企業環境研究年報
No.7, Dec. 2002

産業空洞化の進展と地域中小企業の存立問題

吉田敬一
（駒澤大学）

はじめに

厳しい不況の深刻化の中で世界的な価格競争が進展する中で，日本メーカーの生産の海外移転と国内生産基盤の縮小のペースは加速度を増す一方である。日本経済新聞の調査（2002年10月13日付け）によると，2002年に入ってから10月12日までに国内工場の閉鎖・休止を決定した主要企業（上場企業と売上高1,000億円以上の非上場企業）の数は105社，187工場に及んでいる。

1985年秋のG５・プラザ合意以降の猛烈な円高に伴い国内での生産コストは急騰し，輸出指向型の大企業は生産の海外移転に本腰を入れ始め，90年代に入るとバブル崩壊後の不況の深化と歩調を合わせる形で本格的な企業内国際分業システムの構築に着手し，内需向け生産も海外で行なうという「逆輸入」が例外ではなくなりつつある。その結果，これまで日本のセット・メーカーを支えてきた広範な下請中小企業は存立基盤を大きく掘り崩され，倒産・廃業のなだれ現象が全国を覆いつつある。こうして，いわゆる産業空洞化問題は特定の輸出向け生産地域に限定されるものではなく，全国の地域経済と中小企業が直面する緊急の課題となっている。『中小企業白書』は1996年版で初めて国内製造業のモノづくり基盤の崩壊の懸念を表明したが，控えめな表現ながらも2002年版では改めて「いわゆる『空洞化』問題につながるおそれ」を指摘している。

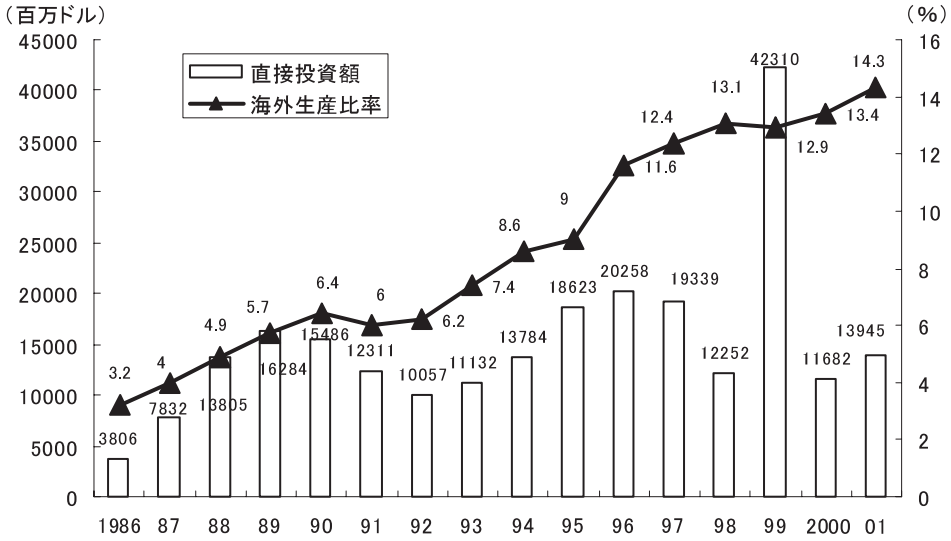
そこで以下，生産の海外移転の推移と今日的特徴の整理ならびに深刻の度を増しつつある産業空洞化についての新たな現象の整理を行なうことにしよう。

１　世紀末における生産の海外移転の急速な進展

図１は製造業の海外直接投資と海外生産比率の推移を見たものである。それによると，プラザ合意以降の円高局面の下で海外直接投資は急増し，86年比でバブル経済崩壊直前の89・90年には４倍以上に及んだ。この時期の進出先は主要な輸出先である。その後，90年代前半は不況局面の下で海外直接投資の勢いは衰えを見せるが，90年代後半には国際的な価格競争の激化により再度，海外投資は増勢に転じ，99年にはそれまでの記録を大幅に更新し400億ドルの大台を突破した。なお99年の異常な伸びは電機（前年度4.8倍の16.35億ドル）と食糧（同じく11.8倍の14.91億ドル）に規定されたものである。

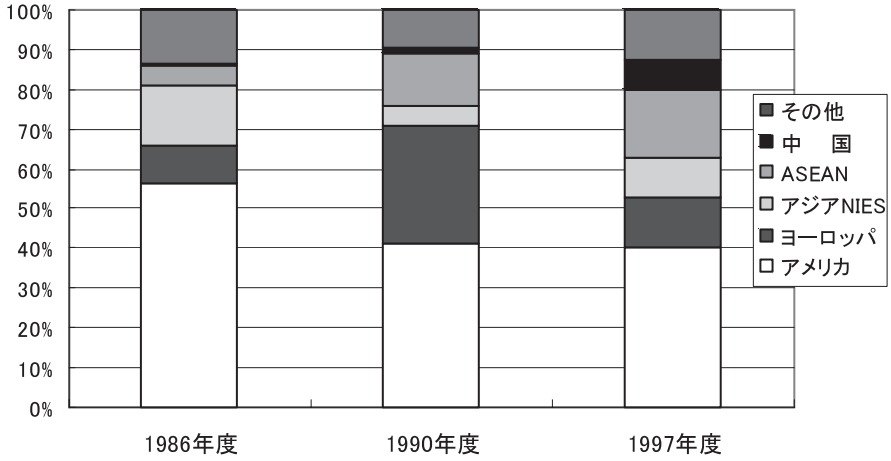
ちなみに海外生産が本格的に進展する90年代の直接投資動向の特徴はアジア地域，とりわけ中国の比重の高まりである。図２が示すように80年代後半の円高局面での海外直接投資の主力地域は，それまでの日本企業のメイン・マーケットであったアメリカとヨーロッパが中心であり，直接投資全体に占める欧米向けの比重は86年度が65.9%，90年度が70.9%と圧倒的に高い割合を占めていた。すなわち，この時期の対外進出の主要目的は輸出市場確保のための現地生産・現地販売体制の構築に向けたものであったといえ

図１　直接投資と海外生産比率の動向



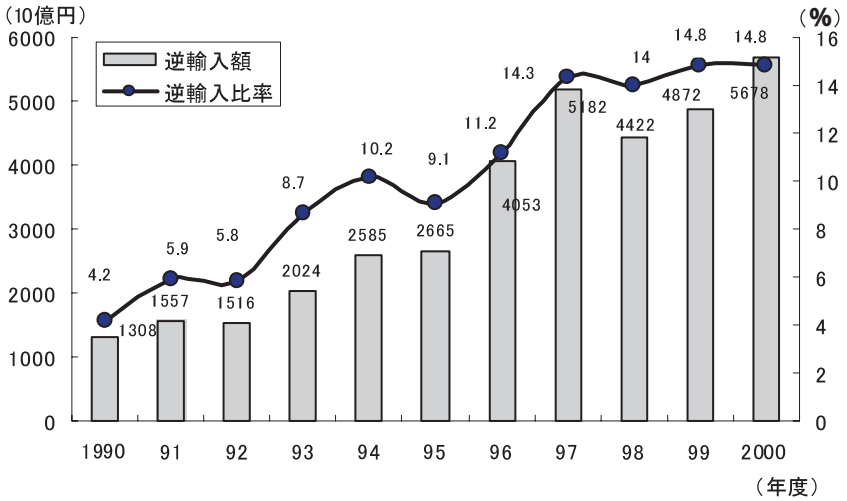
（注）海外生産比率＝現地法人売上高÷国内全法人売上高×100
（資料）『ジェトロ白書　投資編』1994年版、36頁、1998年版、54頁、2000年版、50頁、『ジェトロ投資白書』2002年版、501頁、『製造基盤白書』2002年版、12頁、『中小企業白書』平成11年版、8頁より作成。

