



今こそ「進取の精神」を発揮しよう！！



最近の世相を反映してか、今の日本企業は元気がないと言われることがあります。私は全くそうは思っていません。

熾烈なグローバル競争、産業再編、エネルギー制約などの急激で厳しい環境変化に直面しながらも、逆にこれをチャレンジのバネにする旺盛な企業家精神さは失われていないと思っています。特にここ関西はもともと「進取の精神」に富んだ企業風土の下で、多数の新製品・新サービスが生まれてきた地域です。

今こそ、持てる人材、ネットワーク、技術、ノウハウなどをフル活用して企業の付加価値を更に高めていく絶好のチャンスと捉えるべきです。本稿ではそのためのお手伝いとなる経済政策を二つほど紹介しましょう。

第一に、今、日本は「課題先進国」と言われるくらい確かに多くの経済社会課題を抱えています。例えば、少子高齢化はどの国よりも早く到来・進展していますが、この課題を解決できれば「課題解決先進国」となり、同じ課題がいずれ到来する他国にも貢献できることとなります。

少子高齢化で内需の縮小が懸念されているなか、この課題を解決してくれる新産業分野としては、医療・介護・健康などのヘルスケア産業や育児支援サービス業などのライフ・イノベーション分野が期待されていますが、これらの分野の成長は、まさに社会課題そのものを解決するとともに、内需創出や雇用拡大にも資することになります。

また、エネルギー制約といった課題に対しては、再生可能エネルギーや省エネルギーなどのグリーン・イノベーション分野の成長が期待されます。

こうした問題意識の下、政府では「経済社会課題対応事業促進法案」を本年2月に国会に提出しています。我が国の経済社会の課題に対応した製品の開発・製造やサービスの提供を支援することが狙いとされています。

第二は、中小企業の本格的な海外展開を支援することです。既に海外展開をされた中小企業はやはり国内の雇用も増えています。

「国内か海外か」ではなく今や「国内も海外も」の時代です。日本中にある本社機能、研究開発拠点、マザー工場など国内基盤をしっかりと固めた上で、海外でも事業活動を本格的に展開していくことが重要です。そのご判断をされる前には、是非、当局の通商部や各支援機関をご活用され、専門的なアドバイスを受けていただくことをおすすめします。

政府でも「中小企業経営力強化支援法案」が今国会で審議中ですが、進出先での現地通貨建て融資等による資金調達を支援する措置も盛り込まれています。

これらに加えて、当局の施策集「JUMP UP! KANSAI」（当局HPよりダウンロードできます）などもご活用頂き、是非、明日に向かってチャレンジされることを期待しております。

経済産業省
近畿経済産業局長 長尾 正彦

グローバル人材育成

1. グローバル人材育成に遅れをとる・・・日本

グローバル化に伴う最近の東大の秋入学制度の提案と、それに対し一ツ橋大学も対案をだし大学の入学時期の変更が大きな話題になっている。もともと日本でも大正9年までは帝国大学などが国際標準であった秋入学制度で運用されていた。今頃になって大学の秋入学制度への移行が大きな問題になってきたのは、春入学制度で運用しているのは日本だけで、学生や教員が海外の大学や企業で勉強したり働いたりするときに齟齬がおきグローバルな人材活用で不利になるためである。急速なグローバル化に伴う世界の大競争時代に、日本だけ特別の大学教育制度運用は不利に働きグローバル人材育成の遅れの一つの原因になっている。

2012年度決算では家電メーカーはパナソニック社やソニー、シャープなどの名だたる企業がグローバルな競争に負け大幅な赤字決算を出し、一時世界一を誇ったトヨタなどの自動車メーカーも海外の有力メーカーに追い上げられ業績を落し日本の得意の製造業にかげりが見え始めた。

このような最強であった日本の製造業の陰りの原因は、国や企業を引っ張ってゆくグローバルの素養のあるリーダーを欠いたことであるが、一方でリーダーだけでなく世界の強豪企業と対抗できる一般社員のグローバル人材の育成もできなかったことでもある。

2. グローバル人材の育成の進んだ米韓

日本の若者が「内向き」になってきたのに対してアメリカの若者が「外向き」になってきている。例えば有名な中高一貫の寄宿舎生活を送るボーディングスクールでは世界から優秀な若者が入

学するし、MBAや法科大学院などの有名専門職大学院には、それこそ世界中からエリートが集まるが、アメリカ人は外国人と一緒に勉強することに少しの抵抗感もない。

また就職もアメリカ人はアメリカ国内でなく世界中を視野に入れ海外のどこの国へでも嫌がらず赴任してゆく。

それはアメリカはもともと世界をリードする国家であり、学びも仕事もインターナショナルになっており、アメリカ人は常に世界を視野に入れており、海外で勉強し働くことにあまり抵抗感はない。アメリカ以外でも、近年韓国企業がグローバル市場での発展が目まじしく、日本企業は劣勢に追い込まれているが、グローバル人材の育成に熱心である。それは日本の国内市場はそれなりの規模があり、日本企業はまず国内に新製品を投入しそれで成功したものを海外市場に投入するが、韓国市場は小さく韓国企業は最初から世界市場を狙ったものを開発、内外同時に新製品を投入するというグローバル思考になっているためである。

