



久保広正先生 講演風景

開学70周年記念 比較地域研究所講演会

摂南大学副学長・神戸大学名誉教授 久保広正教授

## 「日EU経済連携協定の意義と課題

（BREXIT後の日欧産業協力を考える）」

和田聡子

2019年12月21日、大阪商業大学では開学70周年記念の一環として比較地域研究所講演会（日本貿易振興機構後援）が開催された。

今年度は久保広正先生（摂南大学経済学部教授）の「日EU経済連携協定の意義と課題（BREXIT後の日欧産業協力を考える）」をテーマとした御講演、続いて久保先生と前田啓一先生（本学経済学部教授、当研究所所長）との対談による二部構成で行われた。

英国では2016年6月23日、歴史的な国民投票の実施によって離脱派が残留派に僅差で勝利して以降、議会内での与野党の対立および英国とEUとの間で離脱にかかる種々条件の取り決めに難航し、当初の2019年3月29日の離脱予定日から遅れていた。実は、本講演約10日前の12月12日、ボリス・ジョンソン首相のもと議会で院選挙における保守派の勝利、さらに離脱関連法案も可決したことで、ようやく2020年1月31日にEUからの離脱（BREXIT）が決定する。それゆえ、2020

年末までの「移行期間」における英国とEU間での自由貿易協定交渉の妥結を目指す手順が決まったところで、まさにタイムリーな講演内容となった。

ここで簡単ではあるが久保先生の御経歴に触れておきたい。久保先生は大学卒業後に丸紅に入社、海外駐在中にはEU委員会へも出向されて欧州経済の調査・研究に携わられた。そして26年間の勤務後、母校の神戸大学に学者として転身、EU統合論やヨーロッパ経済に関する御著書を数多く出版されると共に、日本EU学会理事長の就任期間中にはEU委員会委員長や同議長など多数の要人を日本に招聘なさる等、日欧の学術的・文化的架け橋に大きく貢献された。その功績として「ジャン・モネ・チェア」にも選出されておられる。以上の御経歴のとおり、久保先生は豊富な実務経験と学術研究の両側面から興味深い御講演を進めていかれた。

第一部の主たる講演内容は4項目であり、以下、要旨を順に紹介する。

#### ① EUのFTA(自由貿易協定)政策

EUにおけるFTA政策の目的として、従来はむしろEU加盟候補国に対する改革支援や旧植民地の発展促進などを中心に行ってきた。21世紀に入って以降、まず2006年には「グローバル・ヨーロッパ」を発表し、様々な国・地域とFTAを締結することで通商関係をスムーズにする戦略的パートナーを増やしていく。2015年には「万人のための貿易」を発表し、単なる貿易の側面だけでなく、環境・労働基準、知的所有権等のサービス分野にも配慮した内容を盛り込むFTAの「新たな段階」を歩むことになる(日本ではこの段階をEPAと呼ぶ)。そして、この新たなFTAとして、例えば韓国とEUでは2007年に交渉が開始(2015年発効)、また日本とEUでは2011年

に交渉が開始され、2019年に発効に至っている。

#### ② 日EU経済連携協定

グローバル時代において、本来はWTO(世界貿易機関)を中心として世界の貿易のルール・仕組みが構築されることが望ましい。しかしながら、近年、WTOの機能が明らかに低下し、加えて様々なメガFTA交渉もうまくいっているといえない。このような状況下、二国間・地域間の緊密な協定締結が増える傾向にあって日EU経済連携協定は、世界に占める日EUの貿易・GDP(国内総生産)割合のインパクトと重要性を意味するものであった。さらに、この協定で日本側は経済活動のみならずEUの厳格な労働基準等も国内に導入することが求められており、むしろEU側からの「外圧」を活用して国内の雇用制度改革を進めていく絶好のチャンスと捉えることも出来る。

#### ③ 英国のEU離脱問題

英国はEU加盟後も「3つのわがまま」を貫いてきた。1つはEUへの拠出金に対する還付金受取の特別な権利、2つめはユーロへの不参加、3つめはEU域内の国境検査撤廃(シエンゲン条約)の適用対象外であり、EU加盟国ルールを遵守せず自国の立場を優先してきた。さらに与党保守党の「2つの判断ミス」、つまり「EU離脱に関する国民投票の実施」と「北部スコットランドの独立にかかる住民投票の実施」をそもそも認める判断をしたことで離脱が現実化した。したがって、近い将来、残留派が多いスコットランドの独立問題と北アイルランドの国境管理問題は国内で解決すべき大きな問題として重く押し掛かるであろう。なお、英国駐在の多くの外国企業については、英国で取得した種々登録免許(EU域内全体で通用するシングル・パスポート)が無効となることの対応として、離脱時期が延期された間に英国から大陸欧州諸国への移転や再編の準備をすでに進めているため、大きな混乱は回避できる見通しである。

#### ④日欧産業協力の方向性

日本とEUの関係は概して良好かつ安定しており、産業協力も増加の一途をたどっている。現在、主要先進国の中で「人口1人あたりGDP」が低位にある日本にとって日EU経済連携協定が貿易・投資交流、さらには様々な分野における共同研究開発の活性化につながり、ひいては国内生産性の向上をもたらすことが期待される。

講演会後、フロアーからは多くの質問・意見が寄せられ、第二部ではそれら内容をふまえて対談者の前田先生が「日EU経済連携協定の評価」「労働生産性の高い北欧に対し日本が低い理由」「英国のEU離脱に伴う問題」「世界のブロック化の趨勢と日本への影響」の4つの論点に集約された。これら論点に対する久保先生のお応えを筆者なりにまとめると、以下のとおりである。

まず1点目は、日EU経済連携協定の締結によって日本とEU相互のマーケットはますます開放され、一般の消費者利益は向上する。一方で、例えば食料自給率の低い日本の農業のうち酪農の大部分を占める北海道の生産者がEU産のチーズ・バターに関税引き下げに伴って受ける影響の大きさの不確実性を考えると、日本政府は消費者と同時に生産者への対策もしっかりフォローする必要性を強調された。

