

ニュースレター

協同金融 *FINANCE CO-OPERATIVE*

No.102 (2012年4月)

しんくみネット

私が就職した時代（昭和50年代）は、パソコンはほとんど普及していなかったが、現在では各家庭にほぼ1台保有されている状況であり、インターネットの利用による取引も行われ、自宅でも簡単に情報の収集や物品購入等ができるようになった。

私が勤務している信用組合業界でも、昨年全国の約380万人の組合員同士のつながりを強化するために、地域内および“IT”を活用した組合員のネットワークシステム、「しんくみネット」を立ち上げた。

しんくみネットは、地域ネットワークとインターネット上のネットワーク「しんくみネット.com」により構成されており、内容については次のとおりである。

○地域ネットワーク

地域ネットワークとは、しんくみネットの加盟店と表示されたステッカー等を掲載した組合員が経営する店舗・事務所等で他の組合員が物品の購入やサービスを受ける際に「組合員証」を提示することにより、割引等の特典を受けることができる仕組みである。

○しんくみネット.com

しんくみネット.comとは、組合員が他の組合員が掲載した情報を閲覧し、物品の購入やサービスの提供を受けることができる仕組みである。

しんくみネットの主な目的は、人口の減少や少子高齢化など社会・経済環境が変化して行く中で、信用組合の組合員同士という信頼関係に基づく「取引」を通じた相互扶助の促進、インターネット取引という新たな「入口」の提供による販路拡大の支援、後継者や売上低迷等の問題を抱えている地域の伝統的な産業の保護・育成および組合員に対する付加価値の付与、更には組合員相互の情報の交換などを積極的に行うこととしている。

われわれ信用組合は、単に預金を集め融資を行うだけでなく、組合員の商売のサポートをする、あるいは組合員のいろんなニーズに答える、情報を提供することを通じて、組合と組合員の紐帯の関係を深めたいと思っている。

しんくみネットが本格稼働して1年を経過したが、利用者を信用組合職員や組合員に限定していることから、しんくみネットが浸透していくのには時間がかかると思われるが、新しいコンテンツの追加を含めて着実に一步一步前進しているところである。

一般社団法人全国信用組合中央協会 広報部 板橋 道弘

■本号の目次■

しんくみネット（板橋道弘）	1
◆第9回シンポジウム報告①（2012.3.10）◆	2
「地域復興・再生と協同組織金融機関～被災地の復旧・復興の課題は何か～」	
開会挨拶（安田原三／2）、記念講演（吉田敬一／3）	
◆文献紹介『実践ホスピタリティ入門』（19）／第105回研究会および会員総会のお知らせ（20）	

2012年4月発行【編集・発行者】協同金融研究会（事務局長・小島正之）

〒102-0083 千代田区麹町3-2-6 麹町本多ビル4B 日本福祉サービス評価機構気付
電話&Fax 03-3262-2260

地域復興・再生と協同組織金融機関

～被災地の復旧・復興の課題は何か～

●開会挨拶●

シンポジウムの開会にあたって

協同金融研究会代表・日本大学名誉教授 安田 原三

協同金融研究会代表の安田です。本日は早くからお天気が悪く、雪が降り未だに雨が降っているようです、お足許の悪い中、お集まりいただきましてありがとうございます。毎年、このシンポジウムは、産業組合法が制定されました3月10日を記念致しまして開催しております。本年は、昨年、ちょうど1年が経ちました東北の大震災で、皆さんも既に色々と報道機関を通じてご承知の通り、巨大な津波により広範囲に渡り深刻な被害を与えてきました。それに加えて原発の爆発と、大変な被害が出ました。私はまだ実態は正確には知らされていないのではないか、と思っています。



この被害、この影響はこれから何十年も続いていくのだろうと思っています。そういった状況の中で、いかに地域の復興・再生をはかるか。テレビなどで度々報道されておりますように、地元の金融機関の方々が大変苦勞をされております。殊に、協同組織の金融機関である信用金庫・信用組合を筆頭に、地元の金融機関の方々が、自らの所も被害を受けておられながら、地域の人々の為に先頭をきって尽力されています。

本日はそういう事で、東北の金融機関の方々、信用金庫協会から、信用組合、労働金庫、農協、そういった分野でのお話を実際に活動されている実態をご紹介いただくとともに、今後の課題を提起して頂ければと思います。最初に駒澤大学の吉田敬一先生にご講演をいただき、シンポジウムの方は静岡大学の鳥畑与一先生にコーディネートをいただいで、進めてまいりたいと思います。全国信用金庫協会からは、奈良義人人事教育部長、石巻商工信用組合の理事長であります木村繁さん、東北労働金庫の専務理事、千田泰洋さん、農林中金総合研究所から、常務取締役の鈴木利徳さんにそれぞれお話を戴く流れになっております。その後、全体討論に続きまして、活発な皆さまからのご意見も出していただければありがたいです。これを機にまた、もう一歩前に進んだ金融機関の活動になればと思っています。

最後に一言加えますと、今年は国連が宣言を致しました「2012 国際協同組今年」であります。この機会に、より一層協同組合の認識を我々が再確認するとともに、更に一歩進める運動を展開させることができればと思います。皆様のご協力によって、実りあるシンポジウムになることをお願いを致しまして、最初のご挨拶にかえさせていただきます。

東日本大震災からの復興と日本経済の問題点

～持続可能な地域づくりの土台は地域内経済循環力の強化～

駒澤大学教授 吉田 敬一

吉田です。今日の私の話の役割は、地域復興等における協同金融が果たす役割という事ですが、役割を果たして頂くためには、主な借り手となる地域中小企業が活力をもっていけないと意味がなくなります。そこで次のシンポジウムに至る前提条件として、東日本大震災からの復興の道筋と、21世紀の日本経済の在り方との関連において、日本経済の国民本位の構造転換という観点からお話ししていくことにします。



東日本大震災が暴露した日本経済の問題点

信金、信組の役割については、NHKのテレビでご覧になったと思いますが、NHKスペシャルで、シリーズ、東日本大震災の一環で、『魚の町“は守れるか～ある信用金庫の200日～』という事で、気仙沼信用金庫の頑張りについて報道されていました。今日本経済が抱える問題は豊かで持続可能な日本経済にしていくためには、それぞれの地域経済が、地域内の経済循環力を高めなければなりません。基本的に先進国の経済循環というのは、3つに分かれています。

1つはグローバル循環という形で、企業内国際分業を中心として、経団連の考え方が非常に濃いです。これだけだと、生産が海外に出ていく、海外で作った品物が日本に入る、という事になるので、本来雇用も減少していくし、日本国内での仕事の受け手である中小企業の役割も無くなっていきます。

日本で欠落してきているのは残りの2つです。2つ目としてナショナル循環、国民経済を軸にして地域間分業を行うものです。バブル崩壊までの日本経済の場合には、このナショナル循環が中心になっていた訳で、1985年のいわゆるプラザ合意の円高以前については海外に生産基地を持っていなかった訳なので、トヨタや日産等がどんどん生産を拡大していくことになり、当然日本のメーカーはアメリカやドイツの自動車メーカーと違って、内製率が非常に低いので国内の下請け企業の仕事が増えます。トヨタもホンダも日産も基本的には1台の自動車をつくっていくのに、自分の工場で作っているのは大体3割か3割5分、GMやフォルクスワーゲンは内製率が非常に高く、大体8割近くは自分の工場で作っています。ですから、今国内生産台数で言うと、トヨタとGM、フォルクスワーゲンはほぼ一緒ですが、トヨタが例えば400万台を国内で作る、GMが合衆国の中で400万台つくる、といった場合に、GMは100ぐらい工場があります。ピーク時には150位持っていました。トヨタの場合は10か11工場程度しかありません。トヨタの工場の場合は全て組立工場になっています。部品はすべて外から入ってきます。そういった形で1985年位まではメイド・イン・ジャパン、ナショナル循環が中心でしたので、大企業の利害と所謂中小企業の利害が基本的に合致していました。しかし海外へ出だすとGMとかフォルクスワーゲンが海外に行く場合は、下請けへの依存が非常に低いので大きなダメージというのは、地域経済や中小企業には与えません。日本の場合は、大企業が生産を海外に移していくようになりますと、当然のごとく、アメリカにしたってタイやインド、マレーシアに出っていく場合、現地の国は組み立て工場があっても仕方がないので雇用は増えない、技術は定着しない、国の生産能力も高まらない。現地の加工レベルが低いので部品を現地調達するためには日本から中堅企業も出ていかざるを得ません。

となると、生産の海外移転、グローバル戦略を追求していく場合に、アメリカやドイツの場合と、日本の場合には、まるっきり異なった影響が出てきます。だから日本の中小企業の集積の代表選手というのは東大阪と太田区になりますが、例えば太田区はバブルのピーク時には9000件くらい町工場があったのに、直近の調査では半分以下まで減ってきています。そしてナショナル循環をもう一度作っていくためにも、3つ目の循環として衣食住を中心にした地域資源を活かしたローカルな循環をきっちり作っていく必要性があります。そこをきっちり作っていくことによって、日本経済は持続可能な発展の道筋があります。信金・信組などの地域密着型金融機関の役割はこの観点から重要となるべきでしょう。

ただし、昨年3月の震災があってから、政府や財界が考えている方針は、例えば復興を行う為に、経済基盤が必要になってくるからTPPに参加する必要がある、という無茶な論理がグローバル循環支援政策の観点から打ち出されつつあります。それは新成長戦略の方向性に沿った日本経済の復興であり、国民の雇用の8割近くを支えている中小企業、地域経済にとっては基本的にメリットはないと考えます。

特に、被災地において、現地に入られたら大体分かると思いますが、岩手県は典型で、仮設住宅で脚光を浴びた住田町であるとか、あるいはもっと北の方のエネルギー源で自然エネルギーを使って、しかも森林を中心にして内発的な発展を遂げている葛巻町等々、事例は他にもある訳ですが、元々それは脚光を浴びてきませんでした。何故かと言うと、成長率がとっても低いからです。”成長、成長“の路線から行くと、そういう熟成型の地域経済を支援しても、日本経済全体の波及効果は少ない形ですが、永遠に成長を遂げる生命体や組織はありません。

