寄稿

被災地の地域産業・中小企業の復旧・復興

―震災後9カ月の現状と課題―

関　満博
（明星大学経済学部教授）

東日本大震災から9カ月になろうとしている。この間、被災した地域の産業・中小企業はどのような方向に向かっているのか。ここでは地域産業・中小企業をいくつかに類別し、その取り組みの現状と課題というべきものをみていくことにする[(1)]。

広大な地域の被災と復旧・復興の落差

東日本の広大な地域を襲った東日本大震災、産業・中小企業サイドからみると地域により、あるいは業態等により被災のスタイル、その後の展開も大きく異なっている。

岩手県北部の久慈のあたりから宮城県北部の塩竈に至るリアス式海岸の場合、津波による被害が目立つ。特に、このエリアの基幹産業であった水産関連産業が流出、壊滅した。漁船漁業用の船舶、養殖施設、養殖用小型船舶、湾岸の魚市場、製氷施設、冷蔵・冷凍庫、水産加工工場、造船所、鉄工所、無線などの電気関係、漁具・資材業者、餌業者など、水産業コンプレックスの全てが壊滅した。

宮城県中部から福島県北部沿岸の平野部では、農地への津波の侵入により農業の被害が大きい。除塩と水路等の整備が不可欠とされている。

福島県の第一原発周辺の町村は、放射能被害により、近づくことも容易ではない。このエリアの地域の産業としては、いくつかの進出企業はあるものの、それらはすでに機械を搬出し、他の地域に生産拠点を移している。また、これらの町村の住民の多くは原発関連部門で働いていた場合が多く、就業の場がない。さらに、これらの地域の生活関連の商店、飲食業などは地元での再開の目処はたたない。

茨城県から千葉県のエリアは意外に地震による影響が大きかった。さらに、岩手県から宮城県の内陸部も機械の転倒、建物の損壊など、地震による被害が大きかった。ただし、日本のモノづくり系部門の中小企業の復元力は大きく、これらの地域の中小企業、特に製造業はすでに生産体制を整えている。そして、復興需要に忙しい思いをしている中小企業と、空洞化により全く仕事のない企業に二極分化している。

このように、被災地といっても、被災のスタイル、状況は大きく異なり、震災後９カ月を経て、復旧・復興の度合いにも大きな落差がある。ここでは、以上の中から、リアス式海岸の水産関連産業、日本の基幹産業とされるモノづくり系中小企業、そして、地域に密着した生活関連産業の復旧・復興の状況と当面する課題をみていくことにする。

水産関連産業の現状と課題

三陸の水産業の最大の特質は、寒流の親潮と暖流の黒潮がぶつかり、魚種が極めて豊富であり、カツオ、サケ等の回遊性魚類、また、サンマ、イワシ、サバ、タラなどの多獲性魚

類が豊かという点にある。そのため全国の漁船が集まっていた。特に、近年、冷蔵・冷凍技術、物流等の発達により、水産加工業が興味深い発展を示していた。三陸で水揚げされる魚の70％は冷凍され、通年で加工されていた。このような状況の中で、この15年ほどの間に、急成長する水産加工企業が目立っていた。三陸においては、これら水産加工業は成長産業であったのである。ただし、これらはほぼ全て壊滅した。

宮古魚市場も４月 11 日に再開

4月11日の宮古市場を皮切りに、各地の魚市場が再開されているが、当面、三陸には大型冷凍庫が一つもないため、鮮魚だけが取り扱われている。本命の冷凍、水産加工が復活しない限り、漁船も寄りつかない。この水産加工部門が戻らないと、人びとの働く場もない。特に、三陸最大の水産加工基地である気仙沼、石巻は地盤沈下に悩まされ、地面の嵩上げから入っていく必要があり、復旧・復興には時間がかかる。水産業コンプレックスの中でも、冷凍庫、製氷施設が生命線として受け止められ、その再開が急がれている。

三陸水産業のもう一つの特徴は優れたリアス式の湾内で、ワカメ、コンブ、カキ、ホタテ、アワビ等の養殖が盛んに行われていたことであろう。これらは「三陸モノ」として市場で高い評価を受けていた。この湾内の養殖施設はほぼ壊滅、さらに、2万数千隻とされた養殖用の小船のほぼ90％は流出・損壊させられた。

