

## 静岡市ものづくり産業の振興に関する一考察

メタデータ	言語: ja 出版者: 静岡大学人文社会科学部 公開日: 2015-02-06 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 高倉, 博樹 メールアドレス: 所属:
URL	<a href="https://doi.org/10.14945/00008081">https://doi.org/10.14945/00008081</a>

## 論 説

# 静岡市ものづくり産業の振興に関する一考察\*

高 倉 博 樹

### はじめに

本稿は、静岡市ものづくり産業の振興のあり方について検討を加えることを目的とする。

静岡市は、2012年に「静岡市ものづくり産業振興基本計画」(以下、基本計画)を策定し、「多様な地域資源が連携するものづくり創造都市 静岡」という目標を掲げて各種事業を実施してきた。この基本計画は、2015年度に改定される予定であり、これを機に、これまでの事業実績を受け継ぎつつも、修正すべき点を補ってより効果のある施策にしていく必要がある。次期基本計画の策定に向けた基礎資料を整備するために、現行の基本計画には調査研究事業が盛り込まれている。筆者はこの調査研究事業にかかわっており、その中で、福井県鯖江市の眼鏡産業を視察調査した。本稿では、鯖江市と静岡市のものづくり産業を比較検討し、さらに、視察調査で得られた中小企業支援に関する知見を整理することで、次期基本計画の策定に資する論点を提示したい。

本稿の構成は以下ようになる。まずI節において、ものづくり産業の振興、つまり産業政策の必要性の論拠を整理する。その根拠を基準として、鯖江市の眼鏡産業振興(II節)および静岡市のものづくり産業振興(III節)を検討する。以上の検討を踏まえ、最後に、静岡市ものづくり産業振興の方向性を提示したい。

## I. 「産業政策の必要性」の論拠

### I-1. 産業政策の必要性和産業政策の類型

産業政策とは、政府がある特定の産業を選び、当該産業の構造やそこで活動する企業の行動に対してなんらかの方法で介入することを意味する。ただし一般には、周知のように、有効な競争が実現している市場においては、効率的な資源配分が達成されるがゆえに産業政策は不要である

---

\* 本稿は、静岡市ものづくり産業振興基本計画の「(事業35)ものづくり先進都市等に関する調査研究」に依拠している。掲載をお認めくださった静岡市産業振興課に感謝申し上げます。むろん、本稿で示した見解は全て筆者個人に帰するものであり、産業振興課ならびにもものづくり産業振興審議会の見解ではないことをお断りしておく。

と考えられている。逆に言えば、産業政策が必要とされるのは、いわゆる「市場の失敗」が発生する場合に限られる。産業政策は、根拠とされる「市場の失敗」に応じて、(1)産業育成政策、(2)公的供給（国や公企業による供給）、(3)規制政策（経済的規制と社会的規制）、(4)独占禁止政策の四つに区分される。市場の失敗と産業政策の類型に関して、図表1に依りながら、簡単にみておこう。

図表1 産業政策の必要性の論拠

(a) 外部性のある経済活動
…技術水準の向上、他産業の発展の促進、など
(b) 私的財以外の様々な財の市場
…公共財：道路、港湾、橋といった産業インフラ、基礎研究による科学的知見 共有資源：所有権の定まっていない森林や漁場などの資源 自然独占：通信、鉄道、電力、ガス、水道などのネットワーク産業
(c) 情報の不完全性
…食品・医薬品、複雑な金融商品
(d) 市場支配力
…独占、寡占

(a) 外部性のある経済活動

リーディング産業の大きな成長は、その産業の発展だけではなく、経済社会全体に大きな正の外部効果をもたらす。つまり、そうした産業は高度な技術を必要とすることが多いため、社会全体の技術水準の向上に貢献し、また、関連する他の産業の発展にも資する。こうした正の外部効果を高めることが「産業育成政策」の根拠とされる。

(b) 私的財以外の様々な財の市場

財は競合性と排除性の有無に応じて、私的財、公共財、共有資源、自然独占のいずれかに分類されるが、これらのうち後三者が産業政策の対象となる。第一に、排除不可能かつ非競合的な公共財は、他者が供給したものを無料で利用しようとするフリーライダーが発生するために、市場に任せれば過少供給に陥る。それゆえ、政府による「公的供給」が必要となる。産業政策の文脈では、(混雑もなく、また有料でもない)道路、港湾、橋といった産業インフラ、基礎研究による(特許が得られない)科学的知見などがこれに該当する<sup>(1)</sup>。第二に、排除不可能であるが競合する共有資源は、放置しておけば枯渇するという事態になりかねない。所有権の定まっていない森林や漁場などの産業資源がこれに該当する<sup>(2)</sup>。そのため、利用を直接的に規制したり、料金や税を

<sup>(1)</sup> 公共財は、正の外部性が強く働く財であるとみることでもできる。ある経済主体が公共財を供給すれば、市場を経ずにして、対価を支払わない者もそれを利用できるという正の外部効果が働くからである。

<sup>(2)</sup> なお、混雑する一般道路も、排除不可能であるが競合的であるため、共有資源に分類される。共有資源は、負の外部性が働く財であるとみることでもできる。

課したり、売買可能な利用権を与えたりといった政策が必要となる（「規制政策」）。第三に、排除可能かつ非競争的な財には自然独占が該当する。自然独占の本来の定義は、ある財を一社だけですべて供給する方が、複数の会社が市場を分け合って供給するよりも費用が安くなるということであり、自由市場に任せれば、自然に独占へと移行する。通信、鉄道、電力、ガス、水道などのネットワーク産業がこれに該当する。独占企業は限界費用を上回る価格設定を行うことが可能となるため、非効率的な状況が生じる。そのため、政府が自ら当該事業を行うという「公的供給」か、あるいは民間に任せよう（価格設定などに）規制を行うという方法（「規制政策」）がとられることになる。

(c) 情報の不完全性

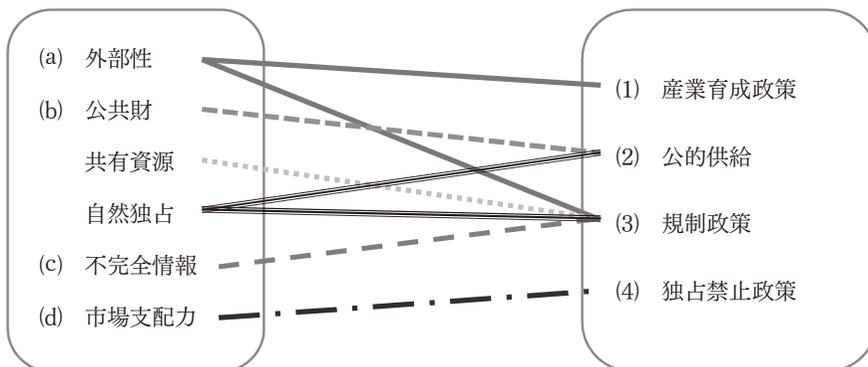
情報の不完全性とは、市場参加者の中で情報に偏りがあることを意味する。典型的には、生産者は知りえても消費者は知りえない情報が存在する場合などである。例えば、医薬品や食品、複雑な金融商品の購入に際して、消費者がそれらの品質や安全性を正しく理解しえない場合には、効率的な取引が行われていないことになる。そのため、政府が安全性や品質の基準を設けるといった「規制政策」を行う。

(d) 市場支配力

市場支配力に関しては、独占および寡占が問題となる。現実には、独占よりも寡占的な産業が多いが、寡占産業においても、限界費用を上回る価格を設定することが可能な場合があるため、競争が阻害されているような寡占市場に対しては、「独占禁止政策」がとられる。

以上をまとめると、図表2に示されるように、産業政策の必要性と施策の基本的対応関係は、外部性のある経済活動に対しては(1)産業育成政策（正の外部性）と(3)規制政策（負の外部性）、公共財については(2)公的供給、共有資源と情報の不完全性に対しては(3)規制政策、自然独占に対しては(2)公的供給か(3)規制政策、市場支配力に対しては(4)独占禁止政策、となる。

図表2 産業政策の必要性と施策の対応関係



本稿の考察対象たるものづくり産業振興策の多くは、これらのうち、主に(1)産業育成政策に該当する。ただし、「地域経済の活性化」を目的とした地域産業政策の観点からは、「正の外部性」だけが施策の論拠とされるわけではなく、現実にはさらに、いくつかの判定基準が必要となる。

まず、市場取引を通じた地域産業の「経済波及効果」、ならびに「雇用創出効果」が重要な基準となるだろう<sup>(3)</sup>。とりわけ、大都市とは違って少数の地場産業に依存している地方経済にあっては、これらが重要な政策根拠とされてきた。

次に、地域産業の担い手である中小企業への支援の必要性である。地域経済の活性化のためには、多数の事業者が参入し、当該産業が競争的に保たれることが望ましい。しかし、製造業において現実に参入が可能であるのは、セットアップコストが比較的小さい食品やアパレル産業などに限定される。これら以外の製造業においても参入を促進するには、以下のような援助が必要となる。第一に、労働市場、原材料市場、製品市場、金融市場において情報の不確実性が存在する場合、大企業ならば負担可能な情報収集コストや保険コスト、あるいは技術開発コストを負担できない中小企業に対して、援助が必要となる。第二に、独自の技術開発能力を持つことが困難な中小企業に対して、費用のかからない公共財としての技術情報の提供や、研究開発活動を遂行するための共同利用施設の提供（公的試験研究機関など）が重要な意味を持つ。

以上をまとめると、地域のものづくり産業振興策の正当性を評価する基準は次のようになる。

- 基準1. 正の外部性
- 基準2. 経済波及効果, 雇用創出効果
- 基準3. 中小企業支援の必要性

以下の議論においては産業育成政策に焦点をあてる。次項では、日本における産業育成政策の変遷を概観し、現代の地域産業政策に求められる留意点を指摘しよう。

## I-2. 日本における産業育成政策

第二次世界大戦後の日本では、かつての通商産業省を中心に、産業育成政策が積極的に行われていた。1940年代後半以降は、石炭や鉄鋼などの基幹産業に対する傾斜生産方式を採用し、50年代には重化学工業化を目指して、造船、電力ならびに化学も産業育成の対象に加えられた。

このように、産業育成政策では、政府が特定の産業を選定して支援を行ってきたが、その選定基準となったのが「所得弾力性基準」(需要面)と「比較生産性基準」(供給面)である。前者は、所得の成長速度以上に需要の成長速度が速い産業を選定する基準であり、後者は、生産性の高い、

