規模、売上規模において比較的小規模での事業展開になっていることがわかる。

ところで台東区は、古くから伝統工芸関連の地場産業が根付いてきたものづくりのまちである。とくに靴、鞆、ハンドバッグ、ベルトなどの皮革関連産業の歴史は古く、そのルーツになる皮革を使用したものづくりは250年以上前の

図表1 台東区・都区部・国の製造業の事業所数と従業者数、
製造品出荷額等の推移（1995年～2008年）

| | 1995年 | | | 2000年 | | | 2003年 | | |
|-------------|---------|------------|-------------|---------|------------|-------------|---------|-----------|-------------|
| | 台東区 | 都区部 | 国 | 台東区 | 都区部 | 国 | 台東区 | 都区部 | 国 |
| 事業所数 | 3,613 | 58,925 | 654,436 | 3,564 | 53,691 | 589,713 | 2,881 | 42,514 | 504,530 |
| | 100 | 100 | 100 | 99 | 91 | 90 | 80 | 72 | 77 |
| 従業者数 | 18,463 | 511,712 | 10,880,240 | 16,382 | 435,767 | 9,700,039 | 12,576 | 306,203 | 8,658,392 |
| | 100 | 100 | 100 | 89 | 85 | 89 | 68 | 60 | 80 |
| 製造品 出荷額等 | 287,254 | 11,865,672 | 309,436,902 | 257,069 | 10,266,317 | 303,582,415 | 175,143 | 5,520,254 | 276,230,156 |
| | 100 | 100 | 100 | 89 | 87 | 98 | 61 | 47 | 89 |
| | 2005年 | | | 2008年 | | | | | |
| | 台東区 | 都区部 | 国 | 台東区 | 都区部 | 国 | | | |
| 事業所数 | 2,488 | 38,205 | 468,841 | 2,290 | 33,872 | 442,562 | | | |
| | 69 | 65 | 72 | 63 | 57 | 68 | | | |
| 従業者数 | 10,496 | 278,490 | 8,551,209 | 10,153 | 253,582 | 8,726,479 | | | |
| | 57 | 54 | 79 | 55 | 50 | 80 | | | |
| 製造品 出荷額等 | 140,209 | 5,184,532 | 298,125,326 | 149,831 | 4,894,447 | 337,863,997 | | | |
| | 49 | 44 | 96 | 52 | 41 | 109 | | | |

(注) 各指標の上段は実数（製造品出荷額等は百万円単位）、下段は1995年の実数を100とした場合の指数を表している。

(資料) 「工業統計調査」による。

(出所) 台東区文化産業観光部にぎわい計画課[2010]をもとに筆者作成。

図表2 台東区・都区部・国の製造業の事業所・従業者
当たりの各規模（2008年）

| | 事業所当たり従業者数（人） | 従業者当たり出荷額等（百万円） |
|-----|---------------|-----------------|
| 台東区 | 4.4 | 14.8 |
| 都区部 | 7.5 | 19.3 |
| 国 | 19.7 | 38.7 |

(資料) 「工業統計調査」による。

(出所) 台東区文化産業観光部にぎわい計画課[2010]をもとに筆者作成。

江戸時代中期から続いている。昔から存立してきたいわゆる「老舗企業」も多く、現在、台東区における皮革関連産業は、全国でも有数の規模となっている。

続いて、こうした業種にかんする特性について把握するために、「工業統計調査」（2008年）のデータをもちいて台東区の製造業の業種別特性（事業所数

都市型産業集積の実態にかんする考察

と従業者数、製造品出荷額等、付加価値額) について、「事業所数」の多い上位3業種だけをピックアップしてまとめたものが図表3である。これらの業種のうち、皮革関連産業に該当する「なめし革・同製品・毛皮」業種が、事業所数、製造品出荷額等の「構成比」においてトップの水準にあり、「印刷・同関連」業種が続いている。この2つの業種で区内における事業所数の40%以上を占めている。さらに、「対都区部シェア」を見てみると、各指標とも「印刷・同関連」業種は、大きなシェアにはなっていない。この印刷業にかんしては、東京都の代表的な産業の1つであり、これまで広く都内において展開されてきている。よって、台東区においては高シェアになっていないと読み取ることができよう。一方、「なめし革・同製品・毛皮」業種については、各指標とも20%後半代の高いシェアを占めていることがわかる。このことから、台東区がこの業種にかんして一大集積地になっていることを表しているといえよう。

図表3 台東区製造業の業種別特性 (2008年)

| 業種 | 事業所数 | | | 従業者数 | | | 製造品出荷額等 (万円) | | | 付加価値額 (万円) | | |
|-------------|-------|---------|-------------|--------|---------|-------------|--------------|---------|-------------|------------|---------|-------------|
| | 実数 | 構成比 (%) | 対都区部シェア (%) | 実数 | 構成比 (%) | 対都区部シェア (%) | 実数 | 構成比 (%) | 対都区部シェア (%) | 実数 | 構成比 (%) | 対都区部シェア (%) |
| なめし革・同製品・毛皮 | 546 | 23.8 | 27.8 | 2,221 | 21.9 | 25.3 | 3,978,402 | 26.6 | 29.1 | 1,356,459 | 21.1 | 27.4 |
| 印刷・同関連 | 408 | 17.8 | 6.3 | 2,232 | 22.0 | 3.3 | 3,462,406 | 23.1 | 2.4 | 1,614,766 | 25.1 | 2.7 |
| その他の製造業 | 337 | 14.7 | 14.6 | 1,369 | 13.5 | 11.1 | 1,786,383 | 11.9 | 9.9 | 822,109 | 12.8 | 10.2 |
| 製造業計 | 2,290 | 100.0 | 6.8 | 10,153 | 100.0 | 4.0 | 14,983,115 | 100.0 | 3.1 | 6,434,965 | 100.0 | 3.1 |

