

地方創生時代にみる地域中小企業からなる 産業集積の消費適応性

—神戸市長田地域のケミカル・シューズ産業の事例に基づいて—⁽¹⁾

西 村 順 二
(甲 南 大 学)
(経 営 学 部 教 授)



目 次

- | | |
|--------------------|---------------------------------|
| 1. 問題の所在 | 3. 神戸市長田地域におけるケミカル・シューズ産業集積の諸特徴 |
| 2. 産業集積の捉え方 | (1) 神戸市長田地域におけるケミカル・シューズ産業の特徴 |
| (1) 産業集積の意味すること | (2) ケミカル・シューズ産業の調査結果 |
| (2) 産業クラスターの特徴 | 4. 産業集積における市場との距離 |
| (3) 産業集積に対する評価点の変化 | 5. 結論と残された課題 |

1. 問題の所在

地方創生の時代にあって、地域の活性化は日本全国で大きく注目されている。一方で、全国的におよび時系列的に見た時、この地方創生の流れを受けて地域活性化が現在でも成功裏に進んでいると言える事例が必ずしも多くはない、ということも事実である。「技術、資本な

どの海外への移転性が高まり、かつ輸送費用が低下する中で、圧倒的な規模の生産性を発揮する中国に対して、量産分野での国内産業集積の競争力は大きく低下した。」(吉見 2011)とも言われている。また、この地域活性化は、古くて新しい課題でもある。思い出して欲しい。自民党政権下での竹下政権時、1988年から1989年に「ふるさと創生事業」として、各地

(1) 本稿を纏めるにあたり、日本学術振興会産業構造・中小企業第118委員会の委員の方々から、多くのアドバイスおよびコメントを頂いた。記して厚く感謝申し上げる次第である。なお、筆者の能力不足もあり全てのご指摘に的確に対応できてはいないが、今後の研究の糧とさせて頂きたい。

方市町村に助成金が配分され、各地で町おこしに活用された時期もあった。建物、金塊、助成金・基金設立など、その活用方法は多様に実施された。その中には、地域活性化と言う視点からみた場合に成果のあがったもの、そうでないものが混在していたと言っても良いだろう。

そして平成の今の時代に、再び地域活性化を求める声が大きくなってきている。しかしながら、地域経済を取り巻く環境条件は以前のそれに比べて、現代ではその厳しさを大きく増大させている。また、この間に短期的・部分的な成長は見られたとしても、相対的には長く停滞・成熟状態にある日本経済において、経済成長に大きな意味をもつ人口動態問題、より具体的には、少子高齢化と人口減少化に向かうという大きな社会的課題が表出しているということは、誰もが否定できないことである。それは、単に需要市場の構造変化と言うことだけではなく、生産年齢人口の減少という点でも大きな意味をもつこととなり、これは都市部よりは地方においてより顕著な問題となって現われ、今や大きな地域課題であると言えよう。

本研究は、まさにこの地域に焦点を当てる。そして、地域に根差して綿々と続いてきた産業、特に集積することによってこれまでに産業が活性化してきたもの、すなわち地域に見られる産業集積に着目したい。地域という視点からは、たとえ全国区レベルの大規模企業組織に依存する産業集積であったとしても、それを支える協力関係企業として、当該地域において中小零細規模の企業組織の存在は不可欠であろう。また、相対的に競争力の弱い中小零細企業が一定地域に集積し、その集積メリットを享受しつ

つ、総体として地域の経済活動を支えていることも事実である。これら地域に見られる産業集積が、地方創生の時代にあってどのような今後の展開を図っていくべきか、本研究においてその方向性の一つを消費適応と言う視点から考察するものである。

これらを背景に、本研究における問題意識は次のように設定される。一般的に、産業集積と呼ばれる地域の経済活動・経済組織において、成長・維持を続けている産業集積と、そうではなく衰退傾向にあると思われるものが存在する。産業集積は、ある意味ではこれまで地域産業のエンジンとなるビジネス・モデルであったし、今もそうであると言ってよいだろう。「産業集積は多くの産業、地域で観察される普遍的な現象である。……近年、これらの産業集積が国の経済発展に対して重要な役割を果たしているとの見方が……広まっている。」(絹川 2001)という評価がみられる一方で、その役割が相対的に小さくなりつつある産業集積も現実には存在している。この同じ産業集積でありながら、両者の差異は何処から生まれてくるのであろうか。これをもう少しブレイクダウンすると次のように論点整理できるであろう。第一に、これら産業集積の成否において差異を生み出す要因は、何なのだろうか。そして、それは当該地域で構成される産業に固有のものなのだろうか。あるいは、その地域に埋め込まれた固有の特性から生み出されるものであるのだろうか。さらには産業集積と言う概念一般にライフ・サイクルがあるということなのだろうか。第二に、産業集積内には組織規模の多様性が存在し得るが、多数の中小企業の集積が、専門

化による利益の総体としていわゆる規模の経済性を働かせてきた、また働かせているのであろうか。減退してきている産業集積には、その総体としての規模効果が効かなくなったということなのであろうか。第三に、産業集積内には多様な企業組織が関係し、それらの異質な経済活動には規模の経済性の働き方（最小最適規模）に差異があり、その点での産業集積の異質メンバーにおける規模の経済性は、存在し得るのか、あるいは存在し得ないのだろうか。第四に、多くの場合に生産企業の集合体としての産業集積が想定される一方で、流通経路の川下へ垂直的に展開された集積メンバー企業には、生産機能と流通機能と言う違いから規模の経済性の内容やその働き方が異なるということなのであろうか。そして、第五に、生産における規模の経済性が実現したとしても、それは生産単価の低下につながるという視点からの評価だけでよいのであろうか。それ以上に、販売の完結をもって、それは評価されるべきではないのだろうか。

これらに対して、作業仮説を導出・設定するための準備的研究として、本研究は位置づけられる。そして、上記5つの考察論点は相互に関連しあうものである。したがって本研究では議論をより絞り込むために、主たる消費地域である都市に近接する産業集積、それも主に生産企業からなる産業集積と言う条件設定の下、神戸市長田地域に形成されるケミカル・シューズ

産業⁽²⁾を事例として考察を加えるものとする。

2. 産業集積の捉え方

(1) 産業集積の意味すること

まずは、本研究において産業集積をどの様に捉えられることができるかについて、考えておこう。産業集積に関する議論はこれまでに精力的に行われ、その研究蓄積は多数・豊富に存在するが、Weber A. (1909) とMarshall A. (1920) がその初期の研究と位置づけられている。⁽³⁾ Weberは、工場立地の視点から生産から販売に至るまでの生産費用に着目し、輸送費、労働力の人件費、そして集積のメリット・デメリット（技術・工場関連施設の共同利用や情報交換の利便性、これらの反作用等）を立地の決定要因として、産業集積を考察の俎上にのせたものである。また、Marshallは、産業立地の観点から外部経済に着目した。それは、特定の地域に経済主体である複数の企業が集積することにより、外部効果が働き、よって特定の産業が形成されていくというものである。そこでは産業が集積立地する理由として 以下の3つの 要因が挙げられている。すなわち、第一に特殊技能労働市場の形成、第二に中間投入財（非貿易財）の購入容易性、そして第三に技術の拡散（移転受容性）であるとされている。

さらに、既存の産業集積研究においては、産業集積はどの様にとらえられているのであろうか。本稿の問題意識に関わる部分で簡単に見

(2) 本稿における「ケミカル・シューズ」の表記において、「ケミカル・シューズ」と「ケミカルシューズ」の両者が混在している。原則的には「ケミカル・シューズ」という表記を使うが、一部日本ケミカルシューズ工業組合の表記に従っているものも含まれる。意味するところは両者に区別なく、ケミカル素材で製造された靴であるという点で同じものを表していることを、断っておきたい。

(3) これらWeberとMarshallの研究は、集積の経済性一般の議論であり、その後の集積論の原点となったものである。しかしながら、その後の研究に向けて、個別産業集積への援用における問題点があるということが指摘されている。渡辺（2011）では、集積独自の生成過程とそれによる形態、集積形態の反省的考察から集積の経済性が把握されること、多様な経済性の集合体としての「集積の経済性」であり、個別集積で見ると経済性の組み合わせは異なること、そして集積自体でもって経済性の存在やその実効性を担保できないことが指摘されている。以下を参照されたい。

渡辺幸男（2011）『現代日本の産業集積研究－実態調査研究と論理的含意－』慶應義塾大学出版会、pp.263-265。

ておこう。

空間経済学視点からの産業集積へのアプローチでは、Krugman（1991）がその代表と言ってよいであろう。上記Marshallの理論は、特定の同一産業の経済主体が特定地域において集積を形成することを説明したものであるが、Krugmanにおいては異質な産業であっても、それら産業上の異質な経済主体が特定地域に集積し得ることが示されている。その地理的集中のモデルでは、規模の経済性（収穫逓増）、輸送費、そして需要の外部性の3つの相互作用が重視されている。産業集積が形成されるという点で、「何が、製造業者を一箇所に集まらせているのか。需要の外部性から地理的集中が生じる……。規模の経済性が増大すると、製造業者はある生産拠点から全国市場に対して製品を供給しようとする。輸送費最小化のため、製造業者は需要の高い地域に立地しようとする。その地域の需要は多数の製造業者が立地することによって大きくなるという側面があり、製造業地帯が一度確立されると、それを存続させようとする循環的な力が働く。」（Krugman 1991）と言う提示にあるように、規模の経済性、輸送費の最小化、そして需要の外部性の相互作用が、結果として産業集積の形成に大きく働いているのである。

また、経営学視点からのアプローチにも、研究蓄積は多い。そこでは、産業集積は「相互に関連する多数の企業が中小企業を中心として狭い地域に集中する社会現象」（橘川 2003）

であるとされている。また、「1つの比較的狭い地域に相互関連の深い多くの企業が集積している状態」（伊丹他 1998）として、産業集積は捉えられている。この産業集積の形成については、二重構造モデルと産業集積モデルを峻別し、その上でこの両者からのアプローチが必要であることが指摘されている。⁽⁴⁾ 注目すべきは、これらの研究は、産業集積が継続・維持されるあるいは拡大していくそのメカニズムに着目していることである。また産業集積モデルが指摘する集積固有の経済合理性への着目（橘川 2003）である。この経済合理性は、集積固有のメカニズムから生まれるとされ、「集積内分業の効用」と「集積とマーケットの連関」（高岡 1999）が挙げられている。そこでは、経済主体間の物理的な距離と分業主体の数の2軸をもって経済合理性を考察し、物流・情報交換の費用、他の選択肢がないほどの空間距離の合理性、多数分業により需給マッチングの柔軟性をその合理性としている。また、集積とマーケットとの連関では、集積外部との接続を担当するリンケージ企業なるものの集積内存在の優位性があること、そして自己保存機能から集積内での技術蓄積と評判の喚起が進むことが指摘されている。