<sup>(3)</sup> これらは厳密には、金銭的外部性と呼ばれるものであるが、本論の外部性のように「市場の失敗」には相当しない。

あるいは技術発展の可能性が大きい比較優位産業として、国際的に競争力を持てる産業を選定する基準である。いずれも、成長性の高いリーディング産業を育成しようとするものであった。

国の政策がどの程度の効果を持ったのかについての評価は難しいが、高度経済成長期の前半は、総じて上記の産業が成長を支えたのであり、結果としては、産業育成政策の当初の目的は果たされたとみてよい。

しかし、高度成長期の後半以降は、事情が異なってくる。これ以降には、自動車や電機が日本のリーディング産業となってくるが、その国際競争力は基本的に、厳しい競争の中で企業が自らの努力により身につけたものだからである。また、70年代の石油ショック以降は、かつて育成の対象とされた鉄鋼、造船、化学といったエネルギー消費型産業が不況業種となっていった。こうして、日本が先進国の仲間入りを果たして以降は、従来型の産業育成政策は縮小され、政策の重点は、「研究開発の促進」に向けられていった。

産業育成政策は、国レベルにとどまらず、地方においても行われている。例えば、工業団地の造成や企業誘致への補助などを挙げることができる。今日の経済産業省も、地域ブロック単位で地方政府と連携して地域活性化に努めており、2001年からは産業クラスター計画にも取り組み始めた。産業クラスター計画は、地域における産学官のネットワークを積極的に形成して技術開発を進めようとするものである。地域の特性を生かした産業において、企業や研究機関の集積およびネットワークの構築を促すことにより、「正の外部性」を高めることが目指されているといえよう。

しかし、現代では、産業育成政策の対象となる技術や産業を適切に選び出すことは、従来型の産業育成政策の場合とは異なり、国レベルであれ地方レベルであれ、決して容易なことではない。技術進歩の予測はますます困難となっているし、また、誤った対応はかえって技術進歩の妨げにもなりうるからである。さらに、地方政府においても政策が企業のニーズに沿わなければ、財政状況を悪化させるだけの結果となりかねない。少なくとも、地域産業政策の観点から、地方において育成の対象となる産業を選ぶ際には、以下の前提のいずれかが整っていなければならないと考えられる。

- 基準4. 当該産業に関連する地域資源がすでに一定の蓄積を有すること  
 基準5. 当該産業が地域経済の存立を左右するほどのシェアを占めていること

次節では、鯖江市における眼鏡産業の振興策が、上述の五つの基準からみて意義のあるものかどうか、また、実施されている振興のための施策は有効なものかどうかを検討する。

## II. 鯖江市の眼鏡産業の振興について

### II - 1. 鯖江市と静岡市の比較

眼鏡産業の振興について検討する前に、鯖江市と静岡市の主要指標を確認しておこう。

図表 3 鯖江市と静岡市の主要指標の比較（平成21年）

	鯖江市	静岡市
人口 <sup>注1)</sup>	67,734人	716,197人
面積	84.75km <sup>2</sup>	1,411.85km <sup>2</sup>
標準財政規模	135億4,948万円	1,590億7,800万円
歳入総額	240億 841万円	3,026億8,400万円
歳出総額	234億4,918万円	2,962億8,100万円
実質収支	5億1,536万円	34億 600万円
事業所数 <sup>注2)</sup>	4,012	39,602
(製造業：割合)	(1,224：30.5%)	(4,053：10.2%)

注1) 人口は、両市ともに平成22年の数値である。

注2) 事業所数は両市ともに平成21年の数値である。最新の調査では従業者4人以上の事業所しか対象とされていないため、4人未満事業所も把握している平成21年調査の数値を用いた。

出所) 鯖江市「歳出比較分析表（平成21年度普通会計決算）」、鯖江市「鯖江市統計書」、静岡市「平成22年国勢調査確報人口等基本集計結果（統計表）」、静岡市「財政状況等一覧表（平成21年度決算）」、静岡市「全事業所数の推移」より作成。

図表3によれば、静岡市は鯖江市に比べ、人口は約10倍、面積は約17倍、標準財政規模、歳入、歳出は約12倍、事業所数は約10倍となっている<sup>(4)</sup>。規模が一桁も違う政令指定都市と一般市を比較する際には、慎重を期さなければならない。ただし、産業構造に関しては、規模ではなく構成比が問題となるので、これを基準として一定の比較が可能である。

図表3の最下段をみると、静岡市で全事業所数に占める製造業事業所数の割合が10.2%であるのに対し、鯖江市のそれは30.5%となっており、鯖江市では製造業のウエイトがかなり大きいことがわかる<sup>(5)</sup>。次に、鯖江市製造業の特徴をもう少し詳細に見てみよう。

### II - 2. 鯖江市製造業の構造

鯖江市商工政策課のホームページには、鯖江市の産業について次のように記されている<sup>(6)</sup>。

- 鯖江市の産業は、眼鏡、繊維、漆器という三大地場産業を中心に発展してきた。また、工

<sup>(4)</sup> 鯖江市の人口は静岡市の十分の一以下であるが、鯖江市は福井県では唯一、人口が増加している市である。

<sup>(5)</sup> 福井県における製造業の事業所数の割合は13.2%であり、同県内においても、鯖江市におけるその割合は突出している。「平成24年経済センサス—活動調査（速報）：福井県分集計結果」、16頁を参照。

<sup>(6)</sup> 鯖江市商工政策課「鯖江市地域産業のあらまし」を参照。

業団地など市街地周辺に近代的な工業地帯が形成され、機械・電子部品工業など新たな産業が進出している。

- ・ 鯖江市の工業の特徴は、三大地場産業とその関連企業が市内生産額の8割以上を占めることであり、また、事業所の大多数が中小および零細企業であることである。

以上の特徴から、眼鏡、繊維、漆器産業はI節で確認した基準の4と5を満たし、産業育成の対象となりうるということがわかる。

図表4は、眼鏡、繊維、漆器という鯖江市三大地場産業の近年における事業所数、従業者数、出荷額を示したものである。これによれば、眼鏡産業は鯖江市工業における全事業所の約48%を、従業者数の約47%を、出荷額の約41%を占めていることを確認することができる。鯖江市の眼鏡産業は、地域の三大地場産業の中でも突出した地位にあることがわかる。

図表4 鯖江市工業における眼鏡、繊維、漆器産業の規模

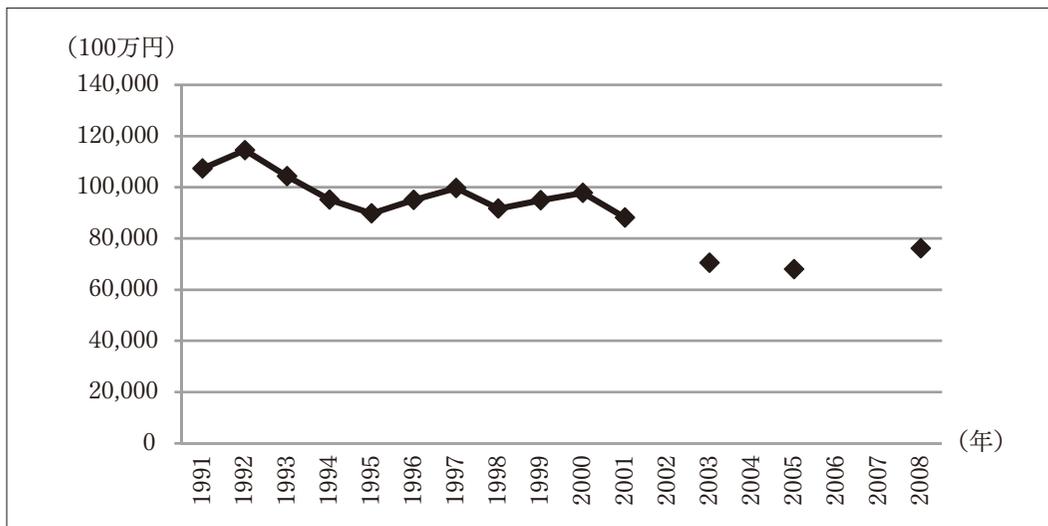
	事業所数	従業者数(人)	出荷額(万円)
眼鏡	531 (47.7%)	5,308 (46.9%)	7,613,559 (41.3%)
繊維	125 (11.2%)	2,294 (20.3%)	4,643,303 (25.2%)
漆器	232 (20.8%)	740 (6.5%)	473,710 (2.6%)
工業全体	1,113 (100%)	11,319 (100%)	18,441,840 (100%)

注) 従業者4人未満の事業所も含む全事業所。2008年。  
出所) 鯖江市「鯖江市統計書：繊維、眼鏡、漆器の現況」および「鯖江市統計書：工業の推移」より作成。

このことから、眼鏡産業は鯖江市経済を支える存在であるといっていよい。したがって、上述の基準4と5に照らし、眼鏡産業は行政当局による産業振興策の「中心的な」対象となりうるのである。

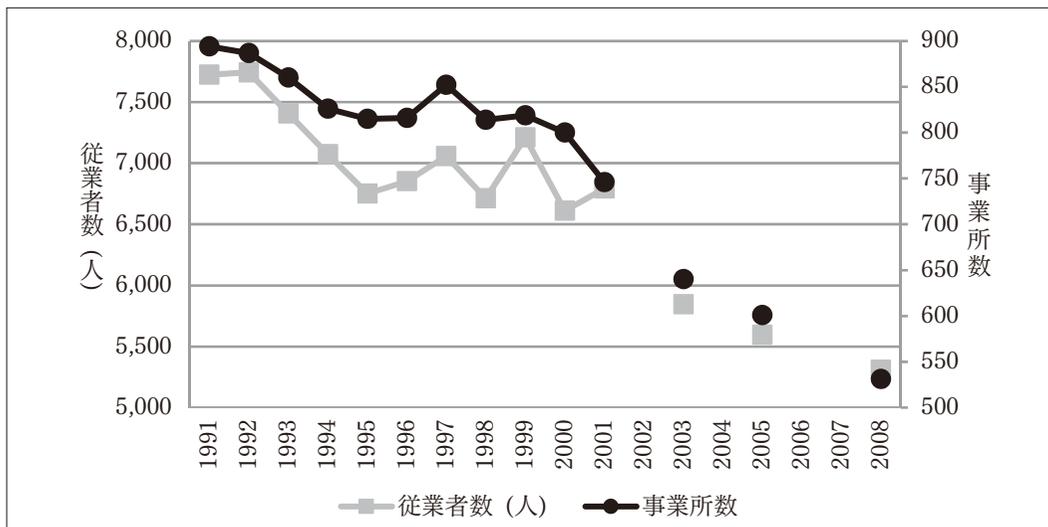
では、眼鏡産業は、今後とも成長の見込める産業といえるのであろうか。図表5は眼鏡産業の出荷額の経年変化を、図表6は事業所数と従業者数の経年変化を示したものである。

