

産地型産業集積における 中小企業の自立可能性

——繊維産業における商業資本の役割変化をめぐって

永田 瞬

はじめに

- 1 繊維産業研究からみた中小企業論の意義と課題
- 2 繊維産業における「商業資本」の役割変化
- 3 産地広域化の下での中小企業の自立可能性

むすび

はじめに

1990年代以降の大手資本による本格的なグローバル化は、「国内完結型」（渡辺 2003a）の産業構造を前提とした下請中小企業や工場立地を抱える地域産業に大きな打撃を与えた。こうした状況に対し、地域に基盤を持つ中小零細商工業を分析した中小企業論は、「大都市型」・「企業城下町型」産業集積の国内立地条件を検討してきたが、その対象は機械工業関連産業が中心で、相対的に産地型産業集積の研究蓄積は多くない。

本稿では、2010年12月～2012年8月に行われた岡山県倉敷市、同井原市、広島県福山市（以下、三備地区⁽¹⁾）の繊維産業調査に基づき、産地型産業集積の動態を分析する⁽²⁾。三備地区の繊維産業集積群では、ジーンズ・カジュアル分野を中心に従業員100人以下の中小企業が多く、中小企業論的視点から考察を加える必要がある。本稿では、下請中小企業の自立化に関する先行研究のレビューを踏まえ、産地内専門業者やオルガナイズ機能を有する「商業資本」が自社ブランドメーカーへ発展する過程に着目する。そして、企業規模別にみて中堅規模以下の自社ブランドメーカーが産地型産業集積に及ぼす影響が大きいことを示す。

(1) 岡山県倉敷市児島地区、同井原市、広島県福山市はかつての行政区分である備前、備中、備後をとって「三備（さんび）」地区と呼ばれる（永田 2012b：25）。

(2) 調査は繊維産業における人材育成や地域間ネットワークの課題を明らかにすることを目的とし、繊維製品を生産・販売する中小企業群（自社ブランドメーカー、織布、縫製、洗い加工メーカー）を聞き取り対象とした。繊維企業24社、学校等3校、研究機関2件、行政・業界団体6か所、計35か所で、うち19社はジーンズ・カジュアル関係である。また、調査にあたって文科省科学研究費・基盤研究C（課題番号：23530692）および若手研究B（課題番号24730428）の助成を受けている。

第1節では、下請中小企業の自立化に関する議論を整理し、繊維産業分析を行うためには生産・流通構造への「商業資本」の介在という視点が必要であることを示す。第2節では、グローバル化に伴う低価格競争に対抗しうる製品差別化を行う上で、「産元商社」や専門業者が賃織体制から脱却する必要性を指摘する。第3節では、三備地区繊維産業集積をめぐる先行研究の意義と課題を整理し、事例分析から企業規模別にみた自社ブランドメーカーの産地への影響が異なることを積極的主張として示す。

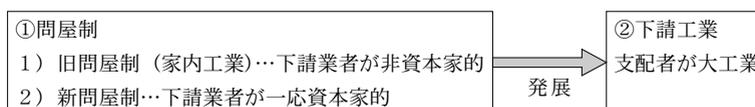
1 繊維産業研究からみた中小企業論の意義と課題

本節では、繊維産業研究を行う上で必要な下請中小企業の自立化に関する議論の意義と課題を検討する。中小企業論が分析対象とする産業が機械工業にシフトしているため、繊維産業分析を行う上では独自の生産・流通構造を把握する枠組みが必要であることを指摘する。

(1) 下請中小企業の自立性—戦中・戦後の中小企業論⁽³⁾

戦中・戦後の中小企業論の論点は、問屋制から下請制に移行する過程で中小企業が技術力の向上を果たしうるかにあった。その代表的な例として小宮山琢二、藤田敬三の議論を取り上げる⁽⁴⁾。第1に、小宮山琢二は『日本中小工業研究』（小宮山 1941）で、中小工業の存立形態を、「独立形態」と「従属形態」に分類した。そして、後者の「従属形態」とされる中小企業の形態を、①問屋制工業と、②下請工業に分類し、前者は支配者が問屋或いは商業資本等の場合、後者は、支配者が大工業或いは工業資本である場合と区別する。さらに、問屋制工業においても、1) 下請業者の生産が資本家的生産でないもの（＝旧問屋制）、2) 下請業者の生産が一応資本家的であるもの（新問屋制）が存在し、それらが発展した「下請工業」の下では中小工業の技術発展性があるとみる（図1）。

図1 小宮山による問屋制／下請制の理解



出所：藍原（1960）の整理を参考に、筆者作成。

第2に、小宮山の下請制の発展による中小工業の技術向上の可能性をみる視点に対し、技術的指導が強化されても、技術進歩には限界があると指摘したのが、藤田敬三である。藤田は『下請工業制』（藤田 1943）で、下請工業の独立性は虚構で、下請工業は「労働とその真実の支配者とを仲

(3) 以下の問屋制・下請制をめぐる議論について詳しくは渡辺（1985）を参照。

(4) 中小企業論では小宮山・藤田の議論は一般に「論争」として扱われる。しかし、両者はいずれも中小工業層が現時点で「問題性」を有しているとの認識を示しており、「効率性」認識を示す中堅企業論のような明確な対立は存在しない。そのため、本稿では「論争」ではなく「議論」として扱っている。

介する役割を果たすにすぎず」、下請工業における技術的進歩が強化されても、「その本質的な生産技術の進歩には自ら限界がある」（308-310）ことを指摘する。すなわち、藤田においては「浮動的下請」と対比される「専属的下請」関係においても問屋制と共通性があることが指摘されている。

このように、戦中・戦後の問屋制・下請制をめぐる議論は、1) 日本資本主義の「後進性」の産物としての中小工業の存在形態理解に焦点があり、2) 対象とする産業が、戦時軍事体制下における基幹産業であった繊維産業中心であったこと、3) 中小企業の技術力の向上に伴う「自立性」の可能性が論点として挙げられていたことに特徴がある。

(2) 中堅企業論と下請制の「効率性」：高度経済成長期以降、1980年代の中小企業論⁽⁵⁾

高度経済成長期以降は、「問題性」を有しない中小企業の存在や、日本的生産システムの高蓄積を支える下請制（サプライヤーシステム）の理解が論点となる⁽⁶⁾。第1に、高度経済成長期以降の中小企業論に大きな影響力を持った議論として、いわゆる「中堅企業論」の存在があげられる。系列化の進展に伴い高度経済成長の過程で、「専属的下請」工業の一部は、戦中・戦後の下請制をめぐる議論で意識された「技術力の遅れ」という「問題」を解消する。このようななかで、従来の下請問題を中心とした下請制理解を全面否定したのが中村秀一郎の中堅企業論である。中村秀一郎は『中堅企業論』（中村秀 1964）で、「独占の収奪と相互の競争とを宿命的に負って、低賃金に依存することによってのみ存在しうるとされてきた中小企業の中から、生産力発展の要求に適合して技術革新を遂行し、大企業なみの賃金水準の支払い能力を持つ中堅企業・中企業の多数の発展をみた」と指摘し、それらを「中堅企業」という概念で把握する必要性を提示する⁽⁷⁾。

