

# 大阪経済発展の礎と中小企業 (大阪経済再生に向けて一考察)

民間支援総括部長  
蘭牟田 典秀

## はじめに

大阪市の市章は「澁標(みおつくし)」である。「澁(みお)」は川の浅瀬と深みの境のことで、「標(つくし)」はしるべを意味する。すなわち「澁標(みおつくし)」は船が浅瀬に乗り上げない為の水路の標識なのである。大阪は古来より港町で日本の玄関、また物流の拠点として発展してきた重要な都市であった。大和朝廷の難波宮から始まり、北前船の終着港、更に江戸時代の米相場とその時代、時代の政治・経済の中心であった。明治には紡績業の中心地となったことから、大阪には綿花を輸入する仕事生まれる。それらの綿花輸入業の大手を「大阪5綿、船場8社」と呼んだ。「大阪5綿」は、ニチメン、江商、トーマン、伊藤忠となり、総合商社に発展していったことは周知の通りである。日本経済発展の礎、あるいは一大拠点となってきたと言えよう。その意味から「澁標(みおつくし)」は、大阪のそして引いては日本の「道しるべ」であった。

戦後、人、物、金、情報の東京一極集中が進み、大阪は経済的な地盤沈下を余儀なくされた。大阪生まれの商社を始め大手企業は東京に本社を移し、登記上東京に本社を移さなくとも本社機能を東京に移した企業も多数ある。その結果大阪は中小企業の町、また零細企業の活躍する町となったのである。

今、地方の都市再生が求められる中、敢えて大阪を地方と呼ぶならば、大阪が日本の地方再生の牽引役となるべきと考える、また都市再生は、地元企業の活性化が必須である。

本稿は、大阪経済の実態を中小企業の現状を把握するを試みを行い、今後の大阪経済発展の「澁標(みおつくし)」になれば幸いである。

## 1. 米相場と商人経済の発達

大阪は証券発祥の地と呼ばれている。堂島の米会所の米仲買人が日本で初めて有価証券をしたからだ。明治、大正、昭和初期にかけて伝説的な相場師が北浜を跳梁した。戦後、昭和24年に、東京、大阪両証券取引所が同時にスタートした。北浜優位はしばらく続いた。今日の証券売買のひとつ、信用取引の基となる貸株制度も大阪が全国に先駆けたという。しかしながらその後政治、経済の東京一極集中により衰退の一途をたどり、大正、昭和初期には東京兜町の出来高に匹敵していた北浜の証券取引所の株式売買高は、現在では東京兜町の1割程度にまで減ってきている。

大阪は元々武家のいなかった土地で商人が中心であった。商人が発展したのは、米相場のある北浜であり、薬の町・道修町であり、船場、井池(どぶいけ)の間屋街である。大阪商人のルーツはこれらの場所にあり、現在

でも大阪商法ないし関西商法の原点となっている。

大阪商人のイメージとしては、「儲かりまっか」「ぼちぼちでんな」「大将、まけとときまっせ」の言葉に代表されるような商売に明け暮れる金の亡者を連想するが、これは井池(どぶいけ)言葉で大阪を代表するのはやはり船場商人であろう。因みに小説で言えば、「細雪」(谷崎潤一郎)、「暖簾」(山崎豊子)は船場を舞台にしており、「どてらい男」(花登筐)は井池を舞台にしている。

「暖簾」は山崎豊子の処女作であるが、そのモデルは(株)小倉屋山本である。同社は昆布製品製造販売業で所謂「塩昆布」が有名である。同社の創業者が淡路島から大阪に出てきて本家「小倉屋」の主人に拾われ、丁稚奉公の末暖簾分けを許されて「小倉屋山本」を船場に出店し、暖簾を守り、発展させた話である。現社長は四代目で小説では二代目の長男「朝太郎」として登場する。