(注) 1. 「事業所数」の多い上位3業種についてまとめたものである。

2. 付加価値額は、製造品出荷額等(従業者30人以上では在庫・仕掛品額含む)より消費税、原材料使用額等、減価償却額を除いた額で、生産活動において新たに付け加えられた価値のこと。

(資料) 「工業統計調査」による。

(出所) 台東区文化産業観光部にぎわい計画課[2010]をもとに筆者作成。

(3) 台東区の皮革関連産業の実態

台東区を代表するこの皮革関連産業の「なめし革・同製品・毛皮」業種について焦点を当てて、さらに詳しく見ていこう。

前節では、対都区部シェアからみた各業種の位置づけを見てきたが、さらに台東区の製造業の位置づけを「工業統計調査」(2008年)の結果から対区部(対東京都23区部)について限定して見た場合、製造業事業所数全体では、台東区は第6位(2,290件)である¹。しかし、「なめし革・同製品・毛皮」業種に限って同じく見てみると、事業所数は東京23区で第1位となっている²。

この「なめし革・同製品・毛皮」について、さらに「工業統計調査」(2008年)のデータを使って、その内訳(細分類)と各特性(事業所数と従業者数、製造品出荷額等、付加価値額)についてまとめたものが図表4である。このうち、「革製履物」、すなわち「革靴」にかんしては、各指標の構成比を見ると、他の業種よりも圧倒的に高く、台東区の皮革関連産業の中心はこの「革製履物」、すなわち「革靴」の製造であることがわかる。

図表4 「なめし革・同製品・毛皮」業種の基本特性(2008年)

| 業種 | 事業所数 | | 従業者数 | | 製造品出荷額等(万円) | | 付加価値額(万円) | |
|-----------------|------|--------|-------|--------|-------------|--------|-----------|--------|
| | 実数 | 構成比(%) | 実数 | 構成比(%) | 実数 | 構成比(%) | 実数 | 構成比(%) |
| なめし革・同製品・毛皮(合計) | 546 | 100.0 | 2,221 | 100.0 | 3,978,402 | 100.0 | 1,356,459 | 100.0 |
| なめし革 | 6 | 1.1 | 15 | 0.7 | 4,311 | 0.1 | 2,641 | 0.2 |
| 革製履物用材料・同附属品 | 160 | 29.3 | 467 | 21.0 | 520,455 | 13.1 | 176,554 | 13.0 |
| 革製履物 | 193 | 35.3 | 1,065 | 48.0 | 2,249,042 | 56.5 | 726,892 | 53.6 |
| かばん | 24 | 4.4 | 67 | 3.0 | 96,672 | 2.4 | 37,929 | 2.8 |
| 袋物 | 106 | 19.4 | 461 | 20.8 | 964,714 | 24.2 | 351,122 | 25.9 |
| その他のなめし革製品 | 57 | 10.4 | 146 | 6.6 | 143,208 | 3.6 | 61,321 | 4.5 |

(注) 付加価値額は、製造品出荷額等(従業者30人以上では在庫・仕掛品額含む)より消費税、原材料使用額等、減価償却額を除いた額で、生産活動において新たに付け加えられた価値のこと。

(資料) 「工業統計調査」による。

(出所) 台東区文化産業観光部にぎわい計画課[2010]をもとに筆者作成。

- 1 第1位は大田区(4,362件)であり、以下、墨田区(3,391件)、葛飾区(3,139件)、足立区(3,094件)、江戸川区(2,614件)と続いている。
- 2 以下、足立区(424件)、墨田区(310件)、葛飾区(240件)、荒川区(191件)、江戸川区(113件)と続いており、台東区を含めて、皮革関連産業はこうした東京都の東部・北部(いわゆる城東・城北)地域に集中的に展開していることがわかる。

都市型産業集積の実態にかんする考察

さらに、こうした「なめし革・同製品・毛皮」業種の1995年から先ほど見てきた2008年に至るまでの動向について、「工業統計調査」のデータをもちいてまとめたものが図表5である。図表1で製造業全体についての同期間の動向を見てきたが、それと同様に、この業種にかんしても例外ではなく、どの指標についても減少傾向にあることがわかる。

図表5 「なめし革・同製品・毛皮」業種の各指標の推移（1995～2008年）

| | 1995年 | 2000年 | 2005年 | 2008年 |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 事業所数 | 901 | 853 | 584 | 546 |
| | 100 | 95 | 65 | 61 |
| 従業者数 | 4,205 | 3,712 | 2,320 | 2,221 |
| | 100 | 88 | 55 | 53 |
| 製造品出荷額等 (万円) | 9,409,380 | 7,652,731 | 4,159,173 | 3,978,402 |
| | 100 | 81 | 44 | 42 |
| 労働生産性 (万円/人) | 909.2 | 729.9 | 676.0 | 610.7 |
| | 100 | 80 | 74 | 67 |

(注) 1. 各指標の上段は実数、下段は1995年の実数を100とした場合の指数を表している。

2. 労働生産性は、従業者当たりの付加価値額（付加価値額/従業者）を表している。

(資料)「工業統計調査」による。

(出所)台東区文化産業観光部にぎわい計画課[2010]をもとに筆者作成。

(4) 皮革関連産業を取り巻く経営環境

以上のように、日本の製造業全般についてもそうであるが、都市型産業集積を形成する台東区、とくにその形成において代表的な皮革関連産業の集積地についても、これまで「縮小」「衰退」傾向が続いてきたことは、各種統計データから見ても明らかである。こうした「縮小」「衰退」は、産業集積全体、さらには集積を構成する各企業が置かれている経営環境に対してあらゆる事象が作用した結果である³。このうち、グローバル化による影響は大きな要因の1つとして位置づけられる。

