～はばたけ！群馬の中小企業～

「一日中小企業庁ｉｎぐんま」が1月29日、群馬県高崎市の高崎ビューホテルで開かれた。国（中小企業庁、関東経済産業局）と群馬県による「中小企業フォーラム」では北川慎介中小企業庁長官、大沢正明群馬県知事らが登壇して中小企業支援策を説明した後、地域中小企業や中小企業団体、金融機関などとの意見交換会で生の声が交わされ、来場者は群馬の中小企業の活力と底力を実感した。またモノづくり日本会議、日刊工業新聞社主催の黒瀬直宏嘉悦大学大学院ビジネス創造研究科長による特別講演会「中小企業の市場創造戦略」、中小企業基盤整備機構関東本部主催の近藤宣之日本レーザー社長による特別講演会「社員の成長こそが企業の成長　夢と志の経営」も開かれた。

モノづくり日本会議
―モノづくり推進会議 NextStage―

中小企業フォーラム

中小企業庁長官　北川　慎介氏

企業イノベーション・小規模事業者支援を拡充

群馬県と中小企業庁、関東経済産業局が主催する「中小企業フォーラム」では、中小企業庁の北川慎介長官が中小企業支援施策を紹介した。北川長官は冒頭、「4月からの消費税引き上げにあたり、中小企業が不当な扱いを受けないよう価格転嫁対策をとっている。企業のイノベーションや地域小規模事業者への応援にも引き続き力を入れる」とあいさつした。主な講演内容は次の通り。

◇　◇

地域経済の発展と中小企業の活性化は、表裏一体である。中小企業庁は地域を支える小規模事業者に焦点をあてた施策を展開している。人口動態や国際化、IT化といった構造変化への対応、小規模事業者の地域社会への影響などを考えて対応していきたいと思う。

全国には小規模企業が約330万社あり、全企業の約87%を占める。2009年には小規模企業の数が1999年に比べ13%減少している。従業者数は09年に912万人で、99年比で17%減少した。統計には出てこない従業員1人の起業家が増えている。

13年度補正予算では、「小規模事業者支援パッケージ事業」で販路開拓向けのチラシ作成などを補助する予定。14年度当初予算では「小規模事業者経営改善資金融資事業（マル経融資）」では、経営指導を受ける小規模事業者に日本政策金融公庫が無担保・無保証・低利の融資を行う。4月から貸付上限額を150万円から2000万円に引き上げる考えだ。

「中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業」では、さまざまな経営課題を分析し、アドバイスや相談に応じた適切な支援チームの編成などを行う拠点を各都道府県に設置する。

一方、中小企業・小規模事業者のチャレンジを応援するため、1月に施行された産業競争力強化法にかかわるワンストップ支援体制、創業促進補助金による「創業・開業支援」、中小企業海外展開現地支援プラットフォーム整備といった「海外展開支援」などを進める。

企業の海外展開支援では、1年目は情報収集や専門家のアドバイス、事前調査など、2年目には取引先の開拓支援や商品改良など、3年目には現地でのビジネス立ち上げ・操業支援などと、手順を踏んで支援する。現地支援プラットフォームは、大使館や国際協力機構（JICA）、海外産業人材育成協会（HIDA）、金融機関などの協力を得て、コーディネーターの機能や現地ネットワークを強化していく。

金融と税制については、自己資本が少なく借り入れに依存し、また個人保証と不動産担保に依存せざるを得ないといった課題を抱える。中長期的には、中小向け貸し出しの全体額は縮小傾向にある。リーマン・ショックや東日本大震災を経て、貸し付けに占める政府系金融機関のシェアは拡大しており、諸施策によりさらに使いやすいものに充実を図る。事業承継関連では、個人事業主、会社経営者の双方の要件緩和を進める。

■特別講演

中小企業の市場創造戦略

〝個客〟特有の「場面情報」

察知・共有ルート確立を

嘉悦大学大学院
ビジネス創造研究科長
黒瀬　直宏氏

日本には優れた技術を有する中小企業が多いが、仕事はというと大企業からの発注に依存する傾向が強かった。経済のグローバル化などが進み、自分の仕事は自分で創り出さねばならなくなっている。そのために必要なのは、顧客の何げない一言である〝つぶやき〟など、現場で発せられる「場面情報」だ。従業員一人ひとりが主体的に、「場面情報」の獲得に向かう企業にならなくてはならない。人間を中心とする組織の運営が、こうした従業員を生み出す。実例をもとに、モノづくりを中心とする中小企業の市場創造戦略を考えたい。

