

日時： 2013年1月26日(土) 13:30-17:00

場所： 名城大学名駅サテライト (MSAT) 多目的室

出席者： 23名

調尚孝(主査, 日本自動車部品総研)[追: 河野正顕, 田端道彦(近畿大学), 中村智彦(神戸国際大学), 芹澤毅(ダイハツ), 村瀬英一(九州大学)], 高橋周平(幹事, 岐阜大学), 田村守淑(幹事, 東邦ガス), 山川尚正(マツダ), 中島邦彦(KAIT), 木下久寿(ヤマハ発動機), 小島晋爾(名城大学), 太田安彦(元名古屋工業大学), 大平哲也(スズキ)[代: 中間健二郎], 中村俊秋(豊田自動織機), 佐々木覚(デンソー), 小池誠(トヨタ中央研究所), 長谷川国生(元ダイハツ), 内田睦(大阪ガス)[代: 佐古孝弘], 野田進(豊橋技術科学大学), 鬼頭俊介(豊田高専), 高野孝義(豊田工業大学), 井原禎貴(講師, 岐阜大学)

議事

1. 話題提供

(1) 神戸国際大学経済学部 中村 智彦教授 (13:30-15:00)

「日本のものづくり ~その底力~」

要旨:

金融円滑化法の中止で資金繰りができない中小企業の倒産が続出するものと予想されている。その原因はリーマンショック後の景気低迷と考えられているが、実はリーマンショック以前から日本の産業形態は変化している。繊維産業での海外研修生の帰国が急増。震災後も日本へは戻ってきていない。シンガポールではメイドは賃金が安いフィリピン人が担っている。ところがフィリピン本国でも最近の経済発展で賃金が上がっているのでもシンガポールへ来なくなっている。日本においても低賃金労働者の不足が現実のものになってきている。

日本の社会構造自体が震災後にさらに変革している。国内市場は一層の縮小し国際展開に活路を求めていく必要がある。震災復興は元の状態に戻ることはなく、別の展開になるものと予想される。以前は国内売上と海外売り上げはリンクしていたが、2002年から最近ギャップが大きくなってきた。力のある大企業が海外へ進出して多国籍化しているのが背景であり、産業構造が変化した。

更に、実は20年前から産業構造が変化していた。バブル崩壊前は不動産担保主義で企業経営ができた。日本の金融機関は土地評価を行い企業に融資していたがその仕組みが崩れた。土地価格が下落し、さらに事業評価や技術評価ができない金融機関は中小企業に融資できなくなった。中小企業は土地を担保に R&D や新しいことが以前はできたが、20年前からできなくなった。

質疑

Q: 高岡市のバブル崩壊後も2~3年は土地価格が上昇。新幹線の開通による再開発の効果ではないか。

A: 新幹線などの再開発でもバブル崩壊以降、地方は再活性化していない。

自動車産業の国内での構造が変化。同じような車が多い。利幅の少ない安い車は売れるが利益率の高い高価な車は売れない。特に車への興味が無い若者が増えた。家には両親の車が2台車あるし、乗りたい車もない。国内需要は伸びないのに対し、今後、自動車市場が急拡大するのは新興国。

日本国内では電気自動車の普及が先ばれているが本当に普及するのか? 震災後、原発停止により深夜電力が中止したためそのシナリオは崩れた。なぜなら電気自動車は深夜電力をあてにしていたから。

一方、アフリカ、インド、中近東では自動車が増大する見込み。特に輸送力の確保のためバス、トラックなどのディーゼル車が伸長する。

2025年のガソリン車やディーゼル車の比率は6~8割でEVは伸びないものと予測されている。

欧米は日本のEV予測値は楽観的と評価。ある予測では2020年世界市場で自動車販売は1億400万台、内EV+PHVは300万台、HV600万台、1億弱は内燃機関となる。世界的にはディーゼルエンジン等の内燃機関は重要な位置づけというのが妥当。

情報はあふれているが日本では正しい情報が伝わらない特徴がある。タイの洪水もずっと以前に予測できていた。楽観的論調が一人歩きしたり、情報発信への無理解がある。日本の論調はなんとなく何とかなんと楽観的なものが好まれる。

モータージャーナリスト川端さんの話、ドイツなどの欧州企業は日本の技術を買いたいアクセスできない。日本の中小企業は英語のHPすらない。系列の中で商売をしていきたので海外営業のノウハウがない。

