

第 10 章

大阪

——高次都市機能の集積を活かした産業調整——

はじめに

1985年9月のプラザ合意以降、急速な円高が進展した。その結果、製品の国際競争力が大幅に低下し、とりわけ大阪に多い中小企業に直接、間接の大きな影響を与えた。国内景気は当初、円高による後退局面を迎えたが、その後内需主導による回復・拡大過程をたどった。しかし、親企業を中心とした海外進出など国際化の進展は、景気のいかんにかかわらずその後も続いており、下請企業は国際化への持続的な対応が求められている。

ここでは、大阪という大都市に立地する中小(下請)企業や地場産業の産業調整過程についてみるとともに、産業調整が進展する「場」としての大都市の持つ性格、産業調整が進展する際の大都市の優位性についてみていくこととする。

I 大阪の産業構造

大阪というと「商都」というイメージから、商業が中心の都市というふう
にみられがちである。事実、卸・小売業だけを取り出すと、その事業所数の

表1 大阪の

	事業所数		従業者数	
	実数	構成比 (%)	実数(人)	構成比 (%)
全 産 業	524,884	100.0	4,397,297	100.0
第 1 次 産 業	368	0.1	2,360	0.1
農 林 水 産 業	368	0.1	2,360	0.1
第 2 次 産 業	118,200	22.5	1,458,058	33.2
鉱 業	56	0.0	689	0.0
建 設 業	27,081	5.2	303,565	6.9
製 造 業	91,063	17.3	1,153,804	26.2
第 3 次 産 業	406,316	77.4	2,936,879	66.8
卸 売 ・ 小 売 業	259,209	49.4	1,482,508	33.7
金 融 ・ 保 険 業	6,783	1.3	173,218	3.9
不 動 産 業	23,370	4.5	78,864	1.8
運 輸 ・ 通 信 業	13,689	2.6	294,159	6.7
電 気 ・ ガ ス	} 411	} 0.1	} 29,629	} 0.7
水道 ・ 熱 供 給 業				
サ ー ビ ス 業	101,821	19.4	790,066	18.0
公 務	1,033	0.2	88,435	2.0

(注) 事業所数、従業者数は1981年、総生産額は1984年の数値。

(出所) 大阪府立商工経済研究所『大阪府下機械工業における生産環境変化への対応調査報告』1981年。総生産額は経済企画庁『県民経済計算年報』1984年版。

産業構造

総生産額		全国の構成比(%)			東京都
実数 (100万円)	構成比 (%)	事業所数	従業者数	総生産額	従業者数
22,407,398	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
35,548	0.2	0.4	0.6	3.1	0.1
35,548	0.2	0.4	0.6	3.1	0.1
8,474,461	37.8	22.0	34.9	38.3	29.2
5,923	0.0	0.1	0.2	0.3	0.1
1,328,088	5.9	8.5	9.6	8.0	7.4
7,140,450	31.9	13.4	25.0	30.0	21.7
16,463,781	73.4	77.6	64.5	51.8	70.6
5,723,182	25.5	46.7	28.9	16.8	31.5
1,362,090	6.1	1.3	3.3	} 13.0	4.9
1,334,170	6.0	3.7	1.2		2.1
1,776,493	7.9	2.5	6.6	7.1	7.2
540,410	2.4	0.2	0.6	3.0	0.5
2,529,120	11.3			11.8	
1,915,120	8.5	22.6	20.5	10.3	21.4
1,283,196	5.7	0.7	3.4	3.5	3.0

に関する調査』(経研資料No655) 1986年5月。原資料は総理府「事業所統計

表2 大阪工業の業種構造の特徴 (1983年)

産業分類	大阪府 出荷額 構成比 (%)	特 化 係 数 (出荷額)			
		大阪	東京	愛知	神奈川
都 市 型					
金属加工型					
金 属 製 品	9.0	<u>1.83</u>	0.94	0.79	0.67
一 般 機 械	11.6	<u>1.34</u>	0.87	<u>1.06</u>	<u>1.02</u>
電 気 機 器	12.7	0.96	<u>1.54</u>	0.46	<u>1.63</u>
輸 送 機 器	4.0	0.33	0.65	<u>2.88</u>	<u>1.58</u>
精 密 機 器	0.8	0.50	<u>3.06</u>	0.50	0.88
小 計	38.1	0.93	1.12	1.37	1.34
雑 貨 型					
衣 服	1.8	<u>1.21</u>	0.79	0.71	0.21
家 具	1.4	<u>1.17</u>	0.83	<u>1.08</u>	0.33
出 版 ・ 印 刷	5.4	<u>1.54</u>	<u>6.00</u>	0.49	0.23
ゴ ム 製 品	0.9	0.75	0.83	1.00	0.58
な め し 皮	0.5	<u>1.25</u>	<u>4.00</u>	0.25	0.08
そ の 他 製 品	6.2	<u>1.39</u>	<u>1.25</u>	0.89	0.55
小 計	16.2	1.34	2.58	0.76	0.38
資 源 型					
基礎資源型					
パ ル プ ・ 紙	3.1	<u>1.03</u>	0.77	0.60	0.40
化 学	10.5	<u>1.38</u>	0.60	0.44	<u>1.22</u>
石 油 ・ 石 炭	4.6	0.77	0.03	0.43	<u>2.07</u>
鉄 鋼	9.3	<u>1.38</u>	0.43	<u>1.13</u>	0.60
非 鉄 金 属	3.3	<u>1.14</u>	0.58	0.58	0.79
小 計	30.8	1.14	0.44	0.46	1.12
地方資源型					
食 料 品	6.8	0.61	0.70	0.69	0.68
織 維	5.4	<u>1.56</u>	0.26	<u>1.41</u>	0.09
木 材	0.4	0.50	0.39	0.72	0.11
窯 業 土 石	1.8	0.49	0.41	0.92	0.51
小 計	14.4	0.75	0.57	0.90	0.52
総 計	100.0	1.00	1.00	1.00	1.00

(注) 特化係数は、各地域の出荷額構成比を全国と同構成比で除した値。枠で囲んだものは1.0より大きいことを示す。

(出所) 表1に同じ。原資料は通産省『工業統計表』。

表3 産業中分類別・加工度別出荷額の構成比 (1983年) (%)

産業分類	大 阪			全 国		
	材料	加工	組立	材料	加工	組立
都 市 型						
金属加工型						
金 属 製 品		100.0			100.0	
一 般 機 械		38.1	61.9		33.5	66.5
電 気 機 器		33.6	66.4		41.8	58.2
輸 送 機 器		84.5	15.5		45.3	54.7
精 密 機 器		56.8	43.2		40.1	59.9
小 計		56.2	43.8		48.0	52.0
雑 貨 型						
衣 服		100.0			100.0	
文 具		100.0			100.0	
出 版 ・ 印 刷	8.2	91.8		6.0	94.0	
ゴ ム 製 品	5.1	94.9		3.2	96.8	
な め し 皮	4.1	95.9		19.0	81.0	
そ の 他 製 品		100.0			97.7	2.3
小 計	2.8	97.2		2.6	96.5	0.9
資 源 型						
基礎資源型						
パ ル プ ・ 紙	30.2	69.8		57.2	42.8	
化 学	42.4	57.6		71.8	28.2	
石 油 ・ 石 炭	99.8	0.2		99.9	0.1	
鉄 鋼	87.5	12.5		90.2	9.8	
非 鉄 金 属	59.4	40.6		62.6	37.4	
小 計	66.7	33.3		80.3	19.7	
地方資源型						
食 料 品	20.5	79.5		21.6	78.4	
織 維	45.3	54.7		63.2	36.8	
木 材	75.5	24.5		88.1	11.9	
窯 業 土 石	43.7	56.3		51.5	48.5	
小 計	35.7	64.3		38.9	61.1	
総 計	26.2	56.8	17.0	30.5	48.3	21.2
51 年 総 計	27.8	55.4	16.8	34.2	45.2	20.6

(出所) 表1に同じ。原資料は通産省「工業統計表、品目編」。

表4 大阪府下請企業の加工

加工業態 地域	切 削 加 工	ブ レ ス	製 缶 板 金 溶 接	表 面 処 理	鑄 造	鍛 造
大 阪 府 計	100.0 (1,914)	100.0 (746)	100.0 (822)	100.0 (267)	100.0 (130)	100.0 (73)
大 阪 市	45.2	44.6	44.0	48.6	42.3	41.0
都 心 部	3.6	3.3	3.1	3.3	2.3	6.8
東 部	19.0	23.4	13.8	22.0	17.6	13.6
南 部	5.1	7.6	6.2	7.4	2.3	6.8
北 部	10.5	6.7	12.2	11.6	16.1	4.1
西 部	6.8	3.4	8.5	4.1	3.8	9.5
府下(大阪市除く)	54.7	55.3	55.9	51.3	57.6	58.9
北 大 阪	5.8	5.2	6.9	4.8	4.6	1.3
東 大 阪	31.6	34.0	30.2	31.8	35.3	28.7
南 大 阪						
南 河 内	2.7	3.7	3.7	2.2	5.3	0.0
堺	9.1	9.5	9.0	8.2	6.1	21.9
泉 州	3.8	1.4	4.6	2.6	4.6	4.1
郡 部	1.4	1.3	1.3	1.4	1.5	2.7