「塩昆布」は江戸時代、大阪経済の発展が生み出した一大ヒット商品である。古来、昆布などの北の産物は、若狭から琵琶湖経由で大阪に入っていたが、江戸時代になると西周り航路が開け、下関から瀬戸内海を経て大阪というコースを辿るようになった。これが北前船である。この流通革命により北の産物はもとよりこの北前船により全国の物産が大阪に集中し、一大流通基地として発展した。これらの物産を取り扱う商人が後に豪商となっていくたのである。当然昆布もその中の一品目で、売れ残った物を海産物市場である「雑魚場(ざこば)」の魚屋が煮て売ったのが始まりと言われている。その中の一部の魚屋が塩昆布製造販売に特化し、その代表が「小倉屋」であった。「塩昆布」は「雑魚場」の

魚屋のアイデア商品であり、大阪のアイデア商法の先駆けと言えるかもしれない。更に「雑魚場」の魚屋の一部は現在大阪の高級料亭に発展している。

塩昆布製造販売業者は同時に昆布買付商人でもある。北海道産の高級昆布を毎年大量に買い付ける為、価格決定力があり、マーケットを支配する。従って老舗になればなるほど規模は中小企業でもマーケット支配力では大企業なのである。大阪の中小企業にはこの塩昆布製造販売業者と同様のマーケット支配力を持つ会社が多く、これも大阪経済の特徴の一つと言えよう。

ところで大阪の企業の経営理念はどのようなものであろうか。ただ値切り倒して儲けるだけ儲けるのが大阪の企業の経営理念とのイメージがあるが、果してそうだろうか。大阪の企業の経営理念を知る上で「家訓・社訓」が重要なキーである。そこでまず前述の「小倉屋山本」の家訓をみてみよう。

昆布とでんぼ(吹出物の意)は大きくなったら潰れる。

うちは昆布屋、佃煮屋やない。

本業以外に手を出して失敗したら世間に顔向けでけん。

昆布が売れんようになったら暖簾をたたむ。

すなわち「有頂天になるな」「品質にプライドを持って」「本業を守れ」ということであり、一言で言えば「目立ち過ぎずに始末、算用」であろう。そこには地道な大阪商人のポリシーが窺える。このような経営理念は大阪商人の伝統として引き継がれているものと思われる。そのルーツはもちろん江戸時代に遡る。江戸時代の中期に興って大成し、幕末維新の変革に堪えて近代的企業グループとして再生、現代に引き継がれている名家と言え、三

井、鴻池、住友であろう。このうち鴻池についてみてみよう。

鴻池家は江戸時代を通じて関西豪商の代表としてを称えられ、後の鴻池グループ、三和グループそしてUFJグループとなっていく。鴻池家の先祖は、戦国時代山陰地方の支配をめぐって毛利氏と覇を争っていた尼子氏の重臣・山中鹿之介幸盛である。山中鹿之介幸盛は、毛利氏に降った後漸殺されるが、その幸盛の長男で幼い時から大叔父の山中信直に養われて、摂津国伊丹(現在の兵庫県伊丹市)在の鴻池村で成長した山中新六幸元が、鴻池家の始祖である。新六は、名将の実子であることを秘して商人となり、土地の名をとって鴻池屋新六を名乗り、同地名産の酒の製造販売を始めた。その後酒を江戸に運んで販売し業容を拡大した。酒の江戸への輸送に付随する海運業、金融業へ進出し、本拠を当時海運の中心となりつつあった大阪に移し、更に発展させたのである。

