

## 第5章 地場産業展開の施策と展望

金 谷 義 弘

### 1. 研究報告の見地

本章の課題は、鹿児島県立短期大学地域研究所のプロジェクトとして過去3年に渡る調査研究から得られた成果を前提にして、地場産業の地域における存立条件を保護し、育成する施策を考察することにある。われわれが過去3年間に於いて調査研究した対象は限られている。また、私個人がこうした研究に足を踏み入れた経験もまだ浅いものではある。したがって、「施策と展望」という大きな課題にせまるために、ここでは私たちの経験から一般化できる基本問題を考察し、施策や展望の基礎的考察を行うことに主たる課題を限定し、断片的ではあるが、今後も継続するわれわれの集団研究での提言の布石となるような試論を提示してゆくことにしよう。

この点を検討してゆく場合に、私は本章では、(1)大口市における“しめじ”栽培の事例、(2)大口酒造共業組合の歴史的経験、(3)米酢における商品の二重化の問題と製品開発の見地について、それぞれ論述してゆくことにしたい。考察は、上述の各章のように網羅的ではないが、今日地場産業を考察する上で、避けて通ることのできない基本問題を掘りおこしてゆくことにしよう。この場合、単純に施策を政策論として列挙することによって、空疎な議論に陥ることのないように、典型的な事例を、その地場産業の担い手の側から考察し、そこに存在する問題に対して、如何なる施策が考えられるのかを追究するという方法で考察していくことにしよう。

最後に、ここに言う「施策」の性格について述べればこうである。現在の「前川レポート」に表現された構造調整の局面では、地場産業も国際的な積極的調整政策の影響下に入り、わずか数十社の支配的大企業の輸出のツケを払わされることになる。この点では、地場産業の施策の基本は、展開・発展ではなく保護であり、第一義的に財政的援助による擁護である。さらには、資本主義経済である限り都市と農村の対立は鋭く現われ、農村や周辺地域は資本主義的発展から疎隔される。個々の資本の自己増殖という概念に一致する限りにおいてであり、この限界を越えることができない。したがって、資本主義的諸法則を厳しく制限しうる国家と政策の成立なくば決して地域の均衡ある発展や「内発的発展」は達成されない。これは厳然たる一つの法則である。この点で、本章の課題は、過渡的段階の限界ある「施策」であって、これを越える一般的化をされてはならないものである。

## 2. 需給の攪乱作用による経営の不安定性－大口のしめじ生産業者の事例－

我々のプロジェクトは、1987年7月22日に大口市における“しめじ”生産業者Aを訪問し、生鮮食料品の一種であるしめじの生産の事例研究を行った。食料品の一種ではあるが、大口の特産品であり、他の地場産業を考察する上でも普遍的な問題を持っているので最初に取り挙げることにした。

当該生産者Aは、大口市で生産する自営業者であり、市場を介してスーパーマーケット等に出荷している。この業界は、県下に約100の生産業者が点在し、当該業者は、1981年に創業し、2500万円程度の設備を有し年間平均すると4800kg/月の生産を行っている。しめじはおおよそ80g＝70円程度で取引され、この生産業者Aで売上が月平均400万円であるという。

こうした市場の基本的性格について言及すればこうである。しめじの生産は他の生鮮食料品と同様に、生産設備を有するならば、誰でも参入できる市場である。こうした、流入・流出が比較的自由にできるもとで、一家族による経営・操業が可能な生産を行う業者が数多くを占めて市場を構成しているのである。

技術的には、トンネル内部の低温で湿潤な自然条件を生かして生産する競合的業者なども存在するが当該業者の場合、冷房機・圧力釜などを使い、鋸屑を殺菌し、そこに菌を植えつけて増殖させる方法を採用しており、家内工業とはいえ近代的な生産方法を採用している。しかし、トンネルの自然環境を利用する場合に比して、生産コストの上で決定的に高価となる。菌の品種などは「主観的でまだ一般的評価が確率していない」段階と言われる。

