

第 1 章

地域発展と産業集積

——日本の経験から——

第 1 節 産業集積をめぐるいくつかの論点

1990年代に入った頃から、「産業集積」という概念が注目を浴びている。その出発点は、サクセニアン (A. Saxenian) の『現代の二都物語』⁽¹⁾や、クルーグマン (P. K. Krugman) の『脱「国境」の経済学』、『経済発展と産業立地の理論』⁽²⁾にあるように思える。経済理論の世界の手詰まりから、より現実的である空間的な「産業集積」に新たな突破口を導き出そうとしているのであろう。さらに、途上国の開発問題と関連して、農村地域における工業化、産地化の重要性が認識されはじめたことも指摘される。この点、従来からこうした領域で仕事をしている身からすると、まったく別の世界から新たな参入者が増えることは歓迎すべきであり、新たな視角から、こうした問題に光が当てられていくものとして興味深く受け止めている⁽³⁾。

1. 産地と地場産業

振り返ってみると、現在注目されている「産業集積」の概念は、日本の中小企業論や経済地理学の世界で、「産地（産業）」「地場産業」「地域産業」「産業地域社会」などの用語で議論されていたものに非常に近い。とりわけ、

日本の場合には全国の各地域に特定生産物を生産する「産地」が広く存在していた。その数は500～600カ所、あるいは1500カ所ともいわれ、全国の至る所で特色のある発展を示し、それぞれの地域経済の主要な担い手として機能していたのであった。そして、特に江戸期以来の伝統的な産地に関しては、戦前期における「マニファクチャ論争」⁽⁴⁾の際に、経済史、経営史の立場から、桐生の織物業、尾西地区の毛織物業等の分析が進められたこと、さらに戦後は、中小企業施策のなかで、全国の各地の産地産業を対象に、「産地診断」の名目でかなり詳細な調査が積み重ねられていったことも、日本の「産業集積」研究の基礎を形成してきたように思う。実際、1960年前後から、全国の主要な産地は「産地診断」の対象とされ、専門家を動員しながら、貴重な『報告（勧告）書』を大量に残してきたのであった。

そして、産地（産業）といわれた部分は、その後、1970年前後からは「地場産業」の名称で議論されることが多くなっていく。この「地場」という言葉は「株式市場」の世界の用語であったのだが、70年代に入った頃から独特な意味を帯びてくる。この点、日本の地場産業研究の先駆者であった山崎充氏は「地場産業」を以下のように定義している⁽⁵⁾。

(1)特定の地域に起こったのが古く、伝統のある産地であること、(2)特定の地域に同一業種の中小零細企業が集中的に立地して、地域的企業集団として産地を形成している産業であること、(3)市場を広く全国や海外に求めて製品を販売している産業であること、としていたのである。そして、このような認識を背景に、わが国では1970年代中頃から、地場産業は中小企業論、経済地理学等の世界の一つの主要な研究対象となっていくのであった。実際、個別地場産業研究の成果は、70年代後半頃から80年代にかけて大量に提出されている⁽⁶⁾。ただし、一時期、研究者の関心と呼んだ地場産業も、85年の「プラザ合意」の頃から事態は深刻化し、しだいに話題にされることも少なくなっていくのであった。

2. 地場産業から地域産業へ

事実、1970年代中頃から80年代中頃の「地場産業」研究の渦中にいた私なども、しだいに繊維、陶磁器、家具等の伝統的地場産業の研究から距離を置きながら、機械産業の地域的な集積などに関心を移していく。東京の大田区や墨田区、また、地方の諏訪・岡谷、坂城等の機械工業集積、技術集積に注目し、地域と産業集積を焦点として、「地場産業」という言い方よりも、「地域産業」「産業地域社会」⁽⁷⁾などの言葉で対象を見つめていくのであった。

特に、繊維地場産業の研究から地域の機械工業集積の研究に転じた私は、近年、「地場産業」という言葉よりも「地域産業」という言葉を好んで使うことが多くなっていく。それは「産地」「地場産業」と言う場合、特定製品の地域生産集団、あるいは同質的な製品の量産がイメージされるからにほかならない。そして、これら日本の「産地」「地場産業」は需要構造の大幅な変化、特に、輸出市場の縮小、消費の高度化、差別化などにより、おしなべて苦境に陥っている。むしろ、成熟社会にいる私たちは、異質性を受け入れられる地域生産集団としての「地域産業」のあり方に注目していかなければならない。地場産業研究からスタートした私は、以上のような理由から、「地場産業」の限界を乗り越えるものとして、新たな、より広い概念としての「地域産業」のあり方に関心を寄せているのである。

以上のように、現在「産業集積」という言葉でイメージされている世界は、日本で従来から議論を重ねてきた「産地（産業）」「地場産業」「地域産業」「産業地域社会」などの概念のある部分に注目しようとしているようにみえる。まさに、空間的な「地域」と「産業」に光が当てられ、そのなかでも中小企業が主要な担い手として注目されている。そして、特に「産業集積」という言葉を好んで用いる研究者たちは、集積そのもののなかに相互補完的な機能、あるいは発展のエネルギーが内在していることを期待している向きも多い。だが依然として、マーシャルがかつて指摘した「特殊技能を持った労

働者の確保が容易。生産財や原材料が入手し易く、関連産業の発達が見られる。情報伝達が行われ易い」⁽⁸⁾という点から、いまのところ多くは出ていないのである。このマーシャルの指摘を乗り越える何ものかを生み出しうるのか。それは、今後の研究を待たねばならない。

さらに、もう一つ指摘しておかねばならないのは、「地域」という視点を忘れてはならないという点であろう。特に、今後、IT（情報技術）の発展により、空間的な制約は少なくなっていく。その場合、「産業集積」は「地域」という空間を乗り越えていくのかどうか。産業、企業の発展が「地域」とは無縁のところに進むのかどうか。「地域」とはかわりをなくしていく産業など、意味があるのだろうか等が問われていかななくてはならない。振り返るまでもなく、産業、企業は次々に変転していく。だが、人びとが生活する「地域」は永遠に続いていく。なによりも、その「地域」を豊かにするものとして、「地域産業」のあり方が問われていくべきではないのかと思う。