(注) 1. 大阪市の各地域は次の区分とした。

都 心 部……東, 西, 南, 北, 浪速, 都島, 天王寺各区
 東 部……東成, 生野, 旭, 城東, 鶴見各区
 南 部……阿倍野, 住吉, 東住吉, 住之江, 平野各区
 北 部……福島, 大淀, 東淀川, 淀川, 西淀川各区
 西 部……此花, 港, 大正, 西成各区

2. 郡部は, 市域を除く町村の計。

3. ()内は実数。

(出所) 表1に同じ。原資料は働大阪府下請企業振興協会資料。

分野別地域分布 (1983年)

(%)

金 型	電 気	軽 作 業	プ ラ ス チ ック	縫 製	その他の加工業	合 計
100.0 (154)	100.0 (238)	100.0 (127)	100.0 (310)	100.0 (460)	100.0 (337)	100.0 (5,578)
44.1	35.2	25.9	37.0	51.7	51.3	44.5
3.8	3.7	0.0	1.6	7.6	7.1	3.8
16.2	8.4	11.8	20.9	21.5	18.6	18.5
7.7	10.0	10.2	6.7	10.2	5.9	6.6
10.3	11.7	3.1	6.1	8.6	12.1	9.9
5.8	1.2	0.7	1.6	3.6	7.4	5.5
55.8	64.7	74.0	62.9	48.2	48.6	55.4
9.0	16.3	11.0	6.1	1.5	4.7	6.0
37.6	31.9	30.7	38.7	29.5	27.2	31.9
2.5	2.5	12.5	8.7	6.0	5.3	4.0
3.2	6.3	18.1	5.8	4.1	6.8	8.4
2.5	4.2	1.5	2.9	5.6	2.3	3.5
0.6	3.3	0.0	0.6	1.3	2.0	1.4

構成比(1981年)は大阪の49.4%に対して全国の46.7%と全国を上回っているほか、従業者の構成比も大阪が33.7%に対して全国は28.9%となっている。しかし、製造業のウェイトも全国を上回っており(表1)、工業都市としての側面も大きいことがわかる。以下では工業を中心に、円高前の特徴をいくつかあげてみよう〔大阪府立商工経済研究所(1986a, b)〕。

第1に、たとえば東京では出版・印刷やなめし皮、精密機械などが、愛知では輸送機械、神奈川では石油・石炭といったように、とくに高い特化度を示す業種が存在するのに対し、大阪は金属製品や繊維などで高い特化度を示す業種がみられるものの、全体としてみれば特定の業種に偏らず、さまざまな業種が一定の厚みをもって存在している(表2)。

第2に、製造業の業種を「材料」、「加工」、「組立」の加工度段階別に分けると、大阪は各業種とも「加工」に属する業種が多い(表3)。たとえば、一般には組立型業種として扱われる機械(一般機械、電気機器、輸送機器、精密機器)にしても、全国と比べると電気機器を除き「加工」の割合が「組立」を上回っているのである。

第3に、それら「加工」を担う企業の大半が中小企業(多くは下請企業)という点である。ちなみに大阪では、製造業の事業所数の99.6%が中小企業で、全国の92.0%を大きく上回っているほか、中小企業の出荷額をみても、大阪は全出荷額の63.3%を占めるのに対し、全国は51.8%と全国を上回っている。また、製造業全体の出荷額では愛知、神奈川に次いで第3位であるが、中小企業だけでみると第1位となっている。

第4に、今回の円高で大きな影響を受けた下請中小企業は、大阪市北部や東部、とりわけ東大阪(地域)に多く集積しているが、そこでは主に切削、プレス、製函、板金、溶接、表面処理、鋳・鍛造、金型、プラスチック、縫製、その他の専門加工を担当しており、総合的加工集団を形成している(表4)。なお、こうした総合的加工集団は東京の大田区など、一部の大都市だけにみられるものである。このほか、同じく円高で大きな影響を被った大都市圏地場産業(大都市の諸条件——大消費地の存在、ユーザー・関連工業・問屋の集積な

どを利用して発展してきた地場産業)が、大阪府下には数多く点在していることがあげられる。

II 円高の進展と産業調整

円高の進展は、大阪においても数々の痛みを伴う産業調整を引き起こした。以下では、大阪府下に数多く立地し、円高の影響を最も多く被ったと思われる電気機械と産業機械を例にその親企業と下請企業、さらに大都市圏地場産業について、どのような調整がおこなわれたかを考察することとする(大阪府立産業開発研究所(1988)(1989a, b))。

1. 国際化の進展と親企業、下請企業の対応

電気機械や産業機械は、大手・中堅企業を主体とするアSEMBルメーカー(親企業)と、その傘下に部品加工や部分組立をおこなう幅広い中小企業(下請企業)から成っている。この業種をみることで、円高の進展が親企業や下請企業に与えた影響を特徴的にうかがい知ることができる。

(1) 円高が親企業に与えた影響とその対応

まず、円高の進展が親企業に与えた影響を概観してみよう。1985年9月のプラザ合意以降、1年足らずの間に円は90円、率にして40%も高くなったが、これにより、もともと輸出比率の高かった電気機械や産業機械では、輸出や売上高の大幅な減少にみまわれた。この対応として、ある程度は値上げでカバーしたが、円高分の全ては転嫁できないため、残りはコストダウンのための合理化や減量化が実施された。具体的にはいっそうの省力化や省人化がおこなわれたほか、輸出の減少分を内需でカバーするために、営業の強化や新製品開発が重点的におこなわれ、また、下請企業に対しては、いっそうのコ

ストダウン要請がなされたのである。さらに、円高メリットを積極的に利用するという観点から、海外からの部品調達を進めるとともに、価格競争力のなくなった分野では海外進出も進められた。

ここで、親企業が下請企業に実施したコストダウン要請の実態について、もう少し詳しくみてみよう。急速な円高の進展に対して、親企業は下請企業に厳しいコストダウンを要求したが、下請企業の中には自らの力だけでは短期間の合理化要請に対処できないところも多い。そうした企業には、親企業が「指導員」を派遣するなど、指導の強化に乗り出したところがみられた。さらに、親企業自身のコストダウン対策として、設計見直しなどにより部品点数の減少を図る場合があるが、この過程に下請企業も巻き込むケースがでてきている。そこでは、親企業での設計段階から下請企業も参画して製品開発に当たるとともに、親企業のコスト要求を満たす部品の開発を独力でおこなえるよう、技術力の向上が求められたのである。

(2) 円高の下請企業への影響と対応

(イ) 円高直後の下請企業

まず、円高直後の下請企業のようすをみてみよう。親企業の売上高の減少は、下請企業にも厳しい現象を引き起こした。一次下請企業の売上高をみると、1986年は対前年比で減少企業が50.8%、87年1～6月では同じく減少企業が61.9%を占めており、円高が進むにつれて減少割合が増加している。しかも、売上高前年比がマイナス20%以上としたところは、1986年が9.9%であったの対し、87年1～6月の方は20.9%と大幅に増加しており、円高不況が年を経るごとに強まっていったことがわかる(表5)。

下請企業の売上高の減少は、親企業への納品量の減少とともに、製品単価の切下げによってもたらされた。一次下請企業での1985年末と86年末の主要製品単価を比較すると、上昇した企業は9.6%、横ばいが25.4%、下落が64.9%となっている(表6)。また1987年初めと87年6月末との比較でも上昇5.6%、横ばい30.9%、下落63.4%となっており、単価切下げが引き続いておこなわ

表5 円高期の中小企業の売上高増減率（前年比）

（企業数，％）

	合 計	増				横ばい	減		
		20%以上	10～20%	5～10%	5%未満		5%未満	5～10%	10～20%
1986年 年計	302(100.0)	21(7.0)	31(10.3)	24(7.9)	20(6.6)	57(18.9)	27(8.9)	40(13.2)	55(18.2)
一次下請企業	242(100.0)	16(6.6)	20(8.3)	19(7.9)	18(7.4)	46(19.0)	20(8.3)	31(12.8)	48(19.8)
1987年 1～6月計	316(100.0)	19(6.0)	17(5.4)	28(8.9)	16(5.1)	44(13.9)	15(4.7)	47(14.9)	63(19.9)
一次下請企業	253(100.0)	14(5.5)	16(6.3)	24(9.5)	13(5.1)	29(11.5)	12(4.7)	37(14.6)	55(21.7)
1988年 1～6月計	347(100.0)	64(18.4)	81(23.3)	55(15.9)	22(6.3)	77(22.2)	14(4.0)	16(4.6)	9(2.6)
自社製品中心企業	52(100.0)	9(17.3)	11(21.2)	11(21.2)	4(7.7)	9(17.3)	1(1.9)	2(3.8)	3(5.8)
一次下請企業	207(100.0)	45(21.7)	47(22.7)	33(15.9)	16(7.7)	40(19.3)	7(3.4)	11(5.3)	5(2.4)
二次・三次下請企業	80(100.0)	9(11.3)	21(26.3)	10(12.5)	2(2.5)	26(32.5)	5(6.3)	3(3.8)	2(2.5)
そ の 他	8(100.0)	1(12.5)	2(25.0)	1(12.5)	—(—)	2(25.0)	1(12.5)	—(—)	1(12.5)

（出所）大阪府立産業開発研究所『産業構造調整と府下中小工業（Ⅱ）』（産開研資料No.3）1988年4月および同所『国際化の進展に対応する機械下請中小企業』（産開研資料No.7）1989年3月より作成。

