

# グローバル時代の地域振興と中小企業

吉 田 敬 一

## I. はじめに

2008年秋のアメリカ発の金融恐慌は日本の地域経済に大打撃を与え、地域社会の疲弊の度合いは急激に深まった。この原因は、戦後日本の経済成長を生み出した過度に重化学工業に特化した経済構造と、アメリカ市場依存の大企業戦略に起因するものであった。自動車・家電の輸出と海外現地生産が経済成長の基礎に据えられた結果、農林水産物や繊維・雑貨の輸入が大規模に推し進められ、農山村地域や地場産業地域は荒廃の一途をたどりつつある。

このような時代において国民一人一人が生きがいを持った生活を営み、安全で安心して暮らし続けられる国づくりの基本は、人々が生活する地域社会に安定した雇用と所得を提供する地域密着型の中小企業の振興でなければならない。それぞれの地域経済が地域固有の諸資源を活かして个性的で自律型の産業集積を再構築することにより、内需主導型で持続可能な国民経済形成の展望が拓ける。大企業のサポーティング・インダストリーとしての地域経済・中小企業から、自ら製品を企画・開発し、ネットワーク力を活かした製造・販売チャンネルを確立することによる自律した地域経済・中小企業への変革が求められている。

グローバリゼーションと少子高齢化時代のなかで光り輝く地域社会を創り出す土台は、個性豊かな地域産業集積の形成にある。よそ者から見て“住みたくなるまち”，若者や壮年が“住み続けたいまち”，熟年層の人々が“住んでよかったと感じるまち”のエッセンスは、時

代の先端性（未来）を実感させる文明型生活環境と、地域固有の歴史的時間の流れや懐かしい空間（過去）を日常的に味わえる文化型の生活環境のバランスが取れていること、すなわち“記憶を積み重ねるまち”と表現することができる。残念ながらわが国における地域振興政策・まちづくりの基本方針の多くは、地域の個性を無視したテーマパーク的発想に基づく文明偏重型のまちづくりであり、記憶を消し去る再開発である。そこでは成熟指向の文化型産業や地域に密着した中小商工業は無用の長物と判断され、駆逐の対象とならざるを得ない。

戦後の発展過程を振り返って見ると、これまで日本はアメリカをモデルとした豊かさ（快適で便利な財・サービスの所有）の実現に邁進してきたが、その結果は「物質面では豊かになったけれど、幸福感が乏しくなったのでは」という現実である。一人当たりGDPで見ると確かに日本は豊かになった。しかし、幸福感の土台である“心通いあう人間関係”が希薄になった。豊かな生活イコール幸せな生活とはなっていない。

「豊かで幸せな生活を、地域において、どう構築していくか」が21世紀の日本の課題である。そのための経済基盤は地域密着型の農林水産業と中小商工業の再生である。地域に根を張る中小企業だからこそ、地域特性に根ざし、記憶を重ねる形で个性的な文化・歴史が熟成する地域づくりの課題に挑戦できる。

## Ⅱ. 日本経済の外需依存構造の特質

日本経済の2002年から2007年にかけての景気回復過程を主導したのは輸出（02年を100とした07年の指数は159）であり、内需（同じく111）は低迷していた。内需低迷の原因は非正規雇用の拡大に伴う雇用者報酬の減少であった。かつての景気回復局面では、輸出主導のもとでも賃金は増大し、内需も拡大傾向を示した。輸出拡大が内需拡大につながらない傾向は、日本経済のグローバル化の特質と小泉流構造改革・規制緩和政策の帰結である。

そこで日本経済のグローバル化の到達点の要点を整理してみよう。

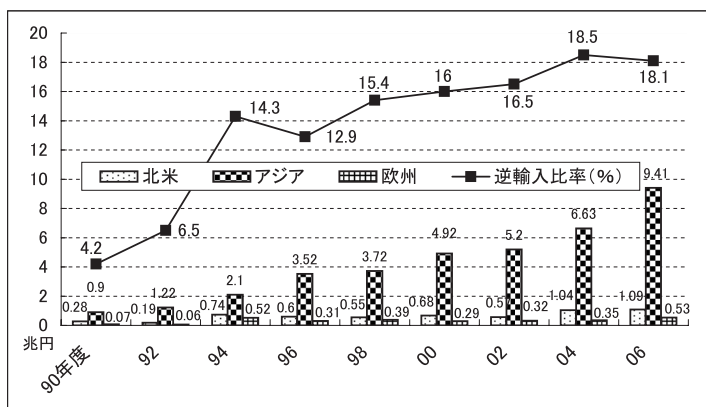
第1に、1985年のプラザ合意を契機にわが国の生産の海外移転は急速度で進んだが、2000年時点の海外生産比率を見ると、わが国（13%）はアメリカ（30%）やドイツ（47%）と比べて未だ低水準にあり、経済のグローバル化に関して依然として立ち遅れているという見解が政府や財界に見られた。しかし、いわゆるグローバル化の問題を考えるに際して、欧米諸国では日本と異なり、進出国と受入国との間での資本の相互乗り入れが活発である点が見過ごされてはならない。例えば、国内総固定資本形成（住宅投資・設備投資・公共投資の合計）に占める外国資本の投資の割合を国際比較しても、日本の

実績（0.7%）はEU平均（50%）、世界平均（22%）および先進国平均（25%）を大きく下回っていた。すなわち日本経済のグローバル化は、外へ向かっての一方通行型の生産機能の海外移転であるため、海外生産比率の数値の高低によっては計り知れない悪影響を国民経済に及ぼす。

第2に、経済産業省の「海外事業活動基本調査」によると、96年度には製造業の海外現地法人の売上高が47兆円に達し輸出総額（44兆円）を初めて超えるに至り、逆輸入比率はその後16%の水準で高止まりしている。さらに2007年度の海外現地法人の売上高は111兆円へと増加の一途をたどり、輸出金額（85.1兆円）を3割も上回り、日本は多国籍企業が主導する国民経済へとその構造を根本的に転換した。海外生産の拡大は国内で生み出されるはずの生産と雇用を削減する。また設備投資は内需を構成する重要な要因であるが、生産の海外移転の進展は海外生産拠点での設備投資に比重を移し、設備投資の内需寄与度は低下した。

