

21世紀日本の世界における 貿易・投資と文化的通商戦略

山 田 晃 久

21世紀日本の世界における 貿易・投資と文化的通商戦略

山田 晃久

目次

まえがき

I. 序章—日本の新しい夜明けの時代

1. 米国型グローバリゼーションの原点
2. 環境変化に伴う国際社会の推移
3. 日本の世界における夜明けの時代の背景

II. 合理性と価値体系の分析的枠組みへのアクセス

1. 訪口体験に基づく政治・経済・文化・社会とグローバル化
2. 合理主義の限界

III. 合理性における価値観及び企業文化との関連性

1. 合理主義に関する見解
2. 企業文化

IV. 日本の貿易・投資の背景と戦略

1. 日本貿易の史的背景
2. 日本の国際収支の推移

3. 日本の国・地域別輸出入
4. 日本の国・地域別対外・対内直接投資
5. アジア地域の分業構造の変化
6. 最新データ(2006年1－6月貿易統計)に基づく日本貿易の分析

V. 日本製造業—商社—小売業三位一体化のシナジー統合効果

1. 1990年代の日本経済
2. 欧米のグローバル戦略と日本の対応
3. 日本製造業の役割分担—対欧米・アジア市場への戦略
4. 総合商社・大手小売流通業の役割分担
5. 信頼感に基づく心理的グローバル化
6. 日本製造業の経営特性の現状と改善
7. 商社の役割とシナジー効果
8. 大手小売業—イトーヨーカ堂（セブン&HLDS.）の事例

VI. 美しい日本文化の顕現に基づく通商戦略の幕開け

1. グローバリゼーションvs. 地域主義
2. 日本の国際社会における位置づけ
3. 日米関係か日アジア重視の選択肢
4. 21世紀日本の針路への提言
5. 文化政策の促進への道

VII. 結語—日本文化政策の促進と伝播

1. 高度品質の商品貿易と順貿易志向型投資の促進
2. サービス収支の強化
3. 生活・文化創造産業の育成

まえがき

本学の『紀要』に拙稿を著すのは、15年振りである。当時の拙稿「APEC 経済圏における日本の役割」（横浜商科大学，第7巻，平成3年(1991)10月15日）において，当時の開学25周年を記念した本学主催の国際シンポ，そしてこれと前後して湾岸戦争の勃発，EUへ向けての統合とNAFTAならびにAPECなどの地域主義の台頭に伴って「西欧的合理主義とアジア的価値体系」について論じ，また，これがそれ以来から今日に至るまでの筆者の関心あるテーマの一つとして研究を続けている。

その後，米国のハンチントン（Huntington, S. P. (1993)）による「文明の衝突」の主唱，さらに2001/9/11のテロ事件，イラク戦争，北朝鮮問題，イラン核開発問題などを経た現在に至るまでの民族闘争，片や90年代の日本経済の不況期を経た2000年代の景気回復など，そして04年度の筆者のコロンビア大学経済学部への客員研究員としてニューヨーク生活と同年のノーベル経済学賞受賞者のマンデル博士及び中曽根元首相を招聘した本学主催のグローバルシンポ開催等の中で「合理性と価値観」の問題について終始考え続けた結果として，本稿を著すに至る経緯となったのである。まさに，本稿が開学40周年記念にある本学及び日本国への問題提起につながれば幸いであると思っている。

本稿は，主に標記の研究に係わる継続部分であり，かつ，平成18年5月28日の日本貿易学会第46回全国大会（統一論題）における筆者の報告「21世紀日本の対アジアの貿易・投資と文化的通商戦略の幕開け」をベースとし，アジア市場を中心としたものであるが，これを本稿ではより深く掘り下げ発展化させアジア諸国ばかりでなく，広範囲にわたるグローバル市場を対象とした日本の通商政策戦略について述べたものである。ただし，日本貿易学会の報告は「合理性と価値体系の分析的枠組み」については本稿

よりも詳細に体系化している。

本稿の序章では、米国型のグローバリゼーションに伴う日本の将来に関する問題提起、第Ⅱ章と第Ⅲ章は、分析的枠組みとしての「合理性と価値体系」への接近方法と文化や企業文化との関連性について述べる。第Ⅳ章では、日本の明治維新から現在に至るまでの貿易・投資の背景に関する概観、日本の国際収支、輸出入、対外・対内投資の現状と課題、アジア地域の国際分業の推移などについて言及する。第Ⅴ章では日本の戦略としてのミクロレベルの日本製造業—商社—小売業の三位一体化のシナジー統合効果としての戦略の具体性に関する主唱を展開し、第Ⅵ章でマクロレベルの日本の政治・経済・外交・安全保障政策の方向付け、環境・エネルギー問題と文化政策の促進への施策について詳述する。

最後の第Ⅶ章の結語として、現代日本は欧米先進諸国同様に脱工業社会のポストモダン社会の知識・創造の時代に突入しており、「経済的価値」と「文化的価値」の両面を持ち合わせることを最も重要であることを主唱し、とりわけ今後の日本にとっては日本文化の政策の促進と伝播に焦点を絞ることが急務であることをもって一つの結論とする。

I. 序章—日本の新しい夜明けの時代

1. 米国型グローバリゼーションの原点⁽¹⁾

1980年代に入って、「グローバリゼーション」(globalization)といわれるようになってからから久しい。昨今の国際政治・経済等の外部環境条件が大きく変化して、日本企業がもとより世界の多国籍企業が、その市場を地球的規模で求めてその維持と拡大を図っている。すなわち、これは「ボーダーレス・エコノミー」(borderless economy)の時代となったことを意味しているが、政治的・経済的なナショナリズムも依然として介在している。

「ボーダーレス」とは、政治的・法的に国境は存在するが、形式的にはそれに制約されずに、国家や国境を越えて自由自在に利益を求めて、国際市場において商取引が行われるべき状態をいう。このような観点からすれば、国際間の取引でボーダーレス・エコノミーの「グローバリゼーション」または「グローバリズム(globalism)」及び「ナショナリズム(nationalism)」とのコンフリクトが生じ、国家的ナショナリズムが台頭してくるのは、過去の国際取引の歴史においても起こっていることであって、現在でも基本的にはなんら変わらない。ただし、今日では国家のナショナリズムが一国家形式によるものではなく、集団的国家ナショナリズムまたはEU（欧州連合）のような地域主義への方向付けが顕著となってきたといえる。

2. 環境変化に伴う国際社会の推移

(1) 西欧的価値意識のグローバリゼーション

産業革命に匹敵するといわれる情報革命によるIT（情報技術）やFT（金融技術）の世界的波及に伴い、国際ビジネスのグローバル化がますます進化してきている。今日の米国はITやFTを駆使し1990年代に入って見事に再生し、国際ビジネスのグローバル化をひたすらに邁進し世界市場の独壇場にあるといっても過言ではない。欧州もユーロ誕生のごとく将来の指針を明確にしている。他方の日本は大きなスケールで総合的「新産業システムの構築」に関するグランドデザインなどが描き切れているとはいいがたく、世界は欧米を中心とする覇権原理がまだなお作用しているといえる。もちろん、昨今の中国などの目覚しい経済発展に伴って、アジア諸国の台頭を見逃すわけにはいかないであろう。

約500年前にコロンブス（C. Columbus）による米国大陸の発見を発端として、スペイン・ポルトガルを軸とする商業革命が起こり、西欧的価値のさきがけとなった。さらに英国の科学合理主義に基づく技術革新による産業革命が、「産業グローバリゼーション」の発端となった。2002年版『通商

白書』では、輸送・通信技術革新と自由貿易体制による第一次グローバリゼーション（1820年代から1914年まで）ならびにインターネットなどの通信や輸送技術革新およびGATT/WTO体制の多角的通商システムを根底とする第二次グローバリゼーション（第二次世界大戦以後）に大別し、1914年から第二次大戦までのブロック経済などをその後退期としている⁽²⁾。

すなわち、ここ500年間は西欧的価値に基づく覇権原理であったし、世界レベルでアジア諸国の出番は比較的になかった。しかし、日本や中国を含むアジア諸国等は第二次世界大戦以降における世界の経済成長センターといわれ、その経済的成果が大きく、その発言力が以前より増してきているが、依然として南北問題の貧富の格差などは介在している。

(2) プレストウィッツによるグローバリゼーション⁽³⁾

レーガン(R Regan)政権の元商務長官特別補佐官プレストウィッツ(Clyde Prestowitz)による見解では、米国型のグローバリゼーションを3期に分け第一期の波は1415-1914年としている。1415年において中国とインドが世界GDPの約75%も占め、当時の欧州は発展途上国に過ぎなかったが、ポルトガルの大航海時代の幕開け、特にエンリケ航海王子(Henrique O Navegador)がアフリカを回航する新航路を発見するため、速度が速く操縦が容易なカラベル船を送り込んだという。同王子は欧州の南西端のサグレスに、現在のフロリダのケネディ宇宙センターに匹敵すべき造船の研究や船員養成のための国立基地を設立し、航海術・地理学をポルトガルに蓄積させ、航海術・帆走術・海戦術の分野で当時アジアの技術を越えていた。すなわち、技術的イノベーションの力によってポルトガルはインド洋に君臨し欧州とアフリカ経由のアジア貿易を独占するに至ったのである。

そしてスペイン、オランダ、フランス、イギリスがポルトガルに追随し、西欧社会は世界経済を占有し、その後技術革新による産業革命が世界制覇を強化していった。1820年に中国が世界全体のGDPの36%、欧州が32%を

占め、一人当たりのGDPでは欧米や日本を下回るものであったという⁽⁴⁾。

第二の波は1914-2000年であり、世界で最も富める米国が特に第二次世界大戦後のIMF/GATT (WTO) 体制などを樹立し世界の覇権を握るのであった。米国は紆余曲折の過程を経ながらも90年代に入って、特にインターネット技術革新によりIT化ブームに乗り世界経済に拍車をかけ、米国のグローバル化こそが世界を豊かにし民主化するのだと宣言する。

しかし、第三の波は2000年以降であり、米国のITバブルもはじけ、現在では貿易赤字や財政赤字も膨らみ、その金融の不足分（1日約20億ドルの流入が必要）をアジアマネーでもって自転車操業で賄う一方で、中国とインドが波に乗りアジアの30億人のキャピタリストが新たな力と富を持ち始め、米国の1980年代の苦境の時代とは裏腹であると指摘される。その半面、従来の米国型グローバル化が脅威にさらされ、その再点検が必要であるし、600年前に世界の経済的覇権を握っていた中国やインドの再登場により、グローバル化の新しいうねりはどのように変化するのだろうか。

とりわけ米国製造業によるアウトソーシングがたたってGDPに占める割合は、かつての20%以上から現行では12.5%程度に縮小（日本は20%以上）し中国の世界工場に呑み込まれそうだし、米国の得意とするソフトウェア開発やサービス分野もインドにお株を奪われかねない時代に突入している。また、米国型グローバル化の結果、エネルギー・環境問題などが浮上し、あたかも船体に多くの欠陥を抱えたタイタニック号のグローバルな経済システムは沈みかねないし、この直面した現実に対応したふさわしい、刷新的な考え方やその具体的対応がせまられているという。

(3) 合理性と価値⁽⁵⁾

2001年9月11日にテレビを通して流れた米国における同時多発テロのリアル、かつ凄絶な映像は世界の人びとに対して大きな衝撃を与え、否応なく我々の目前にイスラム文化の存在が急浮上した様相を呈した。これは、

ブッシュ (G. W. Bush) 米大統領がいうような21世紀型の新たな形式の戦争なのか、米国を中心とするグローバル化に対する反グローバル化の主張なのか、それともハンチントン (S. P. Huntington) がいう「文明の衝突⁽⁶⁾」なのかなどの種々様々の見方がある。

現代における人間経済は「価値前提」の条件を仮定すれば、「合理性と価値」を基本として、世界の政治・経済・法律・宗教・文化・社会などの環境条件によって大きく左右されると考えられる。特に今回のテロは合理性と価値の衝突、すなわち、米国の新古典派的合理性とイスラム文化的価値をベースとする人間経済の「支配—被支配」の相克を構図とするせめぎあいといっても過言ではないと思われる。

特に、このような宗教的・文化的価値が我々の日常生活におけるものの考え方や行動パターンのベースとなり、グローバルビジネスにおいても強く影響を及ぼすと考えられる。実際に日本企業の買主及び米国企業の売主との取引関係に係わる我々の米国大学との調査においても、米国側は取引の経済的合理性のみを求める場合が多いが、日本側は経済的及び感情的価値基準に基づいてコミットするので、米国側は文化的反応度 (cultural sensitivity) を日本側に対して高める必要があるといった結果のデータを得ているのである。

3. 日本の世界における夜明けの時代の背景⁽⁷⁾

日本が世界に広く認知されるようになったのは、ここ150年ほどに過ぎない。ペリー提督が1853年に黒船を率いて東京湾に来航し、54年に日本は横浜で日米和親条約を締結し58年に日米修好通商条約を結んだ翌年、横浜には96軒の貿易商が現れ日本貿易の原点となった。明治維新を日本の第一期の夜明けとすれば、第二次大戦直後は第二期、バブル経済がはじけた後不良債権処理、構造改革等を経て若干の経済活力を戻した現在は第三期の新しい日本の夜明けといえよう。日本は明治維新以降、欧米経済に追いつ

こうと第二次世界大戦後、輸出を中心としてその経済力を高めてきたといっても過言ではない。

また、新聞報道等によれば今日では日本企業の海外投資にも拍車がかかり所得収支も増加した一方で、サービス収支は赤字、貿易収支もいずれ赤字になり、経常収支を所得収支で補う「成熟した債権国」への過程にあるとも予測されている。本稿の趣旨はグローバル市場において欧米市場やアジア市場をいかに位置づけるか、投資に伴う貿易の外延的拡大はどうなるかなど、日本が21世紀に對外通商戦略をいかに展開すべきかの合理的解明と価値的主張にある。

すなわち、事実と価値の関係で価値判断が、通常、経済学から排除されているが、特に国際政治経済の関連分野においてはその価値判断に基づく意思決定が往々にして客観的事実を左右するケースが多いといった視点から、目的—手段関係の「合理性」及び人間の心理的「価値体系」または「価値意識」を具備した両面から現実的事実を解釈する上で「合理性と価値観」を分析的枠組みとしたい⁽⁸⁾。

注

- (1) 以下、主に拙著「グローバルマーケティング環境」堀出一郎・山田晃久編著『グローバルマーケティング戦略』中央経済社、2003年、第2章、17-45頁、拙編著『21世紀国際ビジネスの展望—日本のグローバリズムは可能か』白桃書房、1993年、2-9頁、拙著「ITと国際ビジネス—21世紀日本のグローバル・ビジネス戦略と変革—」横浜商科大学公開講座18『IT革命と新世紀の社会』南窓社、2002年、165-198頁などによる。
- (2) 経済産業省編『通商白書 2002』2002年、5-8頁。
- (3) クライド・プレストウィッツ著・柴田裕之訳『東西逆転 アジア・30億人の資本主義者たち』日本放送出版協会、2006年、第1章、8-51頁。
Prestowitz C. (2005), *Three Billion New Capitalists: The Great Shift of Wealth and Power to the East*.
- (4) 2006年7月3日付け『日本経済新聞』朝刊。

- (5) 前掲拙著「グローバルマーケティング環境」19-20頁。
- (6) Huntington, (S.P.)(2000), *The Clash of Civilization and the Remaking of World Touchstone* (鈴木主税訳『文明の衝突』集英社, 1998年, 同著・鈴木主税訳『文明の衝突と21世紀の日本』集英社), Huntington, S. P. (1993) "The Clash of Civilization?" *Foreign Affairs*, Summer, Vol. No. 72-3, pp.22-49.
- (7) 横浜商科大学は、2004年11月15日に「グローバル世界と日本の新しい夜明け」のテーマでグローバルシンポジウムを開催し、中曽根康弘元首相、ノーベル経済学賞受賞者のロバートマンデル博士などを招き、大きな論議を行った。筆者は、そのときのシンポ・コーディネータを務めた。この部分は、一部開催趣旨からの引用でもある。
- (8) 「価値」、「価値体系」、「価値意識」などは、「価値観」の意味で使用し経済価値ではないので留意願いたい。例えば、見田宗助『価値意識の理論』弘文堂、1996年などを参照。

II. 合理性と価値体系の分析的枠組みへのアクセス

1. 訪口体験に基づく政治・経済・文化・社会とグローバル化⁽¹⁾

筆者は、時たま「橋本プラン」の国際経済・技術協力に基づき、1996年2月に米ソ冷戦後対外諸国と封鎖状態にあった東シベリアのクラスノヤルスクに、渡辺ロシア大使の親書を携えたジェットロ一行に随行し「日本企業の貿易・投資」について講演する機会を得た。これは2度目の訪口であり、最初は95年の11月から12月にかけてであった。

一般にロシアといえは、ロマノフ王朝の専制政治が1917年のロシア革命により崩壊し、世界で初めて社会主義国家が誕生し、それ以降、近代的市場経済を経験しないまま70年以上にわたって存続し、解体してしまった旧ソ連邦の中核国といったことで知られている。しかも、我々日本人には旧ソ連時代の鎖国政策により同国民との接触も少なかったもので、最近の「ロシア人の精神構造」などは、ヴェールに包まれていたし、果たしてその精

神構造は西欧人なのか、もしくはアジア人なのか、判別しにくいところがあった。

しかしどうであろうか、米ソ冷戦構造の終焉の後でのモスクワ空港から同市内へ向かう途中で目立ったことは、日本の「日立」や韓国の「三星」、
「金星」などの看板であり、あたかも表層的には、市場経済化のテンポの速さを象徴していたかのようであった。また、モスクワ市内の伝統的なグム百貨店は、日本のものと比べるといまだマーチャンダイジング、品揃え、商品の陳列の仕方、売場面積の商品の配置などには不合理さ、野暮くさいところがあったが、クリスマス・セールも行われていた。ロシア人は従来、必要な物資を得るため人的コネクションを通じて、現在ではカネによってこれを獲得できるようになってきたので、カネの儲け方に走り出したわけである。

ロシアは今や、誰でも努力次第で参加できる市場経済を認めはしたが、市場経済化を否定することによって成立した社会主義国家とは裏腹の関係にあるから、ロシア人が市場経済化に慣れるのには、相当の時間を要すると思われる。

モスクワ市内の建物を見ていると、ロンドンやマンチェスターの伝統的なものを感じはしたが、完全に西欧的なものではなく、ロシア文化が重層的・多感的に秘めている独特な匂いがした。赤い広場では、レーニンの遺体を若いロシア兵士たちが直立不動で守っている姿は、今やカリスマ的指導者を失ったロシア人の恩讐への回帰か、それとも旧共産党勢力の復元しようとする動機によるものなのか、定かではなかった。さらに驚いたことは、美術館にいくと多くの外国人はもとよりロシア人も週末になると、世界的に有名なピカソ、ゴッホ、ミレーなどの原画を鑑賞することができるということで、これは我国でもなかなか経験することが難しく、ロシア文化の深さが存在しているのだと思われた。

現在のロシア経済（統計では一応、1994年の名目賃金335,000ルーブル）

は、確かに発展途上国並みなのであるが、文化の深さや一部の先端技術分野では、世界の最先端をいつている跛行的な状態にあるといえよう。この経済と文化の極端なギャップの部分が逆に、ロシア人のプライドの高さといった態度として現れるのかもしれない。筆者も過去において多くの異民族と接触してきたが、確かにロシア人は欧米諸国やアジア諸国とは違った独特の雰囲気を持つ国民であると感じた。これは、米国大陸の倍もある巨大な大自然の厳しさの懐で、培われたものなのであろうか。

現在の北米・EU・東アジアの三極構造の中で、東欧は民主化と市場経済化ということで、ますますEUへ吸引されていくことであろう。ロシアも欧米諸国の求心力に引き寄せられるであろうが、筆者にはロシアがすんなりと追従しない、したたかさを持った国であると思えてならないのである。いみじくもゴルバチョフ (M. Gorbachev) は「ヨーロッパ共通の家」に戻ることを示唆したように、ロシアのバックボーンの本質は、アジアよりもヨーロッパに近いといえようが、といて簡単に西欧に服するとは考えられない。というのもゴルバチョフは、西欧受けする民主的なリーダーとしてよいと思われがちであるが、ロシアでは我々が思っているほど人気がなく、この辺にロシアの特異性を解くカギがあると考えられるからである。今や政治・経済制度が変わったとしても、このロシア人の容易に融合しない部分は、ロシア自体が長年引きずってきた文化や社会の慣行制度に支えられてきたものであると思われる。

ましてや、ロシアばかりでなく、いかなる国のグローバルビジネス活動分野においても、政治や経済はその国が持つ文化や社会慣行制度と切り離して考えるべきではなく、むしろこれらは相互作用し合い、ビジネス活動に大きな影響力を与えるのではないかといった考え方が、本稿のベースとなるところである。これは、その国によって異なるが、時にはMax Weber(1904/1905)が主張するようなプロテスタンティズムの資本主義合理的精神⁽²⁾であり、時には儒教資本主義精神などのその国が持つ文化観

に基づく多種多様な解釈によるものとなろう。要は、国際ビジネス人にとっては、例えばBarnard(1938,1968)の30周年記念出版への序言でアンドリュース (K. R. Andrews) がバーナードの後継者たちに対して「科学の事実と仮説とがいかに実務家に感激をあたえないか、またこのギャップを埋めるのに科学のおよび管理的な責任と見地についていかに多くの創造力と共感が必要であるかということである」(傍点は、筆者による)といった言明⁽³⁾を熟知するところに、現代世界を超克した共通項が求められるのではないかと考えられるのである。

筆者の考え方は、我々人間が価値観や伝統的慣習を土台として、動物的直感や経験がひらめきとなってまず行動し、むしろ新古典派経済学的合理主義は我々が行為を体験した後で来るのではないかと推測に基づくのである⁽⁴⁾。すなわち、合理主義に基づく近代契約法における純粹な意味での個別的契約 (discrete contract) または個別的取引 (discrete transaction) は、現在におけるすべて他の関係ばかりでなく、過去及び将来における関係から隔離された虚構の中で生じ、実際のビジネス活動でも当事者間の関係的交換 (relational exchange) は、一定の時間を経過して起こりうるものであって、当該者間の取引は過去の実績に基づいて評価され、将来の可能性も予測されるのである⁽⁵⁾。

さらに、当事者間の将来における協力関係は、相互の信頼感と計画性によって支持されるので、当該者は複雑な、個人的、非経済的満足感によって動機づけられ、社会的交換関係に誘導される場合が多いといわれる。いみじくも、Fukuyama(1995)が日・米・独諸国を「高信頼社会」グループ、仏・伊・中諸国を「低信頼社会」グループと区別することにより、文化が経済に与える影響の主張⁽⁶⁾について共鳴感を得ているようである。Hofstede(1991)に至っては、世界各国のIBMの社員を対象とした権力格差指標の文化にかかわる実態調査により、ドイツの権力格差意識の低い精神構造から生まれたマルクス (K.H. Marx) の考え方は、主に権力格差の

高い国に輸出されたことが、現代世界の悲劇をもたらしたとまで言い切っている⁽⁷⁾のは関心のある一つの見方といえよう。

すなわち、合理主義に対するアプローチ方法一つとっても、日米を比較した場合、異民族の多い米国が持つ個人志向の文化観から派生したと思われる比較的単純な「個別的支配—被支配の合理性」、集団志向を軸とした日本は複雑な「集団組織網の合理性」といった二つの方向の考え方に辿り着いてしまう⁽⁸⁾。グローバル化に対する「国民国家」の考え方は、17—20世紀にかけて主に西欧の植民地主義の後に生まれ、特にアフリカなどの国境は支配国の力関係によって決定されたもので、文化を共有する「社会」の概念とは同一ではなく、程遠いものであろう⁽⁹⁾。

上記のクラスノヤルスクでの講演の際、改めて日本企業の欠点に気づいた。ロシア企業の実態は日本や欧米諸国から見れば、グローバル化とはほど遠いといった見方になろう。しかし、現在の日本は米国の科学的合理主義から生まれたインターネット、CALS等の情報革命の時代などと大騒ぎする前に、我々日本人は自国の保身ばかりに拘泥せずに「オープンな意識改革」を内面から断行することが重要であると考えられる。また、グローバル企業の解釈の一つとしては、「経営諸資源の集中と配分の最適均衡点を求める企業⁽¹⁰⁾」ということになろう。しかし、このような考え方になるベースは、コロンブスが500年前にアメリカ大陸を発見してから今日に至るまで、依然として世界は西欧的価値が支配的であって、合理的価値に埋め込まれているからだといえる。特に先進国は市場経済の合理性ばかりを追求した結果、世界は自然破壊の環境問題などを招いてしまっている。

筆者の考えているグローバル企業の枠組みは、人間の心理的側面も重視した「環境要因—企業志向的価値・慣行—企業意思決定—企業行動—企業成果⁽¹¹⁾」であり、かつ企業間の取引関係にも着目する。同時に、アジア企業の多くは日本企業が「何を要求しているのかハッキリしない場合が多

い」といい、「曖昧性の精神構造⁽¹²⁾」が障害となっている。こういう障害は欧米諸国でもその他の地域でも一般に観察される。貿易ビジネスでは、我々と外国人との接触は一過性的な場合が多くあまり問題とならないが、海外生産ではこうはいかない。内面からの意識改革が真の意味のグローバル化に向けてぜひ必要であり、日本企業が今後、国際市場において心理的・内面的側面からのグローバル化に向けて切り込んでいかねば、この意味でグローバルな他のアジア諸国が日本の役割を演じてしまい、やがて日本の経済力は衰退していくだけではないかといった危惧感の主張でもある。

しかし、経済学は価格メカニズムの分析を軸とする社会科学の一分野であり、価格という視点では捉えにくい文化論的な価値観や企業慣行論をその枠組みに持ち込むことに多くの抵抗が伴うことは当然であるが、「取引費用」をキー概念としてWilliamson(1975)が市場に加えて組織原理の「内部組織理論⁽¹³⁾」を提唱、ゲーム理論でも「協力」の概念を持ち出していること⁽¹⁴⁾に留意すべきであろう。昨今の行動経済学や文化経済学なども注目に値しよう。

これらは、Polanyi(1977)が「人間の欲望」をベースとする技術的・経済的な配分を方向付とするMenger経済学を援用しながら、主張する「仲間たちや自然と共存する」部分の、財の希少性にかかわらず起こりうる人間経済を、再認識していく場合に何らかの手掛かりになる⁽¹⁵⁾。

そこで、筆者としては国際取引・経営、技術移転等のグローバルビジネス理論の純度をさらに高めるため、それぞれの社会の組織原理の相違を互いに容認し合い、その容認するプロセスで「信頼関係」または「信用関係」を構築していくような企業行動原理の分析を中心とした、「信用の経済学」分野を理論付けの必要性もあるのではないかといったことが、本稿における問題提起の一つでもある。すなわち、昨今では「複雑系」(complex system)または「複雑性」(complexity)の経済学や経営学などが、クローズ

アップされてきているようだが、これにかかわる是非論はともかくとして、グローバルビジネスの実態を把握し理論化する場合、少なくともマクロ・ミクロを統合するような全体的視点にたった複眼的洞察が必要であることを強調しておきたいのである⁽¹⁶⁾。

2. 合理主義の限界

(1) 人間経済の合理性と価値⁽¹⁷⁾

先に述べた私見では、人間経済は「合理性と価値」を基本として、世界の政治・経済・法律・宗教・文化・社会などの環境条件によって大きく左右され、特にテロ事件は合理性と価値の衝突、米国の新古典派的合理性とイスラム文化的価値をベースとする人間経済の「支配—被支配」の相克を構図とするせめぎあいとした。

というのも、1991（平成3）年（横浜商科大学『紀要』第7巻）に書いた拙稿「APEC経済圏における日本の役割⁽¹⁸⁾」において、当時EAEG（東アジア経済グループ）構想を提唱したマレーシアのマハティール（Datuk Seri Mahathir Mohamad）首相の関連で同国駐日クハルブ（Datuk H.M. Khalb）大使とインタビューしたときに手渡されたマレーシア・シャフィエ（Shafie）元外相による英文報告書⁽¹⁹⁾では、米国が湾岸戦争時に「イラク兵に対して上空から降伏する旨の印刷ビラを撒いたことは、イスラム文化を理解できない浅はかさだ」と指摘しているように、米国の合理的物質主義とイスラム的価値の対立における反発といえるからである。米国によるアフガン攻撃でも、食料品を上空から投下したが同国民はほとんど手をつけなかったという。

つまり、「価値は我々の理性にあるのではなくして、我々の文化によって培われた精神構造にあり、そのよしあしは別として大きなパワーと化す⁽²⁰⁾」からである。したがって、一部報道されているとおり、今回のテロは皮肉にも米国が合理的科学主義によって開発した「ハイテク」を巻き込

