

平成 22 年度

大阪商業大学

中小企業論集

第 8 号

大阪商業大学総合経営学部

桑野ゼミナール

目次

I. 論文

1. これからの社会ニーズと中小企業にとってのフロンティア
～東大阪を例とした新たな「異業種交流会」の開催～
・・・・・・・・ 2
廣瀬 篤

2. これからの社会ニーズと中小企業にとってのフロンティア
～企業集積の力で世界との競争に勝つ～
・・・・・・・・ 10
田中 佑貴

3. これからの社会ニーズと中小企業にとってのフロンティア
・・・・・・・・ 20
林 拓洋
前川 弘輝

4. 雇用の場としての中小企業
多大な成長から起こった副作用からの脱却・起業への道
・・・・・・・・ 27
大坂 裕貴

これからの社会ニーズと中小企業にとってのフロンティア

はじめに

私は大学のゼミで中小企業家精神の研究について研究している最中である。今の日本は事業所数も、従業員数も減少傾向にあり、活性化が早急の課題である。とくに、東大阪においてはその減少傾向は極めて重要な問題であり、早急の解決が必要となる。企業経営は今までの概念を覆す新しい時代を迎えているのではないだろうか。そのために企業間の連携による新しい分野の挑戦が必要ではないか

私が提唱するのは今までとは違った「異業種交流会」の開催である。どのように違うかという、現在の異業種交流会は主に地域の企業家が集まりドリンク片手にお話をする。ただ単に「異業種」のひとたちとの「交流会」である。しかしそれではただ違う業種の人の面識ができた。というだけで終わってしまうことがほとんどではないだろうか。そうではなく、「新しい分野への挑戦という形」で名目を立て、交流の次のステップまでをサポートするのが大切なのではないだろうか。

参加企業のみなが地域ぐるみで活性化してくれるような企画を立案から成功までをサポートできるような交流会が開催できればよいと思う。そうすればたとえ失敗に終わったとしても、マスコミなど様々な方面から取材や講演などの依頼があり、活性化してくれるのではないだろうか。作れないものはないといわれている東大阪だからこそ、協力して何かに挑戦できればこの不景気も吹っ飛ばせるのではないだろうかと考えた。

ここでは今置かれている東大阪の中小企業の現状と既存の異業種交流会と具体的な成功例を考察したうえで先の結論を述べていくことにする。

1. 東大阪の中小企業の今と昔の現状

私たちの大学「大阪商業大学」は東大阪にあり、言うまでもなく、中小企業の街として東京都の大田区と比較され全国的に有名である。その伝統は古く、江戸時代から商いの町として栄えてきた。江戸末期から明治初期にかけて「河内木綿」で栄えた街は、伸線工業や金網工業へと企業形態を変え、今では歯ブラシからねじの製作まで多種多様な中小企業が密集する地域である。

戦時特需からの経済不況、高度経済成長後の世界同時不況。さらにはバブル経済など

世間の経済の波に揉まれながらも、生き残ってきたのはこの多種多様で多次元の企業が存在するからではないのか。しかしそれほど活気がある中小企業でも昨今の中国などの安く大量生産できる商品に押され年々企業数も従業員数も減少傾向にあり、さらに追い打ちをかけるのがリーマンショックを皮切りとした世界同時不況である。

次の表を見ていただきたい

	年	1986	1991	1994	1996	1999	2001	2004	2006
東 大 阪 市	事業所数	10.8	10.9	10.5	10.2	9.1	8.6	7.9	7.4
	従業者数	14.2	13.3	12.6	11.8	11.3	11.1	10.3	10.5

(資料) 総務省「事業所・企業統計調査」

事業所数:千事業所 従業者集:万人

御覧のようにバブル経済崩壊以降の平成2年と平成15年では、事業所数で-28.7%、従業者数で-33.2%、製造品出荷額で-43.7%と大きく低下しており、地域産業の活力低下が課題となっている。

2.これからの社会ニーズ

そもそも社会ニーズとは「政治でいう場合・・・国民の要望のうち、時の権力者・政権が守ってもいい（もしくは守るべき）と判断したもの。企業でいう場合・・・その企業がターゲットとする顧客の要望。」(注2)とあった。一口に社会ニーズといっても、「これ」という明確な答えがあるわけではない。製造業なら製造業、卸売業なら卸売業なりにあった顧客の社会ニーズが存在する。そのときの時代背景にも左右されると思が、社会ニーズには答えはないのだ。

では今求められている社会ニーズとは何か？少ないとはいえ、今働ける世代の人たちはもう増えることはない。その中だからこそより魅力的で社会的な企業が活気を取り戻してくれるのではないだろうか。今求められているのはいかに限られた人材を確保し、高品質なサービス・商品を提供できるかが鍵となる。

そのためには企業のIT化や先進技術の導入が必須ではないだろうか。たしかに「技術」も必要だが、それを守るためにも、ロボットの導入による生産効率の向上。それにより、人件費削減、時間短縮などさまざまな点で有効である。しかし、ロボットを導入するにも経費がかかるため、中小企業の資本ではなかなか踏み切れないと思う、そこで重要になってくるのが他企業との連携である。

そこで私が提唱するのは新しい形の「異業種交流会」の開催である。代表的な例を参考に考察していきたい。

一つ目はやはり東大阪の中小企業の人たちで打ち上げた「まいど1号」ではないだろうか。2002年12月、長引く不況で活力を失いつつあった町を元気にしようと東大阪を中心とした中小企業が東阪宇宙開発協同組合（SOHLA）を立ち上げ、小型の人工衛星「まいど1号」の開発を始めました。そして2009年1月23日にJAXAのH2Aロケット15号機の相乗り衛星として搭載。種子島宇宙センターから打ち上げられ、軌道投入を成功させました。予定されたミッションはすべて成功することができ、日本中の話題になり「まいど1号」の知名度も日本国民の2人に1人が知るところとなった。この「まいど1号」のおかげで宇宙機器の開発受注に結びつく成果も芽生えてくるなど、新しい分野への開拓もありえるのである。（注3）

二つ目は、これは東大阪ではないのだが、同じ大阪府で有名になった「あっぱれ！EVプロジェクト」である。主体になっているのは守口市の「淀川製作所」である。そのほかに関西の中小企業4社での共同プロジェクトである。このプロジェクトは、町工場で独自の電気自動車の製作に挑むというものである。資金難や、製作の失敗など、色々紆余曲折を経て、2010年3月に「Meguru」が完成した。社長の小倉さんは、「製品化にはならないが、色々な視点から、出展のオファーなど想像してない分野からの依頼が多くて驚いた」と話す。（注4）

その他にも、「(株)ギアテック」・「(株)ロダン21」などの異業種交流会グループは1990年代から企業間での交流を深め、それにより新しい仕事の情報が入手でき、グループ内でそれぞれの専門分野を持ち寄ることによって製品化に成功したという事例もある。

前者は駐車場を芝生で緑化するためのシート「ターフパーキング」を開発。ここで使用されている硬質樹脂の立体押出成形技術は世界でも初めてという。さらに後者においては東大阪でもものづくりに優れた企業と、企画、設計、デザインなどの異業種を組み合わせ、発注側にも受注側にも適した生産をコーディネートしている。（注5）

3. フロンティア

以上のような事例のように1社では出来ないようなことが色々な企業が集まり、意見を出し合い何かに協力して挑戦するということにより、ひとつの製品を作り上げることが話題を呼び、それが色々な波紋を呼び活性化につながるのではないだろうか。その手助けとなるようなものを開催できるようなものを出来ればよい。いずれの事例にしても、「こんなのできないか」というユーザーニーズ先行型であることであることが大きい。話題性のある製品をみんなで作るというコンセプトが、異業種交流会を「ただの仲間」から「利益の

出る企業集団」へと転進させたのである。その形こそが私が目指す新しい形の「異業種交流会」である。(注6)

まとめ

私が提唱するのは今までとは違った「異業種交流会」の開催である。参加企業のみんなが地域ぐるみで活性化してくれるような企画を立案から成功までをサポートできるような交流会が開催できればよいと思う。そうすればたとえ失敗に終わったとしても、マスコミなど様々な方面から取材や講演などの依頼があり、活性化してくれるのではないだろうか。今までの「馴れ合い」の交流から新しい「交わり」へと中小企業も、異業種交流会も変貌する時期なのではないだろうか。

参考文献

(注1) 総務省「事業所・企業統計調査」より

<http://www.soumu.go.jp/>

(注2) Yahoo! 知恵袋「社会ニーズとはなんですか?」より

http://detail.chiebukuro.yahoo.co.jp/qa/question_detail/q1412500409

(注3) SOHLA ホームページより

<http://www.sohla.com/>

(注4) あっぱれ!EVプロジェクト ホームページより

<http://www.meguru-ev.com/>

(注5)・(注6) 湖中 斎・前田啓一 編「産業集積の再生と中小企業」

世界思想社 2004年 80ページ参照

これからの社会ニーズと中小企業にとってのフロンティア

東大阪を例とした新たな「異業種交流会」の開催
総合経営学部 経営学科 桑野ゼミナール 3年 廣瀬 真

はじめに

- ◆今の東大阪は事業所数も、従業員数も減少傾向にあり、活性化が早急の課題である。
- ◆そのために企業間の連携による新しい分野の挑戦が必要ではないか(社会ニーズ)
- ◆私が提唱するのは今までとは違った「異業種交流会」の開催である(フロンティア)
- ◆それを開催することにより、新たな顧客の獲得等得られるものは大きい

東大阪の今と昔

- ◆私たちの大学「大阪商業大学」は東大阪にあり、冒うまでもなく、中小企業の街として全国的に有名である。その伝統は古く、江戸時代から高いの町として栄えてきた。
- ◆江戸末期から明治初期にかけて「河内木綿」で栄えた街は、伊藤工業や金網工業へと企業形態を変え、今では歯ブラシからねじの製作まで多種多様な中小企業が密集する地域である。
- ◆戦時特需からの経済不況、高度経済成長後の世界同時不況。さらにはバブル経済など世間の経済の波に揉まれながらも、生き残ってきたのはこの多種多様で多次元の企業が存在するからではないのか。