図２　製造業の直接投資の進出先国別構成の変化



（資料）『ジェトロ白書　投資編』1994年版、37頁、2000年版、50頁より作成。

図３　急増する逆輸入



（資料）「2001年海外事業活動基本調査概要（要旨）」2002年５月17日、経済産業省、11頁。

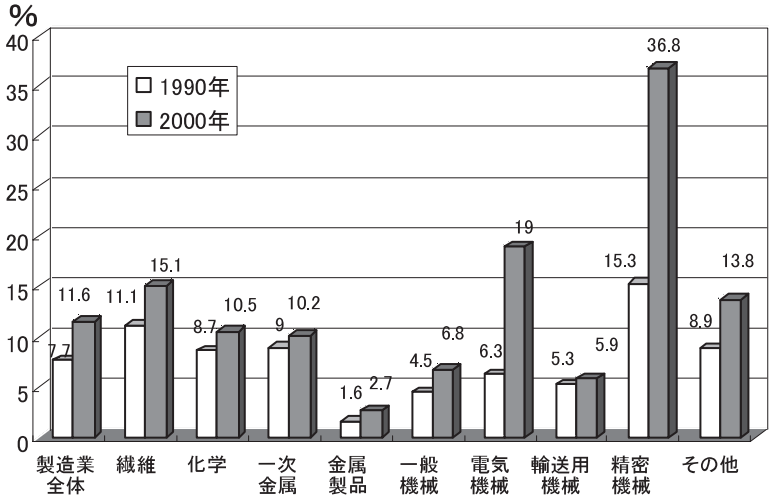
る。これに対して90年代に入ると，国際的な価格競争がいっそう激化する中で，輸出向け生産拠点としてのアジアの役割がクローズアップされるに至り，アジア諸国への直接投資額の比重は80年代後半の20%前後の水準から97年度には35%へと急速な高まりを見せた。当初はASEAN４が電気電子分野で，中国は繊維という地域別役割分担であったが，90年代後半にはいると将来有望な市場として，また「世界の工場」として中国は自動車・電機メーカーにとっても戦略的な拠点として位置づけられ，生産の海外移転先としてその比重を急速に高めつつある。

その結果，我が国の製造業の海外生産比率は急角度で上昇し（図１参照），バブル経済直前にはわずか３％程度であったのが，96年度に10%を超え，今日では15%が目前となっている。また，海外進出企業に限定して海外生産比率を見ると，85年の8.7%から90年の17%を経て，2000年度には32%へと大幅に高まった。なお生産の海外移転は当初，国内の輸出向け生産拠点を中心に進展したが，セット・メーカーの経営戦略が本格的な企業内国際分業システムの構築（世界最適地生産分業システム）に足を踏み出す中で，完成品や部品の逆輸入問題が生じ，国内の内需向け生産基盤もアジア単価を基準にした形で再編・整理の局面に入り，産業空洞化問題が顕在化するに至った。

例えば，かつて日本の輸出の主力商品の一つであったカラーテレビについて見ると，海外生産比率は85年度の38.8%から90年度の60.1%を経て，95年度には81.9%と急角度で上昇し，完全にアジアの生産拠点に移管された。その結果，93年度には輸入が輸出を上回り，95年度には輸入（780万台）が国内生産（725万台）を凌駕するという事態に至った。ちなみに95年度はアジアを軸にした日本企業の国際分業戦略構築の一つの画期を成しており，アジアからの輸入総額に占める製品輸入の比率は91年度の32.2%から95年度には41.5%に達し，アメリカ（25.6%）およびEU（21.2%）からの製品輸入比率を大きく上回り，マスコミは「日本企業によるアジアでの現地生産が本格化し，機械・機器を中心に逆輸入が増えているため」と報じた。そして翌96年度には海外現地法人の売上高は47兆円を記録し，輸出総額（44兆円）を初めて超えるに至った。[1)]

図３は生産の海外移転が本格化した90年代における逆輸入の推移を見たものであり，生産の海外移転の推移と歩調を合わせた形で逆輸入が増加していることがわかる。その結果，現地生

図４　製造業の輸入浸透度の推移



（資料）『ジェトロ貿易投資白書』2002年版、80頁より作成。

産・現地販売を目的とした欧米への直接投資が未だ支配的であった90年度の逆輸入比率はわずか4.2%に過ぎなかったが，輸出向け生産拠点としてのアジアへの直接投資が大きな柱となっていた2000年度の逆輸入比率は一挙に14.8%へと高まっていった。

こうした逆輸入の増大は国内市場に占める輸入品シェアを高める方向に働き，輸入浸透度（輸入÷＜産出額－輸出＋輸入＞）は1990年から2000年までに製造業全体で7.7%から11.6%へと４ポイント上昇した（図４参照）。その際，とくにアジアへの生産拠点の移転を早くから推進するとともに，逆輸入を戦略的に活用した精密機械および電気機械における輸入浸透度の著しい高まりは注目される。