表6 中小企業の主要製品単価の動向

	合 計	増				横ばい	減				(企業数, %)
		加					少				
		20%以上	10～20%	5～10%	5 %未満		5 %未満	5～10%	10～20%	20%以上	
1986年末／1985年末	285(100.0)	4(1.4)	4(1.4)	7(2.5)	10(3.5)	89(31.2)	72(24.9)	55(19.3)	31(10.9)	12(4.2)	20%以上
一 次 下 請 企 業	228(100.0)	4(1.8)	3(1.3)	5(2.2)	10(4.4)	58(25.4)	62(27.2)	46(20.2)	28(12.3)	12(5.3)	20%以上
87年6月末／87年初め	309(100.0)	3(1.0)	3(1.0)	5(1.6)	5(1.6)	99(32.0)	89(28.8)	51(16.5)	30(9.7)	24(7.8)	20%以上
一 次 下 請 企 業	249(100.0)	3(1.2)	2(0.8)	5(2.0)	4(1.6)	77(30.9)	75(30.1)	43(17.3)	22(8.8)	18(7.2)	20%以上
88年9月／87年9月	348(100.0)	7(2.0)	9(2.6)	21(6.0)	33(6.6)	213(61.2)	36(10.3)	28(8.0)	8(2.3)	3(0.9)	20%以上
自社製品中心企業	52(100.0)	2(3.8)	1(1.9)	4(7.7)	1(1.9)	35(67.3)	5(9.6)	3(5.8)	1(1.9)	—(—)	20%以上
一 次 下 請 企 業	207(100.0)	4(1.9)	4(1.9)	15(7.2)	15(7.2)	123(59.4)	24(11.6)	16(7.7)	5(2.4)	1(0.5)	20%以上
二次・三次下請企業	81(100.0)	1(1.2)	2(2.5)	2(2.5)	7(8.6)	50(61.7)	7(8.6)	8(9.9)	2(2.5)	2(2.5)	20%以上
そ の 他	8(100.0)	—(—)	2(25.0)	—(—)	—(—)	5(62.5)	—(—)	1(12.5)	—(—)	—(—)	20%以上

(出所) 表5に同じ

表7 主要親企業の海外工場の有無とその生産動向

(企業数, %)

	主要親企業の海外工場の有無				主要親企業の1985年以降での海外生産開始・拡大			
	合 計	もって いる	もって いない	わから ない	合 計	し た	し て いない	わから ない
計	305 (100.0)	168 (55.1)	115 (37.7)	22 (7.2)	300 (100.0)	122 (40.7)	114 (38.0)	64 (21.3)
自社製品中心企業	23 (100.0)	9 (39.1)	11 (47.8)	3 (13.0)	22 (100.0)	9 (40.9)	10 (45.5)	3 (13.6)
一 次 下 請 企 業	251 (100.0)	149 (59.4)	85 (33.9)	17 (6.8)	248 (100.0)	105 (42.3)	85 (34.3)	58 (23.4)
うち家電下請	121 (100.0)	99 (81.8)	17 (14.0)	5 (4.1)	121 (100.0)	76 (62.8)	24 (19.8)	21 (17.4)
うち産業機械下請	69 (100.0)	29 (42.0)	34 (49.3)	6 (8.7)	67 (100.0)	16 (23.9)	31 (46.3)	20 (29.9)
二 次 下 請 企 業	31 (100.0)	10 (32.3)	19 (61.3)	2 (6.5)	30 (100.0)	8 (26.7)	19 (63.5)	3 (10.0)

(出所) 大阪府立産業開発研究所「産業構造調整と府下中小工業(II)」(産開研資料No.3)1988年4月。

表8 1985年以降での主要親企業の海外生産
開始・拡大による下請受注量への影響

(企業数, %)

	合 計	減少した	現在まで減少していないが、今後減少する見込み	現在、今後とも変化しないだろう	むしろ増加	わからない
計	122 (100.0)	58 (47.5)	34 (27.9)	24 (19.7)	2 (1.6)	4 (3.3)
自社製品中心企業	9 (100.0)	4 (44.4)	1 (11.1)	2 (22.2)	—	2 (22.2)
一 次 下 請 企 業	105 (100.0)	48 (45.7)	32 (30.5)	21 (20.0)	2 (1.9)	2 (1.9)
うち家電下請	76 (100.0)	40 (52.6)	22 (28.9)	12 (15.8)	2 (2.6)	—
うち産業機械下請	16 (100.0)	4 (25.0)	7 (43.8)	4 (25.0)	—	1 (6.3)
二 次 下 請 企 業	8 (100.0)	6 (75.0)	1 (12.5)	1 (12.5)	—	—

(出所) 表7に同じ。

れていたことを示している。

次に、下請企業から親企業の海外進出をみてみよう。電気機械や産業機械では、親企業の海外進出は円高前からもみられたが、1985年以降、開始・拡大させたところも多い（表7）。とくに、家電下請では「現在、主要親企業に海外工場がある」としたところが81.8%、「85年以降主要親企業が海外生産開始・拡大した」ところが62.8%となっており、産業機械下請よりも高い比率となっている。

ところで、こうした親企業の海外生産は、下請企業にどのような影響をもたらしたのだろうか。1985年以降、主要親企業が海外生産を開始・拡大させたことに対し、一次下請企業では45.7%と約半数の企業で受注量を減少させており、また30.5%が今後減少する見込みであるとしている。これは、親企業の海外進出が多くみられた家電下請で、影響を受けた割合がとくに多くなっている（表8）。

また、一次下請企業から、親企業の海外からの部品調達状況をみると、1985年以降「開始・拡大した」とするところが26.6%、「部品調達はしていない」が32.1%、「わからない」が41.4%となっているが（表9）、ここでも家電下請の親企業の部品調達割合が高くなっている。

次に、親企業の海外での部品調達が下請企業の発注量にどのような影響を与えたかをみると、一次下請企業で「減少した」とするところが42.9%、「現在まで減少していないが、今後減少する見込み」とするところが30.2%となっており、親企業の海外部品への切替えに伴う下請企業の厳しい状況がみられたのである（表10）。

さて、下請企業に厳しい状況が続くなか、雇用対策についてみると、一次下請企業では7割近い企業が何らかの対策を実施している。その内訳をみると、残業時間の短縮や退職者の不補充といったものが多くを占め、次いで、賃金カット・昇給停止、パートの解雇などとなっている（表11）。もともと日本の場合、欧米企業のようなドラスチックな人員整理（レイオフ）はおこなわれず、一般的には残業時間の切り詰めや、大企業では配置転換などで対処さ

表9 1985年以降の主要親企業での海外部品調達状況
(企業数, %)

	合 計	開 始 ・ 拡大した	開始・拡大 していない	わからない
計	281 (100.0)	71 (25.3)	92 (32.7)	118 (42.0)
自社製品中心企業	17 (100.0)	3 (17.6)	6 (35.3)	8 (47.1)
一 次 下 請 企 業	237 (100.0)	63 (26.6)	76 (32.1)	98 (41.4)
うち家電下請	119 (100.0)	44 (37.0)	35 (29.4)	40 (33.6)
うち産業機械下請	61 (100.0)	9 (14.8)	17 (27.9)	35 (57.4)
二 次 下 請 企 業	27 (100.0)	5 (18.5)	10 (37.0)	12 (44.4)
そ の 他	2 (100.0)	—	—	2 (100.0)

(出所) 表7に同じ。

表10 主要親企業での海外部品調達の増大による
下請発注量の変化

(企業数, %)

	合 計	減少した	現在まで減 少していな いが、今後 減少する見 込み	現在、今 後とも変 化しない だろう	むしろ 増加	わから ない
計	71 (100.0)	31 (43.7)	21 (29.6)	14 (19.7)	2 (2.8)	3 (4.2)
自社製品中心企業	3 (100.0)	2 (66.7)	1 (33.3)	—	—	—
一 次 下 請 企 業	63 (100.0)	27 (42.9)	19 (30.2)	14 (22.2)	1 (1.6)	2 (3.2)
うち家電下請	44 (100.0)	21 (47.7)	14 (31.8)	8 (18.2)	1 (2.3)	—
うち産業機械下請	9 (100.0)	4 (44.4)	3 (33.3)	1 (11.1)	—	1 (11.1)
二 次 下 請 企 業	5 (100.0)	2 (40.0)	1 (20.0)	—	1 (20.0)	1 (20.0)

(出所) 表7に同じ。

表11 雇用調整実施

	合 計	とくに右記 のような雇 用調整策を とらず	全	常用雇用者 の解雇	パートの 解雇
合 計	315	102	213(100.0)	14(6.6)	20 (9.4)
1. 自社製品 中心企業	29	16	13(100.0)	1(7.7)	1 (7.7)
2. 一次下請 企 業	255	78	177(100.0)	11(6.2)	16 (9.0)
3. 二次下請 企 業	31	8	23(100.0)	2(8.7)	3(13.0)

(出所) 表7に同じ。

れる場合が多い。また、大企業では企業内失業と呼ばれる状況が生じる場合もあるが、これらは従業員の少ない下請企業などではあまりみられない現象である。下請企業の場合の雇用調整は、残業時間の短縮や退職者の不補充が一般的で、常用雇用者の解雇といった強行手段を実施したところのごく一部である。下請企業の場合とはくに、パートや高齢の従業員が多いため、退職者が発生しやすく、この補充をストップすることで、比較的容易に雇用調整がおこなわれることを示している。

