

地方圏における企業の海外展開と地域経済

—北陸地域の事例から—

榊 原 雄 一 郎*
南 保 勝**

要 約

本稿では、北陸地域を事例に、地方圏における企業の海外展開の状況および、主要拠点の立地性向についての検討をおこなっている。今日において経済のグローバル化の進展は、大都市圏のみならず地方圏の地域経済にも大きな影響をもたらしている。特に今日の地方圏において問題なのは、これまで地方圏に立地してきた企業の海外展開である。地方圏における企業の海外展開の状況を明らかにするため、本稿では2006年末から2007年初頭にかけて北陸地域の企業に対しておこなったアンケート調査の結果から、上記の問題について検討している。

キーワード：経済のグローバル化；地方圏；地域経済；企業の海外展開；北陸地域
経済学文献季報分類番号：05-20；05-21

1. 問題の所在

本稿の目的は、地方圏における企業の海外展開と地域経済への影響を検討するため、北陸地域を事例に、北陸地域の企業における海外展開の状況および、主要拠点の立地性向を明らかにすることである。本稿では、2006年末から2007年初頭にかけて北陸地域の企業に対しておこなったアンケート調査『北陸企業の海外展開および国内拠点の位置づけに関する調査』の結果から、上記問題について検討していく。

プラザ合意による急激な円高をひとつの契機とし、経済のグローバル化の掛け声の中で、1980年代後半以降、電機や自動車等の産業に属する多くの日本の製造業大企業は、生

*関西大学経済学部、**福井県立大学地域経済研究所。

産拠点を日本の地方圏¹⁾から発展途上国へと移していった。こうした製造業における生産拠点の海外移転は、地方圏を中心とした国内工場の閉鎖や、それに伴う日本産業の技術力の低下および地域における雇用の喪失への懸念といった問題を引き起こしていった。そのため、一方では日本の産業の競争力との関わりあいにおいて、そしてもう一方では生産拠点を失った地方圏において、いわゆる「空洞化」への懸念が広がっている²⁾。経済のグローバル化³⁾が進む中で、企業の活動は国を越えた範囲に広がっており、日本の産業は大きな転換期を迎えている。

このような、経済のグローバル化の進展による企業の海外展開と空洞化への懸念は、近年多くの注目を集めている。この問題に対する議論の方向性は、大きく次の2つに分類できる。第一は、経営学や中小企業論の視点から、日本の製造業の競争力からみた場合の議論がなされており、これらの議論は「日本産業の空洞化論」として理解できる。日本産業の空洞化論では、製造業の生産拠点の海外展開による、既存の生産基盤の日本国内からの喪失や工程イノベーションを中心とした企業の開発能力の喪失に対する懸念、国際分業における日本拠点の位置づけ等が主要な論点となっている。例えば、関（1993）のように、製造業企業の海外展開を必然と捉えたうえで、グローバル経済における生産ネットワークの中で日本のポジションの確立を図るべきだとする主張や、加藤（2004）のように、日本製造業の競争力を考える上で日本国内に「現場」があることを重視し国内生産の意義を主張する、国内回帰待望論も存在する。第二は、地域経済論の視点から製造業企業の海外展開による地域経済の空洞化についての議論がなされている。ここでは分工場（branch plant）の諸問題についての研究蓄積を基盤として、主に地方圏における大企業の生産拠点の海外展開に伴う地方分工場の閉鎖と、それに伴う地域経済の衰退について議論がなされており、これらの議論は「地域経済の空洞化論」と理解することができる。もっとも、これまでの分工場の諸問題についての研究蓄積からすれば、グローバル化という視点を除けば、大企業の分工場閉鎖と地域経済の衰退の問題は決して新しいイシューではないといえる。また、地方圏における海外展開に伴う生産拠点の閉鎖についての問題は、学界のみならず近年多くのメディアに取り上げられており、地方圏における新たなペシミズムを形成しているという意味においても

-
- 1) 本稿では地方圏という用語を、東京圏・大阪圏・名古屋圏の三大都市圏と対となる用語として用いている。なお、本稿における地域という用語は、歴史的、政治的、経済的に何らかのまとまりがある範囲を指す。
 - 2) 近年一部の企業であるが、戦略上重要な拠点を日本国内に立地させようという動きもみられる。こうした動きは、「製造業の国内回帰」として注目を集めている。
 - 3) Dicken（1998）によれば、経済の国際化が経済活動の外延的拡大を意味しているのに対して、グローバル化とは国際的に分散した諸活動の統合の進展を意味するという。

重要である⁴⁾。企業の海外展開の動きに対する、上記2つの議論の方向性はどちらも今後の日本を考える上で極めて重要な内容であるといえる。ただし、両議論はともに企業の海外展開という現象を取り扱っているが、先にみたように背後にある問題意識は必ずしも同一ではないということを理解する必要がある。

本稿では、こうした両者の議論の方向性の違いを理解しつつ、主として後者の問題意識に立ちつつも、とりあえず素材的な意味で両者の方向性をともに視野に入れている。そもそも、本稿で考える企業と地域の一つの理想的な関係とは、企業が地域社会に埋め込まれる (embeddness) ことによって地域から様々な経済性を得て、それによって企業が成長すると同時に、企業が成長することによって地域経済全体が発展するという、お互いが“win-win”となるものである。こうした企業と地域の関係は、かつては決して夢物語というわけではなかった。例えば、1960年代から1980年代初頭までを中心に東京・城南地区の産業集積を研究した竹内らの研究グループは、東京・城南地区の産業集積を説明するものとして産業地域社会 (Industrial community) という概念を提示している (竹内、1983)。そこでは確かに企業と地域社会とが一体となり、相互依存的な互惠関係を構築していたのである。本稿で提示したこうした企業と地域とのいわば理想的な関係は、望ましい地域経済の発展を展望した先人たちの思想を引き継ぐものであるともいえる⁵⁾。このように考えれば、企業や産業の競争力と地域経済の発展というのは、必ずしも対立するようなものではないのである。

しかしながら、今日において、上記の理想的な企業と地域の関係は、特に地方圏において徐々に夢物語となりつつある。多くの企業は創業から成長期にかけて、地域社会と深く結びついているにもかかわらず、近年では一定の成長を果たすと地域から「独立」してしまうことが問題となっている。今日では、Castels (1989) が指摘するように、場所に固着する人間の再生産活動の理論に対して、場所に固着しない企業の生産活動の理論が、経済において幅を利かせるようになってきている。そして現在こうした問題は大都市圏よりも地方圏で徐々に深刻になりつつある。

4) 例えば、2001年には電機大手のA社が打ち出した岩手工場の閉鎖は、地域経済に大きな衝撃を与えた。岩手工場で作られていた製品については、海外工場に移管されている。2001年4月18日付け朝日新聞等を参照。

5) ただし内発的発展論では、地域経済の発展戦略において大企業の分工場に対して極めて限定的な位置づけしか与えていない。この点については、宮本 (1990) を参照。一方、中村 (2004) では、分工場に依存する地域経済については否定するものの、分工場のグレードアップも含めた総合的な地域経済の発展戦略をとるべきであると指摘する。本稿でも、地域経済の発展戦略に分工場をも組み込み、総合的な発展戦略を取るべきであるとの立場を取る。

この点について、今日の地方圏で特に深刻なのは、地域中堅企業が脱地域および海外展開の動きを見せていることである。すなわち、これまでは、主に大企業の生産分工場の海外展開とそれに伴う地方工場の閉鎖に注目が集まってきたが、近年では地域に根付いて成長をとげてきたとされる地域中堅企業⁶⁾が地域を離れ海外に拠点を展開すると同時に、国内拠点を縮小する事例がみられるのである。地域中堅企業は、地域内で内発的に成長し、また地域中堅企業論者が地域経済発展の中核と捉えていた企業群であることから、これら企業群の海外展開とそれに伴う国内生産のリストラクチャリングの進展は、地方圏の地域経済において深刻な問題となる可能性がある。このように、今日においては巨大な多国籍企業のみならず、それほど大規模ではなくこれまで地域に根付いて成長してきたとされる地域中堅企業でさえ、地域を離れグローバル大での活動を志向し始めているのである。経済のグローバル化がすすみ、企業と地域との互恵的な関係が崩れつつある中で、今後どのように地域経済の発展を展望するのか。地方圏は今日きわめて難しい状況に直面している⁷⁾。

いずれにしても、何らかの有意義な処方箋を検討するためには、まず現在地方圏でおきていることを把握することが重要となるであろう。その上で、はじめて何らかの打開策について議論することが可能になるのではないか。しかしながら、経済のグローバル化と地方圏における地域経済への影響について詳細に調査した研究はほとんど存在しない。こうしたことから、本稿では北陸地域⁸⁾に立地する製造業を中心とした企業を対象におこなったアンケート調査『北陸企業の海外展開および国内拠点の位置づけに関する調査』の結果をもとに、北陸地域に立地する企業の海外展開の状況および、その際の日本国内の拠点の位置づけおよび生産における各機能の立地性向について検討する。本研究で事例として北陸地域を取り上げるのは、同地域には大規模ではないが地場産業等をルーツに持つ数多くの地域中堅企業が育っている一方で、近年これら企業群の海外展開が活発化しているからである。こうしたことから、上記問題を明らかにする事例として北陸地域を取り上げることは、本稿の問題意識に適っていると考えることができる。