み、イスラム原理主義者が自己の価値に基づいて考え抜いた反発としての「ローテク」との合作による意思表示とも考えられる。米国がいうテロの首謀者と想定されるウサマ・ビンラディン (Us_ma bin Muhammad bin Awad bin L_din) は、旧ソ連とのアフガン戦争に参加し当初米国側につきまた米国も同氏を利用したわけだが、特に湾岸戦争後異教徒の米国軍が中東に駐屯したことに反駁し反米活動を展開する経緯となった。このような観点からすれば、上記のマレーシア元外相の言明もビンラディンの反発もイスラム教義文化のユダヤ・キリスト教米国文化中心主義への対峙と解してもなんら差し支えなからう。

マックス・ウェーバー (Max Weber) は『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』などの中で、商業的活動としての資本主義は、古代のエジプト、中国、インドなどにも存在したが、近代資本主義は「合理的・市民的資本主義」であり、アジア諸国の資本主義と相違するものだとした⁽²¹⁾。すなわち、西欧的資本主義市民は「自由な労働の合理的組織」を基軸とし、禁欲的プロテスタンティズムの「個人の内面的孤立化」によって神の意にかなうような天職において労働に馳せたという。アジアの宗教とは異なるプロテスタンティズムの「倫理」が西欧資本主義のエートス (精神構造) と転化し、特に宗教的・倫理的合理主義の精神が世俗化することによって近代資本主義が練り上げられたとウェーバーは主張するのである。もちろん、ウェーバーに対する経済史的・宗教史的批判があるものの、西欧の合理主義的価値とアジアの呪術的宗教観から派生した価値といったものの違いが、両地域の経済発展の格差を生んだ一つの契機になっていると考えられる。ただし、ウェーバーがいう合理的経済人は、合理的な宗教的・倫理的態度を意味したものであり、今日我々がいう新古典派的ホモ・エコノミクスとは相違する。すなわち、国際社会における宗教・文化的価値の差異が政治・経済などに対して影響を及ぼすのである。といっても、文化的価値がすべてであるといった一元的な考え方ではなく、それは政

治・経済などと相互作用し合う一要素に過ぎないが、我々の日常生活におけるものの考え方や行動パターンのベースとなり、前述したように時にはその良し悪しは別として理性よりも大きなパワーと化すときがあるので、決して無視することはできないのである。

結論的にいえば、人間経済の基本は合理性と非合理的な価値にあり、グローバルビジネスも経済活動の一部であるから当然にこれらが基本となるわけである。フクヤマ（Fukuyama）が「新古典派経済学が約80%は正しいとみなせるが、残りの20%の問題を解く鍵は「信頼」である⁽²²⁾」と主張するのは、「人間経済の合理性と価値」を傍証するものではないか、かつビンラディンのテロにせよ、非合理的価値の比率が合理性を上回るものといえよう。前述したポランニー（Karl Polanyi）は「経済的（economic）」という意味は本来、一つに形式的な目的—手段関係であり、他の一つは「実体的（substantive）」なもの（人間の生活を維持するため、仲間たちや自然環境と相互作用なくして瞬時たりとも生存できないこと）をいい、前者は新古典派経済学によって形成され「実体的」な部分を取り除いてしまったと指摘している⁽²³⁾。さらにポランニーはカール・メンガー（Carl Menger）が希少性から生ずる最大化といった公準に基づく新古典派的「経済化」の方向（市場経済）ならびに希少性にかかわらず起こりうる「技術的」方向（非市場経済または遅れた経済）の経済学を樹立しようとした指摘している⁽²⁴⁾。

すなわち、現代世界の人間経済の基本は合理性と価値の複合化を志向すべきであって、どちらかを一方を落としてしまうと世界がとんでもない方向にいつてしまいかねないと危惧される。合理性だけを追求すれば最大化原則を公準にするから獸的存在になりかねないし、価値だけに依存すれば古代の呪術的世界に戻らざるを得ないと思えてならない。

イスラム原理主義といった大義名分のもとにテロ事件が起こり、米国は正義の名のもとに悪に対してミサイルによるタリバン攻撃をしかけたが、

両者は相互に自分たちだけが正しいという論理が根底にあり，これでは暴力が暴力を生む構図を増幅させてしまう。もちろん，これは単なるテロ事件と片付ける問題ではなく，基本にはパレスチナとイスラエルの争いなどの利害が尾を引いているといえる。

デジタル文化に基づくともいうべきドライな米国人の場合，ある意味では非常に単純であり人のよい部分もあるが，逆にこれが災いしてイスラム文化の相手を深く理解できない部分があるし，イスラム原理主義者も自己の考え方が絶対であるといった観点に立つ限り相互に相いれない。ただし，いつの時代でも一般の国民は国家の喧伝や強制などによって為政者の立場に服従せざるを得ず犠牲者になってしまう場合が多いのである。アナログ的文化の傾向が強いウェットな日本人は原爆被災者であるし，戦後の復興により米国民主義の恩恵も享受しているので，両者を理解できる立場にあると思う。要は，米ソ冷戦のイデオロギー的対立が終焉した現在の国際社会では，従来から伏在していた多様な価値観に基づく宗教的問題が表面化してきたといえる。

(2) 価値自由・価値前提・価値研究に関する考察⁽²⁵⁾

塩野谷祐一によれば，社会科学と価値判断のアクセスの方法論としては「価値自由」，「価値前提」，「価値研究」の三つの見方があると指摘する。第一の「価値自由」はウェーバーなどがいう「価値関係」を認めながらも「価値中立性」である立場，第二の「価値前提」は社会科学において価値から自由であることは不可能であり，むしろ「価値負荷的」であるという立場（例えば，ミュルダー（G. Myrdal）），第三の「価値研究」は価値が社会に対して影響を与えている事実であるが故にその価値そのものを探求する立場（例えば，塩野谷自身）である。

さらに塩野谷は，ウェーバーの経済，法律，政治，宗教，文化等の多岐の分野にわたる比較社会学的研究は，まさに「価値研究」そのものであり，その中心的価値理念は「合理主義」であったと言明する。また，同氏は新

古典学派の「経済人」には、社会における人間像が想定されえないが、マルクス、シュンペーター（J. A. Schumpeter）、ケインズ（J. M. Keynes）の経済学にはそれが想定される可能性が高く、いずれも正統派経済学としては異端であったという。

すなわち、このような論議を通じて、少数派ではあるが筆者が想定する「合理性と価値」の枠組みは、国際政治経済等进行分析するに当って理解しやすく少なくともある程度まで妥当化できるのではなかろうか。さらに、次章では合理性と価値、企業文化との関連性について考察する。

注

- (1) 本稿は、国際経済学会第55回全国大会の統一論題「世界経済の一体化と日本企業の国際化」（千葉大学，1996年10月19日）における筆者の拙稿「日本企業のグローバル化はありうるか—日米欧アロ企業の調査を中心として—」（『国際経済』第48巻第2号〈96年11月末脱稿〉97年，5-33頁）のフル・ペーパー，および城西大学経済学部講演原稿（96年11月26日「世界経済における日本企業のグローバル化」）をさらに発展化させたものである。
- (2) Weber, Max (1904/1905), *Die protenstantische Ethik und der Geist des Kaptalismus* (M・ウェーバー著・大塚久雄他訳『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』岩波書店，1955年)，拙稿「経済的合理性における価値観」横浜商科大学学術研究会編『横浜商大論集』第24巻第1号，1990年，77-110頁などを参照。
- (3) 同上拙稿，88頁及びBanard, C. I.(1938,1968), *The Functions of the Executive*, Havard University Press, xvii, C. I. バーナード著，山本安二郎他訳『新訳 経営者の役割』ダイヤモンド社，1968年，24-25頁。
- (4) 同上拙稿，82-95頁。Simonが指摘する人間の「限界的合理性」(bounded rationality)などは，キーワードとなる。
- (5) 拙稿「日本型企业組織網の均衡化理論」横浜商科大学学術研究会編『横浜商大論集』第23巻第1号，1989年，1-37頁，拙稿「三国間貿易契約から国際マーケティングへのネットワーク論的一考察」横浜商科大学学術研究会編『横浜商大論集』第22巻第1号，1989年，102-129ページなどを参照。これについてマーケティング分野では，Dwyer, F.R., et al. (1987),

"Developing Buyer-Seller Relationships," *Journal of Marketing*, 51(April), pp.11-27, 法学的分野ではManceil, I. R.(1978), "Contracts : Adjustment of Long-Term Economic Relations Under Classical, Neoclassical and Relational Contract Law," *Northwestern University Law Review*, 72, pp.854-902 などが詳しい。

- (6) F・フクヤマ著・加藤寛訳『「信」無くば立たず』三笠書房, 1996年.
- (7) G・ホフステード著・岩井紀子他訳『多文化世界』有斐閣, 1995年.
- (8) 山田晃久編著『21世紀国際ビジネスの展望ー日本のグローバリズムは可能か』白桃書房, 1993年などを参照.
- (9) G・ホフステード著・岩井紀子他訳, 前掲邦訳書, 10-13頁.
- (10) 安室憲一『国際経営』日本経済新聞社, 1993年などが詳しい.
- (11) 拙稿「日本型貿易戦略経営モデル」明治大学商学研究科『明大商学論叢』第76巻第1号, 1994年, 87-106ページなどによる.
- (12) 「曖昧性」は, 一般に日本文化の一つの特徴として挙げられ (例えば, 大江健三郎『あいまいな日本の私』岩波書店, 1995年), これはこれで意味深いものを有しているが, 国際ビジネス分野にかかわる実態調査等に限っていえば, 日本企業人がハッキリしないことが相手国のビジネスマンから理解を得られないような状況となっている場合が多い. 決して, 筆者はこの曖昧な特性自体を否定するものではないが, むしろこれを国際技術移転等でいかに伝播すべきなのか, その標準性を問うているのである.
- (13) Williamson, O. E. (1975), *Markets and Hierarchies*, Free Press, 浅沼万里他訳『市場と企業組織』日本評論社, 1980年.
- (14) 例えば, Axelrod, R.(1984), *The Evolution of Cooperation*, Basic Booksなどを参照.
- (15) これに関する詳細は, 拙稿「予備的モデル「弾力的国際経営論」の再構築」麗澤大学『紀要』第45号, 1987年, 111-142頁などを参照. なお Menger については, Menger, Carl (1923), *Grundsätze der Volkswirtschaftslehre* (カール・メンガー著・八木喜一郎他訳『一般理論経済学(1), 遺稿による「経済学原理」第2版』みすず書房, 1982年), Polanyi は Polanyi, K. (1977), *The Livelihood of Man*, Academic Press Inc., 玉野井芳郎他訳『人間の経済Ⅰー市場社会の虚構性ー』岩波書店, 1980年などを参照.
- (16) 「複雑系」経済学については特に, 物理学・生物学・コンピュータ科学・認知科学・経済学などの分野を横断する学際的な民間研究機関であるサン

タフエ研究所が有名であり、アーサー教授の「収穫逡増の理論」は特筆に値しよう。この分野については、多くの著書等が発刊されているが、ジョン・L・キャスティ著・佐々木光俊訳『複雑性とパラドックス』白揚社、1996年、週刊ダイヤモンド編集部他『複雑系の経済学』ダイヤモンド社、1997年、田坂広志『複雑系の経営』東洋経済社、1997年などを参照。

- (17) 前掲拙著「ITと国際ビジネス—21世紀日本のグローバルビジネス戦略と変革—」168-173頁、前掲拙編著『21世紀国際ビジネスの展望-日本のグローバルイズムは可能か』6-8頁などによる。
- (18) 拙稿「APEC経済圏における日本の役割」横浜商科大学『紀要』第7巻、1991年、211-263頁。
- (19) 1991年2月26日に東京で開催された三井太陽神戸銀行シンポジウムでマレーシア元外相が講演した英文原本はA4のペーパーに25頁にわたってダブルスペースで英文タイプされたものである。
- (20) 前掲拙稿「APEC経済圏における日本の役割」及び前掲拙編著『21世紀国際ビジネスの展望—日本のグローバルイズムは可能か』第1章及び第6章などを参照されたい。
- (21) 主に同上書、6-7頁に基づく。
- (22) F・フクヤマ著・加藤寛訳、前掲邦訳書。
- (23) K・ポランニー著・玉野井芳郎他訳、前掲邦訳書、58—87頁。
- (24) カール・メンガー著・八木紀一郎他訳、前掲邦訳書、119-128頁。
- (25) 主に、塩野谷祐一『価値理念の構造—効用対権利』東洋経済新報社、1984年、3-24頁などによる。

Ⅲ. 合理性における価値観及び企業文化との関連性⁽¹⁾

1. 合理主義に関する見解

(1) 合理主義の原点

伝統的経済学の観点から企業の経済的合理性について考察すれば、通常、目的—手段との関係においてホモ・エコノミクス（経済人，homo economicus）が利潤を極大化するために、最小のコストで最大の効果を生むように合理的に行動するということになる。その場合、希少性の概

念が前提となっている。しかも、この経済人は人間的・精神的構造などをもちあわせていない全知全能の理念的モデルである。

いわば、このように極端な機械主義的発想は、欧米の合理主義に端を発すると考えられる。ただし、経済学における消費者評価の限界効用の合理的思考の起源は、周知のようにアリストテレス (Aristotle) にまでさかのぼり、合理主義自体の概念は古代ギリシャのエレア派やプラトン (Plato) に始まり、近代ではデカルト (Descartes) がその起点にたった。なお、Weberは、前に述べたように近代西欧の資本主義を「合理的・市民的資本主義」と呼び、「自由な労働の合理的組織」を基軸とし、「禁欲的」プロテスタンティズムの「個人の内面的孤立化」が、神の意にかなうような天職 (calling) において、合理的体系のもとで労働に馳せさせたのである⁽²⁾。

(2) 西欧と日本の合理主義

会田雄次 (1966) によれば、欧州において12、3世紀頃までは合理主義の精神は簡単に社会に根づかなかったが、不当な年貢を取り立てる支配者に対して不合理な矛盾を感じて農民が反対運動を起こした13世紀頃に合理主義が定着し始めたのではないかと推測する⁽³⁾。さらにその合理主義には、経験的合理主義と演繹的合理主義の二つがあり、前者は農業や初期の工業から派生し、後者は商業、特に大規模な貿易商の経験から生れたと会田は指摘する⁽⁴⁾。前者の合理主義は、自分たちが住んでいる世界は、合理的法則によって動いているとし、他方で自分たちが関与しない世界についてはその法則が働いているかどうかわからないとする。後者は、すべての世界が合理主義の原則によって左右されるという。もちろん、この仮説が妥当しているかどうかについてはより綿密なデータがなければ、判断しがたいところではあるが、合理主義は欧州の風土や環境のなかで生きてきた人間の経験を通じて生れてきたと考えられる。経済学、科学主義、個人主義などは合理主義の考え方とも関連している。

会田の見解によれば日本ではかなり古い時代から合理主義的ものの考え

方があり、江戸時代において近代合理主義が成立する土壌が準備されており開国と同時に西欧的合理主義の政治経済、科学の方法や精神をアジアで初めて導入し身につけていったから、日本人は欧州の世界支配から独立でき、他方の中国やインドは欧州を上回る文化を持っていたが、生活を豊かにする合理的精神は欧州よりも劣っていたという⁽⁵⁾。さらに会田は、第二次世界大戦後において日本人は価値を数量化することを極端に嫌う合理主義に対して反対するケースが多いが、現在の世界は欧米諸国の熾烈な競争的合理主義の中にあり、それに耐えうる強靱さを持つためには、日本人の集団的利己主義は異質の価値観を持つ内部及び外部の人間を権威だとか、正体不明の伝統だとかによって排除する傾向が強くこれを止めるべきだと指摘している。

（3）ウェーバーの見解

特にホモ・エコノミクスの合理主義的思想は、西欧で培われ、米国人の精神構造に組み込まれたと考えられる。Weberはドイツ人のF. Kurnbegerが米国のヤンキーの計算高い商売主義に対して嘲笑している部分を引用しながらも、客観的に資本主義の精神を捉えようとしたが⁽⁶⁾、現代の一般的な西欧人の感情の中には、いまだ成り上がりの米国人といったKurnbegerの偏見が残っているようだ。いわば、「禁欲的」プロテスタンティズムの宗教倫理が、合理性と結合して世俗化されたのである。例えば、米国人が毎週日曜日教会へ通い、宗教とビジネスの関係がミックスした状態を彼らのごく自然に捉えるということは、我々日本人にとっては非常に奇異に感じられるような場合である。このような一事実から判断しても、米国でのホモ・エコノミクスの定着を示唆しているともいえる⁽⁷⁾。

西欧においては、経済自体が凋落ぎみだったのが1993年にECからEUの統合をはかり、経済の延命をもくろんだことは、外観的な経済的合理主義精神が働いていたばかりでなく、内在的協働の精神が働いていたのではないかと思われる。米国においてすら、VALSの調査をみても内部指向型の

人間が増えてきたのは⁽⁸⁾、従来の外部指向型の経済一辺倒の考え方に限界があったことを意味している。経済学、経営学、マーケティングなどの分野で倫理問題や企業文化といったことが論議され始めたのは、経済合理主義の論理だけでは、現実には適合できない証拠を示している。

(4) サイモンの見解

H. A. Simon は、行為者が主観的期待効用 (SEU, Subjective Expected Utility) を極大化するといった経済的合理性は、経済的推論に基づいて問題を分析する場合にごく一部を提供するに過ぎず、むしろ行為者の効用、信念、期待感などの経験的前提条件が大きな役割を演じる場合が多いと指摘している⁽⁹⁾。さらに、経済学は人間行動を統一的に合理的なものとして扱い、心理学は行動の合理的側面と非合理的側面の両者について焦点をおき、新古典派の経済学と他の社会学の分野において主に次の三つの点で異なるとしている⁽¹⁰⁾。

第一に、経済学の合理性は目的や価値の内容を無視し、第二に、行動の恒常性 (consistency) を所与とし、第三に行動は現在および将来の環境に対して客観的に合理的なことである。他方で、社会科学の合理性は、価値の性質と原因、ならびに時間と経験を通じたその変化を経験的に確定しようとし、行動を論理的に解釈するために現実の選定された側面をプロセスとして捉え、動機、感情、感覚刺激などの非合理的過程が合理的過程にかかわる事実前提を規定するような注意や状況にどのように影響するかについての説明などに関連すると Simon はいう。つまり、経済学の合理性は、選択といった視点から捉えるのでまさに合理的そのものであり、他の社会学たとえば心理学のそれは、プロセスの観点から考慮されるから過程的合理性ということになる。

Simon は、上記の経済的合理性と心理学の過程的合理性について、洪水の損害保険の事例を取り上げながら、前者の合理性に基づくならば資産の所有者が推定される損害填補が保険料より大きければ、保険を掛けるだろ

うし、後者の場合には、洪水で損害を被った人もしくは損害を受けた経験者を知っている人が洪水保険を掛ける意思決定をするのであって、それは経済の費用便益比率とは独立しているという⁽¹¹⁾。この意思決定における過程的合理性は、いわゆる Simon がいう人間の限界的合理性 (bounded rationality)⁽¹²⁾ または合理的でもない非合理的でもない中間的合理主義である⁽¹³⁾。

米国の制度学派の Williamson(1975)にしても、この Simon の限界的合理性を経済学に援用し、この制約された合理性と機会主義を人間の諸要因として「組織の失敗の枠組み」に組み入れて、伝統的経済学のホモ・エコノミクスに挑戦しているかにみえる⁽¹⁴⁾。ただし、Williamsonはrelational contracting⁽¹⁵⁾ など企業間の関係を認めながらも、市場か内部組織を重視し、非合理的な人間臭さの部分を除去しているようだ。結局は、R.Dore の指摘しているとおおり、Williamson の文献には人間のかわりに最大化を考えるロボットがいるのみであって、ホモ・エコノミクスの変形にすぎないといえる⁽¹⁶⁾。つまり、Williamson は日米の価値観や文化の違いを認めながらも合理性によってすべてを統一化してしまう傾向が強い。人間による経済や経営は、その国の人々の持つ価値観の差によって、確かに合理性を基盤としながらも、そのアプローチの仕方や慣行が異なるのがむしろ当然になる。その違いを認めあいそれを前提としなければ、なんら合理性の意味をなさない。

Simon が *Reason in Human Affairs* の冒頭で「ある種の楽観主義あるいは自明のこととされている楽観主義は、もしもわれわれがかなりしっかりと考え、そしてわれわれが十分に合理的であるなら、われわれはすべての問題を解決できる、と主張する。「理性の時代」である18世紀には、この種の楽観主義が浸透していたと考えられた。それが実際にそうであったか否かは歴史家に委ねるとして、疑いもなく今日のわれわれが理性に対して抱く期待は、いっそう控えめなものである⁽¹⁷⁾。」(傍点は筆者による)と

いているように、人間の行動における理性に基づく科学主義や合理主義には限界があることを示唆している。

Simon は、理性は単に手段的な役割を果たすだけであり、我々がいかなる目標へ進むべきかを示さず、その目標へどのようにすれば達するかをせいぜい示唆するに過ぎないと主張する⁽¹⁸⁾。さらに、事実、価値、情動(emotion)との関係で、A.Hitler の『我が闘争』の例をあげながら、結局は「理性はナチズムを防ぐ盾となりえなかったが、ナチズムとは正反対の事実による信念と価値が大きな盾となった⁽¹⁹⁾」という。Hitler の言明は、当時における事実環境からすれば、理路整然としていただろうし、ドイツ人の情動に訴え共鳴を呼び、その時代の価値観につながり、理性の入り込む余地なぞなかったのである⁽²⁰⁾。他方で、政治学的視点からナチズムの全体主義を合理主義や個人主義に対するドイツ人の精神構造から生まれたものであるといった見方がある⁽²¹⁾。この見解に基づけば、まさに人々の価値観の相違が異なる精神構造をつくりあげているということであり、Simon の見方は、米国人の精神構造によるドイツ人の精神構造に対する解釈ということになる。

Simon は、人間の意思決定の合理性についてホモ・エコノミクスの全知全能モデル、限界的合理性のなかでの制約された行動モデル、情動と注意を軸とした我々の「アハー」体験にみられるような直感モデル、生物学の進化論を基にした進化論モデルの四つに分類している⁽²²⁾。他方でWeberは、人間の社会的行為に関して、目的合理的行為、価値合理的行為、純粋感情的行為、純粋伝統的行為の類型化を行っている⁽²³⁾。Weberの場合には、Simon の経営学分野よりも一層範囲が広いのであろうが、ある程度まで類似性がみられるようである。例えば、全知全能モデルと目的合理的行為、直感モデルと純粋感情的行為はすべてではないが、各々一致する点が認められると考えられる。行動モデルにしても価値合理的行為や純粋伝統的行為などの混合形態といえなくもない。

では果たして、いかなるモデルないしは社会的行為が我々の企業の意味決定や行動特性に近いものなのであろうか。Simon の行動モデルは、合理性と非合理性の中間領域にある限界的合理性をもつ「経営人」(administrative man) が理解できないような不確実であり複雑な現実の世界環境に対して、時にはコンピュータの科学性を補助として駆使する制約された合理主義が根底にある。我々人類はどうか今日まで生き続けることができたのは、このように科学主義から見たならば非常に単純な合理主義に依拠してきたに過ぎないという⁽²⁴⁾。しかしながら、少なくとも現実の日本企業の意味決定などをみていると、むしろ情動的直感モデルが先立ち、そして実践して体験し、それからその経験の成果を判断し合理化へと努力し、またもとの直感モデルに回帰し、反復される試行錯誤の繰り返しであり、直感や注意の集中から合理化への道を開くのである。決して人間の合理主義が根底にあったのではなくして、むしろ我々の伝統的行為や価値観が先導し、直感や経験に基づいて知識や科学を援用して我々は生きてきたのである。ただし、米国ではホモ・エコノミクスの合理主義が慣習的価値観となってしまったので、Simon がいうような限界的合理性の概念が生れたのではないだろうか。

Weberも感情的行為が価値合理的行為や目的合理行為、ないしは両者を生む契機となるとしている⁽²⁵⁾。いわば、企業やその社会の伝統的行為なりがあって、直感や注意が先行し企業の価値合理的行為や目的合理的行為へと結びつく。企業組織の差異化のためには、目的合理的行為からすれば非合理的な価値合理的行為が優先される場合がある。もちろん、Weber が指摘しているように、これらの行為が混合しているのが現実であろう。ただし、企業によっては大規模になるにつれて企業合理化が全面にでて硬直化されることがある。

Simon の「経済人」に対する人間要素が強調された「経営人」は、F. W. Taylor などの科学主義に対しての反発として、古典的先駆者としての

C. I. Barnard をあたかも踏襲したかのように考えられている。事実、Simon の『経営行動』(Simon, H. A. (1945), *Administrative Behavior*, Macmillan) には、組織の均衡、オーソリティー、コミュニケーション、能率の基準など—Barnard の主唱することが述べられている。しかし、第 II 章 1 節で述べた K. R. Andrews がいっているように Barnard が Simon の『経営行動』で叙述している序言が Simon の主張と一致しないものが多いと指摘している。すなわち、科学の事実と仮説とがいかに実務家に感激を与えないか、またこのギャップを埋めるのに多くの想像力と共感とが必要であるかということである⁽²⁶⁾。Simon と比較すると、まさに実務家の Barnard にとっては、実際のビジネス界で科学的合理主義がいかに共鳴しないものかをより強調しているかのようである。個人と組織体系との関係における協働体系、非経済的契機としての誘因、権威、有効性と能率性、公式組織と非公式組織、倫理的基準などの Barnard の論理は奥深いといわれ、特に組織理論の根本問題として人間関係、協働の拡大と個人の発展の相互依存性を明言している⁽²⁷⁾。

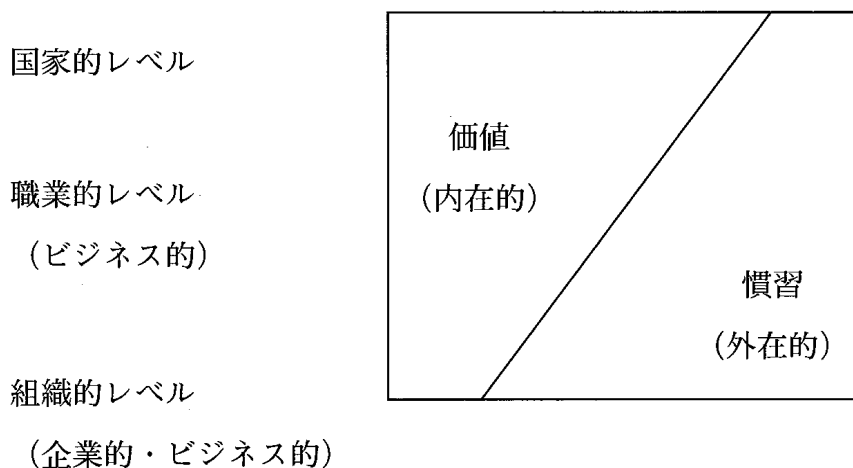
以上のとおり、Simon を中心として古典的 Barnard や Weber などを考察することによって、西欧の近代的合理主義を出発点として合理性と価値観に関して概観した。そして筆者の考えとしては、我々は伝統的慣習や価値観を土台とし、直感や経験がひらめきとなってまず行動し、むしろ合理主義は我々が行為を体験したあとにくるのではないかとした⁽²⁸⁾。我々はここで一般的な合理主義及び価値観から、企業の経営やマーケティング等のグローバルビジネス分野の経済的合理性における非合理的側面の価値観についてより具体的に検討する必要がある。社会心理学的な観点からみると、規範の形式としての価値は、例えば W. Thomas & F. Znaniecki (1927) によれば、「一定の社会集団の構成員に受け継がれる経験的内容および活動の対象」であり、その価値に対して個人の精神状態、主観性の強いものが態度であって、文化的諸要素が価値であるという⁽²⁹⁾。こうみると、文

化の概念が根底にあることになり、さらに企業に限定していくと「企業文化」ないしは「組織文化」に逢着する⁽³⁰⁾。特に企業文化の論議については、1980年代にはいって欧米諸国や我国などで顕著となってきた⁽³¹⁾。

2. 企業文化

企業文化といっても、その概念づけは多様であり、いまだ決定的なものはないようであるが、R. Deshpande(1989)などによれば、一般的には企業組織の共有された価値観や信念であり、それを理解することによって企業における行動規範となっているという⁽³²⁾。Deshpandeは、企業文化または企業組織のパラダイム、理論的特徴、文化の位置づけに基づいてマーケティング調査の方向づけや調査の方法論について論及している。

図表1 文化の異なる構成要素レベルにおける価値と慣習のミックス状態
文化の構成要素



出所：Hofstede, G, (1989), “Organising for Cultural Diversity,”

European Management Journal, 7-4, p.391.

