

NEWS LETTER

甲南大学 ビジネス・イノベーション研究所

植民地経済史と「日本のおかげ」論

甲南大学ビジネス・イノベーション研究所兼任研究員（甲南大学経済学部講師） 平井 健介

私は日本植民地の経済について研究している。周知のように、戦前の日本は台湾・朝鮮など多くの地域を植民地としたが、みなさんが「日本植民地」と聞いて、唯一興味を持たれることがあるとすれば、日本のおかげで植民地は近代化され成長できたのか、ということではないかと思われる。そこで、私の研究成果も踏まえながら、この「日本のおかげ」論について考えてみたい。

戦前の日本は、経済成長に伴う需要の増大に見合うだけの供給力が不足していたため、輸入超過を通じて正貨が流出するという「外貨問題」と、工業化によって非農業部門の人口と所得が増大したため、食料需給がひっ迫するという「食糧問題」に直面していた。これら経済問題を解決するために、植民地経済は日本の「食料原料基地」として再編され、経済インフラ（交通通信・治水）や社会インフラ（衛生・教育）が整備されたほか、砂糖や米を主とする産業開発が進められた。この過程で、植民地経済は成長し、台湾は1903～38年の間、実質GDEは3倍、人口は2倍に増大し、朝鮮も1911～38年の間、実質GDEは3倍、人口は1.5倍に増大した。ここに、「日本のおかげで、植民地は近代化され成長できた」という、「日本のおかげ」論が説得力を持つのである。

しかし、こうした見方は一面的である。鉄道は農産物輸送と共に軍隊輸送を目的としていたし、医療体制の構築は衛生改善と共に現地住民を把握する手段として機能した。人口増大や都市化の進展は、過剰都市化（スラム）を発生させた。農業生産量を増大させるために日本から導入された「優良品種」は、生存重視のそれまでの農業に経済的上昇機会のみならず経済的没落機会をもたらした。「開発」は相反する結果を同時に生み出すのであり、良かったという「単純な答え」を出すことは難しい（悪かったという「単純な答え」も）。言えることは、「開発」は開発主体（宗主国）の利益に沿って進められ、それに合致する限りにおいて、開発対象（植民地）の経済成長が実現されたにすぎないということである。「赤の他人」に対する働きかけである「開発」が、他人に良い結果（近代化や経済成長など）だけをもたらすと考えるのは、危険である。

また、良い結果に焦点をあてたとしても、それが「日本のおかげ」だけで達成されていたわけではない。私は、台湾を取り上げてこの点を考察し、日本以外のアジア地域や現地社会の重要性について解明してきた。前者について、台湾経済の中核を担った製糖業を考察し、以下2点が明らかとなった。第1に、台湾から日本への砂糖輸出は、中国を中心とするアジア砂糖貿易の一部分を構成しているにすぎず、台湾糖業の盛衰は、日本市場のみならず中国市場の動向に規定されていた。第2に、砂糖の増産や輸送に必要な肥料や包装袋といった資材の多くは、アジアから輸入されていた。台湾の経済は、日本との関係だけでは成立し得なかったのである。後者については、土地生産性を左右する肥料の購入問題について検討した。戦後のアジアにおける「緑の革命」と同様、肥料購入において、農民への信用供与は重要な問題であるが、台湾では総督府が組織した農会が信用供与していた。しかし、農会は次第に貸倒れリスクを抱えきれず、肥料購入のための融資を縮小していく。代わって、農民の肥料需要に応えたのは台湾人米穀商であり、彼らは収穫米を担保として肥料を前貸しした。このように、日本の政策の限界を現地社会が補完することによって、台湾の経済は機能していたのである。「赤の他人」に対する働きかけである「開発」を、自らの力量と経験だけで押し進められると考えるのは、傲慢である。

数年前、他分野の研究者から、「なぜ農民は支配に抗議して農作をやめなかったのか」と質問された。農業における増産のあり方を研究してきた私にとって、そもそもなぜ生産するのかという質問は、素朴だが極めて重要であった。思春期によく聴いたロックバンド「ザ・ブルーハーツ」も、「爆弾の投下に抗議しないことは、それを受け入れることだ」と叫んでいたが、私は、彼らが支配や爆弾を受け入れたとは思わない。彼等には日々の生活が待っている。日々を生きていくためには、爆弾投下や植民地支配すらも与件としながら、それに対応していかなければならない。「日本のおかげ」論には、人々の「生きる」に対するまなざしが決定的に欠けているのではないだろうか。

2014
vol. 33

甲南大学ビジネス・イノベーション研究所 2013年度第2・3回講演会 「甲南大学事業承継講座のその後、そしてこれから」

甲南大学ビジネス・イノベーション（BI）研究所では、様々な視点から講演会を開催しています。本講演会では、甲南大学事業承継講座として、下記により2回にわたる連続講座として事業承継についてのお話をお聞きしました。

