

2025年3月発行

九州産業大学「エコノミクス」第29巻第2号 別刷

低成長期における地場産業の展開と展望

黄 完 晟

低成長期における地場産業の展開と展望

黄 完晟

1. はじめに

本稿の課題は、低成長期における地場産業の展開を検討し、グローバル化の時代・低成長期の地場産業論としての「新しい地場産業論」を提示することである。

つまり、低成長期の地場産業は、後述のように、事業所数、従業員数、出荷額等の指標が1990年頃に比べ3～4割レベルまで大幅な縮小を経験している。それには、周知のように、グローバル化と共に展開された円高によるアジアからの低価格品輸入の影響が大きい。また、地場産業は、日本経済のGDPの変化、工業の縮小よりはるかに大幅に縮小している。すると、地場産業にとって、その長所・地場産業の産地内社会的分業というシステムでは対応できなかったものである、そのマイナスの影響は避けられなく地場産業の縮小は当たり前として受け止めるのか、という疑問がある。同時に、そのシステムはグローバル化に対応できない、グローバル化時代の失敗したシステムであるのではないだろうか、という点が第一の問題意識である。それと関連して、そのシステムがグローバル化に対応する上で、欠陥があるとするれば、地場産業の新しいシステムを模索するか、従来のシステムを再編成するなどの動きが乏しいのは疑問である。では、グローバル化の時代に適応できるシステムとは、いかなるものとなるだろうか。

また、地場産業の現象的な変化としての縮小過程で起きた実態は、如何なるものなのか、数多くの地場産業の企業が廃業に追い込まれる中で、現存企業の実態は如何なるものであるのか、つまり何が変わり、何が変わっていないのかという疑問が湧いてくる。これが第二の問題意識である。

さらに、現状の地場産業を如何に捉えるべきなのか。グローバル化の影響を受け、それに対応しながら、地場産業・産地では、輸入増加、生産減少、海外の現地生産等への適応策を通じて、地場産業の生産と流通を含め積極的に対応してきた。その担い手の企業にとっては、そのような変化は大きなメリット・ビジネスのチャンスとして捉えてきたと考えられるが、その結果が現存の地場産業・産地の在り方である。異なる見方をすれば、現存の地場産業をグローバル的な地場産業・産地の姿として捉えることが、なぜできなかったのだろうか。すると、グローバル的な地場産業・産地の担い手はどのような企業によって、如何なる活動を通じて、新しいグローバル的な地場産業・産地を形成しているのかという疑問が湧いてくる。これが第三の問題意識である。

低成長期の地場産業の研究を概略すれば¹⁾、個別産地の研究が多く、低成長期の個別地場産業の展開の特徴が浮き彫りとなっているものの、そのまとめの研究が乏しく地場産業の総論的な論理が展開されず、個別の研究が地場産業論の中で位置づけられないままになっている。つまり、従来の研究では、地場産業・産地の縮小、停滞、解体、海外産地への移動等が言われてきたが、地場産業・産地別の特性が大きいとはいえ、縮小過程の地場産業論＝グローバル化時代の地場産業論を新たに提示することはなかった。

本稿の問題意識との関連で研究史を批判すれば、従来の研究は地場産業・産地の維持論・成長論に基づいたもので²⁾、縮小の実態を確認しながら縮小論、あるいは新しいグローバル的な地場産業・産地論の形成にまでは進んでいない。次に地場産業・産地の縮小の実態に沿って、定量的な統計的な分析や定性的な分析（市場の変化や企業間関係の変化）を通じて「縮小過程の特質」が十分に捉えられていない³⁾。また担い手の企業のグローバル的な積極的な行動について、産地の縮小の原因として捉えている研究が多く⁴⁾、グローバル的な地場産業・産地の形成への経営活動として積極的に捉えていな

い。

研究視角としては、地場産業・産地の展開において最も大きな衝撃、円高の影響について地場産業の担い手の企業が如何に対応してきたのかという点が挙げられる。つまり、グローバル化の時代に輸入が大きく増え、それによって新しいビジネスが展開される過程で、主な担い手の企業は如何に対処し、グローバル化の時代の地場産業に見合うビジネスを展開してきたのかについて検証する。具体的には、国内市場のクローズドマーケット からオープンマーケットへの変化、地場産業・産地の生産中心から消費の市場中心に転換、担い手の企業相互間の利害関係の深化、協調関係から競争関係へ変化、産地内社会的分業（＝産地内分業）の評価・維持からグローバル的な企業の出現・成長、産地のシステム中心から企業の活動中心へ変わってきたことを考慮すれば、研究視角も実態に合わせざるを得ないだろう。

本稿では、まず、地場産業・産地が当該期間に何が大きく変化し、何が変化しなかったのかについて、基本的なデータを整理し低成長期の地場産業の縮小過程の特徴を明らかにする。次に、地場産業の担い手の企業が市場の変化に、どのように対処したのかについて、従来の個別の研究の成果を踏まえて、その上低成長期の地場産業がグローバル的な産地として担われてきたと読み直し、最後にグローバル化の時代における新しい地場産業論の一試論として「三重のスマイル・カーブ論」を提示する。

2. 地場産業の変化の概略

1) 地場産業の生産関連のマクロ的統計の変化

主な地場産業がどのように変化してきたのかについて、1990年と2020年と比べると、表1のようである。その概略を見れば、地場産業の事業所数は2割から3割のレベルに低下し、従業員数は2割から5割のレベルに低下、出荷額や付加価値額は2～3割台が多いが、陶磁器の約1割台と眼鏡の5割台の低下もある。なお、固定資産額も、眼鏡を除いて、事業所数の減少に伴い1割から3割のレベルにまで低下している。地場産業の固定資産額は、2020年にやや増加の地場産業が見えるが、それは出荷額や付加価値額の増加と同

表 1 地場産業の概略

単位：所、千人、億円。

区分	年次	事業所数	従業員数	現金給与額	原材料費	出荷額	付加価値額	固定資産
木製家具	1990	6,853	116	3,745	11,605	20,744	8,748	3,860
	2000	4,833	71	2,537	6,280	11,770	5,072	3,101
	2010	2,936	47	1,785	4,375	7,306	2,687	1,654
	2020	2,054	39	1,404	4,308	7,667	2,946	1,418
靴、 かばん	1990	942	11	257	891	1,479	563	203
	2000	538	6	163	460	818	339	146
	2010	288	4	108	306	544	217	44
	2020	181	4	118	268	561	259	100
食卓用 陶磁器	1990	1,942	32	807	910	2,564	1,571	628
	2000	1,436	17	483	438	1,362	869	484
	2010	741	8	204	227	606	342	168
	2020	392	6	134	134	383	221	97
洋食器	1990	271	3	95	341	589	237	96
	2000	150	1	45	103	199	89	51
	2010	63	1	19	49	94	40	12
	2020	64	1	24	45	121	65	15
眼鏡 (枠を含む)	1990	535	14	510	951	2,243	1,209	641
	2000	506	12	497	947	2,082	1,049	522
	2010	271	8	276	572	1,169	538	410
	2020	204	7	271	574	1,223	573	471
タオル	1995	500	7	206	808	1,588	745	388
	2000	416	5	149	548	1,097	501	322
	2010	190	2	66	234	426	174	83
	2020	147	3	92	253	498	213	102

出典：『工業統計表』各年より作成。

注：従業員数 4 人以上の統計。2010年の洋食器の固定資産は2009年のもの。

じ傾向であるものの、低成長期・グローバル化の時代の地場産業は大きく縮小してきたことが確認できる。

このような地場産業の変化は、停滞的・横ばいのと言われる日本経済の GDP の変化⁵⁾ や工業生産の変化（付加価値額の約 2 割縮小）⁶⁾ との比較でも、大幅に縮小していると指摘できる。要するに、低成長期における地場産業・産地の諸指標は急速な縮小が特徴であり、その点を中心にいろいろな論点が生まれる。つまり、そのような縮小の背景には市場の変化と生産における産地の集積度の変化が考えられるので、2つの点について検討することにしよう。

2) 地場産業の市場の変化

市場の変化について見れば、表2のようである。ここで、市場とは国内の市場を意味し、出荷額から見る市場の規模は、「出荷額＋輸入額－輸出額の合計」で計算すると、地場産業の製品別に違いがあり、かつ縮小はしているものの、表1の事業所数、従業員数、出荷額や付加価値額の減少ほどには縮小していない。市場の規模（金額）は、鞆が市場規模を約2倍に拡大しているのに対し、その他は減少傾向で、陶磁器、洋食器が約1/3に減少し、家具が約1/2に、眼鏡は約2/3に減少している。なお、タオルは重量（トン）的に見て、市場規模は約1/3にまで縮小しているという⁷⁾。その背景に輸入額の増加があって、陶磁器を除く、多くの業種で輸入額は約3倍も増加している。それに対し、輸出額は、家具が若干増え、鞆が横ばいで、陶磁器、洋食器は急速に減少し金額的にも大きくない。低成長期の時代に地場産業の市場は、生産関連の諸指標より少なく減少し、生活必需品の提供という性格もあるの

