



巻頭言

日本のものづくりのグローバル化

—近江商人から学ぶ—

Globalization of Japanese manufacturing:

Back to Spirits of *Oumi Merchants*



村上正紀 Masanori MURAKAMI

学校法人 立命館 副総長

謹んで新年のご挨拶を申し上げます。

昨年は世界中を熱狂させたサッカーのワールドカップの熱気が熱風と化し、8月には日本を襲い、統計期間113年で平均気温記録を更新した夏であった。反面、日本国内での経済は寒波に襲われ、成長率の低迷(1%)、20年に及ぶデフレ傾向、55万人の大学卒業生の5%が職なしなど、夏の猛暑を忘れさせる“お寒い”数字の羅列であった。

21世紀の日本の復活に向けては、「新成長戦略」で提言されているようにアジアを中心としたグローバル市場を見据えた産業再編・棲み分けが不可欠であることには異存はない。しかし、日本のものづくりの現状はグローバル化から程遠い。1990年に1位を誇っていた国際競争力(世界競争力年報、スイスIMD)も、2010年には27位になり、日本の経済的な地位は低下している。このため海外から日本への投資魅力はなくなり、日本を活性化してくれる高度な技術スキルを持つ外国人材の国内労働市場への流入も、先進国中では圧倒的に低い。

かつ、「グローバル化すればするほど、日本のものづくりは空洞化する」との通説は、毎年深刻さを深めている。一例として、自由貿易協定により、急成長のタイに世界企業が殺到し、国際競争力も26位と、今やASEANでの最大の製造業基地はタイであり、我が国が標榜する“ものづくり大国”は崩壊の危機に立たされている。国内のものづくりが空洞化しないために、グローバル化とは、何か?を真剣に考えねばならない。

今、びわ湖の湖東に位置する草津にある立命館大学に勤めている。滋賀の湖東地方は、麻織物産地である。麻は乾燥に弱いが、びわ湖の湖面からの湿潤な霧と、鈴鹿山系から湧き出る愛知川が湿度を与える。この自然の恵みが麻織物を発展させたのは間違いないが、さらに近江商人の行商の心得が、発展に大きな役割を果たしている。近江商人は、他国で商売をし、やがて、その地で根付く。旅先の人々の信頼を得ることが何より大切であり、その心得が、「三方よし」である。宝暦四年(1754年)の二代目中村治兵衛の遺言状「書置」によれば、行商は売り手だけでなく、買い手にも「よし」でなければならぬ。さらに世間のためにもなるものでなければならぬことを強調している。

さて、アジアでのものづくり新成長戦略が「売り手よし、買い手よし、世間よし」になるにはどうすべきか? 新成長戦略の重要課題であるグリーン及びライフ・イノベーションが「世間よし」の課題であることには間違いない。「売り手よし、買い手よし」になるには、知恵を絞らねばならない。紀元前から中央アジアの交易路として栄えたシルクロードをアジア全域に拡大し、「21世紀のものづくりシルクロード」を再構築してはいかかか。ある宇宙飛行士の名言「地球を離れば、地球には国境なし」の精神で、各国の地の利、風土、生活水準、人間性、宗教などを生かした共同開発・共同製造・共同消費を視野に入れ、臨機応変にロード間を自由に往来し、「売り手よし、買い手よし」が可能な「ものづくりシルクロード」の実現による「世間よし」を願う。欲を言えば、過去のシルクロードの東の終着点は、飛鳥京や平城京であったが、この古の終着点が、21世紀では出発点になることを念願する。

英訳版は062ページをご参照下さい。English version, see pp 062.

© 2011 The Chemical Society of Japan