- ◆私が提唱するのは今までとは違った「異業種交流会」の開催である。どのように違うかというと、現在の異業種交流会は主に地域の企業家が真まわりドリンク片手にお話をする。ただ単に「異業種」のひとたちとの「交流会」である。しかしそれではただ違う業種の人との面識ができた、というだけで終わってしまうことがほとんどではないだろうか。そうではなく、「新しい分野への挑戦という形」で名目を立て、交流の次のステップまでをサポートするのが大切なのではないだろうか。
- ◆参加企業のみならず地域ぐるみで活性化してくれるような企画を立案から成功までをサポートできるような交流会が開催できればよいと思う。そうすればたとえ失敗に終わったとしても、マスコミなど様々な方面から取材や講演などの依頼があり、活性化してくれるのではないだろうか。作れないものはないといわれている東大阪だからこそ、協力して何か挑戦できればこの不景気も吹っ飛ばせるのではないだろうかと考えた。
- ◆ここでは今置かれている東大阪の中小企業の現状と既存の異業種交流会と具体的な成功例を考察したうえで先の結論を述べていくことにする。

- ◆バブル経済崩壊以降の平成2年と平成15年では、事業所数で-28.7%、従業員数で-33.2%、製造品出荷額で-43.7%と大きく低下しており、地域産業の活力低下が課題となっている。

	年	1992	1993	1994	1995	1996	2004	2005	2009
東大阪市	事業所数	19.8	18.4	16.3	15.1	9.1	8.8	7.4	7.4
	従業員数	12.2	11.3	11.4	11.4	11.2	11.1	10.2	10.0

資料:総務省「事業所・企業統計調査」(注1)
事業所社数:千事業 従業員:万人

これからの社会ニーズ

- ◆そもそも社会ニーズとは「政治でいう場合…国民の要望のうち、時の権力者・政権が守ってもいい(もしくは守るべき)と判断したもの。企業でいう場合…その企業がターゲットとする顧客の要望。」とあった。(注2)
- ◆一口に社会ニーズといっても、「これ」という明確な答えがあるわけではない。製造業なら製造業、卸売業なら卸売業なりにあった顧客の社会ニーズが存在する。そのときの時代背景にも左右されると思うが、社会ニーズには答えはないのだ。
- ◆では今求められている社会ニーズとは何か?

- ◆ 少ないとはいえ、今働ける世代の人たちはもう増えることはない。その中だからこより魅力的で社会的な企業が活気を取り戻してくれるのではないだろうか。
- ◆ 今求められているのはいかに限られた人材を確保し、高品質なサービス・商品を提供できるかが鍵となる。
- ◆ そのためには企業のIT化や先進技術の導入、グローバル化が必須ではないだろうか。
- ◆ たしかに「技術」も必要だが、それを守るためにも、ロボットの導入による生産効率の向上。それにより、人件費削減、時間短縮などさまざまな点で有効である。
- ◆ しかし、ロボットを導入するにも経費がかかるため、中小企業の資本ではなかなか踏み切れないと思う。そこで重要になってくるのが他企業間での連携である。

東大阪で何が出来るのか

- ◆ まずは、東大阪に企業を持つ人たちの新たな形の「異業種交流会」の場を持つべきだと思う。
一箇々が得意とする分野を持ち寄り、自分たちで新しい何かに挑戦できないか？と検討する機会を設けてあげる。
それも今までの異業種交流会とは違い、名目をきちんと立ててあげて、いままでよりもう一歩奥に踏み込んだ交流会を実現できればいいのではないか。

次に異業種交流会で成功した例をあげて考察してみる

まいど一号

- ◆ 2002年12月、長引く不況で活力を失いつつあった町を元気にしようとする東大阪を中心とした中小企業が東阪宇宙開発協同組合(SOHLA)を立ち上げ、小型の人工衛星「まいど1号」の開発を始めました。そして2009年1月23日にJAXAのH2Aロケット15号機の相乗り衛星として搭載。種子島宇宙センターから打ち上げられ、軌道投入を成功させました。予定されたミッションはすべて成功することができ、日本中の話題になり「まいど1号」の知名度も日本国民の2人に1人が知るところとなった。
- ◆ この「まいど1号」のおかげで宇宙機器の開発受注に結びつく成果も芽生えてくるなど、
- ◆ 新しい分野への開拓もありえるのである。(注3)

あっぱれ！EVプロジェクト

- ◆ 二つ目は、これは東大阪ではないのだが、同じ大阪府で有名になった「あっぱれ！EVプロジェクト」である。主体になっているのは守口市の「淀川製作所」である。
- ◆ そのほかに関西の中小企業4社での共同プロジェクトである。このプロジェクトは、町工場で独自の電気自動車の製作に挑むというものである。資金難や、製作の失敗など、色々紆余曲折を経て、2010年3月に「Meguru」が完成した。社長の小倉さんは、「製品化にはならないが、色々な視点から、出展のオファーなど想像してない分野からの依頼が多くて驚いた」と話す。(注4)

(株)ギアテック・(株)ロダン21

- ◆ その他にも、「(株)ギアテック」・「(株)ロダン21」などの異業種交流会グループは1990年代から企業間での交流を深め、それにより新しい仕事の情報が入手でき、グループ内でそれぞれの専門分野を持ち寄ることによって製品化に成功したという事例もある。
- ◆ 前者は駐車場を芝生で緑化するためのシート「ターフパーキング」を開発。ここで使用されている硬質樹脂の立体押出成形技術は世界でも初めてという。さらに後者においては東大阪でものづくりに優れた企業と、企画、設計、デザインなどの異業種を組み合わせ、発注側にも受注側にも適した生産をコーディネートしている。(注5)

フロンティア

- ◆ 以上のような事例のように1社では出来ないようなことが色々な企業が集まり、意見を出し合い何かに協力して挑戦するということにより、ひとつの製品を作り上げることが話題を呼び、それが色々な波紋を呼び活性化につながるのではないだろうか。その手助けとなるようなものを開発できるようなものを出来ればよい。いずれの事例にしても、「こんなのできないか」というユーザーニーズ先行型であることであることが大きい。話題性のある製品をみんなで作るというコンセプトが、異業種交流会を「ただの仲間」から「利益の出る企業集団」へと転進させたのである。その形こそが私が目指す新しい形の「異業種交流会」である。(注6)

まとめ

- ◆ 私が提唱するのは今までとは違った「異業種交流会」の開催である。参加企業のみんなが地域ぐるみで活性化してくれるような企画を立案から成功までをサポートできるような交流会が開催できればよいと思う。そうすればたとえ失敗に終わったとしても、マスコミなど様々な方面から取材や講演などの依頼があり、活性化してくれるのではないだろうか。
- ◆ 今までの「馴れ合い」の交流から新しい「交わり」へと中小企業も、異業種交流会も変貌する時期なのではないだろうか。

参考文献

- ◆ (注1) 総務省「事業所・企業統計調査」より
<http://www.soumu.go.jp/>
- ◆ (注2) Yahoo! 知恵袋「社会ニーズとはなんですか？」より
http://detail.chiebukuro.yahoo.co.jp/qa/question_detail/q1412500409
- ◆ (注3) SOHLA ホームページより
<http://www.sohla.com/>
- ◆ (注4) あっぱれ! EVプロジェクト ホームページより
<http://www.mcsuri-ev.com/>
- ◆ (注5)・(注6) 湖中 資・前田啓一 編「超常気候の再生と中小企業」
世界思想社 2004年 80ページ参照

これからの社会ニーズと中小企業 にとってのフロンティア ～企業集積の力で世界との競争に勝つ～

田中 佑貴(たなか ゆうき)

「要旨」

日本は現在でも世界のトップレベルに入る経済大国であるがゆえに、世界景気の影響を受けやすく、逆にいうと日本の景気低迷は世界の景気低迷を意味するとしても過言ではない。今、日本の経済を実働的に動かしているのは、まぎれもなく中小企業であることは間違なく、これは日本の景気は中小企業によって決まることをあらわしている。が、しかし日本が抱える高齢化問題や若者の職業問題などは、中小企業にとっては致命的な問題であり、さらには、近年では世界的にも経済大国であった日本が中国やインドのような新たに発達するであろうアジア諸国の陰に隠れていってしまっており、日本の大手企業さえもがアジア諸国の進出を急いでいるために、これまでにない産業の空洞化が進んできてしまっている。この大きな問題が解決されなければ日本の中小企業は衰退の一手をたどってしまうことは明らかである。そこで今の社会ニーズを考察し、その社会ニーズが中小企業にあたえる影響とは何なのかを予測し、これから日本の中小企業がどのような形で発展をおこなえば、衰退を止めることができ、さらなる成長を遂げることができるのかを考察し、成長する方法として、中小企業の街として有名な東大阪にスポットをあて、東大阪の中小企業の発展と衰退さらには、なぜに中小企業の街とまでなったのかを明らかにし、それをもとに日本の中小企業が今後どのような形をとれば、世界に通用していくのかを考え、中小企業が生き残るためのあらたなるフロンティアを導き出していく。

これからの社会ニーズと中小企業 にとってのフロンティア ～企業集積の力で世界との競争に勝つ～

田中 佑貴(たなか ゆうき)

1. [はじめに]
2. [社会ニーズと考えられる影響]
3. [日本中小企業の立場]
4. [東大阪の衰退と発展から学ぶ]
5. [企業集積の力]
6. [海外へ目を向けること]
7. [まとめ]

1. [はじめに]

私の大学がある東大阪市は中小企業の街として全国的にとっても有名であり、中小企業がととても身近に感じることができ、大学代表として産業フェアなどに参加させていただける機会も多くある。そして、東大阪という街が時代の変化によってどのような形で発展し、今にいたるのかを街を身近に感じ取れるからこそその視点で観察することができ、東大阪の地場産業となる鋳物工業・伸線工業・金網工業・作業工具工業・鋸螺工業が集積したことでどのような効果があったのかを考察し、そこで今回のテーマである『これからの社会ニーズと中小企業のフロンティア』を考えるにあたって東大阪の中小企業にヒントを得ながら考えていくことにする。