その中でも、とくに製品の輸出入の動向は、その製品に関連する産業において大きな影響を与えるが、皮革関連産業についてもこれまでその産業の存立を左右するほど、大きな影響を受けてきた。皮革関連製品は、諸外国からの輸入の際に、その数量・金額に制限が課されるIQ（輸入割当）制度があり、それ

によって日本製品が保護されてきた経緯がある。しかし、1986年にはTQ（関税割当）制度に大きく移行している。このTQ制度とは、ある一定の輸入数量内に限って、一次税率（比較的低い税率）による関税を導入し、その数量を超えた分にかんしては、二次税率（比較的高い税率）による関税を適用するというものである⁴。このTQ制度はIQ制度と異なり、二次税率における輸入数量の上限はない。このTQ制度の適用に該当する品目は、①皮革（牛馬革（染色色等したもの）、②牛馬革（その他のもの）、③羊革・やぎ革（染色色等したもの）、④革靴（革製及び革を用いた履物（スポーツ用のもの及びスリッパを除く））の4品目となっている。

このうち「革靴」にかんしては、TQ制度がスタートした1986年段階では、関税割当枠は2,453,000足で一次税率が27.0%、二次税率が60%または1足当たり4,800円のいずれか高い方であった。しかし、その後の貿易諸条件の緩和にかんする度々の交渉により、段階的に割当枠の拡大、税率の引き下げなどが図られ、2011年段階では、関税割当枠は12,019,000足に拡大する一方、一次税率が21.6%、二次税率が30%または1足当たり4,300円のいずれか高い方まで引き下げられた⁵。

-
- 3 都市型産業集積が直面している、その「縮小」「衰退」については、台東区の皮革産業にかんする集積だけに限られる話ではなく、日本の都市型産業集積全般が抱えている問題であるといつて良い。例えば、「日本のテクノポリス」といわれてきた、都市型産業集積の代表的な地域である東京都大田区の機械金属工業にかんしても、筆者たちが進めてきた実態調査により、その「縮小」「衰退」が著しく進行していることを確認している（草原光明他[2010]、[2011]、小林世治・高橋慎二[2011]、高橋慎二[2012]）。この一連の考察では、2008年に筆者らのプロジェクトが実施したアンケート調査と、別のプロジェクトが1998年に実施したアンケート調査を2時点定点比較して、当地産業集積・構成企業の「変化」を探り、そこから問題・課題を見出すことを試みた。
- 4 こうした関税を設定することについて、一次税率については、需要者に対して安価な輸入品供給を確保するためであり、二次税率については、国内の生産者を保護することを目的としている（経済産業省ホームページ「関税割当制度の概要（一般枠について）」（http://www.meti.go.jp/policy/external_economy/trade_control/boekikanri/kanwari/kw_seido.htm）による）。
- 5 経済産業省ホームページ「過去の割当枠推移と関税率の推移数量関係の推移（一般枠について）」（http://www.meti.go.jp/policy/external_economy/trade_control/boekikanri/kanwari/kw_transition.htm）を参照した。

その結果、とくに中国をはじめとするアジア諸国から安価な革靴が大量に輸入され、日本市場に広く流通するようになり、日本製革靴の生産・流通に大きな影響を及ぼすようになった。例えば、日本における「履物（甲が革製）」の輸出額は、163,484万円（1999年）から100,863万円（2009年）にと、この10年で38.3%減少する一方、輸入額は、9,115,257万円（1999年）から9,339,484万円（2009年）にと、2.5%増加しており、これまで拡大し続けてきている⁶。

一方、日本における革靴生産にかんしては、こうした影響も重なって大きく衰退してしまった。このうち例えば「紳士用革靴（23cm以上）」にかんしては、その出荷額が1998年で96,530（百万円）だったのが2008年になると42,469（百万円）にと、この10年間で56.0%も減少した。さらに、その生産に関わっている事業所数も1998年で240件あったのが、2008年には123件にと、実に48.8%も減少している⁷。

3. 台東区の消費財メーカーの実態－「(仮称) 台東区産業振興プラン策定のための実態調査」の結果をもとに－

台東区は、区内の産業・事業所が現在置かれている状況・課題を把握し、今後、これらの振興のためにどのような政策的アプローチが必要かを見出し、そのあり方を「(仮称) 台東区産業振興プラン」(計画期間：2012～2016年度)としてまとめるために、台東区内の業種別の事業所を対象に「(仮称) 台東区産業振興プラン策定のための実態調査」(以下、「実態調査」という)を2010年9月に実施した⁸。その結果は、『(仮称) 台東区産業振興プラン策定のための実態調査報告書』(台東区文化産業観光部にぎわい計画課[2010])としてまとめられた。これらは現時点において、当地域・産業について把握するための比較的大規模なデータとして位置づけられる。

6 金額は「貿易統計」による。ここでの輸出入の増減額についても重要な視点であるが、そもそも総量として、輸出額が輸入額の約1%（2009年ベース）にしか及んでいないことを考えると、日本の革靴産業は国際競争力の観点から見た場合、弱い産業と位置づけられよう。