第2節 日本における産業集積

日本の地域産業の発達史をひもといてみると、その出発の初期的条件には大きく三つのタイプがあったように思える⁽⁹⁾。第1は、その地域に特別の原材料があり、独特の特産物が生産されてきたという場合であろう。多くの織物、木材加工品、陶磁器等の地場産業がその典型であり、日本の500～600カ所ともいわれる地場産業の大半は、紆余曲折はあるものの、実はこうした原材料基盤を背景に成立、発展してきたのであった⁽¹⁰⁾。

第2は、巨大な需要を内包する大都市に成立・発展する産業であり、多様な産業分野にまたがるが、かなりの規模の地域生産集団、産業集積を形成したものとしては、京都の友禅染、江戸小紋染、加賀友禅染などの染色業が知られる。いわば、「大都市発生型」の工業といえそうである⁽¹¹⁾。

そして、第3のスタイルは、明治期以来の欧米からの移植産業が指摘され

る。また、こうした移植産業のなかでも、鉄鋼、化学、造船等の装置型の巨大産業は主として日本の地方圏に企業城下町を形成したか^{§12)}、靴、カバン、メリヤス、スカーフ等の洋風の日用消費財産業¹³⁾、さらに、加工段階の深い機械産業の多くは大都市圏に形成されたことも興味深い¹⁴⁾。

そして、明らかに地方圏は織物、陶磁器等の地場産業と、鉄鋼、化学、造船等の企業城下町を形成し、大都市圏は染色業等の高級消費財の地場産業、さらに、移植された洋風日用消費財や機械金属工業の地域産業集積を形成してきたのであった。現在では日用消費財産業の多くは地方圏から海外に生産拠点を移行させてはいるが、大都市圏がその発祥の地であり、ごく最近まで、大都市がその重要な生産拠点として機能していたのであった。

1. 大都市工業集積と地方工業集積

そして、この大都市に発達した工業（産業）集積と地方に発達した工業（産業）集積は、その基本的な構造において、実に対照的なスタイルをとってきた（表1）。以下で検討するように、高度成長期までの日本産業は、「地方工業」的展開の特質を受け継いだ産業展開のスタイルが実に効果的に働いていたのだが、成熟社会、あるいは、東アジア近代工業化の時代が具体化しつつある現在、大きな困難に直面している。むしろ、これからの日本産業の展開の基本的なスタイルは、以下に検討する「大都市工業」型にみることができるであろう。

ここでは、まず、「大都市工業集積」と「地方工業集積」の展開の諸側面でみられる構造的な差異とでもいえるべきものを明らかにしていく。なお、以下の議論を進めるにあたって、「大都市工業集積」の典型としては京友禅、江戸小紋等の染色加工業、近年のものとしては東京大田区などの機械金属工業を、そして「地方工業集積」をイメージさせるものとしては各地の織物業や、新潟県燕の金属洋食器、瀬戸の陶磁器等を念頭に置くとわかりやすい。また、円高のたびに話題になる燕の洋食器は、従来はここで検討する「地方

表1 大都市工業集積と地方工業集積の比較

地方工業（例：織物産地、燕等）	大都市工業（例：染色、大田区機械工業）
① 原材料立地 ② 産地全体が同一タイプ財生産 （同一タイプ財の量産） ③ 見込生産（市場から遠い） ④ 安価な生産要素 （低地価、安価な労働力） ⑤ 低コスト生産 ⑥ 機能的重視 基礎的消費財対象（下級財） ⑦ 市場は広く、全国、世界 → 【実用品の量産】 ⑧ 同質的タイプの生産者 ⑨ 工程単純（繰返し の量産） 機械化、自動化の誘因大 関連業者の幅狭い（限られた機能） ⑩ 特異な熟練不必要 ⑪ 効率性を背景にする社会的分業 ⑫ 生産工程が縦系列に固定化 （系列生産） ⑬ 生産はある程度安定的 生産期間は長い ⑭ 生産の現場的 ⑮ 流通過程が単線型 ⑯ モノカルチャ的	需要地立地 多品種少量生産 （原型は一品生産） 受注生産（市場の中） 高価な生産要素 （高地価、高い人件費） 付加価値の高いもの 審美性、特殊性重視 選択的消費財対象（上級財） 市場は特定の、質的に高い → 【高級品の少量生産】 個性的な生産者 工程複雑（個々の受注により変化） 幅広い関連業者（幅広い機能） 高度な熟練必要 多様性を背景にする社会的分業 柔軟な生産組織 （オープンな社会的分業） 個々の生産者の受注変動大 迅速性要求 製品開発力内蔵 多元的な流通組織 多くの産業が重合

（出所） 筆者作成。

工業」型展開の典型であったのだが、現在では、私のイメージする「大都市工業」型展開に大きく踏みだしていることでも注目される¹⁵⁾。したがって、ここで燕を話題にする場合は、かつての輸出型地場産業として金属洋食器一色であった頃のことである。

（1）原材料立地と「地方工業」

まず、「地方工業」と「大都市工業」の存立の基本的な前提をみていく場

合、現在ではその影響はかなり薄くはなっているが、出発点において原材料を基盤にしているのか、あるいは需要地を基盤にしているのかという点が重要である。特に、「地方工業」に関してはある特別な原材料基盤に強く規定される場合が多く、仮に産地全体が多数の生産者によって構成されるにしても、産出製品が同じようなものになり、周囲からは特産物生産、全体としては同質的タイプ財の量産と受け止められることが多い。例えば、ひと頃までの燕をみると、相当数の生産者が独自のデザイン等を構想し、差別化を意図しても、市場では「燕のステンレス洋食器」として一元的に理解されてしまうことになる。こうした点は、織物、漆器、陶磁器等の全国の地方に発達した伝統的な地場産業に共通する特色であろう。そうした品物は「産地モノ」と呼ばれていたものであった。そして、この点が、まさに特産物生産の「産地」たる所以でもあった。

また、この「地方工業」はしだいに地域の基幹産業としての役割を担っていく場合が多いことから、生産力の拡大と安定化が不可欠になる。さらに、消費市場から遠く、しかも、限られた製品分野にとどめられていることもあり、全般的に農山村の余剰労働力を動員する特産物の見込生産のスタイルになる場合が少なくない。原材料基盤と同時に、低地価、安い人件費といった安価な生産要素がもう一つの存立発展の前提になり、なによりも低コスト生産が課題とされるであろう。

