

後進地方の産業構造転換と誘致企業・地場産業

— 青森県の場合を中心として —

弘前大学 藤 田 正 一

一 課 題

本稿の第一の課題は、青森県の産業構造と県民所得の実態を概観した上で、何故に、青森県のような後進地方が、産業構造を高度化しなければならないのか、すなわち、第二次産業の製造企業を立地し、それらを振興させなければならぬかを考察することである。

第二の課題は、第一の課題を踏まえた上で、地域経済活性化のための誘致企業について考察することである。

第三の課題は、第一、第二の課題を踏まえた上で、地域経済をこれまで少なからず支えてきた地場産業について考察することである。

第四の課題は、第一、第二、第三の課題を踏まえた上で、後進地方の地域製造企業の基本的な在り方について考察することである。

二 青森県の産業構造の実態と県民所得の実態

青森県の産業構造は、表1と表2からも指摘されるように、全国と比較すると第一次産業の農業の比重が大きく、

表 1 青森県産業別就業者数の推移と構成比

区 分	昭和50年		昭和55年		昭和60年		全国構成比(%)		
	実 数 (人)	構成比 (%)	実 数 (人)	構成比 (%)	実 数 (人)	構成比 (%)	昭和 50年	昭和 55年	昭和 60年
就 業 者 数	686,200	100	722,131	100	718,014	100	100	100	100
第 1 次 産 業	230,250	33.5	183,912	25.5	172,836	24.1	13.9	10.9	9.2
農 業	200,030	29.1	157,883	21.9	149,611	20.8	12.6	9.8	8.3
林 業	6,820	1.0	6,624	0.9	5,300	0.8	0.4	0.3	0.2
水 産 業	23,400	3.4	19,405	2.7	17,925	2.5	0.9	0.8	0.7
第 2 次 産 業	131,435	19.2	159,089	22.0	155,387	21.6	34.0	33.6	33.1
鉱 業	1,405	0.2	1,010	0.1	1,017	0.1	0.3	0.2	0.2
製 造 業	61,740	9.0	67,447	9.3	75,928	10.6	24.8	23.7	23.9
建 設 業	68,290	10.0	90,632	12.6	78,442	10.9	8.9	9.7	9.0
第 3 次 産 業	323,990	47.2	378,687	52.4	389,081	54.2	52.0	55.4	57.4
電気・ガス・水道業	3,035	0.4	3,300	0.5	3,345	0.5	0.6	0.6	0.6
卸売・小売業	127,355	18.6	152,887	21.2	150,509	21.0	21.5	22.8	23.0
金融・保険業	12,690	1.8	15,881	2.2	17,944	2.5	2.6	2.8	3.0
不動産業	2,370	0.3	3,161	0.4	3,214	0.4	0.7	0.8	0.8
運輸・通信業	37,970	5.6	40,762	5.6	38,866	5.4	6.4	6.3	6.0
サービス業	107,800	15.7	127,409	17.6	139,008	19.3	16.6	18.4	20.5
公 務	32,770	4.8	35,287	4.9	36,195	5.1	3.6	3.7	3.5
分 類 不 能	525	0.1	443	0.1	710	0.1	0.1	0.1	0.3

(注) 総理府統計局編『国勢調査報告(昭和50年, 昭和55年, 昭和60年)』より作成

第二次産業の中でも製造業の比重が小さいことが特徴である。

また、青森県統計課編『昭和六十年
青森県県民経済計算(以下、県民経済計算
という)』によると、県民一人当りの所得
は一五七万六千円であり、国民一人当り
の所得は二一〇万四千円である。この結
果、国を百分とした場合の青森県の所得
水準は七四・九%であり、国との格差は
依然として大きいということが指摘され
る。

三 青森県の産業構造高度 化の必然性

表1と表2の昭和六十年における第
一次産業の数字からも指摘されるように
農業の就業者数は、二〇・八%であるの

表 2 青森県産業別総生産額の推移と構成比

(単位: 百万円)

