

ご回覧ください。

新潟県生産性本部会報 発行:新潟県生産性本部 会長 森 邦雄

No. 10 秋号  
2022 / 10

# NPC NEWS

明日に向かって



## 事務局だより

公開研修を開催しています! 皆様に安心して受講していただけるよう努めてまいりますので、是非ご参加をお願いいたします。

### ◆後期スケジュール

#### 〈2日コース〉

・9月29日・10月13日 管理職基礎コース

講師: (公財)日本生産性本部 コンサルタント 栗林 裕也 氏

#### 〈1日コース〉

・10月5日 若手フォローアップ研修〜フォロワーシップの発揮〜

講師: (株)マナーズ 山田 節子 氏

・10月19日 簿記経験のない方でも理解できる決算書の読み方・活かし方

講師: パートナースコンサルティング 江部 誠一 氏

・11月9日 実践!わかりやすいリーダーシップ(基本編)

講師: サンクエムセゾン 松澤 祐公 氏

#### 〈半日コース〉

・11月11日 伝わるプレゼンテーション研修

講師: 菊野 麻子 氏 (元 NST アナウンサー)

新潟県生産性本部では、全コース修了証を授与させていただいております。また、助成金の申請等で必要な書類についても可能な限り対応させていただきます。

また、11月15日に「ロジカルシンキングで説得力ある企画提案! 企画力向上のための論理的思考法」(講師: グローカルマーケティング(株)コンサルタント 山倉 正稔 氏)を開催いたします。

非常に参加しやすい価格設定となっております。詳しくは、チラシをご覧ください。

★組織内研修、講演会講師派遣等のご提案いたします! オンライン開催や対面参加&オンライン参加の併用研修実績あり!! お気軽にご相談ください(\*▽\*)

### ◆6月に開催いたしました記念講演会の感想をいただきました!

「新潟県生産性本部の記念講演会」に参加させていただきました。講演会を通じて、地域の発展に貢献できる力を身につけられているのか、地元企業に必要とされる人材となれているのか、改めて考える機会となりました。三条市立大学では、工学の知識を学ぶだけでなく、地域企業との連携によって経験を積み、実用化までを俯瞰できる経営学的視点を身につけ、これらの力によりイノベーションを起こす力をもつ学生を育てるというお話がありました。また、イノベーションを起こすことが三条地域の持続的な発展に必要であるとのことでした。地域密着型の大学には、高度な知識を身につけるだけでなく、身につける知識をどのように地域社会で活かせるかを意識し、どんな力が地域に必要とされているか、そのためには何を学ぶ必要があるのかを考えることが必要なのだと感じました。

私たちが地域密着型の大学の学生として、地元企業が求める人材とはどのような人材なのか改めて考え、地域発展に寄与できる人材となるように、精進していきたいです。ありがとうございました。新潟国際情報大学 経営情報学部経営学科3年(内田ゼミ) 星 和佳奈

## contents

P1 事務局だより 後期研修スケジュール&記念講演会の感想

P2-P3 第10回 リレーエッセイ『地域企業の存続:国際的機会認識の絶えざる見つめ直し』

広島市立大学名誉教授 大東和 武司

P4 会員紹介 清鋼材株式会社(糸魚川市)

(表紙写真:「紅葉狩り(加茂山公園)」新潟国際情報大学3年 星 和佳奈)

新潟市中央区新光町7番地2 新潟県商工会館4階 ※新潟県庁近く



電話 025-290-7127 FAX 025-290-7821

NIIGATA-KEN PRODUCTIVITY CENTER

https://www.n-seisanseihonbu.com

ホームページQRコード



## 『 地域企業の存続:国際的機会認識の絶えざる見つめ直し 』

広島市立大学名誉教授

おおうわ たけし  
大東和 武司

地域企業について、京都の中小企業リーダーの議論によって集約された「京都・地域企業宣言」（2018年9月）がある。「人と自然と地域を大切に、地域に根ざし、地域と繋がり、地域と共に継承・発展する」企業がそれだ。地域企業は、規模による基準ではないが京都市でも全国でも99.7%は中小企業である。

日本の創業100年以上の企業は3万社以上、200年以上は1,000社以上とも言われ、他国に比べれば圧倒的に多い。だが、企業にも寿命がある。帝国データバンクによれば37.48年だ。半数程度の企業の寿命は20数年だ。

地域企業には伝統産業ないし地場産業の企業が含まれる。産地の企業だ。古くから受け継がれた技術や製法を用いた伝統文化製品や地域の風土・立地条件を活かした特産品を製造している企業である。これらの企業は、経済環境の変化や時代の波を受けやすいといわれる。また、伝統工芸的スキルや風土的背景を活かした製品開発力を持った後継者の育成はなかなか容易ではない。継承に囚われすぎると転換・適応能力を失う。