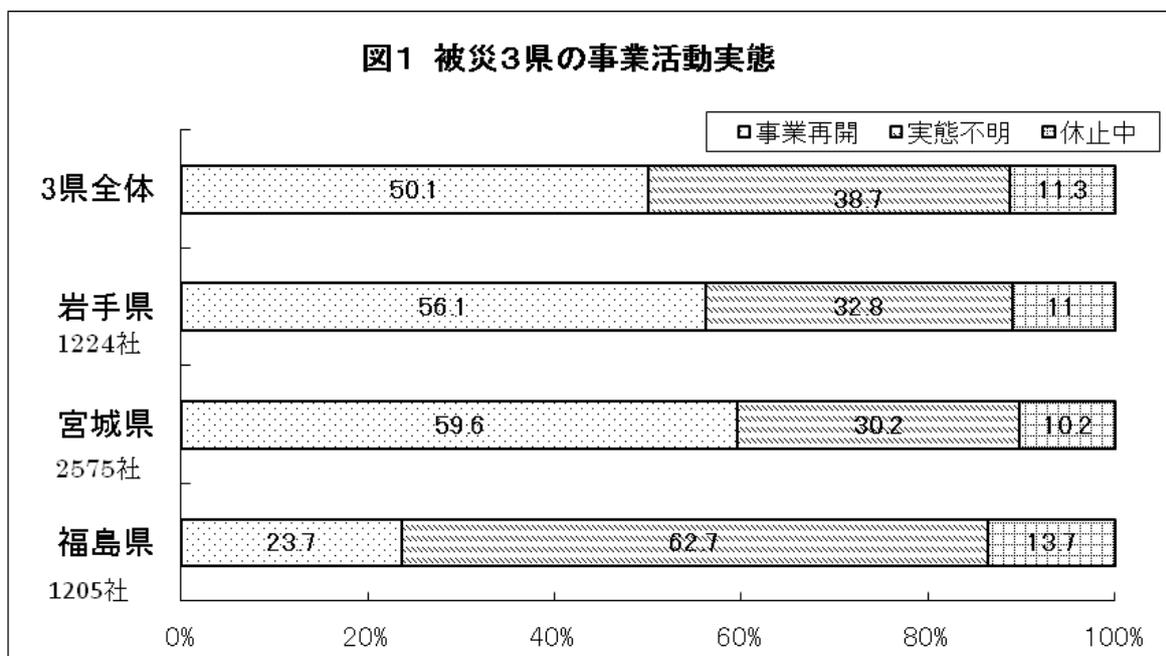
特に日本経済のリーディングインダストリーである機械工業で、その中でも20世紀を代表する自動車産業でも、依然としてドイツやイタリアに日本は勝っていません。どうして日本のトヨタはレクサスという車を別ブランドで売る必要があったのでしょうか。これは、ドイツには日産やベンツタイプのフォルクスワーゲンがあります。フォルクスワーゲンはご存じのようにヒトラーが作った会社で、フォルクスは国民・民族、ワーゲンは自動車、「国民車」という名前の車ですから、低価格で高機能、まさに日本製品、日本車とバッティングするタイプです。ところが、メルセデスベンツやフェラーリというのは、生産台数が非常に少なく、値段では日本車より0が一つ多いです。ベンツタイプ、或いはポルシェやフェラーリは、必ずドイツやイタリアで作らなければ意味がありません。ステータスシンボルに関わってくる品物だからです。誰が作った、というだけでなくどこで作った、という事が問題になってくるわけです。

という事は、日本の大企業製品が未だに達成できていないステータスシンボルを発信できるブランド製品も作っていけると言うタイプにレベルアップしていく為には、それぞれの地域経済、自身が個性を持って日本的なライフスタイルで文化的なレベルを発信していく事が必要です。少なくともイタリアのように、ローマ、フィレンツェ、或いはナポリ、6つか7つ位同じような規模の都市が、それぞれが固有のライフスタイルを持っています。そういうふうな局面に戦後復興過程を経て、日本は今21世紀に入ってきている訳で、量的な形の一極集中の標準化というモノづくり、或いは人づくり、地域づくりの局面は、遅れた段階から先進国へとキャッチアップしていくという段階の、1つの課題であり、それは達成されました。とすると、日本の21世紀の課題は、フロントランナーとして日本ブランドを発信していく、という時にはどうしてももう一度日本とは何なのか、地域とは何なのか、日本の文化とは何なのか、日本のライフスタイルとは何なのか、ここをきっちり発信できないと日本は下降局面に突入するでしょう。経営学の中で良く言われているQOL——生活の質——の向上はそれぞれ民族によって違います。地域によって違います。個人によって違います。そこにトレンドを発信していくような経済基盤、経営体は必ず立地している地域の中に固有のライフスタイル、或いは固有の文化発信型産業が立たざるを得ません。ここに所謂中小企業、或いは自営業、及びそれを支えていく協同金融組織の役割があるのではないかと、というのが私自身の問題意識であります。そういう面を踏まえて、本論に入っていきます。

東日本大震災・原発事故からの復旧過程の二重構造

先程 NHK テレビの話をしてきましたが、東日本大震災が暴露した日本経済の問題点という事で、市場原理主義の欠陥の露呈です。市場原理主義とは、基本的に成長指向、成長する所を選択してそこに集中的に資源を投入していくのが基本原理の1つになると思います。そういう中で、復興過程の2重構造がこの間に進んで来ています。お手元の資料集の6ページ目にグラフが並んでいます。まず、図1、図2、図3は帝国データバンクの資料を使ったものです。

図1を見て頂きますと、被災地3県、岩手・宮城・福島で、津波の事故、原発の事故で被害を受けた地域に限定して、そこに本社がある会社を帝国データバンクが1つずつあたって行きました。そして、6月末の時点で、仕事が再開できたかどうか、まだ止まっているかどうかを聞いた結果です。県別に出ていますが、トータルで本社があった会社は5004社です。そのうち、例えば宮城では6割近くは6月末の時点で開業している、全面開業ではなくても操業は開始していました。次は30.2%、実態不明です。これは、津波で流されて工場や会社がない、社長を探したが社長の居所が分からない、というのがこの黒っぽいグラフになります。4か月経って、3月11日に地震がきて、翌日に爆発があって、3月4月5月6月と、ほぼ4カ月経った段階です。特に福島の場合は、6月末の時点で行方不明、所在不明が6割以上あります。福島の場合は基本的に工場がある訳です。原発にやられたところは駄目ですが、原発で避難した所は、工場や社屋に入れない、そういう人々は避難場所を転々としている訳なので、探してもどこにいったか分からない状況が、6月末の時点です。



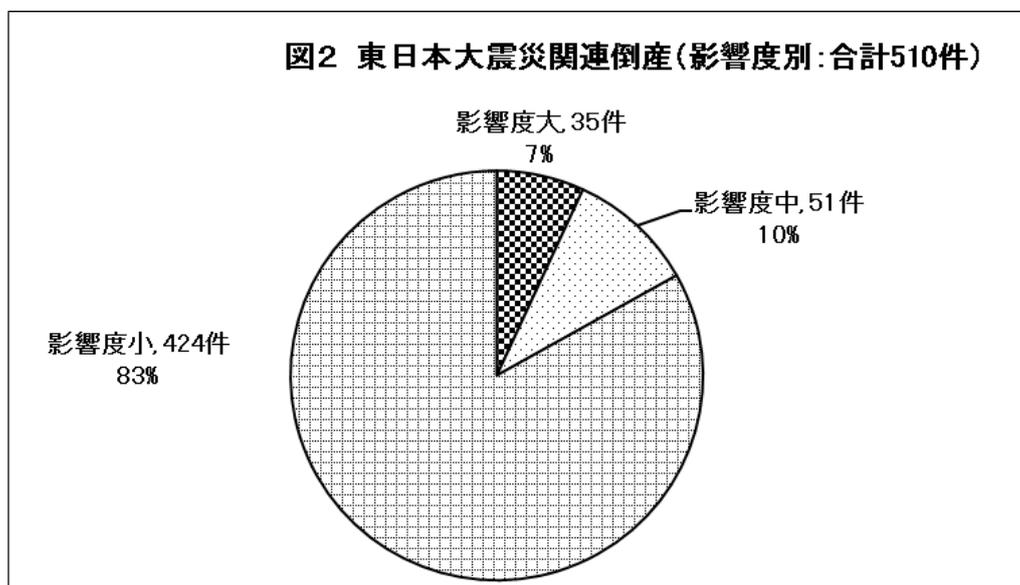
資料：帝国データバンク「東北3県・沿岸部「被害甚大地域」5000社の現地確認調査<追報>」
2011年7月22日、対象企業数は5004社。

他方で、メインの産業についてみると当時はしょっちゅう新聞やマスコミに出ていたのがルネサスという、マイコンを作っている会社で、その会社が被災し生産がストップした結果、日本の自動車・電機メーカーだけでなく世界中の企業が困っていると言う事で大企業は総がかりで支援を行いました。1日あたり2000人、最大で2500人位日本の大企業の技術者や社員がルネサスの工場に入って支援をしていました。高速道路に関しても、サプライチェーンに関わりのある基本的な所は早期に復旧工事をして直って行きました。日本経済を形成していた基幹産業の復興は順調に進みましたが、地域において日本経済の全体のGDPの底上げにはあまり大きな影響、力は及ばなかったような、地域の生活を支えている企業の復旧は遅れに遅れ、ほとんど手つかずの状態が続いていました。