区 分	昭和50年		昭和55年		昭和60年		全国構成比(%)		
	実 額 (百万円)	構成比 (%)	実 額 (百万円)	構成比 (%)	実 額 (百万円)	構成比 (%)	昭和 50年	昭和 55年	昭和 60年
第 1 次 産 業	295,418	20.1	230,225	10.1	299,913	10.3	5.5	3.7	3.1
農 業	213,206	14.5	123,557	5.4	209,310	7.2	—	—	—
林 業	29,867	2.0	40,663	1.8	23,317	0.8	—	—	—
水 産 業	52,345	3.6	66,005	2.9	67,286	2.3	—	—	—
第 2 次 産 業	346,220	23.6	573,475	24.9	601,388	20.8	40.4	39.2	37.5
鉱 業	11,336	0.8	21,409	0.9	21,471	0.7	0.5	0.6	0.4
製 造 業	141,013	9.6	239,221	10.4	285,880	9.9	30.2	29.2	29.8
建 設 業	193,871	13.2	312,845	13.6	294,037	10.2	9.7	9.4	7.3
第 3 次 産 業	886,634	60.4	1,581,216	68.7	2,068,614	71.5	58.1	60.8	63.1
電気・ガス・水道業	22,539	1.5	55,625	2.4	72,369	2.5	2.3	3.0	3.6
卸売・小売業	197,633	13.5	385,144	16.8	504,978	17.5	14.8	15.3	13.7
金融・保険業	62,952	4.3	103,424	4.5	118,325	4.1	5.3	5.2	5.6
不動産業	112,100	7.6	221,675	9.6	293,918	10.2	8.2	9.4	9.8
運輸・通信業	96,989	6.6	155,517	6.8	212,345	7.3	6.4	6.2	6.2
サービス業	270,624	18.5	461,286	20.0	601,038	20.7	16.3	17.1	19.7
公 務	123,797	8.4	198,545	8.6	265,641	9.2	4.8	4.7	4.5
小 計	1,528,272	104.1	2,384,916	103.7	2,969,915	102.6	104.0	103.7	103.7
(控除)帰属利子	60,876	4.1	87,410	3.7	76,529	2.6	4.0	3.7	3.7
合 計	1,467,396	100.0	2,297,506	100.0	2,893,386	100.0	100.0	100.0	100.0

(注) 1. 青森県企画部統計課編『昭和60年度青森県県民経済計算』昭和62年11月刊より作成
 2. 経済企画庁編『国民経済計算年報(昭和57～昭和62年版)』より作成

統一論題

後進地方の産業構造転換と誘致企業・地場産業

七八

に対し、県内総生産額に占める農業の構成比は七・二%にすぎない。この数字が端的に示しているように農業が極めて生産性が低く、産業構造上、雇用構造上、余剰労働力を有していることが指摘される。その上、⑦国民の主食の米離れ現象、⑧米の生産過剰、供給過剰に伴う食糧制度の見直し要求現象、⑨アメリカなどの諸外国からの農産物市場開放要求現象などから、農業をとりまく社会経済環境は厳しい状況にある。

しかるに、この厳しい状況下で、県民の所得水準を高めつつ、県経済が安定経済成長基調を確保していくためには、コーリン・クラー

クが主張したように、産業構造を漸次、高度化していくことが必要であり、青森県の場合、まず、第一次産業から第二次産業へ漸次、円滑に高度化していくことを基本としなければならない。その場合、第二次産業の中でも地域経済の継続的活性化や産業構造の継続的高度化のためには、製造業に重点をおかなければならない。なぜなら、青森県の建設業は、中小零細企業であり、その受注は県内の建設工事に限られ、それも公共事業依存度が大きく、地域経済の安定成長に貢献度が小さいからである。さらに、建設工事資材の大部分は、県外からの移入であり、県内の他の業種にあまり波及効果をもたらさない業種であるからである。また、青森県の鉱業の場合、埋蔵量が極めて小さく、産業振興に波及効果をもたらさないからである。