さらに、産業集積をタイプに分けた上での考察も行われている。産業集積は、「地理的に接近した特定の地域内に多数の企業が立地するとともに、各企業が受発注取引や情報交流、連携等の企業間関係を生じている状態のこ

(4) 産業集積の中で、高生産性・高賃金の「近代的」大企業部門と低生産性・低賃金の「非近代的」中小企業部門が並存し、かつ「大企業と中小企業の間には支配＝従属の関係が成立することが多い」と言う問題点を指摘する二重構造モデルと、群としての中小企業が実際に活動している現場としての「産業集積」に着目する産業集積モデルが提示されている。

伊丹敬之・松島茂・橘川武郎編著（1998）『産業集積の本質－柔軟な分業・集積の条件－』有斐閣。

橘川武郎（2003）「産業集積研究の活性化と中小商工業経営の未来」『中小商工業研究』76、pp.62-71。

と。・・・・・・その形成の歴史的背景や、特徴によって（１）企業城下町型集積、（２）産地型集積、（３）都市型複合集積、（４）誘致型複合集積の４類型に類型化することができる。」（中小企業白書 2000年版）と捉えられている。また、明確に製造業者の集積として産業集積をとらえ、産地型、都市型、城下町型という３つの産業集積タイプに集約分類し、それぞれに調達面、情報面、販売面、生産面、雇用面のメリット・外部経済性が検討されている。^{（５）} 販売面のメリットでは、城下町型産業集積において販路が確立されていることでのメリットが強調される。

以上、これらの産業集積として捉えられている経済主体の集積立地を説明しようと言う諸研究蓄積から、産業集積を捉えるキーワードとして、以下のものが挙げられるだろう。すなわち、地理・空間的要素、組織規模要素、（取引）関係性要素、そして外部経済性が不可欠であるということである。産業集積として捉えるには、ある程度限定された空間に多数の組織が立地していることと、当該組織間に何らかの関連性・（取引）関係性が存在していること、そして、その上で中小規模企業組織でも集積の経済性を享受できることが重要であるといえる。しかしながら、一方で、ここで想定されている集積の経済性は、生産体制上の経済性であって、最終消費者を想定した販路における経済性には、必ずしも重きが置かれてはいないということも明らかである。WeberやMarshallをみると、そこでは需要・最終消費者への積極的な

関心はみられない。基本的には生産地における供給側の条件から製造業の集積の発生を説明しているものと言える。また、Krugmanは、需要が集中する場所で生産活動が行われ、生産活動が行われる場所に需要が集中する（Krugman 1991）としたが、ここで言う需要とは何を指すのであろうか。いわゆるBtoBにおける買手の需要とBtoCにおける最終消費者としての需要の両者を含むと考えられるが、最終消費者を想定すると、それは当該地域内の人口規模により自明となってしまう。生産基地としての産業集積がどのような立地条件下で形成されるのかによって、それは変わってくるだろう。従って、意図的・明示的に最終消費者としての需要人口をどの様に設定するのかを考慮しておかないと、需要の外部効果の実現性に疑問が生じてくるであろう。

（２）産業クラスターの特徴

ここで、産業集積のさらに高次化した一タイプと言っても良いであろう産業クラスターの考え方を若干検討しておこう。Porter（1998a）によれば、「クラスターとは、特定地域において、相互に繋がった企業や機関の地理的集中である。クラスターは、競争にとって重要であり、ずらりと並んだ企業や他の存在の連結を含むものである。」とされている。また、「クラスターがもたらすものは、単なる経済効果に還元できない、協調かつ競争的關係に基づくシナジー効果である。」（Porter 1998b）とも主張されている。Porterによれば産業クラスターの形成におい

（５）以下を参照されたい。

中小企業庁編（1997）『中小企業白書 平成9年版』同友館。

て、投入資源である要素条件、関連企業・支援産業の存在、競争環境条件、そして需要条件という要因からクラスターの競争優位性が規定されることになる。それによって、様々な外部経済がクラスター内の経済主体にもたらされるのである。なお、クラスター形成の一番の魅力は、多様なイノベーションの誘引であろう。現代のような知識創造の経済社会においては、「クラスター内の、各組織に所属する、多様な知識労働者間の交流・対話から生まれるアイデアや新たな知識によって知識ストックを拡大し、イノベーションの源泉として活用していくことが求められている。クラスターの形成は、このような知識をベースとした「集積の経済」を生み出すことにより、イノベーションを駆動力とした、地域の競争優位性を獲得することを可能にする。」(田中 2014) ののである。

これらから言える事は、一般的に産業クラスターには、そこでもたらされる外部性の結果、イノベーションが生み出される集積の効果が期待されているということである。そして、この

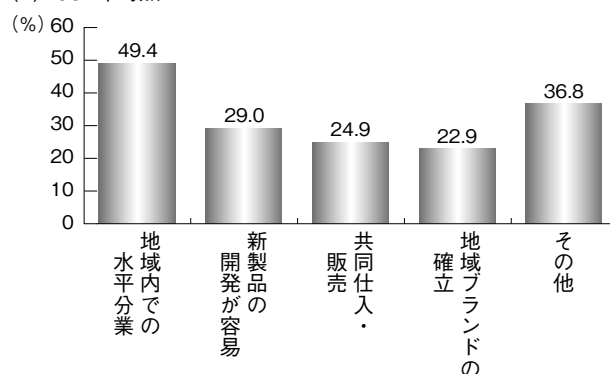
イノベーションと言う文脈においては、販路問題に対応するイノベーションも包含されると考えてよいであろう。と言うのも、供給側だけの発想では問題解決できないほどに、近年は最終消費者のニーズが複雑化し、最終消費者への適応が困難となってきたからである。マーケティング3.0の考え方に従えば、この最終消費者までをクラスターに取り込み、その関係性の中でイノベーションを生み出すことが求められるのである。しかしながら、この産業クラスターのような産業集積のタイプであっても、最終消費者のニーズ取り込みというところまでを想定した販路情報の共有化やその外部性の獲得においては、産地に形成される産業集積よりは、大都市近接の産業集積の方がよりその効果を発揮できるであろう。このことを次に確認しておきたい。

(3) 産業集積に対する評価点の変化

先ず、図表1にあるように、『中小企業白書 2003年版』第2部第4章第3節に基づく、産

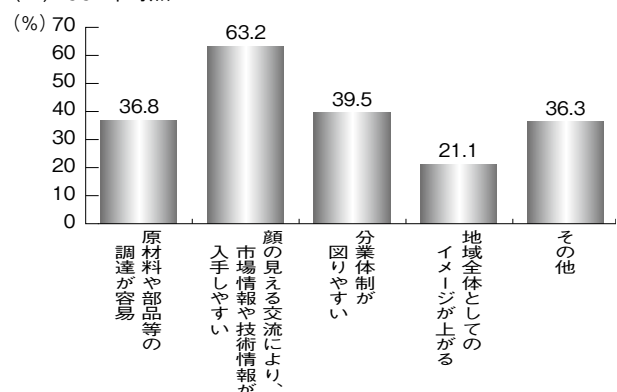
図表1：産業集積のメリット認識の変化

(1) 1991年時点



資料：中小企業庁「地域企業実態調査」(1991年12月)
(注) 複数回答のため、合計は100を超える。

(2) 2002年時点



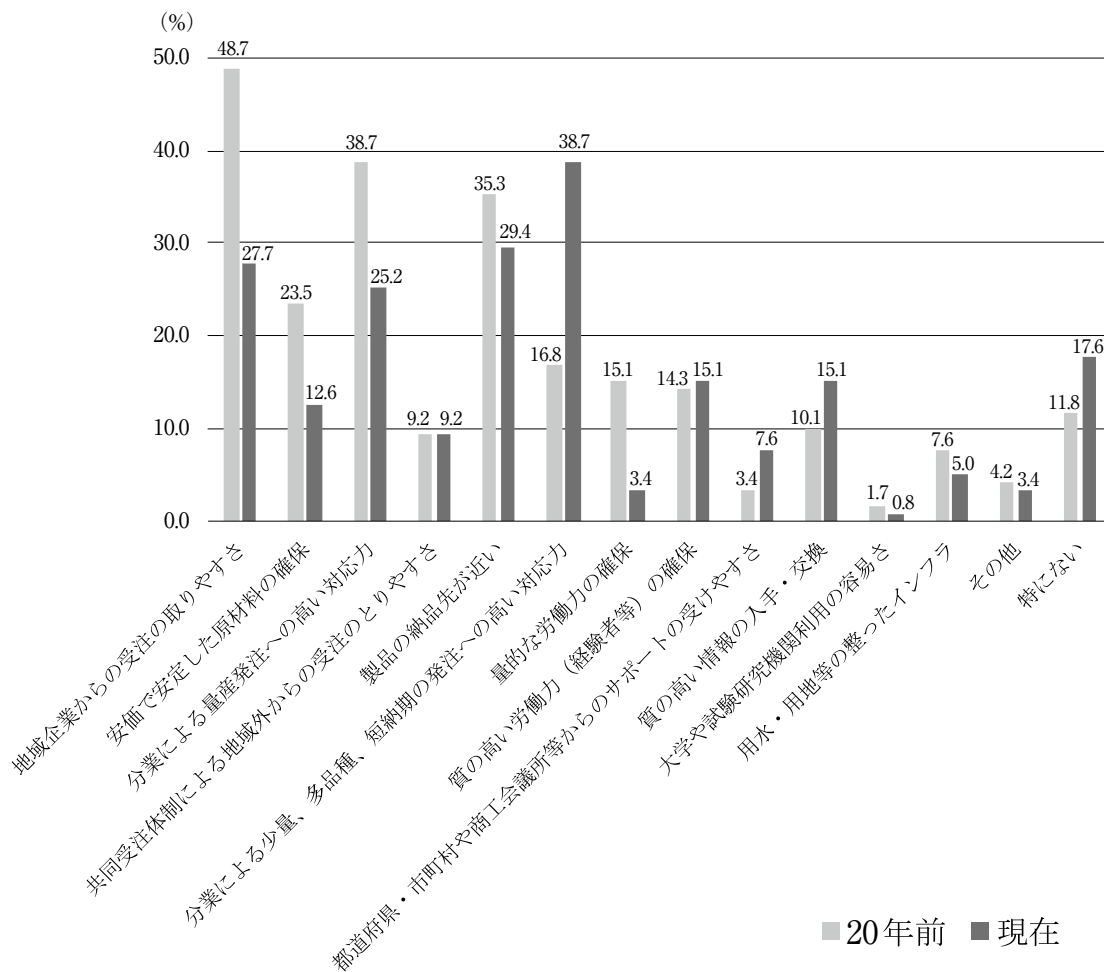
資料：価値総合研究所「新規成長分野の産業集落の実態と発展のための課題に関する調査」(2002年)再編加工
(注) 複数回答のため、合計は100を超える。