鴻池家は長年に渡り事業を継続し、今日まで受け継がれた訳であるが、それには代々伝わる家訓、すなわち経営理念の徹底がある。その家訓の一部(要旨)を紹介しよう。

まず王法・家法を厳正にし、己を厳しく律すること。

ご先祖の徳、父母の恩に慎み深くあること。

気持ちを緩めることなく、身分相応に暮らすこと。

勤めに励んでこそ老いて安楽に

堅実を第一とし、むやみに商売を広げないこと。

家の存続の為、しっかりした相続人を選ぶこと。

商売を繁盛させ、脈々と末代まで受け継が

せる為の知恵の結晶がこの家訓である。要約すれば「自分の身を律し、質素儉約に心がけ、商売に励め」ということであろう。前述の「小倉屋山本」の「目立ちすぎずに始末、算用」にも通ずるものがある。更に特筆すべきは、家の存続の為しっかりした後継者を選ぶということである。大名の後継者は少々愚鈍であってもだいたい長男であるが、鴻池家家訓では後継者にふさわしくないか、または後継者にはなったものの不行跡な行いがあった場合は、皆(分家者、支配人、手代等)で相談し他の後継者を定めよとしている。この思想は現代の老舗中小企業の経営者に受け継がれており、会社の存続イコール家の存続と捕らえている会社も多い。その為東京に比べて株式公開を目指す会社が少ないのも肯げよう。

大阪経済は堂島の米相場から出発し、米輸送の為、港湾設備が整備されることにより海運、流通業が発展し、さらにその周辺業務も発展していったのである。

## 2. 東洋のマンチェスター

明治に入ると大阪は紡績業の中心となる。原点を辿ると明治15年大阪紡績(現在の東洋紡)が創立され、以後続々と紡績工場ができ、やがて大阪が「東洋のマンチェスター」と呼ばれ紡績産業の中心となっていった。なぜ大阪 = 紡績だったかという、河内の綿作りの伝統を背景に日本の近代化を「大阪復興」に結びつけた明治政府の「産業革命」だったと言われている。大阪は、紡績を中心に日本経済を重化学工業の発展まで牽引した。その後各繊維メーカーは、取扱品目を天然素材から化学合成繊維へと移行して、事業分野の多角化、脱繊維の努力を重ね現在に

至っている。大阪の繊維・化繊メーカーは、元を辿れば紡績を原点としている。代表企業としては東洋紡、ユニチカ、カネボウ、クラボウ、ダイワボウ、シキボウ、オーミケンシ、クラレ、グンゼ等が挙げられる。

紡績業が発達すると綿花を輸入する仕事が生まれる。それらの綿花輸入業の大手を「大阪5綿、船場8社」と呼んだ。大阪5綿は、現在のニチメン、江商、丸紅、トーメン、伊藤忠となり、総合商社に発展するが、「船場8社」は吸収合併されるなど昔日の面影はない。

このような背景から、大阪は産地、商社機能、流通機能という繊維産業の中心機能を有している。衣料素材メーカーや商社の発達は前述の通りであるが、アパレル産業やファッション産業はどうであろう。大阪は繊維産地、繊維問屋に留まっている感が強いが、古くからのアパレル企業も存在する。イトキン、ラピータ、ヤマトインターナショナル、ワールド、福助等がそれである。一般的に「衣」に関して多くの企画開発部隊やデザイン部隊が東京に進出し、集中が進む中、「ソフト」=東京になっており、今や大阪は産地・商社・流通機能のみになっている。

### 3. 中小企業の町「大阪」

現在、大阪は中小企業の町と言われるが、その特徴はどのようなものであろうか。一般的に住友グループを中心とする「キタ」は大企業群で、近鉄グループを中心とする「ミナミ」は中小企業群と言われている。これは中小企業が「ミナミ」に多いことからそのように言われている。それではその特徴をみてみよう。

#### イ. 伝統産業の継続型企業

大阪の中小企業には「老舗」と呼ばれる

企業が多い。前述の「小倉屋山本」もその一つである。伝統産業といえば京都を連想する。京都の伝統産業は「伝統工芸品」の製作から出発している。陶磁器、漆器、木工品、金工品、仏壇・仏具、織物・染色品等がそれである。これら「伝統工芸品」を作り続けている企業もあれば、セラミック等の先端技術を駆使し、ベンチャー化し、発展した企業もある。それに比べ大阪は「伝統工芸品」ではなく、港町での交易から派生した商売が多い。「雑魚場」でのアイデア商品から塩昆布屋ができ、昆布商に発展したとか、医薬品の輸出入から医薬品メーカーになっていったとか、住友のように銅精錬業から鉄鋼業に発展したとかである。当時の所謂「ニュービジネス」が今日の伝統産業となっていったのである。