第3に、中国を中心とした東アジア諸国への生産の海外移転が日本国内の製造業に与える影響は、欧米への生産移転とは質的に異なった意味を持っている。先の経済産業省の調査を手がかりにして、大企業がバブル期を上回る好決算を持続していた2006年度の製造業現地法人の製品の販売先を進出地域別に見ると、日本企

図1 現地法人の対日輸出額



資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」各年度版より作成

業はアジア、北米、欧州の3つの進出地域において異なった経営戦略を採っていることがわかる。すなわち、アジア現地法人の場合には現地と周辺域内に対する販売割合は69.9%で、北米(93.5%)と欧州(91.9%)を大きく下回っている。他方で、日本への輸出(いわゆる逆輸入)を見るとアジアの場合は22.1%で、北米(3.4%)および欧州(2.8%)と比べて一桁違っている。アジアの現地法人の場合、現地・周辺市場の確保・拡大とともに日本向け(22%)を主とし、欧米向け(6.3%)を従とした形での迂回輸出のための生産拠点という性格をも併せ持っている点が重要である。この傾向は図1が示すように、90年代以降のグローバル化の中で顕著に強まってきた。

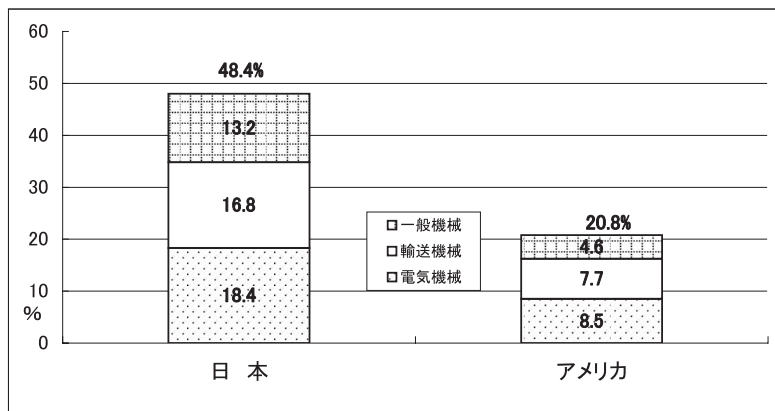
それゆえアジアへの生産移転が国内製造業に対して与える影響は、輸出向けの仕事の海外移転に留まらず、完成品の逆輸入や部品の海外調達という形で内需向けの生産基盤をも掘り崩す方向に作用している。不況下で注目を集めているユニクロ・ブランドのファースト・リテイリングの経営戦略(企画・デザインは日本で、生産は中国で行ない、低価格商品を日本へ逆輸入する)は、その代表例である。

日本の輸出はこれまでも特定業種の特定大企業によって過半数が占められていたが、大企業

のグローバル戦略(企業内国際分業)のもとで、その影響はいつそう高まってきた。2007年の輸出に占める割合は機械類(一般機械と電気機械)が40%、自動車(部品を含む)は21%で、これらの3業種で61%であった。今年の『ものづくり白書』によると、これら3業種が鉱工業生産に占める割合は48.4%でアメリカの20.8%を大きく上回っている。さらに、機械系3業種の輸出割合はアメリカと比べて極めて大きく、とりわけアメリカ市場向けの比重が大きい輸送機械(主力は自動車)の輸出比率の高さが際立っている(図2参照)。ちなみに国内自動車産業の危機が素材産業や下請け中小企業に壊滅的打撃を与えた理由は素材・部品の非常に高い国内調達率にある。輸送機械の国内調達率は日本が94.5%であるのに対してアメリカは66.6%であり、外注・下請けをフルに活用した日本型生産分業構造の下で諸矛盾が中小企業に集中的に転嫁されたのであった。その結果、今年の中小企業白書では「全ての業種が総崩れの状態」という厳しい表現がなされた。

リーマン・ブラザーズ破綻直後の昨年9月17日の「ハチが刺した程度。日本の金融機関が傷むことは絶対はない」という与謝野経済財政担当大臣の発言は問題を金融部門に矮小化しており、以上でみたような二重のアメリカ経済

図2 鉱工業生産に占める機械系3業種の日米比較



(日本：2005年，アメリカ2007年ウエイト)  
資料：『ものづくり白書』2009年版，8頁

への依存という構造的弱点を見落としたものであった。

### Ⅲ. 内需主導型産業の展望と担い手

#### 1. 持続可能な国民経済への構造転換の基本課題

自給自足経済の枠内に閉じこもらない限り、経済のグローバル化は歴史的な必然であり人為的に抑制することはできない。問題は、憲法25条に明記された「健康で文化的な生活を営む権利」を国民に保障する方向で、どのようなグローバル化を推進するのかという目的と方式にある。現在、わが国で政策的に支援・追求されているグローバル化は多国籍展開している大企業の利害を基本に、国内の下請け企業・労働者には負担を一方的に転嫁し、進出先の途上国との関係では平等・互惠・公正の原理を軽視する形で、多国籍資本に対する自由・効率・収益の増大に偏重している点に問題がある。その結果が、国内での産業・地域・雇用・人間関係における空洞化であり、内需関連産業におけるユニクロ型のグローバル循環構造の確立に起因する地域経済・地場産業の自立性・自律性の喪失である。

戦後の国民的悲願であった欧米への経済的キャッチアップという課題を、既述のように特定業種・特定輸出先国に特化した経済構造により基本的に達成した日本の21世紀の歴史的課

題は、グローバリゼーションを歴史的必然性として位置づけた上での持続可能な経済の建設であり、それと一体化した“日本の特色に彩られた豊かな社会”づくりである。そのためには、国民経済の土台を形成する地域密着型中小企業と農林漁業の重点的振興による内需主導型の経済構造への転換が新たな発想の下で経済政策の基本に据えられねばならない。その場合の中心的課題は、内需産業の担い手が誰なのか、にある。内需の中心は国民の最終消費需要であるが、それが国内生産物に対する需要の場合には国民経済が活性化するが、多国籍企業のグローバル調達による輸入品（逆輸入）の場合には大企業の売り上げは増大するが、国民経済は疲弊の度を増す。それゆえ内需産業の主な担い手は、国民に雇用と所得を提供する地域密着型企业でない、国民経済・地域経済の自立性・自律性は達成されない。