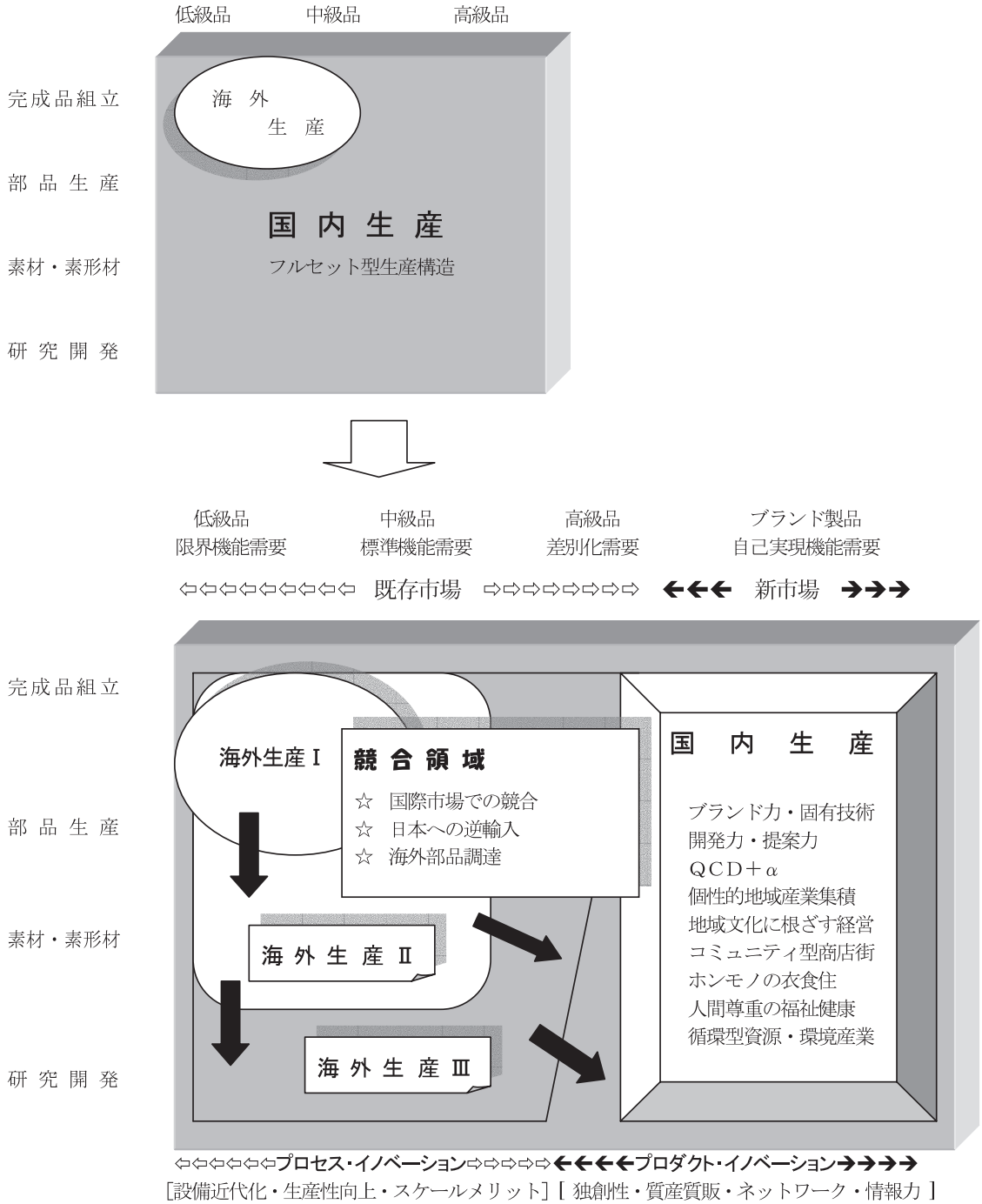
２　生産の海外移転の今日的特徴

バブル経済崩壊以降，日本企業は歯止めが掛からぬ円高傾向に伴う「高コスト」構造を打開し，激しさを増しつつあった国際的価格競争に打ち勝つため，90年代不況の下で生産の海外移転を推し進めたが，それは膨大な下請中小企業を下支えとした日本型のモノづくり構造の国際的な再編成を意味するものであった。すなわち，国内での地域間分業の枠内でのセット・メーカーを頂点とした重層的な生産分業・下請システムから，アジア地域を土台にしたセット・メーカーによるグローバルな枠組みでの企業内国際分業システムの構築への移行であったため，生産の海外移転の内容に応じて国内の地域経済と中小企業は順次，その存立基盤を喪失するに至った。

図５は機械工業を事例とした形で，また主にアジアとの関係を念頭において，生産の海外移転に伴う国内生産基盤の海外との競合・整理の推移を簡略にしてビジュアル化したものであり，この図を手がかりにして生産の海外移転の今日的特徴を整理することにしよう。

機械工業における生産の海外移転は家電産業が先導役となって70年代に入り本格化した（図５の上段参照）。しかし，この段階での海外進出の内容と国内への影響を見ると，第１にセット・メーカーの組立工場が貿易摩擦を回避する目的で欧米の主力販売市場に進出する形態が主流であり，各種部品は基本的に日本から調達するというノックダウン方式であったため，国内の部品関連産業にとっては納入先の工場が国内から海外に変化するだけであり，日本経済が拡大的な発展過程をたどっていた状況下では，むしろ

図５　国際分業・生産の海外移転に伴う国内生産機能の役割変化



（資料）東京都労働経済局『都内製造業の海外進出動向に関する調査報告書』1995年3月、97頁所収の図を基にして再構成の上、新たに作成。

受注増につながっていった。また第２にノックダウン方式による海外生産への着手は組立ライン関連の設備機器と製品に組み込まれる部品や素材の輸出を誘発するため，輸出拡大効果をもたらした。その結果，第３として，素材生産，鋳物・鍛造・熱処理などの素形材加工，切削・研磨・プレス加工・鍍金処理などの機械的・化学的加工機能の集積を基盤とする部品産業および，それらの取りまとめ役としての完成品組立工場からなる日本独特の地域間・企業間分業システム（モノづくりに関するフルセット型構造）に綻びは生じなかった。

しかし，80年代に入り，とりわけ85年のＧ５・プラザ合意による極端な円高傾向の下で，マイクロ・エレクトロニクス（ME）技術のレベルアップという要素が加味され，状況は一変した。85年のプラザ合意の時点での１ドル＝240円前後という対ドル為替相場が87年のルーブル合意の後には１ドル＝120円前後にまで円相場が急騰するという事態は，確かに生産の海外移転を強く条件付けるものではあった。しかし，それだけではアジア諸国，とりわけASEAN諸国など技術・技能水準の面で日本と質的格差を有していた国々への進出は説明しきれない。その背景としては，操作が容易で安価なコンピュータ制御の工作機械が供給可能になったことが重要である。

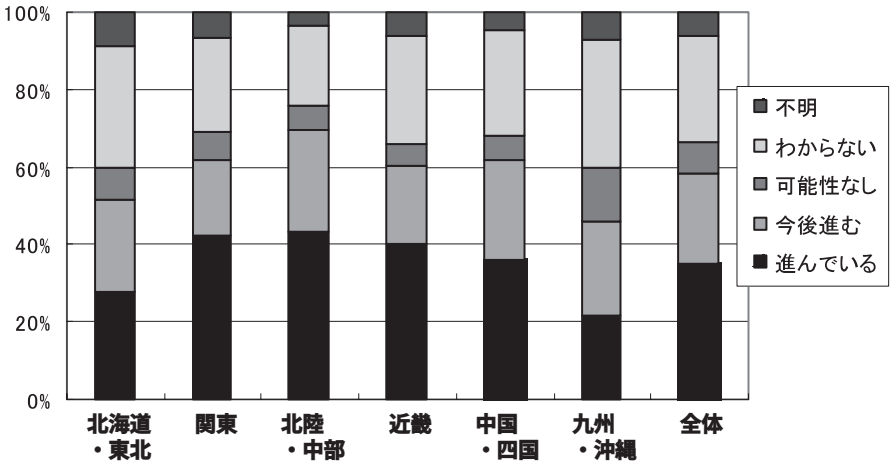
その結果，モノづくりに関する多種多様な経験に裏付けられた勘・コツが昇華された属人的生産力といえる高度な技能・熟練が希薄な地域でも，コンピュータ関連の知識と図面の読み取り能力さえあれば精密・微細な加工が可能となり，生産コストが極めて低いアジア諸国への部品生産領域での生産移転の条件と可能性が整備され，生産の海外移転は新たな段階（図５の下段の第Ⅱ段階）へ突入した。バブル経済の時期から90年代初頭の段階では，アジア地域では低級品から中級品レベルでは素材・素形材－部品生産－完成品の組立までの生産工程を一貫してカバーすることが可能な状態に達していた。本来なら，この段階で地方の中級品レベルまでの量産型工業地域において地域産業の空洞化問題が顕在化する条件下にあったが，日本経済のバブル化が内需を大幅に膨張させ，高級品市場の発展と新製品の相次ぐ投入により，海外生産能力の増強は国内生産能力の過剰化を潜在化させ，過剰生産能力の問題解決は先送りされたのであった。