2点目は、企業のオフィス形態における日欧の相違を引き合いに出されて労働生産性の問題を説明された。具体的には、日本のオフィスは主として大部屋の従業員が数多く向き合う形態で対人関係に費やされる時間も多くなるが、欧州は少人数もしくは個室形態のオフィスが多く、仕事に集中しやすい環境といえる。よって、結果的に個々人の能力や実力が発揮されやすく労働生産性が高くなる。このことはILO(国際労働機関)にも明記されているDecent Work(働きがいのある人間らしい仕

事)を尊重するEUの労働規約にも関連するのであり、職場環境の整備が働きやすさにつながるといえる。さらに、北欧のフィンランドにおいては「2つのI(Internationalization, ICT)戦略」を政府が推進していることも労働生産性の向上につながっていると言及された。

3点目は、離脱後に数多く出てくる諸問題の中で、とりわけEU域内におけるリーダー役のドイツがその役割を十分に果たせるかどうかである。ギリシャ危機後もEU域内で独り勝ちであったドイツ経済がここ最近、非常に弱含んでいる。例えばVW(フォルクスワーゲン)の排ガス不正事件に端を発する自動車業界の低調とドイツ銀行の経営危機などが挙げられるのであり、今後のゆくえが注目される。また、ジョンソン首相は巧みな話術ながら一貫性のない論理を展開することから、英国とEU間の自由貿易交渉をどのように進めていくかも注視せねばならない。

4点目は、トランプ大統領のアメリカファースト、このたびのジョンソン首相のグレートブリテンファースト等に見られる各国のナショナリズムが目立つ中、世界において真のリーダー不在の状況とも言える。一帯一路戦略に象徴される中国も大国に成長したとはいえ国内に山積する課題も数多く、世界でマルチな先導役になるには至らない。本来、経済が成長・発展するには各国・地域の秩序だった相互依存関係が結果的にwin-winな状況をもたらす上で、様々なグローバル基準を作成するNormative power(規範力)を有するEUの重要性、役割は大きいといえよう。

多方面で活躍されてきた久保先生が、最後は「教育者」としての立場から、EU域内の大学間における留学単位互換制度(ERASMUS)と活発な国際共同研究の2つの特徴を挙げられ、これらのような仕組みを日本の高等教育機関にも積極的に導入する必要性を強く指摘されて講演を締め括られた。

(本学比較地域研究所嘱託研究員・大阪学院大学経済学部教授)

## 壺中之天・マオタイ

閻 和平

酒は、好きですか？

私？

ほんのすちよいと。

インバウンドが社会にすっかり定着し、街の風景を変えた。梅田や難波界限では、行き交うインバウンド客は様々な国の言葉を発し、2025年でもなくとも、こちらは一足先に万博状態である。

最近の免税店でも、定番のマダム御用達の高級化粧品や紳士の洋酒に加え、クールジャパンの品々が所狭しと入り込んでいる。クールジャパンの品々に混じって、中国の酒がいつの間にか置かれていく。大半はマオタイ酒である。値札を覗いてみると、3万円ほどである。さらに、1人1本限定と書いてある。

こんな高い酒を買い占める人がいるだろうか？ と思いきや、品切れの付箋が貼ってあった。聞くと、買っているのは、主に日本観光を楽しんだ後、帰途に着く前の中国人インバウンド客だそう。

これは些か不可思議である。海外に行つて現地土産を買うのは分かるが、自国産の酒をわざわざ買って、いわゆる逆輸入するのは一体どういうことだろうか。

機転の利く人はなんとなく想像がつきそう。ほかでもなく、閑空で買ったほうが本国中国よりも安いからだ。

人民元の現在の為替レートはおおよそ1元15円である。米中貿易

摩擦の影響で人民元安が大きく進んだ。2015年6月には一時1元20円に突入していた。つまり、大まかにいうと、閑空のマオタイ酒は一本およそ1500元から2000元の間になる。インバウンドブームの前に、これの半額ぐらいで売っていたが、商売が上手になった閑空はすっかり値上げした。

では、中国で幾らに売られているのか？

マオタイ酒を醸造するメーカーは販売指導価格を出している。目下は1本1499元である。1500元にならないのが、やはり市場経済化が浸透した証であろう。日本では、時たまブランドイメージ維持に最低販売価格を強要するメーカーがある。これは違法行為だが、こちらは販売上限価格である。つまり、醸造メーカーが価格急騰を抑えるための御達しだ。先のお買得感とはしつくりこない。

経済学の基本・需給原理を考えれば、結果が火を見るより明らかである。中国国内では、この「上限」価格では、まずマオタイ酒は手に入らない。

醸造メーカーはオンラインショップを直営してマオタイ酒を販売している。販売価格は確かに1499元の表示だが、いつまでたつても入荷待ち状態である。

市井で、1499円でマオタイ酒が販売されると、テレビ局が出勤するほどの大騒ぎになる。2019年9月、米中貿易摩擦の最中に、コストコは意気軒昂に中国市場に乗り込み、上海で第一

号店を開いた。

開店セールの目玉商品に、あのマオタイ酒を販売指導価格1499円で売った。言わんことか、開店と同時に在庫が尽き、客が殺到して、安全のために、繰り上げ閉店に追い込まれた。そして、3日後、店はマオタイ酒の販売指導価格での販売を止めた。今度は会員退会手続きの長蛇の列が店の外まで貫く始末だ。

中国国内では、マオタイ酒を手に入れようとすれば、普段でも最低2000元以上、春節などの祝日になると、さらに高騰する。そのうえ、偽物が氾濫し、信頼のできる人や店以外からは買えない。

一見、非合理的な行動に見える免税店でのマオタイ酒購入は、実に経済原理に叶う領く行為である。運がよければ、1本のマオタイ酒でLCCの航空運賃ほどの差益が出る。

ここで一つのおまけの話をしよう。

然るに、こよなく愛されるマオタイ酒が、海外で本物が保証されてこんなにも安く売られていることを知った中国人は、もう怒り心頭に発した。その怒りが中国人以外の全地球人に向いた。

こんなに美味しいものをなぜ飲まないのだ！  
なんていう味オンチたち?!  
こんなに安いのに、なぜ買わないのか?!  
経済観念つたら、全くないのだ！

茅台酒の主力商品：53度飛天牌と付属グラス（関空全日空免税店）



怒りは収まらず、さらに醸造メーカーに向けられた。国内では、値段が高騰し、偽物をしばしばつかませられるというのに、愛しいマオタイ酒をなんで味の分からない外国に売るか?! 理解できない!