このように、原材料基盤を前提とする、産地全体としての特定生産物の量産、また、市場的視野が欠如した見込生産、さらに、安価な生産要素を前提とする低コスト生産、これらにより、地方の工業は限られた製品分野のなかで、機能性を重視する基礎的消費財、下級財、実用品の量産に特化していくことになる。日本の地方圏に広範に発達した伝統的な地場産業の多くは、実はこうした特質を濃厚に示すものであった。そして、高度成長期のような基礎的消費の旺盛な時代、また、低価格量産品の市場や輸出市場が開け、東アジア等に競争者が登場していない時代には、一世を風靡することが可能であった。かつての燕の金属洋食器、三条の作業工具、陶磁器の瀬戸のノベルテ

イ商品などの地方の輸出型地場産業ばかりでなく、神戸のケミカル・シューズ、横浜のスカーフ、東京目黒のクリスマス電球などの地場産業も低価格日用消費財の対米輸出に特色づけられ、本章でいうところの「地方性」を濃厚に示していたのである。

ただし、その後、こうした領域は近代工業化に踏みだした東アジアが着手するものとなり、また、東アジアへの移管も積極的に進められ、従来のスタイルのままでは、国内生産部門として将来を期待することは難しいものになっている。本書のなかでも述べられる台湾の靴、韓国の繊維などはまさにそうした問題を彷彿させるであろう。

(2) 先端的市場と「大都市工業」

これに対し、広大かつ高度な市場を内包する大都市では、「地方工業」とは対照的な製品展開、工業展開がみられる。もちろん大都市内部においても製品展開、生産方式等は多様なレベルを構成するが、そうした重層性に加え、大都市では最も先鋭的な需要の発生する点が重要であろう。最も先鋭的な需要とは、例えば、手描友禅等の最高級染呉服、機械工業における特別仕様の試作品などが指摘される。これらは審美性、特殊性、個別性を重視する「選択的消費（需要財）」というべきであり、需要のスタイルとしては一品物、生産のスタイルとしては多種少量、さらには、一品の受注生産が原型となる。そして、このような製品要求に応えることは、日本産業全体の製品展開、生産展開のプロトタイプ（原型）であることを意味する。したがって、このような側面に注目するならば、大都市はあらゆる製品、産業化の「プロトタイプ創出機能」を保有していたといえることができる。なお、本章では、この「プロトタイプ創出機能」を、「世の中になかった新たなものを生み出す力」という意味で使用していく⁽¹⁶⁾。

また、大都市では高地価、高い人件費は基本的な条件になっており、低コスト生産が前提とされてきた「地方工業」とは異なり、付加価値の高いものを生産していかななくてはならない。こうした事情から、「大都市工業」は高

級品、特殊品の受注生産、多種少量生産を基本的な属性にしてきたのである。

2. 生産流通構造の特質

以上のような「地方工業」と「大都市工業」の存立前提を背景に、その生産流通構造は対照的なものになっていく。

(1) 単線型の地方工業集積

まず、限られた品目の実用品の量産に向かいがちな「地方工業」の場合、徹底した合理化を進め、繰り返しの量産に適合するように自らを編成していく。生産設備の専用機化などはその象徴といえる。こうした事情の下で、「地方工業」は産地を形成し、多数の生産者による産業集積を形づくるものの、その生産者は同質的なものになり、多様性に欠けてくる。それぞれが差別化を意図して独自性を主張しても、外側からはほとんど同じタイプの生産者とみられることは避けられない。むしろ、同質的であるからこそ、産地として巨大な生産力を形成し、世間から認知され、そして、大量輸出などにより一時期までの繁栄を謳歌したのであろう。

また、同質タイプ製品の繰り返し生産であることから、合理化、効率化への要請は強く、工程の分解が進み、自動化、機械化が進みやすい。こうした流れのなかで生産設備の専用機化が推進される。安価な労働力を大量に結集することと、自動化、専用機化が進むことは相矛盾せず、実はきわめて同質的な発展過程のなかに両者は位置づけられていく。まさに生産力増大を焦点とする同質的な生産者による産業集積が形成されていくのである。

また、産出製品が限られた品目、品質であることから、加工工程別の専門家による生産の社会的分業が発達しても、集積の内面にユニークな加工機能を十分に生み出すことができない。しかも、効率的生産を追求するなかで社会的分業が形成されるため、技能の単純化の要請が強く、際立った内容・水

準の熟練も成立しにくい。きわめて単純かつ同質的な内容の加工機能による生産体制が築かれていく。さらに、常に同じようなものを作りつづけていくことから、生産工程が縦系列に固定化し、系列生産のスタイルが産地のなかに多数併存することになる。そして、それらの個々の系列は似通った内容にとどめられていくのである。まさに、「地方工業」の産業集積は大量の中小企業を生み出しながらも、全体として同質的な集団を形成していくことになるのである。

この点は流通過程においても同様である。多数の生産者が存在することから多様な流通のスタイルが期待されるが、現実には同じような製品を大量に流通過程に乗せるという事情から、流通は決まりきった一つのパターンになってしまうことが多い。

(2) 多様性と大都市工業集積

これに対し、「大都市工業」の場合、特殊かつ高度な製品の多種少量、受注生産が基本であり、個々の生産に必要とされる加工機能の編成は異なってくるであろう。そのため、特殊な加工機能を保有する高度な熟練、幅の広い関連加工機能が周囲に豊富に成立していなくてはならない。常に繰り返して同じように生産されるわけではないことから、個々の加工業者の受注変動の幅は大きく、そのリスクを回避するためには、総体として多様な発注主体の豊富な存在が前提になる。こうした条件は空間的制約の大きい時代には、とりあえず大都市においてのみ成立する。したがって個性的かつ特殊な機能を保有する生産者の広大な拡がりや厚みのある産業集積は、大都市においてのみ期待されることになろう。