- | |
|---|
| <p>(1) 2013年11月13日（水）14：40－16：10 甲南大学岡本キャンパス 131教室
「甲南大学事業承継講座Ⅰ：学生時代や20代ですべきこと、仕事についての考え方」
講師：(株)カスタムジャパン 代表取締役社長 村井 基輝 氏
インテロデューサー：甲南大学副学長 BI 研究所兼任研究員 西村 順二 氏</p> |
| <p>(2) 2013年11月20日（水）14：40－16：10 甲南大学岡本キャンパス 131教室
「甲南大学事業承継講座Ⅱ：家業を継ぐ事は悪い事ですか？」
(株)あみだ池大黒 専務取締役 小林 昌平 氏
インテロデューサー： 甲南大学副学長 BI 研究所兼任研究員 西村 順二 氏</p> |

昨年度、本学経営学部の講義科目において、大阪市の中小企業支援拠点「大阪産業創造館」との連携講座「現代の事業承継」が開講されました。実家が事業を営む学生を主な対象として、家業を継承した現役の若手経営者が講師となり、自身の事業承継のプロセスをはじめ、世代交代を機に取組んでいる「新規事業」「海外展開」「業態転換」などの新しい事業展開について解説するものでした。単なる座学ではなく、毎回、講義内容について講師役となる経営者と学生によるディスカッションや、後半は学生の家業をテーマにしたグループワーク、プレゼンテーションが中心になるなど、学生主体の実践的な内容とするものでした。本講演会は、その継続版として2回にわたり事業承継を進めてこられた経営者に、その特徴や課題をお話いただいたものです。また、単なる事業承継の課題だけではなく、社会に出て働くことの意味や、そのために学生時代に何を学ぶべきかについてもお話が及びました。

なお、本講演会は本学経営学部生180名、他学部生10名、そして一般の方々にも参加いただき、盛況のうちに終わることができました。以下は、それぞれの講演録となります。

1. 「甲南大学事業承継講座Ⅰ：学生時代や20代ですべきこと、仕事についての考え方」

講師：(株)カスタムジャパン 代表取締役社長 村井 基輝 氏

●ご挨拶と自己紹介

カスタムジャパンの村井です。どうぞよろしくお願ひします。180名という多い人数の講義は初めてですので、お話すポイントがぶれないように気を付けたいと思います。

今日どうしてもつたえたいコト、『行動する。』これだけです。

1974年東京生まれ。クラブDJ、ITベンチャー取締役を経て、創業50年の家業を通じて事業承継や第二創業を経験し、流通ベンチャーを経営しています。また、ライフワークとして大阪市と大学が連携した講義でベンチャー型の事業承継モデルのさまざまな事例や自身の体験をお話しています。

これまでの講義テーマとしては、「斜陽産業×イノベーション」「20代ですべきこと。」「ダイレクトマーケティングで卸が変わる。」「小さな会社の海外ビジネスアイデア集。」「ベンチャー型事業承継のススメ。」などがございます。



●自分の学生時代と20代前半。

小学校時代に多くの習い事を経験しました。サッカーから英会話、塾に家庭教師、お絵かき、作文教室といろいろな挑戦(?)といいますが、強制的に行かされていました。習い事で身になったことはほとんどありませんでしたが、学んだことは、自分の知能も運動能力も中の下ぐらいで人並みか人並み以下ということを知らされたということです。その結果、あきらめの気持ちと反抗期から中学以降はほとんど勉強しないダメな学生時代でした。卓球のスポーツ推薦で受験した大学入試もうまくいかずコンピューター系の学校に入学、そして2年で退学という危なっかしい学生時代を過ごしました。

学生時代から続けていたクラブDJや音楽ライター、ラジオや地方テレビ、クラブイベントなどを本業としようといろいろ動いていた時に、携帯電話という仕事につながりました。1997年の頃でしたので、携帯電話の保有率は少なく、実入りもよいということで光通信の関連会社で仕事、そこでは、3人の部署が2年で200人近くになるなどベンチャー的というか、膨張成長のすごさを体感しました。その後、VC（ベンチャーキャピタル）からの投資で立ち上げた会社の取締役で会社経営について学びました。

●バイトは慣れたらやめるほうがいい。

振り返ってみますと、いろいろなバイトを経験した学生時代でした。初めてのバイトは、新聞配達、そしてコンビニとベタな仕事を選択していましたが、その後は、居酒屋からチラシ配布などメジャー系からアングラ系まで様々なバイトを体験しました。

一回生の皆さんは、チェーン居酒屋やコンビニのアルバイト、パチンコ屋などわかりやすい業種のバイトが多いと思います。そのような仕事では慣れてくるとバイト先からも重宝がられず、仕事も楽しくなってくると思います。しかし、学生時

代は多くの疑似体験を得られる唯一の期間ですので、慣れたバイトを変えてみる、もしくは掛け持ちで違うバイトを体験してみることをお勧めします。

社会人になると簡単に仕事を変えることができませんし、転職というのはマイナス評価となります。しかし、学生時代のアルバイトは職歴に傷をつけませんので、できる限りいろいろなバイトを体験してみると視点を広げ選択肢を広げる学びとなるのです。極端に言えば、嫌なバイトはすぐに辞めてもいいのです。それは、自分には合わないということですから、スグに辞めて新しいバイトを探せばいい。社会人になってこんなことをすれば残念な人ですが、学生時代では可能ですのでお勧めです。

