

絶えざる産業技術革新と都市の地域環境

林 上 (名古屋大学大学院環境学研究科/都市経済地理学)

<http://krd.rosby.human.nagoya-u.ac.jp/~noboru/noboru.htm>

noboru@info.human.nagoya-u.ac.jp

はじめに

中部圏は日本列島の中央部に位置する圏域という理由からその名がついている。どの国にも地理的に見て中央と思われる地域はあるが、そこが経済や政治の中心であるとは限らない。中部圏の場合はどうか。確かに、工業出荷額連続 27 年の愛知県をはじめ産業集積の多い県もなくはない。しかし、経済的に見て圧倒的なシェアを誇るというレベルには達しておらず、政治的には明らかに中心とはいえない。もっぱら地理的な意味で中央=中部を名乗っているが、東日本と西日本の中間に位置するという地勢的条件は重要である。東と西にある大きな都市圏に挟まれているという位置の条件は、この地域の有り様を考えるうえで欠かせないポイントである。

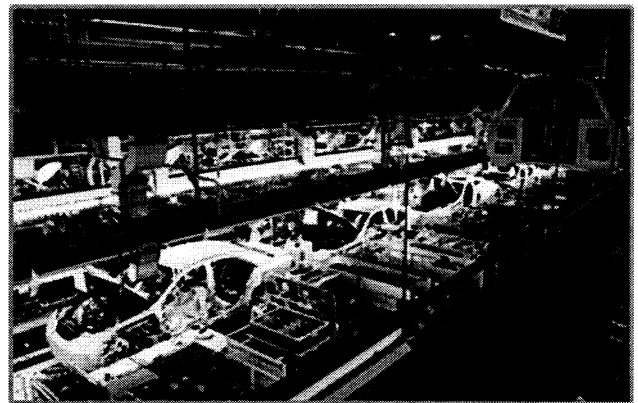
報告者は日頃、名古屋を中心とする東海地方を主なフィールドとして研究を行っている。国の政策的目的から中部圏のあるべき姿について意見を述べ合う機会に参加した経験があるが、「中部圏はまことに多様」という印象を強く抱いたことを覚えている。北と南に海洋があり、湾岸に沿って平野が広がっている。平野には川が流れており、それを遡っていくと山岳地域に至る。まるで同じような地勢が南北に対称的に配置されている、そんな感じがする。これは日本列島が細長い島国であるため、中部圏に限らず、東北地方や中国地方でも見られる現象であるが。

南の東海と北の北陸、それらに隣接するいくつかの県が中部圏を構成している。中部圏内部の地方や県はそれぞれ個性をもっており、ひとことでは言い表せない。この報告では、日頃、主たる関心を抱いている東海地方あるいは名古屋圏を念頭におきながら、産業技術と都市環境について私見を述べてみたい。東海地方という言い方は、近畿を政治中心とした場合の表現である。これにとくに異を唱えるわけではないが、近代以降、この地域は名古屋を中心とする工業化や都市化を原動力として圏域を形成してきた。それゆえ、ここでは名古屋圏という地域名称を用いることにする。

1. ものづくり気質の継承と進化

1. 「カイゼン」の集積

21 世紀の名古屋圏のあり方を考えるさい、最初に指摘しておきたいのは、この地域の人びとがもっているものごとに対する取り組み方の特性である。その特性を表す象徴的な言葉として、「カイゼン」と「もてなし」があるのではないと思われる。カイゼンは、いわずとしたトヨタ自動車における生産方式の中心にあるポリシーである。日々の改善を繰り返すことによって、よりよい製品が生まれ、それが市場で大きな支持をえることにつながると考えられてきた。これはまた、ものづくりに対してつねに前向きな姿勢を保ち、不断の努力を継続することが成功への道という考えでもある。



自動車組立 (トヨタ自動車のホームページより)

改善への取り組みは、製品それ自体はもとよりそれを生み出す過程でも行われる。工業生産のように多くの作業が連続的に組み合わさった場面では、改善は前後の作業にも影響を与える。このため、組織全体として取り組まなければならない。「一丸となって」という言葉があるように、組織全体が同じものづくりの理念を共有しなければ、うまくいかない。「カイゼン」には、よりよい製品を生み出したいという積極的な意志と、職場全体で取り組まなければ効果が上がらないという、2つの意味が込められている。

トヨタ自動車では、改善のための提案は就業者の

数をつねに上回っているという。つまり、ひとりていくつもの改善案を提案し、それが実現されているというのである。常識的に考えれば、製造は誰か別の人考えた方法にしたがい、その指示にしたがって手足を動かしていればできそうに思われる。しかし、実際はこれとはまるで違い、企画や設計の段階では想像できないような問題が製造の現場で噴出する。それらに対して直接、手が出せるのは、現場で働く就業者である。現場の状況を熟知している人が問題点にいち早く気づいて対応するのがのぞましい。

たとえたいした問題ではなくても、こうしたらもっと良くなるとして試みるのがカイゼンである。カイゼンとは価値を高めることであり、もたらされる効果は多岐にわたる。生産が以前よりも効率的に行えるようになれば、就業者にとっても朗報である。給与を引き上げても、生産性の向上で吸収できるからである。カイゼンによって製品の品質が高まれば市場競争力が強まり、販売量も増加する。これもまた、企業や就業者にとってメリットとなる。

