

商工業の魅力発信

～誇りが持てるまちを目指して～



東京都日野市 眞砂 江身子

1. はじめに

日野市は昭和初期から工場誘致を行い、工業都市として発展を遂げてきたが、近年大規模工場の移転・撤退が相次いでいる。市内の代表企業でもある日野自動車㈱が平成 32 年をめどに工場機能を茨城県古河市に移転すると公式発表されてから約 5 年が経過する。

また、時代の流れとともに地域の商店街も厳しい状況下に置かれている。価値観の多様化による消費行動の変化、大規模商業施設の開設そして車社会の進展などが個人商店に大きな影響を与え、結果として商店街が衰退している。

事業所、従業者数が減少している中、日野市の人口は今も緩やかな増加が続いている。このままベッドタウン化が進んでいくと、特色と魅力のないまちになっていくのではないか。変化の激しい社会経済環境のもと、ものづくり産業は日野市の成長を支え、商業はまちに賑わいをもたらせた。商工業の歴史、職人のもつ知恵や技術、そして個人商店のもつ地域に根付いたきめ細かいサービスはまちの魅力といえるのではないか。その魅力を持ち続けるまちであればそこには愛着や誇りが生まれる。愛着とは慣れ親しんだ物事に深く心を引かれ、離れがたく感じる事であり、それが生まれた先には次の行動に広がりがあると考えられる。

本レポートでは、商工業の歴史を持つ日野市の魅力を明らかにし、その魅力を維持していくために今後必要と思われる具体的な取り組みについて提言するものである。

2. 商工業の歴史

この章では、日野市の魅力を明らかにしていくため商工業の歴史を再確認し整理を行う。

(1) 工業の歴史

日野市は、都心から西に 35 km、東京都のほぼ中心部に位置し、多摩川と浅川という二つの大きな河川によって発達した沖積低地、これら河川の河岸段丘によって出来上がった日野台地及び市内南側に位置する多摩丘陵の 3 つの特徴ある地形（図1参照）によって形成されている。その地形の恩恵を受け、地下水や湧水が豊富に存在している。（図2参照）



図 1 日野市の地形



1 図 2 日野市の河川と用水路

明治から昭和初期の日野市域（当時は日野町と七生村）には大きな水田が広がっていた。他にも畑作では漬物で有名な東光寺大根をはじめとして、麦や大豆などの穀物類や多摩川梨や禅寺丸柿などの栽培も盛んで、日野をはじめとする多摩地域は東京の重要な食糧産地となっていた。養蚕も盛んで桑畑も多く見られ河川に沿った低地では稲作が盛んに行われ、市内約 120km にも及ぶ用水路を備え「多摩の米蔵」とも呼ばれていた。

だが、昭和 5 年にはじまる昭和恐慌によって、米や繭などの農産価格が著しく下落し、深刻な農村恐慌となった。全国各地では欠食児童の発生や娘の身売り、学校教員の給料未払いといった事態が生じ、街角は失業者であふれたという。日野町でも生活困窮者が増え、課税額の減少や滞納により財政は悪化の一途を辿り、町は危機的な状況に陥った。日野町はこれに対処する為、いくつかの事業に乗り出した。

その一つが、安定した財源の確保、雇用の創出を目的とした大工場の誘致である。昭和 11 年から 18 年にかけて、(株)吉田時計店（現在のセイコーエプソン）、六桜社（現在のコニカミノルタ）、東京自動車工業(株)（現在の日野自動車）、富士電機製造(株)（現在の富士電機）、(株)神戸製鋼所東京研究所（後の神鋼電機）の「日野 5 社」と呼ばれる大工場が誘致された。また、これと前後して、日本篩絹(株)（現在のNBCメッシュテック）、羽田コンクリート工業(株)（後の羽田ヒューム管）なども操業を始めた。そしてこれ以降、日野は内陸の工業都市としての一面をもって発展していくこととなる。

当時、日野に大規模工場が建設された理由は、豊富で良質な地下水があり、さらに立川や相模原の軍事関係施設に近いという立地条件にあった。(株)吉田時計店を例にとると、時計の製造は研磨作業などが多く、これには良質な水が大量に必要だった。東京自動車工業(株)は大正 6 年から自動車製造を開始し、大森と川崎の工場で軍用車を中心に生産していた。

