

## 学位請求論文審査報告書

審査日：2015年12月17日

題 目：成長する個別企業、縮小する地場産業：福井県鯖江市の眼鏡産業

著者名：建井順子

地場産業、あるいは産業集積という用語がある。地場産業というのは、「特定の地域に同一業種の中小企業が集中的に立地し、生産と販売の両方で緊密な社会的分業体制を構築しながら、全国や海外の市場に特産品を販売する産業」を指し示す。福井県鯖江市の眼鏡産業はそうした地場産業のひとつであり、眼鏡フレームの生産出荷額でみると、1985年当時全国の7割以上、2011年には9割以上を占めた。一方、産業集積という用語はより理論的であり、時として政策的な意味合いを帯びることもある。ただし、現実の展開地域と製品に注目する限り、地場産業のそれと重なることが多い。

ところで、日本各地に広がる地場産業は、後継者の不足、国内賃金の上昇、市場動向の変化、新興生産・輸出国としての中国の台頭などを理由に、現在、衰退もしくは縮小の傾向にある。鯖江市の眼鏡産業も縮小の傾向にあり、眼鏡フレームについて言えば、1990年代初めと2000年の2回にわたって、その生産高はピークを記録したものの、2011年にはピーク時の3分の1水準にまで低下してしまった。その結果、地場産業もしくは産業集積をどのように振興・再生させるかが、地方自治体にとっても、地域の業界団体にとっても、喫緊の政策課題となっている。

本論文は、そうした厳しい状況に直面している鯖江市の眼鏡産業を対象とするが、著者である建井氏の視点は、従来の地場産業論や産業集積論とは大きく異なる。というのも氏は、鯖江市の眼鏡産業の出荷高が全体として大きく低下していることに同意しつつも、2001年から2010年の間に、逆に出荷高が伸びている生産工程や製品が存在する事実注目するからである。例えば、丁番・ネジ加工、ロー付け加工、メッキ加工、組み立て加工などがこれに該当する。

さらに氏は、鯖江市に拠点を置く企業からの丁寧な聞き取り調査に拠りつつ、シャルマン、金子眼鏡、ボストンクラブなど、成長を遂げている個別企業が少なからず存在することを指摘する。つまり、縮小する地場産業（産地）全体の動きと、成長する一部の個別企業の動きを対比させる。そして以上の発見から、従来の地場産業の発展モデルに依拠しながら、企業や産業の再生シナリオを描こうとする既存の産業集積論を批判し、産地ではなく成長する個別企業を中心にすえた「地域経済」の振興・再生の道を探ろうとする。いわば「集団の時代の産業集積論の見直し、個の時代の地域経済論の構築」が、本論文の課題であり、著者のメッセージでもある。

この課題を追究するために、建井氏は、従来型の地場産業のビジネスモデルをグローバ

ル化時代の新しいビジネスモデル（イタリア・モデル）と対比させ、鯖江市の眼鏡産業が1990年代以降に直面してきた事業環境の変化を浮き彫りにする。具体的には、①眼鏡の用途が視力矯正の医療器具から、サングラスに代表されるファッションアイテムに広がったこと。②産地の中で構築される製品工程別の社会分業体制とは別に、生産の一貫体制をとる大企業が生まれてきたこと。③生産体制の主流が熟練労働者に依存した仕組みからNC工作機械やCAM/CADを使った仕組みに移行したこと、その結果、競争力の源泉が供給サイドではなく、販売形態やデザインを重視する需要サイドに移ったこと。④同じく競争力の源泉が産地レベルでのイノベーションではなく、個別企業レベルのイノベーションに依存するようになったこと。以上の4点である。

こうしたビジネスモデルの抜本的な転換を前提に、建井氏は、日本の眼鏡産業の競争力に大きな影響を与えたと考える構造的要因として、次の3つの分野を取り上げる。第一は、日本の眼鏡産業を取り巻く国際環境の変化の検証（眼鏡フレーム貿易の分析）、第二は、日本の眼鏡産業を取り巻く国内環境、とりわけ眼鏡の流通構造の変化の検証（眼鏡小売業の販売経路、価格設定、業態の分析）、第三は、第一と第二の環境変化を前提に、産地における個別企業の「競争の本質」がどのように変容し、個別企業がどのように対応していったのかの検証（個別企業の成長パターンの分析）、の3つがそれであった。そして、この3つの検証作業を実施した上で、従来のビジネスモデル（古いタイプの競争力の源泉）に依拠した産業集積論の限界を指摘し、新しい地域経済論の必要性を主張するのである。