(ロ) 景気回復・拡大過程での下請企業

国内景気は内需の拡大等により、1987年後半より回復してきた。親企業の生産が拡大したことで、下請企業の受注量も拡大したところが多かったようである。1988年1～6月期の下請企業の売上高の前年同期比をみると、売上高が増加したところが63.9%と6割を超え、前年(25.4%)とは様変わり状況となっている(前掲、表5)。ただし、企業形態別でみると、一次下請企業で売上高の増加したところが68.0%であったのに対し、二次・三次下請企業では52.6%と増加企業が減少し、代わって売上高減少企業が多くなっている。景気は回復、拡大しているにもかかわらず、下請の階層が下がるにつれてそのメリットを充分享受できない格好となっている。

企業割合とその内容

(企業数, %)

雇用調整策実施企業数					
常用雇用者の 一時帰休	残業時間の 短縮	賃 カ ッ ト ・ 金 昇 給 停 止	新規学卒・ 中途採用の 抑 制	退 職 者 の 不 補 充	そ の 他
8(3.8)	118(55.4)	43(20.2)	23(10.8)	107(50.2)	7(3.3)
—	6(46.2)	2(15.4)	2(15.4)	7(53.8)	—
6(3.4)	100(56.5)	37(20.9)	17(9.6)	91(51.4)	5(2.8)
2(8.7)	11(47.8)	4(17.4)	3(13.0)	8(34.8)	2(8.7)

次に、製品単価についてみると、1988年9月期では前年同期比でみて上昇したところが17.2%、横ばい61.2%、下落21.5%となっている（前掲、表6）。これは1987年1～6月当時と比べて製品単価の上昇している割合が増えてはいるものの、最も多かったのは製品単価は変わらないとする企業で、円高不況といわれた当時と比べ、価格面での改善は進んでいないことを示している。このことは、親企業の側が景気拡大の下で、下請企業への発注量は増やしても、単価増を認めることには慎重で、厳しいコストダウン要請が続いていたことを示している。

(イ) 親企業の発注内容の変化と下請企業の対応

コストダウン要請のほかに、親企業の下請企業に対する発注内容がこれまでとは随分変化してきている。

ひとつは、加工内容の面で高難度品や試作品、あるいは新製品作りへの要請が高まっている点である（表12）。円高の定着にともない、内外市場において海外製品に対する価格競争力が弱まったが、親企業の側ではこれへの対応として、まず徹底したコストの見直しがなされた。すなわち、設備面では既存の機械設備や治工具の見直し、FA化が進められ、生産面では工程の改善や、コスト見直しの一環として部品点数の削減のため、機能集約部品の開発

や生産がこれまで以上に強化されたのである。さらに、単品での価格競争力の回復・強化を図ることに限界がある製品では、機能の高度化や複合化などにより、従来製品と差別化を図り、海外製品との競争を回避する方向を一段と強めたのである。親企業のこうした指向が、下請企業に対し、加工の難しい製品（高難度品）や差別化を企図した試作品の発注を増加させることになったとみられる。

次にみられる変化として、ユニット加工品の発注と、取引窓口を特定企業に集中させて発注する親企業が増えてきたことである（表13）。ユニット加工品の発注はこれまでの複数の単体部品を一つのユニットにまとめたもので、親企業にとって工数の削減につながり、それによるコスト削減が可能となる。また、取引窓口を特定企業に集中させて発注することは、先のユニット化を契機にもたらされる場合も多く、親企業にとって下請管理費を節減できるメリットがある。

さらに、比率的にはそれほど多くないものの、設計から加工まで丸ごと発注する動きが増加している点である（表14）。とくに、自社製品を中心とする企業に多くみられるが、円高の定着により、いっそうのコスト削減や高付加価値製品、差別化した製品の開発のため、親企業と一体となり、設計段階から取り組んでくれる下請企業が求められるようになっている。

さて、以上のような親企業側の発注養成の変化に対し、下請企業側ではどの程度対応できているのだろうか。項目によっても異なるが、十分対応できているところは半数に満たず、ほとんどのところが体制を整備している段階で、さらに、対応策がみつからず苦慮しているところも項目によっては少なからずみられる（表15）。

こうした状況（たとえば、親企業のユニット発注の対象となるかどうかといったことをとってみても）は、下請企業間の格差を大きくさせ、そのことで下請企業のランク付けを可能とし、親企業の側からみて、自社との関係を維持・発展させていくべき対象企業とそうでない企業を選別し、下請企業の再編成をもたらすひとつの根拠となっていると考えられる〔村社（1991）〕。

表12 今回の円高下で目立つ取引先の発注内容の変化（加工内容面の変化）
（企業数，％）

	計	円高後、動きが みられるように なった	円高前からみら れたが、円高後 一段と強まった	円高後、動きが 弱まった	そうした動きは みられない、ま たは分からない
高難度品を発注する動き	348(100.0)	58(16.7)	60(17.2)	9(2.6)	221(63.5)
試作品の生産、加工を発注する動き	348(100.0)	51(14.7)	59(17.0)	15(4.3)	223(64.1)
新製品を発注する動き	346(100.0)	60(17.3)	30(8.7)	18(5.2)	238(68.8)
新素材の加工を発注する動き	348(100.0)	25(7.2)	19(5.5)	6(1.7)	298(85.6)

（出所）大阪府立産業開発研究所『国際化の進展に対応する機械下請中小企業』（産開研資料No.7）1989年3月。

表13 今回の円高下で目立つ取引先の発注姿勢の変化（企業数，％）

	計	円高後、動きが みられるように なった	円高前からみら れたが、円高後 一段と強まった	円高後、動きが 弱まった	そうした動きは みられない、ま たは分からない
ユニット加工品の生産、加工を発注する動き	348(100.0)	36(10.3)	24(6.9)	8(2.3)	280(80.5)
取引窓口を特定企業に集中し、発注する動き	348(100.0)	33(9.5)	29(8.3)	4(1.1)	282(81.0)

（出所）表12に同じ。

表14 取引先（受注先）が設計から加工まで丸ごと発注する動き
（企業数，％）

	計	円高後、動きが みられるように なった	円高前からみら れたが、円高後 一段と強まった	円高後、動きが 弱まった	そうした動きは みられない、ま たは分からない
計	348(100.0)	29(8.3)	26(7.5)	9(2.6)	284(81.6)
自社製品 中心企業	52(100.0)	10(19.2)	7(13.5)	2(3.8)	33(63.5)
一次下請企業	207(100.0)	13(6.3)	15(7.2)	6(2.9)	173(83.6)
二次・三次 下請企業	81(100.0)	6(7.4)	3(3.7)	— (—)	72(88.9)
その他	8(100.0)	— (—)	1(12.5)	1(12.5)	6(75.0)

（出所）表12に同じ。

表15 取引先の発注姿勢，発注内容の変化への対応状況

(企業数，%)

	計	十分対応でき ている	対応のための 体制を整備し ている	対応策がみつ からず苦慮し ている	そ の 他
高難度品を発注する動き	118(100.0)	34(28.8)	67(56.8)	14(11.9)	3(2.5)
試作品の生産、加工を発注する動き	109(100.0)	50(45.9)	52(47.7)	5(4.6)	2(1.8)
新製品を発注する動き	89(100.0)	35(39.3)	46(51.7)	3(3.4)	5(5.6)
新素材の加工を発注する動き	44(100.0)	11(25.0)	30(68.2)	3(6.8)	—(—)
ユニット加工品の生産、加工を発注する動き	60(100.0)	24(40.0)	27(45.0)	8(13.3)	1(1.7)
取引窓口を特定企業に集中し、発注する動き	62(100.0)	16(25.8)	36(58.1)	9(14.5)	1(1.6)
設計から加工まで発注する動き	55(100.0)	21(38.2)	25(45.5)	6(10.9)	3(5.5)

(出所) 表12に同じ。

一方，こうした選別の動きは親企業側からだけでなく，下請企業からも起きていることにも注意する必要がある。すなわち，これまでである特定の親企業とだけ結びついていた専属下請から，自己の技術，ノウハウなどを武器に，親企業を複数化する逆選別の動きもみられるのであり，これらが一体となって，下請企業の再編が進んでいるとみられる。

2. 大阪の地場産業の国際化の進展と対応

大阪にも地場産業として産地を形成しているものが数多くみられる。全国の都道府県が中小企業庁の委託を受けて地場産業実態調査をしたことがあったが、この時に大阪府は63の業種を地場産業としてとらえ、その概要を報告している。ここでは、大阪という大消費地、あるいは関連工業や卸売商の集積など、大都市の特徴を活かして発展してきた地場産業を大都市圏地場産業（ここでは眼鏡・レンズ、自転車・同部品を取り上げる）としてとらえ、円高の影響と対応についてみていくこととする。

(1) 眼鏡・レンズ

(イ) 眼鏡の出荷額は全国第1位

大阪産地は、レンズ類を中心にサングラス、老眼鏡、眼鏡枠、防塵用眼鏡および拡大鏡の企業によって構成されている。また、レンズ類はプラスチックレンズも増えつつあるが、大阪産地の主体はガラスレンズである。大阪産地の特徴は、①眼鏡枠を除く各種製品がそれぞれ相当量生産され、製品のバラエティに富んでおり、②1985年9月以降の円高までは大量に輸出されていたことがあげられる。

