

ドイツと日本の素形材企業 の比較と経営者の姿

～「稼ぐ力」をどのように生み出すか？～

東京経済大学 経営学部
准教授 山本聡
博士(経済学)
yamamoto@tku.ac.jp

0.自己紹介

2015年 東京経済大学経営学部 准教授

2012年 東京経済大学経営学部 専任講師

2005年 一般財団法人 機械振興協会経済研究所 研究員

日本中小企業学会 事務局長

国際中小企業協議会日本支部 編集委員

経済産業省 素形材産業室 製造基盤技術等実態調査委員会 委員

経済産業省 関東経済産業局 平成28年度 地域中核企業創出・支援事業 審査委員

経済産業省 関東経済産業局 平成27年度 新分野進出支援事業 審査委員

経済産業省 素形材産業室・自動車課

中小自動車部品・素形材メーカーの競争力および経営基盤強化に関する検討会 委員

経済産業省 関東経済産業局 ものづくり中小企業ネットワーク委員会 委員

一般社団法人 型技術協会 型技術者会議 実行委員

一般社団法人 型技術協会 企画委員

日本金型工業会 東部支部 JAPANブランド育成支援事業 専門家委員

その他、公的委員、TV出演、外部講演、原稿多数

0.前回の研究会振り返り

IBUKI 挑戦の760日

- ① 経営危機
- ② 経営者の交代とアントレプレナーシップの搬入
- ③ 強みの再発見と再定義
- ④ 取引の多角化・新事業展開
- ⑤ 顧客交渉力の変化と向上
- ⑥ 工学とコンサルティング

1.ドイツの基盤産業

世界各国の製造業ランキング

1位 中国	- 3.3USD/h
2位 アメリカ	- 38.0USD/h
3位 ドイツ	- 40.5USD/h
4位 日本	- 24.0USD/h
5位 韓国	- 20.7USD/h

ドイツ

- ……メカトロニクス、家族企業、アパレンタスシップ
自動車産業、化学、プラスチックなどのエンジニアリング産業、
プロセス産業

出所 : Deloitte Touche Tohmatsu.(2016). *Global Manufacturing Competitiveness Index*, Center for Industry Insights

1.ドイツの基盤産業

公益財団法人 金型技術振興財団

「ドイツを中心とした金型関連企業の調査研究
(代表者:山本聡)」

平成26年度の調査

ドイツ・オーストリアの企業9社、公的機関2社

- ① 家族企業/ファミリービジネス
- ② 伝統・歴史による独自のブランド戦略
- ③ アパレンタスシップによる人材獲得・育成
- ④ 研究所、大学、公的支援機関、商工会議所との連携
→フラウンホッファー

事例の詳細は写真など資料とともに、当日紹介

1.ドイツの基盤産業

公益財団法人 金型技術振興財団

「ドイツを中心とした金型関連企業の調査研究
(代表者:山本聡)」

平成27年度の調査

ドイツと日本の金型・成形企業6社の比較

- ① 取引関係・取引慣行
- ② アパレンタスシップと工学・技術の標準化
→日本にIOTは根付くのか？
- ③ 顧客企業に対する交渉力
- ⑤ 日本企業は何をPRLしているのか？

事例の詳細は写真など資料とともに、当日紹介

2.日本の基盤産業とアントレプレナーシップ

日本の基盤産業

- ① 海外輸出を志向・実現する小規模企業
何が決め手になっているか？
→「手の力」と経営者のアントレプレナーシップ
→ 経営者の動機に焦点を当てる
- ② 特定の企業・経営者が海外市場参入、新市場参入、
産学連携、公的機関の利活用を同時に実現している。
- ③ 新事業参入とベンチャー企業の設立
→ 基盤産業における事例

事例の詳細は写真など資料とともに、当日紹介

2.日本の基盤産業とアントレプレナーシップ

日本の企業(起業)活動における特徴

- 1.起業・新事業創出に無関心な層が、
起業・新事業創出に関する活動に非常に否定的
(アントレプレナーシップが世界最低水準)
- 2.なぜ、ある企業の経営者は取引の多角化や
新事業創出、新規参入を実現できるのか？
- 3.基盤産業における「打たれ強さ(toughness)」の研究
→ロール・モデル・メンター、家族、組織、行政支援