

5 - 2 立石・四つ木

5 - 2 - 1 葛飾区工業および立石・四つ木地域の歴史

明治維新以来、機械工業の輸入とともに、日本に従来から伝わる小規模組織で均一大量生産の不可能な家内工業は衰え、日本の工業生産の多くは工場工業にシフトしていく。しかし明治維新による劇的な社会改革による文明開化の余波は葛飾区にまで及ぶことなく、依然として江戸時代の延長として農村の姿を保っていた。「フノリ」「カワラ」「土器類」の製造、「鍛冶工業」など日常生活の需要を満たすためのものが、封建的手工業が農業の副業として行われていた。それら江戸時代から伝わる葛飾区特有の家内工業であった生産品や、化学工業としてのセルロイド玩具の製造加工などはいずれも機械化されず、葛飾区では依然として家内工業が存続した。

明治初期の葛飾区は純然たる農耕地帯であり、政府の殖産興業政策により民間企業が発達していたとはいえ、まだまだ工業の分野にまで影響を与えることはなかった。明治期における近代的規模の工業としては、1872（明治5）年創立の小菅煉瓦製作所、1887（明治20）年創立の金町煉瓦製造所、1889（明治22）年創立四つ木の日本製紐株式会社が存在するにすぎなかった。

1913（大正2）年に亀有町に日本紙業（現在の日本板紙）亀有工場が新設され、日露戦争後の日本の紙の需要の増大に対処するため、続いて1917（大正6）年、新宿町に三菱製紙中川工場と江戸川化学工業所（現在の三菱ガス化学東京工場）が創設された。いずれも葛飾区における近代工業の先駆けとなった。この他、1914（大正3）年には、旧本田村川端（現在の東四つ木渋江公園）の地に千種セルロイド工場が設立され、葛飾区における玩具産業の発祥の地となり、その後、渋江、川端、四つ木地域がセルロイド工業の街として発達し、都内のみならず、全国的にその名が知られるようになった。これは1920（大正9）年の不況により廃業となったが、従業員250余名を有する大工場であり、このためこの地域にセルロイド産業の家内工業が集中し、人口の増加をもたらした。

葛飾区が現在のように工業地帯として発達を遂げた原因は、その立地条件にあった。当時、物資の運送手段は、陸運より水運が特に重要視され、江戸川、中川、荒川、綾瀬川に囲まれた葛飾区は、今日のように自動車などによる道路輸送が発達していなかった当時としては、製紙工場操業に極めて好適な場所であった。

三菱製紙、江戸川化学（現在の三菱ガス化学東京工場）、日本紙業（現在の日本板紙）、日本建鉄（現在の森永乳業東京工場の場所）、浜野繊維、宮本染色、新理研工業、那須アル

ミ、東洋インキ、ミヨシ油脂等の各工場は中川、綾瀬川の舟運を利用する関係から設立されたものであった。また、舟運のみならず、これらの川の水を利用する工業として製紙業、染色工業、布さらし工業などが発達した。また、1894（明治27）年の総武線開通、1896（明治29）年の常磐線開通などにより鉄道輸送も可能となり、葛飾区は東京市街に近く、水陸両面にわたり交通の便が良い地として、工業が発展がもたらされた。

参考として、大正3年に三菱製紙によって提出された調査報告書の概要を載せる。大正初期の金町・新宿方面の事情を知ることができる。

工業変遷の概況

大正の初期から葛飾区の一部に発達した近代工業は、関東大震災を経て昭和期に入ると、さらに発展の一途をたどる。東京都統計部『東京の工業』によると1930（昭和5）年の調査では、工場数126、従業員数3,901人であった。これは従業員5人以上の工場についての調査であり、それ以下のものを合わせると約250の大小工場があったものと推定されている。その後、1932（昭和7）年の東京市への編入以後は地域の発展と相まって各種の大小工場が増加し、同年末の従業員5人以上を有する工場数は131、従業員数4,321人となり、さらに、1936（昭和11）年末には工場数207、従業員数7,178人と激増し、その年間生産額も3,000万円近くに達した。さらに1937（昭和12）年、日華事変勃発による軍需工業の活況と貿易発展の影響を受けて、葛飾区水元・奥戸・その他一部の地域を除いて、葛飾区内各地域とも工業地化が一層進み、1943（昭和18）年には工場数は約2,350に及び、年間生産額は極秘にされていたため明らかでないが、従業員数は実に58,000人と推計されている。

終戦を迎えると軍需工業を主とする工場の多くは、倒産あるいは事業の停止などで著しくその数が減り、1946（昭和21）年には、当時の推計によるとわずか630余りの工場数となり、従業員数も11,000人余りに激減した。その後、経済の復興と社会情勢の推移により、これらの軍需工業は全て平和産業へと転換された。その後、物さえ作れば高く売れる時期やドッジ政策の影響による不況の時期など浮沈の後、1950（昭和25）年の朝鮮動乱勃発による特需の発生は、当時の産業界に大きな活路を開くこととなった。朝鮮戦争の拡大とともに再び工場数の増加がみられ、従業員数についても同様であった。その後、1952（昭和27）年の四ツ木橋竣工による国道6号線（水戸街道）の整備、

平和橋の復旧など交通の発達と葛飾区の立地条件と相まって区内各地に工場の設立が目立ち、1953（昭和28）年末には大小合わせて2,117の工場を数えた。さらに、この傾向は年を追うごとに拍車がかけられ、1957（昭和32）年末には2,700と激増し、これらに携わる従業員数も43,696人に達し、年間出荷額も600億円以上（従業員4人以上の工場）にのぼっている。1955（昭和30）年代から1965（昭和40）年代にかけて、葛飾区産業界の発展と高度経済成長の波に乗って、工場設立は増加の一途をたどる。1965（昭和40）年代の半ばには、区内の工場数は大小合わせて4,600を越え、1955（昭和30）年代前半から2,000近い増加を示している。従業員数を見ると1967（昭和42）年末では63,000人強であったものが、1971（昭和46）年では56,000人強にまで減少している。工場数が増加しているにもかかわらず、従業員数が減少するという傾向は1975（昭和50）年まで見られ、これは高度経済成長とともに工場の機械化・合理化が進んだことで、人手を要しない部分が増えたことのほか、大企業の区外移転・企業規模の零細化などの理由によるものと思われる。1977（昭和52）年・1978（昭和53）年に工場数は若干減少した後、1979（昭和54）年にピーク（8,153工場）を迎えた。その後は、企業の地方あるいは海外への生産拠点の移転が進み、さらに、バブル経済崩壊後の長期景気低迷や急激な円高の進展等も大きく影響し、1983（昭和58）年以降から2000（平成12）年まで減少の傾向にある。

表5 - 2 - 1 大正初期の金町・新宿地域

道路	金町駅から前陸浜街道で新宿に達し、中川橋を渡って曳舟通りを西南に殆ど一直線に進む。この間坂路は無く、馬車交通が自在で、製品の運搬もこれによることができる。
汽車	常磐線で35分、上野駅から金町に達す。横浜輸入の貨物（主にパルプ）は神奈川、品川、池袋、田端、日暮里を回って汽車運搬によることができる。
電車	京成電鉄の電車は18分毎に発車し、職工・使用人の出入りに便利である。
水路交通	<p>中川は夏季稲作の盛んな時は水量が多く、横浜から直接往来船を通すことができる。</p> <p>東京府による江戸川改修設計従来江戸川に流していた田用排水を中川に流す計画を立てた。これによる中川の水量増加に備え、中川の水運は更に改善されるに違いない。</p>

葛飾区 1985 『葛飾区史』より作成

表5 - 2 - 2 葛飾区工場数・工場従業者数・工場製造品出荷額の推移

	葛飾区工場数 (工場)	葛飾区工場従業者数 (人)	葛飾区工場製造品出荷額 (億円)
昭和5年	126	3,901	
7年	131	4,321	
11年	207	7,178	
18年	2,350	58,000	
21年	630	11,000	
28年	2,117	29,605	
32年	2,700	43,696	600
40年	4,760	66,291	1,812
42年	4,571	63,618	1,975
46年	4,605	56,026	3,112
47年	4,564	52,714	3,193
48年	5,160	52,700	3,734
49年	5,089	49,425	4,223
50年	5,178	46,391	3,687
51年	7,394	55,234	4,887
52年	7,138	52,780	4,976
53年	7,050	51,347	5,048
54年	8,153	54,340	5,815
55年	7,847	52,737	6,326
58年	8,131	51,275	6,374
60年	7,662	50,022	6,921
63年	6,683	42,973	6,385
平成2年	6,498	43,606	7,137
5年	5,811	36,839	5,838
7年	5,471	33,545	5,312

10年	5,593	32,338	5,130
12年	5,048	28,723	4,558

東京都統計部 『東京の工業』

表5 - 2 - 3

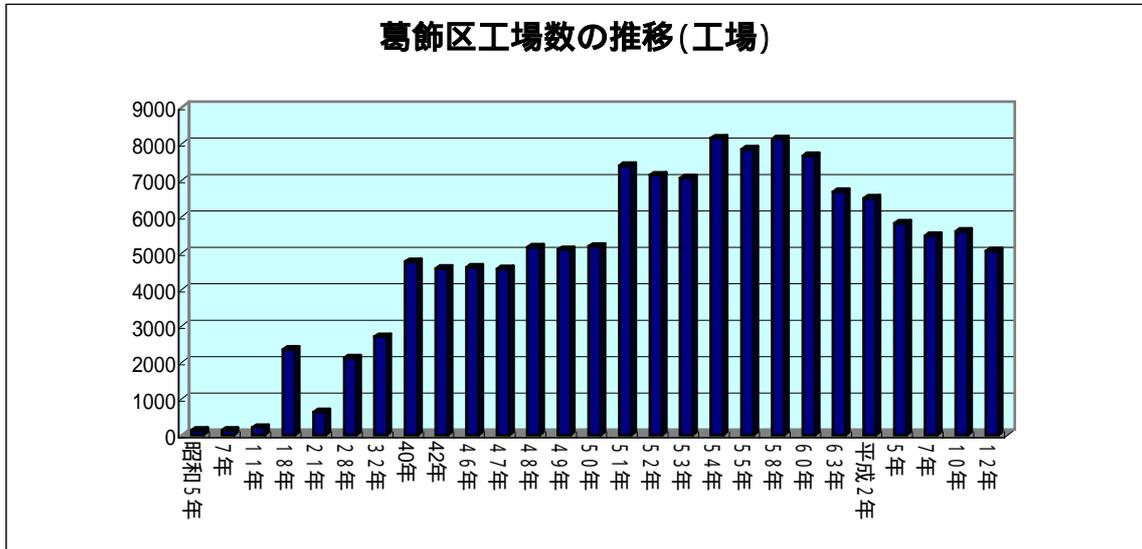


表5 - 2 - 4

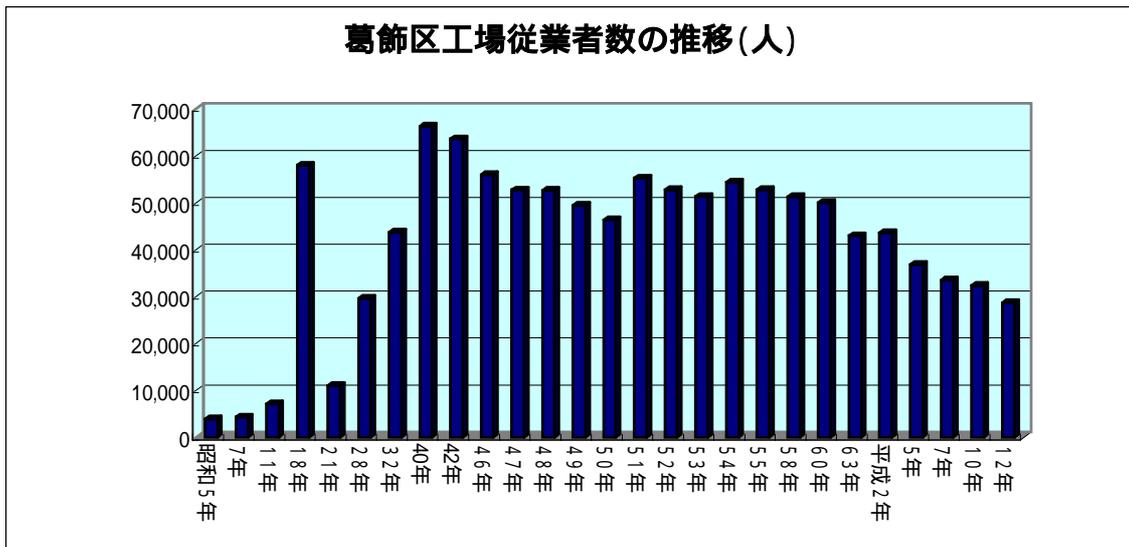
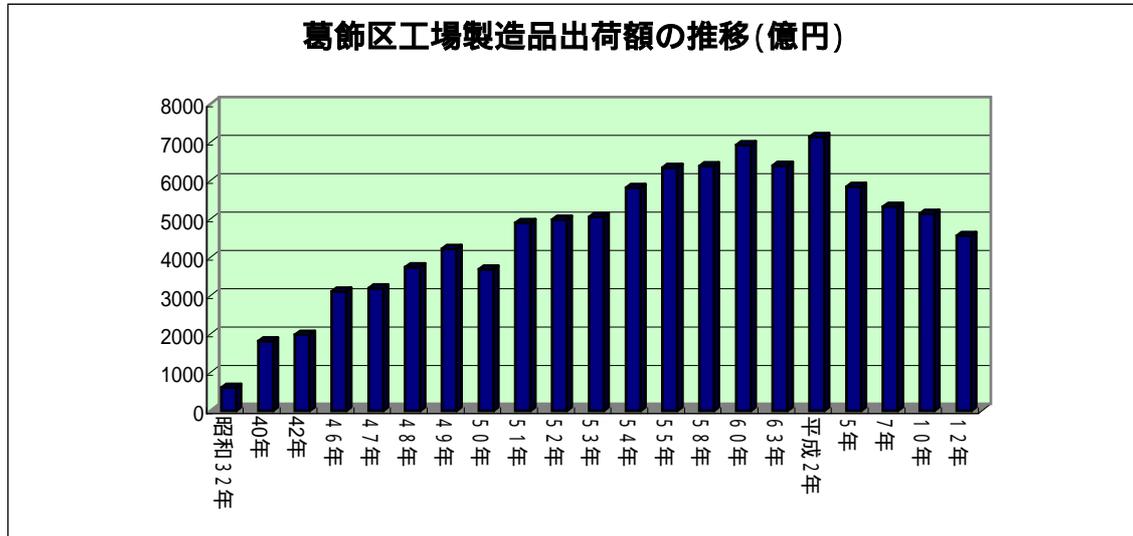


表5 - 2 - 5



以上 東京都統計部『東京の工業』

5 - 2 - 2 工業の現状

(1) 工場の現状

工場の概況・特徴

東京都城東地域の一画を占める葛飾区は、東京を代表する工場集積地域のひとつである。平成12年工業統計調査をみると、工場数は5,049工場で、東京都区部では大田区の6,165工場に次いで第2位、従業者数は28,745人で、東京都区部においては大田区、板橋区、墨田区に次いで第4位に位置している(2000(平成12)年12月31日現在)。これを東京都全体と比較すると、工場数は全体の約8.1%、従業員数は全体の約4.6%となっており、葛飾区が東京都の工業においてかなりのウエイトを占めているとわかる。しかし、絶対数でみると、工場数は1979(昭和54)年の8,153工場をピークに年々減少しており、それに伴い従業員数も減少している。そして、この傾向はこれからも継続していくものと思われる。