●長く続けてもいいバイト

リスペクトできる経営者や責任者の近くで働けるバイトはとても貴重ですので長く続けることをお勧めします。小さな会社でもよいので、経営者と話せる会社でバイトできることは、セミナーや書籍で学ぶよりも何倍も価値があります。

学生時代は、視点が時給の高さや仕事のラクさ、楽しさで決めがちになりますが、忙しい会社や伸びている会社を経験することも貴重な機会となりますので常にアンテナを立ててアルバイト情報を閲覧してください。

●バイトを変えるとストレスを感じる。

慣れたバイトを変えるということは、手間もかかりますし、人間関係もリセットされますのでストレスがかかります。人間は変化を避ける生き物ですので、なれ合いの環境を変えることを無意識に避けます。変化というストレスを学生時代のバイトというビジネスの疑似体験を通じてできる限りストレスをあえて感じることをお勧めします。

ストレスを感じると悩みがどんどんあふれてくる、悩みを解決しようと思うと先人の知恵である集大成である書籍や答えを持ってそう自分よりレベルの高い人からアドバイスを受けることにより答えを見出すことができます。環境を変えて、ストレスを受けて悩む機会を増やし、書籍や人との出会いによって悩みを解決する。ストレスをできる限り感じることは学生時代に重要なポイントの一つだと思います。

●バイト先で学ぶこと。

コンビニのおにぎりなら仕入が88円で販売が120円。600円のラーメンなら原価が180円。

バイトを通じて売上や原価が見えてきます。飲食店レベルの規模なら、来客数と単価で売上を計算し、人件費や家賃で販売管理費を想像することができます。オーナーや店長の顔色や生活でその事業の利益や収益力を学ぶことができます。バイト先でただ作業をするのではなく、その会社やお店の利益構造を意識し興味を持つことが将来に役立つと考えます。

「売上、原価、販売管理費、利益」の4点を常に考えるクセをつけてください。この計数をバイトを通じて学んでいくのです。なれてくれば、お店のメニューと席数を見るだけで月商からオーナーの給料までかなりの確率でわかるようになります。慣れてくると業種、業態、社員数を知るだけで事業規模の検討がつくようになります。

TDB、帝国データバンクのWEBサイトから500円で会社の売上や利益を簡単に調べられますので、自分のバイト先や知っている会社の売上と利益を調べてみることもよい経営の勉強になります。収益構造に興味をもつことは経営者意識を高める練習になりますのでビジネスで成果を出したい方はぜひ実践してください。

●海外旅行は一人で行こう。

長期の海外旅行で視野を広げてください。ハワイとイタリアではなく予定を決めずに発展途上国に一人で行くことがよい。女性の方は身の危険もございますので友人と一緒にでもかまいませんが、男性の方はぜひ一人で海外で行動して価値観の違いを学んでください。

私の学生時代は海外旅行にまったく行ったことがなく大阪中心の世界で動いていました。現在の事業をはじめるときにまったく予定を決めずに海外の旅に行きました。その時の経験がなければ今の自分がないと思えるぐらい若い時の海外旅行は強烈な効果となります。

●質疑応答

質問1：レジユメに「犬になる」と書いていますがどのような意味ですか？

回答1：クレイジーな上司と仕事する場合、犬になる必要があります。犬はけられても飼い主には甘えてきます。だからかわいいのです。本当にムカつけば噛みつかなければならない時もありますが、20代は耐えて犬になることが必要な時期です。

質問2：体育会系は就職に有利ですか？

回答2：有利です。関係のないと思うかもしれませんが、間違いなく有利です。ただし、厳しい部活でないと意味がありません。

質問3：やりたいことが沢山あって困っています。どうしたらいいですか？

回答3：全部やってください。全部やらないと何が向いているかわかりません。まずは、睡眠時間を削ってでも全部やってください。

最後の質問：ところで、村井さんはどのような仕事をされているのですか？

最後の回答：あっ、そういえば自分の会社のことをまだお話ししていませんでしたね・・・。次の機会があればじっくりお話しします。(笑)

●最後に

バイトの話が中心になってしまいましたが、お伝えしなかったことは「行動する」ということです。

社会人になると行動より責任者や慎重さを求められることがあります。学生の時は動きまくる。とにかくやってみる。やってみないとわからない。学生時代は行動することが大切です。

以上

2. 「甲南大学事業承継講座Ⅱ：家業を継ぐ事は悪い事ですか？」

㈱あみだ池大黒 専務取締役 小林 昌平 氏

●ご挨拶

あみだ池大黒の小林昌平と申します。
まずは平成25年3月31日に朝日放送にて放映された「ヒットの泉」をご覧ください。

●本日講演の背景

昨年 大阪市の中企業支援拠点「大阪産業創造館」様より相談がありました。内容は「技術の高い中小企業が後継者の不在により廃業に追い込まれるケースが多々あり、地域の産業力の低下、しいては国力が弱まる事を懸念しています。産業創造館は、後継者が事業承継を決めた後の支援策は多く取り揃えています。後継者が事業承継を望まなければ、打ち手がありません。そこで、大学に在籍する経営者の子息に対し、少しでも事業承継を考えるきっかけを作りたい」との事でした。
本日ご参加の皆さんは、全員が経営者の子息とは思いませんが、経営学部でするので少なくとも、経営者になる人、経営者を目指す人、経営に興味を持っている人の集まりだと思えます。