一方、第二次産業の製造業振興よりも第三次産業の振興に力を注いだ方が、地域経済を効率的に発展させるという主張もある。しかしながら、一般的に後進地方には、この主張は不適當であり、その不適當の理由は、以下のように説明される。

一般的に、第三次産業の割合が大きい地域は、概ね、二つのグループに分類される。

第一のグループは、東京都や大阪府や福岡県など全国的中心都市または地方ブロック中心都市をもつ都府県である。これらの都府県の第三次産業は、事業所からの需要（中間需要）や他の地域からの需要の割合が大きく、地域経済活動をリードしていく役割を果たしている。

第二のグループは、青森県や沖縄県や高知県など工業化、都市化の進んでいない後進県である。これらの後進県の第三次産業は、個人消費と行政需要の割合が大きく、事業所からの需要や他の地域からの需要の割合が小さく、地域経済の活性化には直結しないので、第二次産業の製造業に優先して振興されえないのである。

しかるに、青森県のような後進県の場合、どうしても産業経済の重心を第二次産業の製造業にシフトしていかねばならないという産業構造の転換が求められている。

四 青森県製造業振興と誘致企業

(1) 青森県製造業に占める誘致企業のウェイト

表3の昭和六十年実績の青森県加工組立業出荷額の八一・七%を加工組立業誘致企業が占め、極めてその割合が大きいことが指摘される。また、青森県全製造出荷額一兆三一七億に対し、一、二九〇億を加工組立業誘致企業が占め、その割合は、約一二・五%である。しかるに、これらの数字は、加工組立業誘致企業が青森県の生産にとって、かなりのウェイトを占めていることを示している。

(2) 生産拠点の一つとしての後進地方（青森県）

貿易摩擦等の問題があるこの困難な時期に、表4に示されるように、加工組立業企業が、生産拠点を青森県のような後進地方に、何故に、僅かながらでもシフトするようになったかを考察するならば、次のようなことが指摘されよう。

まず、輸出型の電機、電子、自動車などの大企業は、国際分業をある程度、考慮して海外生産シフトを実施するようになったが、産業空洞化を恐れて、国内生産に主力をおくという基本的大方針を有していたからである。そしてこのような大方針の下で、輸出型の加工組立業の大企業を頂点とした中小部品企業が、生産拠点を次のように四種類にシ

表 3 青森県製造業に占める誘致企業のウェイト (60年実績 {県誘致分
市町村誘致分})

	事業所数			従業者数(人)			年間出荷額(百万円)		
	工業統計	誘致企業		工業統計	誘致企業		工業統計	誘致企業	
		実数	割合(%)		実数	割合(%)		実数	割合(%)
総数	2,546	222	8.7	66,743	18,402	27.6	1,031,735	366,619	35.5
基礎資材型産業	407	38	9.3	8,115	1,478	18.2	230,101	62,262	27.0
化学	19	4	21.1	586	222	37.9	21,454	9,901	46.1
石油石炭製品	22	3	13.6	149	28	18.8	5,470	588	10.7
窯業・土石	162	17	10.5	3,233	504	15.6	73,051	18,752	25.7
鉄鋼	40	1	2.5	1,882	139	7.4	101,875	x	x
非鉄金属	4	2	50.0	323	309	95.7	6,073	x	x
金属製品	160	11	6.9	1,942	276	14.2	22,178	6,278	28.3
加工組立型産業	257	62	24.1	15,603	8,944	57.3	157,961	129,016	81.7
一般機械	32	0	0.0	625	0	0.0	7,957	0	0.0
電気機械	157	53	33.8	12,980	8,563	66.0	126,823	109,459	86.3
輸送機械	37	4	10.1	500	153	30.6	9,939	7,791	80.4
精密機械	31	5	16.1	1,498	227	15.2	13,242	11,766	88.9
生活関連型産業	1,882	122	6.5	43,025	7,981	18.5	643,673	175,341	27.2
食料品	774	20	2.6	21,100	1,155	5.5	425,711	63,203	14.8
繊維・衣服	201	80	39.8	9,224	6,326	68.6	36,138	27,296	75.5
木材・家具	499	6	1.2	4,897	109	2.2	50,500	1,509	3.0
紙・パルプ	58	10	17.2	1,728	1,200	69.4	81,106	79,449	98.0
その他製造業	350	6	1.7	6,076	231	3.8	50,218	3,884	7.7