第2に、1970年代から1980年代にかけて幅広く論じられるようになったのが、日本的生産システムにおける下請制（サプライヤーシステム）の効率性を重視する議論である。中村秀一郎は、「変貌する下請制」（中村秀 1981）の中で、日本経済の後進性の産物として中小企業を見ることへ疑問を呈し、小零細下請企業のなかでも「多様な専門加工能力とノウハウを持つ『専門加工企業』とも呼ぶべき層」が登場しているとみる。これらを「二重構造の産物で大企業による立ちおくれた中小企業の収奪のシステム」（214）と見るのは誤りであるとして、「二重構造論」に基づく中小企業観を否定する。

それに対し、中村精は『中小企業と大企業』（中村精 1983）で、大企業による中小企業の収奪の側面を認めつつ、下請制は「準垂直的統合の一種」とであると把握する。下請制は「垂直的統合と社会的分業の中間に位置」するのであり、親企業による下請企業のコントロールは「技術進歩、生

(5) 以下の論点の整理について、詳しくは渡辺（1985）、三井（1985）、渡辺（2003a）を参照。

(6) それ以外の論点として系列関係の評価があげられる。藤田敬三は系列が「従来の下請的な経営構造の全面的な改装」であるとするのに対し、小林義雄、市川弘勝は藤田が企業系列を「弁証的发展を遂げたもの」と見るのは、系列化の「過大評価」につながるとする。そして「系列化された中小企業の大部分に対してなんら真の経営の安定と近代化の持続を保障するものではない」（小林・市川 1958：18）と批判する。

(7) 三井（1985：449）は、従来の中小企業論が「問題性」を有する中小工業分析を課題とするのであれば、「問題性」を有しない企業・脱却しつつある企業の存在をクローズアップするのが中堅企業論であるとしている。

産性向上」をもたらす。こうして、下請制は企業統合や企業集団の独自存在形態であり、「問題性」も含めたトータルな見方として「日本の産業発展に大きく寄与した」と位置付けられる。

以上のように、高度経済成長期以降の中小企業論の問題意識は、1) 大企業の生産力が先進工業国にキャッチアップする下で、「問題性」を有しない下請中小企業が存在している点に着目し、2) 日本の下請制の下での中小企業が「効率性」に寄与しているという認識が共有されてきたこと、3) 分析対象とする産業自体が、自動車・機械工業など当時の基幹産業にシフトしていったことに特徴がある。

(3) 産業集積と中小企業間ネットワーク：1990年代以降の中小企業論

1990年代初頭はこれまでの下請制・系列化理解の上で共通基盤となっていた「フルセット型」(関 1993)・「国内完結型」(渡辺 2003a)と呼ばれる産業構造が根本的に変化した⁽⁸⁾。このような劇的な経済環境の変化の中で、中小企業論の問題意識も産業集積や、集積地内部の多様な中小企業間「ネットワーク」へとシフトしていく。

第1に、額田(2003)は、高橋(1992)の議論の検討を通じ、1)「ネットワーク」概念が目目されるようになった背景には「異業種交流」や「戦略的連携」など新しい形態の連携活動があること、2) 伝統的中小企業論で対立軸であった「問題性」や「効率性」をア prioriに措定しない立場が必要であることを主張する。そして、伊丹(1998)の議論に依拠し、社会的分業構造への参加者を、1) 産業集積に需要を持ち込む役割を果たす「需要搬入企業」と、2) 多様な専門能力を持つ大量の中小企業から構成される「分業集積群」に分け、集積内の参加者のダイナミズムを「群として」分析することが必要であると指摘する(額田 2003:438)。第2に、義永(2008)は、「ネットワーク」概念をめぐる先行研究を整理し、1) 東京都大田区にコーディネーションと学習機能の双方が備わっているため「柔軟な連結」が存立しうること、2) ネットワークの構築過程を「動的」に描くことの必要性を指摘する。

このように、1990年代以降、中小企業論の主要な問題意識となる産業集積論と中小企業間ネットワーク分析は、1) ネットワーク関係を「異業種交流」などに焦点を絞って論じており、2) 固有技術の蓄積とネットワークの構築が中小企業の自立性を構築しうる条件であること⁽⁹⁾、3) とはいえ分析対象とする産業が重化学工業、機械工業が中心で、繊維産業分析の蓄積は少ないことに特徴がある。

以上、本節では繊維産業集積地を研究する上で必要な中小企業論の分析枠組みの変化を整理してきた。中小企業論の問題意識は、1) 戦中・戦後の下請制、2) 高度経済成長期以降の中堅企業論

(8) 渡辺(2003a)は90年代以降の環境変化を、1) 日本産業のフロントランナー化、2) 中小企業層の技術力向上、3) 海外生産化による国内完結型生産構造の変化、4) IT革命の進展の4点に整理している。渡辺は大企業が海外展開を積極的に展開したため、社会的分業の中で高度な専門性を持つ中小企業群が生き残る道は、東アジアの機械工業の生産機能を担う工業圏として位置づけられることにしかないと主張する。

(9) 山本(2010)は、日立地域の産業集積を事例に中小企業経営者が保持するネットワークを分析し、事業継続している中小企業は、1) 外部人材による人的ネットワーク、2) 固有技術を活用した新規受注の獲得に特徴があるとする。山本の議論は重要な知見を与えるが、やはり対象事例が機械工業である。

や1970年代から1980年代までの「効率性」認識、3) 1990年代以降の産業集積論や中小企業間ネットワーク分析へと明確に視点が変化している（表1）。レビューを通じて明らかになった重要な知見は、中小企業論が分析対象とする産業自体が軽工業から重化学工業へとシフトしている点である。これは戦中・戦後の下請制をめぐる議論が、戦時軍事体制下における基幹産業であった繊維産業を分析対象としていたことと対照的である。繊維産業集積研究を行うためには、中小企業論で提起された、産業集積内部の中小企業によるネットワーク構築を通じた自立性の構築という点に加え、繊維産業に独自の生産・流通構造を把握することが求められる⁽¹⁰⁾。

表1 中小企業論の問題意識の変容

時期	戦中・戦後	高度経済成長期	1970年～80年代	1990年代以降
主要な議論	問屋制・下請制	中堅企業論	サプライヤー論 準垂直統合論	産業集積論
テーマ	・下請中小工業における技術向上の可能性	・技術力の遅れの解消 ・二重構造論への批判	・専門加工企業の多様な加工能力 ・準垂直統合の下での下請企業の技術進歩	・異業種交流、戦略的連携 ・需要搬入企業と分業集積群
経済環境	国内完結型・フルセット型			グローバル化