すなわち、大阪産地の全国的地位を出荷額のシェア(1986年)でみると、眼鏡完成品は33.2%(全国第1位)、眼鏡枠0.5%(第4位)、コンタクトレンズを含む眼鏡レンズ8.1%(第5位)となっている。また、輸出指向は第2次大戦後から強まり、当初は東南アジア、アフリカ、中南米が中心であったが、1950年代から60年代にかけては北米・欧州にも多くみられるようになった。大阪産地(多くは、大阪府東部の生野区、平野区、東大阪市と南部の岸和田市に集中立地している)の中でも輸出指向の高い生野区では、円高前には輸出依存度が50%前後に達していたとされる。

(ロ) 円高で経営困難な企業が増加

今回の円高の影響をみてみよう。

大阪産地は、1971年のドルショック、数次にわたる円高、発展途上国に対する特惠関税の供与など、過去に幾度も危機に直面してきたが、そのつど困難を乗り越えてきた。1984年度の輸出額が過去最高を記録したのもそうした企業努力の結果である。しかし、今回の円高は、大阪産地にこれまでとはまったく異なる影響を及ぼした。すなわち、1985年度から87年度までの2年間に、大阪産地の輸出は数量で47.2%、金額で27.1%減少したのである(表16)。大阪産地の輸出品を品目別の構成比(数量ベース)でみると、1985年度ではレンズ類44.9%、眼鏡完成品47.4%、眼鏡枠5.6%、その他2.1%となっており、レンズ類と眼鏡完成品の割合が高い。ところが1987年をみると、レンズ類は数量で64.6%減(金額では34.9%減)、眼鏡完成品は34.9%減(同32.9%減)と減少しており、得意とする分野での輸出不振が目立っている。なお、レンズ類においてはとくに、金額ベースよりも数量ベースの方で減少率が高いが、大阪産地の製品が付加価値が低いことを示すとともに、こうした製品ほど今回大きな影響を受けたことを示している。

次に、輸入についてみてみよう。眼鏡類の輸入は、「眼鏡」(眼鏡完成品)と「眼鏡枠・同部品」に分けられるが、「眼鏡」についてみると、1985年から87年の2年間に数量で103.7%増、金額では18.1%増加している(表17)。これを地域別にみると、台湾、韓国、香港のアジアNIEsからの輸入増が目覚ましく、数量では103.6%増、金額では91.0%増となっている。また構成比でみても、アジアNIEsは1985年が数量で71.8%、金額で20.8%占めていたのに対し、87年ではそれぞれ83.4%、32.5%まで増加している。「眼鏡枠・同部品」をみると、全体では同期間に数量で83.8%増、金額で0.4%増と増加しており、地域別でみるとやはりアジアNIEsからの輸入が増加(数量で142.1%増、金額で80.6%増)していることがわかる(表18)。

ところで、アジアNIEsの輸入品とフランス、西ドイツ、オーストリア、イタリア、アメリカの欧米諸国からの輸入品の単価(1987年)を比較すると、「眼

鏡」では1ダース当たりアジアNIEsが1900円、欧米諸国が2万9600円、「眼鏡枠・同部品」では1キロ当たりそれぞれ8500円に対して9万200円となっており、アジアNIEsが低価格品を中心とした中・下級品、欧米諸国が高級品であることが分かる。大阪産地は、こうしたアジアNIEsの製品と価格面で真正面から競合する製品が多く（たとえば、1987年の大阪の眼鏡完成品の1ダース当

表16 大阪の眼鏡類輸出推移

年度	1983	1984	1985	1986	1987	1988
----	------	------	------	------	------	------

←数量：1,000ダース→

レンズ類	647	1,551	1,070	454	379	147
眼鏡完成品	1,035	1,050	1,130	789	724	323
眼鏡枠	81	102	133	108	145	79
その他	58	32	49	28	10	3
合計	1,821	2,735	2,382	1,379	1,258	552
1985=100	76.5	114.8	100.0	57.9	52.8	—

←金額：100万円→

レンズ類	1,679	1,935	1,566	1,099	1,020	469
眼鏡完成品	3,500	3,873	4,099	3,280	2,753	1,351
眼鏡枠	740	1,118	966	783	1,120	753
その他	58	31	93	32	11	4
合計	5,977	6,957	6,724	5,194	4,904	2,577
1985=100	88.9	103.5	100.0	77.3	72.9	—

(注) レンズ類はサングラス用、遠・近・乱・二重焦点用レンズ、拡大鏡用レンズ、玉素地の合計。眼鏡完成品はサングラス、老眼鏡、拡大鏡、縮小鏡の合計。その他は双眼鏡など普及光学機器のことである。

(出所) 大阪府立産業開発研究所『大都市圏地場産業の国際化の進展と対応』（産開研資料No10）（1989年8月）。原資料は日本輸出眼鏡工業組合資料。

たり単価は、単純平均で3802円), その結果値引きと需要減が拡がり、経営が困難になったところが増加している。

(イ) 厳しい転機に直面し、活路を模索

輸出減と輸入増という二重の厳しい状況に直面し、大阪産地は転機を迎えた。輸出産地としての存続が困難となり、内需転換が重要な課題となったのであるが、もともと内需は大手ブランド製品のシェアが高く、さらに円高に

表17 眼鏡輸入推移 (全国)

(単位: 1,000ダース, 100万円)

	1980		1985		1986		1987		1988	
	数	金額	数	金額	数	金額	数	金額	数	金額
台 湾	26	80	116	309	211	445	290	549	468	883
韓 国	8	42	108	265	133	310	217	464	187	389
香 港	55	80	48	82	133	124	137	240	94	150
小 計	89	202	272	656	477	879	644	1,253	749	1,422
3カ国・地域の割合	45.1	5.9	71.8	20.1	85.0	30.6	83.4	32.5	71.5	34.3
フランス	13	356	9	230	9	201	15	275	14	312
西ドイツ	14	678	17	394	16	407	10	633	12	379
オーストリア	19	830	20	922	17	743	16	864	14	665
イタリア	6	131	6	174	8	145	9	185	10	190
アメリカ	32	1,158	37	746	24	428	41	706	134	962
小 計	84	3,153	89	2,466	74	1,924	91	2,663	184	2,508
5カ国の割合	42.9	91.8	23.5	75.6	13.2	67.1	11.8	69.2	17.6	60.5
その他とも合計	196	3,435	379	3,260	561	2,869	772	3,851	1,047	4,146
85年=100	95.5	105.4	100.0	100.0	148.0	88.0	203.7	118.1	—	—

(出所) 表16に同じ。原資料は『日本貿易月報』。

よるアジア NIEs 製品の輸入増ということもあり、内需転換にも大きな困難がともなっている。

さらに対応を困難にさせている要因として、ガラスレンズに代わるプラスチックレンズの普及があげられる。ガラスレンズからプラスチックレンズへの急速な代替で、全国ベースでみたプラスチックレンズの普及率は70%にも達しているといわれるが、ガラスレンズの比重の高い大阪産地は、こうしたレンズの素材変化にも対応を迫られているのである。

表18 眼鏡枠・同部品の輸入（全国）

（単位：1,000ダース、100万円）

	1980		1985		1986		1987		1988	
	数	金額	数	金額	数	金額	数	金額	数	金額
台湾	4	25	22	122	29	129	43	201	26	156
韓国	2	25	33	483	49	459	86	851	74	784
香港	4	119	2	45	2	39	9	122	6	117
小計	10	169	57	650	80	627	138	1,174	106	1,057
3カ国・地域の割合	11.9	1.3	57.6	13.2	68.4	16.1	75.8	23.8	74.7	28.1
フランス	20	2,021	6	286	8	252	7	190	10	301
西ドイツ	34	8,513	13	2,076	10	1,472	12	1,775	9	1,195
オーストリア	10	1,192	11	1,261	7	1,157	9	1,308	9	906
イタリア	4	322	1	71	1	43	1	53	1	91
アメリカ	3	156	10	453	9	193	10	192	5	149
小計	71	12,275	41	4,147	35	3,117	39	3,518	34	2,642
5カ国の割合	84.5	97.0	41.4	84.3	29.9	79.9	21.4	71.2	23.9	70.1
その他とも合計	84	12,658	99	4,919	117	3,900	182	4,939	142	3,768
85年=100	84.9	257.3	100.0	100.0	118.2	64.2	183.8	100.4	—	—

（出所）表17に同じ。

では、こうした環境面の変化に対し、大阪産地はどのような対応をしているのだろうか。第1は、内外市場でアジア NIEs 製品との競合が激化するなか、製品の高級化・高付加価値化が進められていることである。たとえばあるレンズメーカーの場合、①赤外線・紫外線防止や反射防止のレンズ、②累進焦点レンズ(二重焦点レンズとは異なり、レンズの表面に継目がない)などの開発とともに、③最近ではより薄くて屈折率の高いレンズの開発を強化している。こうした新しいレンズの開発には、素材メーカーとの協力が欠かせないが、同社ではレンズに関する諸情報の入手に力を入れながら、素材メーカーとの協力関係を発展させ、新製品の開発に取り組んでいる。

第2に、内需転換の実現である。内需転換は一般には困難な場合が多いが、うまく転換しているところもみられる。ある拡大鏡のメーカーの場合、円高以降の輸出減を国内のギフト関係の需要を開拓することで乗り切っている。そのためには社長を先頭に、新しいユーザーを開拓するための懸命の努力と、輸出品に比べてロットの小さい注文に対応するため、社内、外注企業を含めた生産体制の見直しをおこなっている。