表2 日本における地場産業の市場規模

単位：億円

区分	年次	出荷額	付加価値額	輸入額	輸出額	市場規模
木製家具	1990	20744	8748	1335	351	21728
	2000	11770	5072	2332	375	13727
	2020	7667	2946	4381	791	11257
鞆	1990	1479	563	1795	75	3199
	2000	818	339	3083	39	3862
	2020	561	259	6390	74	6877
食卓用 陶磁器	1990	2564	1571	183	655	2092
	2000	1362	869	243	169	1436
	2020	383	221	215	107	491
洋食器	1990	589	237	9	194	404
	2000	199	89	18	52	165
	2020	121	65	32	10	143
眼鏡	1990	2243	1209	145	393	1995
	2000	2082	1049	283	424	1941
	2020	1223	573	439	247	1415
タオル	1995	1588	745			
	2000	1097	501			
	2020	498	213			

出典：『工業統計表』及び『貿易統計月報』各年より作成。

注：市場規模は出荷額＋輸入額－輸出額の計算である。眼鏡の輸入額と輸出額は眼鏡枠と矯正用眼鏡の合計。

で一定の水準を維持している。

また、表2において市場規模の変化を考える場合、輸入品は普通 CIF で輸入され、流通の過程で大きく膨れ上がり、消費者の購買価格は、少なくとも輸入価格の約倍以上となるので、特に輸入品の市場ウェイトが高くなり、統計上の数値より大きくなる点を考慮すれば、実際の地場産業の製品の市場はそれほど縮小していないことが推量される。なお、部品・部材の輸入が一部の地場産業では大きなウェイトを占めている。その輸入額は、後述のように、家具輸入額の1/4以上にも上る。部材・部品は家具製造のメーカーで完成品となるが、その場合、産地内生産の部品・部材より安く、それを組み立てた製品は輸入品より高くなるので、生産額を膨らませるものであり、実質的な輸入品のウェイトはさらに大きくなる傾向となろう。同期間、市場は統計上の規模（上記の市場規模）より大きくなり、市場の縮小がより小さくなっていることが考えられる。

要するに、地場産業の製品の市場・需要・消費の変化は、生産額の減少と比べれば、大きいとは言えない。すると、産地の生産と深く関連する企業（産地内分業に基づく生産企業）より市場と深く関連する企業（輸入の担い手、産地生産の中堅や大手企業及び流通の大手企業等）にとって、輸入品の増加による新しいビジネスチャンスもあって、低成長期の地場産業・産地の生産縮小による影響が相対的に少なかったことが推論できる。

3) 地場産業の集積度の変化

産地別の製品生産の在り方として産地の集積度の変化について検討する。つまり、低成長期の地場産業の縮小が著しい時期において、疑問としては条件の良い一部の産地に、どの程度の集中が起きていたかという点が挙げられる。しかし、表3のように、県レベルの統計であるものの、主要な産地に集中が起きなく、むしろ主要な地場産業の生産が分散的な傾向とも理解される。例えば、多くの産地に分散されて生産されてきた複数産地の家具（5大産地の合計約42.2%から36.5%へ減少）、鞆（3大産地の合計58%から54%へ減少）、陶磁器（5大産地の合計、85.4%から83.5%へ減少）では主要な産地での生産集積度の変化が少なく、やや分散的であるのに対し、もともと極一

表3 産地の出荷額の変化

単位：百万円、倍率、%

家具

県別／年	2020	1990	2020/1990	2020	1990
岐阜	40566	93889	43.2	9.5	6.5
静岡	14967	87509	17.1	3.5	6.0
愛知	26624	164840	16.2	6.2	11.3
大阪	40152	93909	42.8	9.4	6.5
福岡	33999	172916	19.7	7.9	11.9
小計	156308	613063	25.5	36.5	42.2
合計	428157	1452603	29.5	100.0	100.0

眼鏡枠

県別／年	2020	1990	2020/1990	2020	1990
東京		11580	0.0	0.0	12.1
福井	47297	80073	59.1	94.7	83.5
大阪		415	0.0	0.0	0.4
小計	47297	92068	51.4	94.7	96.0
合計	49962	95920	52.1	100.0	100.0

鞆

県別／年	2020	1990	2020/1990	2020	1990
東京	9742	20453	47.6	17.9	16.8
大阪	4315	41007	10.5	8.0	33.6
兵庫	15431	9170	168.3	28.4	7.5
小計	29488	70630	41.7	54.3	57.9
合計	54273	122046	44.5	100.0	100.0

陶磁器

県別／年	2020	1990	2020/1990	2020	1990
岐阜	21767	99430	21.9	51.4	41.9
愛知	1733	36928	4.7	4.1	15.6
三重	1113	16287	6.8	2.6	6.9
佐賀	5999	31755	18.9	14.2	13.4
長崎	4760	18115	26.3	11.2	7.6
小計	35372	202515	17.5	83.5	85.4
合計	42374	237205	17.9	100.0	100.0

洋食器

県別／年	2020	1990	2020/1990	2020	1990
新潟	10711	52632	20.4	90.1	87.2
岐阜	810	890	16.2	6.8	8.3
小計	11521	43652	26.4	96.9	72.3
合計	11884	60339	19.7	100.0	100.0

タオル

年	2020	1990	2020/1990	2020	1990
大阪	1374	4042	34.0	30.2	22.8
愛媛	2686	11177	24.0	59.0	63.0
小計	4060	15219	26.7	89.1	85.8
合計	45555	177363	25.7	100.0	100.0

出典：『工業統計表』各年より作成。

注：2020年は2019年の実績。

合計は産業全体の出荷額。

部の産地で集中的に生産されてきた眼鏡枠（96%から95%へ横ばい）、洋食器（97%）、タオル（2大産地の合計86%から89%へ増加）の産地では、依然として生産の集積度が高く、変化も少ない。

要するに、低成長期の地場産業・産地の生産では、円高と輸入の影響をほぼ均等に蒙ってきたかのようにも見える。特に複数産地では、産地間の競争が展開されてきたこともあって、円高・輸入の影響が異なることも予想される中で、輸入品との差別化の戦略の結果（輸入品よりやや高めの中間層の市場需要の健在）であるのか、産地の規模の相対的な比率が大きく変化していない、という興味深い現象であるが、その点についてはさらなる分析が必要

だと考えられる。以上の検討を通じて、地場産業の変化について多角的に検討してきたので、次に産地の生産活動について規模別に検討することで、産地企業の在り方の変化を立ち入って検討する。

4) 地場産業の企業の規模別の変化

個別の地場産業が縮小の過程で従業員数の規模別に、どのような変化を見せているのかを検討する。なお、ここでは、従業員数の4～9人層を零細規模、10～29人層を小規模、30～99人層を中規模・中堅、100人以上を大手企業と表現し、中小規模という場合は10～99人層の企業、中小企業という場合は100人未満層の企業を意味する。

従業員数の規模別の基準で見れば、表4のように、多くの地場産業では、4～9人の零細企業が最も大きく減少し、小企業、中企業でも相当な減少、100人以上の大手企業ではより緩やかに減少している。そのような変化の中で、市場の変化に適合的でなかった弱い層で廃業が多かったこと、個別企業の規模も縮小傾向であったことが読み取れる。

地場産業・産地での産地内分業の在り方とも関連してみるために、同年間、企業の規模別の事業所数や従業員数の構成比率の変化を見れば、表5のように、零細企業で大幅な減少でなく、かつ小企業の層で増加する地場産業が多い。それは産地内での生産の社会的分業が縮小的でありながら維持されていることと推量される。また、産地では一方で輸入の部材・部品の使用が広がり、他方で部材・部品の内製化の傾向があって、前者の影響で零細企業の減少が起こり、後者の影響で小規模の層で個別企業の規模の増加として表れているものと考えられる。大手企業では従業員数の構成比が増えている家具と靴、眼鏡に対し、陶磁器で大きく減っている。

また、出荷額や付加価値額の規模別の変化について見れば、表4のように、地場産業別のばらつきがあるものの、零細層で大きく減少し、小規模層より中規模層が、中規模層よりは大手企業の方が、つまり規模が大きい層ほど緩やかな減少であることが理解できる。