2 となると、産地の企業は、小さいながらも事業転換や業種転換を常に意識しておかなければならない。例えば、新潟・燕地域では江戸初期の和釘づくりから始まり、遅くとも末期には産地となったが、洋釘が輸入されればヤスリ、煙管、銅器へ、アルミ製品が主流になれば洋食器へ、さらにステンレスをはじめ各種金属の複合加工製品の開発（ゴルフクラブ、医療器具、自動車部品など）へと転換の連鎖を続けてきた。岡山・児島地域では江戸期に児島湾干拓が始まり棉花が植えられ、小倉帯地・真田紐・袴地の生産が始まったが、明治期になると小倉帯地は足袋や厚司に、大正期には足袋は学生服や地下足袋に、厚司は作業服に、昭和期には地下足袋はゴム運動靴に、昭和20年代ゴム運動靴は工業用ゴム（後には自動車部品）に、30年代には学生服は合繊ウール学生服に、さらに40年代になるとジーンズへと変遷していった。

熊野筆の白鳳堂の事例から国際的機会認識を考えてみよう。広島県熊野町は江戸期からの毛筆（書筆）の産地だ。白鳳堂創業者（高本和男）は、曾祖父の代から続く家業から1974年34歳で独立した。家業は順調だったが、筆記用具の多様化、輸入品の増加など伝統的な毛筆業へのかけりが見えてきた。また、洋風化の進展のなかで、書筆の技術基盤をふまえた高品質の化粧筆の製造・販売への強い思いもあった。

ハイエンドの書筆と化粧筆をめざすもののしばらくは従来品で経営をしのぎ、1982年に自社ブランド化粧筆「Misako Beverly Hills」の開発に至った。だが、まだ化粧品の補完財としての化粧筆の位置づけで、化粧筆市場はきわめて限定的で、メイクアップアーティスト向け市場くらいしかなかった。

そこで海外市場参入へと方向転換し、1990年から本格的にOEM（相手先ブランド生産）取引の探索を開始した。1994年カナダA社が白鳳堂の毛先を核とした品質を評価してくれ、2か月で7~8万本納品というトライアル注文を経て、1995年OEM取引が始まった。この高評価を機に、海外の化粧品メーカーを中心にOEM取引が広がっていった。

他方、国内はICT革命の黎明期で、1996年自社WEBサイトを開設し、インターネットを活用した自社ブランド販売を始めた。そこに1975年熊野筆が「伝統的工芸品」に認定され、その効果が加わった。大量消費・使い捨て生活から伝統的なものへの回帰、手仕事、本物志向への変化が生まれていた。そうしたなか、熊野筆の伝統的書筆の技術・技法を化粧筆へと発展させて海外市場開拓に成功した企業として、白鳳堂は、1990年代後半以降、テレビ、新聞などメディアでの露出も大きくなった。2003年には日本文化デザイン大賞も受賞した。これらの宣伝効果は大きく、自社ブランドの販売拡大に大きく寄与した。2000年代以降、有名メイクアップアーティ

ストとの共同ブランド開発、全国百貨店での催事・店舗開設、東京・南青山直営店開設（2003）、京都本店開設（2014）などとブランド構築また販路手段が広がった。白鳳堂は、海外市場向け OEM 取引から自社ブランド国内市場を成長させた。生産内訳は、現在では、化粧筆 95%、和筆（書道筆、面相筆、日本画筆など）2%、画筆 2%、工業用筆 1%である。売上・利益の中心は化粧筆だが、技術・技能の継承のために和筆は重要な位置づけだ。また工業用など新規事業開拓も継続している。化粧筆の自社ブランドと OEM 取引との比率は、2007年には自社ブランド 30%、OEM70%であったが、2019年にはそれぞれ 50%へと推移している。

白鳳堂は一般顧客向けの「化粧筆市場」を創造した。つまり、それまでは、化粧品あつての化粧筆であつて「化粧品市場はあるが化粧筆市場はなかった」。化粧筆は化粧品販売の付属品でしかなかった。そこで高級化粧品メーカーは OEM で高品質の化粧筆を求めた。この市場特性をふまえれば、海外市場参入の機会認識として、白鳳堂の OEM 取引選択は有効であった。A 社社長がメイクアップアーティスト出身というセレンドピティ的機会もあったが、それを活かすのも経営者の力であり、海外高級化粧品メーカーとの取引を獲得した。この効果を最大限に活かし、自社ブランド販売の国内「化粧筆市場」構築にあたった。ネット活用、伝統工芸品認定による「本物」の裏づけも補完した。「国際的評価」、「ICT」、「日本由来の本物性」の複合作用によって、日本国内に「化粧筆市場」が生まれた。ただ、米国などに店舗はあるが、化粧品市場に付随しない一般顧客向け「化粧筆市場」が国際的となるかどうかはまだ不確定である。また、2010年代以降の新興国化粧品メーカーの台頭による国際競争激化のなかで、OEM 取引への価格圧縮の圧力の厳しさは増し、そのなかで、白鳳堂は、高品質を維持した素材開発の努力を続けている。乗り越えなければならない経営課題は次々と生まれる。ただ、それらに翻弄されることなく、そうしたことさえも楽しむ心の余裕を残しておきたい。

～～参考文献～～

大東和武司(2022)『地域企業のポートレート:遠景・近景の国際ビジネス』文眞堂(近刊)

岡山訓生(2014)「岡山県の地場産業の変遷と課題—「繊維」「農業機械」を中心に—」<https://cres.hiroshima-u.ac.jp/ken14-02.pdf>

長谷川英伸(2014)「地場産業に関する再考察—地場産業の類型化を中心に—」『玉川大学経営学部紀要』第 22 号、pp.45-77.