昭和 30 年代に入り、平山工業団地の造成による企業の呼び込みをすすめ、帝人(株)東京研究所をはじめ、東京芝浦電気(株)日野工場、千代田自動車工業(株)、雪印乳業(株)日野工場などが市内に立地した。

こうした日野市の都市化・工業化は市民の就業構成にも変化をもたらし、日野市民の産業別就業構成を見ると、昭和 30 年には農業従事者が 2,774 人、製造業従事者 3,117 人だったのに対し、昭和 40 年には農業従事者が 1,756 人、製造業従事者が 11,730 人となり、製造業の就業人口が急増したことがわかる。

これらの大工場は終戦によって一時の苦境を迎えるが、その後見事な復興を果たし、さらに新たな工場の立地も加わって日野市の発展を支えていった。その意味で、戦前に始まった大工場の誘致は、きわめて先見性のある施策だったといえる。

(2) 商業の歴史

日野市の商業は江戸時代わずかに甲州街道の駅次として、旅人の日用諸式販売程度のものであった。以降明治、大正、昭和と時代の返遷につれ人口の増加に伴い、八王子及び立川の画期的な発展に対し、日野町は多摩川、浅川の両河川に依り交通を妨げられ商業地としての条件に欠けていた。昭和 30 年頃の商業は旧宿場町の部分と日野台地の振興市街地の発展を見るに過ぎなかった。業種別商業の数を見ると鍛冶店 2 軒、呉服店 4 軒、自動車店 1

軒、青果店 23 軒、食料品店 21 軒、酒類店 14 軒、菓子店 39 軒など合計で 270 軒の商店があり従業員数の合計は 416 人であった。

その後、JR 東日本中央本線（当時の甲武鉄道）日野駅、豊田駅及び京王電鉄京王線（当時の玉南電気鉄道）百草駅、高幡不動駅、南平駅、多摩動物公園駅の 6 つの駅を中心として商店街は発展していく。

昭和 33 年に相模原町田地区と共に八王子・日野地区は、市街地開発地域に指定され「衛星都市第一号」と宣伝された。衛星都市計画の一環として日本住宅公団（今の都市再生機構UR）による多摩平団地の建設が行われることになった。多摩平団地は昭和 32 年から着工され昭和 33 年 10 月には第 1 期 696 戸の入居が開始され、昭和 35 年 9 月には 2,792 戸の入居が完了した。それに伴い豊田駅北口の多摩平商店街には賑わいが生まれていく。その後 20 年間で人口が 3 倍強に増え約 10 万人増加していく。

昭和 30 年代より前は豊田駅南口の商店街に賑わいがあったと茶屋の店主から話を聞くことができた。明治 34 年豊田停車場（現在の豊田駅）の開業当時は南口のみ改札がある状況で、近傍には民家は一軒もなかったという。昭和 20 年代頃からお店も増え始め日野自動車（株）（当時の日野重工業）の社宅（第 1 豊田壮・第 2 豊田壮）も建設され、当時は 60 軒以上のお店があり南口のみ栄えていた。その後、昭和 30 年代に入り多摩平団地が建設後北口にはスーパーマーケットができ、京王ストアなどの大型店舗が北口に立ち並ぶようになったという。昭和 40 年代頃から全国的にも各地でスーパーマーケットを初めとした大型商業店舗の出店が急増していた。

平成 26 年 11 月にイオンモール多摩平の森が豊田駅北口にオープンした。日野市はイオン（株）と相互協力・連携に関する協定を締結しまちづくり及び地域づくりに関することなどを取り組んでいく内容である。

（3）主な企業の移転撤退の状況

昭和 50 年代に入り大規模工場において、事業改革や経営再編などの動きが活発となり、製造拠点の海外移転や事業所集約に伴う工場閉鎖などの動きが起こり始めた。

昭和 55 年にはファナック（株）日野事業所のロボット製造部門が、山梨県忍野村に機能移転し、平成 13 年にはハネックス日野工場（旧羽田ヒューム管）が、埼玉県皆野町へ事業所移転した。その跡地には約 700 世帯入居の大型マンションが建てられている。また、平成 21 年には東芝日野工業の生産部門の移転、平成 23 年には同工場の研究開発部門の移転に伴い事業所の完全閉鎖となり跡地には現在物流施設が建設中である。さらに平成 26 年には雪印メグミルク日野工場が事業所の統廃合により事業所を閉鎖した。そして、平成 32 年には日野自動車（株）が本社敷地約 43 万平方メートルのうち、工場部分の約 30 万平方メートルを茨城県古河市に設ける新拠点に移転予定である。