90年代に入るとバブル崩壊後の不況の進展の下で生産の海外移転先は，既述のように販売市場確保を目的とした欧米から，新たな生産・輸出基地としてのアジアに重点が置かれ，さらなる円高の進展（95年４月19日には１ドル＝79円75銭まで高進）は紆余曲折を経ながらも改革・開放を旗印に掲げた中国を核とした東アジアへの資本輸出が日本企業の生き残りの切り札として条件づけた。そして，アジアに高級品分野で国際競争力を有する生産拠点を確立するためには，サポーティング・インダストリーの現地編成は不可欠であるため，セット・メーカーは協力会加盟の中小部品メーカーやユニット受注対応能力を持つ中堅下請企業に対して海外進出要請を本格化し，生産系列の骨格部分のワンセット型海外進出が進み始めた。

その結果，90年代後半に入ると高級品分野においても素材生産から完成品組立までの工程がアジア地域内の国際分業システムの枠内で構築されるに至り，生産の海外移転は最終段階に到達した（図５の第Ⅲ段階）。大手セット・メーカーの企業内国際分業システムの新たな局面への移行を受けて，新製品の研究・開発などの最先端機能の現地化が製品タイプによってはアジア地域でも可能となっている。こうした生産の海外移転の内容面での新しい要因に加えて，折からのデフレ不況の深刻化に起因する国内生産能力の過剰処理問題が重複し，地域産業の空洞化と中小企業の整理・淘汰問題が一挙に顕在化したのであった。

なお，生産のグローバル化は時代の基本的な流れであり，アメリカ（99年：30.7％）やヨー

図６　地域別に見た空洞化の状況



（資料）中小企業家同友会全国協議会「経営環境の変化と対応」アンケート調査。

ロッパ（ドイツは2000年時点で46.8%）の先進国と比べて日本の海外生産比率（2001年：14.3%）は未だ低水準にあるが，いわゆる産業空洞化問題を考えるに際して，欧米諸国の場合には企業の相互乗り入れが活発である点が看過されてはならない。例えば，2000年時点の世界の対内直接投資残高に占める比重を見るとEUは37.6%，アメリカは19.6%であるのに対して，日本はわずかに0.9%に過ぎない。同年の対外投資残高は８位（世界シェア6.2%）に対して，対内投資残高ランキングは22位と大きな格差があり，日本の場合は海外への一方通行型の国際化であるため，海外生産比率の数値では計り知れない影響を国民経済に及ぼしている点を指摘しておこう。[2)]

以上の一般的・マクロ的考察を踏まえて，いわゆる空洞化問題の実態に関して，具体的な検討に入ろう。

３　歯止めが掛らない地域産業の空洞化

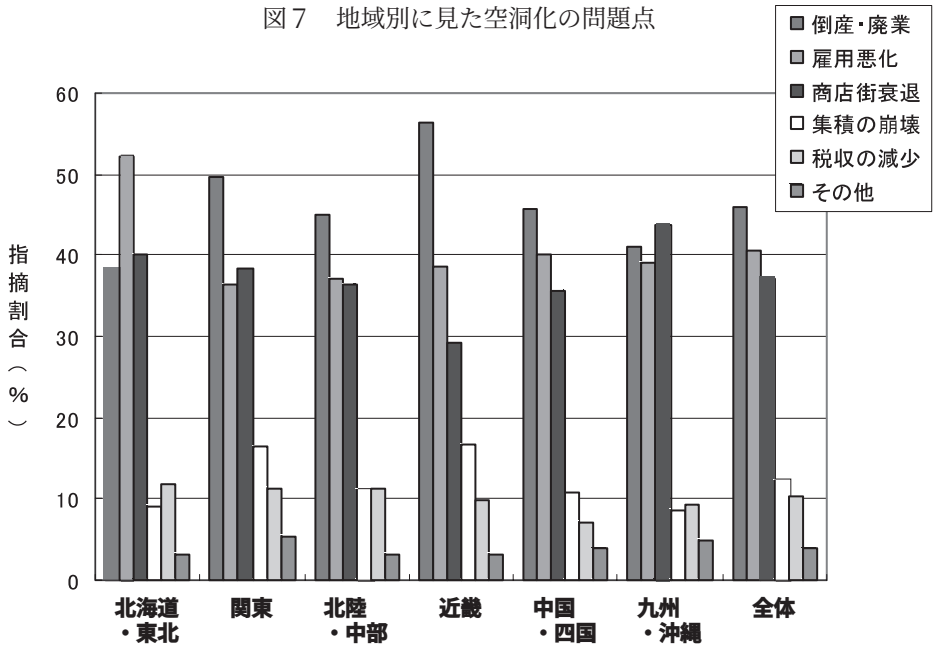
本章では，中小企業家同友会全国協議会（以下，中同協と略）が2002年８月に会員企業に対して行なったアンケート調査を基本に，[3)]地域産業の空洞化に関する最近の各種実態調査を活用し，地域産業集積の綻びの状況および問題点を整理することにしよう。

(1) 地域産業空洞化の状況認識と問題点

図６は中同協調査の中の「企業の海外進出，生産委託または輸入増による地域産業の空洞化について」の設問に対する回答結果を地域別に見たものである。全国レベル（合計）で見ると，「空洞化の可能性はない」との楽観的な回答は8.1%で１割にも満たないのに対して，「進んでいる」が最多の34.6%を占め，「今後進みそう」（23.4%）を加えると６割近くの企業が空洞化問題に危機感を感じている。空洞化の実感度を地域別に見ると「進んでいる」の指摘割合が関東，北陸・中部および近畿で４割を超え，相対的に高くなっている点が注目される。これらの地域は製造業の比重が大きく，また外注・下請関連の中小企業も高く，生産の海外移転や大企業の国際的部品調達の影響をより強く受けているからであろう。

これに対して北海道・東北と九州・沖縄では空洞化進展度が相対的に低く示されているのは，業種構成の特徴を反映したものといえよう。す

図７　地域別に見た空洞化の問題点



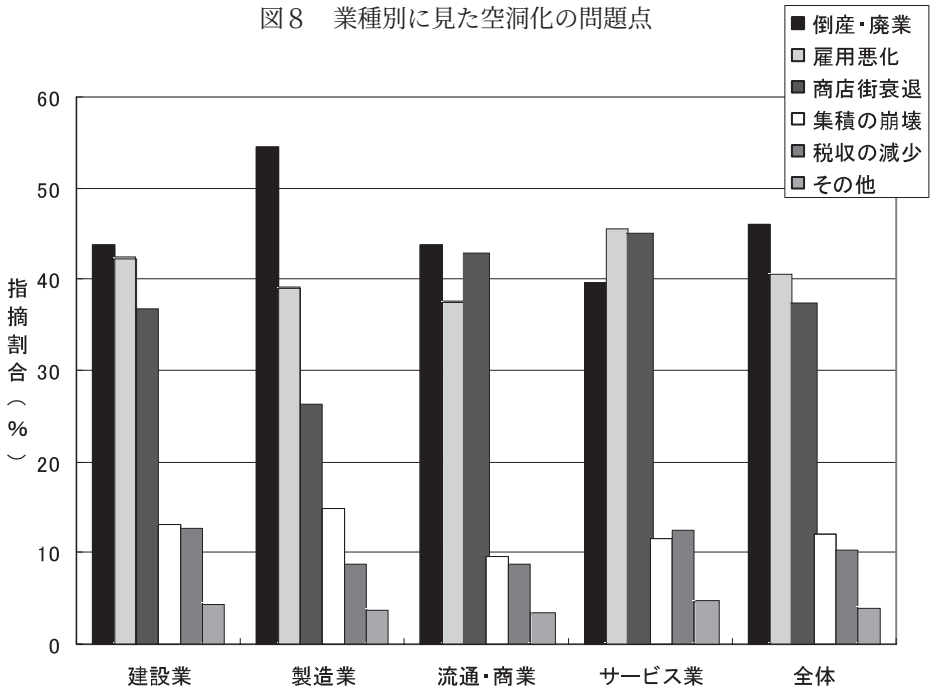
（注）複数回答。
（資料）中小企業家同友会全国協議会「経営環境の変化と対応」アンケート調査。（注）複数回答。