さて、本稿では以下のように議論を展開する。続く2.では北陸地域の製造業の概要および海外展開の状況について、既存の調査および統計資料をもとに明らかにする。3.では本アンケートの方法および回収状況について確認する。4.以降ではアンケートの結果につい

6) 地域中核企業、地域企業とも言われている。本稿では地域中堅企業で統一して用いることにしたい。

7) もちろん、経済のグローバル化は、地域経済に負の影響のみをもたらすものではない。負の影響もあれば正の影響や可能性もある。例えば、Dicken (1998) を参照のこと。なお、正の影響も含めた総合的な議論については別稿でおこなうことにしたい。

8) 富山県、石川県、福井県の3県。

て検討を進める。4.では企業の海外展開の状況について取り上げる。ここでは海外事業所の立地国およびそれぞれの事業所が持つ機能、日本からの生産移管の有無、海外拠点の役割について検討する。5.では国内拠点の機能について取り上げる。ここでは海外拠点に対する国内拠点の役割および国内母工場（マザープラント）の有無について検討する。6.では現在および将来における、企業の機能の立地性向について取り上げ、生産における各機能が国内を志向しているのか海外を志向しているのかについて検討する。

2. 北陸地域における製造業の概要と海外展開の状況

2-1 北陸製造業の地位

北陸3県の域内経済を、総生産(2004年度)から眺めてみると、その規模は富山県が4兆6,720億円(全国比0.9%)、石川県が4兆5,050億円(同0.9%)、福井県が3兆2,640億円(同0.6%)で、北陸3県では総計12兆4,410億円となり、全国の2.4%を占めていることがわかる⁹⁾。こうした「2.4%経済圏」の北陸地域ではあるが、その中で製造業はいったいどのような地位を占めているのか。2005年の工業統計表から全国及び北陸地域における製造業(従業員4人以上事業所)¹⁰⁾を主要項目別にみると、事業所数では、全国の277千件に対し北陸地域は11千件で、全国比3.9%を占めている。また、従業者数では、全国の8,143千人に対し北陸地域は296千人で、そのウエイトは3.6%。このほか、製造品出荷額等では、全国の295兆61百億円に対し北陸地域7兆92百億円(全国比2.7%)、付加価値額では、全国の104兆15百億円に対し北陸地域は3兆18百億円(同3.1%)となっている(表2-1)。

つまり、北陸地域の製造業が全国に占めるウエイト(全国シェア)は、主要項目の全てで同地域における経済規模の基準となる「2.4%」を上回っており、各県別にみてもこうした状況に差異はない。また、過去20年間における全国シェアの推移(表2-2)については、事業所数が1985年の3.7%から2005年には3.9%へ、従業者数が同3.3%から3.6%へ、製造品出荷額等が同2.3%から2.7%へと高まる傾向を示している。こうしたことから、北陸地域の製造業は、規模の面では小規模ながら、全国的にみてもまた地域経済にとっても、重要な産業としてその地位を維持していることを裏付けるものである。

9) 各県の『平成17年度 県民経済計算』から抜粋。

10) 以下、2.では特に断りのない限り従業者数4人以上の事業所のみを取り扱う。

表2-1 全国および北陸3県における製造業の主要項目別内訳（2005年）

主要項目別	全国		北陸3県		富山		石川		福井	
	実数	構成比 (%)	実数	構成比 (%)	実数	構成比 (%)	実数	構成比 (%)	実数	構成比 (%)
事業所数 (件)	276,522	100.0	10,685	3.9	3,516	1.3	4,021	1.5	3,148	1.1
従業者数 (人)	8,143,150	100.0	295,957	3.6	123,890	1.5	97,453	1.2	74,614	0.9
製造品出荷額等 (百万円)	295,606,417	100.0	7,923,804	2.7	3,589,327	1.2	2,491,257	0.8	1,843,220	0.6
付加価値額 (百万円)	104,150,183	100.0	3,180,563	3.1	1,537,623	1.5	907,231	0.9	735,709	0.7

(出所) 経済産業省『平成17年工業統計表速報データ』より作成。

表2-2 北陸3県における製造業の全国シェアの推移（1985-2005）

		1985年	1990年	1995年	2000年	2005年
事業所数 (件)	全国	438,518	435,997	387,726	341,421	276,522
	北陸	16,395	16,278	14,925	12,967	10,685
	シェア (%)	3.7	3.7	3.8	3.8	3.9
	富山県	4,708	4,859	4,516	4,198	3,516
	石川県	6,669	6,637	5,960	4,920	4,021
福井県	5,018	4,782	4,449	3,849	3,148	
従業者数 (人)	全国	10,889,949	11,172,829	10,320,583	9,183,833	8,143,150
	北陸	359,670	378,364	361,509	327,160	295,957
	シェア (%)	3.3	3.4	3.5	3.6	3.6
	富山県	145,088	152,683	147,270	134,377	123,890
	石川県	114,211	124,494	118,633	105,865	97,453
福井県	100,371	101,187	95,606	86,918	74,614	
製造品出荷額等 (百万円)	全国	265,320,551	323,372,603	306,029,559	300,477,674	295,606,417
	北陸	6,230,706	8,186,110	7,956,137	7,924,488	7,923,804
	シェア (%)	2.3	2.5	2.6	2.6	2.7
	富山県	2,960,947	3,748,753	3,603,292	3,458,884	3,589,327
	石川県	1,677,803	2,478,535	2,429,379	2,491,257	2,491,257
福井県	1,591,956	1,958,822	1,923,466	1,974,347	1,843,220	

(出所) 2005年は経済産業省『平成17年工業統計表速報データ』より、2000年は経済産業省『工業統計産業編』より、1995年以前は通商産業大臣官房調査統計部『工業統計表産業編』各年版より作成。

2-2 北陸企業の海外進出の状況

日本企業の海外進出は、対外直接投資という形で1951年に再開されたが、当初は国際収支上の問題から厳しく制限されており、1960年代までは極めてわずかなものであった。その後、段階的な対外直接投資の規制緩和と1973年の変動相場制移行による円高傾向により、日本企業の海外進出がブーム期を迎える。一方、1980年代後半になると、プラザ合意を契機とした急激な円高を背景に海外投資が飛躍的に増加し、バブル景気の影響もあって1989年には過去最高を記録した。特に製造業では、貿易摩擦や貿易障壁の回避を目的とした欧米への投資が活発化したほか、円高による国際競争力の低下やバブル経済による労働需給の逼迫から、低コスト生産と労働力の確保を狙ったアジアへの進出が急増していく。1990年代に入る

と、日本経済の減速傾向などから海外投資は一進一退の状況となるが、2000年代には再び増勢に転じるなど、現在まで堅調な投資状況を示している。この背景には、労働力確保とローコスト生産に競争優位の構築を求めるといふかつての進出目的とあわせて、途上国の経済発展により進出先でのマーケットを狙った例が増加しているためであろう。

さて、こうした状況下、北陸地域企業の海外展開はいったいどのような状況となっているのか。まずは県別に状況を見ることにする。まず、富山県企業の場合、環日本海経済交流センター（2003）によれば、2003年8月現在、富山県内での海外進出企業数は87社を数え、世界49ヶ国275地域への進出がみられる。石川県の場合は、ジェットロ金沢（2004）から、企業数で87社、世界17ヶ国157地域への進出となっている。福井県の場合、福井商工会議所（2004）によれば、企業数101社、世界20ヶ国220地域への進出となっている。各県で調査資料が異なるため一概には言えないが、一応の目安として、北陸3県における近年の海外進出企業数は、中国を中心に3県合計で275社、世界652¹¹⁾地域を数えていることがうかがえる。なお、福井県は、企業数で他の2県を上回っているなど、製造業の規模のわりには進出企業が多い。この要因としては、福井県の中心産業である繊維産業で1970年代初頭より進出が始まっていたことや、眼鏡産業でも1990年代に入り中国を中心とした東アジア諸国への生産拠点のシフトが活発に進んだためと考えられる。

ちなみに、これら企業の進出先をみると、652地域のうち全体の483地域、比率にして74.1%がアジア方面で、特に石川県企業では全体の81.5%が、福井県企業でも77.3%が同地域への進出である。また、国別で見ると、アジア諸国の中でも中国への進出例が極めて多く、306地域（46.9%）を数えている。ちなみに、福井県企業の125地域、富山県企業の100地域、石川県企業の81地域が中国であり、2位の米国（67地域、10.3%）を大きく引き離していることがわかる。

一方、進出先での事業内容については、未公開の企業があるため全てを把握できないが、公表されている企業504事例（富山県企業164、石川県企業120、福井県企業220）について集計したところ、全体の34.3%（173事例）が「主に製造」を目的とした進出であり、「製造・販売を目的」とする事例（19.0%）を加えると、全体の53.3%が、進出先での製造を事業内容としていることがわかる。一方、「主に販売」を目的とする事例も比較的多く、全体の26.6%を占め、同じく「製造・販売を目的」とする事例を加えると、全体の45.6%が進出先で何らかの販売事業を企てていることがわかる。かつて、販売は欧州・米国で、生産は東アジアでという構図があったが、近年、この流れは大きく変わり、東アジアの経済成長に合わせ

