

Title	2000年代以降における「温州モデル」の進化プロセスとその方向性：産業集積の視点から
Sub Title	The evolutionary process and direction of Wenzhou model in the 2000s : from the viewpoint of industrial agglomeration
Author	林, 松国(Lin, Songguo)
Publisher	慶應義塾経済学会
Publication year	2012
Jtitle	三田学会雑誌 (Keio journal of economics). Vol.105, No.3 (2012. 10) ,p.435(153)- 460(178)
JaLC DOI	10.14991/001.20121001-0153
Abstract	中国の地域経済発展の典型の1つである「温州モデル」は2000年代以降、内発的発展と量的拡大を基本的な特徴とする発展方式から大きく変化している。本稿では、産業集積の視点から「温州モデル」の進化プロセスについての分析を行った。そこでは、市場経済環境が急速に変化する中で、温州産業集積において、地域間・業種間の企業移動や企業の階層分化が発生しており、「温州モデル」の多様な経路を通じた進化のプロセスが存在した。 Since the 2000s, the "Wenzhou Model," one of China's typical regional economic development models, has significantly changed from a development system basically characterized by endogenous development and quantitative expansion. This study analyzes the evolving progress of the "Wenzhou Model" from the perspective of industry agglomeration. In a market economy environment that changes rapidly, regarding industry agglomeration in Wenzhou, inter-regional and inter-industry company shifts and hierarchical differentiation is occurring, indicating the existence of an evolution process wherein various routes existed for the "Wenzhou model."
Notes	特集：中国産業論の帰納法的展開
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234610-20121001-0153

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

2000 年代以降における「温州モデル」の進化プロセスとその方向性―産業集積の視点から

—

The Evolutional Process and Direction of Wenzhou Model in the 2000s: From the Viewpoint of Industrial Agglomeration

林 松国(Songguo Lin)

中国の地域経済発展の典型の 1 つである「温州モデル」は 2000 年代以降、内発的発展と量的拡大を基本的な特徴とする発展方式から大きく変化している。本稿では、産業集積の視点から「温州モデル」の進化プロセスについての分析を行った。そこでは、市場経済環境が急速に変化する中で、温州産業集積において、地域間・業種間の企業移動や企業の階層分化が発生しており、「温州モデル」の多様な経路を通じた進化のプロセスが存在した。

Abstract

Since the 2000s, the “Wenzhou Model,” one of China’s typical regional economic development models, has significantly changed from a development system basically characterized by endogenous development and quantitative expansion. This study analyzes the evolving progress of the “Wenzhou Model” from the perspective of industry agglomeration. In a market economy environment that changes rapidly, regarding industry agglomeration in Wenzhou, inter-regional and inter-industry company shifts and hierarchical differentiation is occurring, indicating the existence of an evolution process wherein various routes existed for the “Wenzhou model.”

2000 年代以降における 「温州モデル」の進化プロセスとその方向性 ——産業集積の視点から——⁽¹⁾

林 松 国

要 旨

中国の地域経済発展の典型の 1 つである「温州モデル」は 2000 年代以降、内発的発展と量的拡大を基本的な特徴とする発展方式から大きく変化している。本稿では、産業集積の視点から「温州モデル」の進化プロセスについての分析を行った。そこでは、市場経済環境が急速に変化する中で、温州産業集積において、地域間・業種間の企業移動や企業の階層分化が発生しており、「温州モデル」の多様な経路を通じた進化のプロセスが存在した。

キーワード

「温州モデル」、照明器具産業集積、自動車部品産業集積、企業の移動、企業の階層分化

はじめに

改革開放以降、独自の産業発展を遂げてきた温州市は中国の地域経済発展の一類型として国内外から注目され、「温州モデル」と呼ばれた。学術界においても、「温州モデル」に関する研究は中国国内のみならず日本でも盛んに行われ、これまでに多くの研究成果が蓄積されてきた。中国国内の研究の多くは専門市場や温州商人のネットワークを特徴とする発達した流通機能や、温州企業に多く見られる私的財産権の早期確立などに注目しているのに対して、日本では製造業としての発展要因や企業家活動に焦点を当てた研究が多い。⁽²⁾ 日本側研究の中で、産業集積の側面から「温州モデル」

-
- (1) 本研究の調査には、文部科学省私立大学戦略的研究基盤形成支援事業の一環である名城大学地域産業集積研究所の調査プロジェクト、ならびに平成 23 年度科学研究費助成事業（「基盤研究 A・海外学術調査」、研究課題：「自動車産業におけるグローバル・サプライヤーシステムの変化と国際競争力に関する研究」、研究代表者：清响一郎）より助成を受けた。また調査の実施に際して、雷新軍（上海社会科学院）、蔡建娜（上海社会科学院）並びに各企業の皆様のご協力を得た。ここに記して御礼申し上げる。

の特徴を分析した代表的な研究は丸川（2004）、（2010）、渡辺（2004）、黒瀬（2004）である。

丸川（2004）では、温州産業集積の特徴は多様な産業が存在することであり、その発展プロセスは生物進化の過程とよく類似しており、突然変異によってある産業が興って成功すると、その産業は1つの「種」となって多数の企業が輩出し、また、多数の企業が生存空間を求めて競争する中で、産業は様々な亜種に進化していくと論じ、そこには、ある企業が成功すればそれを模倣する企業がたちどころに多数現れるという複製のメカニズムが存在すると分析した。また丸川（2010）では、温州産業集積発生の多くは市場経済が未発達だった時代にその源流があったことを明らかにした。

渡辺（2004）では、温州の産業発展が、自立・国内完結型・国内市場向け発展を特徴とするものと総括し、地元の民営企業が国内の人材・機械を再編活用し、温州人の国内販売ネットワークを利用したことから当地の産業発展が可能となったと説明した。この論文は特に温州企業が使用する機械に注目し、温州では大量の安価な簡便化された産業機械が流通、使用されている事実と、簡便化機械を開発、提供する地元企業の存在を明らかにした。

また黒瀬（2004）では、温州産業の発展過程を、①場面情報による小零細家族経営の勃興と一般情報化による産業集積形成段階（1970年代末～1980年代半ば）と、②産業資本の形成、確立段階（1980年代半ば～2000年代初頭）との2つの段階に分けて分析し、機械制大工業の端緒段階に到達した温州では、大企業の形成が見られる一方で中小企業は階層分化していると主張した。

以上の先行研究から提示、示唆された内容は産業集積の発展としての「温州モデル」を把握するうえで重要な指摘であり、中国国内の研究にはない日本の研究者の独自の研究成果であると高く評価されよう。先行研究で提示された1980、90年代における温州産業集積の形成と拡大のプロセスを簡潔に整理すると、まず、温州商人による需要情報の「搬入機能」によって、早い段階で温州に国内各地の様々な商品の需要情報が集められ、それに加えて、ものの作りの伝統や強い企業家精神、また国有企業の統制力が弱かったといった発展要因が存在したがゆえに様々な産業集積が形成された。膨大な国内需要と温州商人の販売ネットワークに支えられ、産業集積内部では活発な新規参入と模倣の連鎖が起き、それに伴って産業集積の規模が拡大し、また産業集積の種類もますます増えていった、という過程であった。

ところが、2000年代に入ると、温州の諸産業集積の中には、企業数の増加による量的拡大を基本的な特徴とする発展のパターンから、異なる発展の傾向を示す産業集積が多くなってきた。一方、前述したように、従来の研究は研究時期の関係もあって、基本的には同じ地域になぜ多様な産業集積が集中し、また量的に拡大し続けるかという課題の解明に重点を置いたため、2000年代以降の変化には必ずしも注目しなかった。しかし、中国のほかの沿海地域でも見られたように、労働者賃金・

-
- (2) 日本側の「温州モデル」研究に関するレビューは渡辺幸男（2009）「日本の温州産業集積研究の研究視角——日本での温州産業研究レビュー——」丸川知雄編『中国の産業集積の探求』東京大学社会科学研究所で展開されている。

土地価格の急上昇や人民元高による輸出縮小などの影響で、量的拡大を特徴とする従来型の発展は温州では既に大きな限界を迎えつつある。

以上の認識に基づいて、本稿では、まず関連の産業統計から 2000 年代以降における温州市の製造業の発展傾向を確認する。そのうえで、異なる発展の方向を示した 2 つの産業集積を取り上げ、各産業集積において具体的にどのような変化が起き、その原因とは何かを分析することで従来研究の限界について検討する。また、後述するように、2000 年代以降の「温州モデル」の進化プロセスそれ自体は量的拡大段階から新しい発展段階に向かうプロセスでもあり、本稿の最後では、温州産業集積を含む日本、中国、台湾の産業集積を取り上げた園部・大塚（2004）で提示された「内生的産業発展論」⁽³⁾と温州産業集積の進化プロセスを比較することで、途上国における産業集積の発展プロセスを客観的にとらえるための有効な視点を探っていききたい。

1. 2000 年以降における温州市の製造業の発展傾向

温州には様々な産業集積が存在することがよく知られているが、全体の発展状況を体系的に統計した資料は非常に少ない。まず、丸川（2010）によれば、2001 年時点で 153 の産業集積が存在し、そのうち企業数が比較的に多いのは、包装印刷、弱電器、バルブ、革靴、ボルト、自動車部品、軽皮革、ボタン、ジッパー、ランプ、金属ライターといった産業集積であった。また、北京大学「城市与区域规划系温州課題組」の調査報告によれば、⁽⁴⁾2005 年の時点で、温州市には 27 の大きな産業集積があり、多くの集積の生産は国内総生産量に占める割合が高く、例えば、靴産業集積が 25 %、弱電器産業集積が 50 %、電動髭剃り産業集積が 60 %、⁽⁵⁾金属ライター産業集積が 90 %、⁽⁶⁾金具産業集積が 50 %、⁽⁷⁾眼鏡産業集積が 80 %、⁽⁸⁾合成革産業集積が 70 %、ファスナーが 8 %、アパレル産業集積が 8 %、をそれぞれ占めていた。