さらに、このような多様かつ高度な機能が広範に成立することについては、先鋭的な需要を発信する発注主体が豊富に存在することに加え、需要が多様かつ高度であることから、個々の加工業者の保有する機能が狭い範囲で特殊化、高度化せざるをえないという事情にも注目する必要がある。狭い範囲での特殊化、高度化は手工的熟練に依存する場合でも、また、技術の先端化の

なかで設備機械が高額化しているという状況の下でも、それは中小企業の存立の基本的条件になっているであろう。多種少量化が推進され、要求される内容が高度になっていけばいくほど、特殊化された多様な専門加工業者が広範に拡がり、厚みのある産業集積を形成していくのである。このあたりに「大都市工業」における中小企業の狭い範囲での専門化、特殊化が推進され、集積の内面の高度化、いわゆる社会的分業が深まっていく背景をみていかななくてはならない。

そして、このような特殊かつ専門的な加工業者の広範な存在を前提に、個々の受注に対応する生産組織が編成されていく。それは、繰り返しの量産、生産の縦系列の固定化傾向を強めていく「地方工業」とは対照的に、個々の製品の完成に向けて必要な加工機能を必要に応じて組織するという、「柔軟な生産組織」であることを意味しよう。このような流れは、生産組織だけにとどまらず、流通のスタイルの多様性をも引き起こす。生産流通の全体系のなかに、あらゆる需要を受け止められる形が構造化されていくのである。ここに、「大都市工業（産業）集積」の際立った特質をみていくべきだと思う。

さらに、このような構造のなかでは、先鋭的な要求に応えられる製品開発力というべきものが内蔵され、新たな要求に応えるなかで、開発力の強化、専門的な加工機能の深化が進められていく。その結果、大都市においては製品分野、産業分野はいつそう拡がり、内面はより高度化されるであろう。これに対し、地方の工業では、モノカルチャ（単一製品生産）の制約から逃れられないまま、特定製品領域のなかでの効率性追求という方向に一元的に突き進んでいくことになる。

以上のような視点からすると、日本の自動車産業等の近代産業に典型的にみられる下請系列組織とは、ここでいう「地方工業」の特質を濃厚に受け継ぐものであるように思える。そして、それは「同質的タイプ財の繰り返しの量産、見込生産」が求められる時代には、実に対応力の優れるものとして機能していたのである。

(3) プロトタイプ創出機能への課題

以上のように、「大都市工業」と「地方工業」とでは、製品展開の方向、生産流通の基本構造はきわめて対照的である。そして、このような対照的な内容を両極として、日本産業は新製品、新産業を生み出すプロトタイプ創出機能から在来製品の低コスト量産機能までをフルセットで保有するという歩みを示してきた。しかも、プロトタイプ創出機能と量産機能が一国内で有機的な循環過程、補完関係を形成し、製品分野別、機能別に地域的な分担関係を形づくっていたのである。大都市圏、特に東京圏がプロトタイプ創出機能を担い、地方圏が低コスト量産機能を担うというものであったことはいうまでもない。

また、高度成長期までは、低コスト量産部門である「地方工業」が外貨獲得の先兵となり、プロトタイプ創出機能の自立化への下支えとしての役割を果たすものであったということを見落とすわけにはいかない。一国内において、経済の自立化を進めていく上で、地方工業がきわめて重大な役割を演じたということであろう。

また、ここでの「大都市」と「地方」は単純な空間的・地理的概念というわけではない。例えば、先に指摘した神戸のケミカル・シューズ、横浜のスカーフ、東京目黒のクリスマス電球に代表されるように、地方性の濃厚な輸出型地場産業が大都市のなかで発達していた。ただし、こうした地場産業はドルショック、オイルショック以来の継続的な円高傾向のなかで、内面的な意味での「大都市工業」への変革を迫られてきたように思う。事実、この円高の四半世紀の間に、ケミカル・シューズは本革製の内需向き製品に転換し、スカーフも内需向きへの努力を重ね、そして、クリスマス電球は当初の地方展開にも成功せず、アジアへほぼ完全に移管されたのであった。

事実、国内の地方経済を支えてきた地場産業の多くは、従来のスタイルのままでも存続発展をはかることは難しく、内需向きへの転換、あるいは、アジアへの移管が不可避なものになっている。そのことは、国内に「地方工業」と「大都市工業」を抱え込むというフルセット型の展開から、日本全体がア

ジア的な視野のなかで、ここでいうところの「大都市工業」的内容に変換していかななくてはならないことを意味しよう。この四半世紀の間に、「日本の事情」が大きく変わり、さらに、「アジアの事情」も大きく変化してきた。それは、日本のなかの「大都市」と「地方」という構図が、「日本」と「アジア」という構図に大きく転換し、むしろ、日本国内の「地方性」を新たな時代にどのように適合させていくかの課題を与えられることになったということである。

3. モノづくりと流通——新たな時代の産業集積

「大都市工業」については、従来から、「都市型工業」、「大都市型工業」などの名称の下に、多様な論議が繰り広げられてきた。ここでは、そうした議論に立ち入る余裕はないが、それらの議論の多くは、特定の産業群を「都市型工業」と規定し、産業育成の焦点にしようとの意図が含まれていたように思う。事実、それらの議論で登場する「都市型工業」とは、相対的に大都市立地が顕著な情報関連の「出版、印刷業」や、ファッション関連の「アパレル（衣服産業）」等である場合が多かった。工業を業種でとらえることに慣れ親しんできた私たちとすれば、以上のような枠組みは受け入れやすいのであろう。

だが、現実にはアパレルのなかでもデザイン、企画、試作（サンプル製作）等の中核的な機能は大都市に集中し、量産部門は地方から、現在では東アジアに移管されている。また、印刷、情報関連でも、企画に近い部門ほど大都市への集中は顕著であり、データ入力等の労働集約的で付加価値の低い部門は東アジアに移管されているのである。

こうした実態からすると、私たちの言う「大都市工業」を業種で括ることは必ずしも適切ではない。機能的な側面からの枠組みづくりが求められている。先に指摘した業種にかかわりない「プロトタイプ創出機能」の概念に近い部分が、おそらく今日的な意味での「大都市工業」ということになるのだ