松下電器共栄会(ほぼ100%子会社)の中でTV運搬用の木柵会社が一番はじめに倒産。他のことを全くやってい

なかった。企業存続のため長期的な視点で準備しておくことが経営者の役目。

最近の日本の展示会はさびしいのに対しタイでは展示会が活況。円高で機械は高いけど性能が良ければ売れる。日本では考えられないがその場に図面を持ってきて加工機械の商談がその場でできる。若者、女性が参加も特徴的。日本国内生産をやめて人件費の安い中国や東南アジアに進出すべきとの風潮があるが、タイなどの途上国も社会が成熟化しつつあり産業構造が変わってきている。環境意識の高まりや日本のアフターケアのきめ細やかさが評価されており、高度な技術なら高価でも売れる状況になってきている。タイの工場労働者の賃金は 10,000 バーツ/月（3 万円/月）と低賃金にも関わらず日本の最新技術を取り入れた全自動化ラインを取り入れたいとの話もあった。先端技術であれば日本で製造して海外で売れる市場はある。

タイでは光岡自動車伸びている。エンジンは日産のものであるがスタイルがタイで受けている。しかも、エンジンは日産の高性能で信頼できるエンジンなので人気がある。特徴を出せばマーケットを開拓できる。

欧米ではあくまで生産は国内、市場は海外に求めるのがふつう。タイガー（デンマーク）、イケア（スウェーデン）、H&M（スウェーデン）は世界に展開している北欧企業。北欧は国内マーケットが小さいので企業規模が大きくなったら海外へ行くのが当然。日本の中小企業では営業は国内でもやりたがらない。

モノづくり企業は系列の文化になじみ親会社のいう通りにしていれば生きていたが状況が変わった。企業間連携が重要となるがリーダーシップをとる中核企業の存在が少ないことや誤解がある。

東大阪で有名な人工衛星開発プロジェクト「まいど1号」は本当に成功だったか？地域経済活性化のアイデアであったが、参画企業でロケット部品関連会社は1社のみ。産学連携の見本として取り上げられた。当初はロケット開発が目標であったが、技術的に無理で人工衛星に変わった。しかし、人工衛星は気の利いた大学生でもできる代物。

これまで中小企業のベンチャーブームとして生ごみ処理機、地ビールがあった。今は電気自動車。米国ではブードーサイエンス（とんでも科学）という言葉があるが、それに近いものでも公的な補助金が出ていることは問題。下請け根性が駄目になっている。情緒ではなく理性で語る時代になることが重要。固定概念からの脱却、ノスタルジーだけでは生きていない。思い込みを捨てる。「人口減少の時代を迎えるが高齢者はインターネット使わない」「日本の製造業は輸出依存度が高い」など。

福井市で中小企業集会をフェイスブック等で呼びかけ。50人以下の予測であったが218人集まり大成功。ロボコンは金がかかるのでベーゴマ大会が中小企業間で大人気。このようなコミュニティがインターネットを使えばアツという間にできる。

情報量があり余裕がある大企業への期待は次のとおり。積極的な情報公開、地元中小企業との一層の交流、海外事業など、「正しい」情報の発信。

質疑

Q 正確な情報が上がってこないことに関連し、どんな新聞がよいのか？

A 地域の利害に直結する地方紙は強い。

Q 家電が駄目になった要因は何か？

A 日本人の優秀技術が日本を捨てて海外へ出ていくことが要因のひとつ。若い世代が夢を持ってない時代となっている。負のスパイラルに入っている。最近、韓国企業が液晶テレビ+コーランが定時に流れるものが売れた。日本ではこのような発想はできない。車も各社横並びで特徴がない。燃費だけでなく80年代のセリカなどの若者でも手が届くかっこいい車がなくなった。

(2) (株)日本自動車部品総研 調 尚孝委員 (15:10-16:40)

「点火強化の技術革新」

講演者の要請により、議事録を発行しない。

2. 事務連絡(16:40-17:00)

次回(第5回)は4/13(土) 名城大学名駅サテライト (MSAT) 多目的室で開催予定。

委員交代・新委員の紹介。

3. 懇親会(17:20-19:20)

研究会終了後、2012年度懇親会を行った。19名の参加があり、相互の親睦を深めた。

以上