(3) 「内生的産業発展論」では、産業集積の形成およびその後の発展過程について、「始発期」、「量的拡大期」、「質的向上期」の 3 段階に分けてとらえている。その基本的な理論の展開は次のようになっている。まず「始発期」では、海外にある技術の模倣あるいは商人主導の下で産業集積が形成され、低品質の製品の製造方法が確立されたことによってそれを模倣する新規企業が続出し、産業集積が「量的拡大期」に入っていく。「量的拡大期」に入ると、生産活動が基本的に模倣によって行われるので生産性の向上がほとんどなく、企業間競争の激化とともに利潤率が減少する。その結果、経営能力の高い企業家が技術革新を志向するようになり、企業の間で製品の品質をめぐる競争が展開され、産業集積は「質的向上期」に進んでいく。「質的向上期」では、標準品の生産が減少する代わりに、各企業の改善の工夫を凝らした製品の生産が急増する。それとともに、企業や製品に特殊な新しい部品や原材料の確保、新しい製造法の開発、ブランドの確立など、多岐にわたる分野での「革新」が重要になる、という流れである。

(4) 北京大学「城市与区域规划系温州課題組」（2006）「温州製造業集群昇級研究」。

(5) 2003 年のデータである。

(6) 2003 年のデータである。

表 1 温州市の工業発展の概況（2000～2010 年）

年	工業総生産高 (億元)	総企業数 (社)	売上高 500 万元以上の企業		生産高 1 億元以上の企業	
			企業数 (社)	生産高 (億元)	企業数 (社)	生産高 (億元)
2000	1,806.6	123,000	n.a	625.9 (34.6%)	92	n.a
2001	2,005.5	131,341	n.a	833.5 (41.6%)	130	n.a
2002	2,273.6	132,746	3,685	1,053.3 (46.4%)	174	422.5 (18.6%)
2003	2,677.0	140,220	3,824	1,266 (47.3%)	221	539.3 (20.1%)
2004	3,001.0	141,149	4,756	1,681.4 (56.0%)	319	796.3 (26.5%)
2005	3,545.1	140,946	5,226	2,244 (63.3%)	419	1,242.4 (35.0%)
2006	4,136.1	139,998	5,757	2,727.6 (65.9%)	532	1,607.2 (38.9%)
2007	4,951.2	141,073	6,480	3,343.2 (67.5%)	641	2,040.7 (41.2%)
2008	5,319.4	147,459	7,484	3,631.5 (68.3%)	629	1,976.3 (37.2%)
2009	5,377.1	146,096	7,636	3,648.7 (67.9%)	660	2,170.6 (40.4%)
2010	6,516.5	145,358	8,096	4,494.9 (69.0%)	802	2,479.5 (38.0%)

出所：「温州市国民経済和社会発展統計公報」（2000～2010）温州市統計局ホームページに基づき作成した。

表 2 温州企業の売上高総利益率（2000 年）

	株式有限会社	有限責任会社	株式合作会社	個体・私営	その他
売上高総利益率	13.8 %	22.5 %	13.4 %	13.4 %	8.3 %

出所：加藤（2004）120 頁。

既存の統計結果を前提に、ここでは関連の統計から 2000 年以降の温州市の製造業全体の発展傾向を確認しておきたい。

まず、表 1 から確認できるように、個別の年度を除けば、2000 年以降温州市の工業生産は比較的高い成長を実現しているのに対して、総企業数は 2003 年以降およそ 14 万社前後で推移している。また、売上高 500 万元以上の企業と生産高 1 億元以上の企業が大幅に増え、生産高に関しては、2010 年、総生産高に占める割合は、売上高 500 万元以上の企業が 7 割近く、1 億元以上の企業が 4 割近くになった。このように、総じて 2000 年以降では、温州では企業規模の拡大傾向が進み、工業生産の拡大はそうした生産単位の規模拡大と密接に関係していることがわかる。

次に、業種別や企業形態別に温州市の製造業の発展状況をより詳しく見てみよう。

表 2 は加藤弘之らが 2000 年に温州企業を対象に行った大規模なアンケート調査の結果である。それによれば、企業形態別に収益の差が見られるものの、総じて当時の温州企業は高い収益性を実現していたことがわかる。ところが、2000 年代以降になると、温州企業の経営状況は大きく変化しはじめた。それについて温州市第 1 次と第 2 次の経済センサスに基づき、製造業法人企業の状況を分析することで確認する（表 3 と表 4）。

(7) 2003 年のデータである。

(8) 2003 年のデータである。

表 3 製造業企業法人の経営状況 (2004 年)

	法人企業数 (社)	従業員数 (万人)	営業収入 (億円)	利益 (億円)	平均利益率 (%)	1 社あたり 従業員数	1 社あたり 営業収入 (万元)
製造業全体	29,750	132.5	2,093.4	127.2	6.1	44.5	703.7
電気機械及び機材製造	3,946	16.1	362.6	24.9	6.9	40.8	918.9
一般機械	3,831	11.8	194.3	12.8	6.6	30.9	507.2
皮革、毛皮加工	2,520	24.5	311.8	17.2	5.5	97.3	1,237.3
金属加工	1,902	7.4	81.5	3.5	4.3	39.0	428.5
印刷と記録媒体	1,722	3.9	70.6	3.3	4.7	22.9	410.0
輸送設備	1,696	7.1	104.7	6.5	6.2	41.9	617.3
プラスチック製品	1,939	9.2	169.3	9.9	5.9	47.2	873.1
専用機械設備	1,281	3.5	47.2	2.9	6.1	27.0	368.5
工芸品関連	1,093	4.4	52.5	3.3	6.3	40.6	480.3
各種メーターとオフィ ス用機械	1,246	6.9	66.4	3.3	5.0	55.1	532.9
衣服、靴、帽子	1,409	10.2	119.8	8.3	7.0	72.1	850.2

注：統計調査は 2004 年 12 月 31 日に実施された。

出所：「温州市第一次経済普查主要数据公报」（2006 年 1 月）温州市統計局ホームページに基づき作成した。

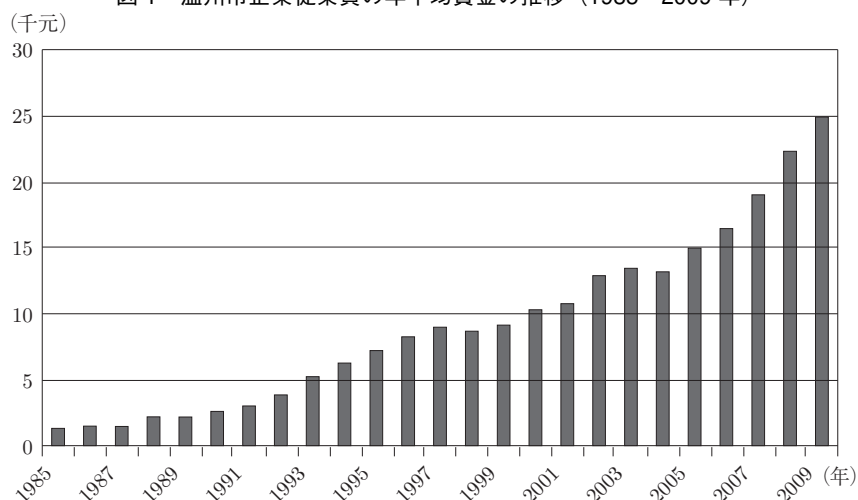
表 4 製造業企業法人の経営状況 (2008 年)

	法人企業数 (社)	従業員数 (万人)	営業収入 (億円)	利益 (億円)	平均利益率 (%)	1 社あたり 従業員数	1 社あたり 営業収入 (万元)
製造業全体	30,417	139.0	3,794.1	200.7	5.3	45.7	1,247.4
電気機械及び機材製造	4,858	21.0	727.1	51.7	7.1	43.2	1,496.7
一般機械	4,560	15.0	408.3	24.9	6.1	32.9	895.4
皮革、毛皮加工	2,272	25.6	512.3	24.0	4.7	112.9	2,254.8
金属加工	1,955	7.3	169.1	6.7	4.0	37.1	865.0
印刷と記録媒体	1,900	4.0	98.4	5.4	5.5	21.2	517.9
輸送設備	1,895	7.8	175.3	8.7	5.0	41.2	925.1
プラスチック製品	1,820	8.9	281.0	11.5	4.1	49.1	1,544.0
専用機械設備	1,373	4.2	102.1	6.0	6.0	30.6	743.6
工芸品関連	1,325	4.4	87.6	3.8	4.3	33.3	661.1
各種メーターとオフィ ス用機械	1,245	6.2	120.3	6.9	5.7	49.5	966.3
衣服、靴、帽子	1,026	8.6	255.7	18.8	7.3	83.3	2,492.2

注：統計調査は 2008 年 12 月 31 日に実施された。

出所：「温州市第二次経済普查主要数据公报」（2010 年 2 月）温州市統計局ホームページに基づき作成した。

図 1 温州市企業従業員の年平均賃金の推移（1985～2009 年）



注：国有・集団所有制企業を除く民間企業の統計である。

出所：温州市統計局（2010）より作成した。

まず、2004 年の段階で法人企業全体の平均利益は既に 6.1 % に減り、2008 年にはさらに 5.3 % に低下した。そのうち、皮革・毛皮加工、金属加工、プラスチック、工芸品関連といった業種の平均利益率は 5 % を下回った。留意すべき点としては、温州企業数全体に占める法人企業の比率が 2 割程度であり、それ以外の企業はほとんど零細企業であることを考えると、非法人企業を含む製造業全体の収益性は一層低くなると推測できることである。

次に、企業数の増減傾向を見ると、2004 年に比べ、電気機械・機材製造や一般機械といった企業数が大きく増える業種が存在する一方、2008 年法人企業全体の数は 667 社増という低いレベルに留まり、皮革・毛皮加工、プラスチック、各種メーターとオフィス用機械、衣服・靴・帽子といった業種に至っては企業数の減少傾向が見られた。ただ、営業収入においては全ての業種が増加しており、企業の平均規模の増大傾向が多く業種で進んでいることが推測できる。