今、なぜ中小企業に市場創造が求められているのか。日本では高度成長によって中小企業が増え、力を付け、産業が発展してきたが、今や苦境にあり、統計上では60年前の状況に逆戻りしている。日本の事業所・工場の数は2009年に1986年比4割減となり、従業員9人以下の事業所・工場数では1954年の数値を下回った。その原因は、下請け企業としての受注量・単価にみることができる。2005年の受注量・単価（6月で比較）のうち、受注量が1990年の半分となり、受注単価では約4分の1まで落ち込んだ。

アジアへの生産移転など、企業を取り巻く環境は激変している。約20年の経済停滞が続いて、国際競争力をいかに向上させるかが課題となっている。安倍晋三政権の経済政策「アベノミクス」による円安、株価上昇は望ましいことだが、経済政策の目標はやはり実体経済の回復。この点では、まだ半歩も効果はもたらしておらず、今後政府の対応が注目される。

これからの中小企業は、自らの意思で「市場自立型中小企業」へと変革することが求められ、そのための経営戦略を練りたい。事業分野に関していえば、日本企業の比較優位性を発揮できる分野を選択するべき。焦点となるのは東アジアの企業とのすみ分けである。

繊維業界が総じて厳しい状況に置かれる中、岡山県のあるジーンズ用デニム生地メーカーの業績は好調だ。従業員1人当たりの売上高は1億円を超す。同社の社長いわく「寝ても覚めても開発。1人が週に一つは新しいものを開発している」。開発のタネは素材や柔らかさ、伸縮性、糸むらのある生地などさまざま。社長のファッションセンスが卓越しているというわけではなく、同社を訪れる顧客との会話に開発のヒントがあるという。お客のニーズにしっかり付いていくことで、製品のオーダーメード化やカスタム化を実現し、高級品にも対応している。

この企業に象徴されるように、日本の中小企業は海外では満たされていない需要が数限りなくある。大企業は量産品でないからペイしないといって参入できなくても、中小企業にはチャンスという分野がある。少子高齢化などの課題を抱えつつ、海外に比べ経済的に豊かな日本にふさわしい特殊・個別需要を取り込む事業は中小企業に有利といえるだろう。

本物志向産業と呼ぶのにふさわしいのが、手編み用毛糸で知られる愛知県一宮市の企業。天然素材を世界各地から厳選し、染色し、生産している。福井県の傘メーカーも本物志向で、10万人にも及ぶ顧客の「傘カルテ」を整備し、製品のアフターケアに力を注いでいる。感性価値追求産業には、2変数関数の曲線を寸分違わず加工したグッズ「数楽アート」で知られる東京都大田区の企業などがある。もともとは精密板金加工の下請け企業ながら、感性価値の追求によりBツーCの事業を伸ばしている。

取引先のグローバル展開に伴い、アジア市場などへの進出の必要性が論じられるが、一般論に乗って安易に進出するべきではないと思う。海外に対する日本の中小企業の競争優位戦略として、市場の〝つぶやき〟を聞き取るマーケティングや独自の技術開発、現場現場で発生する「場面情報」の取り込み、情報参入障壁による独自市場構築などが考えられるからだ。

市場のつぶやきにはマーケティングのエッセンスが詰まっており、顧客総体としての「共通市場」より、〝個客〟に対応する「部分市場」への対応に可能性が生まれる。宮城県の継ぎ手メーカーは規格品ばかりをつくっていたが、工事現場に飛び込み営業をし、潜在ニーズを掘り起こし「無理のきく継ぎ手メーカー」へと変貌を遂げた。ある冷凍機メーカーは鶏肉関連の自動化で話題となった。潜在ニーズを読み、骨を取り除く機械を開発して顧客を驚かせた。東京都台東区のカバンメーカーは、かついだ時に背中で肩ひもがクロスすることで安定感の高いリュックサックを開発した。「暗黙知」という言葉があるが、〝隠れているニーズを暗に感知する〟という意味を地で行く企業は数多い。