おおうわ たけし  
大東和 武司

TAKESHI OHTOWA



一日一回「感激する」自分を持ちたいと思っています。  
ときには、無理やりにでも道端の小さな草花に感激しています。  
それがパワーなり、エネルギーを生むと思っています。

#### 主な略歴

- ・久留米大学商学部教授
- ・広島市立大学国際学部教授・学部長 同大学院国際学研究科長
- ・関東学院大学経営学部教授
- ・国際ビジネス研究会副会長・多国籍企業学会理事・日本貿易学会理事などを歴任。
- ・国際ビジネス研究会理事、多国籍企業学会名誉会員
- ・関東学院大学経済経営研究所客員研究員、広島大学客員教授。

#### 主な業績

- ・『国際マネジメント』(単著) 泉文堂, 1999 年
- ・カゾン『国際ビジネス・エコノミクス』(共監訳) 文眞堂, 2005 年
- ・『グローバル環境における地域企業の経営』(共編著) 文眞堂, 2008 年
- ・『サービス産業の国際展開』(共編著) 中央経済社, 2008 年
- ・『多国籍企業と新興国市場』(共著) 文眞堂, 2012 年
- ・『国際ビジネスの現実と地平: 地域からの眺望』(共著) 文眞堂, 2020 年ほか論文・書籍多数。



## 清鋼材株式会社

代表取締役 星野 陽一

設立 1996年6月  
住所 新潟市糸魚川市寺島3丁目8-1  
電話 025-553-0121  
HP <https://www.suga-steel.com/>



清鋼材さまに

Q&A

### Q1 御社の事業内容について教えてください!

**A** 弊社は2つの事業をおこなっています。

#### ●建設機械向け鉄工部品製造業

主にパワーショベル、ブルドーザーといった建設機械の鉄工部品を製造販売している会社です。

鋼板の切断から溶接・塗装までを一貫製造できる設備を保有し、お客様のあらゆるニーズに応えられる工場づくりを目指しております。

国内の主要な建設機械メーカー様が弊社のお客様になります。



#### ●水耕栽培事業

高齢者、体の不自由な方の雇用守ることを目的として工場内に専用ブースを設置し、リーフレタス、サンチュ等は無農薬で栽培しております。

糸魚川市内飲食店様、大手焼肉チェーン様とご契約頂いております。



### Q3 御社の企業理念や行動指針について教えてください!

**A** “鉄を通して世界中の人々の豊かな生活と未来を創造する”を企業理念として日々邁進しております。

私達がかつとも大切にしている事は感謝です。

企業活動する上で関わる全ての人へ感謝し感謝される存在である事、私達の持っている鉄の総合加工技術で沢山の喜びと感謝を集めることを企業活動の目的としております。

### Q2 御社が一番力を入れていることについて教えてください!

**A AI**、ロボティクス化による工場の自動化、省人化を推進し、それと同時に人材育成にも注力しております。

新たな技術の活用だけでなく、企業変革を担える人材を育成する事で、未来の予測が難しい現代社会を生き残り、成長を続けて行きます

単に個々の知識、技能、能力の向上ではなく、人としての資質向上を重点目標として、外部コンサルタント様にご協力頂きながら社員一丸で取り組んでおります。



### Q4 代表者様からメッセージをお願いします!

**A** 創業から半世紀を超え、これまで様々な改革を主導して参りました。

幼少期から憧れていた海外でのビジネスという夢を叶え、中国とタイに進出。

入社時に立てた「上場」という目標も実現することができました。

それらは、お客様のご支持、株主、地域社会のご支援と社員の協力に支えられ達成できたことだと思っております。

今後も清鋼材は社内外から社会の公器として認められる存在、世界中の人々から選ばれる企業として成長、発展を続ける所存です。



この会報を通して、会員の皆様をご紹介させていただきます。企業団体様のPRの場としてご活用いただけると幸いです。このたび、ご協力いただきました 清鋼材(株)様 ありがとうございます。

新潟県生産性本部では、会員を募集しています。お気軽にお問い合わせください。

制作・発行 新潟県生産性本部 会長 森 邦雄

編集等担当 大堀・長谷川 mail: [info@n-seisanseihonbu.com](mailto:info@n-seisanseihonbu.com)