葛飾区の工場にはいくつかの特徴がある。

一つ目は、葛飾区の工場の大半が、いわゆる中小零細企業と呼ばれる、小規模の企業であり、また自社ブランド製品を持たないいわゆる下請け工場であるということである。図5-2-1の規模別工場数の割合をみていただくと、従業員数が1~3人の企業は60.4%、4~9人の企業は28.8%であり、このふたつを合計した従業員数10人未満の企業が全体の約90%にもなっており、葛飾区のほとんどの工場が小規模工場であるとうかがえるだろう(1998(平成10)年12月31日現在)。次に、図5-2-2の自社ブランドの有無と図5-2-3の生産形態をみていただくと、自社ブランドの有無において、「自社ブランド製品がある」と答えなかった企業は約85%にものぼり、また生産形態において「受注生産」と答えた企業が約80%にもなっていることから、葛飾区の大半の工場は下請け・孫請けの工場であるとうかがえる。

二つ目は、葛飾区の工場の多くは、働くところと住むところが同じまたは近い職住近接型の工場であり、また同時に、工場と住宅が同じ地域内に入り乱れている住工混在型の工場でもあるということである。まず、図5-2-4の「経営者の居住地」と図5-2-5の「従業者(常雇者)の居住地」についてみてみると、経営者の76.7%が、従業者(常雇者)の49.4%が葛飾区内に居住しているとわかる。次に、図5-2-6の「用途地域」についてみてみると、「工業地域」が8.3%、「準工業地域」が45.6%で、これら工業系用途地域での操業は53.9%に過ぎない。また、図5-2

- 7の「経営者の住居と工場の位置関係」をみると、経営者の住居と工場が「同一の建物」が55.6%、「同一の敷地」が16.4%と、7割以上が住居と工場の場所が同じである、住工併用型の工場であるということがわかる。以上のように葛飾区の工場は、職住近接の傾向が高く、また工場と住宅が混在している状況であるとうかがえるだろう。

三つ目は、葛飾区には非常に多種多様な業種の工場が存在するが、その中でも城東地域の特色である日用消費財を中心とした雑貨（軽）工業部門に分類される工場が多いということである（図5-2-8、表5-2-6参照）。「皮革同製品製造業」や「衣服その他製造業」、「ゴム製品製造業」等雑貨（軽）工業部門に分類される工場は55%にもなる。このなかでも、工業用ゴムをはじめとする「ゴム製品製造業」は、葛飾区の地場産業として全国的な主産地となっている。また、「その他製造業」の割合も高くなっている。これは、「その他製造業」に分類される「玩具製造業」や「貴金属製品製造業」、ペン・鉛筆等「文具製造業」、アクセサリ等「装身具製造業」の工場が葛飾区には多く存在しているからである。さらに、玩具やシャープペン・ボールペン、装身具などもまた、葛飾区の地場産業として全国的にも主産地となっている。重化学工業部門をみると、プレス業・メッキ業をはじめとする「金属製品製造業」が産業中分類上一番高い割合で存在していることがわかる。また、「金属製品製造業」の中でも、ボルト・ナット製造業は全国的にも主産地となっている。しかし、この「金属製品製造業」が葛飾区の工場の約25%も存在することから、葛飾区は重化学工場も盛んだと、単純にとらえるのは誤りで、「金属製品製造業」に属する工場では雑貨（軽）工業部門の生産を支えている（たとえば、口紅のケース、ハンドバッグの口金など）工場も多い。機械工業部門でも同様で雑貨（軽）工業に関連した工場が多いのである。

工場の実情

現在の葛飾区の工場の経営状態を述べると、大部分の企業は思わしくない、厳しい状態といえるだろう。図5-2-9の「生産額（仕事量）の動向（一位品目の増減）」をみていただくと、約7割りの企業が生産額が減少していると答えている。

その原因として、まず一番に挙げられるのは日本経済の不景気の影響である。先にも述べたように、葛飾区の工場の大半は小規模下請け工場であり、こういった企業は大企業よりも不景気の影響を直に受けやすい。下請企業は親企業の経営状態が悪くなると、切り捨てられて受注がなくなることもあるのだ。

ほかには、中国を中心としたコストの安い海外や日本国内の地方との競争の激化も原因のひとつとして挙げられる。葛飾区の特徴である、雑貨（軽）工業の生産体系を例に挙げると、以前は台東区など東京都の中心部にある問屋が当該産業をリードし、それを取り巻く墨田区などの製造卸（メーカー）が生産の中心となり、葛飾区など外周部の加工業者群を統括するといった体系が形作られていた。ところが近年、情報化の進展や国際化の進展、企業のコスト削減などの影響で、生産部門が地方や海外へ流失している。葛飾区の工場はこれら地方や海外製品との厳しい競争の中で、非常に苦しんでいる状況である。インタビュー調査のなかでは、特に中国の影響が多大であると、お話を伺った方々が皆おっしゃっていた。「中国とコストで争った工場は、つぶされていった」

【1】とのお話どおり、葛飾区の大半である中小企業ではコストの安さだけで争うというのは非常に難しいというのが現状である。つまり、コストの安さ以外の何かで中国に対抗していかなければならないのだ。今回インタビューさせてもらった工場ででてきた、中国製品への対抗策としては、独自の技術力で勝負という企業と、環境で勝負という企業があった。前者は、いわゆる町工場といった感じで、ボトルやナットなどの金属部品を主に扱う小規模の工場であるが、社長自らが独自の加工機を開発し、コストの廉価や納期の早期化、安定化を実現している。「中国の影響で仕事が減った」【2】とおっしゃっていたが、現在も新製品の開発中であり、非常に積極的な姿勢がうかがえる。後者は、ゴム資材販売・ゴム製品製造を主に扱っている、中小規模の企業である。この企業はISO14001【3】を2000（平成12）年4月に取得していて、このISO14001を活かして経営している。具体的なISO14001取得過程および取得後の効果としては、廃棄物の減少を目標としての従業員の意識改革や社内コミュニケーションの促進や、廃棄物の減少に伴う廃棄コストの減少やエネルギーコストの減少、また環境に悪影響を及ぼさない新製品の資材販売などが挙げられる。今後はISO14001の活動の中で、自社の工程に試していることに成果があがったら、それを外販に結び付けていくとのことで、ISOを軸に環境に配慮した商売を心がけることで中国に対抗していこうというものである。環境に対する社会的な関心は年々高まっており、近年ではISOを取得していないと、取引をしないとといった企業も出てきており、ISOというのは非常に強力な道具になるのではないかと思う。以上の二つの企業の事例は中国への対抗策を持っている企業であったが、今回のインタビューの中でも、「今のところ対抗策はない」【4】とおっしゃる企業もあった。生き残るために、いろいろ試行錯誤をしているが、特にこれと

いった決め手になるようなものが出てこないといった状況なのであろう。

それから、これは少し特殊な原因かもしれないが、作っている製品の需要、市場自体がなくなってきているという工場もあった。その工場は、ブリキ玩具を製造している小規模の企業である。葛飾区は玩具の町として知られているが、以前その名を支えたブリキ玩具は、1950（昭和25）～1965（昭和60）年頃は海外輸出を中心にかなり売れたが、現在は市場自体がほとんどないという。また、たまに話がきても、少量多種の依頼がほとんどで、型にコストがかかるブリキ玩具では採算が取れないということで、話が合わないことが多いとのことだ。社長は廃業志向であったが、「ブリキの博物館的なものをつくりたい」【5】とおっしゃっていた。ブリキ玩具は工業製品としては価値が薄れてしまったが、文化や芸術としては非常に価値があると思うので、社長の希望はぜひかなえてもらいたいと思う。ブリキ玩具のような付加価値のある工業製品に限られてしまうかもしれないが、こういったケースも、工業の生き残るひとつのかたちであると思う。

以上のように、葛飾区の工場の経営を苦しめている主な原因を挙げてみたが、葛飾区の工場はこれら外的原因のほかにもさまざまな問題点を抱えている。まずは図5-2-10の「操業上の問題点」をみると、一番の問題として挙がっているのが後継者問題である。図5-2-11の「後継者の有無」をみるとわかるが、葛飾区の工場の半分以上が後継者はいないという状況である。今回のインタビュー調査でも、自分の代で廃業するという工場がいくつかあった。しかし、この後継者問題は物が売れないということにより発生する二次的問題で、物が売れて繁盛すれば自然と後継者は出てくるという話も聞かれた。次に多い、「工場面積が狭い」や「施設の老朽化」といった問題は、解決するにはかなりの出費が予想され、資金繰りが大変な葛飾区の大半の工場ではこれを解決するのは難しいといえるだろう。また、「工場は手狭だが、仕事も増えないからかまわない」【1】といった話もあった。

次に、工場と行政とのかかわりについて述べよう。まず、図5-2-12の「行政への要望」についてみると、融資制度の充実を求める意見が一番多く、次いで受発注情報の強化、技術提供となっている。行政の取り組みについては、後に詳しく述べるのでここでは割愛させてもらうが、今回インタビュー調査をして感じたのが、工場側の方々の多くは行政を評価していないし、期待もしていないということだった。また、「行政の融資を受けたいが、融資制度についてよくわからないし面倒な感じもある」【2】と

いったお話もあり、工場と行政間の情報伝達や連携はあまりうまくいってはいないのではないかと思うところもある。

次に、葛飾区の企業交流について述べよう。図5 - 2 - 13の「企業交流について」をみてわかるとおり、積極的に参加しているのはたった2.9%に過ぎず、とても企業交流が盛んだとはいえない状況である。インタビュー調査の中でも、同業種交流会も異業種交流会もあまり意味はないという意見が多く聞かれた。しかし、中には異業種交流会は非常に有意義だという意見もあった。この異業種交流会については後に詳しく述べる。

最後に、葛飾区の工場の今後の事業展開について述べよう。図5 - 2 - 14をみていただければわかるとおり、現在の事業をこれからもやっていくというのが、「現在の事業」と「現状維持」をあわせて53.4%になり、半分以上にのぼっていることがわかる。新しい分野に挑戦しようという人は数少ないのだ。また、「休業・廃業」という意見が21.4%もあることが今の葛飾区の工場の現状を物語っているといえるだろう。

以上、葛飾区の工場の実情を述べて、全体的に統括すれば、はじめにも書いたとおり、葛飾区の大半の工場は非常に苦しい状況にあるといえる。インタビュー調査の中では、「葛飾区の製造業の成長は望めない」【6】と断言された方もいた。それだけ厳しい状態だということであろう。しかし、全ての葛飾区の工場が厳しい経営状態というわけではない。じつは、今回インタビュー調査を行った中で、「不景気の影響は受けていない」【7】とおっしゃった方がいた。この工場は、もともと銀座で両替商をしており、その関係で貴金属加工をするようになり、現在では歯科医療器具や半導体の製造へと、事業を拡大してきた。その技術力は日本トップクラスということで、「売り先はいくらでもある」【7】という発言にもうかがえるように、経営状態は良好といえるだろう。この企業は、積極的かつ既存の技術を活かした新分野への進出で成功した企業の好例といえるだろう。これからの葛飾区の工場が生き残るためには、現状を維持するだけでなく、積極的な事業展開が求められている。今まで培った技術を活かして、新たな事業へと挑戦していくことで今の厳しい状態を打ち破ってほしいと思う。

* インタビュー調査対象工場一覧

企業名	業種	従業員数
有限会社 A	金属部品製造業	6人
B 株式会社	ゴム成形品製造加工業	10人
有限会社 C	金属玩具製造業	9人
D 株式会社	染色業	25人
株式会社 E	貴金属加工・販売	21人
有限会社 F	金型、プレス業	