G. Hofstede(1989)は、文化について図表1のように、文化を内在的価値要素と外在的慣習要素の二つに分け、国家的、職業的、組織的レベルの

文化で捉え、その実証的調査結果も示している⁽³³⁾。図表1の国家的レベルの文化は、我々がこの世に生まれた瞬間から組み込まれるので、我々の精神構造に最も潜在的に残る。次の職業的レベルの文化は、我々の青春期の学生時代に得られ、最終段階の組織的レベルのものは、通常、成人期に職業についたときに獲得されるという。価値は、奥深く内在的しばしば無意識なものであり、人間の理性にあるのではなくして精神に存在し、文化の意識は、精神感情によって反応するとHofstedeは主張する⁽³⁴⁾。

S. D. Hunt 他 (1989) は、マーケティング分野において企業文化の一構成要素としての倫理的価値 (ethical values) 及び組織に対するコミットメントの相関性について述べている⁽³⁵⁾。この場合、マーケティングでいう価値は、製品やサービスの品質、広告の内容、流通経路の選定、顧客の扱い方などの意思決定に関して指示するものであり、これらの価値の根底にいかにあるべきかを問う倫理的価値基準があるという。また、この倫理的価値と企業に対する忠誠の相関性に関して実証分析によって証明しようと試みている。

J. A. Barney (1986) は、企業文化と金融パフォーマンスの相関性について述べ、企業文化が価値あるもの、特有なもの、他企業が模倣しにくいものであれば、企業は競争優位にたち、金融パフォーマンスが高いものになるであろうと指摘している⁽³⁶⁾。

C. Karlsson (1989) は、日本的経営を称して「行者のベットの釘」と指摘する⁽³⁷⁾。我々日本人は鋭い矛先をもっているがすべてが同じ高さ、同じ方向に一糸乱れずに協働し、組織における高位の目標を達成するために各々すべてが貢献するという。西欧的個人主義に基づく合理主義からすれば、すべての人間が同質的になって、個人を滅し、ただひたすらに組織のために働く発想などはおそらく背筋が寒くなる思いがするのであろう。しかも、この日本の企業文化が製品の生産性や品質を世界でもっとも強固のものにした要因となり、さらにこのような集団化が製品開発のイノベーシ

ョンにまでもつながっていく可能性があるとし、まさに西欧諸国にとっては、この日本的経営は文化ショックであると結論づける。日本企業の集団志向に対する脅威は、西欧にとってばかりでなく、後に述べる韓国企業も同じような感じ方をしている。このような視点にたてば、将来における日韓企業のあり方について、日本企業は韓国企業との関係で基本的価値体系から生じると考えられる社会的交換の部分をより重視すべきことになる。

いろいろな論者の企業文化や価値観の考え方について考察してきたが、特に Hofstede が指摘しているように、その国の人々が持つ価値観や慣習が企業の意思決定へなんらかの形で影響するものと考えられる。もちろん、企業は合理主義的効率性を基本とするが、時には非合理的価値観が企業の意思決定に大きく作用する場合がある。

次に、日本の現在におけるグローバルビジネスの背景としての明治維新以降から今日に至るまでの貿易・投資について考察する。

注

- (1) 拙稿「経済的合理性における価値観—経済的・社会的交換の企業経営原理への一試論—」横浜商科大学学術研究会編『横浜商大論集』第24巻第1号、1990年、77-110頁を参照。
- (2) 限界効用理論の史的背景については、例えばエミール・カウダー著、斧田好雄訳『限界効用理論の歴史』嵯峨野書院、1979年などを参照。合理主義は、見田宗介他『社会学事典』弘文堂、1985年、292ページ、竹内啓『近代合理主義の光と影』新曜社、1979年、碧海純一『合理主義の復権』木鐸社、1973年などを参照。
Weberは、タルコット・パーソンズ著、稲上毅他訳『社会的行為の構造』木鐸社、1974年の第4・5分冊が詳しい。
- (3) 会田雄次『合理主義—ヨーロッパと日本』講談社、1966年、143-148頁。
- (4) 同上書、170-172頁。
- (5) 同上書、第9章、197-230頁、第10章、232-244頁を参照。

-
- (6) Weber, Max (1904/1905), *Die protenstantische Ethik und der Geist des Kaptalismus* (マックス・ウェバー著, 梶山力他訳『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』岩波書店, 1955, 37-44頁).
- (7) 今日でも一般的に西ヨーロッパ人は, 米国人はエレベーターのなかでもどこでも見知らぬ人に対して話しかけ単純, 粗野でなにごとにも金銭で解決しようとするといった感情を抱いているようである. しかし, B.Franklin がいう禁欲と勤勉を通じていかに富を獲得するかが米国人の精神構造に組み込まれ「勝利を手にする個人」ということになる (Reich, R. B. (1987), *Tales of A New American*, Vintage Books). この精神構造に対して西欧人は, むしろ羨望と蔑視の感情を入り混じえて反応するのであろう.
- (8) VALS (Value and Lifestyle) 調査に関しては, アーノルド・ミッチェル他著, 吉福伸逸監訳『パラダイム・シフト』TBSブリタニカ, 1987年を参照.
- (9) Simon, H. A.(1986), "Rationality in Psychology and Economics," *Journal of Business*, 59, 4, 2, p.209.
- (10) 以下の説明は, Ibid., pp.209-210による.
- (11) Ibid., pp.215-216.
- (12) 一般的には「制約された合理性」などと訳されているが, 人間的限界という意味合い及び近代経済学の限界効用と相対化するために, 「限界的合理性」とした. その意味は「人間行動において合理的であろうとするが, 限定的にしか合理的でありえない, 人間の言語的・神経生理学的な限界」である. 拙稿「ビジネス・コミュニケーションの役割—相互作用モデルの応用を中心として—」(文京女子短期大学経営学科『紀要』第3号, 1984年) 124ページの(注)(7)を参照.
- (13) 降旗武彦他編『経営学小辞典』有斐閣, 1981年, 130-131頁.
- (14) Willamson, O. E. (1975), *Markets and Hierarchies*, Free Press, chap.2, pp.20-40, 浅沼万里他訳『市場と企業組織』日本評論社, 1980年, 35-69頁.
- (15) —————(1979), "Transaction-Cost Economics : The Governance of Contractual Relations," *The Journal of Law Economics*, XXII(2)(October), pp.233-261 ; Manceil, I. R. (1978)," Contracts : Adjustment of Long-Term Economic Relations Under Classical, Neoclassical and Relational Contract Law," *Northwestern University Law Review*, 72, pp.854-902などを参照.

- (16) ロナルド・ドーア・奥村宏「日本的企業システムの研究について」『経済評論』1990年5月号, 31-42頁. ドーアが日本企業について"flexible rigidities" といった見方をしていることは関心のあるところである (Dore, R. (1986), *Flexible Rigidities*, The Athlone Press)。
- (17) Simon, H. A. (1983), *Reason in Human Affairs*, Stanford Univ. Press, p.3, H・A・サイモン著, 佐々木恒男他訳『意思決定と合理性』文真堂, 1987年, 3頁。
- (18) Ibid., pp.7-8. 同上『邦訳書』8頁。
- (19) Ibid., pp.8-11. 同上『邦訳書』8-11頁。
- (20) 「事実」, 「価値」, 「合理性」の関連については, H・A・サイモン著, 松田武彦他訳『経営行動』ダイヤモンド社, 1965年を参照。
- (21) 例えば, 多田真鋤『政治理論と政治思想』慶応通信, 1990年, 242-264頁などを参照. 本稿で政治学をもってくるのは, 範囲が広すぎて不適切かもしれないが, Simon がナチズムを引用したので, あくまでも参考として取り上げた。
- (22) Ibid. 及び同上『邦訳書』の第1章で, 全知全能モデル (the Olympian model), 行動モデル (the behavioral model), 直感モデル (the intuitive model) を説明し, 第2章において進化論モデル (the evolutionary model) について述べている。
- (23) マックス・ヴェーバー著, 清水幾太郎訳「社会学の根本概念」岩波書店, 1972年, 39-42頁。
- (24) Ibid., p.23. 同上『邦訳書』24-25ページ。
- (25) マックス・ヴェーバー著, 清水幾太郎訳, 前掲『邦訳書』40ページ。
- (26) Barnard, C. I. (1938, 1968), *The Functions of the Executive*, Harvard University Press, xvii, C・I・バーナード著, 山本安次郎他訳『新訳 経営者の役割』ダイヤモンド社, 1968年, 24-25頁。
- (27) Barnard, *ibid.*, pp.289-296, 同上『邦訳書』302-309頁. しかし, 昨今の Simon の著書などでは, 「想像力と共感」の部分を取り入れているかにみえるが, 根底には米国の精神構造の合理性がどうしても捨て切れないように思える. この点について, Simon に問い合わせ中であり, 別途論じる. なお, わが国での Barnard に関する解説や批評などは多数ある. 例えば, 山本安次郎他編『バーナードの経営理論』ダイヤモンド社, 1972年, 飯野

春樹『バーナード研究：その組織と管理の理論』文真堂，1978年，三戸公『人間の学としての経営学』産業能率大学出版局，1977年などを参照。米国では，例えば P. E. トーガスン著，岡田和秀他訳『C. I. バーナードの組織概念』白桃書房，1973年などを参照。

- (28) 組織学会（平成2年度研究発表大会）における遠田雄志「純粹調査批判—新しい意思決定理論の展開のために」は，この発想に近いと思われる。遠田は，野中郁次郎「進化論的戦略の構想」について批判しているが，野中の発想は米国的思惟の軸に基づいていると思われるから，当然に論争的になるろう。
- (29) 瀧永重次編著『社会心理学概論』三和書房，1966年，78ページ。
- (30) 企業文化，組織文化，経営文化に関する概念などに関しては，例えば，梅沢正『企業文化の革新と創造』有斐閣，1990年などを参照。
- (31) 1980年代以降では，Deal, T. E. Kennedy (1982), *Corporate Culture*, Addison-Wesley Publishing Co.; Peters, T. and R. Waterman (1982), *In Search of Excellence*, Harper & Row Publishers, Inc.; Frost, et al.(1985), *Organizational Culture*, Sage Publications, Inc. など数限りがないので，他の参考文献については本稿では省略する。また，企業文化の詳細に関しては，本稿では概略する程度にし，別途論じたい。
- (32) Deshpande, et al. (1989), "Organizational Culture and Marketing : Defining the Research Agenda," *Journal of Marketing*, 53(January), pp.3-15.
- (33) Hofstede, G. (1989), "Organising for Cultural Diversity," *European Management Journal*, 7-4, p.392-393.
- (34) Hofstede, *ibid.*, p.391.
- (35) Hunt, S. D., et al. (1989), "Corporate Ethical Values and Organizational Commitment in Marketing," *Journal of Marketing*, 53(July), pp.79-90.
- (36) Barney, J. B. (1986), "Organizational Culture : Can It Be a Source of Sustained Competitive Advantage ?," *Academy of Management Review*, 11-3, pp.656-665.
- (37) Karlsson, C. (1989), "High Rates of Innovation : The Japanese Culture Shock to Europe," *European Management of Journal*, 7-1, pp.31-39.

IV. 日本の貿易・投資の背景と戦略

1. 日本貿易の史的背景⁽¹⁾

(1) 明治維新以降の貿易

前述したとおり、幕末になると周知のごとく米国のペリーが来航し、日本に対して開国を迫り、ついには日米和親条約（1854）の締結を強要され、日本は、函館、下田の2港を開港することに同意し、さらに、日米修好通商条約（1858）を結び、神奈川、新潟、兵庫、長崎の4港を開くことになった。特に小さな漁村だった横浜は、1859年に開港し、はやくも96軒の貿易商があらわれた。もちろん、米国のほか、イギリス、フランス、オランダ、ロシアにも波及し、いわゆる不平等条約の下に、先進欧米諸国などとの日本の貿易取引活動は、胎動したのである。

① 明治維新初期の貿易

明治維新に日本が貿易を開始するにあたって、貿易取引の経験がなかったこともあるが、まず第一に居留地貿易、第二に関税自主権の問題に係わる制約条件があったことである。居留地貿易ないしは商館貿易の制度は、一定の地域に居住した外国商人と、日本の売込屋（売手）または引取屋（買手）が取引を行う。いわば、現代のように離れた国と国のあいだで行われる遠隔地取引ではなく、国内取引であったわけである。外国商人には、治外法権が認められ、事実上の取引では、日本商人に不利であった。日本側には、関税自主権が認められず、輸出・輸入税ともに5%まで賦課することが許されていたに過ぎなく、この制度は明治の後期まで続いた。ただし、当初は輸入税率が、35%まで許容されていたが、開港が遅れたという理由で、後に5%になった。これは、当時の日本の立場からいって、やむをえないことであったとしても、今日の対外摩擦問題に係わる諸外国との交渉の不便をみるにつけても、日本人としての特性が、あたかも現在に

至るまでそのまま変化しないで、受け継がれているかのようだ。

明治7年(1874)の輸出では、内商1%、外商の97%、輸入はそれぞれ1%、94%占めていた。明治33年(1900)になって、輸出において内商の35.7%、外商の61%、輸入は各々39.3%、60.4%に達した。しかし、本格的な遠隔地貿易取引が行われるようになるのは、第一次世界大戦以降であった。居留地貿易や関税自主権の制約にもかかわらず、日本が貿易活動を促進しえたのは、政府の貿易政策などの一環として、特に三井(1876)、三菱(1880)などの商社の設立が大きな牽引力の一つになったことである。政府は輸出を奨励し、かつ富国強兵とならぶ、いわゆる殖産興業政策によって、軍需工業、鉄道、通信、造船、化学工業、鉱山、紡績等の産業全般にわたっての保護育成を図り、今日の日本の産業基盤を固めた。

② 明治・大正期の貿易

次に、明治・大正・昭和期の貿易について概観する。明治初期の各年の貿易収支からいっても、前述したように日本の貿易は、稼動したばかりであって、輸入超過の場合が多い。同期の主な輸出品は、労働集約的な生糸、茶などで、輸入品は綿製品、鉄鋼、機械製品等の相対的に付加価値の高いものであり、明治後期にあっては、輸出は労働集約的なものに加え、綿製品、絹織物などの加工品も増え、輸入は輸出品の原料である綿花、羊毛などであった。大正期に入ると、特に第一次世界大戦(1914-1918)から恐慌に至るまで、特需によって好景気になり、1915-18年のあいだは出超が続いた。前に述べたとおり、このあたりから、日本の本格的な貿易取引活動が活発化するわけである。例えば、生糸輸出(1915)では、内商62.25%となり、外商の37.75%を上回った。なお、この時期の主な輸出品は、生糸、綿製品、絹織物などであり、輸入は、綿花、鉄鉱石、米などで占められていた。

③ 昭和期前半の貿易

昭和の初期では、国内物価の高騰や為替相場下落などにより、貿易は

伸び悩んだが、昭和6年（1931）にイギリスが、金本位制を停止し、為替が下落したことと、同年に勃発した満州事変の軍需景気によって、日本の輸出が促進された。その結果、昭和10年（1935）は出超に転じた。当時の輸出は、軽工業品の繊維製品を軸として、機械、金属などのほか、中小企業によるマッチ、ゴム製品などであった。その後、日華事変（1937）が起これ、翌年、国家総動員法による私企業の貿易統制が行われ、ついに日本は第二次世界大戦に突入するのであった。以上のとおり、戦前における日本の貿易は、第一次世界大戦を契機に、従属的な外商を中心とする取引活動から脱却して、内商による主体的な貿易活動に移行したものの、概して労働集約的な繊維製品などが輸出の中軸であって、資本集約的重化学工業製品については、戦後まで待たねばならない。しかし、産業構造の基盤は、日本が戦後すぐに立ち直れるほどに醸成されていた。また特筆すべきことは、日本の貿易活動において中小企業が大きく貢献し、かつ商社の活躍も目立ち、特に三菱、三井両社が最盛期で、日本の貿易取引高の約3割をも占有した。

（2）第二次世界大戦後の貿易

① 戦争直後の貿易

終戦後、周知のように、日本は明治維新時には多少の自主性があったと思われるが、敗戦ということで当初、完全に連合軍占領軍の管理化の下で財閥解体、農地改革、民主教育、非軍事等の政策が進められた。つまり、日本自体の手で民主化等が行われたのではなく、外国人の手によって、常になんらかの改革が施行されるのは、まさしく日本の特徴なのかもしれない。戦後の貿易においても、占領軍による管理貿易と外商の進出は、明治期となんら変りないといえよう。

しかしながら、明治維新と相違するところは、一つには、日本は貿易の経験を持っていたことであり、二つには、関税政策よりも、輸入取引の制限ができたことである。制限付民間貿易の再開が、昭和22年（1947）、全

面的民間貿易の輸出が昭和24年（1949）に、その翌年に全面的に輸入が解放になった。輸入制限等を管理する法律のいわゆる「外国為替及び外国貿易管理法」（以下、外為法という）が、1949年12月1日（法律第228号）に制定された。同法は、対外取引の「原則禁止・例外自由」を建前とし、原則として対外取引を制限ないし禁止し、政令もしくは省令によって緩和する方法をとった。

② 1950年代の貿易

1950年代の貿易は、戦前と同じように、労働集約的な繊維および雑貨等の輸出が主体であった。しかし、特に家庭用ミシン、カメラ、双眼鏡のような軽機械の輸出は、戦前とは様相を異にし、戦時中蓄えた軍需技術を平和産業に転換させたことは、特筆すべき事柄であった。また、50年に勃発した朝鮮動乱の特需により、日本の産業は大きな刺激を受け、さらに輸出を拡大する発端となった。この時期の日本の貿易取引技術は、戦前と同じように洗練されたものではなかった。単に、安価なものをより多くの数量を売り捌くことが多かったようだ。家庭用ミシンにしても、当初FOB価格が24ドル程度したものが、16、7ドルといった価格過当競争が激しくなり、ついにはチェックプライス制が導入されるはめにもなった。他方で、戦後中小企業から大企業に成長したソニー（前身は、東京通信工業）のように、当初から自社ブランドに基づいてトランジスターラジオを相対的に好価格で販売する輸出戦略を指向した企業もあったことである。

今日でも、ソニーは国際市場において、他メーカーと比較して高品質・高価格のイメージが強い。やはり、戦後の企業として、1948年に資本金100万円でスタートしたホンダも、2輪をきっかけに海外進出するのもこの時期であり、さらに2輪に加えて4輪、汎用製品の三本柱の販路拡大へと移行していったのである。両社ともに特有の企業哲学をもつ、戦前からの伝統的な日本の企業とは、異なる戦後派の企業である。伝統的なトヨタ自動車にしても、58年に288台の自動車を対米輸出するが、その品質、価

格条件ともに問題があり、エンジンにしてもトラックのような騒音をたて、価格にしても、当時フォルクスワーゲンの1,600ドルに対して、トヨタは2,300ドルもしたという。まさに、トヨタの対米市場初上陸は、失敗に帰した。

③ 1960年代の貿易

1960年代に入り、日本は特に64年に貿易・為替等の自由化により、貿易立国としての産声をあげた。輸出品目にしても変化していくが、この時期は、特に造船、鉄鋼、合成繊維などの伸び率が目立った。50年代に対米輸出に失敗したトヨタも、65年に再上陸し、コロナを販売するが、品質も改良され、米国の標準にも合致し、フォルクスワーゲンよりも2倍の馬力をもち性能も良く、価格は2,000ドル以下に設定し、外国車専門輸入販売業者を選定し、テレビのスポット広告にも力を入れ、アフターサービスや修理部品、製品在庫などを完備させ、現地消費者のニーズに対応した。一方の日本の国内市場でも、53年と68年の国民総生産（GNP）や個人消費支出を比較しても、約4倍となり、いわゆる「大衆消費社会」が出現するのであった。したがって、輸出の海外市場の需要ばかりではなく、国内の需要も増大し拡大した。

④ 1970年代の貿易

1970年代は、特に71年のニクソン・ショックにより、従来の固定為替相場制から変動為替相場制に移行し、一時貿易取引で混乱も招いたが、すぐに正常に戻った。しかし、73年の第一次石油ショックが起こり、原材料が高騰し、前にも述べたとおり、輸出に影響を及ぼし、日本の貿易収支は、73年から75年まで赤字続きとなる。けれども、アジアNIESなどの追い上げも重なり、日本の特徴としてきた低価格・良品質に基づく製品の輸出戦略にも陰りがでて、特に労働集約的製品の国際競争力を喪失した。企業によっては、そのような製品についてはすでに60年代後半から70年代の初期にかけて、アジアNIESなどに生産拠点を切り換えていた。当時の日本の

海外直接投資の状況をもみても、製造部門のそれは先進国向けというよりも、後進国向けの割合が高く、いわば労働コスト面が反映された。70年代の自動車の輸出の伸びは大きく、その他電気機械等の輸出の割合も高かった。また、特に70年代は、日本の貿易取引高が増大する時期でもあって、対米欧諸国との貿易摩擦も拡大し、例えば鉄鋼、カラーテレビなどの問題が目立った。かつ、日本の貿易取引の拡大に伴って、保護色の強い外為法では、内外の批判に抗し切れず、大幅な改正を余儀なくされた。79年12月18日に法律第65号の外為法が公布され、翌年の12月1日に実施され、「原則自由・有事規制」を建前とした改正となった。

⑤ 1980年代の貿易

1980年代に入り、特に対米自動車摩擦問題が表面化し、81年から対米輸出自主規制によって対応し、さらにホンダ、日産、トヨタなどが現地生産する段階に突入した。従来の摩擦問題は、個別的品目にかかわることであったが、市場開放、非関税障壁等の総合的なものに進展し、感情的なものに至った観が強かった。自動車、通信機器、VTRなどの輸出が目立っているが、85年の円高基調以来、当時としてはあまり価格要因に左右されないような半導体、ファクス、パソコンなどの相対的に付加価値の高いものが増加してきていた。すでに述べたとおり、85年を境として、日本の貿易構造に変化の兆しが見られ、さらに海外生産プラス貿易取引の外延的拡大が顕著となり、日本企業は新たな難局を乗り越えねばならない時期に差し掛かっていた。

⑥ 1990年代以降の貿易⁽²⁾

1990年の日本の輸出額は約2,870億ドル、輸入額は約2,350億ドルで貿易収支は520億ドル程度の黒字であったが、その黒字額は4年連続で前年減少となった。輸出では自動車、自動車部品、コンピュータ、テレビカメラなどが増加寄与率の上位を占め、輸入では中東湾岸問題により原油が急増し、自動車、航空機などの製品輸入が目立った。

1991年の輸出額は約3,145億ドル、輸入額は2,363億ドル程度で、貿易黒字は782億ドルとなり、過去3番目の大幅な黒字を記録した。黒字拡大の原因としては、投資用金や高級絵画などの輸入減少、原油や原油製品輸入の減少、円高によるドル換算額の増加などが指摘できる。地域別輸出は、米国の30%、EUの20%、アジアの30%程度であった。

現在では部品等の生産財や中間財の輸出が目立っている。戦後の貿易における特に輸出は鉄鋼、造船、一般機械、自動車、家電メーカーを中心として展開されてきた。総合商社は多少の陰りが見えるが、貿易ビジネス活動で大きな牽引力になっている。1998年の外国貿易及び外国為替法の大幅な改正によりどのように環境条件の変化に対応するかが課題であった。

2. 日本の国際収支の推移

前述したように、日本は第二次大戦後において1965年から貿易収支が黒字になり第一次・二次オイルショックの数年を除き現在に至るまでほぼ黒字が続いている。投資についても特に85年のプラザ合意以降増加し、対外直接投資の51-85年までで約700億ドル、その後数年間の累計額で1400億ドル程度にまで膨れ上がった。また、今日では日本企業の海外投資にも拍車がかかり所得収支も増加した一方で、サービス収支は赤字、貿易収支もいずれ赤字になり、経常収支を所得収支で補う「成熟した債権国」への過程にあるとも予測されている。

図表2のとおり、2005（平成17）年で所得収支が約11兆4千億円（05年度で約12兆5千億円）に達し、同年の貿易収支黒字の約10兆3千億円（同年度で約9兆5千億円）を初めて上回ったが、所得収支黒字の大半は債権利子によるものであり、政府保有の米国債の運用も含まれており日本企業の海外子会社が得た投資収益はいまだ少なく本当の意味で投資立国と言い切れない部分も多い⁽³⁾。

日本のサービス収支は赤字続きであるが、昨今では縮小傾向にあるよう

だ。この赤字の大半は旅行収支であり、政府も2010年に向けて外国観光客を日本へ1千万人誘致する目標（04年度、インバウンド614万人、アウトバウンド1,683万人⁽⁴⁾）を掲げており、サービス収支を黒字にする余地は十分にあるし、かつ、日本企業の直接投資の収益を上げることもできよう。

次に、昨今の貿易・投資の状況を見ることにしよう。

3. 日本の国・地域別輸出入

(1) 日本のアジア諸国を中心とする輸出入の拡大

日本の国・地域別輸出では、図表3のとおり、2004年で対アジア2,740億ドル、対北米1,340億ドル、対欧州940億ドルで極めてアジア向けが多く伸び率も高く、輸入についてもそれぞれ2,050億ドル、710億ドル、640億ドルであってアジアからの輸入額の伸び率も高く、特に対中国との輸出入額が最も多かった。

世界貿易はITバブル崩壊後2004年で貿易が大幅に拡大し、EU15と東アジアが大きな原動力となり、世界貿易伸び率に対する寄与率は輸出でEU15の32.6%、東アジアの23.6%、輸入では前者の31.7%、後者の22.5%であった⁽⁵⁾。日本の寄与率は輸出で6.0%、輸入で4.4%、米国のそれは各々5.9%、12.8%、他方の中国の寄与率は輸出で9.8%、輸入で9.0%であって、世界でドイツ、米国に次ぐ日本を抜いて第3位となった。

2004年の世界経済成長率の面から見ると、米国は実質GDP成長率4.2%（世界経済成長に対する寄与率17.4%）、中国が9.5%（寄与率23.6%、うち投資がGDPに占める割合が4割超）であって、世界経済成長の3割強が米国の内需と中国の投資に支えられた⁽⁶⁾。その結果、アジア諸国（中国・ASEAN4・タイ）の経常収支は04年で1,033億ドル、アジアNIESは896億ドル、日本は1,718億ドルの黒字、他方の米国は6,659億ドルの赤字でGDP比率5.7%となった⁽⁷⁾。

図表2 国際収支の推移 (暦年)

(備考) 資本収支及び外貨準備増減のマイナス (一) は資本の流出 (資産の増加, 負債の減少) を示す, (単位 億円)

	経常収支										資本収支			外貨準備増減	総差
	貿易・サービス収支					所得収支					経常移転	投資収支	その他資本		
	貿易収支	(輸出)	(輸入)	サービス収支	所得収支										
昭和60年	119,698	106,736	129,517	415,719	286,202	-22,781	16,036	-3,077	-130,134	-129,115	-1,024	602	9,836		
昭和61年	142,437	129,607	151,249	345,997	194,747	-21,640	15,675	-2,842	-122,503	-121,544	-857	-24,834	4,897		
昭和62年	121,862	102,931	132,319	325,233	192,915	-29,389	23,483	-4,553	-61,511	-60,379	-1,133	-55,492	-4,857		
昭和63年	101,461	79,349	118,144	334,258	216,113	-38,800	26,436	-4,323	-83,420	-82,122	-1,297	-21,255	3,214		
平成元年	87,113	59,695	110,412	373,977	263,567	-50,713	31,773	-4,354	-74,651	-72,776	-1,873	18,487	-30,950		
平成2年	64,736	38,628	100,529	406,879	306,350	-61,899	32,874	-6,768	-48,679	-47,149	-1,532	13,703	-29,761		
平成3年	91,757	72,919	129,231	414,651	285,423	-56,311	34,990	-16,150	-92,662	-91,045	-1,614	11,391	-10,487		
平成4年	142,349	102,054	157,764	420,816	263,055	-55,709	45,125	-4,833	-129,165	-127,525	-1,641	-753	-12,432		
平成5年	146,690	107,013	154,816	391,640	236,823	-47,803	45,329	-5,651	-117,035	-115,387	-1,650	-29,973	318		
平成6年	133,425	98,345	147,322	393,485	246,166	-48,976	41,307	-6,225	-89,924	-88,004	-1,920	-25,854	-17,648		
平成7年	103,862	69,545	123,445	402,596	279,153	-53,898	41,573	-7,253	-62,754	-60,609	-2,144	-54,235	13,127		
平成8年	71,532	23,174	88,486	435,659	347,173	-65,312	58,133	-9,775	-33,425	-29,888	-3,537	-39,424	1,317		
平成9年	117,339	57,680	120,979	495,190	374,211	-63,299	70,371	-10,713	-151,323	-146,445	-4,879	-7,660	41,645		
平成10年	155,278	95,299	157,526	488,665	331,139	-62,227	71,442	-11,463	-170,821	-151,508	-19,313	9,986	5,558		
平成11年	130,522	78,650	137,783	457,948	320,165	-59,133	65,741	-13,869	-62,744	-43,655	-19,088	-87,963	20,184		
平成12年	128,755	74,298	123,719	495,257	371,537	-49,421	65,052	-10,596	-94,233	-84,287	-9,947	-52,609	18,088		
平成13年	106,523	32,120	84,013	465,835	381,821	-51,893	84,007	-9,604	-61,726	-58,264	-3,462	-49,364	4,567		
平成14年	141,397	64,690	115,503	494,797	379,294	-50,813	82,665	-5,958	-84,775	-80,558	-4,217	-57,969	1,348		
平成15年	157,668	83,553	119,768	519,342	399,575	-36,215	82,812	-8,697	77,341	82,014	-4,672	-215,288	-19,722		
平成16年	186,184	101,961	139,022	522,951	443,928	-37,061	92,731	-8,509	17,370	22,504	-5,134	-172,675	-30,879		
平成17年	182,591	76,930	103,348	626,319	522,971	-26,418	113,817	-8,157	-140,068	-134,579	-5,490	-24,562	-17,960		