#### 2. 日本の産業構造の問題点

いずれの国を見ても産業構造は大きく二つのタイプに区分される（表1参照）。一つは、人間の生命・生活の維持に必要な財・サービスの提供に関わる産業であり、その代表は衣食住関連業種であり、最近では環境・福祉産業も付け加わる。これらの生活必需品はそれぞれの民族や地域の歴史性、気象条件や資源分布などの地域特性に強く規定される形で、地域生活文化を体现するものであり、文化型産業として特徴づ

表1 文化型産業と文明型産業

	文化型産業	文明型産業
産業部門イメージ	衣食住などの生活必需品産業	自動車・家電などの近代的機械工業
製品の機能の特性	人間の生命と生活の維持と質的充実	人間の手足・五感の機能向上
主要な素材の特徴	天然資源の活用	合成物質の開発・活用
生産力の特徴	技能・熟練の高度化	技術（機械体系）の進歩
競争力の源泉	地域生活文化と感性の独創性	科学技術・知性の高度化
中心的な企業類型	地域密着型中小企業	大企業・ベンチャー企業
産業の存在意義	豊かな社会の必要条件（土台）	豊かな社会の十分条件（上部構造）

資料：筆者作成

けることができる。このタイプの産業・営業は地域特性に基礎を置いて発展するものであり、人間や地域社会の個性的な文化度を表現するところから「豊かな社会の必要条件（土台）」といえよう。しかし戦後の生活様式のアメリカ化の結果、歴史性、文化性、地域性、季節性をシンボル化する日本の文化型産業の衰退が「豊かさが実感できない経済大国・日本」という現実を帰結し、地域密着型の内需関連産業の駆逐を助長したと考えられる。本来、このタイプの財は欧州諸国の事例が示すように地域資源と地域生活文化に依拠するため、国民経済ないしは地域経済を土台とした経済循環・再投資力が基本となるべき分野である。

もう一つの産業類型は、自動車や家電に代表されるような人間の手足や五感の機能拡大による生活の利便性・快適性の向上に資する財・サービスであり、その発展は科学技術の成果の全面的活用起因するところから文明型産業として位置づけることができる。このタイプの財・サービスは使用する場面や機能面において民族性や地域性を越えた普遍性を有するので、市場・ニーズは普遍性を持ちグローバル化し、経済成長に大きく貢献する。また、これらの財・サービスの消費は「先進国への仲間入り」を象徴するものであることから、「豊かな社会の十分条件（上部構造）」として位置づけることができる。このタイプの財の代表例が自動車・家電であり、素材調達・加工・組み立て・販売に関して基本的にグローバル循環が追求され、グローバリ

ゼーションのシンボル産業である。

ところで日本経済の問題点として、文明型産業の肥大化と文化型産業の疲弊化という二つの産業間のアンバランス化とともに、この二つのタイプに属する産業・企業の発展方向のあり方がある（表2参照）。文化型であろうと文明型であろうと、具体的な企業経営は競争力強化の源泉を二つの対極的な方向に求める。一つは、その財・サービスの本質的な機能の充実・高度化（いわゆるホンモノ指向）を基礎にして、フォルム・デザイン・色彩などの感性的・芸術的な付加価値のレベルアップを競争力の源泉とする非価格競争力重視の方向である。安全性をキーワードにした形で「走る、曲がる、止まる」という自動車の本質的機能の高度化に専念してきたメルセデス・ベンツの高級車や、夏は高温多湿で冬は低温低湿度という日本固有の自然環境を考慮した本格木造建築などが備えている風格・独創性は、その典型例である。このタイプの財には「使い尽くし型」「使い継ぎ型」のものが多く、資源・環境問題との関連で見ると「持続可能な社会」を支える経済基盤の本流を形成するものといえよう。

こうした本質的機能追求型の産業・企業は、個性的で創造力・想像力のある人材と技能・熟練および地域固有の資源を大切にす。また地域密着型経営スタイルを基本としているので、多様なタイプ・条件・能力の人間が定住できる雇用と所得を地域に提供することができる。その結果、地場産業・農林漁業・商店街を大切に

表2 2つの経営類型のイメージ

	ホンモノ志向型経営	価格破壊志向型経営
製品イメージ	文明型：使い続けたいオメガの腕時計 文化型：使い継ぎ型の本格木造住宅	文明型：使い捨て型の電池式腕時計 文化型：シックハウス型の合成建材住宅
企業立地戦略	技術集積メリット活用による地域密着	コストダウン追求による渡り鳥型立地
経営戦略	質産質販・使い尽くし型の適正価格販売	量産量販・早期買換え型の低価格販売
労働・生産原理	個性・独創性・技能の重視	規格化・標準化・マニュアル化・自動化
自然環境への影響	資源の有効活用・自然との共生	ムダの制度化・資源の浪費・自然破壊
社会的影響	個性的で持続可能なコミュニティの形成	画一化された止まり木型の無機質的地域社会

資料：筆者作成

するドイツやイタリアの都市を見ればわかるように、安定した個性的なコミュニティが形成されやすい。また、オリジナリティを持った柔軟な企業間ネットワークが形成されるので、地域内での仕事や原材料のやり取りが活発化し、地域内での経済循環と再投資力あるいは「地産・地商・地消」型の経済基盤が強化され、地域経済の自立性・自律性が向上する。一般に流布されている「地産地消」では大型店も流通の担い手に含まれる。大型店の食材売り場でも確かに地元産品が売られているが、大部分は他産地の産物か輸入作物であり、地元産品は一種のおとり商品にすぎない。地域で生み出された産品は、地域の商店が商い、地域で消費するという構造でないと地域経済振興につながらない。

これと対極的なもう一つの発展方向は、海外生産に軸足を置いた形での価格競争力に過度に傾斜した価格破壊指向型の方である。その特徴は、コストダウンがすべてに優先するので、このタイプの企業は地域密着型の戦略は取りえず、渡り鳥的な立地戦略を選ぶ。その結果、地域経済の自立性・自律性が衰弱化し、コミュニティの空洞化が進行する。また量産量販・低価格で次々にモデルチェンジを行ない、早期買い換えを消費者に選択させる「使い捨て型」の商品が主流を成すので、資源・環境問題を激化させざるをえず、持続可能な社会の建設はきわめて困難になる。その帰結が地域密着型経営の典型タイプである自営業の日本における急激な駆逐であった。