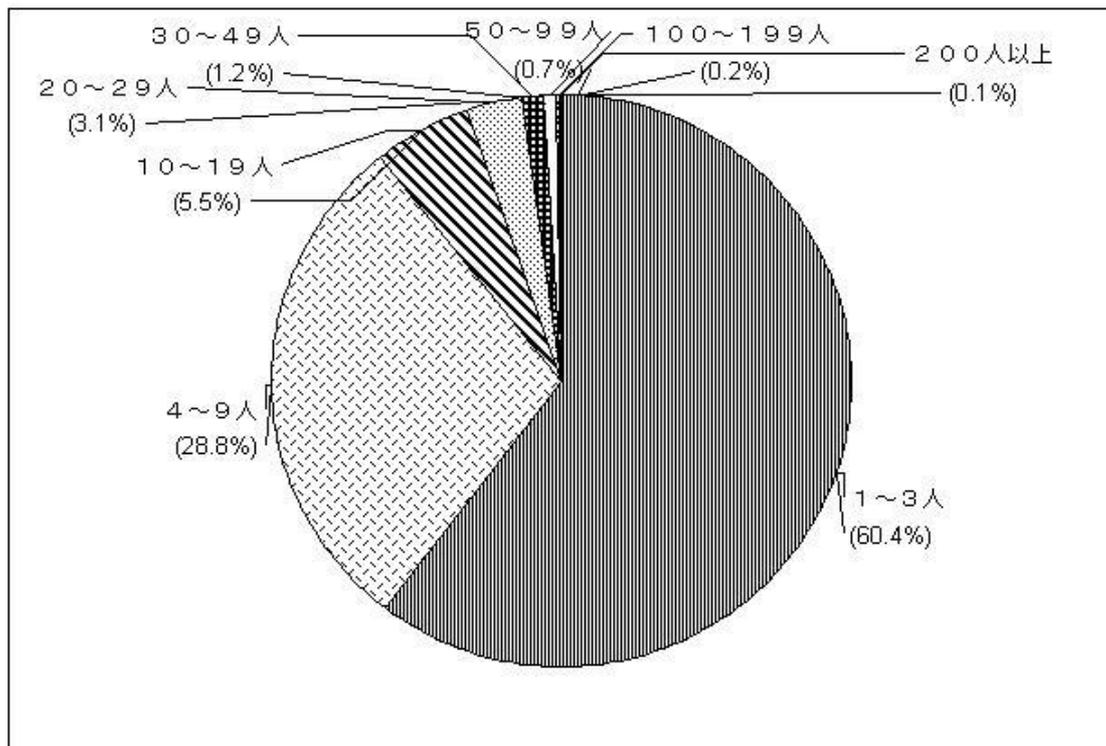


図5 - 2 - 1 規模別工場数の割合

出所：「第45回葛飾区統計書」（2001）より作成

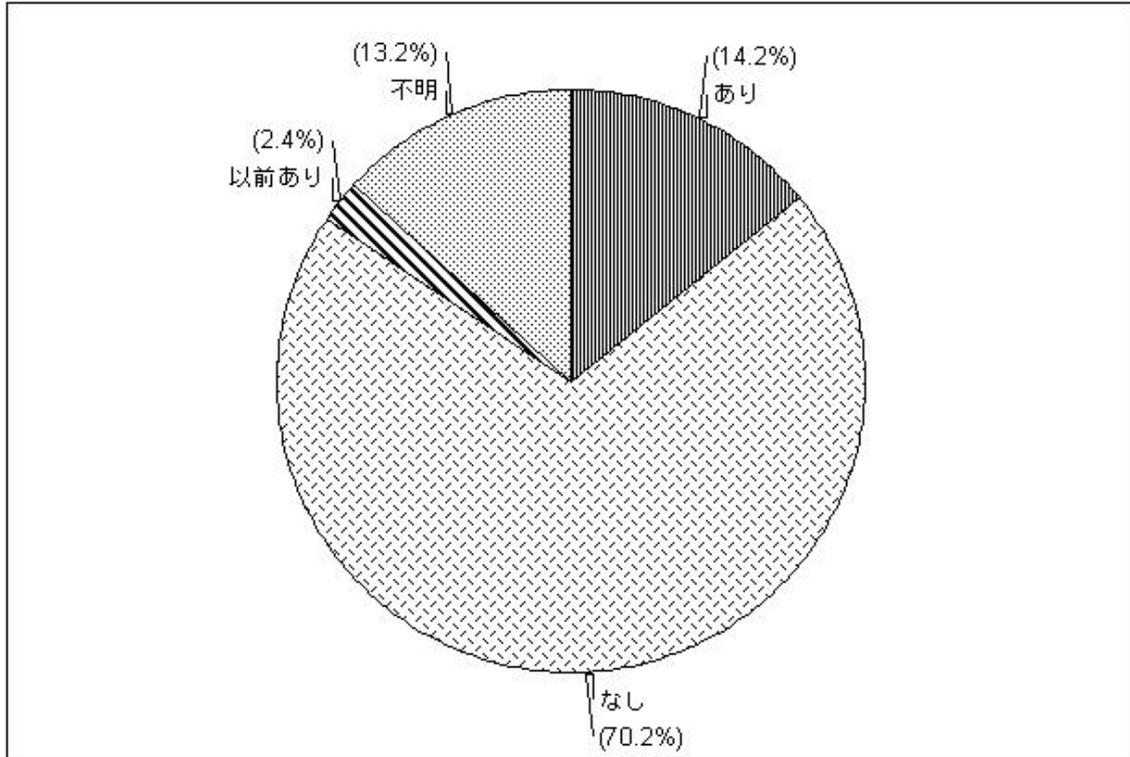


図5 - 2 - 2 自社ブランドの有無

出所：「葛飾区工業実態調査報告書」（1996）より作成

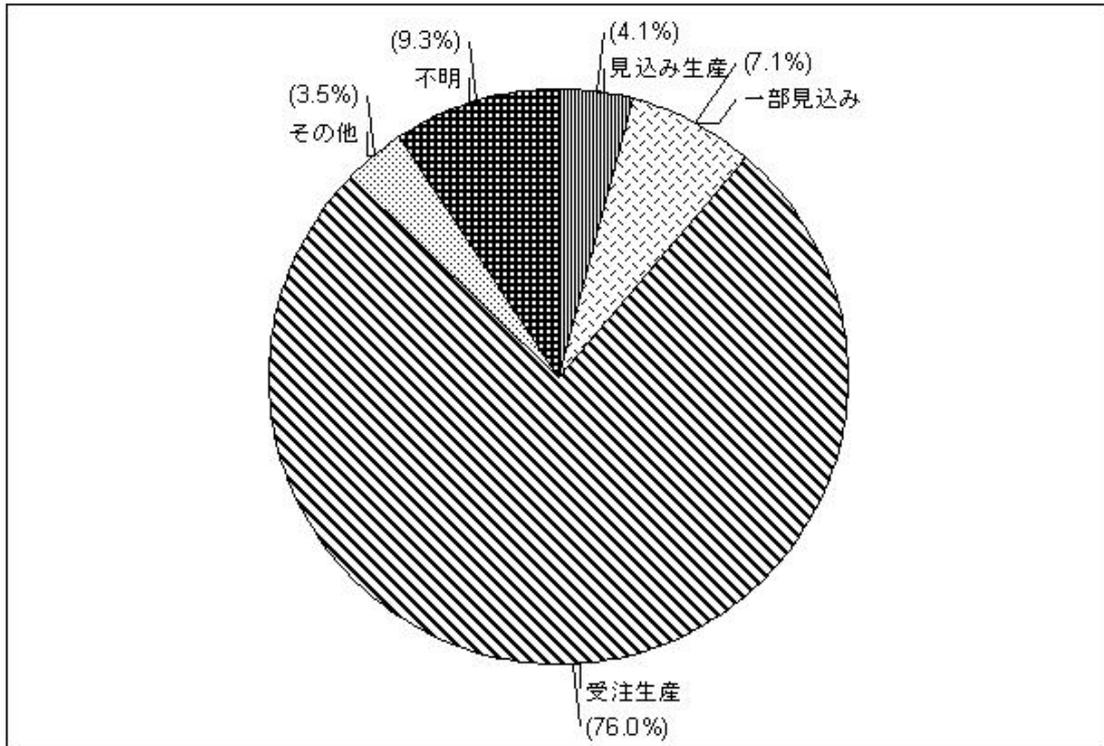


図5 - 2 - 3 受注形態

出所：「葛飾区工業実態調査報告書」（1996）より作成

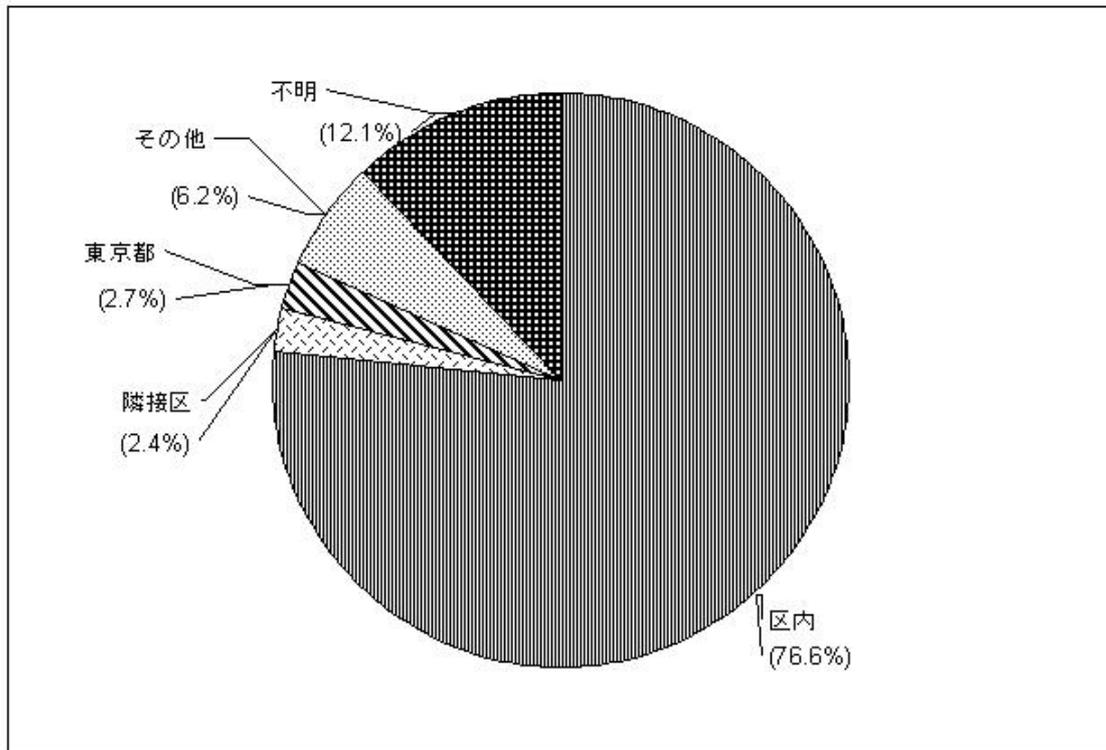


図5 - 2 - 4 経営者の居住地

出所：「葛飾区工業実態調査報告書」（1996）より作成

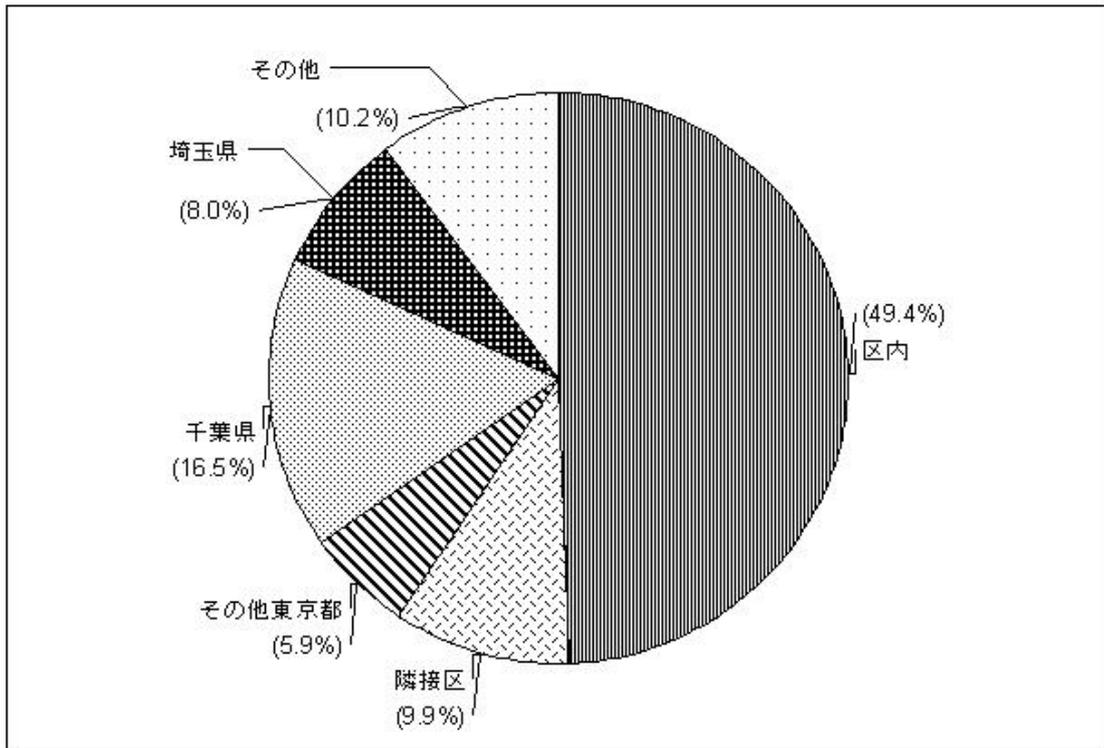


図5 - 2 - 5 従業者（常雇者）の居住地

出所：「葛飾区工業実態調査報告書」（1996）より作成

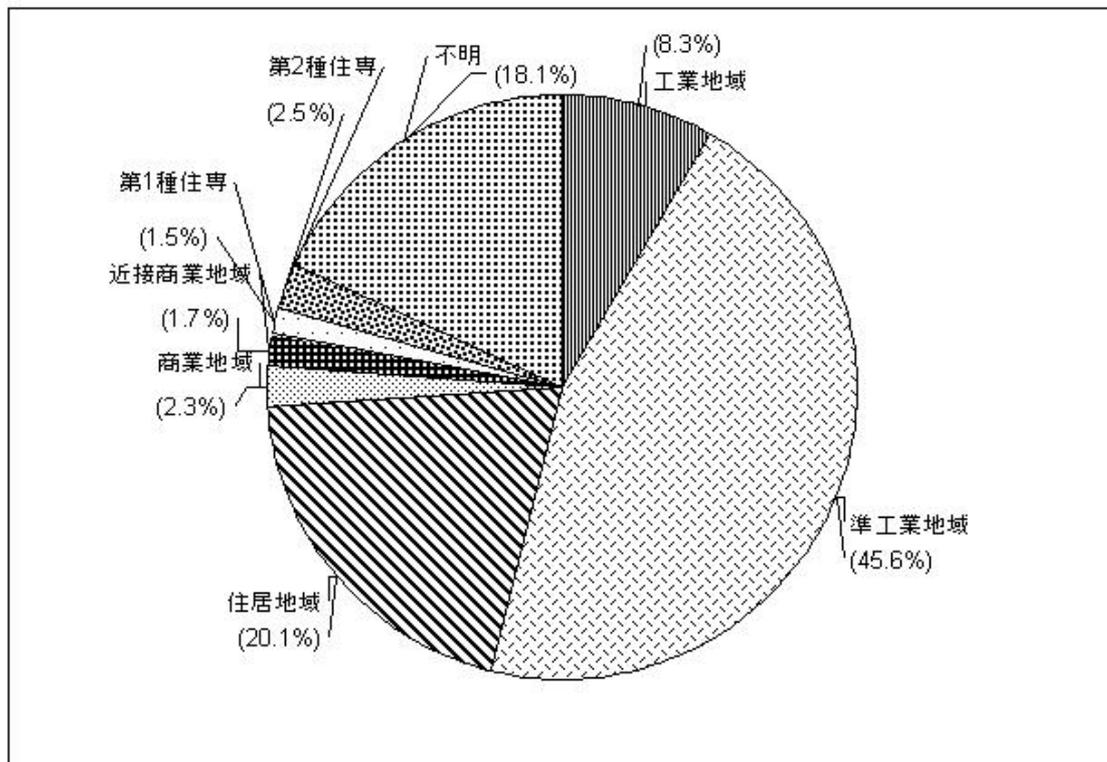


図5 - 2 - 6 用途地域

出所：「葛飾区工業実態調査報告書」（1988）より作成

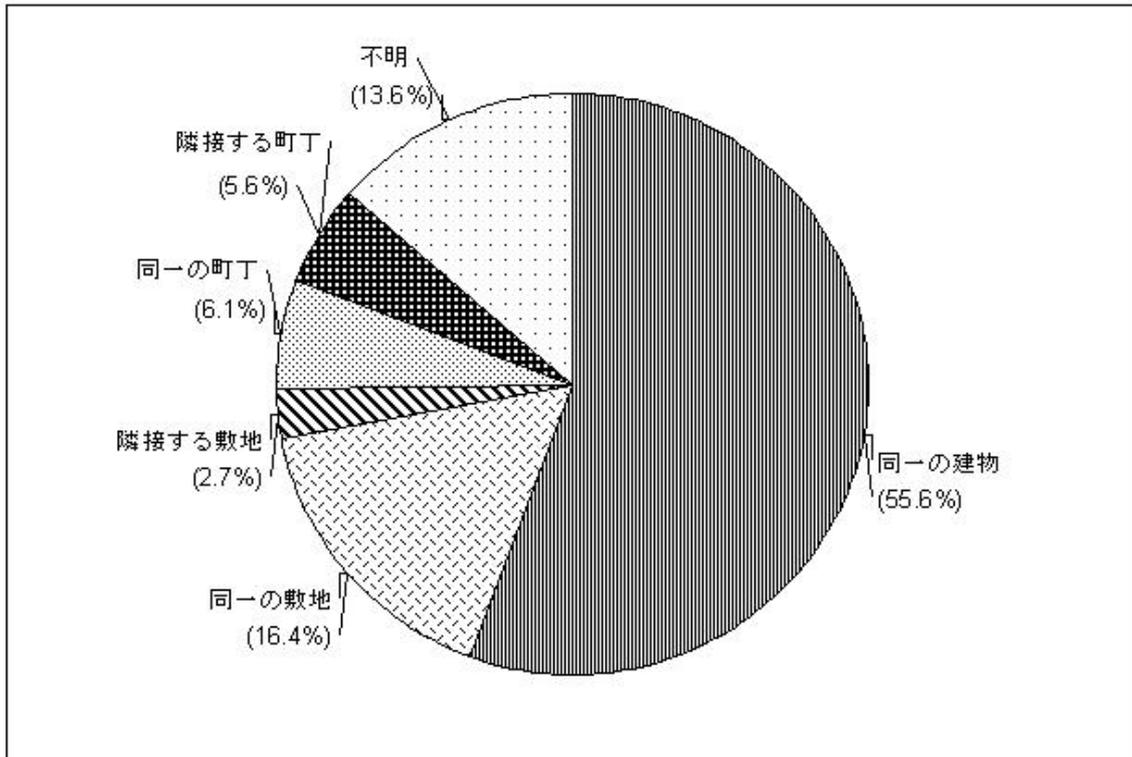


図5 - 2 - 7 経営者の住居と工場の位置関係

出所：「葛飾区工業実態調査報告書」（1996）より作成

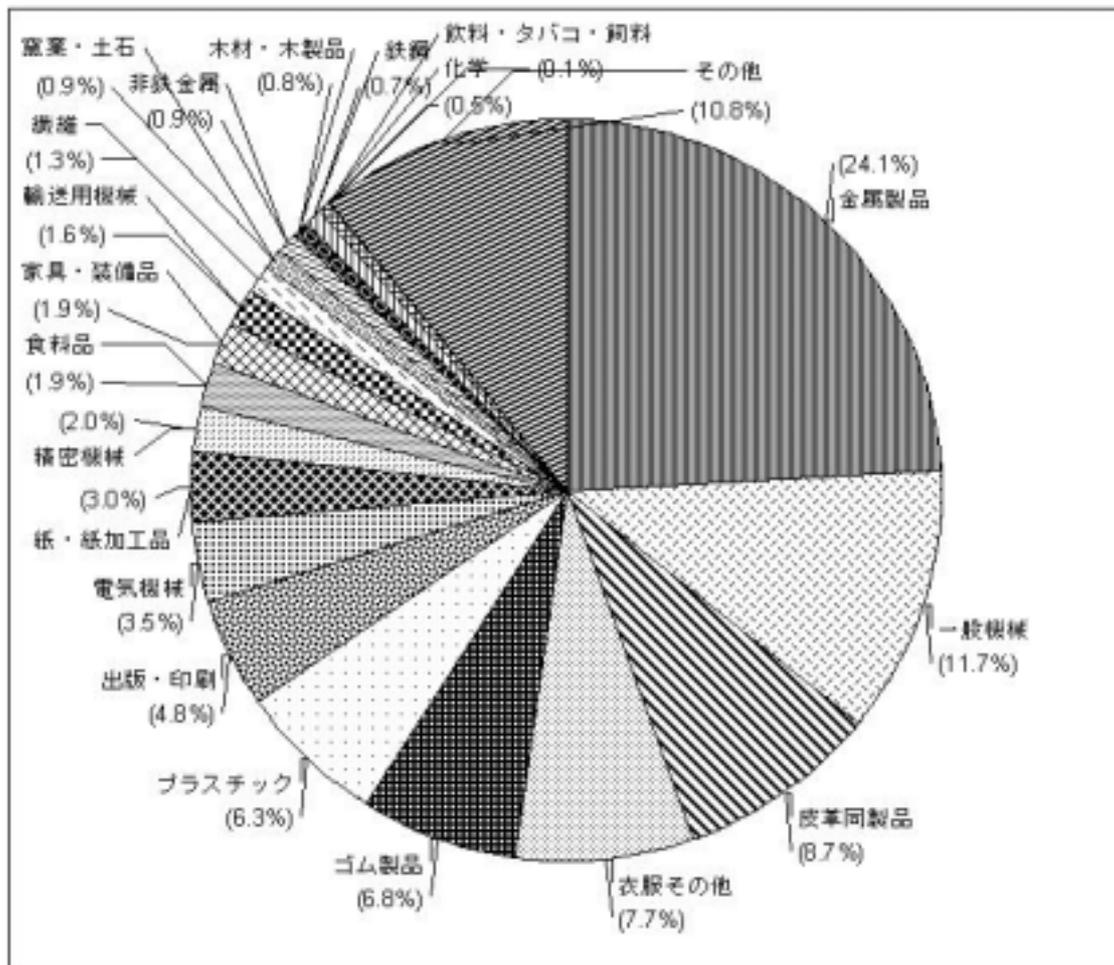


図5 - 2 - 8 業種別工場数の割合

出所：「葛飾区の現況」（2002）より作成

表5 - 2 - 6 業種別工場数の割合

出所：「葛飾区の現況」（2002）より作成

区分	業種	工場数	割合	
重化学工業	金属製品	1218	24.1%	
	非鉄金属	43	0.9%	
	鉄鋼	36	0.7%	
	化学	27	0.5%	
	小計			26.2%
機械工業	一般機械	591	11.7%	
	電気機械	178	3.5%	
	精密機械	100	2.0%	
	輸送用機械	81	1.6%	
	小計			18.8%
雑貨(軽)工業	皮革同製品	438	8.7%	
	衣服その他	390	7.7%	
	ゴム製品	341	6.8%	
	プラスチック	320	6.3%	
	出版・印刷	242	4.8%	
	紙・紙加工品	153	3.0%	
	食料品	97	1.9%	
	家具・装備品	95	1.9%	
	繊維	63	1.2%	
	窯業・土石	47	0.9%	
	木材・木製品	38	0.8%	
	飲料・タバコ・飼料	4	0.1%	
	その他	547	10.8%	
	小計			55.0%
合計		5049	100.0%	