●まずは、

- あみだ池大黒について
- 小林昌平について
- 社長って何？
- 今すべき事
- 質疑応答
- 最後に

を話させて頂きたいと思えます。最後に質疑応答の時間を取りますので、是非 何か質問を考えて頂きたいと思えます。本日は、話を通して事業承継、経営について考えるきっかけになればと思えます。

●あみだ池大黒について

当社は「岩おこし」「粟おこし」を製造し、百貨店、駅、空港、サービスエリア等で販売しております。また、チョコレート、クッキー等も製造し、テーマパークのお土産として供給しております。
創業は西暦1805年 今年で208年目を迎えます。

●小林昌平について

1976年にあみだ池大黒 7代目として生まれ、現在37歳です。1980年に甲南幼稚園に入園、その後、1999年甲南大学経営学部を卒業するまで一貫して甲南畑を歩んできました。
小学生の時の成績は「学年2位」、「絵と水泳が得意」な少年でしたが、「ちょっとふくら」「球技苦手」「駆けっこピリから2番目」と全くモテない子でした。
中学校に入学し、「足が速くなりたい!」「モテたい!」「苦手を克服したい!」「目立ちたい!」という思いが強くなり、フィールドホッケー部に入学しました。
フィールドホッケー部は県下1校しかなく、インターハイに出場できるという、フレコミでした。しかし、入学してから知ったのですが、近畿予選があり、結果として全国大会には出場できず、相変わらず足が遅かった為に6年間補欠、しかも1人だけ補欠という苦い経験を致しました。
大学に入学し「自分が勝てる分野」「目立つことが出来る」部活を探し、体育会ボードセイリング部に入学する事にしました。ボードセイリング部では「戦略を練る(Plan)」「実践する(Do)」「結果を検証する(Check)」「改善する(Action)」を実践し、ホッケー部時代に培った「諦めない」「逃げ出さない」「忍耐力」が開花し、1997年ワールドカップ国内予選を突破し、見事オーストラリアで開催されたワールドカップ本選に出場することが出来ました。

●この経験から学んだ事は

- 長所伸展・・・短所を克服しようと努力しても、マシにはなるが、競争に勝つほどの強みにならない。
- 一番が重要・・・1位と2位の差は2位と100位の差より大きい。
(世界で2番目に高い山 K2より富士山の方が有名)
- 非競合で勝つ・・・フィールドを変える事により1位になる事が出来る。
(富士山がヒマラヤにあったとしたら有名になってない)

就職活動ではPコトラーによるマーケットリーダーもしくは、ニチャーを中心に選考を受けました。これは振り返ると、おこし業界のマーケットリーダーでありながら、お菓子業界では零細なニッチである家業の「あみだ池大黒」を強く意識していたのかもしれませんが。また、就職活動を行っていた1998年は金融ビッグバンにより4大証券会社の一角、山一証券が破綻し、銀行による貸し剥がしが横行している時代でしたので、やはり経営に於いては、円滑に資金調達ができるよう、金融の知識を備える必要があると考え、第一志望のオリックスに入社する事を決めました。

●オリックスでの経験

オリックスでは、設備リース、不動産融資、投資、生損保といった金融商品を中心に、業種を問わず幅広い顧客、社長様と出会い、経営課題を共有し、提案型の営業活動を経験しました。

●転職

2006年30歳を期に、家業の「あみだ池大黒」に転職。25年間続いているロングセラー商品のリニューアル、品質管理課長

として兵庫県食品衛生プログラム菓子第1号認定取得、兵庫県食品衛生プログラム認定制度推進委員就任。新卒採用を開始し、3年目にして関西就職希望企業ランキングベスト100入りを果たし、2011年3月 新ブランド「pon pon Ja pon」を開店し、各メディアに取り上げられるヒットブランドを産み出しました。

●社長って何？

さて、ところで「社長って何でしょうか？」「社長って何する人でしょうか？」

私は会社を船に例えるならば、社長は船長と思います。船長は船頭とも言いますが、社員を先導する人と考えます。すると、どこへ？という疑問が生じます。

社長は「行きたい目的地を決め」「声を出し」「お金を集め(カネ)」「船を用意し(モノ)」「人を集め(ヒト)」経営の3資源を用意して**目的地に導く人** だと思います。故に、社長の仕事は「目的地(目的)」を決め「いつまでに(目標)」を決め、目的地に着いた時の「見返り(夢、希望)」を示す事だと思います。この仕事は社長だけの特権であり、社長しか出来ない事だと思います。