業集積のメリットについて、1991年には「地域内の水平的分業」が最も多く、49.4%に至っている。それが、2002年には「顔の見える交流により、市場情報や技術情報が入手しやすい」という回答が最も多く63.2%となっている。域内生産分業から、販路に関する情報入手に、産業集積のメリットとしての評価点が変わってきているということである。

次に、『中小企業白書 2006年版』（第2-415図）によると、**図表2**に示されているように、産業集積に対して優位であると考えている事業

環境の20年前比較では、最も高い評価をしている点が、「地域企業からの受注の取りやすさ」から「分業による、少量、多品種、短納期の発注への高い対応力」へと変わっている。20年前は、受注容易性、原材料・労働力の確保、量産への対応力、納品の近接性が高く評価されていたが、2006年現在では、少量・多品種・短納期への対応と情報の入手・交換が評価されている。総じて言える事は、従来の生産・販売システムから、市場動向等を把握していくことを重視する事業環境に変化しているというこ

図表2：産業集積に対する事業環境の優位性の変化（産地型）



資料：（株）産業立地研究所「産業集積に関する調査」（2005年12月）
 注）1. 20年以上同一集積地域内で操業している企業のみ集計した。
 2. 複数回答のため合計は100を超える。

とである。

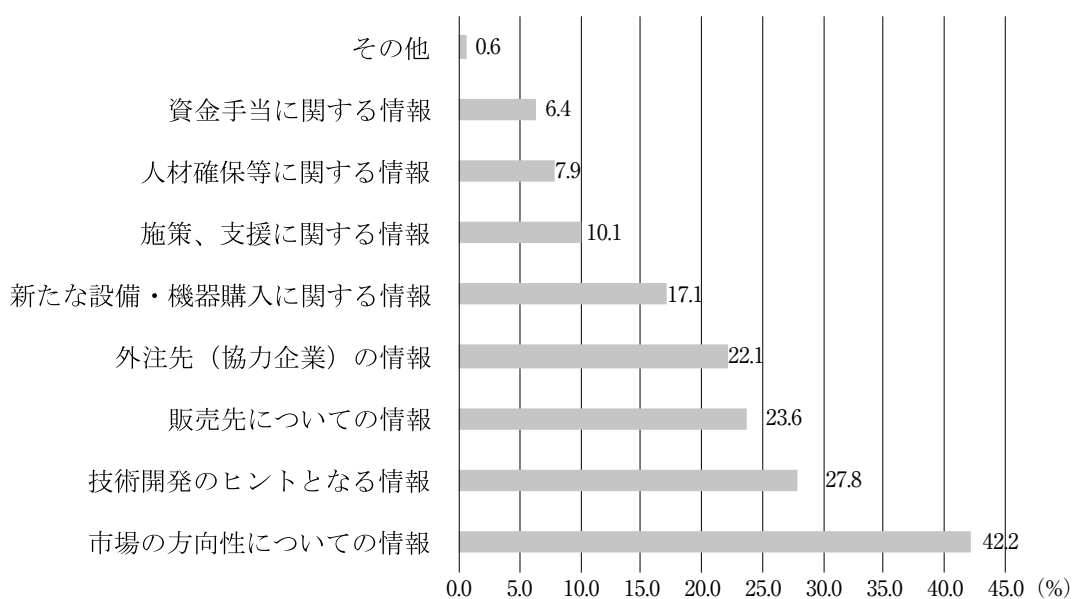
そして、『中小企業白書 2006年版』（第24-27図）による、**図表3**：集積内で入手する情報の重要性においては、最も入手されている情報は、市場の方向性に関する情報である。次に、技術開発のヒントとなる情報が重視されている。そして第三位として、販売先についての情報が重視されている。

以上から、近年産業集積に求められる役割が確実に変わってきていること、そして産業集積の課題と言える点が浮かび上がってくる。それは、市場情報の入手への評価である。全国の産業集積に位置している経済主体・企業が産業集積に対して有する評価において、**図表1**、**図表2**、**図表3**にあるように、市場に関する情報、販売先・販路に関する情報が重要視されてきている。従って、市場情報を産業集積内にどの様

に取り込むのかということが、産業集積に優位性をもたらす点でその重要性を増してきているのである。このことは、渡辺（2011）においても指摘され、「産業集積内に立地する企業の競争力を、産業集積の持つ経済性と関連づけて、……当該産業集積が、どのような市場・需要向けに形成され、そのような市場・需要に対して産業集積としてどのような経済性を発揮しているか、と言うことが問題となる。」と大きな着目点となっている。

これまでの産業集積の議論においては、生産地域における集積の経済性が論じられ、需要の外部性等に言及があっても、その需要が生産地域内のBtoBにおける需要であることをイメージし、産業集積外に存在する最終消費者等の需要であることが希薄なままイメージされてきたと言える。しかしながら、産業集積のメリット

図表3：集積内で入手される情報の重要性



資料：（株）産業立地研究所「産業集積に関する調査」（2005年12月）

（注）1. 集積内で得られる情報を重要視、もしくは特別重要視している企業について、集積内で入手する情報の内容について質問している。

2. 複数回答のため合計は100を超える。

形成には、近年では市場・需要の特性と密接に関連しているものであり、それにより競争力も規定されてくると言える。この視点は、一部において見られるものである。伊丹他（1998）においては、「産業集積というシステムにおいては、一般的に、「集積内分業」と「集積とマーケットの連関」という2つのサブシステムが作用している。①……、②リンケージ企業による、生産現場である集積内部と消費現場である集積外部との連関がそれである。」と、産業集積の機能遂行において、消費現場との関係性が主張されている。また、「産業集積は、生産現場である集積内部とマーケットとをつなぐ役割を果たす企業（リンケージ企業）の存在なくしては成立しえない。」（高岡 1999）と言う主張は、従来の二重構造モデルから産業集積モデルへの重点シフトのポイントとなる点であり、集積固有の経済性に関して、集積内分業の効用・効果だけではなく、市場との連関においてその重要性を見出している点では特筆すべきである。

3. 神戸市長田地域におけるケミカル・シューズ産業集積の諸特徴

既存研究のレビューと若干の資料から、以下の3点を仮説的な論点として導出することが出来よう。第一に、産業集積の形態は、市場・需要の特性と密接に関連しているということである。そして、それにより競争力も規定されてくる。第二に、従来の二重構造モデルから産業集

積モデルへのシフトが現代の産業集積の存続説明において有効である。それは、集積固有の経済性を集積内分業の効用・効果だけではなく、市場との連関においても見出されるべきであるということである。そして、第三に、同業種に留まらず、異業種交流からの集積形成や流通経路の垂直的経済主体の集積と言う視点も重要視しなければならない。もちろん、同業種産業集積と異業種産業集積の差異にこだわることも必要であるだろう。これについては先行研究⁽⁶⁾において、製造業においては異業種集積よりも同業種集積の方がその発展・成長において優位性が高いことが、指摘されている。しかし、同業種産業集積であれ異業種産業集積であれ、製造業の労働生産性と言う点では、人口規模の影響がより大きいことも指摘されている。これらは、都市レベルにおける分析でもあり、近接する都市間関係の存在は考慮に入れず、むしろ都市単体での分析となっている。本稿で考察する神戸市長田地域のケミカル・シューズ産業では、近隣に大きな都市を持つという立地性から、初期において異業種産業集積の可能性はあったと考える事はできる。また、大都市に近接するということから、最終消費者をその後背地に持ち、流通経路上の、特に川下流通経路における交流・連関は、可能性として有り得たと言える。これらの点で、神戸市長田地域に立地するケミカル・シューズ産業の集積を考察対象とすることには意義があると言えるだろ

(6) 以下を参照されたい。

大塚章弘 (2008) 「地域経済・産業の成長に対する産業集積効果の実証分析—1981-2002年における製造業と非製造業の比較—」『経済分析』第180号、pp.1-19。

Nakamura, R. (1985) "Agglomeration economics in urban manufacturing industries : A Case of Japanese cities," *Journal of Urban Economics*, 17-1, pp.108-124.

Tabuchi, T. (1986) "Urban agglomeration, capital augmenting technology, and labor market equilibrium," *Journal of Urban Economics*, 20-2, pp.211-228.