（4）現在の状況

日野市の人口は、平成 27 年 1 月 1 日現在 180,975 人である。平成 22 年国勢調査によると常住人口のうち、昼間人口に対する夜間人口比をみると 88.0%となっている。

今後ますます都心部に働きに出る人々のためのベッドタウンとしての機能を強めていくと考えられる。

日野市ではこのように、まちの資源である地下水があったからこそ産業が発展してきたともいえる。戦前に始まった大工場の誘致は、きわめて先見性のある施策であり、日野の工業都市の始まりでもあった。全国でも有数の技術を持つ企業が日野の地に存在し、そして鉄道の呼び込みにも当時の人が誘致運動を行い発展を遂げてきたという歴史がある。

3. 商工業の魅力探し

前章では日野市の商工業の歴史と現状を把握することができた。次に文献資料や聞き取り調査をもとに、現在の日野市の商工業の魅力を明らかにしていく。

(1) 工業

工業統計調査（注 1）の平成 26 年の状況を見ると、日野市の事業所数は 74 事業所である。日野市では地域資源を活かしながら、市内におけるきらりと光る中小企業の育成・集積を目指すとともに、工業都市として更なる発展を図ることを目的に、日野市工業振興基本構想を平成 24 年 3 月に策定した。市は工業振興における取り組みを産学官金のさまざまな連携を通して進めている。平成 27 年度から第二期（3 カ年）の活動指針とアクションプランの取り組みを行っており、連携を図る場として、平成 27 年 10 月に「日野市多摩平の森産業連携センターPlanT（プラント）」をオープンした。また、第一期で進めてきた基盤整備（顔の見える関係づくり）の中で、製品・技術力のみえる化として、企業 60 社、大学 36 研究室の PR レポートを作成している。ここでは、その PR レポートに掲載されている企業を紹介する。

①中小企業

㈱ミューテクノは、ものづくりの技術で知恵をかたちにしている企業である。リーマンショック後に自社の強みは何かを考え続け、最先端の技と知恵をもつ技術者とともに廃材を使って精密なセミを試作した（図 3 参照）。本物の昆虫を観察し、設計から加工まで 1 枚のステンレス板で忠実に再現。繊細でその芸術的なフォルムをレーザー加工と手作業による組み立てのみで表現し、溶接・接着は一切ない。

㈱八木製作所は、創業(昭和 38 年)から今日まで多品種少量(試作)から、量産までの精密機械加工及び治具製作を一筋で行ってきた。切削加工(フライス、旋盤、MC、NC 旋盤、ワイヤーカット、放電、研削等)を主とし、表面処理、熱処理までの製品を短納期で提供している企業である。日野市内の事業者の技術を集めて製作されているおもてなしロボット(別添資料 1)の製作にも携わっている。市内の企業にはその他にもロケット部品製造業者などがあり、職人の経験と知識に裏付けされた専門的な技術力が、ものづくり



図 3 : 株式会社ミューテクノの製品セミ

出典 : 株式会社ミューテクノホームページ

基盤技術を発展させ、まちを支えてきたことをうかがい知ることができる。

②大企業

市内の代表企業でもある日野自動車㈱は、世界の大型トラック製造メーカーの中で、毎年生産台数トップ 10 に入っており、日本国内の大型・中型トラック販売では、平成 27 年現在、42 年連続シェアトップを誇り、大型トラック顧客満足度調査において 6 年連続で 1 位を記録。東京都八王子市の日野自動車 21 世紀センター内に、日野オートプラザという企業博物館を設置している。この博物館は日本で唯一のトラック主体の自動車博物館となっている。

また、市内小学校 5 年生に対して、ものづくりの魅力、技術を教えている。日野自動車工場の見学とは別に、市内小学校への訪問も行っており、鋳物（いもの）作りの体験及び鋳物が実際に使用されているトラックのエンジン部品展示を行っている。子供たちは教室で鋳物を作成し、校庭では日野自動車のトラックの説明を受ける（鋳物の歴史【別添資料 2】）。この経験は、子供たちの五感に触れることで記憶に残り、そして、自ら手掛けた製品である鋳物（図 4）が形あるものとして残っている。