なわち，両地域では建設業と流通・サービス業の比重が相対的に高く，地域経済の現実的な問題は経済のグローバル化というよりも，公共事業削減問題と大型店出店問題などの身近な問題に起因するところが大きいと考えられる。ただし，これらの地域でもこれまでの誘致政策により，大企業の量産組み立て工場が大きな役割を果たしてきた地域（例えば，岩手，宮城，福島など）では生産の海外移転の影響が太平洋ベルト地帯よりも大きいことから，空洞化問題に対する危機感はきわめて強く示されており，県あるいは基礎自治体レベルで問題点は異なっていることが注目されねばならない。例えば，空洞化が「進んでいる」の比重は，東北・北海道平均では27.6%であるが，アルプス電気やアイワをはじめ電気・電子関連企業の工場閉鎖や統合・縮小が最近相次いでいる岩手県(48.6%)，宮城県（33.8%），福島県（36.6%）では，地域産業の空洞化に関する意識が強く出ている。

この問題に関しては，日本商工会議所が2002年春に行なった中小製造業を対象とした調査でも同様の危機感が表明されている。[4)] 製造業の空洞化に関する影響についての各地商工会議所に対する設問では，所轄地域において「影響がある」との回答割合は全国平均では62.4%に及んだ。これを全国９ブロック別に見ると，最も危機感が強く示されたのは東北であり,「影響がある」の割合は８割を超えた。以下，北陸・信越，関東，中国，四国，近畿の順となっている。これに対して北海道と九州では「影響がある」が過半数を下回っているが，これは電気・電子関連機械工業の集積度の低さによるものと考えられる。また空洞化の状況認識についての設問では,「深刻である」と回答した商工会議所の割合は73.5%で,「それほど深刻ではない」の17.8%を大きく上回った。さらに，今後の予想についても「深刻化していく」と考えている会議所が71.8%という高い割合を占めており，地域経済の現場での危機意識の強さが示唆されている。

地域産業の空洞化問題はそれぞれの地域の産業構成の特徴によって，その問題性は異なる。図７を見ると，大都市部の中でもとりわけ不況

図８　業種別に見た空洞化の問題点



（注）複数回答。
（資料）中小企業家同友会全国協議会「経営環境の変化と対応」アンケート調査。

の影響が色濃く出ている大阪を抱える近畿では「倒産・廃業の増加」の指摘割合が群を抜いており，関東がそれに次いでいる。これに対して，北海道・東北では「雇用悪化」が焦眉の問題と認識され，また九州・沖縄では「消費低迷による商店街の衰退」が最重要視されている。

次にこれを業種別に見れば（図８参照），空洞化問題は製造業では「倒産・廃業」問題として強く実感されているのに対して，第３次産業では集客要因が個店の経営努力の前提条件となるため，倒産・廃業，雇用問題と商店街衰退が三位一体となって問題化している。

空洞化問題の焦点のひとつである「空き工場の増加等による産業集積の崩壊」については，直接関係する製造業では14.9%と高い指摘割合が示されているが，それに留まらず建設業（13.2%），流通・商業（9.6%）およびサービス業（11.6%）でも強い関心事となっている。地域別の特徴としては，製造業の集積の度合いの高い関東（指摘割合49.8）と近畿（56.1）において「倒産・廃業の増加」に対して，とりわけ強い危機感が示されている。

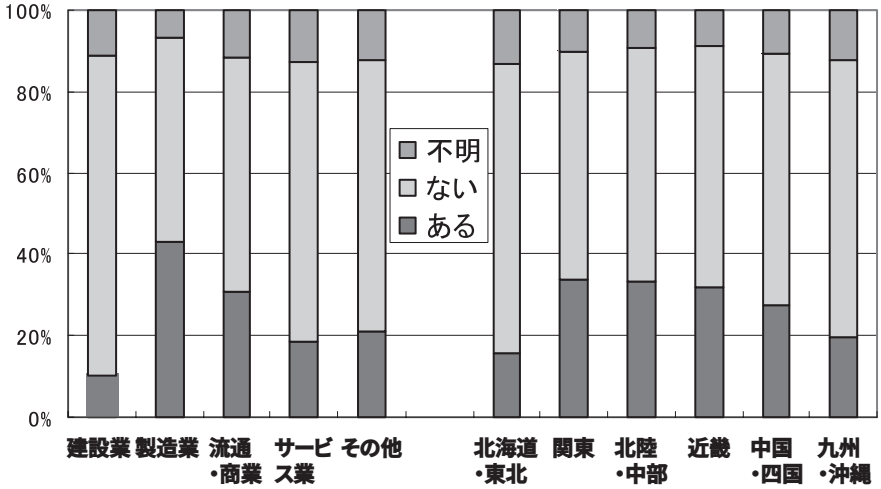
倒産・廃業問題に関して「過去１年間で取引先の倒産・廃業はありましたか」という設問に対して，全体では65.3%の企業が「ある」と答えており，地域別では近畿（69.3%）が，業種別では流通・商業（71.9%）が高い指摘割合を示している。

この回答傾向は，中国への生産機能の移転がさらに加速化しつつある今日，地域産業集積の綻びの現れ方がこれまでの小規模・自営業者層の転廃業を中心にした重層的下請構造の底辺部分での歯槽膿漏的衰退から，地域社会に一定の仕事と雇用を提供している中堅・中核的中小企業の淘汰による地崩れ型崩壊への懸念の表明と考えられる。

(2) 地域中小企業の取引先の海外展開の実態

図９は過去５年間の主要取引先の海外展開（海外進出，生産委託）の実態を示すものであり，全体では26.5%の企業が取引先の海外展開を経験している。その際，製造業では半数近くの4

図９　業種別・地域別に見た取引先の海外移転状況



（資料）中小企業家同友会全国協議会「経営環境の変化と対応」アンケート調査。

1.8%の企業がこの問題に直面している。その結果，地域別では製造業の比重が大きい関東，北陸・中部，近畿で取引先の海外展開比率が高くなっている。これに対して，価格破壊現象が強まる中で開発輸入や直接仕入れに力を注いでいる流通・商業では28.4%，サービス業でも２割近くが「あり」と回答している。