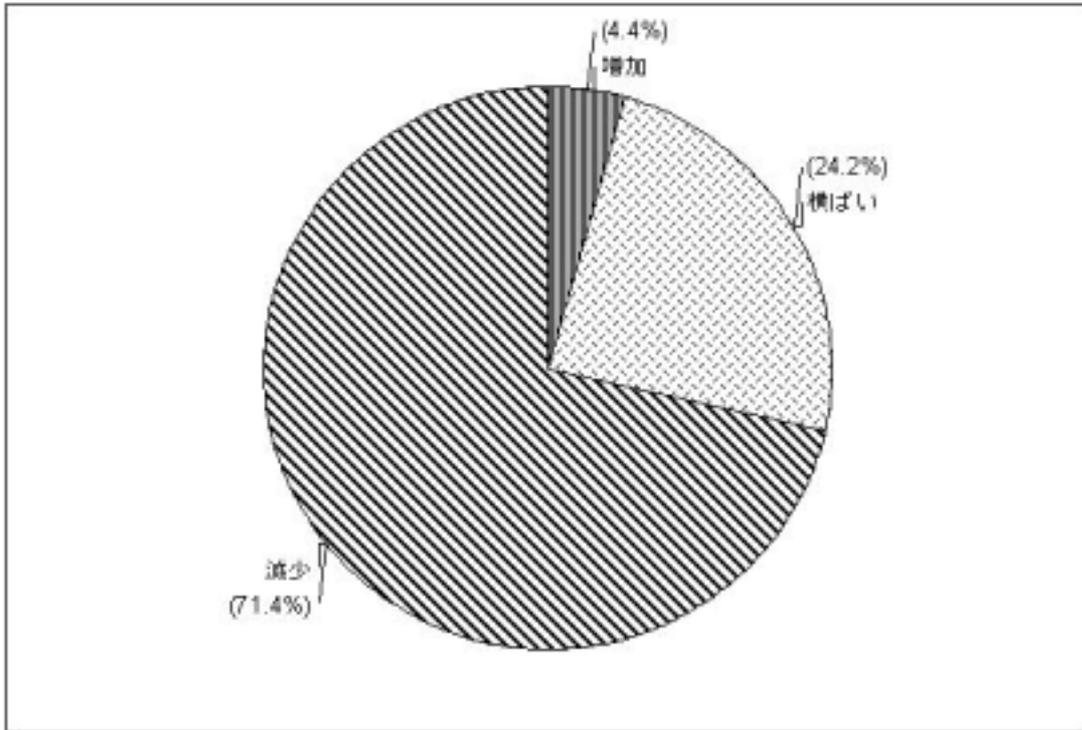


図5 - 2 - 9 生産額（仕事量）の動向（一位品目の増減）

出所：「葛飾区工業実態調査報告書」（1996）より作成

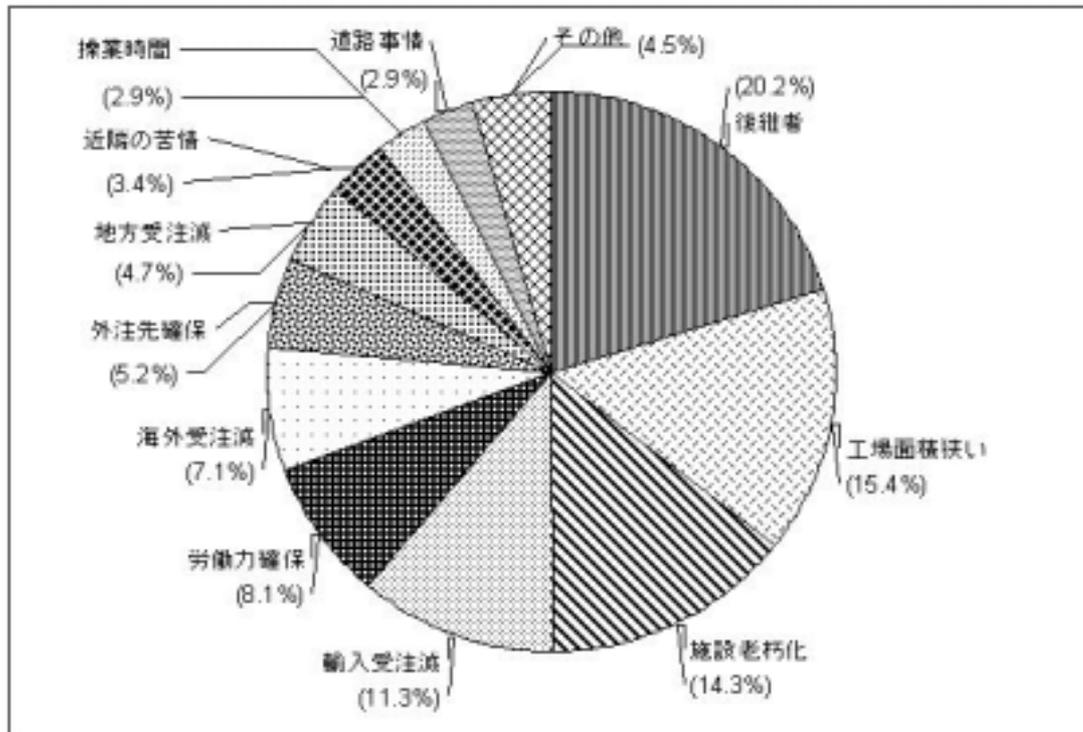


図 5 - 2 - 1 0 操業上の問題点

出所：「葛飾区工業実態調査報告書」（1996）より作成

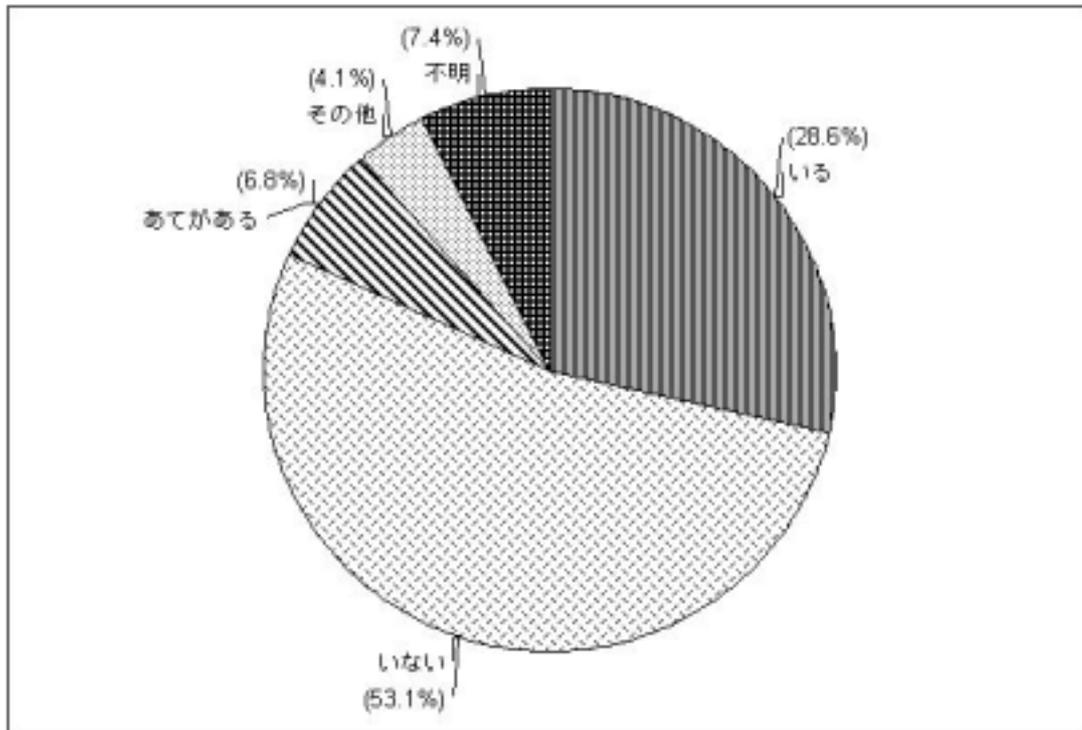


図5 - 2 - 1 1 後継者の有無

出所：「葛飾区工業実態調査報告書」（1996）より作成

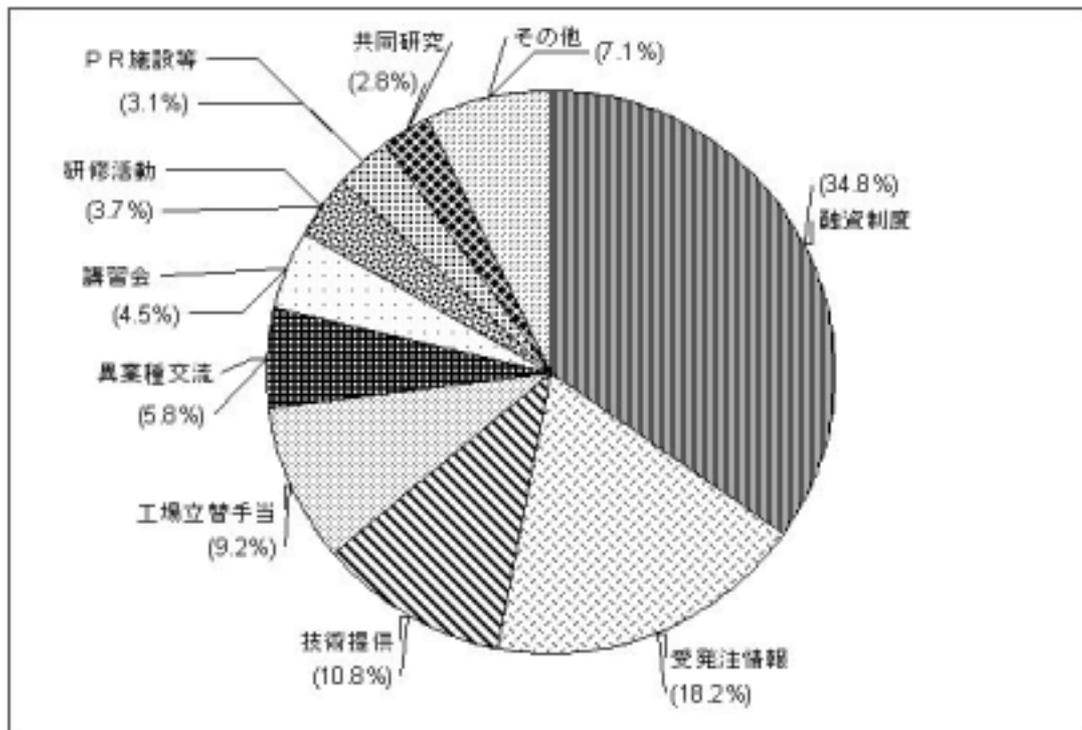


図5 - 2 - 1 2 行政への要望

出所：「葛飾区工業実態調査報告書」（1996）より作成

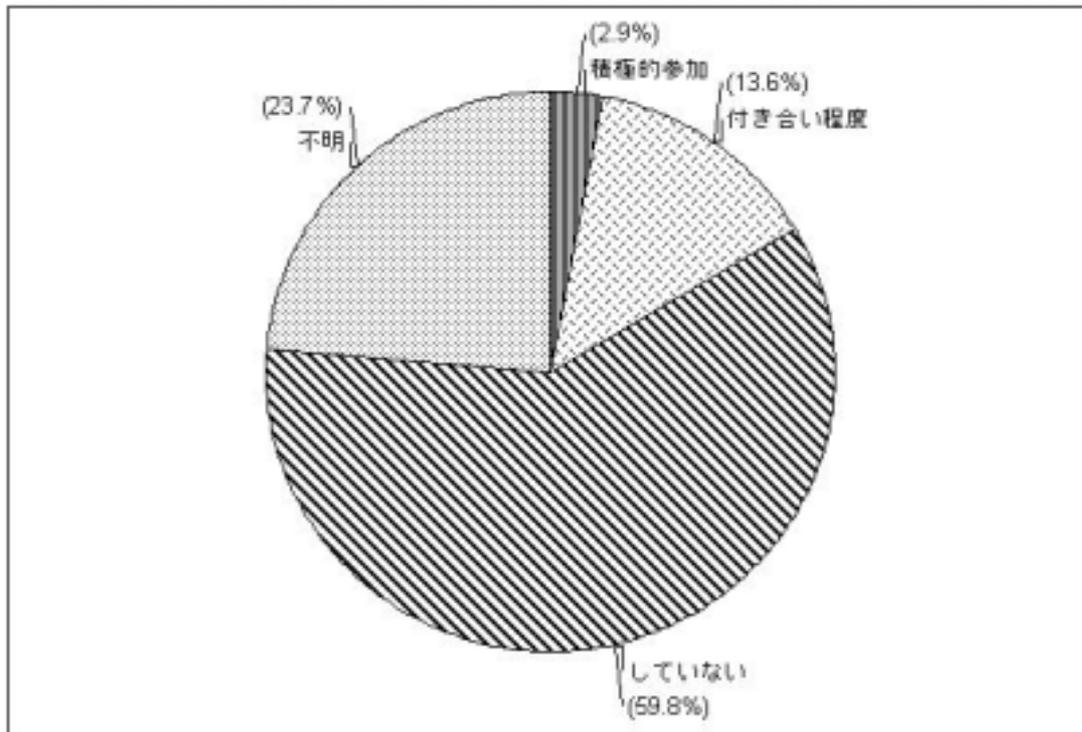


図5 - 2 - 13 企業交流について

出所：「葛飾区工業実態調査報告書」（1996）より作成

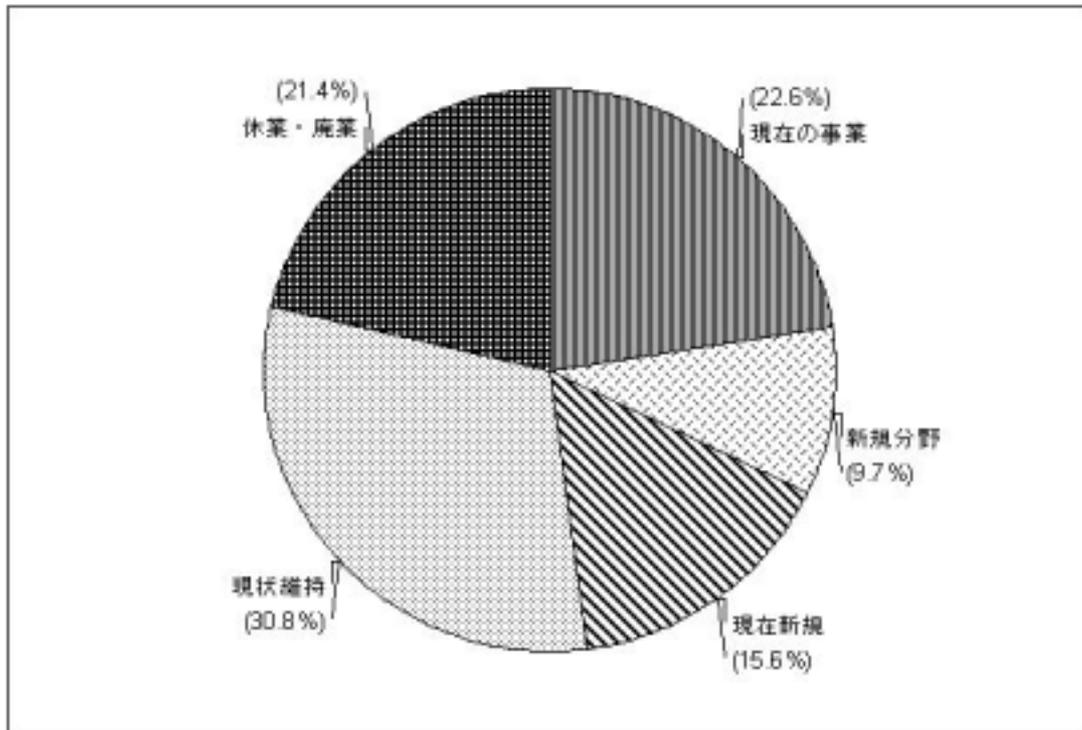


図5 - 2 - 14 今後の事業展開

* 「現在の事業」と「現状維持」の違いは、「現在の事業」はこれから現在の事業で取引先の拡大や新製品の開発などをして展開していくという意向の強い意見で、「現状維持」はそのとおり、現状維持という意見である

* 「現在新規」というのは、現在の事業をやりつつ新規分野への展開もするということ

出所：「葛飾区工業実態調査報告書」（1996）より作成

(2) 行政からのまちづくり

行政プラン

葛飾区は平成2年8月に「葛飾区市街地整備方針」を策定し、そこで初めて葛飾区としてのまちづくりの基本方針が定められたのである。しかし、この計画はいわゆるハード面を主軸に置くまちづくりであって、住民の意向などは取り入れられずに区主導の政策だった。しかし、バブルの崩壊等の社会情勢、時代の変化や地方分権の流れ【8】を考慮して積極的に住民の意見を取り入れようとして生まれたのが「葛飾区都市計画マスタープラン」である。その経緯と目的は次に示す通りである。

「『自分たちのまちの将来像は自分達で考える』という視点から、区民参加の下に、『都市計画マスタープランに関するまちかど勉強会』や『地域別説明会』などを開催（中略）目指すべき本区の将来像を、『拠点の配置』と、これらをつなぐ『ネットワーク』及び『身近な生活圏』の形成といった、いわば点・線・面・の3要素からなる『分節型・多核連携型の都市構造』とし、これらを実現するために、区全域にかかわる『全体構想』と区内を7地域に分けた『地域別構想』を定めている（葛飾区都市計画課マスタープラン 2001:2）

マスタープラン以外にも行政が示す産業振興計画には以下のようなものがある。葛飾区中小企業振興基本条例、葛飾区産業振興ビジョン、葛飾区工業振興プラン、葛飾区商業振興プラン、葛飾区農業振興プラン（表5-2-7）である。これらの産業振興計画はいずれも4年～13年前に策定されたもので今の時代のニーズに必ずしも応えているとはいえない状態である。また、策定されてから現在に至るまでに改定等の作業は全く行われておらず、どこまで目標が達成されたかの追跡調査もされていないため計画の効果を判断することは難しい。よって、現在の時代背景に即した新しい産業振興計画の必要性が叫ばれてはいるが、区の財政不足を理由に現段階ではこれらの類の計画を策定する予定は立てられていないのである。

行政事業計画

立石・四つ地域は戦前、一面田圃が広がる広大な農地であった。しかし、東京大空襲によって多くの罹災民が流入してきたため、極度の人口密集地帯へと変貌したのである。それにともない住宅が濫立したため、戦後の経済復興の際に道路整備事業に大きな支障をきたしてしまいこの地域の都市基盤の確立を遅らせてしまった。そのため狭隘な地域に木造建築物が密集している地域として現在に至っている。このような地域は災害の際に火災の延焼が広がりやすくまた、緊急車輛の移動にも困難を伴うため防災を主とした政策が立ち上げられている。

そこでまず着手されているのは、防災の骨格軸ともいえる幹線道路の整備である。現段階では放射13号線（水戸街道）、補助140号線（平和橋通り）、補助141号線（奥戸街道）沿道において都市防災不燃化促進事業【9】の推進が図られている。これ以外にも

区が方針として掲げているのは、中川河岸緑地公園（仮称）の整備推進の他、地域内の工場跡地等を生かした公園・防災道路の整備、また公園に至るまでの接続道路の拡充、都市基盤未整備地域での建築物の不燃化・細街路の拡充等である。しかしいずれも計画段階に過ぎず、なかなか着手されていないのが現状である。防災以外の面では「人にやさしいまちづくり」として、駅周辺地域のバリアフリー化、「環境と共生したまちづくり」としての自然エネルギーや排熱利用などによる省資源・省エネルギー化などその内容は多岐にわたる。

四つ木・東四つ木地区

この地区では「東四つ木都市整備委員会」のもと、いわゆるハード面を中心としたまちづくり計画が実行されている。今年度では立石製薬跡地に作られた東立石公園に続く道路を整備することによって防災活動拠点の機能拡充を図るワークショップが始められている。これまでの都市計画は国の政策決定事項を区が下請けのような感覚で実行するといった受動的なものであったが、平成12年4月に実現した特別制度改革等において、まちづくりの権限が区に委譲されたことによって、ここ4、5年の間に区主導型の都市政策が行われるようになったのである。こういった流れの中で区は現在、道路の新設・拡幅事業及び高架事業を進めている最中である。中でも最も積極的に行われているのが道路新設事業である。そして、それに伴う土地の買収は現在、6割程度を終えている段階なのであるが、この地区一体は非常に土地が煩雑に入り組んでいるため、その利権関係が非常に複雑なものとなっており、なかなか前に進むことが出来ないのが実情としてある。こういった道路事業の多くは国からの補助金によって運営されている。現在の道路新設事業も10年間の事業計画として国からの補助を受けているのではあるが、10年後に一定の成果が見られなければその補助金は打ち切られてしまうのである。つまり、補助金をもらい続けるためにも効果の持続性を国に認められなければならないのである。そういった点において、道路新設事業は一番有効な手段なのである。なぜなら、道路新設事業の多くは幹線道路に続く形で行われているため、新設に伴う人・車の流れやそこから派生する商業ネットワークなど効果が目に見えやすいものとなっているからである。しかし、この地域は消防困難地域に指定されているので本来は道路新設事業よりも、既存道路の4m・6m拡幅事業を行わなくてはならない。道路拡幅事業は、既存の細い道路を4mもしくは6mに広げることによって、主に緊急車輛の移動を円滑にすることを目的としている。けれども、先に述べたように土地の利権関係が非常に複雑な地域であるのに加えて、土地自体も狭いので1m拡幅することでさえもままならない状態なのである。しかも、工場関係の住民となるとその複雑さはことさらである。住居だけではなく工場の移転も余儀なくされる住民のために区としては代替地を用意してはいるのだが、東四つ木地区には一区画しか空いていないため、区内の他の地区への移動を強いられてしまう。そうすると今までに長年培ってきた地域ネットワークが失われるのではないかという懸念があるため、簡単に移動を承知できる状態ではないのである。