また、2000 年代以降、温州企業の経営に大きな影響を与えたもう 1 つの要因としては、人件費の上昇があげられる。温州企業の従業員の平均賃金は長年上昇傾向にあり、特に 2000 年代以降増長の幅が一段と高くなった。その結果、2000 年に比べて 2009 年の賃金水準は約 2.5 倍にもなった（図 1）⁽⁹⁾。

これらを整理すると、それまで量的拡大と高収益に恵まれてきた温州の製造業は、2000 年以降では大きな転換期を迎えている。全体的に見れば、労働者賃金の急上昇などの影響で企業の収益性が

(9) 図 1 は 2009 年までのデータしか示していないが、賃金の上昇はその後も続いていると見られ、例えば、温州市瑞安市の自動車部品企業の場合、2010 年と 2011 年は毎年約 15～20% 上昇し、2011 年の段階で年平均賃金が 30,000～35,000 元に上がったことを筆者が現地で確認した。

著しく低下し、また、企業数の伸びが鈍化すると同時に企業の平均規模が大きくなっている。特に製造業の中では、業種によって発展の傾向がかなり異なっていることが注目すべき点である。

2. 衰退する産業集積のケース——照明器具産業集積

1990年代頃、温州に国内最大規模の照明器具産業集積が存在していた。ところが、2000年代以降照明器具産業集積は急速に衰退した。その背景には地元企業の域外への大量流出があり、しかもその流出は特定の地域に集中しており、移転先の地域が温州に取って代わって中国最大規模の照明器具産業集積になった。

(1) 温州照明器具産業集積の歴史

① 拡大期（1980年代～90年代後半）

温州における照明器具産業の発展は1980年代から見られ、最初の頃の製品は零細規模の家内工業が作った簡単なものだったが、ほかの温州産業集積と共通するように、他地域よりも市場の需要をいち早く察知し、温州商人の販売ネットワークを活かして先行して製品を供給したことがこの時期の発展要因であった。1992年頃になると、企業が約200社、総生産高が1億元以上の規模に達し、産業集積を形成しはじめた。照明器具産業集積はその後さらに拡大し、98年に企業数が600社に増え、総生産高は50億元に達し、国内照明器具市場シェアの25%を占め、当時国内最大規模の照明器具産業集積となった。⁽¹⁰⁾この頃、照明器具産業は皮革、アパレル、金属ライターと並んで、温州の「4大産業」と言われるほど地域を代表する産業だった。また、当時、多くの照明器具企業が集積する矮凳橋の周辺では照明器具を販売する市場が自然発生的に形成され、それに目をつけた地元政府はインフラを整備し、1993年に全国最初の照明器具を取引する専業市場——「温州東方灯具大市场」を開設した。初年度の市場取引額は早々と5.3億元に達し、「浙江省超億元スター市場」にも選ばれた。さらに、「温州東方灯具大市场」は1997年に上海証券市場への上場を果たし、最盛期には市場の取引額が30億元を超えた。

② 衰退期（1990年代末以降）

ところが、最盛期を迎えた直後から照明器具産業集積は縮小傾向を示し、2000年代以降急速に衰退する状況に陥った。朱ほか（2009）によれば、2003年に産業集積の生産高が既に25億元にまで減少し、07年になると企業数が200社に減ってしまった。この200社という企業数は温州市照明器具商会の会員数と近いが、⁽¹¹⁾筆者が2007年に中山商業連合会温州商会で得た情報によれば、温州で生

(10) 盛世豪・鄭燕偉（2006）『競争優勢 浙江産業集群演変和発展研究』浙江大学出版社、76頁。

産活動を行う企業は実際には三十数社しかなく、それ以外の企業は事実上生産機能を広東省中山市古鎮鎮（以下古鎮）に移転したか、あるいは古鎮から照明器具を調達して販売するだけの機能しか持たなかった。このように、この頃になると温州照明器具産業集積はもはや集積とは言えないほど縮小してしまった。また、産業集積の衰退に伴い、「温州東方灯具大市场」も縮小し、2000年以降の取引額はおおむね20億円の規模で推移している。

（2）広東省中山市古鎮における照明器具産業集積の発展

2000年代に入ってから温州に取って代わって国内最大の照明器具産業集積になったのが広東省中山市古鎮である。人口20万人の古鎮には2011年現在、8,000社以上の照明器具企業と販売業者が登録されており、照明器具産業分野で働く従業員は8万人以上に上り、産業集積全体の生産高は170億元に達し、国内市場シェアの6割以上を占めている⁽¹²⁾。

① 初期の発展（1980年代～90年代）

古鎮の照明器具産業の出発点は、1982年に同鎮海洲村の5人の農民が香港から購入した照明器具を模倣して製品を作り始めたことを淵源とする⁽¹³⁾。5人が照明器具で大きな利益を上げると、その成功を目の当たりにした村の人々からすぐに追従者が現れ、照明器具の生産がほかの村にも波及していった。また、照明器具の販売にかかわる者も次第に増え、多くの若者が内陸部に行き地元産の製品を売った⁽¹⁴⁾。

このように、古鎮照明器具産業集積は温州とほぼ同じ時期に形成され、また、その主な担い手が地元の企業や商人であったことも「温州モデル」と似たところが多い。ただ、古鎮照明器具産業集積の規模は1998年の時点で温州の5分の1以下に過ぎなかった。温州との発展規模の差はやはり販売ネットワークにあると考えられ、1970年代末頃、国内各地に拡散していた温州商人は既に10万人以上の規模に達し、温州商人が構築した全国規模の販売ネットワークの優位性は簡単に超えら

（11）2007年3月8日にインタビュー。インタビューの相手は同商会の副秘書長（当時）李氏だった。李氏は温州の出身で、1993年に「温州東方灯具大市场」が開設された当初から市場管理の責任者であり、また、94年には温州照明器具商会の秘書長にも任命された（2006年6月まで務めた）。

（12）古鎮人民政府ホームページ。

（13）「这里的世界最明亮——“中山灯都”纪事」『中国作家』2006年第13期第2章によれば、5人は当時改革開放の機会を利用して互いに協力しながら商売活動をしていたが、そのうちの2人がある偶然の機会に香港の親戚を訪ねた。香港で初めて目にした照明器具に魅了され、その可能性を感じた2人はサンプルを購入して地元に戻り、ほかの3人と相談してすぐに照明器具を生産することを決めた。いろいろと苦労しながらも周辺地域で部品を買い集めてその年に最初の照明器具を作り、自ら販売活動も行った。製品は粗悪だったが、膨大な需要があるためそれでもよく売れた。半年後に自社工場を設けて三十数人を雇い、古鎮最初の照明器具企業「裕華灯饰电器厂」を設立した。

（14）『灯都古鎮』2012年第4期。

表 5 古鎮照明器具産業集積の発展推移（1985～2010 年）

年	生産高（万元）	企業数（社）	年	生産高（万元）	企業数（社）
1985	40	1	1998	81,562	395
1986	300	5	1999	104,551	510
1987	317	9	2000	119,224	734
1988	891	15	2001	334,700	1,432
1989	1,689	19	2002	412,981	1,664
1990	2,745	30	2003	614,316	2,016
1991	3,376	38	2004	765,200	2,500
1992	5,148	50	2005	951,000	n.a
1993	9,506	58	2006	1,173,100	n.a
1994	15,744	54	2007	1,408,100	n.a
1995	32,482	62	2008	1,636,332	3,148
1996	36,793	153	2009	1,660,600	4,075
1997	29,058	266	2010	1,730,565	4,402

注：企業数は部品企業と販売業者を除いた照明器具の完成品を生産する企業の数である。

出所：趙崢（2007）、『灯都古鎮』各期、古鎮人民政府ホームページに基づき作成した。

れるものではないことがここで再確認できよう。

② 拡大期（2000 年以降）

2000 年代に入ってから古鎮照明器具産業集積は本格的に拡大し、2000 年に 734 社だった企業数は 2010 年に 4,402 社にと大幅に増え、また 12 億元程度だった総生産高も 173 億元に大きく伸び、古鎮は国内最大規模の照明産業集積の地位を確保するようになった（表 5）。

（3）古鎮における温州企業の影響と展開の実態

温州の照明器具企業が古鎮に移転しはじめたのは 1990 年代末頃だったが、2001 年の時点でその数は既に 200 社を超えた⁽¹⁵⁾。温州から古鎮に移転する企業はその後も増え続け、古鎮にある温州商会の企業会員数だけでも 2007 年に 400 社を突破したことから、この頃温州企業は古鎮の照明器具企業全体の 2 割以上を占めていたと推測される⁽¹⁶⁾。ちなみに、古鎮の華興路は多くの温州企業が集中していることで「温州街」とも呼ばれるようになった。このように、2000 年前後から本格化した温州企業の古鎮への移転は、この地域の照明器具産業集積が急速に拡大する要因の 1 つであった。

次に、古鎮で経営を展開する温州企業の実態を確認するために 2 社の事例を見てみよう。

(15) 『中山日報』2001 年 12 月 9 日。

(16) なお、『温州商報』（2008 年 5 月 9 日）の古鎮で展開する温州企業に関する特集記事によると、2007、08 年頃、温州企業は企業数にせよ、生産高にせよ、古鎮照明器具全体の 3 割を占めていたということであった。

① AD 照明発展有限公司（工場面積 1 万 2,000m²，従業員数 270 名⁽¹⁷⁾）

社長は温州市出身で、1991 年に 2 万円の資金で地元の照明器具市場で販売店を開業した。販売店の売上は順調に伸びたが、当時品質の良くない製品が多かったため、いつか自前の工場を持ちたいと思っていた。ところが、1998 年頃から取引関係のあった企業は次々と古鎮に移転し、販売店の経営が難しくなった。そこで社長が古鎮に行き、現地調査を行った結果、温州よりも発展のチャンスが大きいと判断した。やがて 2000 年に、100 万円の資金で販売活動の拠点を古鎮に移転すると同時に自社工場を設けた。