例えば「大日本除虫菊(株)」という会社がある。「金鳥」のブランド名でお馴染みの蚊取り線香メーカーである。創業者は和歌山県有田の出身で実家はみかん栽培を行っていた。創業者が福沢諭吉の塾生であった時、訪日中の米国人植物学者に日本の代表的な植物の種が欲しいと頼まれ、実家のみかんの種を贈った。米国に戻った植物学者はそのお礼として日本にない植物の種を数十種類を彼に送ってきた。その中に除虫菊の種があり、蚊の殺虫に効果あったことから、これを栽培し蚊取り線香として売り出したのが始まりだという。それまで日本には蚊取り線香はなく、藁を燃やしたり、木を燻したりしていた。殺虫効果はなく、ただ蚊を追い払うだけのものだった為、この蚊取り線香の出現は画期的で瞬く間に全国に普及し

たのである。今や蚊取り線香といえば「金鳥」と言われるほどの老舗企業であり、大阪を代表する企業である。しかしそれは伝統産業ではなく、当時としては新商品を売るいわばベンチャー企業と言えよう。

また前述の江戸の豪商を源とする金融業も大阪の伝統産業と言える。鴻池、三井、住友といった豪商から発した現在の大手金融機関もあるが、中小金融機関も他の地域に比べて多い。バブル崩壊後の大阪の金融機関の惨状は昔の家訓「始末、算用」を忘れた為かもしれない。

#### ロ. 下請企業としての中小零細企業

次に大阪の中小企業の形態として「下請け」がある。繊維関係の下請け、松下グループへの部品供給会社、現在は衰退しているが造船関係の下請け業者などである。これら下請け中小零細企業は、戦後度重なる不況により、廃業する企業もあり、そのまま歯を食いしばり存続している企業もあり、また下請けから脱皮して独自のマーケットを開拓していった企業もある。大阪の製造業も他の地域と同様、下請け企業が占めていることは間違いない。但し、創業が古く、資本蓄積もあり、不況に比較的強いのが特徴と言える。

#### ハ. ニュービジネス(ベンチャー)企業

大阪はアイデア商法、ニューサービスの発達する地域である。その背景は、武士がいなく、商人の町で規制概念のあまりない地域であったことにあると思われる。ニュービジネスが今も昔も多く現れている。その代表が故松下幸之助氏が創業した松下電器産業グループであり、中内功氏のダイエーであろう。前者は今で言うハイテクベンチャー企業であり、後者はスーパ

ーの先駆けとしてのニュービジネス系ベンチャー企業と言える。ニュービジネスは大阪発信のものが多く、人材派遣業(パソナ)、引越し専門業(アートコーポレーション、サカイ引越センター)、葬儀イベント業(大阪高級葬儀)、お笑いビジネス(吉本興業)等がある。アイデア商品では即席ラーメン、カラオケ、カプセルホテル、グリコのおまけ付きキャラメル、ワンカップ大関等々がある。

#### 最後に

これまで大阪経済の成り立ち及び特徴について述べてきた。突き詰めると大阪経済はその時代時代の企業(商人)が発展させてきたのである。また大阪という町の発展それら企業(商人)と共にあったのである。不幸にしてバブル崩壊後日本経済が失速する中、ご多分に漏れず大阪経済も打撃を受けた。大阪を代表する「老舗」と言われた企業にも、ベンチャー企業にも経営不振に陥った企業がある。もう一度原点に立ち返り、家訓・社訓を見直して企業再生を図って欲しいと願う。日本経済は東京が中心であるが、地方経済が活況にならなければいつかまた失速すると思われる。特に第二の経済圏大阪が発展しなければ成り立たない。最後に大阪の企業にエールを送って本稿を閉じたい。