(注1) 食料品(飲料を含む)

その他製造業(出版, プラスチック, ゴム, なめし皮, その他)

(注2) 青森県統計協会編『昭和60年青森県の工業』(従業員4人以上)昭和61年10月刊

(注3) 青森県企業立地対策室資料

(注4) 青森県企画部企画課編『第18次青森県経済白書』昭和62年3月30日より転載

表 4 企業誘致の状況

(1) 61年度の状況は, 次のとおりであった。

8社(内訳 電気機械 3, 衣服 3, 一般機械 1, ソフトウェア業 1)

(2) 62年度の状況は, 次のとおりであった。

12社(内訳 電気機械 4, 精密機械 1, 衣服 3, 窯業・土石 1, 鉄鋼 1,
その他製造業 1, ソフトウェア業 1)

(注) 青森県企業立地対策室資料より転載

フトするようにしたからである。

- i 従前どおり、親会社の周辺地を生産拠点とした「従前生産拠点型」
- ii 親会社の海外生産（先進諸国）に伴って自らも海外生産するようになった「海外生産拠点型」
- iii 「NIES生産拠点型（ASEANを含む）」
- iv 「地方生産拠点型」

かくして、右記のように生産拠点が四種類に配置されるようになり、ivの地方生産拠点型の一つに青森県のような後進県が位置づけられたのである。位置づけられた具体的理由については、次のようなことが指摘されよう。

- i 品質管理機能の優良性（iiiのNIES生産拠点より優れているということ）
- ii 後進県の低賃金による生産コスト通減化
- iii 生産工程上の在庫調整機関
- iv 中小部品企業本社の新製品開発・生産に伴う旧製品の地方生産拠点へのシフト化
- v 海外生産から国内生産へのカムバック化（内需拡大を契機とする技術、品質管理、人材、政情不安等のネックによるカムバック化）
- vi 後進地方における豊富な若年労働者の確保

(3) 誘致企業の青森県に対する意識

① 青森県を選定した理由

青森銀行が昭和六十一年五月に調査した『本県誘致企業の動向と意識に関する調査（以下、意識調査という）』によれば、青森県を企業進出先として選定した理由として、安くて豊富な労働力と優遇措置をからめた地元の強い誘致姿勢が主たる理由となっている。しかし、電機、精密などのハイテク業種では、関連取引企業の存在も重要な要因となっている。

また、青森県企画部が昭和六十一年一月に調査した『工業立地アンケート調査（以下、アンケート調査という）』によれば、地方進出を考える際のポイントとして、「主要取引先との関係」が二〇・三％でトップを占め、「主要下請企業との関係が一一・一％で四番目に位置するなど、労働力の確保と同等ないしそれ以上に、技術集積や企業集積が重要視されていることが推論される。

② 進出してよかった点

誘致企業が実際に県内で操業して、どのようなことにメリットを感じているかということに対し、意識調査によれば「安くて豊富な労働力」と「安い工場用地取得」が魅力で進出してきたことが指摘されている。

③ 進出して困った点・問題点

また、どのようなことにデメリットを感じているかということに対し、意識調査によれば、「積雪寒冷地ゆえのコスト上昇のからまった降雪期間の生活」と「技術集積や企業集積の乏しさ」と「輸送を含めた高速交通体系の不整備」がデメリットとして集約されている。