特に、粗利益（付加価値額から現金給付と原材料費を差し引いたもの）の規模別の変化を見れば（表4と表5）、利益の点では中堅と大手の企業にお

表4 地場産業の生産関連統計の内訳

単位：所，人，億円

区分	年	1990							2020						
	規模別	事業所数	従業員数	現金給与額	原材料費	出荷額	付加価値額	利益額	事業所数	従業員数	現金給与額	原材料費	出荷額	付加価値額	利益額
木製家具	合計	6853	116966	3745	11605	20744	8748	5394	2054	38664	1404	4309	7667	2946	1954
	4～9人	4105	24156	664	1123	2399	1256	612	1086	6505	209	326	756	391	221
	10～19	1344	18459	561	1322	2532	1157	649	495	6699	226	469	948	437	253
	20～29	643	15758	482	1427	2504	1030	595	224	5450	190	451	881	392	240
	30～99	626	32467	1022	3686	6146	2436	1438	198	9266	336	996	1948	826	616
	100～299	119	18647	658	2648	4369	1640	1063	45	6976	275	1176	1886	592	435
	300～499	16	7479	353	1495	2790	1226	942	6	3768	165	889	1245	306	191
鞆	合計	942	11310	257	891	1479	563	331	181	4060	118	268	561	259	175
	4～9	628	3704	68	202	356	152	86	82	522	12	23	46	21	11
	10～19	181	2489	60	189	314	117	65	47	637	18	41	85	40	26
	20～29	78	1926	46	163	270	102	61	20	505	14	39	71	29	18
	30～49	49	2309	57	212	346	128	77	25	1289	38	99	229	112	92
	100～199	6	882	26	125	193	64	42	7	1107	36	66	130	57	28
	200～														
食卓 陶磁器	合計	1942	31608	807	910	2564	1571	847	392	5601	134	134	383	221	115
	4～9	1304	7671	145	141	433	289	147	231	1318	25	23	69	41	21
	10～19	325	4508	114	124	348	211	110	90	1220	24	20	68	34	24
	20～29	142	3441	86	92	266	165	88	32	764	18	21	55	31	16
	30～99	129	6795	177	202	547	319	168	36	1918	52	55	144	76	37
	100～	42	9193	285	351	970	587	334	3	381	14	15	47	29	18
	200～														
洋食器	合計	271	3639	94	341	589	237	154	64	883	24	45	121	65	52
	4～9	181	1050	21	69	117	47	27	38	226	6	11	25	13	8
	10～19	42	561	15	54	99	41	30	13	177	5	8	21	12	8
	20～29	28	685	18	56	107	48	33	7	166	4	11	19	8	4
	30～99	20	1343	40	161	264	99		6	314	9	15	56	32	32
	100～														
	200～														
眼鏡	合計	535	14929	510	951	2243	1209	782	204	7094	271	574	1223	573	378
	4～9	314	1782	43	105	215	108	67	81	485	13	34	87	48	40
	10～19	82	1138	34	72	152	75	46	57	774	23	52	105	48	30
	20～29	49	1206	38	86	166	76	42	16	395	14	30	47	16	3
	30～99	56	3380	116	256	559	281	187	32	1578	59	107	231	100	65
	100～	34	7423	279	432	1151	669	440	18	3862	161	350	751	360	240
	200～														
タオル	合計	500	7462	206	808	1307	745	293	147	3058	92	253	498	213	153
	4～9	316	1834	42	164	182	125	-24	56	332	9	29	49	18	11
	10～19	90	1197	34	106	215	102	75	44	612	17	43	91	44	31
	20～29	45	1104	35	109	238	121	94	18	430	15	43	84	37	26
	30～	49	3327	95	429	672	397	148	29	1684	51	138	274	114	85
	100～														
	200～														

出典：『工業統計表』各年より作成。

注：2020年の眼鏡は眼鏡枠と眼鏡の合計。

表5 地場産業の生産関連の分析

単位：％

区分	事業所数		従業員数		出荷額		付加価値額		利益額	
年次	1990	2020	1990	2020	1990	2020	1990	2020	1990	2020
木製家具	100	100	100	100	100	100	100	100	100.0	100
4～9人	59.9	52.9	20.7	16.8	11.6	9.9	14.4	13.3	11.3	11.3
10～19	19.6	24.1	15.8	17.3	12.2	12.4	13.2	14.8	12.0	12.9
20～29	9.4	10.9	13.5	14.1	12.1	11.5	11.8	13.3	11.0	12.3
30～99	9.1	9.6	27.8	24.0	29.6	25.4	27.8	28.0	26.7	31.5
100～299	1.7	2.2	15.9	18.0	21.1	24.6	18.7	20.1	19.7	22.3
300～499	0.2	0.3	6.4	9.7	13.4	16.2	14.0	10.4	17.5	9.8
靴	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
4～9	66.7	45.3	32.7	12.9	24.1	8.2	27.0	8.1	26.0	6.3
10～19	19.2	26.0	22.0	15.7	21.2	15.2	20.8	15.4	19.6	14.9
20～29	8.3	11.0	17.0	12.4	18.3	12.7	18.1	11.2	18.4	10.3
30～99	5.2	13.8	20.4	31.7	23.4	40.8	22.7	43.2	23.3	52.6
100～299	0.6	3.9	7.8	27.3	13.0	23.2	11.4	22.0	12.7	16.0
食卓用陶磁器	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
4～9	67.1	58.9	24.3	23.5	16.9	18.0	18.4	18.6	17.4	18.3
10～19	16.7	23.0	14.3	21.8	13.6	17.8	13.4	15.4	13.0	20.9
20～29	7.3	8.2	10.9	13.6	10.4	14.4	10.5	14.0	10.4	13.9
30～99	6.6	9.2	21.5	34.2	21.3	37.6	20.3	34.4	19.8	32.2
100～299	2.2	0.8	29.1	6.8	37.8	12.3	37.4	13.1	39.4	15.7
洋食器	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
4～9	66.8	59.4	28.9	25.6	19.9	20.7	19.8	20.0	17.5	15.4
10～19	15.5	20.3	15.4	20.0	16.8	17.4	17.3	18.5	19.5	15.4
20～29	10.3	10.9	18.8	18.8	18.2	15.7	20.3	12.3	21.4	7.7
30～99	7.4	9.4	36.9	35.6	44.8	46.3	41.8	49.2	0.0	61.5
眼鏡	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
4～9	58.7	39.7	11.9	6.8	9.6	7.1	8.9	8.4	8.6	10.6
10～19	15.3	27.9	7.6	10.9	6.8	8.6	6.2	8.4	5.9	7.9
20～29	9.2	7.8	8.1	5.6	7.4	3.8	6.3	2.8	5.4	0.8
30～99	10.5	15.7	22.6	22.2	24.9	18.9	23.2	17.5	23.9	17.2
100～299	6.4	8.8	49.7	54.4	51.3	61.4	55.3	62.8	56.3	63.5
タオル	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
4～9	63.2	38.1	24.6	10.9	13.9	9.8	16.8	8.5	-8.2	7.2
10～19	18.0	29.9	16.0	20.0	16.4	18.3	13.7	20.7	25.6	20.3
20～29	9.0	12.2	14.8	14.1	18.2	16.9	16.2	17.4	32.1	17.0
30～	9.8	19.7	44.6	55.1	51.4	55.0	53.3	53.5	50.5	55.6

出典：『工業統計表』各年より作成。

注：2020年の眼鏡は眼鏡枠と眼鏡の合計。

いて堅調であることが読み取れる。つまり、比較的大きい規模、100人以上層や30～99人層で増える傾向で、それ以下の層では減少の傾向である。その背景には、低成長期における地場産業の内部で、より規模が大きい方へビジネスのチャンスが相対的に恵まれていたことも推量される。

要するに、全体としては企業数、従業員数は大幅な減少の中で、出荷額などの規模別の変化では、零細層では大きく減らし、中小規模の企業では若干増やしており、大手企業では、家具などの例外があるものの、大きく増やしている。次に、地場産業の企業の経営的な指標をより深く詮索し、地場産業の縮小期の特徴をつかむために、1社当の付加価値額と利益額の指標について分析する。

5) 地場産業の企業の経営基盤の1社当の変化

1社当の付加価値額について平均で見れば、表6のように、陶磁器の大幅な減少とタオルのやや減少を除いて、その他の業種で増加しているなかで、特に鞆は約2倍強も増加している。また2020年の時点で、最も高いレベルは眼鏡で、陶磁器の約4倍強、家具やタオルの2倍も高い。

また、1社当の付加価値額の規模別変化について見れば、家具、鞆、眼鏡では多くの層で増加している。例えば、家具ではすべての層で増加しているし、眼鏡では中小企業と大手企業の方で増加している。それに対し、陶磁器、洋食器、タオルでは減少の層が多く、陶磁器では中堅企業の方がより堅調（縮小の比率が少ない）で、洋食器では零細の方で増えているし、タオルでは小零細の方が大手企業より減少幅が少ない。

次に、1社当の利益額の変化について平均で見れば、それは、陶磁器とタオルを除いて、全業種で増加している。増加率では鞆が3倍弱の増加、洋食器も約50%弱の増加している。2020年時点で1社あたりの利益額が平均的に大きいのは、眼鏡であり、家具や鞆の約2倍も高い。

また、1社当の利益の変化について規模別にみれば、大手企業では家具、鞆、陶磁器、タオルの減少しているのに対し、眼鏡枠と洋食器の方で増加している。中小企業の規模では家具と鞆で増加しているが、その他の業種では減少傾向である。ただし、洋食器では中小規模の10～99人層で増加し、大手