以上のように考えると、日本経済が疲弊化している最大の問題点は、文明型産業振興に偏重している点に加えて、文化型・文明型を問わず、とりわけ内需の主流を形成する文化型の生活必需品産業分野（原材料・加工・組み立て・販売に関して国民経済ないし地域経済レベルでの域内循環が本来は基本）において地域に根差した本質的機能追求型の経営が駆逐され、コストダウン偏重のグローバル戦略に基づく価格破壊指向型の大企業が内需拡大の担い手、経済活性化の旗手として前面に押し出されていることにあ

る。

衣食住に関わる財・サービスは命と健康、暮らしの在り方および人間の生き方に関わり、それを規定するものである。また、それゆえに文化の香りと雰囲気醸し出す要因ともなり、個性的で豊かな社会の経済的基盤を形成する。文明に先進・後進はあるが、文化に優劣はない。高度な経済力を持っていても文化トレンドを発信できない国は、コスト競争の悪魔のサイクルに絡みとられ、持続可能な豊かな社会は実現できない。

### 3. 先進国の内需の担い手は地域資源を生かした文化型産業

このような観点から我が国の地域経済と地場産業を見直してみれば、豊かな社会の土台となる日常生活で必需品は優れて個性的であり、欧米とは異なった発想・原理に基づいている点が再評価されねばならない。

例えば「衣」を見れば、合理主義を基本に据えた欧米の場合、体が三次元の曲面であるため、洋服は曲面の立体裁断で造られている。しかし、和服は人間の体型を無視し、素材を二次元の平面・直線裁断で加工している。その結果、着るのが難しく、歩きにくい。だが、一着の和服はその時の雰囲気次第で異なった着こなしが可能であり、また同じ和服でも着る人の個性によって異なった雰囲気を漂わせる。「着こなし」ができる民族衣装は和服以外には見当たらない。まさに自己実現・自己表現に最適なファッションといえる。こうした民族衣装の特質（素材・図柄・デザインを含めて）を生かした形で洋装分野でもトレンドを発信することを追求すべきである。

「食」に関して、甘味・辛味・塩味・酸味・苦味という五味に加えて、日本には旨味という独特の味覚表現が存在している。これは周囲を海に囲まれ、南北に弓状に細長く横たわり、多様な自然環境に恵まれた日本列島の立地環境・条件に規定され、自然と共生する中で生まれてきた食文化である。また、豊かな食文化は「眼

で味わう」という発想を培い、多様な素材を駆使し、多彩な形状と色合の食器を生み出してきた。料理やお茶の作法まで文化に昇華した民族は他に例を見ない。

さらに「住」についても、「日本のドア・扉は、なぜ外に開くのか、なぜ靴を脱ぐのか、なぜ木と土と和紙の文化なのか」という疑問に関し、冬は小雨で低温乾燥の気候であるが、梅雨の存在に加えて、夏は高温多湿というように四季の大きな気象条件の変化を抜きにして答えは得られない。日本の住宅は、このような他国には例をみない自然環境の大きな変化に対応できるように、知恵を絞って工夫・改良が加えられてきた。その結果、木と土と和紙を基本にした住文化が生み出されたのであった。材木や畳、泥壁や荒壁、和紙は、湿度の高いときにはそれを吸収し、湿度が低くなるとため込んだ湿気を放出してくれる天然のエアコン機能を持っている。天井板の重ね張りも、換気空間である屋根裏との空気の適度な流通を考えて完成した技術であり、木造家屋は日本の気候と風土にもっとも適した建築技術の歴史的集積の賜である。ちなみに建材は外国産でもよいかというと、建築場所と同じ気候条件で育った木材でなければ上記の機能は発揮できない。よって食と住を基本とした内需型産業に関して、先進国型の文化的成熟度が高い産業となるためには第一次産業の育成が不可欠な条件となる。

#### 4. 文化型産業の危機的現状

しかるに現状は大企業本位の経済政策の結果、逆方向に展開している。食料自給率をみると、農業基本法制定以前の1960年にはほぼ100%であったが、高度成長期以降の農業切り捨て政策の下で低下の一途をたどり、今日ではカロリー自給率は40%、穀物自給率は30%以下となっている。そして食料純輸入額（輸入マイナス輸出）は世界一であり、第2位から5位までの合計値にほぼ等しいという異常な状態にある。食料の海外依存のショッキングな事実をコンビニの和風幕の内弁当が示してくれる。

am/pm（エーエムピーエム）の弁当の食材の17種類のうち和風弁当にもかかわらず七割が外国産であり、食材の輸送距離（フード・マイルージ）は合計約9万5千kmで地球の二周半に相当するといわれている。

しかし自治体の基本スタンス次第では持続可能な農村の構築が可能であることは、例えば長野県川上村が一つのモデルを提示している。標高が高く水が冷たいという自然条件を活かして食卓の洋風化の流れを読み取りレタス生産に力を入れ、高度成長期も農村として安定して発展した。バブル期に多くのデベロッパーによるリゾート開発の誘いがあり、県もリゾート法の重点整備地区に指定しようとしたが、紆余曲折を経て村民不在の開発を拒否した。3か所のゴルフ場はできたが、民間に土地を貸す方式で、開発協定の中で客土をしっかりと施し閉鎖後も元の農地に戻せる仕組みを確保し、土地の荒廃を防ぐ措置が取られた。地域産業が安定しているので若者も大学進学で首都圏へ出て行ったあと農業の後継者として故郷に戻るものが多く、2005年時点で30歳代の農業従事者は14%で全国平均の3%を大きく上回り、後継者問題は深刻化していない。また川上村の07年の合計特殊出生率は1.83で全国平均の1.34を凌駕し、持続可能な地域づくりの展望が切り拓かれている。

食料の輸入依存はエネルギー資源の浪費であり、また食料輸出国の水資源の略奪を意味する。食料の領域での地産・地商・地消が崩れ、大手流通資本や外食産業の支配力が強まるにつれ、農業でもコスト競争力が問題となり、量産量販に適した大手種苗メーカーによる種子の独占的供給によって品種・品目の地域特性に見合った多様化が失われた。食の分野でも素材の規格化・標準化が進んでおり、地域生活文化のシンボルである食文化の空洞化が懸念される。