出所：財務省 <http://www.mof.go.jp/bpoffice/bpdata/s1bop.htm>

(2) 日本の輸出依存度と貿易特化係数等に基づく筆者仮説の検証

筆者は10数年前から、日本企業の行動特性として「輸出志向型行動特性」及び「受身的投資型行動特性」について指摘しておいた⁽⁸⁾。これは主に戦後における日本の貿易収支と製品輸入比率などから立証を試みたので、輸出依存度と貿易特化係数等からも考察してみたい。

日本の（名目）輸出依存度は、図表4の示すとおり、プラザ合意以後において10%以下であったが、2000年台に入って昨今では1974-86年間の10%を超えるような状況である。また、貿易特化係数（図表5）から判断しても対中国を除いて対欧米諸国に向けて輸出に特化しているといえよう。輸出入金額（図表6）から見ると中国を除いて明らかに日本の出超であるが、対中国に向けてもいずれ輸出が輸入を上回ると予測される。次に、各国地域ごとの世界に対する貿易特化係数（図表7）では、日本は輸出に特化しているし、アジアも日本より特化値が低い輸出志向であるといえるし、特に04年に入って中国も日本に迫るほどに輸出に特化してきている。EUは輸出入でバランスが取れているし、米国の場合には輸入に特化し小島清がいう「ビッグ・アブソーバー（外国品吸収国）⁽⁹⁾」の役割を戦後まもなくから現在に至るまで相変わらず演じているといえる。

(3) 雁行型経済発展論の輸入依存度からの分析

赤松要・小島清の「雁行型経済発展論⁽¹⁰⁾」によれば、天然資源の乏しい日本は「加工貿易立国」で発展しなければならないので、輸入依存度は高いはずでありこれを補完するためには輸出振興が国是であるといった通説は適切でないと言っている。さらに小島は「1950年代の12%から1990年代の6%以下へ、日本の（名目）輸入依存度が低くかつ逡減する傾向を持つことを指摘する。それは米国やドイツなどが逆の傾向をもったのと対照的である。日本のは「生産体系輸入」であるのに対して他の先進国のは「需要体系輸入」であることが、この対照の原因であろうことが示唆される⁽¹¹⁾。」という。生産体系輸入は、日本経済のみならず韓国、台湾等の

図表3 日本の国・地域別輸出入

(単位: 100万ドル, %)

	輸 出						輸 入					
	2002年		2003年		2004年		2002年		2003年		2004年	
	輸出額	伸び率	輸出額	伸び率	輸出額	伸び率	輸入額	伸び率	輸入額	伸び率	輸入額	伸び率
ア ジ ア 国	179,300	9.9	218,271	21.7	273,708	25.4	146,454	△1.6	169,782	15.9	205,305	20.9
中 ア ジ ア N I E S 国	39,866	28.2	57,219	43.5	73,818	29.0	61,692	6.2	75,193	21.9	94,227	25.3
韓 台 湾 香 港	94,277	7.3	110,415	17.1	139,490	26.3	35,387	△8.0	38,847	9.8	46,600	20.0
シンガポール	28,547	12.4	34,675	21.5	44,200	27.5	15,454	△10.7	17,841	15.5	22,027	23.5
A S E A N 4	26,202	7.7	31,174	19.0	41,959	34.6	13,526	△5.3	14,245	5.3	16,670	17.0
マレーシア	25,377	8.7	29,784	17.4	35,374	18.8	1,416	△3.3	1,341	△5.3	1,623	21.0
インドネシア	14,151	△4.3	14,781	4.5	17,957	21.5	4,991	△7.9	5,419	8.6	6,281	15.9
フィリピン	38,841	3.2	43,293	11.5	51,454	18.9	42,338	△5.4	47,751	12.8	55,091	15.4
タイ	13,189	10.6	15,973	21.1	20,250	26.8	10,484	0.5	11,838	12.9	14,088	19.0
ベトナム	10,993	△0.7	11,205	1.9	12,552	12.0	11,165	△13.7	12,539	12.3	14,097	12.4
インドネシア	6,220	△3.3	7,147	14.9	9,064	26.8	14,174	△5.2	16,358	15.4	18,670	14.1
フィリピン	8,438	2.6	8,968	6.3	9,587	6.9	6,515	1.0	7,017	7.7	8,236	17.4
タイ	2,130	19.3	2,613	22.7	3,178	21.6	2,527	△3.4	3,078	21.8	3,855	25.3
ベトナム	1,865	△3.5	2,386	27.9	3,040	27.4	2,084	△6.4	2,169	4.1	2,611	20.4
大洋州	10,205	9.1	12,194	19.5	14,809	21.4	16,543	△4.3	17,772	7.4	22,698	27.7
オーストラリア	8,299	7.6	9,877	19.0	11,796	19.4	13,987	△3.7	14,989	7.2	19,430	29.6
ニュージーランド	1,442	21.5	1,817	26.0	2,289	26.0	1,896	△8.1	2,048	8.0	2,465	20.4
北米	125,864	△1.9	122,754	△2.5	134,477	9.6	64,837	△9.2	66,213	2.1	70,899	7.1
カナダ	118,550	△2.6	115,412	△2.7	126,839	9.9	57,634	△9.3	58,658	1.8	62,435	6.4
メキシコ	7,314	10.9	7,342	0.4	7,638	4.0	7,141	△8.4	7,484	4.8	8,398	12.2
中南米	16,191	△9.8	16,583	2.4	21,649	30.6	9,543	△2.1	10,393	8.9	13,742	32.2
ブラジル	3,758	△8.5	3,625	△3.5	5,182	43.0	1,785	△11.4	1,770	△0.9	2,170	22.6
ペルー	4,589	△5.7	5,412	17.9	6,051	11.8	77	36.3	104	33.9	116	12.0
チリ	1,810	△27.3	1,867	3.1	2,944	25.6	2,659	4.2	2,868	7.8	3,643	27.0
コロンビア	495	5.3	573	15.7	721	25.9	2,139	△12.6	2,611	22.1	4,174	59.9
欧州	66,856	△5.1	79,462	18.9	94,471	18.9	49,450	△2.0	55,414	12.1	64,440	16.3
EU15	61,115	△5.5	71,893	17.6	84,258	17.2	43,736	△2.4	48,789	11.6	56,488	15.8
ドイツ	14,098	△10.3	16,338	15.9	18,946	16.0	12,399	△0.5	14,157	14.2	17,056	20.5
フランス	6,116	△2.6	7,048	15.3	8,353	18.5	6,524	5.0	7,206	10.5	8,336	15.7
英国	11,935	△2.2	13,152	10.2	14,968	13.8	5,401	△10.5	5,822	7.8	6,652	14.3
イタリア	4,467	△7.8	5,474	22.5	6,454	17.9	5,420	0.0	6,076	12.1	6,891	13.4
デンマーク	599	△5.7	659	10.1	817	24.0	2,166	1.7	2,369	9.4	2,795	18.0
アイルランド	1,449	8.1	1,896	30.8	1,985	4.7	3,188	△12.8	3,539	11.0	3,792	7.2
オランダ	10,563	△8.5	11,711	10.9	13,370	14.2	1,794	△4.4	1,864	3.9	1,987	6.6
ベルギー	4,579	△0.4	5,749	25.6	7,211	25.4	1,479	△0.3	1,839	24.4	2,086	13.5
ルクセンブルク	119	△51.5	151	26.3	215	42.6	47	△8.4	52	11.8	51	△1.1
スペイン	2,635	0.2	3,566	35.3	4,846	35.9	1,119	△12.1	1,354	21.0	1,716	26.7
ポルトガル	554	△4.6	646	16.5	941	45.7	144	2.4	166	15.6	198	19.5
ギリシャ	625	△24.3	1,334	113.4	1,319	△1.1	76	6.1	110	44.1	125	13.9
オーストラリア	866	0.2	1,154	33.2	1,252	8.5	915	1.3	1,049	14.6	1,305	24.4
スウェーデン	1,420	1.8	1,646	15.9	1,857	12.8	2,032	△7.8	1,968	△3.2	2,110	7.2
フィンランド	1,088	12.6	1,369	25.8	1,725	26.0	1,032	17.4	1,218	18.0	1,386	13.9
スイス	1,605	△18.8	1,950	21.5	2,187	12.2	3,294	△0.3	3,860	17.2	4,810	24.6
中欧	1,689	15.0	2,521	49.3	3,877	53.8	910	△0.8	962	5.7	1,290	34.2
ポーランド	403	15.1	581	44.3	832	43.3	89	△2.7	126	41.1	210	66.8
チェコ	334	26.9	597	79.0	1,246	108.6	181	4.7	214	17.9	275	28.4
スロバキア	48	53.3	65	34.0	106	64.7	152	△10.4	74	△51.6	126	71.4
ハンガリー	804	8.1	1,101	36.9	1,458	32.4	387	△1.9	428	10.7	508	18.7
ブルガリア	11	△49.1	16	44.7	28	72.6	21	20.1	25	21.3	27	8.6
ルーマニア	19	81.7	65	249.5	88	34.8	51	11.8	63	22.1	105	66.9
ロシア・CIS	1,161	21.1	2,190	88.7	3,764	71.9	3,623	△13.9	4,616	27.4	6,184	34.0
ロシア	942	31.4	1,764	87.2	3,111	76.3	3,277	△15.4	4,218	28.7	5,694	35.0
中東	11,379	7.9	12,844	12.9	14,464	12.6	40,694	△8.7	50,914	25.1	62,704	23.2
イラン	778	△2.4	1,119	43.9	1,117	△0.2	4,748	△5.8	7,406	56.0	8,260	11.5
サウジアラビア	3,762	4.2	3,713	△1.3	3,671	△1.1	11,625	△6.2	14,505	24.8	18,460	27.3
クウェート	865	30.9	1,047	21.1	935	△10.7	4,200	△5.7	4,541	8.1	5,743	26.5
アラブ首長国連邦	2,945	14.4	3,622	23.0	4,605	27.1	11,580	△10.4	14,276	23.3	18,320	28.3
オマーン	858	8.6	964	12.4	1,161	20.4	2,097	△11.3	2,504	19.4	1,621	△35.3
カタール	370	20.7	473	28.1	592	25.1	5,243	△13.4	6,496	23.9	7,876	21.3
イスラエル	731	△22.2	846	15.7	1,161	37.3	753	△9.8	691	△8.3	787	13.9
アフリカ	4,908	10.2	5,561	13.3	7,658	37.7	5,679	24.4	6,421	13.1	8,695	35.4
エジプト	507	△12.3	728	43.6	762	4.7	69	△9.5	65	△5.5	57	△11.7
ナイジェリア	260	△41.6	358	37.8	385	7.5	748	170.2	886	18.5	1,426	60.9
リベリア	899	46.9	631	△29.8	932	47.8	0	△52.5	0	△64.0	0	286.1
南アフリカ共和国	1,551	3.4	2,021	30.3	2,904	43.7	2,890	3.2	3,577	23.8	4,602	28.6
世界	415,862	2.6	469,862	13.0	565,039	20.3	336,832	△4.1	381,528	13.3	454,669	19.2
A P E C	316,549	5.1	354,320	11.9	425,915	20.2	232,022	△4.4	259,190	11.7	307,386	18.6
A S E A N	55,641	2.0	60,975	9.6	72,896	19.6	51,563	△5.7	58,302	13.1	67,405	15.6
N A F T A	129,621	△2.1	126,378	△2.5	139,659	10.5	66,561	△9.2	67,912	2.0	73,002	7.5
メルコスール4	2,050	△33.7	2,204	7.5	2,880	30.7	3,180	5.4	3,389	6.6	4,177	23.3
E U 25	63,611	△4.9	75,062	18.0	88,903	18.4	44,675	△2.3	49,783	11.4	57,796	16.1
S A A R C	3,326	4.4	4,114	23.7	5,120	24.5	2,538	△9.0	2,650	4.4	3,152	18.9

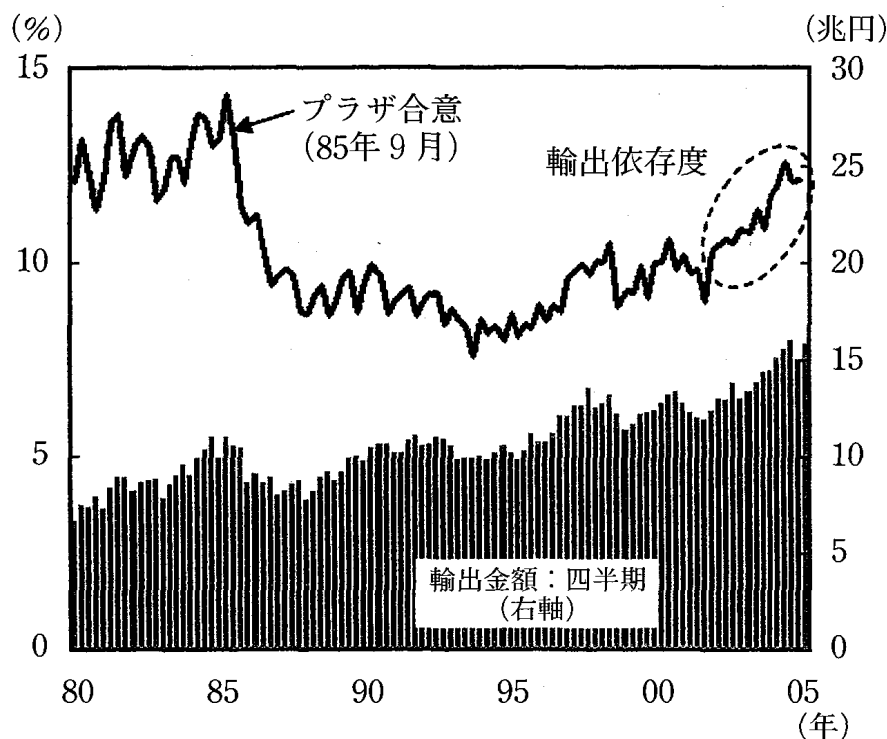
[注] ドル換算レートは税関長公示レートを基に算出。

[資料] 「貿易統計」(財務省) から作成。

出所; ジェトロ編『2005年版 ジェトロ貿易投資白書』2005年, 397頁

図表4 日本の輸出依存度

輸出依存度（輸出総額÷名目GDP）の推移

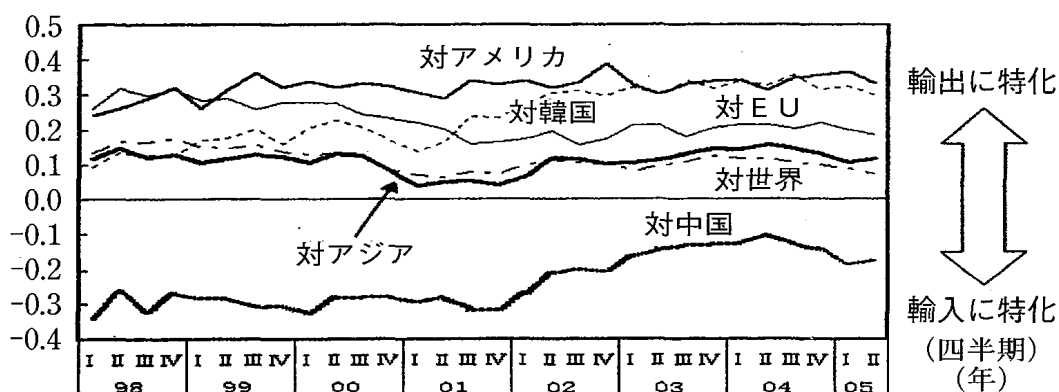


出所：内閣府『今週の指標 No642』2005年7月25日，2/4頁

<http://www5.cao.go.jp/keizai3/shihyo/2005/0725/642.html>

図表5 日本の貿易特化係数

日本の貿易特化係数（「輸出－輸入」÷「輸出＋輸入」）の推移



出所：内閣府『今週の指標 No642』2005年7月25日，3/4頁

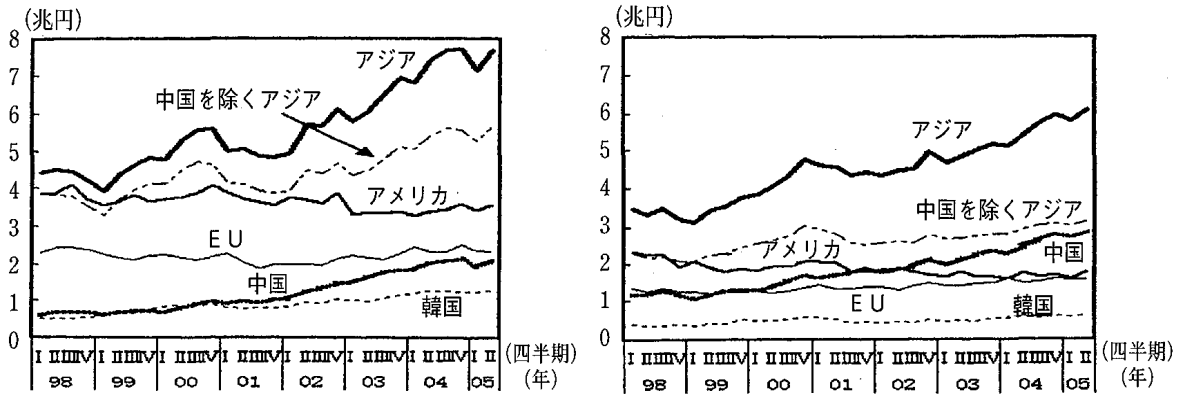
<http://www5.cao.go.jp/keizai3/shihyo/2005/0725/642.html>

図表6

日本からの輸出金額

日本の輸入金額

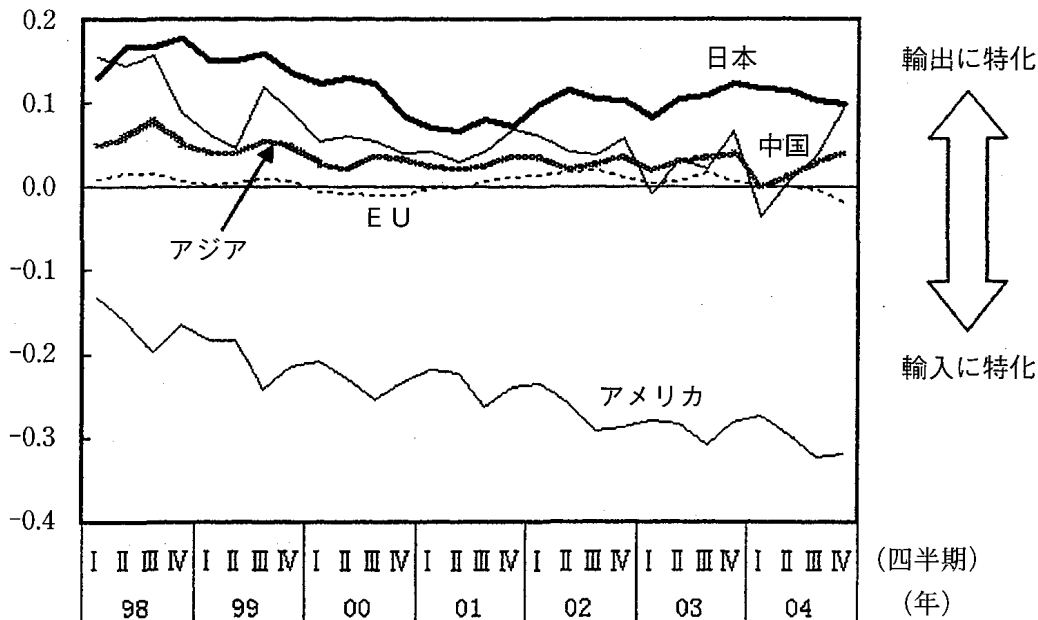
出所：内閣府『今週の指標 No.642』2005年7月25日, 3/4頁



<http://www5.cao.go.jp/keizai3/shihyo/2005/0725/642.html>

図表7 各地域の世界に対する貿易特化係数

各地域ごとの世界に対する貿易特化係数(「輸出-輸入」÷「輸出+輸入」)の推移



(備考) 財務省「貿易統計」, IMF「多国間貿易統計 Direction of Trade Statistics」により作成. 輸出はFOB価格, 輸入はCIF価格ベース.

出所：内閣府『今週の指標 No.642』2005年7月25日, 4/4頁

<http://www5.cao.go.jp/keizai3/shihyo/2005/0725/642.html>

「追いあげ型開放経済」にも共通したもので、これは輸入ビヘイビアの特性として表れると指摘する⁽¹²⁾。

しかしながら、確かに1990年代の輸入依存度は戦後通じてても低く、かつ、輸出依存度も低いようであるが、図表8のとおり、2000年代に入って輸出入依存度ともに90年代よりも高くなり、輸出依存度と輸入依存度の格差がほぼ2程度に縮小してきている。現在では、JETROの輸入促進部なども廃止されたし、米国などからの日本の輸入市場開放といった言葉は少なくなってきたようである。

現行において日本企業は、通常、付加価値の高級品を輸出し、海外生産を踏まえて低級品を輸入する二極化傾向が強く、かつ、従来どおり輸出志向型行動特性が維持されているといえよう。例えば、2006年5月で自動車生産量約80万台のうち、輸出は45万台程度であり、そのうち約20万台が北米市場向けでガソリン価格の上昇で低燃費の現地生産していないようなハイブリッド車や小型車の輸出が増加している⁽¹³⁾。日本企業は、過去の学習効果によるのか、まさにグローバル市場の間隙をかいくぐりながら、販売先市場を狙うのを得意としているといえよう。

(4) 世界のサービス貿易

2004年の世界サービス貿易は2兆997億ドルに拡大し、その項目別では輸送が4,961億ドル、旅行は6,222億ドル、その他サービス（金融・保険、通信、建設等）が9,814億ドルであって、特にEU25が牽引し、米国は世界最大のサービス貿易国であり、日本、中国、アジアNIESが好調であった⁽¹⁴⁾。

次に、海外生産等と関連して日本の直接投資について考察したい。

4. 日本の国・地域別対外・対内直接投資

(1) 日本の対外直接投資

日本の本格的な対外直接投資の増大は、前述したとおり日本企業の「受身的投資型行動特性」であるといえるが、1985年のプラザ合意に基づく円

図表8 貿易依存度

国(地域)	輸出依存度					輸入依存度				
	2000	2001	2002	2003	2004	2000	2001	2002	2003	2004
アジア										
日本	10.1	9.7	10.5	11.0	12.1	8.0	8.4	8.5	8.9	9.7
イスラエル	27.2	25.6	28.2	28.8	32.9	27.2	31.2	34.1	32.9	36.5
インド	9.1	9.0	9.7	9.6	10.5	11.1	10.5	11.2	12.0	13.7
インドネシア	39.6	34.9	30.1	26.9	27.7	26.4	22.9	19.1	17.7	20.2
オマーン	57.0	55.5	55.0	53.8	...	25.4	29.1	29.6	30.3	...
韓国	33.7	31.2	29.7	31.9	37.3	31.4	29.3	27.8	29.4	33.0
クウェート	52.5	47.6	43.6	49.5	...	19.3	23.1	25.6	26.3	...
サウジアラビア	41.1	37.1	38.4	43.5	50.2	16.0	17.0	17.1	17.2	17.8
シンガポール	149.0	141.8	141.4	156.0	168.1	145.5	135.1	131.5	138.5	153.4
タイ	56.4	56.2	53.7	56.1	59.6	50.7	53.6	51.0	52.9	58.4
中国	28.1	22.3	25.0	29.8	36.0	20.9	20.4	22.6	28.1	34.0
フィリピン	52.9	45.8	48.5	47.7	46.9	48.8	49.0	49.4	50.9	50.1
香港	122.1	116.6	125.0	144.2	159.1	128.7	123.5	129.8	149.5	166.4
マレーシア	108.8	100.0	98.0	95.8	106.8	90.7	83.9	83.9	79.0	89.4
北アメリカ										
アメリカ合衆国 a	8.0	7.2	6.6	6.6	7.0	12.8	11.6	11.5	11.9	13.0
カナダ b	38.2	36.3	34.3	31.4	30.7	33.0	31.0	30.1	27.5	27.5
メキシコ b	28.6	25.5	24.8	25.9	28.0	30.0	27.1	26.0	26.7	29.2
南アメリカ										
アルゼンチン	9.3	9.9	25.1	22.8	22.5	8.9	7.6	8.8	10.7	14.6
コロンビア	15.6	15.0	14.6	15.8	16.6	13.8	15.7	15.6	17.3	17.1
チリ	25.5	26.6	27.0	29.3	34.0	24.6	25.4	25.4	26.4	26.4
ブラジル	9.2	11.5	13.1	14.5	16.0	9.7	11.5	10.8	10.0	10.9
ベネズエラ	26.9	20.5	28.5	29.0	# 6.4	13.8	14.9	13.5	11.1	15.4
ヨーロッパ										
アイスランド	22.5	26.6	26.6	22.9	23.6	30.8	29.5	27.1	26.8	29.0
アイルランド	81.4	80.3	72.6	60.6	57.3	54.2	49.6	42.8	34.9	33.7
イギリス	19.5	18.6	17.6	16.8	16.0	23.2	22.4	21.3	21.1	21.2
イタリア	22.3	22.4	21.3	20.3	21.1	22.2	21.6	20.7	20.2	21.1
オーストリア	33.1	34.5	34.0	34.3	37.2	35.6	36.5	34.9	34.5	37.2
オランダ	57.6	56.2	52.6	50.4	54.8	53.7	50.9	46.1	45.3	48.9
ギリシャ	9.5	8.1	7.7	7.6	7.3	25.7	25.5	23.4	25.6	25.1
スイス	30.5	31.2	30.2	30.1	31.9	31.0	30.8	28.6	28.6	29.8
スウェーデン	36.3	34.5	33.6	33.9	35.5	30.5	28.8	27.4	27.9	28.9
スペイン	19.5	18.9	17.9	17.6	17.5	26.4	25.2	23.7	23.6	24.7
デンマーク	31.9	32.1	32.8	30.9	31.4	28.1	27.7	28.5	26.6	27.5
ドイツ	29.0	30.2	30.3	30.7	33.2	26.1	25.7	24.1	24.7	26.2
ノルウェー	36.1	34.9	31.2	30.5	32.6	20.6	19.4	18.2	17.9	19.2
ハンガリー	60.3	58.9	53.0	51.8	54.5	68.8	65.1	58.0	57.9	59.3
フランス c	22.6	22.2	21.3	20.4	20.7	23.4	22.5	21.4	20.7	21.6
ポルトガル	21.8	22.2	21.0	20.8	19.7	35.9	35.8	31.4	27.7	29.3
ロシア	40.6	33.2	31.1	31.5	31.6	18.9	19.3	19.4	19.4	18.2
ユーロ圏 d	15.6	15.3	15.1	14.3	15.0	15.4	14.7	13.6	13.3	14.1
アフリカ										
南アフリカ e	22.6	24.4	26.8	21.9	21.5	22.4	23.7	26.4	24.6	22.7
モロッコ	20.9	21.1	21.7	34.6	32.5	32.8
オセアニア										
オーストラリア	17.0	17.7	16.3	14.0	14.0	19.0	17.8	18.2	17.4	17.7
ニュージーランド	25.5	26.4	24.1	20.7	20.9	26.8	25.6	25.1	23.2	23.7

a 米領バージン諸島を含む。「輸出」はFAS(船側渡し)価格。 b 「輸入」はFOB価格。 c 海外県を含む。 d ユーロ圏内での貿易を除く。 e 南アフリカ関税同盟国(スワジランド、ナミビア、ボツワナ及びレソト)との貿易を除く。

出所：総務省 統計局・統計研究所

<http://www.stat.go.jp/data/sekai/09.htm>

高基調を契機に主にコスト条件の変化によるものであった。図表9が示すように2004年末の日本海外直接投資残高先の構成比は、北米の39.5%、西欧の27.4%、アジア20.6%の順となっている。他方で、04年度の対外直接投資額は355億ドル（図表10）、業種別で製造業が138億ドル、金融・保険分野（非製造業）が210億ドルであり、国・地域別では欧州向けの130億ドル、アジア向けの94億ドル、米国向けの47億ドルの順で対アジア投資が増大している⁽¹⁵⁾。欧米向けでは主にM&Aの案件が目立ち、アジア向けでは特に対中国投資（46億ドル）が大半を占め輸送機器、鉄鋼、電機、食品分野などへの投資が顕著であったのは、92年の鄧小平の「南巡講和」を契機としている。対アジアNIESが27億ドル、対ASEAN4は19億ドルであって、その中でタイ向け投資が12億ドル、対フィリピンが1.6億ドルの案件などもあった。