出所：筆者作成。

2 繊維産業における「商業資本」の役割変化

繊維産業は、原系生産段階から、染色、縫製加工、小売段階まで高度な分業体系が存在し、織布や縫製など製造工程では、中小零細企業が部分作業に従事しているという点で、独自の生産・流通構造を持つ。本節では、繊維産業に特徴的な生産・流通構造の変化を整理し、1990年代以降の繊維産業分析を行う上では、オルガナイズ機能を有する商業資本の自立化という視点が必要であることを明らかにする。

(1) 繊維産業に特徴的な商業資本の介在

繊維産業は消費財であるという特殊性から、原料・原系生産から最終段階に至るまで多段階の工業の手を転々とし、多品種の商品に変形される（内田 1958：33）。例えば、ジーンズ・カジュアル製品の場合、紡績→糸染め→織布→裁断・縫製→洗い加工という生産工程で、各工程を担う専門業者が存在する（永田 2012b）。各専門業者は部分工程を担う主体であり、一部の自社ブランドメーカーを除き、「完成品」としてのジーンズ・カジュアル製品は生産しない。

こうした広範囲に及ぶ分業体系をとる繊維産業の場合、各生産工程を仲介し、専門業者の部分製品を取りまとめ、製品加工から販売へとつなぎとめる産地問屋、商社、フリ屋等の中間業者の存在

(10) 中小企業論の「問題性」アプローチも、本来、日本経済に重要な役割を果たす「はず」の中小企業が取奪、低賃金等の諸問題を持つために、それを改善する必要があると認識している点に注意が必要である。

が必要不可欠となる⁽¹¹⁾。これら「中間業者」は、産地によってオルガナイザー、コーディネーターなどと呼ばれ、産地内の中小専門業者と産地外の小売店、総合商社や大手紡績企業とを結びつける「結節点」となっている。繊維川上部門の原糸メーカーによる量産化は、市場の独占化・寡占化をもたらすのに対し、川中・川下部門は小零細規模性が際立つため、繊維産業ではこれら川中・川下部門を連結させ、製品化する上で商業資本の役割が相対的に高いのである。

このような「中間業者」たる商業資本の存在は、商品のライフサイクル短期化、多様な需要への対応、迅速な消費情報のフィードバックを行う上で必要不可欠である（八幡 1992:57）。問屋不要論に代表されるように、各段階での利益上乗せ、消費者への価格転嫁というデメリットを強調する議論もあるが、流行品の強い商品を迅速に生産・流通させ消費者の選択肢を広くし、各段階でリスクヘッジを行うという、より積極的意義も持っている（八幡 2002:195）。

(2) 繊維産業系列化による商業資本の役割変化⁽¹²⁾

戦前の「中間業者」の象徴たる繊維商社は、繊維品の生産・流通の中間に位置し、輸出入貿易の主導権を握り、国内中小織布業者、染色加工業者に対し下請生産や金融による問屋制支配を行ってきた。しかし、大戦による貿易途絶と統制経済は、繊維商社の独自の活動を禁止し、商業資本は割当切符の仲介業者へと変質した。その結果、中小織布業者に対する下請生産発注や金融支配もほとんどできなくなった。さらに、戦後の合繊、紡績資本による系列化は商社の役割を質的に変化させた。

第1に、繊維産業系列化の代表例として賃織によるチョップ生産があげられる。化繊メーカーは1950年代以降、品質の向上と寡占競争のため、自家製織物に規格別に番号を付けて販売した。この「チョップ織生産」のためには、新たな機屋を傘下に収める必要がある。すでに商社は戦前の問屋制支配を通じて、産地内の中小機屋に影響力を持っていたので、化繊メーカーは商社を媒介とした系列化を進めたのである。

第2に、新製品の工業化に伴う中間業者の技術指導があげられる。1949年から東洋レーヨン、倉敷レイヨンの新製品（ナイロン、ビニロン）が工業化された。消費者にとって未知数の製品であるため、市場確保の観点から、原糸の「売り放し」ではなく、織布、染色加工、縫製業者などの中間業者の選定が行われた。これら中間業者を系列下に収め、技術指導、資金援助、商品の検品管理を行うことで、チョップ品として販売したのである。東洋レーヨンの系列化は、商品ごとに担当商社、紡績、織物、縫製会社が指摘され、流通経路が整然とした。結果、商品の品質が保証され、扱い業者の乱売競争の恐れが軽減されるとともに、ナイロン商品全体の市場価格が高く保たれた⁽¹³⁾。

第3に、紡績会社の2次製品進出があげられる。1953年以降、紡績会社は労働生産性の上昇、

(11) 藍原（1960）は前節で検討した小宮山・藤田の議論を整理する過程を通じ、資本主義の発展の視点で問屋制を位置づけ、なお広範に問屋制が存在している事実を理論的に考察する必要性を提示している。また八幡（1992）は、東京の衣料品・雑貨分野には、いまなお「問屋制下請」とも呼べる商業資本主導型中小零細企業群が広範に存在し、「中間商人」として大きな役割を果たしていると指摘している。

(12) 以下の記述について詳しくは、内田（1958）、中込（1975）第10章を参照。

(13) 東レのナイロン学生服、倉レのビニロン学生服は、それぞれ全国に東レ・ナイロン学生服会、倉レ・ビニロン学生服会を組織し、小売店を指定した。

綿糸コストの引き下げ、品質保証の観点から、サンフォライズ（防縮）加工、樹脂加工等、染色加工部門の機械化を行った。1952年の東洋紡のサンフォライズ機設置に伴うダイヤシャツ製造は、1社が子会社化され、4社が販売にあたるという形で完全系列化が行われた。鐘紡もサンフォライズ加工を輸入し、加工能力を向上させるとともに、東西の有力ワイシャツ業者を系列化し、カネボウシャツを大量販売した⁽¹⁴⁾。

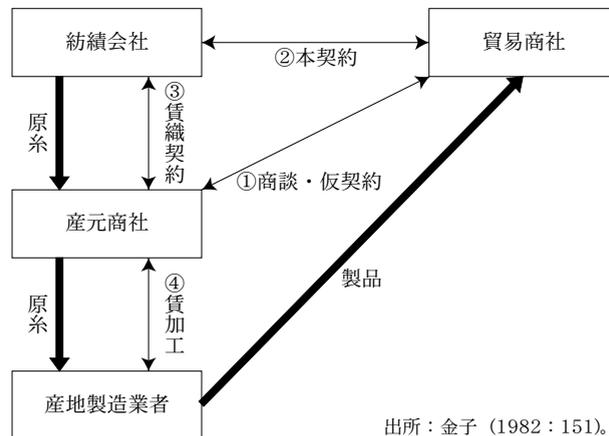
こうして、紡績会社、化繊メーカーは中小織布業者、縫製業者を選抜する際、商社を通じ優良販売先を指定させる方式をとった。チョップ品生産の場合、商社は柄やデザインなど複雑多様な商品を自ら企画・担当した。商社は販売促進と系列中小企業の「監督」役を義務付けられ、合繊独占資本による間接支配の主体へとその役割を変化させたのである。