う。以下では、アンケート調査等による考察を加えるものとする。まずは、ケミカル・シューズ産業の現状について確認しておきたい。

(1) 神戸市長田地域におけるケミカル・シューズ産業の特徴

ケミカル・シューズ産業は、大正・昭和を経て神戸市長田地域と須磨地域を生産の場として発展してきた産業である。もともと港町として発展してきた神戸には、外国人居留地に居住する外国人を需要対象として、「神戸の靴」が一つの産業として根付いていた。⁽⁷⁾ 一方で、神戸港におけるゴムの輸入取り扱いが進んでいく。1904年当時、ゴム輸入の95%を横浜港が占め、神戸港は5%に過ぎなかったが、1911年（明治44年）には、神戸港の輸入比率は49%に上がった。その後大正期に入ると横浜港を抜き、トップとなり、1908年には英国タイヤメーカーであるダンロップの日本工場が設立された。ダンロップ社の技術力に支えられ、河路ゴム（1910年）、阪神ゴム商会（1912年）、内外ゴム・大正ゴム（1913年）などのゴムを扱う企業の創設が神戸の地に相次いだ。そして、ダンロップゴムなどから独立したゴム職人が、その技術を活用し、この地域で中小工場を設立させていったのである。これらの地域条件を基盤に、本格的なゴム靴を最初に生産したのは神戸の企業であるとされている。1916年（大正5年）に奈良県でゴム靴である「大和靴」が考案されているが、

それが加硫処理の技術と共に神戸の神港ゴム製作所へ伝わり、1918年ごろには加硫ゴム靴生産が神戸の地に定着し、大正期には生産が進捗するが、1923年（大正12年）の関東大震災により東京地域のゴム靴工業が大きな被災を受けたことにより、神戸地域でのゴム靴生産はさらに進むこととなったのである。⁽⁸⁾

その後の神戸ケミカル・シューズ産業の発展は、**図表4**にあるように、1995年阪神・淡路大震災による被災の影響が大きく、生産数量・生産金額共に大きく減少し、その後低位に留まったままである。しかしながら、大きなトレンドで見ると震災前から減少傾向にあることが分かる。震災はその減退を促進する、同スピードを上げるきっかけとなったとはいえるが、業界全体としては当時すでに中国など海外からの安価な製品の日本市場流入による影響から減退傾向にあったことは否めないだろう。一方で、**図表5**に見られるように、従業員一人あたりの売上高では、震災前の1,100万円から1,400万円へと増加している。これは、好むと好まざるに関わらず、震災による大きな被災から工場を中心とする設備投資の必要性から効率化が進んだものと思われる。しかしながら、標準偏差で見ると震災前の0.73百万円から震災後の1.56百万円へと拡大している。設備投資が進んだとはいえ、震災後速やかにそれを実行できたのは一部の企業群であり、他方で旧態依然とした低い生産性のままの企業群も業界内に残存しているという

(7) 以下を参照されたい。

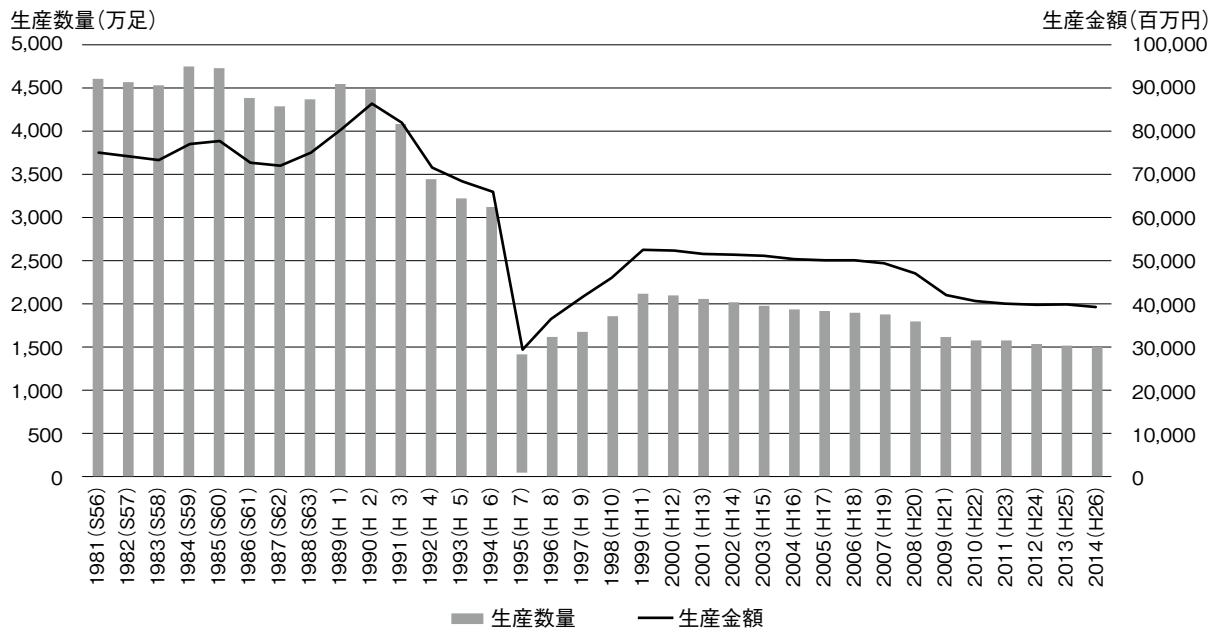
西村順二（2015a）「地域中小企業における産業集積と市場の関係性に基づく成長戦略－ケミカルシューズ産業の事例研究－」『甲南経営研究』56-1、pp.25-47。

(8) 詳しくは、以下を参照されたい。

関 博満・大塚幸雄編（2001）『阪神復興と地域産業 神戸市長田ケミカルシューズ産業の行方』新評論、pp.50-60。

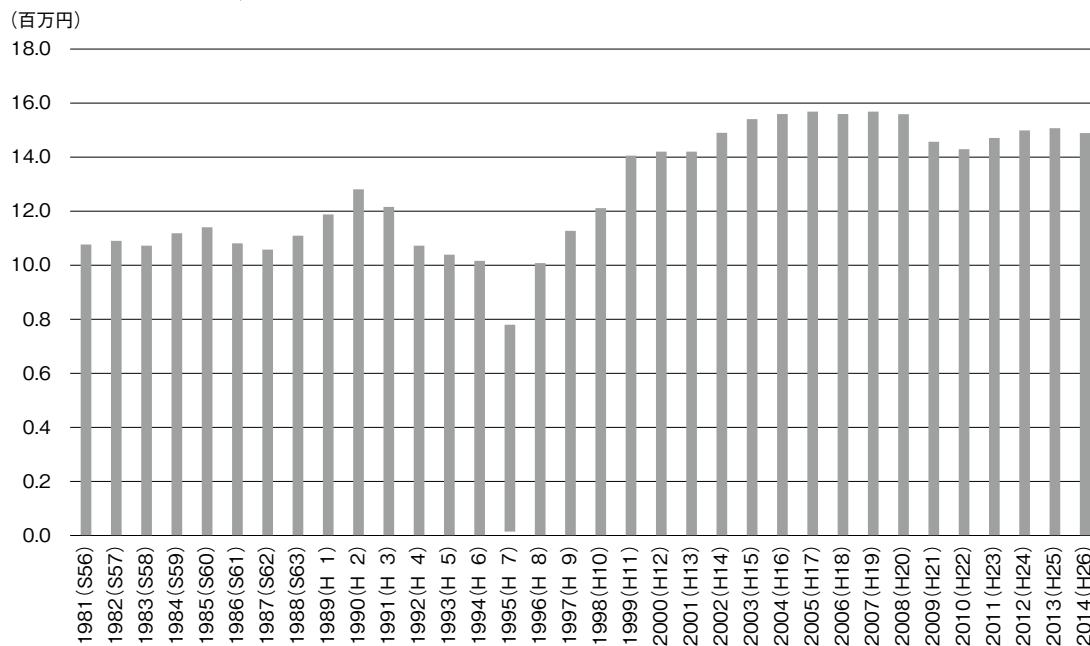
西村順二（2015a）「地域中小企業における産業集積と市場の関係性に基づく成長戦略－ケミカルシューズ産業の事例研究－」『甲南経営研究』56-1、pp.25-47。

図表4：ケミカル・シューズ生産数量と生産金額の推移



(注：日本ケミカルシューズ工業組合資料より筆者が作成)

図表5：ケミカル・シューズ産業における従業員一人あたり売上高の推移



(注：日本ケミカルシューズ工業組合資料より筆者が作成)

ことでもあろう。

それでは、現在の神戸地域におけるケミカル・シューズ産業の位置づけはどのようなのであろうか。図表6・7は兵庫県下におけるケミカル・シ

ューズ産業の相対的な位置づけを示したものである。図表6によると、工業統計表に基づく製造業としての位置づけは、兵庫県内ではその事業所比率は3.4となっている。一方で、従業員

数比率は1.1、そして製造品出荷額比率は0.4となっている。このことから、生産面では多数の事業が立地し、その従業員数は中小零細規模のものであり、製造品出荷額の面でも相対的に小規模なものとなっていると言えよう。また、**図表7**から、産業としては小売販売面でも、兵庫県内での位置づけは、相対的に小規模零細であるということが言えよう。

さらに、ケミカル・シューズ産業が生み出す付加価値と労働生産性についてみておきたい。

図表8と**図表9**は、神戸市全産業とケミカル・シューズ産業の付加価値率の推移と神戸市全産業とケミカル・シューズ産業の労働生産性の推移である。⁽⁹⁾ 1995（平成7）年1月の阪神・淡路大震災以降、ケミカル・シューズ産業の生み出す付加価値率（物価未調整）は全産業より低下している。しかし、これはその際に始まったものではなく、震災以前から業界全体として低迷傾向ではあったのだ。震災は、その低迷傾向を促進させた要因であって、低迷を引き起こ

図表6：兵庫県下におけるケミカル・シューズ産業の相対的ポジション（1）

	事業所数	従業員数（人）	製造品出荷額（万円）
兵庫県製造業計	10,871	383,164	1,578,463,943
ゴム製履物・同附属品製造業	74	660	578,782
プラスチック製履物・同附属品製造業	141	1,461	2,179,446
革製履物用材料・同附属品製造業	35	251	149,832
革製履物製造業	120	1,679	3,240,067
靴関係合計	370	4,051	5,966,641
兵庫県全体比率（%）	3.4	1.1	0.4

（注：平成19年：2007年 工業統計表より筆者が作成）

図表7：兵庫県下におけるケミカル・シューズ産業の相対的ポジション（2）

	事業所数	従業員数（人）	年間販売額（百万円）
兵庫県小売業計	49,503	326,731	5,487,306
神戸市小売業計	14,607	99,619	1,796,402
兵庫県靴・履物小売業	602	2,266	40,526
神戸市靴・履物小売業	257	921	11,858
兵庫県比率（%）	1.2	0.7	0.7
神戸市比率（%）	1.8	0.9	0.7

（注：平成19年：2007年 商業統計表より筆者が作成）

(9) ここで扱うデータは、『神戸市統計書』の各年次に基づくものである。このデータは、経済産業省『工業統計表』、及び総務省・経済産業省『経済センサス活動調査 製造業』の神戸市内事業所について、神戸市において集計されたものである。

なお、分析の対象は、2016年1月末時点で入手可能な『第30回 神戸市統計書（昭和25～26年）』（1953年4月神戸市発行）から、『第91回 神戸市統計書（平成26年度版）』（2015年3月神戸市発行）までにわたる掲載分から、時系列データとして利用できる従業者数4人以上のデータを用いている。製造品出荷額等「1年間（1～12月）における製造品出荷額、加工賃収入額、その他収入額及び製造工程からでたくず及び廃物の出荷額の合計であり、消費税等内国消費税額を含んだ額である。」