図 4 鋳造体験での製品

以上のように、日野市の工業の魅力として、職人の経験と知識に裏付けされた専門的な技術力がある。それは、企業 60 社の PR レポートからも読み取れる。また、市内企業では、社会科見学などにより、子供たちにもものづくりの魅力を伝えていることも明らかになった。

（2） 商業

商業統計調査（注 2）の平成 26 年の状況を見ると、日野市の事業所数は 622 事業所である。うち卸売業 128 事業所、小売業 494 事業所である。

①市の取り組み

商業に関する日野市の取り組みとしては、平成 27 年 3 月に日野市商業振興計画を策定している。これは基本方針を 6 つの柱に整理し、そして 3 年間で 22 事業の取り組みを進めるものである。それらのうち既に取り組みされている事業として「女子大学まちづくり事業」がある。具体的には日野駅周辺の賑わいを創出し、地域の活性化を図るため、実践女子大学や地元店主ら市民有志による実行委員会を平成 26 年 4 月に組織し、日野市と連携しながら地域を盛り上げる事業である。主な取り組みとしては空き店舗の活用をしたりノベーションを行っておりコミュニティスペースなどがある「キョテン 107」（図 5）を創り上げた。



図 5 「キョテン 107」

②市内商店街

市内には、6 つの駅を中心として 18 の商店会があるが、その中の豊田駅南口にある豊田商店会に行き、その魅力を探してみた。豊田駅南口は現在区画整理中である。その影響もあり商店街の雰囲気としては閑散としている状況である。

先ず、駅からも見える呉服店（伊勢屋呉服店）では、親子2世代に渡っての着物のリメイクの注文をすることができる。大型店舗に注文するには気が引けてしまうが昔ながらの顧客の付き合いがあり気軽にお願いができる。

次に、駅から東側徒歩1分の本屋は、昭和29年創業の昔ながらの本屋（黒田書店）で、間口に全面本が陳列されており扉がなくオープンな書店。市内の無料配達もしている。店主は、常連さんの顔を見た瞬間にお客様の購入する雑誌を手にとっていた。これは大型店舗にはない個人商店ならではのきめ細かいサービスである。

そして隣には茶屋（藤森園茶舗）がある。まちゼミも開催するお店で専門知識を持ち、お茶の美味しい入れ方などを指導してくれる。また、地元の小学生3.4年生が社会科見学に訪れた際も、お茶の知識を説明するだけではなく、地域の歴史についても話をしてあげるという。店内には、その子供たちが作成した茶屋のチラシが置いてあった。

商業の個人商店の魅力には、顧客の要望に対して柔軟な対応があり、そして大型店舗にはない個人商店ならではの人と人との対話がある。そして、地域に根付いたきめ細かいサービスをしてくれることが明らかになった。

（3）TOYODA ビール「多摩最古のビールを復刻」

明治19年、日本が近代化へと歩みを進めるさなか、豊田（日野市）の山口平太夫によってビールが作られた。まさに日野を代表する近代産業の一つであり、多摩地域で初めてのビール醸造だったという。平成25年度に行われた発掘調査と蔵の調査で、煉瓦造ビール貯蔵所の跡や当時のビールラベル、そしてビール貯蔵所（撮影された大正期には蔵として再利用されていた）を写した写真乾板が発見された（図6）。

多摩地域最古のビール醸造が日野で行われたのだということ、まずは市民に知って欲しいという想いと、柔軟な発想と好奇心を持った日野の先人たちの気質を上手に受け継ぎながら、新たな時代に挑戦していきたい。そんな想いを込めて、日野の歴史資源を活用した市の地域活性化事業「TOYODA BEER プロジェクト」が立ち上がった。平成27年7月26日に発売されてから、入荷する度に完売する人気ぶりですすでに計31,000本を出荷している。実行委員会の増島清人委員長は「自分たちが暮らしている街の歴史を知ること、愛着ある街づくりを進めたい」と話している。そして、実行委員会は第2弾として日野市内でビールの原料となる大麦の栽培を始めており、日野産の大麦を使ったTOYODAビール（図7）の生産を考え取り組んでいる。



図6 発見されたビール貯蔵所の写真乾板



図7 TOYODA ビール

本章では、ものづくりの知恵と技術をもつ「企業」「人」、地域に根付いたきめ細かいサービスをもつ「店」「人」の魅力が明らかになった。商工業の歴史を持つ日野市の魅力を維持していくためには、地域の人たちが、まずは商工業の歴史や、魅力を知ることが必要である。