11) 本統計値は、製造業と非製造業を合算した数値である。

表2-3 北陸企業の海外展開の状況

	富山県		石川県		福井県		北陸3県	
	実数(地域)	構成比(%)	実数(地域)	構成比(%)	実数(地域)	構成比(%)	実数(地域)	構成比(%)
アジア	185	67.3	128	81.5	170	77.3	483	74.1
うち中国	100	36.4	81	51.6	125	56.8	306	46.9
欧州	40	14.5	7	4.5	20	9.1	67	10.3
北米	33	12.0	20	12.7	26	11.8	79	12.1
米国	24	8.7	20	12.7	23	10.5	67	10.3
中南米	7	2.5	1	0.6	3	1.4	11	1.7
オセアニア	6	2.2	1	0.6	1	0.5	8	1.2
その他	4	1.5	0	0.0	0	0.0	4	0.6
合計	275	100.0	157	100.0	220	100.0	652	100.0

(出所) 富山県については環日本海経済交流センター（2003）、石川県はジェットロ金沢（2004）、福井県は福井商工会議所（2004）より作成。

注）本資料は、製造業と非製造業の合計値である。

て、同地域への販売目的を主眼とする進出が増えてきたことを裏付けている。そして、この事実は、最多となった中国で、その目的がこれまでの製造拠点型から販売拠点型へと変化していることから読み取ることができる。

なお、今回の北陸地域における海外展開の状況は、製造業と非製造業を合わせた結果となっているが、このうち企業名が公開されている504事例について製造業・非製造業別に分類すると、全体の88.1%、444事例が製造業における海外進出であった。近年のグローバル化進展の中で、非製造業の海外展開も活発化しているが、その主流はやはり製造業であることがうかがえる。

3. アンケートの方法と回収状況

3-1 アンケートの方法と回収状況

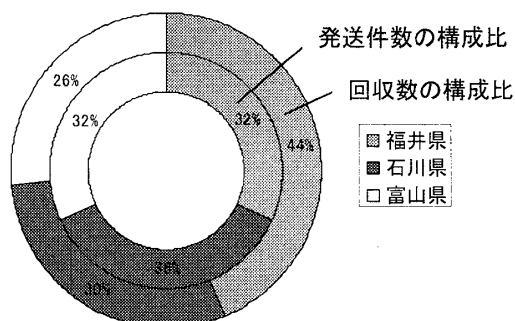
本アンケート調査を実施するにあたって、北陸AJEC（北陸環日本海経済交流促進協議会）の協力をいただいている。調査票の発送対象企業は、①福井県立大学地域経済研究所が有する企業名簿（2006年12月2日発送、同12月22日回収）および②北陸AJECの名簿（2007年1月11日発送、同1月26日回収）より、③本社を北陸地域内におき¹²⁾、かつ輸出を含め経済活動において海外と何らかの関係をもっていると思われる企業814社である。このうち159社から回答をいただくことができ、回収率は19.5%となった。

なお、県別の発送件数は、福井県261（発送件数における構成比32.1%）、石川県292（35.9%）、富山県261（32.1%）となっており、県別の回収数は、福井県70（回収件数に占める構成比44.0%）、石川県47（30.0%）、富山県42（26.4%）となった。福井県企業の回収

12) 北陸地域内で創業し、本社機能を東京等に移した企業等を含む。

率が高いという傾向がうかがえるが、それは2-2から明らかなように、そもそも北陸地域では福井県企業の海外展開が相対的に進んでいるためと考えられる。

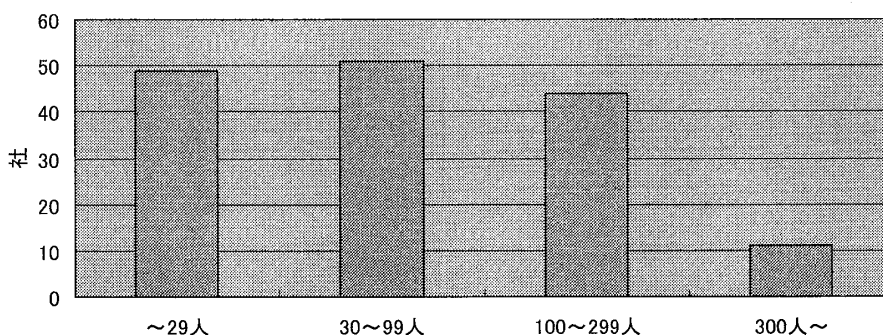
図3-1 県別にみた発送件数と回答数の構成比



3-2 回答企業の概要

次に本アンケートの回答企業の概要について確認することにしたい。まず回答企業の常勤従業員数は、平均138.8人となった（n=157）。なお、回答の中に地域外本社の極めて大規模な企業の支社と思われる回答があり、会社全体の従業員数を回答していると思われるため、同回答を除いて改めて平均を求めると114.8人となった（n=156）。常勤従業員数での最大値は958人¹³⁾、最小値は2人となっている。回答企業の従業員規模を階層別にみると、29人以下の企業が49社、30人以上99人以下が51社、100人以上299人以下が41社となった。また300人以上も11社にのぼっている（図3-2）。また、本アンケートでは非常勤の従業員数もたずねているが、非常勤従業員数は平均10.3人となった（n=159）。そのうち、100人を超える非常勤の従業員数を雇用している企業が3社あった。

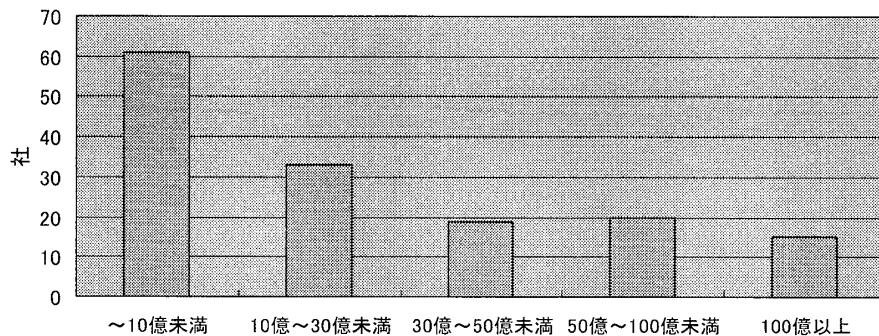
図3-2 回答企業の従業員数でみた企業規模



13) 地域外本社の大規模企業の支社と思われる回答を除く。

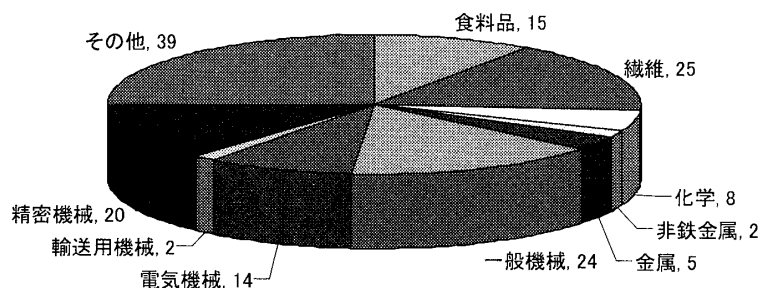
さて、回答企業の2005年度の売上規模についてみると、平均62.8億円となった（n=149）。なお、従業者規模同様、地域外本社の支社と思われる回答があったので、それを除いて再集計すると53.0億円となった（n=148）。回答企業の売上規模を階層別にみると、10億円未満が最多で61社、10億円以上30億円未満が33社、30億円以上50億円未満が19社、50億円以上100億円未満が20社、100億円以上が16社となった（n=149）。

図3-3 回答企業の売上高でみた企業規



次に回答企業の業種についてみると、もっとも多かったのが繊維・衣類で25社（構成比16.3%）、以下一般機械24社（15.6%）、精密機械20社（13.0%）の順となった（n=154）。回答企業の業種で一般機械および電気機械等が多くなったのは、石川県や富山県をはじめとして北陸地方では機械産業が発展しているためであろう。また精密機械については福井県で眼鏡産業が、繊維については福井県や石川県で繊維産業が発展しているためと思われる。こうしたことから、回答企業の業種構成は北陸地域の産業構造の特徴をある程度反映したものになっていると考えられる。

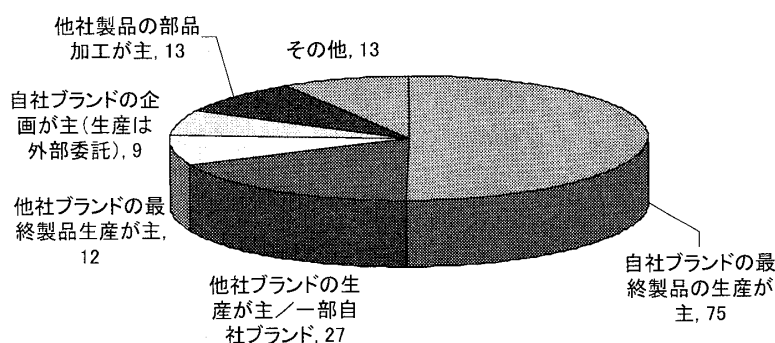
図3-4 回答企業の業種



回答企業の主な業務内容であるが、「自社ブランドの最終製品の生産が主」と回答した企業が75社（50.3%）となった（n=149）。また「他社ブランドの生産が主で一部自社ブラン

