

[研究論文]

地場産業に関する再考察

——地場産業の類型化を中心に——

長谷川 英伸

〈要 約〉

本稿では地場産業の形態等の見地から理論的な枠組の構築を再検討する。地場産業を構成しているのは産地企業であり、産地企業の分業構造が時代の変遷によって変化してきていることにより、地場産業もまた変化していることに触れ、山崎充による地場産業の類型化の議論を通じて、地場産業の類型化を改めて考察する。また、地場産業の存立基盤を強化しうる特性についても検討する。

キーワード：地場産業，産地企業，分業構造

第1節 はじめに

中小企業研究の範疇に地場産業があげられる。地場産業は「古くから大企業の下請中小企業と並んで「中小企業問題」の研究対象¹⁾」だった。現代までに地場産業の研究は多くなされてきており、地場産業の実態は詳細に明らかになっている。だが、地場産業を明確に定義し、類型化されているかといえは検討の余地は残っている。清成忠男(1972)は多様な存在である中小企業の1つのタイプとし、地場産業型中小企業の存在を指摘しているが、地場産業の特性については特に触れられておらず、清成忠男自身も地場産業には必ずしも明確な定義があるわけではないと述べている²⁾。何故なら地場産業を構成する中小企業、地場産業の多様性、等が複雑であるからである。つまり、地場産業は「産業的・企業的・経営的特性を異にする多数の産業、それを構成する膨大な数にのぼる企業の集合体であるがゆえに、きわめて多様・異質・多元的存在³⁾」だからである。現代の地場産業研究において、日本各地に存在する地場産業の実態調査は盛んに行われてきたが、マクロの視点から地場産業の構造を捉え、類型化を試みる研究はいまだ少ないと考えられる。そこで、本稿は地場産業とは何なのか、さらに地場産業の類型化について著名な山崎充(1997)の地場産業研究を再考察し、現代の地場産業、とりわけ産地企業の存立維持可能な要因を検討していく。

第2節 地場産業の概念

(1) 地場産業の特性

山崎充(1977)は自身の数多くの実態調査を通じて各地場産業の共通する特性を明らかにしている。第1に「特定の地域に起こった時期が古い⁴⁾」とし、地域で形成された産地の歴史が古い場合が多いと指摘している。山崎充は中小企業庁の当時の調査⁵⁾を援用し、産地形成時期が江戸時代ないしそれ

以前のものが調査対象のうち32.7%を占め、明治時代のものは28.3%となっており、約6割の地場産業の歴史が古いことを指摘している。山崎充は「いまだ原初的な産地構造の特性を根強く保持し続けているところが少なくない⁶⁾」とし、問屋製工業を中心とした手作業に頼っている手工業の様態がみられる産地が多いと述べている。

第2に「特定の地域に同一業種の中小零細企業が地域的企業集団を形成して集中立地している⁷⁾」ことである。このことを実証するために山崎充は、全国各地の10都市のデータを取り上げている。人口規模の小さな都市に同一業種の企業が数多く密集しているとし、特に人口が当時約4万人の結城市では織布業者が1627社立地していることを強調している。山崎充は中小企業が特定の地域に同一業者に密集している背景には、地場産業の産地形成において地域の自然、経済、社会に深く関与していると述べている。

第3に「多くの地場産業の生産、販売構造がいわゆる社会的分業体制⁸⁾」であることである。山崎充は社会的分業体制とは「生産工程を大幅に細分化し、それぞれの細分化された生産工程を専門業者が担当している生産体制⁹⁾」であると述べている。つまり、最終製品を完成させるまでに多くの中小企業が関わり、それぞれが分業を構成している生産体制といえる。分業を細分化し管理するためには生産体制を組織化することが重要であり、主に商業資本である問屋が最終製品の製造、販売までを取り回していることになる。

第4に「ほかの地域ではあまり産出しない、その地域独自の「特産品」を生産している¹⁰⁾」ことである。山崎充は特産品として、工具、家具、カバン、靴下、織物、等の生活財や生活必需品を指している。このように多くの製品を地場産業で生産されており、地場産業では「特産品的な消費財¹¹⁾」の産出が主となる。

第5に「市場を広く全国や海外に求めて製品を販売している¹²⁾」ことである。山崎充は地場産業のターゲットとする市場は地元地域に限定的なものではなく、日本全国、世界の市場であると述べている。

以上の5つの特性を備えた産業を山崎充は地場産業として定義している¹³⁾。地場産業の特性の5つをみると、日本全国の地場産業に当てはまるといっても過言ではない。しかし、地場産業は地域性等の違いがあり、概念を一般化することは困難である。

(2) 地場産業の類型化

そこで、山崎充は具体的な地場産業の類型化を図っている。類型化には5つの尺度で行われている。第1に歴史から判断する類型化である。地場産業の全てが江戸時代ないしそれ以前に産地を形成しているのではなく、明治時代以降に産地が形成された地場産業も存在しており、ある歴史的区分で地場産業を類型化している。山崎充は地場産業の産地形成が江戸時代かそれ以前である場合は「伝統型地場産業」と呼んでいる¹⁴⁾。山崎充は「伝統型地場産業」であっても現代においてもなお伝統的な製品を産出している地場産業もあれば、当時の明治政府の殖産興業政策による移植産業の影響を受け、業種転換を余儀なくされた地場産業もあると指摘している。業種転換を余儀なくされた地場産業としては、和釘から金属洋食器へ転換した新潟県の燕産地、幡州鎌からシャベル等の金属製品へ転換した兵庫県の三木産地、鍋釜等の日用品鋳物から機械鋳物へ転換した埼玉県の川口産地、を取り上げている。このように伝統的な製品から業種転換をした地場産業であっても江戸時代ないしそれ以前に産地形成が成されているものは「伝統型地場産業」としている。