アジア向け対外投資が増えているのは、とりわけ日本が国際競争力を喪失した比較劣位化した家電製品のカラーテレビ、ステレオセット、VTRなどは2000年以降では海外生産比率は約90%にも達しているし、同家電製品はかつて日本が生産し国際市場を制覇したものであり、02年では日本企業平均の海外生産比率は17%程度となっている（93年で7.4%⁽¹⁶⁾）が、米国やドイツでは90年代後半ですでに30%を超えている状況である。そういう意味ではまだなお「受身的投資行動特性」といえるし、小島がいう米国などの比較優位産業から海外投資する「逆貿易志向的直接投資」とは反対の「順貿易志向的直接投資」に起因するものだろうか⁽¹⁷⁾。

昨今では、日本の自動車メーカーの対外投資が活発であり、図表11のとおり、1980年代の対米自動車摩擦を契機として投資が増加し、90年代後半から2000年代にかけて対英投資や日産・ルノーの提携等に伴い欧州向け投資が増大し、04年度では対中投資が目立ち、かつ、その他タイ、インドネシア、インドなどのアジア諸国への投資も増えている⁽¹⁸⁾。先進国米国から欧州そして昨今ではアジア向け投資が急増していることは、自動車の投

図表9 日本の国・地域別対外・対内直接投資残高

(単位:100万ドル, %)

	対外直接投資残高 (資産)				対内直接投資残高 (負債)			
	2002年末	2003年末	2004年末	構成比	2002年末	2003年末	2004年末	構成比
アジア	58,421	64,267	76,416	20.6	3,705	4,904	5,889	6.1
中国	12,408	15,296	20,208	5.4	80	90	90	0.1
アジアNIES	24,923	24,934	29,506	7.9	3,529	4,667	5,658	5.8
台湾	3,779	4,348	5,455	1.5	1,379	1,591	1,605	1.6
韓国	5,245	5,074	6,602	1.8	210	244	537	0.6
香港	5,471	5,686	6,275	1.7	1,460	1,793	2,136	2.2
シンガポール	10,428	9,826	11,175	3.0	480	1,039	1,380	1.4
ASEAN4	18,782	21,507	23,806	6.4	72	119	120	0.1
タイ	6,287	7,650	9,909	2.7	17	49	48	0.0
インドネシア	5,589	6,738	6,520	1.8	1	7	8	0.0
マレーシア	3,936	3,959	4,080	1.1	11	14	15	0.0
フィリピン	2,971	3,161	3,296	0.9	42	48	49	0.1
インド	1,311	1,507	1,756	0.5	8	10	10	0.0
北米	140,982	143,385	146,967	39.5	38,389	40,222	45,919	47.2
米国	136,190	139,195	142,302	38.3	35,743	36,612	40,872	42.0
カナダ	4,791	4,191	4,665	1.3	2,647	3,610	5,049	5.2
中南米	18,167	21,975	26,588	7.2	2,408	4,764	3,004	3.1
メキシコ	2,576	2,870	2,888	0.8	3	5	5	0.0
ブラジル	3,974	4,920	4,560	1.2	12	14	33	0.0
ケイマン諸島(英)	8,583	10,417	15,008	4.0	1,749	4,186	2,666	2.7
大洋州	11,852	13,632	15,091	4.1	540	618	637	0.7
オーストラリア	9,962	11,518	12,844	3.5	536	612	634	0.7
ニュージーランド	558	805	850	0.2	2	3	4	0.0
西欧	72,404	87,573	101,886	27.4	33,350	39,273	41,779	42.9
ドイツ	4,689	6,871	6,990	1.9	4,142	4,978	3,915	4.0
英国	26,299	24,429	26,845	7.2	2,695	1,692	2,310	2.4
フランス	5,411	7,279	12,937	3.5	10,348	12,321	13,693	14.1
イタリア	22,916	33,698	36,499	9.8	9,868	13,541	14,210	14.6
オランダ	1,058	844	1,092	0.3	425	517	555	0.6
ベルギー	5,148	7,157	8,848	2.4	564	540	613	0.6
ルクセンブルク	1,168	897	1,107	0.3	1,602	1,827	1,650	1.7
スイス	1,265	1,173	1,035	0.3	2,778	2,646	3,172	3.3
スウェーデン	1,067	1,315	1,560	0.4	218	463	542	0.6
スペイン	850	969	1,150	0.3	32	54	186	0.2
東欧・ロシア等	732	1,142	1,551	0.4	46	51	52	0.1
ロシア	50	14	87	0.0	45	51	53	0.1
中東	893	900	1,022	0.3	46	6	9	0.0
サウジアラビア	820	803	859	0.2	22	2	2	0.0
アラブ首長国連邦	43	44	39	0.0	0	1	2	0.0
イラン	5	5	5	0.0	-	-	-	-
アフリカ	1,232	2,052	1,628	0.4	1	1	△12	△0.0
南アフリカ共和国	519	1,070	967	0.3	-	-	-	-
国際機関	-	-	-	0.0	-	-	-	-
OECD諸国	232,323	252,257	273,288	73.5	72,442	80,291	88,785	91.2
ASEAN	29,975	32,035	35,794	9.6	552	1,159	1,501	1.5
EU15	70,531	85,791	-	-	30,512	36,548	n.a.	n.a.
EU25	n.a.	n.a.	101,417	27.3	n.a.	n.a.	38,503	39.6
合計	305,585	335,911	371,755	100.0	78,490	89,838	97,305	100.0

[注] ①円建てで公表された数値を日銀インターバンク・期末レートによりドル換算。

②対内外ともに、「△」は引き揚げ超過を示す。

③「0」は単位未満、「-」は実績なしを示す。

④OECD諸国はEU15、オーストラリア、カナダ、アイスランド、ニュージーランド、ノルウェー、スイス、トルコ、米国、メキシコ、チェコ、ハンガリー、韓国、ポーランドの28カ国。

⑤ASEANはインドネシア、シンガポール、タイ、フィリピン、マレーシア、ブルネイ、ベトナム、ラオス、ミャンマー、カンボジアの10カ国。

[資料] 「本邦対外資産負債残高統計」(財務省、日本銀行)、「外国為替相場」(日本銀行)から作成。

出所; ジェトロ編『2005年版 ジェトロ貿易投資白書』2005年, 403頁

資はアジア諸国のGDPの増加により国内需要が高まり、内販型へとシフトしていることを示唆している。

アジア諸国での中国・タイ・インドネシア・インド・フィリピンなどへの対外投資が目立っていることは、大石・天野・山田（1998）⁽¹⁹⁾の調査における「相性のよしあし」の基準に不思議に合致するのである。

（2）日本の対内直接投資

2004年末の日本の対内直接投資残高（973億500万ドル）における構成比（図表9）を見ると北米の47.2%、西欧の42.9%、アジアの6.1%の順であり、先進国欧米からの対日投資が大半を占めており、今後においてアジアからの対日投資もより一層経済成長した段階で増えてくるものと予測される。図表12に見るようにここ数年対内投資も増加しているものの、ようやく04年度において初めて対外投資を上回る374億ドル5,900万ドルに達し、その大半は「貸付」の急増に伴う特殊要因によるものであって、その内訳は、金融・保険業、通信業分野等の非製造業の365億700万ドルに対して製造業向けは9億5,200万ドルに過ぎなかった⁽²⁰⁾。

日本の対内直接投資は、対外直接投資と比較して2004年の残高（図表9）で見ると、その比率は0.26であり欧米の比率0.6－0.9と比べても低い状況であり、その阻害要因は最近の経済産業省による「外資系企業動向調査」によれば、人件費や事務所の賃料の高さ、顧客のニーズの高さ、高税率、流通経路の複雑さ、競争制限的な商慣行などが挙げられている。もちろん、対内・対外直接投資が1対16などといった時代と比べれば昨今の対日投資が増加したのは、規制緩和、経営破綻企業のM&Aなどによる以前と比較して魅力的市場になったことは否めない。これは、概して筆者も過去において何度も指摘しているように、日本人が持つ閉鎖的心理・慣行のオープンネス不足が起因しているものと想定される⁽²¹⁾。

ただし、昨今では対日M&Aの動きが若干活発化し、外資系企業の設備投資、研究開発投資（R&D）なども促進されつつあるといわれ、例えば

図表10 日本の対外直接投資動向<報告・届け出ベース>

(単位：100万ドル, %, 件)

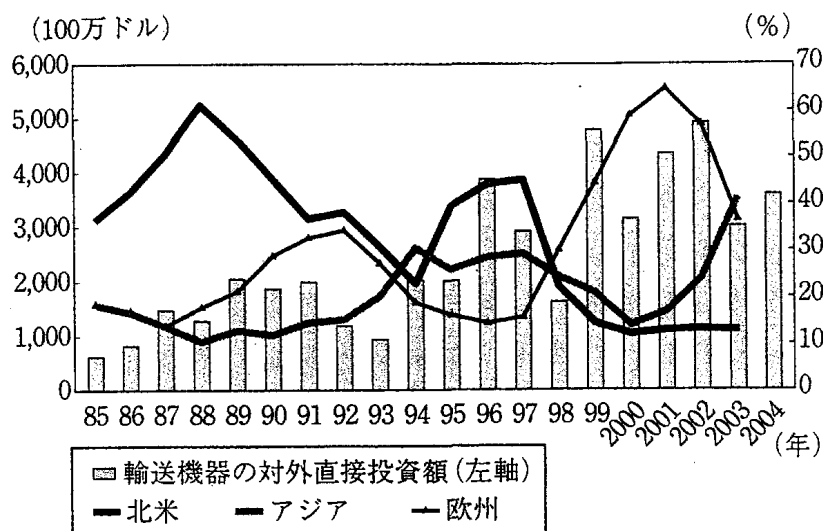
		2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度
製 造 業	金 額	11,741	14,218	14,689	16,246	13,750
	伸び率	△72.3	21.1	3.3	10.6	△15.4
	件 数	536	536	641	603	649
非 製 造 業	金 額	37,043	17,796	21,860	19,599	21,010
	伸び率	48.7	△52.0	22.8	△10.3	7.2
	件 数	1,178	1,244	1,516	1,802	2,083
支 店	金 額	251	283	309	248	788
	伸び率	22.0	13.1	9.1	△19.9	218.3
	件 数	3	6	7	6	1
合 計	金 額	49,034	32,297	36,858	36,092	35,548
	伸び率	△27.4	△34.1	14.1	△2.1	△1.5
	件 数	1,717	1,786	2,164	2,411	2,733

[注] 円建てで公表された数値を日銀インターバンク・期中平均レートをを用いてドル換算。

[資料] 「対外及び対内直接投資状況」(財務省), 「外国為替相場」(日本銀行) から作成。

出所；ジェトロ編『2005年版 ジェトロ貿易投資白書』2005年, 22頁

図表11 日本の輸送機器分野の対外直接投資額と地域別構成比(3年移動平均)の推移



[注] 金額は原系列, 地域別構成比は3年移動平均値の構成比。

[資料] 「対外及び対内直接投資状況」(財務省), 「財政金融統計月報」(財務総合政策研究所), 「外国為替相場」(日本銀行) から作成。

出所；ジェトロ編『2005年版 ジェトロ貿易投資白書』2005年, 24頁

米国のシスコ・システムズ、AMD、デュポン、フランスの日本ロシアル（化粧品）などが挙げられる⁽²²⁾。いずれにせよ、対日投資しやすいM&Aなどに伴う法整備、インフラ整備などの環境整備が急務であろう。

5. アジア地域の分業構造の変化

従来先進国と発展途上国の国際分業は、先進国が最終生産物または工業品を発展途上国へ輸出し、付加価値の低い原材料を輸入する垂直的国際分業であった。しかし、今日では中国、アジアNIES、ASEAN諸国の著しい経済発展に伴い、現在、日本と同一産業内の水平的国際分業が進展している。

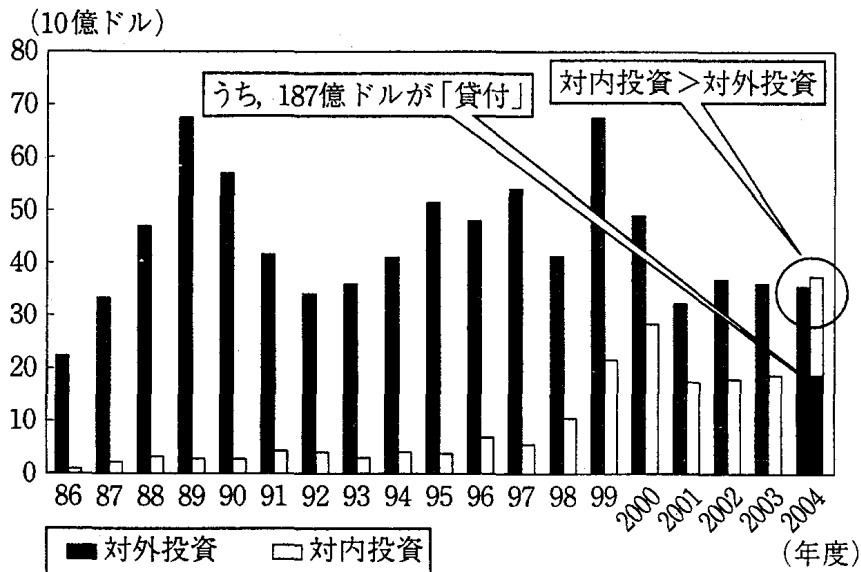
(1) 1985年以前の分業構造⁽²³⁾

アジア地域の分業の構造変化からみると1985年以前、資本は主に米国、技術・資本財が主に日本からアジアNIESにそれぞれ提供され、機械類・雑製品が対米に輸出された（図表13）。

アジアNIES諸国は1960年代、70年代を通じて輸出振興政策に基づき積極的な技術導入、設備投資、外資導入等を行いインフラの整備を促進し、80年代にはすでに相対的に安く良質な労働力・技術力を具備した、いわゆる外国企業が進出可能な素地ができていた。

1980年代初期において、レーガノミクスによる米国の内需拡大に伴い、かつ、ドル高・高金利・賃金等の高騰に基づき、米国メーカーは労働集約型・加工組立型の産業についてコスト条件を削減するため、いわばアジアNIESがアウトソーシングの供給基地となり、直接投資、技術供与、委託生産等により、衣類等の軽工業品及び家電製品・事務用機器部品等の機械類の輸出が増大した。他方で、80年代前半において日本は韓国・台湾に対しては米国よりもより多くの技術供与や資本財の供給が活発化していたが、直接投資は停滞していた。

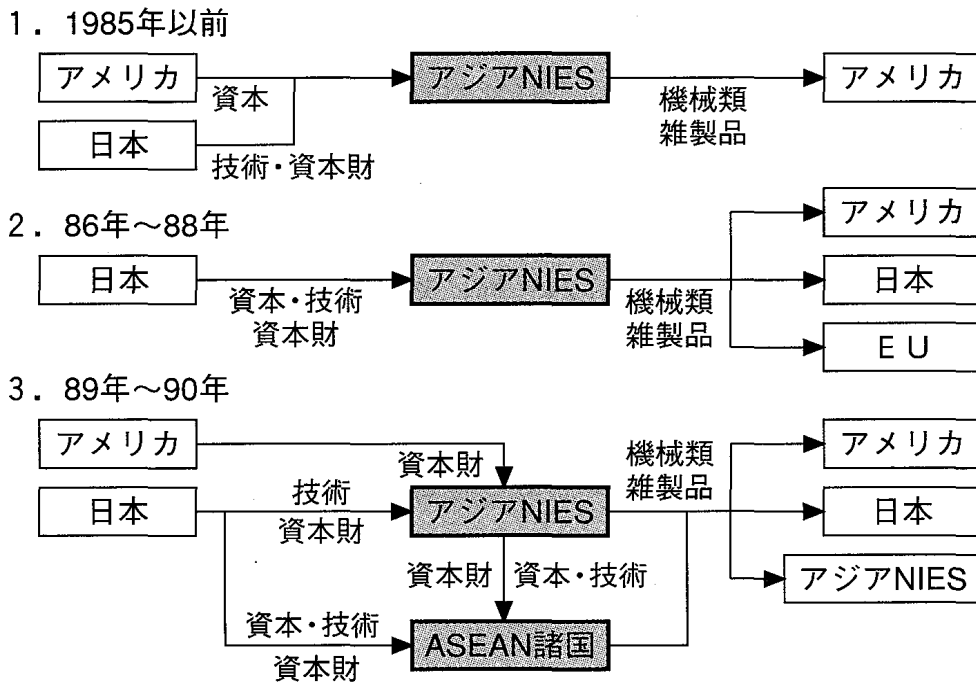
図表12 日本の直接投資の推移



〔資料〕「対外及び対内直接投資状況」（財務省）から作成。

出所；ジェトロ編『2005年版 ジェトロ貿易投資白書』2005年，25頁

図表13 アジア地域の分業構造の変化



出所；通産省編『通商白書 平成4年版』1992年，130頁

(2) 1986—88年の分業構造⁽²⁴⁾

1986—88年では、日本から主に資本・技術・資本財がNIESに対して供与され、製品が米国・日本・EUに輸出された(図表13)。

1985年のプラザ合意の米ドルに対する円高、アジアNIES通貨対円安等の要因で日本の国際競争力が低下し、日本企業は比較的到低賃金のアジアNIESにアウトソーシングを行い、同地域からの機械類・雑製品等の輸入が急増し、他方で米国は日本よりもアジアNIESから自動車、通信機器、音響機器等の輸入が拡大し、EUに対しても同じような現象が見られた。

(3) 1989—90年の分業構造⁽²⁵⁾

1989—90年には、日本が技術・資本財を、米国が資本財をアジアNIESに提供し、製品が米国・日本のほかにアジアNIES域内へ輸出拡大されたが、労働集約的製品の国際競争力を失い、日本やアジアNIESが資本・技術・資本財をASEAN諸国へ供与していった後、中国が台頭し世界の工場へと進展していく(図表13)。

アジアNIESは、外需主導で高度経済成長を遂げたが、賃金の高騰、物価の上昇などにより労働集約的な雑製品等の輸出の停滞、輸入の急増、アジアNIES通貨高により雑製品・原料別製品等・労働集約的財の価格競争力の喪失に伴って、労働賃金の安いASEAN諸国へ移行して行くのであった。アジアNIESでは、韓国と台湾を中心として消費の拡大が生じ、自動車などの耐久消費財も需要が増え、設備投資も活発であり資本財・耐久消費財等の輸入急増となり、GDPにおける外需寄与はマイナスと変化した。この結果としてアジアNIES諸国自体がASEAN諸国へ対外投資するような状況にも転じた。

(4) 1989年の韓国企業調査による検証⁽²⁶⁾ (図表14)

筆者は当時韓国を訪れ、家電メーカーを中心にインタビュー調査を図表14のとおり行った。上記のとおり、韓国では労賃の高騰等で雑製品については国際競争力を失い、特にテレビや音響製品などはASEAN諸国へ移転

しつつあり、当時の韓国企業はコンピュータに主力をおくようになってきた。三星グループの同製品の輸出先を見ても米国50%、台湾30%、日本10%などと言明しているとおおり、対米国・アジアNIES・日本市場へと市場が多角化してきているし、日本からの資本財・技術の輸入はあまり変化が見られなかった。当時の日本企業も韓国の労働集約的製品等については、あまりコスト条件に魅力がなくなり、投資も韓国からASEAN諸国へ切り替えるケースが目立ってきた。また、日本企業の閉鎖性が指摘されている。

図表14 韓国企業調査（1989年9月5日～8日）

日韓企業に関しては、時間的制約などもあって、調査というよりは事前の質問票などの確認なしに、私の過去における実際の取引経験に重きをおき、すべてインタビューに基づいた。その面接した企業の幹部のほとんどは、顔見知りであり、主に交換関係を重視した。対象企業は、主に家電製品を製造している大手企業である。日本では、日本企業2社、韓国企業の日本支社が1社であり、韓国では、韓国企業6社、日本商社韓国支店1社である。標本数としては少ないが、周知のように日韓ともに家電業界は寡占企業によって占められ、日本の場合はともかくとして、韓国企業6社は韓国の家電メーカーの代表的なものをほとんど網羅している。ただし、本調査は事前の予備的調査であり、今後本格的な調査を時間をかけて施行していく予定であるので、調査の定量的厳密性よりも定性的な部分を抽出することに焦点をおいた参与観察的度合いが強い。

本調査の趣旨は、「三国企業間の交換関係・交換フロー」の最小分析単位の network triad およびその仮説的命題の実証化を目的とするものである。したがって、日韓企業を調査するとともに、最終買い手企業として米国企業を選定し、今後日韓米三国企業を調査したいと考えている。少なくとも今回の調査は、日韓企業の精神構造を分析するうえでは、役だったと考えられる。

まず、日本企業の行動特性については、私はすでに IMP グループのヨーロッパ企業の実態調査を参考にして、日本企業の仮説を設定している。ただし、その仮説検証はいまだ行っていないが、このような日本企業の行動特性を一応前提として、日本側の2社のインタビューを要約すると、次のとおりである。

1. 2社が韓国企業と行っている主な取引は、第一に韓国企業の既存の製品

モデルに対して、単に日本側のブランドをマークしたものを購入すること（製品のデザイン多少変更する）、第二に委託生産契約に基づくこと（日本側からすれば、OEM）、第三に韓国との合弁企業によることなどに分けられる。その製品の内容は、カラーテレビ、エアコン、電子レンジ、音響製品、ブラウン管などである。日本企業の取引先は、いずれも韓国調査6企業のなかにある。

2. 日本側からみた韓国企業の問題点は、納期の問題、労働争議、海外へ良い人材が派遣されていて韓国本社自体が人材不足、質問に対する返事が少ないこと、アフターサービス、部品の問題、価格競争力がなくなってきたなどである。
3. 技術的側面では、韓国企業の設計技術は多少高いが、生産技術はいまだ低く、技術者の裾野が広がっていない。現に日本企業の1社の場合には、韓国企業の製品の欠陥率が日本企業の約2倍であるという。
4. 社会的交換の側面では、最終的には感情的になりがちであって、日韓両国の民族問題にさかのぼる場合がある。
5. 日本企業の1社は、現在では韓国企業の技術レベルは、日本のそれよりも低い、もし仮に韓国が欧米諸国のようにより民主化され、一層自由になった場合、現在アメリカなどの大学を卒業し居住している韓国の技術者が、韓国に帰国したときにはその技術レベルは高くなり、日本にとっても大いに脅威になるのではないかと指摘している。しかし、2社はともに、韓国の家電の価格競争力が喪失している、今後においてあまり日本企業にとってメリットを感じておらず、むしろタイ、フィリピン、インドネシアなどのほかのアジア諸国のほうへ目をむけているようである。ただし、日本から韓国に対する部品輸出については、今後とも魅力を持っている。

韓国の家電製品の輸出は、1988年になって韓国総輸出の約3割を占め、品目べつではトップの座につき従来の繊維を追い抜いた。かつ、私が1980年代を前後して、韓国企業から家電製品を買付け、ヨーロッパ大手企業などに販売したさいには、主に韓国企業は同市場の輸入業者経由で販売していた。各企業も、海外流通チャンネルに関する知識も乏しく、われわれ日本商社ですら介入するチャンスがあったが、その後韓国側は現地の輸入業者を切り、直接にチェーン・ストアやメーカーなどへ販売攻勢をかけ、現地に海外支店などをも設置した。いわば、はじめは商社などの販売網を活用しながら、直接貿易にかえていくような日本家電業界が歩んだような同じパターンを踏襲したといえる。

現在では、日本メーカーが、韓国製品を買付け、例えばアメリカ市場に販売する商社的役割を演じている。とすれば、いずれ現行の日本からの対韓国

企業への注文分は、韓国企業によって取って代わられてしまうのであろうか。日本のメーカーの場合にはまずそれはありえないであろう。なぜならば、日本企業は、ブランド、流通チャンネル、経営技術、開発技術、アフターサービスなどの「無形的比較優位」を有しているからである。もちろん、日本企業が無形的比較優位を喪失したときには、販売市場を奪われるかもしれない。日本や韓国メーカーによって商社が市場を奪われたのは、商社自体が無形的比較優位を保持していなかったということにもなる。事実、自己の工場をもたないが無形的比較優位を有する日本商社は韓国メーカーを下請けにしている場合がある。韓国企業が今後進展していくには、自己のブランドなりの無形的比較優位を海外市場で確立していくほかないであろう。このような説明によって、製品コスト比較優位の「有形的比較優位」、および今日顕著になっている「無形的比較優位」の区別ができるのではないか。したがって、上記第5項で日本企業が韓国企業に魅力がなくなったというのは、韓国が特定製品の「有形的比較優位」を喪失したからである。韓国企業にしても、一定の製品に関して無形的比較優位を海外市場で獲得し、有形的比較優位を失うならば、他のアジア諸国などから製品供給を模索するであろう。いわば、有形的比較優位→無形的比較優位の循環によってアメリカ→日本→韓国→タイなどとサイクル化しているといえよう。この現象は、渡辺のいう「重層的追跡」によるものなのであろうか。ただし、我国はアメリカなどと相違するところは、当初完成品で有形的比較優位、次にその完成品を第三国で生産することによって無形的比較優位を維持し、他方で完成品の心臓部の部品を第三国に供給し有形的比較優位を保つことである。いわば、二重構造的有形的比較優位性を保持していることである。

次に、韓国企業とのインタビューの概略は、次のとおりである。

1. 韓国企業が、日本企業と取引交渉するとき、日本側はopen mindではなく、何を要求しているのかハッキリしない場合が多い。
2. 日本企業に働く一人一人は、取り立てて能力が高いとは思えないが、その集結力に脅威を感じる。
3. 日本企業は、集団意思決定を行うので、韓国側にとっては困惑することが多い。たとえば、次から次へと日本担当者が訪韓し、事務レベルで話をつけたと思ったら、また次の担当者が来るといったように、日本企業では誰が一体、最終意思決定を行うのか、不明確である。各担当者が婉曲的で、曖昧であることは、ハッキリさせると日本特有の村八分になってしまうことによるのではないか。韓国であれば、日本より個人志向が強いし、担当者の意思を明確に主張するし、会社側が取り上げねば、自分の意見を採用してくれる他の会社に移籍してしまう。

4. 日本側の売り手・買い手企業にしても傲慢な態度を取ることが多いように思われる。
 5. 韓国企業は、欧米企業のようにコミュニケーション・チャンネルを一本化する傾向が強いが、日本企業はマルチ・チャンネルであり、混乱する場合が多い。日本側は、たとえ英語が話せるにしても、日本語しか話さないことが多い。
 6. 韓国企業の若い担当者は、日本企業との取引交渉でとかく短気になりがちであって、彼らをなだめるのは相対的に日本語ができる年長者である場合が多い。
 7. 韓国企業の国際マーケティング戦略は、Quality, Delivery, Cost-downを主張している。Priceというかわりに Cost-down とするのは、従来の韓国製品に対する単なる cheap というイメージから、品質を含めた経済性を強調することにあるという。
 8. 日本企業の韓国企業に対する技術移転は、日本企業が欧米企業から学んだでがらし的なものを、移転しているにすぎない。その例として、米国などの場合には、完成品をいきなり assemble することが多いのであるが、日本企業は肝心な部品を日本から供給し、すべて assemble させようとしなない。次に、韓国における日本商社とのインタビューについて述べてみる。
1. 日本では、よく韓国企業の技術者が、日本企業で学んだ技術を韓国に帰国して、仲間たちに教示せず、他の企業にその技術をもって移籍してしまうことが多いといわれる。しかし、日本で教える技術はもちろん先端技術でもないし、いわば工場管理技術の場合が通常である。管理技術を日本で学んだとしても、韓国企業に戻ったときに、韓国企業の環境が日本企業と違ふし、同僚に教えられるような環境がまずないということであろう。たとえば、機械を動かす油にしても、日本の工場では1, 2, 3, 4, 5などといった等級のものがあつたとしても、韓国工場では1, 3, 5の等級の油しかなければ日本の油に近いものしか選べない。そこですでに、日本企業との格差がでてしまい、経営者からはなんら技術を習得してこなかったかと不平をいわれる。個人主義の強い韓国技術者は、日本と同等の環境を与えてくれる他の企業に移籍してしまうのは当然の帰結になってしまうのであろう。
 2. 通常技術移転といっても、上で述べたように最新技術を日本側が教えるわけがない。単に、生産技術といったほうがよい。日本側は、部分的な管理技術であるにもかかわらず、出し惜しみをし、技術指導料を多くとろうとし、極言すればただ意地悪である場合が多いのではないか。
 3. 機械などの場合、韓国などでは1割、2割程度の cost-down にしかならない。日本側は、倍とか大きな cost-down を期待していることが多く、し

たがって韓国よりもタイ国などのよりコストの安いところに移管したがる。しかしながら、タイ国にしてもいずれ韓国と同じように、コストも上がるだろうし、おそらく品質の問題などでもいろいろな困難に直面する可能性があるかもしれない。そして、結局はまた韓国に戻る可能性もある。韓国との関係をもっと抜本的に考える時期に来ているのではないか。