2. 生産方法や製品の進歩・発展

カイゼンあるいは改善は、狭くとらえるなら職場における作業工程の修正や製品の品質向上への取り組みである。しかし、もっと大きな視点から、あるいは長期的な観点から考えるなら、それは生産方法や製品の進歩・発展でもあるといえる。積み重ねられた改善が集大成され、新しい生産方法の標準になる。既存製品の問題点や不足している点を反省しながら、新しい製品づくりが開始される。こうした変化の連続、つまり生産方法や製品づくりの進化が製造業の発展に結びつき、そこで働いている人びとに富をもたらしている。こうした進化が続いているかぎり、人びとの暮らしは向上し、安定した生活が営まれる。自動車が自動織機から生まれたことをよく考えてみる必要がある。自動織機が手動の織機を改良した結果、生まれたことを考えてみる必要がある。

製造業における進化の事例は自動車にかぎらない。伝統的な陶磁器生産から磁器や衛生陶器の生産、あるいは理化学用セラミック製品の生産にいたり、今日、当地方の窯業は国内において主要な地位を占めている。ここでの進化の過程は、各時代の社会が必要とした製品をセラミックという特有な性質をもった素材を用いて生み出すという事業の連続的過程である。生み出すという創造的行為が核にあり、各地からこの核に集結した人びとの不断の努力が花開いて成果が世の中に送り出されていった。時代を見通

す先見性と、具体的な製品として仕立てる実践性、この両者がうまくかみあいながら、つぎつぎと新たな製品が市場に供給された。



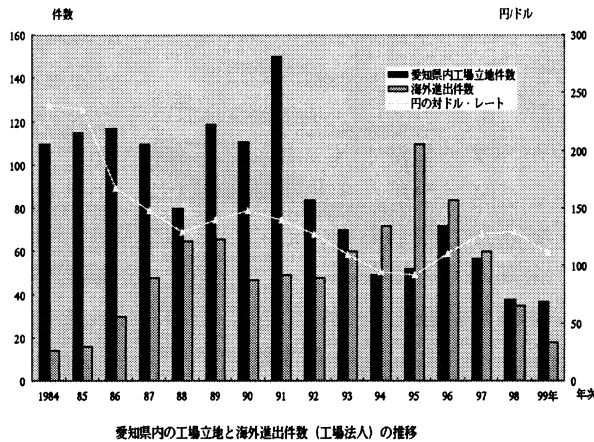
ノリタケブランドの陶磁器（日本陶器のホームページより）

3. 工業生産の専門化と高度化

1980年代後半、世界都市化の流れの中でわが国では東京への機能集中がいつそう顕著になった。このとき、大阪や名古屋では、東京との距離をこれ以上引き離されないためにどうしたらよいかが議論された。サービス経済化や情報化が進展する中で、名古屋圏でもこれらの動きを進める必要があるのではないかと考えられた。しかしながら、名古屋圏では工業を縮小してサービス業を拡大する方向には進まなかった。たしかに、プラザ合意とそれにつづく円高不況以降、名古屋圏の工業が海外に生産拠点を移す事例は増えた。工場流出はたしかにあったが、すべてが流出したわけではない。そこでは選択的移転という考えが採用され、明らかに労働費の国際比較で海外生産が有利な場合は移転が推し進められた。ただし、移転しても、すべての中間製品を現地で調達することは困難なため、国内から機械や部品を送る体制はかなり維持された。このため、国内生産が完全に空洞化してしまうという状態には至らなかった。国際競争力の強い製品分野においては、依然として名古屋圏での生産が継続された。

その結果、名古屋圏の工業生産は衰退することなく、むしろ高度化していった。企業内で合理化が進められ、生産性は向上した。技術開発は継続され、工業集積地域内部で生産を分業する体制は維持された。「愛知モデル」といわれる技術集積重視の工業生産体制が国際的スケールで評価され、先進工業国における工業の存続形態として認知されるにいたった。行政とりわけ愛知県は自ら「産業技術首都」と

名乗り、ものづくりに専心する政策をとり続けている。政治的意味では首都になりえないことをよく自覚し、せめて産業技術の分野で「首都」になることをめざす地域戦略である。当初は冷ややかに見られましたが、結果的に戦略は奏功し、これが今日の「元気な愛知」につながっている。



愛知県内の工場立地と海外進出件数

過去27年間、愛知県は工業生産出荷額全国一の地位を維持している。工業の大都市から地方への離心化や海外移転があたりまえになっている中で、こうした地位をキープしているのは「奇跡」ともいえる。こうした奇跡の多くは、自動車工業とその関連産業によって支えられている。このことは、すでに成熟段階に達したと思われるこの産業が、なお発展する可能性をもっていることを物語る。自動車は当然のことながら、社会の中で利用される。その社会が変われば、自動車と社会との関わりも変わっていく。地球温暖化と密接に関わる環境問題、石油資源の逼迫と高騰とも関係するエネルギー問題、さらに高齢社会における安全性といった問題をはじめ、自動車を取り巻く課題は多い。こうした課題を乗り越えていくためには、名古屋圏に集積する種々の産業技術にさらにいっそう磨きをかけることが望まれる。

4. 小さかったバブル経済崩壊の影響

1980年代中期以降、東京に機能が集積し、その結果、東京の地価が異常なまでに高騰した。そのおろを受けて、全国主要都市の地価もまた投機的思惑をもとに高騰していった。振り返ってみれば、それはバブル経済以外のなにものでもなかった。新幹線網や高速道路網あるいは航空ネットワークによって