大震災後の危機の中に見える協同金融組織の役割

実はそういう地域住民の雇用と生活を支えている普通の中小企業に対して、いったい誰が営業資金等を提供していたのでしょうか。日本のGDPを引っ張っているのは確かに自動車産業や家電などハイテク産業かも知れませんが、しかし見えないけれども地域の暮らしを支えている地域密着型企業が再評価されねばならない。日本人の一体何割がハイテク大企業によって直接雇用や生活を支えられているのでしょうか。その点を考えてみると、政策的な問題としては大きな問題点を抱えていると言う事になります。

そういう状況がまず1つあったのと、実際そういった所に金融的支援していたのは、地銀まで入れた場合には地域系金融機関という事になるんだと言う事実が、震災関連倒産の調査結果が示しています。震災関連で倒産していったところに一体どの金融機関が本気で資金を供給していたのか、それが図2と図3です。帝国データバンクの資料ですが、震災、原発事故があった事と、2011年3月31日までの時点で、一体震災関連でどれだけの企業が倒産したかというのを表した図です。現在進行形ですし、原発関連では補償金があったり手形の締め切り延長等、隠れているのはまだまだあるので、あくまで一部になりますが、表に出てきたのは、トータルで、9か月位経った時点で510件です。この件数は当然廃業や私的整理は含まれていません。法的な手続きを経ただけの件数なので、ごく氷山の一角です。この件数だけでも過去同じ期間に発生した阪神淡路大震災の3倍は突破しています。



「影響度 小」＝以前から業績悪化が続いていたが、震災による間接的な被害が倒産の引き金となった

「影響度 中」＝震災による間接的な被害が倒産の引き金となった

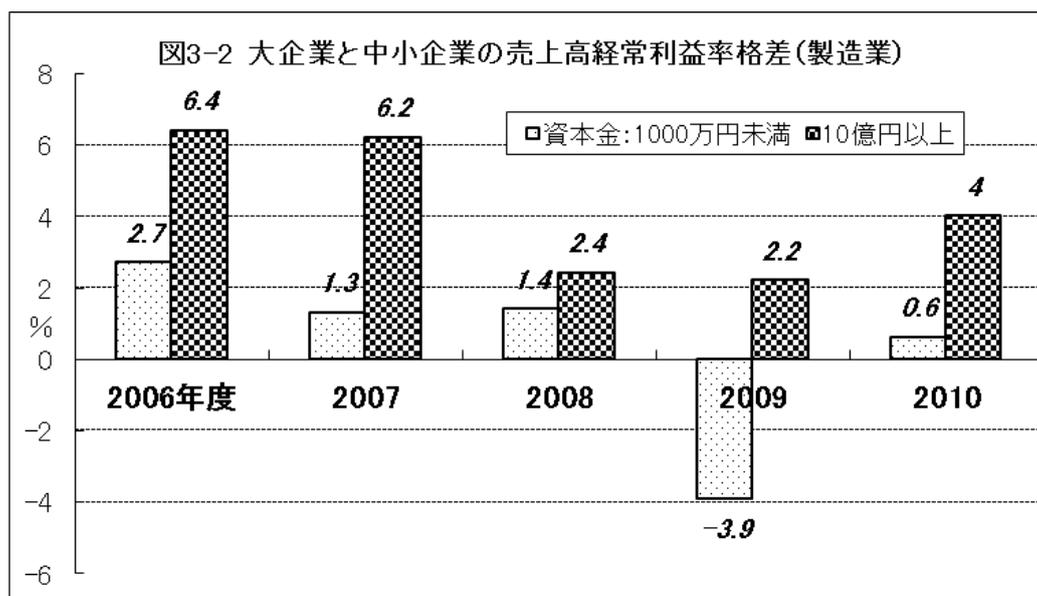
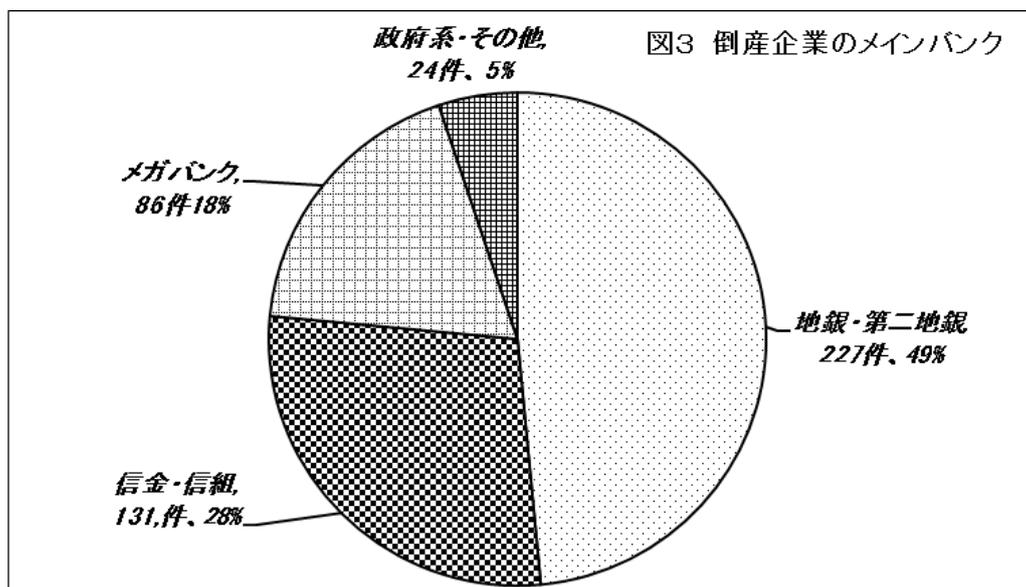
「影響度 大」＝震災による直接的な被害が倒産の引き金となった影響度

資料：帝国データバンク、第15回「東日本大震災関連倒産」の動向調査、2012年1月5日

2011年末までの震災関連倒産数は510件で、阪神大震災時の約3倍。

このグラフで注目すべき点ですが、1つここで考えて頂きたいことは、図2で、津波でやられた、地震で工場が倒れた、或いは震災で工場に入れないと言うような、直接的な影響、グラフで見ると直接的な被害が倒産の引き金となった「影響度 大」、はわずか7%です。大部分の震災関連倒産というのは、「影響度 小」程度、以前から業績悪化が続いていたが、震災による間接的な被害、風評被害や納品先が無くなったなど、が倒産の引き金となった程度です。何故、間接的な被害が倒産の引き金になったかという点、日本の地方の産業、すなわち、メイン産業、基幹産業、重化学工業に関連していないところの中小企業の圧倒的多数は、90年代の失われた10年の否定的影響が21世紀も続いていて、その後リーマンショックが発生して、リーマンショックの時にはハイテク産業の自動車に影響が及びましたが、そこをやられると地域経済が停滞して地場産業や普通の中小企業の収益力が落ち込んでいきます。

一番打撃を受けてきたのが、普通の産業の中小企業と自営業であったという事です。図3-2、法人企業統計で直近の数字が出ています、22年の調査を、大企業としてまとめられる、基本的に資本金10億円以上の所と、中小企業の中でも下の方、資本金1000万円未満の所で、経営利益率を年数別に見ていきますと、21世紀に入ってから、リーマンショックが発生した2008年の秋以降、結局中小企業の方は真っ赤っか、赤字ですが、大企業は苦しいけれどもきちんと経常で黒字を出してきています。2010年になってくると、リーマンショックからの脱却で大企業の方はきっちりと回復してきていますが、中小企業の回復は非常に遅いです。あらゆる面での2重構造化が蓄積しています。グローバル化の中でますます拡大してきています。そういった状況の中で今回の震災にあった、ちょっと何かがあると、ガクッときてしまう、というような経済構造が出来あがっていました。ですからこれからも何がどこであるか分からない、高齢化社会が控えている訳なので、そういう点からすると、こういう地域経済、普通の産業の中小企業分野に対してきっちり体力をつけていくことが、持続可能な国民経済をつくっていく非常に重要な課題になっていくと思います。



資料：法人企業統計年報、平成22年度調査。

こうしたタイプの中小企業を資金面で支えているのは、実は一番下にありますが、誰かという、圧倒的に多いのは地銀・信金・信組でした。倒産手続きを法的に行うと言う事は、そこそこの規模の中小企業になりますから、どうしてもメインバンクは、地方の企業の場合は地銀や第二地銀になります。メガバンクはいいとこ取りでいますから、ちょっとぐらいは返り血を浴びていますが、まるっきりダメージが違うので、結局 21 世紀に入ってから日本の地域経済・中小企業の危機がどんどん進むのと比例した形で地域金融機関の役割が高まってはきていますが、取引先が減少していく、取引先の営業状態が劣化していく、従って苦しみ悪循環になってきていると言えます。そういう点で内発的な発展をやっていないと、地域経済がどんどん疲弊していくということから、1 つには地域の特性を活かした形で内発的な発展を行っていくことが重要です。誘致政策の場合基本的に地域内経済循環づくりを行っていく中でたりないところを引っ張ってくると言う意味がある訳ですが、1985 年までのメイド・イン・ジャパンの時代のように、組立工場が引っ張ってくると見かけの GDP、見かけの雇用効果は確かにありましたが、グローバル循環が支配的な 21 世紀にやっても効果はありません。