2. [社会ニーズと考えられる影響]

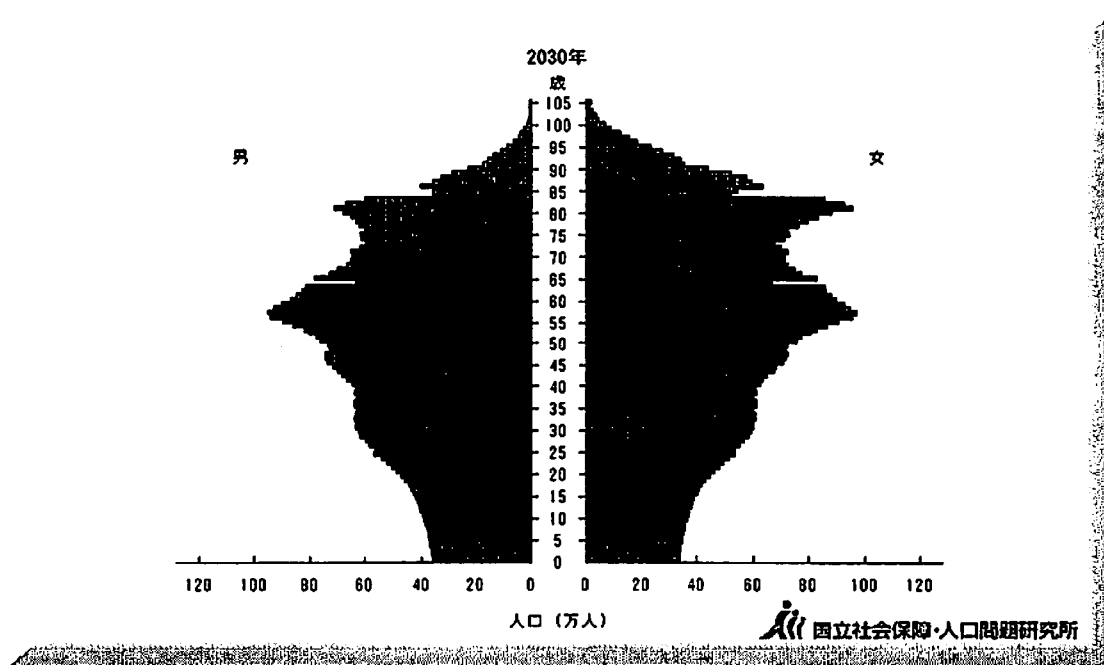
現在で一番の社会ニーズといえどももちろん医療・福祉関係であることは間違いない。こ

の医療・福祉の分野がなぜこれからの社会ニーズになっていくのかという、これからの日本は本格的な高齢者社会になっていくことが統計的にわかっているからであり、20年後の2030年には日本の人口の約3割が65歳以上の人になってしまうという統計結果もでている。[図-1][図-2]

65歳以上人口割合の高い国：2005, 2050年

2005年		2050年	
国名	割合	国名	割合
イタリア	19.97	日本	35.89
日本	19.73	イタリア	35.53
ドイツ	18.77	韓国	34.54
ギリシャ	18.17	スペイン	34.09
ベルギー	17.56	スロベニア	32.80
クロアチア	17.22	ホンコン特別行政区	32.26
スウェーデン	17.22	チェコ共和国	31.95
ポルトガル	17.08	シンガポール	31.31
ラトビア	16.93	チャド	30.74
ブルガリア	16.81	オーストリア	30.68
オーストリア	16.72	スロバキア	30.48
フランス	16.61	ポルトガル	30.24
エストニア	16.51	ギリシャ	30.24
スペイン	16.47	ブルガリア	30.23
ウクライナ	16.14	ポーランド	29.75
イギリス	15.96	ウクライナ	29.13
スイス	15.95	ラトビア	29.07
フィンランド	15.86	ハンガリー	29.05
スロベニア	15.57	リトアニア	28.76
リトアニア	15.46	ルーマニア	28.71

図-1 国立社会保障・人口問題研究所



図一2 国立社会保障・人口問題研究所 2030年 人口分布図

この高齢化が中小企業に及ぼす影響として、日本の技術や伝統を受け継ぐ若者がだんだんいなくなり、日本製品が技術と共に徐々に消滅していってしまう恐れがある。さらに、高齢化と同時に起こる問題として、子育て支援制度やイクメンのような子供に関連する言葉も出てきていることから、これからの少子化問題解決も社会ニーズとなってくることがわかる。また違う社会ニーズとして、ますます情報化社会になっていくことによりプロムラミングによる作業効率の上昇も望まれており、各大学もプロムラミング専攻などの学部を新設していることからプロムラミングによる作業効率の徹底は激しくなることが予測される。これは人件費などの経費削減につながるが、雇用問題として現場で働く人の場所がなくなってしまうことと、今の中小企業経営者を含めて、高齢になっていく工場や現場でのプロムラミング作業がはたして可能なのかという問題も抱えている。そして、さらなる社会ニーズとして発展途上国への進出が中小企業にとって最大のポイントとなってきている。この海外進出がポイントとなる理由として、かつての経済大国であった日本の経済成長はストップし、今までのようなアジアでは中国やインドが次なる商業の場として注目されてきたことが背景としてある。[図一3][図一4]

現地別現地法人分布図

(単位:社)

	07 年度	08 年度
全地域	16,732	17,658
北米	2,826	2,865
アジア	9,967	10,712
中国	4,662	5,130
ASEAN4	2,763	2,891
NIEs3	2,036	2,072
その他アジア	506	619
ヨーロッパ	2,423	2,513
その他	1,516	1,568

図一 3 海外事業活動基本調査 (経済産業省)

構成比 (単位:%)

	07 年度	08 年度
全地域	100	100
北米	16.9	16.2
アジア	59.6	60.7
中国	27.9	29.1
ASEAN4	16.5	16.4
NIEs3	12.2	11.7
その他アジア	3	3.5
ヨーロッパ	14.5	14.2
その他	9.1	8.9

図一 4 海外事業活動基本調査 (経済産業省)

これは、中小企業にとってもっとも大きな課題であることは間違いない。現に企業の海外進出をコンサルティングする会社もあらわれ人気を集めており、国内で生産されてきていたものが海外生産に変わってきてしまって、それによる産業の空洞化が深刻化していることが問題となっている。日本でのベンチャー企業数も年々、減っており、大企業は海外へどのように進出しているかを模索している現状にある。これでは、90%以上が大企業からの下請けである中小企業(注・東大阪の中小企業)にとっては苦しい状態であり、日本の中小企業が無くなってしまう可能性もあるといえる。つまり、日本の中小企業にとっての未来はとても暗いもので、発達どころか現状維持でさえも危ぶまれる状態になっているといえるだろう。

3. [日本中小企業の立場]

中小企業だけではなく、すべての国内企業に求められているものは日本だけにおさまらず世界に目を向けていかなければならなくなっている。日本の中小企業は世界に誇る技術をもち、現在でも日本製品の信頼度は非常に高いといえ、この信頼を築いてきたことはとても大きなメリットになっており、世界から見ても安全・品質なら日本製品だという認識があることが海外に行けばよくわかる。が、しかし、こうした技術的な信頼も変わりゆく世界情勢には敵わずに、近年では中国やインドなどの安いアジア製品に押されていることは確かであり、日本にも中国製の商品が大量に輸入されており、日本で日本製の商品を見つけることが難しいことになってきている。このアジアの価格競争に勝つことは人件費から考えても、とてもじゃないが敵うことはない。技術面でも今でこそまだ日本製の信頼度は高いが、先ほども述べたように、これから高齢化と少子化をむかえる日本はこれまでの技術の伝承や発達は十分に見込めないこともあって、これからの日本以外のアジア諸国の発展を考えると、いつ価格面と技術面の敗北をきしてもおかしくはないといえる。つまり日本の企業の武器である安全と品質が世界のトップから陥落し、今まで築いてきた信頼さえもアジア諸国に奪われようとしている危険な立場にいる。

4. [東大阪の衰退と発展から学ぶ]

このように書くと日本の中小企業の未来はないように思えてしまうが、過去に東大阪の中小企業は時代の変化が招く様々なピンチを乗り越えてきたことが実際にある。その乗り越えてきた経験を生かすことによって、今では日本が誇る中小企業の街として存在しているのだ。東大阪の中小企業が一番はじめに乗り越えた壁は、江戸時代から河内木綿で栄えるも明治に入り、貿易も盛んにおこなわれるようになったことから欧州からの近代的な紡績機会の導入により一番の地場産業であった河内木綿が衰退したことだった。しかし、その一方で、河内木綿に代わる産業として、木綿だけではなく、撚糸、雲斎織、タオルなどへと特化する企業が増え、また、従来の鋳物、伸線といった産業の成長や新しい歯ブラシ、鉛、金網、などの新たな産業が興ることによって地域の新産業が創設され、初めての危機を見事に克服した。続いて戦争が勃発したことにより、軍事製品の需要が上がったことにより、強制的に軍事関連産業へと転換したが終戦に伴い、平和産業への転換を余儀なくされたこともある。このピンチは戦後の復興の勢いに乗って作業工具などの産業がいち早く復興するとともに、平和産業を代表するミシン、自転車といった新しい産業が起り、また、新材料革命により、セルロイド加工業がプラスチック加工業に転換した。そして、最近になって高度経済成長により、家電、造船、機械、自動車産業がリーディング産業として登場し、それに伴うボルトやナットなどの各種部品の下請けが増大し、内需だけでなく海外にも輸出することになったが、ドルショックやオイルショックの世界的不景気の影響を受け、急激な円高・ドル安により、これらの産業は内需に収まることを余儀なくされた。このように東大阪の街は時代の変化につれて、衰退と成長を繰り返し、今では日本が誇る「物