4. 一般的に工場の現場などで働くことが、韓国では卑しいという観念があり、技術や生産などの分野では問題となりがちである。したがって、韓国経済が発展することによって、韓国は製品の輸入に依存しがちになり、韓国内で生産することが怠りがちになり、逆に韓国経済力を弱める懸念性があるかもしれない。そういう意味では、米国と類似性を持っている。

（5）現在の分業構造

現在では、日本・アジアNIESが中間財を生産し、中国・ASEANが同財を輸入することによって最終財に組立て米欧や日本へ輸出するグローバルソーシング拠点ばかりではなく、アジア市場自体の需要拡大により現地でグローバルマーケティングを展開している。すなわち、アジア諸国は消費財工業品の輸入⇒国内投資⇒生産⇒輸出といった雁行型形態経済発展の経路を辿り、さらに日本は海外投資⇒技術移転⇒現地生産⇒現地販売・輸入・仲介貿易による欧米市場等への販売などと進展させ、経済成長を維持している。アジアNIESの中で韓国や台湾が日本を追従するような特性が強いようであり、貿易と連関して投資でも雁行型形態的特徴を示唆している。かつ、日本企業は完成品で比較優位を喪失すれば、その心臓部品に特化し比較優位を維持する点が米国企業などとは異なっている。

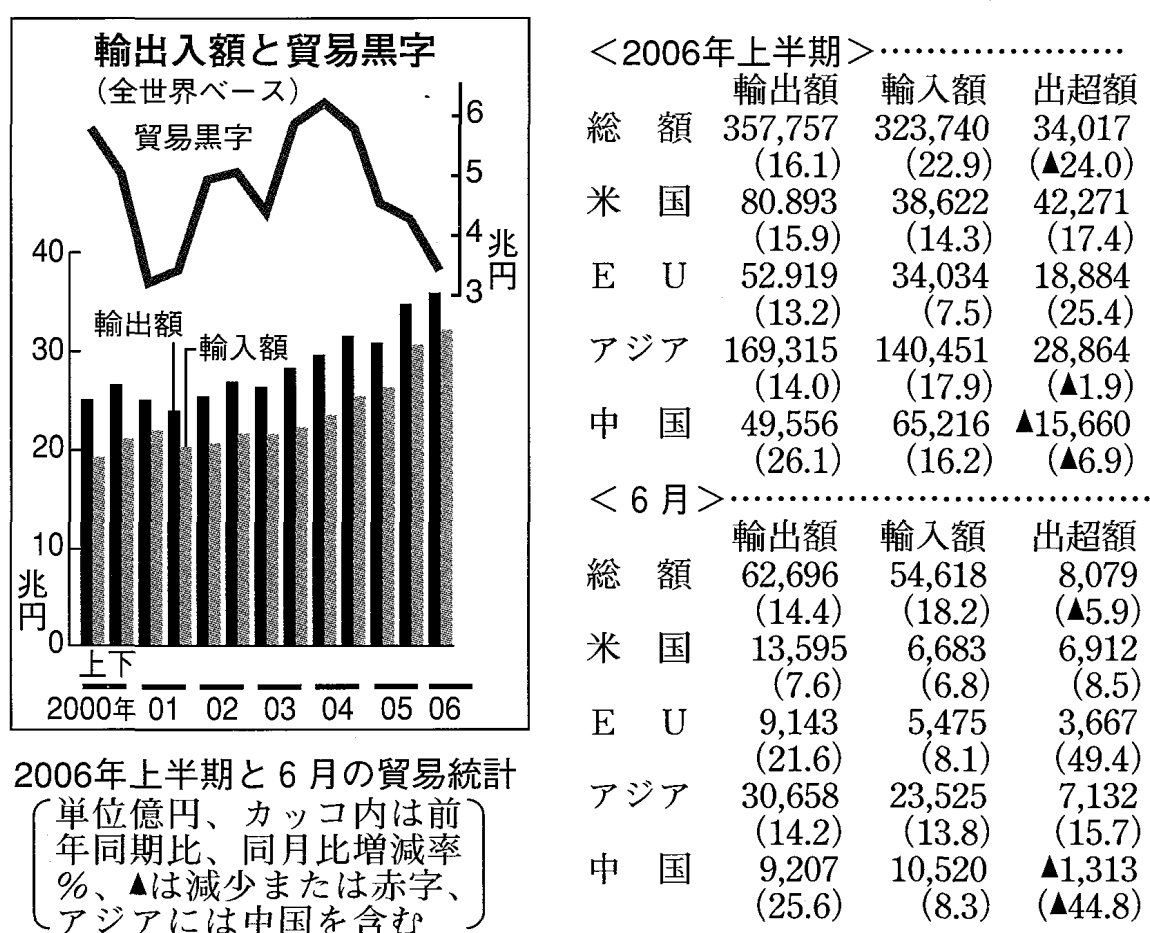
6. 最新データ（2006年1－6月貿易統計）に基づく日本貿易の実状分析

図表15のとおり、2006年上半期の統計では貿易黒字が前年水準を下回るの4期連続であり、輸出から輸入額を差引いた差額が縮小していることは輸入依存度が高まっていることを示唆している。これは主に中東の原油高騰、中国からの衣類輸入の拡大によるものであり、かつ世界経済の拡大

も背景にあって輸出も自動車や電子部品等が好調であった。もう少し時間を経なければ即断できないが、前述したとおり2000年代は1990年代と比較して日本の貿易構造に変化を見せているようである。

以上のとおり、主にマクロ経済を中心として考察してきたが、世界経済の環境条件の変化に伴う日本企業の戦略的対応について検討したい。

図表15



出所；2006年7月26日付『日本経済新聞』夕刊。

注

(1) Yamada, T. (1988), "The Preliminary Model of Japanese International Marketing Towards 'Flexible International Management Theory'," Proceedings of the IMP Conference, UMIST, UK の第三章を参考にし、

発展させた拙著（1989）「豊かな経済と貿易—国際収支表にない精神文化の交易—」（横浜商科大学公開講座委員会編『「豊かさ」と社会』南窓社，1989年，134-141頁に基づいて拙著（粕谷慶治との共著）『国際貿易論』学文社，1990年を発刊し，本稿は同書，217-225頁からの引用．参考文献等については，同書等を参照されたい．

- (2) 拙編著『21世紀国際ビジネスの展望—日本のグローバリズムは可能か』白桃書房，1993年，21-24頁より引用．
- (3) 2006年5月17日付け『日本経済新聞』朝刊．
- (4) 国土交通省『観光白書（平成17年版）2005年，10-51頁．
- (5) ジェトロ編『2005年版 ジェトロ貿易投資白書』2005年，6—7頁．
- (6) 同上書，1-2頁．
- (7) 同上書，2頁．
- (8) 例えば，前掲拙編著『21世紀国際ビジネスの展望』24—40頁，拙著「貿易摩擦・円高と海外直接投資」齋藤祥男編著『国際経営戦略』同文館，1996年，第3章，49—71頁などを参照されたい．
- (9) 小島清『雁行型経済発展論（第1巻）日本経済・アジア経済・世界経済』文真堂，2003年，115-117頁．
- (10) 同上書，111頁．
- (11) 同上書，112頁．
- (12) 同上書，119頁．
- (13) 2006年6月30日付け『日本経済新聞』朝刊．
- (14) ジェトロ編，前掲書，10-11頁．
- (15) ジェトロ編，前掲書，22-23頁．
- (16) http://www.metigo.jp/policy/recycle/main/3r.policy/pdf/global/ret_01.pdf，経済産業省ホームページ．
- (17) 小島清，前掲書，31-47頁．
- (18) ジェトロ編，前掲書，24-25頁．
- (19) 大石敏朗・天野史朗・山田晃久「アジア諸国等の日本的経営・技術移転の現状と将来—「相性のよしあし」の視点からの分析を中心に—」日本貿易学会『年報』第35号，1998年，20-25頁（共通論題）．JODC（財団法人海外貿易開発協会）との共同調査による．
- (20) ジェトロ編，前掲書，25-28頁．

-
- (21) 例えば、拙稿「経済的合理性における価値観—経済的・社会的交換の企業経営原理への一試論—」横浜商科大学学術研究会編『横浜商大論集』第24巻第1号，1990年，77-110頁を参照，拙著「ITと国際ビジネス—21世紀日本のグローバル・ビジネス戦略と変革—」横浜商科大学公開講座18『IT革命と新世紀の社会』南窓社，2002年，165-198頁などを参照。
 - (22) ジェトロ編，前掲書，26-27頁。
 - (23) 通商産業省編『通商白書 平成4年版』1992年，129-131頁。
 - (24) 同上書，131-133頁。
 - (25) 同上書，133-135頁。
 - (26) 韓国企業調査については，前掲拙稿，95-105頁，前掲拙編著『21世紀国際ビジネスの展望』174-180頁などを参照されたい。

V. 日本製造業—商社—小売業三位一体化のシナジー統合効果

日本企業の2005年3月期の上場企業（金融，進行3市場を除く）では約30%が海外利益であり，地域別では第1位の米州に次いでアジア・オセアニアが第2位であり，アジア地域が年々増加している。海外利益が高い企業は，自動車・家電メーカーや総合商社であり，大手小売業はこの部類に属していないが，昨今の商品の開発輸入によって国内市場で恩恵にあずかっているし，イトーヨーカ堂は中国市場で昨今出店拡大に転じ，伊藤忠商事も一部関与している。

日本の製造業は戦後，品質の良い製品を安く大量生産により輸出し現在の技術と富を築いた。その結果，米国は対日貿易摩擦を軽減し世界のヘゲモニーを維持するため，プラザ合意の円高基調によって日本の完成品の国際競争力をそいだが，日本は海外投資を増やし部品等の中間財を輸出し海外生産と仲介貿易によってグローバル市場への完成品の供給を補填した。

現在の日本では，高度の研究開発・技術開発・マーケティング・ファイナンス・ロジスティクス分野は日本本社が知識創発型のプロセスを行い，

製品の量産プロセスや一部の部品生産を海外へ移管しているものの、製品の試作・心臓部品の生産・少量生産を日本国内拠点で保持している。1990年代に入って日米金融摩擦を軽減する上で、日本政府は米国に対して年金及び郵貯の運用枠を与えて問題解決を図った。

ここ数年間では日本経済は好況になったというが、業界や企業によってはその格差が大きくその明暗が激しいので、まず筆者が1990年代の不況時代に著した拙稿「日本の貿易システムのグローバル化—商社・小売業・製造業の役割分担⁽¹⁾」について考察し、かつ、現在を把握することによってその将来を予測してみたい。したがって、本章の第1節から第5節までは90年代のデータに基づき、第6節から第8節までは主に2000年以降のデータによる。

1. 1990年代の日本経済

1990年代の世界における証券投資、直接投資、財・サービス貿易の増加比率を見ると、ここ10年間ほどで最も増加比率が高いのは証券投資であり、次に比率が高いのは直接投資、そして財貿易・サービス貿易との順となっている。これは企業によって異なるだろうが、企業が現行でビジネスチャンスが得られる順位を示しているともいえる。

特に、米国の場合には世界の株価を先導し、これが世界経済を牽引しているといっても過言ではない。他方で、実体経済的モノ作りを得意とし、かつて日本的経営を礼賛された日本企業が出遅れており、米国と比較して足踏み状態にある。

さらに、1970年代の固定相場制から変動相場制への移行期や、石油ショック時に同じだったように、現在でもマスコミが「ウチ集团的で自ら外にむけて物事を客観的に考えられないように育成された」と思われる日本国民に対して、必要以上に危機感をあおりたてているので、不確実性の高い現実世界の中で国民は心理的にも滅入り、ますます「迷える羊」となって

しまっているのではないか。すなわち、これがひいては国民の心理的購買力をそぎ、小売業の売上高は伸びないから、日本経済は「心理的ワナ」にはまり込んでいる。

国民消費の需要が伸びないので、これが企業の売上高に対し悪影響を及ぼし伸び悩んだ結果、企業は全体のコストを下げるため新しい分野を開拓しチャンスを探るより、最も手っ取り早い人員削減のリストラに走らざるを得なくなる。そして国民所得の家計・企業・政府の経済がバランスをくずして悪循環をもたらしてしまう。結局はGDPの伸びは、「心理的」作用によって大きく左右されるのである。

このような袋小路の日本経済をいかに牽引し、かつてのような自由闊達な経済に戻すことができないのであろうか。この問題解決の一方法としては、筆者は天然資源を持たない日本が明治時代から創意工夫して造り上げてきた日本の貿易ビジネス・システム—総合商社（以下、商社ともいう）・製造業者・小売流通業者—について再点検し、そのあり方問うことによって日本の将来を模索してみたい。この場合、「心理特性—行動—企業成果」の枠組み（山田（1994, 1997）等）を援用する。なお、全国大会報告では、日本貿易ビジネス・システムの背景（粕谷・山田（1990）、山田編著（1993）等）ならびに日本企業の行動特性（山田（1996））とその仮説（山田（1998, 1999）、山田（1998, 英文論文 1998））についても述べたが、ここでは割愛する。

2. 欧米のグローバル戦略と日本の対応

筆者が実務界から学界に入った当時、自分が経験していた貿易ビジネスと、一般の学界で主張されるものと非常に違和感を持った。すなわち、本稿の目的は、日本の国際取引の主体に関する枠組みについて、西欧がいう科学主義に基づく「経済人」にベースを置くのではなく、生身の人間に近い現実の経験主義に根をおろした「商人」に基本を置いて、日本の貿易ビ

ビジネス・システム全体の再構築について考察するところにある。

第Ⅳ章で述べたように日本の貿易が本格的にスタートしたのは明治維新以降で、1858年に日米修好条約が締結され、横浜は翌年に開港し早くも96軒の貿易商が現れたという。当時、米国がアクセスした一つの理由は、日本を中国との貿易の足掛りにしたかったことで今日でも同じ傾向が強い。これは今に始まったわけではなく、西欧が16世紀半ばに宣教師を通じ日本に接触した頃、ザビエル(F. Xavier)が日本の原点は中国だと考え伝道に赴いた時からである。すなわち、この時代から西欧の対アジア戦略は開始されていたといえる⁽²⁾。

今や現在では、ISO規格、マイクロソフトのウィンドウズ、ソロスなどが率いるヘッジファンド・グループのような欧米のグローバル化戦略の仕掛け作りが胎動している。

日本が世界に広く知られるようになったのは明治以後で、特に貿易が大きな役割を果たしてきた。大ざっぱに日本の貿易ビジネス行動を見る場合、明治から戦前までは総合商社・中小企業を軸とする輸出活動であった。戦後は輸出から大手製造業を中心とする輸出ビジネス、貿易摩擦や1985年のプラザ合意以降の円高要因等による海外生産と製品輸入ビジネスの促進を経て、21世紀にグローバルビジネスのメガコンペション（巨大競争）の時代を迎えている。

現代の世界を展望すると、アングロサクソン系の英米は主に軍事、政治、情報、金融に先鋭化し、欧州は旧来のように相互に争っては自滅する危機感から、ユーロ誕生のごとく文化的価値観の共有に基づく信頼感と合理主義をかみ合わせながら統合化を図っている。このような中で日本が存続しうるには、実体的開発・生産技術、流通技術と仲介役の商社を軸とし各々の役割分担を徹底し、日本の貿易ビジネス・システム全体の戦略をグローバル化するのも一方策といえる。

したがって、最初に日本の貿易ビジネス・システムの背景を理解するこ

とが重要であるので、これを概観し、次に現状における日本企業の行動特性とその仮説について述べ、さらに製造業者及び商社・小売業の今後における役割とそのあり方を吟味し、21世紀にむけて日本企業の方向づけを問いたいと考える。

3. 日本製造業の役割分担—対欧米・アジア市場への戦略

日本製造企業は、21世紀にむけてグローバルな視点にたって開発・生産・物流・販売等の世界市場戦略を練り上げるべきである。トヨタ自動車のカンバン方式は世界で評価を得ているにせよ、すでに米国は合弁会社を通じ熟知しているので、これを超越する何かを編み出す必要もあり、とにかく日本しかできないような独創的発想のものが望ましい。他方で、特にソーシングの生産拠点であるアジア市場に対しては技術・経営移転を推し進め、同諸国に定着させることがポイントといえる。この場合、開発・生産・物流・販売等を戦略ベースとして、日本企業が持てる経営資源の中で、貿易ビジネス、直接投資（M&Aも含む）などの取引形態をいかに効率的に選択肢するかが重要である。

(1) 対欧米市場への戦略

戦後において日本企業が進展するプロセスは、トヨタの事例でも述べたとおりであり、かつ、カラーテレビにせよ当初は米国企業の品質標準に合致せずに何度もサンプルの試作を繰り返し、今日では国際市場を制覇するような状況である。GEなどは日本の家電メーカーの進撃でアメリカでの家電製品生産を断念してしまっただが、新しく異分野を開拓し、現在でも王座の位置を死守している。日本でも、1985年のプラザ合意以降の円高によるコスト条件の変化で特に汎用型家電製品の生産は、アジア市場へ移管してしまっているような状況である。

ここで日米の異なるところは、日本企業はさらに完成品の心臓部となる部品等の生産に特化し差異化し、製品・部品のライフサイクルを延命させ

経済的効果を得ていること（「二重構造的比較優位」，山田（1992）⁽³⁾）は、「学習効果」の表れである。他方の米国は全く新たなインターネットのような情報ソフト分野を開発しいまだ繁栄を維持しているのは、「創造効果」といえる。

米国は家電製品の生産を捨てたが、自動車分野で特に欧米と係り、たとえ日本の自動車業界をつぶしても、絶対に守らねばならない分野なのであろう。そういう意味で、日本のトヨタとホンダに期待したいが、トヨタはGMやVWとも提携して寡占支配を考えているようだし、むしろホンダは戦後誕生したメーカーであり、伝統的な企業と違った形で世界の人々とネットワークを組み、グローバル化を果たす可能性も強いものの、その前途は多難といえる。どのように難関にぶつかろうとも、独自の道を歩むホンダイズムが、どこまで生かせるかが課題である。日本の自動車の米国市場におけるシェアは30%程度であるが、昨今の日産・ルノーなどの合併により外車の日本市場におけるシェアは約37%となってしまった中での熾烈な競争である。

家電分野のソニーはホンダ同様に戦後に現れ、我国では珍しくグローバル化の可能性が強い企業の一つである。他の生産財分野でも、日本企業同士や外国企業との合併等により熾烈な生き残り戦略が展開されており、日本企業も日本中心に企業戦略を考えていては、存続できないことが明白となっている。この場合、日本企業は外国企業と技術的提携だけにとどめておくのか、それとも資本提携にまで踏み込むかは、当該企業の置かれている立場と状況によって異なるだろう。

日本企業の自主性を図りたい場合には、外国企業をM&Aなどによって吸収することも考えられるが、経営ノウハウを熟知していないと思わぬ破綻をきたしてしまうことが多い。某家電メーカーのマネジメントが米国で企業経営を行うには、到底日本人ではコントロールできないので、米国人を据えてリモコン経営を行う以外に手立てはないとまで断言している。要

は、現在の日本人では、グローバルマネジメントを遂行できる人材に欠落していることを示唆しているので、人材の現地化が要請される。

金融・保険・通信分野では、日本企業は外国企業の支援が必要であり、現に1998年度における対日投資はこれらによって太宗が占められたので、従来の対日投資1の比率に対し対外投資10の割合が1対4程度の比率に変化し、日本企業の弱い部分を外資によって補う結果となっている。

(2) 対アジア市場への戦略—技術・経営移転等の徹底

国際技術協力等の一環を担うJODCの調査では、アジア日系企業の人事管理面で能力重視型が国内本社と比べ約10倍、意思決定方式のトップダウン型が81%、ボトムアップ型は4%の割合で採用され、生産管理面では日本方式が米国方式の二倍強、OJT導入の比率が78%という。だが、アジア危機で揺るいだ地場産業の特に部品製造業等を育成するため、マニュアル化や標準化等による現地化を一層促進していくべきであるが、最大の難関は日本側のコミュニケーションと心理的閉塞感にある。

1997年7月のタイ・パーツ危機を発端として、その他アジア諸国へと波及し経済は低落していったが、現在では上昇傾向にあり、いずれ回復を見るであろう。これはソロスなどのヘッジファンドグループの投機による影響が強いもので、経済成長を続けていた欧米諸国の対アジア戦略とも解釈できよう。日本は今後、対アジア戦略について正常な実体的投資に基づいてより通貨を安定させ、技術移転を促進させることが必要となる。アジアは日本にとってグローバルなソーシング拠点であるし、かつ、ポテンシャルのある将来の市場でもあり、日本のアジアにおける地道な活動がひいては功を奏するものと考えられる。

4. 総合商社・大手小売流通業の役割分担

(1) ネットワークオーガナイザーとしての総合商社

卸売業としての総合商社は英語にもなり、わが国特有の存在で一般に取

引・金融・情報・物流・オーガナイザー・ネットワーク機能等を有している。明治初期に海外と直接貿易を促進する意味で三井や三菱等の商社が設立され、取引・金融機能が大きな役割を果たした。戦後でも両機能は働いたが、やがて「商社斜陽論」が唱えられ耐久消費財の自動車・家電メーカーの直買が目立った。生産財企業も直買体制に移行しているが、果たして商社の存在はどこにあるのか。

① 総合商社の概観

a. 番頭経営と意思決定 (宮本又郎 (1999) ⁽⁴⁾)

明治期に設立された商社の中で、三井と住友は江戸期から日本に存在した伝統的な財閥系の商社である。すなわち、江戸、明治、大正、昭和、平成の時代を経て今日まで存続できえた理由はどこにあるか。幕末～明治初期の混乱の時代には、約半分の新しい企業が生まれ、うたかたのように消えていった場合が多かったが、三井と住友は所有と経営の分離、特に番頭経営が功を奏したといえる。しかも、三井の三野村利左衛門 (みのむらりざえもん)、住友の広瀬幸平 (ひろせさいへい) のような強力な改革推進者が、番頭でも経営の意思決定まで任されたところに混乱期を乗り切る大きな要因となったという。

b. 商社の売上高/利益率/三国間取引

1996年の世界グローバル企業上位番付1000社のうちで、日本企業は売上高の分野では世界ベストンテンで総合商社4社、メーカー(トヨタ自動車)1社が名を連ねていたのだが、利益、株価増、自己資本収益率等では皆無であったことは、少なくとも旧来の日本の企業行動特性を示唆しているといえる。商社取引の大半は、日本企業を相手とし外国企業は我々が予測している以上に少なく、いわゆる「日本的企業」なのである。

総合商社9社合計売上高は、1989年度の約130兆円をピークとし、その後減少し96年度では85兆円程度までに縮小している。95年度では、同売上高は名目GNPの約20%、同輸出高は日本総輸出高の約30%、同輸入高は

約40%に達している。同商社売上高の構成比は、96年度で輸出15%、輸入20%、国内45%、三国間20%程度となっている。三国間取引（海外取引）については、80年代に入って増加傾向にあり、特に85年以降輸出入高が減少しその代わりに三国間取引が増加し補完している。これは、85年以降において製造業者の海外進出の増加にも起因しているし、製造業者自身の三国間取引も増加傾向にある。商社の二国間取引から三国間そして多国間取引への拡大は、「規模・範囲の経済」の取引費用などによって説明できよう。すなわち、商社が長年に培ってきた取引のネットワークを利用するほうが、製造業者にとっては自ら直買を行うよりよりもコスト条件が低い場合に商社を活用することになる。

商社の売上高総利益率は1-2%程度であり、トヨタや新日鉄などの製造業者の10%台と比較して低率である。売上高が1位である伊藤忠商事は1997年度で1.38%であり、三菱商事の2.02%を下回るが、経常利益率では若干上回っている。

② 伊藤忠商事と三菱商事の事例

両者は日本政府の規制緩和との関係でその他一般の商社も同じであるが、情報・物流・金融に基本を置く。

a. 伊藤忠商事株式会社

- 開発輸入による資源の安定供給（石油等）
- 情報・金融などの先駆的事業開発
- 日本中小企業のアジア市場への技術・経営移転のサポート
- インフラ産業のプロジェクトエンジニアリングのコーディネーター
- 在庫・為替機能等による取引のリスク負担
- 子会社の事業投資を通じて取引の拡大
- 経営資源の集中化（コアコンピテンス）

伊藤忠の今後の戦略は石油の資源開発もあるが、川上から川下へ重点を置くことであり、特に情報・金融・繊維・食料品・小売・物流・福祉分野

を強調するという。とりわけ情報を基点とし、ケーブルテレビやインターネットにより一般消費者に対しシステムインテグレーションしてアクセスし、この分野では専門競争相手にも打ち勝つ自信があるという。これは、商社としては従来見られないような「総合的専門性」というべき新しい生き方であり、かつ「高度技術分野」への進出にも意欲を燃やしていることは、過去の商社に見られない現象である。

同社は、1997年からDivision Company 制度を採用し、98年から分社化・年俸制度に踏み切った。本社が資源配分を決定し、ROE・ROIなどの10項目にわたってチェックし経営管理を行っている。同社の米国法人の総支配人は米国系の韓国人であり、米国系のスタッフは主に米国国内のビジネス、日本人は日本との関係のビジネスに従事しているという。

b. 三菱商事株式会社

- 分社化によるコスト削減
- サービスの向上—EDI処理による顧客の売掛回収・与信設定等
- 資源開発輸入（LNG等）により川上を押えること
- リスク分散と資金の多様化

三菱商事の特徴は川下も重要とするが、川上の資源の商権を押えるということであり、野武士的存在の伊藤忠の川上・川下重点戦略とはいささか異なる。三菱は、川下の消費者のニーズを把握しておくことは大切であるものの、小売業レベルの熾烈な闘いには到底ついていけないという。財閥系商社らしい発言である。同社は顧客に対して冷凍輸送、コンテナ容器、産地から輸送し包装・在庫等の物流、EDI処理等までは関心を有している。すなわち、顧客の使用者ニーズを満足させるためのSolution Providerとしての生き方を追求しようとしている。

三菱は宇宙衛星、電子商取引、プラント輸出等の分野へも特化する意向であり、かつ、日本でのエンジニアリングコストが高いので、インドへも委託発注しグローバルソーシングをも考慮している。また、三菱商事自体

は食品部門等も好調であるが、三菱系のメーカーが不調であり、同商事だけでは到底支え切れないという。

③ 商社の役割

昨今の商社の収益構造は仲介取引よりも事業投資からの比重が大きくなっているといわれるが、一般に大手5社では1996年度で、両者はほぼ同規模程度占めているといわれている。ただし、今後当然に商社の事業投資は増加するだろうから、そこで商社の全機能の総合性をフルに発揮すればよい。すなわち、取引と事業投資における商社の「二重構造的比較優位」をねらうのである。

例えば、民間組織の商社がプロジェクトを国際市場で創り出し、現地にBOT・BOO方式等により合弁会社を設立し工場を建設・運営し資金を回収した段階で受入国へ譲渡または所有する。商社はプロジェクトについて製造業的役割を果たすエンジニアリング会社等へ発注し、プロジェクトファイナンス、取引の多角化、物流等の商社機能の基本が限りなく拡大できる。商社は仲介取引で低収益、プロジェクトで高収益を得ているが、リスクは常に付き物でありロシアなどでの商社の果敢性を見れば、萎縮した製造業の補完的役割を演じている。

卸売業としての商社の仲介取引は今後、減少傾向にあらうが、新たな卸売業の存在価値を例えば開発輸入などによって高めればよい。ソーシングのネットワークを有しているのだから、オーガナイザーとしていつでも貢献しうるのである。

(2) 消費者ニーズを探る小売業 (山田 (1999) ⁽⁵⁾)

流通のグローバル化を示す一つの指標としては、商品輸入と海外進出の状況を把握する必要がある。

① 輸入品売上高・仕入国・開発輸入

チェーンストアや百貨店による海外商品調達は、特に1980年代後半から輸入拡大が顕著となっている。前者の94年度の輸入品総売上高は、約1兆

4,000億円、後者のそれは約7,000億円程度であって、チェーンストアのほうが百貨店よりも輸入品扱い高が大きい。チェーンストアの輸入商品売上高は、全売上高の12%、そのうち衣料品シェアが最も高く約2割、開発輸入商品の割合は4.6%、海外の調達国ではアジア、北米、ヨーロッパの順で、百貨店は全売上高の8%程度、そのうち衣料・ファッショングッズが大半を占め、次に身の回り品、食料品、家具・家電・インテリア等、開発輸入は約4%、調達国は西ヨーロッパ、北米、アジアの順となっている。取引形態の直接輸入、間接輸入の比率では、概してチェーンストアのほうが百貨店よりも直接輸入の割合は高いが、在庫・品質リスクなどが伴う。開発輸入にせよ、独自の品揃えといった観点からすればメリットもあるが、納期のリードタイムが約6カ月、ロットリスク、品質管理などといったリスクもある（ただし、今日ではリードタイムは短縮され、ケースによっては国内とあまり変わらない場合もある）。

上記に見るように、チェーンストアと百貨店のソーシングもそれぞれ高価格・低価格商品の二極分化されているようだが、イトーヨーカ堂がブランド・グッズも扱うようになってきているし、両業界の乱戦も今後ありうるだろうし、「小売りの輪」は常に回り続けるといえる。

② 海外進出の状況

1995年9月現在では、チェーンストアは海外の買付事務所61、店舗・合弁会社80、百貨店では事務所83、店舗88であり、今後の予定数からすれば前者が後者を上回っているような状況である。海外進出で百貨店が60年代に初めて店舗を構え、チェーンストアは80年代に活発化するが、欧米の流通業と比べ遅れがちで特に国際的仕入れに弱い。この中であってイトーヨーカ堂は、米国セブンイレブンの買収や中国進出で「単品管理」と「サービス」のノウハウを逆に輸出し奮闘している。

③ チェーンストアと百貨店の輸入商品比率の相違

チェーンストアの仕入形態は概して、商品の買取比率が高く自主マーチ

ヤンダイジングがある程度できる状態にあり、百貨店は委託販売、派遣店員、リーベートに基づく慣行が多いので、チェーンストアのほうが輸入商品比率と直接輸入比率が高い。いわば、百貨店の伝統主義や権威主義が起因しているようである。

5. 信頼感に基づく心理的グローバル化

米国のマーケティング学者 Kotler(1985)が、日本のマーケティングの原点は江戸時代の三井家に遡ると指摘するように⁽⁶⁾、小売業店舗数は人口の割りに米国よりも多く1997年で約140万店にも達し、消費者ニーズを把握する面では、製造業同様に世界で秀でている。イトーヨーカ堂がこれを海外で立証すると期待したい。卸売業の商社も、伊藤忠商事と三菱商事の事例のとおり、消費者／使用者のニーズの重要性を強調している。

要は、日本は実体的製造・流通技術に特化することが強さとなり、他方の商社は両者の間に入り、プロジェクトごとに「花から花へ」と移り専門性を前提とした統合化が要請される。この場合、調査でも明かなとおり海外でのコミュニケーションと万葉集に始まるという日本人の曖昧性が取引上ネックだから、オープンな精神構造を持ち、昨今、欧米も注目する信頼感に基づく「心理的特性—行動—企業成果」のような枠組みで、技術以上に心理的グローバル化が問われているといえよう。

すなわち、海外の人達にとっては我々日本人の心理的閉塞性が、技術・経営移転や取引において大きな障害となり、われわれが十分に理解されないから、よりオープンな精神をもって外国人に接触すべきだと主張したいのである。そうすれば、より多くの海外とのネットワークも確立され、新たな「ビジネスチャンス」も拡大されうる。確かに旧来の「ウチ集团的」日本企業の系列化も「取引費用」を削減するには功を奏したのだが、現在のような不確実性の高い世界において国境を越えて企業の仲間達と信頼感を媒介とした「心理的・内面的グローバリズム」によって結びつけば、こ

これは比較的世界で受容されやすいような共通項になると考えられるし、現実主義の企業はその存続のためにいかなる努力も惜しまないと思う (山田 (1997) ⁽⁷⁾).

