

NEWS LETTER

甲南大学 ビジネス・イノベーション研究所

近代アジア経済のなかの阪神地域

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 准教授） 平井 健介

2019年度から3年の計画で、科学研究費基盤研究(B)「近代アジアにおける『阪神雑貨』が及ぼす社会経済的变化に関する実証研究」(代表者：筆者)が採択された。ここでは、本研究プロジェクトの概要を説明することで、巻頭文の責務を果たしたい。

本研究プロジェクトが対象とする「阪神地域」は、近代日本経済の中心であった。日本の工業化は1880年代に軽工業を中心としてスタートし、第一次世界大戦後には重化学工業の成長が見られた。軽工業を牽引した製糸業・綿紡績業・雑貨工業、重化学工業を牽引した鉄鋼業・造船業のうち、製糸業を除くすべての産業が阪神地域を中心に集積していた。また、国内市場が狭隘な日本にとって、海外、とりわけアジア諸地域との貿易が重要であったが、ここでも阪神地域は重要な役割を担った。綿紡績業や雑貨工業は、原料調達と販売市場の両面でアジアに依存しており、神戸・大阪港は、横浜港が対欧米貿易を中心としていたのとは対照的に、アジアとの貿易を中心としていた。

このように、日本経済にとっての阪神地域の重要性は、アジアとの関係を視野に入れつつ、主に産業化や貿易の面から繰り返し指摘されてきた。しかし、視点を変えて、アジア経済にとっての重要性、つまりアジア諸地域にとって阪神地域から流入するヒト・モノ・カネ・情報が如何なる意味を持ったのかという視点からの研究は進められてこなかった。近代アジア経済の世界史的特徴は、アジア諸地域が相互に緊密な紐帯を形成しながら経済成長を実現したことにより、工業化した日本の対アジア貿易の増大が大きな原動力であったとされてきたが、本研究プロジェクトでは「経済成長」よりも多面的なワードである「社会経済的变化」(社会の変化は成長によってのみもたらされるわけではないし、成長が見られないからといってある変化をネガティブに捉える必要もない)という視点から、アジアにとっての阪神地域の意味を考えたい。

以上を踏まえて、本研究プロジェクトでは、帝国日本(台湾・朝鮮・満洲)、東アジア(中国)、東南アジア(蘭領東インド・海峽植民地)の6地域の都市を取り上げ、阪神地域で生産された西洋起源の「近代的雑貨」(マッチ、石鹼、歯ブラシ、化粧品、ガラス製品、玩具、洋傘、薬、メリヤスなど。以下、阪神雑貨)の流入によって、これらの地域ではどのような社会経済的变化が引き起こされたのかを検討し、以下の2点を解明することを目指している。

第1に、阪神雑貨が近代アジアにおける生活・思考様式の変化を促進したということである。19世紀後半から20世紀前半のアジアの都市部では、西洋社会との接触を受けて、人々の生活・思考様式が変化する広範な文化変容が見られた。近代的雑貨はその実用性に加えて、新しい生活・思考様式を享受できる「歓び」や、それを取り入れて野蛮視から解放される「安心」を得る表象として、人々の間で急速に普及していった(我々はなぜ毎日、洋服を着て、石鹼で身体を洗い、歯を磨くのか)。しかし、近代的雑貨に対する需要を捉えたのは、その発祥の地である欧米の品よりも、相対的に低質かつ安価な日本品であり、その多くが阪神地域で生産されていた。こうした事実を前提に、本研究プロジェクトでは、アジア諸地域の人々にとって近代的雑貨がどのような意味を持ったのか、そのなかで阪神雑貨が果たした役割について具体的に解明していく。