図表5 鯖江市眼鏡産業の出荷額等



注) 全事業所の出荷額。2002年、2004年、2006年、2007年の数値は従業者4人以上の事業所のみを対象としたため、データの連続性を考慮して割愛した。  
出所) 鯖江市「鯖江市統計書：繊維、眼鏡、漆器の現況」より作成。

図表6 鯖江市眼鏡産業の事業所数・従業者数



注) 全事業所の出荷額。2002年、2004年、2006年、2007年の数値は従業者4人以上の事業所のみを対象としたため、データの連続性を考慮して割愛した。  
出所) 鯖江市「鯖江市統計書：繊維、眼鏡、漆器の現況」より作成。

出荷額、従業者数、事業所数のいずれも減少傾向にある。鯖江の眼鏡産業は、国内では圧倒的なシェア（約90%）を誇りながらも、右肩上がりの成長を期待できる産業ではないのである。

このことから、鯖江の眼鏡産業は、従来型の産業育成政策の対象、つまり大きな正の外部性をもたらすリーディング産業としての育成対象とは言えない<sup>7)</sup>。しかしながら、先に確認したように、鯖江市における眼鏡産業の盛衰は地域経済の存立を大きく左右する存在と言わざるをえない(基準5)。また、部品製造から、中間加工、完成品製造にいたる産業集積を有し(基準2および基準4)、これを担う企業の多くが中小企業である(基準3)。それゆえ、鯖江眼鏡産業に対する行政支援には一定の正当性があるのであり、現状においては、今以上の下降を食い止め、再度浮揚を図るための施策が展開されている、ということになる。

### II-3. 鯖江眼鏡産業の取り組み

では、鯖江眼鏡産業が直面している課題とは何であろうか。第一に、安価な輸入品との競争が挙げられる。今日、中国を筆頭に低コストで生産可能な東アジア諸国の製品が世界規模で台頭しており、小ロット・少量生産を基本とする鯖江産地はこれらの製品との価格競争に苦慮している。第二に、これまでOEM生産を中心に展開されてきた鯖江の眼鏡産業は、高品質かつブランド力のある製品としても、高いデザイン力とブランド力をもつイタリアとの競争に勝てない状況にあるということである。ヒアリング調査によれば、その要因として、世界に先駆けたチタン合金製眼鏡枠の開発など高い技術力を持つにもかかわらず、作ることにのみ専心し、売る努力をしてこなかったという指摘が多く聞かれた<sup>8)</sup>。

そのため、行政、企業、福井県眼鏡協会、鯖江商工会議所などが連携して、「作る産地」から「作って売る産地」への転換を図るための取り組みが進められている。主要な取り組みとして次の二点を挙げることができる。

第一に、地域ブランド戦略である。福井県眼鏡協会と鯖江商工会議所のイニシアティブにより、2003年に産地統一ブランド「THE 291」が立ち上げられた<sup>9)</sup>。これは、海外から流入する安い眼鏡製品への対抗策として、高品質(100%福井産)を消費者にアピールし、さらに、製品開発から宣伝、販売に至るまで一貫して産地企業が行うことで従来のOEM生産依存からの脱却を図ろうとするものである。現在までのところ、大きな成果があったとは言えないが、図表5を見ると2005年以降はやや持ち直しているともみることできる。取り組みの方向性としては評価してよいだろう。

第二に、行政支援に基づく販路開拓およびPR戦略である。鯖江市による助成により、東京南青山にアンテナショップが設立され、また鯖江市のめがね会館にはめがねミュージアムが開館され、

<sup>7)</sup> この点は、眼鏡産業の成長性だけの問題ではなく、眼鏡製造技術の他分野への転用の困難さにも起因する。

<sup>8)</sup> さらに、福井県立大学・南保教授へのヒアリングによれば、鯖江の眼鏡産業は、部品製造、中間加工、完成品製造をすべて含む産地内分業のメリット(技術力の強化)を享受して発展してきたが、今日では納期短縮およびコスト削減の観点から、一貫生産体制への脱皮が必要とされている。

<sup>9)</sup> 福井県眼鏡協会・鯖江市(2003)「眼鏡産業ビジョン」。なお、繊維産業および漆器産業についても、それぞれ2001年と2003年にビジョンが示されている。

そこには販売も行うショールームが常設されている<sup>00)</sup>。この取り組みは単なる販路開拓ではなく、地域ブランド戦略の一環とみなしてもよい。

## II-4. 鯖江市による行政支援策

図表7 鯖江市の中小企業支援制度<sup>01)</sup>

<b>1. 起業・創業促進支援事業</b>
市内で起業・創業された企業に対し奨励金を給付
<b>2. 地域産業人材育成支援事業補助金</b>
国、県、ふくい産業支援センター等公的機関が実施する産業人材育成講座の受講にかかる経費の一部を助成
<b>3. 地域産業組合等活力強化支援事業補助金</b>
経営改革に資する事業にかかる経費の一部を助成 (例) IT情報化事業、経営合理化事業、技術習得事業等
<b>4. 地域産業販路拡大支援事業補助金</b>
国、福井県、鯖江市の新製品・新技術開発補助事業に採択され、その開発された新製品等により販路拡大に取り組む事業にかかる経費の一部を助成 (例) 展示会開催、見本市出展、販路開拓のための広報など
<b>5. 中国市場販路開拓支援事業補助金</b>
中国で開催される見本市への出展または中国国内に小売店を開設する経費の一部を助成
<b>6. 異分野見本市等出展支援事業補助金</b>
自社の要素技術を活用して異分野見本市に出展する市内中小企業に対し、出展にかかる経費の一部を助成
<b>7. デザインによるブランド育成支援事業補助金</b>
国、福井県、鯖江市のデザイン支援事業を受けた後、デザインによるブランド育成事業を行う経費の一部を助成
<b>8. 産学官連携促進支援事業補助金</b>
大学、短期大学、高専等との共同研究事業にかかる経費の一部を助成 (例) 新材料の開発および利用技術確立に要する研究開発など
<b>9. チャレンジ企業応援補助金</b>
新製品・新技術の開発や新事業創出・業種転換、特許・実用新案権の取得、意匠・商標登録に対して、これらにかかる経費の一部を助成
<b>10. 企業立地促進助成金</b>
鯖江市における事業者の育成と企業の立地促進を図るため、事業者が特定地域内に工場等を建設した場合に助成
<b>11. 眼鏡産直ショップ開設促進事業補助金</b>
市内の眼鏡製造者または企画商社自らが、自社製品を含む産地製品（日本製）を消費者に直接販売するために市内に新たに店舗を開設する際に要する経費および販売促進費の一部を助成 出所) 鯖江市中小企業等よろず相談所「平成25年度版 鯖江市中小企業支援制度パンフレット」より作成。

<sup>00)</sup> 福井県眼鏡協会へのヒアリングによれば、売り上げは前者が年1億円、後者が7,000万円である。東京のアンテナショップの開設に際しては、鯖江市から少なくない助成がなされている。

<sup>01)</sup> 対象者および補助額も含めた詳細については、本稿末尾の資料を参照。なお、融資制度については割愛した。

上述のとおり、鯖江市の事業所はほとんどが中小企業であることから、当市による中心的施策は中小企業支援となっている。図表7は、それらの施策をまとめたものである（ただし、製造業だけが対象ではない点には注意していただきたい）。これによれば、起業支援、人材育成支援、業界団体支援、販路開拓支援（出展支援、ブランド育成支援を含む）、産学官連携支援、企業立地促進支援といった、多くの市町でみられる政策メニューが揃えられていることを確認することができる。

この中で注目すべき施策は、「眼鏡産直ショップ開設促進事業補助金」（図表7の11）である。なぜなら、この施策は鯖江市の重要産業である眼鏡産業という特定業種を支援対象としているからである。補助額も決して小さくはない（巻末資料を参照）。この点からも、鯖江市当局が眼鏡産業を産業政策の中心的対象と捉えていることをうかがい知ることができる<sup>②</sup>。

鯖江市の政策のその他の特徴として、以下の点を指摘しておきたい。

#### ■ 行政支援策に関する分かりやすい情報提供

第一に、行政支援策の内容が比較的把握しやすい点である。鯖江市では「中小企業等よろず相談所」という組織が設けられ、そこが独立したHPを立ち上げて支援策を分かりやすく紹介している。また、それぞれの支援策の管轄（申請者から見れば問い合わせ先）も明示されている。さらには、検索システムも搭載され、その内容も整備されつつある<sup>③</sup>。通常、行政当局による施策の提示は管轄ごとになされることが多いが、利用者からすれば目当ての情報を探し出すだけでも相当の手間がかかる。鯖江市では中小企業支援制度という大枠に入る施策を、管轄をまたいで公開しているため、かなり分かりやすいものとなっており、行政施策のPR方法の改善という点で参考するに値する。

#### ■ 現状および先を見据えた産業振興ビジョン

第二に、市当局に、振興すべき産業のビジョンがあることである。先述のとおり、眼鏡、漆器、繊維が三大地場産業として位置づけられているが、これらの次にICT産業を地場産業として育てようとしているのである<sup>④</sup>。本稿のテーマであるものづくり産業振興には当たらないが、（広義の）産業政策を考える上では、ひとつの検討対象となるだろう。

#### ■ 公的データの積極的な公開

第三に、公的データの公開に積極的なことである。鯖江市はオープンガバメント推進の方向性に則り、「データシティ鯖江」を標榜し、多方面で利用できるXML、RDFという形で、HPでの情報公開に努めている。これは、上述の第一および第二の点とも深くかかわっていると推察される<sup>⑤</sup>。

<sup>②</sup> ヒアリング調査を行った某事業所も、この補助金を用いて販売店舗を構えていた。

<sup>③</sup> 鯖江市中小企業よろず相談所HP（<http://www.city.sabae.fukui.jp/users/monodukuri/shienseido/>）。

