

図表 新宿区・文京区（地蔵通商店街とその周辺印刷産業集積地）の特徴概要

	集積の特徴	製品の特徴 (技術・生産形態)	労働者
戦前 S10	大日本印刷の転入に伴って、印刷関連業の下請け会社が周辺の安価な土地に集積。	活版中心。技術レベルは職人の頭数に比例。大手でも全工程はカバ-できず、下請けの集住を前提とした流れ作業が生産の土台をなしていた。	地方から奉公にきた青少年等を、住み込みで受け入れていた。技術・資金・人脈を築き上げたものが独立していった。戦時中、経営者が徴用に応じるなどで多くの事業所が一時休業に追い込まれた。
S20	景気の影響とは別に、立地条件そのものの良さにひかれた企業の開設が相次ぎ、集積度が高まった。	活版中心。地域の共有財産である職人を中心として、地域復興と生活の回復を印刷業が盛り上げていった。限定された工程を担う家内工業が連携して生産。	戦時中も技術力を保持していた職人と、独立した若手によって印刷業は立ち直った。どこの企業も人手不足の折、臨時工を集めるにもコネとカオがものを言った。労働者にとってこの地域は、人のつながりの上に立つ生活の場であった。
S30	中小企業を中心とした集積地形成の過程で、虫食い状に残っていた土地に多くの中小規模工場が開設。	消費ブ-ムで商品経済が活気づき、広告・包装紙等の商業印刷物が伸びを見せた。当時でいう中小企業の技術革新とは、職人の育成による技術の底上げであった。	労働集約型産業のイメージのために、近隣の若手労働力の獲得が難しく、地方に出向いて集団就職を募るなどした。渡り職人と斡旋業者が存在した一方では労働者の定着を考えるようになり、福利厚生面の充実を図るべく、共同宿舎・給食などの試みが見られた。労働者と地域のつながりは、彼らの衣食住に及んでいた。しかしこうした職人気質の気風は、程なく押し寄せた技術革新の波の中で次第に失われていくのだった。
S40	大工場移転はなく、いくつかの中小工場が拡大のために都外移転するのみであった。またその後には中小企業が参入した。	活版が依然、主流。設備が次第に充実してくるにつれ、都内に複数の拠点を持ち工程別に生産するといった形態も見られ出した。	
S50	低成長期にあっても、長年の地域への親しみが既存の事業所を集積地にとどませた。技術革新の波も、この地で乗り越えたいと多くの企業が考えていた。	職人の高齢化と人手不足に対応する形で設備投資がなされ、技術の担い手は職人から機械に移行しつつあった。オフセット印刷の本格的な普及で、「紙とインク」のみの発想を脱した特殊印刷が伸びた。	地域再開発及びバブル経済の影響下での地価高騰によって、土地の生産性志向が強まり職住一体が崩れ出した。次第に通勤化し始めた労働者にとって、地域は必ずしも生活の場ではなくなっていった。電算写植の普及をはじめとする技術革新の中で労働者層が変化し、若手や女性が多くなった。しかし都内に縁故関係があるもの以外は、若手はなかなか都内に住めないのが実情であった。
S60	この時期に開設した事業所が現在に占める割合が、印刷業は他の業種より高い。新規開業が多いのは、製造業の集積地においては特徴的。	バブル期の印刷物は高付加価値を指向したものが多く、凝ったデザインの高級活版なども見られた。中小企業は概してこなせない受注はしないため、バブル期の量産に伴う質の低下はさして見られなかった。	
H7	全国規模で産業界の勢いが失われる中、印刷工場は全体数こそ減ったが、全業種に占める割合は高まった。経営難で去る者の後には、必ず転入するものがあり、集積が保たれる。	活版・オフセット印刷・DTPと技術が多様化する中、希少価値や芸術性を重視する者、企画性や即応性を重視する者と色々になった。広域ネットを売りとしたサ-ビス業・デザイン系の経営展開が目立つ。	従業員の殆どが通勤化し、ジャーナリズム・コンピュータ-系の専門学校向けに求人を行うなどイメージの転換がなされている。労働者の男女比率が半々ぐらいの事業所も見られるようになった。