表6 地場産業の規模別の生産関連の分析

単位：億円

単位：万円

区分	1 社当出荷額		1 社当付加価値額		1 社当利益額		1 人当付加価値額		1 人当賃金	
	1990	2020	1990	2020	1990	2020	1990	2020	1990	2020
木製家具 / 平均	3.03	3.73	1.28	1.43	0.79	0.95	747.9	761.9	320.2	363.1
4～9人	0.58	0.70	0.31	0.36	0.15	0.20	520.0	601.1	274.9	321.3
10～19	1.88	1.92	0.86	0.88	0.48	0.51	626.8	652.3	303.9	337.4
20～29	3.89	3.93	1.60	1.75	0.93	1.07	653.6	719.3	305.9	348.6
30～99	9.82	9.84	3.89	4.17	2.30	3.11	750.3	891.4	314.8	362.6
100～299	36.71	41.91	13.78	13.16	8.93	9.67	879.5	848.6	352.9	394.2
300～499	174.38	207.50	76.63	51.00	58.88	31.83	1639.3	812.1	472.0	437.9
靴 / 平均	1.57	3.10	0.60	1.43	0.35	0.97	497.8	637.9	227.2	290.6
4～9	0.57	0.56	0.24	0.26	0.14	0.13	410.4	402.3	183.6	229.9
10～19	1.73	1.81	0.65	0.85	0.36	0.55	470.1	627.9	241.1	282.6
20～29	3.46	3.55	1.31	1.45	0.78	0.90	529.6	574.3	238.8	277.2
30～49	7.06	9.16	2.61	4.48	1.57	3.68	554.4	868.9	246.9	294.8
50～99	32.17	18.57	10.67	8.14	7.00	4.00	725.6	514.9	294.8	325.2
食卓陶磁器 / 平均	1.32	0.98	0.81	0.56	0.44	0.29	497.0	394.6	255.3	239.2
4～9	0.33	0.30	0.22	0.18	0.11	0.09	376.7	311.1	189.0	189.7
10～19	1.07	0.76	0.65	0.38	0.34	0.27	468.1	278.7	252.9	196.7
20～29	1.87	1.72	1.16	0.97	0.62	0.50	479.5	405.8	249.9	235.6
30～99	4.24	4.00	2.47	2.11	1.30	1.03	469.5	396.2	260.5	271.1
100～	23.10	15.67	13.98	9.67	7.95	6.00	638.5	761.2	310.0	367.5
洋食器 / 平均	2.17	1.89	0.87	1.02	0.57	0.81	651.3	736.1	258.3	271.8
4～9	0.65	0.66	0.26	0.34	0.15	0.21	447.6	575.2	200.0	265.5
10～19	2.36	1.62	0.98	0.92	0.71	0.62	730.8	678.0	267.4	282.5
20～29	3.82	2.71	1.71	1.14	1.18	0.57	700.7	481.9	262.8	241.0
30～99	13.20	9.33	4.95	5.33	2.25	5.33	737.2	1019.1	297.8	286.6
眼鏡 / 平均	4.19	6.00	2.26	2.81	1.46	1.85	809.8	807.7	341.6	382.0
4～9	0.68	1.07	0.34	0.59	0.21	0.49	606.1	989.7	241.3	268.0
10～19	1.85	1.84	0.91	0.84	0.56	0.53	659.1	620.2	298.8	297.2
20～29	3.39	2.94	1.55	1.00	0.86	0.19	630.2	405.1	315.1	354.4
30～99	9.98	7.22	5.02	3.13	3.34	2.03	831.4	633.7	343.2	373.9
100～	33.85	41.72	19.68	20.00	12.94	13.33	901.3	932.2	375.9	416.9
タオル / 平均	2.61	3.39	1.49	1.45	0.59	1.04	998.4	696.5	276.1	300.9
4～9	0.58	0.88	0.40	0.32	-0.08	0.20	681.6	542.2	229.0	271.1
10～19	2.39	2.07	1.13	1.00	0.83	0.70	852.1	719.0	284.0	277.8
20～29	5.29	4.67	2.69	2.06	2.09	1.44	1096.0	860.5	317.0	348.8
30～	13.71	9.45	8.10	3.93	3.02	2.93	1193.3	677.0	285.5	302.9

出典：『工業統計表』各年より作成。

注：2020年の眼鏡は眼鏡枠と眼鏡の合計。

企業と零細層で減少しているし、陶磁器では全規模層で増加している点は特徴である。

このような傾向では、当該時期に現存企業の経営基盤は産業別と規模別に違いがあるものの、大きく後退せず、むしろ強化されてきたように見える。それは、縮小過程における諸産地のマクロ的な付加価値額、出荷額等の諸指標は大きく減少しているが、1社当出荷額等の諸指標は大きく増加し、産地の維持によって現存企業の存立の条件となっていると考えられる。

6) 地場産業の生産性の変化

従業員1人当生産性と賃金の変化についてみる。まず、生産性の変化について平均でみれば、表6のように、1人当生産性（付加価値額／従業員数）は、全体としては眼鏡と家具が1990年と2020年でほぼ同じ額で変化がほとんどなく、陶磁器とタオルで同年間減少し、鞆と洋食器で同年間増加している。

それについて規模別にみると、生産性は零細層で家具、洋食器、眼鏡で増加し、鞆、陶磁器、タオルで減少している。また、中小規模では家具、鞆、洋食器で増加し、眼鏡、タオルで減少している。それに対し、大手企業では、陶磁器、洋食器、眼鏡で増加し、家具では減少している。なお、タオルは全規模の層で減少している。

次に、1人当賃金（現金給与額）の動向についてみれば、表6のように、陶磁器の減少の他はすべて増加している。規模別には、零細規模で1人当賃金が減少する地場産業はなく、大手企業では家具のみで減少し、その他の地場産業では増加している。ただし、小規模でタオル、洋食器、陶磁器で減少し、中規模では洋食器のみで減少している。

賃金の動向は、生産性や利益の規模別の変化ともやや異なる動向を見せている。賃金と付加価値生産性は、両者がほぼ比例的に変化しているが、タオルの場合のみが付加価値生産性が低下しているのに対し賃金がややアップしている点が異なっている。

要するに、地場産業が輸入品との競争によって産地の規模を大きく縮小しているのに対し、現存の企業では、個別の地場産業において変化の在り方が異なっているものの、地場産業の全体としては、従業員1人当生産性では、

当該年間、中小規模と大手企業との間に増減に格差が大きい。業種別には、眼鏡、陶磁器、洋食器では大手企業の方が増加傾向で、家具、鞆では中小規模で減少傾向である。

7) 地場産業の経営的な分析

ここでは、地場産業の企業の経営分析として、①付加価値額／出荷額（売上高付加価値率）、②利益／出荷額の比率（売上高利益率に相当）、③賃金／付加価値額の比率（労働分配率）について取り上げ、その特徴を浮き彫りにする。

①付加価値額／出荷額の比率

付加価値額／出荷額（売上高付加価値率）の比率の平均では、表7のように、2020年時点で、その比率が高いのは陶磁器（57.7）、洋食器（53.7）であり、眼鏡枠と鞆が約46%、家具とタオルが40%前後である。1990年と2020年を比較すれば、家具と陶磁器、眼鏡、タオルで減少し、家具と陶磁器の低下が少ないものの、家具は2020年に38%という最も低いレベルで在り、陶磁器は最も高いレベルである。

規模別にみれば、売上高付加価値率は、眼鏡は零細と大手企業で増加し、中小企業で減少している。家具は主に大手で大きく減らしている。タオルでは中規模、大手で大きく減らしている。それに対し、鞆と洋食器は中規模で増加している。洋食器は13.5%ポイントも増加し、鞆は8%ポイントも増加している。鞆はすべての層で増加しているが、特に大手の増加は著しい。洋食器は20人層でやや減少しているものの、その他の層では増加している。

日本の工業の全体では、表7のように、売上高付加価値率が約1/3の比率（2020年：付加価値額約90兆円／出荷額約280兆円、1990年：同120兆円／360兆円には）⁸⁾であることからみれば、地場産業は付加価値額／出荷額の比率が高い。特に、洋食器ではその比率が大きくアップしている。

全体としては減少が大きい産業でも現存企業の経営の状態が大きく改善している側面は目を引く。陶磁器も全体としては減少幅が大きいですが、現存する企業の経営状態は相対的に良い方であり、付加価値率が最も高い点も注目される。工業全体の同比率より地場産業の同比率が高いことも興味深い。