「自社ブランド製品の企画が主（生産は外部委託）」という企画開発を中心とした企業が9社（6.0%）存在するなど、回答企業の多くは何らかの形で自社ブランドを有しているということがうかがえる。企業規模別にみると、企業規模が大きいほど何らかのかたちで自社ブランドを有している傾向が強いが、従業員数29人以下の企業でも自社ブランドを持つ企業は数多く存在している。これに対して、「他社製品の部品加工が主」は13社（8.7%）、「他社ブランドの最終製品生産が主」は12社（8.1%）に過ぎない。

図3-5 回答企業の主な業務内容



ここまでみてきた回答企業の属性から、本アンケートに回答した多くの企業が、北陸地域を本拠地とし、何らかの自社ブランド製品を有する地域中堅企業であると考えることが出来る¹⁴⁾。次章以降ではアンケートの結果からこれら企業の海外展開の状況、およびそれに対する国内拠点の状況について明らかにしていくことにしたい。

4. 北陸企業の海外での活動内容

4-1 海外での活動内容と当初の理由

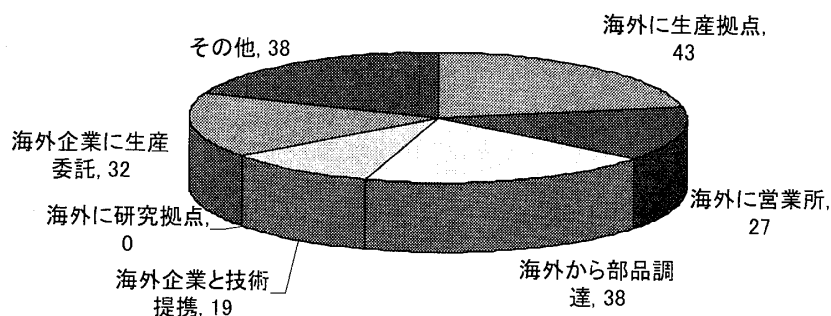
まず、北陸企業の海外での活動内容について明らかにしたい。海外での活動内容について複数回答でたずねたところ、海外に生産拠点も持っている企業が43社（30.3%）¹⁵⁾、海外から部品調達をおこなっている企業が38社（26.8%）、海外企業に生産委託をしている企業が32社（22.5%）、海外に営業所等を有している企業が27社（19.0%）となった（n=142）。また海外企業と技術提携をおこなっている企業も19社（13.4%）存在している。一方、海外に

14) なお、回答企業には大都市圏に本社をおく大規模企業の生産子会社も数社含まれている。こうした企業は外見的には独立しているが、行動は親会社の戦略に強く左右されるため大企業の分工場的な性質を有していることを指摘しておきたい。

15) 選択した企業数/全企業数。

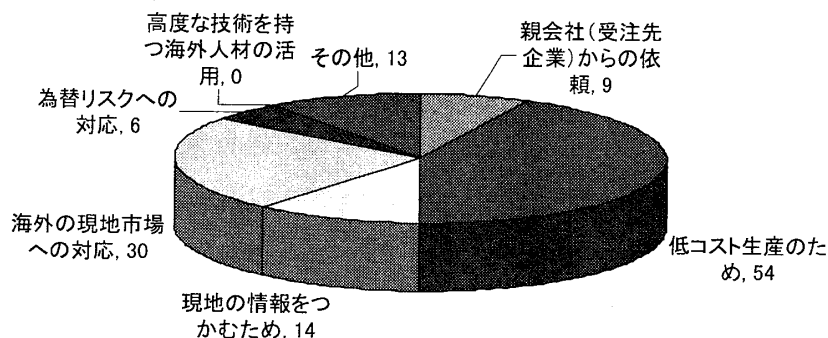
研究拠点を有している企業はなかった。ここでは海外に生産拠点を有しているか生産委託をしている企業があわせて75社存在していることに注目したい。また、その他では海外への輸出等のほか、海外拠点の建設を検討中、海外に子会社や合併企業を有している¹⁶⁾、という回答が多かった。

図4-1 北陸企業が海外展開としておこなっている活動内容



次いで、海外に事業所を有している企業に、海外展開の「当初」の理由・目的¹⁷⁾について複数回答でたずねたところ、低コスト生産のためと解答した企業が54社（45.0%）となった（n=120）。およそ半数の企業が低コスト生産を海外展開の理由・目的としてあげている。以下、海外の現地市場への対応が30社（25.0%）、現地の情報をつかむために14社（11.7%）、親会社（受注先企業）からの依頼が9社（7.5%）と続いている。しかし、為替リスクに対応するためと回答した企業はわずか6社（5.0%）にとどまった。

図4-2 事業所を作った当初の理由・目的



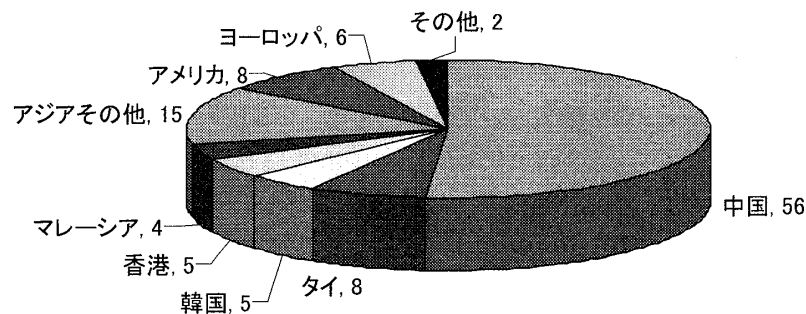
16) 子会社や合併会社の性質は記述がないためわからないが、生産子会社、もしくは営業子会社であるものと思われる。

17) 多くの場合、時間の経過とともに海外拠点の位置づけは変わるようになる。ここではこうした変化を前提として、進出当初の理由についてたずねている。

4-2 海外拠点の立地国と機能

次に海外に拠点を持つ企業の立地国と各拠点の機能について検討していきたい。アンケート調査では海外拠点について各社最大5拠点までについて、立地国及びその拠点が有する機能について記入してもらった。海外拠点の立地国について記述があった回答のうち、最も多かったのが中国（除く香港）の56拠点で、全海外拠点数の51.4%を占めている（n=109）。以下、タイ8拠点（7.3%）、アメリカ8拠点（7.3%）と続いている。

図4-3 海外拠点の立地国



さて、各海外拠点の機能であるが、全体としてみれば低級品の生産が31拠点（29.8%）で最も多くなっているが、高級品¹⁸⁾の生産も22拠点（21.2%）と多くなった（n=104）。また、「その他」と回答した拠点が49拠点（47.1%）あった。このうち内容について記述があったものの内訳をみると、営業・販売の拠点が14、中級品生産が2、その他の生産拠点¹⁹⁾が6、情報収集の拠点が2などとなった。ここでの回答結果は4-1での議論と一致している。

次に立地国と各拠点の機能の関係について検討してみたい。まず指摘できるのは、アメリカやヨーロッパ等の先進国では、営業・販売等の拠点が中心となっている。その一方で、アジア等の発展途上国での拠点は、生産拠点が中心であるが、営業・販売等の拠点も多い。また生産拠点についても、低級品のみならず一部で高級品の拠点となっているものが見られることにも注意が必要である。この点について、最も多くの拠点が立地している中国で検討すると、中国における低級品の生産拠点は20拠点（35.7%）で最も多くなっているが、高級品の生産拠点も12拠点（21.4%）存在している。また中級品の生産拠点も2拠点（3.6%）存在

18) 本アンケートの設問では製品別分業か工程間分業かが区別できないという問題を抱えている。こうしたことからここでの回答には製品別の場合のみならず、工程間分業における工程の技術レベルの低い・高いという回答も含まれているものと思われる。

19) 高級品や低級品等の記述がないが生産拠点とわかる回答の合計。

している。このように既に一部の企業では、中国をはじめとした発展途上国で低級品のみならず中級・高級品の生産を進めていることが明らかになった。この点については今後より詳細な検討が必要である。

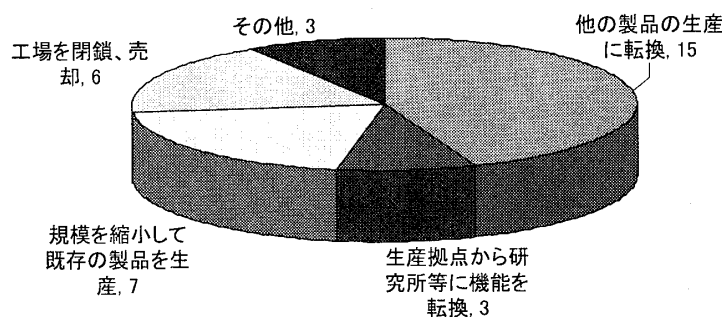
4-3 日本からの生産移管

先に述べたように、日本では生産拠点が日本国内からアジアの発展途上国へと移り、日本国内の産業が空洞化するのではないかという、いわゆる「空洞化論」が1990年代以降注目を集めている。そこで本アンケートでは、日本からの生産移管の有無についてたずねたところ、「なかった」が51社（64.6%）、「あった」が27社（34.2%）となった（ $n=79$ ）。ただし、上記回答には海外に生産拠点等が存在しない企業も含まれているため、海外に生産拠点を有するか海外に生産委託をしている、もしくは海外に合併企業等を有している場合に限定して再集計してみると、日本からの生産移管が「なかった」が33社（55.0%）、「あった」が27社（45.0%）となった（ $n=60$ ）。海外に生産拠点を有するか海外に生産委託をしている、もしくは海外に合併企業等を有している場合に限定した場合、およそ半数弱の企業で日本国内からの生産移管があったことになる。