であれば、専務である私、社長を目指されている(または関心がある)皆さんは、

今、何をすべきか？

それは、「どこに行くのか？(目的)」「いつまでに行くのか？(目標)」、目的地に着いた時の「見返りは何か？(夢、希望)」を考える事だと思います。

また、その目的、目標達成の為の準備として、お金を貯めたり(財務強化)、船を改造したり(設備強化)、人を集め、鍛える事(採用、育成)だと思います。

あみだ池大黒は社長(先代)の時代、目的地として「おこしNo1」を目指していました。しかし、「おこし」の主要顧客が高齢化し、若者の認知度が低下し、「おこし」市場が収縮する現在において、私の目的地は大阪の土産をつくる事、それも、東京××奈や、北海道の白い××に匹敵するような、**大阪 Teppan の土産をつくる事**です。

あみだ池大黒が新たに目指す方向は、

大阪のTeppanの土産を作って、世界から買い求められる商品を作る。

大阪土産を活性化し、大阪を活性化する。

大阪が活性すれば、日本が活性化する。

と考えています。

社長になってから目標達成できる様に、今、私が取組んでいる事は、同じ夢を見る同志を集め、社員を鍛え、組織、設備、財務を強化する事です。

●最後に

会社を継ぐ事は格好悪いか？

会社を継ぐ事は 周りの期待が高く、社員を束ねるハードルも高い。

しかし、大志を実現するには、会社を継ぐ方が早い。

最後に、言われてするのが高校生、自分で考えて行動するのが大学生。学生生活、優先順位を付けて、今しか出来ない事を精一杯取組んでください。先週、村井社長が「行動する！」と言われました。私はその言葉に「目的を持って！」と付け足したいと思います。

本日はご清聴ありがとうございました。

●質疑応答

Q1. 元々居た従業員と探めたりしませんでしたか？

A. 有ります。淡路島に向かっていて船がいきなり、新大陸を探しに行くようなもので、社員は大変驚いたと思う。しかし、たまたま社員構成が団塊世代の50代と団塊ジュニア世代の30代だったので。30代世代は歓迎し、50代世代の人はもう少しの間、我慢すれば定年で、その船から下船することが出来る。と我慢してくれています。

Q2. 「pon pon Ja pon」の名前の由来や想いを教えて下さい。

A. よくマスメディアの人に聞かれる質問ですが、由来はない。何故なら、人が商品を買う時に名前の由来を意識して買うのではないから。人は(特にメインターゲットにしている女性は)、「カワイイ」や「おいしそう！」という感性で購入する。

その感性に問うたところ、「pon pon Ja pon」が一番人気だったから、この名前に決定しました。

Q3. みんなの味覚が違う中で、どのように味を決定するのですか？

A. 質問通り、味覚は人により違う。最後は自分の味覚を信じるしかなく、自分の味覚に賛同する人を増やす事しかできない。

Q4. 初めから家業を継ぐつもりでオリックスに入社したのですか？

A. そうです。父も祖父も社長をしているので、生まれた時から、継ぐものだと思っていた。しかし、途中で父より優秀でなければ継げない。と言われた。優秀でなければ、妹に優秀な婿を迎える・・・と。今も、絶対に社長を継げると思っていない。社員と競っているつもり。ただし、後継候補は2つ他者に比べ優位な点があると思っています。

1つ目は「味」。私は幼少の時からあみだ池大黒の商品を食べ続け、あみだ池大黒の味の基準がある。

2つ目は後継候補は早い段階から社長として準備しなければならない、会社の「目的、目標」を考えることが出来る。他の社員では目の前の仕事に追われ、なかなか考えられない。

Q5. テーマパークで売っているチョコレートの強みを生かして、チョコレート中心に販売し、シェア伸ばせば1番とれるはずなのに、なぜ「おこし」で1番を取ろうと思っているのですか？

A. チョコレートは世界中の会社と競合しなければならない。チョコレートは強みでなく、私たちの強みは「おこし」。シュリンクするマーケットで、職人を育てるのに10年かかる。参入障壁が高く、参入企業はない。

故に、チョコレート等の洋菓子と「おこし」を組み合わせる事によって新しい商品を開発し、強みとしている。

以上

(文責 西村順二)

甲南大学ビジネス・イノベーション研究所 2013年度第4回講演会
2013年11月20日(水)16:20~17:50

ブラック企業の実態 ～見分け方と対処法～

NPO法人はたらぼ 代表理事 中 島 聡 氏

『ブラック企業—日本をくいつぶす妖怪—』（今野春喜 文春新書）を読んだ。そこには、信じられないような長時間労働の挙句に精神を病み退職を強いられるといった恐ろしい労働現場が描かれていた。「絶対に学生たちにこのような思いをさせてはいけない。何もせずに巻き込まれるのではなく、事前に少しでも知識があれば何かの助けになるはずだ。」と考え、ブラック企業について現場の話をしてくれる方を探した。出会ったのが、今回の講師であるNPO法人はたらぼ代表の中島聡氏だった。



