

機械情報産業カレント分析レポート

青森県の「クリスタルバレー構想」－構想はなぜ挫折したのか－

◆はじめに

足元のわが国の液晶パネル産業界は、「アップル特需」といわれる米アップル社の iPad の需要拡大に沸いている。アップル社に液晶パネルを供給している東芝とシャープはアップル社の資金協力を得て、新ラインの建設を発表している。特に、シャープは三重県の「クリスタルバレー構想」の際に注目された亀山第1工場に新ラインの建設を計画中である。

一方で、三重県の「クリスタルバレー構想」と共に注目された青森県の「クリスタルバレー構想」は、構想自体が挫折したと言っても過言でない状況である。クリスタルバレー構想は、2001年1月に策定され、構想期間10年、10～15の事業所を整備し、設備投資額は2,000億円、雇用者数は約5,000～6,000人、年間出荷額は2,400億円という都市（まち）づくり構想であった。しかし、10年間で進出した企業は2社に過ぎず、その2社も相次いで経営が行き詰った（誘致第1号のAIS¹は2010年11月に破産申請、六ヶ所村に青森工場を持つ東北デバイス²も2010年7月に民事再生法申請）。その結果、雇用を生み出すどころか、逆にAISの破綻により200人以上の従業員の雇用が失われた。

筆者は、当所の報告書¹で三重県の「クリスタルバレー構想」と青森県の「クリスタルバレー構想」を比較している。その執筆に際しては、三重県と青森県に数度にわたり訪問し、数多くの関係者に話を伺っている。したがって、今回の青森県の「クリスタルバレー構想」の挫折は、大変残念なことと感じている。しかしながら、今後の青森県の産業振興、新産業育成のためには、この挫折から何を学ぶかが重要である。

◆三重県と青森県の構想の内容の違い

三重県の「クリスタルバレー構想」と青森県の「クリスタルバレー構想」、構想名はよく似ているが、内容と目的はまったく異なるものである。三重県が既存集積活用による企業誘致型のイノベーションであるのに対して、青森県は

新産業集積構築を目指した企業誘致型のイノベーションである。したがって、三重県は既に三重工場（多気町）を持っていたシャープの大規模生産拠点の企業誘致（亀山第1工場、亀山第2工場（亀山市））が構想の柱となっている。一方で、青森県は企業誘致は都市（まち）づくりの一つの方法であり、目的ではない。したがって、整備内容には、研究所や人材育成機関の整備も盛り込まれている。企業と地域との関係をみても、三重県はビジネス重視型の関係であり、将来シャープの亀山工場が移転することを想定して、三重県では「八ヶ岳方式」（地域を牽引する産業や企業が複数ある状態）の企業城下町を目指している。一方で、青森県は地域密着型の関係であり、地域に根を下ろし、地域経済と一体となることを目指している。例えば、中核企業だったAISの社名の由来は、一つはAdvanced Innovation Speedで、もう一つはAomori Information technology Supporterなのである。したがって、青森県の「クリスタルバレー構想」と三重県の「クリスタルバレー構想」は、名前はそっくりであるが、目的・コンセプト・着地点等は全く異なるものなのである。

◆青森県と三重県の経緯と推移の違い

青森県の「クリスタルバレー構想」は地域の人々の危機感と熱い思いが原動力であり、一方で三重県は大企業の生産拠点の誘致活動であり、あくまでもビジネスライクである。したがって、筆者は、企業誘致活動としてはゼロからのスタートであるため構想の遂行は困難であると当初から観ていたが、FPD（フラット・パネル・ディスプレイ）産業を地域の地場産業として進出企業とともに育成していくという地域産業振興としては評価していた。FPD産業を中核とする地域開発として構想をみた場合、出発点は非常に良いものだったと思うが、最大の問題点は「なぜFPD産業なのか」ということである。これは、筆者が当時いろんな方にヒアリングをしても解決できなかった問題である。