<sup>④</sup> 「第5次鯖江市総合計画」（24頁および34頁）において、三大地場産業に次いでICT産業の支援が掲げられている。

<sup>⑤</sup> この取り組みは中央政府や民間シンクタンクからも先進事例として注目を集めている。詳細は西田・小野（2013）を参照。

これまでの議論をまとめておこう。

- ◆ 鯖江市の眼鏡産業は、大きな「正の外部性」をもたらすという点では期待できないが（基準1）、地域経済を支える地場産業であること（基準2と基準5）、かなりの集積を備えていること（基準4）、多くが中小企業により構成されていること（基準3）から、支援の対象たる産業である。
- ◆ 現下の課題を乗り越えるため、行政と業界が一体となって取り組んでいる「地域ブランド戦略」、「行政支援に基づく販路開拓およびPR戦略」の方向性はおおむね妥当である。
- ◆ 行政による支援策のPR方法は優れており、参考にすべき点がある。
- ◆ 鯖江市経済にとっては、次につながる産業振興ビジョンがあることに期待が持てる。

### Ⅲ. 静岡市ものづくり産業の振興について

#### Ⅲ-1. 静岡市ものづくり産業の構造

本節では、これまでの議論を踏まえ、静岡市における振興の対象となりうる業種について検討する。そのために、まず、静岡市ものづくり産業の構造を確認しよう。

図表8 静岡市ものづくり産業の構造

事業所数 (%)		従業者数 (%)		製造品出荷額等 (%)	
食料品	14.7	電気機械器具	18.0	電気機械器具	33.0
金属製品	14.3	食料品	16.2	食料品	15.4
生産用機械器具	8.3	金属製品	9.5	金属製品	6.0
家具・装備品	7.7	生産用機械器具	7.3	化学工業	5.7
印刷・同関連業	6.8	化学工業	6.2	輸送用機械器具	5.7
飲料・たばこ・飼料	6.4	はん用機械器具	5.2	はん用機械器具	5.3
電気機械器具	5.5	非鉄金属	4.4	非鉄金属	4.8
その他	36.3	その他	33.2	その他	24.1

注) 従業者4人以上の事業所。2009年。

出所) 静岡市企画課「静岡市の工業—平成21年工業統計調査結果概況—」より作成。

図表8は、産業中分類に基づく静岡市工業の事業所数、従業者数、製造品出荷額等の分野別割合を示したものである。製造品出荷額等、従業者数は「電気機械器具」「食料品」「金属製品」が上位3位を占め、事業所数では「食料品」「金属製品」「生産用機械器具」が上位3位を占める。従業者数と製造品出荷額等で1位の「電気機械器具」が「事業所数」で7位となっているのは、駿河区に三菱電機、清水区に日立アプライアンスという大手製造メーカーがあることの影響であろう。

以上のように、「電気機械器具」「食料品」「金属製品」が静岡市ものづくり産業における相対的に規模の大きい業種であるが、静岡市はある特定業種に特化した地域ではない。むしろ、静岡市の製造業は比較的バランスのとれた産業構造を示しているとみるのが適切である。

### Ⅲ－２．「静岡市ものづくり産業振興基本計画」の概要

次に、基本計画の概要を確認する。基本計画の策定根拠は、ものづくり産業の総合的かつ計画的な推進を目的として2011年3月に制定された静岡市ものづくり産業振興条例にある。ただし、基本計画は条例だけに依拠しているわけではなく、静岡市の将来展望を定めた最上位計画である「静岡市第1次基本構想」、「第2次静岡市総合計画」（および「まちみがき戦略推進プラン」）、ならびに「静岡市産業振興プラン」を上位計画として、それらの内容を反映することが意図された。さらに、策定にあたっては、経済産業省等の国の政策や静岡県経済産業ビジョンとの整合性も意識されている。

先の条例において、「ものづくり産業」とは、「家具・装備品製造業、電気器具製造業、生産用機械器具製造業その他の製造業」とされており、そのため、基本計画でも「ものづくり産業」を原則的に、日本標準産業分類や工業統計等で位置づけられる区分に基づいた製造業とみなしている。ただし、基本計画の対象、すなわち公的施策の対象は、上記の製造業だけに限定されていない。つまり、農林水産業や各種サービス業など「ものづくりの過程」にかかわる産業、さらにコンテンツ産業などのパートナーとなりうる分野も、必要に応じて基本計画の対象に位置付けられている。

基本計画の目指す最終的な目標は、「多様な地域資源が連携するものづくり創造都市 静岡」である。図表8で確認したように、静岡市ものづくり産業はある特定の業種に依存しておらず、言い換えればさまざまな業種がバランスよく併存しているという特徴を有している。物的な資源だけでなくそれらの事業者をも地域資源と位置付け、多様な事業者の連携により新しいものづくりを創造する潜在的な長所を引き出すことが、本目標の意味するところであろう。

図表9は、基本計画の構成を示したものである。上述の目標の下に、五つの方針と11の施策が配置されている。五つの方針は、人材の確保、経営資源の確保、連携の推進、経営環境の整備、行政による情報発信からなり、企業支援に関する必要な領域はほぼカバーされていると言ってよい。そして、ここでは詳細を割愛するが、これらの施策の下に合計49の事業が充てられている<sup>90)</sup>。

<sup>90)</sup> 49事業の詳細については、巻末資料を参照。

図表 9 静岡市ものづくり産業振興基本計画の構成

目標	多様な地域資源が連携するものづくり創造都市 静岡
方針 1	次世代を担う有能な人材の確保と技術等の向上
	施策 1 : 地域における人材確保への支援 施策 2 : 技術者, 経営者等の能力向上への支援
方針 2	事業者のニーズに基づく経営資源確保への支援
	施策 3 : 情報戦略, 製品開発, 販路開拓等への支援 施策 4 : 経営資源確保のための環境整備
方針 3	連携を活かした新たな取組みの推進
	施策 5 : 多様な分野との新たな連携や取組みへの支援 施策 6 : 研究開発や事業化等に関する支援
方針 4	ものづくり産業を育てる環境整備
	施策 7 : 企業の誘致及び市内留置の促進 施策 8 : 情報と窓口の一元化に向けた事業者支援体制の整備 施策 9 : 災害発生後における事業の継続等に向けた支援
方針 5	ものづくり産業への理解促進と情報発信
	施策 10 : ものづくり産業と教育機関の連携強化 施策 11 : 「ものづくり創造都市」に関する情報発信と理解促進

### III-3. 静岡市ものづくり産業振興策の対象分野の検討

上述の静岡市の産業構造, ならびに基本計画の概要を念頭に置きつつ, まず, 振興の対象となりうる業種について検討する. 紙幅の都合上, すべての分野を検討することはできないため, 静岡市製造業において相対的に大きなウエイトを占める「電気機械器具」および「食料品」について考察する. さらに, 基本計画において特別の配慮がなされている「伝統工芸」についても検討する<sup>7)</sup>.

#### ■ 「電気機械器具」「食料品」

III-1 で確認したように, 静岡市の製造業は鯖江市とは異なり, ある特定業種に大きく依存する産業構造を示してはいない. それゆえ, I 節で確認した基準 5 (当該産業が地域経済の存立を左右するほどのシェアを占めていること) に基づいて振興策の中心的対象に据えられるべき産業分野は存在しないといってよい. 確かに, 「電気機械器具」の製造品出荷額等は製造業全体の約 3 割を占めている. しかし, それは大手 2 社によるところが大きいことを鑑みると, ここに政策的資源を傾注することは適切ではないであろう.

他の基準 (1~4) に照らした場合にはどうであろうか. その候補となりうるのは, 古くから

<sup>7)</sup> なお, 木製家具, プラスチックモデル, 仏壇, 建具といったその他の静岡市地場産業に関しては, 稿を改めて検討したい.

集積している「食品産業」であろう。実際、静岡県中部では「フーズ・サイエンスヒルズプロジェクト」が進められ、機能性成分を含む食品や医薬品の開発および事業化が取り組まれてきた。静岡市は、「健康・食品産業クラスター形成事業」の中でこの取り組みに深くかかわっており、基本計画にも、

- ┌ 事業26：フーズ・サイエンスヒルズプロジェクトの推進
- └ 事業27：地域結集型研究開発プログラムの推進（平成25年12月で終了）

という事業が採り入れられている。この方向性は、次期基本計画においても堅持されるべきであろう。ただし、以下の点に留意する必要がある。

第一に、静岡市の食品産業は、1節で示された地域産業政策の基準の2から4を満たすが、「基準1 正の外部性」は当てはまらないであろう。それは、食品産業そのものの特質によるところが大きい。つまり、開発された技術なり成分が汎用性をもって普及しにくい産業分野だからである。それゆえ、食品産業の振興が次期基本計画のコアとなるわけではない。むしろ静岡市は、製造業に限定して言えば、特定の分野だけに政策的資源を傾注する方法では「ない」ものづくり振興の在り方を採るべきであろう。基本計画で掲げられた「多様な地域資源が連携するものづくり創造都市」という目標は、まさにこうした方向を目指しているはずである。

第二に、取り組まれた研究開発は、すぐに芽が出るわけではない。まして、その事業化には多くの壁が乗り越えられねばならないから、短期的な事業化実績のみで政策効果を測るべきではなく、長期的な視点に立って施策を継続しなければならない。それゆえ、平成25年12月に終了した「地域結集型研究開発プログラム」<sup>09</sup>の後継となる施策が検討されるべきであろう。

## ■ 伝統工芸品

伝統工芸品を国の「伝統的工芸品」に指定されているものと「静岡県郷土工芸品」とするならば、静岡市の伝統工芸品には、図表10に挙げられたものが該当する。

図表10 静岡市の伝統工芸

国の伝統的工芸品	駿河雛具，駿河雛人形，駿河竹千筋細工
静岡県郷土工芸品	駿河指物，駿河蒔絵，駿河漆器，駿河塗下駄，駿河張下駄，駿河和染，駿河挽物，井川メンパ，賤機焼

出所) 静岡市地域産業課「静岡市の伝統工芸」より作成。

伝統工芸に関する事業所数、従業者数、製造品出荷額等の正確な数字は把握されていない。ただし、「人形」および「漆器」のみに限定すれば、製造業における従業者数4人以上の事業所のう

<sup>09</sup> 地域結集型研究開発プログラムとは、地域にとって企業化の必要性が高い分野の研究開発課題を中心に取り扱う産学官の共同研究事業であり、科学技術振興機構が推進してきた事業である。

ち、伝統工芸の事業所は1.5%、従業者数は0.5%、製造品出荷額等は0.2%のシェアとなっている<sup>99)</sup>。また、2013年10月に行った伝統工芸関連の某地場産業協同組合（上記伝統工芸品の一分野）へのヒアリングによれば、ほとんどの事業所は個人事業主の単独か、あるいは家族従事者とともに営まれているという状況にある。以上のように、静岡市の伝統工芸分野はきわめて規模が小さいと言わざるをえない<sup>100)</sup>。