ただし、経済学者はとかく「信頼感」などは文化的要因の一つであり「科学」ではないとはねつける場合が多いが、今日の国際ビジネスで新しいチャンスをつかむことが大切になってきたので、この場合「機会費用」の軽減につながるといった説明で一応は納得されるものと想定される (山岸 (1998) ⁽⁸⁾).

商社は信頼感を媒介にした皮膚感覚のネットワーク機能を活用し、相対的に取引関係が固定化したメーカー等に対して機会費用を減じる役割を演じることも可能である。しかし、商社は1999年3月期決算の最終利益では三井の186億円、三菱の115億円、住友の最終損益の236億円、日商岩井の542億円の赤字であり、伊藤忠、丸紅、ニチメンも厳しい経営状態にあった。兼松も最終赤字500億円あまりに達し、人員を3分の1の660人程度に減らし、専門商社として方向転換し生き残り作戦に転じている。

確かに欧米諸国からすれば総合商社の利益率は低いから、信用度の格付もマイナスになるだろうが、人類に役立つ事業投資に従事する「貢献度」も同格付に入れるように働きかけ、プラス志向を強調すべきであろう。しかも、伊藤忠や三菱の事例に見られるように、各々が経験的に考え抜いたあげくの結果として異なる独自の道を選択すべきであろう。

イトーヨーカ堂は、アメリカと中国の各市場における戦略の相違について、Simon がいう「アリの砂上を歩く軌跡」のごとく、将来についてすべてを見通すことは不可能 (bounded rationality ; 認知限界的合理性, Simon(1957) ⁽⁹⁾) であるから、試行錯誤の中で分析型戦略ではなく、「プロセス型戦略」に重きを置くという。すなわち、人間が「創造性」と「合理性」を適切にかみ合わせていく限り小売りの輪を回り続けさせることが、果たしてできるものなのかという問題に突き当たってしまう。しかし、少

なくとも F W Woolworth が 1 世紀以上も輪を回り続けさせることができなかつた事例などを見ていると、これは妥当していると考えられる。ところで、同社は 1960 年代の初期に日本市場への進出を試みたが、日本政府等の反対により失敗に終わった。ようやく今になってフランス最大手のスーパーカルフルが、日本市場へ初めて進出することが決定したのは、明治以来、末端の流通分野にまで踏み込ませなかつた日本の知恵であろうか。

しかし、グローバルな時代となった現在では、前に述べた Weber (1904/1905)⁽¹⁰⁾ が伝統的カトリック教徒よりも新しい合理的精神構造を持ったプロテスタントのエートスが近代資本主義を生み出したと主唱しているように、今後日本は伝統的閉塞感の呪縛から解き放れ、信頼感に基づく「オープンな精神構造」を持つことによって、世界の人々と接触する時代に差し掛かつたといえる。

要は、筆者の一つの経験的結論としては、歴史的推移を見ても特に昨今、日本人の精神的了見が非常に狭くなつたと考えられるので、オープンにすべきだと主張しているに過ぎない。しかし、人々の文化的慣行はショックでも与えられなければ、なかなか変えられることはできないものだが、また逆に思い切つた変革がなければ日本は沈みいくだけであることも事実であろう。

最後に、「人間経済の出発点は、欲望を覚える人間本性である」と主唱した Menger(1923)⁽¹¹⁾ の言葉を借りて本稿を閉じたい。「われわれは、先駆者たちの見解を自己の精神的な財産としながら、これを吟味し、学説よりは経験に、人々の思想よりは物事の本性に訴えることを決して恐れないようにすることによって、これらの危険を回避するのである。⁽¹²⁾」

追記：その後の伊藤忠商事(株)に関する追跡調査によれば、同社及び同グループ会社は過去 10 年にわたって各プロジェクトについて問題があれば、どこにその問題の所在があつた等と徹底して掘り起こし、議論して今後のあ

り方について検討しているという。すなわち、経営陣が陣頭に立って社内の現状をディスクローズするなど、社内環境の透明度を高めオープンな状態にすることによって社員全体がこれらの問題と取り組んだ結果、その態度が功を奏し社員がやる気を起こし、周りの環境が明るくなったということである。ひいては、同社の1999年度の業績は赤字であるものの、2000年度以降は黒字転換することが確実視されている。

つまり、このケースについて筆者の主張する「心理的特性—行動—企業成果」の枠組みの妥当性が、ある程度まで立証されるものと期待したい。我々日本人は、過去の問題や人間関係などにあまりこだわりすぎているのではないだろうか。要は、日本が「オープンな精神構造」を有することが急務であり、世界に向けて「心理的グローバル化」の必要性こそがまさに問われているといえる。

これにより日本は、世界に産声をあげた明治維新ならびに第二次世界大戦の敗北とその後の経済成長やバブル経済破綻などの教訓を超えて、新たな日本の国家像を切り拓いていけるのではないだろうか。現段階では、筆者は少なくともそう確信している。

6. 日本製造業の経営特性の現状とその改善⁽¹³⁾

現行の日本企業の次の四つの問題点に伴う改善点が指摘されよう。

(1) 東アジア生産拠点の強化と内販の拡充

日本企業はすでに東アジアをソーシング拠点として、部品・製品の域内調達等を図っているが、欧米諸国の生産基地を含めグローバル市場における最適地生産・調達を促進すべきである。東アジアは雁行型経済発展で見たように日本企業は長年の経験を有しているし、かつ、立地条件からいってもさらにソーシング強化を図ると同時に同地域の経済発展に伴い内需拡充のマーケティングに力点を置くべきであろう。

例えば、付加価値の高い高級車は日米欧市場で期待はできようが、アジ

ア市場では良質な低価格車市場が予想されるので、現地生産を活用した「量産ビジネスモデル」を開発すべきであり、この分野では日本企業はどこの国にも負けない強さと経験を有しているといえる。スズキ自動車の国内外生産が各々約100万台、インド市場の成功は適例の一つである。

(2) 研究開発費と収益効果及び経営力の脆弱性

日本企業の場合、研究開発力や生産技術は優れているが、それと比例して収益効果が欧米企業と比べて低い状態であり、これは日本企業の経営（マネジメント）力の低さにあるといわれている。これは日本企業のリスクコミットメントの低さや市場ニーズと研究開発のギャップなどが指摘されているが、要は大局的に見るマネジメント能力やグローバル市場を生き抜く知識と強靱性の欠落によるもので、そのような人材育成を図るにはもう少し時間がかかると思われる。

(3) FTAの対応と製品・ブランド等の差別化

FTAは日本政府側の問題もあるが、日本企業がこれを上手に活用していく必要もあり、かつ、企業側から政府に対して提言していかねばなるまい。企業がFTAの最大のメリットを図るためには、日本の場合には官僚がグローバルビジネスの具体的実情を熟知しそれに基づいて外交政策を弾力的に展開することがポイントといえる。また、グローバル市場は大競争の時代に突入しているので、企業は製品・ブランド等の差別化によるグローバルマーケティング戦略を強化する必要がある。

(4) 多様な市場開拓

日本企業も明治維新以降、多様な国際市場を開拓してきてはいるが、欧米諸国企業と比べるとまだなお見劣りがする。現在及び将来において特にBRICsの台頭が目覚しいので、ロシア・インド・ブラジルなどの新興市場を展開していくことがひいては国益にもつながる可能性が高いといえる。

要は、日本のメーカーはグローバル市場においてグローバルソーシング・マーケティングの焦点を絞り、イノベーションの継続性を図らない限

りいずれどこかの国にキャッチアップされるのは、雁行型経済発展論やシュンペーターの「新機軸」理論などからでも理解できるところである。

7. 商社の役割とシナジー効果

すでに前述したように、総合商社は150年ほどの歴史的背景を有し、当初は仲介取引を中心としてきたが、現在では事業投資に軸を移してきており、ネットワークオーガナイザー、SCMの構築、川上の資源開発と川下の商権確保、リスク移転管理、情報収集、三国間取引などに力を入れていると考えられる。

例えば、事業投資することによって株式上場における配当そして川上から川下への商品取引の商権を確保できるのである。川上の資源開発は伝統的な商社機能であり、昨今ではとりわけエネルギー問題もありプラント輸出・エネルギー資源開発等で強みを発揮し、中国のイトーヨーカ堂と伊藤忠の提携にも見られるように川下でも小売業に対する介入が目立っている。ただし、産業分野で専門化されたメーカーや小売業が商社による過度の介入、つまりシナジー効果が認められない限り拒否される場合も多い。しかし、総合商社は業界で再編成され、ますますそのシナジー効果が発揮される意味において大きな役割を演じることが可能といえる。

8. 大手小売業—イトーヨーカ堂（セブン&アイHLD S.）の事例⁽¹⁴⁾

同社は1996年に外資系小売業として中国全国展開の認可を取得し、97年に華糖ヨーカ堂有限会社（伊藤忠商事と伊藤忠中国の12.25%出資）を設立し、98年に北京1号店の開店を契機に07年までに北京市内に10店舗の展開を計画し、97年に四川省成都市の強い要請で成都市に1号店を開店し、今後多店舗の展開を計画している。04年にセブイレブン・ジャパンも1号店を開店し多店舗展開を促進し、05年にイトーヨーカ堂とヨークベニマルも食品スーパーマーケットを開店している。

北京のイトーヨーカ堂総支配人とのインタビューは、図表16とおりであり、1997年に中国市場に進出した際に日本商業学会全国大会（98年5月31日）で報告（「流通のグローバル化—イトーヨーカ堂の事例を中心として」）を行い、単品管理、POSシステム、ヒューマンサービス等の優位性が中国市場で成功する要因となると予測していたが、ほぼ的中していたといえる。

図表16

北京の華糖ヨーカ堂有限会社総支配人とのインタビュー

2005年3月22日(火) 11時20分—12時40分 麦倉弘氏 イトーヨーカ堂

2007年までに10店舗を北京で設置する予定。スーパーというより、百貨店的な色彩が強い。日本と比べて外部環境の変化が激しい。流行面のスピードの速さが大きい。日本が10年のサイクルとすると中国は1年ともいえる。

はじめの出店に当って、政府から言われたことは三つある。

- 1 単品管理、POSシステムの確立
- 2 中流階級を対象（給料が1000—1500元）とし、一世帯あたり約3000元。夫婦がほとんど共働き
- 3 日本や欧米のように年の行事について、思い出させるような販売促進を導入

カルフルのような商品の安さを追求するのではなく、サービスの向上を図ることに注目し、サービスの問題、包装の知識、チラシ（新聞折込みに留意）に重点を置く。売ってやるという態度ではなく、日本と同じやり方で、あくまでも買い手がどのようなニーズを持っているのか、食品であれば安さ、味、鮮度などを維持することが基本となっている。時季によって仕入れる場所が異なり、イチゴもばら売りではなく丁寧に包装するようにした。日本の栽培方法を導入し、根本から変えていった。北京よりも多くの商品は中国各地から仕入れられる。

宣伝広告にしても、ラジオ、テレビショッピングなども利用し、チラシも大いに利用した。人材の教育が基本であり、中国にはなかったサービスを提供することを強調し、日本のマネージャーが怒っても、お客の立場に立って販売することが最も重要であることを徹底した。いわゆる洗脳ともいえるが、マネージャー自らが実践し評論家ではなく真心を込めて従業員と接し、それが正しいやり方であると理解されれば、従業員は徹底的についてくるように

なった。いわば、ハートがあれば旧来の日本のやり方が通用するともいえる。

店舗ごとにその周りの住民のニーズが相違し、ローカルなニーズにより品揃えも大きく違ってくる。欧米企業のようにマニュアルはもたない。やり方が画一してしまうと、外部環境条件の変化が大きいのでそぐわなくなってしまうからである。しかし、アンケート調査、生活実態調査などを行い、品揃え、価格帯、客の購入価格などを常に調査している。カルフルは食品中心（安さに重点）とし、イトーヨーカ堂は衣料中心である。流行色、売り場を固定しないで陳列かえを常に行い、客の心理をつかむことに重点を置く。

集団の購買、婦人節には商品券を従業員に与える。個別の店によって購買パターンが大きく違う。客の立場（安全、品揃え、環境等）、当たり前のことをこつこつと「商い」でやる哲学（伊藤哲学）を徹底する。近く伊藤氏の本が出るという。コトラーは、日本では当たり前のことやっていると過ぎない—米国のように戦略的なものはないと言明しているが、客に対応→人材育成（同店舗では約2500名、永遠の課題）→考え方の統一と目標設定→伊藤哲学を中心にすすめる。

筆者は、イトーヨーカ堂が中国市場へはじめて進出したときに日本商業学会全国大会で報告を行った。成功するであろうことを予測し、これがまさに的中したといえる。

現在ではイトーヨーカ堂といえども日本市場で小売業は停滞気味であるが、逆に日本の古い部分が現地市場に適合しているようである。すなわち、プロダクトサイクル理論では、製品のライフサイクルとその貿易と直接投資パターンが明示されているとおり、サービス分野でも同じようなことが指摘できると考えられる。

最後に、製造業・商社・小売業のシナジー統合効果の仮説は、「製造業の「開発・生産技術」及び小売業の「流通技術」をいかに商社が持つネットワークを組織化するかの「結合技術」に結び付けて「シナジー効果」を発揮させるかにある」といえよう。

注

(1) 主に、拙稿「日本の貿易システムのグローバル化—商社・小売業・製造業

の役割分担一」日本貿易学会編『年報』第37号，15-24頁，2000年（共通論題「日本の貿易システムの再構築」第39回日本貿易学会全国大会，1999年6月6日）からの引用。

日本企業の行動特性としては輸出志向型・受身的投資型，その仮説は製造・流通の学習効果，貿易流通行動，日本型クモの巣企業組織網均衡化理論などについて指摘している。その詳細については，以下の拙稿等を参照されたい。しかし，そこで「商人」の枠組みが主に主張されており，この部分が割愛されてしまっているのもので，本稿の範囲の限りでは商人思想といったものが理解されがたいかもしれない。要は，日本ビジネスの基本は，特に米国とは異なる商人国家的存在にあることである。

本稿における貿易システム，信用，機会費用，取引費用などといった概念規定や仮説などといったことについては，改めて詳述しここで書いたものは，あくまでも21世紀に向けての日本企業のあり方に関する「問題提起」のグランドデザインを提起しているに過ぎない。今後，より精緻なものにしていきたいと考えているので，留意願いたい。

本稿は，主に山田晃久（1997）「日本企業のグローバル化はありうるかー日米欧アロ企業の調査を中心として」（国際経済学会統一論題「世界経済の一体化と日本企業の国際化」），日本商業学会統一論題の筆者報告書（1998）「流通のグローバル化」，山田晃久（1998）「生産・物流・販売から見たアジア市場における日本企業のグローバル化戦略」（アジア市場経済学会『年報』創刊号），山田晃久（1998）「東アジアに対する日本の貿易・投資・金融グローバル化」（日大経済学部経済科学研究所『経科研レポート』No.15等に基づく。

伊藤忠商事の事例については森岡正憲先生（拓殖大学，元伊藤忠），同商事の政治経済研究所所長の宮尾聖春氏，同所長代行の松村滋弥氏，三菱商事は同企画部調査室長の増淵文規氏とのインタビューのご協力による。

- (2) Wilkinson, E. (1980), *Japan versus the West*, Penguin Books Ltd.,
- (3) 山田晃久 (1992) 『マクロ・ミクロ貿易取引』学文社，17-19頁。
- (4) 宮本又郎 (1999) 『企業家たちの挑戦』中央公論新社。
- (5) 山田晃久 (1999) 「流通のグローバル化ーウールワースとイトーヨーカ堂の事例を中心としてー」横浜商大学術研究会『横浜商大論集』第32巻第2号。
- (6) Kotler, P et al. (1985), *The New Competition*, Prentice-Hall.
- (7) 山田晃久 (1997), 前掲拙稿。

- (8) 山岸俊男 (1998) 『信頼の構造』 東京大学出版会.
- (9) Simon, H A (1957), *Administrative Behavior*, Macmillan.
- (10) Weber, Max (1904/1905), *Die protenstantische Ethik und der Geist des Kaptalismus* (マックス・ウェーバー／梶山力・大塚久雄訳『プロテスタントイズムの倫理と資本主義の精神』 岩波書店, 1955).
- (11) Menger, Carl (1923), *Grundsätze der Volkswirtschaftslehre*, (カール・メンガー／八木紀一郎他訳『一般理論経済学1 遺稿による『経済学原理』第2版』 みすず書房, 1982).
- (12) 同上邦訳書, 22頁.
- (13) 主に, ジェトロ編『2005年版 ジェトロ貿易投資白書』 2005年, 35—38頁などによる.
- (14) 山田晃久 (1999), 前掲拙稿「流通のグローバル化—ウールワースとイトーヨーカ堂の事例を中心として—」などに詳細が記されている.

参考文献

- 中野宏一 (1976) 「総合商社と日本型多国籍企業」『世界経済評論』 2月号.
- 島田克美(1986)『商社』 日本経済新聞社.
- 飛鳥茂隆(1998)『総合商社論』 中央経済社.
- 中谷巖(1998)『商社の未来像』 東洋経済新報社.
- 河村幹夫他 (1999)『総合商社ビッグバン』 東洋経済新報社.
- 粕谷慶治・山田晃久 (1990)『国際貿易論』 学文社.
- 山田晃久 (1996) 「貿易摩擦・円高と海外直接投資」 斎藤祥男編『国際経営戦略』 同文館.
- 山田晃久 (1989) 「三国間貿易と国際マーケティング—クモの巣組織網均衡化理論への一試論」 日本貿易学会『年報』 第27号.
- 山田晃久編著 (1993) 『21世紀国際ビジネスの展望—日本のグローバリズムは可能か』 白桃書房.
- P W・ターンプル他編・山田晃久訳(1985)『国際マーケティング—ヨーロッパ企業の行動特性と戦略』 白桃書房.
- Yamada, T et al. (1984), "Interactive Marketing-Japanese Approach," *Management Research News*, MCB University Press,7-4.
- Yamada, T(1993), "An Equilibrating Theory of the Japanese Style of Cobweb Networks," in Marketing Research Conference, AMA, SF : faxed to L

DTyson, Executive Office of the President Council of Economic Advisers, Washington DC and published in the *Yokohama Shodai Ronshu*, 27-1.

VI. 美しい日本文化の顕現に基づく通商戦略の幕開け⁽¹⁾

西欧社会は500年余り経った現在においても覇権を握っているし、他方で冒頭において述べたプレストウィッツが指摘しているように、600年前に世界を制覇していたアジアの中国やインドが21世紀になって再び台頭してきていることも否めまい。これからも世界は基本的には「支配—非支配」構造の連続なのか。世界はどう対応すべきなのか。果たして日本は今後、いかにこのようなグローバル社会の中で生きていくべきなのだろうか。

1. グローバリゼーション vs 地域主義

すでに見てきたとおり、米国型合理性に基づく市場主義化を軸としたグローバリゼーションが、好むと好まざるにかかわらず現代の世界を駆け巡っていることは事実であろう。しかしながら、反グローバリゼーションの動きもあるように、すべての世界の人々がこれに同意しているわけではない。

日本は経済が成熟していく段階で日米同盟を基本としながらも、アジアで特にASEAN+3の日中韓問題などを抱え、一方で東アジア経済共同体構想のローカリズムに係わる選択肢の途上にあり多くの論議の的となっている。他方で、戦後構築された米国型グローバリゼーションのIMF/GATT (WTO) 体制も暗礁に乗り上げた観もぬぐいきれない。

したがって、WTOのローカリズムに対してEU, NAFTA, BRICsなどのローカリズムから積み上げていくため、とりあえずはASEAN+3を起点として東アジア経済共同体や共通通貨構想などを指向する必要があるが、日中韓の関係を見る限りでどこかで落とし所がなければ、現状では前

途多難といえる。さらにこれについて考察するには、次に日本が世界で現在おかれている国際関係の状況について把握しなければならない。

2. 日本の国際社会における位置づけ

日本は戦後敗戦を迎え日米同盟を基本としながら、米ソ冷戦対立構造の中で経済成長に力を入れることができた。そして今日では冷戦構造もなくなり、今のところ世界第2位の経済力を得ることができたが、その過程で日米貿易摩擦や金融摩擦などとも遭遇してきた。

1970年代の鉄鋼問題、カラーテレビ、80年代の自動車、半導体問題などの個別製品に係わる摩擦が発生し、輸出自主規制や現地生産で主に対応した。米国は米ソ対立があったが故に日本の家電メーカーや日本製品を許容してきたといえる。さらに市場開放、排他的取引慣行、構造問題などについては、MOSS協議、日米構造問題協議（SII）、日米包括経済協議を通じて問題解決に努めた。また、日米貿易摩擦から1990年代の金融摩擦問題に進展し、96年の橋本首相が宣言した日本の金融ビッグバンは、日本ではあまり知られていないルービン・栗山合意文書（95年2月13日）によって明確にすることができるという⁽²⁾。具体的には米国金融資本に対して、日本の公的年金運用市場で2000億ドルの参入枠が設けられた。小泉首相の郵貯改革は、米国に対して結果的には郵貯運用枠の供与するに至ったことは周知の事実である。

日米関係は現在、表面的には良好のようであるが、ブッシュ(G.W.Bush)大統領は就任当初、日本はアジアで調整役を担ってもらえる期待しているようであったものの、期待はずれであり今やアジア安定化のためには中国と協力しなければならないと思っていると想定される⁽³⁾。もちろん、米国にとっては中国の経済成長に伴う軍事拡大に対して心よく思っていないだろうし警戒はしているが、北朝鮮問題、イランの核問題などでは協力体制をとらざるを得ない⁽⁴⁾。日本もアジアに根を下ろす必要もあるし、日

中関係を良好に保持することは重要といえよう。すなわち、日米中関係の視点に立つことが現在の日本にとって最も重要であろう⁽⁵⁾。

3. 日米関係か日アジア重視の選択肢

(1) 日本的特性独自の発露

日本人は、長い間世界の覇権国の文化的周辺に自らを常に位置づけ、最初は中国次に欧州そして米国の順である。この過程で日本人は中国から学んだ時代に「和魂漢才」、欧米から学んだ時代には「和魂洋才」といった言葉でなぞらえた。日本人は、自らを心理的にもこれら覇権国の文化の周辺に位置づけてきたが、日本人のアイデンティティについては固守してきた⁽⁶⁾。

現在の日本にとって日米関係は、北朝鮮のミサイル発射問題などに関連して「日米同盟」が安全保障の基本にならざるを得ないであろうが、通商問題や外交政策では中国を含むアジア外交の舵取りを巧みに操る必要もあろう。どうも日本は戦前においてドイツに依存し、小泉政権は現在米国に依存し、日本人が持つ性格のせいかどちらかに一辺倒に偏りがちである。

(2) 美しい日本の夜明け

今や日本の真の意味で新しい夜明けを美しい夜明けへと幕開けするには、日本は独自に日本人自身の本質と特徴と使命について語るべきときがきたのである。すなわち、現在と将来において伝統的日本文化の本質を海外へ発信し、質の高さと日本国家としての独自性・美しさを広めるところにある⁽⁷⁾。

幕末の横浜にも司馬遼太郎がいう世のため人のために生きる「美しい人」と呼ぶべき新聞の父ジョセフ彦（浜田彦蔵）がいた。彼は13歳のときに50余日間漂流し途中で助けられサンフランシスコに到着し、その税関長に近代教育を受け9年後に祖国日本の地を踏み「海外新聞」を発刊した後、官途によって栄達を求めず神戸で貿易商を営み自己の利害を超え社会に貢

献した。

彼は当時の日米格差に驚愕し日本の近代化促進のためには、幕府役人や当時の国民が「意識改革」を断行すべきだと感じたように今日の日本について筆者自身が彼と同じ見方にあり、世界は持続可能な(sustainable)国際社会を維持するため、現在の日本は自然と調和した美しい伝統的部分を取り戻すべき「意識改革の時代」にあるといえる。

例えば、日本のモノの輸出が終わるとすれば、海外から多くの観光客を呼び寄せ日本の美しさを知ってもらい、アニメや技術の輸出でサービス収支を増やす。さらに米国ビジネスモデルより日本ビジネスモデル（企業の高度技術・高品質、中小企業ベンチャーの育成等）を確立し、政府の独自の外交政策を展開し、伝統的日本文化を世界に伝播すべき重要な時代に差し掛かっている。このためには、前章で述べたようにまず我々日本人がもっと心理的にオープンにならねばならないのである。したがって、次節で日本政府に対しての具体的施策措置を提言したい。

4. 21世紀日本の針路への提言⁽⁸⁾

(1) 政治・経済政策

日本経済の世界GDPシェアは現在第2位であるが、最悪のシナリオでは2030年において4%程度に縮小し、第1位の米国(37%)、中国(25%)、ユーロ圏(12カ国, 24%)、インド(4%)、ロシア(3%)などと並ぶ程度になると予想され、世界において政治発言力を喪失するといわれている⁽⁹⁾。

2002年2月から始まった景気回復は戦後最長なるといわれているものの、これは主に企業のリストラによるところが多く、寄与は消費(約4割)と投資(3割)であり、また外需も大きいという⁽¹⁰⁾。また、パート、派遣社員などの雇用者数は約3人に1人となり、05年の15-24歳の失業率が8.7%、25-34歳は5.6%、フリーターは201万人、ニートは64万人に達し若年層の所得格差が大きい⁽¹¹⁾。

若年層の非正規雇用割合が高いことは、将来の経済全体の格差拡大につながる可能性もあり、大きな社会問題であり、日本経済成長に悪影響を及ぼすので、政府による継続的な雇用対策がもちろん必要であるし、学校・家庭及び企業が現実的に連携することが重要であろう。出る杭は打たれるといって若者の才能をつぶしてしまう場合が多々見受けられる。狭い日本では、これが悪しき慣行として身につけてしまっているのかもしれない。我々中高年層にも問題がある。この見方からすれば、異民族の集まりである米国を見習うべきである。

すなわち、企業経営者は単にリストラでコスト削減を図るよりも、新たな仕事を創り出すイノベーションを継続できるリーダーであるべきだし、企業環境がそのような人材を選べる公平的素地がなければならない。政治家も米国型の市場経済だけのグローバリゼーションを希求するよりも、日本伝統の「経国済民」型が日本には適しているのかもしれない。