作りの街」として知られるようになり、そして、中小企業の街として東の大田区、西の東大阪とまで呼ばれるまでになった。現在、日本全体の中小企業数は減少の一途をたどっているが、まだまだ東大阪は中小企業の街として活気がある。この衰退していく中小企業の中でも活気がみなぎっている理由が日本の中小企業の暗い現状を打破する大きなカギとなると考えます。そのカギとは企業集積の力です。

5. [企業集積の力]

東大阪は衰退と成長を繰り返すことによって新しい産業と古い産業が混ざりあっている街へと変化し、企業集積によってとてつもない力を発揮できるようになりました。企業集積のメリットとしては1つ目に、競争による技術の差別化とその専門化の発達することにより高度な技術が作られ、これからさらに激化するハイテクからの受注を受けることも可能になってくるといことがあげられます。2つ目として、分業と連携による合理性が追求でき、他社の高度な技術を利用することによって分業の合理性を最大限まで高めることができるようになります。3つ目として新規企業や中小企業が技術革新し、新たな分野へ進出するさいに、一つの特種な部品にしても専門技術を有する企業に委託加工をすることによって高い品質の製品が資本を節約しながら製作できるようになります。4つ目として、異業種との交流による経営革新のチャンスが日常活動の中で自然と芽生えることにより、異業種グループが創作され、新たなビジネスや商品を考えることができます。以上のように集積には公害などの問題もありますが、多くのメリットを含んでいます。

6. [異業種交流からの成長・海外へ目を向けること]

先ほど述べました企業集積のメリットを発展途上国でうまく生かすことが日本の中小企業のフロンティアになると考えます。特に、異業種との交流はとても大切であり、海外での異業種交流で得た経験や商売のやり方や人材を日本で生かすことで、新たな道が開かれると考えます。

日本の中小企業の現状はとても不安定かつ危険であり、世界との激しい競争に勝たないといけません。ここで勝つことができなければ、これから拡大するアジア市場を大きく奪われることは間違いありません。さらには国内市場さえも奪われてしまうことになるでしょう。現に昔はなかった中国製品が多く日本に出回ってきていることは述べました。かつての経済成長はストップし、内需に頼ってはいけな時代がそこまできています。日本ではまだまだその認識が甘いといえます、日本が大陸続きではない島国であるということがその認識を鈍らせているのかもしれませんが、日本製品に誇りと自信を持っているからこそ、積極的に海外への進出を考え、海外で東大阪のような企業集積地帯をいち早く作り上げ、交流や試行錯誤によって、東大阪のような成長できる仕組みを作り、ベンチャー企業を招きいれ大きく成長していくべきだと考えます。ここで大切なのは、技術を持った現場の人達を中心にして海外進出をすることです。海外で気づくことから些細

なアイデアや発想が生まれ、その発想を現実にし、海外でしか見つけられない技術や思想を日本に持って帰り、日本の産業のさらなる発展の糧とするのです。

7. [まとめ]

今までは大企業の下請けだった日本の中小企業が世界進出をおこない、多くの技術者を派遣し、積極的にベンチャー企業を招き入れることで、今までにはなかった商売のやり方や海外ならではの壁にぶつかった時に、技術者やベンチャー企業が一生懸命に考え、知恵を絞り出すことで、人材の大きな成長につながり、新たな発想やアイデアが生まれます。それを、日本に持ち帰り、技術革新をおこない、小さな歯車としての働きを潤滑に進めることができれば、小さな歯車の集まりが結局は世界という大きなものを動かすことができるようになるのです。世界に存在する様々な部品や新たに作り出す部品などすべてを日本中心に製作できるようなシステムをいち早く作り出し、日本の中小企業が集積した力で世界との競争に勝利すれば、日本の中小企業はなんでも作り出すことのできる素晴らしい技術と知識を持った企業として世界のトップを走り出すことができます。

追い詰められた現状にいる日本の中小企業は今こそ、海外進出という新しい道を進むべきです。そうすれば、日本の中小企業の未来は明るいものとなり、積極的に挑戦する新たなベンチャー企業も続々と現れ、価格面でも技術面でも世界のトップを走るのは日本の中小企業となるだろう。日本中の中小企業が生き残っていくために世界に目を向ける日はすぐそこまで来ている。

[参考文献・資料]

国立社会保障・人口問題研究所 <http://www.ipss.go.jp>

人口減少時代と七年後の日本経済 <http://www.meiwajisho.co.jp>

2025年の日本はどうなる・日系ビジネスオンライン <http://business.nikkeibp.co.jp>

比較的確実に予想できる20年後の日本の姿 <http://blogs.itmedia.co.jp>

海外進出をコンサルティング・船井総合研究所 <http://www.g-successway.com>

海外事業活動基本調査 <http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/result-1.html>

東大阪の中小企業 改訂版 1995年発行 作・湖中斎

これからの社会ニーズ と 中小企業にとってのフロンティア

～企業集積の力で世界との競争に勝つ～

社会ニーズと考えられる影響

少子化問題
高齢者社会

→技術をもった若者の
減少、技術の衰退

プロムラミングによる
作業効率の徹底

→雇用問題

発展途上国への進出

→内需に影響されな
い強い企業へと変貌

経済大国 日本の衰退

日本の経済成長がストップ(バブル崩壊)

↓

アメリカ・ドイツだけでなく中国やインドが
次なる商業の場として注目されてきた

日本の中小企業の現状は
発達どころか現状維持でさえも危ぶまれる状
態

日本の企業イメージ

世界に誇る高い技術(安全・品質なら日本製品)

→信頼度は非常に高い

↓

安いアジア製品に押されている
産業の空洞化にもつながっている

中小企業の立場

高齢化と少子化をむかえる日本は
今までの技術の伝承や発達は十分に見込めない

アジア諸国の急速な発展を考えると・・・

↓

技術面の敗北をきしてもおかしくない！！

つまり、日本企業の武器である安全と品質が世界の
トップから陥落し、築いてきた信頼さえもアジア諸国
に奪われよつとしている危険な立場にある
どのようにすれば...

東大阪の衰退と発展から学ぶ

過去に東大阪の中小企業は時代の変化が招く様々なピン
チを乗り越えてきたことが実際にある

・河内木綿が衰退

→新産業の発達へ

・軍事関連産業から平和産業

→復興の勢いにより作業工具を中心に発展

・急激な経済成長からの衰退

→内需に収まることを余儀なくされた

なぜに成長を続けることができたのか・・・

企業集積の力

- ・競争による技術の差別化とその専門化の発達
 - ・分業と連携による合理性を追求することができる
 - ・異業種との交流による経営革新へのチャンス
- ↓
- 例)時代を乗り越えてきた人達と乗り越えようとする人達の理想や技術を混ぜる

交流の大切さ

まったく違った環境で
ビジネスをして、いろんな人と
ふれあうことは大きく人を成長させてくれる

人の成長は企業の成長へと直結する！！

中小企業のフロンティア

東アジア地域ならではの利点を生かしたりと
各地域でしか身につけられない技術や思想を獲得し
た人材を日本に持ち帰って、
それを活用しさらなる成長を遂げる
これこそが・・・
日本の中小企業のフロンティアになる

↓

生産ノウハウや挑戦スピリットを持ち帰り、中小企業
に優秀な人材を取り入れる

まとめ

アジアの急速な発展によって危険な立場にある
日本

海外進出を積極的に挑戦することで、新たなベンチャー企業も続々と現れ、日本の中小企業は新たな成長を遂げる

日本中の中小企業が生き残っていくために
世界に目を向ける日は確実に来ている！

これからの社会ニーズと 中小企業にとってのフロンティア

リーダー 林 拓洋
前川 弘輝

目次

- 1 はじめに
- 2 東大阪の現状
- 3 海外に目を向ける
- 4 人材育成

1 はじめに

大阪府東大阪市は、中小企業のまちとして全国的な知名度もあり、これまでも様々な取り組みを実施しており、中小企業の活性化については先進地である。現在では、東京都大田区とならび、国内有数の中小企業のまちとして知られ、民間企業による人工衛星打ち上げなどの構想が発表されるなど、全国的に産業空洞化が懸念されるなかで、元気な中小企業のまちとしてのイメージが定着しつつある。東大阪市は、金属製品を中心とした多種多様な基盤的産業が集積する「モノづくり」の町として知られ、東大阪の人工衛星の打ち上げや、ナノテクノロジーの分野で注目を浴びる中小企業が立地するなどの特徴がある。東大阪市の中小企業において最も特徴的なのは、「特化した産業がない、下請け企業の集まり」ということである。むしろ都市型の中小企業集積に見られるような産業の多様性の中に、いくらか地域にみられる単一型の産業構造を合体した性質をもっている。

東大阪市では、この高度集積を背景とし、「東大阪で作れないものは無い」と呼ばれるほどに多種多様な業種・業態が立地している。「ロケットから歯ブラシまで」ということばはそのことをよく表現している。東大阪は地域内ネットワークが発展し、「ものづくりのまち」として全国的に知られている。

とある本に「東大阪の中小企業の足腰は強い」と書いてあった。言いたい事はよくわかるが、「足腰が強い」ことが飛躍を妨げてきた、とも言えるのではないだろうか。東大阪の強みは、低コストで納期が遵守できる点にあったと思う。大企業の市場動向に合わせた新製品立ち上げに、重要な役割を担ってきたのは間違いのないと思う。大企業に長く鍛えられてきたから、今でも力はある。ところが、この地域は低迷している。これは、飛躍のための知恵を生み出す仕組みを作ってこなかったからではなかろうか。それでは、東大阪の中小企業は、どのような知恵で戦ってきたのか。足腰の強さとは何なのか。

当論文では、そのことについてまとめたものである。

2 東大阪の現状

東大阪の中小企業は経営悪化により、ほとんどの企業がつぶれて、今現在残っているのは、資金力のある企業だけだ。またこれらの企業も日々悪化していく経営難に苦しんでいる。