「伝統型地場産業」に対して山崎充は「現代型地場産業」の存在も指摘している¹⁵⁾。山崎充は「現代型地場産業」では産地形成が明治時代以後であると述べており、明治時代に移入された「移植産業」を指している。「現代型地場産業」としては、皮手袋、マッチ、タオル、ネクタイ、自転車、等を産

出していることがあげられる。「伝統型地場産業」が地方の農村地帯に立地しているのに対して、「現代型地場産業」は都市部およびその周辺に立地していることが多い¹⁶⁾。「伝統型地場産業」,「現代型地場産業」という産地形成の時代で類型化することで、多種多様な地場産業の性質を把握することができている。

第2に市場から判断する類型化である。地場産業で産出された製品が主に国内市場か海外市場で流通しているかで地場産業を類型化している。山崎充は在来産業を母体として形成された地場産業のなかには当初限られた地域を市場としていたときもあったが、現在では少なくとも全国規模の市場をターゲットにしている¹⁷⁾と述べている。現在の地場産業が対象としている市場は全国か世界に広がっており、主に国内市場を重点に置いている場合と海外市場を重点に置いている場合のどちらかである。山崎充は地場産業の製品が販売される市場の差異によって、「輸出型地場産業」と「内需型地場産業」に類型化できる¹⁸⁾とした。「輸出型地場産業」とは中小企業庁(1972)『中小企業白書』で指摘された輸出率10%以上とする定義を援用し、輸出に相対的に依存している地場産業であるとしている。山崎充は『中小企業白書』(1972)で取り上げられた統計データを参考に輸出比率が10%を超えている産地が当時全国約350産地中120産地存在していることを明らかにしている。約3割の地場産業が「輸出型地場産業」に該当しており、地場産業の製品が海外輸出に適していることがわかる。一方、「内需型地場産業」とは内需に相対的に依存している地場産業であり、輸出比率10%を超えない地場産業である。山崎充は「輸出型地場産業」と「内需型地場産業」の産業規模を比較しており、当時は「内需型地場産業」の産業規模の方が大きいと述べている。何故なら「内需型地場産業」に属する産地企業の数が多く、製品の産出量も多いからである。

第3に立地から判断する類型化である。地場産業は存在している地域の特性によって、産業質的差異が発生する可能性が高い。山崎充は「知識と、情報の集積している大都市に立地している地場産業と、低廉な単純労働力が豊富に存在する農村地帯に立地している地場産業とでは、産業的性格がかなり違ったものとなっている¹⁹⁾」と指摘し、大都市に立地している地場産業を「都市型地場産業」、農村地帯に立地している地場産業を「地方型地場産業」と呼んでいる。「都市型地場産業」とは大都市に立地し、大都市という特性を活かした知識等を吸収しデザイン性を重要とした製品差別化を図った産業である。つまり、地場産業の製品開発において、都市部で流行しているデザイン等を取り入れ、製品の製造にいても高度な加工技術によって高付加価値製品を作り出している地場産業である。山崎充は「都市型地場産業」のデメリットについても触れており、地場産業が都市部に立地していることで高価な地代、高価な家賃、等の固定費の上昇、交通渋滞等の輸送のリスク、を取り上げている。しかし、山崎充は「都市型地場産業」の産地企業が外部不経済を取り除き、大都市における立地を活かした経営行動を行っているとも述べている。「都市型地場産業」の具体的な製品としては、玩具、ライター、婦人服、ネクタイ、マフラー、等があげられる。一方、「地方型地場産業」では全国の地方都市、農村地帯、に立地しており、その地域性の1つである人件費の相対的な安さを利用した製品を製造している。山崎充は「地方型地場産業」は「都市型地場産業」の高付加価値製品に対していかに安く製品を製造するかに特化していると指摘している²⁰⁾。「地方型地場産業」が安く製品を製造できる背景には、商業資本である産地問屋の存在が大きい。産地問屋はメーカー、下請業者、材料商、等に対して取引力が高く、ピラミッド構造の分業体制のなかで頂点に位置している。産地問屋は問屋制家内工業の主として活動することで、安価な製品の製造をメーカー等に指示していたのである。メーカー等は産地問屋の要望を叶えるために低賃金労働力を集約する必要があった。地方都市、農村地帯、においては女性、農業に従事している中高年の労働力を動員することは困難ではなかった。このように「地方型地場産業」は産地問屋を中心に安価な製造・販売を実現していた。山崎充は「地方型地場産業」とし

て福島県会津若松の漆器，新潟県燕の金属洋食器，福井県鯖江の眼鏡枠，兵庫県豊岡市のカバン，等をあげている。だが，「都市型地場産業」のなかにも「地方型地場産業」の分業構造と類似しているところもあり，近年では「都市型地場産業」が安価な労働力を求めて「地方型地場産業」に参入している傾向もある。