ろう。しかも、それは「アジアの事情」が変わりつつあるなかで、地方性を失いつつある全日本的課題として意識的に受け止めていく必要があることを意味しよう。

以上のような点を意識しながら、ここでは、成熟社会における「モノづくりと流通」に関する一つのモデルを紹介しておきたい。それは、江戸期において発達し、最も高度な要求に応えてきた生産流通の仕組みであったのだが、戦後の高度成長期に壊滅的な打撃を受けてしまった高級染呉服の生産と流通にかかわる組織構造である。都市文化の発達した江戸期に成立発展し、大衆化が進んだ高度成長期に壊滅したという事実こそが、見通しのきかない成熟社会の工業に新たな示唆を与えることになる¹⁷⁾。

(1) 集散地システム

現在では、和装染織品は呉服屋で販売されている場合が多い。だが、友禅、小紋等の染色製品と、また、白生地、紬、お召し、西陣織等の織物とは、本来、まったく異なった生産流通システムを形成していた。染色製品は京染屋から供給され、織物は呉服屋で販売されていたのである。

西陣などのいくつかを除き、大半の織物は原材料基盤に規定されて、地方で成立発展したものであろう。米沢、十日町、桐生、足利、秩父、八王子、青梅、郡内、丹後、大島などの織物は、原糸、染色材料等の原材料を発展の基盤にしてきた。いわば農山村工業として歩んできたのである。そして、それらは産地を形成し、膨大な数の農村副業生産者を生み出し、さらに、発展のなかで内部での加工工程の分解、専門化等を進め、一大産業集積を形成したのである。いずれの産地でも生産者（織元、機屋）と関連業者を合わせて数千軒を数えたところが少なくない。いわば農山村工業、地方工業の典型といつてよい。

そして、これらの織物は産地に形成された「市」を媒介に中央の集散地（東京、名古屋、京都、大阪）の間屋に集荷され、全国の地方問屋、小売店に供給されていった。この場合、製品のリスクは基本的には生産者が負い、産

地の問屋（実質的には、委託販売に従事する買継商の形が多い）、集散地問屋、地方問屋、小売商は商品を預かる「委託販売」の形式がとられていた。「委託販売」の裏側は「返品」自由であり、リスクを負わない買継商、集散地問屋等の流通業者は、仲介手数料としての「口銭」を利潤の源泉にしていたのである。日本独特の総合商社の源流をこの買継商、集散地問屋にみることができよう。そして、この仕組みでは、「委託販売」と「返品制度」を軸に、流通過程に商品を引きずり出せば「口銭」を得られるというものであり、高度成長期のような「基礎的消費」が旺盛で、市場に大量に商品を生供給する必要のある時代には、実に効果的に機能するものであった。

そして、地方問屋、小売店は集散地の問屋街を訪れ、何軒かの問屋を回り、必要な商品を抜いてくればよかった。東京の日本橋から浅草にかけて展開している織物の堀留町、メリヤスの横山町、紳士服の岩本町、家庭用品の合羽橋、人形の浅草橋、靴の浅草等の同業種の「問屋街」とは、まさに、全国の地方工業の製品をすべて取り揃え、仕入客を集める機能を保有していたのである。

(2) 製造問屋の登場

だが、高度成長期の「基礎的消費」の時代が終わり、消費者が差別化された商品を求めるといふ「選択的消費」の時代に入り、集散地を軸にする生産流通システムは綻びはじめる。商品企画の主体が農山村の生産者であり、原材料基盤を前提にしていることが多いことから、商品の代わり映えがしない。高度化する消費者に満足のいく品物ではなくなっていくのである。

1970年代に入る頃から、ここに登場したのが、アパレル・メーカー等の「製造問屋」といわれる存在であった。ファッション性が問題とされるアパレル部門においては、消費者に満足のいくデザイン、商品企画が不可欠となり、アパレル・メーカーはデザイン・企画部門を青山、原宿などの先端的な消費者が闊歩する地域に配置し、時代性を先取りしながら、個々の小売店に接触し、一定の品揃えを提案していくという方法をとりはじめた。その場合、

リスクはアパレル・メーカーの側におかれ、自主企画を前提に、生産部門に關しては、全国の織物産地、縫製産地等の有力な生産者を個別に組織化していった。そして、小売店は従来のようにシーズンごとに「問屋街」を回って品物を揃える必要はなくなり、アパレル・メーカーの提供する品揃えを受け止めていったのである。

その結果、地方性豊かで、代わり映えのしない地方産地の商品は後景に退き、ファッション製品流通において、アパレル・メーカー等の「製造問屋」が主軸を担うものになっていった。このことにより、当然、地方の産地、産業集積は大きな困難に直面していくことになる。同質的なモノを大量に供給するという仕組みは時代遅れのものになっていった。おそらく、全国の地方の産地は、その頃から一直線に坂を下りはじめ、再生へのキッカケをつかみきれていないのである。もちろん、世間では「基礎的消費」の部分は一定の比重を占めており、集散地システムが消滅したわけではなく、産地も産業集積も、それなりの役割を果たしている。だが、消費全体をリードする部門は新たな「製造問屋」に移行し、特に、かつて賑わいのあった「問屋街」は人の訪れることの少ない場所となっていったのであった。

(3) 成熟社会と悉皆制度

このように、高度成長期終盤から今日に至るまで、日本の流通制度は製造問屋を主軸にリードされてきた。もちろん、伝統の集散地制度は、現在でも、基礎消費をカバーするものとして重要な役割を担っている。また、集散地問屋自身も、問屋街の解体が言われるなかで、企画開発力の強化、生産機能への関心も深め、また、産地の側の多様な取組みを進めてきた。だが、時代の流れはあまりにも速く、次への可能性を十分につかみきれないまま現在に至っている。こうした点を見るかぎり、これからしばらくの日本の流通制度は製造問屋を主軸に幅広い展開をみせていくことは間違いない。さらに、産地の生産者においても、産業集積のなかに内面化されている特質をベースにしながらも、独自の展開が求められているように思える。関係者すべてが同