筆者は前に何度も主張しているように、日本はとりあえずASEAN+3を軸として東アジア経済共同体及び共通通貨構想を方向付けることがどうしてもEU、NAFTA、BRICsの地域主義に対抗して必要性があると考えている⁽¹²⁾。もちろん、現時点では日中韓関係の現状から考えて困難であろうが、どこかで落とし所を模索する努力をすべきである。

当初は、アジア経済連合体でも何でもよい、FTAまたはEPAを促進しなければ経済的合理性の立場からいって（メキシコの例を想起せよ）、日本の国益を失う可能性が大である。前に見たように外国からは日本国内では群れを成す民族だと評価されているが、外にはどうもオープンではなく、細かすぎるようだ。これは、次節の外交政策とも関連してくる。

(2) 外交・安全保障政策

筆者は何度も主張しているように、日本の外交政策を何とかしなければ今後の日本にとって失うものは大きいといえる。おそらく沈滞した現状の日本のムードでは経済力を失うことは必至であるから、相対的にコストの

かからない米国に見られるような口先外交がますます重視される時代となるろう。今年の7月のサンクトペテルブルグ・サミットG8首脳たちのしたたかさがまさに必要なのである。

しかしながら、単に口先といっても品格があり、外国人を魅了するような日本の文化的深さを有した知識人でなければならないだろう。まず、ユーモアのない利己主義の単に理屈っぽいだけの日本のインテリや官僚では所詮、荷が重過ぎるし、日本国家のために命を賭することも厭わないまれに見るサムライを発掘する必要がある。だが、このような人材は政治家には日本では選ばれる風土もないから、大使や外交ロビイスト、首相のアドバイザーなどにでも配置すればよい。かつての明治時代の英雄たちの一部や戦後の吉田茂首相のアドバイザーであった実業家・貿易庁長官の白洲次郎を想起すべきである—現在の日本の環境条件では、このような人材は生まれにくいのであろうが。彼らは、国際社会の中で日本国家の終局的な利害を総体的に見る目を実体験で会得できていたのだらう。

現に北朝鮮のミサイル発射は日本にとっては最大の脅威であり、新聞報道等⁽¹³⁾によればこれについてはG8サミットでミサイル発射停止、核兵器・核計画の放棄を北朝鮮に求めた。これも紆余曲折の過程で安保理の決議採択にこぎつけたが、他国には日本にとってよりも差し迫った問題ではなく、イランの核開発、イスラエル・レバノン問題、原油価格の高騰などが他国の利害に直接的に影響している。北朝鮮は決議採択に対して全面的に拒否しており、また再度ミサイルを発射する可能性もあり、その場合日本国土をターゲットにし被災者が出ることも想定しておかねばなるまい。日米同盟に基づいて米国がすべてカバーできないこともあるし、日本単独でミサイル防衛（MD）システムを2006年度末までに配備するとも伝えられている。また、米中冷戦が始まったといった見方⁽¹⁴⁾もあるし、日米同盟にすべて依存することも難しいし、日本政府は今後の安全保障について現実的に具体化する必要がある。しかし、日本は平和外交を目指すべきで

あって、安全保障の抑止力を基本におくべきであろう。このためには、日本政府の独自の外交政策が要請される。

(3) 環境・エネルギー政策⁽¹⁵⁾

① 自然環境と社会経済システム

自然環境は、大気圏、水圏、土壌圏ならびに生態系の間を物質が循環し、生態系が微妙な均衡を維持して成り立つものであるが、昨今の社会経済システムは大量生産・大量消費・大量廃棄によって環境負荷を増大させ、自然環境のバランスを狂わし始め多くの環境問題を呈している。

太陽熱の赤外線は地表に放射され、大気中の水蒸気、二酸化炭素(CO₂)などの温室効果ガスが赤外線を吸収し再び放射され地表を暖め生態系の均衡を保っているわけであるが、社会経済活動によって排出されるCO₂等の温室効果ガスの大気中における濃度が高まると、地球の温暖化現象が起こることになる。CO₂濃度は産業革命以降増加し、21世紀末までには平均気温が1.4—5.8度C、海面水位は9—88cmに各々上昇すると予測され、特に海面水位の上昇は洪水の増加、海岸の浸食等に基づき生態系・食料生産などに大きな悪影響を及ぼすといわれている。その他に森林の減少と劣化、砂漠化、酸性雨、有害化学物質などの環境問題が存在する。多種の生物と大気・水・土壌等から成る生態系は一つの環の中において相互作用し合いながらかかわり、人間もまたこの環とかかわりあって生物を食し、呼吸し生き続けている存在なのである。

② 自然環境破壊への対応

自然環境と社会経済システムがバランス化されねば、将来において社会経済システム自体の存続が危機に瀕することになるので、人間が「持続可能性」の目標を掲げるとともに「環境効率性」について考えていく必要がある。1966年に米国の経済学者が地球の有限性の原則について明らかにし、87年に環境と開発に関する世界委員会の報告書で「持続可能な開発」に関する提唱が行われ、92年にリオデジャネイロで地球サミットが開催され、

2002年8／9月にヨハネスブルグ・サミット（環境開発サミット）が行われた。同サミットのねらいは、「将来の世代のニーズを満たす能力を損なうことなく今日の世代のニーズを満たすような開発を、いかに達成すべきか⁽¹⁶⁾」といったことであった。世界経済人会議で提言された「環境効率性」は、持続可能な社会実現のため、資源・エネルギーの使用の効率性を高めると同時に経済活動の環境負荷を低減させることを意味する。

地球環境保全に関する国際的枠組みのもとで環境対策が取り組まれており、京都議定書の地球温暖化の防止、モントリオール議定書に基づくオゾン層破壊物質の生産規制、保護対策、国連環境計画（UNEP）における東アジア酸性雨モニタリングネットワークの推進、ロンドン条約議定書による海洋汚染の防止、バーゼル条約に基づく有害廃棄物の越境移動の規制などがこれらの対策である。

③ 技術の進化と環境技術

ダーウィン（C. R. Darwin）の進化論は、動物・植物は環境に適応して進化し、進化できなければ滅亡するというとおり、技術も進化しなければ滅びてしまう。かつて半導体分野で日本は米国を凌駕したときもあったが、現在では逆転されてしまっている。電気自動車、太陽光発電、燃料電池などによって環境効率性を高めるためには、環境技術が必要である。平成13年の「科学技術基本計画」では、日本の科学技術の重点分野として「ライフサイエンス」、「情報通信」、「環境」「ナノテクノロジー」が挙げられており、「環境」分野はもとよりその他の3分野も環境技術と密接なつながりを持っている。

つまり、保護色動物などは自然環境に適応するに自らの生体自身を変化させることもできるが、そのような能力のない人間は高度な合理的科学技術によって自然環境に適応することが可能だといえる。

④ エネルギー問題

日本は1973年の第一次石油危機当時、エネルギー供給の77%を石油に頼

っていたが、原油価格の高騰と石油供給の不安を経験しエネルギー供給を安定化させるため、石油依存度を低下させ、石油に代わる原子力や天然ガスの導入を促進し、第二次石油危機では原子力や天然ガスのさらなる導入の促進、新エネルギーの開発などを促進させた結果、石油依存度は2001年に49.4%と大幅に改善され、その代替として、原子力(13%)、天然ガス(13%)の割合にし、エネルギー源の多様化を図った⁽¹⁷⁾。

主要国と比較した場合、日本の石油依存度は依然として高く、また、石油の供給地域については、中東への依存度が近年、再度高まる傾向にある。米国のイラク問題にしても石油エネルギーと関連しているし、自給率の低い日本も巧みな外交政策の展開に依存せざるをえない。

日本では、石油はまだまだある、科学技術が進歩すれば問題解決はできるといった楽観的な見方が多いが、地球は有限だから石油はいずれ枯渇するのである。石油に代わる本格的なエネルギーがあるわけでないし、これからはアジアに率先して日本がまず考えることが日本の再生への道につながる。

すなわち、日本は環境・資源技術開発、エネルギー節減などに基づき世界貢献度を高めることによって、新たな生き方を模索することができるのである。

5. 文化政策の促進への道

当該国の文化に基づく慣習の相違によって、人々の結果としての行為がかなり違ってくることは事実である。例えば、図表17のように筆者が最近久しぶりにニューヨークに長期滞在して慣習の相違によって感じたことを例にとって見よう。同図表で述べているとおり、慣習の相違により日本人と米国人の差が大きく違ってくるのであって、世界諸国の文化を理解することが最も重要な時代であり、かつ、「日本人はクール」などといわれているようであるが、日本文化の本質は理解されているとはいいいがたいので、

日本文化を世界へ伝播する必要がある。

文部科学省も文化についていろいろな角度から科学技術・学術，教育，芸術活動，地域文化，対日直接投資，国際交流・協力の促進などの施策措置を講じている。しかし，いわゆる日本の文化予算はフランス，ドイツ，英国などと比べると低いし，米国は連邦政府の予算は従来低いが，民間からの寄付に対して税制優遇措置を供与している⁽¹⁸⁾。日本政府は21世紀において文化政策について思い切った決断をし，これに焦点を絞ることが要請されると考えられる。

図表17

2004年10月，ニューヨークにて

日米の違いと日本の将来

NYは，まさに世界のジャングルであり，世界の民族のmelting potであり，東京の街のように老若男女の差別がなく人間の基本である欲望がありますから，現在の東京のように沈んではいなく，朝方まで人が歩いています。もちろん，中国も多くの人がいっぱいなのでしょうが，NYの方が現代の文化基準からいえば，中国よりも進化しているのでしょう。

NYに初めてきましたのは40年前で，ウールワース社が日本進出の計画に伴って，私は日本代表として訓練を受けていたときで，1913年に建てられたウールワース・タワーは当時世界一の高層建築であって，同社の幹部に会合しましたが，同社は1997年に倒産してしまいました。企業はもとより人の栄枯盛衰を物語っているといえますが，若干24歳程度の私のような若者を同社が相手にしてくれたということは，米国のよいところであるが故にだから現在でも世界の中で指導的立場にあるのでしょう。

もちろん，日本のようなきめの細かさがなく大味であり日本の文化には合いません。しかし，多くの日本の観光客が行くということは，独特の魅力がありラフな部分が，世界のパワーの中心となりえり，引っ張っていくのでしょう。日本はまとまりすぎて，パワーは感じられませんが，世界大戦に負けていつのまにか，明治時代の新渡戸稲造の「武士道」の精神を忘れてしまっていると思います。

NYは、まさに市場経済そのもので、例えばNYの町を歩くときには信号が赤でも隙があればニュー Yorkerは渡ってしまい、信号が青になるまで待っている方が愚かなのでしょう。しかし、NYの銀行頭取が東京の街にきて、NYと同じように赤信号でも渡って途中で立ちすくんでしまい、周りを見たら日本人は誰も渡らずじろじろ見られてしまい、恥ずかしい思いをしたということです。秩序を守るということでは、日本は素晴らしいところがあります。

しかし、日本は外交政策でも日本のよさを世界に理解してもらっているような表現をしているとは思われませんし、むしろ日本の悪いところだけが世界にさらけ出されているような気がします。果たして日本はどうなるのでしょうか。新渡戸稲造が米国の女性と結婚して「武士道」を英語で著しましたが、戦後、そのような人物はいなくなりましたし、ますます萎縮していると考えられます。

日本が今後生き残るには、世界に存在しないような高度技術を常に開発する人材（自然科学分野）を育成することであり、それには権威主義的に上から押さえつけず、創造的な発想を許すことでもあります。さらにそのような技術のよさや日本文化のよさを表現できるような人材（社会科学分野）の育成でもあります。高度技術・文化・教育こそが、天然資源の乏しい国、日本が存続しうる道であると考えられます。

その後、何回かNYに参りましたが、比較的長期に滞在するのははじめてです。1960年代と2000年代の米国の政治経済と企業を比較することによって、日本の将来について考えていきたいと思っています。

40年前に、サンフランシスコで学生時代の貧乏で生き抜いてきましたが、NYにいれば違った生き方が出来たかもしれません。私も米国では、多くの日本人と邂逅し、今はこの世から姿を消してしまいましたが、少しでも戦後の新渡戸稲造のような役割の一端を演じることができれば、幸いと思います。新渡戸の著書をマンデル氏に手渡しておりますし、中曽根氏は「日本の国のかたちとところ」を21世紀に入るときに整理しておくべきだと主張しておりますので、まず、11月15日のグローバルシンポジウムで両氏を対決させて、新しい日本の生き方を模索したいと考えています。

私は住んでいるところはドアマンもいるタイムスクウェアに近いW51 S Tは、素晴らしいところがあります。1960年代の貧乏学生時代とは、現在は経済的には多少違いますが、基本的には同じであり、これは私の肉体が息絶えるまで私の魂も燃えつきることでありましょう。

以上

注

- (1) 本章は、主に拙稿「日中米関係の視点に立った日中貿易・投資問題と日本の通商戦略—東アジア共同体・共通通貨構想と関連して—」日本貿易学会『年報』第43号、2006年、20-33頁及び英文拙稿 Yamada, T. (2005), “FTA—the Starting Point for the East Asian Economic Community and Common Currency Regime,” *The Annual Bulletin of the JAFTAB* (the Japan Academy for International Trade and Business), Vol. No.42, pp.41-48 などを中心として参照。
- (2) 同上拙稿、29頁、高橋靖夫『金融ビクバンにおける日米合意—ルービン・栗山合意文書(1995年)の分析—」埼玉大学経済学会『経済科学論究』創刊号、2004年、45-59頁などを参照されたい。
- (3) 同上拙稿、28-29頁。
- (4) このような国際情勢の現実については、なかなか情報が入手しにくいものであるが、例えば、日高義樹『米中冷戦の始まりを知らない日本人』徳間書店、2006年などを参照。本書は、ジャーナリスティックな部分も強くすべて信頼できるものか難しいところであるが、少なくとも米国政府関係者とのインタビューに基づいているので、一つの見解として参考にした。
- (5) 前掲拙稿及び前掲英文拙稿は、日米中関係に基づいて日中関係を分析している。
- (6) Wilkinson, E. (1981), *Japan versus the West*, Penguin Books Ltd., London, pp. 39-46.
- (7) 拙稿「美しい人を育てる大学」2006年4月1日付『横浜商科大学報』。
- (8) 内閣府編『日本21世紀ビジョン』国立印刷局、2005年221-237頁なども参考にした。
- (9) 同上書、263頁、参考図表1「2030年の世界経済」などを参照。
- (10) 『経済財政白書 2006年版』2006年、第1章、3-130頁。
- (11) 同上書、第3章、215-293頁。
- (12) 前掲拙稿「日中米関係の視点に立った日中貿易・投資問題と日本の通商戦略—東アジア共同体・共通通貨構想と関連して—」、などを参照。
- (13) 例えば、2006年7月18日付け『日本経済新聞』朝刊。
- (14) 日高義樹、前掲書。
- (15) 主に拙著「グローバルマーケティング環境」堀出一郎・山田晃久編著『グローバルマーケティング戦略』中央経済社、2003年、第2章、17-45頁によ

る。環境省編『環境白書（平成14年版）』2002年、OECD/IEA編・経済産業省資源エネルギー庁他訳『2002年世界エネルギー展望 2000年版』2001年、バリー・C・フィール著・秋田次郎他訳『環境経済学入門』日本評論社、2002年なども参照。

(16) 世界経済研究会『世界経済評論』2002年11月号、8頁。

(17) 資源エネルギー庁、<http://www.enecho.metei.go.jp/>。

(18) 根木昭『日本の文化政策』勁草社、90-96頁。

Ⅶ. 結語—日本文化政策の促進と伝播

前述したように日本は明治維新の開国以来すでに150周年を迎え、雁行型経済発展に伴って少なくとも現在は世界第2位の経済大国に成長し、欧米先進諸国同様に脱工業社会のポストモダン社会の時代に移行し始めてきている。21世紀は一般に知識社会または知価社会といわれるように、社会と経済のサービス化・文化化の傾向を強めつつある⁽¹⁾。

すなわち、21世紀は「創造型」の社会であり、これは文化と密接な関係にあり、かつ、「文化的価値」と「経済的価値」の両面を持ち合わせることで現代世界の中で存続していくには不可欠なことである⁽²⁾。

これは、冒頭で述べた Polanyi がいう一つの経済的な意味における新古典派経済学の目的—手段関係を「合理性」と解釈し、これに対するもう一つの実体的意味の経済である「人間が生活のために自然および彼の仲間たちに依存する」ことが文化的共同体の「価値観」に読み替えることができるのではないかと想定される。EUはこの経済の本質を理解しているようだが、米国の指導者は合理性だけに執着し今やその限界に達し、この部分の経済を理解していないものの2001/9/11のテロ事件以来、一部では認知され始めたのではないかとと思われる。

例えば、序章で述べた Prestowitz は米国型グローバリゼーションがほころび始めたタイタニック号にも類似しているというし、新しい第三の波の

特性の一つとしては「主導権を握るのが国や企業ではなく、血の通った人間であることだ。かつて顔を見なかったほどの創造性や知識の進歩，経済の発達が発達が現実のものとなる⁽³⁾。」（傍点は筆者による）と明言している。

まさに21世紀の波は「創造性と知識」の時代といえるし，功利主義の経済的合理性の側面も重要ではあるが，イノベーションを創り出す文化的価値が再びクローズアップされてきている。日本は，むしろ相対的にアジアでは早くから経済的合理性も吸収してきたし，かつ，文化的価値も理解できる立場にあり，「合理性と価値」のバランス化を上手に今後の日本は操作する必要があるだろう。

では果たして具体的に日本は現在及び将来において，いかなる具体的施策措置を講じるべきなのであろうか。

まず，21世紀日本の精神的構造の基本の一つには，文化的価値を武士道でいう「惻隠の情」及び「美しい日本」に置くべきだと考えられる⁽⁴⁾。武士道について新渡戸稲造は100年以上前に英語で著しているので，相対的に外国人には理解されやすく，現在においてもトヨタ自動車の奥田碩（ひろし）前会長は，新渡戸の「惻隠の情」を現代経営に反映させようとしているし，西欧ではアダム・スミス（Adam Smith）の“sympathy”，古くは孟子の「仁」に遡り，いわばこれは世界的に共鳴感を得られる手立てとなろう⁽⁵⁾。

アダム・スミスは，見えざる手の『国富論』を出版する17年前に『道徳情操論』（1759）を出しているのは，自己利益の理論よりも社会的利益の理論を唱えたかったといえ，ノーベル経済学賞受賞者のコロンビア大学の教授である Mundell 自身もこれについて述べており，かつ，同氏は当該国の社会的慣習こそが反社会的行為を抑制する大きな力となることも主唱している⁽⁶⁾。筆者が同大学経済学部の客研究員として2004年に訪れたときに，新古典学派の理論の論争よりも同氏の心を動かすことができたことは日本の武士道であったことだ。この辺について海外経験者である藤田正彦

も同じよう捉え方をしている⁽⁷⁾。

日本伝統文化としての美しい日本にしても、過去における日本の歌人、文学者、作家、その他芸術家たちが表現し彼らの作品の一部が英語でも出版されており、日本人が持つ繊細な自然観などについて世界への伝播の促進が必要である。すなわち、日本人とは何かについて語り、大江健三郎がいうように明確にすべき時代がやってきたといえよう⁽⁸⁾。

合理主義的経済の数値で示される「経済的価値」の説得だけでは、凄まじい闘いでありいずれ誰かに追い抜かれるだろうしこれには限界があるが、「文化的価値」の説得は Weber がいう「価値合理的行為」であり優劣が決めがたい、また決めるべきではない人類永遠の、かつ、Menger がいう人間経済の基本である「欲望」を瞬時たりとも、最も満たしてくれる人間の本性に訴えるのかもしれない。文化の発展に伴って、個人によってその欲望の質が各々相違するからであり、かつ、冒頭で述べた Andrews が実務家に与えるものは科学の事実と仮説よりも創造力と共感であると明言し、米国の VALS 調査による内部指向型米国人の増加もこれを立証する一つの手掛りとなろう。

すなわち、米国型グローバリゼーションがいう経済的価値は西歐的価値観が生んだ筆者がいう「合理性」であり、Menger の「経済化（節約化）」、Weber の「目的合理的行為」、Polanyi の「形式的な目的—手段関係」であり、他方の筆者が主唱する「価値観」が Menger の「技術化」、Weber の時には非合理的な「価値合理的行為」、Polanyi の「実体的」と共通項となりうるのではないかと考えるのが一つの結論である。

最後に、これらの西歐理論を参考としながらも、本稿における結論としてはこのマクロ経済思想に基づき、21世紀における日本独自の通商政策に係わる具体的施策措置について限定し次に提言し、とりあえずは本稿を閉じたい。

1. 高度品質の商品貿易と順貿易志向型投資の促進

日本は戦後、良質・安い商品を大量生産し国際市場へ輸出しGDPを増やして経済成果を得たが、今や中国が世界の工場となっており、外国にいてもよくいわれるのはかつての大量生産による日本工場はなくなってしまったということである。しかしながら、労働集約的な安い商品は日本では生産できないものの、海外基地で生産し輸入又は同地から海外へ輸出したり（時には仲介貿易により）、かつ現地販売したりする場合もある。かつてカラーテレビ、VTR、音響製品などは旧来日本で生産されていたが、現在では90%が海外生産に依存している。日本ではコア部品や中間財、自動車などを中心に輸出し貿易収支の黒字を維持している。

一般によくいわれることは、日本市場では消費者のニーズが過度に品質の要求度が高いといわれ、これがまた海外市場の上層消費者・使用者に好まれる場合もある。付加価値の高いものに輸出特化することではあるが、日本でもある程度規模の生産を保持しなければ日本人自身が生きられる国民所得が獲得できない。日本では輸出商品に係わるブランド化した高度品質の維持は大切であり、かつ、高度の研究開発・技術開発・マーケティング・ファイナンス・ロジスティクス分野について日本本社が推進し、常に新しい商品・部品・技術開発を行い、イノベーションを常に持続させねば競争に打ち勝てない大競争の時代にあるのが実情である。

また、株価最大化を目指す米国型経営（アングロ・アメリカン・モデル）とか、会社組織を重視する日本型経営とかの是非論と選択肢であり、昨今では米国の圧力により米国型企业統治へ近づけるための法改正が行われているが、企業経営はその国の文化や価値観に根付いたものでこの部分で、単に米国型に追随するのは危険であり、「日本型企业モデル」の長所について世界に対して喧伝し実践することであり、米国の法学者のMitchell (2001) 自身も主唱しているところである⁽⁹⁾。

日本の大企業は中国に対して技術移転を行ってきたが、現在、高度技術

についてはコア部品で輸出するか、どうしても現地での他社との競争上必要な場合には、日本企業の現地法人の株価シェアが51%以上であれば技術移転することもあるという⁽¹⁰⁾。しかし、日本大手企業の高度技術については、現在中国市場に対してガードが固くなっているため、日本の中小企業が技術移転について狙われていると伝えられている。

対外直接投資についても、概して小島がいう「順貿易志向的直接投資」のようであり、労働集約的なものの現地生産から工場を設置している場合が多いといえる。船井電機などは1970年代に安価な大量生産規模の音響製品を台湾で、比較的早い時期から東芝も電子レンジなどを韓国などで生産していた。今後も順貿易志向型投資が多いのであろうが、ソフト開発などは日本企業でもインドにアウトソーシングが行われており、製品ライフサイクルが短くなってきているので、コスト条件と競争の観点からいつまでこれが維持できるかが大きな課題といえそうである。

例えば、日本の自動車企業などでも現在では、1000万台ずつを各々海外生産と日本生産を計画しているし、先端技術製品でも時間的問題もありいきなり海外生産にもっていく場合の可能性も高くなる。また、最近の中国からの衣料品などの輸入急増を見ていると、もう少し精査しなければ結論できないが、日本も輸入依存度も2000年代に入って以前より高くなってきているようだ。

2. サービス収支の強化

いずれ商品貿易収支も赤字なると予測されているから、日本のサービス収支を黒字にすることを考えればよいし、赤字の大半は観光であるから、日本へ外国観光客を呼び寄せる施策措置を講じることが必要である。政府、地方公共団体及び民間が2003年4月よりビジット・ジャパン・キャンペーン繰り広げているし、04年で訪日外国人旅行者数は614万人（日本人海外旅行者数は1,683万人）で、2010年までに1,000万人を目標にしている⁽¹¹⁾。

日本の外国人旅行者数のアジアランキング（03年）では第7位であり、商品貿易同様にサービス輸出は強いが輸入に弱いのは、文化のソフトに欠落しているからであろう。外国人のインバウンドが増えれば、日本の伝統、歴史、文化、和食等の食文化、自然景観などを広めることができ、あらゆる意味で効果は大きいのである。

また、サービス収支の輸送収支、その他の通信・保険・金融・特許使用料・文化などのソフト面を強化するには日本文化を高める必要があるといえる。

日本の高齢化も進んでおり、昨今では国内で福祉の面にも注意が向けられており、いずれその他アジア諸国でもこの分野で必要性が生じ、日本からそのノウハウの輸出も高まり、特に福祉大学教育は多くの需要がある。その他分野での大学教育等を魅力あるものにすれば、多くの外国人や留学生が日本へやってくるであろう。医療・福祉・教育等のサービス分野は日本GDPシェアの約70%を占めるので⁽¹²⁾、まさに日本政府、地方行政は思い切って予算を投じれば日本全体の活性化につながると考えられる。

3. 生活・文化創造産業の育成

生活・文化産業と関連してコンテンツ・ファッション・食市場・伝統的手工業などは、国内外で大きな市場であり、日本文化を高めることによって経済的価値もまた連動して強化させることができる⁽¹³⁾。例えば、アニメ、映像、音楽等のコンテンツ産業は現行でGDPシェアの2%程度を占めるが欧米並みの約5%に増やすことができる。

戦後60年経って、日本も経済的には豊かになり、おそらく旧来の雁行型経済発展のやり方では限界があるのかもしれない。戦後生まれの若い人たちが、欧米諸国の本当の意味における合理主義が理解されないままに日本的甘さが重なって、とんでもない狭間に置かれているような気もしてならない。しかし、少なくとも現在において、日本自体が先進経済大国となっ

ているので、欧米にしても文化的ライフスタイルについて世界に理解されているわけであるから、日本も経済的価値ばかりだけではなく、文化的価値を広める時代になったということである。そして、我々日本人は他方で欧米の合理主義を厳粛、かつ客観的に受け止めることができれば、日本の繁栄的存続がありうるのではないだろうか。

これを達成するには、まず我々日本人の心を海外に対して開かれた「意識改革」を遂行することが、先決だと考えられる。すなわち、日本国内部で足を引っ張り合う閉塞性を断ち切り、世界に向けて日本人の本質について発信するところにある。

注

- (1) 森正直『文科経済学原理』九州大学出版会，2003年，9-11頁。
- (2) デイヴィッド・スロスビー著／中谷武雄・後藤和子監訳『文化経済学入門』日本経済新聞社，2002年などを参照。
- (3) クライド・プレストウィッツ著・柴田裕之訳『東西逆転 アジア・30億人の資本主義者たち』日本放送出版協会，2006年，第1章，44-45頁。C. Prestowitz, *Three Billion New Capitalists: The Great Shift of Wealth and Power to the East*, 2005.
- (4) 拙稿「日中米関係の視点に立った日中貿易・投資問題と日本の通商戦略—東アジア共同体・共通通貨構想と関連して—」日本貿易学会『年報』第43号，2006年，20-33頁及び英文拙稿 Yamada, T. (2005), "FTA-the Starting Point for the East Asian Economic Community and Common Currency Regime," *The Annual Bulletin of the JAFTAB* (the Japan Academy for International Trade and Business), Vol. No.42, pp.41-48 を参照されたい。
- (5) 新渡戸稲造著・矢内原忠雄訳『武士道』岩波書店，1938年，49-57頁。
- (6) ロバート・A・マンデル著・竹村健一訳『マンデルの経済学入門』(*Man and Economics*) ダイヤモンド社，2000年，282-294頁。
- (7) 藤原正彦『国家の品格』新潮社，2005年。海外経験者には、日本について客観的に捉えることが可能なのである。
- (8) 大江健三郎『あいまいな日本の私』岩波書店，1995年，187-204頁。筆者は

日本人がもっと海外に対してオープンにすべきだと常に主張しているが、日本人の伝統的慣習なのか、あまり理解されていないようである。

- (9) ローレンス・E・ミッチェル著/斎藤裕一訳『なぜ企業不祥事は起こるのか』麗澤大学出版会，2005年，第10章と第11章を参照。
- (10) 2005年3月に中国の北京，上海へ調査に赴き現地の日本の製造業と面談した際にもこのような情報を得ている。
- (11) 日本人・外国人観光については，国土交通省『観光白書（平成17年版）』2005年，11-51頁を参照。
- (12) 内閣府編『日本21世紀ビジョン』国立印刷局，2005年，123頁。
- (13) 同上書，115-121頁。