(3) オルガナイザーとしての商業資本の役割と産地内での課題⁽¹⁵⁾

商業資本が、大手合繊資本経由で中小企業を「間接的」に支配する形態へとその役割を変化させたことは、産地内部で商社がオルガナイザーとして重要な位置を占めたことを意味する。兵庫県・西脇市を中心とする播州産地は先染織物業の有力産地の1つである。そこでの生産・流通構造の中核に位置したのは「産元」と呼ばれる卸商であった。産元商社は単なる流通業者ではなく、産地内では織布業者が生産活動に専念できるという点で独自の役割を果たしている。すなわち、織布業者は産地内部での活動に限定されるのに対し、産元商社は産地外の貿易会社及び、貿易会社の上に立ち、産地内部の実際の生産を担当する染色、準備、織布、整理加工といった生産部門を統括するオルガナイザーである。

第1に、産元商社は貿易商社と会談し、商談を成立させる。その際、商品見本を作成する能力、

図2 産元商社を介在した「賃織」契約（播州産地）



(14) 合繊学生服の場合、東レ・倉レは有力縫製業者を指定生産業者とし、商社を通じて生地を販売し、製品は縫製業者が自己の代理店を通じて販売した。日レは、大規模な縫製工場を建設し、直接下請として学生服生産を集中し、3社の縫製業者から販売させた。

(15) 播州産地における産元商社の役割については、金子（1982）、柿本（1982）等を参照。

新製品開発能力が求められる。第2に、紡績会社と貿易会社との売買契約が成立すると、紡績会社と産元会社との間で「賃織契約」が結ばれる。この際、貿易会社から産元会社に対し、原糸が前貸しされる。第3に、産元会社と下請業者との間で、委託加工が結ばれ、下請業者は「賃加工」で製品加工を行うとともに、完成した製品は産元会社に戻されるか、直接貿易会社に渡される(図2)。産元会社は、紡績会社や貿易会社の加工指図書に基づき、見本から^{しまわり}縞割を行い、織布業者、染色業者、整理加工業者を決定する。同時に、染色、準備、織布、整理加工の各部門に対する生産指導と管理、品質管理及び納期のチェックを行う⁽¹⁶⁾。この意味で、産元会社は産地内と産地外を結びつけるオルガナイザーの機能を果たしている。

こうした「産地ぐるみの賃織」(金子 1982:164)体制は、三備地区も含む広範な繊維産業集積地で確認され⁽¹⁷⁾、産地の危険回避というメリットを持つが、製品生産の自主性や主体性を持ちえないという点で製品高級化の障壁となる。グローバル競争の下で国内産地が生き残るためには、低価格競争とは異なる製品差別化が求められるが、賃織契約の下では新たな企画化、具体化は許されないからである。

第1に、産地統括者である産元会社が、賃織仲介機能から「脱却」し、糸買い縞売りを行うことでマーケティング機能を強化することが求められる。これは繊維産業集積が抱える現代的課題に照らせば、製品高級化のための企画の具体化、すなわち自社ブランド化も含まれる。第2に、専門製造業者は、個別に産元会社とつながり、賃加工の形で指図書に従い、担当する工程の作業を行う。産元会社の統括下で1つの織物を生産しているが、専門業者同士の連携は少ない。それゆえ、織布業者や縫製業者が自ら創意工夫を持ち、自社ブランドメーカーへの提案活動を通じ、最終製品生産を可能にする「自立化」が求められる。

本節では、戦後大手化繊・紡績資本による系列化の進展が、商業資本の役割変化をもたらし、1) 1980年代以降、商業資本である「産元会社」が産地内外を結びつけるオルガナイザー機能を有していること、2) 1990年代以降のグローバル化の現状を考察する上では、「代理商」としての役割だけでは、集積内部の新たな製品開発能力に限界があることを明らかにした。現代の繊維産業集積を研究する場合、商業資本や産地内専門業者が産地内ネットワークの構築過程を通じ、自社ブランド化することが可能な条件を検討することが求められる。

3 産地広域化の下での中小企業の自立可能性

本節では、三備地区の繊維産業集積を事例に、産地広域化の下での専門業者と商業資本の自立発展可能性を分析する。最初に、三備地区をめぐる先行研究の意義と課題を整理し、次に、筆者らが行った事例分析を紹介し、最後に、既存繊維産業集積研究への示唆を述べる。

(16) 産元会社は、製品の倉庫への搬入、販売又は賃織代価の請求、加工賃の支払い機能も担っている。

(17) 三備地区における商業資本と産地内専門業者の取引関係を論じた研究は管見の限りほとんど見られない。しかし、鳥越(1984:53-59)は児島の繊維流通を、賃織契約の主体である商社あるいは直接紡績会社に製品を納入している割合や、自社ブランドメーカーが直営店・代理店に販売している割合が高いことを指摘する。

（1）三備地区繊維産業をめぐる諸研究の意義と課題

三備地区繊維産業研究の嚆矢は布施鉄治らによる実態研究（布施編 1992）であるが、これらは、1) 調査時期が1980年代で、2) 学生服企業が分析の対象であり、1990年代以降の産地の変化や三備地区で中心的な産業であるジーンズ・カジュアルの実態分析を行うことができない。そこで、2000年代以降の三備地区繊維産業集積をめぐる代表的な先行研究の意義と課題を、本稿の問題意識の観点から整理・検討する。

第1の先行研究として渡辺（2003b）があげられる。渡辺論文は、1990年代以降、国内完結型の生産構造が崩壊したとされる環境変化の中で、産地型産業集積のものづくり基盤としての有効性を考察する。1) 「国内完結型生産企業」の事例として4社、2) 「東アジア分業生産企業」の事例として5社が検討され、結論として、国内生産立地を優位にする要因として「市場の特性と供給側の生産体制の特性」があげられる。具体的には、「差別化につながりうる一定の市場に対して」国内生産が一定程度必要であること、ファッション性が高く、高品質の製品が求められ、需要の変化が激しい市場では、高度な加工技術や開発技術を持った専門企業との連携が必要であることが指摘され、「共同開発」の際、国内立地が不可欠であるとされる。