講演会に先立ち、ドキュメンタリー『MBS映像'10 正しくキレイ！イマドキの若者労働組合運動なう』を会場で観た。中島氏はNPO法人はたらぼを立ち上げる前には、大阪の青年地域労働組合で委員長として活動されていた。その時の活動の様子を、MBSがドキュメンタリーにしたものだ。アパレル会社から不当に解雇された20代前半の女性3人が団体交渉し和解に至るまでの活動の経緯を中心として、中島氏の活動を追ったものだ。解雇、長時間労働、賃金不払い、ハラスメントなど苦境に陥った労働者の相談にのり、会社と話し合いを重ねながら1件ずつ解決するのは、地味で困難な活動だ。限られた収入、数少ない活動メンバーなど、青年地域労組の委員長として奮闘しながらも組合活動を続けていく中島氏の困難が、映像には色濃く描かれていた。このドキュメンタリーを通じて学生たちは、言葉としては知っている労働組合について実際の活動の一面を知ることができた。

講演では、まず「ブラック企業大賞」の公式HP (http://blackcorpaward.blogspot.jp/p/blog-page_29.html)にもとづいて、ブラック企業の社名とそのブラックだと言われる労働現場が紹介された。労働時間が不規則になりやすい飲食産業や、非正規社員への依存度の高いアパレル産業ではブラック企業が多いと中島氏は指摘された。本給と時間外手当の区別などを明確にし給与構成を確認すること(初任給に時間外労働手当が含まれているケースもあるため)、過去の離職率や採用人数を確認すること(大量に離職することを前提に、毎年大量に採用する企業があるため)などが、ブラック企業を見分ける方法として紹介された。

しかしながら、ブラック企業に直接言及した内容は講演の中ではそれほど多くなく、むしろ中島氏の講演の中心は、どのようにすればブラック企業がなくなるのかという根本のところにあった。その1つは、労働者自身が声をあげることである。法律はそれほど明確に合法と違法の線引きをしているわけではない。境界線は、企業と労働者のバトルによって常に変わっていく。その間にグレーゾーンが生まれ、そこをねらうのがブラック企業の常套手段だ。だからこそ、そのバトルに負けないように、労働者は声を挙げなければならない。一人の声は小さく弱い、集団の声はそうではない。だから、労働組合活動は必要である。日本に必要なのは、これまでのような企業別ではなく、企業横断的な組合活動が必要である。中島氏は、かつて日本と同様に企業別労働組合が中心であった韓国において、若者が展開する企業横断的な労働運動を紹介された。それは、「注文から30分以内に配達できなければ代金は要りません」という宅配サービスを行うピザチェーンのケースだった。このサービスのために、時間内に届けようとする配達用のバイクがスピードを出し過ぎ多くの死亡事故を起こした。そこで、青年ユニオンなどの市民団体が、事故を起こしたピザ店に限らず韓国国内で展開する大手宅配ピザ店の前で抗議運動や、署名活動や不買運動を展開し、この制度を廃止させた。韓国法令で定められているある手当の不払いが慣例となっていたコーヒーチェーンでも同様の活動が展開され、支払われるようになったという。中島氏は、このような特定の業界で横断的に行われる活動に注目されている。また、これがかつては日本と同じように企業単位の労働活動を主としていた韓国であるから、関心はより高い。日本の労働運動も変わることができるかもしれない、と。

中島氏からお話の後、フロアからの質問時間が設けられた。幾つもの質問が寄せられたが、その中から1つを紹介したい。韓国や北欧の労働事情を紹介した中島氏に対して「中島先生は、その中で一番どこがいいと思われませんか？」というものだ。これに対して、中島氏は「難しいですね。」と返答に困られた様子だった。国のしくみは、1つの制度だけでは如何ともしがたい。歴史、文化、周辺国々との関係、国民性、法律、経済状況などあらゆるものと複雑に関連している。ある1つの制度がよいからといって、それを自国に取り入れても上手く機能するわけではない。既存のしくみとの適合を考えながら長期的に変化させさせなければならない。少しでもよい方に向けて。ブラック企業という学生たちにとっては関心の高いテーマから、国の雇用や保障のしくみにまで広がっていった有意義な講演会であった。

(文責 奥野明子)

B I 研究所 第23回研究会 ビジネスモデルのイノベーション

甲南大学ビジネス・イノベーション研究所主催の第23回研究会は、「ビジネスモデルのイノベーション」をテーマに2013年12月13日(金)、甲南大学ネットワークキャンパス東京にて開催されました。約30名のビジネス関係者の方々に参加していただきました。

今回の研究会では、まずはじめにビジネスモデルの展開についてを考察し、次に大企業の開発下請けとなる中小製造企業の存亡の危機に陥る原因と対策を考え、中小企業のイノベーションを促進する手立てについて検討を行いました。以下は、各講師の講演要旨です。

第1部

講師：中田 善啓(甲南大学経営学部教授、B I 研究所兼任研究員)

テーマ：ビジネスモデルの展開

日本の典型的なビジネスモデルは中核企業を中心として関係企業を系列化する階層システムをとって、イノベーションを企業内部で行い、それをクローズドで利用して超過利益を得ることであった。階層システムは大量生産・販売時代には効率的であった。しかし、このシステムは、IT革命によってモジュラー・アーキテクチャがとられてイノベーションがベンチャーやユーザーのような組織に分散すると、非効率になった。