表7 地場産業の経営的な分析

単位：％

区分／年次	付加価値額／出荷額		利益額／出荷額		賃金額／付加価値額	
	1990	2000	1990	2000	1990	2000
木製家具／平均	42.2	38.4	26.0	25.5	42.8	47.7
4～9人	52.4	51.7	25.5	29.2	52.9	53.5
10～19	45.7	46.1	25.6	26.7	48.5	51.7
20～29	41.1	44.5	23.8	27.2	46.8	48.5
30～99	39.6	42.4	23.4	31.6	42.0	40.7
100～299	37.5	31.4	24.3	23.1	40.1	46.5
300～499	43.9	24.6	33.8	15.3	28.8	53.9
鞆／平均	38.1	46.2	22.4	31.2	45.6	45.6
4～9	42.7	45.7	24.2	23.9	44.7	57.1
10～19	37.3	47.1	20.7	30.6	51.3	45.0
20～29	37.8	40.8	22.6	25.4	45.1	48.3
30～99	37.0	48.9	22.3	40.2	44.5	33.9
100～199	33.2	43.8	21.8	21.5	40.6	63.2
食卓陶磁器／平均	61.3	57.7	33.0	30.0	51.4	60.6
4～9	66.7	59.4	33.9	30.4	50.2	61.0
10～19	60.6	50.0	31.6	35.3	54.0	70.6
20～29	62.0	56.4	33.1	29.1	52.1	58.1
30～99	58.3	52.8	30.7	25.7	55.5	68.4
100～	60.5	61.7	34.4	38.3	48.6	48.3
洋食器／平均	40.2	53.7	26.1	43.0	39.7	36.9
4～9	40.2	52.0	23.1	32.0	44.7	46.2
10～19	41.4	57.1	30.3	38.1	36.6	41.7
20～29	44.9	42.1	30.8	21.1	37.5	50.0
30～99	33.2	57.1	21.3	57.1	38.6	28.1
眼鏡枠／平均	53.9	46.9	34.9	30.9	42.2	47.3
4～9	50.2	55.2	31.2	46.0	39.8	27.1
10～19	49.3	45.7	30.3	28.6	45.3	47.9
20～29	45.8	34.0	25.3	6.4	50.0	87.5
30～99	50.3	43.3	33.5	28.1	41.3	59.0
100～	58.1	47.9	38.2	32.0	41.7	44.7
タオル／平均	57.0	42.8	22.4	30.7	27.7	43.2
4～9	68.7	36.7	-13.2	22.4	33.6	50.0
10～19	47.4	48.4	34.9	34.1	33.3	38.6
20～29	50.8	44.0	39.5	31.0	28.9	40.5
30～	59.1	41.6	22.0	31.0	23.9	44.7
工業全体	37.0	31.1	28.4	25.5	35.5	35.3

出典：『工業統計表』各年より作成。

注：2020年の眼鏡は眼鏡枠と眼鏡の合計。

②利益／出荷額の比率

利益／出荷額の比率（売上高利益率に相当）の平均では、企業の売上高に対する利益の指標で粗利を表すもので、ほかの指標に比べ変化が少ない方である。当該年間、鞆（22.4%から31.2%へ）と洋食器（26.1%から43.0%へ）とタオル（22.4%から30.7%へ）では増加し、それに対し家具は横ばい（26.0%から25.5%へ）で、陶磁器（33.0%から30.0%へ）と眼鏡（34.9%から30.9%へ）で減少している。また、工業全体の同比率（表7参照）は、同年間、28.4%から25.5%へ低下したが、同比率では家具を除くその他の地場産業の方が平均的に高く、利益を確保するという点では、工業全体と比べ地場産業の方が優位な立場にあることが窺われる。

規模別に見れば、洋食器と鞆は、一部の層に横ばいのものがあるものの、ほとんどの層で増加している。家具の場合は、300人以上の大手を除いてすべての層で増加している。陶磁器の場合は大手で増加、その他で減少し、眼鏡では零細と大手で増加し、中小企業の方で減少している。

③賃金／付加価値額の比率

賃金（現金給与額）／付加価値額の比率（労働分配率）の平均では、地場産業における賃金の負担の程度を見る。同比率では、60%の陶磁器、45～47%の眼鏡、家具、鞆、そして43%台のタオルと37%の洋食器が示されている。タオルで15ポイントの増加をはじめ、陶磁器で約11ポイントの増加、家具、眼鏡で5ポイントの増加で、その比率が大きく変化している。工業全体の同比率（表7参照）は同年間、35.5%から35.3%へほぼ変化がない。それに対し、洋食器を除くその他の地場産業では、より大きく伸び、より高い値を示している。縮小期における地場産業の生き残りをかけて労働への分配が大きくなっていることが窺われる。

規模別には、その比率が大手企業で増加するのは家具、鞆、眼鏡枠で、中堅企業で増加するのは陶磁器、洋食器、眼鏡である。産地の特性を内包するもので、一概には言えないが、各規模別の動向の違いが大きい。産地の生産の縮小の中で生き残りをかけた変化であろうと考えられる。

要するに、地場産業の経営的な分析では、売上高付加価値率、売上高利益率、労働分配率において業種別の違いがあるものの、工業全体の変動率より

大きく、それによって現存企業の経営活動が確保されている点が推量される。それは、マクロ的な縮小のイメージとも異なり、縮小期の地場産業の在り方を表しているものと考えられる。それぞれの指標について、中堅企業と大手企業との比較でも中堅企業より大手企業の方でグローバル的活動が多い筈、眼鏡で高いのも注目される。

以上、ここでの地場産業の統計的な分析を通じて、変化しているというイメージとしてはマクロ的な指標の大幅な減少であり、それに対し地場産業の現存企業の諸指標はマイナスの方向ではなく概ねプラスの方向へ変化している。例えば、大きく変化していないか、プラスに増加した諸指標として、企業1社当付加価値額などの変化、従業員1人当生産性及び経営的な分析の内容（中堅企業や大手企業の比重の大きさと伸び率の相対的な高さ）を確認してきた。さらに、地場産業の企業関連の諸指標は工業全体のそれより高い水準で推移している点は、改めて評価すべきではないだろうか。そのよう点から、低成長期の間、現存企業の経営的な土台の変化が少ないことが窺われる。その背景に、地場産業・産地の社会的分業と深く関係している中小零細企業が大きく縮小し、市場の変化に対応してきたと見做される中堅・大手企業の積極的なビジネス活動があったことで、相対的に伸びてきた側面もある。それは、低成長期・グローバル化の時代の地場産業・産地の変革を担っていることも考慮すべきで、次章で市場と企業の展開を概略的に見ることにする。

3. 地場産業の変化の過程における担い手・企業の対応

1) 地場産業・産地の捉え方

従来の地場産業・産地の研究が産地の生産体制を中心に、その特徴・特質を浮き彫りにしてきた。所謂、中小企業論の範疇の存立形態論・存立条件論を中心とする地場産業の研究であった。つまり、歴史性をおびた産地という狭い地域で、かつ中小企業であるにもかかわらず、立派な製品を市場に送り出せる産地内社会的分業のシステムは高く評価されてきた。さらに、高度経済成長期には、多くの地場産業の製品が輸出もできたことから、それに関する研究も多く行われてきた。

日本の地場産業に関する代表的な研究としては、周知のように、板倉勝高氏⁹⁾、山崎充氏等の研究が挙げられる¹⁰⁾。両氏の研究は、生産の過程を中心とする網羅的な研究であり、流通や市場の研究も行われていたが、言及の水準といえる。特に山崎氏の研究では、小零細企業の営みの弱い点として「販売・流通」を見通していたことは確かであるが、輸入が増えることも予測していたことは先見の慧眼があったといえる。とはいえ、当時の市場は、クローズドマーケットであった。繊維関連の地場産業を除いて、多くの地場産業の製品の輸入も、ある種の秩序のある形で輸入されていたので、一部を除いて産地の生産を大きく脅かすほどではなかった。山崎氏の地場産業論は、クローズドマーケットの下での研究であったので、その延長線上では、現在の地場産業が抱えている諸課題・問題（競争の激化等）が正確には見えないだろう。

一方、現象として地場産業の縮小があつて、その理由は市場の変化であり、それは従来のクローズドマーケットからオープンマーケットへ変化したことであろう。その背景には、周知のように、80年代の後半のバブル経済・円高の影響、輸入増加があつて、そのような時代の変化が市場の変化に集約され、結果的に地場産業の担い手の間に利害関係がより激しくなった。市場の変化にいち早く反応したのは流通の企業であり、生産を担う産地の企業は産地別の違いがあるものの、かつ一部の大手・中堅の企業を除けば、市場の変化に積極的・主導的に対応することができず、その影響をもろに受けてきた。その結果、産地の企業は多く廃業し、産地の生産は大幅に縮小してきた。

他方、オープンマーケットの下では、膨大な量の輸入品による新しい市場の開拓という新しいビジネスのチャンスが広がってきた。それにいち早く反応したのは、広い意味での地場産業の担い手の産地問屋、消費地問屋、大手の小売業者及び産地の大手メーカーであった。オープンマーケットの展開と共に、地場産業の企業にとってみれば、海外との賃金格差、生産費格差があまりにも大きく、国内における地場産業は縮小していくだろうということを用意していた。そこには、円高のメリットを享受したい企業が出現してきた。つまり、輸入品を扱う卸や小売の動向は、産地のメーカーとの利害関係が相反する場合が起きたといえる。そのような変化に、産地問屋、消費地問屋、