第2に、阪神雑貨が、日本とアジア諸地域との多義的・多面的な関係を媒介していたということである。阪神雑貨は原料調達と販売市場の両面でアジアに依存していたため、雑貨工業の発展はアジアのプレーヤー(原料生産者や貿易商)に新たな経済的機会をもたらした。しかし、日本植民地においては、近代的雑貨が植民地に進出した日本商人によって扱われた代表的な商品であったという点で、帝国圏の拡大を後押しするツールとして機能したという見方もできる。また、アジアの一部地域では阪神地域を輸入代替する形で雑貨工業の勃興が見られたが、その原動力は経済的要因(日本品よりも安価に製造できる)によることもあったが、日本の対外膨張に起因する「日貨排斥運動」や「愛国貨運動」といった政治的要因(=ナショナリズム)によることもあった。こうした理解の下で、本研究プロジェクトでは、日本とアジア諸地域との間の経済的交流と政治的軋轢の相互作用を意識しながら、地域によって異なる日本とアジアとの関係のあり様を解明していく。

2020
vol. 44

甲南大学ビジネス・イノベーション研究所 2019年度第1回講演会
2019年5月23日(木) 14:40~16:00

テーマ：“ソーシャル”で行こう! ~NPO、ソーシャル・ビジネス入門~

講師：元『NPOジャーナル』編集統括、京都外国語大学ほか兼任講師 前田 佐保 氏

SDGsの取り組みとして、社会的課題の解決に取り組む企業が増えている。そうであれば、営利組織と非営利組織の違いは何だろうか。また、それらの組織をマネジメントする方法は異なるのだろうか。銀行員、NPO/NGO、そして現在は講師として政府・行政へのアドバイスを行っている前田佐保氏に、NPOの活動を紹介しながらご講演いただいた。

社会的課題を解決する主体は誰？

貧困、環境問題、食品ロスは世界的な社会的課題です。日本に目をむけると、限界集落、少子高齢社会、児童虐待、いじめ、不登校、マイノリティー等の様々な社会的課題がある。一体誰が主体となってこれらの課題を解決するのでしょうか？企業、政府、それとも私たち市民でしょうか？

企業であれば、効率的に経営をして、株主にできるだけ多くの配当を還元する義務があります。儲けを配当に回したら、株主は大喜びです。現在一般的な株主の目的は金儲け、自己の利益や楽しみであり、それは自由です。ということは、社会の目的のための組織としてはふさわしくないでしょう。

社会的課題を解決する専門機関は非営利組織（NPO Non-Profit Organization）です。その理由は、利益を分配しないという原則を持つからです。企業のように、利益を関係者に分配せずに、組織のミッションの達成のために、再投資をします。これが、非営利性という意味です。組織をマネジメントするために、事務所もあり、スタッフも雇い給料を払います。そのために、収入を得るのは問題ではありません。ただ、利益を目的としたり、収入を配分したりすることを非営利組織はしないのです。

NGO(Non-Government Organization)とは、国際協力、特に途上国への支援活動を行う非営利組織のことです。途上国で支援活動をするのは、国連とNGOです。政府組織ではないとの意味で、NGOと呼びます。改めて定義すると、社会の課題を解決する専門機関として、社会的な使命を持ち、その使命を達成するための市民が主体となる活動体が非営利組織です。

非営利組織のマネジメント

非営利組織は人のことばかり考えて、自らのことは放ったらかしということが結構あります。世界の子どもたちの貧困のために活動するが、自分たちの足元は貧困であるというような状況です。しかし、社会的課題に本気で関わる人は、自分自身のアイデンティティーとして、これはどうしても放っておけないと感じます。社会的課題を解決するという使命があり、組織形態やガバナンスが非営利としてつくり、非分配原則に基づいているからこそ、様々な人が関わることができる乗り物、それが非営利組織です。いろいろな人が入れる乗り物なのです。社会を見るときに、政府、企業だけではなく、3つ目のセクターとして非営利組織があることを知っておいて下さい。政府は公共サービスの提供が役割です。同様に、非営利組織も公益を追求する活動をしています。ここで大きな問題となるのが、財源です。政府は税金が財源ですが、非営利組織は、企業と同じく民間なので、自分たちで人もお金も集めなければなりません。重要な財源の1つが、会費や寄附です。賛同する人が増えると、非営利組織の活動は非常に勢いづき、財源が沢山集まります。2010年のある調査では、非営利組織では収入の7割程が事業収入です。