ワカメ、コンブは養殖期間はほぼ半年とされる。7～8月に種付けして、翌年の3～6月に収穫する。2011年の収穫はほぼゼロ。2012年春の収穫に向けて、各漁協は必死の取り組みを重ね、ほぼ従来の50％程度は期待できる状況になっている。ただし、カキ、ホタテ、アワビは養殖に2～3年を要する。2011年度は一部の天然モノを除いて収穫はほぼゼロ。2011年の夏に種付けを行ったが、収穫は2～3年後となる。この間をどのように過ごしていくのかが課題とされている。一部では半生貝（1年程度養殖したもの）を北海道から入れて対応する動きもみられている。

他方、水産業コンプレックスの一角を構成する造船関連は、新造、修繕を含めて仕事は山のように来ている。出張工事が可能な中小の鉄工所、電装関係は「特需」に対応しているが、設備産業の造船業の場合は、船台が破壊されたり、沈下している場合も多く、対応に苦慮している。

モノづくり系中小企業の復旧・復興

東北地方はかつては「モノづくり産業過疎」といわれていたのだが、1977年の東北自動車道、1982年の東北新幹線（大宮～盛岡間）開通の前後から、一気に近代工業化が進んだ。特に、岩手県の花巻から北上、一関に拡がる北上川流域といわれる地域は飛躍的にモノづくり系産業が集積していった。このあたりはこの30年ほどの間に、半導体、自動車関連の北東北最大の工業集積地を形成することに成功している。また、茨城県水戸から日立、相馬に至る常磐線沿線には日立製作所が幅広く展開し、独特の工業集積を形成していた。

これらの地域では津波による被害は少なく、地震による機械の転倒、建屋の損壊等の被害が目立った。この点、日本の中小企業の場合、復元力は大きく、1～2週間で再開できる状況まで復旧させているケースが多い。むしろ、システムが複雑な大企業の工場の復旧の方が遅れた。それでも予定よりもかなり早い段階のほぼ半年ほどで復旧している。

ただし、このモノづくり系の部門については、空洞化、円高の影響が大きい。震災後９

カ月という段階では、モノづくり系中小企業の状況は大きく分かれている。一つは震災後の復旧・復興特需に忙しい思いをしている中小企業、もう一つは、親企業の海外移管などにより仕事のない中小企業ということになる。ただし、特需に沸いている中小企業も、一段落すると仕事がなくなる懸念もある。

特に、地元で懸念されているのは自動車産業の動きである。日本の自動車産業の場合、国内生産維持の考え方が強く、一部を除き、最近までアジア、中国展開は遅れていた。だが、2000年代に入る頃から、各国の国産化の動きが強まり、現地生産が不可欠なものになってきた。そのため、2000年を前後する頃からメーカーはアジア、中国進出を進めている。

この間、2次下請以下の中小企業については、世界的な自動車産業の動きが適切に説明されていない。2000年代の中頃から、一気にアジア、中国といわれても準備ができていない。日本産業の中でも、とりわけ自動車関連中小企業のアジア、中国進出が遅れていた。自動車関連中小企業の多くは、アジア、中国のことを考えたこともない場合が少なくない。

このような状況の中で、2008年秋のリーマンショック、2011年3月の東日本大震災と重なって、ようやくアジア、中国に目を向けるようになった。まさに、電機産業の1995年頃の状況によく似ている。電機と自動車では「アジア、中国」認識が15年ほどの差があるようにみえる。この震災を契機に、日本の自動車関連産業のアジア、中国進出は一気に加速することになる。

この点、東北地方に関しては、やや時間的余裕がある。かつて自動車産業過疎とされた東北に自動車の組立工場が進出してきたのは2000年の頃（岩手県金ヶ崎の関東自動車）であり、今年に入って宮城県北部にもう一つ（セントラル自動車）がオープンしたばかりである。経験的に一つの自動車の組立工場の最適生産規模は年間35万台程度とされ、その規模を維持できなければ新工場の意味はない。現状、東北の2工場で半分にも達しておらず、しばらくは拡大基調で進むことが予想される。ただし、国内の自動車産業全体が縮小する見通しの中で、中小企業間の競争は厳しいものになる。そのような枠組みの中に、東北地方の自動車関連中小企業が位置づけられていくことになる。