サブシステムがそのイノベーションが他のサブシステムに影響を及ぼさないように、サブシステムが相互に独立して価値を創造するモジュラー・アーキテクチャをとっているのが、イノベーションが大企業ではなくベンチャー、ユーザー(顧客企業や個人)のような組織に分散する。モジュールの単位が企業、組織、個人である。多様なモジュールからなるシステムをエコシステムという。エコシステムは複数の階層からなる。

コアとなるモジュールの集合がプラットフォームである。したがって、プラットフォームは長期的に安定的な要素からなる。これに対して、オプションのモジュールはプラットフォームに補完的であるが、代替可能であるので変動的である。マルチサイド・プラットフォームは、そこに参加する複数の異なった顧客グループ間の直接の相互作用(売買関係)を促進することによって価値を生み出す組織である。マルチサイド・プラットフォームは複数の顧客グループ間の取引を促進するので、ある顧客の行動や需要が他の顧客グループのそれらに影響を与えるという間接的ネットワーク効果が働く。プラットフォームではある顧客グループの需要が増大すると、他の顧客グループの需要が拡大する。

エコシステムはプラットフォームとオプションのモジュールからなるので、モジュールレベルでのイノベーションがシステム全体でイノベーションを創発する。さらに、エコシステムでは従来の個々の企業間の競争では見られないようなコミュニティ化がおきている。このコミュニティは問題解決者が自発的に参加し、問題を自己選択し、問題解決に関する知識を共有するオープンシステムである。同時にエコシステムでは新規のメンバーの参入や退出があるので、開発についてメンバー間の組み合わせが変化して、多様なイノベーション機会が生まれる。エコシステムではプラットフォームが多数の顧客を誘引し、複数の異なった顧客グループの間接的ネットワーク効果を調整し、イノベーションが多様に創発するようにデザインされる。

プラットフォームが参加者のイノベーション活動をサポートするガバナンスのビジネスモデルが進化している。以下で、2つのケースをとりあげて、その特色を明らかにしよう。

まず、スレッドレスコム(<http://www.threadless.com/retail/>)はTシャツのデザインに関するプラットフォーム企業で、コミュニティ・ベースの分散的イノベーションを利用する企業である。それはデザイナー、メーカー、購入者を顧客とするプラットフォームである。スレッドレスコムは世界中の顧客がイノベーション、販売予測、マーケティングを行うようなシステムを構築している。スレッドレスコムはデザインを公募しコミュニティ・ベースで選択し、生産と消費を同期化している。

次に、イノセントティブコム(<http://www.innocentive.com/>)はウェブサイト上で、ある企業が解決できない問題と、プラットフォームのメンバーがそのソリューションを提案するような情報を仲介するプラットフォームである。イノセントティブコムは許容可能な解決案に対してイノセントティブコムは、科学的問題をかかえる企業とそれに関心を持つ問題解決者をマッチングできるようなシステムを構築している。探索企業は適切なソリューションを選択して、賞金を支払い、その知的財産権を獲得する。

プラットフォームをオープンにするか、クローズドにするかはイノベーション・タスク毎に考えなければならない。完全にオープンにすれば、イノベーションのスピードが上がるが、プラットフォームの所有者は利益が得られない。クローズドにすれば、利益が上がるが、イノベーションのスピードが落ちる。このように、イノベーションのスピードと利益の獲得はトレードオフ関係にある。



第2部

講師：株式会社テクノ・インテグレーション 代表取締役 出川 通氏

テーマ：中小企業のイノベーションを阻害するものとその対応を考える！

－開発下請けからの脱却、高価値企業への転換－

日本では、その役割を優秀な基盤技術と経営者をもつ中小企業群と、先端的な技術をもつ人材と資金が豊富な大企業が協力してイノベーションを起こすことが期待されて久しいところです。しかし経済環境が厳しい今日、中小企業では、大企業などからの下請け型に甘んじるところも多くなかなか新商品の展開につながりませんでした。

いわゆるイノベーションは顧客価値の視点からの、企画提案型への変革が必要と言われていますが、下請け型から脱却し大企業とパートナーを組むためには、自分の仕事は自分で創り出すという取り組みが必要となります。

一方の米国では新しい商品や新事業を生むための先駆者(イノベーター)は企業においてはベンチャー企業が存在し実際に米国の経済を支えています。その方法論がいわゆる米国で体系化されたMOT(Management of Technology)です。

現在漸く中小企業のイノベーションとしての新商品、新事業展開に活用が可能な日本のかつ実践的なMOTが整備されてきています。現実の中小製造業において、新しい製品や技術を開発し、競合他社との差別化を行い、また、自社の独自の製品や技術売り物にしていくためには、心構えや手法、意識改革と覚悟が必要です。

本講演では、中小企業が、市場の条件・競合の状況・自社の持つ強みなどを検証し、イノベーションを起こすことを阻害するものを整理してみました。自社の経営資源、特に知的資産を活かして、独自製品や技術を開発し、事業として進めていくための心構えや手法について述べました。また内容はできるだけ中小企業の経営者と技術者の視点で整理した実践的、事例を含めて以下の目次内容を紹介しました。