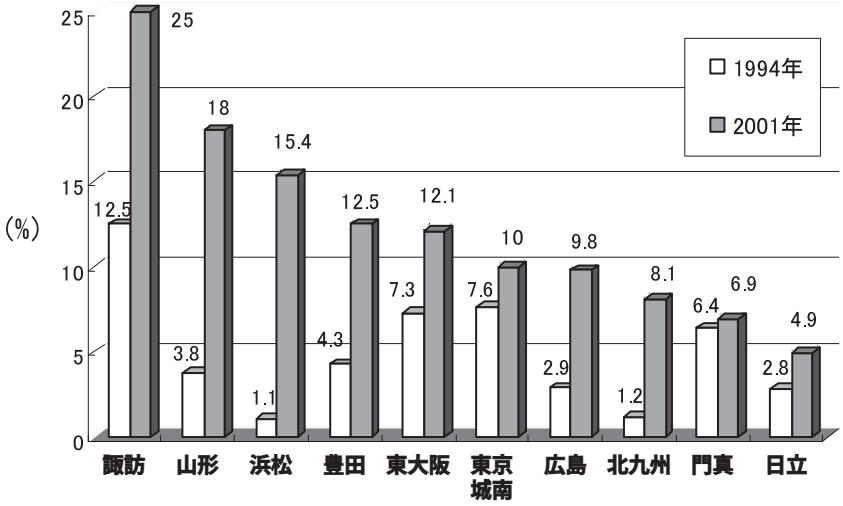
これらの企業の展開先を見ると（複数回答），全体では79.7%の指摘割合で中国が圧倒的に高い比重を占めており，業種別に見ても大きな相違点は見られないが，製造業（80.2%）を抜いて商業・流通が82.7%でもっとも高い数値を示している。これに次いで重要な進出先は「アジア（中国以外）」であり（全体では36.5%），業種別では製造業と建設業で多くなっている。また製造業の場合，日本のセット・メーカーの海外展開の重要拠点である「北米等ＮＡＦＴＡ」（7.1%）の比重が相対的に高くなっている点が特徴的である。

取引先の海外展開に関して，商工会議所調査では「最近５年間に生産拠点を海外に移した主要取引先はあるか」という設問に対して，45.4%の企業が「ある」と回答している。また進出先では中国が圧倒的に高い比重（指摘割合は約82%）を占め，2位以下のタイ（19%），インドネシア（11%），マレーシア（９%）などを大きく引き離している。取引先が海外進出した後の影響（複数回答）については，取引の減少が６割強で最も多く，受注単価の引き下げが約55%で次いでおり，第３位の納期の短縮（２割弱）を大きく引き離している。海外移転した主要取引先のない企業に対する「近隣アジア諸国の技術等の追い上げの影響」を聞いた結果では，過半数の企業が納入単価の引き下げを指摘しており，生産の海外移転の影響はコスト面での中小企業の営業条件の悪化を条件づけている。また，東京都大田区が2001年末に実施した「空洞化の影響に関するアンケート」[5)]の集計結果を見ると，調査対象企業のうちの59%が取引先の製造拠点の海外移転を経験している。そのうちの６５%の企業は受注・売上の減少や原価低減などの直接的な影響を受けており，「ほとんど影響なし」の割合は18.5%に過ぎなかった。

(3) 中小企業の海外展開戦略

経済のグローバル化は中小企業に対しても国際展開を経営戦略の選択肢の１つとして条件づける。日本経済新聞が2001年に行なった全国10

図10　工業集積地域における海外進出比率



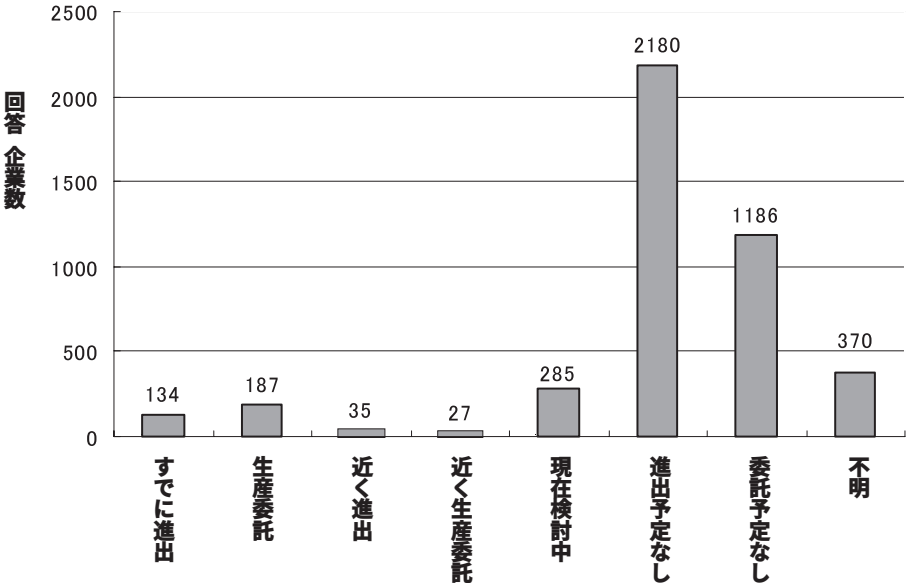
（資料）『日経地域情報』2001年８月20日号。

の産業集積地調査によると，[6] 対象地域の中堅・中小企業の13.3%が海外生産に踏み切っており，94年の前回調査から8.1ポイントも上昇した。図10は調査対象となった10地域における中堅・中小企業のうち海外で生産活動を行なっている企業の割合を示している。生産の海外展開を行なっている中堅・中小企業の割合は門真を除いて大幅に増加しており，その立地先（複数回答）は東アジアで94.3%に及び，北米の18.1%，欧州の5.7%を大きく引き離している。また，東アジアでの生産額は2001年度が前年度比18.9%増であるのに対して，国内生産額は同4.2%減となっている。その結果，東アジアへの生産移転後の国内工場の取り扱いについては「現状のまま」が50.5%に留まり，「一部閉鎖または縮小」が20%を占めた。後者のうち，生産額を50%以上削減した企業は26.4%を数えた。こうした中小企業の海外進出の原因として有力取引先の海外生産移転が指摘されており，91年以降の10年間で主要取引先が東アジアに生産移転した中小企業の割合は全体で37.1%であり，該当企業の59.2%が受注量の減少に直面している。主要取引先の海外展開比率が最も高かったのは諏訪と日立でともに50%に達しており，この２つの地域では７割近くの企業が受注減の影響を受けている。

そこで次に，同友会の会員企業の海外展開の実態と考え方について整理することにしよう（図11参照）。まず全体的に見ると，すでに海外展開している企業（進出，生産委託）の割合は7.9%であり，業種別では製造業が13.9%と高く，流通・商業が9.7%となっている。他方，建設業（1.9%）とサービス業（3.5%）は市場面で地域密着の度合いが高いことから，海外展開の比重は小さい。しかし，「現在検討中」の比率が全体で7.1%であり，製造業では9.9%となっていることから，今後は同友会企業にとって海外展開は戦略上の重要な選択肢のひとつとなる可能性が無視できない。