次に住宅関連産業の苦境の実態を、豊かな木造住宅文化が育まれた地といわれている富山を事例として見てみると、豊富な森林資源が存在しているにも関わらず、年間に消費される100万㎡の木材のうち90%は外材であり、またハ

ウスメーカーが使用している木材の8割以上は外材といわれている。先進国の中で日本ほど林業が廃れ、森林が放置・疲弊し、木材地場産業が自国資源と断絶した国は稀有であろう。加えて法制面での日本固有の建築方法の軽視が「和」の木造建築の駆逐化を加速化してきた。例えば、建築基準法は現場で建設に直接関わる職人について触れておらず、大工棟梁という職能・技能に何の価値も見出していない。合成物質を多用したプレハブ住宅では素材が均質化しているので、技能・熟練は不要という意識であろう。こうしたコスト・効率性重視の政策の結果、日本古来の建築様式を意味する「在来工法」の国土交通省の説明は、「プレハブ工法、枠組壁工法（ツーバイフォー）以外の工法」となっている。

住宅の洋風化は家具・調度品の洋風化を伴うことにより、各地の「和」に基礎を置いた木工関連の地場産業は軒並み存立危機に陥ってきた。産地は洋風家具の生産に転換したが、食料と同じく価格問題がネックとなり、中国製を中心とした輸入品に市場を奪われ続けてきた。輸入品は欧州の高級家具とイメージされるが、実態を見ると2008年実績では2,095億円の木製家具輸入総額の49%は中国製であり、アジア全体では約9割を占めており、欧州製品は1割にすぎない。ニトリに代表される大手量販店はグローバル調達で業績をあげているが、逆に国内生産者は危機の度合いを深めている。他方で日本の固有文化を活かした個別生産を行なえば木工分野でも展望が切り拓かれる事例として、ポルシェやフェラーリの高級車のデザインを手がけた著名なデザイナーの奥山清行氏が故郷の山形県で起こした山形工房があげられる。地元企業と組んで開発した木製コート掛けは一本が14万円の高値で年間500本販売された。先進国にとって時代は量産量販から質産質販へ移行している。地域固有の資源と文化を結合して「和」のトレンドを世界に発信できる地域産業（グローバルに考えて、地域に根差した行動：グローカリズム）の構築が地域再生のキーワードである。

また、かつては日本の主力産業であった繊維産業は完全に劣位産業に転落した。繊維製品製造出荷額はピーク時の90年代初頭の13兆円から、中国を中心とした途上国への生産移管に伴い、2005年には4.6兆円へと約三分の一強まで激減した。その結果、繊維製品の輸入浸透率（国内消費に占める輸入の割合）は90年の34%強から2005年には77%へと急増した。洋服のみならず、この間に和装産業でも生産の海外移転が進み、産地は存亡の危機に瀕している。21世紀初頭にタオル産地が輸入製品に圧倒され、国際的に認められている緊急輸入制限（セーフガード）の適用を要請したにも関わらず、政府は自由貿易原理の維持に固執し、地域経済の擁護責務を放棄した。

以上のように国民の生活必需品に関わる地域産業がコスト重視の政策の下で生産の海外依存・移転が進んだ結果、気候・風土の特色を活かした地域生活文化の画一化が進み、文化型産業の文明化（素材の天然資源から合成物質への転換、製品の地域的個性化から規格化・標準化など）が地域密着型経営の駆逐を条件づけた。

すなわち特定の文明型機械工業の振興に特化した産業政策の生贄となってきたのが民族の生活文化の基礎を形成する文化型の産業であり、その結果が地域内経済循環の仕組みの解体につながり、内需産業もグローバル循環を基礎とする大企業に支配されてきた。こうした構造の下で機械工業中心の都市型産業が成長すればするほど、「和」の生活文化に基礎を置く地方経済の存立基盤が掘り崩されるという構図が出来上がったのである。内需に基礎を置いた国民経済の構築の問題は、内需を支える経済主体は誰なのか、どのような国づくりを目指すのか、を問わない限り、持続可能な国民経済・地域経済の構築は夢物語に過ぎないであろう。

#### Ⅳ. 記憶を消しさる街づくりと中小工業の衰退

近頃の東京や大阪などの大都市や地方の中核



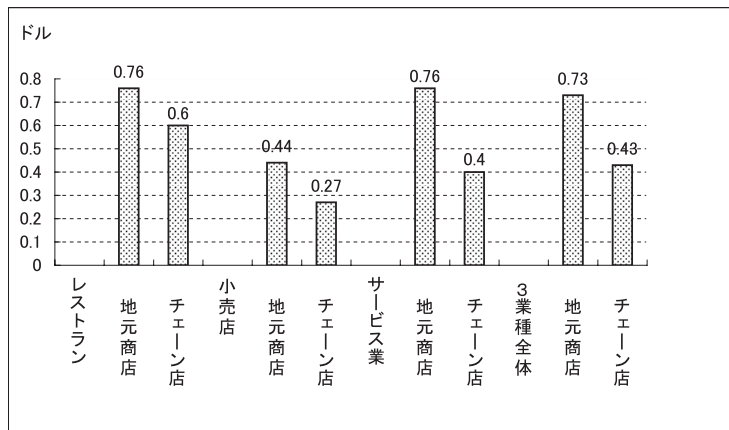
都市での都市再開発の傾向を見ると、最新の科学技術の成果を活用したモダンなビルディングや建造物・施設などが次々に建築されつつある。いってみれば、文明の成果を重視した生活環境づくりである。しかし、ハイテク技術の粋を活かした極端に人工的な生活環境・都市環境は、子どもの人間的な成長・発達を可能し、高齢者がふれあいと安らぎを感じつつ生きていく生活空間であるのかというと、疑問視せざるを得ない。通過する都市、遊ぶ都市、仕事をするだけの都市の場合には、文明重視という形の環境づくりでも一定の効果はあるともいえるが、多様な世代、多様な生活条件および多様な価値観を持った人々が個性豊かに人間性を発達させながら住み続けられる都市にはなりえない。