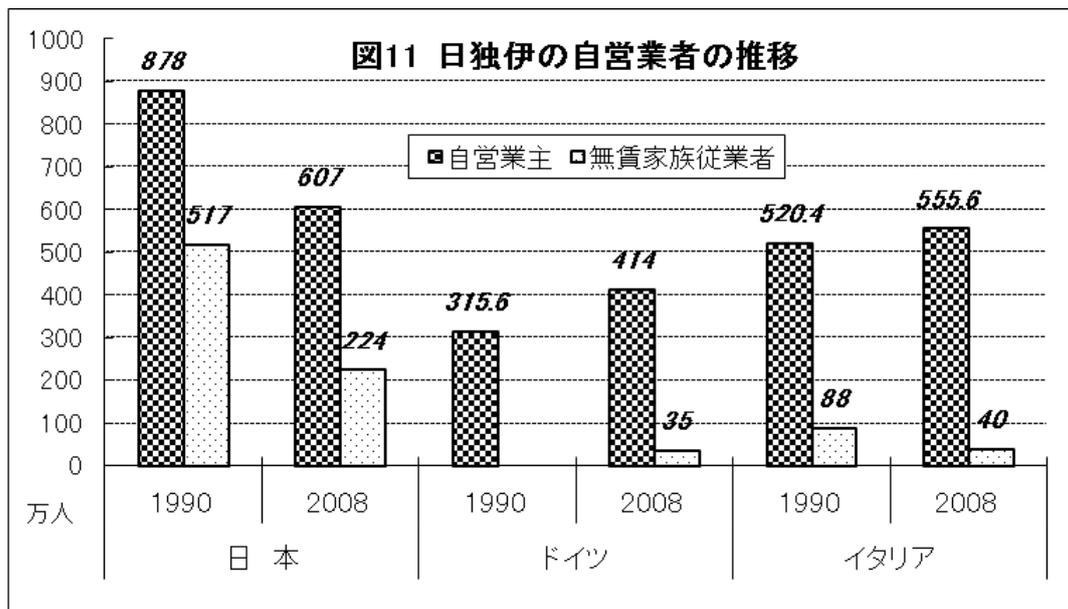
地域経済振興と経済政策

企業誘致に関して震災があった東北では、既に高度成長期でも面白い誘致政策をしていました。岩手県の北上市は北上テクノポリスで有名になっていますが、北上市の誘致政策では他と違って——確かに松下や東芝の組立工場も引っ張ってきていましたが——、日本のテクノポリスの中で、北上市だけが工作機械メーカーのミヤノを誘致しているのです。機械工業を呼び込む事になると、鋳物・鍛造・熱処理から切削・研削・プレスなど多様な加工機能の集積が必要になります。その結果、大田区やら、川崎、信州の力のある中小企業に声をかけ、それを引っ張ってきて地域の中の中小企業団地に入れました。その団地に地場の中小企業と一緒に引き込んで地元のレベルアップに努めました。すなわち、なぜ同じ機械を使っているのに、大田から来たのは例えば 100 分の 1 ミリ未満の精度が出せるのに地元の企業は出せないのか、これはどんな工具を使っているのか、どんな治具を使っているのか、どんな工夫をしているのか、ということを業者や職人が現場を見れば分かってしまう訳です。そんな形で地域振興していく、そう言う所に対して資金も供給していくと言うのが地域密着の金融機関になってきます。そういう地域振興の地道なノウハウを共有していくのが今求められています。

そういう点で今回の震災を機に日本経済の弱点を振り返ると、市場原理主義 1 本槍で追求していく事になると、どうしてもその尺度に合わない産業、業種、金融機関も含めて淘汰されてしまう、果たしてそれで良いのかどうかという事が課題になっています。レジュメで矢印が引っ張ってあって、EU の社会的市場経済と書いてあります。市場経済を賢く制御する経済学へ。日本によると、経済政策、経済学はアメリカの市場原理主義 1 本になります、もっと視点を高い所で、鳥の目で見てみるとそんなことはない訳で、世界の経済のセンターはアジア、アメリカ、ヨーロッパになりますが、ご存じのようにアメリカとヨーロッパはまるっきり異なる原理で動いています。アメリカは市場原理主義ですが、ヨーロッパは完璧に二本足で、元々はドイツの経済政策でありましたが、**Soziale Marktwirtschaft**、この発想が EU 全体に広がり社会的市場経済と言われている経済システムの実現が追求されています。社会主義ではなく社会的、です。市場経済は有効である、それは認める、しかしそれを原理主義まで高めてしまう事になると、色々な軋轢が生じる。市場経済は有効であるけれどもほったらかしにすると、格差拡大等のあまりにも悪影響が出るので賢く制御していく必要性があります。そこに社会的（コントロール：制御）という言葉が入ってきます。その発想があったから日本の中小企業団体が一生懸命頑張って 2010 年 6 月に閣議決定された中小企業憲章（これは知らない人がいっぱいいる訳で地方へ行った場合、行政機構の担当者にも「それはなんなんですか」と言われますが）のモデルとし 2000 年に EU 加盟国で制定された小企業憲章というのがあって、その原点はドイツのマイスター制度やイタリアの職人企業です。

企業には2種類以上あって、地域に根差す企業と大きくなって世界へ羽ばたいていく企業がある。それが偏った場合には地域は駄目になってしまう。偏るとは、全部がグローバル展開をする、成長・成長という事になると、地域というのはあくまでも踏み台になってしまう。それでは要するに経済というのは何のためにあるのか、あくまでもその国その地域に生まれた人間が、少なくとも生まれた所は好きだと、そこで働く、死ぬまで働けるという形の雇用と所得と個性あるライフスタイルを地域社会、地域経済が提供していく必要がある、という事なので地域に根差した中小企業を潰したらいけないという事で制定されたのがEUの小企業憲章です。中小企業憲章ではなくて小企業憲章なのです。中小企業ではありません。EUで言う小企業とは、50人以下です。ですからマイスター経営の一番上限や、職人企業の中でも、そこまで行ったら、それ以上大きくなったら資本の論理で動いていくという事になる、ギリギリの所です。

EUの小企業憲章とは何か、というと、ドイツやイタリアが各国の個別の経済政策を出していくと言った場合に、それをやった場合に小企業にどう影響を与えるのか、もしも悪影響を与えたとしたら修正を行うなり、的確な支援を行うなり、セーフティーネットを張っていくことをしなければならず、毎年EUの経済委員会でちゃんと守っているかをチェックされていくという事なので地域経済を支える小企業も強い根っこを持っています。その証拠は9ページ目、図11です。1990年以降、どこの国でもグローバル化が進んでいます。その中で1番体力の弱いのは自営業です。家業をしている、生業でやっている家族経営、自営業者の数を見たものです。日本、ドイツ、イタリア、これは中小企業の国として有名な3カ国です。自営業者の数が減っているのは日本だけです。猛烈な勢いで日本は減ってきています。ドイツやイタリアはむしろこの状況の中で、グローバル化が進んでいるのにじわじわと増えてきているのです。



資料：『データブック 国際労働比較』2008年版、146頁、2011年版、112頁より作成。

何故かという、これは1つにEUの場合は加盟国全体で小企業憲章が作られてガードを固められているから、その上に、例えばドイツの場合はマイスター制度、というのがまだ残っています。日経やある種の研究者なんかは、マイスターの資格なしに営業可能な職種の認可が最近認められたのを受けて、マイスター制度は崩壊だと述べています。それはEUが結成されて以降、移動の自由が拡大され、例えばイタリアの家具職人企業がドイツで営業しようとする場合にもう1回改めてマイスターの資格をとらなければならないのはおかしいという形の議論があって改正されたに過ぎません。確かに規制緩和の流れは見られますが、それはイタリアやフランスでいっちょまえの物を作っていて、そこで頑張っているのが当然ドイ

ツへ入って来た場合に一からそういったマイスター資格をとらないで済むというにすぎません。マイスター経営や職人企業のモノづくりのポイントは技術でなくて技能です。技術というのは機械体系、機械をどう使いこなしているかが要点ですが、技能は道具を基本的に使ってモノを作っていく、道具を作るとか使うとかは標準化・規格化・量産化ではない訳で、個別生産が基本で作り手の技能レベルの違いで仕上がりの度合いに違いが出てくるのです。だから“銘”が入ってくる。ですから技術と技能の熟練度、生産力には2種類がある訳で、フランスにしてもドイツにしてもその2種類を使い分けているのでフェラーリというタイプとフォルクスワーゲンという量産型を作っていく場合、何が大切か、という事をはっきり見極めていける訳です。

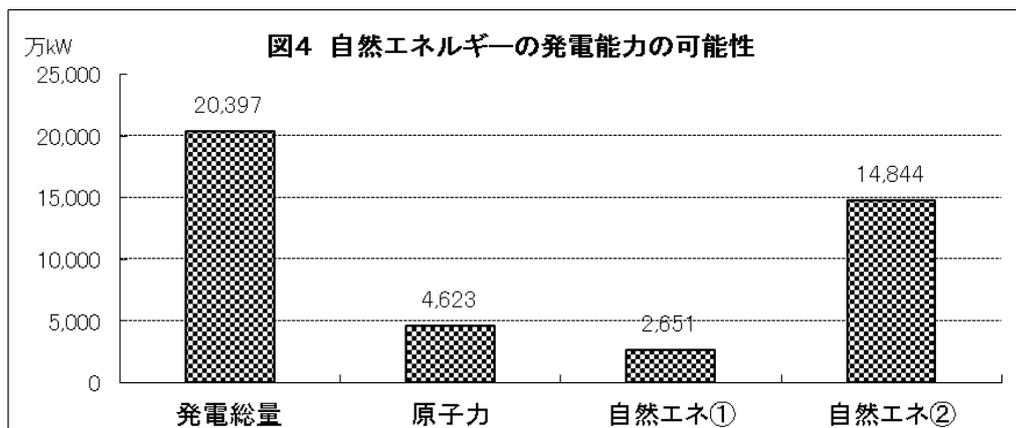
日本の場合も、かつてはそれはあったけれども、ちまちまそんなことをやっていったら成長しないと言う事で地場産業がどんどんどんどん衰退していくという状況がある訳です。宝物やネタは日本にはある、しかも非キリスト教文化圏でここまで高いレベルを持っていると言う国は世界で日本しかない訳です。そしてそこに一生懸命乏しい資金を注入してきたのは実は信金・信組等の地域密着機関です。逆に言うとそういう事をするから回収率も悪くなるし、経営も危なくなってくる。経営状態が悪くなる所へ融資を行なうわけですから、信金・信組の営業成績が下がってくるとか、貸す相手がいなくなってきたから預貸率は下がる訳ですが、それでは地域経済を疲弊化させているのは誰か、が問われるべきです。必死になってそこまで頑張っている、その状況もある訳です。その預貸率を高めていく為にも地域の内発的な発展を拡大していくことが必要です。この図11のような状況の下でどんどんどんどん小零細企業が減ってくる、既存企業の事業承継も出来ない国で、新規創業なんて出来る訳がない訳です。基本的に新規創業が活性化していく、新規創業でも、本当の意味合いの新規創業というのはアメリカ流の頭があって、学生の起業でがangan増えていくというのは+ α であって、基本は本当に地域に根差した雇用を確保していくと言う企業を動かす、というように実情に属している業種で、事業承継がきちんと出ていった上で新たな道筋を切り開くと言う新規創業が出来ていきます。けれどもその可能性がないというのが図11の状況が出てきている訳です。