移転後、しばらくの間は様々な照明器具を生産していたが、2004 年頃から中級以上所得の家庭用照明器具市場に絞って、低圧水晶照明器具を開発して提供した。社長は綿密な市場調査を行い、家庭用照明器具市場は照明の明るさなどの実用性より、高級感のある商品を求める段階に入っていると判断した。また、従来の水晶照明器具は豪華さを強調するあまりに製品のサイズが大きく、主にホテルで使われていた。そこで同社は LED 技術を応用した新製品を開発した。同社が開発した低圧水晶照明器具は水晶照明器具の長所を活かしつつ、製品の軽量化を図り、また、メンテナンスの面でも一般の家庭で十分使用できるような改良がなされた。この製品の成功によって同社は大きく成長した。

国内の販売は数十社の販売代理店と契約を結んで行うが、同社は定期的に本社からスタッフを派遣して、接客や営業のノウハウ、メンテナンス技術などについて教育、訓練を行っている。また、経営効率を高めるために、2007 年に企業内各部門および協力企業の間で生産および販売の情報を共有するための ERP（Enterprise Resource Planning）システムを導入したり、あるいは社内報を発行したりするなど社員教育にも力を入れている。

同社がこのような経営改善を積極的に展開する背景には、温州での苦い経験があった。温州の照明器具は低価格帯の製品がほとんどで品質問題も多かったため、買い手市場の段階に入ると需要変化への対応ができなくなった。経営者は過去の経験から製品の品質と性能の重要性を認識し、古鎮という新しい環境で、良い製品を提供する企業を目指して努力してきた。

② 山市 MJ 照明電器有限公司（工場面積 1 万 3,000m²，従業員 160 人⁽¹⁸⁾）

社長は 49 歳で、温州市鹿城区の出身。もともと地元の国有石鹼メーカーの技術部門で働いていたが、その後は独立して 1990 年から照明器具の生産をはじめた。当時照明器具の売れ行きが非常によく、多くの人が照明器具関連のビジネスを展開していたため、自分もその流れに乗ろうと思った。当時温州工場は 3,000m²、50 人の従業員という規模で、主にオフィス用の照明器具を生産し

(17) 2007 年 3 月 7 日にインタビュー。インタビューの相手は同社販売部門の責任者であった。

(18) 2007 年 3 月 8 日にインタビュー。インタビューの相手は同社の社長であった。

ていた。ところが、1990年代後半から業績が伸び悩み、また土地価格などの生産コストが急上昇したため、社長は温州での発展に限界を感じるようになった。そこで新たな発展のチャンスを求めて2000年に古鎮にやってきた。

最初の頃は200m²の倉庫を借り、販売の窓口を設けた。その後古鎮での販売活動が順調に拡大し、やがて2004年に古鎮に自社工場を設け、温州工場を古鎮に移転した。現在工場の面積は温州工場の5倍であり、また、開発と生産に関しても、以前は多種類の照明器具に手掛けたが、いまはホテル客室用の照明器具製品に経営資源を集中している。今後も事業分野を広げずにこの分野で技術と品質のレベルを図っていききたいという。古鎮には国内同業者だけでなく、台湾・香港系の照明器具関連企業も多く、同社にとって、外資系企業から優れた製品技術や経営管理手法を学べるのが自社の経営活動を改善するうえで大きく役に立っている。

開発と生産に関しては、同社が主にデザインの設計、組み立ておよび一部のプラスチック・金属の部品加工を行い、電球、電気整流器、電線、メッキ、金属加工は外注している。部品の中でも電気整流器の性能が照明器具の品質を左右する重要な部品であり、同社は品質を確保するために20元以上の整流器を使用している。デザイン設計の技術者は4~6人いるが、基本的には社長が様々な情報を収集したうえで新しいデザインを考案し、技術者がそれに基づいて具体的に商品化していく。社長はイタリアとドイツの製品デザインをよく参考にしているが、何年か前にそれまでの常識であった円形の照明器具の鉄管を四角形に変えたことが大きな反響を呼んだ。今後も発展のスピードや規模を追求するより、得意分野で製品の品質や機能を向上させ、顧客の信頼を得ていく戦略である。

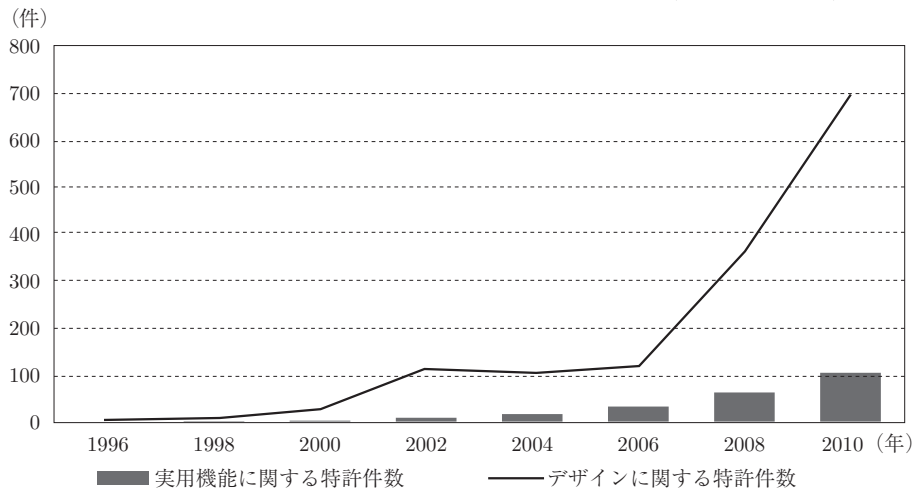
(4) 温州企業の移転の原因

温州企業が古鎮に大量に移転する直接的なきっかけは、1999年に古鎮政府が2,500万元を投じて国内初の照明器具国際博覧会を開催したことであった。⁽¹⁹⁾この博覧会を通じて古鎮は照明器具の産地として知名度を高め、多くの温州企業家と商人は博覧会に参加することで古鎮での発展の可能性を感じた。また、古鎮政府は照明器具産業を地域経済の柱として戦略的に育成するために温州企業の誘致に力を入れ、移転に必要な諸手続きを迅速に処理し、税収の面でも優遇制度を設けた。なお、2000年代初め頃古鎮の土地価格が温州の5分の1から10分の1しかなかったことも、温州企業の移転を促進させる要因の1つであった。

ただ、それらの要因があったとは言え、それだけではなぜ多数の温州企業が移転の道を選択し、し

(19) 「这里的世界最明亮——“中山灯都”纪事」第3章によると、1996年頃、古鎮政府は照明器具産業を重点的に発展させる産業として選定し、支援しはじめた。98年になると、温州や上海といった当時古鎮より照明器具の生産規模が大きい地域を超えるために、民間人から鎮長に選ばれた呉潤富氏が中国初の照明器具博覧会を地元で開催することを決めた。その発想に至った理由は、呉氏が中国最大の雑貨産地に発展した義烏市の成功から博覧会の有効性を認識したことにある。

図2 中山市古鎮の照明器具企業の特許登録件数の推移（1996～2010年）



出所：王漢友（2011）より作成した。

かもそれが持続的に行われていたかを説明することができない。これらの事例から考察されたように、古鎮に移転することにより温州では実現されにくい新しい発展が見込まれる理由こそが、温州企業の移転の決定的要因であった。例えば、AD社にとっては、LED技術を応用した低圧水晶照明器具を開発し、その商品分野に経営資源を集中したことが成長するうえでの決定的な要因であり、また、MJ社にとって、事業分野をホテル客室用の照明器具に絞ったうえでデザインを重視する戦略を展開したことが成長の要因であった。すなわち、2社に共通することは、温州での経験から低価格、低品質競争の限界を認識し、高まりつつある市場の需要条件に対応するために製品の差別化を図る戦略を展開したことが成長の要因であり、結果的に見ればそれが古鎮に移転する理由でもあったと言えよう。

では、温州に比べて古鎮で差別化戦略を展開するうえで温州企業にとって、どのような優位性があったのだろうか。それを検証するためにまず明確にすべきことは、ここで言う製品の差別化とは、照明器具の基本機能と品質の保証を前提にした、主に照明器具のデザインに重点を置く差別化ということである（図2）。

まず、照明器具の基本機能と品質の保証についてであるが、古鎮の企業にせよ、温州の企業にせよ、ごく少数の大企業を除けば、MJ社のように重要部品を含む多くの部品を外部から調達し、また、金属加工やメッキなどの工程も外注するのが一般的である⁽²⁰⁾。つまり、照明器具企業にとって、まず品質の良い部品や加工を提供する企業を確保することが重要であるが、それに関して温州に比べ

(20) 古鎮の場合でも2010年の時点で、4,402社のうち、「規模以上企業」（売上高500万元以上の企業）の数はわずか181社しかない。つまり、照明器具企業のほとんどは中小企業であり、それが低い内製率の原因でもある。

古鎮の優位性は高い。

古鎮の周辺には照明器具に必要な電子・電器や金属部品と関連する産地が多く、例えば、小欖鎮や南頭鎮は金物、小物家電・家電の産地であり、佛海市はプラスチック材料や家電の産地である。⁽²¹⁾また、1995 年頃から台湾の照明器具企業が大量に珠江デルタに移転し始め、それによって優れた技術や部品が古鎮やその周辺地域にもたらされた。⁽²²⁾そのような基盤があって、古鎮の照明器具生産の急拡大を追い風に、照明器具専門の部品企業や加工業者が大量に生まれた。2004 年には古鎮に集積する部品関連の企業だけでも 900 社を超え、2011 年現在、古鎮とその周辺地域に約 5,000 にも及ぶ部品企業が存在する。⁽²³⁾さらに、古鎮の照明器具企業の中でも、例えば、国内照明器具業界を代表する大企業に成長した「欧普」社や「華芸」社⁽²⁴⁾といった企業は電気整流器や金属標準部品などの部品について他社にも供給できる量産化を実現し、部品サプライヤーとしての機能を高めており、そういったことも古鎮の照明器具部品産業の発展を促進した。