また、日本からの生産移管があった場合、日本において移管された側の工場が現在どのようなになったのかについてたずねたところ、「他の製品の生産に転換した」が15（44.1%）、「規模を縮小して既存の製品を生産」が7（20.6%）、「工場を閉鎖、売却」が6（17.6%）となった（ $n=34$ ）²⁰⁾。縮小および閉鎖があわせて13（38.2%）あることから、「空洞化論」で問題となっている、海外拠点の建設に伴う日本国内の生産拠点の規模の縮小という問題について、本アンケートの結果からもうかがうことができる。もっとも、移管に伴う国内拠点の縮小や閉鎖は、数の上でみれば予想していたよりも少なかったとも評価できる。その理由として、5-1からもわかるように、回答企業の国内拠点の多くは「本社工場」であったためと考えられる。多くの場合、本社工場はその企業にとっての最も重要な生産拠点であることから、生産分工場を有する巨大な多国籍企業が生産分工場を縮小、閉鎖するのは、意味合いが全く異なっているのである。

20) ここでの合計が、生産移管があったと回答した企業よりも多くなっているのは、複数の拠点を持つ企業が、複数の拠点から海外拠点へ生産を移管したためと思われる。すなわち、生産移管があったのは27社であるが、生産移管があった日本国内の生産拠点の数はそれよりも多くなる。

図4-4 生産移管された日本国内の工場の現在



4-4 グローバル戦略における海外拠点の役割とその変化

ここでは北陸企業の全社的なグローバル戦略における海外拠点の役割についてみていく²¹⁾。アンケート調査では、グローバル戦略における海外拠点の役割として、①安価の労働力を用いた量産品の生産拠点としての役割、②現地の技術者を活用した研究開発拠点としての役割、③最先端の生産設備を備えた母工場としての役割、④現地市場へ食い込むための現地拠点としての役割、⑤海外の情報をつかむための拠点としての役割の5点を挙げ、それぞれについてこれら役割を有しているのかどうかを5段階で評価してもらった。またそれぞれの役割については現在および将来（5年程度先）の2つの時点について聞いている。その際、「極めてその役割が強い」との回答を5点、以下「その役割が強い」を4点、「そうした役割も有している」を3点、「ほとんどそうした役割はない」を2点、「全くそうした役割は有していない」を1点として合計し、それを回答企業数で除すことによって平均点を求めた。上記5つの機能について、役割を有する傾向が強ければ、相対的に平均点は高くなり、逆に役割が弱ければ相対的に平均点は低くなるはずである。

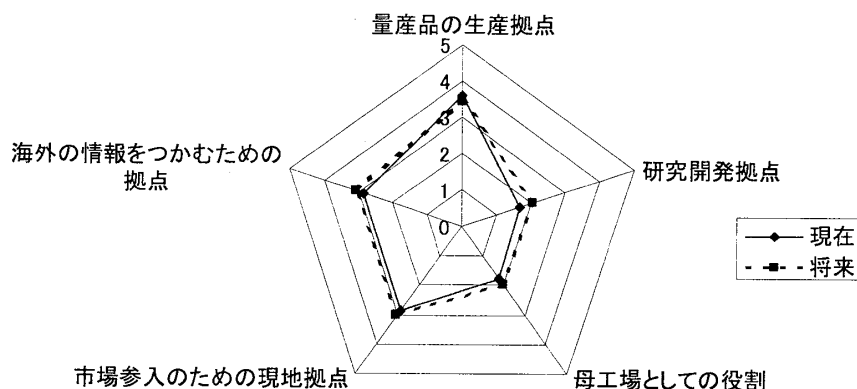
まず①安価の労働力を用いた量産品の生産拠点としての役割について、現在の平均点は3.59点（n=86）、将来については3.42点（n=89）となった。相対的に高得点であることから、現在海外拠点には量産品の生産拠点という役割が極めて強いことがうかがえる。将来については、現在よりも若干点数が低下しているが依然高得点である。②現地の技術者を活用した研究開発拠点としての役割について、現在の平均点は1.66点（n=80）、将来については2.07点（n=84）となった。相対的に低い得点であることから、現時点において海外拠点では

21) ここでの設問は、4-2のように個別拠点の役割についてたずねているわけではない。企業が全社的なグローバル戦略において海外をどのように位置づけているのかということをとずねているのである。その意味からすれば、ここでたずねている企業の戦略は、4-2で聞いた実際の拠点の立地戦略の上位に位置づけられるものとして理解できる。

研究開発という役割は極めて弱いことがうかがえる。将来については現在よりも若干点数が上昇しているが、低い得点にとどまっている。③最先端の生産設備を備えた母工場としての役割について、現在の平均点は1.79点（n=81）、将来については1.98点（n=84）となった。相対的に低い得点であることから、現在海外拠点では母工場としての役割が弱いことがうかがえる。また、将来については現在よりも若干点数が上昇しているが、低い得点にとどまっている。④現地市場へ食い込むための現地拠点としての役割について、現在の平均点は2.86点（n=83）、将来については3.03点（n=89）となった。現在において相対的に高得点であることから、現在の海外拠点は現地市場に食い込むための営業機能等を有した現地拠点という役割を有していることがうかがえる。また将来については、現在よりも若干点数が上昇している。⑤海外の情報をつかむための拠点としての役割について、現在の平均点は2.83点（n=86）、将来については3.06点（n=89）となった。現在において高得点であることから、現在の海外拠点は、海外の情報をつかむための拠点という役割を有していることがうかがえる。また将来については現在よりも若干ではあるがさらに点数が上昇している。なお、ここでの結果は各拠点について個別の機能を検討した4-2の議論とも一致している。

このように、現時点において海外拠点は量産品の生産拠点という役割が強いが、長期的にみれば今後は研究開発拠点としての役割等、より高度な機能を付加していくことが予想される。また既に指摘されているように、市場へのアクセスという視点から、生産のみならず情報収集、営業等様々な機能を有している海外拠点も多く存在している。

図4-5 現在および将来における海外拠点の役割

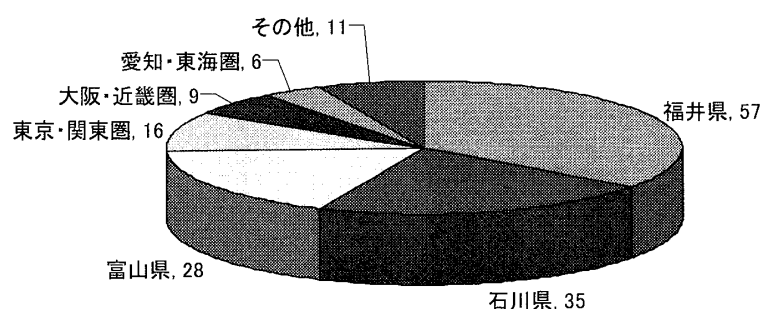


5. 北陸企業の国内拠点の状況

5-1 国内拠点の立地状況と機能

グローバル経済時代における企業の立地戦略を理解するために、前章では海外拠点についてみてきたが、本章では日本国内の拠点の立地状況と機能について、主に生産拠点を中心に明らかにしていく。本アンケート調査では日本国内の拠点について各社最大5拠点まで立地都道府県およびその拠点が有する機能について記入してもらった。最も多くの拠点が立地していたのが福井県で57拠点（35.2%）、次いで石川県の35拠点（21.6%）、富山県の28拠点（17.3%）、東京・関東圏の16拠点（10.0%）の順となった（n=162）。なお、単一の拠点のみの企業が98社、複数の拠点を有する企業は30社であり（n=128）、1社あたりの国内拠点数は平均1.27となった。

図5-1 北陸企業の国内拠点



さて、ここでは福井県が最も多くなったが、注意しなければならないのは、そもそも本アンケートの回答数も福井県が最大であるということである。また、上でみたように回答企業の多くは単一の拠点しか有していない場合が多い。そこで本社の所在地を縦に、国内拠点の所在地を横にとって本社と拠点の所在地をクロス集計すると次の表5-1のようになった。

表5-1 北陸企業の本社所在地と国内拠点の関係

本社 \ 拠点	福井県	石川県	富山県	その他
福井県	57	1	0	12
石川県	0	31	1	18
富山県	0	3	27	12
各県の拠点数	57	35	28	42

表5-1からわかるように、福井県の拠点が最も多くなったのは、本アンケートで福井県に本社をおいている企業からの回答が最も多かったからである。本アンケートでは設問の設計上、複数立地制企業を念頭においていたが、回答企業の多くは日本国内でみれば単一立地であり、本社と生産拠点等が同一の敷地にあるため、回答数が最も多い県が国内の拠点でも最も多くなったといえる。すなわち、これら企業の国内拠点は「本社工場」を意味しているのである。これは同時に、北陸地域の企業が国内では単一立地にもかかわらず、海外に拠点を有しているということの意味しているのである。こうした展開のパターンは、グローバル経済時代における地域中堅企業の立地展開の一つの特徴といえるかもしれない。さて、各国内拠点の個別機能（営業、販売を除く）であるが²²⁾、最も多かったのは②高級品生産の機能であり93拠点（54.4%）にのぼった（ $n=171$ ）²³⁾。①低級品生産については10拠点（5.8%）に過ぎなかった。また研究開発の拠点も23拠点（13.5%）存在した。その他についてみると中級品の生産が4、その他の生産が5となった。生産指導等の回答もあり、母工場的な機能を有した拠点があることもうかがえる。