7 「工業統計」による。

本章では、この「実態調査」の結果を使って、台東区の皮革関連産業の実態をより詳細に見出し、そこから見えてくる課題について、若干考察することにした。

(1) 台東区の製造業の基本的性質

① 経営規模

区内集積を構成する製造業事業所の経営規模を把握するために、まず資本金にかんして見てみると、「1,000万円未満」だけで45.9%に達している。続いて「1,000～3,000万円未満」(35.3%)、「3,000万円～5,000万円未満」(4.6%)となっており、「5,000万円以上」は5.2%にすぎない。一方、従業員数にかんして見てみると、「9人以下」だけで65.3%にも及んでいる。続いて「10～29人」(16.2%)、「30～99人」(7.2%)となっており、「100人以上」は3.8%に留まっている。

このように、区内製造業者のほとんどは中小規模であり、そのなかでもいわゆる「小規模事業所」が圧倒的に多いことがわかる。

② 収益動向

次に、区内の製造業事業所の最近の収益動向を把握するために、まず、5年前(2005年)と現在(2010年)との比較で売上高と営業利益の各動向について尋ねた結果を見てみると、両指標とも同じような傾向を示している。そのうち、「10%以上減少」(「売上高」69.7%・「営業利益」64.8%)が最も多く、次いで回答の多い「やや減少」(「売上高」13.0%・「営業利益」17.9%)を加えると、両指標とも80%以上に達する。

8 本調査は、台東区文化産業観光部にぎわい計画課により、区内の4,000事業所(製造業、卸売業、小売業、飲食業、宿泊業、サービス業)と109商店街を対象にその実態を探るために実施されたアンケート調査である。調査先事業所の選定は、「事業所・企業統計名簿(2006年)」に掲載されている事業所から、無作為に抽出したものである。全体の有効回答数は、1,948事業所、89商店街で、有効回答率はそれぞれ48.7%、81.7%であった。本章では、このうち製造業にかんする調査データを参照する。製造業の調査対象は704事業所、有効回答数は346事業所、有効回答率は49.1%であった。

この間（2005年～2010年）には、5年9ヵ月にも及んだ「いざなぎ景気」を超える景気拡大期、さらにはその終焉を告げた、2008年9月のリーマンブラザーズの経営破綻を契機に一気に拡大した世界同時不況など、経済変動が目まぐるしく生じたが、区内の製造業事業所も例外ではなく、この「減少」の圧倒的に高いウエイトから見ても、業績不振・低迷という大きな影響を被ってきたことがわかる。

さらに、その後（リーマンショック後）の経営状況について尋ねた結果を見ると、「業績が落ち込み今もお回復していない」が70.2%に達し、「業績が落ち込んだが今は回復してきている」（6.7%）を大きく上回っている。このことから考えると、現在でも、多数の企業において回復が困難であり、引き続き厳しい経営状況にあることがわかる。

③人材問題

区内の製造業事業所に対して、その設立時期を尋ねた結果を見ると、「1945～1974年」の戦後・高度成長期の創業組が52.3%と最も多く、次いで「1975～1994年」（22.5%）と続いている。一方「1944年以前」の事業所も8.4%存在し、「1945～1974年」の創業組と合わせると60%以上が、いわゆる「老舗企業」として現在でも存在し続けている、成熟した集積構成となっていることがわかる。

こうした事業所の代表者の年齢についてさらに尋ねた結果を見ると、「60歳代」が最も多く37.0%を占め、「70歳以上」（25.7%）と続き、こうした「高齢代表者」のいる事業所だけで全体の60%以上にも及んでいる。この「高齢代表者」が代表者を続けている背景はそれぞれあるだろうが、そのうち「後継者難」の問題が影を落としている部分が大いとも考えられる。いわゆる「事業承継」につながる問題である。

加えて、従業員の平均年齢について尋ねた結果を見てみると、「50歳代」が25.4%と最も多くを占め、「60歳代」（16.2%）、「70歳以上」（6.7%）を足すと、50%近くの事業所において、いわゆる「従業員の高齢化」が進んでいることがわかる。このことは一因として「若手従業員の確保難」という問題とも関係し

ていると見られ、さらには「技能承継」につながる問題ともなっている。

以上、区内の製造業事業所の基本的性質について見てきた。このなかであらためて確認された問題・課題は、他地域の都市型産業集積において存立する事業所が抱える問題と重なる部分が多い。その意味で、日本の都市型産業集積においてある程度共通する問題といっても良いだろう⁹。

(2) 消費財メーカーの実態と課題

この「実態調査」に回答した製造業事業所の主な取扱品目（複数回答）について見てみると、「その他」（32.2%）を除くと、「印刷・製本」が19.7%と最も多く、「靴」（10.4%）と続いている。「実態調査」では、事業所のこうした取扱品目により集計結果の考察に際して、「消費財メーカー」と「生産・資本財メーカー」に大別して、両者を比較しながら考察している¹⁰。本論文において考察対象としている皮革関連産業、とりわけ靴産業にかんしては、このうち「消費財メーカー」に該当する。そこで、こうした産業を含めた消費財メーカーに焦点を当てて、以下ではその実態と課題について見ていくことにしたい。

①生産流通構造（革靴の生産にかんして）

次項で消費財の受注・販売、外注の状況について見ていくにあたり、その生産流通構造について把握しておく必要がある。ここでは、当集積における消費財で高い比重を占める「靴」（ここでは「革靴」）産業におけるそれを、まず確認することにした。