渡辺論文は機械工業を中心とする産業集積研究の成果を活かし、産地の「広域化」という新たな知見を加えた研究である。しかし、三備地区内のAH社（学生服）とDG社（ジーンズ）という異なる業界の限られた事例という点で大きな制約がある。また、産地内のオルガナイザーである商業資本が産地内の取引関係に及ぼす影響の分析はない。

第2の先行研究は立見（2004）である。立見論文は、学生服、ワーキング、カジュアルの各メーカーと縫製加工企業8社への聞き取りと41社へのアンケートをもとに、「暗黙の慣習」「産地の集合表象」というコンヴァンション経済学の分析視点で、「企業行動を方向付ける、一般的な原則を特定」（立見 2004：128）することを目的とする。その結果、「縫製加工の外注」は、「産地内で活発に行われているとは言いがたい」（同上：135）、「高い技術を持つ中小企業の水平的ネットワークからなる『柔軟な専門化』仮説とは程遠い」（同上：148）との結論が導出される。

立見論文は事例分析がワーキング、学生服中心で（45社中、25社が該当）、ジーンズ・カジュアルの分析が4社に過ぎないという内在的問題がある。しかし、立見論文も指摘するように、児島地区の生産額は1位がジーンズ（28.8%）、2位が学生服（21.1%）で、ジーンズ製品が三備地区に及ぼす影響の大きさは無視できない。限られたカジュアルウェアの分析から、「縫製加工の外注」が「活発に行われているとは言いがたい」と結論付けるのには疑問が残る。他方、立見論文は、転業を契機として産地内自社ブランドメーカーが生まれたことは指摘されるが、商業資本との関係は分析されていない。

第3の先行研究は北川（2006）である。北川論文では、2001年の「各企業への聞き取り」をもとに、三備地区内の織布、縫製、洗い加工、自社ブランドメーカーの関係性が分析されている。織布メーカー1社、大手デニムメーカー1社、中堅デニムメーカー1社、後加工業者1社を主要な事例とし、1) 産地形成の背景は学生服からの転業が多かったこと、2) 既存技術の転用が産地形成に活かされたこと、3) 後加工業者の集積が自社ブランドメーカーの本社機能が産地に残る契機となっていることが指摘されている。

北川論文は手堅いヒアリング調査報告で、渡辺論文や立見論文のように児島地区に分析が限定されておらず、井原・福山も含めた広域的な三備地区の視点で繊維産業集積地の動態が分析されている。そして、三備地区内の自社ブランドメーカー（北川論文の言う「デニムメーカー」）が専門業者との間の「結節点」であるという重要な指摘をしている。

他方、北川論文が対象とするのはT1社、L3社、M1社など業界ではよく知られる企業群で、中堅規模以下の自社ブランドメーカー（1990年代以降に創業した新興自社ブランドメーカー）の分析はない。三備地区内の中小企業の自立化を考察する上では、新興自社ブランドメーカーが自社ブランド化した過程への着目が必要である。

第4の先行研究として田中（2010）があげられる。田中論文は児島地区ジーンズ産業を事例とし、集積内ネットワークが優位性を生み出すメカニズムを実証的に研究している。自社ブランド企業11社、専門企業4社、業界2団体へのインタビューをもとに、1) ネットワークの中核に位置するのは、自社ブランド企業のうち中堅カジュアルグループと新規参入グループであること、2) 自社ブランド企業と専門業者が密接な話し合いを通じ、高額市場向けの「柔軟な専門化」を実現していること、3) 産業集積としての生産規模を確保する上で、自社ブランド企業が複数存在している点が重要であることが指摘されている。

田中論文は渡辺論文、立見論文、北川論文で萌芽的に示された集積内部のネットワークメカニズムがより精緻に研究されるという点で、現時点の三備地区研究の到達点である⁽¹⁸⁾。とはいえ田中論文にも限界・課題がないわけではない。中堅、新興自社ブランドメーカーによる自社ブランド化の過程で、従前の専門業者・商業資本としての活動といかなる連続性があるのかの分析はない。また、外在的な批判として渡辺論文や北川論文から課題として示された産地「広域化」という視点はなく、児島産地内部での分析に終わっているという点もある。

表2 三備地区先行研究の成果と課題

	渡辺（2003b）	立見（2004）	北川（2006）	田中（2010）
1. 調査方法	9社聞き取り	8社聞き取り 41社アンケート	4社聞き取り	15社聞き取り 2団体聞き取り
2. 対象地域	児島	児島	児島 井原 福山	児島
3. 対象業種	ジーンズ・カジュアル 学生服	ジーンズ・カジュアル 学生服 ワーキング	ジーンズ・カジュアル	ジーンズ・カジュアル
4. 企業規模・業態分類	なし	なし	あり	あり
5. 限界・課題	児島2社のみ	カジュアル4社のみ	新興自社ブランドメーカー分析なし	広域化視点なし

出所：筆者作成。

(18) 田中論文は2011年に組織学会高宮賞を受賞している。

以上4つの先行研究の意義・課題の整理を行ってきた（表2）。これまでの本稿の考察との関係から、第1に、児島地区のみならず、福山・井原も含めた三備地区としての立体的な考察が必要であること、第2に、産地内での「結節点」たる自社ブランドメーカーが産地に果たす役割の分析を行う必要があることが示された。特に、産地内専門業者や商業資本が自社ブランドメーカーへ発展するプロセスの解明に基づき、それらが産地内に及ぼす影響を分析することが求められる。

（2）事例を通じた産地広域化のもとでの中小企業の自立化

① 大手自社ブランドメーカー⁽¹⁹⁾

大手自社ブランドメーカーは、縫製加工の広域化、産地内専門業者の部分的活用という点で、産地への影響は限定的である。その事例として広島県福山市に本社を持つBW社を取り上げる。BW社は1962年設立のジーンズ・カジュアル自社ブランドメーカーで、従業員が316人であり、国産ジーンズ創成期に操業が開始されたという点から大手自社ブランドメーカーに分類される。BW社は初代社長が産地問屋として作業服を扱い、1960年代からジーンズ生産に転業するが、その特徴は自社縫製工場を産地外に広域化させている点にある。BW社は1969年に山口県にプロダクトデリバリーセンターを新設以降、1974年までに5工場を新設している⁽²⁰⁾。1990年代以降、競合する大手自社ブランドメーカーが縫製工場を海外・中国に移管する中、BW社が強固にしたのは、「国内ものづくり拠点」としての産地の広域化であった。すなわち、2000年代以降、デニム生地は福山・井原の大手織布メーカー（KH社）を、洗い加工業者は児島の専門業者を、縫製工程は日本人による自社山口県縫製工場を活用し、デニム素材、最終洗い加工の差別化を図ることで、中心価格が16,800円という高価格帯の「メイドインニッポン」ブランドを強化している。