第4に生産形態から判断する類型化である。地場産業の生産形態は各地場産業によって異なっており，地場産業に蓄積されている経営資源に大きく影響される。山崎充は「同じ家具産地であるのにもかかわらず，静岡と徳島の両産地は鏡台という量産体制に乗せにくい製品を一部作っているという事情もあって，「製造問屋」という商業資本によって組織された伝統的な社会的分業体制を持続している²¹⁾」と述べており，同じ業種であったとしても生産体制が異なる場合があるとしている。一方，広島県府中，福岡県大川，北海道旭川，等の家具産地では社会的分業体制ではなく，「一貫生産体制」が確立していると述べている。「一貫生産体制」は「家具の生産工程の最初から最後までが施設されている1つの工場のなかで一貫して生産されている²²⁾」ことである。

このように，地場産業は生産形態によって類型化が可能であり，山崎充は「社会的分業型地場産業」と「工場一貫生産型地場産業」と呼んでいる。「社会的分業型地場産業」は地場産業の生産・販売構造が社会的分業構造を成していることを特徴としている。具体的に述べると，産地内で1つの製造業者によって全てが行われるのではなく，その他の製造業者，下請業者，といった数多くの分業によって最終製品を製造し，販売される構造のことである。地場産業における社会的分業構造の元請的存在としては，商業資本である産地問屋等の産地企業と工業資本であるメーカーが考えられる。山崎充は産地問屋が元請となる「問屋統括型」，メーカーが元請となる「メーカー統治型」の2つに分類している。「問屋統括型」としては，兵庫県豊岡のカバン，佐賀県有田の陶磁器，静岡県浜松の織物，等²³⁾があげられる。「メーカー統治型」としては，石川県輪島の漆器，香川県白鳥の手袋，新潟県燕の金属洋食器，等があげられる²⁴⁾。「工場一貫生産型地場産業」は製品の生産において社会的分業構造が成り立っておらず，一貫生産体制のもとで製品を生産し，生産した製品は産地外の問屋，スーパー，小売店，等に直接販売しているメーカーに構成されていることを特徴としている。山崎充はこの「工場一貫生産型地場産業」は独自のブランドを確立し，産地企業として留まるのではなく，全国的な企業へ成長する事例が存在するとしている。例えば，静岡県清水のかん詰産地において「シーチキン」の製品を生み出したはごろもフーズ株式会社，和歌山県有田の蚊取り線香産地で「金鳥」のブランドを確立した大日本除虫菊株式会社が代表的な事例となっている²⁵⁾。山崎充は「社会的分業型地場産業」と「工場一貫生産型地場産」のうち「社会的分業型地場産業」が当時全国の地場産業で多数を占めており，産地企業の大半が産地問屋等の元請によって，自社製品の独自の開発が遅れていることも指摘している。また，「工場一貫生産型地場産」は産地企業が生産・販売を独自に行っており，技術革新が起きやすい産地であるとも述べている。

第5に地域的分業から判断する類型化である。地場産業の製品が製造・販売されるまでに，消費者のニーズを捉え，それに合わせた製品開発，効率的な生産機能，生産に必要な原材料の調達，製品の販売先の開拓，等多くの経営的機能等が必要である。山崎充はこのような経営的機能をワンセットとして産地内で行える地場産業と産地内で行えない地場産業が存在しているとしている。このような産地内か産地外に経営的機能等を求める地場産業を「産地完結型地場産業」，「非産地完結型地場産業」と類型化している。「産地完結型地場産業」は「製品の企画，生産，販売，仕入，金融等の経済的・経営的機能のすべてを産地内の企業群が総合的に，あるいは個々の企業が専門的に備えているタイプの地場産業²⁶⁾」である。つまり，産地内で製品開発，マーケティング，等の機能を賄っており，消費者のニーズを捉え，産地独自の主体性をもって製造・販売が行えるのである。「産地完結型地場産

業」の例として、香川県白鳥の手袋、長野県松本の家具、兵庫県豊岡のカバン、等があげられる²⁷⁾。「産地完結型地場産業」に対して「非産地完結型地場産業」では製品開発、マーケティング、等に関わる機能を産地外に本拠地を持つ企業に主導権を握られている。例えば、製品のマーケティングに関する機能を都市部の東京、大阪、等の産地外の企業が担当し、生産に関する機能を産地企業が従事するような構造で、産地外の企業が産地内の企業を系列化または組織化している場合が多い。さらに、山崎充はこのタテの構造が2つの形態をとっているとし、第1に産地外の企業が産地を完全に系列下しているもの、第2に産地外の企業が産地問屋を通じて産地内の企業を組織化しているもの、に分類できるとした²⁸⁾。中小企業庁（1964）『中小企業産地概況調査結果表』によると、「産地完結型地場産業」の産地数が全体の産地中81.3%、「非産地完結型地場産業」の産地数が全体の産地中18.7%、となっており、「産地完結型地場産業」が大多数を占めていることがわかる。「産地完結型地場産業」の業種では、食料品、雑貨、木工品、機会・金属であり、「非産地完結型地場産業」の業種では、繊維が比重を占めている。