本論文の学術的な貢献は次の4点に整理できる。

第一に、福井県鯖江市の眼鏡産業という典型的な地場産業を取り上げつつ、その発展と変容を約30年間という長いタイムスパンの中で捉えつつ、同時に、日本の眼鏡産業、世界の眼鏡産業という幅広い脈絡の中に位置づけ直して検討したこと。そして、こうした作業を通じて、従来の地場産業論（産業集積論）の問題点を明示的に指摘したこと。

第二に、日本の眼鏡産業の生産と輸出が低下する重要な要因である国際環境の変化、つまり眼鏡のファッション化と輸出国・輸入国の構成変化を、国連のCOMTRADE（UN Comtrade）のデータ（6桁の商品分類）を使って明らかにしたこと。とくに、製品をサングラス、眼鏡のプラスチックフレーム、同金属フレームの3種類に分け、1991年から2013年までの主要輸出国・輸入国の変遷を詳細に検討した点は重要である。これに加えて、アメリカ市場でのイタリア製品、日本製品、中国製品の単価の推移とその比較を行ったことは、他の研究には見られない本論文独自の貢献と評価できる。

第三に、これまでトピック的に紹介されてきた眼鏡の小売市場の大きな構造的変化、いわゆる価格革命や、産地卸しなどをスキップする流通革命のダイナミックな実態を明らかにしたこと。この点を実証するために、株式会社サクスイードの『眼鏡白書』、眼鏡光学出版株式会社の『眼鏡DB』といった業界資料、『日経流通新聞』の膨大な関連記事、主要小売店の企業情報を駆使した点は、本論文のユニークな貢献と言えるだろう。

第四に、福井県県庁と連携した東京大学社会科学研究所の希望学プロジェクトに参加し、鯖江市で実施した個別企業からの聞き取り調査をもとに、いくつかの個別企業の成長パターンを生産、販売、海外事業、他企業との協力に分けて明らかにしたこと。聞き取り調査の対象は完成品製造、部品製造、表面処理など多様な企業をカバーし、そのうち計10社が本稿の第5章と第6章で紹介されている。

以上示したように、本論文は従来の地場産業論（産業集積論）に対して新しい視点を提示し、同時に豊富なデータを用いて日本の眼鏡産業の変容過程と、同産業が直面する課題を説得的に描くことに成功した。その結果、審査委員会は著者である建井氏が十分に高い研究能力を有しており、博士号（経済学）を授与するにふさわしいという結論に全会一致で達した。

以下では、本論文の内容を章ごとに簡単に紹介しておきたい。なお、本論文は7つの章から成っている。

第1章は研究の目的と課題、分析視角、論文の構成を扱った章である。地域産業（産業集積）に関する先行研究、鯖江市の眼鏡産業に関する先行研究のそれぞれのサーベイと問題点の指摘がまずなされ、次いで、本論文の議論を展開する上で示唆を与えるいくつかの視点、具体的には、シュンペーターの革新論、ペンローズの企業の成長論、伊丹敬之たちの「見えざる資源」としての知識の重要性や「競争の本質」の変化の議論などが紹介される。そのうえで、日本の眼鏡産業の競争力を規定する3つの要因、すなわち、①国際環境の変化、②国内環境の変化（流通構造と販売業態）、③産地における個別企業の戦略と行動、の3つに関する分析の必要性が説明される。

第2章は日本の眼鏡産業の概観にあてられる。想像以上に多数の部品から成る眼鏡フレームの「製品特性」の説明、眼鏡の流通市場の複雑な特徴の説明が、記述の中心を占める。日本の眼鏡フレームの生産高は、1992年に1032億円とピークを記録し、そのあと低下するがその後再び持ち直して、2000年には804億円と2度目のピークを迎えた。その後は急速に生産高が低下し、2011年現在は327億円と、1992年時の3分の1以下の水準にまで落ち込んでいる。また、この章では眼鏡フレームの生産地として、東京、埼玉、大阪が次々と姿を消し、福井県が1985年77%、95年92%、2011年94%と、高い集中を誇っている点も指摘される。