日本の街づくり、あるいは建築の手法の問題点は、地域の公的な空間を効率性・経済性偏重の観点で捉え、歴史的な建造物・町並みを規格化された似通った空間や近代的ビルへと建替え、安易に地名変更を行なうなど、“記憶を消しさる街づくり”が中心になっている点にある。極論すると都市空間は消耗品として扱われている。過去の記憶をどんどん消しきっていくという開発手法では、人と人とのつながりを通じて伝わっていく生活文化や地域独特の雰囲気などは断絶し、継承・発展されていかない。これで

は地域密着型の小売店や工務店の存立基盤は今後もさらに掘り崩されていく危険性がある。文明は断絶と飛躍が特徴であり、文化は連続性と成熟が要点である。今、日本では地域文化が危機に瀕している。

我が国の地域産業疲弊化のシンボルでもある商店街や自営業の急速な破壊に関して、その原因は大手量販店中心の街づくり・再開発事業にあった。しかし流通に関して大型店中心と地元中小商店中心の産業振興では、地域内経済循環という観点では後者に軍配があがるという調査結果がアメリカで2004年に公表されたことが注目される。調査対象となったシカゴのアンダーソンウィル地区は20世紀後半に郊外化の影響を受けて一時期衰退したが、現在では個人的な商店街が再生している地区であり、全国展開型の大型店が進出の機会を狙っている。そこで地元の商業会議所が地元商店の方が地域経済に対する貢献度が大きいことを証明するためにシンクタンクに調査を依頼した。試算によると(図3参照)、地元商店で1ドルの消費があると地域経済に平均して73セントの経済波及効果が生まれるが、全国各地にチェーン展開している大型店やフランチャイズ・チェーン店の場合には43セントの経済効果しか生まれない、という結果が示されている。実際上は二次三次の

図3 大型店と地元店の経済効果の比較



矢作弘『大型店とまちづくり』岩波新書、2005年、130頁

経済的波及効果（商店街のお菓子屋さんが包装紙を地域の印刷屋に発注すると、紙やインクの地域内発注が生まれる）によって、その差はより大きくなると考えられる。大型店の場合には①本社で集中管理しており、地元商店と比べて相対的に被雇用者数が少なく、賃金も低い、②利益は本社に送金され、地域内での再投資の割合が低い、③地元からの仕入れは少ない、④地域行事への参加や寄付に消極的であるなどの理由から循環型地域経済振興という観点に立てば地元中小商店の振興を柱に据えた方が効果は大きいと結論づけられている。

そこで、持続可能で地域内経済循環力を強めるという観点から街づくりを再考すると、“歩いて楽しく暮らせる街”、“記憶を重ねる街づくり”がポイントになる。第一に歩いて暮らせる街というのは、街の規模が人間の身の丈に合っているということなので、コミュニティ形成の客観的な基盤になる。ヨーロッパの街ではどこでも老若男女が散歩がてらに買い物かごを下げて、出会い・ふれあいを楽しみながら生活を送っている。言葉を交わしながら生活必需品を調達するのは、人間が人間として暮らしていく一つの安心感や生きがいにもつながっていく。

二つ目に歩いて暮らすことによって、市民が街を自分のものとして認識できる。クルマ社会

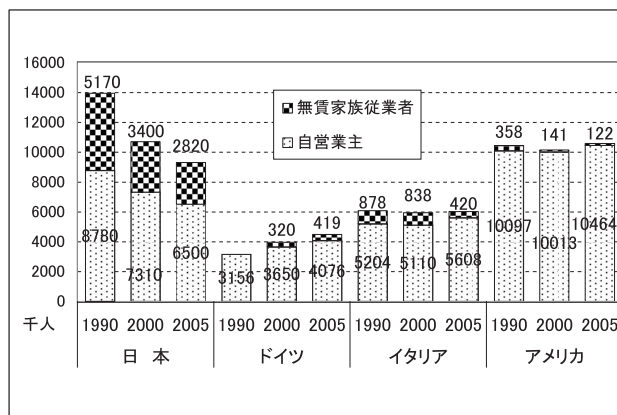
では家からスーパーまで車で行くので、途中でどんな木があるとか、どんな公園があるとか、どんな寺があるか気にも留めない。ある点からある点に移動することが目的なので、中間点での出来事には無関心になる。逆に歴史的な景観を守りやすい地域を見ると、必ず、歩いて暮らせるようなまちづくりを支える都市空間の利便性・計画性が確保されている。

第三に、昼夜を問わず歩いて暮らせる町というのは安全・安心の代名詞でもある。今の日本では水も安全も有料になっており、タダなのは空気だけである。

造っては壊すという“記憶を消し去る街づくり”は確かにGDPを増大させ、成長に寄与するが、消耗品としての都市では消耗品としての人間しか育ちえない。他方“記憶を重ねる街づくり”は成熟志向なので安定した持続可能な地域経済基盤が形成されやすい。地域密着型の中小企業にとって「よい経営環境」づくりとは“記憶を重ねる街づくり”であり、そうした試みの事例としては長野県小布施町や大分県の由布院をはじめとして全国各地に存在している。

クルマ社会を前提にした大型店中心の地域開発の結果、中心商店街をはじめ小規模な商店数は減少し、図4が示すように、先進国の中では日本だけで自営業が激減してきた。自営業者は

図4 主要国の自営業の推移



資料：『データブック 国際労働比較 2008』146頁より作成

労働と生活の場が一体化した24時間市民であり、地域コミュニティのコアになる経営である。この階層の衰退はコミュニティ機能の空洞化の重要な要因になっている。さらに家族経営にとって営業を圧迫し、結果的に増税効果に繋がっている所得税法第56条に基づく「自家労賃否認」問題がある。同じ仕事を雇われて行なえば給与がもらえるが、家族で行なうと配偶者や子どもの給与は認められないという税制は地域密着型営業の事業継承にも否定的な作用を及ぼしている。多くの先進国では自営業の家族の賃金は必要経費として認められている（表3参照）。自営業者のナショナルセンターである民商・全商連の所得税法56条廃止の運動は先進国レベルでは当然の要求であり、憲法25条に