全国土が一体的に結びつくようになった今日、東京を震源とする全国スケールでの地価の高騰は、当然のことだったかもしれない。名古屋圏もその例外ではなく、たしかに地価は上昇した。しかし、バブル経済とその後の崩壊によって名古屋圏の企業が受けたダメージは、東西の大都市に比べると小さかった。その差は企業体質の違いにあり、低金利や無借金経営に代表される当地方の堅実な企業経営が、地価高騰の反動として起こった急激な地価下落による損失を抑えた。崩壊した経済を立て直すために10年という歳月を要したが、名古屋圏では損失が小さかった分、立ち直りも早かった。その結果、名古屋圏の失業率は全国平均を大きく下回り、工業生産のみならず商業販売の面でも他の経済圏の景況を上回る状況が生み出された。

名古屋圏は三大経済圏のひとつに数え上げられるが、一流の大都市圏というよりも、むしろ地方大都市圏の雄という位置づけがされてきたように思われる。東西の二大経済圏と札幌、福岡などの広域中心都市の中間に位置するといってもよい。二大経済圏が有している政治や文化の中心性、あるいは歴史的重みには欠けるが、広域中心都市にはない工業生産力をもっている。広大な濃尾平野や西三河平野の上にしつかりと足場を築き、ものづくりに取り組むことでしか経済的富を生み出すべしを知らないともいえる。この真面目で愚直ともいえる生き方は投機的資本主義とは縁遠い存在であり、大きなバブルの波は押し寄せてこなかった。

II. ものづくりとサービス創出のバランス

1. モノとサービスの生産

ある地域の経済発展は、その地域に富をもたらす。なにがしかのモノやサービスがその地域で生み出され、主に他地域にそれらが移出された見返りとして入ってくる所得が、この場合の富である。この所得が多ければ、人びとはより多くのモノやサービスあるいはより質の高いモノやサービスを手に入れることができる。一方、この地域から移出されたモノやサービスは、他地域に暮らす人びとの手元に届き、そこで消費される。これらの人びともまた、そこで得たモノやサービスから効用を得る。つまり、地域の内か外かの違いを超えて、モノやサービスの生産は人びとの生活を豊かにする。

工業社会ではサービスよりもモノのウエートが大きかったため、工業生産が活発な地域がより多くの所得を得た。社会が変わりサービスのウエートが増してくると、サービス生産に長けた地域の所得が増

えていく。ただし、現代のサービスは工業生産と密接に結びついている部分が多く、工業生産が伸びればサービス生産も引っ張られて伸びる。これとは反対に、サービス生産が工業生産を押し上げていくケースも多い。現代の工業生産やサービス生産は狭い局地や地域に限定されず、国際的スケールで行われている。モノやサービスの移動が地球規模で行える交通・通信条件が整いつつあるため、これら2つの生産関係はグローバルスケールで成り立っている。その結果、工業生産を得意とする地域とサービス生産に長けた地域が地表上に現れてくる。

わが国でこれを考えれば、東京圏はサービス生産に秀でており、名古屋圏は工業生産を得意とする地域ということになる。サービスを企業サービスと個人サービスに大別した場合、東京はそのいずれにおいても、他の追随を許さない。国際的な金融、保険、不動産、教育、科学、研究・開発など世界的規模で事業を展開させている企業をはじめ多くの企業に対して各種の企業サービスを提供する。その一方で、市民あるいは消費者向けに多様な個人サービスを考えだして供給している。

ブランドに代表される質の高いサービスの供給で、東京の右にでる都市は国内には存在しない。企業サービスは製品向上に対して間接的に寄与する。個人サービスは直接、消費者に働きかけをする。いずれにしても、最終的にはモノやサービスを介して消費者の生活の質の向上に貢献する。一方、名古屋はサービスよりもモノの生産で秀でた力をもっており、より質の高い製品を世の中に提供するために努力を積み重ねてきた。世界都市・東京と地方の大都市・名古屋を直接、同じ土俵上で比較するのはいささか酷かもしれないが、都市機能に格差や違いが生まれるのはやむをえない。むしろ違うからこそ、つまり多様であるからこそ都市の個性は尊重されるべきである。

2. ものづくりに対するこだわり

現代生活はモノとサービスの両方がなければ成り立たない。名古屋はモノにこだわり、モノの質を高めることに専念してきた。専念するということは、何かを諦めるということである。地域に存在する資源は有限であるため、その資源をいかに配分してモノやサービスを生産するかによって、その地域の産業構造が違ってくる。名古屋はモノすなわち製品の方を選び、その生産のために地域資源を多く配分してきた。ではなぜ、そのような道を選択したのか。

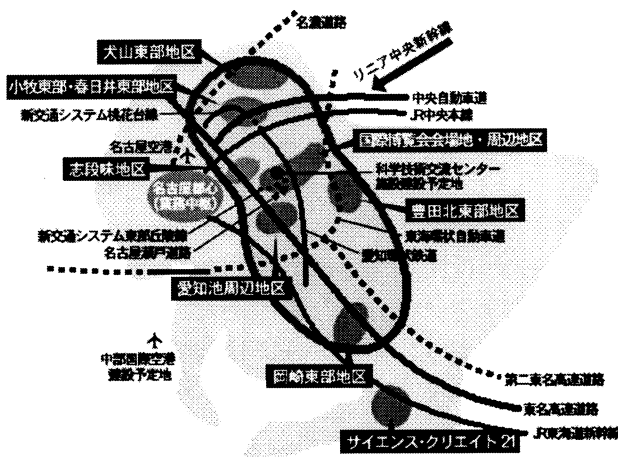
実利的精神や無借金体質に現れているように、名古屋ではモノに対する絶対的信頼、すなわち物質重