第3章は国際環境の変化に関する分析である。先に述べたように、眼鏡産業全体ではなく、サングラス、プラスチックフレーム、金属フレームの3つの製品群に分け、1995年と2013年の間の貿易金額の伸びが、プラスチックフレーム（7倍）、サングラス（5倍）、金属フレーム（1.4倍）の順であり、眼鏡の世界需要の中でファッション化が急速に進んだ事実が強調される。その上で、高級ブランド品市場におけるイタリアの突出した地位の維持、低級品・汎用品の市場における中国の急速な台頭、そして一大市場であるアメリカでのボリュームゾーンに見られる価格の低下など興味深い事実が、著者が整理した貿易データに

もとづいて指摘される。また、金属フレームを特徴とする日本の高価格製品は、有名ブランドを多数擁するイタリアの高級品にも、中国（香港）の低価格普及品にも市場を奪われ、この20年間の間に国際競争力を喪失していった事実が強調される。

第4章は眼鏡産業の小売市場、とくに流通経路と価格設定の分野で生じた画期的な変化に関する分析である。1990年代初めまでは、三城、愛眼、キクチメガネ、メガネの田中、金鳳堂など、小売りの老舗チェーン店がトップテンを占めていた。こうした老舗のうち、三城、愛眼などは現在まで存続するものの、1990年代に入ると、メガネスーパー、メガネトップ、メガネストアなど、ディスカウント店が急速にシェアを拡大していく。

さらに2000年代に入ると、デザイン・企画から製造・販売までを一括管理し、製造は海外工場に委託する「SPA方式」（小売製造業方式）をとる小売店が、業界をリードするようになった。これらの小売店は、メーカーとエンドユーザーの間にあった多数の流通機構（産地卸や消費地卸など）をスキップし、メーカーと直結することで価格を大幅に引き下げ、多様化する消費者のニーズに応えることで、自分たちのシェアを拡大していった。この章は地場産業を襲った流通革命の実態を的確に描くと同時に、鯖江市のメーカーや産地卸が小売分野（直販）に進出するに至った背景を示唆する章ともなっている。

第5章は著者が鯖江市で実施した計10社の企業の聞き取り調査の結果を整理したものである。とくに、第1章で紹介したシュンペーターの5つの「革新」のパターンが、それぞれの企業で実施されているのかどうかについて確認していく。その結果、すべての企業が、製品、生産方法、材料、流通市場、経営組織の5つのうち、どれかひとつの分野でイノベーションを実施していること、さらに、複数分野のイノベーション（複合的イノベーション）を実施している企業も存在する事実が指摘される。さらに眼鏡のファッション化に伴って、イノベーションの内容は市場への対応（デザイン性、ブランド育成）に重点が置かれ、小売業との連携強化や自社の小売機能の強化が進められていること、そして、これこそがもっとも重要な点であるが、イノベーションは産地全体ではなく、個別企業の内部で進行している事実が強調される（いわゆる「個の時代のイノベーション」）。この章は本論文の中で、著者の主張が最もダイレクトに出ている章と言える。

次いで第6章は、眼鏡フレームの部品製造から出発し、その後は部品から完成品までの一貫生産体制と、生産と販売を統合する総合的な事業展開を行うに至ったシャルマンの事例と、企画から販売まで一貫して自社主導で行う新興産地卸2社（ボストンクラブと金子眼鏡）の事例に焦点をあてる。前者のシャルマンは、中国などアジア諸国への海外進出にも積極的であり、イタリアの大企業に代表される眼鏡の新しいビジネスモデル（第1章で紹介）を日本で実現した唯一の完成品メーカーであり、その意味で「産地の異端者」でもあった。一方、後者の産地卸2社は既存品、OEM製品の販売から出発し、若者が望むファッション性やカジュアル感を取り入れながら、独自ブランドと直営の販売店を展開するに至った企業で、生産方法ではなく製品や流通市場にイノベーションを引き起こしたケースである。なお、これら3社はいずれも、第1章で紹介した伊丹たちの「見えざる資源」と