特に企業や行政からの委託業務が多くあります。制約が多いため望ましくはないものの助成金、補助金等も活用しながら活動しているのが現状です。

ソーシャル・ビジネス

最近、よく耳にするのが、社会的な目的を持ったビジネス、ソーシャル・ビジネスです。社会的課題を解決するために、新たな事業を立ち上げることが、起業家精神だと私は思います。途上国が、手元にある資源を使って先進国の市場で売るフェアトレードは、非営利組織や企業が注目するようになってきています。先進国のマーケットを活用することで、より多くの問題が解決できます。非営利組織の持続可能性を考えたときに、社会的課題をより効果的に解決するために、ビジネスにしてしまうのです。また企業は、企業価値という面でも、また外圧や、国連や欧米の様々な政策や潮流で、社会的問題に取り組みなければならないようになってきました。事業型NPOや社会志向型企業として、日本では想像がつかないような、たくさんの素敵な企業が海外にはあります。企業が本業の中で社会的課題に取り組むケースもたくさんあります。金融業が金融を使って、旅行会社が旅行の商品の中で、家電メーカーがその商品の中で、障がい者、環境、人権、途上国等の問題を解決するのです。企業の社会的責任(CSR: Cooperate Social Responsibility)の中でも、本業の事業をソーシャル・ビジネスとして取り扱うことが増えています。例えば、一般社団法人rentersは、ツバキ油を使ってすてきなコスメをつくっています。今、エシカル(ethical)な消費、倫理的な商品というのは、ソーシャル・ビジネスの中でもとても重要です。企業は、消費者や市民、あるいは非営利組織などによって外堀から埋められてきている一方で、それをするとう企業価値が上がるというような側面もあります。特に欧米では、悪いことをしているとNGOに叩かれますし、それはやはりコストになります。リスクマネジメントして、社会的課題に取り組まざるを得ないという側面もあります。

(概要作成 奥野 明子)

甲南大学ビジネス・イノベーション研究所 2019年度第2回講演会
2019年6月20日(木) 14:40~16:00

テーマ：私の生き方 私の仕事～ママ達の力で社会を変える～

講師：株式会社たおやかカンパニー代表 赤坂 美保 氏

卒業後の自分の生き方を考えることは、大学生にとって重要である。雇用の流動性が高くなり、男女問わず、長く働き続けるためのキャリアのプランを築く力が求められる。そのための1つのモデルとして、自分の置かれた環境と、自分自身の希望を形にするために、ポジティブに転職を重ねた赤坂美保氏を招き、ご自身のキャリアを語っていただいた。以下は、赤坂氏による講演会からの抜粋である。

学生時代

中学・高校時代は陸上漬けの生活をしており、将来は海外へ行ってみたいという思う程度だった。大学に進学するとき、海外に行きたいのなら英文学科へと進学した。実家は自営業であった影響もありビジネスをしたいと思っていた。進学した文学はまったく面白くなかった。自分が関心を持てることを探し、サンフランシスコにホームステイに行った。このホームステイはとても面白かったが、当時ラクロス部に所属していたので、このままラクロスを続けるか海外へ行くか相当に迷った。



これが、最初の人生の岐路となった。結局海外を選び海外旅行を重ね、4回生ではミュンヘン大学に留学した。ドイツ語は難しく授業についていけず、英語も太刀打ちできず、とても苦労した。帰国後は、海外にかかわる仕事を目指して就職活動した。就職氷河期と言われた当時、海外にこだわらず受けた一般職でも落とされ続け、ようやく7月に京都の任天堂から内定を得た。