じ方向を向くという時代ではないのである。

ところで、企画開発力とフレキシブルな生産組織機能を根幹とする製造問屋システムも、消費動向を鋭くキャッチし、消費者をリードするものであっても、今後はまだ解決しなくてはならない課題を残している。消費者をリードするという態度は、場合によっては消費者に幻想を与え、消費者を疎外しつづける懸念を残すであろう。事実、消費者サイドからみるならば、集散地問屋主導の時代も、製造問屋主導の時代も、商品知識の乏しい店員を相手に、依然として店に並べられているものから選択するしかないという状態はなんら変わっていない。

こうした点からすれば、江戸文化、京文化の成熟のなかで独特の役割を演じてきた「メード・イン・エド」、「メード・イン・キョート」を象徴する友禅、小紋等の染色製品をめぐる生産流通制度に新たな光を当てていく意義は大きいように思える。この和装染色製品の生産流通制度は「誂え染色」、「悉皆制度」といわれるが、制度的な名称が十分に認知されていないことから、ここでは「悉皆制度」の名称で取り扱っていくことにする。

この「悉皆制度」の仕組みは、基本的には以下のようなものである。

まず、消費者は白生地あるいは染直し用の更生品を持参して小売悉皆（京染屋）、模様師（手描友禅業者）を訪れる。そして、そこに用意されている製造悉皆（染工場）、模様師が製作した染見本を見ながらやりとりし、年齢、体格、好み、用途などに従って調整を加え、独自の色柄を注文する。特に、小売悉皆には、京都、東京、加賀等の染工場の染見本が多数置いてあり、その色柄等を基本にする。

小売悉皆、模様師は消費者の個別的な意向を受けながら色柄全体を構想し、必要な加工機能の組み合わせを考え、製造悉皆に依頼する。そして、品物を完成させるためには加工工程が場合によっては何十工程にも及ぶが、製造悉皆がそれぞれを得意とする専門の加工業者を組織していくことになる。また、品物によっては染色業の中心地である京都に依存せざるをえないが、京都には卸悉皆という中間業者がおり、必要な染加工を手配する。そして、製造悉

皆、卸悉皆、小売悉皆のルートを戻り、完成品が消費者の手に渡されることになる。いわば、生産過程に消費者が参加し、完全な実需を対象にする受注生産、個別生産の形態であるところに「悉皆制度」の際立った特質をみることができる。

このように、「悉皆制度」は基本的には別誂品の注文を取りまとめ、その要求を満たすために、それに見合った生産組織を編成するというものである。そうした意味で、最も高度かつ差別化された消費を受け止める生産流通システムであるといってよい。ただし、こうした「悉皆制度」が広範に展開されるためには、消費者自身が独自にモノを選べ、生産に関与するだけの条件と、さらに、受け止める側の技術と生産体制の拡がりが必要とされるであろう。京文化、江戸文化の成熟が消費者の眼を厳しいものにし、それが染色技術の高まりを促し、独特の「悉皆制度」を発展させたのであった。

(4) 新たな「モノづくり」と産業集積

ところで、この「悉皆制度」は高度成長期に大きな打撃を受けた。高度成長期には和装染色品は著しい需要拡大を経験するのだが、消費者の側は高額であることに加え、注文から3～4カ月を要する誂えの方式を嫌い、既製品の即時的購入を望むようになっていく。そのため、供給力、機動力に乏しい「悉皆制度」は後景に退き、染加工問屋という製造問屋によって企画、供給される既製の染色製品が呉服屋を通じて市場の大宗を握っていくのであった。染色製品の大衆化のなかで、消費者は呉服屋に展示されている既製品をその場で購入するというパターンに変化していったのである。ましてや、更生品を持ち込み、染直しを依頼するなどの形は著しく少なくなっていった。染加工問屋を中心とする見込生産の供給力に優れるスタイルが、悉皆業者を主軸とする一品の受注生産、しかも、消費者自身が生産に参加しうる形態を押しやることになったのである。

ただし、大量生産、大量消費の時代が過ぎ、消費の高度化、多様化、さらには消費者の「モノづくり」への参加が課題とされている今日、洗練され、

成熟していた京文化、江戸文化のなかで確立されていた「悉皆制度」を見直すことの意義はきわめて大きいように思える。作り手と使い手、そして、それに介在する人々がモノに対する正しい評価力を身に付けていくことは、高度消費社会、成熟社会の新たな生産流通機構形成の最も重要な要因になっていく。通信技術、物流条件等が大幅に改善されつつある今日、かつて「大都市工業」の典型として独特の発展を遂げた「悉皆制度」は、現代的再生を求められているのであろう。東京にあるから「大都市工業」というわけではない。モノを媒介に作り手と使い手が知恵を出し合って、新たなモノを作り上げていく。そうしたスタイルが成熟社会の「モノづくり」のあり方、産業集積の内面の新たなあり方を規定していくことはいうまでもない。

特に、インターネットを媒介にして生産者と消費者が直接的に結合する可能性がいちだんと高まりつつある現在、ここで検討した「悉皆制度」は新たな形で蘇ってくる可能性はきわめて高い。ただし、その場合、生産者、消費者のいずれもが、互いの深い交流のなかで、いかに「モノづくり」に対する知識を深めていくかが課題になりそうである。そして、新たな産業集積は一部で空間的な制約を突破していく可能性が高い。その場合、関係者の多様性、そして、必要に応じた瞬時の組織化が不可欠なものになっていこう。この点、かつての「大都市工業」においては、お互いの「顔の見える」空間的な範囲で、当事者の信頼関係が形成されていたが、今後のインターネットの時代には、そうした信頼関係をどのように築いていくのかが問われていくことになるだろう。

また、その場合、地域と産業集積がどのような関係を形成していくことになるのかも興味深い。従来は「人の姿の見える」地域の空間的な範囲で多様な産業集積が形成され、地方型、大都市型のいずれにおいても、多くの人びとがそこで生活の糧を獲得してきた。その集積のなかに身を投じていれば、生活することが可能とされていたのである。そして、集積が深みを帯びてくるほどに、厚みのある社会的分業が成立し、また、身近な人びとの成功が周囲に大きな刺激を与え、地域全体が大きな盛り上がりを示していたのであっ

た。産業集積は地域産業発展のための一つの重要な背景であり、そして、新たな企業家を登場させ、革新を重ねていったということであろう。産業集積は集積を深めるほどに効率的な生産の仕組みを追求し、さらに、内側から革新的な企業家を登場させてきたのであった。