付加価値 「企業が事業活動を通じて新たに生み出した価値である。この付加価値が効率的に生み出されているか、どうかと言う事が、重要な企業の評価指標である。」

労働生産性 「付加価値÷従業員数」（この値が高いほど生産効率が高いと言える。）

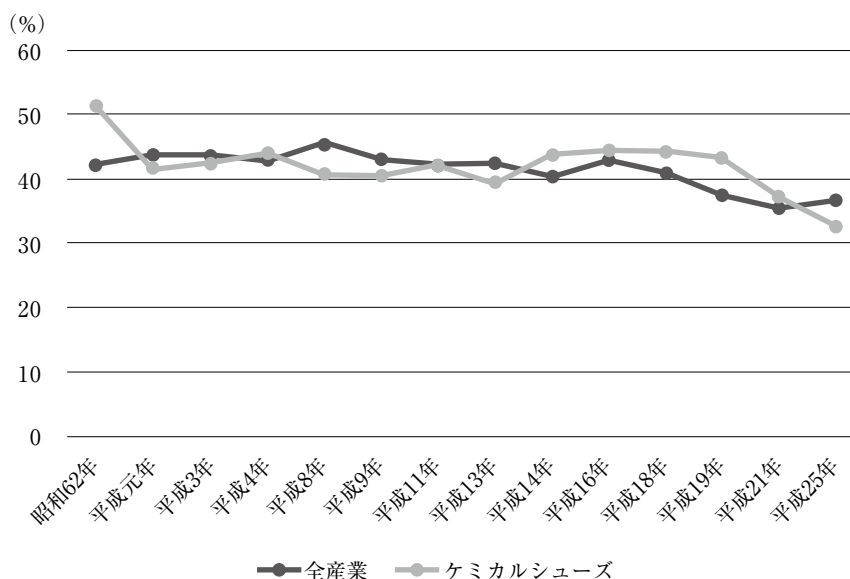
付加価値率 「付加価値額÷製品出荷額」（この値が高いほど付加価値の高い製品を市場に供給していると言える。）

した要因ではないと言える。そもそもケミカル・シューズ産業は、付加価値の高い製品として位置づけられているのではなく、価格競争力の高い製品としての位置づけであったし、今もそうだとということである。

また、労働生産性では、全産業と比べてケミ

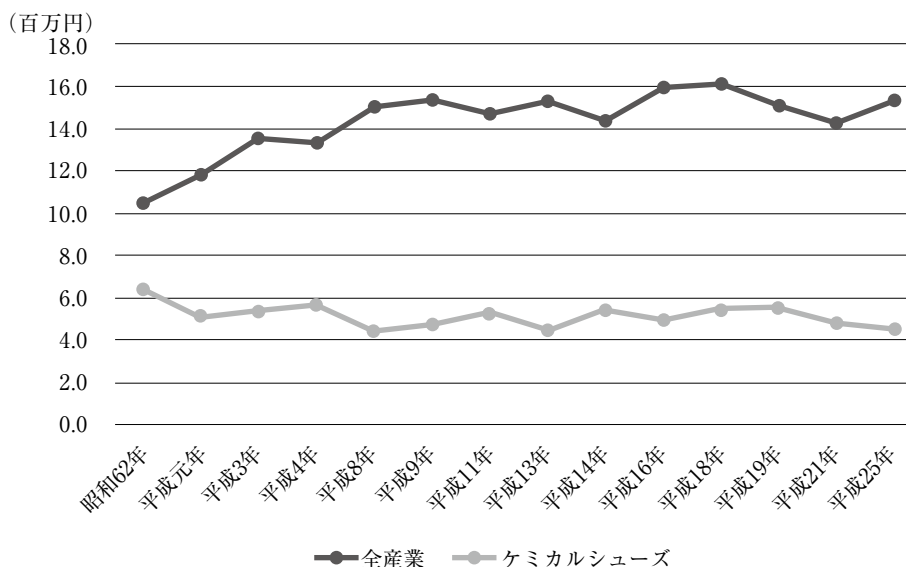
カル・シューズ産業は圧倒的に低く、阪神淡路大震災の影響もあるが、基本的には低いゾーンで横ばい状態であると言える。日本ケミカルシューズ工業組合のデータでは、一部生産性向上の傾向は見られたが、労働集約的産業であることはなんら変わっていないということであろう。

図表8 神戸市全産業とケミカル・シューズ産業の付加価値率の推移



注：『第30回 神戸市統計書（昭和25～26年）』（1953年4月神戸市発行）から、『第91回 神戸市統計書（平成26年度版）』（2015年3月神戸市発行）までにわたる掲載分から、筆者が作成。

図表9 神戸市全産業とケミカルシューズ産業の労働生産性の推移



注：『第30回 神戸市統計書（昭和25～26年）』（1953年4月神戸市発行）から、『第91回 神戸市統計書（平成26年度版）』（2015年3月神戸市発行）までにわたる掲載分から、筆者が作成。

(2) ケミカル・シューズ産業の調査結果

以上の様に、産業としての特徴を有しているが、個別の企業ベースでの事業状況についてさらに見てみよう。本調査は、神戸市長田地域に集積するケミカル・シューズ産業について、現状を捉えるとともに2001年からの変化について検討したものである。その概要は以下のとおりである。

調査概要

- (1) アンケート用紙配布期間
2014年12月9日～2015年1月14日
- (2) アンケート用紙回収期間
2014年12月11日～2015年3月20日
(リマインダー 2015年5月1日～5月末日)
- (3) 総配布数 106社（対象企業：日本ケミカルシューズ工業組合加盟企業89社、日本シューズ産業協同組加盟企業合16社、その他1社）
- (4) 総回収数 52社
- (5) 有効回答数 52社
- (6) 回収率 $52 / 106 = 49.1\%$
- (7) 方法 郵送留め置き・郵送回収、被験者自記入方式
- (8) 調査目的 1995年の阪神・淡路大震災後6年経った2001年に実施したケミカル・シューズ業界の実態調査と一部

比較しながら、現在のケミカル・シューズ産業の地域産業集積としての業界特徴や課題を確認する。

以下は、その結果である。なお、回収数の少なさから、他に複数の個別企業へのヒアリング調査も行われている。⁽¹⁰⁾ これらから総合的に考察したものである。

まず、回答者属性から確認しておきたい。図表10及び図表11にあるように、業界における法人化率は高い。株式会社化している企業は、78%にのぼる。帝国データバンクの2012年調べでは、全国の企業の平均開業年数は35.6年となっている。これに対して、ケミカル・シューズ産業では平均が42.4年であり、また51年以上の歴史を持つ企業が31%となっている。一方で12年未満の社歴を持つ企業が10%であり、長寿企業が多い産業ではあるが、新陳代謝はそれだけ進んではない産業である。

資本金規模では、図表12に見られるように、最も多いのが1,000万円以上—3,000万円未満の企業で、47%となっている。また、3,000万円未満では89%にあがり、中小零細規模の業界であることが分かる。

出自については、87%が製造業者から創業しており、卸売業者が7%、その他が6%で構成されている。本来的にものづくり志向が強い業界であると言える。生産形態をみると、ケミカル・シューズ単一生産企業が42%、ケミカル・

(10) 調査の詳細については、以下を参照されたい。なお、図表における回答比率の合計値は、小数点計算の都合上合計100と一致しないものも含まれる。
西村順二（2015a）「地域中小企業における産業集積と市場の関係性に基づく成長戦略—ケミカルシューズ産業の事例研究—」『甲南経営研究』56-1、pp.25-47。
西村順二（2015b）「地域産業における産業集積の特徴と課題—消費地近接性の有効化について—」『甲南経営研究』56-3、pp.53-85。
西村順二（2015c）「神戸市地場産業であるケミカルシューズ産業の実態調査」『KONAN BI Monograph Series』No.2015-001。
高龍秀・西村順二・崔相鐵・高龍弘・金成男・原田徳子編（2015）『成熟経済におけるケミカルシューズ』業界の新たな挑戦 報告書（一社）在日韓国商工会議所 兵庫。

シューズ以外の靴生産企業が46%、無回答が12%となっている。ケミカル・シューズ以外の靴に拡張していている企業群におけるケミカル・シューズ生産比率（図表13）からも、ケミカル・シューズ専業生産とケミカル・シューズ以外への生産拡張企業が拮抗しているが、ケミカル・シューズ以外に拡張している企業群では、それでもケミカルシューズ依存が高いのである。しかし、一方でケミカル・シューズ依存を低めている企業群も確実に見られる。これら

ら、ケミカル・シューズ産業では、なかなかケミカル・シューズ以外の分野へは参入できていないし、せいぜい革靴などの同一領域製品での拡張に留まっているといえる。なかなか、新規イノベーションを起しにくい業界風土があると言えよう。

また、図表14からは、売上高構成比ではレディース製品が多く、86%となっている。この中で定番商品が44%、ファッション製品が42%である。メンズ製品は12%と低く、女性向けの

図表10：組織形態

組織形態	実数	構成比(%)
株式会社	40	78
有限会社	7	14
合名・合資会社	0	0
その他	4	8
合計	51	100

図表12：資本金規模

金額	実数	構成比(%)
500万円未満	9	18
—1000万円未満	12	24
—3000万円未満	24	47
—5000万円未満	3	6
5000万円以上	3	6
合計	51	100

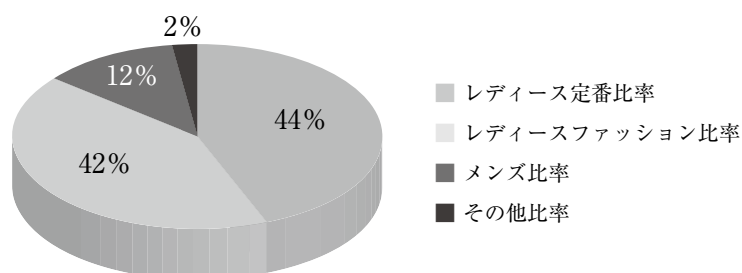
図表11：創業年数

期間	実数	構成比(%)
12年未満	5	10
12-20年	1	2
21-30年	9	17
31-40年	9	17
41-50年	12	23
51-80年	14	27
81-100年	2	4
合計	52	100