明記されている「健康で文化的な最低限の生活」を営むための国民的要求の一翼を担う課題でもある。

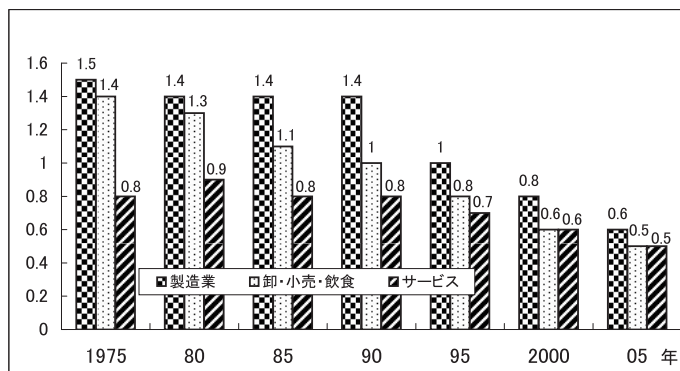
自営業者の減少の基本的な理由のもう一つの理由は、所得水準の低さに求められる。図5は製造業、卸・小売・飲食業とサービス業の3つの業態での平均的な所得を会社員の所得と比較したものである。数値が「1」以上の場合は、自営業者の所得が会社員より大きいことを意味する。それによると、サービス業では1975年以降、会社員の所得以下の水準が続いている。技能熟練が必要な製造業の場合は、90年までは自営業所得が会社員収入を上回っていたが、90年代以降のグローバル化・価格破壊の下で会社員収入を下回っている。そして2005年の

表3 家族従業員の労働の税法上の位置づけ

国名	家族従業員の賃金の位置づけ
アメリカ	家族従業員である与否とを問わず、正当な給与は事業経費として控除を認める。
イギリス	事業目的のために行なわれたものについて、事業上の経費として控除を認める
ドイツ	事業経費として支払われた金額をすべて控除するのが原則
フランス	家族従業員に対する報酬は、損金または必要経費として控除（一定の制限あり）
韓国	従業員には配偶者・扶養親族も含まれ、給与は事業所得の必要経費
オランダ	家族従業員への賃金は控除可能
スウェーデン	家族経営でも所得を分割し、それぞれが納税
日本	配偶者とその親族が事業に従事した時、対価の支払いは必要経費に算入しない

資料：『全国商工新聞』2007年4月9日号

図5 自営業者対会社員の収入比率



資料：『中小企業白書』2008年版、18頁

水準は、3つの業態のいずれにおいても会社員収入の半分程度の所得に留まっている。自営業者のワーキング・プア・化現象は、全商連婦人部協議会が2009年夏に行なった全国実態調査の結果からも確認できる。すなわち有効回答のうちの44.2%の業者の年間所得は200万円未満であり、「営業収入で生活可能か?」の問いに対して「できない」の割合は61.5%で過半数を大きく上回っている。

### V. グローバル化時代の中小企業政策の課題

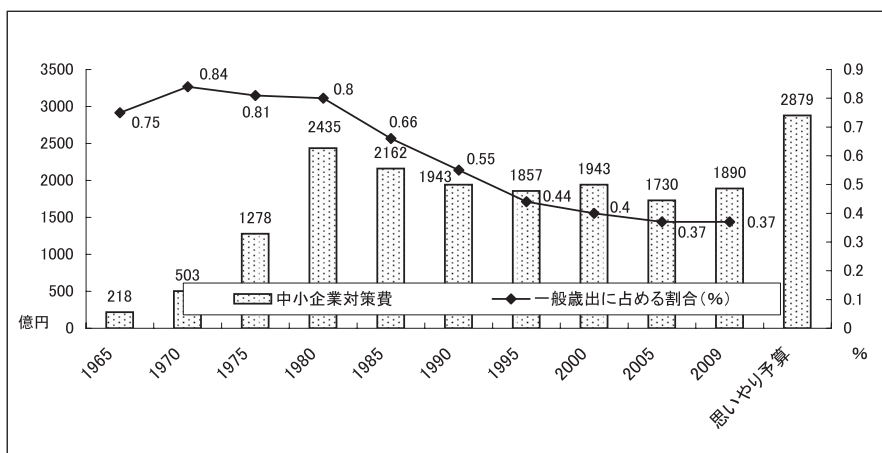
グローバルに企業活動を展開する大企業の利害と、内需中心・地域密着で活動する多くの中小企業の利害とは根本的に異なる。国民の雇用の7割以上を支える中小企業の支援政策は独自の組織と政策スタンスで遂行されねばならない。しかし、わが国の中小企業政策は大企業振興を主要課題とする経済産業省の外局としての中小企業庁によって担われ、中小企業庁長官は官僚であり、閣議に列席する権利は持っていない。中小企業の利害・要求は経済産業大臣を通じて実現される仕組みになっているので、大企業と中小企業の利害が対立する場合、中小企

業の要求は実現されないことが多い。欧米へのキャッチアップを至上命題とする時期には両者の利害は共通する側面が多かったのですが、こうした制度上の諸矛盾は表面化しなかったが、グローバル化が進む中では両者の利害は相反することが多くなっている。空洞化しない国づくり、持続可能な社会づくりを目指すなら、少なくとも中小企業庁には独立した行政官庁（少なくとも以前の防衛庁のように内閣府直属の自立性を持った行政官庁）としての位置づけが与えられねばならない。

また中小企業政策の基本理念は、どのような国民経済をつくるのかという問題と密接に関連している。今日までの中小企業政策を方向づけてきた中小企業基本法は、日本経済の高度成長を主導する大企業のサポーター・インダストリーとしての中小企業の近代化支援を主目的としてきた。例えば中小企業対策費の推移を見ると、絶対額では1981年の2,497億円をピークにして、その後は減少傾向をたどっている(図6参照)。

1981年が予算措置のピークであったのは2つの理由による。第1の理由は財政赤字問題が深刻化し、1985年から始まる赤字国債の償還に向けて予算の見直し・削減が適用されたこと

図6 中小企業対策費(当初予算)の推移



資料：『中小企業白書』各年版および新聞報道より作成

である。しかし、この問題はすべての予算項目に適用されるものであり、中小企業対策費が他の費目と比較して大きく削減された理由は別にある。第2の理由は、日本型下請システムを支える中小企業の近代化政策の課題が基本的に達成されたことである。1970年代末にトヨタ自動車のカンバン方式が完成し、短期間のうちに他の産業にもカンバン方式を原型とするジャスト・イン・タイム（JIT）生産方式が普及した。無在庫管理は部品納入業者に対して、必要な数の部品だけの納入を求めるものゆえ、不良品混入率ゼロを要求する。それゆえカンバン方式は、コストダウンと共に完成品の精度・信頼性の飛躍的向上を可能にした。80年代における日本の工業製品の圧倒的な国際競争力の秘密は、カンバン方式・JIT生産システムを下支えした中小企業の能力にあった。世界に冠たる日本型の下請システムが完成した以上、これまでのような中小企業近代化に対する支援は必要でなくなった。