また住工混在地域のまちづくりとして今までに以下のような事業が行われてきた。平成13年に密集住宅市街地整備促進事業（道路の拡幅等）の進展にともない、事業に協力して住宅を失う人々を対象としたコミュニティ住宅の建設が完了し、また平成13年末から平成14年にかけて3箇所の広場（児童遊園）やポケットパークが完成している。また、老朽住宅等を建て変える際の補助金制度も用意されているのだが、現在ではこのような事業の大半が予算不足を理由に凍結してしまい、実際に活動が行われていないのである。

交通面では京成押上線（四つ木～青砥間）の立体交差事業が着手されている。この区間は駅前に広場などのオープンスペースがなく、鉄道とバス・タクシーなど自動車交通との連絡が不便であり、鉄道が道路と平面交差しているため、踏切りによる慢性的な交通渋滞や事故が発生している。さらには、鉄道が地域を南北に分断しているため、地域生活やまちづくりを進めるうえでの障害となっているだけでなく、木造家屋が密集し、道路が狭く未発達であることから、緊急車両の通行や避難路の確保が困難な状況にある（写真5 - 2 - 1、写真5 - 2 - 2参照）。

その他の行政事業については、一覧の表としてまとめておいた（表5 - 2 - 8）。

表5 - 2 - 7 葛飾区産業振興計画一覧

計 画 名	目的・目標	方針
葛飾区中小企業振興基本条例 (平成2年12月)	葛飾区における中小企業の重要性にかんがみ、その基盤の強化、健全な発展を促進し、併せて中小企業を営む者の自主的努力を助長するため、中小企業の振興と区民福祉の向上に寄与することを目的とする。	中小企業の振興は、「働きやすく住みやすい産業地域社会」の実現を目標に、中小企業を営む者の自らの創意工夫と自主的努力を尊重し、その特性に応じた総合的な施策を国その他の機関の協力を得ながら、企業、区民、及び区が一体となって推進することを基本とする。
葛飾区産業振興ビジョン (平成2年3月)	快適な生活を支え、活力のある個性的なまちづくりに向けて、職住近接を生かし、互いにその活力を高めあうまち。	
葛飾区工業振興プラン (平成8年11月)	いきいきとした産業地域社会「かつしか」を支える強力な工業の育成を図る。	
葛飾区商業振興プラン (平成11年1月)	地域の個性を生かし、時代を先取りしたパワフルで魅力あふれる新しいまちづくりの柱となる商店街形成を推進する。	
葛飾区農業振興プラン (平成10年1月)	残された貴重な財産である農業・農地の保持と、緑地の保全、有効利用、営農者と区民のふれあいを推進する。	

平和橋通りの踏み切り遮断



写真 5 - 2 - 1

補助線街路第 2 7 4 号線の交通障害



写真 5 - 2 - 2

表 5 - 2 - 8 葛飾区各種事業一覧

事業名	概 要
区内景況調査事業	区内製造業・小売業・建設業の景況を産業情報誌に掲載
産業情報誌の発行事業	区内産業の情報を4半期ごとに産業情報誌にて提供
インターネットによる情報提供	受発注情報交換会等、事業案内、企業名鑑情報提供等
経営・下請相談事業	中小企業診断士による経営全般の相談及び指導
中小企業新製品・新技術開発助成	新製品や新技術の開発に積極的に取り組む区内の中小企業に対し、研究開発に要する経費の一部を助成
技術改善試験検査助成	区内の中小企業が、自社の製品技術の改善や品質の向上などを目的として、各種試験検査に要する経費の一部を助成
展示販売会・見本市等への助成	区内工業団体が中小企業の生産・加工する工業製品の販売促進を目的とした展示販売会に要する経費の一部を助成
労働安全衛生講習会	企業経営者や労働者に対して、労働安全衛生に関する知識・技能を習得する
開業セミナー	初めて開業する人々を対象に開業に当たっての留意点、計画の立案を講義
産業表彰事業	優れた製品や技術企業・従業員等を顕彰し、区内製品の品質向上を図る
中小企業情報ネットワークの推進事業	業界紙から区内中小企業の振興に役立つ情報等をピックアップし、FAXにて送信
パソコンステーションの運営事業	区内中小企業の情報化教育にパソコンステーションを開放
工場アパートの建設	区内事業所に操業の場を提供する賃貸型の工場アパート

(3) かつしか異業種交流会

葛飾区には多様な業種が共存している(図5-2-8)。このように様々な工場が集積している地域において、工場間のネットワークはどのようになっているのだろうか。衰退していく工業の生き残りをかけた試みが、異業種との関わりのなかでも模索されているのではないだろうか。次は、異業種交流会について見ていく。

かつしか異業種交流会は、1987(昭和62)年11月、葛飾区・財団法人葛飾区地域振興協会・東京商工会議所葛飾支部主導のもと、葛飾区の産業経済、経済基盤の強化・経営の多角化・活力向上を目的として設立された。全国で「異業種交流会」という言葉が聞かれるようになってきたその頃、葛飾区は全国でもいち早い設立であった。大勢が属する大組織では時に意思決定に困難を伴うため、間もなく活動の効率化をはかり、新製品開発を主眼とした第1グループ、情報交換を主眼とした第2グループとに二分割された。2年後には若手グループを集めた第3グループが設立された。現在は第1グループ「K-ING21」、第2グループ「ベンチャーズ」、第3グループ「かいこ'90」の3グループとなっている。設立当初は株式会社TOMYや株式会社バンダイ、三菱製紙株式会社など大企業も入っていたが、現在は、葛飾区の工業を象徴する中小企業により構成されている。主な活動内容としては、3異業種交流会が集まる年3回の総会、各グループにおける毎月の定例会、新商品開発、受発注交換会、産業フェア、最先端の工場見学などが挙げられる。

異業種交流会に所属するメリットとして挙げられるのは、同業種団体では得られない刺激を得る、という点である。「同業種団体の場合はなかなか自分の技術を見せたがらないため、本当に価値のある情報が得られず、低い水準で纏まってしまうがちだが、異業種交流会では異業種ならではの率直な発言が可能となり、第三者的な批判を素直に受け止めることもできる。」【10】【11】【12】「分科会では各自会社内の問題点や融資に関する事など、時代に当面する問題を扱っているが、困っていること、愚痴を素直に言える。」【11】「新製品

開発の際には素人なりに、却って新鮮な意見を出せることもある。」【11】「経営に役立つ話も聞くことができ、工場で製品を作るだけでなく売り出す過程も勉強になった。」【11】「すぐにお金に結びつきはしないが、他の人たちとの接点を大切にしたい」【11】ということであった。