東大阪の強みとして、古くから培われてきた歴史の中で、好景気・不景気を繰り返し、転倒や転廃業もしたが、着々と土台を作っていった。いろいろな内外需をうけて、規模も拡大してきた。なによりその中で育った技術者が何より東大阪の強みだ。先進国である日本の技術は海外でも注目されている。しかも、中小企業は1つの事に関しては日本一。その東大阪の中小企業が手と手を合わせれば世界に対抗できる武器になるのではないか。

それに日本の強みとして、安全、安心、偽物がないという見えない保証がある。海外の人はその日本の保証に強い関心を持っている。海外にあって日本にないもの、日本にあって海外にないものをうまく分ければ海外でも通用するのではないか。

そこで東大阪が持っている特化した技術力をいかして、海外に目をむけた外注（アウトソーシング）を図ることで人材育成など技術の伝承や新たな技術の開発に集中し、海外にマーケット市場を広げることで、いまある中小企業の存続をかける。

3 海外に目を向ける

中小企業は、経済のグローバル化に伴い、商品の価格、品質面での競争力を強化するために、世界規模での生産ネットワークを利用する必要性に直面。日本の中小メーカーにありがちな「右へならえ」の発想ではなく、大手を相手に「勝ち残るためにどうするのか」を常に考えて実践するべく、業界では常識を超えた最先端のIT技術を導入し、これらの日本の高度な技術力とサービスをもって海外に目を向け展開し、外注（アウトソーシング）することでグローバル化を図る。それによって、日本より賃金が安く、人件費が安いのでコストの削減ができる。またそこでマーケット市場を広げることで、顧客の増加を促す。

海外展開のメリットとして

- ・外部の専門性を知ることができる。そうすることで向こうの特化した技術を知ることができる。

- ・ 人員、人件費が削減できる。日本人より有能な人材を日本より安く雇える。
- ・ 業務が迅速化する。むこうに生産を委託することで、分業し、日本では企画などに集中できる。
- ・ 設備投資の負担が軽減できる。こっちで人を雇わなくてすむので、その分軽減することができる。
- ・ 海外のブランド・イメージとして開発・販売することができる。
- ・ 少子高齢化と言われている日本より、中国など、人が多いところの方がそれだけモノがおおく売れる。特に高度成長期で購買力がついている国など。

これらの事例として東大阪市に本社をかまえるフジ矢株式会社は、2007年にベトナムに100%製造子会社となる現地工場を設立し、生産を開始。国内で研修生として受け入れたベトナム人研修生を、帰国後にも同社で働いてもらうことで、雇用の提供と高品質の実現に取り組んでいる。現在では韓国や中国、台湾等アジア諸国をはじめ、中東など20ヶ国以上に販路を拡大している。

だが、これらのメリットと同時に、日本の高度な技術力を海外に盗まれるリスクとがある。またユニクロの例で中国に関税を上げられ、デメリットでしかなくなり、撤退せざるをえない場合もある。

そうならないために多数の国とやり取りすること、国内の中小企業と連携することで最悪なケースを防ぐ。

4 人材育成

海外展開に伴い向こうの国とのやりとりをする上で、語学力が欠かせない、すなわち英語力の向上を育成する。また実際に、自分の伝えたいことを相手に明確に伝えるコミュニケーション能力の育成も重要である。そうして育てた人材を向こうの現地に送らせ、指揮をとらせる。そうして、リーダーシップ力を育成する。

海外展開というと、現地法人の設立を思い起こすが、資本的余裕のない中小企業にとって外国に法人を設立し工場を建設することは容易なことではない。綿密な現地調査をする時間もコネクションもないことが多く、高いリスクを背負うことになるためだ。しかし、海外展開の手段は現地法人の設立だけではない。インターネットなどの情報通信網は世界中に張り巡らされ、クリックひとつで世界とつながることができる。オンライン化した世界に国境はない。インターネットの利点を生かしてホームページを活用すれば、国内に拠点を構えながら海外に触手を伸ばすことができる。また近年でも、中小企業の海外展開を後押しするため、日本商工会議所は、中小企業のホームページを利用して海外から受注のとれる人材を育てる「海外展開人材育成事業」を展開し、販路拡大の支援を進めている。

東大阪が持っている特化した技術力をいかして、海外に目をむけた外注（アウトソーシング）を図ることで人材育成など技術の伝承や新たな技術の開発に集中し、海外にマーケット市場を広げることで、いまある中小企業の存続をかける。

以下参照 <http://j-net21.smri.go.jp/know/jinzai/jigyoreport12.html>

アルバイトの成長を促す3つのポイント

<http://j-net21.smri.go.jp/well/qa/entry/161.html>

この事例は海外の人材の育成にも当てはまり繋がるのではないかと？

ヤマナカゴーキン事例 <http://job.rikunabi.com/2011/company/top/r670700050/>

日経テレコン

<https://telecom21.nikkei.co.jp/nt21/service/CMN1000?t=cr7z7ojvh2&tp=ATCD021gi5fz0d4>

はじめに

- 東大阪の中小企業は経営悪化により、ほとんどの企業がつぶれて、今現在残っているのは、資金力のある企業だけだ。またこれらの企業も日々悪化していく経営難に苦しんでいる。

↓

- そこで東大阪が持っている特化した技術力をいかして、海外に目をむけた外注(アウトソーシング)を図ることで人材育成など技術の伝承や新たな技術の開発に集中し、海外にマーケット市場を広げることで、いまある中小企業の存続をかける。

1、特化した技術力

- 金属製品を中心とした多種多様な基盤的産業
- 「モノづくり」の町として知られるほどの技術力
- 「東大阪で作れないものは無い」と呼ばれるほどに多種多様な業種・業態が立地している
- 歴史の中で育った技術者が強み

2、海外に目をむける

- これらの日本の高度な技術力とサービスをインターネットなどを通じて海外に売り込み、外注をすることでグローバル化を図る。

- それによりコスト(資金)の削減ができる

メリット

- 外部の専門性を知ることができる
- 人員・人件費が削減できる
- 業務が迅速化する
- IT化により作業の効率が良くなる

フジ矢株式会社の事例

2007年にベトナムに

現在では韓国や中国、台湾等アジア諸国をはじめ、中東など20ヶ国以上に販路を拡大

2000年、フジ矢はベンチ業界で初めて品質保証管理国際規格であるISO規格の認証を取得しました



- だが、同時に技術力を海外に盗まれるリスクと、ユニクロの例で一方向的に関税を上げられ、デメリットでしかなくなる場合もある。

そうならないために多数の国とやり取りをすること、国内の中小企業と連携することで、最悪なケースを防ぐ

3、人材育成

- 海外展開に伴い語学力が欠かせない、英語力の向上

また実際に、それを具体的に伝える表現力、コミュニケーション能力の向上

そうして育てた人材を向こうの現地に送らせ、指揮をとらせる。リーダーシップを育成する。

5、まとめ

東大阪が持っている特化した技術力をいかして、海外に目をむけた外注(アウトソーシング)を図ることで人材育成など技術の伝承や新たな技術の開発に集中し、いまある中小企業の存続をかける。

雇用の場としての中小企業

多大な成長から起こった副作用からの脱却・起業への道

要旨

私たちの就職状況は最悪といっても過言ではありません。2011年現在、日本の商品の中にある日本製は少しずつ減少傾向にあり、代わりに中国製や韓国製などは市場に出回っており、産業の空洞化が進んでおります。そしてそれは私たちの就職の際にも、「就職難」という深刻な問題を引き起こしています。ある資料※1)によると、「内定者数については、人事担当者の30.3%が例年より少なめと回答しています。また、2011年の就職戦線が「氷河期」ないしは「超氷河期」だと考えている人事担当者は、合計で73.5%にもものぼっている、と記事になっています。とくに、「超氷河期」との回答が急増しており、就職戦線へのきびしいと思われる方が多く、これから就職活動を行う人たちに暗い影を落としています。そのようになってしまった原因として私が考えられるのは、リーマンショックを始めとした不景気、世界から持ち込まれた原因に始まり、高度経済成長期がもたらした安定志向、つまり「大企業病」とよばれるものや、「とりあえず進学」の増大、そして大企業志向。この日本の中からしみ込んできた二つの原因、合計三つの原因が存在すると考えています。ならばこの問題をどうやって解決していくのか・・・そこで思いついた、いや、前からあったと言ったほうが正しいかもしれませんが、私なりの解決法が「独立企業支援サービス」、さらには「起業家」という新たな資格の作成。つまり起業しやすく、さらに失敗しても立ち直りやすくするという、ある意味理想の起業方法の支援でした。零細企業や小規模な経営に目を向けた経営方法、さらに資格による失敗する確率の減少をはかることにより、生活を安定させ、大企業病を直す・・・このやり方にはそのような効果が期待できます。最終的には安定志向を脱却し、チャレンジ精神と革新的な発想力を併せ持った人材による経済の発展。それこそが今の日本にとって必要不可欠な人材になりうることとなるでしょう。

大坂 裕貴

あらすじ

1. なぜ就職できないのか
- 2-1. 産業空洞化による雇用事態の減少（世界経済による問題）
- 2-2. 高度経済成長期がもたらしたデメリット（日本国内から出てきた問題その1）
- 2-3. 「とりあえず進学」の増大、そして大企業志向（日本国内から出てきた問題その2）
3. 課題
4. 解決法
- 5-1. 独立の支援を
- 5-2. 資格「起業家」
6. まとめ