自然エネルギーを起点にした地域循環型経済の芽生え

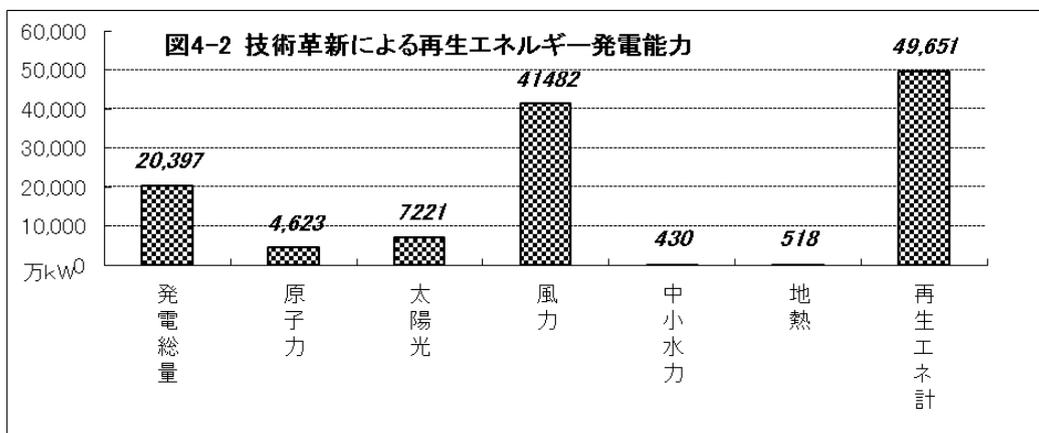
そういう中でも苦しい、危機的な状況にある裏側には可能性もある訳で、他方で2番目の項目ですが、原発があってまだもう一回運転しなくてはとか言っている勢力があるみたいですが、もともと1990年代までは日本の例えば太陽電池なんかでも日本のメーカーは世界の中でもトップを走っていました。いつの間にかどんどんどんどん落ちて行って韓国に負ける、中国に負ける、ドイツには圧倒的な差をつけられている、これも政策でしょ。ドイツにしたって韓国や中国にしたって国家をあげてどんどんどんどん資金援助していくという事ですが、日本の場合には残念ながら経団連などの原発推進勢力に包囲されている訳なので、自然エネルギーなんかをやったら当然一番儲け先の源泉がなくなっていく、という事なのでどんどん自然エネルギーに対する支援、資金援助は減っていきます。

プルサーマルをはじめ原発関連で支出している何千億、何兆円という資金、あんな金を自然エネルギーの方に提供していったらいっぺんに地域の資源を活かした形でエネルギー問題の解決と雇用拡大の芽が生じます。それに関してちょうど地震が起こった時に環境庁が皆さんご承知のように図4のように、3月11日に地震が起こって4月21日に環境庁が発表した興味深い報告があります。タイミングが良かったのですが「再生可能エネルギー導入ポテンシャル調査」という事で、これは環境庁のHPでちゃんとダウンロードできますが、結論から言うと、日本は自然エネルギーに関しては、対面積当たりで行くと世界でもトップクラスの可能性を持っている、特に図4-2を見てみると、今ある技術を基本にして技術革新を促進していくと、今の発電総量の2倍以上のものが出来ます。という事はロードマップをきっちりつくって、この再生可能エネルギーでも小規模なものを中心に、ドイツやイタリアのような形でやれば、そこで仕事が地域で生まれていくと言う事なのです。ただしそれを大規模風力・太陽光・地熱発電等、大手企業中心の従来型発想で進めると必ず環境破壊が発生する

訳です。なので岩手県の住田町や葛巻町とか様々な所がやっているような地域資源を活かした形で、地域産業振興とのかかわりで自然エネルギー活用政策を行なうことが重要です。



①は全量固定価格買取制度 (FIT) の適用を前提にし、事業収支を加味して計算した「FIT 対応シナリオ」の最小値。②は「FIT 対応シナリオ」の最大値



資料：環境省「平成 22 年度 再生可能エネルギー導入ポテンシャル調査」2011 年 4 月 21 日。

去年 11 月にブータンの若き国王ワンチュク夫妻が来日しました。ブータンの国は電力は自然エネルギーを生み出して外貨を稼いでいます。しかも環境重視という発想があるわけですから、環境を守りつつ徐々に豊かに幸せになっていく、ブータンの話をするするとすぐに、「では江戸時代に戻れと言うのか」という人がいますが、そうではなく今の水準を維持してそれから環境と調和した形でじっくりと熟成していくことが必要で、今日本人が失っているのは「幸せ」です。だから「絆」や「縁」という言葉が出てきたりする訳です。元々「絆」という言葉はどこにでもあった訳で、商店街を潰したり、地域循環型の仕組みを潰すので、皆がバラバラになっていくのです。若いうちはそれでいいですが、歳をとって行って誰も頼る人がいなくなった場合に、隣のおばちゃんや向こうのおじちゃんという普通のコミュニティのありがたさが出てくるわけです。それに気付いていった場合、日本の 21 世紀の経済の在り方、社会の在り方が分かってくるし、誰がその経済、社会を雇用の面や、その地域や空間で流れていく所得を提供していくのか、という事になってくると、その主役は地域密着の中小企業、自営業になってきます。そこにきっちりと資金供給出来ていけるのは地域の経営者や文化が分かっている地域密着の金融機関なら、当面は、貸した分の利子分位しか入ってこないかもしれませんが、こういう段取りでやっていけると言う形の人間がいる地域金融機関になる訳です。大手メガバンクの場合必ず、行員は国内を転々とするし、2年3年経ったらどこかの国へ行く訳なので、それこそ地域との「絆」を持っていない金融機関が地域金融の所で融資のメインになると、いつ切られるかわからない。次誰が来るかわからないと言う話になってしまいます。これは、皆さん方に言うよりも金融庁や、金融財政システムを管理する所に知

ってもらわないと、何もかんでも数字の理屈でやられてしまうと大切なものを失ってしまう事になると思います。

国民の立場からの行政機構改革の課題

なお日本経済が抱える行政機能上の問題点に触れておきます。一時期、信金も規模を拡大し第3地銀位を目指せという議論がありました。なんであんなものが出てくるのか。監督官庁の目線がどこを向いているのかに起因しています。日本の行政機構の基本は高度成長期そのままで、大企業が伸びれば中小企業やサラリーマンは利益を得るという発想です。しかし、その時代は終わりました。なんで終わっているか。というのは例えば今回の原発事故が発生して、その時に原発を管理して、コントロールする、規制するお役所が原子力安全保安院です。その原子力安全保安院が独立しておらず、経済産業省の外局になっています。経済産業省は完全に原発を推進していくお役所で、その外局に保安院があると言う構造です。その結果、原発に関する安全管理はないがしろになりました。その反省から今後は経産省から独立させることになりましたが、まだ実現していません。いつ独立するのかまだきっちりとはできあがっていない状況ですが、同じ事も中小企業政策にあります。国内あるいは地域に根ざした中小企業を支援するのが中小企業庁ですが、その中小企業庁も経済産業省の外局になっているのです。

くどいですが、1985年まではそれでまだよかったです。通産省の外局として中小企業庁があった。でも1985年まではメイド・イン・ジャパンの時代だった。大企業は国内に拠点を置いていました。という事は、大企業は生産力を高めていく為にはどうしても下請けが必要になってくると言う事で、大企業と中小企業の利害が基本的に一致していたので通産省の外局という形になったとしてもこれは問題ありませんでした。しかし90年代以降、特に21世紀に入ってグローバル化が進んでくる、大企業がどんどん出ていく、出ていかないと儲からない。そうすると経済産業省はグローバル化を追求していく政策を打ち立てるお役所である。他方で中小企業庁は地域に根差しているローカル循環を追求していくお役所である。なのに、中小企業庁は経済産業省の外局になってくると、これはその行政組織上、どうしても経済産業省が打ち出してくるグローバル循環の補完役にしかありません。

だから中小企業予算の場合でも常に増えてくるのは中小企業の海外進出の支援の予算になると言う問題点が出てきます。しかも外局ということで長官が官僚であることから中小企業政策担当の責任者が閣議に出席していない国というのは日本位です。これでは地域密着の中小企業政策ができない。金融庁にしたって同じです。何故、協同原理に立っている信金・信組と、資本の論理に立っているメガバンクと同じ基準で自己資本比率何%とかで評価される必要があるのか。全然営業でも違う訳だし、融資先に関しても縛りがかかっている所とかかかっていない所がある訳で、何故ダブルスタンダードが出来ないのか。メガバンクと協同組織金融とは役割が違う、そういう集団が二つあって、それをリードしていくお役所行政が1人の場合、どちらかが主になってどちらかが副に成らざるを得ない訳です。どこの国に行っても経済がローカル指向とグローバル指向がある訳なので、それがお互いの良さが出てくる仕組みを作っていく必要性があります。そういう課題もあると言う事を1つ強調しておきたいと思います。そういう点で日本経済の課題を、震災が発生して以降のプロセスを見てみると、完全に新しい社会経済的課題に直面しています。あらゆる面で今までの仕組みを見直していく必要がある段階になってきています。しかも今まで切り捨てていたところに実は発展していく可能性が十分にあると言う事を見切れるかどうか核になってきています。