視主義の思想が卓越している。手応えのない非物質的なものに対しては、あまり信頼を寄せない。モノには強いがサービスにはあまり強くない。モノがよければ消費者は喜ぶはず、余計なものをつける必要はないという思いが強い。余計なものとは、本質から外れたどうでもよい部分のことである。それは「遊び」であり「余裕」であり、また「自由」や「冒険」といった要素でもある。こうした要素を極力排除して、ひたすら良い製品をつくりつづけてきたのが、名古屋ではないだろうか。

余計なものがひらひらくつつある製品は、世の中がバブル経済で沸いているときは歓迎される。しかし不況になり、製品の品質をじっくり評価するような社会になると、ひらひら（フリル）は文字通り余計なものになる。バブル経済の崩壊という厳しい試練を体験し、そこから教訓から学んで徐々に立ち上がろうとしている今日、ひらひらのない、つまりNo Frillの名古屋的な生き方の評価が高まっているのではないか。

しかし、やがて経済が立ち直り、再びバブルが再燃するような時代が訪れるなら、名古屋に対する評価はまた低下するであろう。面白味に欠ける勤勉実直な性格に人びとが飽き、再びひらひらしたものを求める時代である。しかし、そのような時代はまた日本におとずれるのであろうか。今の名古屋に問題がないとはとてもいえない。来るべき時代に向けて名古屋が変身すべきとするなら、いったいどのように変わればいいのか。

名古屋圏の経済力がさらにひとまわり大きくなり、ただ単にものづくりに専念するだけでなく、サービス生産にも目を向けるようになることが、その条件といえる。名古屋圏が工業出荷額のシェアで全国に占めるシェアは今後とも維持する必要がある。これは、名古屋圏のためというより、わが国工業の世界における高い地位を維持するのに必須の条件である。そのためには、すでに蓄積されている技術に磨きをかけてレベルを高めたり、新しい技術開発を進めて新分野を開拓したりしていく必要がある。



愛知県内の先端技術開発地域（東海リサーチ・リンケージのホームページより）

その一方で、サービス分野にも目を向け、その発展につとめるべきである。なかでも企業サービスはものづくりに寄与するところが大きいため、その発展はこの地域が得意とする工業の生産力を引き上げる可能性がある。サービス供給は、民間、行政、大学、NPOなどいくつかのセクターで行われる。サービスのうち個人サービスは、地元企業や外部から参入したチェーン企業によって提供されるであろう。すでに、豊かな名古屋の経済力を求めてブランド店があいついで進出してきている。都心の商業環境の質の向上は、サービス企業の振興により影響を与える。

3. ものづくりとサービス創出

モノにしるサービスにしる、それを購入したり受容したりする人びとの心が豊かになることが、生産活動の最終的な目標である。ものづくりが得意な地域は、モノの生産によってこれを成し遂げようとする。サービス供給に長けた地域は、よりよいサービスによって満足度を高めようとする。名古屋圏は前者のタイプに近く、モノという物質的な製品を世界中に送り出して、この目標を達成しようとする傾向が強い。

しかし、あまりに物質的なものだけに心を傾けると、非物質的なもの、すなわちサービスが地域内で評価されず、よりよいサービスが供給されなくなる恐れがある。地場産業地域や企業城下町に代表される文化的、芸術的雰囲気や欠いた地域や町が、その具体例である。サービスの創出には創造性、余裕、自由、遊びといった要素が欠かせない。人びとのエネルギーのすべてがものづくりにつぎ込まれてしま

うと、優れたサービスを提供する人がいなくなってしまう。

ものづくりに創造性が求められるように、サービスにも創造性は欠かせない。優位性に満ちたサービスを提供するには、たえず工夫をこらす必要がある。サービス供給に必要な人材、知識、情報、設備をいかに組み合わせるかで満足度を高めるか、つねに考えていなければ優位性は保てない。モノは生産後、他地域へ運ばれそこで販売される。生産者が直接、消費者と顔を合わせることはない。サービスの場合は、直接、相手に接するため、いかに良好な人間関係を築くかが重要である。「もてなしの心」すなわちホスピタリティがいかに提供できるか、まさにこの点が競争に勝つか破れるかの境目である。

4. ものづくりとホスピタリティ

考えてみれば、ホスピタリティの精神はものづくりの場にもあるはずである。直接的には表現されないが、製品は購入者や利用者の顔を思い浮かべながら製造されるのが望ましい。ただし、生産段階で製品が使用される状況をすべて想像するのは困難であるため、まずは良品をめざしてものづくりに精力が費やされる。価格の割に質の良い製品であれば消費者は必ず満足するはずだ、という思いで生産者は生産に励む。

「もてなしの心」は21世紀に必要とされる重要なキーワードである。少子高齢化や情報化がさらに進めば、対人接触の重要性が再認識される。子供や高齢者に対して手厚くケアすることや、人間味に溢れた心豊かな人間関係を築くことが、ますます求められる。ものづくりの中にこうしたホスピタリティの精神を取り込まないと、多くの支持は得られないであろう。バリアフリーやユニバーサルデザインなど、すでに試みは始まっている。衣食住の多くの分野において、ホスピタリティを意識したものづくりを積極的に進めていく必要がある。

ものづくりに携わる人びとも、職場を離れば生活者であり、消費者である。こうした人びとがホスピタリティを意識した製品を生み出すには、普段の生活でもホスピタリティを感じるような環境に身を置いていることが望ましい。生活の場面でもてなしの心に接し、また自らそうした気持ちをもつようにしていなければ、生産現場においてホスピタリティのこもった製品を生み出すことはできない。ホスピタリティに満ちた生活空間を生み出すのは、サービス企業や行政、あるいはNPOなどである。名古屋圏では、これまでものづくりのための基盤整備には力