◆クリスタルバレー構想の最大の課題

¹ 調査研究報告書（No.H17-1）「強いモノづくりの創出に向けた産業の新たなリンケージ－新産業展開とイノベーションの視点から」。

青森県の「クリスタルバレイ構想」は、地域産業振興としては構想の内容自体はそれほど悪いものではなかったと筆者は考えている。その最大の課題は、地域産業振興の産業に「FPD 産業を選んだこと」にあるといえるだろう。青森県は、質の高い電力の安定供給や低い有効求人倍率などの産業インフラ、地震と落雷の少なさなど自然環境、を誘致のアピールとしていたが、FPD 産業にとって重要な要素の一つが「サプライチェーン」なのである。具体的には、①材料の安定的供給と（国内、陸輸）、②製品の出荷（輸出、空輸）、つまり「入と出」である。このサプライチェーンを考慮すると、構想の中心である青森県の六ヶ所村では、材料供給の道路インフラは不利で、出荷に必要な国際貨物空港までのアクセスも不利になる。もう一つの要素が、顧客であるセットメーカーとの Face to Face のコミュニケーションであるが、これは地理的に不利であることは明白である。

筆者は、構想自体は誤りではなかったと認識している。地域開発、産業振興の視点から捉えれば、産の研究開発型企業の開発機能と生産拠点を誘致し、学の研究開発機能を整備し、官がそれを強力に推進し、一体となって取り組む構想自体は誤りではない。「世界的な研究開発を産学で行うことにより『FPD といえば青森県』といわれるような、FPD 関連産業界にとって魅力的な地域を目指す」という言葉は筆者の脳裏に今でも鮮明に残っている。

◆構想挫折の原因とは

どんなに構想自体が優れた計画でも、結果的に構想は頓挫した形となり、目標とは程遠い結果となったことは事実である。クリスタルバレイ構想には、地域開発、産業振興に必要な不可欠な地域の人々の危機感と熱意はあった。また、行政の手厚い支援もあった。産業調査研究の視点から見ると、欠けていたのは「青森県で FPD 産業を振興することの必然性」だと筆者は感じている。つまり、地域資源と関係が薄い FPD 産業を育成しようとしたことが構想挫折の真因ではないだろうか。

産業集積では「集積が集積を生む」ことは相対的に優位ではあるが、ゼロから集積を作り出すのは容易なことではない。そして、青森県で

は企業誘致が進まず思うように集積が進まなかった。その原因は、青森県で FPD 産業を振興することの意味、青森県でなければならない必然性にあったと考えている。企業としては、合理的な経営行動が必要不可欠であるため、青森県に進出するには相応の理由が必要なのである。

◆構想から得たものと、今後の産業振興

青森県が構想から得た果実としては、構想を遂行したことによる「実績」と「経験」といえるだろう。新産業に属する企業誘致により発生する課題を産学官で乗り越えてきた実績と経験などである。その中には、県外や国外の学术界、産業界とのネットワークも含めて考えてよいだろう。これらの実績と経験から学ぶことができれば、次の産業振興には必ず活かせるだろう。

クリスタルバレイ構想が失敗した最大の要因は、「なぜ青森県で FPD 産業だったのか」ということである。したがって、青森県では、県の持つ地域資源を見直し、青森県でないとできない産業、青森県が圧倒的な優位に立てる産業とは何かを考えることが必要だろう。そして、その産業が今後どのように変化していくのかを考慮したうえで、産業、行政、大学、地域が何を取り組んでいくべきかを考えることである。

◆産業調査の意義と責務

筆者は、現在、太陽電池、車載用リチウムイオン電池とその製造装置を主な調査研究としており、これらの産業を振興しようと計画している地方自治体からアドバイスを求められることがある。しかし、それらの計画の出発点は、多くの場合、「今後産業として大きくなる」という『期待』である。厳しい事業環境の中、グローバルに活動している企業サイドからみれば、必然性が無ければ、県どころか、日本国内に投資することもできないのである。青森県のクリスタルバレイ構想は、他県と同様に「なぜ青森県なのか」を考えないまま、危機感と想い、そして期待で突き進んでしまったことに、原因がある。想いや期待は必要であるが、それだけでは構想は成功しない。綿密な産業調査の上に構想を策定し、実行することが必要である。その意味において、我々産業調査を担う研究機関の意義と責務は重い。（調査研究部 近藤信一）