以上のように、山崎充は地場産業の特性5つを定義し、類型化を図っている。また、「地場産業についての多面的考察や論理的展開に当たっても、主として以上みたような地場産業の類型を必要に応じて使い分けながら、あるいは少なくとも念頭に置きながら論を進めるよう努めることにしたい²⁹⁾」と述べており、多様性に富んだ産地の集合体である地場産業を分析する上で類型化は重要な手法といえる。

第3節 産地企業の取引関係

地場産業としての特性について分析してきたが、地場産業を構成しているのは産地企業すなわち中小企業である。産地企業は地場産業のなかで、企業間関係を構築しその産地由来の製品を製造・販売している。しかし、産地企業同士の企業間関係に着目すると、産地問屋を中心としたピラミッド構造が多くみられ、メーカー、下請業者、材料商、等がピラミッド構造の下位層に位置づけられる。山崎充は産地企業の多様性について分析するなかで地場産業における「二重構造」³⁰⁾の存在を指摘している。つまり、「一国経済のなかに近代的部門と前近代的部門が併存し、両者の間に大きな賃金または所得の格差が存在している状態を「二重構造」と呼ぶならば、まさに地場産業の「二重構造」といってもなんの不思議もない現象³¹⁾」が存在するということである。この背景には経営資源の有無等で企業の成長段階が異なる産地企業の間で所得、賃金、等の面で格差が生じており、商業資本の産地問屋からの低賃金を利用した分業構造があげられる。また、山崎充は「日本経済にみられる「二重構造」と同一視することは、必ずしも正しいやり方であるとはいえない³²⁾」と述べており、さらに、地場産業という世界に限定した場合、そこに一国経済の「二重構造」の縮図とでもいえる類似の現象がみられることは否定できないと主張している。

地場産業の「二重構造」についてどのような特徴があるのかについて以下から説明していく。山崎充は石川県山中の漆器産地を取り上げ、産地問屋の社会的分業構造における取引関係の力関係を例にとり、産地企業間の格差を述べている。つまり、石川県山名の漆器産地の社会的分業構造は産地問屋がデザイン開発、細分化された生産工程を担当する木地屋、塗師屋、加飾業者、プラスチックの成型業者、の間を半製品が円滑に流れて完成品となるよう生産的管理を行い、原材料を支給する等生産的機能も一部担っている。また、産地問屋は最終製品を産地外の企業に直接販売することも担っているので、産地問屋が社会的分業構造を仕切っていることになる。このような産地問屋は産地企業との取引関係において、大きな取引力を有しており、産地問屋と産地企業の間で差が出来てしまうのである。

山崎充は産地問屋と産地企業の従業員規模の特性に触れている。石川県山中の漆器産地において生産形態の異なる2つの企業群に分類できるとした³³⁾。第1の企業群は産地問屋とプラスチック成型業者であり、産地問屋は5～49人の構成比が60%を超えて、プラスチック成型業者はその構成比が80%を超えている。その他の第2の企業群は木地屋、塗師屋、等は従業員規模が1～4人の構成比率が約90%になっている。産地問屋とプラスチック成型業者の従業員規模が他の業者よりも相対的に大きくなっている。相対的に企業規模が大きい第1の企業群は社会的分業構造の主体的な機能を担っており、相対的に企業が小さい第2の企業群は第1の企業群の下で細分化された生産工程を担っている製造業者である。山崎充は石川県山中の漆器産地に限ったことではなく、社会的分業構造となっている地場産業が全国的にも同じ傾向にあると述べている。

上記では従業員規模の差を述べてきたが、次に利益の差について考察していく。山崎充は香川県白鳥の手袋産地のデータを参考に分析している。そのデータのなかで、事業主が月に平均して得ている利益をみると、元請メーカーの20万円～49万円の構成比率が約45%、準元請メーカーの20万円～49万円の構成比率が約25%、それ以外の下請メーカーが20万円～49万円の構成比率が平均約15%、となっており、産地企業間で格差が生じていることがわかる。

以上のように地場産業の産地企業間の格差について述べてきたが、山崎充は地場産業の社会的分業構造をみるだけでは、「二重構造」を分析しきれないとし、産地企業の経営者の意識構造の面に触れる必要があるとしている。つまり、社会的分業構造を組織し、それを統括する取引関係力を保持する産地問屋等、細分化された生産工程を担当するメーカー等間には意識的な差異が存在する可能性が高いということである。山崎充はこの差異について、「経営派」、「生活派」の両者の意識的構造が存在すると指摘している。山崎充は当時の山中の漆器産地と白鳥の手袋産地のデータのなかで、「収益の用途」と「仕事の目的」についてのアンケート結果に触れている³⁴⁾。まず「収益の用途」とは、事業から得られた利益のうち、「家族の生活をまかなって余裕がある場合、それをどんな方向にさしむけますか」という質問項目になっており、その回答選択として、第1に「消費や余暇をたのしむ」、第2に「万一にそなえて貯蓄しておく」、第3に「事業をのばすための資金にむける」、第4に「そんな余裕なし」という4つとなっている。山崎充は第1と第2の回答を望む産地企業経営者を「家族の生活」、第3の回答を望む産地企業経営者を「企業の経営」、という意識に分類している。山中の漆器産地と白鳥の手袋産地のアンケート結果では、「下職」と「下請メーカー」は「産地問屋」、「元請メーカー」と比較して「余裕なし」が多数を占めている。産地問屋と元請メーカーは第3の回答比率が平均50%になっており、「企業の経営」に強く意識していることがわかる。一方、下職と下請メーカーは第2の回答比率が平均約40%となっており、「家族の生活」に強く意識していることがわかる。