新製品開発

以上のような異業種交流会の利点を活かし、各グループはともに新製品開発を行なっている。

成立当初、K - I N G 2 1 は、すき焼き用銀鍋を開発した。グループ内の A 株式会社は、アルミや真ちゅうを搾って加工し、照明器具の反射板などを作る企業である。同グループの B 株式会社は金銀を扱っており、面白いものがないかと話し合っていたところ、「秦の始皇帝が銀の食器を使っていたらしい、体にも良いらしい」ということをグループメンバーが文献で読み、やってみよう、ということになった。A 株式会社は反射板を作る際の、丸い壺のように金属を加工するという技術を、鍋に応用するのは簡単だったという。銀であることをアピールするために造幣局に銀の鑑定を依頼し、純銀であると示すため造幣局のマークを付けて売り出した。地金屋がグループ内にいるという強み、そして「メーカー」部分を従来の銀製品メーカーではなく、ステンレスやアルミなどの大量生産のラインを持っているグループ内工場で行なうという強みを活かし、従来の、地金屋 メーカー 問屋 小売店 消費者という一般的な商品の流れにとらわれない販売を行い、銀相場の下落も相俟って、生産コストの大幅削減に成功した。1975（昭和50）年代一般小売価格約60万円もしたものを、異業種交流会が取り組むことで12万で売り出すことができた。かつしか異業種交流会内で試食会を開き、3グループで100個ほど売れたという。更にフジテレビのテレビショッピングにも出品し、「長野のリンゴで育てた肉2kgとセットで10万円」で販売したところ、一晩で約70個売れたという。次に金の湯豆腐鍋も作ってみたが、250万円もするこちらの製品は、一つも売

れなかったという。

A株式会社のaさんは、「そういう時代もあった」【13】と大変景気の良かった当時を振り返る。今では銀相場は更に下落し、すき焼き銀鍋1個は5万円ほどになっているそうだが、その種の商品は安ければ安いほど売れないという。「ブランド物のバッグが流行る一方でユニクロの服も売れるような二極化の時代においては、銀のような中間に位置するものは売れにくい。これからは金？だとも思うが、あまり宣伝はしていない」【13】とのことである。グループそのものが新しいと活気があるが、今はマンネリ化しているためであり、その意味でも、平成15年から1.2.3グループが分科会形式で活動すること(後述)に期待しているという。

ベンチャーズは、焼肉網洗浄機「アライマン」を開発した。設立当初、異業種交流会として何か開発し、かつしか産業フェアに出展しよう、ということになり、第2グループ内に呼びかけ、アイデアを持ち寄り、焼肉網洗浄機の案が採用された。

グループ内のC株式会社がリーダーとして設計を行い、D株式会社がステンレス素材を、当時は所属していたE株式会社が電材を提供した。F株式会社は、実際に焼肉店に持っていきテストを繰り返した。2月に持ち上がった案がその年10月の産業フェアの出展に間に合う、というスピードでの開発が実現し、翌年からはF株式会社の販売ルートを通じて販売に乗り出したそうである。

超音波洗浄機と呼ばれるこの製品のパート1は350台の売上を上げ、商工会議所でも評判が良く、全国表彰された。その後も改良を重ね、今はパート3を開発中であり、12,3年継続した販売総売上額は数億円に上る。「全国の異業種交流の星」と言われたほどであり、異業種交流会の新製品開発としては大成功を収めている。F株式会社fさんは、「焼肉店限定という限られたマーケットではあるが、パート3まで改良を重ね、10年以上経った今もって販売中であるという例は、全国異業種交流会を見てもこれ以外絶対に無い」【14】と自負する。

1999（平成11）年頃には、かつしか異業種交流会がNHK朝のニュース「おはよう日本」に取り上げられた。異業種交流会としては異例のことだという。その際にアライマンが紹介された。その番組が東南アジア、韓国でも再放送されたところ、韓国から「売りたい。作らせてほしい」という企業が大挙してやってきた。70万円近くする製品を韓国に持っていっても韓国の焼き肉屋に売れるのか、など価格が問題となり結局商談がまとまるには至らなかったということだが、反響の大きさが伺える。

更にfさんは、「成功を収めた洗浄機にしても、改良を重ねてはいるが、15年前にやりたかったことは時代遅れになってきているとも思う。これからはスピードが必要。時代と共に変化していかなければ。」【11】と、変革への意気込みを語る。D株式会社dさんは、特許申請など具体的な目標を設け、異業種交流会の魅力を数字に表していく重要性を訴えると共に（実際dさんは、去年省エネスイッチの特許申請を行い、設定した目標を達成した）「自分でアイデアを出すと、そのアイデアに惚れ、それが絶対になってしまいがちだが、フットワークの軽さが必要。」【11】と指摘する。

かいこ'90は、省スペースの折りたたみ式リアカーを開発した。葛飾区の防災課のように興味を示すところはあるものの宣伝材料が乏しく、あまり売れていないのが現状である。gさんは、特許取得の重要性を指摘すると共に、「葛飾区には昔から製造業のノウハウはあるが、多くは部品製造の工場であるため、注文を受けて作るだけで、それが何に使われているのか、いくらかかっているかもわからないことが多い。葛飾には自主的な活動が必要。自分の末端で作ろう。」【12】と、製品の企画・開発力、営業のセンスを学ぶこと、さらに最終的な製品化された団体で葛飾の名が残ることの意味を考えている。葛飾区ブランドを作ろう！と自分たちの高い技術を試し、自主的に新製品を開発すること自体を楽しんでいる印象を受け、売上不振についてあまり危惧していない様子であった。

その他、各グループからメンバーを募り雨水分科会が結成され、ミニダムが

開発された。これは、火災・地震時の防災用水として、水不足時の対策として、また洗車や掃除・トイレ用水としてなど、雨水を蓄え資源として有効に利用しようとするもので、230リットル・1000リットルの2タイプがある。2001（平成13）年、葛飾区優良製品の認定を受けたこの製品は葛飾区内各地に設置され、他区からも注文がきている。

また、MXテレビ「清水國明の東京リトルガリバー」にかつしか異業種交流会が取り上げられ、司会の清水國明氏からいくつかの商品開発の提案があった。今後この提案に基づき商品開発をおこなっている様子を随時撮影し、ドキュメンタリー番組にまとめられる。

かつしか異業種交流会は毎年産業フェアにも参加している。平成14年度は「川との共生、守ろう葛飾」をテーマに、雨水対策や防災関連商品開発の対応、ホームページ作成の体験などを展示した。

それぞれの提案から

ベンチャーズからは、葛飾区四つ木地区の立地の良さに着目し、リバーサイドを利用すべきである、という提案があった。「四つ木は京成線で羽田と成田とを一本に結ぶことができる。荒川に遊覧船を通し、四つ木に停泊場を作れば、船とのアクセスポイントとして、お台場やディズニーランドへの観光客や都心へのビジネス客の、よい拠点となる可能性がある。そして駅をもっと大きくして集客力をつけたい」【11】、とのことであった。このような観光面でのことに限られず、より計画的なものが商工会議所の役員会で話し合われている。NPOを立ち上げることも検討されており、スーパー堤防化事業と絡め、地域の人と水辺を結びつける試みがなされようとしている。

そして、「異業種交流会を『葛飾区をどうしようか』という理念と情熱とが一つになる会にしたい、こころのつながりを大切にしていきたい」【11】とのことであった。

かいこ'90からは、製造業の技術継承についての提案があった。今まで葛

飾区の製造業の技術は、実際に工場で働いて覚える、という実践のみによって受け継がれてきたものが多いそうである。しかし、不景気でどこも工場の経営が苦しい状況にある現在、家内工業で後継者がいなくなれば、高い水準を誇る葛飾区の技術が消えゆくことになる。「『見ている』と言うだけではなく、誰でもできるスタイルを作ることができたなら、若い人も製造業に興味を持ってくれるのではないか。そのためには、大学を出た人達が設計図などに書き記してくれるといい。今のノウハウを活かしながら、そのような、技術をつなげるノウハウを作った人の勝ちだ」【12】とのことであった。背後に技術を学びたいという若者が少なからずいるということを前提とした希望的観点かもしれないが、実際毎年葛飾区産業フェアには、地元の工業高校の生徒も出展しており、彼らを始めとして、若者に葛飾区製造業の技術に興味をもってもらい取り組みをする必要がある。

そして、実際かいこ'90が新製品販売の際に直面している問題であるが、製造業の技術だけではなく、売るノウハウをも身に付けることが必要である、ということであった。製品の企画・開発から営業販売までの一連の流れに関わり、葛飾の名を残していくことも、かつしか異業種交流会が製品開発を通じて担っていく役割であろう。それには「行政との絡みも必要であるし、『痒いところに手が届く』という商売の原点に立って、自分のできる範囲でサービスに取り組んでいく。そして、いろいろなことに興味を持ち、個人の意識を高めていくことも必要。異業種に入るのも一つの興味であるし、自分がそのような興味に気づき、活かしていけるかどうかである」【12】ということであった。

分科会形式へ

現在交流会内では、現在、分科会形式に向けての議論がなされている。平成14年度から事務局が地域振興協会から葛飾区に移管され、異業種交流会を取り巻く環境が変わりつつある。年会費が高い、魅力のない内容になり他の交流会への出席が中心になっている、目的がなくなり、仲良し会になっている、各

グループの活動状況等が見えない、などグループ会員からの声も出てきている。「情報発信地かつしか」「明日への挑戦」「活力ある快適な地域づくり」を目指し、地域社会の振興に貢献しようと設立された会であるが、15周年を迎えた今、今後の再編成を考慮しつつ、新しいスタイルでの交流会を進める時期ではないか、と議論が進められている。具体的には、グループ間の壁を取り払って葛飾異業種交流会を一本化し事務局を交流会のなかに設立し分科会活動を中心に運営していこう、などの案が検討されている。現在は分断されている3グループ間の情報、そして「地域社会に貢献する」という意識も一本化していきたい、ということである。

「誰が事務局をやっていくのか」という問題があり、さらに交流会の会費が必要となり、資金面での負担が大きくなる。一本化すれば確かに情報の伝達は早くなるだろうが、問題点の原因を解明するのが大切なのではないかと、という声も聞かれる【15】。皆、「このままではいけない」という意識はありながら、経済的問題、居心地の良い仲良し会の魅力も捨てるのが難しいようであり、これら分科会活動についての案についてはまだ温度差があり、各グループに意見が持ち帰られ、再検討されている。2003（平成15）年の春から分科会形式での活動が実施されることになっている。ベンチャーズは以前から三つの分科会（IT 新製品開発 情報（以前は食品と雨水も））形式に分かれ、全員がいずれかに所属して活動している。まず見学に来たらどうか、という提案もなされている。

かつしか異業種交流会の可能性

3グループとも、その他の異業種交流会にありがちな、ただの仲良し会になりつつあることを危惧しており、若返りと意識改革が必要であると考えている。しかし、新メンバーの受け入れについてはグループ間で差異があり、いつでも新しいメンバーの受け入れを歓迎している流動的なベンチャーズに対し、K-I N G 21、かいこ ' 9 0 は成立当初からほとんどメンバーが変わっていない。

実際、異業種交流会で他社の情報・技術を得られるだけ得て、自社の情報・技術は提供せずに抜けていく人もいる。しかし「葛飾全体のことを思えばそれでもいい、という寛大な気持ちで構えていたい」【15】という意見もあった。活性化には新メンバーを迎えて新しい風を取り込むことも重要である。一方、仲良し会といっても、決して悪い面ばかりではない。「普段はなかなか言うことのできない愚痴を聞いてもらえるという安らげる場であり、それが随分励みになる」【11】という。適度に刺激を受けつつ、安らぐこともできる場というバランスのとれた会を創っていくことが理想であろう。

各グループは製品開発の際には区からの補助を受けており、「可能な限り応えてくれていると思う」【11】と行政を評価している。区の行事の企画運営をおこなったり、区の役員（行政評価委員会など）を務めたりと、行政に力を貸し、義務も果たした上で権利を主張し、「行政とのパイプは太くし、受けられる範囲で援助は受けたい」【11】、という。異業種交流会はこのような意識を持って、区から積極的に助成を受け、新製品開発を行なっている。一方異業種交流会に所属していない工場では、区の助成・融資制度を知りながら利用していない工場も多かった。自社の経営状況を考えた上での選択ということでもなく、単に制度について詳しく知らなかったり、行政への不信感、無期待観から敢えて利用していなかったりというところもあった。自治体への要望として、「『ISO等に支援』ではなく、自ら取り組んでモデルケースを提示して欲しい。」（プラスチック成型）、「都や区からの通信その他については、まったく理解に苦しむ書達が多い。机の上ではなく、現実と取り組んで欲しい」（医療用具）、「公務員のデスク上で考えられる行政サービスは不要。自由な経済活動を邪魔しないことが最大・最良のサービス」（金属加工）など、工場から行政への辛らつな意見も寄せられている【16】。このように行政への不信感・無期待感を抱いている工場があるという現状が、区役所ヒアリング調査の際の「工場からの要望がない」という言葉、工場へのヒアリング調査の際の「行政への要望はない」という言

業にも繋がり、行政のサービスを活かしきれない現状が生まれているのではないだろうか。

かつしか異業種交流会は、行政主導で設立された会であるだけに、現在でも各企業と行政との良好な関係が続いている。行政を積極的に利用する異業種交流会の姿が、それら工場の行政の制度を知らしめ、また行政への不信感や抵抗感を取り払い、より多くの工場が行政からの助成・融資を受けることへの契機となる、というように、行政への窓口にならないだろうか。

かつしか異業種交流会が毎年参加している産業フェアであるが、平成14年度の取り組みを見て、全体にアピールが弱いのではないか、という印象を受けた。工場にヒアリング調査に行った際、「以前は産業フェアに出展していたが、注文が増えるわけでもないのもう今は出展していない」というような声をちらほら聞いた。確かに売上に結びつくかという観点からは魅力が無いのかもしれない。しかし産業フェアには多くの区民、子供達が訪れる。地域住民に葛飾の工業を紹介し、興味を持ってもらい、少しでも理解してもらうことができる、年に一度の貴重な機会を、もっと積極的に活用してほしい、と感じた。そして、直接企業の利益につながるわけではないとしても、地域住民との関わる機会である産業フェアをもっと積極的に活用し、葛飾区の工業をアピールすることに意義を見出せばいいのではないか、と思う。しかし実際は、産業フェアが負担になっている面も大きいようである。積極的に取り組もうという意見もあったが、辞めたがっている意見があるのも事実である。やはり不景気な世の中、会社の利益にならないものは敬遠されがちのようである。しかしそうは言っても、かいこ'90から提案のあった技術の継承について、3グループのメンバーが協力することで初めて実現できるのではないかと思う。ベンチャーズは大学内で埋もれている特許を活かそうと、大学との交流をはかり、テレビ会議なども行なっている。学校、学生と産業界を結びつけようとする、ベンチャーズの産学協同の意識で、地場につなげていけるのではないだろうか。また葛飾区

の製造業の魅力アピールは、そのような学生と産業界との交流を通してはかってゆくことが可能になるのではないだろうか。そのひとつとして、産業フェアはやはり重要なものと言えよう。

分科会活動についての議論も、「各会社の利益はあまり期待できないのに、交流会の活動によって自分の仕事が置き去りになってしまうこともある。はっきり言って苦しい。事務局を運営できるような状況ではない。新製品開発にまで手が回らなくなってしまう。」【3】という意見に、分科会形式での活動についても、まだまだ問題を抱えていることがうかがえる。しかしどのようなかたちになるにせよ、分科会を巡る議論を通じて問題点を見直してゆくことで、今よりも活発に情報交換がなされるようになり、より良い活動が望めるのではないかと思う。

設立当初は株式会社TOMYや株式会社バンダイ、三菱製紙株式会社など大企業も入っていたが、離脱していった。その理由については、「やはりグレードが違ったか」【11】ということであった。中小企業が集まり定例会で情報交換をするだけでは、大手の企業には魅力が感じられなかったということであろうか。同様のことが、K-ING21の「極端にいいところはない」【10】という言葉からも伺える。異業種交流会の限界が垣間見られる。