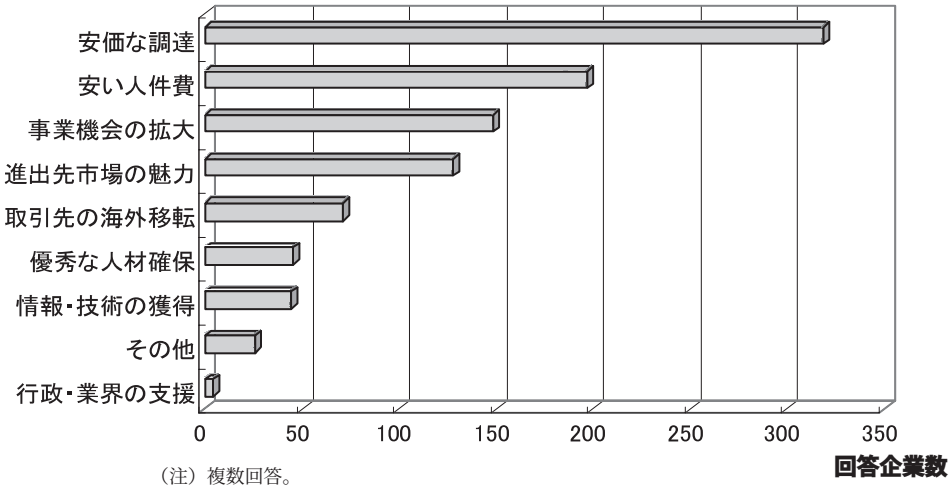
ちなみに海外展開を実施ないし考慮している会員企業の展開先としては，やはりここでも中国がターゲットとなっており（全体平均では76.3%，製造業では80%），中国以外のアジア（全体平均の39.2%に対して，サービス業では45.5%，流通・商業では42.1%で製造業の36.9%を上回っている）を含めて，中国を軸としたアジアレベルでの国際的生産・流通分業システムへの

図11　同友会企業の海外展開の状況



（資料）中小企業家同友会全国協議会「経営環境の変化と対応」アンケート調査。

図12　同友会企業の海外展開する理由

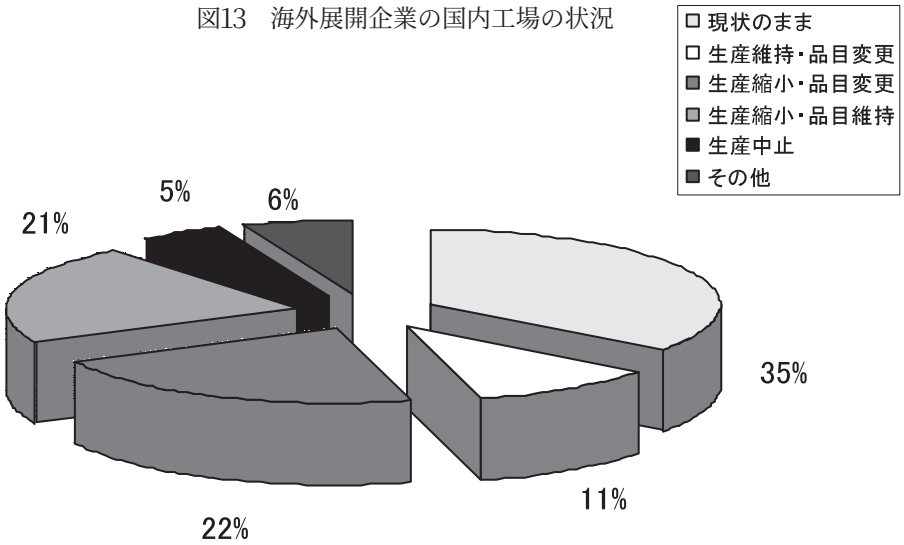


（注）複数回答。
（資料）中小企業家全国協議会「経営環境の変化と対応」アンケート調査。

移行という構図がうかがえる。ただし同友会企業の海外展開の特徴として，北米やEUに対する関心の強さが指摘される。すなわち，主要取引先の海外展開先に占める北米等NAFTAとEUの指摘割合は4.4%と３%であったのに対して同友会企業の場合は８%および4.9%と相対的に高い数値となっている。このことは同友会企業の海外展開は単なるコストダウン効果の追及ではなく，先進国市場への進出・開拓や高度な技術交流・提携をも視野に入れた形で，空洞化とは一線を画する本来的な国際展開戦略を持った中小企業の数が多いことを示唆しているとも考えられる。

また，その一方で「海外進出や生産委託の予

図13　海外展開企業の国内工場の状況



（資料）日本商工会議所「地域産業空洞化の実態調査」2002年６月19日。

定はない」とする地域密着型企業の比率は全体では83.5%，製造業でも82.5%と非常に高い比重を占めている点は注目される。

ところで今回の調査結果によると海外展開の理由については，大きく２つに区分される（図12参照）。ひとつは価格破壊・コストダウン圧力への対応を主眼とした海外展開であり，今回の選択肢では「国内より安価な調達が可能」（全体では53.3%の指摘割合）と「安価な労働力（人件費コスト）」（同じく32.9%）がそれにあたる。業種別に見ると，過酷なコストダウン・価格破壊に規定されつつ，国際展開がもっとも活発となっている製造業と流通・商業では，この２つの要因が海外展開理由の主力を形成している。これに対して「進出先の市場の魅力」（全体では21.4%）「事業機会の拡大」（24.9%）および「情報・技術の獲得」（7.5%）を理由とする海外展開は，言葉の本来的意味合いでのリストラ（事業再構築）に該当するものであり，国内経済基盤の侵食に直結するものではなく，むしろ地域経済の新たな展開基盤を模索する試みとして評価することができる。

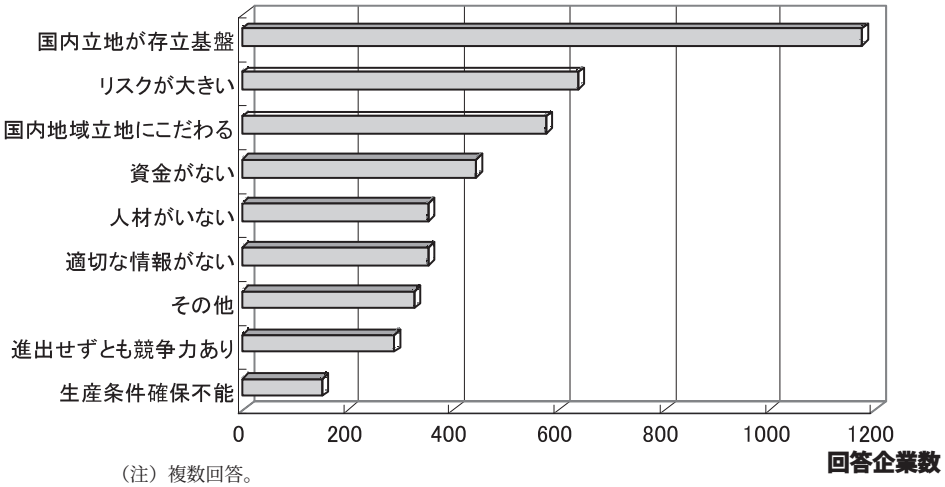
この問題に関して日本商工会議所の調査では，海外に生産拠点のある企業を対象にした設問がある（回答企業数237社）。それによれば，海外生産拠点総数のうちの54.3%を中国が占め，第２位以下のタイ（10.7%），インドネシア（9.6%），アメリカ（5.8%）を大きく引き離している。また海外移転の理由としては，1位が人件費コスト（50%強），2位が事業拡大（30%強），第３位が取引先の海外移転（30%弱）となっている。