第3に、消費者ニーズの変化に迅速・的確に応えるため、生産体制の情報化がおこなわれている点である。眼鏡業界においても消費者ニーズの個性化・多様化が進んでおり、メーカーではワンセット(2枚)のレンズを、即時に、問屋や小売店に納入することが求められている。ある中堅レンズメーカーでは、大手6社が運用を開始したメガネVANに参加し、小売・卸・メーカー間のネットワークを構築することによって、受発注業務の簡素化とスピード化を実現しようとしている。小売や卸への注文が瞬時に生産現場に伝えられれば、それだけメーカーにとっても余分な在庫を持たなくてもすむなどメリットが大きいのである。

第4に、円高メリットの活用があげられる。府下のメーカーの中に、中・下級品を中心に取扱製品の一部をアジア NIEs 製品でまかない、全体として自社の競争力を高めようとする動きがあるが、円高メリットを積極的に活用している点である。もちろんこうした動きは、当の産地にすれば諸刃の剣で

ある。しかし、現実にはアジア NIEs 製品を輸入して成功しているところもあり、こうした動きを否定することはできない。したがって、アジア NIEs の競争力を積極的に活用するためにも、個別メーカーにおける製品企画力や開発力の強化が必要となってくる。

一方、こうした積極的な対応ができないところでは、転廃業もでてきている。とくに、プラスチックレンズへの代替の影響で、ガラスレンズ研磨業者に多くみられるほか、サングラスや老眼鏡のメーカーでも転廃業を考えるとところが増えている。なお、大阪府の眼鏡製造業の事業所数（従業者4人以上）の推移をみると、1984年の104事業所から86年には85事業所と19事業所が減少している。

(2) 自転車・同部品

(イ) 部品の全国シェアが高い大阪産地

大阪産地の特徴として、①わが国の自転車工業は、堺市で補修用部品の生産を開始したことからはじまったため、今も堺市を中心とした泉州地域に数多くの部品メーカーと商業型完成車メーカー（製造卸）⁽¹⁾が存在していること、②アメリカを主な市場とした輸出型地場産業として発展してきたこと、があげられる。

1986年の全国に対するシェアをみると、完成車では事業所数が26.6%、出荷額では29.9%を占め、部品では事業所数が51.2%、出荷額が56.6%となっており、部品のシェアが高い。また、輸出は地域統計がないため全国で見ると、1970年当時、完成車と部品を合わせた全生産額の22.0%が輸出されており、それが80年には40.8%まで上昇するなど、典型的な輸出型地場産業であるが、とくに大阪の場合、その輸出比率が高いといわれている。しかし近年では、主力輸出市場であるアメリカで台湾、韓国などと競合し、1987年の全生産額に占める輸出比率は27.1%まで低下したほか、日本国内にもこれら製品が数多く流入するようになっている。

(ロ) 完成車の競争力の低下が目立つ

従来、輸出型地場産業として発展してきた自転車は、たとえばピーク時の1980年の完成車輸出をみると112万8000台に達していた。しかし、主力市場のアメリカで、台湾など中進工業国の追い上げなどで徐々に低下し、1982年には67万4000台まで落ち込みをみせ、さらに、今回の円高により、価格競争力が大幅に低下したため、87年には41万6000台まで落ち込んだ(表19)。完成車のアメリカにおける競合状況をみると、1971年では日本のシェアが29.3%と第1位を占めたが、73年には台湾に追い抜かれている(その台湾のシェアは、1975年の21.2%から86年には84.7%へと大幅に増加している)。一方、日本のシェアをみると、1986年には6.9%で第2位であったが、87年には韓国にも抜かれ、シェアも3.8%(第3位)となっている。この結果、完成車市場はこれまでの輸出依存から内需転換を大きく迫られるようになったのである。

次に部品輸出についてみると、円ベースでは完成車ほどではないものの、円高以降漸減傾向をたどっている(表19)。これを仕向地別にみると、1983年にはアメリカ向けが構成比で34.4%を占め、台湾向けが13.7%であったのに対し、87年にはそれぞれ26.0%、28.2%と逆転している(表20)。台湾向けが高い伸びを示したのは、台湾の完成車に、日本の部品が組み込まれるためである。アメリカでの部品のシェアをみると、日本は1970年の37.4%からピーク時の80年には63.5%に達した。その後台湾などの追い上げにより低下傾向を示し、1987年には46.0%となったが(台湾は30.1%)、完成車と異なり1位のシェアを維持している。アメリカへの部品輸出の中身をみると、日本からはハブ、ギャクランクなど技術集約度の高いものが多く、台湾からはベル、サドル、スポークなど技術集約度の低いものが主となっている。

円高の影響は、一方で輸入品の増加となって現れてきている。完成車の輸入は1950年代においては極めて少なく、たとえばその国内生産に占めるシェアも84年には0.4%であったのが、円高後の87年には7.9%を占めるなど大幅に増加している(表19)。台湾、韓国車の小売価格は1万3000円から2万円程度であるが(国産車の最低価格車で1万6000円～2万3000円)、大阪は低価格車を

表19 自転車・同部品の生産、輸出、輸入高の推移

(単位：100万円，カッコ内1,000台)

	生 産		輸 出		輸 入	
	完成車	部 品	完成車	部 品	完成車	部 品
1975	93,476 (5,972)	60,385	8,865 (561)	25,924	420 (32)	989
1978	96,085 (5,869)	83,649	11,341 (640)	39,792	98 (8)	1,118
1980	116,523 (7,083)	121,491	23,483 (1,128)	73,605	30 (—)*	1,986
1983	119,376 (7,039)	116,449	21,651 (864)	61,909	183 (6)	1,874
1985	111,422 (6,785)	111,201	22,652 (888)	52,930	422 (40)	2,261
1986	106,574 (6,583)	107,278	17,681 (682)	50,298	1,203 (158)	2,093
1987	113,875 (7,379)	105,881	10,876 (416)	48,665	4,609 (580)	3,136

*929台

(出所) 表16に同じ。原資料は、日本自転車工業会「自転車工業の概観」。

表20 自転車部品の仕向地別輸出額の推移

(単位：1,000ドル，カッコ内%)

	東 南 ア ジ ア			欧 州	北 米		その他 とも合計
	計	うち台湾	うち韓国		計	うち米国	
1975	19,429 (22.3)	3,349 (3.8)	2,256 (2.6)	12,270 (14.1)	38,385 (44.0)	30,375 (34.8)	87,264 (100.0)
1978	23,521 (13.1)	11,109 (6.2)	8,328 (4.6)	42,268 (23.5)	78,693 (43.8)	66,673 (37.1)	179,821 (100.0)
1980	51,186 (15.7)	23,647 (7.3)	3,732 (1.1)	100,343 (30.8)	102,596 (31.5)	81,702 (25.1)	325,997 (100.0)
1983	54,558 (20.9)	35,668 (13.7)	2,231 (0.9)	60,899 (23.4)	117,116 (44.9)	89,522 (34.4)	260,557 (100.0)
1985	57,334 (25.8)	41,540 (18.7)	3,457 (1.6)	49,084 (22.1)	88,794 (39.9)	69,596 (31.3)	222,386 (100.0)
1986	95,925 (32.5)	79,358 (26.9)	3,577 (1.2)	75,991 (25.7)	102,657 (34.8)	79,516 (26.9)	295,276 (100.0)
1987	110,992 (33.1)	94,386 (28.2)	2,953 (0.9)	98,672 (29.5)	109,129 (32.6)	87,213 (26.0)	334,997 (100.0)

(出所) 表16に同じ。原資料は自転車産業振興協会「自転車統計要覧」。

生産しているところが多く、1社が輸入車に対抗して価格を下げると他社もそれに対抗するといったように、「眼鏡」でみた場合と同様、価格競争が激化している。

次に、部品の輸入についてみると、従来は輸入部品についての品質に対する評価が低かったこともあり、あまり多くはなかったが、近年、品質の向上や、円高による日本製品との価格差が顕著となるにつれ増加している（前掲、表19）。また、部品を他から購入して組み立てる商業型完成車メーカー（大阪に多い）では、安い輸入部品を使用することでコストダウンを図るという意図もあり、増加傾向にある。

（ハ）国際分業や合理化・コストダウンの進展

円高定着後、輸出市場での競争の激化とともに、国内市場においても中進国の追い上げを受けるなど内外市場で競争が激化している。こうしたなかで、いくつかの特徴的な対応をみてみよう。

まず第1に、海外に企業進出したり、あるいは中進国の企業に技術援助するなど、積極的に国際分業を進める方向である。部品メーカーの大手では、1975年からシンガポールでフリーホイール、変速機などを生産し、米国などに輸出していたが、85年以降の円高定着にともない、普及品の生産を国内からシンガポールにシフトしている。さらに、円が一段と高くなった時に、新たにマレーシアに進出した。現在、シンガポールでは国内並みのロボット化を進め、部品加工に特化し、マレーシアで完成品に組み立てるという国際分業体制を構築している。

また、従業員15人程度のブレーキメーカーでは、円高後、台湾の部品メーカーから技術指導の依頼があった。現地の下請企業の技術水準も日本とほぼ同程度であったため、技術指導すれば日本製とほぼ同品質のものが作れると判断し、実施に踏み切った。1987年秋に稼働を始め、その製品を日本で販売しているが、今後、台湾における生産能力の増強と日本での縮小、さらに進んで、開発部門だけ日本に残してあとは台湾に移転することも検討している。