産業構造バランスの問題

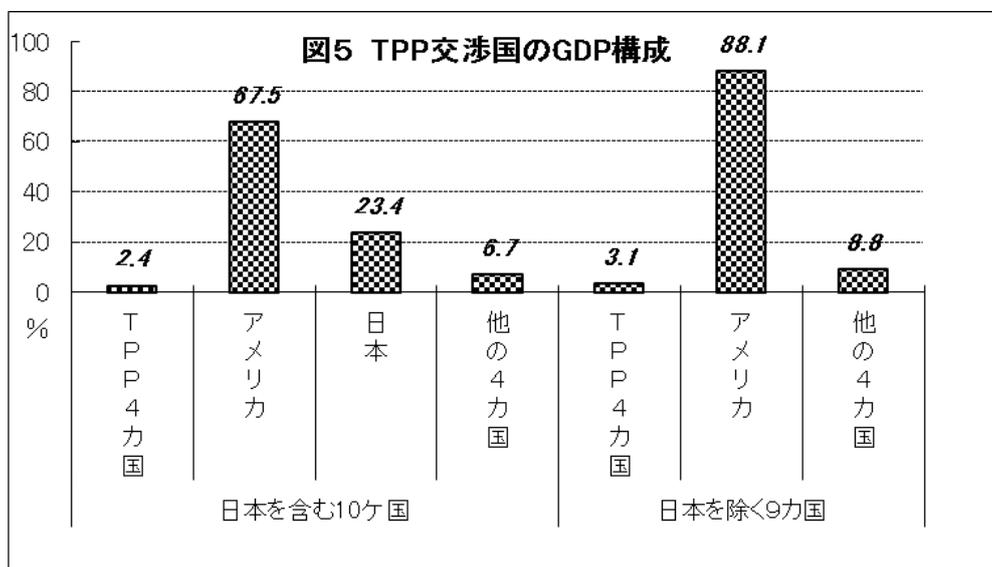
次の問題に入っていきたいと思います。日本が、今は経常黒字が赤字になりかけているとか、貿易収支がずっと黒字できたのに震災があってから赤になってえらいことだと騒いでいますが、震災の影響とか、EUの金融の問題とかで、かなり一過性の課題が多いと思いますが、そういう目先の問題に惑わされずに、日本経済の21世紀ということを考えていった場合の課題の1つのヒントになるのは日本の貿易を見た場合、2国間の貿易を見た場合に対産油

国貿易は別にして対先進国貿易の点で、日本が赤字基調の国はどこか。日本対先進国貿易で。なんとイタリア、フランス、スイスの3カ国に対しては基本的に赤字です。取引額はそんなに大きくはないです。ないけどなんでそうなるのか、何を日本は買っているのか。イタリアやフランスやスイス、これはブランド物です。生活必需品に関連するブランド物です。雑貨、バッグや衣類、或いは食料品、ワイン、飲食に関わる品物です。イタリアの場合はそれにフェラーリです。スイスの場合も時計は日本のような機能性だけではなく、ステイタス・ブランドに重きを置いたモノづくりです。機能性の場合、使う本人が「これは正確である」とか、後は日本のはいっぱい機能がついていますから、スイミングする時にこれがいい、山を登る時には気圧計が出てくるとか、機能性で勝負することが決まりになっているような国ですが、良いものを安く作って大量に売るという発想です。

そういう形の国づくりをしていく場合にフランスやスイスやイタリアは時々赤になったり貿易収支も動きますが、ちょっとずつそれぞれの地域経済を中心にした形で得意な分野があって、分散して多様な商品を売っていく、だから非常に世界経済の変動に対する抵抗力が強い。日本経済もそういうような方向性に向かって突き進んでいくことが必要になってくると思います。

TPPは日本をどこに導くのか

ただそれを邪魔するのがグローバル化の現段階の代表選手である TPP の問題になります。これについては今回のメインではないのであまり時間は割きませんが、1つだけ言っておきたいのは、TPP 反対は鎖国主義ではないと言う事を1つ強調しておきます。対案はあるわけです。そこに行く前になんでアメリカがちくちく嫌がらせをしながら絶対に日本に入らさずすけれども、なんでそうなのか。これは8ページ目の図を見れば一目瞭然です。出来るだけ延ばしておいて、日本抜きで9カ国で基本的な枠組みを先に作るという方式を出してきている訳ですけれども、なんでか、というと図5、TPP参加交渉国に関するGDP構成を見たものですが、右側、日本を除く9カ国で計算すると、9カ国のGDPに占めるアメリカの比重は88%、9割近い。後はそのTPPを最初から作っていたチリやニュージーランド、シンガポール、ブルネイ、この4カ国が集まっても3.1%、後から入ってこようとしているマレーシアやベトナムやオーストラリアやニュージーランドの4カ国でも1割いくかどうか。買い手がない。アメリカのオバマ政権としては、輸出を増やすと言う事ですし、アメリカのメインな産業の場合は食料品かハイテク製品しかない訳で、食料品に関してはベトナムとか他の国、加盟国は元々途上国であるから生産コストが安い訳だし、アメリカが輸出するにしたってマーケットが小さい。購入品のハイテクを買うだけの国民所得か、というのと違う。という事は日本抜きで、9カ国でTPPをやったとしても、アメリカにとっては何のメリットもないのです。

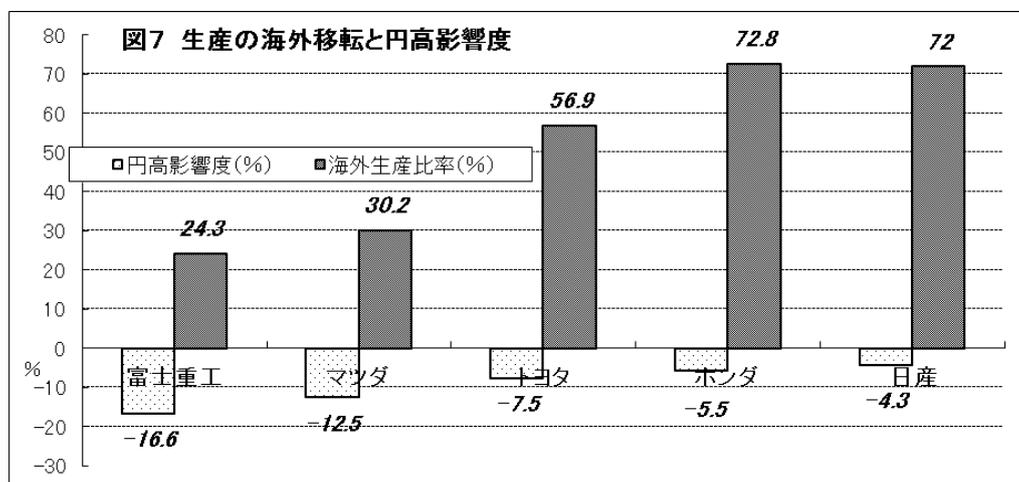


ここに日本が入ってくると、左側の日本を含む 10 カ国になってくると、アメリカの比がど一んと下がって、突然 23.4% という比重で日本が浮かび上がってくる。明らかにアメリカが日本に対して要求しているのは、買い手になりなさい、マーケット提供国として入ってきなさい、さもないと戦争が起こった時に守ってあげないよ、という形で 1 つの圧力がかかっているのです。だから皆さん方も TPP の協議に入った時に、突然アメリカが言いだした事にびっくりしたと思います。自動車が入っているでしょ。自動車の市場開放、だって日本は世界で一番自動車の市場開放が進んでいて、関税 0 です。関税 0 の国に対して市場開放をしろと言ったって後どうしたらいいのか。これはアメリカが狙っているのは、米韓 FTA で韓国が飲まされた自動車のマーケットの扱いです。韓国は何をしたか。それを暴露されたから韓国の国民が怒って野党中心になって米韓 FTA の撤廃運動が今起きている訳ですが、韓国も日本と同様にアメリカ車の輸入が少ないので、米韓 FTA では韓国はアメリカの BIG 3、GM やフォード、クライスラー、黙って 1 社あたり 25000 台輸入しろという形で合意してしまったのです。アメリカの対日の要求は韓国でも 1 社あたり 25000 台輸入割合が出ている、そして日本は韓国の 2 倍以上の GDP がある訳だから、1 社あたり 5 万台ずつ、合計少なくとも 15 万台輸入する。実はこうした圧力は以前もあったのです。80 年代中頃、日本が IC でアメリカを追い抜いて、世界マーケットの 5 割以上を押さえた時に、アメリカは日本に対して何を要求したかという、日本で使う IC の 2 割は外国製すなわち、アメリカ製を使えと。日本は受け入れました。そういう買い手市場で日本が登場していく、その挙句に結局一番犠牲にされていくのが農林漁業を中心とした一次産業、ここは常に日本経済の発展の犠牲になっています。高度成長期以降は工業地帯への若年労働力供給源としてきた地域、最終的にその息の根を止めてしまう事になりかねません。

同じ国際化の道を選ぶなら、アジアの中の日本として平等・互恵の道があります。それは去年の APEC が終わった後、アンチアメリカ型の共同自由経済圏を作ろうと言う事で、ASEAN が一生懸命やって、そのリーダーシップをとったのがインドネシアで、そのインドネシアが中心になって、今年の 2 月に 2015 年を目標にして ASEAN+6 (ASEAN10 カ国、それに日中韓、インドとオーストラリア、ニュージーランドを含む) ASEAN+6 で可能などころから徐々に包括的経済連携を進めようと言う事になりました。この場合の基本的な観点は、ASEAN 特にインドネシアとしては、アメリカ流の TPP のやり方でやると、アジアの ASEAN はとても格差が大きく、遅れている所がある訳です。嫌な所は基本的に障らず、お互い平等という形で自由貿易を拡大していこうという、緩やかな本来の FTA であるわけですが、これで行きたいと言う形の道筋が出来てきていることに目を向けるべきです。日本から輸出していく事を考えた場合、それはアジアの成長に乗り遅れるなどして、TPP に入ったとしても、韓国・中国・インドが入っていない、インドネシアが入っていない、そんな所に入ったとしても TPP の加盟国の中で入っているアジアはどこかという、マレーシアとシンガポール、ブルネイ、ベトナムです。この 4 カ国とは既に日本は 2 国間連帯協定を結んでいる訳なので、日本から輸出すると言う事は既にやっているのです。何のメリットもありません。という事をきっちり考えた場合、TPP よりもむしろもう 1 つ ASEAN+6、緩やかな貿易協定を作って締結していくと言う方がはるかにメリットがあります。なので反 TPP 派は、鎖国主義者ではないと言う事をきっちり考えておく必要があると思います。