が注がれてきたが、ホスピタリティに満ちた生活空間を生み出すための工夫は十分ではなかった。個人サービスを提供する企業は、市場原理の範囲内で、人びとの満足度を高めるサービスの供給につとめてきた。行政も、社会的なアメニティ空間の整備に取り組んできた。近年は各地でボランティア活動が盛んに行われるようになり、市場外ルートでホスピタリティを受ける機会も増してきた。

III. 市場経済の論理と環境の論理

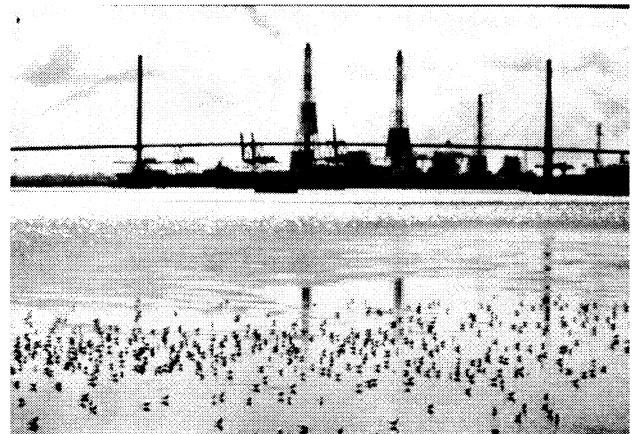
1. 環境制約と市場経済

初期の資本主義は多分に弱肉強食的性格をもっていった。これを反省し、20世紀後半の資本主義社会では、政府による規制・誘導や計画性に則った市場主義が追求された。その結果、経済発展が大いに進み、高度な資本主義社会が形成された。科学的合理性が資本主義の発展を促し、溢れるように生産されたモノやサービスに囲まれて、われわれは豊かな生活を手にすることができた。もちろんその過程では、公害や交通事故など負の副産物も多く生み出された。20世紀末から21世紀初頭にかけて、もっとも危惧されるようになったのは、環境問題である。これまで市場の外にあり、生産・流通・消費にとっては単なる環境として軽視されてきたが、その環境が実は市場の外にあるのではないことが痛感されるようになった。たとえば近年の異常な気象は、世界規模での経済活動の影響と考えられる。

環境は市場の外にあるのではなく、環境の中に市場が存在する。これは、市場で取引されるモノやサービスを生産するさい、環境条件を無視することが許されないことを意味する。これまで環境の論理は事実上、棚の上に置かれ、市場の論理だけで経済活動は行われてきた。しかし、いまやそれは許されず、環境の論理と市場の論理の調和を図りながら経済活動を進めなければ、やがて資本主義体制は行き詰まりを迎える。このことを象徴する出来事が20世紀末から21世紀にかけての名古屋圏で起こった。ひとつは愛知万博の開催会場をめぐる一連の出来事であり、いまひとつは藤前干潟の埋め立てをめぐる騒動である。

2005年、名古屋東部の丘陵地を利用して開催されるはずの万国博覧会の会場をどこにするか、国・愛知県側と市民・住民の間で厳しい対立が起こった。前者は万博跡地の市街地化を念頭に入れながら、瀬戸市南部の里山の開発を主張した。これに対し、会場予定地周辺の市民・住民は自然環境保護を理由に、

開発反対の立場を表明した。この対立を取捨するために、第三者を交えた話し合いの場が幾度となくもたれた結果、当初案は大幅に縮小された。開発案が市街地化によって利益を追求しようという市場原理にもとづいていることは明らかである。市街地化すれば道路ができ、都市ガス、電気がひかれ、住宅が建つ。家庭の中には多くの製品が納められ、GDPの増大に寄与する。一方の自然環境保護は環境の論理にもとづいており、市民・住民は彼らが好きで通っている里山をなくすことに耐えられない。



藤前干潟 (藤前干潟を守る会のホームページより)

もうひとつの対立は庄内川河口に残された藤前干潟を最終処分場として利用したい名古屋市と、それに反対する市民・住民との間で起こった。最終処分は税金を使って行われる社会サービスであり、名古屋市民は自ら出したゴミが最終的に処分されることを期待して税金を納めている。社会サービスといえども、市場の論理にもとづいて供給される。市民の反対は、野鳥の観察や干潟で自然に親しむ機会が奪われることに対する危機感に根ざしている。干潟は埋め立ての対象としてふさわしくなく、生態系を維持すべきという環境の論理にもとづいている。自然環境に手を加えて最終処分場にするという選択肢と、それをしないという選択肢との間で起きた衝突である。結果は幸い、後者すなわち干潟を手つかずの状態に残すということで合意した。そのかわり、名古屋市ではゴミの量を大幅に減らすために、大都市ではめずらしい徹底した分別が市民に課せられるようになった。名古屋は環境都市を宣言し、「なごや環境大学」も発足した。「災い転じて福となす」の典型か。

2. 地域形成の異なる論理間の調整

これら2つの出来事は、われわれに貴重な教訓を

残した。これまで行政側主導で決められてきた社会サービスの供給の仕方が、行政側の一存では決まらないという事実が明白になった。市民・住民の自発的な異議申し立てをまえにして、無理矢理、行政側が意図を通そうとしても簡単にはいかないことが明らかになった。市民・住民が浮かび上がらせた環境の論理を棚に上げて、市場の論理だけを通すことが認められなくなった。市民・住民の権利と行政側の権利が対立することは、以前からあった。しかし今回は、個人の土地や家屋敷をめぐる対立ではなく、集团的に利用したり関わりをもったりする市街地近くの自然環境のあり方をめぐる対立である。個人的なエゴイズムや打算にもとづく反対ではなく、普段から親しんでいる自然を残したいという素朴で純粋な気持ちに根ざしている。