次に「仕事の目的」をみていくことにする。「仕事の目的」とは、「あなたは、自分の仕事をどのように考えていますか」という質問に対して4つの回答項目があり、第1に「お金をたくわえ、生活を豊かにし楽しんでいくため」、第2に「なんとか食べていくため」、第3に「仕事を通じて自分を社会に生かすため」、第4に「仕事自体に生きがいがある」、となっている。山中の漆器産地のアンケート結果では、「産地問屋」の35.6%が第3の「仕事を通じて自分を社会に生かすため」を回答し、第4の「仕事自体に生きがいがある」が25.4%を回答しており、第3と第4の回答割合を足すと約60%で「産地問屋」は企業の経営を強く意識していることになる。一方、「下職」等では第1の「お金をたくわえ、生活を豊かにし楽しんでいくため」、第2の「なんとか食べていくため」の回答割合が70%を占めており、「下職」は家族の生活を優先していることになる。上記のように産地問屋と下請となる業者の事業運営に関わる考え方の差異が明確となっていることがわかる。

山崎充は「同一産地内にたしかに異質の2つの産地企業が併存しているが、その質的特性がはっき

りと二分できるかといえば、必ずしもそういう状態にはなっていない」とも述べている。当然、産地間屋のなかにも家族の生活を優先して事業運営を行うものや、下請業者のなかでも企業の経営を強く意識して事業運営を行うものおり、一概にはいえない。同一産地内の産地企業の質的な特性をはっきり定義することは統計的データだけでは困難である。

第4節 地場産業を取り巻く経済環境の変化

山崎充は地場産業を取り巻く経済環境の変化についても触れている。山崎充は地場産業が日本経済の変遷に伴う経済環境の変化に適応しながら存立してきたと指摘している。そのうえで地場産業の歴史から地場産業の経済環境への適応に関して触れている。山崎充は第1に「産地の歴史は長い、産地企業の命は短い³⁵⁾」、第2に「地場産業の歴史は、事業転換の歴史³⁶⁾」とし、地場産業の歴史について考察している。まず、第1の「産地の歴史は長い、産地企業の命は短い³⁷⁾」であるが、歴史の長い地場産業のなかでも産地企業の存続に関して3代以上の後継者が続いている産地企業がほとんど少ないことである³⁸⁾。地場産業は長年、日本経済の変化に適応するために自己革新を遂げながら進化してきている。しかし、産地企業は廃業、開業を繰り返してきている現状がある。何故、産地企業は何代にも渡って存立することができなかった理由として、山崎充は「伝統型地場産業経営主にとって不可欠な経営資源、能力が、必ずしも血縁的にさしたる問題もなく伝承されていく性格のものではないことに起因する³⁹⁾」と述べている。ここでいう経営資源には、経営者の製品開発力等、伝統的工芸技能、を含んでいる。経営者の製品開発力はその人の資質に大きく影響している可能性が高く、経営者の子孫がそのまま受け継ぐには容易ではない。また、伝統的工芸技能についても経営者の子孫がそのまま能力を引き継ぐためには長年の技能習得、才能も関わってくるので、何代もの子孫に引き継ぐのは困難である。

また、山崎充は創業時の産地企業の革新的行動についても触れており、「当初の革新的行動をとった産地企業であっても、老舗的存在になると、保守的行動をとるようになり、転換能力、変化適応力を喪失してしまう⁴⁰⁾」と述べている。産地企業は外部経済の激しい変化によって事業転換や生産体制の変革が求められると、その対応に追いつかないことも多い。変化に対応できず、産地企業が廃業しても地場産業自体も縮小することがなかったのは、新たな産地企業が創業していたからである。このように、新旧の産地企業が入れ替わって、地場産業が存続しているのである。山崎充は「産地企業の新旧交替は、絶えず起こるといよりは、どうも2~30年に1回起こるかどうかといった性格の激しい構造変化によって引き起こされるものようである。つまり、地場産業の存立基盤が根底からゆり動かされるときに、激しい勢でもって産地企業の新旧交替がひき起こされるというわけである⁴¹⁾」と述べている。

第2の「地場産業の歴史は、事業転換の歴史⁴²⁾」であるが、産業転換、業種転換、品種転換、従来の製品に加えて多角化、といった幅広く捉え、地場産業は事業転換を繰り返している。山崎充は多くの地場産業の事業転換の事例を基に説明している。例えば、新潟県燕の金属洋食器産地では、和釘の生産によって金物産地としてスタートしたが、洋釘が輸入されるようになると、和釘は売れなくなり、やがてヤスリ、煙管、銅器、へ製品製造を行うようになった。また、時代の流れでアルミニウム製品の登場で銅器類の需要が減少していき、洋食器が日本にも伝えられたのをきっかけにその生産に乗り出すことになる。最終的にステンレス製品を開発し、金属洋食器の産地を確立していくこととなった。その他の地場産業では、兵庫県豊岡のカバン産地は伝統的な杞柳細工からファイバー製のカバン、静岡の下駄産地は下駄からケミカル・サンダル、岡山県児島の学生服産地は学生服から紳士、婦人、子