BW社の特徴は、1) 創業当初、商業資本たる産地問屋であったこと、2) 自社ブランド創設以降、本社機能は産地内（福山市）に立地させていること、3) デニム生地や洗い加工業者との取引関係の上で本社の産地内立地が積極的意義を持っていること、4) 縫製加工の広域化という点でものづくり基盤を強化している点にある。従来型産地の枠組という点での貢献度は限定的であるが、縫製の国産化、生地・洗い加工の産地内活用による製品差別化という点で広域化する産地への影響は少なくない。

② 中堅自社ブランドメーカーと専門業者⁽²¹⁾

中堅自社ブランドメーカーは縫製機能の広域化という点で大手自社ブランドメーカーと共通点を持つが、洗い加工専門業者との「共同開発」という点で産地内への貢献度が相対的に高い。その事

(19) 以下の事例はBW社生産部課長へのヒアリング調査（2012年12月1日）に基づく。事例企業について詳しくは永田（2012b）参照（ただし、左記論文ではB社と表記してある）。

(20) 山口県の製造業は素材産業が中心で、石油、鉄鋼など重化学工業が基盤である。生産機能のみが多く本社機能はほとんど存在しない。また製造業の中でも工場労働者が多く、産地の伝統産品は少ない（Y研究所への2012年6月7日ヒアリング調査）。本社工場がないため事業所統計や工業統計では現れないことが多いが、ジーンズ縫製工場は8社、10工場、従業員数は700名いる（宗近 2010：125）と言われている。

(21) 以下の事例はDG社統括本部長へのヒアリング調査（2012年8月5日）、HW社本社工場長・総務部長へのヒアリング調査（2012年2月10日）に基づく。またHW社のレーザー加工技術については、繊維流通研究会編（2012）のレポートを参照している。

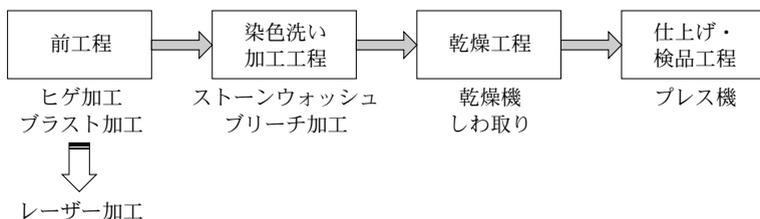
例として、いずれも児島地区に本社を持つDG社とHW社を取り上げる⁽²²⁾。

第1に、DG社は1946年に足袋製造から作業服製造へ転業した企業で、1970年にジーンズ自社ブランドを立ち上げた。創業時期が比較的早く、従業員規模が100人を超えている(159人)という点で、典型的な中堅自社ブランドメーカーである。創業当初は大手自社ブランドメーカーからの下請縫製OEMが中心で、企画力や縫製技術の蓄積に伴い総合カジュアルメーカーへと発展した。自社工場は香川県に2工場、近隣に100%協力工場があり、本社機能は児島産地に残すが、縫製機能を産地外に広域化させている。DG社の自社ブランドメーカーとしての特徴は、デニム生地を井原の織布業者から仕入れる一方、最終工程の洗い加工を100%HW社に外注している点である。企画をDG社が提案し、HW社が製品化するという点で産地内の「共同開発」が行われている⁽²³⁾。

第2に、HW社は創業1965年、従業員225人を誇る産地内の有力洗い加工業者の1つで、岡山県内に自社工場を2か所持っている。HW社の他社との差別化を可能にする技術の1つは特許を取得したレーザー加工技術である。洗い加工工程は、1) 前工程(ヒゲ加工、ブラスト加工等)→2) 染色洗い加工工程(ストーンウォッシュ、ブリーチ等)→3) 乾燥工程→4) 仕上げ、検品工程からなるが、最も手作業に依存する割合が多いのが前工程である(図3)。レーザー加工技術は、レーザー光線を照射することで、ジーンズ等衣類の表面を立体的に焼き、色落ちや表面加工を施すことで、ヒゲ加工、ブラスト加工と同等の効果をあげることができる。近年、世界的な自社ブランドメーカーが、労働者の健康被害や環境配慮の観点から、ブラスト加工等を廃止する傾向があり、HW社は作業効率の向上と労働環境改善の点で、レーザー加工技術を積極的に導入している。

このように、DG社は、1) 縫製工場を産地外に広域化させ国内ものづくり基盤を確保するとともに、2) 産地内のデニム生地や洗い加工業者と取引関係を結ぶことで製品差別化を図っている。それに対し、洗い加工業者のHW社が産地内に立地する積極的意義は、自社ブランドメーカーとの「共同開発」を通じ、社内の有力技術を「製品化」できる点にある。これらは、中堅自社ブランドメーカーが洗い加工業者との製品開発、縫製加工業者への一部外注のため、本社機能を残している典型的事例である。このように、中堅自社ブランドメーカーは、ものづくり基盤を産地外に広域化

図3 ジーンズ洗い加工工程の概要とその変化



出所：ヒアリング調査、桜井(2010)より筆者作成。

(22) この両社の関係は渡辺(2003b)でも指摘されているが、渡辺論文ではDG社の社内OEM化の事例(注23参照)やHW社のレーザー加工技術の導入は触れられていない。

(23) また東京・大阪の大手小売店が自社ブランド(プライベートブランド)を生産する事例が増えていることから、DG社の得意先の販売が減少している。そのため、DG社は自社ブランドメーカーでありながら、小売店の外注に応えるため、社内にOEM部隊を結成している。

しているという点で大手自社ブランドメーカーと共通点を持つが、縫製OEM企業や洗い加工業者との取引関係を強固にしているという点で、産地内への貢献度はより大きい。

③新興自社ブランドメーカーと専門業者⁽²⁴⁾

新興自社ブランドメーカーは、製品差別化の観点から生地品質や独自の洗い加工を重視したもののづくりをする企業群である。新興自社ブランドメーカーの一部は産地外の大手小売店からの受注を取りまとめ、産地内縫製OEM企業に発注するというオルガナイズ機能を発揮し、産地内では中堅自社ブランドメーカーに優る独自の付加価値製品、サービス、販売ルートを持っている。この典型的事例としていずれも児島地区に本社を持つCL社、NY社を取り上げる。

第1に、CL社は1992年に創業されたデニム生地企画・販売会社で、グループ会社として自社ブランドを製造・販売するRP社もある。両社合わせ従業員規模は60人で、創業時期・従業員数からみて、典型的な新興自社ブランドメーカーである。1980年代後半、創業者のM氏は生地問屋を退職し、旧式力織機とジンバエ産高級コットンを利用し、日本製デニムを生産した。染色工程や縫製加工の知識を活かし、2006年に自社ブランドを立ち上げた。最低価格23,100円の非常に高いボリュームゾーンを設定し、糸切れやほつれなどのジーンズ補強を10年間無料保証する独自サービスを設けている。直営店を岡山県内に3か所、東京に2か所持っており、児島の直営店が年間販売の主力となっている。児島の直営店は2009年に味野商店街に構想されたジーンズストリート内に立地しており、産地外の消費者が顧客の多くを占める。