小売業者及び産地の中堅や大手のメーカーは、如何に対応してきたのかという点が論点となろう。そのような点を中心に業種別に概略的に検証する。なお、ここでは、前章で取り上げた6つの業種の内4業種について取り上げるが、残りの2業種については紙面の制限もあるので、次回に述べることにする。

2) 地場産業別の市場変化への企業の対応

家具産業の市場変化と企業の対応

グローバル化や円高の影響を家具産業も受けてきた。その背景に、家具産業の企業が海外進出、輸入、委託生産なども行ってきた。最近輸入品は国内需要の約40%強のシェアを占めている。輸入の約30%弱は部品・部材が占めている¹¹⁾。国内市場は、表2のように、約2兆円を超えていたが、最近では1兆円強に減っている。ここでは、日本の最大の産地となった大川の家具産地を中心にみると、大川では90年頃に約1千社以上（内組合企業480社）¹²⁾に上る中小零細企業と1000億円を超える出荷額であったが、2020年には組合企業（家具製造中心、建具等を除く）が100社前後、出荷額は約300億円強までに縮小してきた¹³⁾。では、大川の家具産地の担い手は90年代以降の円高・輸入増加の中で如何に対応してきたのかを中心にみる。

大川における家具の生産は、主に2つの生産体制で行われてきた。まず産地内分業による生産体制についてみれば、産地内分業の生産体制の企業は、中小の規模で営まれているし、その販売は産地問屋との取引が多い。また小売業者や建築の事業者からの注文を受けて、製品を納品する場合も多い。産地の中小企業と零細加工企業は、円高の影響を受注減少・生産減少により、産地のシステムを縮小的に維持しながらグローバル化の動向に受け身的に対応してきた。また大川産地では、加工部材を産地で調達したが、輸入の部材・部品が輸入されると、それを取り入れてきた。それにより産地での加工部材・部品を生産する零細企業がかなり減少した。このように産地内の分業体制を中心に生産活動を行う企業で、輸入活動や海外の現地生産を行っていない企業が多く存在している。そのような企業を「産地企業」と呼ぶことにする。

次に、大手メーカー・中堅企業が産地内での生産活動と、海外での現地生産も行いつつ、市場の動向に対応する企業を「市場企業」と呼ぶことにする。大川の産地では、1990年頃には中堅・大手メーカーは従業員数300人程度の規模を含め、50人以上が数十社いたが、2020年には数社程度で¹⁴⁾、市場企業としての機能を発揮できる位置であるが、産地の生産規模も産地の個別企業の規模も市場企業の規模も縮小してきた。その背景に、大川は産地間競争では優位に立っていたが¹⁵⁾、グローバルな競争では低位に置かれている。一貫生産を行う企業は、規模が大きく、製品の差別化を行い、価格も比較的高く、主に産地間屋を通さず、小売業や事業者などに直販が多い。なお、大川の家具産地では、市場企業に当たる一部の企業が海外生産、部材加工品の輸入を行うなどして、産地の生産コストを低下させてきたものの、輸入品との価格差は大きく、産地内分業体制の下での産地企業の研究開発力は乏しい。

産地間屋は、輸入品を中心にビジネスする場合と産地の製品を中心にビジネスする場合に分かれる¹⁶⁾。前者は、アジアからの輸入ルート・物流の関係から他の港や産地より優位にあり、最近増えている。後者の場合は、小規模の産地間屋で産地の家具生産が減少したので産地間屋も規模が縮小してきた。地方の産地間屋は規模が大きくなり、円高の初期には海外生産や輸入品を扱っていなかったが、最近大川の産地間屋は輸入品を扱い、ネット販売も行っている。

また、東京や大阪等の消費地間屋は小売大手の成長で販売力が大幅に落ちており、産地間屋からの仕入より産地のメーカーより直接仕入れる場合が多い。その分、消費地の間屋は小規模の小売への販売となり、その影響は低下してきた¹⁷⁾。

小売業は、市場の規模が比較的大きく、製品が嵩張るという性質から小売店では広いスペースが必要となり、大手の小売企業、小売のチェーン店等に集約されてきた。それらは輸入品、産地の大手・中堅の製品を直接仕入れており、市場の支配力、価格決定権を持つようになった¹⁸⁾。特に、大手の小売業は、現地生産も多く、直接輸入も行うなど、産地の企業以上のグローバル化している。その結果は産地の生産に大きく影響を及ぼしてきた。すなわち、家具の流通では、輸入が多くなり、その輸入は、産地間屋、消費地間屋、大

手小売、大手メーカー等、担い手の大手や中堅企業が行い、海外の現地生産も産地の中堅・大手及び小売の大手企業も行ってきた。

要するに、家具の地場産業では、主な担い手として産地問屋、消費地問屋、大手小売、産地の大手メーカーが円高以降の輸入増加をリードしてきた。産地内分業による産地企業の生産活動は受け身的な立場で生産が縮小してきた。所謂市場企業は産地より企業を優先し、産地・生産より市場・流通に重点を置き、生産と流通間の協調的な関係から競争的な関係へ、産地内の分業より海外の輸入の加工部材を多く使うなど産地非完結へ変化してきて、グローバル時代の地場産業・産地へと変貌しつつあると考えられる。

鞆産業の市場変化と企業の対応

鞆産業は、東京、大阪、名古屋の大都市圏での大都市型の産地とモノカルチャー的な豊岡のカバン産地のような地方の地場産業型の産地で営まれてきた。鞆は、市場規模が比較的大きく、付加価値利益率が高く、デザインやファッション性が強く求められることと、製造過程で大きな工場の敷地を必要としないなどの理由で、都市型の生産が維持されてきている。また、流通においては海外の企業も参入し、国内の大手企業を含め寡占的な状態が維持されている。

カバン産業では、円高の以前より委託生産、現地生産、外資の市場参加などで、多くの輸入が行われてきたが、特に円高以降急速に増えてきた。鞆産業の市場規模は、1兆円前後という地場産業の市場としては大きな市場であり、海外企業も市場に参加している。前述のように、輸入は、時期によるところもあるが、最近市場の需要の約50%以上も輸入に占められている年もある。鞆の産業にとって輸入品は大きな市場の広がりであり、新しいビジネスのチャンスともいえる。

諸研究によれば¹⁹⁾、豊岡産地のシステムは、販売・注文を受ける担い手によって2つの流れがあるという。一つは、消費地問屋や小売の大手から産地問屋が注文を受けて、産地の企業に生産を委託する流れである。もう一つは、産地の中堅・大手メーカーが外部の流通業者から注文を受けて、自前の工場直接生産する流れである（都合によっては産地の中小企業に製造を委託す

る)。前者の産地内の生産では産地内分業を行い、完成品を生み出す。このような生産と流通の仕組みを協調的と捉えてきた。その背景に、成長期の産地では、仕事が大手から中堅、中小企業、加工や部品づくりの零細企業も成長的であったからだと考えられる。

バブル経済と円高以降、従来から市場での激しい競争の中で、円高のメリットを意識し、そのメリットを先に積極的に取り入れて営業を行ってきたのは、産地問屋と消費地問屋、大手の小売業者であった。まず、産地問屋が輸入品を扱うことで競争に優位となり、産地問屋の利益の確保に産地製品を扱うより有利であった。その影響で、産地の生産と流通のシステムが変化し、他方で両者の関係は厳しくならざるを得なかった。結果、産地問屋は市場の競争を意識し、市場企業となる。生産機能を持つ産地の中小企業は、東京の大手流通会社からの注文・OEM生産を行う企業、その他の中堅・中小企業は、グループを組んでデザイン開発などの新製品を作ること、産地問屋ではない販売先を求めて市場・販売先の開拓を行ってきたが、その成果は芳しくないという²⁰⁾。

要するに、地場産業に外部の衝撃が円高という形で与えられ、鞆産業の担い手の企業はそのメリットをビジネスに利用した結果、輸入が急速に増えて、産地の生産規模や産地の個別企業の規模が縮小してきた。市場企業の関心が、産地より企業に、産地・生産より市場・流通へ、取引の関係は利害関係が厳しくなり、協調関係から競争関係に、産地内生産完結から産地外企業との関係で成り立つ産地内非完結へ、変化してきたことが推察される。このような変化の結果、従来の高度経済成長期の地場産業の展開を土台に形成されてきた地場産業は、グローバル時代の地場産業へと変貌してきたと捉えるべきではないだろうか。豊岡の産地はグローバル的な産地への変化の過程であると推論される。

タオル産業の市場変化と企業の対応

タオル産業は²¹⁾、戦後多くの地域で生産されてきたが、前章で見たように、今治市と泉佐野市に集約されてきた。タオル産業は、繊維・アパレルと似通っている条件もあって、バブル経済以前の70年代より輸入品の増加などの

変化を受けてきた。タオル産業は、市場需要の約8割が輸入品で構成され、地場産業の中でも円高の影響を最も強く受けてきた地場産業の一つである。

タオル産業も、円高以前には産地問屋の注文をベースに、製造のメーカーが産地内分業を利用しながら営まれてきた。産地では大手企業が少なく、産地の中小企業のメーカーは小規模が多い上、産地内分業を担う加工業者はさらに零細企業であった。従って、それをまとめて、生産と販売を担っていたのは産地問屋であった。産地問屋は大阪や東京の消費地問屋へ販売し、小売店やホテルなどの業者への販売は消費地問屋が行ってきた。バブル経済以前は、輸入があっても産地の仕組みを変化させる程度ではなく、2大産地は成長してきた。