なんでこんなに怒ると、首をかしげるあなた、続きを読むください。

この怒りを理解するには、中国文化を理解しなければならぬ。何はともあれ、マオタイ文化を知ることがその第一歩である。

マオタイは漢字では茅台と書く。茅台は中国西南地方の貴州省遵義市仁懷市茅台鎮のこと、地名である。

中国の酒名には大半は地名が付く。かの紹興酒も上海の南にある浙江省紹興市の地名をとったものである。

紹興は酒の産地以外にも、書を学ぶものたちの手本の、王羲之の有名作『蘭亭序』が書かれた場所、文人魯迅のゆかりの場所である。酒を飲まない人もよく知っているところだ。

一方、茅台はマオタイ以外にもまた酒である。正確な統計はないが、現在、茅台鎮には300から400ほどの酒蔵（中国語では酒坊、焼坊と言う）がある。作られている酒は同じ茅台の二の字が付くものが多い。この中には味がなかなかのものもあると言う人がいるが、いずれもバツマン抜いで、値段は二束三文である。

とにかく、茅台酒は旨い。

マオタイは香りを味わう酒である。

商品に付属している10ml足らずの小さなグラスに茅台酒を半分ほど注ぐ。

グラスを持ち上げて、照りがかかった透明な液体をグラスの内面をなめるようにゆつくりと一周揺らす。

鼻をグラスの縁に近づけて軽く息を吸い込む。忽ち、豊潤で甘い熟成香がふつくと鼻腔をいっぱい満たす。

しばし、香りが徐々に薄れ、鼻の中が普段の状態に戻りつつあるのを楽しむ。

乾杯！茅台酒を一滴残らず口に流す。口を閉じ、息を止め、茅台酒が舌・喉・腸を伝わり、体そして胃袋が暖まるを感じる。

口いっぱいのおフレーバーを息で思い切り掃き出す。自分を囲むように茅台酒の馨りの世界を作り出す。

茅台酒の香りは、ローズの香りのおようである。ふんわりとし、暖かく、眠りを誘う陶酔感がある。茅台酒はアルコール度数が53度である。この度数の高さがマオタイの香りの厚みを増し、濃厚さを醸し出した。中国はこれを醬香と表現し、味噌の香りに分類した。

茅台酒の旨味はその醸造工程にあると言われている。

原料は高粱、小麦、水である。小麦を高温発酵させて麴をつくる。それに地元産の粘りのある高粱を投入して長時間に発酵させる。この時に高粱よりも多くの麴を使うのが特徴である。そして、発酵や火入れを繰り返す。

茅台酒の醸造は原料仕込み2回、発酵8回、火入れを9回して、



茅台鎮と赤水河  
(仁懷市人民政府ホームページより)

繰り返し一年、蒸留で得たものをさらに三年以上寝かす。それから調製・配合を行い、また一年寝かせてようやく箱詰めされて出荷される。前後合わせて5年ほどかかると思われる。

茅台酒の味はその自然環境に依存していると言われる。茅台鎮は起伏に富んだ雲貴高原にある。川は高原面を深く切り込んで峡谷を作っている。茅台鎮は赤水河が流れる峡谷にあり、近傍の山脈に比べ、地形が一段低い。このため、茅台鎮は夏に40度に上る高温が半年間続き、冬には温暖で温度差が少ない。この地形と気候が酒に最も大事な、この地域特有の微生物を生息させている。

1960年代にここから100キロも離れていない都市インフラの整った遵義市に工場移転を試みたが、酒の味が変わって、移転が断念された経緯もあったそうだ。

この地は茅台酒醸造に必要な自然環境を提供しただけではない。ここからは私説となるが、茅台酒の最大の旨味はその文化にあると思う。

もう一度、産地を見てください。

貴州省遵義市仁懷市茅台鎮である。

茅台鎮は、仁懷市の行政区であるとともに、仁懷市より上級行政機関の遵義市の配下にある。ポイントが遵義である。中国現代史を齎つた人は、中国、中国共産党にとって遵義のもつ歴史的意思がいかに重いものかはよく知っている。

1935年1月15日から、遵義で、中国共産党首脳部会議が開かれた。それまでのコミンテルン指導路線が否定され、毛沢東の指導権が確立された。毛沢東が1976年に亡くなるまで、中国権力のトップの座を占め続けたる始点、現在の中国共産党・中国

人民共和国の歴史転換点とも言える。それが遵義会議と呼ばれるものである。

指導権を回復した毛沢東は、さつそく赤水河の地形を巧みに利用して、追われ、負けっぱなしの国民党軍に大戦勝した。大勝の祝いにこの地の白酒が振舞われたと言われている。味の旨さに加え、勝利の喜び、何より毛沢東の指導的立場が確立した祝福が何重にも調査・醸造されて、この地の酒は、共和国創始者たちの脳裏に記憶された。

この時に振舞われたのが茅台酒鎮の地酒だが、現在のマオタイではない。この時代、多数の白酒醸造蔵があったが、共和国が成立した1949年には、主な蔵が三つしか残っていなかった。成義酒坊、榮和酒坊、恒興酒坊であった。無論、いずれも個人経営の蔵で、酒は経営者の苗字に因んで、華茅、榮茅（後に王茅）、頼茅と呼ばれていた。

1949年10月1日に北京で共和国成立記念式典が行われてまもなく、遵義にも人民解放軍がやって来た。そして、三つの蔵に対して、1951年に早速に買い取り・没収による「公私合営」が進められ、やがて国营茅台酒廠となり、貴州茅台酒のブランドが誕生した。

蛇足になるが、もしあなたが買った酒に茅台酒とのみ書かれているなら、それは偽物である。マオタイの正式名は貴州茅台酒である。

貴州茅台酒のトレードマークは、内販と輸出に分かれる。国内販売用は「紅星牌」といい、真ん中に大きな赤い星があり、遵義会議ならびに赤水の戦いを象徴する。赤い星の周りに麦・高粱と