海外での仕事

入社後は、希望通りの海外労務部に勤務した。しかし、現在の配偶者となる学生時代からのパートナーは、東京で就職したため、迷った挙句退社した。これが2回目の人生の岐路となる。この決定には、準備周到だった。単にパートナーと一緒にいるための退社ではない。むしろ「世界中で認められるようなキャリアを築きたい」と強く思い、任天堂在籍中にアメリカの公認会計士の資格を取得していた。その結果として、東京のソフトバンクへの転職だった。東京で結婚し、ソフトバンクでは海外投資先の調査、M&A、システムの導入などに携わった。大学生のときから考えていた「海外と関わるきらびやかな仕事」という夢はかなった。5~6年間はソフトバンクで海外を飛び回ってはいたが、どこかでモヤモヤ感があった。そのような中、配偶者のニューヨーク転勤が決まり、一緒にソフトバンクのニューヨークオフィスへ転籍した。しかし仕事はなく、居場所のない思いをしたため自力で銀行へ転職した。さらに帰国後は、能力を買われてベンチャー企業のM&Aのアドバイザーとして転職した。

出産と仕事

私生活では、33歳で計画通り妊娠した。子育てのことを考えベンチャー企業を退社し、自身の実家のある京都に戻った。仕事を続けようにも、東京と比べると会社は少なく、転職者を嫌う傾向があり、子どもを抱えての就職は無理だった。そこで、出産直前に、京都大学MBAに出願したところ、合格した。実家の家族を含め周りのみんなが一緒に子どもの面倒を見てくれたため、9月に出産したが、10月には大学院に復帰していた。知識のバージョンアップ期間として2年間経営を学んだが、2年目に江崎グリコからオファーがあった。江崎グリコではインドネシアのM&Aに従事した。時間の工夫をしながら出張もしたが、何よりも実家の近くにお蔭で何とかやってこられた。仕事の幅は、M&A ファイナンス、経営企画、海外M&Aと広がった。その中で、第2子を出産し、1年間の育児休暇を取得した。

今の仕事

育児休暇中に、「ぶちでガチ育休MBA」(育休中のパパ・ママを対象にMBAレベルの経営知識を提供するためのNPO法人)を立ち上げた。現在はリモートで、大阪・京都・名古屋・仙台までつないでいる。子どもができたことにより、教育に興味が出ていた。また子どもとの時間などを考え、家から近い京都の私立大学へ転職し、観光学部の立ち上げに携わる。現在はその大学を退職し、2018年に遂に株式会社たおやかカンパニーを立ち上げた。海外、京都、子ども、ママ達、教育、観光、これまでのキャリアで出会ったキーワードを全てが関わるビジネス Family Experience Japan (通称: おかんプロジェクト) である。京都を訪れる観光客ファミリーを受け入れ、家族の子どもと一緒に京都を楽しみながら観光ができるためにサポートをするビジネスである。

わらしべ長者的キャリア

任天堂での海外事業、ソフトバンクで起業家と出会い、グリコで経営を学び、育休MBAで人とのつながりができ、母親パワーもいっぱいあり、大学で観光という業界を知り、起業した。転職7回、7回就職活動をし、7回入社のキャリアは珍しいかも知れない。意図して計画的にしようとしたわけではなく、引越しの都度転職を重ねたらそうなったただけだ。私は、わらしべ長者的キャリアと命名している。学術的には、計画された偶発性理論(Planned Happenstance Theory)という言葉がある。キャリアプランを描くことはすごく重要だ。しかし、個人のキャリアの8割は予想しない偶発的なことによって決まる。その偶発的な予想しなかったことを、「だめだ」と諦める人と、チャンスとして活かす人と2タイプある。そして、チャンスと活かすコツは次の5つで、好奇心、粘り強さ、柔軟性、楽観性、リスクテキングだ。思った通りに行く確率は2割で、8割は違う方に行ってしまう。逆境をバネとして活かすには、この5つが重要だ。ぜひ活用して欲しい。

(概要作成 奥野 明子)

 **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@ml.konan-u.ac.jp
<http://www.konan-u.ac.jp/bi>

発行日 / 2020年(R.2)3月31日発行