I節で示した五つのどの基準に照らしてみても、静岡の伝統工芸は、産業「育成」の対象とは言えない。つまり、伝統工芸への支援の根拠は、伝統文化の「保存・保護」といった点に求められなければならないであろう。そして、この政策目的の正当性は、市民の同意に基づくものであることは言うまでもない。

むしろ、このような根拠に立ったとしても、従来の支援策が不要ということにはならない。目的に正当性があると前提した場合、伝統ある技術・文化を次代に継承していくためには、まずもって後継者を確保していくことが必要であるが、後継者を途切れさせないためには、「その仕事で生計を立てられる」という条件が満たされなければならないからである。したがって、伝統工芸業界には、「伝統のものづくり」に専念するだけではなく、一定の市場性を確保していく努力が求められる。

伝統工芸関連の某地場産業協同組合へのヒアリングによれば、かつては、作れば買ってくれる問屋があり、販路の心配をさほどしなくてもよい時代があった。しかし、生活スタイルの洋風化など時代の趨勢に押され、問屋が次々となくなり、現在はきわめて厳しい状況にある。消費者につながるパイプへの配慮を欠いてきた点では、鯖江眼鏡産業の直面する問題にも通じるものがある。では、鯖江眼鏡産業のように、個々の事業所や関連組合が、それぞれの業種ごとに販路開拓への効果的な取組みを進められるかといえば、そこには大きな問題がある。まず、事業所レベルでは、ほとんどが零細であるがゆえに、製造も販売も少人数で取り組まねばならない状況にある。次に、組合レベルでも、図表11に見るようにそれぞれに規模が小さいため、個々の業種の組合が単独でできることには限界があるだろう。

それゆえ、職人は生産に特化し、販売は何らかの別組織で行うことが、「安定的な」販路を確保しうる方法として妥当である。例えば、業種を超えて組合の統合を図ることにより、一定の組織規模を持ったうえで伝統工芸品の販路開拓に取り組むことが考えられる。

<sup>99)</sup> 静岡市（2012）「静岡市ものづくり産業振興基本計画」、15頁。

<sup>100)</sup> 例えば、鯖江市の伝統工芸・地場産業である漆器とは対照的である。図表4によれば、鯖江市の漆器（越前漆器）は、眼鏡と繊維には及ばないものの、相応の規模を有しており、国内の業務用では80%以上のシェアを持っている。

図表11 静岡市伝統工芸の地場産業関係組合

組合名	組合員数	組合名	組合員数
静岡木製はきもの商工業組合	5	駿河竹工芸協同組合	9
静岡県蒔絵工業協同組合	13	静岡塗下駄工業組合	不明
静岡木製はきもの張加飾組合	2	静岡雛具人形協同組合	12
静岡漆器工業協同組合	14	静岡市染色業協同組合	10
静岡木工芸組合	3		

注) 挙げられた組合は抜粋である。

出所) 静岡市地域産業課「平成25年静岡市ものづくり産業振興基本計画基礎資料の整備に向けた事業所等ヒアリング関連書類」より作成。

静岡では地場産業における横断的組織として「静岡特産工業協会」が1971年に発足し、技術の伝承、人材育成、特産品のPR等に取り組んできた。したがって、静岡特産工業協会に伝統工芸品に関する販路開拓の司令塔としての役割を期待することはできるかもしれない<sup>⑧1</sup>。例えば、同協会への販売部門設置に対して行政が支援をすることも考えられる<sup>⑧2</sup>。ただし、同協会には上述の伝統工芸以外の業種も含まれており、施策対象の妥当性という点では一定の配慮が必要である<sup>⑧3</sup>。

静岡市ではこれまでに、地域産業課が中心となって販売機会の創出に支援をしてきた<sup>⑧4</sup>。具体的には、駿府楽市および駿府匠宿における展示・販売や、各種イベントにおける展示即売会の提供などがそれである<sup>⑧5</sup>。上述の販売組織には、こうした事業をも統括する機能を持たせることが、組織の運営および管理のうえで分かりやすく、効率的であろう。

一方、消費者の新たなニーズを掘り起こそうと努力する事業者には、これまでと同様の支援を継続すべきである（デザイナーとのマッチングなど）。そうした取り組みの方向性として、上野（2007）および植田・糸野・駒形（2010）による地場産業の製品市場に関する議論が参考になる。

<sup>⑧1</sup> ただし、筆者は協会独自のHPを見つけることができなかった。各種事業の取り組みは進められているはずであるが、本来はそこに伝統工芸品のPR情報が掲載されていることが望ましい。逆に、静岡竹工芸協同組合のように、小規模でありながら独自のHPを立ち上げ、商品の紹介および直販の努力をしている組合もある。

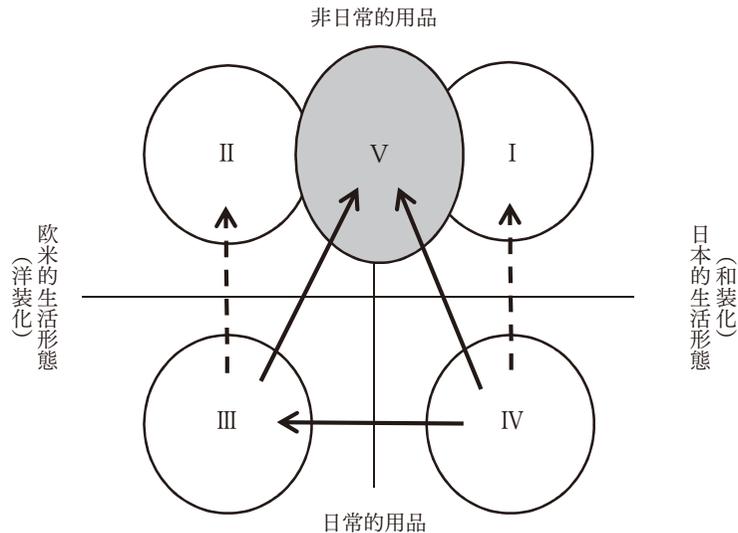
<sup>⑧2</sup> 「伝統工芸品の保存・保護」という政策目的に市民の同意が得られれば、可能な措置である。

<sup>⑧3</sup> なお、静岡市には静岡特産工業協会活動事業補助金があり、補助金の上限は2,283万1,000円にのぼる（「静岡市静岡特産工業協会活動事業補助金交付要綱」より）。上述の施策への利用を検討する余地があるかもしれない。

<sup>⑧4</sup> 地域産業課は、2014年の改組により産業振興課へと改められた。

<sup>⑧5</sup> 駿府楽市は、静岡市の伝統工芸・民芸・特産品の販売を担う半官半民の企業であり、静岡市の伝統産業をテーマにした体験施設である駿府匠宿の指定管理者でもある。

図表12 地場産業製品の市場創造



出所) 植田・衆野・駒形 (2010), 178頁より引用。

図の縦軸は「非日常品」と「日用品」が基準、横軸は「日本の生活形態 (和装化)」と「欧米的生活形態 (洋装化)」が基準である。それぞれの象限は以下のようになる。

- I：希少で高価なものが多く「非日常化」して工芸品、美術品化、文化財化したもの
- II：(第III象限のうち) 欧米服飾・雑貨のブランド、ファッション製品、家具など
- III：洋服、洋家具、雑貨等、明治期以降、日本の生活に取り込まれたもの
- IV：日常生活を支える食器類、普段着の着物、襖用の紙、家具・仏壇、装飾品、置物、インテリア

第III・IV象限は、発展途上国製品との価格競争の渦中にあり、非常に厳しい環境にあると言わざるをえない。これらの象限から非日常品型の第I・II象限の市場へ移行することは可能であるが、これらは量産型の市場ではないため、これをもって産地の維持・存続を図ることは極めて困難である。したがって、日本の生活形態と欧米的生活形態の中間に位置し、非日常的な用品でもある第Vの市場を創出することに活路がある。静岡の伝統工芸品にとっては、第I象限だけではなく、第V象限にも挑戦していくことを意味する。この市場に挑むには、伝統や文化、技術を備えたこれまでの地場製品に新たな付加価値を加えることが必要となり、容易なことではないが、国内市場のみならず、海外市場をも視野に入れた事業展開が可能となる。近年の静岡市地域産業課による海外販路開拓セミナーの開催や、デザイナーとのコラボ製品開発への支援などは、こうした方向性に沿ったものであり、評価することができる。これらの支援は今後とも継続されるべきであろう。

#### IV. 静岡市ものづくり産業振興の方向性

最後に、基本計画が掲げる「多様な地域資源が連携するものづくり創造都市」という目標に照らし、振興の在り方に関するいくつかの検討事項を、鯖江市中小企業支援からの示唆とあわせて提示したい。

##### (1) 「多様な地域資源が連携するものづくり創造都市」という基本目標実現に向けて

本稿で述べてきた主題のひとつは、(中央および地方) 政府が特定の産業分野を「適切に」選んでこれを育成することは困難になりつつあるということであった。すでに関説したように、静岡市製造業の特徴は、鯖江市とは大きく異なり、特定の産業分野だけに依存しないバランスの取れた構造を示す点にある。これは、「多様な地域資源が連携する」うえでのアドバンテージでもあり、これをさらに活かす方向性が、静岡市の地域産業政策には求められるであろう。

上位計画である産業振興プランでは「次代を担う産業集積の構築」<sup>90</sup>という基本方向が掲げられているが、これが間違いというわけではない。とりわけ、「基本方針(1)新産業クラスターの形成」においては、「①健康・食品産業クラスターの形成推進」という既存の地域資源を十分に意識した施策がたてられており、本稿でもこの方向性は堅持すべきであると述べた。また、「②環境関連産業の振興」も、国の政策展開に沿うものであり、時代の趨勢にも適っている。ただし、静岡市の地域産業政策は、これをコア事業として展開すべきではなく、支援対象を幅広く捉えうる視点が必要であると思われる。その視点とは、上位計画の産業振興プランでも指摘されている「ネットワークを活かしたイノベーションの実践」<sup>91</sup>に他ならない。