茅台酒内販用紅星牌トレードマーク(右)  
茅台酒輸出用飛天牌トレードマーク(左)

菌車があしらってある。労働者の意味である。これらのデザイナーが共産党、中国人民共和国と軌を一にしている。つまり、貴州茅台酒は、共産党と共和国の化身といつてよからう。一方の輸出用デザイナーだが、日本でも有名な敦煌壁画で描かれている舞い降りる天女「飛天」である。こちらは中国文化の代名詞といったところである。

マオタイのいわゆる革命文化的要素は政治的権威づけになっても、商品としてのブランディングとは別物である。マオタイのブランドイメージを大きく形成し高めたのが日中外交の逸話であった。

1972年9月、半世紀にわたる日本と中国の対立がようやく雪解けの第一歩を踏み出し、日中国交が正常化した。その調印後の宴席で、中国側の最大のおもてなしにマオタイ酒が振舞われた。一方の田中角栄首相は世紀の大事業を成し遂げて、すっかりマオタイ酒に惚れ込んだという話だった。

それ以来、田中元首相は茅台酒のイメージキャラクタにされて、日中間の酒席に必ずというほど、彼の名前が出る。北京帰りに周恩来からお土産に茅台酒を段ボール2箱もらって帰ったそうさ。ちょっと高いお土産になったかな。

実は、田中首相が中国を訪問する前に、当時のアメリカ国務長官キッシンジャー、大統領ニクソンが先に中国を訪問した。米中関係をそれまでの対立から和解へと転換して第二次世界大戦後の冷戦時代の転機となった訪問であった。当然のことに、中国が大歓迎して茅台酒も大いに振舞った。結果、二人共ども茅台酒を飲んだ。そして、ニクソン大統領が「茅台酒は旨い。百病を治せる」と褒めたそうさ。このことを、知り合いのアメリカ人に訊いたが、

誰一人知らなかった。

誉め言葉をしっかりと言ったニクソンより、うまいとしか言わなかった田中角栄がよく話題にのぼるのは、酒文化の違いだろうか？

それはさておき、田中元首相の逸話は茅台酒の、より高級な国際的ブランド化に大きく貢献したわけだ。

計画経済時代、あらゆるものが権威のランク付けされていた。茅台酒のラベルには「国酒」が刻印されていた。あらゆる物資が統制・配給されていた時代に、茅台酒が使用されることは、その存在の重要性を意味する。その意味では、茅台酒は酒を超えた存在だといえよう。

しかし、茅台酒は「国酒」であることは、あくまでも暗黙了解もしくは都市伝説にすぎなかった。知的所有権がなかった計画経済時代に、「国酒」であることを証明する根拠は当然ないわけで、証明する必要はそもそもなかった。

やがて、中国は経済の市場化を進めた。国営の茅台酒廠がいまは株式公開上場した茅台集団公司になった。市場化の波の中、ブランドが売り上げに大きく影響し、知的所有権が重要視するようになった。

2001年に茅台集団公司是「国酒茅台」の商標登録を申請した。これに他の中国酒造メーカーがそろって大反対し、裁判にもなった。それ以来、17年間に9回も申請したが、いずれも却下された。そして、2019年7月1日に、「国酒茅台」が「貴州茅台」に改名され、マオタイからついに「国酒」の二文字が消えた。



マオタイで乾杯する周恩来総理と田中角栄首相 (AP通信社)

ここまで書くと、五臓六腑からなんともマオタイをちよいと飲みたくなつたなあ。そういえば、前回飲んだのがいつ頃のことか。少々年によるボケも入り、なかなか思い出せない。マオタイを味わいたいところだが、上限価格が安いと言われても、いまの私にはもう手が出ない。

杜康酒でも呷るか。

これは失礼。

そうだ、曹操がこんな詩も詠んだね。

対酒当歌、人生幾何

(酒に対して当に歌うべし、人生幾何ぞ)

譬如朝露、去日苦多

(譬えば朝露の如し、去る日は苦だ多し)

慨当以慷、幽思難忘

(慨して当に以て慷すべし)

何以解憂、唯有杜康

(幽思忘れ難し、何を以てか憂いを解かん、唯杜康有るのみ)

気分がいい。酒は、やっぱり旨い。

(本学経済学部教授)

# ヒアリング調査のコツと昨夏の思い出

池田 潔

筆者は、中小企業研究を専門としているが、ヒアリング調査が研究を進める上で欠かせない。ヒアリング調査の思い出話を語る前に、調査を始めるに当たっての事前準備について、かつての職場である大阪府立商工経済研究所時代を振り返りながら紹介しよう。

当時も今も、先方にアポ取りをすることから調査は始まる。相手は会ったこともない企業経営者が多く、商工会議所の発行している事業所名鑑や、新聞に掲載された企業などをタウンページなどで調べ、電話をすることから始まる(最も現在は、商工会議所の名鑑も個人情報保護の名の下に発行されなくなっており、随分と調査しづらくなっている)。電話を受けた相手は、こちらが府立の研究所ということで、公的な機関だということが分かると、たいていは応じてくれるのだが、中には府立という言葉よりも商工経済研究所というところに反応し、総会屋に間違われたことが何度かあった。今では総会屋といってもピンとこない世代のヒトも多いと思われるが、当時は企業にとつて、総会屋は胡散臭い存在として、できるだけ近づきたくなかったのが本音だったろう。

この電話でのアポ取りや、街頭でのヒアリング調査(アンケート調査)には、絶妙のタイミングや

相手との駆け引きが求められる。過日、産学連携事業の一環で、高校生に一般の人向けにアンケートをしてもらったことがあったが、高校生にとつて初めての体験であった。そのとき彼らにアドバイスしたのは、タイミングと押し、立ち位置である。まず、「〇〇高校生ですが、アンケートを実施しています。少し、お時間、よろしいですか」という口上を最初に述べてもらうのだが、これを相手が逃げにくい、といつても真正面では威圧することになるので、少し斜め前から声をかけるのがポイントである。