このように、外資系企業の進出に誘発される形で形成された古鎮とその周辺地域の部品や関連加工機能の基盤は、域内の産業基盤をベースとする温州のそれとは質的に異なっており、市場ニーズの向上に対応しようとする温州企業にとってその利用は不可欠であった。

次に、デザインの差別化に関しても、部品や金属加工のレベルそのものが製品のデザインにも影響を及ぼすが、より重要なことは、デザインの差別化が重視される照明器具の分野では製品の流通期間が一般的に数カ月しかなく、外部から多くの部品を調達する照明器具企業にとって、製品が頻繁に更新される状況では近くで利用可能な多種多様な部品企業の存在が非常に重要である。このように、企業がデザインの差別化を図るうえでもより優れた古鎮の部品や関連加工機能の基盤は重要である。

また、企業のデザインの差別化と関係するもう 1 つの要因は、産業集積が生産機能の集積地であると同時に製品情報のセンターとしての機能を持つことである。既に触れたように、古鎮は政府主導の下で温州に先駆けて国内最初の照明器具国際博覧会を開催し、同博覧会はその後も継続され、それを通じて古鎮に照明器具に関する国内外の最新の情報が集められ、またそれを発信していくことになった。古鎮に立地する企業はそのメリットを最大限に享受することで、デザインの差別競争において優位に立った。

(5) 照明器具産業集積からの示唆

まず、温州照明器具産業集積が衰退した根本的な原因は、市場ニーズの向上という外的変化に対

(21) 朱華晟他（2009）「基于多重動力機制的集群企業迁移及区域影響」『地理科学進展』第 28 卷第 3 期。

(22) 『灯都古鎮』2012 年第 4 期。

(23) 『灯都古鎮』2011 年第 4 期。

(24) 浙江省出身の経営者が創業した企業。

応できなかったところにあったと言えよう。照明器具のような温州に多い軽工業品の分野は、1990年代半ば以降作れば売れる状況から徐々に買い手市場に入り、また、生活水準の向上に伴い商品に対する消費者の要求も高まっていった。一方、それまで低価格、低品質を中心とする競争を展開してきた温州照明器具産業集積は照明器具企業の能力にせよ、部品や関連加工機能といった基盤産業のレベルにせよ、そういった変化に対応できる能力は持っていなかった。ほかの多くの温州産業集積とも共通するように、国内巨大規模のローエンド市場に支えられ、照明器具産業集積は、「量的拡大期」から「質的向上期」に移行する傾向をまったく示さなかったのである。

ところで、主に地元資本の蓄積によって形成され、当初ではもっぱら国内ローエンド市場に依存していた古鎮照明器具産業集積は1990年代まで温州とあまり変わらなかった。厳密に言えば、古鎮照明器具産業集積は現在でも「質的向上期」に達していないが、それにしてもその後2つの産業集積の発展に大きな差が生じた原因は、部品や関連加工機能といった基盤産業の発達度の違いや地元政府の果たす役割の違いによるものであった。部品や関連加工機能といった古鎮の基盤産業の発展における外資系企業の高い役割を考えると、内発的発展を遂げてきた「温州モデル」にはあまり見られなかった外資系企業の存在および地元政府による産業発展への積極的な支援といった要因が古鎮の発展にとって極めて重要であったという結論が得られる。換言すれば、今後、それらが「温州モデル」にとって必要な発展の条件になる可能性を持っている。

また、強調すべきことは、温州産業集積の中には、照明器具産業集積と同じ傾向を示す産業集積、すなわち、ほかの地域の産業集積と競争する中で生産機能が域外へ流出し、その結果、産業集積が縮小、衰退の局面を迎えたケースがほかにも存在するということである。例えば、温州のファスナーやアクセサリ産業集積は浙江省義烏市の雑貨産業集積と競争しているうちに、多くの温州企業が義烏市にある国内最大規模の雑貨卸売市場への近接性を求めて義烏地域に移転した。⁽²⁵⁾ それらの変化から示されるように、温州にあった多様な産業集積の中には、市場経済環境の変化の中で、最適な立地を求めて域外へと移動する企業の影響で、縮小、衰退する産業集積が既に現れ、また今後も増える可能性があるということである。換言すれば、市場における先行性と温州商人の販売ネットワークで形成された多様な産業集積は市場ニーズが高まっていく中で、従来の優位性が低下し、ますます多くの国内産業集積と競争するようになり、温州産業集積はそれぞれ独自の優位性を確保しなければならない時代に既に突入したということであろう。

3. 拡大する産業集積のケース——自動車部品産業集積

温州市の瑞安市には大規模な自動車部品産業集積があり、2010年現在、瑞安市の自動車部品産業

(25) 筆者が義烏市で行った聞き取り調査で得た情報。

集積には約 1,500 社の法人企業が存在し、4,000 種類以上の部品を生産している（補修部品産業集積としては国内最大規模）。産業集積全体の販売高は 310 億元に達しており、そのうち輸出額が 5.2 億ドルである。部品の供給先は、全体の半分が国内補修部品市場向けで、残りの半分が完成車企業と輸出向けである。また、規模の大きい企業が近年増えており、2010 年に生産高が 1 億元以上の企業は 40 社に達した。⁽²⁶⁾

（1）自動車部品産業集積の歴史

歴史的に見れば、瑞安市は温州市のみならず浙江省の中でも機械産業の発展が早かった地域であり、自動車部品産業発展の基盤があった。瑞安市の機械産業は地元の企業家、李毓蒙氏が 1916 年に打綿機を発明したことをきっかけに発展した。また、李氏は教育に関しても熱心であり、企業経営の傍ら地元で工業職業学校を作り、その後数千人にも及ぶ人材を輩出した。

ところが、1930 年代中期に入ると、瑞安の機械産業は戦乱の影響を強く受けることとなり、多くの企業が破産し、またほかの地域に移転する企業も少なくなく、瑞安の機械産業の優位性は大きく損なわれた。ただそのような時代でも、一部の企業は生き残った。新中国成立後、民間の機械企業は中央と地方政府が設立した新しい機械企業に合併、整理され、「瑞安機床厂」、「瑞安農業機械厂」、「瑞安機械厂」などの船舶や各種農業機械や簡単な工作機械を生産する国有・集団所有制の機械企業が生まれた。⁽²⁷⁾ 1960 年代後半から 70 年代前半にかけて、国有・集団所有制の機械企業や日用品生産の企業の中からやがてトラック用の簡単な小物部品を生産する企業が現れ、「瑞安市汽车配件厂」、⁽²⁸⁾「瑞安市汽车配件二厂」、「交通電器厂」といった最初の部品企業が誕生した。

ところで、現在の自動車部品企業を見ると、そのほとんどが民営企業であり、そういった国有・集団所有制の機械や部品企業と直接的なつながりを持つ企業はほとんど存在しない。その原因は、計画経済期の時代では温州は対台湾の前線に位置するため中央政府による投資が非常に少なく、地域経済における国有・集団所有制企業の影響力はそもそも強くならなかったからである。それに加え、国有・集団所有制企業は所有権や管理体制の面で固有の難題を抱えており、民営企業が勃興する 1980 年代からは生産停止、倒産の状況に追い込まれた。他方、国有・集団所有制の機械や自動車部品企業から独立した人たちが民営の部品企業を作り、またそれに追随するほかの民営企業が現れ、それが自動車部品産業集積形成の始まりだった。

1980 年代は自動車部品産業集積の形成期だった。瑞安市の中でも塘下鎮に多くの部品企業が集積しているが、黒瀬直宏氏が 2001 年に当鎮で行ったインタビュー調査の記録によれば、形成期の様子は次のようだった。「20 年前に自動車やオートバイ用のスイッチ部品等の小物部品を作り始め、80

(26) 自動車部品産業に関するデータは、「瑞安市自動車・オートバイ部品協会」の資料に依拠している。

(27) 『瑞安市二輕工業誌』、128 頁。

(28) 『瑞安市二輕工業誌』、148-151 頁。

表 6 2000 年以降の自動車部品産業集積の拡大推移

年	法人企業数（社）	販売高（億円）	生産高 1 億元以上の 企業数（社）
2002	1,300	80	6
2005	1,400	150	21
2007	1,500	200	28
2010	1,500	310	40

出所：瑞安自動車・オートバイ部品協会の資料と温州市工商行政管理局ホームページに基づいて作成した。

年代末までは露天で販売していた。発祥地は韓田村で、当初はここに集中していたのが他村へ波及した。それと共に部品も小物部品から各種部品へと拡大した。親戚が真似をしたり、共同出資者が分裂したり、労働者が独立開業して企業数が拡大した。図面を盗んで労働者が独立開業するケースもよく見られた。家内労働の担い手になったのは『改革・開放』によって発生した余剰労働力である⁽²⁹⁾。このように、当初は小物部品からスタートし、技術的に簡単なため早いスピードで模倣され、それによって数多くの小規模の民間生産者が生まれ、産業集積が形成された。また、この時代には、自動車部品は主に温州商人のネットワークを通じて全国各地に販売されており、温州産業集積によく見られた模倣による生産者の拡散や温州商人のネットワークの有効性などの特徴は自動車部品産業集積にも共通していた。

(2) 2000 年代以降の発展

1990 年代に入ると、国内自動車市場の拡大に伴い自動車部品企業の数が増え、産業集積の規模は次第に拡大していった。また、90 年代後半頃から一部の企業は完成車企業と取引関係を構築して OEM 生産を始めた。それに伴い、小企業群から次第に規模の大きい企業が現れ、企業の階層分化の兆候が見られるようになった。ところで、表 6 から確認できるように、自動車部品産業集積が本格的に拡大したのは 2000 年代以降のことであり、それには、企業平均規模の拡大や大手部品企業の増加といった要因があった。

ここでは 2011 年 8 月と 2012 年 2 月の 2 回にわたって行った現地調査の結果に基づき、自動車部品産業集積を 3 つの階層に分けることにした⁽³⁰⁾（表 7）。3 つの階層とは、①第 1 階層、すなわち、従業員数が 1,000 人以上の大手部品企業によって構成された階層（数十社）、②第 2 階層、すなわち、