このように、CL社は、1) 創業者が生地問屋（商業資本）としての経験を有し、2) 織布専門業者から自社ブランドメーカーへと変化していること、3) デニム生地の内製化を通じ直営店中心の独自の販売ルートを構築していることに特徴がある。新興ブランドメーカーが産地内に本社・直営店を設置することで、製品差別化を実現している事例である。

第2に、NY社は1997年創業当初生産機能を持たない管理会社として出発したが、産地外の小売店からの縫製受注を取りまとめ、産地内の縫製OEM会社、縫製家内労働者（いわゆる^{くにゆう}工縫層）に仕事を振り分けることを契機として、近年自社ブランドを2つ立ち上げた企業である。NY社の典型的な仕事は、「アパレルと卸の中間」として、産地内外を結びつける「フリ屋」業務である。例えば、1918年創業の老舗縫製OEM企業であるSH社は、国内外20社との取引を結んでいるが、その際、元方の小売・自社ブランドメーカーの仕事を紹介するのがNY社である。NY社は、フリ屋の活動を通じ縫製加工技術を高め、企画提案力を蓄積し、2007年に自社ブランドを2つ立ち上げた。自社ブランド売り上げは全体の36%を占める。NY社はオルガナイズ機能を中心とするフリ屋業務、すなわち「中間業者」的役割から、自社ブランドメーカーへと発展し、産地内の縫製業者と取引関係を強化しており、産地への貢献度が比較的高い。

(24) 以下の事例はCL社代表取締役へのヒアリング調査（2012年8月4日）、NY社代表取締役へのヒアリング調査（2011年8月25日）、およびSH社代表取締役へのヒアリング調査（2011年8月25日）に基づく。後者の2つの事例について詳しくは永田（2012a）を参照（ただし左記論文ではそれぞれA社、B社と表記してある）。

(3) 事例から得られる三備地区繊維産業集積研究への示唆

事例分析の結果から得られる三備地区繊維産業集積地への示唆は次の通りである。第1に、大手自社ブランドメーカーは、縫製工場を産地外に移転したため従来型産地への影響は限定的であるが、産地の「広域化」という視点で見れば、国内「ものづくり基盤」を強化している。例えば、山口県では2000年代以降、独自のデニム製品開発やファッションショーが相次いで行われ、地元大学生のファッションコンクール出場やデニムをテーマとした地域活性化事業が話題になっている。これは産地が広域化するなかで、新たな縫製産地の展開として注目に値する⁽²⁵⁾。

第2に、中堅自社ブランドメーカーは、自社縫製工場を広域化させているという点で、従来型産地への影響は限定的であるが、本社機能を産地内に立地させることで、産地内洗い加工業者と「共同開発」を行う上での「近接性」のメリットを享受している。産地内に立地する洗い加工業者（専門業者）にとって、自社の部分製品開発・加工技術を「最終製品」として結実化する上で、これら中堅自社ブランドメーカーの役割が大きい。こうして、産地内の中堅自社ブランドメーカーの存在は、産地外へ完成製品を販売する上で、産地内の専門業者との「結節点」となっている。

第3に、新興自社ブランドメーカーは、旧式力織機による日本製デニム生地を独自開発し、従来型製品販売とは異なる直営店中心の販売ルートを開拓している。また、大手小売店自体がプライベート製品を販売する傾向が増えている中、産地外からの発注を取りまとめ、産地内の縫製業者に再発注し、最終製品として産地外自社ブランドメーカー、大手小売店に納入する「商業資本」的自社ブランドメーカーも存在する。新興自社ブランドメーカーは、大手自社ブランドメーカー、中堅自社ブランドメーカー以上に産地内専門業者への影響が大きいと言える（図4）。

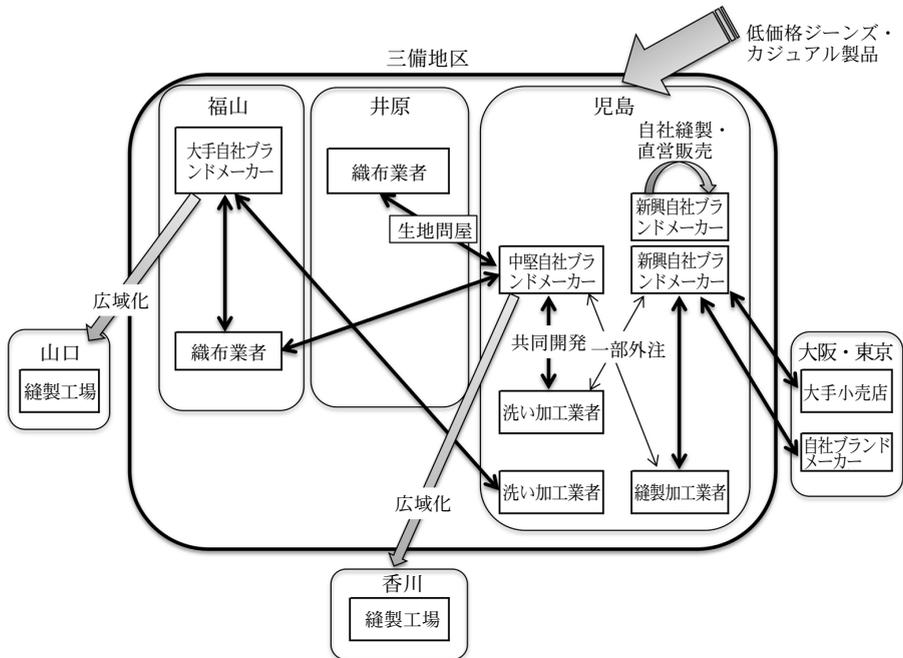
1980年代に播州産地で議論されたのは安価な輸入品に対抗する産地内連携の必要性和、そのもとの(1)「産元商社」の自立化、(2)専門製造業者の「賃加工」依存からの脱却であった。本節での新興自社ブランドメーカーの存立態様の分析は、広域化する繊維産業集積地においてもなお、「商業資本」の自社ブランドメーカー化、専門業者の自社ブランドメーカー化が産地に及ぼす影響が大きく、産地の取引関係を活発化する上では、必要な条件であることを示している。本稿で示した以上の知見は、従来の三備地区繊維産業の先行研究や中小企業論に基づく産業集積論で十分に指摘されることのなかった点であり、積極的な意義を持っている。