ベッドタウン化が加速する現状の日野市において、「自然が豊かで住みやすい」という理由でこの地にやってくる人は多い。「緑と清流のまち日野」で暮らしているという誇りは、そこで生活する者にとって財産と呼べるに相応しいといえ、日野市の豊かな自然を大切に、これからも守り続けて行くことであろう。同様に今までの日野市の商工業の歴史に触れると共に現在の商工業の魅力を感じることができれば、そこには愛着や誇りが生まれ守り続けていきたいという気持ちが芽生えるのは自然なことではないだろうか。

(注1) 工業統計調査は、国内の従業者4人以上の製造業の事業所(本社等を除く。)を対象に12月31日現在で経済産業省が実施する調査である。

(注2) 商業統計調査は、日本標準産業分類(平成25年総務省告示第405号)に掲げる「大分類I-卸売業・小売業」に属する事業所を対象に7月1日現在で経済産業省が実施する調査である。

4. 市の商工業の情報発信の現状と課題

地域の人たちがこうした商工業の魅力を知ること、日野市に愛着が生まれる。ここでは魅力を知るための情報を市がどのように発信しているのかを調査し、そこから課題を明らかにする。

(1) 現在の状況

① 日野市PR動画・冊子「日野市のものづくり」

平成24年3月に日野市工業振興基本構想が策定され、製品・技術力のみえる化として、市民向けに動画を作成した。また、子供向けに日野市の工業の歴史、ものづくりの流れが紹介されている「すごいんです！日野市のものづくり」冊子を作成した。

② 日野市商工会テクノネットひの「ものづくり支援HINO」

日野市商工会では、平成19年より「ものづくり支援HINO」事業に取り組んでいる。その一環として市内で活躍する製造・加工業を中心に優れた技術水準、ユニークな製品、熟練によって高い精度を誇るものづくり企業を紹介しているサイトである。

③ 日野市「企業の魅力PRレポート」

市内企業の優れた「技術力」そして市内大学の研究内容を「みえる化」した、新たなイノベーションを生み出すための連携の輪を広げることを目的とした「日野市工業みえる化推進事業」の一環としてPRレポートが作成された。平成26年度までにVol.1から3を発行し平成27年度には今までのレポートを取りまとめ、新たな企業・研究室を追加した約60社の企業と約30研究室を掲載する「総集編」が完成している。

④ 多摩地域魅力発見隊育成講座「魅力動画」

多摩地域魅力発見隊は、八王子市および羽村市・昭島市・日野市を中心とした多摩地域の企業・地域団体などの関係者が、地域産業の魅力を発見・発信し、地域活性化を図ることを目的としている。魅力発見隊育成講座は「伝える」から「伝わる」への情報伝達技術

を学ぶ講座であり「魅力動画」上映会を開催している。

⑤ ひののん

新選組ポイント加盟店を掲載した冊子であり、写真付きで個人店を紹介している。

⑥ 迷ったらこれ！ひのうまいもん大図鑑

平成 25 年の国民体育大会（スポーツ祭東京 2013）の開催にあわせて、競技会場周辺にある商店（飲食店、スイーツ店、惣菜店、弁当店、直売店、おみやげ店）を紹介するマップである。

⑦ 産業まつり

日野市の産業を広く市民に紹介し、市内商工業の生産品・取扱品や農産物などを一堂に集め展示即売することにより地域住民との交流を深めるイベント事業である。平成 27 年度で第 49 回目の開催となる。

市の商工業の魅力発信の現状を調べてみると、企業向けに発信、市民向けに発信しているものがあり形態も異なっていた。産業まつり以外を表にまとめてみた。

表 1 市の魅力発信の現状

PR内容	分類	形態			発信先		発行年
		冊子	動画	サイト	市民向け	企業向け	
①PR動画・冊子「日野市のものづくり」		○	○		○		平成 25 年
②商工会テクノネットひの「ものづくり支援HINO」				○		○	平成 20 年
③「企業の魅力PRレポート」		○		○		○	平成 27 年
④多摩地域魅力発見隊育成講座「魅力動画」			○		○		—
⑤ひののん		○		○	○		平成 27 年
⑥迷ったらこれ！ひのうまいもん大図鑑		○	○	○	○		平成 26 年