はじめに：環境変化と日本的・実践的MOTとは

1. 付加価値から顧客価値へ：製品開発構想とマネジメント
2. 開発のための未来顧客の声を聴くポイント：MOTマーケティング
3. 中小企業の現状と利点、発想の転換：開発での付加価値をどうとるか
4. 経営者と技術者の意識改革と覚悟、事例
5. まとめ：イノベーションの担い手としての中小企業

(付録)日本のマーケットの強みと弱み

まさに大企業ではできない、中小企業ならではの強みをベースに顧客の分類や価値(ベネフィット)を仮説構築して検証をすすめることが自社のチャンスにつながるということになります。講演後、実際に中小企業でイノベーションを起こそうと頑張っている方々、それらの企業を支援されている方々から多数の有意義な質問が寄せられるとともに、大企業の関係者からも大変示唆に富んだコメントや質疑もなされ、講演者にとっても大変勉強になる研究会になったことに深く感謝申し上げます。



B I 研究所 第24回研究会 マーケティングの探求

甲南大学ビジネス・イノベーション(B I)研究所では、「アジアにおける経済・経営学研究のパーспекティブ」を大きなテーマとして掲げ、活動を進めています。

その一環として、甲南大学大学院社会科学研究科と共催で大学院生の方に研究成果を発表いただく第24回研究会を開催いたしました。

日 時：2013年12月21日(土) 11:30~12:00

場 所：甲南大学岡本キャンパス 222教室

発表テーマ：「大阪・日本橋の商業集積変質からみたエリア・
マーケティングの課題に関する研究」

甲南大学大学院社会科学研究科経営学専攻修士課程 古米 祐太

概要：大阪・日本橋の集積構造変化に関する事例考察を通して、エリア・マーケティングの課題に関する検討を行った。考察の方法として、東京・秋葉原の集積構造との比較検討および、地域産業の一つの「場」となり得るかについて検討した。



経営学のススメ ~こんなところでも活用できる経営学2013~

甲南大学ビジネス・イノベーション研究所、甲南大学経営学会の共催で公開講座を開催し、約200名の方にご参加いただきました。

日 時：2013年12月21日(土) 第1限 13:00~13:50、第2限 14:00~14:50、第3限 15:00~15:50

場 所：甲南大学岡本キャンパス 142教室

司 会：甲南大学B I研究所兼任研究員、経営学部教授 古田 美保

第1限 「変わることが成長すること~iPhoneが変えたビジネスモデル」

渡邊 和俊 経営学部教授

ただ「モノ」を効率的に作れば良いと言う時代は終わり、今日では、国内外の市場の変化に迅速に対応するとともに多くの消費者が満足する「価値」を生み出すことが強く求められるようになった。「価値」は、基本的には社会を豊かにし改善することである。企業は、情報通信技術など、多様な仕組み、技術を持っている。それらが製品という「モノ」となって私たちに提供されている。一方で、私たち消費者のニーズは多様であり変化している。この変化に製品の「価値」が十分に対応するように、企業自らも変化し続けることが必要である。この変化の仕組みを考えることが成長への扉を開くことになる。本講義では新しい技術による新しい価値について、さらに、それが世界を変えた事例について紹介した。

第2限 「気持ちよく人に動いてもらうには~マネジメントの2つの方法」

奥野 明子 B I研究所兼任研究員、経営学部教授

経営学といえば、お金の話だと思っている人は少なくないだろう。でも、そんなことはない。草野球チームが強くなるためにも、子どもの学力を上げるためにも、ちょっとした話し合いを上手く進めるためにもマネジメントは有効である。マネジメントの方法として、対極にある「命令によるマネジメント」と「お願いによるマネジメント」の2つの方法を紹介した。また、ご褒美の効果についても考えて、日常生活の中で上手くマネジメントをするためのヒントを提供した。

第3限 「恋愛の達人」への道~マーケティング論

西村 順二 B I研究所兼任研究員、経営学部教授

皆さんは人を好きになったときに、どのような思いに駆られるだろうか？ 自分の思いを直接伝えたい、自分の方に振り向いてほしい、友人に自分の気持ちを伝えてもらおうか、一緒にいることができる時間を作りたい、まずは友達になりたい、等々。好きな人をただじっと見つめていても、あなたの思いに気づいてくれることはとても難しい。何とか自分の気持ちを伝えて、良好な交友関係を築きたい。でも、なかなかチャンスが来ない……。

では、どうすればよいか。そのヒントはマーケティング論にある。マーケティング論の考え方を使えば、あなたの思いは必ず伝わる。また、伝える前だけではなく、伝えた後、交際が始まってからの方が、実はとても難しく、大事になってくることも認識しておかなければならない。この講義では、ほんの少しでも自分の気持ちを相手に伝えられるようなマーケティング論を紹介した。



甲南大学
ビジネス・イノベーション研究所

〒658-8501 兵庫県神戸市東灘区岡本8-9-1
TEL.078-435-2754 FAX.078-435-2324
E-mail:bi@center.konan-u.ac.jp
http://bi.bus.konan-u.ac.jp

発行日/2014年(H.26)3月1日発行