そのために韓国でグローバル人材育成は積極的で学校での語学教育などに力を入れている。最近のアメリカの専門職大学院に在籍している人に聞いても、日本の学生に比べ中韓の学生の方が圧倒的に英語が流暢であると言われている。

企業のグローバル人材育成も熱心でとりわけ有名なサムスン電子で、同社は90年から「地域専門家制度」という制度を導入し、社員に海外の文化や習慣を習熟させて、その国のプロとなる人材を育てているが、日本企業も負けまいと頑張りたい。

太成学院大学 教授 釣島 平三郎

老舗企業に学ぶ

3月22日の例会テーマは「歴史から学ぶ商人の知恵」だったので、当日は遅刻しないよう会場に向かい出向いた。というのは、私自身20数年来、老舗企業に非常に関心を寄せており、講師の森下喜郎氏（新和商事代表取締役）がどのようなお話をされるか楽しみだったからである。会場に到着すると、いつもより多くの方が見えていた。経営の厳しさに直面されて、何かヒントを得ようとする方々が多いように思われた。

さて、森下氏は、膨大な資料を年次別・商人別に極めて精緻に整理・分析されたうえ、要領よく解説されたので、大いなる感動を覚えた。同氏が、初めてご紹介された光産業創成大学院大学教授の後藤俊夫氏（旧知）をはじめ、30年ほど前から所属している実践経営学会で老舗企業を研究されておられる先生方でも、これほどまで詳細に資料を収集し分析された例を私は知らない。森下氏は、非常勤講師として大阪府立大学大学院で教鞭を取られているが、受講者にとってこれほど有益な講義はないと断言できる。というのも、人間は歴史に学ぶ必要があるが、老舗企業は現在まで生き続けている、まさに「生き字引」「情報の宝庫」に他ならないからである。

ご講演後、森下氏のご好意で、当日使用されたスライドをお送りいただいたので熟読させていただいたが、改めて知識の多さと分析力の素晴らしさに敬服させられた。なかでも、「売り手よし、買い手よし、世間よし」のいわゆる「三方よし」の原点が、五個荘商人の中村治兵衛宗岸宗次郎幼主書置（1754年）であることを知ったのは嬉しかった。数年前に日経が主催された近江商人の源流を尋ねるバスツアーに参加したが、資料館にあったセピア色の写真と共に、そのときの記憶が蘇ってきた。近江商人はすごい！

ところで、老舗企業と聞けば、「古臭い」という印象を持たれる方が多いと思うが、確かに保守的で融通が効かないイメージはつきまとう。しかし、老舗企業が現在まで数百年の間生き続けて来ているのは、ただ古いからだけではない。むしろ「新しい」からこそ、生き残って来ているのである。なぜなら、同じように見える商品でも、時代や顧客の価値観により微妙に変化を加えているのが常で、絶えざる「革新」を図っているからである。場合によっては、事業の内容自体を大きく変えたり、あるいは商品をメジャー・チェンジした例も見受けられる。その他、顧客筋を変えたり、販売方法を見直したりすることも少なくない。まさに、シュンペーターが言う「イノベーション」を実践して来ているがゆえに、老舗企業は現在まで継続しているわけである。

「伝統」と「革新」、「不易」と「流行」とが同居しているのが、老舗企業に他ならない。ベンチャー企業は老舗企業に学ぶところが大きいように思える。

深堀 謙二（大阪市立大学大学院工学研究科客員研究員）



「映像提案のイノベーションは起こせるか？」 ～崖っ縁に立って、気づいたこと～

弊社は社名を「ソーワビデオアーツ株式会社」と言い、映像製作会社です。

企業用PR・教育・リクルーティング、商品紹介、店頭用販促映像など、企業向けインナー用の映像を多く手がけています。

私たちの仕事受注の流れは、まず、何らかの映像が必要になった企業は、取引のある広告代理店に相談、発注を行います。次に広告代理店は内容を吟味した上で、付き合いのある数社の映像製作会社から仕事の内容にあった会社を選別して発注します。

したがって企業から直接、製作会社への発注は殆どありません。しかし、先の見えない不景気は企業を疲弊させ、広告宣伝費の大幅カット、映像はおろか販促物やパンフレットでさえ縮小を余儀なくさせました。当然、広告代理店からの仕事は激減しました。代理店からの仕事が無くなった今、私たちは愕然としました。直接、企業へ営業しようにも何のコンネクションも無かったのです私たちの営業先は広告代理店だけだったのです。このまま仕事が無ければ会社は倒産します。

何社かには営業に行きました、しかし・・・

「PR映像？お金がすごくかかるのではないか？」「教育用映像？欲しいけど高いんでしょ。予算が無いなあ」中には「うちの者に撮影させて作ってるよ。時間はかかるし、カメラは下手で素人丸出しだけど、それで充分だ」という会社もありました。企業では「映像製作＝高予算＝無理」というイメージが固定していたのです。映像製作は新しい時代に入っています。映像の使用用途に合わせて費用やグレードを細かく選べる時代になったのです。映像は最早高価なメディアではありません。発注側、製作側、両者の意識もそれに合わせて変えていく必要があります。