むすび

本稿では、現代中小企業論の枠組み変化をレビューし、商業資本の介在という繊維産業集積に必要な視点を提示し、その視点に基づき三備地区繊維産業集積の実態解明を行った。その積極的意義は、第1に、産地型産業集積に特徴的な商業資本によるオルガナイズ機能が産地内外に果たす役割の現代的意義を具体的に分析していること、第2に、三備地区総体として立体的な把握を行い、山

(25) BW社の山口工場長は繊維加工協同組合の専務理事で、バルセロナへの縫製工場視察を行った2000年代以降、縫製工場の産地としてファッションコンクール、シンポジウム、商工会議所と連携したジーンズブランド開発など多方面の地域活性化策を行っている（BW社工場長への2012年6月8日ヒアリング調査）。

図4 企業規模別にみた自社ブランドメーカーの取引関係と産地の広域化



出所：筆者作成。

注：1) 両矢印は取引関係があることを示す。矢印の太さは取引関係の強さを示す。

注：2) ヒアリング調査で確認できた取引関係のみ明示している。

口県における縫製産地の萌芽という新たな現象も包括し、限られた事例による結論という先行研究の限界を克服していること、以上2点である。その結果、本稿では、産地内でオルガナイズ機能を有する自社ブランドメーカーのうち、中堅規模以下の自社ブランドメーカーが専門業者及び産地外の取引関係という点でより強固な役割を發揮していることを明らかにした。

なお、本稿の限界・課題として次の点が指摘できる。第1に、調査対象が繊維企業24社に限られており、三備地区内の多数の中小企業の実在を踏まえたうえでの結論でないことがあげられる⁽²⁶⁾。第2に、人材育成の上で重要な柱の1つである産地内専門機関、特に繊維・アパレル関係の専門学校等が産地に果たす役割が分析されていないという課題も存在する。これらの限界・課題は今後調査対象事例を増やすことで克服することが可能であると考えられる。第3に、方法論的課題として、内発的發展論の系譜をひく地域経済論、労働・産業社会学からの技能形成論の視点を組み込んでいない点があげられる。最近の地域経済論で提起されている「地域内再投資」(岡田2009:42)の観点から、自社ブランドメーカーが産地内に果たす役割の分析・検証を行っていくことが求められる。同時に地域社会政策的視点から、労働者の技能形成と労働条件の関係性分析を

(26) 三備地区内の繊維関係業界団体(岡山県アパレル工業組合、備中織物構造改善組合、井原被服協同組合、広島県アパレル工業組合等)に加盟する企業数は233である。ただし、加盟業界団体には一部重複もある。

行い、繊維中小企業における労働・社会問題を把握しうる枠組み構築も必要である。

(ながた・しゅん 福岡県立大学人間社会学部専任講師)

参考文献

- 藍原豊作 (1960) 「問屋制度」小林義雄編『独占資本と中小企業』有斐閣。
- 伊丹敬之 (1998) 「産業集積の意義と論理」伊丹敬之・松島茂・橘川武郎編『産業集積の本質』有斐閣。
- 内田星美 (1958) 「繊維工業」小林義雄編『企業系列の実態』東洋経済新報社。
- 岡田知弘 (2009) 『一人ひとりが輝く地域再生』新日本出版社。
- 柿本宏樹 (1982) 「播州織流通の問題点」金子精次編『地場産業の研究』法律文化社。
- 金子精次 (1982) 「播州織の実態と問題点」金子精次編『地場産業の研究』法律文化社。
- 北川博史 (2006) 「三備地域におけるデニム製造関連業の集積」『地理学報告』102。
- 小林義雄・市川弘勝 (1958) 「序説」小林義雄編『企業系列の実態』東洋経済新報社。
- 小宮山琢二 (1941) 『日本中小工業研究』中央公論社。
- 桜井秀実 (2010) 「究極の洗い加工」繊維流通研究会編『ジーンズハンドブック新訂9版』。
- 関満博 (1993) 『フルセット型産業構造を超えて』中公新書。
- 繊維流通研究会編 (2012) 『JEANS&CASUAL REPORT』26。
- 高橋美樹 (1992) 「日本の中小企業研究と企業間関係分析」『三田商学研究』35 (4)
- 立見淳哉 (2004) 「岡山県児島アパレル産地の発展メカニズム」植田浩史編『「縮小」時代の産業集積』創風社。
- 田中英式 (2010) 「産業集積内ネットワークのメカニズム」『組織科学』43 (4)。
- 鳥越良光 (1984) 「児島における繊維流通の特性」岡山県中小企業研修情報センター編『文化性豊かな児島繊維産業へのシステム研究』。
- 中村精 (1983) 『中小企業と大企業』東洋経済新報社。
- 中村秀一郎 (1964) 『中堅企業論』日本経済新聞社。
- (1981) 「変貌する下請制」中村秀一郎・秋谷重男・清成忠男・山崎充・坂東輝夫『現代中小企業史』日本経済新聞社。
- 中込省三 (1975) 『日本の衣服産業』東洋経済新報社。
- 永田瞬 (2012a) 「産業集積の変容と産地内ネットワーク—児島地区ジーンズ産業の事例」『労働総研クォーターリー』85。
- (2012b) 「三備地区における繊維産業集積の現状」『福岡県立大学人間社会学部紀要』21 (1)。
- 額田春華 (2003) 「中小企業とネットワーク」中小企業総合研究機構編『日本の中小企業研究1990—1999 第1巻』同友館。
- 藤田敬三 (1943) 『下請制工業』有斐閣。
- 布施鉄治編 (1992) 『倉敷・水島/日本資本主義の展開と都市社会 第2分冊』東信堂。
- 三井逸友 (1985) 「中堅企業、ベンチャー・ビジネス」瀧澤菊太郎編『日本の中小企業研究 第1巻』有斐閣。
- 宗近孝憲 (2010) 「デニム産業」九州経済調査協会編『地域産業の新たな展開』西日本新聞社。
- 八幡一秀 (1992) 「問屋制下請構造の再編」『作新経営論集』1。
- (2002) 「イタリアの中小企業政策と産地比較」福島久一編『中小企業政策の国際比較』新評論。
- 山本聡 (2010) 「サプライヤー企業のネットワークと取引関係の変化」『日本中小企業学会論集』29。
- 義永忠一 (2008) 「地域経済の今日的課題」『日本中小企業学会論集』27。
- 渡辺幸男 (1985) 「下請・系列中小企業」瀧澤菊太郎編『日本の中小企業研究 第1巻』有斐閣。
- (2003a) 「下請・系列中小企業」中小企業総合研究機構編『日本の中小企業研究1990—1999 第1巻』同友館。
- (2003b) 「産地型産業集積の有効性とその意義の変化」『商工金融』2003年6月。