だが、物流の革新とインターネットの普及により空間的な制約が取り除かれていった場合、地域の生活はどうなるのか、また、地域に刺激的な環境が維持できるのか、などが問われていかななくてはならない。そうした点について、私たちはまだ十分な経験を重ねていない。地域の発展の基礎であったはずの産業集積が、地域という空間的な制約から飛躍した時、それがどのような意味をもってくるのか、私たちはこしばらくの動きをしっかりと見つめていかななくてはならないのである。

第3節 日本の経験からの含意

以上のような日本の経験から、発展途上諸国地域に伝えていくべきことは少なくない。特に、発展の初期段階にある場合、先にみた「地方工業型」の展開のあり方、さらに、移植産業の「地域産業化」への道筋は、非常に重要な経験といえそうである。

1. 市場環境の整備と商業資本の活躍

日本の「地方工業」の発展の多くは、原材料基盤と過剰労働力の動員にあった。やはり、なんといっても原材料基盤があるならば、それを利用する「特産物」生産は一つの産業化の契機となる。地域の資源を見直して、地域に付加価値を残せる新たな産業化をイメージしていく必要がある。ただし、多くの地域では、そうした資源を見い出すことができない。その場合は、原材料を他地域に依存し、産業化の仕組みとして、移植産業化をイメージして

いかなくなくてはならない。また、本章ではふれなかったが、日本の地場産業の多くでは必ず歴史に名を残す「リーダー」が存在し、産業化のために力を注いでいる場合が多い。そうした意味では、指導力のある「リーダー」の育成も不可欠であろう。

また、地域の「特産物」が生まれてきても、それが市場で評価され、さらに全国、海外市場に出ていくための流通ルートが形成されていかなくなくてはならない。この点、日本の伝統的な地場産業では「在方の市」⁽¹⁸⁾が形成され、特産物が評価され、取引されていく仕組みが早い時期（江戸中期以降）から形成されていた。そして、市の仲買層がしだいに産地商業資本（産地問屋、買継商）として成長し、全国流通の担い手である中央の「集散地問屋」との関係を深めていったことが指摘される。つまり、大塚久雄流に言えば「局地的市場圏」から「国民経済」の形成の過程が必要とされ、その主要な担い手として商業資本の発達が不可避ということであろう。特産物が全国市場、海外市場に投入され、評価されていくことが、新たな発展を促していくのである。

この点、第4章で扱う中国浙江省の温州の「産地化」と「専用市場」の現象は、身近な市場を通じて製品が評価されていく仕組みとして興味深い⁽¹⁹⁾。浙江省の各地では「一村一品」「一郷一品」などの標語を掲げて特定生産物の産地化を推進しているが、その特産物の「産地化」が「市場」によって評価され、全国、世界に流通していく仕組みを形成しているのである。これに対し、「一村一品」運動の先駆者である日本の場合、お土産品のレベルを越えておらず、製品評価が十分になされる環境になっていない。市場、あるいは商業資本は取引の媒介的な機能を担うのだが、物流機能、金融機能、在庫機能等の他に、製品の評価機能がとりわけ産業化にとって重要である。中国浙江省型の「産地」と「専用市場」が今後、どのような方向を向くかは不明だが、産業化の初期段階における仕組みとしてはおおいに注目されよう。それは、まさに江戸期における「在方の市」を彷彿させるであろう。市から始め、そのなかに商業資本を生み出し、育て、製品評価機能を軸に全国流通の

一端を担わせていくことが必要なのである。

2. 社会的分業化と生産力の拡大

発展途上諸国地域の場合、まず、産業化の初期段階にあることから、先にみた「地方工業」型の展開を進めていかざるをえない。同質的な生産者による激しい競争を演じながら、当初はいくつかの「成功モデル」を提示していくことが必要であろう。これを政策的に推進していこうとするならば、地域のなかの企業家精神に富んだ人材に焦点をあて、徹底的に支援しながら、一つの成功を作っていくことが望まれる。つまり、周囲に対して刺激的な環境を作るということである。それに追随する人びとがいれば、事態は加速度的に進む。

また、小資本の人びとが事業を進めていくにあたっては、分業化と専門化を徹底的に進めていくことが不可欠となる。そのためには、専門化による技術の高度化が不可欠という点を市場、商業資本の側が指導していくことが望まれる。アジアの中小企業の現場を観察すると、一つの製品を生産していくにあたって、拡大、発展しても全工程を内部化しようとする傾向が強い。むしろ、外部化し、専門化による効率の改善、技術の高度化が進むことをなんらかの形で見せつけていくことが望まれる。この点、日本の地場産業の多くでは、産地組合が結成され、技術の普及、取引条件の改善等に加え、一部に高額設備が必要な場合などでは、共同施設を用意し、各企業の負担を和らげ、専門化によるメリットを向上させるための取組みが行われていた。こうした地域産業全体としての取組みも必要とされよう。

また、地域を豊かにしていく責任ある立場の地方政府は、ここまでみたような市場環境の整備、商業資本の育成、生産者の技術高度化への支援、金融的な支援、さらに、全国、世界の消費動向の把握と提供など、多方面にわたっての支援的な機能を担っていくことが求められる⁽²⁰⁾。特に、産業化の初期段階での指導と、さらに軌道に乗りはじめた段階での地域間の競争をしのい

でいくためにも、指導的な役割の強化を強く意識していく必要がある。そして、こうして生まれた「地域産業」が世間の製品評価を乗り越えて充実し、さらに「移出産業」「輸出産業」として発展できるならば、地域経済はひときわ輝いていくであろう。

ただし、日本の経験からすると、先にみた「地方工業」型の展開はいずれ大きな障害に直面せざるをえない。そうした意味では、かなり速いテンポで進むとみられる発展途上諸国地域の地域産業化は、次のステップとして、いずれ柔軟性に富んだ「大都市工業」型の集積構造を意識していかなるをえない。事態が、そうした段階を意識するところまで進んでいくことが期待される。

注(1) Saxenian [1994]。

(2) Krugman [1991], [1995]。

(3) なお、日本においても、近年、「産業集積」を焦点とした著作が盛んに出版されている。代表的なものとしては、通商産業省関東通商産業局監修 [1996]、清成・橋本編 [1997]、伊丹・松島・橘川編 [1998] がある。