ネットワークを考える場合、当事者同士の「同質性」と「異質性」という観点に注意が払われなければならない。同質性は、暗黙知のまま情報の共有を可能にし、情報交換のコストを低減させる効果を持つ。しかし、新たなシーズが生み出されにくいという欠点もある。一方で、異質性(より正確には、なんらかの交差部分を有する異質性)は、着眼点が異なることや普段と接している相手が違うことを意味し、これはイノベーションの芽となる可能性をはらんでいる。このイノベーションは、技術だけに限定されない。例えば、新たな顧客獲得方法の発見などもこれに含まれるだろう。そこに必要となるのは形式知である。これが思考の明確化をもたらし、上述のイノベーションの可能性を広げる。静岡市ものづくり産業振興においては、こうした異質な主体間のネットワーク構築を促す施策に重点が置かれるべきであろう。

現行の基本計画における以下の事業は、上記の視点に立った施策であると評価することができ

<sup>90</sup> 静岡市産業政策課「静岡市産業振興プラン(後期計画)」(平成22年3月)、15頁、29-30頁。

<sup>91</sup> 静岡市産業政策課「静岡市産業振興プラン(後期計画)」(平成22年3月)、16頁。

る。したがって、一層の充実化を検討すべきであろう。

図表13 ネットワーク活用の視点に立った事業

---

(事業22) 産学官交流事業の推進
(事業23) 異業種交流事業の推進
(事業24) メーカーとクリエイターのマッチング・ブランド化の支援
(事業25) 農商工連携の推進
(事業29) アーティストとのコレボレーション支援推進
(事業31) 地域課題に係る産学共同研究への支援
(事業32) 大学等研究成果の技術移転の推進

---

注) 各事業の詳細については、巻末資料を参照。

## (2) 行政支援策に関する広報のあり方について

行政施策は、それがどれほど良く設計されたものであったとしても、利用されなければ意味がないものである。つまり、事業者に対して行政支援策を分かりやすく効果的に伝達することはきわめて重要なことであり、また、行政支援に関する広報の改善は、もっとも短期間で効果が見込める検討事項でもある。

II-4で述べたように、鯖江市の行政支援策のPR方法には学ぶべき点がある。管轄ごとに支援策を提示するのではなく、管轄横断的な一括提示の方法に改めるべきであろう。現行の基本計画には、「(施策8) 情報と窓口の一元化に向けた事業者支援体制の整備」がある。しかし、現段階では、利用者視点に立った分かりやすいメニュー表示が実現できているとは言えないであろう。さらに、事業者が自らのニーズに基づいて利用可能な支援を探すことのできる支援策検索システムを市HPに搭載することも検討されるべきである。

## (3) 実施事業の絞り込みについて

民間企業に出自を持つ「選択と集中」という言葉は、今日の行政にも当てはまる。それは、昨今の厳しい財政状況に起因する。また、実施事業の絞り込みの検討は、市職員のマンパワーの観点からも必要である。市職員の労働環境は、部署によって違いがあるとはいえ、人員削減によってかなり厳しい状況にあると推察される。仮に長時間の残業や休日出勤が常態化するリスクがあるとすれば、ワーク・ライフ・バランスを推進する立場にある行政としては、そうした状況を改善しなければならない。その場合、対策の順番としてまずは人員配置の適正化が取り組まれるべきであるが、それでも難がある場合には事業の縮減を検討せざるをえないかもしれない。現行の基本計画には49もの事業があるが、以上のことに鑑み、事業の絞り込み、あるいは類似した事業

の統合については、改めて検討されてよいであろう<sup>89)</sup>。

若干の例を挙げよう。現行の基本計画には「(施策10)ものづくり産業と教育機関の連携強化」という施策があるが、その中に、「(事業39)次世代育成プロジェクト事業」と「(事業40)こどもクリエイティブタウンの整備」という事業がある。これらは主に小・中学校生を対象としたものであり<sup>90)</sup>、ものづくり産業の振興というよりも、教育文化事業としての色彩が濃い事業である。後者としての位置づけであれば意味のある重要な施策であると思われるが、基本計画に盛り込まれるべき事業かどうかは、慎重に検討されるべきであろう。一方で、同施策には「(事業41)高校生のインターンシップ事業」がある。市内ものづくり事業者の採用対象の多くは地元の高校生であることが分かっているが、このことを鑑みれば、この事業の重要度は高く、積極的に行うことが必要と考えられる。また、その他にも、「(施策14)経営資源確保のための環境整備」における「(事業14)マーケティング支援講座の実施」「(事業15)専門家による窓口相談」「(事業16)コンサルティングの実施」「(事業17)専門家の指導による商品企画・開発支援」は、いずれも「専門家によるアドバイス」という点で共通しているため、これら四つの具体的実施形態を一つの事業に統合することが可能である。現行基本計画において事業統合が可能なのは、これ以外にも多く見受けられる。

紙幅の都合上、本稿において現行基本計画における全ての事業を精査することはできないが、行政施策はメニューが豊富であればよいというのではなく、目的との整合性、ならびに政策的資源（予算およびマンパワー）の観点から組み立てられるべきである。このことは、上述の「行政支援策の分かりやすさ」にも資するであろう。

#### (4) 上位計画との整合性

静岡市の政策は、Ⅲ節でも指摘したように、将来展望を定めた「静岡市第1次基本構想」という最上位計画がまずあり、そのもとに「第2次静岡市総合計画」（および「まちみがき戦略推進プラン」）が置かれ、これに「静岡市産業振興プラン（後期計画）」が続くという構成となっている。ものづくり産業振興基本計画は、これらの上位計画を背景として、静岡市ものづくり産業の振興を目的として策定されている<sup>91)</sup>。しかし、上位計画との関係が意識されているとはいえ、計画の整合性が完全に取れているようには見えない。つまり、本来であれば、基本計画は産業振興プラ

<sup>89)</sup> 事業の統合は、事業の絞り込みとは違って業務および予算総額そのものを減じる効果が小さいとしても、事務効率を高め、職員の負担減少に資するものと考えられる。例えば、行政における事務の特徴として、作成資料の多さを挙げることができるが、これは個々の案件ごとに資料の作成が必要となるからである。細分化された事業を統合すること、あるいは階層化することにより、事務負担は少なからず減少すると思われる。

<sup>90)</sup> 静岡市地域産業課「平成24年度 静岡市ものづくり産業振興基本計画に関する実施状況の報告について」、54-55頁。

<sup>91)</sup> 静岡市『静岡市ものづくり産業振興基本計画』、3-4頁。

ンのなかに適切に位置づけられたうえで、産業振興プランの具体化計画、あるいは（製造業に関する）分野計画として描かれるべきであるのだが、産業振興プランで示された施策や事業が、同レベルで、基本計画の事業としてそのまま盛り込まれているのである。そのため、市民にとっては施策の重複感を免れず、分かりにくい印象を与えている可能性がある。このような体系となったのは、基本計画がこれらの上位計画の後に（条例に基づいて）作られ、先行実施されている産業振興プランの各種事業を基本計画の中に採り入れざるをえなかったという経緯があるからであり、致し方ない側面もある。しかし、政策論的観点からすれば、施策体系の整合を図ることは重要なことであり、新産業振興プランおよび次期基本計画の策定に際しては、この点に慎重な配慮が求められるであろう。

## おわりに

本稿では、「産業政策の必要性」という観点から、静岡市のものづくり産業振興策のあり方を、鯖江市のそれと対比しつつ検討した。そこから得られた主要なインプリケーションは以下のとおりである。

- ◆ 静岡市の製造業は比較的バランスのとれた構造であることと、「多様な地域資源が連携するものづくり創造都市」という基本目標に照らせば、「ネットワークを活かしたイノベーションの実践」を強化しうる施策および事業を拡充していくべきである。
- ◆ 静岡市工業において比較的大きなウエイトを占め、一定の集積を持つ「食品産業」は、地域産業政策において特別の配慮がなされてもよい産業分野である。したがって、これまでの施策の方向性は堅持すべきである。ただし、食品産業への施策が市のコア事業となるわけではない。
- ◆ 伝統工芸分野は、産業振興の対象というよりも、伝統文化の保護・保存の対象と捉えるべきである。そのための施策として、生産と販売の分離など、安定的な販路を確保するための制度設計がなされなければならない。また、新たな市場に挑む意欲ある事業者への支援も重要である。
- ◆ 行政支援のPR方法については、鯖江市の取り組みに学ぶべきところがある。利用者の視点に立ち、管轄横断的な情報提供に努めるなど、一層の努力と工夫が求められる。
- ◆ 昨今の厳しい財政事情と職員のマンパワー不足という制約のもとで、施策の実効性をより高めていくためには、事業の目的整合性を基準として、実施事業の絞り込みや統合を検討することが必要である。
- ◆ 市民にとってさらに分かりやすい政策体系とするために、次期ものづくり産業振興基本計画は、直接の上位計画である（新）産業振興プランにおいて適切に位置づけられるべきである。

以上の点が考慮されつつ、次期基本計画が策定されることが望まれる。

〈巻末資料①：鯖江市の中小企業支援制度〉

<b>1. 起業・創業促進支援事業</b>	
市内で起業・創業された企業に対し奨励金を給付	
補助額	1企業10万円
対象者	新たに市内で起業・起業した製造業およびソフトウェア業を行う企業（法人のみ）
<b>2. 地域産業人材育成支援事業補助金</b>	
国、県、ふくい産業支援センター等公的機関が実施する産業人材育成講座の受講にかかる経費の一部を助成	
補助額（補助率）	年度内1企業等10万円以内（1/2）
対象者	・市内の企業および事業者等（従業員が受講の場合） ・起業を志す鯖江市民
<b>3. 地域産業組合等活力強化支援事業補助金</b>	
経営改革に資する事業にかかる経費の一部を助成 （例）IT情報化事業、経営合理化事業、技術習得事業等	
補助額（補助率）	年度内1組合等30万円以内（1/2）
対象者	市内企業が4/5以上を占める事業協同組合、企業団体
<b>4. 地域産業販路拡大支援事業補助金</b>	
国、福井県、鯖江市の新製品・新技術開発補助事業に採択され、その開発された新製品等により販路拡大に取り組む事業にかかる経費の一部を助成 （例）展示会開催、見本市出展、販路開拓のための広報など	
補助額（補助率）	年度内1企業等50万円以内（1/2）
対象者	市内中小企業または2社以上の市内中小企業で構成するグループ等
<b>5. 中国市場販路開拓支援事業補助金</b>	
中国で開催される見本市への出展または中国国内に小売店を開設する経費の一部を助成	
補助額（補助率）	年度内1企業等50万円以内（1/2） ※小売店開設は初年度のみ
対象者	市内中小企業または2社以上の市内中小企業で構成するグループ等
<b>6. 異分野見本市等出展支援事業補助金</b>	
自社の要素技術を活用して異分野見本市に出展する市内中小企業に対し、出展にかかる経費の一部を助成	
補助額（補助率）	年度内1企業等50万円以内（1/2）
対象者	市内中小企業または2社以上の市内中小企業で構成するグループ等
<b>7. デザインによるブランド育成支援事業補助金</b>	
国、福井県、鯖江市のデザイン支援事業を受けた後、デザインによるブランド育成事業を行う経費の一部を助成	
補助額（補助率）	年度内1企業等20万円以内（1/2）
対象者	市内中小企業または2社以上の市内中小企業で構成するグループ等
<b>8. 産学官連携促進支援事業補助金</b>	
大学、短期大学、高専等との共同研究事業にかかる経費の一部を助成 （例）新材料の開発および利用技術確立に要する研究開発など	
補助額（補助率）	年度内1企業等30万円以内（1/2）
対象者	市内中小企業または2社以上の市内中小企業で構成するグループ等
<b>9. チャレンジ企業応援補助金</b>	
新製品・新技術の開発や新事業創出・業種転換、特許・実用新案権の取得、意匠・商標登録に対して、これらにかかる経費の一部を助成	
種類	①新製品・新技術開発事業、②新事業創出・業種転換事業、③知的財産権取得事業
補助額（補助率）	①②→1件につき2年間で300万円以内（1年200万円上限）（1/2） ③→年度内1社につき特許・実用新案権の取得10万円、意匠・商標登録5万円（1/2）

