

地域の底力——東大阪市

大阪府東大阪市

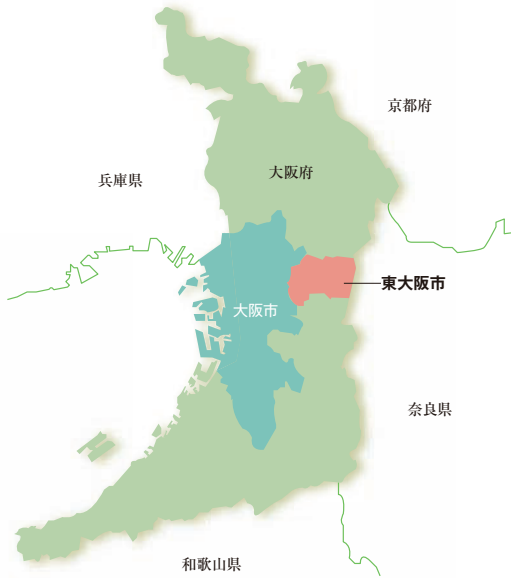
町工場から 世界的な製品を生む 技術の集積地帯

さまざまな技術を持つ町工場が建ち並び、
互いの技術と知恵を活かして次々に新しい
製品を開発してきた歴史を持つ東大阪市。
市も戦略的な取り組みで
中小企業をサポートしてきている。
歴史的な円高にも、
新興国の追い上げにも負けない
ものづくりをめざす地域を訪ねた。

生駒山が生んだ 伝統的地場産業

大阪市の中心部から約三〇分。

生駒山の麓に開けるのが東大阪市である。高層の市庁舎から四方を眺めると町工場らしき建物が広がり、間に住宅が建ち並んでいるのが分かる。高速道路のインターチェンジが弧を描き、ここが交通と流通の要所であることを示していた。生駒の山々は古代から平地に水を供給し農業を発展させてきたほか、水車を回す動力ともなった。この動力を活かして鉄を細く延ばした鉄線や銅線を作り、それを素材とする金網やネジの製造が地場産業へと発展していった。中には



ハードロック工業のように、絶対に緩まないネジを製造し、世界中の高速鉄道や自衛隊の艦船、瀬戸大橋などの橋梁向けに納品している会社もある。

最近では町工場から生まれた人工衛星「まいど一号」が話題を呼ぶなど、規模は小さくても他でまねができない技術や製品を生み出す市として、日本はおろか海外からも注目を集めている。リーマンショック、度重なる円高、後継者難と取り巻く環境は厳しいはずだが、どういうわけか「町工場のおっちゃんたち」はいつも元氣らしいのである。

東大阪商工会議所会頭の嶋田 亘氏によれば、

「こんな厳しい環境の中にあっても新しい仕事に挑戦し頑張っており、気分転換に飲む機会などがあるとみんな結構楽しくやっていますよ」

「もうかりメッセ」で 引き合い件数四〇〇〇件

もちろん厳しさなど百も承知。そこを明るく笑いながら切り抜け



東大阪商工会議所会頭・嶋田亘氏。技術開発力はあるも販売力が弱い東大阪の中小企業を「もうかりメッセ」などで強気にバックアップ中。

ようというのが、東大阪の気質なのかもしれない。今年も東京ビッグサイトで「もうかりメッセ東大阪in東京」なるイベントを開催。入り口には東大阪のおっちゃんたちの写真がずらりと並び、会場内は新しい技術や製品を売り込もうとする人たちの熱気が渦巻いた。もちろん買いたいという人々が押し寄せ、来場者は約五五〇〇人、引き合い件数は四〇〇〇件以上と大きな成果を上げています。

わずか二日間でこれだけの引き合いを成立させた東大阪市の町工場。この底力はどこから来るのか。嶋田会頭は、

「東大阪は大企業の下請けでは

なく、わりあい自社製品を持つている企業がたくさんあります。そういうところは自分たちで世界に向かって前向きに取引を拡大しているんです。中には非常に優れた技術力を持つオンラインワンの企業もあって、そういう人たちが頑張っていますね。

また、小さい町工場が集まっているので、前工程を自分の工場で作ると次は隣へ行き加工をしてもらう、次にその隣で別の仕上げをしてもらうというように町内を一周すれば製品が出来上がるという構造があります。自分のところで全部やろうとすれば大変ですが、ネットワークでものを作り上げることが可能なんです。と



上／高い加工技術を活かした古代の銅鐸のレプリカ。

右／東大阪市は生駒山の麓に開け、古来、流れてくる水を使って水車を回し、動力としてきた。水車動力を用いた線材加工に始まった金属加工業は、地場産業として大きな力を持つ。多種多様な用途のネジや作業工具類は見事な造形物でもある。