また海外展開に踏み切った中小企業が国内の自社工場に対して取った対応策を見たものが図13である。それによると35.4%の企業では生産量と生産品目では現状が維持されており，外延的拡大戦略が実施されたと考えられる。また11%の企業では国内工場の従来生産品目が海外移管に伴い新たな品目の生産の着手により，従来の生産量が維持されている。これらのタイプは国内生産基盤の空洞化に連動しない形の国際化戦略であり，その比重が半数近くに達していることは注目される。これに対して過半数の企業では国内生産基盤の縮小を伴う形で生産の国際展開が行なわれており，また15.7%の企業では技術開発・商品開発部門の一部が海外に移されている。

(4) 中小企業の地域密着型戦略

今回の中同協の調査対象企業のうちの多数派（83.5%）は海外展開と一線を画する地域密着路

図14　同友会企業が海外展開しない理由



（注）複数回答。
（資料）中小企業家全国協議会「経営環境の変化と対応」アンケート調査。

線を追求している（図14参照）。そこで次に，これらの企業が地域にこだわる理由について整理してみよう。

一口に地域密着型経営といっても，ここでもまた２つのタイプに区分できる。ひとつは海外展開をしたいけれども何らかの理由により海外展開ができないという消極的な地域密着型路線である。今回の選択肢では「資金がない」（全体では11％の指摘割合）「人材がいない」（8.7％）「リスクが大きい」（15.8％）「適切な情報がない」（8.7％）「進出先で同じ生産等の条件が確保できない」（3.7％）がこれに該当する。このタイプの企業の場合，これらの条件が整えば海外展開に踏み切る可能性が強く，地域密着型である必然性に乏しいと考えられる。このタイプの企業は目的の明確化を前提とした上で海外展開を目指すか，それとも国内立地に競争力の源泉を有する経営体質を確立強化するのか，という将来展開の方向性についての選択を早急に行なう必要がある。そうでないと，いつまでも受身の対症療法的な経営に終始せざるを得ず，生き残りをかけた椅子取りゲームから脱却し，独自の存在基盤を持った企業（なくなったらお客様・取引先が困る会社）への経営革新の展望は切り拓かれないであろう。

第２は地域に対するこだわりが戦略的に明確化されており，経営理念的に地域密着でなければならないタイプの企業群である。その理由としては「地域・顧客密着など国内立地でなければ成立しない」（全体では29.1％）がすべての業種で最多指摘割合を示しており，「国内地域立脚にこだわりたい」（14.3％），「進出しなくても十分競争力がある」（7.1％）が続いている。この点に関して，2001年11月に社会経済生産性本部が発表したOECD加盟国の労働生産性比較では，日本の製造業のランクはアメリカに次いで２位を占めていたことが注目される。[7)]

海外展開の中心的な位置を占める製造業において，「地域・顧客密着など国内立地でなければ成立しない」と立地戦略が明確化している企業が最多数の26％を占めている点が注目される。また国内立地でも十分に競争力があると回答した企業が１割を超えていること，さらに国内立地にこだわりたいと考えている企業も２割強で業種別に見ても最も多いことは，中小製造業のモノづくり能力が依然として再生可能性を秘めていることを示唆するものであり，加えて企業経営の社会的責任・モラルの高さを示唆するものとして積極的に評価されるべきであろう。

むすびにかえて

以上で見たように経済のグローバル化の急激な進展は，生産の海外移転に伴う国内工場の相次ぐ閉鎖と，海外工場からの逆輸入や商社などの開発輸入による内需関連企業の駆逐を推し進め，国内の生産基盤はなし崩し的な綻び現象からなだれ現象的な崩壊局面への移行の危険性が懸念される。またグローバル・スタンダードという名のアメリカン・モデルへの迎合は流通・サービス業の既存の存立基盤を脅かし，大型店の無秩序な進出と撤退による「まち壊し」と商店街の衰退が進み，コミュニティの空洞化が全国各地で深刻な局面に立ち至っている。

こうした中で，2002年８月17日の日本経済新聞に衝撃的な記事が掲載された。山口県の美祢市が97年に分譲を開始した美祢テクノパークに進出する企業が皆無という現実に対して，市と議会は苦渋の選択の結果，刑務所の誘致に取り組むことを決めた。国内経済基盤の綻びがこのまま進んで言った場合に，美祢市の「悲劇」的な決断が特異な例外的現象ではなくなる事態が懸念される。

地域経済と中小企業の再生なくして日本経済の健全な発展はありえない。なぜなら，地域に根ざした中小企業の集積は地域内での経済循環（地域内再投資力）を強め，地域経済社会の自立性・自律性をレベルアップすることから，安定した雇用と所得を地域に提供し，それぞれの地域特性に基づいた個性的な財・サービスを供給することにつながるからである。そのためにはメイド・イン・ジャパンであることに競争力の源泉を有する多様なタイプと規模からなる中小企業群の振興が必要不可欠となる。残念ながら今日の構造改革路線はこうした方向に逆行する内容であることから，個別企業の自主的経営努力に留まらず，大手メーカーによる金型取引での図面・加工データの無断流用・海外流出問題への金型業界を挙げての対応，鉄鋼メーカーの日中間での二重価格問題に対する新潟県燕産地における是正要求運動，貸し渋り・貸し剥がしの根絶を求めた中小企業家による金融アセスメント法制定要求運動に代表されるような，中小企業にとってより良い経営環境づくりを目指した運動が重要度を増しつつある。

欧米へのキャッチアップが終焉した今日，新たな国民経済的課題は日本的色彩に富んだフロント・ランナー型経済への転換であり，地域経済・中小企業の21世紀的存立基盤はこの課題の延長線上に創出されるものである。この点の考察については，別に論じることにする。

1）『中小商工業研究』全商連付属中小商工業研究所，第53号（1997年10月），17頁，『日本国勢図絵』1996/97年版，251頁，『日本経済新聞』1996年５月10日，５月15日夕刊，『下野新聞』1998年５月20日付け参照。
2）『ジェトロ貿易投資白書　2002年版』78頁，92頁参照。
3）全国45都道府県で中小企業経営者によって結成されている中小企業家同友会の全国組織としての中小企業家同友会全国協議会が「最近急速に進む取引先を巡る環境変化と空洞化について」というテーマで，2002年８月に特別調査を実施した。回答企業数は4,029社で，業種別構成は建設業が733社で18.2%，製造業が1,109社で27.5%，流通・商業が1,223社で30.4%，サービス業が941社で23.4%，その他が18社で0.4%となっている。
4）日本商工会議所が全国の商工会議所と会員企業（生産の国際化への対応戦略別に４タイプの企業を選定）に対して，2002年３月に「地域産業空洞化の実態調査」を実施した。回収サンプル数は商工会議所が470，企業数は793社であった。
5）（財）大田区産業振興協会が大田区内の製造業に対して2001年12月に「空洞化の影響に関するアンケート」調査を実施した。有効回答企業数は214社，回収率は19.9%であった。
6）図10の10地域の機械金属系の中堅・中小企業（従業員数20人以上，500人未満）を対象に郵送方式で実施され，回答数は806社，有効回答率は21.5%であった。『日本経済新聞』2001年７月18日夕刊，7月19日，『日経地域情報』2001年８月20日号参照。
7）『日本経済新聞』2001年11月19日付け参照。