対象者	市内に主たる事業所を有し、地域ものづくり産業に携わる中小企業等 ※地域ものづくり産業とは、市内の製造業、卸売業、情報サービス業と定義される
<b>10. 企業立地促進助成金</b>	
鯖江市における事業者の育成と企業の立地促進を図るため、事業者が特定地域内に工場等を建設した場合に助成	
種類 補助額・対象者	①用地取得、②工場等建設促進、③環境整備、④雇用促進奨励、⑤借地借家助成金 上記5種に応じて詳細な条件が設定されているため、省略
<b>11. 眼鏡産直ショップ開設促進事業補助金</b>	
市内の眼鏡製造者または企画商社自らが、自社製品を含む産地製品（日本製）を消費者に直接販売するために市内に新たに店舗を開設する際に要する経費および販売促進費の一部を助成	
条件	①日本製品のみを販売する店舗 ②産地のイメージアップに繋がる事業要素を持った店舗
補助額（補助率）	（初年度）300万円以内【店舗開設経費の1/5】 （翌年度）200万円以内【販売促進経費の1/2】 （翌々年度）100万円以内【販売促進経費の1/2】
対象者	市内眼鏡製造業者または企画商社のうち、自社製品を含む産地製品（日本製品）を消費者に直接販売するために市内に新たに店舗を開設する者

〈巻末資料②：静岡市ものづくり産業振興基本計画の実施事業一覧〉

方針・施策・事業	概要
<b>（方針1）次代を担う有能な人材の確保と技術等の向上</b>	
<b>（施策1）地域における人材確保への支援</b>	
事業1	企業と大学等の就職に関する情報交換の促進 県内外の大学等（短大・専門学校を含む）と市内の事業所が、採用情報等について情報交換を行う場を設け、地域の産業の人材確保に向けた支援を促進します。
事業2	経営者と大学との縁結び事業の推進 優秀な人材を確保するために、経営者等が大学3年生等に直接、地域の産業の魅力伝える就職支援策を推進します。
事業3	定年延長を見越した中高年技術研修の検討 セカンドライフの充実に向けて、中高年技術者等のニーズに基づいた技術や技能の向上に関する研修会開催を検討します。（若年層の育成や中小企業の技術力向上等を含む）
事業4	理工系大学の誘致及び市内の既存大学における工学部新設の検討 市内外から優秀な人材を確保し、これらの人材の市内ものづくり産業への就業を促進させる観点から、市内に理工系大学を誘致することなどを検討します。
<b>（施策2）技術者・経営者等の能力向上への支援</b>	
事業5	人材育成に係る各種講座・セミナー等の開催 各産業支援施設において、中小企業の経営者・従業員の人材育成のため、大学や産業界で活躍する専門家の協力を得て、各種講座やセミナーを開催します。
事業6	若手後継者の技術習得支援（伝統工芸保存講習会の開催） 伝統工芸界の後継者育成と伝統工芸技術の保存伝承並びに技術訓練を図り、今後の商品開発に活用する目的で、漆器、蒔絵、拭漆、竹工芸、木工などの講習会を行います。
事業7	伝統工芸技術秀士の指定及び顕彰の推進・PR活動の促進 伝統工芸技術保存と後継者の育成を図るため、本市の伝統産業に長年従事する技術者の中から特に優秀な技術を有し、その伝承と産業の発展に対し功績が顕著である者の指定及び顕彰を推進します。併せてPR活動を促進します。
事業8	クラフトマンサポート事業の拡充 伝統産業を担う人材の確保、後継者育成のため、新規就業促進のための短期現場実習、後継者育成を図る長期現場実習、ものづくりで生計を志す方への独立支援補助事業を拡充します。伝統産業を担う人材の確保、後継者育成のため、新規就業促進のための短期現場実習、後継者育成を図る長期現場実習、ものづくりで生計を志す方への独立支援補助事業を拡充します。

事業9	技能検定の受験及び技能五輪への参加等に向けた支援の検討	本市のものづくり産業の力量形成に向けて、確かな技術や技能は必須条件の一つであるため、技能検定の受験及び技能五輪大会への参加等を目指す技術者や事業所等に対して、費用助成等の支援を検討します。
<b>(方針2) 事業者のニーズに基づく経営資源確保への支援</b>		
<b>(施策3) 情報戦略、製品開発、販路開拓等への支援</b>		
事業10	若手グループの商品開発支援(ものづくり相談・支援)	市内地場産業の活性化のために、デザイン、技術、経営等に関する各種講演会や指導会のほか、事業者の依頼に基づいて専門家を派遣するなど、ものづくりに対する相談を行います。
事業11	地場産品及び伝統工芸品等の販路開拓推進	伝統工芸品のインターネット通販、駿府楽市特産品展示コーナーの運営等により、地場産品や伝統工芸品等の販路開拓を図ります。
事業12	全国規模等の見本市への出展助成強化	市内中小企業製造業者が市内外で行われる全国規模または国際的な展示会・見本市等に出席する経費のうち小間料について、助成を拡大します。
事業13	中小企業の新規市場開拓・新分野進出への支援(情報発信・ビジネスマッチングの機会提供)	新規顧客開拓や新分野進出を目指す市内企業を支援するため、情報発信やビジネスマッチングの機会提供を推進します。
<b>(施策4) 経営資源確保のための環境整備</b>		
事業14	マーケティング支援講座の実施	産学交流センターにおいて、中小事業者等のマーケティング発想の醸成を図り、市場ニーズに対応した製品・サービスの開発を支援するため、専門家等によるセミナー・研修を実施します。
事業15	専門家による窓口相談	中小企業支援センターにおいて、専門の異なる中小企業診断士等による窓口相談を実施します。
事業16	コンサルティングの実施	中小企業支援センター及び清水産業・情報プラザにおいて、専門家を事業者に派遣し、問題解決のための診断・助言を行います。
事業17	専門家の指導による商品企画・開発支援	産学交流センターにおいて、マーケティング等の専門家を活用し、地域資源を活かした商品づくりに対する支援を行います。
事業18	起業に向けたビジネスプラン策定等の支援	新規に事業展開を目指す事業者等を対象にコンテストを実施、受賞者に対する事業化に向けた支援を実施します。
事業19	創業者等の営業機会拡大等のための各種事業の実施	清水産業・情報プラザ及びSOHOしずおかにおいて、創業者等の経営相談や営業機会拡大等のための各種事業を実施します。
事業20	専門家に指導等による商品企画・開発等支援の拡充(新商品・特許)	市内中小企業・製造業者が行う新商品開発及び特許等の産業財産権出願などに関する経費の一部を助成します。また、助成事業の範囲を拡充します。
事業21	大学等研究機関への相談機会の拡充	市内のものづくり事業者の大学等研究機関に対する相談機会の拡充を図ります。
<b>(方針3) 連携を活かした新たな取組みの推進</b>		
<b>(施策5) 多様な分野との新たな連携や取組みへの支援</b>		
事業22	産学官交流事業の推進	中小企業の新商品開発、新事業進出などを支援するため、産学交流センターや清水産業・情報プラザにおいて情報提供や大学と企業との交流・連携事業を実施します。
事業23	異業種交流事業の推進	地域経済の活性化、新産業及び新事業の創出を促進する各種団体への助成等を行うことにより、異業種間の交流を行い、情報、技術等の交換により相互交流事業の推進と経営意識の高揚、経営ノウハウの構築を推進します。