きには技術的に非常に優れた人に教えてもらうこともできる。そんな蓄積から東大阪のユニークさが生まれているように思いませんか」

たのだ。ただ、問題があった。みな作ることはうまいし、新しいことにも挑戦する。だが、売るのが下手なのである。それをバックアップするために、市や商工会議所ではさまざまな工夫を凝らしてきた。「もうか

りメッセ」などのイベントのほか、市では総合商社やメーカーなどのOBを嘱託職員として雇って、製品や技術をマーケットと結び付ける努力を続けている。特許取得などの知財戦略も強力でバックアップする。ユニークな取り組みとして、「東大阪ブランド」がある。これは、ものづくりのまち東大阪で生まれた製品のうち、「オンリーワン」「ナンバーワン」といった基準に基づく東大阪ブランド推進機構の審査をクリアした製品のみが認定されるものである。そして選ばれたブランド品を売り出すべく、展示会の出展や運営、消費者モニターからの意見収集、企業間の交流、大学などの産学連携、販促用のオリジナルグッズの製作と販売など、多彩な活動に結び付けているのだ。市の関係者ではなく、各分野の専門家で構成される外部機関による評価であり、ブランド価値があるかどうか一定期間ごとに再審査が行われるため、信頼性が高い。

東大阪ブランドに選ばれた製品を集めたカタログを見せてもらった。ネジなどの硬い品ばかり

ではない。土鍋、歯ブラシセット、ヘアピン、ブロック、携帯電話やタブレット用のさまざまなグッズ、台所で使うフィルター、工具、テープ、スポーツ用のサングラスなど実に多彩である。

独自製品を生み出す情熱的経営者たち

実際にユニークな技術や製品を持つ企業経営者の話を聞いた。下西製作所（しげにしせいぞうしよ）の下西（いせいわ）社長はマグネット（磁石）を主力製品としてさまざまな製品を開発している。まず、質問された。

「家庭内に何個磁石があると思いますか？」

五〇個ぐらいあるのだろうかと言ってみた。答えは×。標準的な家庭で三〇〇個近くはありという。携帯電話があれだけ小型で高機能なもの、磁石の力が大いに物を言っているらしい。下西製作所ではネオジム磁石（注1）とモーターの力を使って、部品を垂直に持ち上げ次の工程まで運ぶ機械「マグネポータ」を開発した。必要な個数の部品を必要なタイ

ミングで運ぶという。それまで人力で運んでいたものを機械が自動で運ぶ。しかも垂直の動きを取り入れているため場所をとらない。効率があぐんとアップし、喜ばれている。実際に「マグネポータ」を見せてもらったが、パイプの周りをらせん状に回りながら垂直に部品を持ち上げていく動きが不思議で、見とれてしまった。

「最初は苦勞したんですよ。磁石だと運んだ部品が磁気を帯びて、鉄粉を引き付けてしまうと思い込んでいる経営者が多くてね。でも、脱磁器を組み込んでそうならない工夫がしてある。導入した会社からは凄く感謝されています」

「マグネポータ」は世界特許を取得し、東大阪ブランドにも認定されている。

少し柔らかい家庭用品にまで手を広げているのはアドバンスの安川昭雄会長である。もともと微生物の力を活かした汚泥処理を手掛け、自然の生態系を活かしながら水を浄化する技術で定評があった。そこから米ぬかと麦ぬか、微生物の力を活かした洗剤が生まれた。「トレル」と名付けら

れた洗剤は家の中のどこでも使えるし、人間の体にも無害。髪の毛から体、口内まで使えるという優れた製品である。最近では「あらた」というブランド名で化粧品の分野にも進出している。

「手作りのようにしてやってきましたが、どういうわけか海外からも引き合いがあつて、フランスの大手化粧品メーカーやワイン工場からも『一緒にやらないか』というお話をいただいています」

下西社長と安川会長は、自社の製品開発や販売だけに熱心なのではない。東大阪の風土を愛し、ものづくりに情熱を注ぐ人材を育てようと力を尽くしてきた。特に小学生から大学生まで、ものづくりの楽しさを覚えてもらおうとさまざまな活動に参加している。東大阪市の次世代ものづくり啓発事業の一つである、年間五〇〇〇人程の小学生を対象に実施している「モノづくり体験教室」へ参加しているほか、会社にインターンとして高校生から大学院生までを受け入れる。実は東大阪市は市内に近畿大など五つの大学を抱える学園都市でもあ