私のこれからの使命は企業の立場に立った映像提案であり、同時に自分も含めた弊社全員の仕事に対する意識改革です。今までは映像製作だけを考えていました。それがどう使われ、どんな効果を生み出すかは代理店の仕事と割り切っていました。しかし今後は映像をどう展開して、どう使えばもっとも効果的なのか？そのためにはどのような映像提案をするのか？お客様である企業と一緒に考えて、一緒に作っていくこ

とがより大切であることに最近気づいたと思います。

以前とは責任の度合いが違いますが、その会社の一員となって考え、提案し、結果を見ることは楽しい作業です。代理店のフィルターを通してではなく直接企業の方から評価が聞け、結果が見えるのです。

弊社は今年7月で創立37年を向かえます。遅すぎたイノベーションではありますが襟を正して、新しい分野に挑みたいと思います。今後のことは、また機会があればご報告したいと思います。

ソーワビデオアーツ株式会社 専務取締役 橋本 宏三
〒550-0002 大阪市西区江戸堀1-23-11 小谷ビル別館2F
TEL:06-6445-2708 FAX:06-6445-2298 携帯:090-3485-0178
E-mail:chaos1jp@yahoo.co.jp (個人) sva@j4.so-net.ne.jp (会社)



開業しました！ mittue Sweets (ミッツエ スイーツ)



かねてからの夢であったスイーツの店を京都に開業された岡島光江様から起業の動機や思いを語っていただきました。女性の起業もますます期待されている時代、お菓子づくりを通じて楽しさや夢を人々に提供され、その実現に向けてご発展されることを祈っております。

- Q. mittue Sweetsを開業しようと思われた動機を教えてください。
- A. 昔から菓子作りが好きだったので、一生のうち一度は必ずお菓子屋をやるのだと決めていました。時期は特に決めていませんでしたが、のんびりまわって見ていた不動産で現物件をみつけ、日光が店内に差し込む気持ちよさがとても理想に近く、契約の条件もあっていたので「いまだ！」と思い開業にむけて動き出しました。
- Q. いつ頃開店されましたか。手づくりのお菓子はどんなメニューがありますか。
- A. 2011年5月4日オープンしました。毎日でも楽しめるよう80円のマドレーヌから、2000円のイチジクのパウンドケーキまで幅広く揃えています。ギフトの時期には1000円～5000円の詰合せに対応。そのほか、期間限定でチーズケーキやシュークリームなどの生菓子も作っています。
- Q. お店の場所は京都のどの辺りですか。店頭以外に通販もやっておりますか。
- A. JR二条駅より南西に徒歩10分ほどの場所です。住宅街のため、ご近所のご利用が多いですが、阪急西院駅や大宮駅など駅に囲まれている立地で大阪や滋賀方面からもお客様が来てくださいます。店頭からの発送以外にもHP (<http://mittue.net>) やfaxでのご注文も受付しており、特にお中元やお歳暮の時期はご利用が増えます。
- Q. これからの夢や計画はどのようなですか。
- A. まだまだお店を軌道にのせることで精一杯ですが、今後はキッチン関連の雑貨などを取り扱い、ギフトの内容を充実させて、贈る人も贈られる人も楽しめる品揃えにしていきたいです。また、イベントの開催や食事メニューを提供する機会をもうけるなど、お菓子を買う目的だけではなく、お店にくること自体を楽しんでいたような店づくりをしていきたいです。

住所：京都市中京区壬生中川町4-6

TEL・FAX：075-822-7073

～VEC関西より～

- ◆先般、近畿経済産業局の長尾局長に「てんこもり」へご寄稿の願いを、フジキン小川代表のご紹介でお伺いしました。若く聡明で、近畿のベンチャーのことなどが弾みました。そしてこの度、この原稿にまとめて頂きました。今後とも、何かとご指導の程よろしくお願い致します。(本田)
- ♥タニタの社食がブームになっていましたが、最近では社員食堂ツアーが盛んに行われているようです。穴場はお役所の食堂とか、メニューにも役所の特徴があるそうです。ある企業では近所の主婦達を中心にメニューを考え調理も担当する。主婦にとっては美味しい仕事・・・ですね。(藤本)
- ◆6月号は長尾近畿経済産業局長様から特別ご寄稿をいただきました。この時期こそ絶好のチャンスと示唆に富んだメッセージは大いなるチャレンジを期待されています。釣島様からはグローバルな視点から、深堀様からは老舗企業から学ぶこと、橋本様からは経営の原点を、岡島様はスイーツ店開店の熱い思いを述べて頂きました。それぞれの分野でのご活躍をお祈り致します。(澤村)
- ◆＜交流会の予定＞
7月はございませんのでよろしくお願いいたします。
(産官学による実践産業人の育成を目指し、VEC関西支部と大学生との交流会を別途検討しています。)

TEL:06-6263-0366

皆様からのご意見・ご要望お待ちしております！