図表13：ケミカル・シューズ以外の靴生産企業のケミカル・シューズ生産比率

比率	実数	構成比(%)
25%未満	6	24
26-50%	4	16
51-75%	1	4
76-99%	10	40
100%	4	16
合計	25	100

図表14 売上高からみた製品タイプ別比率

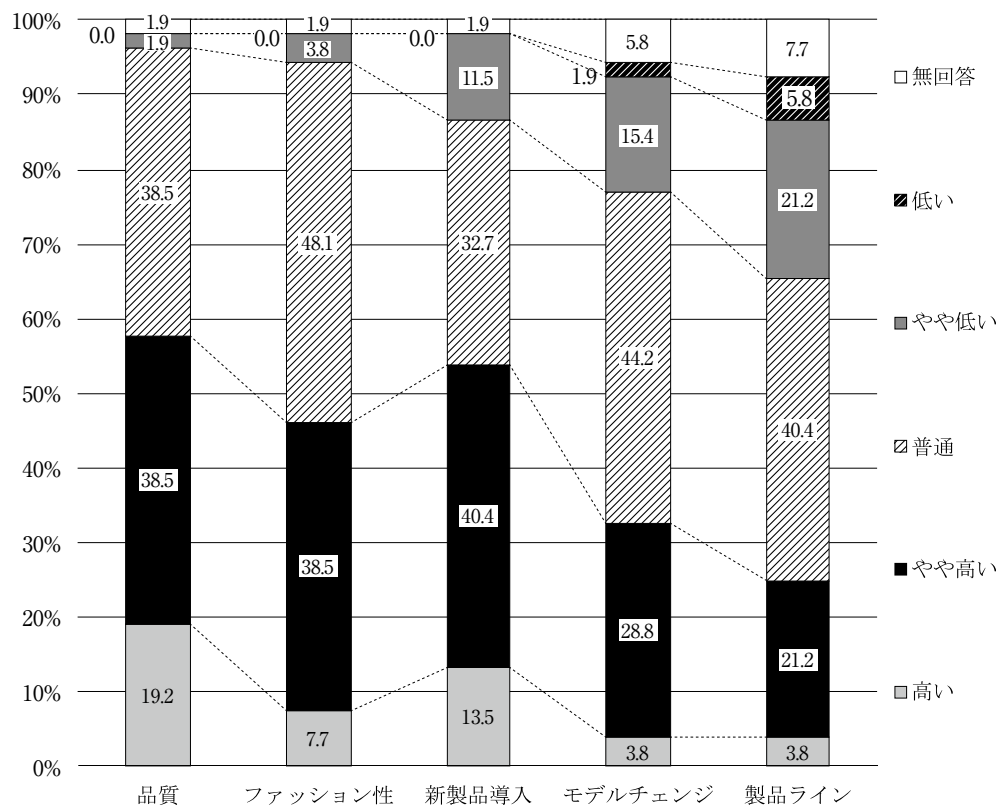


製品の取り扱いが中心であること、定番製品とファッション製品の両者による変動のリスク・ヘッジが図られているといえるし、一方で積極的な市場ニーズを導入した流行商品への挑戦はあまり進んでおらず、保守的な姿勢での製品構成志向であるということも言えるだろう。

以上から、相対的に長寿企業が多く、新規事業への進出は見られない。レディース製品取り扱いが多いが、定番品とファッション品の拮抗から、流行に対して革新的であるべき一方で、保守的な産業風土を持っているともいえる。また、神戸市長田地区での産業集積としては、産業クラスター的な多様な面での交流・相互作用関係があまり見られない状況であると言える。そして、その構造体質は、震災を経ても大きくは変わっていないと言えるだろう。

次に、マーケティング戦略に関する幾つかの項目、特に市場適応の面から、集積の特徴を考察してみよう。まずは図表15を見てみよう。取り扱い製品・製品戦略に対する評価が行われている。品質については高いという評価が、「高い」と「やや高い」を合わせて、57.7%と6割を占めている。「やや低い」が1.9%、「低い」が0.0%と、殆んどネガティブな評価をしてない。新製品の導入についても、同じように肯定的な評価が高く、「高い」13.5%と「やや高い」40.4%で53.9%に上っている。しかしながら、ファッション性の評価では「普通」と言う評価が48.1%と最も多く、肯定的な評価46.2%を上回っている。また、モデル・チェンジと製品ラインについては、肯定的評価はさらに減少し、それぞれに32.6%と25.0%となる。「普通」と言う評価が

図表15：製品の全体戦略に対する評価

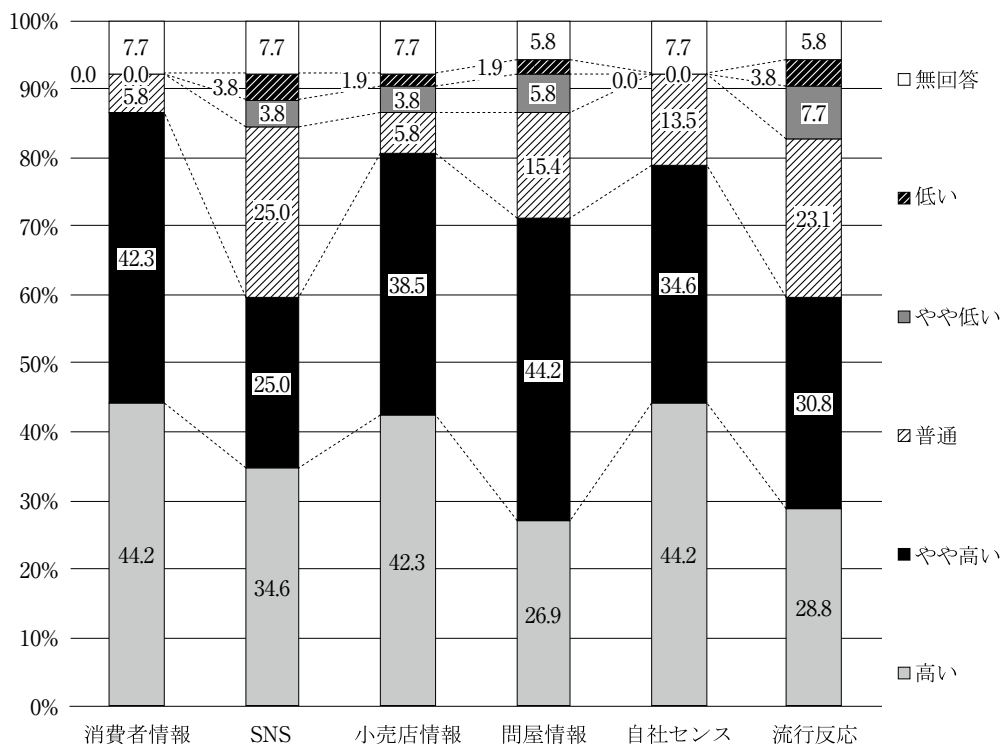


最も多く、44.2%と40.4%であり、否定的な評価を含めると、61.5%と67.4%となる。流行に対して敏感に反応するファッション性が高い製品を扱っているのであり、本来は新陳代謝も含め新製品導入やモデル・チェンジは進んで行くべきものであるが、十分に対応できておらず、これが課題となって製品ラインの評価が相対的には悪いものとなっているのである。

この製品に対する評価を消費者への適応と言う点から、もう少し見てみよう。図表16は、消費者情報の取り込みに関する評価である。消費者情報そのものに対する評価では、86.5%が取り込めているという評価をしている。しかし、それは先ずは小売店情報に依存している側面

を有する。それは小売店情報への評価において、80.8%と言う高い肯定的評価に現れている。また、問屋情報と自社センスへの評価もそれぞれに71.1%と78.8%と、高いといえる。ただし、SNSの活用と流行への反応では、やや評価は下がってくる。特に両者でのマイナス評価が、7.6%と11.5%と他に比べて、相対的には低い評価も存在する。また、問屋情報への評価でもマイナス評価が、7.7%であり、製品情報入手では小売業者への依存を見ることが出来るだろう。このことは、ヒアリング調査においても表れている。⁽¹¹⁾ ケミカル・シューズ産業内の個別企業の多くが、デザイナーは有しているが少数であり、多くの場合が大手小売量販店等のデザイ

図表16：消費者情報の取り込みに対する評価



(11) 産業集積としての鯖江市眼鏡産業および燕市金属洋食器産業、そして神戸市長田区のケミカル・シューズ産業の個々のヒアリング調査について、詳しくは、以下を参照されたい。

西村順二（2015b）「地域産業における産業集積の特徴と課題－消費地近接性の有効化について－」『甲南経営研究』56-3、pp.53-85。

高龍秀・西村順二・崔相鐵・高龍弘・金成男・原田徳子編（2015）『成熟経済におけるケミカルシューズ業界の新たな挑戦 報告書』（一社）在日韓国商工会議所 兵庫。

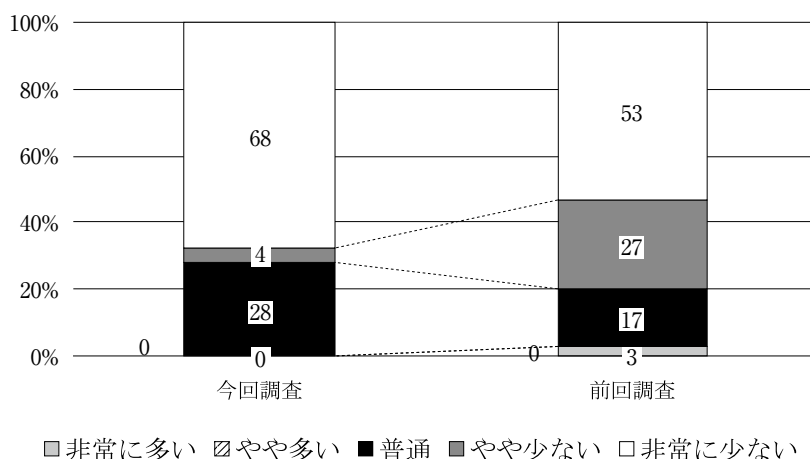
ナーと市場情報に基づき製品開発を進めている。自主的な消費者情報入手はそれほど行われてはいない現状である。