この当該業者の実情から看取できる地場産業としての特質と評価は以下のとおりである。

- (1) 市場の価格の趨勢が、生産者の在り方を支配するという状況が看取できる。多くの地域の中小生産者と同様の「ブーム」の到来による量産とこれによって引き起こされる価格下落が業者をリスクに曝すという脆弱な供給構造がここには存在している。
- (2) 当該業者Aが操業した当時、この地域にも冷房機などを導入したしめじ生産が存在し、積極的な技術革新を行うことによって活路を開こうとした時代があった。しかし、その結果生じる供給増大が市場の価格を低下せしめ、生産者の淘汰が行われた。
- (3) 現在でも、こうした傾向が存在し、県下の約100の全部の生産者が県下の市場に生産物を供給すると「過剰」が発生することは不可避である。多くの場合、九州北部の市場の方が価格は高く、県外出荷を追究する傾向が強いと言われる。
- (4) 生産者の生産意欲や問題意識の落差はかなり大きいように思われる。当該業者の経験を見ても、上記のように市場の需給関係からくる価格の不安定が生産者を脅かす一般的傾向が存在するもとでは、自分自身の生産のみを見ないで、①市場の趨勢と同業の生産者の動向の両面を見て、生産を管理しようとする基本姿勢を有し、②実際に自己の生産をコン

トロールする技術力を絶えず更新しつつ保持し、③「バランスよく供給する」ことを目指して経営の安定を確保し、“ブランド・メーカー”としての地位を志向することが基本戦略となっている。当該業者は、この点でまだまだ操業7年目で確定的な評価は尚早であるとしても、一定度の成功をおさめている。

(5) この事例を後述の「大口酒造協業組合」の事例と対比すると、①誰でも数千万円の投資で生産の基本条件が整い、②流通過程も排他的でなく自由にエントリーが可能であり、③労働集約的であるため投資規模が一定水準を超えても、生産性がそれほど飛躍的に上昇しない。このため④共同化によって需給関係を調整したり、さらに、積極的に生産性の上昇などのメリットを享受しにくい状況にあり、⑤県下の群小生産者の分散性のために業界の利害を地域の「公共的」利害として自治体等に表明しにくい条件にあるし、⑥他県の市場・生産者の活動が該当の県下の生産者にたいする施策を絶えず攪乱することにもなっている。このため、この種の地場産業の保護・育成の方策は、各業界の主体的な経営手腕の上昇、そのための情報提供や啓発の域を越えにくい傾向にある。

(6) 調査対象の業者の場合、東京での大学卒業後の企業での勤務の経験から、①市場の趨勢への理解力、②栽培技術への理解の徹底性、④市場の動向に機敏に対応すべしという業界の教訓を自分自身の主体性へと転化する志向の強さ、④資金管理等の熟練があるように思われ、上述の(4)の戦略を実行できる可能性がある。

(7) 当該の事例では、東京での勤務の経験や鹿児島での自営への転換に際して、この経験を積極的に現在の仕事に活用していこうとする決断が存在する。しかし、一般的に、鹿児島県域内で、同様の自営業者の人材育成が行われる場合、上記の(4)の戦略を自分自身の主体的行動に“インプリンティング”(刷り込み)していく志向を持つ人材育成が十分とはいえないであろう。おそらく、こうした課題は経験主義と自然発生性にまかされているのであろう。こうした点が数多くの分野において見られる場合は、やはり地場産業への財政的援助が問題であり、同時に、上述の(4)を人格的に担い経営者の経営手腕の啓発が必要なのであろう。構造調整の中で、財政的な援助は地域地場産業にとって死活的問題であり、基本的要請である。しかし、同時に不可避免的に発生する市場の不安定を、個別経営として突破してゆこうとする力量の問題が存在する。

### 3. 協業化による市場の不安定性の抑制と資本蓄積の可能性－大口酒造協業組合－

上記の調査と同様の時期に訪問した「大口酒造協業組合」は、上記と同様の市場の不安定性を業界の制限性として自覚し、これを協業化という方策で克服せんとした典型的事例である。と同時に、協業化によって、酒造会社としての資本蓄積を実現した事例である。かつて大口市域には、13のメーカーが併存し、1メーカー毎の製造量に制限を加えて生産活動を行っていた。しかし、各々のメーカーの焼酎の質は異なり、過当競争の状態に陥っていた。この点では、市場の価格の趨勢が生産者を支配するという意味で、上記のしめじ

生産の事例と同一性を有する。一方で限られた需要，他方で商品経済の発展による県民の嗜好の変化や競争関係の空間的ひろがり，そうした情勢が地場産業の存立基盤を大きく変化させ震撼させてきていた。

大口市の酒造業者が協業組合結成に踏み切った背景には次のような業界に共通する制限が存在すると思われる。第一に生産面では，個別業者の生産量の制限による収益上の限界と競争による相互の存立基盤の破壊，コスト削減の可能性の萎縮，こうした条件下での品質格差による過当競争の激化，第二に，流通面では，個別的な出荷制によるコスト増嵩と対外的な競争条件の低下，個別の出荷体制に起因する県外出荷体制の立ちおくれなどである。