被災地の生活関連中小企業の課題

今回の東日本大震災の被災地の多くは、従来から人口減少、高齢化が進む条件不利地域であった。地元商店街、飲食店、観光施設等も疲弊している場合が多かった。岩手県宮古から宮城県塩竈市に至る三陸沿岸の市町のいずれも、商店街、飲食店、観光施設が壊滅的な打撃を受けている。さらに、福島第一原発周辺の町村は立ち入ることも難しい。

このような状況の中で、各地で仮設店舗が9月頃から設置されている。仮設の店舗、屋台が設置されることにより、一気に賑わいが増していく場合も少なくない。だが、現実的な問題として、住民の数は大幅に減り、商圏が縮小している。事業として現地で復旧・復興できるのかどうか、微妙な点も少なくない。

この点、原発周辺町村の避難している商店、飲食店等の動きが示唆的であろう。彼らは元々、事業が衰退気味であった場合が少なくない。彼らは「いつ戻れるかわからない。仮に戻れたとしても放射能を気にして子どもの小さい若い人は戻らないだろう。そこで商売が成り立つのかどうか」という気持ちになっている。

現状、このような商店主、飲食店の経営者たちは周辺の市町で避難生活を送っている。そのような中で、7月頃から意欲的な人びとは避難地で商売を再開し始めた。例えば、浪江から二本松に避難しているそば屋の店主は「浪江では商売はできない。ならば、どこでもいいから事を起こすべき。早く自立する必要がある。むしろ、今だからできることがある」として、7月1日にほぼ第1号として再開していた。

その後、10月に入ってから、浪江から避難

している人びとの中からは、二本松、福島などで事業再開に踏み出す場合も出てきた。全体的な傾向として、復興需要のある建設業者はすでに事業再開している場合が多く、次に飲食店が目立つ。生活用品の商店の動きは鈍い。商店主たちは「お世話になっている地元の同業者に迷惑がかかる」と考えている場合も少なくない。

日本全体が人口減少、高齢化を重ねている現在、地元に立脚した生活関連用品の商店などは気持ちが後退していた。そこにこの被災が重なり、次への展望を見出しえていない。地域の活性化の担い手として、あるいは、個々の事業として、どのようにしていくかに戸惑っているのが現状であろう。ただし、仮設の小さな店舗で再開を果たした飲食店、商店の場合、いずれも顔が輝いていることが興味深く思えた。やはり、事業者は事業に踏み出すことが何よりなのであろう。そのような取り組みが、周囲に「勇気」を与えていくことになる。

中小企業は地域の担い手

ここまで検討したように、被災後9カ月となり、地域産業、中小企業も置かれている状況がみえ始めている。水産業の場合には、船舶、養殖施設の回復、さらに水産加工業においては冷蔵・冷凍庫の回復が強く意識されている。特に、気仙沼、石巻といった中心的な水産加工業地域の場合、地盤の嵩上げが課題とされている。また、一部の有力な水産加工業は新たな用地を探し、工場再建に動き出している。

また、モノづくり系中小企業は、特需で忙しい企業と仕事のない企業に分解しているが、この震災以後の時代に向けて、自らの置かれている位置を確かめつつある。今後、ますます海外移管が強まり、その中でどのように生きていくのかが問われている。明らかに、従来事業は国内では縮小していく。ならば、市場の拡大している国地域を意識した事業に転ずるか、あるいは、成熟化、高齢化、人口減少を受け止め、そこに新たに生じてくる市場

老船大工３人が修繕を開始

に向かうかが問われている。そうした事を認識し、新たな取り組みが必要とされる。

また、地域に立脚していた生活関連の商店、飲食店などは、相当数が廃業に追い込まれる可能性が高い。新たに形成される地域（まち）に必要とされるサービスを提供できるものへと変わっていかなくてはならない。

9カ月が経ち、これから新たな地域（まち）が形成されていく。その地域が活力にあふれ、暮らす人びとを豊かにしていく事業が多方面に展開されていくことが期待される。その一つは雇用の場の創出、魅力的な産品の産出、他の地域から人びとが訪れる地域的な環境、雰囲気づくりなどが必要となろう。

中小企業は「地域的な存在」といわれている。まさに「有力な市民」なのである。被災により深刻な状況にあるものの、地域の活性化の担い手として、雇用の場を提供するものとして、新たな一歩を踏み出していくことが求められているのである。

(1)　震災後７カ月を経過した段階の被災地の地域産業、中小企業の復旧・復興の状況、課題等については、関満博『東日本大震災と地域産業復興Ⅰ』新評論、2011年、として取りまとめてある。