では、流通業者との関係性の中で市場への働き掛けである販売促進活動について、流通業者からの協力依頼はどうなのであろうか。図表17がそれを表している。現状では、流通業者からの販売促進協力依頼は少ないといえる。「非常に少ない」が68%、「やや少ない」が4%で72%が少ない評価であり、それに「普通」という答えを足して100%に至ってしまう。ほとん

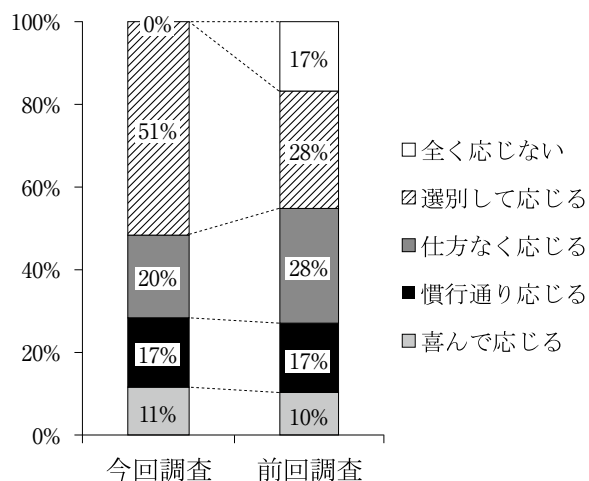
ど流通業者からは積極的な販売促進協力依頼はないということである。また、2001年に行った調査との比較からは、この傾向が進んでいることが分かる。

なお、この流通業者からの要請については、図表18にあるように前回2001年調査と比べて、今回2015年調査では「選別して応じる」という回答が大きく増大している。ネガティブな対応姿勢は減少している。これは消費市場への関心の現れであろうが、流通業者を通じての市場への関わりを志向しているということでもあ

図表17：流通業者からの販売促進協力依頼の有無



図表18：流通業者からの販売促進協力依頼への対応



ろう。

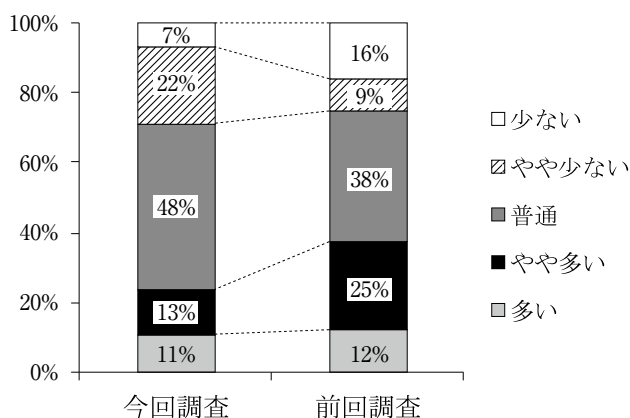
では、消費市場情報について流通業者を通じた入手についての評価はどうであろうか。図表19を参照されたい。「普通」という回答が最も多く48%、次に「やや少ない」が22%である。前回では多く情報を得ているという回答が37%であったものが、今回調査では24%と減少している。相対的には流通業者からの情報を重視してないということであろう。ここでは特に問屋情報が想定されていて、問屋からの離脱と、一方で大手小売業者との取捨選択した上での連携強化という実態から、マーケティング戦略上

のインバランスが存在していると言えるだろう。

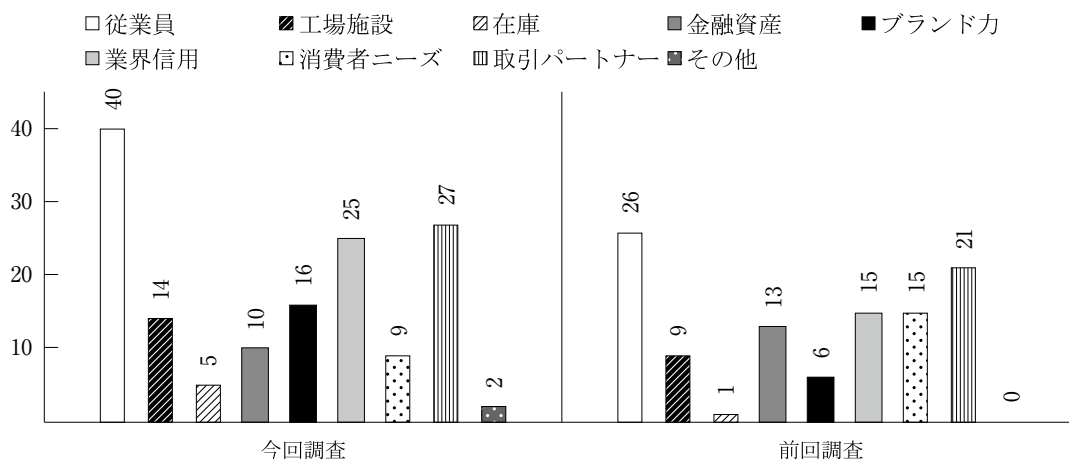
これは図表20における重要視する経営資源からもうかがえる。重要経営資源と考えられているのは、従業員、取引パートナー、業界信用である。そして、この傾向は前回調査と変わっていない。同じ傾向が今回調査でも見られる。しかし、ブランド力と在庫については今回調査では重要視されるようになり、逆に消費者ニーズは相対的には重要視されなくなっている。

もうひとつ、競合企業との共同化に肯定的な企業において、共同化の内容について確認した

図表19：流通業者からの市場情報入手



図表20：自社資源で重要視しているものの数 (MA)

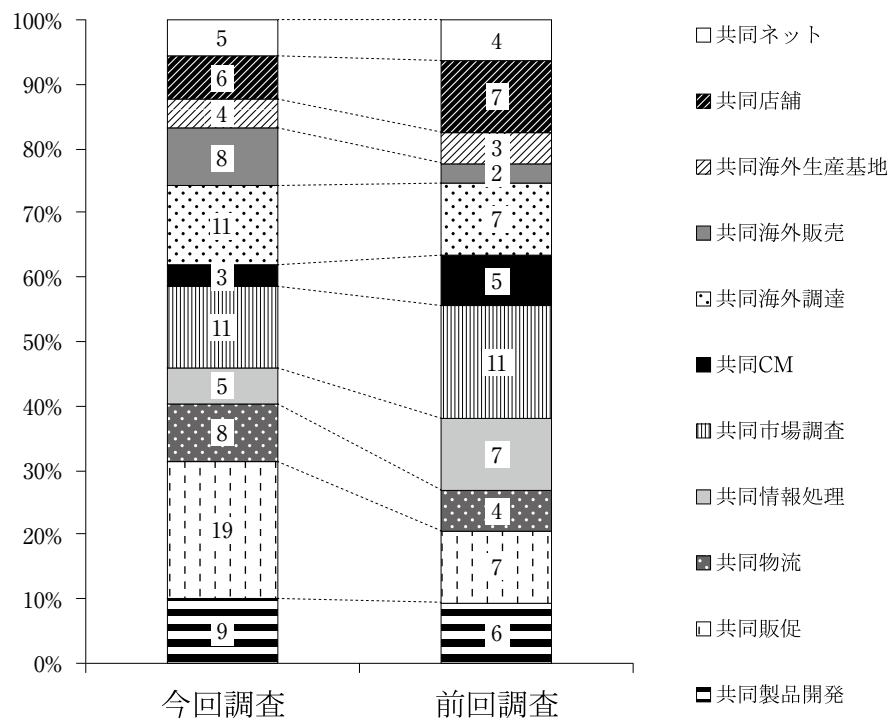


ものが図表21である。ここに示されているように共同化の内容としては、共同販売促進が最も多く、次に共同市場調査と共同海外調達である。前回調査との比較では、共同販売促進活動が増加でトップとなり、共同市場調査は変わらず重要視されている。また、共同海外調達、共同海外販売が増加している。販売促進、市場情報、調達・販売の海外対応という共同化の具体化が進み、多様な内容での共同化が実現していく時代に突入したということであろう。産業集積としての機能の視点から見ると、これら共同化にみられるように、同業種であり競合関係にもある企業が集積のメリットとして意識していることは、消費者適応における諸側面とグローバル対応であるといえる。

4. 産業集積における市場との距離

以上、これらの考察から、集積メリットの高度化と言う視点では、低いレベルに留まっているのが神戸市長田地域のケミカル・シューズ産業であると言える。それは、いわゆる「産業集積モデル」の視点に立つなら、産業集積として市場情報の入手に対して十分に機能していないと見受けられるからである。それでは、高度化した産業集積とはどういうものであろう。例えば、それは、新潟県燕市の金属洋食器産業集積や福井県鯖江市の眼鏡産業集積にみることができる。これら産業集積は、高度なレベルへ移行してきている産業集積と言ってよいだろう。そして、これらの事例からは、この産業集

図表21：共同化の項目（MA）



積の高度化をもたらす要因は、第一に消費地に対する近接性・遠隔性の問題と、第二に技術集約産業なのか、労働集約産業なのかと言う点に収斂できるだろう。⁽¹²⁾ 先ず、消費近接性と消費遠隔性である。上述の二つの産業集積は、産業集積内の卸売業者やリンケージ企業の活用により、本来的に存在していた消費者情報への遠隔性を、近接化させるシステムを内在化させたのである。それは、例えば、福井県鯖江市の眼鏡協会の設立とその構成であったり、新潟県燕市の金属洋食器に付加された「Made in TSUBAME」のブランド認証である。前者は、製造業者だけではなく流通業者までも含んだ組織であり、そこから共同してアンテナショップを東京青山や福井県鯖江市に設置し、Fukui291ブランドによる都市圏消費市場へのアプローチが行われている。また、消費者に向けてSBW（鯖江ブランド・ワークショップ）による地域ブランドの維持・管理が産業集積メンバーにより明確に行われている。一方、神戸市の長田地域のケミカル・シューズ産業集積では、卸売業者・小売業者への依存はみられるが、それは非対称関係であり、また集積単位としてのものではなく、各企業組織レベルでの関係性に留まっている。それはすなわち、集積としての水平的・垂直的共有化には困難性を伴うということである。さらには、大阪市や神戸市と言う消費地に近接しているがために、消費者情報は自明となり、あえてそれへの重要度が低くなる傾向にあると言える。