(4) マニユファクチャ論争については、歴史科学協議会編 [1975] が当時の主要論文を収録しており、問題の全体像がわかりやすい。

(5) 山崎 [1974] 47ページ。

(6) 日本の地場産業研究の文献リスト(約1200点)は、下平尾勲氏が作成している。下平尾 [1985], [1989], [1993], [1995] の各巻末に掲載されている。

(7) 「産業地域社会」という言い方は、経済地理学の世界で用いられている。例えば、竹内淳彦氏は、その著書 [1978], [1983] などと言及している。

(8) Marshall [1890]。

(9) 日本の地場産業研究の先駆者である山崎充氏は、地場産業の立地類型として「都市型」「地方型」の区分をしている。その場合、「都市型」とは大都市しか持っていない知識、情報を活用してデザインやファッションの面で先進的なユニーク性を追求し、かつ製品差別化を強調することによって高加工度、高付加価値製品を作り出している地場産業であり、「地方型」とは広く全国の地方小都市や農村地域に散在、立地しているもので、いわゆる資源立地型、農村立地型と呼ばれている地場産業であり、おおまかにいって製品を安く作る生産構造を持っていると述べている(山崎 [1977])。

- (10) このような原材料を基盤にする農山村成立型の地場産業の具体的なケースとしては、東京都青梅市の綿織物業を扱った関 [1984]、東京都八王子市の絹・毛織物業を扱った関 [1985] を参照されたい。
- (11) このような大都市染色業を対象とした研究としては、京友禅を扱った宗藤・黒松編 [1959]、出石 [1972]、加賀友禅を扱った丹野 [1976]、東京友禅を扱った関 [1979]、江戸小紋を扱った関 [1983] などがある。
- (12) 鉄鋼、化学等の企業城下町については、関・柏木編 [1990]、関 [1991] を参照されたい。
- (13) 大都市洋風日用消費財産業の典型としての東京都墨田区の研究については、東京都墨田区 [1986]、関 [1995] を参照されたい。
- (14) 大都市機械金属工業の最大の集積を示した東京都大田区については、関・加藤 [1990] を参照されたい。
- (15) 燕産地の構造分析は、関・福田編 [1998] を参照されたい。
- (16) プロトタイプ創出機能に関しては、関 [1993] を参照されたい。
- (17) こうした問題については、関 [1988] を参照されたい。
- (18) 江戸期における「在方の市」に関しては、楫西 [1965]、伊藤 [1966]、[1967] が有益である。
- (19) 中国浙江省の「産地化」と「専用市場」の現状と、その意味については、関 [1996] を参照されたい。
- (20) 地方政府の産業化に対する取組みについては、関・山田編 [1996]、関 [1999] を参照されたい。

〈参考文献〉

〔日本語文献〕

- 出石邦保『京都染織業の研究』ミネルヴァ書房、1972年。
- 伊丹敬之・松島 茂・橘川武郎編『産業集積の本質』有斐閣、1998年。
- 伊藤好一『江戸地廻り経済の展開』柏書房、1966年。
- 『近世在方市の構造』隣人社、1967年。
- 楫西光速『日本産業資本成立史論』御茶の水書房、1965年。
- 清成忠男・橋本寿朗編『日本型産業集積の未来像』日本経済新聞社、1997年。
- 下平尾勲『現代地場産業論』新評論、1985年。
- 『産業おこしとまちづくり』八朔社、1989年。
- 『地域振興と地場産業』八朔社、1993年。
- 『地域づくり発想と政策』新評論、1995年。
- 関 満博『都市手工業社会的分業の実際と組織原理の予備的考察』（『商工指導』第

329号) 1979年。

- 『江戸小紋染色加工業の発展構造分析』(『商工指導』第383号) 1983年。
- 『地域経済と地場産業』新評論, 1984年。
- 『伝統的地場産業の研究』中央大学出版部, 1985年。
- 『地場産業における流通制度の諸問題』(『成城大学大学院創設20周年記念論文集』成城大学) 1988年。
- 『地域中小企業の構造調整』新評論, 1991年。
- 『フルセット型産業構造を超えて』中公新書, 1993年。
- 『地域経済と中小企業』ちくま新書, 1995年。
- 『中国市場経済化と地域産業』新評論, 1996年。
- 『新「モノづくり」企業が日本を変える』講談社, 1999年。
- 関 満博・柏木孝之編『地域産業の振興戦略』新評論, 1990年。
- 関 満博・加藤秀雄『現代日本の中小機械工業』新評論, 1990年。
- 関 満博・福田順子編『変貌する地場産業』新評論, 1998年。
- 関 満博・山田伸顯編『地域振興と産業支援施設』新評論, 1996年。
- 竹内淳彦『工業地域構造論』大明堂, 1978年。
- 『技術集団と産業地域社会』大明堂, 1983年。
- 丹野平三郎「加賀友禅業の現状と課題」(『経営経済』第12号) 1976年。
- 通商産業省関東通商産業局監修『「産業集積」の新時代』日刊工業新聞社, 1996年。
- 東京都墨田区『墨田区機械金属工業の構造分析』1986年。
- 宗藤圭三・黒松 巖編『伝統産業の近代化』有斐閣, 1959年。
- 山崎 充『変わる地場産業』日経新書, 1974年。
- 『日本の地場産業』ダイヤモンド社, 1977年。
- 歴史科学協議会編『日本における封建制から資本制へ』校倉書房, 1975年。

〔英語文献〕

- Krugman, P. K., *Geography and Trade*, MIT Press, 1991. (北村行伸他訳『脱「国境」の経済学』東洋経済新報社, 1994年)
- , *Development, Geography, and Economic Theory*, MIT Press, 1995. (高中公男訳『経済発展と産業立地の理論』文眞堂, 1999年)
- Marshall, A., *Principles of Economics*, Macmillan, 1991. (馬場啓之助訳『経済学原理』東洋経済新報社, 1966年)
- Saxenian, A., *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Vally and Route 128*, Harvard University Press, 1994. (大前研一訳『現代の二都物語』講談社, 1995年)