④ 企業誘致の基本的方針

企業を誘致する側、すなわち、青森県のような後進地方が、どのような基本的方針で企業誘致をしなければならな

いかを考察するならば、次のようなことが指摘されるだろう。

i 男子の雇用率の向上と需要の継続性が期待される労働集約型の企業誘致 なぜなら、まず、上記のような企業誘致によって、地道に技術集積や企業集積を養成し、大企業の誘致や地元中堅企業の下地を醸成しなければならぬからである。

ii 地域内の産業間・企業間の連関が、将来、強化されるような企業の誘致

iii インフラストラクチャーの整備 すなわち、産業経済基盤整備というハード面の施設整備だけでなく、文化、教養、教育などのソフト面の施設整備も重要である。なぜなら、ソフト面の施設整備は、企業誘致の吸引力となるだけでなく、地域文化の振興にも貢献するからである。

iv 地元下請企業の充実 すなわち、多様な技術ニーズに対応可能となるので、企業誘致の大きなメリットとなるだけでなく、地域経済を根元から活性化させるからである。

v 情報通信網の整備・拡充

vi 誘致企業の本社機能化の実現 なぜなら、このような実現によって、従前以上にマーケティング機能が加味され、地元的大幅な付加価値が加算されると同時に、地元には租税収入の増大や企業集積・技術集積・産業連関の拡大がもたらされるようになるからである。

五 青森県製造業振興と地場産業

(1) 青森県地場産業の役割

① 産業構造・雇用機会からみた地場産業の役割

地場産業を振興させるということは、単に第二次産業を振興させ、拡大させるだけでなく、その前後にある第一次産業、第三次産業を含めた地域内全産業の資本と商品を地域内循環させることとなり、地域内の経済的蓄積を増大させ、産業構造を高度化し、雇用機会を創出することに繋がることとなる。

② 地方財政に果たす地場産業の役割

地場産業振興によって、地元市町村は、固定資産税、事業税、住民税を納税される機会が多くなるだけでなく、事業所や従業員などの消費を通して、納税される機会が多くなるので、地場産業振興は地方財政に大きな役割を果たすことになる。

③ 地域文化の振興や地域コミュニティ形成に果たす地場産業の役割

地方の地域住民は、家庭生活基盤の安定はもとより、地域社会の連帯性が醸成される住みよい文化的地域社会の形成を求めている。しかるに、地域住民を少なからず抱えている地場産業は、地方自治体や地域住民と協力して、地域文化の振興や地域コミュニティ形成にも主体的な役割を果たすことが期待されているし、このような期待に応える義務もある。

(2) 青森県地域別地場産業の現状

地場産業振興を含めた行政・経済を基準とした場合、青森県は、青森地域、弘前・黒石地域、八戸地域、十和田・三沢地域、五所川原地域、むつ地域の六地域に区分される。

一、青森地域において、敢えて地場産業といえるのは、昭和五十四年の青森県商工課の『地場産業概況』（以下、地場産業概況という）によると、味噌・しょう油、水産食料品などの四業種である。しかし、県外に移出できる製品を製造している業種は、味噌・しょう油業だけであるので、同地域において真に地場産業といえるのは、味噌・しょう油業だけである。

二、弘前・黒石地域において、敢えて地場産業といえるのは、地場産業概況によると、清涼飲料、漆器など七業種である。しかし、県外に移出できる製品を製造している業種は、漆器業だけであるので、同地域で真の地場産業といえるのは、漆器業だけである。

三、八戸地域において、敢えて地場産業といえるのは、地場産業概況によると、清酒、水産食料品、機械金属などの六業種である。しかし、県外に移出できる製品を製造している業種は、水産食料品と機械金属業だけであるので、同地域での真の地場産業は、水産食料品業と機械金属業である。

四、十和田・三沢地域において、敢えて地場産業といえるのは、昭和五十五年の『青森県工業統計表』（以下、工業統計表という）によると畜産食料品、農業用機械などの四業種である。しかし、県外に移出できる製品を製造している業種は、農業用機械製造業だけであるので、同地域での真の地場産業は、農業用機械製造業だけである。