しかし一方で、異業種交流会への期待が存在することも確かである。fさんは異業種交流会に入った理由として、「その頃は景気が良く、仕事は自然にやって来た。おかしい、このままでいいのか、と疑問を感じた。それまで同業者の業界としか付き合いがなかったので、他業種の情報も欲しいと思い、広報で応募した【11】と、会社経営が上手くいきすぎている現状に逆に戸惑いを感じ、何か刺激を得ようとして、異業種交流に参加したとのことであった。一方dさんは「バブルの八合目だったあの頃、私は未来永劫このままだと思っていた。3・4人の町工場だったが、勉強になるのではないかと思い、異業種に入った。同業者の会では、本当に価値のある情報は出てこないから」【11】とのことで

あった。時代に対する認識は違うものの、異業種の情報を得ることによって視野を広げ、自社の経営に役立てようという意欲が伺える。15年が経過したとしても、この姿勢は残して欲しい。かいこ'90が「自主的な活動を！」【12】と意気込み、葛飾ブランド作りによって目指そうとしていることは、部品を作る工場が陥りがちな受身の経営姿勢を、製品企画・製造・販売という一連の流れに関わることによって自発的な活動にし、ひいては個々の意識・経営意欲を駆り立て、経営に活気を取戻そうとするものではないだろうか。このように、新しいことに挑戦し刺激を求める前向きな姿勢を、いつまでも大切にしたい。

そして、同業種団体では得られない刺激と、第三者的批判を受けられる、という異業種交流会のメリットを活かして新製品開発に取り組み、葛飾の工業の核となり、今後も生き残っていける企業が出てきてほしい。新製品開発について、グループ内の連携によって低価格を実現したK-ING21、大成功を収めた従来のアイデアに満足することなく、時代と共に変化していく必要性を強調しているベンチャーズ、自分達のもつ技術を集め、葛飾の高い技術を駆使した製品開発を楽しむかいこ、というように、グループごとに異なった意識で取り組んでいる。異なった意識を持つグループが互いに競い合うことで、良いものができるであろうし、新しく分科会が編成されることになれば、新しいメンバーに、また刺激も受けるであろう。

異業種交流会に「各企業に利益は望めない。」【12】のならば、やはり最終的には各企業ごとの努力が鍵となるであろう。異業種交流会に参加することに直接的な利益を期待するのではなく、異業種交流会で得た情報、率直な批判、刺激などをバネに、それぞれが頑張っていくしかないのかもしれない。それと同時に、新製品開発のように、異業種が手を組むことで広がる可能性にも期待したい。そして、「葛飾区のために何かしたい、という気持ちはある。地域に根ざした企業にしたい。」【12】というかいこ'90のような気持ちを各企業が

持つことができたなら、葛飾区の工業の未来にもつながるのではないだろうか。

(4) NPO 若手産業人会

若手産業人会を設立したひさんは、自ら工場を経営しながら、様々なまちづくり活動に関わっている。工業が盛んな葛飾区において、工場経営者による、工業の枠にとらわれないまちづくり活動も生まれているのである。

NPO 葛飾区若手産業人会は、その前身である葛飾区若手産業人会議が 1996 (平成 8) 年 4 月、「産業と生活の共生を通じて葛飾のイメージアップを目指す」ことを目的に設立された後、2001 (平成 13) 年 1 月に NPO 法人登録を果たしたものである。現在 40 人のメンバーで活動している。地域産業と地域社会とを活性化させようとするこの会は、生産者と消費者の両サイドの視点から葛飾の産業と地域をいきいきさせ、イメージアップして行くことを目指している。区内在勤在住の人、また葛飾に興味のある区外の人など、誰でも入会できる。

主な活動としては、インターネットを用いて地域の仲間を作りつつ、各産業界の最前線で活躍する講師を迎える勉強会・各種イベントを計画・実行しながら活動を進めている。月に一度の定例会はディスカッションで盛り上がり、メーリングリストでは日々活発に活動が進められている。

NPO 若手産業人会の理念として、「公共事業、公益事業を行う(区や都や国で出来ない事を自分達で行う)」「【17】というものがある。財政危機により事業を縮小せざるを得ない行政の出来ない部分を補完し、「自分たちに必要な公益・公共事業は自分たちでお金を集めてやってしまおう!」【17】という意気込みで、様々な事業に取り組んでいこうとしている。そのような事業のひとつとして挙げられるのが、「地域情報化(IT化)の推進による地域活性化」【17】である。葛飾区の人口は1975(昭和50)年代からほぼ40万人で横這いであるが、区外からの若手住民の流入は増加している。しかしそのような新若手区民の多くは、自治会等の地域活動や区内での消費活動にあまり積極的ではなく、地元には期待していない。このような状況下では、地域の崩壊、それに伴う産業の衰退が懸念される。滝澤さんは地域活性化の為にはまず地域情報の発信を充実し、地元に向いて貰うことが重要と考え、葛飾区に関心を持ってもらえるような情報の提供、イベントづくりによる産業・地域活性化をはかっている。

主な活動

NPO 若手産業人会は、設立 1 年目には 23 区で初めて「特別区を紹介するホームページ」

を作り、マスコミ各社に注目された。2年目は現在使用されている「産業フェアロゴマークづくり」、3年目は「楽しみながら葛飾区の地域と産業を知る事のできるカツシカンドリームCD-ROM」を作成し、区内小中学校、行政機関を初め1000枚配布、2000（平成12）年にもその「ドリームCD」10,000枚を作成・配布した。

また、葛飾エフエム放送（株）、（株）葛飾ケーブルネットワーク等の地域メディアと連携し、地域情報化推進による地域の活性化にも取り組んでいる。電子メールによる地域情報の供給「めるまがかつしか」やケーブルTVのコミュニティーチャンネルの充実もはかっている。

最近の活動としては、2002（平成14）年11月に東京e大学東京ビジネスコースを開講した。内容としては、ブロードバンドに載せて商品を効果的に紹介する際の着目点やインターネットライブ中継など様々な映像作成方法を紹介していく『ブロードバンド時代のビジネスプレゼンテーション』、城東、千葉で活躍しているユニークな中小・中堅企業3社を取り上げ、顧客との密接な関係づくりと明確な企業目的など、マネジメントの秘密を紹介する『中小企業ブロードバンドマネジメントスクール』、自らの人的技術的ネットを駆使しながら独自技術のノウハウを提供し、部品、製品群を創出している中小企業の現場を紹介しながら「世代ジョブショップのあり様、ものづくりにおける知の価値とは」について触れる、『ブロードバンドでものづくりワーク』、以上3講座が用意される。各講座ともインターネット学習・スクーリングによって成るため、会社経営者、就労者、学生、主婦、シニアと、誰でもどこでも受けられる講座として、学生と企業の触れ合える場として、そしてシニアビジネスとしても期待を寄せられている。

また、音楽系のイベントは人が集まりやすいということに目をつけ様々なイベントを開催する。葛飾区からスターを誕生させようという「バンドフェスティバル」を開催し、そこで発掘した各種アーティストを色々なイベントにおいて活躍させることにより、葛飾区の活性化を目指している。海の日には「水元公園WAKATEフェスタ」を企画し、1万人規模の屋外大集会となった。産業フェアにおいては「夢づくりパレード」、2002（平成14）年10月には特設野外ステージでアカペラコンテストを開催し、その様子を葛飾エフエムが公開生放送した。

「人口密集地である葛飾区において、コミュニティーを使って一緒に取り組むメリットはあるはず。」【18】と意気込み、将来的には、区内のあちこちでパレードや区民参加のお祭りが開催される元気な葛飾を作る事を目指している。

葛飾の工業

自ら工場を経営しながらまちづくり活動を行なっているhさんは、葛飾の工業の問題点・課題について、「中国の影響で製造業は苦しい状況が続いている。下請企業が、多くは自立できておらずPRできる企業が少ない。工場がまだ残っているうちにノウハウ・頭脳部分を注入すべきである。消費地に近いというメリットを活かすシステムができていない企業は消えていくことが予想される【18】ということであった。hさんのH株式会社は、主に社内のネットワーク化推進によって経営の合理化をはかり、少量でも注文を受けてすぐに納品できるシステムを作り、都知事賞も受賞した。経営改善は今も積極的に行なっているとのことである。

葛飾の工業の展望については、「これから製造業は成長しないのではないか。本来なら工業は、生活に関連するサービス産業（教育・福祉・子育て・高齢化対策など）に変わっていくべきなのだろう」と【18】と語り、そのような観点からNPO若手産業人会で活動をしている。

NPO若手産業人会の可能性

NPO若手産業人会の可能性については、「地域の産業に従事する人達、あるいは地域社会で活動する人達が、自らの意志で産業振興・地域振興・文化振興に積極的に取り組むことによって、行政の限界を超えた展開が可能になるのではないか。ボランティアな活動を通じ、各企業の括りでは達成できない様々な企業経営・団体運営の手法が学べ、各自の事業にも活かしていける。地域社会の問題を研究し、解決してゆく過程で、様々な産業活性化の芽に気づく事が出来るのではないか。そのような芽を育て産業として熟成させることで地域社会の発展に貢献していこうとしている。」【17】と考えている。

よりよいまちづくりのために

hさんは、行政への要望として「事業を採算合わせの為だけではなく、計画の段階から、民間とのタイアップをしてほしい。さらに地元の住民を含めた事業会議などをしてほしい」と【18】と語る。地域にも大勢いるスキルの高い人達にも、コンサルタントとして活動への参加を呼びかけることによって、他からコンサルタントを雇う場合に比べて大幅に費用を削減できる。イベントを開催するにも、NPO若手産業人会のような民間が参入することに

よって、行政だけで企画する場合の約三分の一の費用で行えるという。

また、葛飾区の政治については、「地権者のみが議論に参加するのではなく、そこを借りている人、通過する人など、その場に関わる人全てが参加できるような環境」【17】を理想としている。そして「自発的に学習する教育があり、若者がいろいろなものに興味を持ち、自分の世界を高めていけるまち。そして若い人たちが地域に目覚め、いろいろな活動できるまちにしていきたい。人が集まっている葛飾区だからこそできる、地域の隠れた人材を掘り起こしていく、という楽しいまちづくりをしていきたい。【18】ということであった。

公共セクターと民間セクターの間にあるNPOの活動から、行政のマスタープラン・振興プランなどの取り組みや、中小企業の工場へのヒアリングとは違った角度からまちづくりについて考えられるのではないかと、また、工場を運営しながらたくさんの活動に携わっておられるhさんのお話から、工業のまちづくりへの関わり方、これからの工業の在り方をも見えてくるのではないかと考えた。しかし、前述のように積極的に活動を進めている若手産業人会であるが、目的遂行型で熱心に事業を行う為、傍観者的な人はずいぶんいて、メンバーが流動的になりがちであり、そのため会員を急激には増やすことができない、という問題を抱えている。このことから、工場経営という仕事を抱えながらまちづくりに関わっていくことの難しさも伺えた。

産業フェアは大勢の住民が訪れ、屋台や展示は家族連れや子供たちで賑わっていた。若手産業会のアカペラコンテストにも大勢の若者が集まっていた。その集客能力に、イベント開催によるまちづくりの可能性を感じた。しかしhさんは、「大勢の人が集まってきてはくれたが、地域祭りのようになっていないか。イベントだけ観にきて、そのまま帰ってしまう人達もいる。工業・商業について理解してもらおう、という本来の目的が達成されているのだろうか。即売目的の人も多く、そもそも産業フェアは、あまり区民に知られていないのではないかと」【19】ということであり、イベントを工業・商業など産業と結びつけて行なう難しさも感じた。

多くの工場経営者がまちづくりにあまり関心を持っていない中で、hさんは様々なイベントを催し、区の情報を提供するなどして、少しでも多くの人たちに葛飾の魅力を知らしめようとしている。都議会議員への出馬経験もあり、政治の面でもとても熱心に活動している。NPO若手産業会は設立してまだ日は浅いが、これからの活動に期待が持てるのではないだろうか。

(5) 商店街

四つ木・立石地域は、関東大震災・第2次世界大戦による東京中心部からの人口流入により、葛飾区内で最も早く市街地化が進み、工業が発展した地域である。この地域において、商店街は工場と共に発展していった。しかし工業が衰退し工場数も減少した現在、工場経営者・労働者の客層は相当落ち込んでいる。さらに昨今は大型店舗の進出・消費者の生活スタイルの変化など、様々な要因が加わったことにより、商店街は非常に苦しい経営状態にある。かつて工場と盛衰を共にした商店街は、工場が減少した今、どのような意識で活動しているのだろうか。

共通する問題点

立石・四つ木地域の商店街は、葛飾区内で最も工場が集積する地域であり、かつてはともに、工場関係者が客層の多くを占めていた。しかし工業の衰退・工場数の減少により工場関係者の客層は大幅に減少し、商店街の経営に大きな影響を与えている。さらに大型店の影響による商品流通の変化・価格の変化・労働条件の変化、また経営状況の悪化による後継者不足、工場跡地に建てられたマンション新住民との関わり、消費者の生活スタイルの変化・ニーズの多様化、長引く不況による消費需要の不振など、様々な要因により、商店街は大変厳しい経営状態におかれている。

それぞれの取り組み

両商店街とも、売り出しセール・イベント開催によって集客をはかっている。10月末から行われる立石仲見世共盛会の凧コンクールは毎年人気で、アーケードを飾る子供たちの凧を見にくる客で賑わう。毎月行われるまいろーど四つ木商店街の朝市には、地区外からも大勢の客が訪れ、賑わいを見せる(写真5-2-3、5-2-4参照)。イベント時には若い人も訪れ、よその商店街からも見学に来る。しかしまいろーど商店街は「それはあくまでイベント時だけのこと。点の集客を面にし、普段の買い物にも来てもらえるようにしたい」【20】という。そして両商店街が強く言っていたことは、若い人のニーズに合うものを提供したい、ということであった。立石仲見世共盛会は、すぐ隣にイトーヨーカドーがあるにも関わらず、それなりに客は集まってくる。少量量り売りのお惣菜は近所で評判であり、苦しいといいつつも、各店が努力しているという。しかし商店街は高齢化が進んでおり、やはり若い人のアイデアが欲しい。2002(平成14)年、港区台場に

1955（昭和30）年代の下町の町並みを再現した「台場1丁目商店街」がオープンした。「レトロの雰囲気を楽しめることを売り物にしているが、立石仲見世共盛会には、その頃の様子がそのまま残っている。若い人には仲見世共盛会の様子が珍しいはず。もっとアピールしなければ」【21】と感じている。

まいろーど四つ木は「商店街の経営者が高齢者ばかりなので、客が何を求めているのかわからない。若い人が何を求めているのかきいてみたい。どんなことでもヒントを見つけたら行動してみる。古い考えに固執しないように心がけ、どうやったら四つ木に人を集められるか考えている」【20】と、意欲を示している。

教育・子育て・福祉

まいろーど四つ木商店街は、教育・子育て・福祉をも担っていかようとしている。地域の幼稚園や郵便局など、イベントがあると聞けば積極的に協力し、地域区民との交流をはかっている。また、最近エコマネーを勉強し始め、学校の休みの増えた子供たちや、若い人達がボランティア活動を通じて商店街に関わってくれないだろうか、と考えている。

2002（平成14）年12月には「まいろーどめだかの学校」という月1度の三世代学級を開校した。商店街各店舗を巡って店主を調査する「親子商店街探検」、パソコンを使ってクリスマスカードや名刺を作る「パソコン教室」、四つ木の歴史を学び、地域の高齢者の昔話や昔の遊びを通して歴史を学ぶなど、地域の子供たちと高齢者が触れ合う「四つ木タイムトラベル」などがある。これは、完全学校5日制に対応し、商店街が地域の子育てに参加、協力し、商店街と地域のつながりを強める 学校生活や家庭生活では得られない社会体験の場や地域社会の大人との交流の機会を地域の子供たちに提供する 商店学級に親子で参加し商店街に足を踏み入れてもらうことにより、各店舗のサービスや商品の良さを理解してもらう機会と捉え、各店舗の顧客開拓につなげる、ことなどを目的としている。