絶妙のタイミングで相手に声をかけることが求められるが、このとき、「押し」も大事な要素となる。相手からなるべくNOと言わせないタイミングと発声が大事で、一種の「気」が求められる。ただし、これを言葉で表現するのは難しい。ある女子生徒は、最初に出会った人に断られたことが災いし、なかなか次の人に声をかけられなくなつてしまった。一方、別の男子生徒は、コツを掴んだのか次々とアンケートをこなしていた。

生徒たちにとっては始めての経験で、当然、先の男子生徒も成功率が100%だったわけではなく、かなりの人に断られている。その結果、まちがいなくレジリエンス(打たれ強さ)が会得できた

ほか、アンケート相手から優しい言葉をかけてもらった生徒は、ヒトの温かさを感じ、アンケートに答えてもらったことに感謝の念を抱いたのである。いずれにしても、生徒たちにとって得がたい経験となったのである。

話を戻そう。アポ取りのコツが会得できると、アポ取り自体はそれほど苦痛ではなくなる。もっとも、先の女子生徒と同じく、研究所内でも苦手意識を持っている研究員がいたのも事実である。

このアポ取りだが、地方に調査に行くときには注意が必要である。地方の企業には馴染みがないため、地元自治体や商工会議所等にヒアリング先を教えてもらうことがある。しかし、実はこれが曲者である。聞かれた側からすると、当然、地元の良い企業を紹介したくなる。その紹介先企業が筆者の問題意識と合致していればよいが、ずれていることがある。

一番分かりやすい例は、景気状況をヒアリングするときに、景気の足を引っ張っている企業がその地域にも存在するが、そうした企業は紹介されないことが多いことがある。役所や商工会議所では、地元のあまり良くない実態をさらけ出したくはなく、なるだけ良く書いてほしいと思うのが人の常である。したがって、公的な組織を介して企

業紹介を受けるときには注意が必要である。

筆者の実際のヒアリングの様子を記してみよう。製造業を例にとると、1社おおむね2時間程度かける。ちなみに、これまでの最長は、1社で7時間ほどかかったことがある。そこは懇意の会社だったこともあり、起業時から現在に至るまでの話を聞かせていただいたので、長くなるのは当然だが、昼食をはさみながらのヒアリングで、これには社長も筆者も、終わったときには疲労困憊であった。

1社で2時間というのは、ヒアリングに1時間半、工場見学に半時間という時間配分である。もちろん、工場見学が長引くこともあるが、大体、これぐらいの時間配分でヒアリングにお邪魔することが多い。

筆者は文系で、技術的なことはちんぷんかんぷんなのだが、それでも長くヒアリングを続けていくと、工場を通して会社のことが見えてくる。たとえば、5S(整理・整頓・清掃・清潔・整頓)は日本の工場では一種の標語のようにになっているが、実際に現場に行くとその実施具合には違いがある。機械金属加工の工場で目に付くのは、金属を切削した後に出る切粉(キリコ)処理がずさんなことである。また、通路が油で汚れたままになっており、うかうか歩いているとずっこけそうになることもある。これまでの経験則では、工場内の5Sの度合いと企業の業績とは、おおむね運動している。

10数年前に中国の金型工場に、日本の金型製造企業経営者と一緒に行ったことがある。古い話なので現在の状況は大きく違っていると思われるが、そのときのことが印象深かったので記してみよう。

よう。

中国でも金型生産に力を入れたし、日本からも注文が来るようになった頃である。中国のその工場では、金型製造に加え、完成した金型でプラスチック部品の射出成形を行っていた。日本の経営者いわく、これほどの成形装置は値段が高すぎて、日本の中小企業には手が出ないことであった。しかし、射出成形機から打ち出された製品を見て、バリ(プラスチックの成形過程で、製品の縁にはみ出してできる余分なもの)の多さなど、出来の悪さに目を疑ったほか、日本の経営者は次のことを指摘した。すなわち、精度を要求される成型工程で、温度を一定にするため、空調管理されたクリーンルームのような部屋にその高価な製造装置が鎮座していたが、部屋と通路を仕切る扉が開けはなされたままであった。理由を聞くと、従業員が行き来しやすいために開けたままになっている、とのことだったが、日本では考えられないことだと経営者は教えてくれた。我々のような知識のないものは、こうした耳学問に加え、足しげく現場に通うことで勘所がわかるようになってくる。

昨夏のヒアリング先である韓国の思い出を語ってみよう。メンバーは、私以外にも数名の研究者が一緒だったが、私の問題意識はSDGsとCSRに関するものである。

SDGsは、Sustainable Development Goalsの略で、2015年9月に開催された国連サミットの「我々の世界を変革する持続可能な開発のための2030アジェンダ(行動計画)」で掲げられた目標である。具体的には、2016年から2030年までを目標期間とする持続可能な世界



不夜城の東大門市場地区 (23時頃)

を実現するための17のゴール(目標)と、それぞれに具体的な目標が掲げられ、合計すると169のターゲットが示されている。一方のCSR(Corporate Social Responsibility)は企業の社会的責任で、こちらも世界中の企業で、取組みの重要性や必要性が喧伝されている。

韓国には度々訪れているが、いつもアポ取りで苦労している。日本ではヒアリングする際に、一種の気のようなものが大事だと述べたが、海外ではそれが通じず、思うようにいかない。前回の韓国調査のときは、共同研究をしている韓国の大学の先生にアポ取りを委ねたが、この先生をもってもらうまいかなかった。まず、ヒアリング先からは、自社の得にならない我々のヒアリングに対して、そもそも協力的ではない。そのときは、中小企業にヒアリングに行きたいと要望していたが、実際に紹介されたのは大手生命保険会社であった。また、直前になるまで、ヒアリング先が決まらないことも多い。したがって、なかなか詳細なスケジュールが作れないのである。

今回の調査では、我々研究チームの韓国籍のK先生にアポ取りをお願いした。K先生は高校時代の同級生にヒアリングを依頼されたが、この効果は絶大であった。同級生には、中小企業経営者になつている人たちも多く、訪問すればこれまでのヒアリングはなんだったのだ、と思えるぐらいに懇切丁寧に質問に答えていただいた。