五、五所川原地域において、敢えて地場産業といえるのは、工業統計表によると、畜産食料品、野菜漬物などの六業種である。しかし、県外に移出できる製品を製造している業種は、皆無であるので、同地域での真の地場産業は皆無である。

六、むつ地域において、敢えて地場産業といえるのは、工業統計表によると水産食料品、製材・木材製品などの四

業種である。しかし、県外に移出できる製品を製造している業種は皆無であるので、同地域での真の地場産業は皆無である。

(3) 青森県地場産業の抱えている問題

第一の問題は、若年労働者の確保難、従業員の高齢化、後継者難という人材不足である。すなわち、この人材不足の問題は、有能な若い技術者や営業マンの人材難ということであり、量より質に問題があるということである。

第二の問題は、製造原価の上昇と製品価格の不安定ということである。

第三の問題は、競争激化ということである。

第四の問題は、情報収集不足によって、市場維持・拡大が困難な状況であるということである。

第五の問題は、新技術・新商品開発施設整備の立遅れということである。

第六の問題は、経営の合理化・近代化の立遅れということである。

(4) 地場産業振興のための施策

前述の(3)の地場産業の抱えている問題を解決して、地場産業を振興させるための施策としては、表5に示した事項を、地場産業の各企業が実施可能なところから、自主的、具体的に計画をたて、組織化して実施していく以外に道はない。

表 5 地場産業振興のための施策

<ul style="list-style-type: none"> a) 大都市，地方中核都市への市場拡大策の具現化 b) 若年層，婦人層への対応策の具現化 c) 販売方法，流通方法の改善 d) 産地問屋の商業機能の確立 e) 地元市場の形成・拡充 f) 高速交通体系に対応する効率的流通の確立 	<ul style="list-style-type: none"> ① 人材確保 <ul style="list-style-type: none"> 1. 労働環境・労働条件の改善 2. 安定した経営の確立 3. 魅力ある職場・産業への転換 4. 若年技術者の養成 5. 営業マン・販売員・管理者の養成 ② 製造原価の逡減と製品価格の安定 <ul style="list-style-type: none"> 1. 加工原材料の安定確保と貯蔵技術の向上 2. 代替原材料の開発 3. 原材料の安定的生産・供給（異業種間交流） 4. 未利用資源の活用 ③ 競争激化への対応 <ul style="list-style-type: none"> 1. 共同化（共同生産，共同輸送，共同仕入，共同技術開発，共同施設利用等） 2. 企業組合，協業組合 3. 機械化，新技術の導入による製造原価の逡減化 ④ 情報収集不足の解消と市場拡大 <ul style="list-style-type: none"> 1. 市場調査 <ul style="list-style-type: none"> a) 消費の多様化・個性化・高級品化 b) 他産地の動向 c) 他地域圏の動向 d) 生産方法，原材料の転換，代替商品，成長品種等の把握 2. 情報収集体制の確立（各企業・業界・行政の連携） 3. 市場拡大を阻害している原因の究明とその是正 <ul style="list-style-type: none"> a) 消費者動向への対応のまずさ b) 価格，品質 c) 代替商品の台頭 d) 大企業・他産地との競合 e) 生産過剰 4. 市場拡大政策の具現化
<ul style="list-style-type: none"> 5. 広告・宣伝の強化 <ul style="list-style-type: none"> a) 展示会，物産会，見本市，工芸会 b) ポスター，パンフレット，テレビ，ラジオ ⑤ 新商品，新技術開発 <ul style="list-style-type: none"> 1. 消費者ニーズに合った新商品の開発 2. 製品企画力，デザイン開発力の強化 3. 公設試験研究機関の活用 4. 企業独自の試験研究体制の整備 ⑥ 経営近代化 <ul style="list-style-type: none"> 1. 経営者意識の向上 2. 生産工程の改善，合理化 3. 品質管理 4. 経営分析のできる管理者の養成 5. 優遇措置の活用 <ul style="list-style-type: none"> a) 地域開発法令に基づく優遇措置の活用 b) 青森県独自の優遇措置の活用 c) 市町村による優遇措置の活用（税制上の助成措置） d) 制度資金の活用 <ul style="list-style-type: none"> ・工業再配置促進費補助金 ・地域雇用開発助成金 6. 政府系金融機関の活用 7. 経営近代化への研究会（各企業，協同組合，行政の3者による研究会） 	