しかも、TPP の中に入ると、ますますグローバル化、グローバル循環が進みます。というのは、輸出を増やすのなら 2 国間協定で十分なのです。経団連が求めているのは日本を輸出拠点として進むという戦略がもうない訳です。貿易黒字が拡大すると貿易摩擦が再燃するし、円高基調では採算は合わない。確かに日本からの輸出はやっていますが、メインはトヨタにしても日産にしてもホンダにしても、今のところはアメリカかメキシコに拠点を置いてそこから輸出していく方向です。なぜメキシコなのかというのは、メキシコは 2 国間で FTA を結んでいる国が 60 位あるはずで、メキシコから目指す所に輸出したら関税は掛かりません。という事は、アメリカ、メキシコ、カナダ、これは北アメリカの FTA を結んでいる訳なので、ここを横に流したって部品に関税は掛かりません。すなわち、企業内国際分業

を行っている訳なので、経団連企業の観点では輸出というのは、日本からの輸出もあるし、アメリカからの輸出もあるし、メキシコからの輸出もあるし、タイからの輸出もあります。日本は輸出拠点のワン・オブ・ゼムに過ぎません。そういう形を考えていくと、亡国のグローバルバリエーションになるのではないかと思います。逆に言うと、円高はそういう企業にとってはメリットになる訳で、円高になれば海外での円の投資価値は上がります。



資料：日本経済新聞、2011年10月25日付。

さらに8ページ目の図7、これは日本経済新聞に去年の10月25日に載っていましたが、円高がどんどん進んでいくという大変な状況の時に、円がドルに対して1ドル位上がったらと考えてみた場合に、メーカー別に打撃は全然違います。打撃が多い所は自動車で言うと富士重工、これは海外生産比率が24%、という事は4台のうち3台は日本で作っている、要するにメイド・イン・ジャパン型です。こんな所は当然打撃は大きい。ところがホンダ、日産というのは、いずれも海外生産比率がもう70%以上、ほとんど海外で作っています。そんな所が円高になったってダメージはほとんどありません。逆に日産なんてご存じのように一昨年、それまで日本でばんばん売っていたマーチは、生産は日本では打ち切って、タイとインドで作る。日本で販売するマーチは全部タイから逆輸入になりました。逆輸入になったら、円高になった方が安く手に入る訳なので、儲かります。経団連が考えている理想像というのは、メインは、日本が海外生産拠点を置いている組立工場を軸にしてそれぞれの海外現地法人からの輸出を増やしていく。そんなことをやられたらますます地域経済は、ますます疲弊化していきます。そこにしか貸せないような地域的な金融機関の存立基盤というのはますます弱ってしまうと言う事になります。そういう点で、国際間、グローバル問題についてはもっとしゃきっと発信していく必要があると思います。

持続可能な国民経済の道筋

まとめに入っていこうかと思えます。21世紀、先程から何度も言っていますが、キャッチアップの時代は終わった、いよいよ熟成志向のフロントランナーの経済構造に移行していく局面に入って来たという事です。可能性についてですが、内発的で熟成型で地域経済と中小企業をもう一つの主役にした経済の道筋はあります。今まで日本の重化学工業化の中で常に犠牲になっていた所にこそむしろ可能性があると言う事について最初に確認しておきたいと思えます。というのは、本来先進国なら、基本的に国内で作らなければならないような産業が日本の場合は完全に輸入産業化していると言う点の問題があります。

10ページ目に付表がついています。人々が日常的に生きていく場合に大体マーケットで流通していくものは2つに分けられます。それは1つは文化型産業、1つは文明型産業です。では文化型産業とは何か。その品物がなければ人間が生きていけないモノが文化型産業です。産業部門のイメージとしては衣食住、着るモノがない、食べモノがない、住む所がない、ということでは人間は生きていけません。人間が人間として生きて発達していく為に必要な基

本的な産業という、衣食住に関わる産業です。猿が人間になってから以降、これで人間はずっと豊かになって来た訳です。しかも、衣食住というのはこれは地域性・民族性を持っています。何を食べているのか、どんなものを着ているのか、どういう素材と設計思想の家に住んでいるのか、というのは必ず地域性、民族性、気象条件含めて、個性を持っている訳です。それを昇華されたものが生活文化になってくるのです。世界の遺産や街並や風格とかがあります。後は食文化とか、全てそういうものは文化型産業というものは地域性民族性を持っています。本来の豊かで幸せな社会では規格化・標準化・画一化の尺度に合わないのです。これが所謂地場産業の基本です。

付表 文化型産業と文明型産業のイメージ

	文化型産業	文明型産業
産業部門イメージ	衣食住などの生活必需品産業	自動車・家電などの近代的機械工業
製品の機能の特性	人間の生命と生活の維持と質的充実	人間の手足・五感の機能向上
主要な素材の特徴	天然資源の活用	合成物質の開発・活用
生産力の特徴	技能・熟練の高度化	技術（機械体系）の進歩
競争力の源泉	地域生活文化と感性の独創性	科学技術・知性の高度化
中心的な企業類型	地域密着型中小企業	大企業・ベンチャー企業
社会生活での機能	コミュニティ基盤の持続性	個人生活の快適性・利便性の向上
産業の存在意義	幸せな社会の経済基盤	豊かな社会の経済基盤

もう1つのタイプは文明型産業です。そんなものがなくても生きていけますが、あった方が便利である、快適であると言うタイプの財・サービスを生産し提供する。基本的には産業革命以前にはなかったものです。自動車、パソコン、テレビ、そんなものはなかった訳で、産業革命以降市場経済が発展してくる中で生まれてきました。人間の五感の延長線上です。五感を中心にして生活している場合には、地場産業を中心にした財・サービスになってきます。空を飛ぶ飛行機が出てくるとか、100キロで走る自動車が出てくるとか。500キロ離れる所と喋れる電話が出てくるようになってくると、本来の五感の生物学的な延長線上の物理的な制約を取っ払ったモノがでてきた。だから便利である、快適である。別にそんなものがなくなっても人間は人間として生きていけます。

この文明型の業種の発展は、豊かさの象徴になる訳です。自動車がない、テレビが観られない、パソコンが使えない、これは貧しいか豊かか。でもそのような製品を一杯持ったからと言って幸せか、と言ったら違います。幸せというのは、何を所有しているか、で幸せは計れません。何を所有しているか、どれだけ所有しているかというので計れるのが豊かさ、反対側は貧しさです。そうすると、バランスの問題を考えたいうえで、歴史の発展とか豊かで幸せな暮らし、社会基盤を作っていく必要があります。日本の場合には豊かな社会づくりを急いだから文化型産業の方をずっと切り捨ててきました。文明型産業中心の経済発展を20世紀の後半突っ走って来ました。その結果、バブルの時でも豊かだけれど幸せが実感できないと言う形のキャッチフレーズが出てきました。

しかも、この文化型産業を見てみると、例えば繊維産業、グローバリゼーションが進み始めた1990年の時の繊維製品、インナーもアウターも含めて、輸入製品の国内マーケットの浸透度が3割ちょい、だから100枚売っているとしたら輸入品は3割程度でした。まだ国内の地場産業が頑張っていた、7割位のシェアは持っていました。ところが2010年の繊維製品の輸入浸透率はなんと90%を超えています。そんなあほな事があるかと思いますが、大体ユニクロのように大型店で売っているような品物は日本の企業が作っているけれども、どこで作っているかというところと中国かインドネシアか、アジアの国で作っています。それを逆輸入しているのです。だからユニクロは1000円のジーンズを作るまでは、あのユニクロのジーンズの素材は岡山のジーンズの産地で作らせて持って行って、手間暇がかかる縫製・加工工程は90年代は中国でやっていました。だが中国の賃金が上がってくる。で技術水準が上がってくる、

そうすると機械を持って行って向こうで織らせればいいではないか、やるのは機械中心だから管理者もいらぬ、手間暇がかかる縫製工程は中国では要らないと言う事でバングラデシュに持って行って、コストダウンして 1000 円未満のジーンズが出来てきたのです。それを大手の量販店は皆真似している訳です。結局輸入製品が圧倒的ですが、外国のメーカーの製品ではなくて、日本の企業はグローバル循環をして入ってくるということになります。そんな所の株価が上がる訳でしょ。そんな株価が上がったって日本を不幸にしている、雇用を削減している状況なので、凶か吉か分かりません。でも、そんなことは少なくともイタリアやフランスの国民は許しません。そりゃあ安物は入ってきます。スペインから入ってきたり。でも程度問題になる訳で、安かろうでどんどん入れたけれども自分らの雇用の場がなくなってしまう、安いのがどんどん入ってくると賃金も下がってしまう、それで果たして幸せかどうか、というのを考えなければいけない。

しかし繊維産業に関しても、展望はあります。

例えば日本人のデザイナー、コシノジュンコなどはパリで活躍し脚光を浴びました。あれも繊維産業を代表する衣類の基本的な設計思想で日本民族の民族衣装だけは、他の民族とは違う発想を持っている訳です。他の国の民族衣装、特にヨーロッパの産業、洋服はある意味合理主義の塊だから、体は三次元で立体的に丸みを持っている、だから三次元の立体裁断です。だから腕をすっと通したらすっといけるわけです。日本の場合なんで着つけが要るかという、体は三次元で丸いにもかかわらず、和服というのは二次元の直線裁断になる訳です。直線裁断になっているから、着つけが要る訳です。着るコツがわからなければ、だらしなくめちゃくちゃな格好になってしまう訳です。ただし、世界の民族衣装で同じ一つの着物を着て、その時の雰囲気で自分自身の美しさを表現できる民族衣装、“着こなし”ができる民族衣装は日本しかない訳です。その時々々の雰囲気によって私だけの美しさを自分自身で表現できる民族衣装は日本だけしかない訳です。