この構造について詳しく考察したものとして山本俊一郎[2008]がある。図表6は、浅草地域を主たる舞台とした「製造卸（メーカー）」を中心に展開され

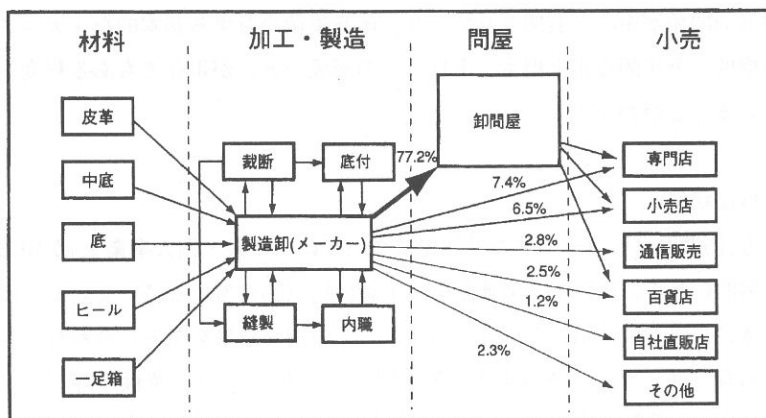
9 注3を参照のこと。ここでは、大田区の産業集積が「縮小」「衰退」にあるという集積レベルでのマクロ動向を把握してきたのみならず、結果として「縮小」「衰退」につながってしまった各事業所が抱えるミクロレベルでの諸要因（例えば収益動向や人材問題など）についても考察してきた。

10 本調査における製造業の回答企業の内訳は、消費財メーカーが54.3%、生産・資本財メーカーが44.2%、不明が1.5%の割合となっている。

る革靴の生産流通構造を表したものである。「まずメーカーは、問屋から受注した企画・デザインに従って、主に皮革、中底、底、ヒール、一足箱の各製品パーツをそれぞれの材料業者から購入する。それを主な生産工程である裁断、底付、縫製、内職を担う各加工業者へ外注する。その後、メーカーはそれぞれの外注先から完成した半加工品を集め、自社で最終的な組立作業を行ない、製品を仕上げ、箱詰めを経て製品出荷先へと発送している¹¹⁾。」

この説明のように、当産地産業においては、「製造卸（メーカー）」が中心となって加工・生産の分業化が図られるなか、生産・取引ネットワークが形成されていることがわかる。

図表6 製造卸（メーカー）を中心とした革靴の生産流通構造



(注) 図中の数値はメーカーからの出荷先比率を示す。矢印は製品の流れを示す。

(出所) 山本俊一郎[2008], p98, 図5-8。

②受注・販売状況

消費財メーカーの主な受注・販売先としては、「卸売業（問屋・商社等）」が40.5%で最も多く、「中堅・中小製造業」（21.5%）、「小売業（百貨店・スーパー等）」（12.3%）、「一般消費者（直販）」（10.4%）と続いている。

前項の図表6に示した「製造卸（メーカー）」を中心とした革靴の生産流通構

11 山本俊一郎[2008], p96より引用。

造」の体系とこの調査結果を照らし合わせてみると、消費財メーカーに該当する「製造卸（メーカー）」は、販売（出荷）に限ってしてみると、「卸問屋」がここでの考察では77.2%と圧倒的な販売先となっており、「実態調査」で該当する「卸売業（問屋・商社等）」が最大の受注・販売先になっている点において、共通した内容となっている。

さらに、「実態調査」では、消費財メーカーの受注・販売先が所在する地域にかんして尋ねている（複数回答）が、この結果を見てみると、「台東区内」が68.2%で圧倒的に多い。次いで「隣接区（墨田、荒川、文京、千代田、中央区）」（57.6%）、「隣接区を除く東京都内」（41.2%）となっている。

以上から、消費財メーカーにかんする受注・販売のネットワークについては、台東区内やその隣接区という狭い地域内に所在する「卸売業（問屋・商社等）」との取引関係が中心に展開されており、産業集積の有する基本的なメカニズム（有機的・密接的な水平型ネットワークの形成など）が現在でもある程度根付いていることがわかる。

③外注状況

一方、消費財メーカーの主な外注先については、「職人・個人事業主」が40.6%で圧倒的に多く、次いで「関連企業（下請け）」（23.1%）と続いている。前項と同様に、前々項で示した図表6の体系とこの調査結果を照らし合わせてみると、消費財メーカーに該当する「製造卸（メーカー）」は、革靴の各パーツの裁断、底付、縫製、内職を各加工業者に外注している（前々項を参照）が、こうした加工に携わっているのが、この「実態調査」の結果にある「職人・個人事業主」「関連企業（下請け）」であり、こうした外注状況においても両者ともに共通した内容になっているといえよう。

「実態調査」では、ここでもさらに、消費財メーカーの外注先が所在する地域にかんして尋ねている（複数回答）が、この結果を見てみると、「台東区内」が58.0%で圧倒的に多く、次いで「隣接区（墨田、荒川、文京、千代田、中央区）」（42.0%）、「隣接区を除く東京都内」「東京都を除く関東地域」（同30.8%）となっている。前項で見た受注・販売先の所在地と同様の傾向があることがわ

かる。

このことから、前項での考察結果と同様に、消費財メーカーは、台東区内やその隣接区という狭い地域内に所在する「各加工業者等」との外注取引関係を中心に生産展開しており、この観点からも産業集積の有する基本的なメカニズムが根付いていることを確認することができる。

④台東区での立地

さらに、消費財メーカーがこの台東区に立地することによるメリットについて「実態調査」で尋ねた結果（複数回答）を見てみると、「材料卸など仕入先が多く便利」が55.2%で最も多く、「製造業など外注先が多く便利」（24.4%）、「卸・小売業など販売先が多く便利」（23.3%）と続いており、あらためてこれまで見てきた「原材料調達・受発注取引の容易さ」という、いわゆる「集積のメリット」を当地域での操業の利点としている事業所が多いことがわかる。