韓国は日本以上に、地縁・血縁などを重んじる国だが、高校や大学の同窓生（今回お世話になったK先生の相手は、クラスが一緒の同級生ではなく、学年が同じの同窓生であった。したがって、日本的にはそこまで濃密な関係とは思えないのだが、実際にはすごく濃厚であった）に対して強い一族意識があるようで、学縁という一種の身内に對して、一肌も二肌も脱いでくれる文化であった。

ヒアリングを終えて、夜に東大門市場に見学に行ったのだが、ここには韓国全土、あるいは日本からもアパレル関係の小売業者が買い付けに来ているほか、中国人と思われる観光客と思しき人たちがツアーでやってきていた。このエリアには昔ながらの露天商もあるが、現在はおしゃれなファッションビルの中に、アパレルショップが所狭しと入居している。一般消費者も買うことができるこのエリアは不夜城となっており、周辺の路上には買い付けした荷物を運ぶオートバイや、ツアー客を乗せる観光バスが幾台も停車しているほか、買い物客目当ての飲食屋台があちこちに出店しており、活気を感じさせるに十分であった。

ここで、私が体験した韓国の面白いエピソードを紹介してみよう。

日本人に道を探ねると、あそここの角を右に曲がって、その次の青い建物を左に、といった具合

に細かに案内してくれるが、韓国人は大まかに方向を示してくれるだけである。百貨店の中での店はどこにあるのかと従業員に聞いても、結局のところ分からずじまいで、自分で探すしかなかったことがある。これを先のK先生に話すと、K先生自身も感じていることだと教えてくれた。

また、地下鉄に乗ると、それほど混んでもないのに、ほとんどの人が一駅前にドアのところまで行って、降りる準備をしていたことがある。前もって準備するというのは日本人以上である。

地下鉄ついでにもうひとつ。今回の調査旅行では年配のM先生と一緒だったが、地下鉄に乗ると、しばしば席を譲られる経験をした。筆者も六十歳を超えたが、なかなか日本では経験することがなく、少々照れくささもあつたが、ヒアリングで疲れていたので、有難く座らせてもらった。それ以来、地下鉄に乗るときは「M作戦」と称して、必ず横に並んで乗り込んだものである。

最後に、ヒアリング調査をすることの意味を考えてみよう。ヒアリング調査は当然ながら、研究者の趣味でやっているわけではない。何らかの問題意識があり、それを明らかにするためにやっている。ここで大事なのはこの問題意識である。問題意識をベースに仮説が作られ、それを検証するためにヒアリング調査を行っている。最終的には論文を書いたり、本にまとめたりして、研究成果を発表することになるが、問題意識が重要なものいうまでもない。

ヒアリングをするのは仮説検証のためと書いたが、ヒアリングをしていると、新たな問題意識が芽生え、別の仮説が生まれることがある。相手とのやり取りの中で、思いもしなかったことが浮か

ぶのは、一種の創発である。ヒアリングをしたことによる思いがけない副次的成果である。

ところで、ある著名な中小企業研究者が、一日に七社か八社ヒアリングする、という話を聞いたことがある。どうしてそんな神業的なことができるのか、常々不思議に思っていたがところ、謎が解明した。ヒアリングで有意義な情報が引き出せないとわかるやいなや、早々に切上げることであつた。さすがに、この真似は筆者にはできない。ヒアリングの仕方人もそれぞれである。

ヒアリング先には、日中の忙しい時間を割いて応じてもらっているので、申し訳ない気持ちになることがある。特に、相手が一人親方のいわゆる個人事業主や、少人数で経営されているところなどがそうである。社長の手を止めることによって生じる機会ロスは、相当な金額になるが、即座の見返りは困難である。せいぜい執筆した論文や、本を差しあげるぐらいである。我々研究者は、そうした見返りを求めない人の上に成り立っていることを忘れてはならない。（本学総合経営学部教授）



これは便利！地下鉄の階段横の荷物専用スロープ

◆ JGSS国際シンポジウムの開催

2018年10月に日本学術振興会から採択された「人文学・社会科学データインフラストラクチャー構築プログラム」拠点機関におけるデータ共有基盤の構築・強化委託業務」の助成は、今年度も継続して採択された。

2020年1月11・12日の2日間にわたり、



図1 「JGSS国際シンポジウム 2020」参加者の集合写真（於：大阪商業大学）

ユニバーシティホール蒼天にて「JGSS国際シンポジウム 2020」を開催した。1日目は「日本学術振興会『人文学・社会科学データインフラストラクチャー構築推進事業』データ共有基盤の構築・強化に向けて」と題し、文部科学省研究振興局学術機関課専門職の萩原雅行様からご挨拶を頂戴した。本事業において拠点に選定された慶應義塾大学経済学部附属経済研究所パネルデータ設計・解析センター、東京大学社会科学研究所附属社会調査・データアーカイブ研究センター、一橋大学経済研究所、東京大学史料編纂所、大阪商業大学JGSS研究センターに加え、本事業の中核を担う日本学術振



図2 Christian W. Haerperfer氏

興会人文学・社会科学データインフラストラクチャー構築推進センターと情報・システム研究機構国立情報学研究所も含めて関係機関が一堂に会し、データ共有基盤の構築・強化に向けて発表とパネルディスカッションを行った。

2日目は午前中にJGSSシンポジウム(日本語)を、午後にはEASS Symposium(英語)を実施した。午前の部ではJGSSを利用した研究発表と今年度のJGSS公募論文2019の優秀論文表彰式を行った。午後の部では、基調講演として、世界価値観調査(World Values Survey)とEurasia BarometerとJGSSの大规模国際比較調査の指揮を執るChristian W. Haerperfer氏にご報告頂いた。その後、東アジア社会調査(East Asian Social Surveys)の日本・韓国・中国・台湾の共同実施機関のメンバーが報告し、健康をテーマとするEASS 2020に向けてパネルディスカッションを行なった。

延べ人数で100名を超える方々にご来場いただき、大盛況のうちに幕を閉じた。

◆ JGSSデータダウンロードシステムの構築

JGSS研究センターは、データインフラストラクチャー構築プログラムの委託業務の取り組みの1つとして、データインフラ事業で新たに構築されるデータリポジトリの機能を拡張する形で、JGSSとEASSおよび整備を支援