図表 新宿区・文京区（地蔵通商店街とその周辺印刷産業集積地）の特徴概要

	事業の規模と拡張性	企業間のつながり ・ネットワーク	その他
戦前 S10	平和産業全般が冷遇されていたことに加えて、印刷物自体が統制の対象となっていたため、あらゆる面で拡張の動きは抑制されていた。多くの中小企業は活版の下請け工程をになう以外には事業の拡張は見られず。	戦時体制下の国策に、印刷同業組合を通して同調。大手3社を中心とした資材配給システムによって、大手主導の色合いが方向づけられた。	
S20	職住一体型の家内工業的規模の事業所がほとんどで、町工場風のバラックが多く見られた。出版ブームに乗って取引関係が拡張するも、ブームの終息によって一時的なものになってしまった。	組合本部からの脱退を経て組合員が増加し、集積地に結束力が生まれた。しかし、復興ムードに飛びついた企業への入れ替わりが激しく、経営上のパートナー作りは困難であった。	<朝鮮特需> 特需景気の影響は印刷業にはあまり及ばず。むしろその後のデフレ政策のために波に乗っていた出版ブームが終息することとなった。
S30	大手の下請けとしての弱い立場から脱しようという気運の高まりの中で、中小企業も受注開拓の役割を担うようになっていった。それが影響して、商業印刷系の受注分野が拡大した。	受注産業と下請けの不利さをこれまで以上に感じ出した中小企業が横のつながりを意識するようになった。調整事業に際しての本部復帰もあって、地域の発言力が高まった。	<工場制限三法> 印刷業は当初より規制緩和業種及び除外業種に指定されていたことに加え、ほとんどが中小企業であったこの地域にはさほど影響はなかった。
S40	業界あげての近代化のため、協業化を意識した同業者への歩み寄り等、中小企業に求められる経営上の問題領域が広がった。また、政治的な発言力を強めるという方向での業界の拡張も見られた。	構造改善事業の後押しで、近代化の一環として中小企業のグループ化が進展した。組合内で数社単位の共同購入などの試みが始まった。	<公害対策・用途指定> 公害防止や住環境重視の意識の高まりは、工場の転廃業には直結しなかった。用途指定の変更の際にも、地場産業ゆえの優遇措置が取られた。
S50	規模に関しては、従業者数10人以下の工場が75%以上を占めており、中小企業の多さは変わらず。他に先んじて設備投資が進んでいたいくつかの企業は地域再開発などをきっかけに集積地内の土地を新たに確保したりと、拡張していった。	技術革新の進展に伴って受注が減った中小企業は、ネットワークから次第に身を引いていくところも見られた。転廃業の一方では、業種別の組織化が進んだ。	<オイルショック> 燃料・資材不足には悩まされたが、納期などの面で関連業界の理解と配慮に助けられ、ダメージは最小限にとどまった。
S60	テナントに入って開設する事業所が多く、ワンフロア分の規模の企業が少なくない。一部に、知識集約型産業への転換と新たなメディアの出現を意識した新分野の開拓を期する動きが見られた。	組合は技術革新の中での生き残りを提案していく場としての性格を強めていった。バブル経済期には、仕事の絶対量の増加と各企業の生産の限界の間を、助け合いのネットワークが埋めていた。	
H7	バブル経済期に、事業の拡大を焦ることなく従来の得意分野に専念していた企業は比較的安定している。その一方で、DTPの普及に伴って、クライアントとのサ・ビス業的な関わり合いを基盤とした新領域が開かれた。	生産・流通面に限らず、情報ネットワークを生かす考え方が主流になっていった。企業を支えるのは必ずしも地域のネットワークではなくなった。組合は個人的な交流の場に。	