第2は合理化・コストダウンと新製品開発の動きである。これについては、いずれの企業でも至上命令となっているが、一方で実施段階での規模間格差も顕著となっている。合理化・コストダウンについてみると、大規模層ではME化やロボット導入など設備投資による省人化・省力化が主であるが、中小規模層では工程改善や下請への値引き要請など、コストダウン対策としてはすでに限界となっている。また新製品開発は、内外市場でアジア NIEs 製品との競合を回避するため、合理化・コストダウン対策以上に重要となっている。ただしここでも、中小規模層では対応に苦慮しているところが多い。その理由として、①技術力のないメーカーが多いこと、②技術集約型以外の部品は既に高技術化が進んでおり、単品での技術開発には限界があること、③新製品開発のためには、複数の部品と組み合わせた複合化を進めることも重要であるが、部品メーカーは極端に細分化した専門分業体制をとっているため容易ではないこと、などがあげられる。

第3は、経営多角化の動きである。経営多角化をおこなう企業に共通していることは、自社で一貫生産しているメーカーが多いことである。あるハンドルメーカーでは、今回の円高前から自社のパイプ加工技術を活かして、パイプ椅子の製造、販売をおこなっていたが、円高による自転車部門の悪化を契機に、新たにパイプ椅子以外の分野にも進出を図っている。また、自社保有の塗装設備を活かして、産業機器メーカーや電気機器メーカーからの塗装加工を受注することも考えている。

一方、「眼鏡」でもみられたが、規模縮小や転廃業の動きもみられる。たとえば従来、輸出と国内向けがほぼ同割合を占めていたフレームメーカーでは、円高後、輸出の採算が合わなくなり、国内向けにシフトした。その国内向けも価格競争が激しくなったため、高級品の割合を増やしたが、生産数量が減少したため退職者の不補充など、規模縮小を余儀なくされている。また、フレームなどのメッキ企業では、親企業の輸出減や海外への工場進出で受注が大幅に減少し、採算も合わなくなったため、廃業に踏み切ったところもでてきている。

III 「商都」大阪の光と影

以上、大阪の下請企業と地場産業を例に、円高や国際化の進展に対する調整過程をみてきた。大阪に立地する産業に共通する問題として、これまではどちらかというと標準品、中・下級品というアジア NIEs や ASEAN など、発展途上国と内外市場で直接競合する物作りが主であったことがあげられる⁽²⁾。

その理由のひとつとして、大阪がこれまで「商都」として発展してきたことがマイナスに作用したと考えられる。大阪の卸・問屋は、その発展当初から全国卸として機能しており、その販売先は国内は言うに及ばず、全世界(どちらかといえば東南アジアが他の府県と比べて多い)を相手におこなわれてきた。卸・問屋は体質的に、大量の商品を取り扱うことが得意であるが、今ほど個性化・多様化が要求されず、また多品種少量の生産体制やそれを支える情報技術が進展していなかった時には、同じ商品を大量に取り扱うこと(いわゆる薄利多売)にいつそう注力していたと考えられる⁽³⁾。

大阪の中小(下請)企業や地場産業は、問屋制下請に代表されるように、直接問屋の配下にあたり、間接的にその影響下にあるものが多いが、そうした企業には、発注する問屋側からすると量のさばける標準品や、あるいは仕向地が東南アジアのような場合だと中・下級品の製品を大量に作ることが求められたのである。

したがって、大阪という地域的な視点から産業調整を考えた場合、まずそうした標準品、中・下級品を得意としたこれまでの生産体制から脱却を図り、産地全体を高度化していく必要がある。もちろん、すでに特注品や高級品を手掛け、成功している企業も多くみられるのであり、今回取り上げたなかにもそうした企業がみられた。そこでは、新製品開発のための情報の入手や内需転換のための市場開拓、あるいは商品企画力強化のための人材確保など、大都市の持つ有利な条件、すなわち先の「商都」の例が大阪の持つ「影」の部分であったとすれば、「光」の部分を活用していたことが指摘できる。以下

ではその「光」の部分にスポットを当て、産業調整をスムーズに進展させる大阪のもつ優位性についてみてみよう。

大阪には冒頭でみたように、さまざまな産業が幅広く、しかもそれらが一定の厚みをもって存在しており、また、東大阪市や大阪市内の東部や北部など、いくつかの中小企業集積地では切削、プレス、製函、板金、溶接、表面処理、鋳・鍛造、金型、プラスチック、縫製、その他の専門加工を担う総合的加工集団が形成されている（前掲、表4）。東大阪市の中小企業（多くは下請企業）はそこに立地するメリットとして、「原材料調達」や「部品調達」、「受注先との取引」などをあげており、また特に下請企業では「仲間取引加工」をあげている（表21）。

一方、親企業がそこに立地する中小企業に強く求めている機能として、①製品開発面では、親企業と共同開発ができること、②加工図面を下請企業側が作成できる能力を持つこと、③試作加工業務をこなせること、④いっそうの多品種少ロット化に対応できること、⑤複合加工（例えば、切削＋熱処理＋めっき加工）やユニット化した状態で部品の納入、あるいは最終完成品にして納入できることなどをあげている〔大阪府立産業開発研究所（1991）〕。

つまり、東大阪市など中小企業集積地には、関連の専門業者が一定の厚みをもって集積しているが、そこから生まれる機能——地域という単位が有する高度加工機能を発注側である親企業も受注側である下請企業も十分に認識し、その活用が図られているのである。また、地価や賃金の高い大都市に立地していることは、当然、高付加価値の製品作りを目指さなければならず、NCやMC工作機など新鋭機器の導入にも積極的で、結果として技術水準も他地域と比べて高いといえる。こうしたところからは、新しいアイデアやこれまでの経験をもとに独立する者も多く、ベンチャービジネスが数多く生まれているが、このことはつまり、地域がインキュベーターの役割を果たしていると考えられる。

次に、大阪にはさまざまなサービス業が存在し、それらを外部経営資源として活用できる点である。アジアNIEsや国内で他社との競争が激化してい

表21 立地条件で優れている点

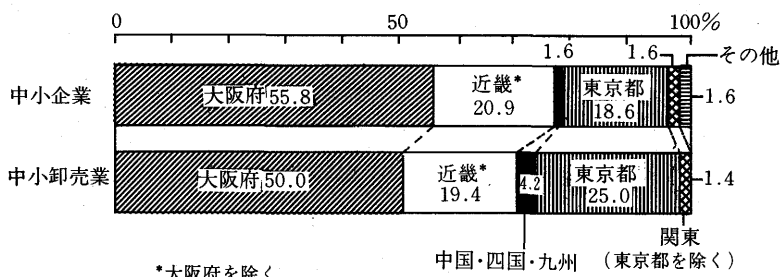
(企業数, カッコ内%)

	人材確保	原料調達	部品調達	仲間取引 加工	サービス 業の利用	各種情報 の入手	受注先と の取引	公害問題	合 計
製造販売	1 (1.8)	34 (61.8)	29 (52.7)	5 (9.1)	2 (3.6)	6 (10.9)	17 (30.9)	5 (9.1)	55 (100.0)
製造販売 兼下請	4 (8.2)	24 (49.0)	20 (40.8)	7 (14.3)	— (—)	6 (12.2)	21 (42.9)	5 (10.2)	49 (100.0)
一次下請	12 (13.3)	40 (44.4)	42 (46.7)	23 (25.6)	2 (2.2)	4 (4.4)	36 (40.0)	7 (7.8)	90 (100.0)
二次・ 三次下請	6 (11.5)	21 (40.4)	15 (28.8)	13 (25.0)	— (—)	3 (5.8)	26 (50.0)	5 (9.6)	52 (100.0)
その他	1 (12.5)	5 (62.5)	2 (25.0)	2 (25.0)	— (—)	— (—)	4 (50.0)	1 (12.5)	8 (100.0)
合 計	24 (9.4)	124 (48.8)	108 (42.5)	50 (19.7)	4 (1.6)	19 (7.5)	104 (40.9)	23 (9.1)	254 (100.0)

(注) 複数回答。

(出所) 大阪府立産業開発研究所『地域経済環境変化と大阪工業の対応に関する調査』(産開資料 No.18) 1991年3月。

図1 利用しているサービス業の立地地域



(出所) 大阪府『大阪経済白書』1991年版。原資料は、大阪府立産業開発研究所『府下中小工業における商品開発の実態に関する調査』(1990年10月, 財大阪中小企業情報センターと共同実施), 『府内中小卸売業の新商品の取扱に関する調査』(1990年10月, 財大阪中小企業情報センターと共同実施)。

るが、差別化するためには、既存製品の高級化・高品質化、あるいは新製品の作りが不可欠となっている。そのため、大企業はもとより中堅・中小企業においても、自社の人材不足を補ったり、サービス業の専門的能力を期待して、コンピュータソフト会社、コンサルタント会社、デザイン会社などさまざまなサービス業の利用が増えているが、それらの活用も一般的に大都市の方が有利である（図1）。

なお、こうしたサービス業には、利用が進めばさらに新たなサービス業が立地するという好循環も期待できるのである。また、異分野の企業とのネットワークにより、さまざまな新事業、新製品の創出が期待できる異業種交流も、大阪には種々の業種の企業が存在し、絶対的な企業数も地方に比べて多いことから、この面でも有利といえよう。