(29) 日本貿易振興機構海外調査部（2004）『3E 研究院事業報告書（別冊）「中国中小企業発展政策研究」——企業訪問インタビューノート——』、128-129 頁。インタビューは 2001 年 8 月 27 日に行われ、相手は塘下鎮の留副鎮長（当時）だった。

(30) 調査期間は 2011 年 8 月 29 日～9 月 1 日と 2012 年 2 月 20 日～24 日だった。なお、インタビューの相手はすべて企業の経営者か、あるいは主な現場責任者であった。

表 7 調査企業の概況

		創業年度と創業者の出身	企業規模と主な製品	主な供給先	外注の利用
第 1 段階	RL 社	1987 年創業（スイッチ） 集団所有制企業従業員	従業員 4,500 人，生産高 18 億元，エアブレーキや油圧部品や電気部品など	国内の主な完成車企業 60 社と補修部品市場	温州にかかわらず広域から調達
	SH 社	1986 年創業（メーターのカバー） 1989 年から自動車部品 集団所有制企業技術者	従業員 2,600 人，生産高 10.2 億元，ワイパーシテム，シートモーターなど	国内の主な完成車企業 30 社，GM と補修部品市場	周辺の金属やプラスチック加工関連の業者 100 社以上
	ZO 社	1989 年創業 国有自動車部品企業従業員	従業員約 1,500 人，ワイパーモーターやウィンドウレギュレーターなど	国内の完成車企業 30 社と補修部品市場	周辺の金属加工業者を利用
第 2 段階	YD 社	1985 年創業 自動車部品販売員	従業員約 800 人前後，ホイールナット，キャップナットやプレス部品	100% OEM 一汽，陝汽，玉柴など	ほとんど内製
	WD 社	1995 年創業 自動車修理業	従業員 410 人，年間生産量 350 万～400 万個，ショックアブソーバー	7～8 割は海外補修用市場向けに輸出 OEM は華晨汽車	——
	RP 社	1997 年創業 集団所有制自動車部品企業販売員	従業員 400 人，小型モーターやワイパーモーターセットなど	一汽，重慶汽車，長安汽車	周辺の標準部品やプラスチック・ゴム関係の業者 30 社
	TH 社	2002 年創業 国有印刷機械企業技術者	従業員 250 人，売上高 7,000 万元，ギアボックス部品	ほとんど OEM，うち法西特向けが 8 割	周辺の鍛造や熱処理業者 5，6 社
	HE 社	親会社は 1996 年創業（エナメル線） 2001 年に自動車部品に参入 地元政府職員	従業員 200 人（瑞安工場），車載用エアコン部品，センサー	8 割が OEM 東風，重慶汽車，長安汽車	10 社程度の外注先（全て省外），金型は深圳と上海の業者
	HD 社	1994 年創業 家電修理業	従業員 200 人，レギュレーター，リレーやホーン	7～8 割は国内補修用品市場	部品加工や製品の一部を周辺業者に外注
第 3 段階	NM 社	1984 年創業（炊飯器部品） 2004 年から自動車部品	従業員 100 人，売上高 4,000 万元，ブレーキパッド	海外補修部品市場	山東省の金属加工業者
	HB 社	1992 年創業（車載発電機レギュレーター） 家電修理業	従業員 120 人，各種センサー，電圧レギュレーター	海外補修部品市場	周辺の金属とプラスチックの部品業者
	WY 社	1985 年創業（スーツケース用釘） 2011 年から自動車部品	従業員 20～30 人，ショックアブソーバー	海外補修部品市場	——
	HZ 社	1980 年代創業 集団所有制企業従業員	従業員 18 人，売上高 300 万元，フューエルポンプ	国内外補修部品市場	周辺の金型，熱処理やメッキ業者

出所：筆者作成。

従業員数が 200 人以上 1,000 人未満でかつ比較的に安定的な取引関係を持つ中型部品企業によって構成された階層（約 100 社）、および③第 3 階層、すなわち、従業員数が 200 人未満でもっぱら補修部品市場に依存する小零細部品企業によって構成された階層である（1,000 社以上）。このように区分する理由は、後述するように、2000 年代以降、自動車部品産業集積において、企業の階層分化が加速し、異なる階層における企業の成長戦略と競争力を分析するうえで有効であるからである。

まず、第 1 階層（RL 社、SH 社、ZO 社）、すなわち大企業グループに共通するのは、特定の製品分野においてそれぞれ国内最大の生産規模を持つことである⁽³¹⁾。また、販売の面では特定の完成車企業に依存することなく、数十社の完成車企業と補修部品市場に同時に製品を供給している。それらの企業が小零細企業から大企業に成長した主な理由は、①もっぱら補修部品市場に依存する状況から、比較的早い時期に完成車企業との取引関係を構築し、OEM 生産を拡大したこと、②単品の構成部品から一定の機能・役割を持ったセット部品まで提供できるようになったこと、および③主力製品分野を確立しながら新しい製品分野を積極的に開拓してきたことが挙げられる。

まず、それらの企業はいずれも創業当時は非常に簡単な単品部品からスタートしたが、参入しやすい分野であるがゆえに競争が激しく、完成車企業との取引関係を持つ以前は大きくは発展しなかった。ただ、目先の利益だけを追求する企業に比べて品質改善や設備投資を重視したことが、1990 年代以降完成車企業との取引関係を持つことにつながった。最初に地方の小規模完成車企業に OEM 供給を行い、それが信用力となり、やがて全国的大手完成車企業にも部品を供給するようになった。特に 2000 年以降、国内自動車市場の高成長を背景に、国内完成車企業との取引関係がますます重要になった。他方、いずれも数十社単位の完成車企業に部品を供給する理由には、中国の完成車企業は一般的に複数の部品企業に発注する取引慣習を持っており、特定の完成車企業に依存することはリスクが大きく、生産規模を拡大するためにより多くの供給先を確保しなければならない事情があった⁽³²⁾。このように、それらの企業にとって、完成車企業との取引関係を築くことが成長過程における重要な一歩であった。また、それをきっかけに単品部品の生産からセット部品まで提供するよ

(31) 『中国自動車部品産業 2011』の統計によれば、RL 社の生産量が多い製品は、ブレーキキャリパー（2009 年に 95 万個を生産、国内シェア 17.1%）、パワーステアリングポンプ（2008 年に 32 万個を生産、国内シェア 16.3%）、リターダー（2009 年に 2 万個を生産、国内シェア 61.1%）、クラッチマスターシリンダーとクラッチシリンダー（2009 年の生産量はいずれも 60 万個以上、国内シェア 15%以上）とスイッチ（2009 年に 476 万個を生産、国内シェア 8.5%）である。次に、SH 社の主力製品はワイパーシステムであるが、2009 年に 405 万セットを生産した（国内シェア 34.4%）。また、ZO 社の生産量の多い部品は、ワイパーモーター（2010 年に 150 万セットを生産）、手動ウィンドウレギュレーター（2009 年に 83 万セットを生産、国内シェア 16.9%）、電動ウィンドウレギュレーター（2008 年に 73 万セットを生産、国内シェア 12.4%）と油圧リフター（2009 年に 86 万個を生産、国内シェア 66.0%）である。

(32) 中国の完成車企業に関する部品調達体制の特徴や歴史については、丸川知雄（2003a）「中国乗用車産業のサプライヤー・ネットワーク」『社会科学研究』第 54 巻第 3 号、丸川知雄（2003b）「中国自動車産業のサプライヤー・システム：歴史的分析」『アジア経済』第 44 巻第 5・6 号を参照されたい。

うになり、特定の部品分野において業界トップの地位を確保した。

OEM 向けの部品の開発に関しては、この階層の企業は基本的に承認図に近い形で開発活動を行っている。すなわち、完成車企業が基本仕様を提示し、部品企業は設計図を作り、それを完成車企業に承認してもらうという方法である。また、主力部品分野では多くの特許技術を持っており、完成車企業の新車種設計の段階から開発に関与する設計能力を持っている。開発面における能力の向上は、温州出身以外の技術者の活用や、大都市の大学・研究機関と共同研究を進めることで実現してきた。⁽³³⁾

次に、特定の部品分野で蓄積された経営資源（ブランド力や技術力）を活かしながら製品分野を拡大したことも、大企業に共通する特徴である。例えば、RL 社は自動車電気部品分野からエアブレーキに進出し、ブレーキ関連の部品分野で競争の優位性を確立しながら油圧部品やステアリングポンプ、最近では ABS（Antilock Brake System）制動システム分野への参入を果たした。また、SH 社はワイパーシステム全般での優位性を確立しながらシートモーターの分野に参入し、短期間のうちに外国の大手完成車企業に納入するほどの競争力を持つようになり、その後さらに発電機の分野にも参入した。大企業が異なる部品分野を積極的に開拓する理由に、技術的なつながりから由来するものがあるが、より本質的な要因はそれらの大企業は基本的にトラックやバスや軽ワゴン車用の部品を得意にしており、乗用車用の部品を供給する能力はまだ低いからである。ワイパーシステムの例をあげると、トラック用の部品に比べて、乗用車用の部品は安定した払拭性能に加えてモーターの作動音や振動などの NVH 性能に対する要求が格段に高くなるので、部品の種類が同じといっても、乗用車分野への参入は長年の技術の蓄積がないと不可能である。それゆえ、まずトラックやバス用の部品分野で、主力製品で培った経営資源を「横展開」しながら、多種類の部品を供給する能力を持つことで生産規模を拡大していくという実現しやすい成長戦略がとられたのであった。

他方、留意すべきことは、いずれの大企業も数十単位の完成車企業との取引関係を構築した後にも、依然として補修部品市場への供給を一定の比率を持続していることである。それは、大量生産体制を維持するためには、トラックやバス分野での OEM 供給を拡大するだけでは不十分であり、それ以外にも市場を確保する必要があるからである。またそれだけでなく、例えば、SH 社の場合、新しく開発した部品をまず補修部品市場に供給し、生産規模を徐々に拡大しながら、そこで発見された性能や品質の問題を解決しつつ、完成車企業が求めるレベルに部品の完成度を高めていく戦略をとっており、このように、現段階においても補修部品市場の存在は依然として重要である。

