

奈良県における地域産業活力について

—地域デザイン講座の開催を通じて—

Industrial Vitality in Nara

秋山 秀一*

Shuichi Akiyama

1. 研究の目的

本研究は、地域産業活力の形成要因について、企業行動と地域資源との関わりを探ることを目的としている。とりわけ、①新興企業（企業家）の活動、②既存産業における経営革新、③両者と地域資源との関わり、という3つの観点から事例分析を行い、奈良県における「内発的
地域発展」の可能性について検討するものである。

本研究はそれらを射程としながら、テーマが持つより実践的な側面を重視するという立場から、研究対象となる企業関係者を講師として招き公開講座を開催し、個々の産業活力を地域社会や大学教育へとフィードバックする試みを行った。本稿では主に後者、公開講座の報告が中心となる。

2. 事例研究および公開講座の実施

まず、書籍、雑誌、新聞等から情報を収集し、奈良県に所在、もしくは活動上何らかの関わりがあり、独自の製品・サービス保有、あるいは特徴的な取り組みを行う企業のデータベースを作成した。その中から数社への予備的なインタビューを行い、独自性が高いと考えられる4社を抽出、追加的なインタビューを実施した。

その予備調査結果をもとに公開講座を開催した。インタビュー及び講演内容はテキスト化し分析に用いるとともに、今後の研究へと活用する。以下は抽出した4社の講演内容についての要約・キーワードである。

事例1：株式会社三輪そうめん山本（桜井市）「地場産業の革新性と企業を育てる機能」

そうめんは奈良発祥の食品の一つとして、その歴史は古い。同社は1717（享保2）年創業の老舗企業であり、明治期以降、贈答用の商品として百貨店の販路を確立することにより成長、県内のみならず国内でも一定の地位を占める企業となった。伝統的な製造方法と味の継承にこだわりつつ、原材料の調達や商品開発、販路開拓など常に新しい試みを行ってきた。また近年では、社長自身が関西ニュービジネス協議会の理事を務めるなど、新しい企業家の育成に取り組んでいる。

（講演日 2005年10月12日（水）代表取締役社長 山本太治氏）

事例2：株式会社エヌ・アイ・プランニング（生駒市）「メディアの果す役割・重要性」

今や、地域産業や社会の活性化にとって、地域に関わる各主体を媒介するメディアの存在は不可欠となっている。同社は奈良県生駒市に本社を置き雑誌の発行やイベントや店舗の企画を行う企業である。同社において注目される点は、「naranto（奈良人）」「ぱ～ぶる」といった雑誌にみられるように、現在の奈良を洗練された独自の感性でとらえ直し、生活者に新しい奈良のライフスタイルを提案しつつ、イベントや店舗の企画を通じてその具体化を図っている点である。同社の情報誌やインターネットから発信される情報は、奈良に住む人だけでなく訪れる人にも重要な役割を果たしている。

（講演日2005年10月19日（水）代表取締役社長 鐵東貴和氏）

事例3：HUSH（大阪市・奈良市）「ものづくりと販路開拓の新たな可能性」

奈良は大阪や京都という大都市に近接する場所にあり、歴史的にみても産業面のつながりは深い。今、そうした立地条件を生かして、新しいビジネスが生まれつつある。大阪にはここ数年転廃業した企業のオフィスビルを改装したカフェやギャラリーが増えているが、その中の一つ、HUSHの店内で使用する家具や展示するガラス食器類は、奈良を拠点に活動するクリエイター集団の手によるものである。彼らの感性が大阪で受け入れられたことは、奈良の次世代を担うクリエイターやものづくりの新たな可能性を示している。

（講演日2005年11月30日（水）マネージャー 中本圭美氏）

事例4：株式会社ジャパン・ウェブ（大阪市）「地域産業活力と企業家精神」

同社は、ここ数年で急速な成長を遂げたITベンチャー企業である。吉野出身の社長は、当初家業であった木材産業のノウハウを行かして住宅関連事業を始めたが失敗、ITビジネスの世界に飛び込んだ。同社の核はデジタル・コンテンツを一定期間で消去するというユニークな特許技術であるが、その技術を生かし様々な試行錯誤を重ねた結果、ハリウッドとも取引するデジタル・コンテンツ配信事業を確立した。事業展開過程では、社長の企業家精神が重要な役割を果たしている。

（講演日2005年12月7日（水）代表取締役社長 岡本明義氏）

3. 今後の課題

上記は限られた事例であるが、奈良の内発的
地域発展を考える上で多くの示唆を得ることが
できた。今後こうした個別企業の活力が奈良産
業全体にとっても重要な意味を持つと考えられ
る。そのためには、個別のアイデアやノウハウ
を地域へとフィードバックし、創造的な企業や人材を育成する仕組みを作ることが必要である。

本研究では、こうした実践的課題に応える試みとして、大学が主体的な役割を担う新しいタイプの公開講座を実施した。経営者が直接学生・企業人・生活者に語り、講座を通じて人的ネットワークが形成される。地域の内発的発展にとって重要なことは、こうしたネットワークが地域で活動しようとしている人々の情報交流のインフラとして機能することではないかと考える。

今後は、今回収集したデータの分析をすすめ、企業のマーケティング行動、とりわけ地域資源を生かした商品開発やビジネス・モデルについて、さらに理検討する必要がある。その上で、地域と企業との関わりを分析する補完的な仕組みについても考察したい。また、実践的な取り組みを通じて、教育、研究、地域社会にフィードバックする取り組みを継続的に実施することも重要となろう。

本講座は、「地域デザイン講座2006－奈良発クリエイティブ－」と題し、特色ある学部づくりを目指す社会学部「地域デザイン研究プロジェクト」の一環として平成17年度より開始。奈良市中心部のサテライト教室において平日の夜間に公開講座を開催した。平成18年度は地域連携教育研究センター事業として実施している。

表 奈良大学「地域デザイン講座」参加者数

	社会人	学生	計
講演会参加者	102	134	236
交流会参加者	60	111	171

※会場：奈良マーチャントシードセンター
定員：50名×4回＝計200名

主要参考文献

- Barney,J.B.(2001), 'Firm Resources and Sustained Competitive Advantage', Journal of Management, Vol.17, No. 1, pp.99-120.
- Florida,R.L.(2004), 'City And The Creative Class',Routledge.
- 佐々木雅幸 (2001)『創造都市への挑戦』岩波書店。
- 株式会社東京商工リサーチ奈良支店 (2006)『エラバル2007 奈良経済』。
- (2006)『TSR 情報奈良 新春特集号2006』。
- (2006)『TSR 情報奈良 夏季特集号2006』。