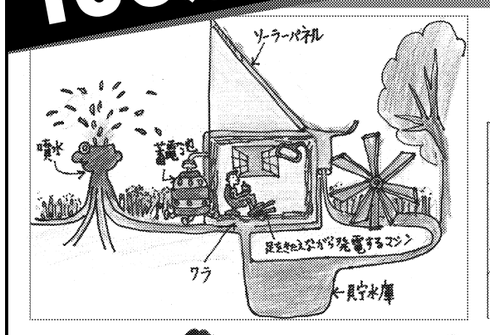
企業活動で日常、さまざまな場面で発生する情報「場面情報」をいかにつかまえ、生かすかが経営にとって価値あることだ。〝個客〟特有の場面情報を察知できる企業になるには、情報を発見し共有するルートを確立させることが重要だ。人数が少なく、同じ場所で仕事をし、小回りのきく中小企業にチャンスがある。市場自立的中小企業への進化が、日本産業の復活の本当の道だろう。

賞金総額100万円！

第2回 2030年の「心豊かな」ライフスタイルコンテスト

締め切り4月11日(金)

とびっきりの情景 お待ちしています！



（イラストは優秀賞2作品）

昨年の第1回コンテストでは、国内外から376件の応募があり、優秀な11作品・12名を表彰しました。

環境・エネルギー制約が頂点に達するとされる2030年をターゲットに、心豊かな未来の情景や自然を大切にする生活シーン、人間らしい暮らし方などを表現してください。状況が厳しいからといってがまんをするだけでは、進歩がありません！ わくわくドキドキする〈未来のあたりまえを考える〉作品の中から、産業界、行政、学界が目指すべき商品・サービス展開、研究開発や、それらを実現する手立てなどを探っていきたいと思います。

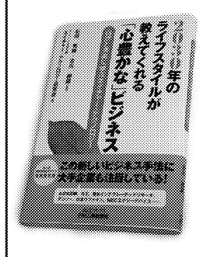
第1回コンテストの入賞者と審査メンバーら

審査委員　石田秀輝東北大学大学院教授（委員長）、涌井雅之東京都市大学教授・岐阜県立森林文化アカデミー学長、小池一子クリエイティブ ディレクター・くらしの良品研究所所長、下村政嗣東北大学教授・高分子学会バイオミメティクス研究会運営委員長、中井徳太郎環境省大臣官房秘書課長兼環境政策官

●主　催：モノづくり日本会議 ネイチャー・テクノロジー研究会
●後　援：環境省／日本インダストリアルデザイナー協会

■募集内容：あなたが考える2030年にあるべき、心豊かなライフスタイルを「300－400字」にまとめてください。理解しやすいようにイラストや図表、写真のいずれかを付けてください。（作品はオリジナルに限ります。入賞作品の著作権と新聞掲載などの使用権は主催者に帰属します。書類の返却は致しません）
■募集締切：2014年4月11日（金）Web、Fax当日必着。郵送は当日消印有効（下部の応募・問い合わせ先にお送りください）
■応募対象：子どもからおとなまで、専門家やグループも可
■発　　表：5月下旬予定　日刊工業新聞紙上、専用Webサイトなどで発表
■表 彰 式：7月、東京都内で開催予定
■賞金総額：100万円　※協賛企業から各賞が贈られます。

新事業創出のヒント満載！
第1回ライフスタイルコンテストの入賞作11点も収録！



2030年のライフスタイルが教えてくれる『心豊かな』ビジネス
自然と未来に学ぶネイチャー・テクノロジー
石田秀輝・古川柳蔵監修
モノづくり日本会議ネイチャー・テクノロジー研究会編
定価1,800円（税別）
（日刊工業新聞社出版局 03-5644-7410）

2030年　心豊か　検索
http://www.cho-monodzukuri.jp/

●応募・問い合わせ先
〒103-8548 東京都中央区日本橋小網町14の1 モノづくり日本会議コンテスト事務局
E-mail:contest2030@media.nikkan.co.jp　Tel:03-5644-7608　Fax:03-5644-7209

モノづくり日本会議

協賛
NECエナジーデバイス　Kao　SANDEN Delivering Excellence　SEKISUI　積水樹脂株式会社　Daiwa Lease　DNP 大日本印刷　豊田鉄工株式会社　日本リファイン　YKK ap