(2) 課題

市や商工会においては表 1 に示すとおり、商工業の魅力を発信していた。その中でも PR 冊子での課題として、市民向けに発信されていない企業向けのもは冊子内容の専門性が強い為、市民に向けてはよりかみ砕いた形での改良が必要である。また単年度配布で終了している冊子もあるため継続できる取り組みや情報発信の際に企業やお店をより身近に感じられるような工夫が必要である。

次に動画やウェブサイトでの課題としては、日野市 PR 動画「日野市のものづくり」では工業の歴史や現在のものづくりの魅力をを知ることができるが、市のホームページ上からの閲覧が分かりづらい状況となっている。多摩地域魅力発見隊育成講座「魅力動画」についても 2 分間という映像を通して魅力ある製品・商品・人を知ることができるが、上映会には市民の参加が少なく、映像が YouTube にもアップされるが再生回数も少ない状況である。サイトの更新や市民に向けてもっと発信できる工夫が必要である。

以上のことからみても市では情報発信を行っているが、商工業の魅力と地域の人が直接

触れ合える機会がなく「企業」「店」との接点を持たせるための取り組みが必要であると考ええる。直接触れ合えることができるのは年に一度の産業まつりと、特設で日野市立新選組のふるさと歴史館で一時的に企画展が開催される程度である。現在の日野市観光案内所は、旧八王子信用金庫日野支店の跡地を活用して平成19年にオープンした。日野市は新選組副長・土方歳三の出身地でもあり、新選組のふるさと日野として歴史や観光地を情報発信している。観光情報発信の場はあるものの、商工業の歴史などを常時発信している場はない。

5. 提言 — 「まちの魅力発見隊（仮称）」の結成

市の商工業の情報発信の現状を調査した結果、冊子や動画などにおいて魅力発信はしていたが、直接触れ合える場が足りなく、より「企業」「店」の魅力を知るためには接点を持たせるための新たなチャンネルが必要であると考えた。

そこで、商工業の魅力をよりわかりやすく伝えていくためには、伝える側が魅力をよく理解することが必要であり、そして商工業の魅力と触れ合える新たな機会を創りあげていくために「まちの魅力発見隊（仮称）」を結成する。これは市民の方々と一緒に活動する自主的な取り組みとして以下の順に進めていく。

① 自主研究チームの立ち上げ

市内の商工業の魅力を発掘すること、そして魅力と触れ合える新たな場を創るために、市職員による自主研究チームを立ち上げる。

② 「まちの魅力発見隊（仮称）」市民募集

「まちの魅力発見隊（仮称）」を市民募集する。地域の人と魅力探しを行うことで、取材すること自体が魅力継承にも繋がることを期待できる。

③ 活動開始

活動拠点は市役所、地区センター、産業連携センターPlanT、その他会議室など話し合いができる場所で活動を行う。まずは日野市の商工業の歴史、日野市の商工業の取り組みの現状認識を行う。そしてまちに対する思いを語り合い目指すべき方向のベクトルを合わせる。

④ 発掘

「企業」や「店」のもつ魅力以外に「人」のもつ個性についても取材する。その個性を知ることにより親近感が生まれ、まちの誇りに結びつくことが期待できる。また多摩地域魅力発見隊育成講座にて取り上げられた「企業」「店」「人」についても対象とする。さらに、企業見学、店舗見学の可否を確認し、より魅力が伝えられる取り組みへ繋げる。

⑤ 情報共有

発掘した情報をマップへの落とし込みやチラシを作成して掲示板や回覧板で情報共有を行う。「まちの魅力発見隊」のホームページを立ち上げ既存のPR動画のリンクも張りアクセスできるようにする。さらにフェイスブック等のSNSのツールも使用する。またイオンモール多摩平の森店における催事スペースなどを利用してより地域の人が情報共有できるようにする。

以上①から⑤までの活動を行い、市民の方々と共に商工業の魅力を発掘・共有していく。そして将来的には独立した運営が可能であれば、空き店舗などを活用した魅力発信拠点を作る。そこでは商工業の歴史も学ぶことができ、現在の商工業の魅力も知ることができる。展示販売やイベントも企画し、商工業の魅力と触れ合う場を提供していく。また、地域資源のひとつでもある TOYODA ビールを活かし、地域の人が交流を深める場となることも期待できる。

この活動を通して市の魅力発信の課題に対しても改善できる点があると考えます。PR 冊子の課題に対しては、発見隊の隊員にも作成に関わってもらうことを含め、市民目線での改良が期待され、「企業」「店」「人」がより身近なものとして発信されるよう工夫を行うことができる。また、動画やウェブサイトでの課題に対しても、発見隊の活動によって得られた情報の提供、共同作成、コラボでの取り組みなどを通じて PR 強化が期待され、市の取り組みに対しても一定のサポートをすることができる。