下西製作所の下西巖社長（右）とアドバンスの安川昭雄会長（左）。下西社長の右手にある機械は、ネオジウム磁石とモーターの力を活用して部品を垂直に運ぶ「マグネポータ」。2人は人材育成にも力を注いでいる。

り、卒業後は地場の企業に入社しようという学生も増えてきているという。

「大学院生の中には、うちにきて研究開発を行い、修士論文を書く学生もいます」（安川会長）

就業体験を積んでもらうだけでは足りない。若者たちの発想を活かし、新製品の開発にもつなげていく。

（注1）ネオジウム、鉄、ホウ素を主成分とするレアアース磁石の一つ。永久磁石のうちでは最も強力とされている。

デザインを切り札に 新しいものづくり

新しい技術を製品化し、広く売っていくためには機能が高いだけではないけない。韓国や中国をはじめ、新興国の追い上げを痛いほど感じている東大阪では、とりわけ自社製品の販売促進のためにデザインの重要性に着目した。「東大阪デザインプロジェクト事業」を立ち上げ、世界的な工業デザイナーの喜多俊之氏をデザインク



東大阪市の中小企業の技術を結び付け、テーブルウェアなどをプロデュースするのは同じ市内にあるデザイン会社エイド。デザイナーの阿萬芳和氏は小売店を対象とする販売会でも大きな手応えを感じているという。



リエイティブアドバイザーに迎えた。一例としては、優れたデザインの高機能土鍋を売り出したところ、人気が急上昇。低価格志向を強める消費者も、デザインが

良ければ多少値の張る製品でも買うことを実感させた。

この事業の一環として、市内のデザイン会社と製造業が連携し、新たな取り組みも始まっている。その取り組みの中心を担っているのが、デザイン会社エイドである。都市部のビルにあるデザイン会社をイメージしながら向かった先は、町工場の中の一角だった。エイドのオーナーが工場経営者でもあるのだという。なんとも東大阪らしい光景だ。

エイドの阿萬芳和氏がデザインを手掛けた製品を見せてくれた。分解し土に還る樹脂を使った豆皿や四角い皿。それと組み合わせ

せて使う金属の皿。化繊のフェルトに捺染技術(注2)でモダンな柄をプリントしたランチョンマット。涼しげな柄をプリントした、だが昔ながらのさらし。手染めの箸袋、あずま袋(注3)どれもひとつとして、手に取りたくなるような品々だった。これらすべては樹脂加工や金属加工、染色、刺繍や縫製などの技術を持つ東大阪の町工場で作られたものだという。ブランド名は「シンプルプラスタイル」。商標も登録済みだ。シンプルな美しさを持ちながら、それにプラスして暮らしの楽しさまで提案できるという気持ちから命名された。

「このプロジェクトはまずコンセプトありきで進みました。一社で最終製品を作ってしまうのではなく、市内の数社の力を合わせようと。そうすればいろいろなアイテムが持てますし、一社当たりの投資額も減ります。具体的なものとは決まっていないうちに、数社集まって一つのブランドを作っていくしくみができました。

食器などのテーブルウェアを作ろうという話をさせていた

き、最初に関心を持った二〇社弱の企業さんにプレゼンテーションを行いました。その後一社一社を回り、どういった設備があるのか、どういった仕事をしたいのかなどコミュニケーションを取りながら、最終的に四社と契約を結び、それから各企業が持っている技術を活かしてどういったものが作れるのか話を進めたという順番です。だから企業さんのほうも最初は不安だったでしょうね」

ただ、このような手間を掛けることによって、エイドとしても企業の持つ技術や強みなどを見極めることができた。そこから議論を重ねてデザインされ、作られた製品は展示会で紹介され、好評を得ている。

プロジェクトは三年計画で、三年間で少しずつ売り上げを伸ばし、投資を回収していくという考えなので、価格も控えた。

「全部日本で作っているという」と、お客様に驚かれますね」

と阿萬氏が話す。思った価格よりも安いものは外国製だとみんなが思い込んでいたのである。実際には工夫次第で、地元の力を活

東大阪市にある司馬遼太郎記念館。安藤忠雄氏設計の瀟洒な記念館の隣には町工場が建つ。いかにも東大阪らしい光景である。写真提供：司馬遼太郎記念館



かすことはまだまだ可能と思われた。

(注2) 染色法の一つで、染料をのりに混ぜて布などに直接すり付けて染めるもの。

(注3) 袋状になっている風呂敷で、両端を結んで使う。

「住工共生」が 今後の大きな課題

パワフルな町工場が頑張る東大阪。作家の司馬遼太郎氏は東大阪を愛し、自宅をここから動かさうとはしなかった。司馬氏の没後

自宅の敷地に安藤忠雄氏設計の「司馬遼太郎記念館」が建てられた。記念館を見学し、カエデなどの木々が美しい庭を眺めるファンの姿が絶えないが、緑の向こう側に町工場が見えるのが実に東大阪らしい光景である。