皆日本からパリに行って頑張っているデザイナーの人々は、そういう違いを意識して、こういう要素から提案ができる、トレンドを発信する、そんなものがいっぱいある訳です、日本の場合。

ただし日本の場合“和の良さ”というのを常に欧米へのキャッチアップ時代には時代遅れでダサいと考え、全部後ろにおいてきました。世界で初めてシームレス・ストッキングを作ったのは日本のメーカーです。1950 年代の終わり、厚みがない、シームレスだから縫い目があったら女の人が気になって仕方がない、縫い目がなかったら気にしないで行ける、女の人が楽になる。で売り出したのですが、日本人は無視しました。何故かと言うと、キャッチアップというのは、モデルがある訳なので、日本のあの当時の若い女の子は「そんなものはパリの女の子は穿いていないし、ニューヨークの女の子は穿いていない。」だからまず向こうで売って、パリでもニューヨークでも女の子が穿いている、すると日本でも買いました。だからそれだけの提案力、ネタが衣食住すべてに関してある訳です。そこにもう一度評価点をおいて発信していく必要があります。日本の生活文化への関心度は高まっています。そういう可能性があるからなんで今頃盆栽がヨーロッパであんなに脚光を浴びているのか。向こうで売っているのは全部イタリア人やフランス人なわけですから。

そうしたら文化型産業というのはまさに疲弊化している地域経済の基盤になる産業です。そんなものが増えたとしても、そんなに強力にはならない。だからメガバンクは絶対に出てこようとしない。でも、これから地域の中で人口減少世界に入ってきた時には、平常状態をいかに維持していくか、がポイントになっていく訳です。利潤追求オンリーではなくて、きちりと地域内経済循環を資金的に伝えていく機能を持った金融機関がますます重要になってきます。

そういう点で、中小企業憲章が抜き書きしてありますが、この憲章は中小企業庁のホームページを開けばすぐに出てきます。これは 2010 年 6 月に閣議決定されました。残念ながら同じ日にグローバル循環支援の新成長戦略も閣議決定されています。これは最初に言った経済産業省は新成長戦略、それと対極の中小企業庁は中小企業憲章を作った、どっちが重視されるか、とすると当然親方の方の新成長戦略になってしまいます。行政機構改革が必要です。

中小企業庁を独立させる、そうしたら地域金融機関に対する役割、強化、ポイントが変わってくると思います。そういう点で可能性がないんじゃない、見えないようにしているんだ、そこに脚光を浴びていく為には自治能力向上が絶対に必要になってきます。

ブータンの開発理念である「GNP（国民総生産）からGNH（国民総幸福）へ」という発想が先進国で高く評価されている点から、何を学ぶのか。そういう点で、課題は十分に克服できる可能性は残っているんだ、それを掘り起こしていく、そういう体制も今はまだ存在している。この大震災からの復興という時期を、グローバル循環という方向でいくのか、ローカル循環の再構築の方向で行くかというせめぎ合いが今後続いていくと思いますが、そういうせめぎ合いがある中でも要するに連帯の手を結ぶ相手、どこにいて、それを地域というのを単位としてきっちりと自分らで循環型経済を作っていく。そういう機会をできるだけ数多く探知していくという流れの1つのきっかけになれば、この研究会も大きな役割を果たすのではないかという事で、1つの問題提起のお話にかえさせていただきます。

ご清聴ありがとうございました。



(注) 本文中の図表番号は、シンポジウム当日の配布資料のままです。本「ニューズレター」に開催するにあたっては、当日の資料の図表の一部のみを掲載していますので、図表番号が抜けている部分がありますので、ご注意ください。



★文献紹介★

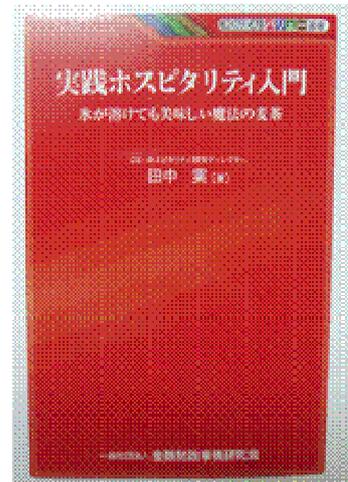
田中 実著

『実践ホスピタリティ入門』

2011年9月、金融財政事情研究会 発行/定価 1,400円(税別)

「ホスピタリティ」(Hospitality)、聞いた事があるような、でも何か理解しているものと違っているのかも、と疑念を抱きながら恐る恐る頁をくくる。本来、医療やホテルの業界関連の言葉であるようだが、この本を書いた人は、元巢鴨信用金庫の常務理事さん。とすると、ちょっと違った意味かな、とも思う。第1章の冒頭近くの部分で「おもてなし」という言葉が出て、何となく判ったように感じる。

読み進んでいくと、かなり奥の深い概念である。B6版、198頁と読み頃の分量だし、文章も判りやすい。拙い紹介文を書くよりも、本書の構成、目次を以下に紹介しよう。これらをみただけで、この本の意図するところは理解出来ると思う。



<本書の構成=目次>

はじめに

第1章 サービスからホスピタリティへ

ホスピタリティの認知度/ホスピタリティとは/サービスからホスピタリティへ/サービス・プラス・ホスピタリティ/サービスはお客様に、ホスピタリティは三六〇度

第2章 ホスピタリティへのアプローチ

マニュアルは企業本位にできている/心に沁みるプラスアルファの一言/社員満足を超える顧客満足は得られない/サービス vs ホスピタリティの顧客満足/ホスピタリティとリーダーシップ/社員・職員の力を引き出すエンパワメント/総務課・大谷係長

第3章 実践的ホスピタリティ・マネジメント

「鬼」の宅配いたします/私のコンシェルジュ——プライベートバンクのホスピタリティ/ホスピタリティを掲げる——ローザンヌ・ホテル大学/航空会社のサービスとホスピタリティ/ビジネスデザイン——課題解決策は一つではない/一生に一度の電話/巢鴨に入りたい/おもてなしの実践——ウェルカム・ボード/世界中から注文のくる会社/とんかつ屋さん和ホスピタリティ/クレドを作ろう/子連れワーキング・モーハウス/金融機関の助成が生き生きと働くために

第4章 地域金融機関とホスピタリティ

金融機関は横並び護送船団方式から脱却できていない/商業の精神・強みを生かす/地域活性化・お客様の本業を支援する/地域価値向上/特色を生かして/組合員の障害のパートナー・JA

第5章 大切なのは「志」

規模でない、業種でもない、大切なのは/考えて、考えて、考えて、考えて解決策が出るまで考える

終章 本業を研ぎ澄まし、進化する

本文には、このほかに「ちょっとコーヒーぶれいく」というコラムが6本入っている。タイトルをあげると以下の通り。

①氷が溶けても美味しい魔法の麦茶 ②京都のおもてなし——場所のホスピタリティ ③クラクションは「モー」 ④豆・ミルク・ドリップ ⑤コストを使わず心を使う ⑥道のりは遙か遠く
因みに、本書の副題に「氷が溶けても美味しい魔法の麦茶」とある。本書の真髄を表しているといえよう。(笹野) ■

◆研究会および総会のご案内◆

第 105 回定例研究会ならびに総会開催のお知らせ

東日本大震災の発生から1年余を経ましたが、被災地では未だ課題山積という状況にあまり変わりはないようですが、被災地の各協同組織金融機関は、被災者に寄り添いながら、地域の復興に向けた懸命な取り組みをされていることが種々報告されており、心強い限りです。もちろん、協同組織金融機関だけでは解決しきれない課題も多々あり、皆様のご奮闘に敬意を表する次第です。

大震災からの復旧・復興に向けた取り組みの中で重要になっている「復興金融」について日本政策投資銀行が果たしている役割は大きなものがあります。そこで、今回の研究会では、日本政策投資銀行の常務執行役員・加納 望様から復興金融の全体状況と日本政策投資銀行が果たしてきた役割などをご報告いただき、参加者の皆さんと議論を深めていきたいと思えます。

皆様の積極的なご参加とご討議をいただきたく、ご案内申し上げます。

記

1. 開催日：2012年5月24日（木）午後6時30分～8時30分
*なお、定例研究会は午後6時30分～8時で、それ以降、当研究会の総会を開催します。引き続きご参加をお願いします。
2. テーマ：**東日本大震災による被災地の復興金融の現状と今後の課題**（仮題）
3. 報告者：**加納 望氏**（日本政策投資銀行 常務執行役員）
4. 会場：**主婦会館プラザエフ5階会議室**（JR四ッ谷駅麴町口下車徒歩約1分）
5. 参加費：1人1,000円
6. 申込：FAXまたはe-mailで、**5月18日（金）まで**に、下記事務局にお申し込みください。（氏名、所属組織等明記）
協同金融研究会 事務局（担当：笹野、小島）
【FAX】03-3262-2260 【e-mail】sasanotn@nifty.com

★2012年度の会費の納入を！★

新年度になりました。協同金融研究会は皆様の会費で維持されています。既に会員の皆様には請求書をお送りしていますが、2012年度の会費のお振り込みをお願いします。

個人会費は3000円、賛助会費は1口1万円です。お振込みは下記をお願いします。

<ゆうちょ銀行口座> ○一九店（当座）0012199

*「振込用紙」をご利用の場合の口座番号は<00170-4-12199>です。

<労金口座>中央労働金庫・本店営業部（普通）9889872

*口座名義はいずれも「協同金融研究会（キョウトウケンユウケンキョウカイ）」です。

なお、支店名が変わっていますので、ご注意ください。