連日、マスコミをにぎわした2つの対立はともに合意点を見出すことに成功した。こうした成功は、21世紀を通じて、普遍的な方向性として人びとの間で広い支持を得るであろう。いまや自然環境は守るべきもの、自然環境に対する過大な負荷は避けるべきものという社会的合意は当然視されている。ただし、愛知県以外に目を点ざると、長良川河口堰、徳山ダム建設、静岡空港建設など、あいかわらず市場の論理や政治の論理が幅をきかせている事例が目につく。

国や県は既成の政策・方針にとらわれ、なかなか政策を変更しようとはしない。時代遅れに気づかないのか、あるいは気づいてはいても簡単には転向できないのか、傍目には市場の論理にしがみついているように見える。こうした地域差は単に大都市と周辺という場所の違いだけによるものなのか、よく検討する必要がある。大都市にやられっぱなしの周辺地域に焦りの気持ちがあることはよくわかる。少ない機会を生かして中央政府からの財政援助を期待する論理が昔から続いていることも知っている。しかし、これまでのやり方をいつまでも踏襲するだけでよいのか、周辺地域のあり方について考えるべき時期にきている。

IV. 都市をめぐる市場競争と地域構造の再編

1. 地域市場の争奪戦と都市構造

バブル経済崩壊後の地価下落とそれともなう不良債権の処理に、どれだけの公的資金（税金）が投入されたことであろうか。不況からの脱出が優先され、金融機関の整理統合をはじめ産業界の再編が推し進められた。再編過程で生じた都市の未利用地や

低利用地の活用を推進するために、都市計画規制の緩和など、いくつもの政策が実行された。その結果、活用可能性のある土地に対して資金が投じられ、不動産開発が始まった。その多くは都心部か、もしくはその近くであり、以前は事務所ビルや商業施設、あるいは工場・物流用地として利用されていた場所である。クズネッツの建設周期説をもちだすまでもなく、建築物には寿命がある。たとえまだ利用できても、それを取り払って建て替えた方がメリットが大きいと判断されれば、新たな不動産資本がそこに流れ込む。こうした市場の論理を押しとどめることはむづかしい。



名古屋市内に建設予定のマンション

大都市を中心に、都心部とその周辺では事務所ビルとマンションの建設が盛んに行われている。統計上は事務所空間や住宅戸数に不足は存在しない。物件にこだわらなければ、会社や家計はどこかのスペースに収まる勘定である。ところが現実には、ビルやマンションの建設はやむことがない。これは、不動産資本の間でマーケットの取り合いが行われているためであり、市場競争に破れれば利益を生まない空間をかかえるはめになる。いわばサバイバルをかけた戦いであり、膨らまないパイを巡って取り合いがつづいている。

こうした戦いは事務所ビルやマンションの市場だけに限らない。商業分野では、商店街と大規模小売店との間で長きにわたる戦いが続けられてきた。どうやらその結果は明瞭になりつつあり、空き店舗続出の商店街と、原則、自由立地で郊外にぞくぞく進出してきた大型店の間では、すでに勝負がついているように見える。市場の原理だけの戦いでは、中心商業地に勝ち目は少ない。これを補完する原理を考え出して巻き返しを図る必要はないだろうか。

中心市街地が完全に空洞化する前に。

2. 強まるグローバル化とその影響

18歳人口と入学者定員数が同じになる大学教育でも、今後はこれに似た競争が強まるであろう。国立大学の法人化以降、とくに競争的雰囲気が高専教育に持ち込まれるようになった。国公立の境界が薄れ、同じ土俵上で教育サービスを競い合う時代へと突入した。教育サービスの質の保証を対外的に示すのがあたりまえとなり、そのための指標づくりに汲々としている。明らかに背後には国際標準化の動きがあり、教育サービスの局地性が通用しなくなった。国際的に開かれた教育サービスをモットーに、教育市場の国際的開放の動きは今後、ますます強まっていくであろう。

わが国は、先進諸国の中でなんとか地位を確保したいと頑張っているが、一方で中進国からの激しい追い上げを受けている。中国、インドあるいはBRICsに代表される国々をはじめ、中進国や途上国は急激に経済発展力を強めてきた。石油をはじめとする国際的資源をめぐる争いが厳しくなっていることは、日常生活のレベルでも実感できる。企業間競争は厳しくなっており、企業は体制を整えて、より効率的に生産できる体質への移行を模索している。生産体制を強化するためには、過剰な労働力や生産施設を整理し、生産の集約化を図る必要がある。いわゆる選択と集中がそれであり、貴重な企業内資源は有効に生かせる部分に集中させる。無駄は大敵とされ、生産コストを引き下げる競争が展開されている。生産性が高まるなら、これまでの生産方法には拘泥しない。その結果、正社員は減らされ、非正規雇用が増えていく。

名古屋圏でこうした動きをさぐると、製造業を支えている中堅技術者を輩出する理系大学が数多くあることに気づく。他地域の大学や高校を卒業して名古屋圏の生産現場に就職する人材も多いが、やはり主体は名古屋圏の理系教育機関出身者である。国際化という点では、理系はすでに標準化がかなり進んでいる。技術や機械といった中立的なものは、社会、文化、芸術などとは異なり、本来、普遍的な特徴をもつ。地表上の特定の場所で生産されているとはいえ、製品そのものは世界中で通用する普遍性をそなえている。そのように考えると、今後、求められるのは、これまで局地性のバリアーで守られてきた文系的なもの、あるいは言語、文化、芸術といった分野における開放性である。