6. おわりに

本レポートでは、日野市の商工業について沢山のことを調べ、そして学ぶことができました。商工業の歴史を持つ日野市の「魅力」を地域の人たちが大切にすることで、まちに対する誇りを持つようになるキッカケの第一歩を踏み出していくために、常に前向きにこれからも関わりを持って努力していきたい。大坪市長の年頭挨拶でも言われていた「笑顔」が溢れるまちにしていきたい。商工業の「魅力」を発信することで、人が集まり、人が集まることで対話が生まれ、地域の「笑顔」になると信じています。

最後に、本レポートの執筆にあたり、ご指導いただいた日本大学経済学部教授の沼尾波子先生に心から感謝申し上げます。また第 27 期地域リーダー養成塾沼尾ゼミの皆様、快く全国地域リーダー養成塾へ送り出し、多くのご協力を頂いた日野市役所の皆様及び豊田商店会の皆様に心からお礼申し上げます。

【参考文献・引用・資料】

- ・東京都「東京都の統計 商業統計調査 結果報告」平成 26 年調査結果
- ・東京都「東京都の統計 東京の工業 工業統計調査」平成 26 年調査結果
- ・TOYODA ビールサイト <http://toyoda-beer.tokyo/>
- ・日野市商工会「日野市産業振興計画」平成 27 年 3 月
- ・日野市商工会「日野市住民の地域産業に対する意識調査」平成 25 年 3 月
- ・日野市制施行 50 周年記念写真集『ふるさと日野』株式会社郷土出版社
- ・日野市「日野市企業の魅力 PR レポート」平成 27 年 7 月
- ・日野市郷土資料館「日野市の半世紀」平成 26 年 3 月
- ・日野市「日野市工業振興基本構想」平成 24 年 3 月
- ・日野市「日野市第二期工業振興指針」平成 27 年 3 月
- ・日野市「日野市のものづくり」平成 25 年
- ・日野町「日野町誌」昭和 30 年 3 月
- ・日野市ふるさと博物館「大工場がやってきた」平成 15 年 9 月

別添資料1 「おもてなしロボット」

日野市内の事業者の技術を集めて製作されているおもてなしロボット、市の鳥かわせみをモチーフにしたロボット

首の部分にセンサーを内蔵し、頭をなでると近くに置いた大型モニターに市内の観光名所や飲食店、企業の情報を表示する。音に反応して羽の下の光も変化、遠隔操作で前後左右に動かすこともできる。

金属加工の八木製作所や、電子部品製造のユーコー電子工業など市内の企業6社を中心に製作した。まずは全体の設計やデザインを決め、ボディの厚みや重心の位置を示した3次元CAD（コンピューターによる設計）データを作成。その後は職人技を生かして強度の高いプラスチック樹脂部品を削って成型、微調整を繰り返しながら組み立てた、設計からわずか4か月で完成させたという。今後、様々な機能を加え進化を続ける。



おもてなしロボット

別添資料2 「鋳物」

社団法人日本鋳造協会のホームページに、鋳物は人類の歴史とともに歩んできた。とある。鋳物の歴史は古く、紀元前4,000年ごろ、メソポタミアで始まったといわれています。銅を溶かして型に流し込み、いろいろな器物をつくったのが始まりです。鋳物は、人間のモノづくりの中で、最も古いもののひとつといえるでしょう。日本に鋳物づくりの技が伝わったのは紀元前数百年ごろ。1世紀に入ると、銅鐸、銅鏡、刀剣などがつくられるようになり、奈良時代になると、仏像や梵鐘などが盛んにつくられました。各地に鋳物づくりが広がったのは、平安時代なかば以降といわれています。鋳物が現代の工業の形態をとるようになったきっかけは、18世紀なかばにイギリスで起きた産業革命です。工場制工業の発展とともに、鋳物が広く機械文明の中に採用されるようになりました。日本では、江戸時代末期になって近代化への動きが活発になります。幕府はオランダから技術を導入してキュポラを建設しましたが、これが近代化へのさきがけとなりました。長い歴史の中で、鋳物はいつの時代も重要な役割をはたしてきました。その技術が今日まで受け継がれているのです。



梵鐘