供服の既成服、下着、等が見受けられる。中小企業庁（1976）『中小企業白書』の地場産業の品種転嫁のデータを見ると、全国の89産地があげられている。

山崎充は地場産業の事業転換の歴史から地場産業の「強さ」を論じている。つまり、「地場産業は、直面した危機を乗り越えるのに「雑草に似た根強さ」を発揮してきた⁴³⁾」と述べており、言い換えるならば、地場産業が外部環境の変化に適応していく小回り性等を保持し、活用してきたからこそ地場産業として存続できているのである。さらに、山崎充は「需要の減少には家族労働力のウエートが高く、労働集約的である利点を生かして比較的簡単に企業規模の縮小均衡を図ることによって対応したり、伝統的に地域に集積している技術をベースに生産可能な時代的製品を選択、開発して新しい事業分野を開拓していった⁴⁴⁾」とも述べている。地場産業は集積地として長年多くの地域特性を利用した製品の製造を行ってきており、それを支えている産地企業同士の企業間関係、労働力、等そのものが強みとなっているのである。つまり、地場産業の産地企業は外部経済環境の激しい変化のなかで、自己革新的な経営行動を行い、新旧の交替を繰り返し、新陳代謝が円滑に行われることで、地場産業の分業構造を変革してきたのである。

第5節 地場産業の衰退と発展

地場産業は産地企業の自助努力といえる自己革新的な経営行動を取ってきていると述べてきたが、すべての地場産業がそれに当てはまるとは言い切れない。地場産業の業種によっては生産高等が減少し続けているところもある。特に地場産業の生産高を減少させている原因としては、発展途上国の進展に伴う海外製品による国際市場の席卷である。地場産業のなかには製品を海外への販売を主としているところがあり、海外製品との競合が激しくなっている。山崎充は海外製品との競合に優位性を得られない地場産業の業種の特性について述べている。つまり、第1に「世界一安いということが武器となってこれまで輸出が可能であった業種」、第2に「商品企画力、デザイン開発力の余地が狭いか、あまり必要としない業種」、第3に「高度な生産技術があまり要求されない業種」、第4に「第三国市場（主にアメリカ）において、もっぱら中級品の下か、低級品市場に向けて販売が長い間なされていた業種」、第5に「歴史的に単純労働集約的な生産体制をとってきた業種」、としている⁴⁵⁾。このような地場産業の業種に携わっている産地企業は事業転換を今後余儀なくされる可能性が高い。製品の安さや一般化された技術に基づいた製品品質では、海外製品との競合において優位性を発揮しにくい。発展途上国の製品は安価な労働力を基に大量に製品を製造しており、日本の地場産業で製造される製品では不利な条件となっている。日本経済の国際化が進展すればするほど、産地企業の品質向上は避けられない。

そこで、山崎充は有望な地場産業の特性について述べている。山崎充は有望な地場産業の典型が「円切り上げ、特惠関税供与、先発発展途上国の追い上げといった輸出環境悪化をものともせず、ここ数年輸出が好調に推移しているもの⁴⁶⁾」と指摘している。さらに、先進国と競合している地場産業にとって、「品質、デザイン、機能等非価格競争を長い間にわたり展開してきた⁴⁷⁾」と述べている。このような地場産業はデザイン開発力等を重視しており、高度な技術を必要とする加工によって高付加価値を実現した製品を生み出している。以上のことを踏まえて、山崎充は有望な地場産業の特性を5つ取り上げている。第1に「社会的分業体制が単純労働集約的ではなく、技能労働集約的、知識労働集約的になっている⁴⁸⁾」ことである。技能労働については、長年培った経験と勘とによって得られた熟練労働を指している。また、知識労働については、科学的根拠に基づく知識を活用し、生産工程に応用する労働を指している。山崎充は知識集約的な地場産業として、東京のシガレットライター、諏

訪の精密機械、が該当するとし、それ以外の地場産業は技能労働集約型の労働が大半を占めているとしている。地場産業の製品において、同じタイプの大量製品を生み出すのではなく、消費者のニーズを満足させるような高級化、多様化、等の志向に基づいた製品を生み出すことが必要であり、そのような製品を生み出すためには、長年の技術の蓄積によって修得された技能労働が役立つ。山崎充は「労働集約的な地場産業で国際競争力が弱いのは、単純労働集約的なものであって、技能労働・知識労働集約的な地場産業は、全部はそうだとはいわないが、総じて強力な競争力を具備している⁴⁹⁾」と述べている。産地企業は技能労働の場合、自社が保有する技術の価値を再確認し、過去の技能から今後の技能に進展させていく必要がある。

第2に「国内・国際競争に打ち勝つための条件として製品企画力、デザイン開発力、メカニズムを保持している⁵⁰⁾」ことである。製品開発力は伝統的に蓄積されてきた技術を基に、卓越した製品を生み出すために重要な要因であり、このような製品開発力を保持している産地企業は優位性を発揮できる。山崎充は優れた製品開発力を基に製造している地場産業について、輸出に適している革製の履物、ボタン類、装飾品、等をあげている。つまり、ファッション性に富んだ製品が輸出製品として有効であり、海外市場に受け入れやすい。発展途上国はファッション性に富んだ製品開発を基に生産された製品がまだ少なく、日本の地場産業の伝統的なデザイン性に優位性がある。しかし、山崎充は今後、台湾等の一部の東アジア諸国の発展によって、競争が激化することを予測しており、地場産業の製品開発力を進展し続けることが重要であると述べている。