する外部の研究機関のデータのダウンロードシステムを構築する。利用申請受付、データのダウンロード、成果物の収集をシステム上で行うことで、スピードアップと作業量の軽減を図る。1月末に開発業者より納品され、試験環境での運用を経て、全国の大学図書館のリポジットが一新される2021年4月からの本格稼働を目指している。

◆共同利用・共同研究拠点の再々認定と機能強化支援への申請

JGSS研究センターは、2008年度に認定された共同利用・共同研究拠点の2度目の期末評価を無事にクリアし、2019年度から2024年度まで、共同利用・共同研究拠点として活動する再々認定を得た。

2016年度から2018年度にかけて文部科学省より受けた「特色ある共同研究拠点の整備の推進事業（機能強化支援）」の助成は、2020年度の公募に申請中である。

◆国内外での研究発表

JGSSチームは、7月にギリシャのロードス島で開催された国際社会学会(International Sociological Association)の家族研究委員会(RCO6)をはじめとして、国際会議で7回の報告を行なった。

◆JGSSライフコース調査データの整備

JGSS研究センターは、京都大学大学院教育学研究科教育社会学講座が2019年2月から4月にかけて行なったJGSSライフコース調査(JGSS-2019(LCSwakes))の整備に協力している。JGCSは、職業・家族経歴、社会意識などの変化をとらえるべく、2009年と2013年に実施したパネル調査の第3波調査である。09年、13年に回答し、継続調査への協力を同意した647名を対象とした。現在はセンターでクリーニングを進めている。

◆JGSSデータの整備／特別利用状況

JGSS-2015は分析研究課題の募集を開始した。現在までに6件の応募があり、4件を採択した。その拡張版であるJGSS-2016も11月に特別利用を開始している。

JGSS-2017、17G、18、18Gはクリーニングがおおむね完了し、J17/18、J17G/18Gを統合する作業にとりかかっている。

個人情報保護の観点から公開を見合わせていた、JGSS-2008以降の回答者の居住都道府県の変数のみのデータの利用申請の受付を開始した。現在までに35件の応募があり、19件を受理した。より詳細な抽出地点の情報のデータについては、情報セキュリティを確保した専用の利用室を設置し、利用希望者が来学して分析できる体制を整えた。

◆JGSSデータの一般利用状況

JGSS公開データの一般利用は着実に伸びている。日本・アメリカ・ドイツのデータアーカイブを通じた公開データの一般利用数は、H30年度は4万7千件に達した。

◆JGSS最新報告書

- ・『日本版総合的社会調査 基礎集計表・コードブックJGSS-2017』
  - ・『日本版総合的社会調査 基礎集計表・コードブックJGSS-2017G』
  - ・『East Asian Social Survey EASSS 2014/2015 Work Life Module Codebook』
  - ・『日本版総合的社会調査研究論文集[18]』
- いずれもセンターのウェブから公開している。

◆新JGSS研究員の紹介



林 萍萍(りんへいへい)

プロフィール：中国浙江省出身。2019年4月よりPD研究員として勤務。神戸大学国際文化研究科博士課程後期課程修了。専門は感情心理学と社会心理学。JGSS研究センターでは、データ作成とクリーニングについて学んでいる。趣味は読書と映画。

執筆の狙い

個別の産業や事例の研究でなくアメリカ産業全体を見通した日本語図書は、民間組織の調査部等が刊行した再生・復活関連ものを除くと、この二十五年間に見当たらないと思います。産業構造がサービス産業の比重を高めたため、一律手法での分析が難しくなったせいもあるのでしょう。シリコンバレーを本拠地とする特定企業やインターネット関連の一部企業を取り上げた事例紹介的な著書は多いです。しかし、それらがアメリカ産業の全体を反映しているわけではないという思いを募らせていた時、本書を刊行する機会を得ました。本冊子は出版社の書誌ではないので、自著PRではなく、自著を事後分析してみます。

本書の執筆で明らかにしたかった点は次の通りです。

- 第一に、サービス化やIT化を意識してアメリカ産業構造の変化を明らかにする。
- 第二に、アメリカ産業構造の変化は同国の地域・都市にどのような影響を及ぼしたのか。とくに、アメリカでの産業活動の主導権が南北地域（北東部と南部、西部）の間で変化したといえるのか。
- 第三に、イノベーション拠点と呼ぶべき地域が有する要因や特性とは何か。

自著紹介

大阪商業大学比較地域研究所叢書第18巻  
**進化するアメリカ産業と  
 都市の盛衰**

（御茶の水書房、二〇一九年三月）

明石芳彦

第四に、産業競争力、研究開発活動、イノベーションの相互関連性をいかに理解すれば、実態をうまく説明できるか。

課題を検討する方法として、本書では、できる限り長期の統計数値や歴史的事実にもとづいてアメリカ産業全体の変化の実態を示し、その内容を解釈することを重視しました。

本書の概要

第一章では、アメリカの貿易赤字がかわめて大きいこと（初期は対日本、その後は対中国）と、アメリカ企業の外国投資からの収益がかなり大きいことがわかった。製造業の競争力低下は大量の雇用機会喪失を意味し、外国投資収益の拡大は一部企業の収益構造の変化と利益の偏在を示唆する。しかし、本書では外国への投資行動を分析できていない。また、地域間での人の

口の移動や変動の姿を大まかに描いたが、各地域の産業構造変化との関係分析まではできていません。

第二章から第四章でみた鉄鋼業、カラーテレビ産業、自動車産業のいずれでも、本業への投資（新製品開発や生産工程改善など）が不十分で、顧客が魅力を感じる製品作りに対する努力が不足していた。一方、半導体、パソコン、インターネット関連の産業は、アメリカが起点となって生まれ、設計の多くをアメリカ企業が高度に競争優位な状態で事業展開している。インターネット関連のビジネスでは、検索や交流などの個人向けサービスの無償提供と広告収入の両面性を通じて市場を実質的に支配し、インターネット通信販売から事業所向けクラウドサービス事業におけるアメリカ企業の競争優位性はきわめて高い。