第二に、技術集約化と労働集約化という問題

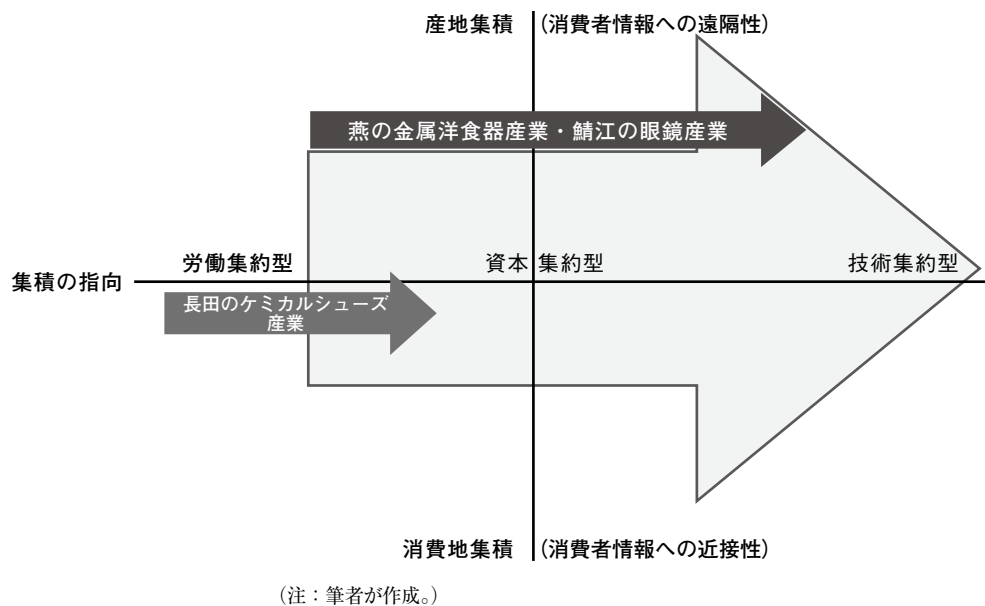
である。技術面での革新や他の産業への転用・応用ということでは、燕市や鯖江市の産業集積では技術の持つ意味を拡大解釈して、一部では資本集約化を目指しつつも、全体としては技術集約的産業へと変質しつつある。燕市では、金属洋食器製造において、磨くということへの特化、そして鯖江市では、眼鏡製造において、細く、軽く加工するということへの特化である。一方、神戸市長田地域でのケミカル・シューズ産業では、技術面において今なお小規模・労働集約的産業であるが故に、製造過程そのものの共同化・共有化は従来の下請け・系列関係を除いて、その他企業とは進めにくい状況である。これらに基づき、産業集積を位置づけたものが図表22である。

なお、本稿で言う消費近接性は、単なる空間的立地によるものではなく、心理的な距離、空間的・物理的距離、交通距離、そして何よりも消費者情報の入手容易性を組み込んだものであることをことわっておきたい。また、産業集積の消費近接性と言う場合に、商店街や卸売団地と言う産業集積も想定される。（石原2002）本稿では、その問題意識から産業集積内に消費情報をいかに取り込んでいくのという視点から消費の近接性を考察している。その意味では商店街や卸売団地であっても消費者情報への入手困難性が高いのであれば、それは消費遠隔的な産業集積ということになるだろうし、これらを特段産業集積とは異なるものとして論じるものではない。

(12) 以下を参照されたい。

西村順二（2015b）「地域産業における産業集積の特徴と課題－消費地近接性の有効化について－」『甲南経営研究』56-3、pp.53-85。

図表22 集約特性と立地特性からみた産業集積



5. 結論と残された課題

最後に、若干の結論的なポイントを整理しておこう。

産業集積内に、消費者情報を入手していく仕組み・システムが埋め込まれていないと、産業集積としての発展性は制約される。あるいは、企業組織内部への内製化が進行し、結果として集積のメリットは損なわれていくことになる。それが、神戸市長田地区に立地するケミカル・シューズ産業集積の姿であった。そこでは、空間的に消費地に近接しているがために、消費者情報は自明であるとする傾向から、集積としての消費者情報の積極的な取り込みは想定されていなかったと言えよう。また、労働集約的な

産業特性からの離脱の試みはほとんど見られなかった。それが産業集積の高度化への妨げとなっていたと言える。

但し、長田地域のケミカル・シューズ産業にも、集積としての幾つかの動きがみられる。それは、地域団体商標としての「神戸シューズ」(2014年3月7日認定)によるブランド化の動きや、他産業とのコラボレーションによる技術交流(例：ケミカル素材を活用し、また型押し技術の活用による「名刺入れ・財布」等の開発)からの新製品開発の胎動である。

今後の産業集積の成長・存続は、集積地のメリットを活用しつつ、消費近接性の確保と労働集約型から、技術集約型への移行が、一つの方向性となると言えよう。

【参考文献】

- 相原基大・秋庭太（2008）「研究ノート 産業集積における技術イノベーションの実現過程－鯖江眼鏡産地のフィールド調査を通した予備的考察－」『経済学研究』58-2、pp.114-129。
- 石原武政（2002）「小売商業集積との比較における産業集積の組織特性」『経営研究』52-4、pp.43-62。
- 伊丹敬之・松島茂・橘川武郎編著（1998）『産業集積の本質－柔軟な分業・集積の条件－』有斐閣。
- 大串葉子（2005）「産業集積地域の活性化とクラスター形成－新潟県 三条・燕の試み『オペレーションズ・リサーチ』（Vol.50）9月号、pp.629-636。
- 大塚章弘（2008）「地域経済・産業の成長に対する産業集積効果の実証分析－1981-2002年における製造業と非製造業の比較－」『経済分析』第180号、pp.1-19。
- 加藤厚海・石井真一（2005）「産業集積研究における動態的視点の検討」『経営研究』56-1、pp.167-180。
- 姜 尚民（2013）「産業集積の縮小による靴産業の構造変化－韓国の釜山地域の事例－」『立命館経営学』52-1、pp.143-172。
- 橘川武郎（2003）「産業集積研究の活性化と中小商工業経営の未来」『中小商工業研究』76、pp.62-71。
- 絹川真哉（2001）「産業集積は、偶然の産物か？我が国製造業の集積動向とその要因に関する実証研究」『研究レポート』No.107。
- 高龍秀・西村順二・崔相鐵・高龍弘・金成男・原田徳子編（2015）『成熟経済におけるケミカルシューズ業界の新たな挑戦 報告書』（一社）在日韓国商工会議所兵庫。
- 関 博満・大塚幸雄編（2001）『阪神復興と地域産業 神戸市長田ケミカルシューズ産業の行方』新評論。
- 高岡美佳（1999）「産業集積－取引システムの形成と変動－」『土地制度史学』第162号、pp.48-61。
- 田中利彦（2014）『先端産業クラスターによる地域活性化－産学官連携と地域ハイテクイノベーション－』ミネルヴァ書房。
- 中小企業庁編（1997）『中小企業白書 平成9年版』同友館。
- 中小企業庁編（2000）『中小企業白書 平成12年版』同友館。
- 中小企業庁編（2006）『中小企業白書 平成18年版』同友館。
- 西村順二・高龍秀・崔相鐵（2003）「神戸市地場産業復興のための経営的課題～ケミカルシューズ産業を中心に～」『甲南大学平生太郎基金科学研究報告書 2000-2001年度』第4巻下、pp. 641-700。
- 西村順二（2015a）「地域中小企業における産業集積と市場の関係性に基づく成長戦略－ケミカルシューズ産業の事例研究－」『甲南経営研究』56-1、pp.25-47。
- 西村順二（2015b）「地域産業における産業集積の特徴と課題－消費地近接性の有効化について－」『甲南経営研究』56-3、pp.53-85。
- 西村順二（2015c）「神戸市地場産業であるケミカルシューズ産業の実態調査」『KONAN BI Monograph Series』No.2015-001。
- 尹大栄・加藤明（2008）「眼鏡産業の日伊比較分析」『経営と情報』20-2、pp.1-19。
- 吉見隆一（2009）『平成21年度調査研究事業報告書 地場産業の現状と課題－燕・三条地域－』（財）商工総合研究所。
- 吉見隆一（2011）『平成23年度調査研究事業報告書 産業集積の現状と課題』（一財）商工総合研究所。
- 渡辺幸男（2011）『現代日本の産業集積研究－実態調査研究と論理的含意－』慶應義塾大学出版会。
- 綿貫正治（2012）「多角的な観点から見た産業集積地域内のネットワーク組織構造の予備的分析－洋食器製造の街 燕市を例に－」『現代社会文化研究』No.53、pp.1-18。
- Brusco S. (1982) “The Emilian Model – productive decentralisation and social integration”, Cambridge Journal of Economics, 6, pp.167-84.
- Ellison G. and E.L.Glaeser (1997) “Geographic Concentration in U.S. Manufacturing Industries: A Dartboard Approach”, Journal of Political Economy, 105, pp.889-927.
- Hanson G.H. (2000) “Scale Economies and the Geographic Concentration of Industry”, NBER Working Paper,8013.
- Henderson J.V. (1974) “The Size and Types of Cities”, American Economic Review, 64, pp.640-656.
- Krugman P. (1991a) “Increasing Return and Economic Geography, Journal of Political Economy, 99, pp.950-999.
- Krugman P. (1991b) Geography and Trade, Leuven University Press, Leuven. (北村行伸・高橋亘・妹尾美起訳『脱国境の経済学－産業立地と貿易の新理論－』、東洋経済新報社、1994年。)

- Marshall A., (1920) Principles of Economics, 8ed., Macmillan and Co., London (永澤越郎訳『経済学原理』、岩波ブックサービスセンター、1985年。)
- Nakamura R. (1985) “Agglomeration economics in urban manufacturing industries : A Case of Japanese cities,” Journal of Urban Economics, 17-1, pp.108-124.
- Porter M.E. (1998a) “Clusters and the New Economics of Competition”, Harvard Business Review, Nov. -Dec., pp.77-90.
- Porter M.E. (1998b) On Competition, Harvard University Press. (竹内弘高訳『競争戦略Ⅰ・Ⅱ』ダイヤモンド社、1992年。)
- Stigler G.J. (1951) “The Division of Labor is Limited by the Extent of the Market”, Journal of Political Economy, 59-3, pp.185-193.
- Tabuchi T. (1986) “Urban agglomeration, capital augmenting technology, and labor market equilibrium,” Journal of Urban Economics, 20-2, pp.211-228.
- Weber A. (1909) “Über den Standort der Industrien,” 1Teil. Tübingen:Verlag von J.C.B.Mohr. (篠原泰三訳『工業立地論』、大明堂、1986年。)