こうした諸制限の打開のために大口市の13業者中11業者が協業化の道を選択したのである。協業化には，ラベルの統一による共同出荷といった流通部面に限定された形態から，完全協業化まで多くの中間形態が存在する。大口酒造協業組合は，この点で完全協業化に踏み切った典型的な事例と言える。協業化に参加しなかった2業者は従来より掌握していた「銘柄」による存立基盤に将来的な活路を求めたものである。これに対して，大口酒造協業組合の場合は，資本主義的経営としての発展に活路を見出したことになる。

1987年時点での出荷量は年間275万ℓ，その13%が県外に出荷されている。さらに従業員は，季節労働者を含んで調査時点で65名，通常32～33名である。

この事例を前記のしめじ生産の事例と対比してみると，次のような評価ができる。

- (1) 大口酒造協業組合の形成の事例は，生産と流通の両側面での制限を「協業化」という方法で打破してゆこうとするものであった。
- (2) 第一の生産面では，①結果的に発生する過当競争からくる生産量の制限，②コスト削減の制限などを打破し，③品質格差を克服することを目指すものであった。
- (3) 第二の流通面では，①出荷体制の制限を規模拡大で打破し，②県外出荷体制における戦略性を獲得することを目指した。
- (4) こうした二側面の利害を実現するために，完全協業化が実施された。①最大のメリットは資本蓄積のための内部留保の形成が可能となり，②さらに，製品の多様化（「黒伊佐錦」・「関白」の開発）による消費者ニーズの変化への対応可能性の拡大である。上記の①・②の契機よりは受動的であるが，③市場の安定化を図ること，④県外出荷体制の拡充を挙げることができる。——ここで注目すべきは，上記のしめじ生産の事例における基本戦略である市場の需給の状況を柔軟に看取して生産活動を管理するという市場の安定化（上記の③・④）の対応を越えて，①・②の積極的な運動形態を創出していることである。
- (5) この基礎には，焼酎の生産における技術的基礎が，生産諸条件の大規模化による労働生産性の上昇を実現できる性格を持つことにある。当面与えられた適用可能な技術水準を前提した場合，このような労働生産性上昇の可能性を持ち，したがってまた社会的平均的な投資規模の上昇により自由に参入できる市場が次第に閉鎖的性格を持ってゆくか否かの

区別は、施策を考える上で本質的な意味を持つと思われる。この区別を看過して、ここに論及した2.の事例と3.の事例を同一視することはできない。この点についての総括は、個別事例の分析後に整理することとしよう。

(6) 投資規模の上昇にしたがって、労働生産性の飛躍や資本蓄積の条件が獲得できることは、地域社会における雇用や需給創出の波及効果を高めることとなる。したがって、2.の事例の制約を越えて、ここでの経営状態や将来展望を問題にする場合、「公共性」の名のもとに地方自治体の資本蓄積への援助を獲得する可能性がある。

(7) このケース・スタディで最も特筆すべき問題は、上記(2)・(3)の諸制限を突破する過程で、個別生産者の経験した行動原理の革新である。それを端的に述べれば、焼酎を生産してきた個別の生産者が、大口における業界の大局的見地に立って個別的利害を抑制し、全体的見地に立ったという経験である。上述のように、この協業化いう変化は、各生産者が旧来からの自立性を前提にして、これを殺さぬようにしつつ、流通面などで一定の連繋を行う段階から、各生産者の自立性を殺す段階（この段階においても、統一的利害で活動しつつも、旧来からの利害対立や主導権争いの残渣を残しうることは考えられる）へと飛躍する。しかし、自営業者は、従来から自立性と自律性を有しており、自分自身より上位の組織からの規定を受けることを極端に忌避する傾向を持つ。換言すれば、集团的利害にかかわる組織的経験を保有していない。ところが、地域の地場産業の存立条件を脅かすような社会的情勢が招来されるということと、各業者が業界全体やイニシアチブへの個執を克服するということとは同じではない。したがって、業界の経済的危機があり、将来に向けた戦略転換が必要であるにもかかわらず、生産者がこの見地に断ち切れず、いつまでも個別的な運動原理によって難関を突破できるように想念する、ということは起こりえることである。それは特に従属的な諸条件に置かれた地方の地場産業においては支配的傾向をなすであろう。それはまたそれで故あってのことであった。従来の環境の下では、個別的な運動原理に従った生き様こそが、彼らの活力の源泉であり、それでこそやってこれたからである。しかし、この事例では、ありがちな零細業者の寄せ木細工のような分断的行動規範から離脱し、2～3年間、十分な利益を出せないままでも「集団としてメシを食う」体制の形成のという精神で一致した点である。この発展を県による“年間を通じた設備の稼働”を目標とした政策的支援が媒介した。こうした合意形成のプロセスは、協業化のメリット・大規模化のメリットを生み出す技術的基礎を持つもとで実施する場合の、意識を通過して形成される社会関係のレベルでの無数の教訓を持っているように思える。