さらに、「商都」を担う卸・問屋も従来とは異なり、個性化・多様化した時代に対応できるよう情報武装し、適切な商品の物流・管理をおこなっているほか、商品企画や商品開発においても標準品、中・下級品から特注品、高級品が作れるよう転換を進めており、新しい機能を持つ創造的な卸・問屋へと変貌を遂げている。大阪のアパレル業界が、トータルファッション・フェアや大阪コレクションなどファッションショーに積極的に取り組み、世界に向けて情報を発信しているのもそのひとつの例である。

IV 今後の展望——高次都市機能のいっそうの活用

大阪は、これまでみてきたように、産業調整を進めていく上で、人、モノ、金、情報の集積をベースにしたいくつもの大都市特有の優位性を有している。今回取り上げた工業でも、そうした機能を有効に活用してきたと考えられる⁽⁴⁾。

今後、国際化が進むなかで大阪産業がとるべき方向は、知識集約化による産業構造のいっそうの高度化であり、工業の分野でいえば、次代に向けた新しい成長分野を切り開いていくための商品企画、研究開発機能の充実である。

親企業の海外進出や海外からの部品輸入がますます増大すると予想されるとともに、一方、発展途上国に対しては積極的な技術移転をおこなう必要があるが、日本に立地する企業にとって、付加価値の高い新製品作りや高級化、多品種少ロット化に対応できる製品作りが至上命題となっている。

すでに大阪府では、府下中小企業を対象に、イオン工学技術の技術移転やバイオ技術の共同研究をおこなうなど、先端的技術・研究開発力の強化を図っているほか、産業界、大学、公設試験研究機関が一体となって基礎研究、応用研究、製品開発の研究をおこなっている。また1995年には、現在分散している試験研究機関を統合して、自治体としては最大規模の研究機関(新産業技術総合研究所)を設置し、中小企業のいっそうの高度技術化の推進基盤として整備することも計画されている。人材育成についても中小企業の技術者の養成事業がおこなわれているほか、商品企画や研究開発が具体化される場となる起業・創業時のバックアップとして、ベンチャーキャピタル業務をおこなう(株)大阪府研究開発型企業振興財団や、インキュベート機関も設置されている。また、地場産業についてもその振興策のひとつとして、(株)大阪繊維リソースセンターが設立されたほか、地場産業総合振興事業やデザイン高度化のための支援がおこなわれている。

今後、産業構造の高度化のために、大阪がもつ都市機能をいっそう強化するとともに、研究開発型企業の育成・強化を図ることが重要である。とくに、先端的技術開発についてみると、大阪を含む関西ではすでにバイオテクノロジー、イオン工学、新素材といった分野で集積がみられ、その評価も高いが、こうした競争力があり地域特性を活かした分野を強化することが、地域的な観点で産業構造の高度化を企図する時に強く望まれる点である。また、情報ネットワーク化についてみると、異業種・同業種間での推進はもとより、東大阪市など先進の中小企業集積地をコアとして、そこの個別企業や地域間の情報ネットワーク化を推進することも必要である。さらに、全般的な産業構造の高度化のために、広く技術指導や人材育成、起業・創業時のバックアップを強化するとともに、「21世紀産業ビジョン・大阪」でも指摘されているよ

うに、商品企画や研究開発を支援するようなサービス業⁽⁵⁾、すなわちソフトなインフラストラクチャーを形成することや、商品企画力や開発力を備えた卸・小売業を育成し、その機能の高度化を図ることがますます重要となってくる。

ところで、産業調整の進展の結果、その企図するところが活力ある大阪経済の創出であるとするれば、近年の関西国際空港や関西文化学術研究都市、りんくうタウン⁽⁶⁾、コスモポリス⁽⁷⁾、国際文化公園都市⁽⁸⁾などをはじめ、総額28兆5000億円⁽⁹⁾にのぼるビッグプロジェクトの数々も、より高次の都市機能を集積させ、産業構造の高度化につなげるものである。

産業調整が個々の企業の外部環境の変化の対応に始まり、それが広く産業全体に波及していくものとすれば、プロジェクトの効果は、既存の都市経済の外部から内部に影響をもたらすと考えられる。つまり両者は、大阪や関西の産業構造高度化のためのいわば車の両輪であるが、域内だけの視点ではなく、広く国際社会の協調的發展のために活用を図ることが望まれる。とくに大きなプロジェクトの場合、大阪府だけの視点ではなく、他府県とも緊密な連絡、調整を図り、関西全体の浮揚や高度化といった観点から、計画の立案、実行に移すことが求められている。

今回は円高を契機とした産業調整ということで、工業にその焦点を絞ったが、産業調整そのものはすべての産業に共通である。今後、国際化、情報化、経済のソフト化・サービス化が進むなかで、産業調整のための政策は、都市政策とも連携して進めていく必要がある。魅力ある都市環境を整備することが、優秀な人材の確保や定着、研究開発型企業の創出に欠かせないものであり⁽¹⁰⁾、また、住民の側に立った産業政策を推進する上でも欠くことのできないものとなるからである。

【注】

- (1) 工業型メーカーは、フレームなどの生産、塗装設備、溶接、仕上げ設備を有

- し、その他の部品を購入して組み立てるのに対し、商業型メーカーは全く部品を生産せず、全ての部品を購入して組み立てるという違いがある。
- (2) たとえば、今回取り上げた「眼鏡」や「自転車」もそうであったが、このほか「ねじ」や「綿スフ織物」、あるいは「かばん」といったように、幅広い業種で観察することができる（もちろん、最近ではそれぞれ高級化を図っており、競争力を高めている）。
 - (3) 標準品、中・下級品の製品のすべてが、卸・問屋を理由とするとは今のところ断定できないが、雑貨製品などを中心に、大阪で作られた物は「安かろう、悪かろう」というレッテルが貼られ、そうした商品が「阪もの」と呼ばれた時代があった。なお、これについて、近々取りまとめる予定である。
 - (4) 工業を取り巻く最近の環境をみると、地価の高騰や公害、あるいは熟練工の不足や3Kなどといった新たな問題の発生で、企業経営が困難になったところもでてきている。もし、1軒の廃業が引き金となって連鎖反応を起こすようだと、小売市場や商店街などの歯抜け現象と同じ悪循環（1店が廃業→市場としての魅力が薄れる→客が来なくなる→他店も廃業）に陥ることが予想される。一定の地域で総合的な加工集団が形成されているから高度な仕事が効率良くでき、発注側もそれを期待しているのである。早急な対策が望まれる。なお対策の先進的な事例は、関満博（1990）に詳しい。
 - (5) 「21世紀産業ビジョン・大阪」では「ネオ・インフラ産業群」として捉えている。
 - (6) りんくうタウンは、関西国際空港の対岸部318.4haを埋め立てた「臨空都市圏」の核となる都市で、「商業業務ゾーン」「空港関連産業ゾーン」「住宅関連ゾーン」「工場団地ゾーン」からなる。
 - (7) コスモポリスは、関西国際空港の立地インパクトを活用し、泉州地域に研究・開発を軸とする先端産業や情報産業、研究所などを集積させた産業団地（ハイテク・リサーチパーク）。
 - (8) 国際文化公園都市は、茨木市北部から箕面市東部にかけての丘陵地740haにおいて、定住性豊かな新住宅地の形成と、国際的な文化・学術研究の交流拠点、ライフサイエンス（生命科学）研究の交流拠点を目指している。
 - (9) 1ha以上の土地を対象とした総事業費10億円以上のもので件数は628件（1990年1月末現在）、関西産業活性化センター調べ。
 - (10) アメリカのピッツバーグ市が、鉄鋼の町からハイテクの町、さらに全米一住み良い町に変貌を遂げたことはつとに有名である。

【引用文献】

- (1) 大阪府立商工経済研究所(1986 a)『大阪府下機械工業における生産環境変化への対応に関する調査』(経研資料No.655)。
- (2) 大阪府立商工経済研究所(1986 b)『大阪工業の構造変化とその発展方向』(経研資料No.656)。
- (3) 大阪府立産業開発研究所 (1988)『産業構造調整と府下中小工業(Ⅱ)』(産開研資料No.3)。
- (4) 大阪府立産業開発研究所(1989 a)『国際化の進展に対応する機械下請中小企業』(産開研資料No.7)。
- (5) 大阪府立産業開発研究所 (1989 b)『大都市圏地場産業の国際化の進展と対応』(産開研資料No.10)。
- (6) 大阪府立産業開発研究所(1991)『地域経済環境変化と大阪工業の対応に関する調査』(産開研資料No.18)。
- (7) 村社 隆 (1991)「“地域視点”からみた大都市中小工業の存在構造的特質」(産開研論集第4号)。
- (8) 関 満博 (1990)『地域産業の開発プロジェクト』新評論。

【参考文献】

- (1) 大阪府『大阪経済白書』各年版。
- (2) 酒田 哲 (1991)『地方都市・21世紀への構想』日本放送出版協会。
- (3) 坂本光司 (1987)『円高、国際化と地域産業』静岡新聞社。
- (4) 関 満博 (1991)『地域中小企業の構造調整』新評論。
- (5) 山崎 充 (1988)『地域産業の見なおし』中央経済社。
- (6) “ (1991)『豊かな地方づくりを目指して』中公新書。