統一論題

後進地方の産業構造転換と誘致企業・地場産業

八八

六 むすびにかえて

本稿では、後進県といわれている青森県の誘致企業の振興と地場産業の振興を中心として考察してきた。これら二つの振興は、青森県に限らずこの後進地方においても、産業構造を高度化し、雇用機会を創出し、地域経済を活性化し、県民所得水準を高める政策として考えられ、実施されている政策である。

しかし、企業立地上、自然的、地理的に恵まれない地方の一つである青森県の場合、真摯に努力しているにもかかわらず、それほどの成果を得ていないのが現状である。

青森県の誘致企業が、青森県を企業進出先として選定した理由として、「労働力豊富」と「熱心な企業誘致運動」と「低賃金」を端的に挙げているように、誘致企業には、モービル・マニユファクチャラー（移動する製造業者）的な面があり、地域に根ざす企業として、いまひとつ我々は物足りなさを感じている。また、このような理由で進出してきた誘致企業は、労働集約型であり、一定の雇用機会や所得を地域経済に創出してくれるが、関連諸業種を形成するようないことはないので、企業集積や技術集積の効果には乏しい企業である。それゆえ、現実として、地域経済が期待したほど、誘致企業は産業構造の高度化には貢献していない。

一方、地場産業の場合、資本、労働、技術、原材料、流通機構などの経営資源の面において、量的には小規模であるが、その大部分が地域集積に基づいており、地域に根を張っている。それゆえ、表5に示したような経営政策を積極的に導入して、従前の経営から脱却した企業経営を構築していくならば、地場産業の各企業は、産業構造の高度化に対して柔軟に対応することが可能となり、地域経済に活性化をもたらすようになる。とりわけ、地場産業の主力企

業や地場産業とまでいかない当該地域の主力製造業の主力企業が、地場産業振興の中心となってオルガナイザーとしての機能を果たし、かつ、新製品を開発するような、また、成長業種への転換を推進するような地域内での内発的発展を形成していく生産システムを地域経済全体の中で構築していくことが、最も重要なことである。

また、当然のこととして、企業誘致を推進し、誘致企業と地場産業の企業が、資本、労働、技術、原材料などの経営資源に関して提携を深めて、融合化することにより、新生産技術や新製品や新マーケティング戦略などを開発して、地域経済を活性化していくことも必要であり、重要なことである。その結果として、誘致企業はモービル・マニユフアクチャラー的な面が次第になくなり、地域に根ざす企業となり、地域経済活性化のために大きな役割を果たすようになり、地場産業化した地域製造企業となることが可能となる。

主要参考文献

- 一、青森県企画部編『経済開発要覧』一九八五年版、一九八七年版
- 二、青森県企画部編『青森県経済白書』第十五次、第十八次
- 三、青森県企画部統計課編『昭和六十年青森県民経済計算』
- 四、経済企画庁編『国民経済計算年報』昭和五十七年版、昭和六十二年版
- 五、総務庁統計局編『国勢調査報告』昭和五十年、昭和五十五年、昭和六十年
- 六、青森県統計協会編『昭和六一年青森県の工業』昭和六十二年十月
- 七、社会経済国民会議編『青森県の西暦二〇〇〇年ビジョン』昭和六十一年四月
- 八、拙著『現代日本の企業形態』第三版、白桃書房、昭和六十三年四月