5-2 グローバル戦略における国内拠点の役割とその変化

ここでは北陸企業の全社的なグローバル戦略における国内拠点の役割についてみていく。アンケート調査では、グローバル戦略における国内拠点の役割として、①安価の労働力を用いた量産品の生産拠点としての役割、②研究開発拠点としての役割、③最先端の生産設備を備えた母工場としての役割、④日本国内市場向けの国内製品生産の拠点としての役割、⑤日本国内の情報をつかむための拠点としての役割の5点を挙げ、それぞれについて上記役割を有しているのかどうかを5段階で評価してもらった。またそれぞれの役割については現在および将来（5年程度先）に2つの時点について聞いている。その際、4-4と同様に、「極めてその役割が強い」との回答を5点、以下「その役割が強い」を4点、「そうした役割も有している」を3点、「ほとんどそうした役割はない」を2点、「全くそうした役割は有していない」を1点として合計し、それを回答企業数で除すことによって平均点を求めている。

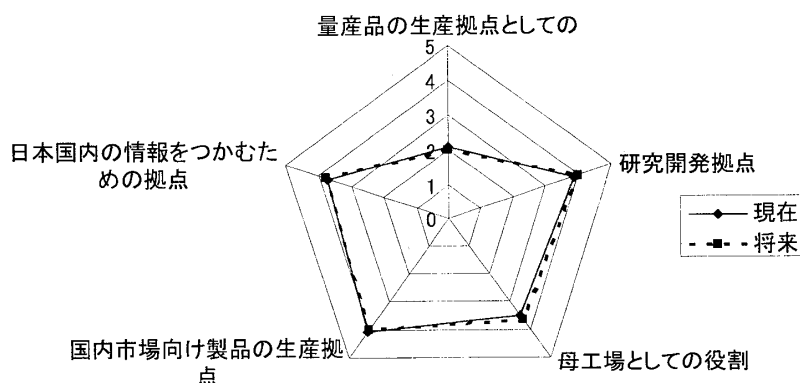
まず①安価の労働力を用いた量産品の生産拠点としての役割について、現在の平均点は2.07点（ $n=115$ ）、将来については1.97点（ $n=109$ ）となった。4-4でみたように海外拠

22) ここでは「その他」を選んだ回答の中で、明らかにどのような機能が有しているかわかる記述についても、再集計をおこなっている。

23) 各国内拠点の持つ機能が国内拠点の総数よりも多くなるのは、一つの拠点で複数の機能を持つ拠点があるからである。

点が相対的に高得点であった（現在3.59、将来3.42）のに対して、国内拠点では高くない。将来については現在よりも若干ではあるがさらに得点が低下している。②研究開発拠点としての役割について、現在の平均点は3.82点（n=116）、将来については4.01点（n=121）となった。海外拠点では研究開発という役割が極めて弱かった（現在1.66、将来2.07）のに対して、国内拠点は研究開発機能を持つ傾向が強い。また将来についても、若干ではあるがさらに得点が上昇している。③最先端の生産設備を備えた母工場としての役割について、現在の平均点は3.50点（n=117）、将来については3.63点（n=116）となった。この機能についても研究開発と同様に、海外拠点が低い得点であったのとは対照的である。また将来についても若干ではあるが現在よりもさらに得点が上昇している。④日本国内市場向けの国内製品生産の拠点としての役割について、現在の平均点は4.06点（n=120）、将来については4.00点（n=116）となった。両時点においてともに相対的に高得点であることから、国内拠点は日本国内市場のための生産拠点という役割も有していることがうかがえる。⑤日本国内の情報をつかむための拠点としての役割について、現在の平均点は3.69点（n=118）、将来については3.72点（n=115）となった。両時点においてともに高得点であることから、国内拠点は、日本国内の情報をつかむための拠点という役割を有していることがうかがえる。もっとも、日本国内での情報収集については、日本国内という「ローカル」な市場のみで意味を持つものではない。日本国内で得られる情報は洗練された需要など、発展途上国等で得られる情報よりも先端的なものが多いことから、本国の日本における情報収集はグローバル大で活躍する企業にとって極めて重要であるといえる²⁴⁾。

図5-2 現在および将来における海外拠点の役割



24) 例えば、Poter (1998) では企業の本国におけるこのような機能の重要性について指摘している。

5-3 日本国内での母工場戦略

近年、日本のいくつかの企業では、最先端の生産技術を集約させた母工場（マザープラント）を日本国内に建設することによって、技術開発の拠点にするのと同時に海外進出の拠点として活用している。こうした母工場戦略は、近年の「製造業の国内回帰」と深くかかわっているため、多くの分野から注目を集めている。そこで本アンケート調査においても北陸企業の母工場戦略についてたずねている。

まず、母工場を日本国内に建設する予定について、「予定あり」「既に操業/建設中」「ない」の3点から回答をしてもらったところ、98社（73.1%）が「ない」と回答した一方で、「予定あり」との回答が10社（7.5%）、「既に操業/建設中」との回答が26社（19.4%）となった（n=134）。これを企業規模別にみると、従業者数99人以下の企業では84社中18社（21.4%）が、従業者数100人以上の企業では50社中18社（36.0%）が「予定あり」もしくは「既に操業/建設中」と回答している。100人以上では3社に1社以上が、なんらかの母工場戦略を有していることになる。

表5-2 企業規模別にみた母工場戦略

	～99人（n=84）		100人～（n=50）	
	社	構成比*	社	構成比*
予定あり、既に操業/建設中	18社	21.4%	18社	36.0%
ない	66社	78.6%	32社	64.0%

注）*各企業規模における構成

次に「予定あり」「既に操業/建設中」と回答した企業に対して、その場合における母工場への生産移管についてたずねると、「ない」が24社（68.6%）、「国内の他工場から移管」が10社（28.6%）、「海外の工場から移管」が1社（2.9%）となった（n=35）。比較的小規模な企業が多いことからすれば、上記回答で生産の移管が少なかったのは、新たに母工場を建設したのではなく、本社工場等の既存の工場を改装することによって母工場としての役割を与えているものと考えられる²⁵⁾。また、母工場の役割について複数回答でたずねたところ、「技術開発の拠点」との回答が24（44.4%）、「最先端製品の生産」が23（42.6%）、「海外展開の拠点」が5（9.6%）となった（n=52）。

25) この点について本アンケートではうまく聞きだせなかったため、全体像が見えにくい結果となってしまった。

6. 各機能の立地性向

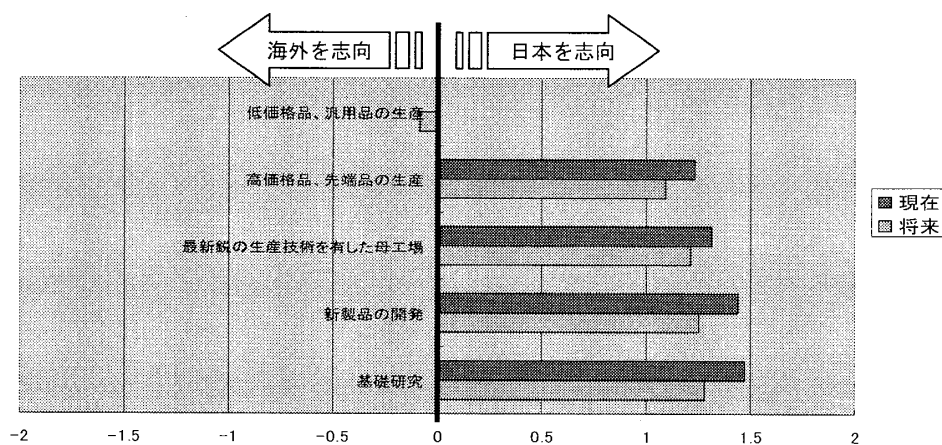
本稿ではここまで北陸企業における海外拠点および国内拠点の立地状況および機能についてみてきた。本章では企業の生産連鎖における各機能の立地を、日本国内と海外でのトレードオフとして捉え、どちらを志向しているのかについて検討してみたい。なお、生産における「海外」とは、2-2および4-2の議論から、主に中国を中心とした東アジア地域を指している。本アンケートでは企業の生産における機能について、「低価格品、汎用品の生産」「高価格品、先端品の生産」「最先端の生産技術を有した母工場」「新製品の開発」「基礎研究」の5点についてたずねている。各機能について、①「海外を志向」、②「どちらかといえば海外」、③「どちらともいえない」、④「どちらかといえば国内」、⑤「国内を志向」の5段階で立地性向をたずねている。ここでは①+②を「広義の海外志向」、④+⑤を「広義の国内志向」として検討していく。またそれぞれの機能について現在および将来（5年程度先）の2つの時点についてたずねている。