しかし、バブル経済の以降、円高の影響を見通した産地問屋、大手の1社が海外生産と輸入を行い、その後産地問屋5社が海外に工場を作り生産と輸入を行ってきた。もちろん、中国の企業の巨大工場もできて日本への輸出を試みてきた。その結果、産地の生産は、国内需要の2割を生産するまでに縮小した。産地の中小企業は、グループを組み、デザイン開発、新製品企画、市場開拓を、産地問屋に頼れず、独自の戦略を練ることとなったが、その結果は芳しくないという²²⁾。なお、産地の零細企業は、依然として中小の産地問屋に頼っている。

要するに、タオル産地においても、円高以降、産地の市場企業の関心が、産地より企業に、産地・生産より市場・流通へ、取引の関係は利害関係が激しくなり協調関係から競争関係に、産地内生産完結の生産を維持しながら、変化してきたことが推察される。このような変化の結果、従来の高度経済成長期の地場産業の展開を土台に形成されてきたタオルの地場産業は、グローバル時代の地場産業・産地へ変貌してきたと捉えるべきではないだろうか。

眼鏡枠産業の市場変化と企業の対応

眼鏡枠産業は²³⁾、戦後東京や大阪と共に福井県の鯖江で生産されてきたが、今は鯖江市に約9割も集約されてきた。その背景に当初はファッション、デザイン性より医療器具の一種で、機能性が重んじられていたが、コスト面を含め、段々とデザイン性やファッション性も求められるようになり、それに

見合った研究開発を行ってきた産地に集積されてきた。

眼鏡枠は材質により製造の工程が異なるが²⁴⁾、金属の場合、最近の材料としてチタンを用いると、さらに加工の技術も高く要求される。従て、製造過程では、部品製造、中間加工等において産地内分業を行い、その上で完成品が組み立てられる。その担い手は中小企業が多いが、付加価値が高い地場産業であるだけに、他の地場産業より多くの大手企業が成長してきた。鯖江の眼鏡枠の製品は主に産地問屋を通じて消費地問屋、小売業者へ販売されていた。つまり、産地内の企業への仕事は、消費地問屋や小売企業から注文を受ける産地問屋と中堅・大手メーカーによってもたらされていた。

円高以降²⁵⁾、大手企業、中堅企業、小企業、零細企業は変化してきた。大手メーカーは一貫生産の体制で製造し、注文も営業活動もでき、かつ海外進出・現地生産及び販売をも行い、輸入も行うようになり、中小企業の産地内分業とは異なる企業経営を行っている等々、グローバル的な経営の企業・市場企業として営まれてきた。また、中堅企業は産地内での生産を続けることで独自色を出す方向へ進む場合と海外の製品・委託生産を行い場合も増えてきた。前者の場合は輸入品との差別化を図りつつ産地での生産のメリットを生かすタイプである。後者の場合は、海外進出や海外企業に委託生産を行い、産地での生産も行うタイプである。さらに、その他の中小企業は²⁶⁾、産地問屋や東京や大阪の小売りなどの規格製品、小ロットの注文に耐える企業へと変化した。大手企業、中堅企業、中小企業、加工の零細企業は、増加する輸入品との競争が激しくなってきたが、他の地場産業の場合と比べると、前章で確認したとおり、縮小過程がゆるやかである。なお、高価品で付加価値が高い眼鏡枠の生産と流通には海外の企業の参入もあって、輸入は増加傾向である。

要するに、眼鏡枠産業では、大手企業・一部の中堅企業を中心にグローバルな経営・海外での生産と販売をしながら産地での生産も行うなど、産地内分業システムを利用しない体制であり、産地の枠組を超えた存在となっている。それらの担い手の企業の関心が産地より企業を中心に、産地・生産より市場・流通に、産地内完結の生産体制からグローバルな生産体制へ、再編成されている過程であることが推察される。結論的に言えば、鯖江の眼鏡

枠の産地は、縮小の過程を経ながら、グローバル的な活動を行う企業を中心にグローバル産地へと変化しつつあるといえる。

3) スマイル・カーブによるグローバル時代の地場産業・産地の理解

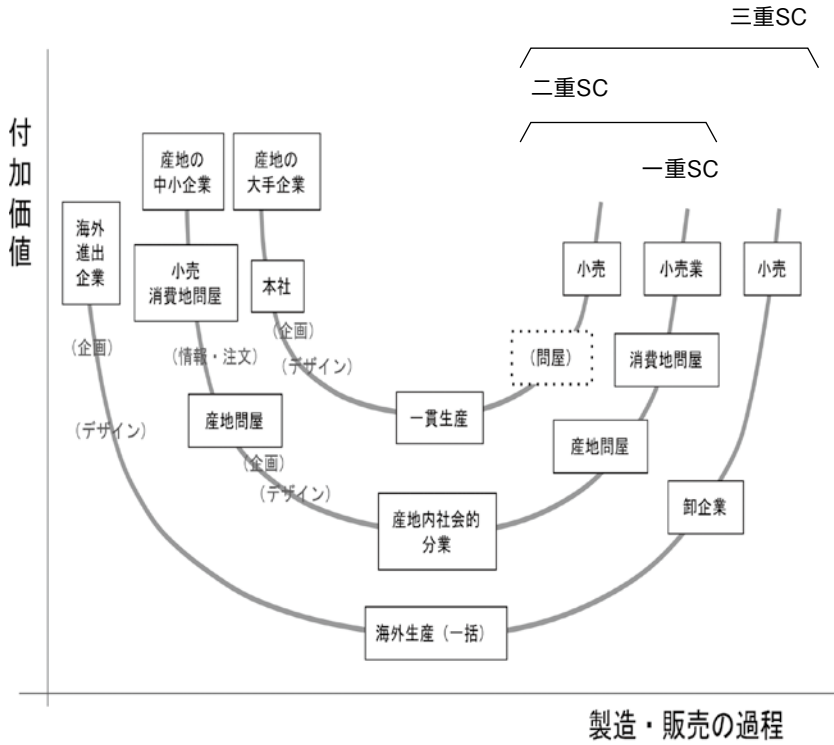
先述のように、輸入品の増加と産地の規模縮小が連関してきたので、そのような現象を価値の連鎖の在り方を表すスマイル・カーブをもって捉えることにする。周知のように、スマイル・カーブは、大手企業の製造から販売、アフターサービスまでの過程で価値の生みかを表すものであるが、それを産地の変化に適応させて理解することで、グローバル化の時代における産地の変化・あり方の一側面がより深く理解できると考えられる。

産地のスマイル・カーブは、図1のように、産地形成の初期からは一重のスマイル・カーブとなり、産地の小規模の企業が産地問屋の企画・デザイン等の注文に基づいて、原材料の準備も行って、産地内分業というメリットも利用しながら、自前の工場で製造し、その販売は産地問屋が行ってきた。

その内に、中堅・大手企業が産地で成長し、中小企業による産地内分業の生産体制から一貫生産体制を組み、製品の企画やデザインなども自前で行う場合が多く、販売も基本的には産地問屋への販売を減らし、消費地問屋や小売に直接売る戦略となり、より高い生産力を利用し、産地の中小企業の製品と差別化を図りながらより高価格品を作るという戦略を駆使してきた。それで、産地では、中小企業中心の産地内分業を利用して製品を製造する企業グループと一部の中堅・大手企業による一貫生産の企業が共存する形となった。これによって、産地の生産力や製品の種類や量は大きく増え、結果的に産地は二重のスマイル・カーブを形成した。

ところで、グローバル化の時代となり、海外現地生産と輸入品が急速に増えて、三重のスマイル・カーブが形成されてきたと見做す。なぜならば、海外現地生産の製品の輸入は産地の企業（海外生産の流通企業）の本社で企画やデザインなどを行い、現地の工場で製造し、輸入し、消費地問屋や小売業者などに販売されるから、産地の低価格よりもさらに低価格の市場が形成されてきた。この三重のスマイル・カーブの形成により日本の地場産業は大きな変革・大幅な縮小を強いられてきたが、他方でグローバル的な企業、市場

図1 地場産業の三重のスマイルカーブのイメージ図



出展：著者作成。
注：SC はスマイル・カーブを意味する。

を意識しながら生産と販売を行うというグローバル的な地場産業・産地となったと考えられる。

なお、地場産業に関する研究では、Craft 化という方向も模索しているように見える。つまり、2024年、「日本中小企業学会の全国大会」の一つの大きな論点が地場産業のクラフト化であったことから窺われる²⁷⁾。そこでは、最近の産地の変化と今後の展望として、多くの産地の規模が大きく縮小する中で、産地は存続するものの、アジアからの低価格品の増加が続くとみれば、新しい方向としてヨーロッパの地場産業の長所を取り入れることをイメージしているように見える。