次に、第 2 階層（YD 社、WD 社、RP 社、TH 社、HE 社、HD 社）、すなわち中型企業グループは、第 1 階層の大企業に比べて生産規模は総じて小さいが、独自の販路を持っており、また、特定

(33) 例えば、SH 社はこれまで全国各地から各分野の専門家や技術者 120 名を雇用し、また、清華大学や上海の研究機関との協力関係を構築した。

の部品分野では量産体制の実現で比較的強い競争力を持つ企業が多い。この層の企業は大きく分けて、OEM 供給を中心に生産活動を行う企業（YD 社、RP 社、TH 社、HE 社）と、補修部品市場向けの供給が多い企業（WD 社、HD 社）、の 2 つのタイプがあるが、製品開発に関しては基本的に貸与図に近い形で開発を行う。すなわち、完成車企業や中間業者から製品のサンプルあるいは図面を与えられ、部品企業はサンプル通りに図面を起こしたりして製品を作る。また、単品部品から部品セットまで提供できる大企業に比べて、中型企業は部品セットを開発、生産する能力が弱い。

数の割合が最も多いのは第 3 階層（NM 社、HB 社、WY 社、HZ 社）、すなわち小企業グループである。小企業が多い理由は前述したように、自動車部品産業集積はもともと小規模生産者の拡散によって形成されたからである。また、表 7 で確認できるように、自動車部品市場の拡大に伴い異業種からの参入が活発に行われるようになり、その多くはまず進出しやすい第 3 階層に参入してくるからである（雑貨や小家電分野の業者でも簡単に参入可能）。それゆえ、小企業は常に激しい競争にさらされ、この階層では低価格競争が繰り返されている。また、この階層における小企業の多くは卸売業者や貿易会社といった中間業者を通じて不特定多数の顧客に部品を販売しており、独自の販路を持つ企業は非常に少ない。そのため、取引関係は常に不安定であり、企業の規模が小さいわりに多種類の部品を提供しなければならない。開発に関しては他社製品を入手してそのまま模倣するという方法で製品を作り、もっぱら補修部品市場に供給しており、自社の製品ブランドを持たない企業も多い。この層の小企業は基本的に、生産コストを最低限に抑えながら短期間のうちにできるだけ多種類の部品を市場に提供することで経営を維持しており、そのため、加工工程の内製化を最小限に抑え、できるだけ地元の機械金属基盤加工機能を利用する企業が多い。

このように、もともと小零細企業しかなかった自動車部品産業集積では企業の階層分化が進んでおり、大企業と量産型の中型企業がそれぞれ層を形成して存在感を高めている。小企業に比べて大企業と中型企業の数はまだ少ないが、生産高の面では既に集積全体の約 3 割を占めると推測され、大企業と中型企業の発展が部品産業集積に与える影響は今後ますます大きくなると考えられる。また、産業集積全体の分業構造として、第 1 と第 2 階層の企業はそれぞれそれ以下の階層における企業の加工機能を利用したり、または、地元の鋳造、鍛造、メッキ、金型などの機械金属基盤加工機能を利用している。

（3）自動車部品産業集積からの示唆

まず、自動車部品産業集積で注目すべき点は、そこには多様な参入形態が存在することである。表 7 で取り上げた 13 社の事例だけでも、元国有・集団所有制自動車部品企業の出身者や、家電、自動車の修理業や自動車部品の販売業といったサービス業の出身者、または雑貨や小物家電や印刷機械といった分野から転出した中小企業が新たな担い手として参入している。ここで示唆されたのは、「温州モデル」では、域内における多様な産業集積の間で企業の移動が頻繁に行われ、それによって各

産業集積における経営資源が再分配されるというメカニズムが存在することであろう。つまり、丸川の論文で提示された、歴史的なつながりや革新者の存在によって多様な産業集積が形成され、また多数の模倣する企業が現れることで産業集積が拡大していくというプロセスだけでは、「温州モデル」の進化プロセスを説明するのに不十分なことである。

特に 2000 年代以降、温州では金属ライターなど企業数の減少が顕著な産業集積が増えており、そういった停滞、縮小傾向にある産業集積から転出した企業はまた次の拡大見込みのある産業集積に参入していった⁽³⁴⁾。それゆえ、やや遅れて拡大期に入り、長期的成長が期待される自動車部品産業集積に多様な参入者が集中するようになったと考えられる。企業の移動によって各産業集積の経営資源が常に再分配された結果、温州では潜在力の高い産業集積が古い産業集積に取って代わって発展し、その結果、地域産業の高度化が実現されていくであろう。このように、多様な産業集積の存在を特徴とする「温州モデル」を考察する際に、各産業集積の発展の特徴を個別に分析すると同時に、産業集積間における企業の移動現象とその影響を分析することが重要であり、それを通じて、域内における各産業集積の発展動向を総体的に把握する必要がある。

また、自動車部品産業集積の発展から示唆されたもう 1 つのことは、温州産業集積の進化プロセスを考察するうえで、企業の階層分化現象とその影響を分析することが必要不可欠だということである。自動車部品産業集積の発展過程から示されたように、1980 年代は模倣による小企業の拡散時期であったが、90 年代以降になると、小企業群から大企業を含めた企業の階層分化の兆候が見られ、2000 年以降ではその動きが加速し、現在それぞれの階層における企業の特徴は大きく異なっている。前述したように、自動車部品産業集積では、上の階層の企業が下の階層の企業を外注先として利用したり、あるいは各階層の部品企業が地元の機械金属基盤加工機能を利用するような分業構造が存在するが、大企業と中型企業の成長過程を見ると、むしろ域内からは調達できない機械や機械金属基盤加工機能を先行して取り入れたことが、小企業の階層から脱出して成長した重要な要因であった。しかも、多くの場合、そういった優れた機械や加工機能の供給は直接的あるいは間接的に外国企業とのつながりを持っていることに注目すべきである。

計画経済の時代に地元の国有・集団所有制企業に蓄積された機械工業の技術や人材の資源、あるいは先行研究で強調された新興民営機械企業の存在は自動車部品産業集積の形成と拡大の初期において大きな役割を果たしたことは間違いないが、産業集積における企業の階層分化が進むにつれ、その有効性は減少し、主に第 3 階層、すなわち小企業の生産活動を支える範囲にとどまったと考え

(34) そのほかにも、類似の事例として、駒形哲哉（2005）『移行期 中国の中小企業論』税務経理協会では、瑞安市の場橋鎮（当時＝現在は塘下鎮の一部）のケースが紹介されている。場橋鎮はもともとウールセーターの産地であったが、1990 年代半ば以降過当競争の中でウールセーターの生産は大きく衰退した。他方、撤退した企業群の一部は他部門に参入していき、その結果、場橋鎮は自動車・バイク部品や金属製品・電気部品の産地に変貌した（222-228 頁）。

られる。もちろん、大企業と中型企業の中には現在でも直接的あるいは間接的に小企業や地元の機械金属基盤加工機能を利用する企業が存在するが、それらの企業は基本的には自社の競争力にそれほど影響しない「周辺」的な部品や加工業務を域内の生産者に外注しており、その最大の目的は生産コストの削減であり、品質や精度の面で発生する諸問題を解決するために全数検査を行うのが一般的である。また、RL 社、YD 社、HE 社のように品質評価を含めて最適な外注先を求めて広域から部品を調達したり、あるいは内製化に切り替える企業も少なくない。

このような異なる階層における企業の経営の特徴と相互の分業関係を踏まえて、最後に数の割合が最も多い小企業の発展方向を検討したい。先の事例で考察されたように、現段階ではもっぱら産業集積の第 1、第 2 階層の企業に依存する小企業はまだ少なく、その多くは卸売業者や貿易会社といった中間業者を通じて国内外の補修部品市場に部品を供給している。小企業の経営活動が成り立つ最大の要因は安い労働力の存在であるが、しかし前述したように、温州企業の労働者賃金は長年上昇傾向にあり、特に 2000 年代以降ではそれが加速し、それに加えて人民元の上昇で輸出の利益も大きく減少しているため、小企業の経営状況が急速に悪化し、倒産する企業も目立つようになった。このように、自動車部品産業集積はまだ拡大段階にあるとは言え、小企業を取り巻く経営環境は既に極めて厳しくなっており、生産コストの急上昇や競争相手の多さといった状況を考えると、生産量を増やす路線で中型企業、あるいは中型企業を経て大企業に成長していく小企業は大幅に減少する可能性が高い。つまり、小企業にとって、今後、それぞれニッチの製品分野で独自の強みを持つ必要性が高まるであろう。それを実現するために、完成車企業、あるいは有力販売業者との安定的な取引関係を築くことが 1 つの選択肢であるが、第 1、第 2 階層の企業以上の技術力や供給能力を持たないとそれを実現することは難しい。したがって、レベルアップを急ぐ第 1 と第 2 階層の企業が求める品質や機能を満たす部品や加工機能を提供することで、ニッチの分野での高度化を実現する可能性と必要性がこれから高まると考えられ、そういう意味では自動車部品産業集積は今後、大企業を中核とする分業構造⁽³⁵⁾になっていく可能性が高いと思われる。

おわりに

本稿では、2000 年代以降における「温州モデル」の進化プロセスについて、2 つの異なる発展方向を示した産業集積を取り上げて分析した。照明器具産業集積と自動車部品産業集積に見られたように、2000 年代以降では、市場での先行性や温州商人のネットワークに支えられてきた量的拡大を

(35) ちなみに、温州産業集積の中に、大企業を中心とした分業構造を確立した産業集積はほかにも存在しており、その 1 つが弱電器産業集積である。そこでは、数百社単位の中小企業が大企業の協力企業になって、いわば下請的な生産を行っている。詳しい内容は、林松国（2009）『中国の産業集積における商業の役割——専門市場と広域商人活動を中心に——』専修大学出版局を参照されたい。