⑤取引の困難性

しかし、こうした受注・販売、外注取引のネットワークが集積内・周辺という狭い範囲において、従前のように強固な形で現在でも維持・形成されているのかという点は、確認しておかなければならない。先に見た通り、区内において製造業事業所の数がこれまで減少し続けてきたことからすると、当集積の「縮小」「衰退」は進行しており、その結果、こうした受発注ネットワーク（仲間取引など）は困難になってきていることは容易に想像できる¹²。では、実態はどうなのだろうか。

そこで、「実態調査」において、経営上の課題について尋ねた結果（複数回答）を消費財メーカーについて見てみると、「売上の停滞・減少」が82.9%で圧倒的に多い。次いで「取引先の減少」（55.9%）、「利幅の縮小」（51.8%）、「同業者間の競争激化」（28.2%）、「輸入品との競争激化」（25.9%）と続いている。このうち、「取引先の減少」が2番目に高い回答割合となっている。この場合の取引先とは、図表6で示した革靴の生産流通構造に照らして「製造卸（メー

12 注3および9を参照のこと。

カー)」から見た場合、受注・販売先の「卸問屋」などのほか、外注先である革靴の各パーツにおける裁断、底付、縫製、内職の各加工業者等が該当する。こうした「取引先」（受発注取引の関係先）が減少していることが、経営上の課題であるとしているメーカーが多いことからしても、当集積において取引ネットワークの形成が困難になってきていることも、一方では明らかなことであろう。

⑥経営上の問題

前項で見た、「実態調査」による経営上の課題について尋ねた結果を今一度見てみると、このほかに上位を占めているのは、「売上の停滞・減少」（82.9%）、「利幅の縮小」（51.8%）、「同業者間の競争激化」（28.2%）、「輸入品との競争激化」（25.9%）である。

先に述べたように、区内の消費財産業において高いウエイトを占める皮革関連産業は全般に、製造品出荷額等の減少基調が見られ、とくにグローバリゼーション、ここでは貿易諸条件の緩和傾向による、安価なアジア製品の国内大量流通の結果、日本製品への打撃は深刻である。今回の調査結果は、こうしたアジア製品との対峙による競争激化で、売上・利益を確保することが困難になっていることをまさに表しているといえるだろう。

さらに同じ「実態調査」で、取り巻く外部環境の中で影響が大きいと思われる変化について尋ねた結果（複数回答）を、消費財メーカーについて見てみると、「価格競争の激化」が65.5%で最も多く、次いで「輸入品の増加」（41.7%）、「同業種企業との競争激化」（33.9%）、「消費者ニーズの多様化」（28.0%）と続いている。ここでも同じように、価格競争力と輸入製品が上位に来ており、安価なアジア製品が市場に溢れるなか、いかに日本製品の存在価値を維持・高めていくことができるのかについて、早急に手当てしていく必要があるだろう。

ここで、その鍵の1つとなるのは、「製品差別化」「高付加価値の創造」であろう。上記の外部環境での影響にかんする質問において、「消費者ニーズの多様化」（28.0%）が同じく上位に回答されている。わが国におけるものづくりに求められてきた姿勢は、いわゆる高度経済成長期までの主力であった「少品

種大量生産」から、現代の消費者志向・ニーズに対応させた「多品種少量生産」にシフトして久しい。皮革関連産業においても、「多品種少量生産」を基軸とした体制を一層強め、差別化、付加価値の高い製品の開発・生産を一層進めていくことが、他産業に例外なく与えられた課題であろう。

「実態調査」において、主な強みについて尋ねた結果（複数回答）を、消費財メーカーについて見てみると、「生産品の品質」が77.0%で圧倒的に多く、以下「短納期への対応力」（47.4%）、「発注変動への柔軟な対応力」（38.8%）、「独自商品の企画・開発力」（30.9%）と続いている。ここに掲げられている「力」は、「製品差別化」「高付加価値の創造」には欠くことができない要素であり、当地域・産業においてこれらを備えている企業は相当数存在するという事実がある。まさに、存立維持・発展のための諸条件はある意味整っているといっても良いであろう。

加えて、「実態調査」において、今後の商品企画の方向性について尋ねた結果（複数回答）を消費財メーカーについて見てみても、「他商品との差別化」が57.9%で最も多く、「個人ニーズにもとづく商品開発」（42.8%）、「高級品志向」（25.8%）と続き、ここでも、「製品差別化」「高付加価値の創造」を今後の事業展開を考える上で意識している事業所が多いことがわかる。すなわち、こうした展開において、海外製品との棲み分けが図られ、結果として日本製品の生き残りをかけた新たな存在価値の創造と市場の維持・発展につながると感じているのである。

⑦経営上の課題

しかし、こうした新たな存在価値の創造と市場の維持・発展に向けた事業展開に対する阻害要因も経営上の課題として見えてきている。

「実態調査」において、今後の主な事業展開意向について尋ねた結果を消費財メーカーについて見てみると、「現状を維持したい」が40.7%で最も多く、以下「事業を拡大したい」が27.5%に留まる一方、「新事業を開発したい」（14.4%）、「転・廃業をしたい」（12.0%）と続いている。現実問題として、現在の事業所の経営環境を見渡していると、「現状維持」が精一杯で、今後の

需要などの見通しが立たない現状において、事業の拡大・発展、新規事業展開には、一方に抵抗感のようなものがあるのだろう。

さらに、「実態調査」において、主な弱みについて尋ねた結果（複数回答）を消費財メーカーについて見てみると、「新規取引先の開拓力」が49.3%と最も多く、以下「コスト競争力」（46.6%）、「資金繰りなどの財務基盤」（29.1%）、「独自商品の企画・開発力」「ITの活用」（同23.0%）と続いている。先の調査結果で、「現状維持」が精一杯、との回答結果があったが、ここでの「新規取引先の開拓力」、すなわち営業・販売活動の困難性を抱えている企業が、現実には多いことを考えると、こうした消極的姿勢にならざるを得ないのだろう。先に見た通り、当地域・産業の「縮小」「衰退」、それに伴う、ネットワークの「綻び」が現実味を帯びてきているなか、新たな販路開拓は相当困難な条件下にあることもこの結果から裏付けることができる。