第3に「産地企業の外部経済を形成している異業種の関連産業、素材供給産業との高度な技術的結合によってのみ生産が可能な製品を産出している⁵¹⁾」ことである。地場産業の製品を製造するための社会的分業構造を必要とし、高度な技能集約的、知識集約的な異業種の中小企業との技術的結合を実現していることが重要となる。山崎充は東京のシガレットライターの産地を例にとって具体的に説明している。つまり、「製品企画、試作という生産の準備工程と組み立て、検査、包装というアSEMBルおよび最終工程を担当するにとどまり、他の部品生産、加工の工程は一部自社でやる場合もあるが、大半のものを外注に依存してライターの生産を行っている⁵²⁾」としている。さらに、「金型は金型専門業者が、黄銅板をプレスして本体、キャップを作るのはプレス業者が、各部品を固着組成するための半田付けは半田付業者が、組成されたものにクロム、銀、ニッケル等のメッキをするのはメッキ業者が、こうして仕上がった表面を加工するのは、塗装を塗装業者が、彫を機会彫業者が、その他の部品加工を挽物業者が、それぞれ担当することによって本体とキャップの部品ができ上がることになる⁵³⁾」と述べている。このように異業種によって社会的分業構造が成り立っている場合、各業者の高度な精密加工技術を活用することで部品が製造され、メーカーによって組み立てられる。地場産業内に多種多様な部品メーカーが存立していることで、個々の技術を補完的に活用できている背景には、集積地があげられる。特に都市部の地場産業は周辺に関連業者、素材供給業者が揃っており、部品製造から組み立て販売へと一連の分業によって、市場に流通させている。国際競争が激しいなかでも、都市部の地場産業が「強い」体質を保持できているのは、社会的分業構造を構成している産地企業の技術力の結集があるからである。

第4に「量産体制をとることなく、終始一貫徹底した多品種少量生産を堅持している⁵⁴⁾」としている。地場産業のなかには、高度経済成長期に機械化を図り大量生産を行っているところもあるが、依然多品種少量生産を行っている地場産業の方が多様化した消費者ニーズに対応できている。大量生産は規模の経済性を享受することで、優位性を発揮することができるが、消費者のニーズはより個人的、高級化、多様性、を重視されており、大量生産では対応するのが困難となっている。多品種少量生産に特化した地場産業は柔軟な生産体制を維持することで、発展途上国の製品とは差別化しやす

い。山崎充は「きめ細かな多品種少量生産の徹底が、地場産業の不可欠な存立条件のひとつ⁵⁵⁾」であると主張している。また、発展途上国は高度なマーケティング力を必要とする多品種少量生産に移行しきれておらず、日本の地場産業の多品種少量生産で製造された製品に輸出品としての優位性を発揮しているとも述べている。

第5に「絶えず消費者ニーズの迅速な製品企画、生産へのフィードバックを必要とする⁵⁶⁾」ことである。消費者のニーズが比較的短期的に変化するような製品を製造している地場産業であり、例えば婦人服、カバン、シャツ、等があげられる。山崎充はこのような地場産業が強い競争力を発揮するのは、「国内市場において輸入品、とくに発展途上国の製品と競争する場合⁵⁷⁾」であるとしている。発展途上国は日本国内の消費者のニーズを迅速に捉えるためには地理的、文化的、等の違いが大きく、製品開発等からの生産移行に時間がかかる場合がある。そのため、日本の地場産業では的確に消費者のニーズを捉えること土壌があり、製品開発からの生産移行が発展途上国よりも容易といえる。しかし、ファッション性を有する製品は消費者のニーズを大きく反映しないといけないので、国内の地場産業の経営資源によっては、差異はある。

以上のように、有望な地場産業の5つの特性を取り上げてきたが、山崎充は有望な地場産業について「有望な地場産業には必ず一つの特性がみられるというものではない⁵⁸⁾」している。つまり、地場産業は5つの特性のうち、2つ、3つの特性を有している場合や、すべての特性を有している場合もあるとしている。特に、山崎充はファッション性の高い婦人服、シガレットライターについて5つの特性をすべて有していると述べている。有望な地場産業の特性の5つは、産地企業の特性にも大きく関連しており、産地企業の経営行動において5つの特性を有している方が良いといえる。産地企業が競合他社、特に海外の企業との競争において、5つの特性を有するように自助努力していくことが必要となる。

第6節 小結

地場産業は日本の各地に存立しており、その質的、量的、において多種多様な存在である。地場産業について諸議論が存在するが、多くが個々の地場産業の実態調査に留まっているものが多いことは明白である。しかし、膨大な実態調査を基に地場産業の理論的な枠組の考察を試みた山崎充の議論を本稿で詳しく説明したことで、地場産業の形態等の見地から理論的な枠組の構築は可能であった。地場産業を構成しているのは産地企業であり、産地企業の分業構造が時代の変遷によって変化してきていることにより、地場産業もまた変化している。山崎充の地場産業の議論を通じて、地場産業の類型化を改めて明確化する重要性も確認できた。特に、地場産業の存立基盤を強化しうる5つの特性は現代にも通用する概念である。しかし、山崎充の地場産業に関する議論は約30年前であることは留意しなければならない。山崎充が議論してきた地場産業の形態等は現代においては大きく変化している可能性が高い。約30年前の日本経済と現代の日本経済の質的、量的な環境も変化している。そのような時代の流れで現代の地場産業の実態はどのように変化しているのか。また、地場産業の実態の変化によって、産地企業はどのような経営行動に従事しているのかを検討していく必要がある。