こうした現状を踏まえて、1980年に出された中小企業政策審議会の意見具申「1980年代の中小企業のあり方と中小企業政策の方向について」は『中小企業の再発見』というタイトルで一般向けに公表された。「再発見」という言葉は何を意味したのか。それは、二重構造論が常識であった高度成長以前の時期とは異なり、中小企業は前近代性を克服しており、「活力ある多数派として中小企業を積極的に評価すべきである」（中小企業庁『中小企業の再発見 80年代中小企業ビジョン』1980年、（財）通商産業調査会、10頁）という意味での再発見であった。活力ある多数派（バイタル・マジョリティ）であり、自立して発展できる中小企業に育ったのだから、これまでのように支援する必要はない、という結論が導き出される。その結果が、他の費目を上回る規模での予算削減であった。そして今日では、国の当初予算全体に占める中小企業対策費の割合はピーク時の1970年水準の半分を割り込んでいる。他方で、明確な法律的根拠なしに支出されている在日米軍駐留経費の日

本側負担（いわゆる思いやり予算）は2008年度分が2,083億円で、中小企業対策費（1,761億円）を2割近く上回っている。

地域経済振興に関する地方自治体の役割と責務は、1999年の中小企業基本法の抜本的改定により飛躍的に高まった。なぜなら旧基本法では、「地方公共団体は、国の施策に準じて施策を講じるように努めなければならない」という第4条の規程により、地域経済振興の目的および政策の基本フレームは国が策定し、地方自治体は国が策定した種々の支援メニューの中から適当なものを選択・実施する仕組みになっていた。63年に基本法が制定された時期の地域経済の産業集積は質的・量的に低かった。それゆえ自動車・家電などの機械工業の地域間分業を可能にするためには、個々の地域の中小企業集積の個性的発展よりも、生産力の地域間格差の是正と全体的な底上げが必要であったので、中央主導型の地域経済振興の仕組みが構築された。

しかし、日本が経済大国としての位置を占め、グローバル化が進む中で、地域経済振興に対する政策スタンスは大きく転換した。新基本法の第6条の文面は「地方公共団体は、基本理念にのっとり、中小企業に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の自然的経済的社会的諸条件に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する」となっている。基本法改定後の地域経済振興の現実を振り返ると、第6条の意味は、財政的・制度的・人的側面での国の負担の軽減（小さな政府）、まちづくり条例や大型店出店規制など自治体の施策内容が国の政策と異なった場合に介入する権利の確保、中央は新規創業やベンチャービジネスなどの支援に特化し、ふつうの中小企業や地場産業・商店街振興は地方自治体が責任を負うという構図の形成であった。

すなわち今後は、地域産業政策の企画・立案能力を持ってない自治体は持続可能な地域社会を作れない。財源確保のためなら刑務所でも軍事基地でも、なんでも誘致するという本末転倒の

理念無き地域振興にのめり込む危険性が懸念される。地域を消耗品として取り扱うのではなく、持続可能な地域経済、住み続けられる地域社会、グローバル化に対応できる個性豊かなローカリゼーションを実現するためには、地域経済振興の新たな理念を確立する必要がある。各地の自治体で制定されつつある地域特性に根ざした中小企業振興基本条例の必要性和根拠は、この点にある。条例の名称は自治体によって異なるが、その目的は地域に内在する歴史的・社会的・文化的・経済的な可能性を汲み尽くす方向での内発的産業振興であり、その主な担い手は地域密着型の中小企業である。

## VI. むすびにかえて

以上の考察から、内需産業の根幹を形成する文化型産業分野の再評価・再認識と地域に根づいた発展は、日本独自の文化的トレンドを発信するものであるがゆえに、逆に国際的な評価を高める方向に作用すると考えられる。真の経済の国際化とは、生産の海外移転や国際取引の高度化という側面(外への国際化:いわゆるグローバル化)と、徹底的に民族性・地域性に特化することにより、他国にはない個性を社会経済的に形づくるという側面(内なる国際化:ローカリゼーション)を兼ね備えたときに達成されるといえる。

加えて、大量生産・大量消費・短サイクル・大量廃棄のフロー重視型(使い捨て型)経済は地球レベルでの資源・環境問題からレッド・カードを宣告されており、とりわけ先進国ではホンモノ志向でストック重視の持続可能な経済システムづくりが最大の課題となっている。換言すれば、規格化・標準化原理に基づく「量産量販」型経済から、個別化・専門化を基本とする「質産質販」型経済への転換が求められている。前者はスケールメリットの追求が基本原理となり、大企業主導型の経済システムの時代といえる。他方、後者は消費者・ユーザーの個別的なニーズに対して、専門的能力を基礎に弾力的な

ネットワーク化でタイムリーに対応する経済システムであり、その主役は地域密着型の中小商工業でなければならない。また Made in Japan に基づく文化型の内需産業の展開は過剰生産能力化している中小機械金属工業に対しても、特注品タイプないしは小ロットの機械器具類の市場を生み出し、地域経済・中小企業の自律的発展の可能性が切り開かれよう。

換言すれば、持続可能で国民生活向上に寄与する内需主導型経済への構造転換は国づくり・地域づくりの在り方を抜きにしては考えられない。政府・財界が推し進める自治体合併や道州制は多国籍企業本位の道筋である。他方、地域に根差した企業・営業づくりを目指している自主的・民主的な経営者・業者団体である中小企業家同友会と民商・全商連は、ともに新しい日本における中小企業・自営業の役割と課題を実現するためEUの小企業憲章をモデルにした中小企業憲章と、地域の資源・文化・自然を生かした内発的発展を目指すために自治体レベルでの中小企業振興基本条例の制定運動に積極的に取り組んでいる。

外需と内需のバランスの取れた自律的経済構造への転換は、地域を単位とした内発的産業革新の地道な積み上げとそれを支える経済政策の確立にあり、そのための国民的合意の獲得が焦眉の課題である。