ある銀行系シンクタンクの調査によれば、名古屋

圏では大学に進学しないで高卒で製造業に就く割合が東京、大阪に比べて高いという。理由は生涯賃金の差が小さいため、名古屋圏では大卒でも高卒でも製造業では、大きな違いがない。このことは、製造業の現場では実力がものをいい、学歴はあまり意味をもたない風潮のあることを示唆する。一見すると、学歴偏重の日本社会とは別の社会が名古屋圏にはあることを示唆しているようにも思われる。大学へ進んでより広い世界を知る機会をあえて求めなくてもいいのではないかという、「知の世界」を重視しない気風がこの地方にあることを物語る。21世紀は「知識社会」といわれるが、こうした認識とのギャップがいささか大きいのが気になるころではある。

3. 地方都市の再編と都市郊外のゆくえ

国や地方の財政危機を背景に推し進められた市町村合併も、ようやく一段落した。名古屋圏でもいくつかの合併が行われたが、結果的に既存市の行政区域拡大が目立つ合併が多かった。人口が数万から数十万の中堅都市の周辺に広がる町村が、中堅都市に依存するかたちでの空間的再編である。すべての中堅都市の産業基盤が良好であるわけではないので、合併後、どれくらい持ちこたえられるか不安感はぬぐえない。しかしともかくも、現状のままでは将来がないという思いで周辺の町村は合併に踏み切った。

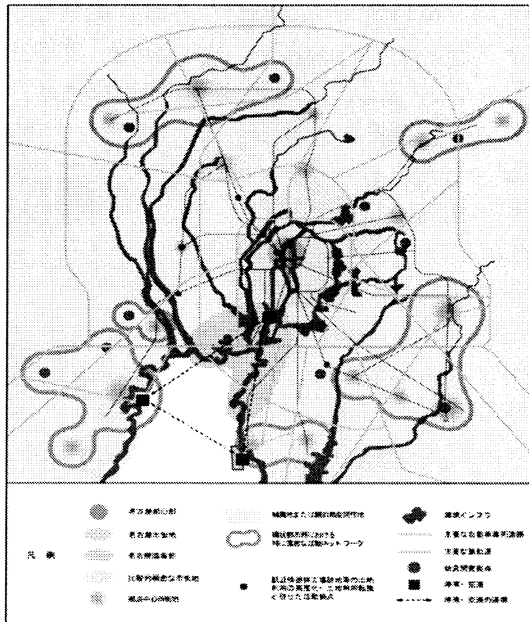
今後、新しくなった市がどのように合併効果を生かせるのか予断は許さない。拠点を失った周辺町の中堅都市への指向が強まり、集落の再編につながる可能性が高い。情報メディアで流される生活スタイルと実際との落差があまりに大きいと、人びとは地元の暮らしに自信をなくす。とくに身体が身軽な若い世代は情報メディアの影響を強く受け、都市的な生活スタイルをめざしやすい。一気に大都市に行けなかったら、それに近い地方都市すなわち中堅都市の近くで暮らしたいと考える。平成の市町村合併は、中山間地域からさらに人口の移動を促し、地元に残る資源をもとに何とか産業基盤を維持しようとしている中堅都市に地域再編という大きな責任を負わせた。

名古屋圏には名古屋市という大都市と、いくつかの中都市がある。これらの都市の周辺部は1970年代から1980年代にかけて郊外化が進み、短期間で市街地化が進んだ。ところが時代が進み、入居した世代は定年の時期を迎え、世代交代が目の前に迫っている。新しい世代の人口は少なく、生まれた郊外にとくに未練があるわけではない。子供の独立後、夫婦二人になった家族に大きな家は必要なく、かえつ

て維持・管理に労力がともなう。こうした夫婦が生活に便利な旧市街地に建てられた集合住宅への転居を考えるのは不思議ではない。

わずか20年か30年という短い期間に成熟した地域社会（コミュニティ）をつくりあげることが、もともと困難なことである。しかし、だからといってこれまで慣れ親しんだ郊外の住宅地をいともたやすく手放していいものだろうか。ここには、かつて土地付き一戸建ての郊外住まいを強力に推し進めた不動産資本による「脱郊外作戦」が見え隠れしている。高齢化した郊外居住者の不安感を新たな住宅市場に結びつけようというキャンペーンが、「都心回帰」や「コンパクトシティ」をキャッチフレーズに展開されている。住宅は商品という経済原理を追求していけば、たしかに住み替えは利益を生む。しかし、住宅には暮らしや生活やライフヒストリーが塗り込められている。そうしたものを一切評価せず、不動産評価だけで切り売りする資本主義社会とはいったい何なのかと思うのは、私だけであろうか。

名古屋大都市圏の将来都市構造イメージ図



14

名古屋大都市圏の将来イメージ (国土交通省のホームページより)

4. 大都市圏をベースとした都市環境整備

名古屋圏では名古屋市への機能集中が商業・サービス業の分野でみとめられる。岐阜市、四日市市などこれまで県レベルで商業中心的な地位を占めてきた都市で小売業やサービス業の不振が続いているの

とは逆の動きである。名古屋市都心部で進められている再開発事業と、これにともなう商業・サービス業集積が、周辺中規模都市の機能を奪うかのような傾向がみとめられる。これまで、名古屋圏では名古屋市からの押し出しで周辺都市が機能を受け入れる図式が支配的であったが、どうやらそうした図式に終わりが見えてきた。大都市圏の郊外化から旧市街地拡充への方向転換である。