ところで一方、この「実態調査」では、今後考えている取組について尋ねている。その結果（複数回答）を消費財メーカーについて見てみると、「新たな市場（取引先・販売先）の開拓」が51.7%と最も多く、以下「独自商品の企画・開発」（40.0%）、「店舗やインターネットによる販売」（29.4%）、「生産力の増強」（28.3%）「人材育成・確保」（26.1%）、「特にない¹³」（22.8%）と続いている。この結果にもあるように、「現状維持」を超えて、新規市場開拓、そのためにはオリジナリティや販路展開の多様化が不可欠であるとの認識が根強いことも事実である。今後の皮革関連産業、さらには立地する台東区の産業集積が維持・発展していくためには、こうした事業者の思いが実行に移され、着実に成果を上げていくことが不可欠である。

そのためには、自力での努力は言うまでもないが、一般的に大企業製造業に比して経営資源が乏しく、経営基盤が弱い中小製造業においては、政策的な後押しが欠かせない。また、とくに皮革関連産業は、グローバル化による

13 「特にない」との回答が22.8%にも及んでいる。この「特にない」との回答に込められた思いは、次の2通りの解釈ができるであろう。一方は、現状で十分満足しており、これ以上の対応は不要であるというケース、他方は、そもそも何から取り組めば良いのかすら、よくわからないほど厳しい状況にあるケースである。ここでは、後者の思いが強いのではないかと想像する。

る、これまでの貿易諸条件の緩和の影響を大きく受けてきた産業の1つであり、今後の当産業のあり方を含めて、実効性の高い新たな産業ビジョンが提示され、それが政策的に裏付けられる展開が政策主体に求められる。

そこで、「実態調査」において、今後、行政に期待することについて尋ねた結果（複数回答）を消費財メーカーについて見てみると、「区融資制度の充実」が33.6%と最も多く、「商品の展示・販売の機会提供」（25.0%）、「商品の企画・開発に対する支援」（21.1%）、「区内の産業集積の維持・強化」（19.7%）、「小売展開に対する支援」「人材育成に対する支援」（同18.4%）、「関連企業との交流機会の提供」（16.4%）と続いている。

事業所の存立・維持、発展のためには、経営資源のうち、資金面での融通が不可欠である。こうした「カネ」にかんする政策主体への要望は、他の産業集積でも上位に位置する¹⁴。このほか、新たな市場・取引先開拓にかんする要望や、集積のメリットを享受し続けるためにも、その維持・強化を求める声、さらには、人材育成にかんする要望など多岐にわたっている。しかし、これらに共通するのは、各事業所「単体」では、容易に解決することができない課題である。政策主体は、こうした事業者の「声」を政策展開に変換し、着実に反映・実行していくという、基本的なスタンスが、今まさに求められているのである。

4. おわりに一産業集積の維持・発展のために： 「人材問題」からのアプローチ

筆者は、自身の研究分野の1つとして、これまで中小企業と人材問題について取り組んできた。こうした人材問題、とりわけ人材確保難の問題は、経済動向による影響を別にしても、地域産業・経済の存立・維持に大きな役割を担ってきた、とくに中小企業のものづくりの現場では長年の問題として存在してきた。一方、団塊世代の大量退職問題が2007年問題としてクローズアップされてから早くも5年目に入った。この間、とくに熟年労働者の雇用維持に力点が置

14 筆者たちが以前調査した大田区産業集積の場合もそうであった。詳しくは、草原光明他[2010]、[2011]を参照のこと。

かれ、「つなぎとめ」がされてきたが、現在、彼らの真の「引退」を迎える時期にさしかかっている。こうしたなか、若者への技能承継をはじめとするボタンタッチを進めていく必要があったわけだが、承継側である若者がとくに中小企業において相対的に少ない、確保が難しいという問題はこれまで解消されずに来ている。結果として新たな「2012年問題」の再燃が懸念されている（高橋慎二[2009]）。

例えば、ここでいう中小企業における若手従業員の確保難という問題は、「中小企業」特有の性質が抱える問題（いわゆる経営資源の乏しさや経営基盤の弱さなど）と「若者」の持っている職業観（中小企業、ものづくりに対する、いわゆる「3K」といったマイナスイメージ）などが複雑に絡み合い生じている。両者の「情報」を介した接触は弱いため、両者の間には「情報の不完全性」（岩崎匡泰[2010]）による相当の乖離（意識のズレ）が生じているといえる。こうした「乖離」は、人材確保難をはじめ、就職難、雇用のミスマッチ等の基因の1つであり、これまで政府・自治体は、各種職業紹介事業の新設・拡充等、教育現場では、就業力を身につけさせる教育（職場体験学習やインターンシップ、デュアルシステム等）を次々と試みてきた。これらの政策的効果の検証は別にしなければならないが、この件にかんする雇用環境の改善がはっきりと見られないことからしても、企業、若者サイドにおいて効果ある政策となっているのかは未知数であろう¹⁵。