1. なぜ就職できないのか

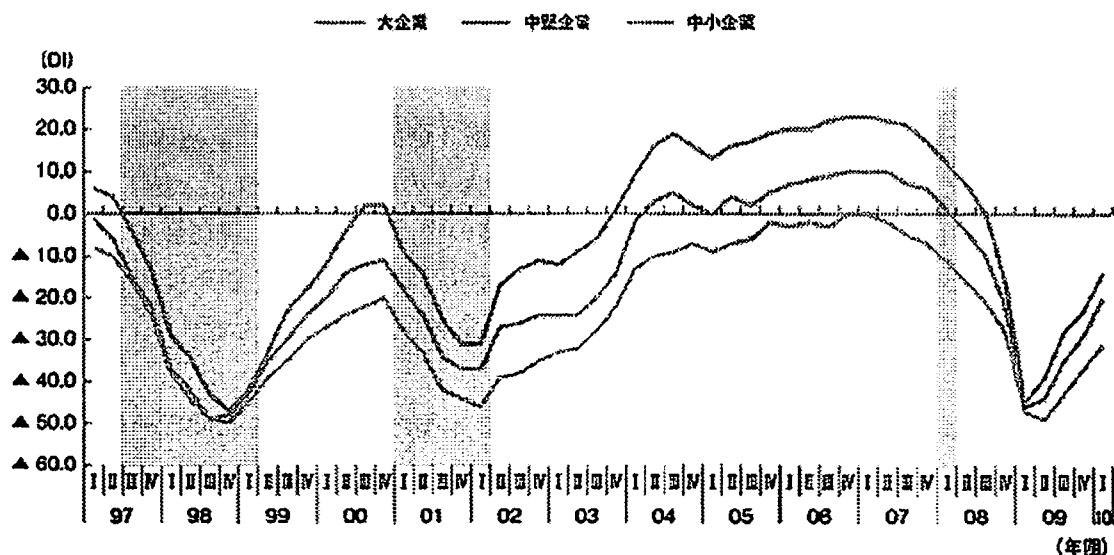
現在、就職の場は「氷河期」と呼ばれるほど、就職難の時代は続いています。行きたい所に就職できない。就職しても長くはられない。すぐに辞めてしまう etcetc……。現在、これから就職活動に臨む学生たちにとってはつらい時代と言えるでしょう。しかし、一度中小企業に目を向ければ、現在がこのような世の中で確かに業績を伸ばしている企業はたくさんあり、今現在でも人手を欲している企業もたくさん存在します。たとえば、介護施設の介護士など。ならばなぜ就職しない、またはできないのか……。その原因は主に3つあると考えています。まず1つ目、これは世界経済による問題ではありますが、産業空洞化による雇用事態の減少。そして2つ目は、学生自体の安定志向と「大企業病」とよばれるもの。最後の3つ目、「とりあえず進学」の増大。この3つが考えられます。この單元では、その原因となったものを一つ一つ挙げ、そこから解決法を見出して行こうと思います。

2-1. 産業空洞化による雇用事態の減少（世界経済による問題）

現在、2010年における中国や東南アジアに日本の企業の工場がある企業は、大企業をはじめとし、一部の中小企業が人件費の安い中国に工場を置いている企業が多くなりました。それにより、かつてその大企業から仕事をもらっていた大手や中小・零細企業は大打撃を受けています。下の図を見てください。

図1.規模別の業況判断DI

～今回の景気後退では、業況判断DIが急激に悪化した～



資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」

(注) 1. 調査対象は約1万社。

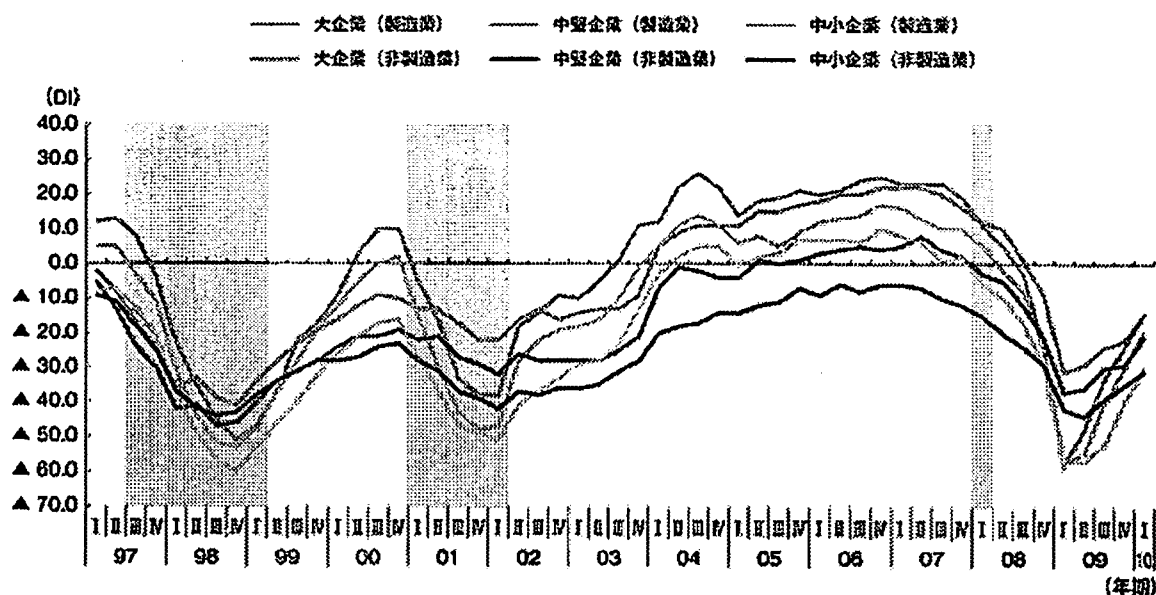
2. 業況判断DIは、今期の業況が「良い」と答えた企業の割合(%)から、「悪い」と答えた企業の割合(%)を引いたもの。

3. 大企業とは資本金10億円以上、中堅企業とは資本金1億円以上10億円未満、中小企業とは資本金2千万円以上1億円未満の企業をいう。

図2.業種別・規模別の業況判断DI

～今回の景気後退では、製造業で大企業の業況判断DIが中小企業と同程度に低下～

～



資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」

(注) 1. 調査対象は約1万社。

2. 業況判断DIは、今期の業況が「良い」と答えた企業の割合(%)から、「悪い」と答えた企業の割合(%)を引いたもの。

3. 大企業とは資本金10億円以上、中堅企業とは資本金1億円以上10億円未満、中小企業とは資本金2千万円以上1億円未満の企業をいう。

ここで記述されている、短観で使われている「D.I.」とは、Diffusion Index（ディフュージョン・インデックス）の略で、企業の業況感や設備、雇用人員の過不足などの判断を指数化したものです。算出の方法は、各判断項目について3個の選択肢を用意し、選択肢毎の回答社数を単純集計し、全回答社数に対する「回答社数構成百分比」を算出した後、次式により算出しています。

$$D.I. = (\text{第1 選択肢の回答社数構成百分比}) - (\text{第3 選択肢の回答社数構成百分比})$$

この図を見てわかるように、2010時点ではほとんどの企業は不景気だと感じています。不景気により行われた中国・東南アジア進出が産業の空洞化を招き、現在日本で起業されている方は大変つらい時期となっています。そのような時期に新しく新卒採用を行う企業は例年より少なく、だからこそ私たちの雇用問題に発展してしまいました。

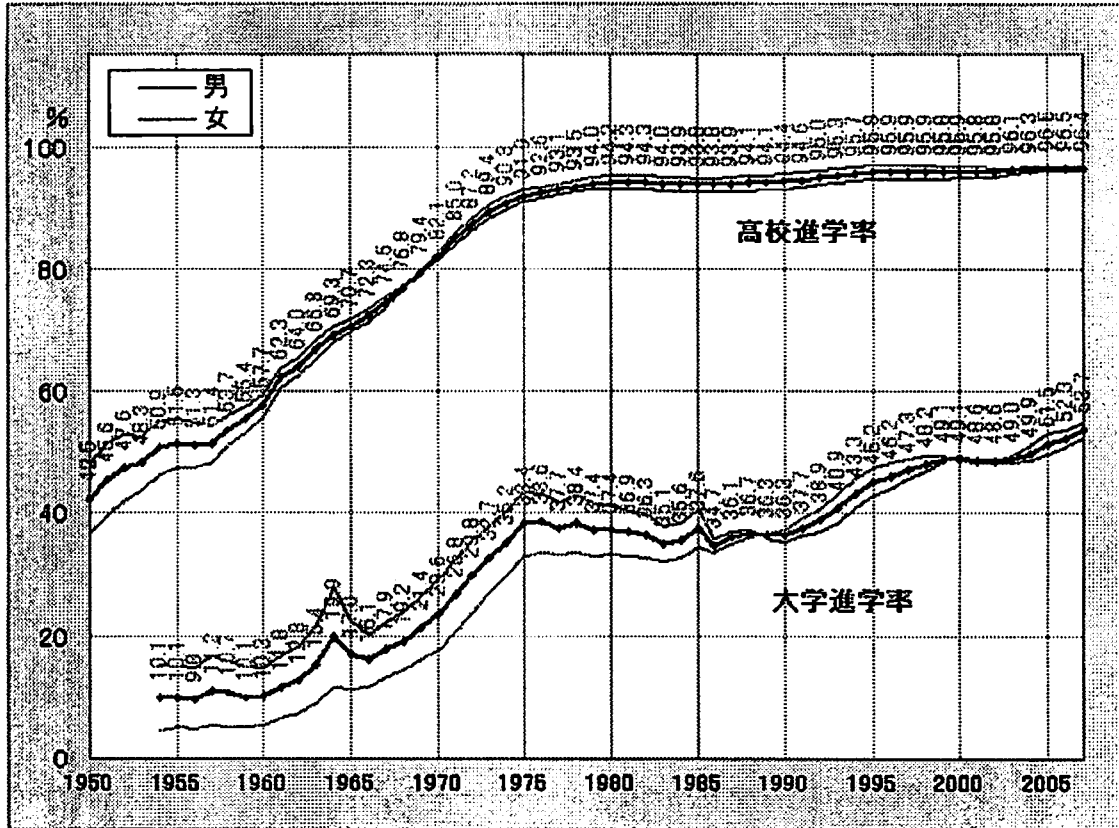
2-2. 高度経済成長期がもたらしたデメリット（日本国内から出てきた問題その1）