(8) これをさらに一般的に言うところなる。すなわち、経済上の政策・施策というものは、一方で、意識を通過せずに形成される純経済的な効果を問題にせねばならないと同時に、他方で、やはり形成される前に意識を通過するイデオロギー的社会的関係の領域の諸契機が介在するということである。大口の酒造組合の事例では、外的な経済環境を行動原理に反映させ、さらに従来よりある行動原理を抑制することに成功した。そもそも政策という

ものは、同時にその影響を受ける経済的主体の“刷り込み”の能力、客観的状況を分析して自己自身の行動に反映させる力能という変数を媒介にして、その効果を発揮するのである。

(9) われわれのプロジェクトでは、地方自治体のこの協業化へ向けた政策的介入の問題をまだ十分にトレースできていない。この点については今後の研究に譲りたい。

#### 4. 商品市場の二重化と伝統産業—福山酢の事例をもとに—

鹿児島県産の酢について、われわれのプロジェクトでは「健康医学社」と「伊達醸造」を調査した。紙幅の関係で、上述の二分野のような詳論は許されないが、この二社の事例からでてくる基本問題については、次のように総括できるのである。

(1) まず第一に確認できる基本的事実は、酢という商品が、第一に、伝統的な生産方法で従来の流通ルートをもとにして供給される場合と、第二に、“健康食品”ブームに乗った独自の販売戦略と流通ルートで供給される場合とに分裂し、二重化していることである。

(2) 一方の経営体は、本社を東京に置き、国分や他府県に支店を持つ。そして、「健康医学の会」という組織を通じた販売を全国的に行っている事例である。これに対して、他方の経営体は伝統的な製法と伝統的な食用酢としての流通に依存した経営である。

(3) こうした二重化が何故発生したかと言えば、それは昭和48年をピークとした「健康食品ブーム」に依存して、前者の経営体において独自の情報網と供給ルートを形成すると年商40億円に迫る成長を獲得できる時期が日本経済において存在したからである。当然このブームは、後者の伝統的製法と旧来の供給ルートに依存する経営体にもおよんだ。他方、「健康食品ブーム」の後退とともに、前者の経営体の年商を15～16億円に縮小させた。

(4) ここには次のような興味深い問題がある。第一に確認できることは、医薬品でない食品を法的規制を限界まで「健康」に結び付けて独自の販売ルートを構築すると、独自の高価格を維持することができるということである。第二に、同時に、こうしたブームが去ってしまうと従来のような高価格による広範な需要を社会的に獲得することができないということである。しかし、第三に、健康という見地から、国民は一層品質の優れた商品を手しようという要求を持っているということである。米酢の価格形成の二重化の事例は、この要求が単に潜在的ではなく、日々の消費者行動を律する現実的な運動原理であることを証明している。したがって、第四に、欠落しているものは何かと言えば、本当の健康にとって必要なものは何かという消費者の消費行動に浸透すべき“科学性”である。健康の現実性に対して、酢は一つの根拠でしかない。極端に一面化された健康思想は、それによってブームを巻起こしても中長期的見地からして企業経営の基盤を形成するとは限らない。したがって、第五に、健康ブームにのった酢の独自の生産・流通ルートの問題も、商業主義的限界を証明するものではあるが、同時に、利潤動機に支配された資本主義的効率性に対して、安易な宣伝や「ブーム」作りに左右されない国民の消費生活に対する洞察力＝需

要を育成しつつ、使用価値の点で優位な商品・製品を供給してゆく可能性も表現されていると言える。

(5) 健康や真の味覚という見地から地域の地場産業の開発を議論することは支配的な潮流であるが、それは絶えず資本主義的・商業主義的ブームづくりに転化し、自らの存立基盤を逆に短命なものに転化させてしまう可能性を持っている。と同時に、限られた消費規模の中でも、消費生活の豊富化・発展の見地こそが、零細経営の食品生産にとって、真に存立条件を保障する選択である。