三重のスマイル・カーブが形成される過程で、二重のスマイル・カーブが大きく変質しなかったことが論点となろう。つまり、産地内の社会的な分業も一貫生産の企業も規模を縮小しながらも、産地の生産体制がほぼそのまま維持してきたという点である。産地の生産規模・従業員数の著しい減少が行われてきたにもかかわらず、産地の生産体制が維持されてきたことの背景に、何があるのだろうか。つまり、なぜ産地の生産システムが変化しなかったのか。その背景には、従来の地場産業の担い手の企業間の利害関係が錯綜していたことが疑われる。つまり、円高のメリットを享受したい流通系の企業・小売はじめ消費地問屋や産地問屋は輸入品からの魅力を感じ、それが大きくなればなるほど、産地企業はより激しい競争を強いられることとなる。

他方、消費者も製品の機能性がある低価格の輸入品にメリットを感じて、産地企業の利害関係とは裏腹に、市場は反応してきたことが地場産業の変化の大きな要因だろうと思われる。市場企業にとって産地の製品より輸入品を優先して販売することで利益が多くなるという仕組みが働いていたこと、産地での生産過程で産地内の部品などの加工企業への外注を減らし、安価な輸入の部材部品を多く使用することでコストを減らしてきたが、製品の機能性の格差や価格格差が依然として大きい。なお、タオルのような製品は輸入品が市場の8割を占め、そのレベルがつづいているが、輸入の限界というものもあるように思われるが、そのような点については今後の課題とする。

4. 結 論

以上の検討の結果として、次のような結論に辿り着く。

第一に、過去約30年以上も縮小してきた地場産業・産地は、その生産システム・産地内分業の体制の下で営まれてきた多くの企業が廃業し、システムの欠陥、グローバル化の時代に対応できないというシステムの失敗を見てきた。他方で、産地内分業のシステムを利用しない企業群は輸入品が広げるビジネスのチャンスに与る所謂「市場企業」になり、円高から生まれるメリットを享受しながら、新しい地場産業・産地の再編成を迫り、グローバル的な地場産業・産地の形成を担ってきた。突き詰めていえば、現存の地場産業・

産地はグローバル的な地場産業・産地の形成の過程にあるともいえる。なお、従来の研究は産地の生産システムの下で、維持論・成長論の方向で捉えてきて、変化の大きな枠組がとらえきれなかったのではないだろうか。

次に、定量的な・統計的な分析を通じて、現象的な減少の裏側では現存企業の経営活動を支える実態を確認してきた。すなわち、1社当の諸指標、従業員1人当の生産性指標、付加価値利益率などの経営分析では危機的な位置に置かれておらず、90年頃と比べてマイナス的な変化がないか、むしろ良くなっていることも確認した。さらに、地場産業の諸指標は工業全体のそれより高いレベルで推移している点も、地場産業の現存企業の長所だと考えられる。このような実態こそが、多くの企業が廃業している中で、縮小期の地場産業・産地の姿であり、現存企業の経営的基盤が維持されながら全体として縮小しているという点が、地場産業の縮小論の根幹となろう。

最後に、地場産業・産地の定性的な分析として、市場がクローズドマーケットからオープンマーケットへ変わり、輸入品の増加というビジネスのチャンスと産地の企業の生産縮小とが、一種トレードオフ（Trade-Off）の関係として展開されている中で、企業間関係は厳しくなってきた。その内容は、産地内での協調関係が競争関係・敵対的なビジネス関係へ、産地より市場へ、生産より流通へ、産地より企業へ、を優先する傾向である。そのような展開は、産地の中堅・大手企業と産地内分業を担う中小企業との関係が産地企業と市場企業との間で起こってきた。その結果、地場産業・産地の在り方はグローバル的な地場産業・産地の形成へ進んでいると考えられる。

結論的に、日本の地場産業・産地は、グローバル化の時代と共に低成長期・成熟期の日本経済の展開の下で、他の産業より最も強いマイナスの影響を受けてきたが、そのような条件の変化過程で、地場産業の主な担い手の市場企業が危機をチャンスに変えることで、新しい地場産業の形を形成してきた。その結果、クローズドマーケットの下で展開されてきた二重のスマイル・カーブから三重のスマイル・カーブを描きながら展開されているといえないだろうか。三重のスマイル・カーブの中で、日本の地場産業は新しい展開が広がるだろうと展望されるのである。

注

- 1) 山崎充『日本の地場産業』ダイヤモンド社、1977年。板倉勝高『地場産業の発達』大明陶堂、1993年。
- 2) 太田康博『繊維産業の盛衰と産地中小企業—播州先染織物業における競争と協調』日本評論社、2007年。そのほか長谷川英伸の下記の研究、その他多くの個別地場産業の研究が挙げられる。
- 3) 岡森啓「1993年と2023年の現地調査から見た泉州タオル産業の変容」（『ジオグラフィカ千里』第3号）、2024年、等参照。
- 4) 輸入の増加を現地生産の縮小の原因として捉え、その上で産地の企業の努力（投資、製品開発、デザイン開発等）を目指してきた。
- 5) 『経済財政白書』2022年、付録統計参照。1990年470兆円、1997年542兆円、2020年538兆円でほとんど変化がない。
- 6) 『工業統計』1990年と2020年の参照。出荷額（付加価値額）990年327兆円（121兆円）、2020年322兆円（100兆円）で、出荷額で変化がなく、付加価値額は減っている。
- 7) 今治タオル組合の資料（<https://itia.or.jp/file/toweldata03.pdf>）、1997年に輸入と生産の合計（千トン）は $65 + 45 = 110$ から $14 + 58 = 72$ であり、約4割減である。
- 8) 『工業統計』1990年と2020年の参照。
- 9) 前掲、『地場産業の発達』参照。
- 10) 前掲、『日本の地場産業』参照。
- 11) 家具の輸入は1994年出荷額2兆円、930億円で、輸入の比率は4.6%程度であったが、2019年には出荷額が1.3兆円で、輸入額約6千億円で、その内部品・部材は約2千億円であり輸入額の約1/3を占めている。（東洋ファニチャー（株）、『家具企業要覧』2019年、参照。
- 12) 『大川市工業統計』1993年等参照、及び組合の資料と聞き取り調査による。
- 13) 大川の出荷額は1990年頃には500社弱で1000億円を超えていたが、最近では2020年頃には、100社弱（家具中心、建具等除外）で300億円強を示している。
- 14) 家具産地の大川企業数の変化については組合に資料と聞き取り調査による。また、拙著『日本の地場産業産地分析』税務経理協会、1997年、参照。
- 15) 拙著（財）大川インテリア振興センタ「令和元年 インテリア産業関係統計資料」参照。
- 16) 産地問屋については東洋ファニチャー（株）での聞き取り調査による。
- 17) 消費地問屋については東洋ファニチャー（株）での聞き取り調査による。
- 18) 小売業の動向は東洋ファニチャー（株）での聞き取り調査による。
- 19) 八幡一秀「東京都の地場産業の研究—皮革関連製品製造業を事例として—」（中央大学『経済学論纂』第59巻5・6号、2019年。長谷川英伸「地場産業が存立維持できる分業構造とは—豊岡カバン産業における中小企業の経営行動」『中小企業季報

- 2023 No2-4 2024年2月』。長谷川 英伸「中小企業研究における地場産業の捉え方—豊岡カバン産業の産地問屋と産地メーカーの現状—」『経営経済』57号, 2020年3月。
- 20) 金本莉沙 田中靖大 吉岡咲野 李亮「豊岡鞆産業の今後の方向性」, 11~12頁。
- 21) 矢野健三 那須清吾「課題構造説明フレームを用いた今治タオル産業における将来戦略の導出」。岡森啓「1993年と2023年の現地調査から見た泉州タオル産業の変容」(『ジオグラフィカ千里』第3号), 2024年。
- 22) 前掲, 「課題構造説明フレームを用いた今治タオル産業における将来戦略の導出」, 第6章参照。
- 23) 遠山恭司, 山本篤民「グローバル経済体制下における鯖江の眼鏡産業集積の構造変化」(渡辺幸男編著『日本と東アジアの産業集積研究』同友館), 2007年。柴田弘捷「日本の眼鏡産業と産地福井・鯖江の盛衰—鯖江のフレームメーカーの動向」『専修大学社会科学研究所 月報』No698・699, 2021年8月・9月合併。尹 大栄, 加藤明『眼鏡産地の日伊比較分析』(『経営と情報』Vol.20 No2。2007年。
- 24) 前掲, 「グローバル経済体制下における鯖江の眼鏡産業集積の構造変化」, 第3章参照。
- 25) 同上, 第2章参照。
- 26) 同上。
- 27) 2024年9月14~15日, 東京の専修大学にて, 「日本中小企業学会の全国大会」の統一論題が「地場産業における中小企業の挑戦」であり, 主な内容が地場産業の技術・経営の展望としてクラフト化について議論があった。