だが、こういう「東大阪らしさ」が問題にもなっている。大阪市中心部に近いのに工場地帯ということで土地代が割安な東大阪市内に、住宅が建ち始めたのである。戸建て住宅が二〇〇〇万円ほどで買えるのだから確かに魅力的だろう。困ったのが町工場である。これまでなら朝八時から夜十時まで、ときには日曜日まで気兼ねすることなく工場を稼働させてきたのに、今では住民から強いクレームが出ることもある。

東大阪市高井田西自治連合会会長の林泰孝氏も、いろいろと調整に苦労している。

「以前から工場と住宅があった所はいいんですが、工場が一つ出ていってその後に新しい住民が入ってくると、『なんでこんなにやかましいねん』ということになるんです。騒音やにおいなど、市



高井田西自治連合会会長の林泰孝氏。夜遅くや休日にも稼働する工場の隣に住宅が建つ地域。町工場と新たにできた住宅との共存が地域の課題という。

にクレームを入れる方もいます。私たちとしては意見をまとめて市に持っていく、相談をする。これを踏まえて市のほうで議会にかけるなど、方策を考えていたただくのを待っているところです」

市や地域の公職を多数務めている林氏も、急激な町の変化には苦慮している様子だった。かといって住宅建設をストップするわけにもいかない。工場と住宅の共生は市としても大きなテーマとなるはずである。実際、東大阪市内は「住工共生のまちづくりビジョン」を策定し、工場の跡地にはできるだけ工場を誘致するなどの取り組みを行っている。



東大阪市の野田義和市長は、「ものづくりを担う中小企業は市の大きな柱です。税収面でも大きい。工場移転や廃業などにより跡地がマンション等の住宅用地として活用された場合、税収はダウンします。またたくさんの人々を雇用しているのも中小企業。市内の人たちが従業員として勤めるケースが多いので、働くのも暮らすのも東大阪です。となれば食料品や日用品を市内で買ってく

ラグビーの聖地で世界に名を上げる

東大阪市の野田義和市長は、

「ものづくりを担う中小企業は市の大きな柱です。税収面でも大きい。工場移転や廃業などにより跡地がマンション等の住宅用地として活用された場合、税収はダウンします。またたくさんの人々を雇用しているのも中小企業。市内の人たちが従業員として勤めるケースが多いので、働くのも暮らすのも東大阪です。となれば食料品や日用品を市内で買ってく



野田義和東大阪市長はラグーシャツで登場。東大阪は高校ラグビーの聖地・近鉄花園ラグビー場を市内に持つ。2019年に開催予定のラグビーワールドカップの試合をぜひ誘致したいと意気込む。

れる。この内需が大きいんです。工場が出ていけばいくほど、税収は減る一方です。バランス良く市を發展させていくことが大きな課題ですね。

一方、市では中小企業の育成にも力を入れています。今では六六社がナンバーワン、オンリーワンなど優れた製品を作って「東大阪ブランド」として売り出し中です。これ以外にも、東大阪でなければ作れない部品などもあります。例えばダイハツ工業さんはハイブリッドではなくガソリン車でガソリン一リットル当たり三〇キ



緑の天然芝が美しい近鉄花園ラグビー場。毎年冬に全国高校ラグビー大会が開かれるときには市民がボランティアとして活動し、訪れる高校生や関係者、観客をもてなす。もちろん市民はラグビーに対する目も肥えている。写真提供：近畿日本鉄道株式会社

ロを超えて走る車づくりを目指していますが、それを下支えするのは東大阪の町工場。幾つかの取引も始まっています。大手企業が東大阪に目を向けざるを得ない力を付けていく。また直接消費者に買っていただける製品づくりも目標です」

もう一つ、東大阪の将来を見据えた活動がある。二〇一九年に日本開催が決定しているラグビーワールドカップ会場として市内にある近鉄花園ラグビー場を選んでもらうため、熱心に運動を続

けているのだ。天然芝の花園ラグビー場と言えば、高校生ラグビーの聖地。野球でいえば甲子園球場のようなものだ。

「冬の全国高校ラグビー大会は市をあげて応援しています。私は開会式、閉会式に参加するほか試合も観に行きますよ」

ワールドカップが来れば、東大阪が知られる良い機会。名を知られさえすれば、東大阪の魅力もっと輝くだろう。「花園」と「東大阪」の名が世界にとどろく日が待たれる。