## 5. 地場産業展開の施策と展望

本章で論じられる問題とその対象は極めて限定されている。しかし、上述の考察から提起できる施策と展望に関わる基本的な理論問題や今後の課題は次のようになる。

- (1) 現在の政治経済情勢を前提にすると、地場産業への施策は、保護・擁護であり、積極的攻撃的な意味での「発展」ではない。停滞した現状からの前進を「発展」と言うことは可能であり、また政策は絶えず社会的信認の形成を保持しつつ作用するという側面からしなくては必要であるとしても、その事をもって施策を考察する理論的前提を混同してはならない。
- (2) したがって、鹿児島県における地場産業の保護・擁護を目的にして、施策を考察する場合、財政的にも国家財政の動向からして地方財政が大きな起動力を発揮しえないことを前提にせねばならない。
- (3) 地場産業に対する施策を考察する場合、市場が自由な参入を可能にする場合と、そうでない場合の区別が必要である。また、生産性上昇が経営体の規模の上昇につれて可能な事例とそうでない事例とがあるように思われる。そういう区別を度外視することは、施策に誤謬を持ち込むことになる（他面で、そうした区別に関わりなく、地域での経営に対する施策が手厚く行われるか否かという問題は、地域や国家の施策に表現された民主性の到達段階という政治的変数に依存する）。
- (4) 市場における価格の趨勢が生産者の在り方を支配し、震撼するような伝統産業分野が数多く存在する。この場合、財政的援助とともに、市場の状況を絶えず観察し、当該生産者の生産を自分自身でコントロールしてゆく力能を啓発し、強化する施策が必要となる。しめじ生産の事例のように、自由な参入が可能で、競争的・分散的な場合には、自治体からの経済的援助を受けることが、社会的影響の大きい大規模経営に比して困難であり、施策の一つの重点はこの点にある。
- (5) これに対し、協業化することによって、生産性を上昇させ、資本蓄積の可能性が獲得できる業種が存在する。こういう産業分野では課題はむしろ協業化を達成する過程で生じる軋轢を克服することにある。すなわち、個別生産者としての行動原理を一定の業界の共同利害から見て抑制する見地に発展させる社会関係を創出せねば、協業化という組織化は実現できない。純経済的に見ると、協業化の推進、集中集積による経営規模の大型化は、

極めて簡単・簡明な結論である。しかし、この結論を実際に中小零細経営の精神的臍帯を有する生産者の中に持ち込み実現させることは、ここに述べたような生産者たちの行動原理の飛躍を成し遂げることにかかっている。経営規模の大型化、経営効率の上昇などという施策を提起する場合、このような行動原理の飛躍——これはその担い手にとっては生涯において希有な経験となろう——を促進する経験と説得力を政策を推進する主体も持たねばならない。

(6) そもそも政策というものは、政策主体によって提起される内容上の純経済的な効果のレベルと、その影響を受ける経済主体の“刷り込み”の力能という変数を媒介にして実現するものである。そして、この変数が存在するが故に、実際の効果とは別に政策主体の提起する内容を受けた経済主体が保持する「信認」の独自の契機が存在する。一国の資本主義的發展から絶えず後進的たらざるをえない地場産業への施策においては、こうした政策を受容する主体の側の活動上の自己組織の力能の成長を促進することも、また一つの政策対象領域たらざるをえない。それは、各業界に依じて多くのバリエーションを有するがゆえに、一律に論じることにはできないが、施策内容を体系的に列記する留まるということを一般的傾向とするような現状を克服する必要があると言える。本稿では、この問題を示唆するに留まる。

(7) 現下の経済情勢を前提すれば、地場産業に関する施策についての考え方には、①経済効率を第一義的に考察する考え方と、効率的ではないが、過渡的にその産業の担い手を守り、社会の諸主体の経済的・非経済的な主体性の創出を優先する考え方とが存在する。上述の簡潔な考察はこの二つの対立する考え方のうち後者に属する結論を根拠づける。さらに、②地場産業の活路を考える上で、経済効率や一層商業的説得力を持つ製品開発を追究するという考え方と、中長期的な消費者の消費生活と商品に対する洞察力を育成しつつ、製品を供給してゆくという考え方とが存在する。本章での結論は、後者こそが地場産業の鞏固な存立基盤を保護・育成する上で必要な戦略であるということである。