2003（平成15）年あたりには新しく老人福祉と絡めたサービスも立ち上げる予定で、引きこもりの老人の為に何が出来るか考えている。

地域のコミュニティー

立石仲見世共盛会は、「零細企業を潰さないようにやっていかなければいつか大変なことになる」【22】と指摘する。「大災害が起こった時には、大手スーパーだけでフォロー

できるのであろうか。阪神・淡路大震災の時のようにボランティアの人達が助けてくれるだろうが、地域のコミュニティー・村社会も残しておきたい。日頃からの付き合いで思いやりのある関係を築いておきたい。」【21】ということである。昔と変わらず近所の人と触れ合える商店街は、お年よりの憩いの場にもなっており、おしゃべりを楽しむために商店街を訪れる人も多い。そして、「今の時代消えゆく祭りも、商店街が担い手となっていきたい。」【21】と、文化の継承についても商店街は意欲を見せている。

立石仲見世共盛会には、毎日開店前から行列のできる、昔から続く人気のモツ焼屋がある。郷土と天文の博物館学芸員のiさんは、葛飾の立石に生まれ育ち、幼い頃からモツ焼に慣れ親しんできた。モツ焼を葛飾区の郷土料理と捉え、地域による調理のこだわり、モツ焼を食べる際のお酒の合わせ方など、モツ焼を追究することで葛飾の地域性を見出すことができるのではないかと指摘し、モツ焼を葛飾の文化として捉えている【23】。昔から地域に伝わる食べ物も、大切な文化として残して行ってほしい。

再開発・防災『立石駅周辺地区まちづくり基本計画案作成調査』

立石駅では北口・南口それぞれで研究会・勉強会が開かれ、再開発についての検討会が進められてきた。1998（平成10）年度までは地元権利者の再開発に対するイメージを具体化しようと、イメージ図やボリューム模型を作成してきていた。そして1999（平成11）年度には、これをもとに地元地権者の意見を反映した計画案を作成し、今後のまちづくり活動の気運を盛り上げることを目的として基本計画案作成調査が行われた。5回のワークショップが実施され、地区に住んでいる地元地権者自らが実際にまちを歩いて問題を発掘し、まちづくりのイメージ・施設計画イメージ案を描き、商業の視点から再開発を考え、ワークショップ計画案の検討を行ない、『立石駅周辺地区まちづくり基本計画案作成調査』がまとめられた。（該当地域については図5-2-15参照）

立石仲見世共盛会は1955（昭和30）年代の街並みを残していることもあって、木造住宅が多く、道幅が狭く問題がある。防災上の観点から、再開発を行なう必要性は皆感じており、今の段階での反対者はいないそうである。現在は再開発を行なうことを前提とし、『立石駅周辺地区まちづくり基本計画案作成調査』をもとに議論が進められているが、具体的なことはまだ全く決まっていない段階である。より具体的な方向性が見えてきた後に、賛成・反対に分かれ、議論が難航することが予想される。

「まず再開発の話に乗り、それから考えるつもりで、その時に備え今も頑張っている。

しかし日本が先細りの状況にあるので、どこもかしこも再開発でいいのか？という疑問もある」【22】と、再開発には賛成の意向を示し、再開発によって町が活性化することに希望を託している。しかし再開発後の経営に向けて意気込む一方、不安も抱えている。仲見世の雰囲気を残したいという皆の希望があるが、費用の問題がある。大きなビルに入り、他から入ってくる業者と競争していけるだけの経営能力もない。再開発はせざるを得ないが、昔からのものは大切にしたい。だが新しいビルではほとんどの店がやっていけないだろう、というジレンマに苦しんでいる。

ほっとマイタウン四つ木

四つ木地域には、「ほっとマイタウン四つ木」というまちづくり組織がある。四つ木1・2丁目地区は密集した老朽住宅や細街路が多く、防災性に多くの問題を抱えている。人口も減少傾向にあり、商店街も閉店が増加してきており、まちの賑わいが衰退しつつある。このような状況の中、京成押上線連続立体交差事業を街づくりの大きな契機として、密集している当地区の防災性・居住環境面の改善を図り、「ずっと住んでいたいまち」づくりを目標として、2000（平成12）年6月、「ほっとマイタウン四つ木」が発足した。「四つ木のまちづくりは自分たちの手で」進めるため地元まちづくり組織として、密集地域・防災についての勉強会を行なっている。地区内町会（3町会）・商店街・街づくり協議会の代表で構成されている。毎月1回のペースで区役所、都市基盤整備公団と共に検討委員会を開催し、ワークショップ手法を活用して地域内まちづくりの検討を行っている。

まいろーど四つ木商店街からは、3人の方が参加している。毎月の朝市やフリーマーケット時には、「もっと地域を見てもらおう」と、ほっとマイタウン四つ木のメンバーも商店街を手伝いにくるなど、商店街との事業連関もなされている。上記年表5-2-1のように、地域住民に商店街のイベントに参加してもらいながら実際道の狭さを再確認してもらうなど、活動に工夫が見られる。防災のみならず、「まちづくり全て」に関わろうとしている。

このほっとマイタウン四つ木は、区内でも熱心なまちづくり団体であるとして区役所でも評判であった。まちづくりの組織というと行政主導になりがちなものだが、ほっとマイタウンは自分達でやりたいという意識が強く、真剣に取り組んでくれる人が多い、商店街・地元も協力的である、と区側でも非常に高く評価していた。密集地帯であるだけに、防災面で地域を危惧している人が多かったのではないだろうか。また、まいろーど四つ木商店

街は、葛飾区に130ほどの商店街があるなかで、まず一番に行政の打診が行くところであるという。その葛飾区一活動的な商店街が、客を集め、商店街を再び活性化するための不可欠の要素として、地域の活性化をとらえ、積極的にまちづくり活動に参加していることが大きいのではないだろうか。ほっとマイタウン四つ木の連絡責任者を務め、行政と区民との掛け橋となっているjさんも、商店街の積極性を評価しており【24】、商店街とまちづくり組織との良好な関係が伺えた。

行政だけの取り組みでは、ある程度の達成がなされると、事業がそれきりになってしまいがちという。地域に住んでいる人達が取り組めばこそ、真剣に取り組むのであって、継続的で実りある活動も可能になるのだろう。葛飾区も地域の人との交流が大切だと考えている。地域一体となった今の良好な関係を維持し、活発な活動を続けていってほしい。

工業と商業のつながりと展望

確かに、町工場と商店街の趨勢は密接な関係があったが、工業数が減少してしまった現在、工場労働者と商店街の人達がお互いの関係を意識しているということはないようであり、実際、流通・販売面での連携などは見られなかった。もともと葛飾区の工場は部品を作っているところが多いからなのかもしれないが、これからもむしろ工場は、少量多種、即納入、という道へと進むのであろう。とすると、今後も工業と商業が連携していくことはないのかもしれない。工業も商業も苦しい経営状態にあるところが多く、各自が別々に試行錯誤し、新しいスタイルを開発したり、付加価値をみつけようとしたりして、生き残りを模索している。

商店街の場合には、地域の特性を活かしながら、消費者の立場に立った積極的な経営によって生き残ってゆくのだろう。従来から商店街は、地域の潤滑油としての役割を果たしており、店先での会話から地域の連帯が生まれ、郷土愛も培われてきた。商店主は商品の販売とともにその知識を提供し、また地域の情報を伝えるなど、地域コミュニティーの核を担ってきた。地域の崩壊が叫ばれている今、そのような従来からの商店街の役割が、一層重要になってきていると思われる。これからも商店街は、普段の生活、ボランティア、災害時の助け合いなど、人と人との思いやりある関係を生み出す場として、そして、まちの雰囲気・祭り・味覚など、昔からの文化を伝える場としての役割を担ってゆく、地域には欠くことのできない場であり続けるのではないだろうか。葛飾区の商店街の手本として活動に取り組むまいろーど商店街の姿からは、なんとかして四つ木のまちを活性化させた

いという、ひたむきな熱意が伝わってくる。まちを元気にすることで、商店街を再び地域に根付かせることもできるのだろう。

表 5 - 2 - 9 商店街の概況

	立石仲見世共盛会	まいろーど四つ木商店街振興組合
結成時	1946 (昭和21)年頃	1947 (昭和22)年4月
一番活気があった時期	1960 ~ 1975 (昭和35年 ~ 昭和50)年頃	1940.41 (昭和15.6)年頃
近隣大店舗	イトーヨーカドー立石店〔1961(昭和36)年開店〕	イトーヨーカドー四つ木店〔1992(平成4)年11月開店〕
主な活動	立石地区5商店街共同の大江戸下町富くじセール、年8回の売り出しセールどんと市・10月中旬から翌年一月中旬まで開催される手作り凧コンテスト、納涼盆踊り大会など。テレビでも頻繁に取り上げられ、ホームページではうまいもの情報mapで各店舗を紹介している。	中元・歳末福引き売り出し、毎月第1土曜日のポイント3倍セール、毎月第3日曜日の朝市、7月第3日曜日のエコフェスティバル、大晦日のカウントダウンパーティー、5月11月のフリーマーケット、ほかボーリング大会、観劇、旅行、さくらまつり、など。
特長	1955 (昭和30)年代の様子を今もそのまま残している。惣菜店が多く、『おかず横丁』として親しまれている。	毎月の朝市は大勢の客で賑う。地元まちづくり組織『ほっとマイタウン四つ木』に参加。

年表 5 - 2 - 1 活動内容 (概要)

西暦	元号		
2000年	平成12年	6月 12月	ほっとマイタウン四つ木発足 講演会開催 (災害に強いまちづくり)
2001年	13年	1月 3月 6月 7~8月 10月 12月	現地見学会開催 (曳舟再開発・京島地区密集事業視察) 講演会開催 (福祉のまちづくりについて) 四つ木1・2丁目地区紹介ビデオ (疲れているまちから、ずっと住んでいたいまちへ) 製作 四つ木1・2丁目地区まちづくり意見交換会開催 講演会開催 (まちの色を見る・観る・診る) 商店街主催カウントダウンパーティーにおいて、ウォークラリーを開催し、地元住民に細街路や密集した住宅を改めて見てもらう
2002年	14年	1月 2月 3月	延焼シミュレーション開催 現地見学会 (一之江ステーションフラッツ) 講演会開催 (まちづくりは楽しいことから) 四つ木1・2丁目地区建替え相談会開催

まいろーど四つ木商店街提供資料「ほっとマイタウン四つ木とは」より作成

5 - 2 - 3 立石・四つ木地域のこれから

一般的にまちづくりを考えると、その動機付けは商店街の活性化や交通網の拡大、老朽家屋の建て替えなどが簡単に思いつくであろう。そして、住民と行政もしくは民間やNPOなどのボランティア組織との連携のもと、まちづくりはその形を見せる。それは、それぞれお互いが同じ地域というステージの中に立ち、コミュニティを共有することによって更なる効果を発揮する。そういった中で住民が主導的に明確な目標を持って地域活動を行ってゆくとき、そこには本来その地区が求めている理想形が現れてくるはずである。その理想を実現するためには、行政主導のまちづくり政策ではどうしても限界が生じてしまう。何故なら、もし、行政主導型のまちづくりで理想が実現するなら昨今、こんなにも世間でまちづくりの五文字が叫ばれることは無いはずである。

そこで重要になるのが、住民・行政・民間の三者の役割分担である。その構造は住民を天秤の軸としてその左右のバランスを行政と民間が支援という形で均衡を保っている状態である。つまりは住民を中心として行政・民間が横のつながりで情報を共有する事が必要ということだ。

しかし、立石・四つ木地域を見ると必ずしもこのような形でまちづくりが進められていないのである。この地域で一番重要なポジションを占めているのは、工場関連の住民である。葛飾区を今まで支えてきた数多くの地場産業、そしてそこから住工混在型の地域が形成された。それが最も顕著に表れている立石・四つ木地域においてその関係性は無視できない。

行政もその地場産業を生かす政策を数々打ち出している。その一つが葛飾区産業フェアである。区内産業と地域の振興、加えて次代を担う児童・生徒の産業教育の場の提供という目的を掲げて始まった産業フェアは今年で18回を数える。住民の参加人数も年々増加し、出店企業も多岐にわたり確実に成果は上がっている。しかし、このフェアにも立石・四つ木地域の主役である工場関連の住民の姿は見えないのである。

そこには、工場で働く人の意識が大きくかかわっている。第2節の2項でも述べられているように、先の状態が見えない工場が多く存在し、向上心を持たない工場経営者が増えている。つまりは自分たちの事ばかりが先に立ち、地域の事まで頭が回らない状態なのである。一方、展望の明るい企業も無くは無いがその数はほんの一握りにしか過ぎない。要するに、まちづくりはやりたい者、できる奴がやってればそれでいいといった感覚が蔓延しているのである。この感覚は、ある意味職人的気質に起因しているのかもしれない。

天秤の軸を成しているはずの工場関連の住民が、このように張りを失っている状態では、受け皿にあるはずの行政や民間の情報は流動的なものになってしまい、実を結ぶ事は難しい。それでも、意識の根底には理想の葛飾像は誰もが持っているはずである。それを実現するには、どんな近代化政策よりも「メイド・イン・カツシカ」のブランド力の復活に頼るしかないのである。

【1】2002年8月30日 B株式会社 Zさんのインタビューより

【2】2002年8月22日 有限会社A Yさんのインタビューより

【3】International Standardization Organization 14001の略称。ISOが1996年からISO1400シリーズとして発効させた、環境管理などに関する国際規格。また、それに対応する日本の環境JISのこと。ちなみにISOとは、International Organization for Standardizationの略称で、日本語では国際標準化機構という。

1947年に設立され、工業・農業製品の規格の標準化を目的とする国際機関である。

【4】2002年8月24日 有限会社F Xさんのインタビューより

【5】2002年8月22日 有限会社C Wさんのインタビューより

【6】2002年9月5日 D株式会社 Vさんのインタビューより

【7】2002年8月20日 株式会社E Uさんのインタビューより

【8】東京23区は平成12年4月より地方自治法上の基礎的自治体として、都市計画決定や土地区画整理事業に関わる認可等の権限が拡大した（葛飾区都市計画課マスタープラン 2001:5）

【9】大規模な地震などに伴って発生する市街地火災から住民の生命、身体及び財産を守るため、避難地、避難路及び延焼遮断帯等の周辺の耐火建築物の建築を促進することによって、これらの防災施設の機能を確保し、安全なまちづくりを推進する事業。

【10】2002年10月22日 かつしか異業種交流会第1グループ K-ING21
ヒアリング調査

【11】2002年9月2日 かつしか異業種交流会第2グループ ベンチャーズ
ヒアリング調査

【12】2002年8月20日 かつしか異業種交流会第3グループ かいこ '90
ヒアリング調査

【13】2002年11月25日 かつしか異業種交流会第1グループ K-ING 21

ヒアリング調査

- 【14】2002年11月25日 かつしか異業種交流会第2グループ ベンチャーズ
ヒアリング調査
- 【15】2002年8月23日 かつしか異業種交流会総会
- 【16】東京都城東地域中小企業振興センター『平成10年度地域工場集積地診断報告書
(葛飾区「堀切・東四つ木・四つ木」地域)』平成11年度
- 【17】NPO 若手産業人会 HP より
- 【18】2002年9月5日 NPO 若手産業人会 ヒアリング調査
- 【19】2002年10月19日 NPO 若手産業人会 産業フェアにてヒアリング調査
- 【20】2002年8月14日 四つ木地域商店街 ヒアリング調査
- 【21】2002年10月18日 立石地域商店街 ヒアリング調査
- 【22】2002年8月30日 立石地域商店街 ヒアリング調査
- 【23】2000年9月26日 都政新聞第6面「わたしの課外授業」
2002年8月30日 郷土と天文の博物館学芸員 ヒアリング調査
- 【24】2002年10月27日 四つ木地域商店街 ヒアリング調査