基本的な特徴とする「温州モデル」に大きな変化があった。その変化を「温州モデル」の進化という脈絡で整理すると、持続的な生産コストの上昇につれ、温州の製造業全体の収益性が低下する中で業種間に発展の差異が見られ、それに伴い、域内では産業集積間において企業の移動が頻繁に行われ、停滞、縮小傾向にある産業集積から多くの企業が転出した。それらの企業は次の拡大見込みのある産業集積に参入していき、企業の移動によって、各産業集積の経営資源が再分配されている。その結果、温州では、潜在力の高い産業集積が古い産業集積に取って代わって発展し、それが地域産業高度化の1つの経路となった。同時に、企業移動の方向が域外にも向けられ、温州企業は市場環境の変化、とりわけ市場ニーズの向上という変化に対応するために域外を含めた最適立地条件を求めて移動するようになった。すなわち、域外への移動は決して単なる安価な生産コストを求めて発生するものではなく、温州企業が経営内容の質的転換を実現するための選択も含めて移転先が決められているのであって、そういう意味でこのような移動も「温州モデル」の進化の1つの方向として認識すべきであろう。

次に、自動車部品産業集積においては企業の階層分化が進行しており、大企業の存在感がますます高まっていることから、今後、大企業と中小企業は分業構造上、相互の関係を強化しながらそれぞれ異なる機能の発揮を強めていくことが予想できる。特に中小企業にとって、大企業の存在を前提に差別化戦略を展開し、大企業との関係を強化することで経営内容の質的転換を図っていくことが重要になると思われる。このように、大企業、中小企業それぞれの社会的分業関係における位置、機能の明確化および相互の関係強化が「温州モデル」の進化のもう1つの方向であると考えられる。

最後に、本稿の分析で明らかになった温州産業集積の進化プロセスと園部・大塚（2004）の「内生的産業発展論」に照らしながら、途上国における産業集積の進化の方向性について検討したい。

「内生的産業発展論」では、産業集積の発展過程について、「始発期」、「量的拡大期」、「質的向上期」の3つの段階に分けてとらえると同時に、「量的拡大期」においては、既に3つの意味で「質的向上期」への移行が準備されており、つまり、①学習効果、すなわち、労働者の技能や経営者の経営能力の向上、②企業の新規参入と生産拡大の結果としての利潤低下、③下請の活用や直販販売のネットワークの構築のような「新結合＝革新」の機会の拡大、といった要因が重要であったとされる。つまり、そこで強調されたのは、産業集積内部における競争による蓄積、あるいは近接性や分業といった産業集積固有のメリットによって、産業集積が最終的に「質的向上期」に移行していくということであるが、温州のケースから示されたように、経済成長の著しい途上国では、産業集積は多様な機会によって形成され、その後の進化は、市場経済環境の変化に強く影響されながら、同じタイプの産業集積が互いに競争する中で達成するものでもあった。産業集積間の競争によってもたらされるイノベーション的な促進効果については多面的に検証する必要があるが、温州産業集積の進化プロセスから示唆されたことは、競争に敗れて「質的向上期」に達することなく衰退してしまう産業集積も存在するということであり、また留意すべきことは、衰退していく産業集積から発

生する企業の移動である。勝ち残った産業集積がこのような地域間・業種間における企業の移動の影響を受けながら「質的向上期」に移行していくことを考えると、企業の移動がどのような促進効果をもたらすかを具体的に検証する必要があると思われる。

途上国の産業集積を論じる場合、「内生的産業発展論」の限界としてもう1つ議論しなければならない課題は、「質的向上期」への移行の条件として、産業集積内部における同質企業の競争だけでは限界があることである。すなわち、産業集積内部における労働者の技能や経営者の経営能力の向上や、下請の活用などのような既存経営資源の「新結合」といった効果が重要ではあるが、それだけで産業集積が「質的向上期」に移行するかどうかは検討の余地が残る。同質企業による競争は場合によってさらなる低価格と低品質の循環をもたらすことも多く、したがって、同質企業の中から新しいタイプのイノベーションの波及効果をもたらす「異質企業」が生まれるかどうか、もし生まれるとしたらその条件とは何かをより厳密に検証する必要があるであろう。この点に関して温州のケースから示されたのは、例えば、温州企業の移転先となった古鎮照明器具産業集積の場合は、経営と技術能力の高い外資系企業が「異質企業」という存在であり、温州自動車部品産業集積の場合は、高度な外部需要を積極的に求めて、外資系企業の設備を先行して導入したり、あるいは国内外の完成車企業との関係を強化したりといった、産業集積外部の経営資源を積極的に活用する企業が「異質企業」の役割を果たしたと言えよう。つまり、途上国の産業集積の発展、とりわけ「量的拡大期」以降の進化を検討する際に、産業集積内部の競争や分業のメリットだけでは解決できないイノベーションの課題が存在しており、その克服については、外国企業の技術や設備など産業集積外部の経営資源とのつながりの中で、その問題がどのように展開されるかを重視しながら検証しなければならない。

なお、温州には多様な産業集積が存在するが、本稿では2つの産業集積のみ取り上げたことの限界を指摘しておかなければならない。この2つの産業集積は2000年代以降の「温州モデル」の進化プロセスとその方向性を考察するうえで代表的であるとは言え、「温州モデル」の進化プロセスを体系的に把握するためにはより多くの産業集積を分析する必要がある、それを今後の課題にしていきたい。

(立命館大学経営学部助教)

参 考 文 献

[日本語]

加藤孝(2004)「温州民営中小企業のビジネス行動——経営コンサルタントの視点から——」『三田学会雑誌』96巻4号。

黒瀬直宏(2004)「温州産業の原蓄過程——情報による「下から」の資本制化と企業の階層分化——」『三

- 田学会雑誌』96 卷 4 号。
- 駒形哲哉（2005）『移行期 中国の中小企業論』税務経理協会。
- 園部哲史・大塚啓二郎（2004）『産業発展のルーツと戦略——日中台の経験に学ぶ——』知泉書館。
- 陳傑（2011）「中国自動車補修部品産業の発展——瑞安市を事例として——」日本中小企業学会第 31 回全国大会の発表資料。
- 日本貿易振興機構海外調査部（2004）『3E 研究院事業報告書（別冊）「中国中小企業発展政策研究」——企業訪問インタビューノート——』。
- FOURIN（2011）『中国自動車部品産業 2011』。
- 藤本隆宏・西口敏宏・伊藤秀史編（1997）『サプライヤー・システム——新しい企業関係を創る——』有斐閣。
- 藤本隆宏・新宅純二郎編著（2005）『中国製造業のアーキテクチャ分析』東洋経済新報社。
- 丸川知雄（2003a）「中国乗用車産業のサプライヤー・ネットワーク」『社会科学研究』第 54 卷第 3 号。
- 丸川知雄（2003b）「中国自動車産業のサプライヤー・システム：歴史的分析」『アジア経済』第 44 卷第 5・6 号。
- 丸川知雄（2004）「温州産業集積の進化プロセス」『三田学会雑誌』96 卷 4 号。
- 丸川知雄（2010）「中国における産業集積の発生——温州市と広東省のケース——」中兼和津次編著『歴史的視野からみた現代中国経済』ミネルヴァ書房。
- 林松国（2009）『中国の産業集積における商業の役割——専門市場と広域商人活動を中心に——』専修大学出版社。
- 渡辺幸男（2004）「温州の産業発展試論——自立・国内完結型・国内市場向け産業発展、その意味と展望——」『三田学会雑誌』96 卷 4 号。
- 渡辺幸男（2007）「日本の産業発展の中国産業発展への示唆——機械工業の発展を中心に——」『三田学会雑誌』100 卷 2 号。
- 渡辺幸男（2009）「日本の温州産業集積研究の研究視角——日本での温州産業研究レビュー——」丸川知雄編『中国の産業集積の探求』東京大学社会科学研究所。
- 渡辺幸男（2011）『現代日本の産業集積研究——実態調査研究と理論的含意——』慶應義塾大学出版会。

[中国語]

- 北京大学「城市与区域规划系温州課題組」（2006）「温州製造業集群昇級研究」。
- 灯都古鎮編委办『灯都古鎮』各期。
- 盛世豪・鄭燕偉（2006）『競争優勢 浙江産業集群演變和發展研究』浙江大学出版社。
- 俞雄・俞光（1995）『温州工業簡史』上海社会科学院出版社。
- 瑞安市汽摩配協會編（2011）『中国汽摩配之都企業概覽 2011』瑞安市汽摩配協會。
- 瑞安市二輕工業誌編集委員会編（1996）『瑞安市二輕工業誌』江西人民出版社。
- 瑞安市工商業聯合会・瑞安市商会『瑞安商会』各期。
- 温州民營經濟發展 30 年編写組編（2008）『温州民營經濟發展 30 年』（全 6 卷）浙江人民出版社。
- 温州市統計局（2010）『温州統計年鑑』中国統計出版社。
- 王漢友（2011）「灯饰産業功能創新類型与産業產值關係研究」『中国經貿導刊』2011 年第 18 期。
- 朱華晟・王緝慈・李鵬飛・李偉（2009）「基于多重動力機制的集群企業迁移及区域影響」『地理科学進展』第 28 卷第 3 期。「这里的世界最明亮——“中山灯都” 纪事」『中国作家』2006 年第 13 期。

[ホームページ]

- 李毓蒙紀念館 <http://www.liyumeng.com/index-cn.html>
- 『瑞安日報』電子版 <http://rarb.zjol.com.cn/epaper/html>
- 『温州商報』電子版 <http://wzed.66wz.com/html>

温州市统计局 <http://www.wzstats.gov.cn/>

古镇人民政府 <http://www.zsguzhen.gov.cn>

赵峥 (2007)「珠三角地区产业集群发展研究——以中山市古镇镇灯饰产业集群为例」
<http://drzhaozheng.blog.sohu.com/71643255.html>