このうち、若者の就業・働き方に関する意識・環境を改善させていくことは容易ではない。高度成長期に多くの地域産業・経済が醸成され、それらはまさに今、世代交代とともに、21世紀型の社会経済システムに対応した再編成・再構築が必要な「転換期」を迎えている。この原動力として、これからを担う若者の力は不可欠である。特に地域産業・経済をこれまで下支えしてきた中小企業の発展なくして地域産業・経済、ひいては日本経済の将来を展望することは

15 同じく筆者たちが取り組んできた大田区産業集積にかんする一連の調査・考察結果などでも、この点について変化の兆しは伺えるが、まだまだ課題も多いことがわかっている（高橋慎二[2009]、高橋慎二[2010]、草原光明他[2010]、[2011]、小林世治・高橋慎二[2011]、高橋慎二[2012]）。

できない¹⁶。しかし、最も基本になるこうした人材にかんする問題は、未だ大きな「課題」として残っており、まずもってその解決が不可欠であることは間違いない。

この問題は、喫緊の課題であるはずだが、これまで学界でも、地域産業・経済、特に中小企業と人材問題に関する研究は他の研究蓄積に比して圧倒的に少ない。しかし、直近2010年9月に開催された日本中小企業学会全国大会のメインテーマは「世代交代期の中小企業経営」であり、事業承継問題のほか、技能継承問題と人材確保・育成のあり方について取り上げられるなど、最近の学界における関心事の1つになってきている。

筆者は、こうした中小企業の人材問題、まずもって人材確保問題に以前から関心を持ち、都市型産業集積地である東京都大田区で展開される東京版デュアルシステムをはじめとする「人財力の強化」（高橋慎二[2009]）や地方部に産業集積地を造成し、そこでの企業誘致政策で地域振興を進めてきた岩手県北上市の「ひとづくり」政策（高橋慎二[2010]）など、現地調査を含め考察を進めてきた。大都市であれ地方であれ、「人材確保・育成」問題は、今後の地域産業・経済の振興、発展に向けて重要な鍵となるという認識では共通していた。今それぞれがまさに、各種政策を通して問題解決への道筋をつけようと展開しているのである。

しかし、人材確保・育成問題の解決につながる有効な処方箋を提示し実行することは容易ではない。地域産業・経済において多数を占める中小企業はまさに「異質多元」であり、若者の個性・考え方も「多元」である。さらに、地域性・業態などの特殊性や違いも多々存在する。その意味において個々への対応は不可欠であろうが、すべてに共通する「若者が地域産業・経済、ものづくりの現場に入り込んできて活躍できる仕組み」、すなわち、まずもってこうした人材確保の問題をクリアできれば、その先を展望しやすくなるだろうし、できなければ明日を期待することはできないだろう。しかし、この問題が一番の「難題」なのかもしれない。

16 この観点にかんしては、2011年6月に閣議決定された日本の「中小企業憲章」においても基本的な精神として謳われている。

先に「はじめに」でも述べたが、そうしたなか筆者は、2010年の春から、東京都台東区の皮革関連産業（特に靴産業）の現地調査に取り組むなかで、近年、「自ら手に職をつけて将来は自立的な仕事をしていきたい」と志向する若者たちが当地域に集まりはじめていることを目の当たりにした。この「若者が志を持ってものづくりのまち、現場に集まって来る」メカニズムを解明できれば、日本のものづくりを支える中小企業、それが集まって形成される集積の今後の存立・発展に向けた土台を形成（再生）するヒントを得られると考え、現在、当地域の最も主要な地場産業である皮革関連産業、とりわけ靴産業の調査研究を進めている。

今回の本論文による考察は、研究全体の導入部分であり、当地域の皮革関連産業がどのような状況にあるのかを把握することに限定して注力したものである。ここで得られた上記の考察結果を踏まえて、これまで、若者が集まる「養成学校」と「インキュベーション施設」等にかんして、公私のそれらを訪問して、関係者への聞き取り調査を続けてきた。引き続き、調査研究を深化させていき、実態・メカニズムの解明に近づけていくべく、今後の調査研究に一層取り組んでいきたい。

参考文献一覧

- 岩崎匡泰 [2010], 「情報の不完全性下における中小企業の人材確保難」, 日本中小企業学会編『中小企業政策の再検討』, 第29号, 同友館, pp.172-185.
- 小林世治・高橋慎二 [2011], 「大田区・中小機械金属工業の構造変化—1998年・2008年調査結果を通して」, 日本中小企業学会編『世代交代期の中小企業経営』, 第30号, 同友館, pp.48-60.
- 草原光明他 [2010], 『大田区・中小機械金属工業の構造変化と政策課題 (中間報告)』, 日本大学経済学部産業経営研究所.
- 草原光明他 [2011], 「大田区・中小機械金属工業の構造変化と政策課題」『産業経営動向調査報告書』, 第34号, 日本大学経済学部産業経営研究所.
- 高橋慎二 [2009], 「中小製造業における若手従業員の確保に関する現状と課題—東京都のケースを中心に—」, 日本中小企業学会編『中小企業と地域再生』, 第28号, 同友館, pp.276-288.
- 高橋慎二 [2010], 「地方工業集積の形成・発展過程の特質と課題—岩手県北上市のケース—」, 日本大学経済学部産業経営研究所編『産業経営研究』, 第32号, pp.19-30.
- 高橋慎二 [2012], 「都市型産業集積の構造変化に関する考察—東京都大田区・中小機械金属工業の実態—」, 大阪経済法科大学地域総合研究所編『地域総合研究所紀要』第4号, 大阪経済法科大学地域総合研究所 (掲載予定).
- 台東区文化産業観光部にぎわい計画課 [2010], 『(仮称)台東区産業振興プラン策定のための実態調査報告書』.
- 山本俊一郎 [2008], 『大都市産地の地域優位性』, ナカニシヤ出版.