しての情報、とくに市場情報をうまく取り入れ、眼鏡産業を取り巻く「競争の本質」の変化に的確に対応した企業であり、新たな成長パターンを実現した企業の姿であった。

最後に、第7章は結論部分である。これまでの分析とその成果を改めて要約した上で、著者は鯖江市の企業が置かれている状況を、社会的分業の中の「仲間」同士の関係ではなく、「ライバル」同士の関係にあることを指摘する。そして、委託染色加工から出発し、そのあと総合繊維メーカーへと発展を遂げたセーレン——福井県をいまや代表する企業——の成長パターンと、鯖江市の眼鏡産業以上に厳しい環境に晒され、とくにバブル経済崩壊以後は産地が縮小よりは解体に向かいつつある同じ鯖江市の漆器産業の状況を紹介しつつ、従来型の産業集積論の問題点を指摘する。つまり、産業集積のメリットを損なっている障害を除去し、あるいはそうしたメリットを補強する政策を実施すれば、産地は復興・再生するという議論には無理がある。むしろ、成長する個別企業を支援し、個別企業のイノベーションを促す環境づくりを行うことで、「地域経済の再生」を図るべきである、というのが著者の結論である。

本論文の内容については、審査の席上で著者自身から2点について補足説明があった。

1点目は、企業名の表記に関する問題である。本論文を提出した時点では、聞き取り調査を行った企業10社から企業名を公開することについて諾否の回答をもらっていなかった。そのため、10社の企業名をM-1からM-10としたが、審査の時点ではすべての企業から許可が下りた。そのため、企業名を明らかにした最終版を保存版にすることを審査委員会で了解した。

2点目は、鯖江市の眼鏡産業と個別企業の成長について扱った榊原雄一郎・南部勝「経済のグローバル化と鯖江産地の構造変化」（『地域経済学研究』第19号、2009年）が、本論文の参照文献から脱落していた問題である。先行研究の検討から落ちていた点は、著者の明確なミスである。この共著論文は、イタリア、中国という生産・輸出国が世界眼鏡市場を席卷する中で、鯖江市の生産の連携メカニズムの再編がどう進んでいるかを扱ったものであり、本論文の研究テーマと密接に関係する。とはいえ、産地内での連携を強化することで地場産業の再生を考えるこの論文は、建井氏の主張する脱産業集積論とは明確に視点が異なっている。その結果、審査委員会では、榊原・南部論文は建井氏の論文のオリジナリティを損なうものではないと判断した。

最後に、本論文に対してはいくつかの問題点も指摘された。

第一は、著者は産業集積論の限界を第1章や第7章で強調するものの、じつは現在の産業集積論はつねに進化を遂げており、同時に論点も多様化しているのではないのかという感想である。そして、著者と同様に、産地ではなく個別企業の成長に焦点をあてようとする研究も出ており、現時点での産業集積論の到達点と問題点について、もっと厳密な検討が必要であろうという指摘がなされた。

第二は、著者が主張する「地域経済の再生論」の有効性に関する問題点である。もともと「個の時代のイノベーション」に目を向ける著者が、産業集積論の限界を指摘しつつ、

産地とは別に地域経済という単位を想定するのは、シャルマンにしろ、金子眼鏡にしろ、成長する個別企業が完全に経営拠点を東京や大阪に移転させず、依然として鯖江市に拠点を残している点にある。福井県を代表する企業となったセーレンも同じである。

そうだとすると、彼らが福井県や鯖江市に依然として拠点を置く理由はなぜなのか。単なる郷土愛なのか、教育水準の高い地元の人材を活用できるメリットがあるからなのか、「鯖江」という眼鏡フレームのブランド名（のれん）を利用して販路を拡大できるからなのか、さらには、「鯖江」のブランド名に惹かれて域外から優秀な人材が集まるからなのか。一言で言えば、「個の時代の地域経済の意味」をどう捉えるのか、この点に関する回答が十分ではないとの指摘もなされた。

もっとも、こうした2つの指摘は本論文の学術的意義を大きく損なうものではなく、むしろ今後の課題と言うべき問題である。そこで、先に述べた4つの研究上の意義と貢献を評価したうえで、3頁目冒頭で述べたように、本審査委員会は全員一致で、本論文が博士号（経済学）を授与するのにふさわしいという結論に達した。

末廣 昭（主査）  
大沢真理  
中村尚史  
矢坂雅充  
中村圭介（外部委員）