まず、「低価格品、汎用品の生産」機能について、現在では「広義の海外志向」が50社（41.3%）、「どちらともいえない」29社（23.1%）、「広義の国内志向」が42社（35.5%）となった（n=121）。将来では「広義の海外志向」が51社（41.8%）、「どちらともいえない」が29社（23.8%）、「広義の国内志向」が42社（34.4%）となった（n=122）。「低価格品、汎用品の生産」機能については、現在将来ともに、海外と国内を志向する企業の数ほぼ拮抗している。「高価格品、先端品の生産」機能について、現在では「広義の海外志向」が13社（10.3%）、「どちらともいえない」14社（11.1%）、「広義の国内志向」が99社（78.6%）となった（n=126）。また将来では「広義の海外志向」が14社（11.4%）、「どちらともいえない」が18社（14.6%）、「広義の国内志向」が91社（74.0%）となった（n=123）。現時点で「高価格品、先端品の生産」機能は、日本国内への立地を強く志向しているといえる。また将来についても、若干数値を下げているものの日本国内への立地を強く志向しているといえる。「最先端の生産技術を有した母工場」機能について、現在では「広義の海外志向」が7社（5.6%）、「どちらともいえない」19社（15.3%）、「広義の国内志向」が98社（79.0%）となった（n=124）。また将来では「広義の海外志向」が8社（6.6%）、「どちらともいえない」が24社（19.7%）、「広義の国内志向」が90社（73.8%）となった（n=122）。現時点で「最先端の生産技術を有した母工場」機能は、日本国内への立地を強く志向している。また将来についても、若干数値を手下げているものの、日本国内への立地を強く志向しているといえる。「新製品の開発」機能について、現在では「広義の海外志向」が10社（7.9%）、「どちらともいえない」が8社（6.3%）、「広義の国内志

向」が109社（85.8%）となった（n=127）。将来では「広義の海外志向」が11社（8.7%）、「どちらともいえない」が17社（13.5%）、「広義の国内志向」が98社（77.8%）となった（n=126）。こうしたことから「新製品の開発」機能は、日本国内への立地を強く志向しているといえる。また将来についても、若干数値を下げてはいるものの日本国内への立地を強く志向している。「基礎研究」機能について、現在では「広義の海外志向」が9社（7.4%）、「どちらともいえない」7社（5.8%）、「広義の国内志向」が105社（86.8%）となった（n=121）。将来では「広義の海外志向」が11社（9.2%）、「どちらともいえない」が14社（11.8%）、「広義の国内志向」が94社（79.0%）となった（n=119）。「基礎研究」機能については前の3機能と同様に、極めて日本国内への立地を強く志向している。また将来についても、若干数値を手下げてはいるものの日本国内への立地を強く志向しているといえる。

さて、上で検討した各機能の立地志向を数値的に把握するために、ここでは①-2点、②-1点、③0点、④+1点、⑤+2点と得点付けを行い²⁶⁾、母数で除すことによって各機能の立地志向について指数化をおこなった。すなわち、ここでは0を下回れば海外を志向、0を上回れば日本国内を志向していると考えることが出来る。これを図示したのが図6-1である。「低価格品、汎用品の生産」については海外と日本国内への志向がほぼ拮抗しているが、「高価格品、先端品の生産」「最先端の生産技術を有した母工場」「新製品の開発」「基礎研究」の4機能については、現在及び将来のどちらの時点においても日本立地を強く志向している。ただし、将来については若干ではあるが、海外への志向が強くなっている。

図6-1 各機能の立地志向（北陸企業全体）



26) ここではリッカートスケールをあたかもリニアアナログスケールのように扱っている。厳密にはこうした操作は統計学上問題がないとはいえない。

さて、こうした立地性向は産業によって大きく異なることが予想される。そこでここでは北陸地域の主要4産業（繊維・衣服、一般機械、精密機械、電気機械）について、産業別の傾向を見ていきたい。北陸地域の主要4産業の立地性向を示したのが以下の図6-2から図6-5である。

図6-2 各機能の立地性向（繊維・衣服）（n=25）

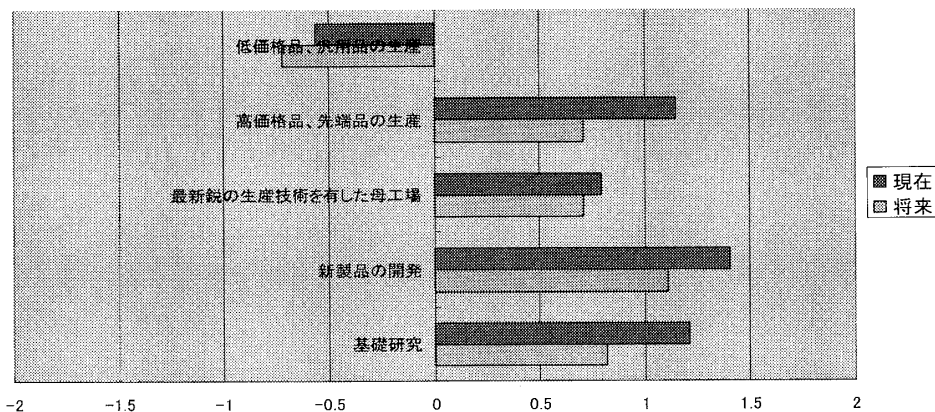


図6-3 各機能の立地性向（一般機械）（n=24）

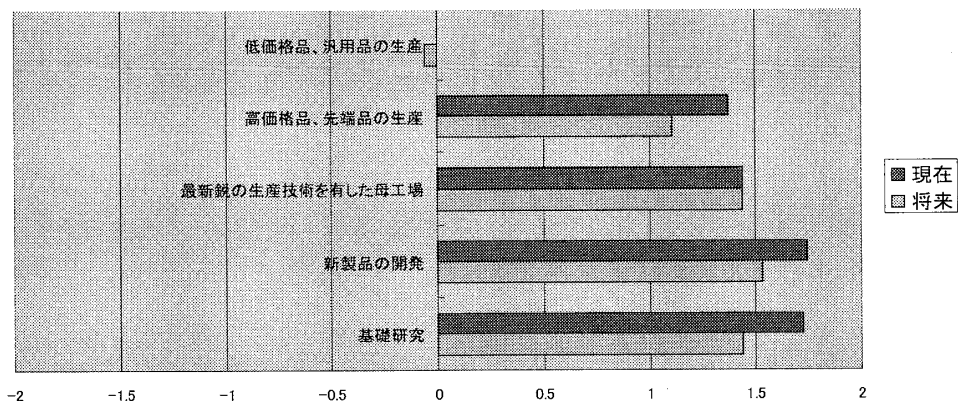


図6-4 各機能の立地性向（精密機械）（n=20）

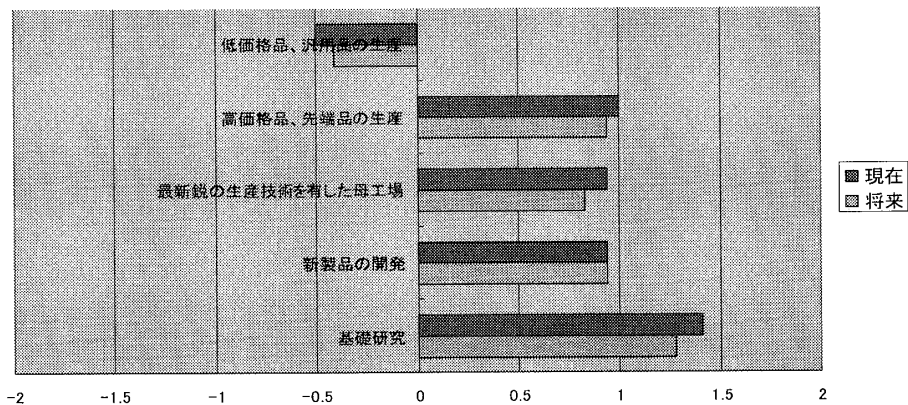
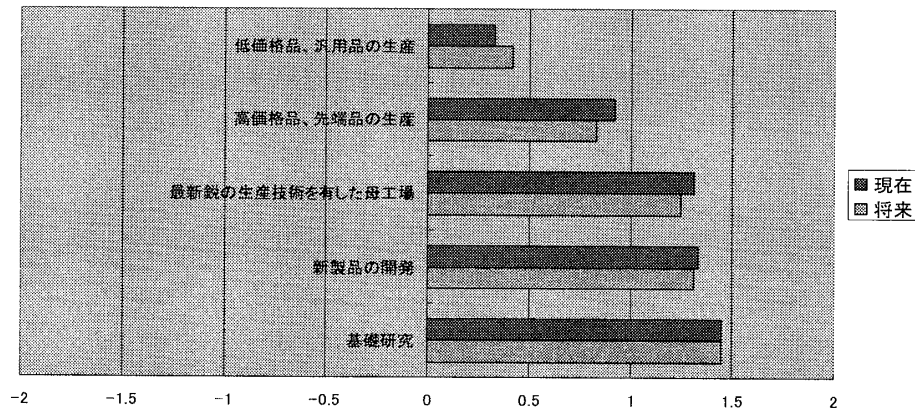


図6-5 各機能の立地性向（電気機械）（n=14）



各産業別にみると、産業によって立地性向に大きな差異があることがよく理解できる。すなわち、電気機械および一般機械は、すべての機能で相対的に日本国内への立地を強く志向しているのに対して、繊維・衣服および精密機械では相対的に海外への立地を志向している。特に、労働集約的な工程に多い繊維・衣服では、既に強い海外志向を示している低価格品・汎用品の生産に加えて、現在日本国内を志向している高価格品・先端品の生産や基礎研究においてさえも、将来では海外への志向が強くなる傾向になる。このように北陸企業の立地性向は、産業によって異なっているのである。この中で相対的に海外志向の強い繊維・衣服や精密機械等が多く立地する地域や産地では、今後急速な地域経済の空洞化が進む可能性も否定できない²⁷⁾。