かつて、この国には「高度経済成長期」がありました。それはこの国を大いに発展させ、日本をGNP第二位にさせ、そしてこの日本が「経済大国」と呼ばれるようになったきっかけを作りました。しかし、大きなメリットの後には必ずデメリットが発生してしまいます。その中のひとつがこの安定志向、つまり「大企業病」でした。かつてこの日本が高度経済成長期のさなかにいた時、企業はこの時代が進むにつれ伸びていく生産量に労働力を必要としました。そしてこの成長期は1971年、ニクソンショック以降高度経済成長期は止まりましたがこの成長期は長い期間続いたために、長期であり安定的な労働力を求めました。それにより、現代の若者にもそれはまだ残っており、長期的な、なおかつ安定的な職場を求めるようになり、経営が不安定な大企業に行き、経営をよくしてやろうという気持ちを持つよりも経営が安定している大企業に人が行きます。それこそが安定志向、というものです。

2-3. 「とりあえず進学」の増大、そして大企業志向（日本国内から出てきた問題その2）

図3

高校・大学進学率の推移

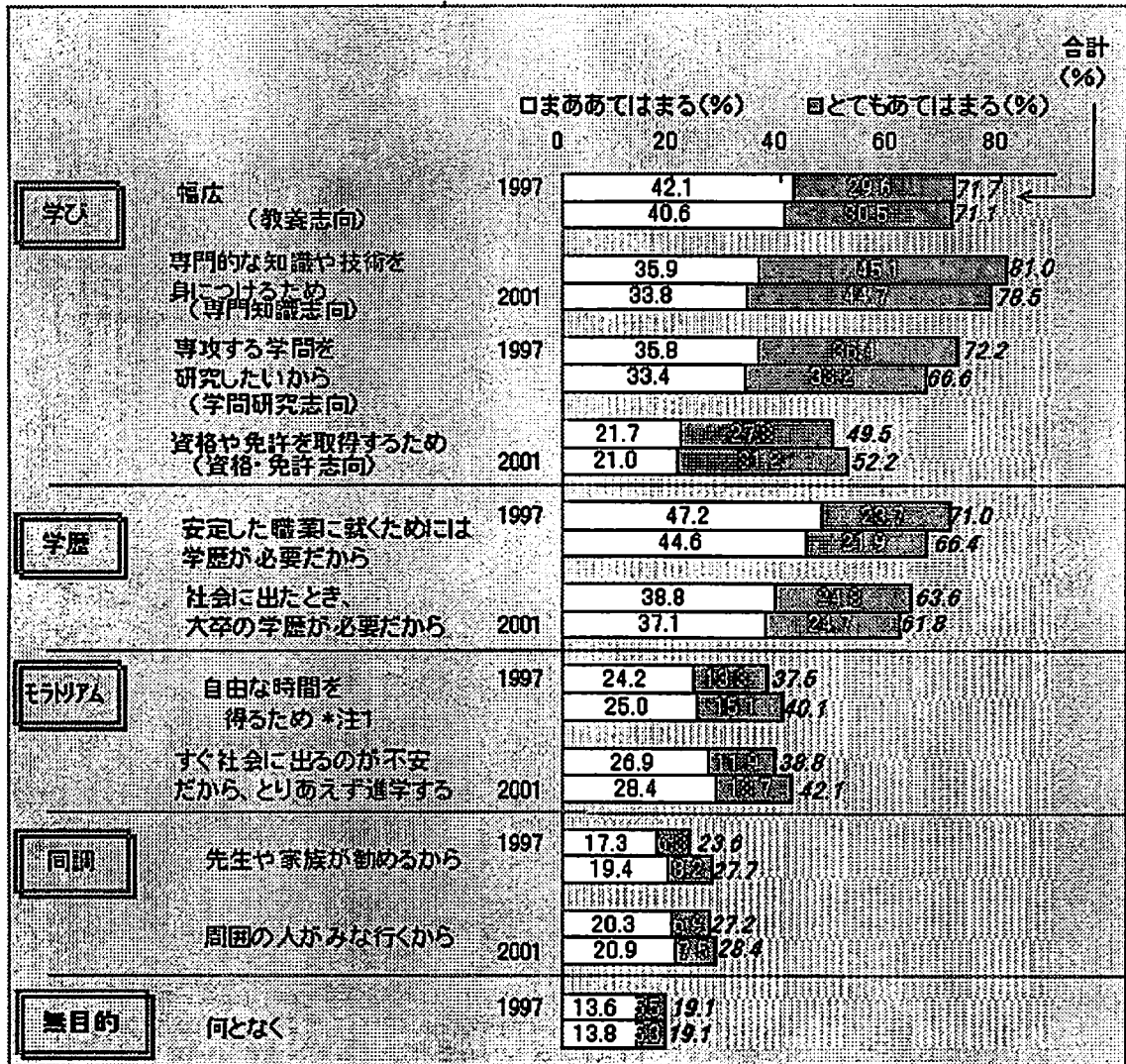


(注) 高校進学率は、中学校卒業者及び中等教育学校前期課程修了者のうち、高等学校等の本科・別科、高等専門学校に進学した者(就職進学した者を含み、浪人は含まない。)の占める比率。大学進学率は、大学学部・短期大学本科入学者数(過年度高卒者等を含む)を3年前の中学校卒業生数及び中等教育学校前期課程修了者数で除した比率。数字は男女計の値。

(資料) 文部科学統計要覧(平成20年版)

まずこの図3を見てください。かつて1950年代と比べると、2007年の進学率は段違いに高いです。高校進学率は42.5%から96.4%に。そして大学進学率が1955年は10.1%に対して2007年になると53.7%になっています。この数字は、子供たちが学問に対して高い関心がある、というのがこの図を見てわかります。ならば、高校・大学に進学する人は皆が勉強熱心なのか、といわれるとそうでもありません。次は図4を見てください。

図 4



*注1 97年調査では「受験から開放されて自由時間を得るため」

この図は 1997 年から 2001 年までの「高校生が大学に行きたい理由」を表しています。まず 1997 年から 2001 年にかけて学びや学歴の分野があてはまらない人たちが多くなっており、逆にモラトリアムや同調のほうが増えています。ここから読み取れることは、とりあえず進学して、他のことは後に考えるという人が増大していつています。そのため、大学 3 年間は遊んで過ごし、いざ就職活動になると目立つ大企業のほうに目が行ってしまう。さらに自分たちの根底にある「安定志向」がさらに助長してしまう・・・という流れがおおいことがわかります。こちらの図 5 を見てください。

図5・2009年・「大手企業志向」3)

	全体		文系男子		理系男子		文系女子		理系女子	
	前年	前年	前年	前年	前年	前年	前年	前年	前年	前年
ゼットイに大手企業がよい	9.7%	10.4%	11.0%	12.7%	13.8%	13.3%	7.7%	8.7%	7.2%	7.6%
自分のやりたい仕事ができる のであれば大手企業がよい	42.1%	42.4%	42.9%	42.4%	46.4%	47.7%	40.2%	40.6%	39.3%	41.1%
ヤリガイのある仕事であれば 中堅・中小企業でもよい	39.3%	38.8%	36.6%	35.5%	32.6%	32.8%	43.0%	42.2%	44.0%	42.2%
中堅・中小企業がよい	3.2%	3.6%	2.1%	3.0%	2.7%	2.8%	3.7%	4.0%	4.3%	4.7%
その他(公務員 リターン志望 など)	5.2%	4.2%	6.4%	5.4%	3.8%	2.8%	5.2%	4.2%	5.0%	4.0%
自分で会社を起こしたい	0.5%	0.6%	0.9%	1.1%	0.8%	0.7%	0.3%	0.3%	0.2%	0.4%
「ゼットイに大手企業がよ い」+「自分のやりたい仕事 ができるのであれば大手企業 がよい」	51.8%	52.9%	53.9%	55.1%	60.1%	60.9%	47.9%	49.3%	46.5%	48.7%

こちらの図をみると、ゼットイに大手企業がよいと考えている方が9.7%。自分のやりたい仕事ができるのであれば大手企業がよいと考えている方が42.1%。全体の合計、つまり「大企業志向」が51.8%です。前年度と比べると1.1%下がっているようですが、それでも大企業志向はまだ残っています。この原因があるからこそ中小企業に目が行かず、優良な中小企業を逃してしまう・・・これこそが大企業志向というものです。

3. 雇用問題発生の原因

以上がこれまで見てきた原因です。空洞化は日本企業が世界の企業に対抗するための手段として、日本内部の原因のほとんどが高度経済成長期、そしてバブル時代に作られたものです。だからこそ、この時代は日本にとってとても大切なものだったと感じられます。しかし、このままこの状況が続けば産業の空洞化が進み、日本がだめになってしまうのは明白です。ここでポイントを整理してみますと、まず1つ目、学生自体の安定志向と大企業病。そして2つ目は、「とりあえず進学」の

増大というものです。ならばこの二つをどうすればいいのか。これが現代の日本の課題の中の1つです。

4. 解決法

これまで挙げてきた中の一つ。産業の空洞化につながる日本国内の不景気はいわば世界がそうってしまった。つまり自然現象の中の一つだと私は考えています。これは避けられようのない現象であり、これは時が解決してくれるのを待つしかない、と私は考えております。現在は世界も少しずつ景気回復に向かっているそうですし、あと4、5年たてば経済も元通りになると思っております。しかし、それでは今の雇用問題にとっては解決にならない。そこで考えた・・・いや、昔からあったものの応用なのですが、国家自体が企業を起業する人たちへの全面サービスを行い、成功や安定する起業を作る目的である「起業全面協力サービス」の形成を推したいと思えます。