注

- 1) 山崎充 (1977) 3頁
- 2) 清成忠男 (1972) 116頁

- 3) 山崎充 (1977) 4頁
- 4) 山崎充 (1977) 6頁
- 5) 中小企業庁 (1975) 「1974年度中小企業産地概況調査結果表」
- 6) 山崎充 (1977) 6頁
- 7) 山崎充 (1977) 6頁
- 8) 山崎充 (1977) 7頁
- 9) 山崎充 (1977) 7頁
- 10) 山崎充 (1977) 8頁
- 11) 山崎充 (1977) 8頁
- 12) 山崎充 (1977) 8頁
- 13) 山崎充 (1977) 8頁
- 14) 山崎充 (1977) 25頁を参考にした。
- 15) 山崎充 (1977) 26頁を参考にした。
- 16) 山崎充 (1977) 26頁を参考にした。
- 17) 山崎充 (1977) 30頁を参考にした。
- 18) 山崎充 (1977) 30頁を参考にした。
- 19) 山崎充 (1977) 35-36頁
- 20) 山崎充 (1977) 36頁
- 21) 山崎充 (1977) 41頁
- 22) 山崎充 (1977) 41頁
- 23) 山崎充 (1977) 42頁
- 24) 山崎充 (1977) 42頁
- 25) 山崎充 (1977) 43頁を参考にした。
- 26) 山崎充 (1977) 45頁
- 27) 山崎充 (1977) 45頁
- 28) 山崎充 (1977) 45-46頁を参考にした。
- 29) 山崎充 (1977) 48頁
- 30) 山崎充 (1977) 108頁
- 31) 山崎充 (1977) 111頁
- 32) 山崎充 (1977) 111頁
- 33) 山崎充 (1977) 117頁を参考にした。
- 34) 山崎充 (1977) 125頁を参考にした。
- 35) 山崎充 (1977) 276頁
- 36) 山崎充 (1977) 276頁
- 37) 山崎充 (1977) 276頁
- 38) 山崎充 (1977) 276-277頁を参考にした。
- 39) 山崎充 (1977) 278頁
- 40) 山崎充 (1977) 278頁
- 41) 山崎充 (1977) 279頁
- 42) 山崎充 (1977) 279頁
- 43) 山崎充 (1977) 281頁

- 44) 山崎充 (1977) 281頁
- 45) 山崎充 (1977) 285頁を参考にした。
- 46) 山崎充 (1977) 285頁
- 47) 山崎充 (1977) 286頁
- 48) 山崎充 (1977) 287頁
- 49) 山崎充 (1977) 287頁
- 50) 山崎充 (1977) 288頁
- 51) 山崎充 (1977) 289頁
- 52) 山崎充 (1977) 289-290頁
- 53) 山崎充 (1977) 290頁
- 54) 山崎充 (1977) 291頁
- 55) 山崎充 (1977) 292頁
- 56) 山崎充 (1977) 292頁
- 57) 山崎充 (1977) 292頁
- 58) 山崎充 (1977) 293頁

参考文献

- 中小企業庁 (1972) 『中小企業白書』 大蔵省印刷局
- 中小企業庁 (1975) 「1974年度中小企業産地概況調査結果表」
- 中小企業庁 (1976) 『中小企業白書』 大蔵省印刷局
- 長谷川英伸 (2012a) 「豊岡カバン産地の構造変化」日本中小企業学会論集『中小企業のイノベーション』
第31巻, 216~229頁, 同友館
- 長谷川英伸 (2012b) 「産地企業の産地内企業間関係の構築と製品差別化—豊岡カバン産地の産地企業を事例に—」大西正曹編著『時代の車窓から見た中小企業』晃洋書房, 第5章担当, 116~131頁
- 石倉三雄 (1999) 『地場産業と地域振興—集中型社会から分散型社会への転換—』ミネルヴァ書房
- 金子精次編著 (1982) 『地場産業の研究—播州織の歴史と現状—』法律文化社
- 清成忠男 (1972) 『現代中小企業の新展開—動態的中小企業論の試み—』日本経済新聞社
- 佐竹隆幸 (2008) 『中小企業存立論』ミネルヴァ書房
- 関満博 (1984) 『地域経済と地場産業—青梅機業の発展構造分析—』新評論
- 山崎充 (1977) 『日本の地場産業』ダイヤモンド社

(はせがわ ひでのぶ)

Reconsideration about Local Industry: A Focus on typical patterns of Local Industry

Hidenobu HASEGAWA

Abstract

In this paper, construction of a theoretical framework is reexamined from standpoints, such as a form of a specific local industry. It is a local company that constitutes the specific local industry, and when the division of labor structure of a local company has been changing with changes of a time, a specific local industry also touches on changing and considers typification of a specific local industry anew through the argument on typification of the specific local industry by Mitsuru Yamasaki. Moreover, characteristic which can strengthen the existence base of a specific local industry is also examined.

Keywords: local Industry, local company, the division of labor structure