7. おわりに

本稿では、地方圏における企業の海外展開と地域経済への影響を検討するために、北陸地域を事例に、製造業を中心とした企業の海外展開の状況および、生産連鎖における主要拠点の立地性向について、2006年末から2007年初頭にかけておこなった北陸地域の企業に対するアンケート調査『北陸企業の海外展開および国内拠点の位置づけに関する調査』の結果より分析してきた。

本稿から明らかのように、現在北陸地域では地域中堅企業を中心に、徐々にではあるが、しかし確実に生産機能の海外展開が進んでいる。もっともすべての生産機能が海外に移っているわけではなく、産業によって傾向が異なるものの、少なくとも現時点において低級品・

27) 眼鏡枠生産で有名な福井県鯖江めがね産地では、近年主要な産地内企業の海外展開によって、急速な産地の縮小を経験している。この問題については榊原・南保（2007）を参照のこと。

汎用品・量産品の生産はアジア等の発展途上国で、それ以外については日本国内でという棲み分けがある程度明確になりつつある。これと同時に、いくつかの企業では高級品生産や開発力向上のために、これら機能における日本本国、すなわち北陸地域の拠点を重視する傾向がみられている。このように北陸地域では、新たな生産連鎖の形成が進んでおり、海外展開をおこなっている企業は、北陸地域に管理機能や研究開発機能、さらには高級品の生産といった重要な機能を残しつつも、低級品や労働集約的な工程については中国などの東アジアでおこなうといった「新国際間分業」(Froebel et al., 1980)を形成しつつあるのである。しかしながら、こうした変化の主役は多国籍企業ではなく、地域中堅企業であるという点に北陸地域の特徴がある。

さて、ここでこうした地方圏における「新国際間分業」の形成が、地域経済にどのような影響をもたらすのかについて若干の検討を加えておく。少なくとも低級品や量産品については、産業によって若干の傾向に違いがあるものの、今後も徐々に海外展開が進むことが予想される。ここでは、たとえ国内と海外での機能による分業が確立されたとしても、そもそも量産品が海外拠点で作られるということは、地域経済に対していくつかの問題をもたらす可能性があるということを指摘しておきたい。地域経済の視点からみれば、量産品の生産機能を失うことによって、地域における生産規模の縮小を招くことは間違いない。これは「量的」な地域経済の縮小へとつながる可能性があるといえる。また、量産品の生産現場を失ってしまって果たしてイノベーションが可能であろうかという問題もある。すなわち、量産品の生産現場の海外展開は、これまで日本企業が得意としてきた現場でのイノベーション機能を失うことへとつながらないであろうか。これは同時に地方圏においても数少ないイノベーション創出の場を失うことにもつながるのである。一方、地域中堅企業の生産連鎖における中核部分は、少なくとも現時点において未だ北陸地域にあり、また母工場化などを進めている企業が存在することも重要である。この点は今後の地方圏における経済の発展において重要な基盤となる可能性を持つ。もっとも、動態的な視点から見ればこうした棲み分けは永続的なものではない。既に一部の企業で見られるように高級品の生産や開発能力等も含めて、将来的にはより多くの機能が海外へと移転してしまう可能性があるといえる。これが良い意味で競争のプレッシャーとなれば、地域経済のグレードアップが促進される可能性もあるともいえよう。

経済のグローバル化の進展は、Markusen (1996) の用語を借りれば、“slippery”な空間の形成である。その際、地方圏において地域経済の発展を展望する上で重要なのは“sticky”な地域経済の形成であり、そのための重要な手段として今日では産業集積や産業クラスターに注目が集まっており、それを形成するための様々な政策的努力がなされてい

る。これらの政策は旧来の開発政策の単なる着せ替えではなく、真の意味でのグローバル経済時代を見据えた、新たな地域政策として進められる必要がある。

本稿を締めくくるにあたって、本稿の課題及び今後の研究の方向性について述べることにしたい。第一に、本稿では企業の海外展開の背後にある企業の戦略的意思決定についてはほとんど明らかにすることが出来なかった。この点については今後ヒアリング調査を積み重ねることによって補足することにした。第二に、本稿はどちらかといえば、経済のグローバル化が地域経済に与える負の側面に注目し、議論を進めてきた。しかしながら、経済のグローバル化が進展すれば、地域経済にとって一定の正の効果があるはずであり、このことは既に多くの研究で指摘されている（例えば、Dicken, 1998）。本稿ではこうした経済のグローバル化がもたらす地域経済の新たな可能性についてほとんど言及することができなかったが、グローバル経済時代の地域経済を構想する上でこの点を考慮に入れ、負の側面とともに多面的に影響を理解することは極めて重要である。上記の点は、いずれも経済のグローバル化の進展と地域経済の変容について理解する上で重要な論点である。これらについては別の機会に検討を進めることにしたい。

* * * *

本稿は、福井県立大学地域経済研究所2006年プロジェクトの研究成果である報告書『経済のグローバル化と北陸企業の海外展開に関する調査研究』に大幅に加筆・修正を加えたものである。本研究を進めるにあたっては、大変多くの方々・企業からご支援、ご協力を頂いた。本アンケートの実施については北陸AJEC（北陸環日本海経済交流促進協議会）の協力をいただくことが出来た。また、お忙しい中で多くの北陸企業から回答を頂戴することができた。ここで本研究に協力して下さった方々に感謝申し上げる。なお、本稿の記述についての一切の責任は、著者が負うものである。

参考文献一覧

- ・加藤秀雄（2004）：『地域中小企業と産業集積－海外生産から国内回帰にむけて－』新評論。
- ・清成忠男（1996）：『中小企業論－市場経済の活力と革新の担い手を考える－』有斐閣。
- ・経済産業省経済産業政策局調査統計部（2006）：『平成17年工業統計表速報データ』経済産業省。
- ・経済産業省経済産業政策局調査統計部『工業統計 産業編』各年版、経済産業省。
- ・榊原雄一郎・南保勝（2007）：「経済のグローバル化と鯖江めがね産地の変化」『関西大学ワーキングペーパー』J-18、関西大学経済学会。
- ・財団法人日本立地センター（2007）『産業立地』Vol.56、財団法人日本立地センター。
- ・ジェトロ金沢（2004）：『石川県内企業の海外進出動向』ジェトロ金沢支店。
- ・関満博（1993）：『フルセット型産業構造を超えて－東アジア新時代のなかの日本産業－』中央公論社。
- ・竹内淳彦（1983）：『技術集団と産業地域社会』大明堂。
- ・帝国データバンク（2005）：『地域経済動向』帝国データバンク。
- ・富山県、石川県、福井県『工業統計』各年版。

- ・ 富山県新世紀産業機構 (2003) ; 『富山県内企業の海外事業所調査』 財団法人富山県新世紀産業機構。
- ・ 福井県立大学地域経済研究所 (2006) ; 『福井県産業界におけるグローバル化の実態と今後の方向性に関する調査研究』 福井県立大学地域経済研究所。
- ・ 北陸経済研究所 (1995) ; 『北陸の主要工業の過去・現在・未来』 財団法人北陸経済研究所。
- ・ 北陸産業活性化センター (2005) ; 『北陸における海外展開企業の戦略と戦術』 財団法人北陸産業活性化センター。
- ・ 中村剛治郎 (2004) ; 『地域政治経済学』 有斐閣。
- ・ 南保勝ほか (2005) ; 『地域産業発達史』 同友館。
- ・ 南保勝・榊原雄一郎 (2007) ; 『経済のグローバル化と北陸企業の海外展開に関する調査研究』 福井県立大学地域経済研究所。
- ・ 日本銀行金沢支店 (2006) ; 『石川県経済の特徴』 日本銀行金沢支店。
- ・ 日本銀行富山事務所 (2006) ; 『富山経済の特徴』 日本銀行富山事務所。
- ・ 日本銀行福井事務所 (2006) ; 『福井県経済の特徴』 日本銀行福井事務所。
- ・ 日本貿易振興会編 (2002) ; 『外資系企業雇用調査』 日本貿易振興会。
- ・ 宮本憲一編 (1990) ; 『地域経済学』 有斐閣。
- ・ Castels, M. (1989) ; *The Informational City; Technology, Economic Restructuring, and the Urban-Regional Process*, Basil Blackwell.
- ・ Dicken, P. (1998) ; *Global Shift; Transforming the World Economy*, Paul Chapman Publishing (邦訳: 宮町良広監訳 (2001) 『グローバル・シフト—変容する世界経済地図—上・下』 古今書院) .
- ・ Froebel, F., Heinrichs, J. and Kreye, O. (1980) ; *The New International Division of Labour*, Cambridge University Press.
- ・ Markusen, A. (1996) ; “Sticky Places in slippery space: a typology of industrial district,” *Economic Geography*, Vol.72,No.3.
- ・ Poter, M. (1998) ; *On Competition*, Harvard Business School Press (邦訳 竹内弘高訳 (1999) ; 『競争戦略論 (I・II)』 ダイヤモンド社) .