5-1. 独立の支援を

タイトルからしてもわかるように、ここは独立の姿勢を取らせる、というものです。少々趣旨とは異なって見えるかと思いますが、この理由は、①独立する企業は、最初から家族経営でやっていくと思っている人以外は確実に人手を必要とするため、起業すればするほど雇用問題が一気に解決していきます。そして②つめ、誰かが起業すれば、まず人手にと誘うのは周りの人間でしょう。つまり、たとえば東大生が起業したら雇用する人材は東大生の確率が高く、早稲田大学の方が起業したら雇用する人材は早稲田大生の確率が高い、ということです。つまり、高学歴であればあるほど同じ大学生、または学歴が少々高い or 少々低い人たちが集まりやすく、これにより「大手会社がいい」と考える人たちが少なくなるのは明白でしょう。成功すれば、そちらに雇用人口が集中するので。そして③、ほとんどの品々に於いて、質やサービスが上昇する、ということです。かつてのバブル時代、起業しようという人たちが多く現れ、そしていろいろなものやサービス・アイデアがたくさん登場しました。現代はそこまでの景気は訪れていませんが、チャンスはない、とは言い切れないでしょう。だからこそ、今この時代に起業することで、それこそ「トヨタ生産方式」みたいなさまざまなものが生まれてくる。この時代はこんな予感を孕ませています。最後の④、例えこれだけの会社や起業家が多ければ、時代の風習により安定を求める人たちは少なくなるでしょう。しかし、起業家が確実に成功する、という保証はどこにもありません。成功することもあるれば、失敗することもあります。しかし、その失敗は必ず今後

何かの助けとなります。私が次に考えたものが、「起業家」という資格です。

5-2. 資格「起業家」

起業した時に起こってしまう失敗を少しでもなくすために、これから起業する人たちに「起業家」という新しい資格を作れば良いと考えました。そうすれば起業する人たちにとってはいい指針となりますし、その資格を持っている、ということは起業に失敗するリスクが少ない、という意味なので、自分自身の心の安定にもつながり、いい結果を残す確率が上昇すると思われれます。

6. まとめ

私たちの就職状況はかなり最悪といっても過言ではありません。あるインターネットの調査によると、「内定者数については、人事担当者の30.3%が「例年より少なめ」と回答している。また、2011年の就職戦線が「氷河期」ないしは「超氷河期」だと考えている人事担当者は、合計で73.5%にもものぼっている。とくに、「超氷河期」との回答が急増しており、就職戦線へのきびしい」と書かれています。だからこそその起業。しかし、今闇雲に起業しても失敗する確率が高い。そこで「起業家」という資格によっての心の安定を図る。こんなつらい時期だからこそ、目の前にある安定を求めず、何か新しいことへのチャレンジ精神を持ち続けることが大切だと思います。

参考資料

1) BIGLOBE マネー 雑誌・コラム

2011年採用はさらにきびしい「新就職氷河期」か 新卒至上主義が若年層と企業に悪影響も

http://money.biglobe.ne.jp/kabu/news/column/MZ183378_det.html

2) 大学生の就職意識調査(10卒) : マイコミ

http://job.mynavi.jp/conts/saponet/enq_gakusei/ishiki/ishiki09/data02.html

3) 高校生の大学進学理由(1997年 vs 2001年)

<http://benesse.jp/berd/center/open/report/manzokudo/2001/kaisetu/renkei05.html>

4) 就職内定率が昨年度を下回り、過去最低に-働く・学ぶ・遊ぶ・暮らす-キャリア
ニュースサイト-日本人材ニュース Carrera

<http://carrera.jinzainews.net/article/body/da87e853b04d6ee5832bf2db702ed022>

5) 産業空洞化

<http://tmc.nagaoka.niigata.jp/kuudouka.htm>

6) 2010年版 中小企業白書

<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/h22/h22/index.html>

7) 独立起業の失敗事例に学ぶ

<http://recruit.doorblog.jp/archives/1421123.html>

8) 中小企業を学ぶ

編者 巽 信晴・佐藤 芳雄

9) 東大阪の中小企業

湖中齊著

雇用の場としての中小企業

多大な成長から起こった副作用からの脱却・起業や資格への道

あらすじ

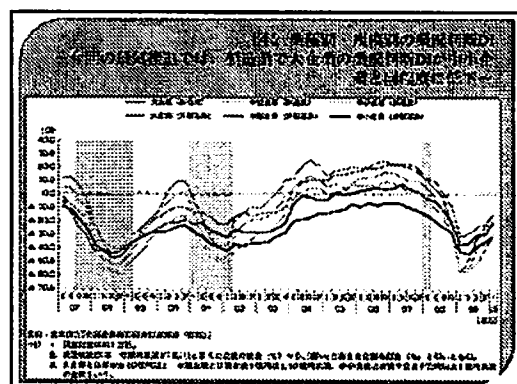
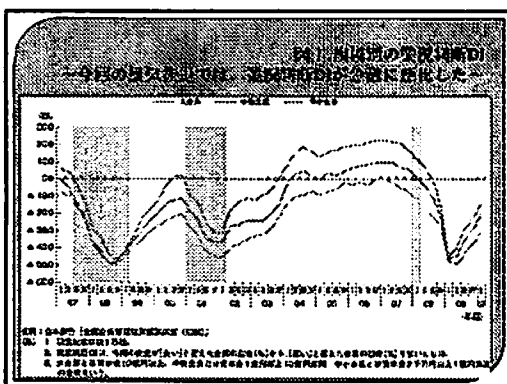
- なぜ就職できないのか
- 産業空洞化による雇用機会の減少（世界経済による問題）
- 2-2 高度経済成長期がもたらしたデフレ（日本国内から出てきた問題その1）
- 2-3 「とりあえず進学」の増大、そして大企業志向（日本国内から出てきた問題その2）
- 2-4 就職
- 2-5 1 独立の意思
- 2-6 2 資格「取得」
- 2-7 まとの

1 なぜ就職できないのか

現在、就職の場は「氷河期」
 しかし、一般中小企業に目を向ければ、今現在でも人手を欲している企業もたくさん存在している！
 ○介抱施設の介護士など
 ○ならはなぜ就職しない、またはできないのか
 ○その原因を主に3つある
 ○1つ目、産業空洞化による雇用機会の減少
 ○2つ目、学生自体の企業志向「大企業好」とよばれるもの
 ○3つ目、「とりあえず進学」の増大

2-1 産業空洞化による雇用機会の減少（世界経済による問題）

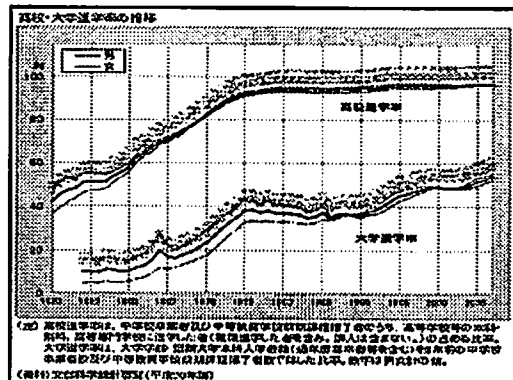
雇われて使われている「DGI」とは Diffusion Index（ディフュージョン・インデックス）の略で、企業の満足感や新規雇用人員の過不足などの判断を指数化したもの



3. 1の1の時点ではほとんどの企業は不景気だと感じていた
現在日本で起算されている方は大変つらい時期

2. 5. 1. 高度経済成長期がもたらしたデメリット
かつて、この期には「高度経済成長期」があった
しかし、そのあとに起こった経済のひずりがその安定を削り、つまり「大企業病」の原因が不安定な大企業よりも、むしろ安定している大企業に入りが行く、それこそが安定志向

5. 2. 「とりあえず進学」の増大、そして大企業志向



年	進学率 (%)	進学率 (%)
1971	81	17
1972	82	18
1973	83	19
1974	84	20
1975	85	21
1976	86	22
1977	87	23
1978	88	24
1979	89	25
1980	90	26
1981	91	27
1982	92	28
1983	93	29
1984	94	30
1985	95	31
1986	96	32
1987	97	33
1988	98	34
1989	99	35
1990	100	36

進学率の推移に関する詳細な説明と分析が記載されている。

3. 雇用問題発生の原因

- 以上がこれまで見てきた原因と思われる
- 空荷化は日本企業が世界の企業に対抗するための手段として
- 日本国内の原因のほとんどが1990年代後半から2000年代前半にかけてのバブル崩壊に伴って発生したものである
- このままでの状況が続けば産業の空荷化が進むことは明白

1. 産業空荷化による雇用需要の減少
2. 学生自体の安定志向と大企業志向
3. 「とりあえず進学」の増大というもの

4. 解決法

- 日本国内の不景気は自然現象の中の一つ
- 時が解決してくれるのを待つべき
- しかし、それでは今の雇用問題にとっでは解決にならない
- 国家自体が企業を雇用する人々への全面的サービスを行い、成功や安定する起業を促す目的である「起業全面協力サービス」の形成を推したい

5-1. 独立の支援を

○独立の支援を強化する理由は

- ① 起業すればするほど雇用問題が一気に解決し
- ② 学生協会の数はある程度は減少し大企業志向が強まるが、大企業志向が強まることで大企業志向が強まる人が増える
- ③ これにより「大企業志向が強い」と考える人たちが少なくなる
- ④ ほとんどの場合において、教育サービスが止まる
- ⑤ 増えただけの会社や起業家がなければ、時代の潮流により安定を求める人たちは少なくなる

- しかし、起業者が確実に成功する、という保証はどこにもない
- しかし、その失敗は必ず今後何かの間隙となる
- 次に考えたものは、「起業家」という資格

5-2. 資格「起業家」

- 「起業家」という新しい資格を作ればいろいろの問題から、いい結果を期待できると考えられる

6. まとめ

- 私たちの就職状況はかなり悪化といつても過言ではない
- あるアンケートの結果によると、「内定を断る理由としては、大企業志向者の30%が「内定を断る理由が少い」と回答している。また、20%は「就職先が「大企業」ではない」「大企業志向」と考えている大企業志向者は、合計で30%に達している。また、「大企業志向」と回答が最も多く、就職先への「希望度」とも高まっている

だからこそその起る
しかし、今期表に起発しても失敗する確率
が低い。
そこで「起発源」という概念によっての心
の安定を図る。
こんなつらいつらいつらだからこそ、目の前にあ
る不安を求めず、何が新しいことへの子
レン/増強を勝ち続けることが大切だと思
います。