事業24	メーカーとクリエイターのマッチング・ブランド化の支援	海外を含む著名なクリエイターと地域企業、地元クリエイターと海外企業、あるいは地域のクリエイターと企業とのビジネスマッチングにより、高い付加価値を持った新商品の開発・ブランド化等を推進します。
事業25	農工商連携の推進	第一次製品の生産拡大を包括したマーケティング支援事業を展開、専門家を活用し、地域資源を活用した既存商品をさらに「売れる商品」に向上させるための事業を実施します。第一次製品の生産拡大を包括したマーケティング支援事業を展開、専門家を活用し、地域資源を活用した既存商品をさらに「売れる商品」に向上させるための事業を実施します。
事業26	フーズ・サイエンスヒルズプロジェクトの推進	県のプロジェクトに参加、プロジェクトで得られた成果を普及し、地域産業界における事業化を促すとともに、産学官連携の一層の強化、次代を担う人材育成等を行います。県のプロジェクトに参加、プロジェクトで得られた成果を普及し、地域産業界における事業化を促すとともに、産学官連携の一層の強化、次代を担う人材育成等を行います。
事業27	地域結集型研究開発プログラムの推進	地域産学官の連携のもと、世界市場を視野に入れた新世代茶飲料・素材の開発・事業化を目指します。
事業28	駿河湾地域循環型社会の推進と新事業の創出プロジェクトの推進	「駿河湾地域新事業推進研究会」が推進する、地域資源を活用した産学官連携による新事業創出に向けた活動に対し支援を実施します。「駿河湾地域新事業推進研究会」が推進する、地域資源を活用した産学官連携による新事業創出に向けた活動に対し支援を実施します。
事業29	アーティストとのコラボレーション支援推進（ニューウェーブしずおか創造事業）	静岡の特色を活かした家具等の次代を担う新商品の開発を支援し、新規流通開拓を模索するため、意欲的企業による研究会の組織、デザイナー等とのコラボレーションによる新商品開発等に取り組みます。静岡の特色を活かした家具等の次代を担う新商品の開発を支援し、新規流通開拓を模索するため、意欲的企業による研究会の組織、デザイナー等とのコラボレーションによる新商品開発等に取り組みます。
事業30	新産業開発振興機構の活用に関する検討	これまでの新産業開発振興機構の活動実績を踏まえつつ、今後の市内ものづくり事業者との新たな連携を含めた活用の検討を推進します。
<b>(施策6) 研究開発や事業化等に関する支援</b>		
事業31	地域課題に係る産学共同研究への支援	経済環境の変化に伴い生じている高度で複合的な地域課題を解決するため、地域や産業界が大学の知識・人材・分析能力を生かして共同で取り組む調査・研究に対する委託事業を実施します。
事業32	大学等研究成果の技術移転の推進	中小企業と大学との「共同研究」、大学から中小企業への「技術移転」等、産学官連携による新産業・新事業の創出に向けた支援を行う技術移転機関に対する助成を行います。中小企業と大学との「共同研究」、大学から中小企業への「技術移転」等、産学官連携による新産業・新事業の創出に向けた支援を行う技術移転機関に対する助成を行います。
事業33	産業構造の将来予測等に関する調査研究の検討	今後のものづくり産業に関する施策形成等に関して、産業の空洞化等を含めた将来予測を試み、基礎データの蓄積と活用に関して検討します。今後のものづくり産業に関する施策形成等に関して、産業の空洞化等を含めた将来予測を試み、基礎データの蓄積と活用に関して検討します。
事業34	地域間競争に臨む戦略的方策等の検討	地域間競争の激化が想定される昨今において、他地域に先んじた本市ものづくり産業の生き残り戦略に関し、本市の強みを活かして検討します。地域間競争の激化が想定される昨今において、他地域に先んじた本市ものづくり産業の生き残り戦略に関し、本市の強みを活かして検討します。
事業35	ものづくり先進都市等に関する調査研究	ものづくり産業の将来展望を模索する上でも、先進都市の動向などを調査研究し、今後の産業別計画及び次期基本計画の策定に向けた基礎資料の整備とものづくり事業者等への情報提供に資することを検討します。
<b>(方針4) ものづくり産業を育てる環境整備</b>		
<b>(施策7) 企業の誘致及び市内留置の促進</b>		
事業36	企業立地の推進	助成制度の強化、遊休・未利用地の再編、留置活動の総合的な取組みにより企業立地を推進します。

<b>(施策8) 情報と窓口の一元化に向けた事業者支援体制の整備</b>		
事業37	国・県・民間の産業支援機関・団体と連携した支援	国・県・民間の産業支援機関との連携・協力を得て、これら各機関の様々な情報を一元化し、ホームページや紙媒体の配置により利用しやすい方法で支援情報を提供します。
<b>(施策9) 災害発生後における事業の継続等に向けた支援</b>		
事業38	中小企業の事業継続計画策定に関する支援	事業継続計画(BCP)の策定に向けて、中小企業を対象とした情報提供や講座等による各種支援を実施します。
<b>(方針5) ものづくり産業への理解促進と情報発信</b>		
<b>(施策10) ものづくり産業と教育機関の連携強化</b>		
事業39	次世代育成プロジェクト事業	登録された市内の様々な専門家等(スペシャリスト)の学校への講師招聘や、市立全小中学校における自立を育む職業体験学習推進事業等を実施します。
事業40	こどもクリエイティブタウンの整備	仕事体験やものづくり体験ができる施設を整備し、地域企業や商店街、学校、市民活動団体等と一体となり、子どもたちの創造力の育成を目指します。仕事体験やものづくり体験ができる施設を整備し、地域企業や商店街、学校、市民活動団体等と一体となり、子どもたちの創造力の育成を目指します。
事業41	高校生のインターンシップ事業	学生が在学中に就業体験を行うインターンシップ制度の普及・啓発に取り組みます。
<b>(施策11) 「ものづくり創造都市」に関する情報発信と理解促進</b>		
事業42	体験型観光プログラムの開発と誘客の推進	地域産業を生かし、茶摘み、森林産業、漁業、伝統工芸品づくりなど、体験観光プログラムを開発するとともに、旅行代理店を通じて海外や首都圏等にセールスし、教育旅行や観光客の増加を図ります。地域産業を生かし、茶摘み、森林産業、漁業、伝統工芸品づくりなど、体験観光プログラムを開発するとともに、旅行代理店を通じて海外や首都圏等にセールスし、教育旅行や観光客の増加を図ります。
事業43	産業観光等のニューツーリズムの推進	お茶や伝統工芸などの豊富な産業資源を活用し、産業・体験型観光を活性化し、他地域との差別化を行い、観光交流客の増加を図ります。
事業44	経済セミナー等の開催	クリエイター支援センター等の本市の産業支援施設において、国内外の一流の産業人等によるセミナー、ワークショップ等を開催します。
事業45	首都圏におけるプロモーションの強化(特産品東京展示会)	首都圏において、本市の特産品展示販売及び実演等を実施し、本市の地場産業のPRを行います。
事業46	首都圏におけるプロモーションの強化(ホビーのまち)	「ホビーのまち静岡」を首都圏等に向け発信することにより、静岡市のブランド力を高め、更なる購買層の拡大と業界振興につなげます。「ホビーのまち静岡」を首都圏等に向け発信することにより、静岡市のブランド力を高め、更なる購買層の拡大と業界振興につなげます。
事業47	静岡市ブランド認証制度の拡充	本市ならではの魅力ある商品や製品を静岡市ブランドとして認証し、広くPRすることで、本市の認知度を高めシティプロモーションの推進を図ります。また、これを機に新たな商品や製品の開発を促進するなどの拡充に取組みます。
事業48	市民向けものづくり体験・学習イベントの開催	市内ものづくり事業者等の協力のもとで、広く市民に向けて市内のものづくり産業に関する学習機会として、体験型等のイベントを開催します。
事業49	ものづくり現場企業見学会の開催	市内ものづくり事業者等の協力のもとで、市民が市内におけるものづくり現場を見学する機会を通じて、ものづくり産業への理解促進に取組みます。

〈参考文献・資料〉

1. 伊藤元重・清野一治・奥野正寛・鈴木興太郎『産業政策の経済分析』東京大学出版会
2. 植田浩史・桑野博行・駒形哲哉編（2010）『日本中小企業研究の到達点』同友館
3. 上野和彦・政策科学研究所編（2008）『伝統産業産地の行方』東京学芸大学出版会
4. 小宮隆太郎・奥野正寛・鈴木興太郎編（1984）『日本の産業政策』東京大学出版会
5. 新庄浩二・岩崎晃・土井教之・井手秀樹（1990）『新・産業の経済学』昭和堂
6. 西田亮介・小野塚亮（2013）「なぜ鯖江市は公共データの公開に積極的なのか—共同推進と創造的な行政経営，地場産業構造の変化の視点から」『情報社会学会誌』，Vol. 8, No. 1, 51-62頁.
7. 山口三十四・足立正樹・丸谷冷史・三谷直紀編（2006）『経済政策基礎論』有斐閣ブックス
8. 鯖江市財政課「歳出比較分析表（平成21年度普通会計決算）」  
（<http://www.city.sabae.fukui.jp/pageview.html?id=10331>）
9. 鯖江市商工政策課「鯖江市地域産業のあらまし」  
（<http://www.city.sabae.fukui.jp/pageview.html?id=1465>）
10. 鯖江市情報広報課「鯖江市統計書：工業の推移」  
（<http://www.city.sabae.fukui.jp/bin/010839-07-1.xls>）
11. 鯖江市情報広報課「鯖江市統計書：産業別事業者数および従業者数」  
（<http://www.city.sabae.fukui.jp/bin/010839-04-1.xls>）
12. 鯖江市情報広報課「鯖江市統計書：繊維，眼鏡，漆器の現況」  
（<http://www.city.sabae.fukui.jp/pageview.html?id=10839>）
13. 鯖江市情報広報課「平成24年経済センサス—活動調査（速報）：福井県分集計結果」  
（<http://www.city.sabae.fukui.jp/bin/010287-09-1.pdf>）
14. 鯖江市中小企業等よろず相談所HP  
（<http://www.city.sabae.fukui.jp/users/monodukuri/shienseido/index.html>）
15. 鯖江市中小企業等よろず相談所「平成25年度版 鯖江市中小企業支援制度パンフレット」  
（<http://www.city.sabae.fukui.jp/bin/010381-04-1.pdf>）
16. 鯖江市秘書企画課「第5次鯖江市総合計画」  
（<http://www.city.sabae.fukui.jp/bin/009062-07-1.pdf>）
17. 静岡市（2012）「静岡市ものづくり産業振興基本計画」
18. 静岡市企画課「全事業所数の推移」  
（<http://www.city.shizuoka.jp/000111305.pdf>）
19. 静岡市企画課「「静岡市の工業—平成21年工業統計調査結果概況—」

- (<http://www.city.shizuoka.jp/000108862.pdf>)
20. 静岡市企画課「平成22年国勢調査確報人口等基本集計結果（統計表）」  
([http://www.city.shizuoka.jp/deps/kikaku/kc22\\_01table.html](http://www.city.shizuoka.jp/deps/kikaku/kc22_01table.html))
  21. 静岡市産業政策課「静岡市産業振興プラン（後期計画）」（平成22年3月）  
(<http://www.city.shizuoka.jp/deps/sangyoseisaku/sangyoshinkoplan.html>)
  22. 静岡市政策法務課「静岡市静岡特産工業協会活動事業補助金交付要綱」  
(<http://houki.city.shizuoka.jp/manager/uploads/youkoudata/00803.pdf>)
  23. 静岡市地域産業課「静岡市の伝統工芸」  
(<http://www.city.shizuoka.jp/000058563.pdf>)
  24. 静岡市地域産業課「平成24年度 静岡市ものづくり産業振興基本計画に関する実施状況の報告について」  
(<http://www.city.shizuoka.jp/deps/tiikisangyo/monodukuri-houkoku.html>)
  25. 静岡市地域産業課「平成25年静岡市ものづくり産業振興基本計画基礎資料の整備に向けた事業所等ヒアリング関連書類」（非公開資料）
  26. 福井県眼鏡協会・鯖江市（2003）『眼鏡産業ビジョン』  
(<http://www.city.sabae.fukui.jp/bin/001110-03-1.pdf>)