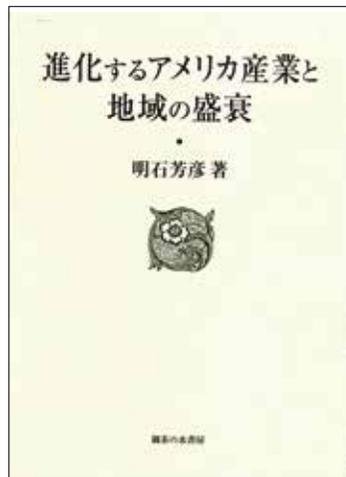
第五章では、サンディエゴとシリコンバレーにおける事業集積地（クラスター）で、多数企業・組織の集中立地が研究者・技術者・事業支援者等との高密度のコミュニケーションをもたらした。そこでは、起業家の行動の本質に関わる技術やアイデアの商業化に対する情熱的取り組みや組織連携を特徴とし、起業のための事業環境が早期に整備された。地域資源（人が中心だが、研究能力も含む）、ビジネス環境としての開放性、さらには、地理的要因として人を引きつける気候も加わる。自己実現の追求が優先される地域であり、自由な雰囲気、元来、大規模組

織に長期間は従属しないメンタリテイが強い地域であることも起業を促しているでしょう。一方、第六章でみた研究団地リサーチ・トライアングル・パーク(RTP)の場合、経済的に貧しかったノースカロライナ州は、企業が要望する事業環境整備と人材育成に注力し、研究所や企業を誘致する形で地域開発に取り組み成功した。RTP周辺地域では人口が増加し、住宅取得を含む消費支出など経済活動も活発となり税収も増加した。ただし、研究団地であるRTPが事実上、ハイテク重視企業の「製造拠点」であることは間違いないけれども、当地での研究開発活動は他地域に比べて大きな特徴はないと思われた。イノベーション活動の拠点は、新しい研究成果や技術を生み出す場所か、高度技術製品等の製造拠点か、それともそれ以外の特徴を持つ場所かを考えさせられました。

第七章では、研究・技術開発の成果を実用化または事業化する上で、少なからず国防総省の役割があった点を素描しています。カリフォルニア州等には国防総省の多額資金が流入したせいもあり、時々ハイテク製品開発や事業開始当初の販路確保が進展しました。それは米ソ冷戦や電子工業の勃興時期とも重なっています。アメリカでの産業活動拠点の地理的变化にどれほどの影響を与えたかの分析には至りませんでした。

本書の当初の原稿には図表が多く、出版社担当者から二八〇ページを越えると指摘されたた

め、図表を四八削りました(その結果、初稿段階では二〇〇ページ足らずと先の見通しより短くできました)。図表削減に即して本文を修正するのに約一カ月を要したせいもあり、自分の見解や結論を十分に述べられていません。また、全体への目配りが足りない点と文章の乱れが残ってしまった点を反省しています。



### 全体の振り返りと残された課題

本書は、アメリカ産業競争力の変遷と一部の産業と地域に関する盛衰の概況を考察したにすぎません。筆者は一九九七年から二〇一一年にかけて、アメリカの工場や事業所を多数訪問し面談して実態への理解を深めました。しかし、各事業所をほぼ一回限り訪問調査しただけでは、事実把握、事例紹介、訪問記録以上の分析を行うことや、各地域間の産業的特徴や新動向の比較分析やそれを踏まえた考察や結論に結び

付けることは容易でないと感じていました。アメリカの産業的進化の全体像を描こうとする、一部企業の活動や都市・地域ごとの産業活動を事例的に分析する方法以外のアプローチを編み出さないといけないのかと考えましたが、結果として、本書の形になりました。しかし、自分が当初抱いていた問題意識のうち具体的に書き記すことができたのは客観的にみて6割くらいかもしれず、残された課題は多いです。たとえば、従来は大企業が社内ですべてを垂直統合的に行っていた事業形態が、他社との「連携」や他社事業の買収という形態に移行した点や、新興企業の事業開始時にリスク資金が提供される仕組みが普及したことが、アメリカ産業における事業活動の中心的顔ぶれを変える契機となったといえるのか、それがアメリカ産業構造変化の本質的特徴に関わるのかを検証しなければと考えています。新興企業の台頭およびそれに関わる資金提供・資金調達(ベンチャーキャピタル関連事項)と国防総省(とくにDARPA)の軍事的予算(SBIRを含む)の影響に関しては、若干の資料を準備しましたが論述に至りませんでした。また、実態におけるイノベーションの拠点や活動に関連付けてイノベーション概念をいかに捉えることが適切かという論点も残りました。これらのテーマについては機会をみて取り組みたいと念じています。

(本学経済学部教授)

## 市民向け講座を開催

### 第8回市民ビジネス講座

地域と変える女性の力  
— 広島と兵庫のケースから —

女性が個性と能力をいかして起業をすすめることによる地域活性化への期待が急速に高まる中、広島と兵庫から積極的に活躍されているお二人の女性経営者を招き、具体的な取り組み事例を伺いました。また、最近注目されることの多い、農業での女性の活躍についても紹介しました。

9月25日（水）

#### ◆ 第一部 基調講演

「広島に、あったらいいな」をカタチに」

株式会社ソアラサービス代表取締役社長

牛来千鶴氏

「〈田舎のコンビニ〉をコンピュータ経営する」

マイスター工房八千代 施設長

藤原たか子氏

「農業構造の変化と農業女子をとりまく動向」

大阪商業大学経済学部専任講師・NPO法人有機農業認証協会理事長 中塚華奈氏

#### ◆ 第二部 ディスカッション

◎ 会場 大阪商業大学ユニバーシティ・コモンズリアクト3階セミナー

ルーム1

◎ 時間 午後3時00分～午後5時30分(90分)

主催 大阪商業大学比較地域研究所



中塚華奈氏



藤原たか子氏



牛来千鶴氏

令和二年二月一〇日印刷発行

編集発行  
印刷所

大阪商業大学比較地域研究所 〒五七七―八五〇五 東大阪御厨栄町四―一―一〇 ☎〇六(六七八五)六一三九  
株式会社ライジングサン 〒五九九―八二三四 大阪府堺市中区土塔町七九―四 ☎〇七二(三三〇)七五〇三