これは、大都市圏が崩壊していく現象ではなく、内部で再編が進んでいる現象だと理解したい。大都市圏の外側では、中堅都市を核とした市町村合併が進んでいる。中堅都市の都市圏が今後も踏みとどまる力があるうちはいいが、絶えきれなくなったら、大都市圏への人口移動がさらに進む可能性がある。地場産業の多い名古屋圏では、産業の不振で職を失った人びとが大都市圏に機会を求めて流れ込んでくるであろう。そうすると、大都市圏でなんとかもちこたえる努力をしなければならない。

サービス経済化の進んだ社会は、いたるところでサービスが必要とされる社会である。サービスの特性から、需要と供給は同時に同じ場所で行われねばならない。製造業ではこれ以上の雇用機会生まれそうにないため、雇用を生み出す機会としてサービス業の創出を考えなければならない。何度も指摘しているように、名古屋圏のものづくりは称賛に値する。しかし、いったん企業や事業所を離れて町へ繰り出してみると、あまり魅力的な都市環境が用意されているとはいえない。インフラストラクチャーの多くが生産活動に向けられ、生活や文化の場面で魅力のある仕掛けがしてあるようには思われない。

もちろん、名古屋市の都心部のように、市や愛知県の肝いりで建設・整備された芸術・文化環境はみとめられる。しかし、その整備水準と他の都市との格差はまことに大きいといわざるをえない。これはある意味ではやむを得ないことであり、そうであるからこそ、名古屋市を中心とする大都市圏として芸術・文化的アメニティを充実させていく必要がある。名古屋市都心部に魅力的空間があるとすれば、それは大都市圏の人びと全員が共有する空間として位置づける必要がある。

しかしそれとは別に、もっと身近なところで、大都市圏にある個々の都市が市民や来訪者のためにアメニティ環境を充実させる必要がある。その一翼を担うのは、各種のサービス機能である。周知のように、サービスは民間、行政、ボランティアの3つのセクターから供給される。このうち当面の雇用機会増加に結びつくのは民間セクターである。行政サー

ビスも知恵を絞って、サービスの質を高める努力をすべきではないか。ボランティアは、成熟社会で生き甲斐を求める人びとに社会と関わる機会を与える。人びとが求めるサービスには地域差がある。もっともよく知っているのは地域で生活する人びとである。

名古屋圏には名古屋市の周辺に古くから発展してきた地場産業都市が多い。こうした都市は産業構造の転換で苦しんできた。しかしこれまでに蓄積されてきた技術や生産組織は健在であり、さらに磨きをかけて新しい方向性を見出すチャンスはあると思われる。サービス業は第二の製造業である。人が購入するモノを生産するのではなく、人そのものにサービスを提供する。地元の人びとだけでなく、地域外や海外からも人を呼び込みサービスや製品を絡めたサービスを提供していく。幸い、名古屋圏の広さは東京圏や大阪圏ほど広くない。大都市圏内の移動はしやすく、都市の特性を生かした交流が大いに期待できる。

おわりに

冒頭で生産現場における改善（カイゼン）ともてなしの心（ホスピタリティ）について述べた。名古屋圏の人びとはものづくりに熱心で、よりよい製品を生み出そうと努力している。よい製品は消費者を満足させるという意味で、消費者すなわち他人を思いやる心、もてなしの心がここにはこめられてはいる。しかし、モノからサービスへ支出のウエートが移行している社会では、よい製品を所有するだけでは人びとの満足は十分ではないと思われる。単なる所有よりも、どのように製品を使うのか、どのような環境で使用するかが、問われているのではないだろうか。よい製品をつくるという前提をクリアしたうえで、なお、その先にある製品を取り巻くサービスのなものにもっと関心を向けてもよいのではないだろうか。

工業出荷額全国第1の豊田市は、「企業城下町」

としてマスコミなどで紹介されることがある。こうしたイメージが膨らんで広がっていったのであろうか、愛知県や名古屋圏を大きな「企業城下都市圏」とみなす向きがあるように思われる。東西の大都市圏とは異なり、自動車交通依存率が6割以上も占めるこの圏域が基幹産業である自動車産業によって色濃く染め上げられるのは、半ば当然のことかもしれない。大企業の幹部社員、中小企業の経営者をはじめ、この圏域の産業界をリードする人びとは、自動車、とりわけ高級自動車への依存が強いように思われる。公共交通をあまり利用せず、コミュニケーションを遮断しがちな自動車にあまり多く依存すると、都市の雰囲気は直接伝わってきにくいのではないだろうか。

自動車生産の最先端では、環境対応とともに、おもしろみのある自動車づくりが話題になっているという。よい製品とは、効率性だけを追求して実現したものではないことが、しだいに理解されるようになった。製造過程で無駄を省くことと、製品から無駄をなくすことは同じではない。価格の引き下げも、おもしろさも、ともに消費者を満足させる。一見すると矛盾しているように思われるが、両方をともに実現する道を探るよりほかに手はない。

モノやサービスを生み出す企業や事業所は、都市の建造環境を構成する。企業や事業所が住宅や商業・サービス施設と組み合わさって都市は形成されている。経済地理学は、もっぱら企業・事業所の立地や集積のあり方に関心を抱いてきた。絶えざる産業技術革新と適切な生産配置が名古屋圏をして、今日の「産業技術首都」を実現させた。都市環境が総体として価値をもつようになった時代においては、企業・事業所を含めた都市そのものがつくるサービス空間にもっと目が向けられてもいいのではないか。名古屋圏の都市環境の魅力がもっと向上することと、経済地理学が視野を広げて企業空間から都市空間へアプローチの対象を拡大することを、ともに望みたい。