

# 立ち上がれ、ニッポン

このまま負け続けたら、国がなくなる

への働きかけを強めてい  
ます。それも民間企業だけ  
行っているのではなく、政  
府が強力に後押ししてい

のです。例えばベトナムの  
原発は、プーチン首相のト  
ップセールスもあってロシ  
アが受注しました。原発技

術ということなら、日本は  
より優れた技術力があるの  
ですが、技術力があっても  
交渉がまずいと競争には勝

てないのです」  
政府と民間企業のトータ  
ルな協力。はたして今の日  
本にそれが可能だろうか。

にも産地は近年、活況を呈  
しているという。

地場産業を救ったのは、  
化粧筆への転身だった。熊  
野町で作られる高級化粧筆  
は、いまや国内はもちろん  
アジア、欧米、さらにはハ  
リウッドの女優にも愛用さ  
れているのである。

この町で月産50万本の化  
粧筆を生産している白鳳堂  
は、このところ業績好調。  
今期の売上高も前年比21%  
増を見込んでいる。同社の  
高本和男社長によると、  
「やはりコストがかかっ  
ても、いいものを作ってい  
るから売り上げが伸びてい  
る」と思っています。安い中国  
製品に対抗して、より安い  
製品を目指す業者もありま  
すが、これは逆です。いつ  
たんに価格競争を始める  
ときに安いイバルが現れ  
たときに太刀打ちできなく  
なってしまう」

筆づくりは機械化が難し  
く、いまも職人の手仕事に  
よるところが大きい。高級  
化粧筆ならばこそ、伝統製  
法を守る事が大切だとい  
うのだ。

オバマ大統領夫人によっ  
て一躍その存在が世間に知  
られるようになった小さな  
紡績糸メーカーが日本にあ  
る。山形県寒河江市にある  
佐藤織維。従業員100名  
の会社だが、昨年1月のオ  
バマ大統領の就任式でミシ  
エル夫人が着ていた高級フ  
ラント製カーディガンに使  
われていたニット糸が同社  
の製品であった。

藤正樹氏の曾祖父が193  
2年に設立した会社で、佐  
藤氏が社長に就任したとき  
は、下請けで安価な糸ばかり  
を手がけていた。  
「このままでは将来はない  
と思ったんです。そこで、  
うちでしか作れない製品を  
目指すことにした。それし  
か生きる道はなかったとい  
うのが本当のところですよ」  
(佐藤社長)

こうして製品化にこぎつ  
けたのが、南アフリカ産の  
希少なモヘアを原料にした  
細い特殊な糸だった。従来、  
世界で最も細いモヘア糸は  
1gで20m。それを佐藤織  
維は1g52mという極細の  
モヘア糸の製品化に成功し  
たのだ。世界的なブランド  
がこれに目をつけ、特殊な  
ニット糸によって、これま  
でにない光沢と繊細な風合  
いをもったカーディガンが  
生まれることになった。

佐藤織維は9年前から、  
紡績のみならず、オリジナル  
のニットブランドをニュー  
ヨークで展開している。  
「かつては、いいものを安  
く作ればいいと考えていま  
したが、今はそれだけでは  
駄目だと思って、お客さん  
に喜んで買ってもらいた

持できているのは、アートの  
ネジがあつたからだと思っ  
ています」(川端社長)

「つい売り上げを確保した  
いという誘惑にかられます  
が、それは絶対に駄目です。  
利益優先に走ってしまう

と、品質維持は難しくなる。  
一度、落ちた技術を再び元  
に戻すのは容易ではありません  
せん」(高本社長)

「ネジがなければ自動車も  
家電もできないのに、だれ  
も注目してくれない。主役  
は無理でも、せめて名脇役  
として注目させたい。そう  
考えて考案したのがアート  
ネジでした」

もう一社、浜松市にある  
トリリンクは、静電気やホコ  
リを除去する除電器のメー  
カー。精密機器にとって静  
電気やホコリは大敵だが、  
同社の除電器は、国内外の  
大手企業から高く評価され  
ている。

のニッチビジネスだが、同  
社の高柳真社長は、成功の  
原因をこう分析する。  
「じつは中小企業ほど潰れ  
にくいんです。仮に売上高  
1兆円の企業が新規事業  
を始めるとすれば、100  
0億円規模の市場に参入し  
なければなりません。そ  
んなものはまずありません。  
しかし売上高1億円の  
企業なら、1000万円の  
市場でいい。これは少し探  
せばいくらでもあります」

## 死に物狂いになれば

ところで、日本の中小企  
業が得意とする技術の一つ  
に金型製作があるが、この  
分野で優れた実績をもつ三  
重県四日市の伊藤製作所  
は、もう10年以上前に海外  
進出を果たしている。

夫氏はそう語る。  
中小企業の発展を約束す  
るのは技術力ばかりではな  
い。新しい発想ひとつで町  
工場が飛躍することもあ  
る。そのことを教えてくれ  
るのが、東大阪市の川端ネ  
ジ製作所だ。

従来、静電気除去には加  
湿方式やエアガン方式が用  
いられていたが、この会社  
の技術は、空間にイオンを  
放射して、工場全体の静電  
気を一気に取り除くという  
ものだ。そんな同社の技術  
に最初に注目したのはトヨ  
タだった。売り込みに行っ  
ても、過去の実績がないこ  
とを理由に門前払いする大  
企業ばかりだったが、トヨ  
タだけが、

「過去にあるものはすべて  
試している。今までにない  
ものなら試す」  
と、工場で製品を実験導  
入してくれたのだ。結果は  
上々で、ラインでの正式採  
用が決まった。

中小企業の強みについて  
は、政策研究大学院大学の  
橋本久義教授もこう話す。  
「日本の中小企業は危機的  
状況だといわれますが、じ  
つは工業生産指数は徐々に  
回復しているんです。なぜ  
かという、別の仕事を死  
に物狂いで探しているから  
で、ここに中小企業の強さ  
があります。やはり中小企  
業が日本のモノづくりのベ  
ースにはあります」

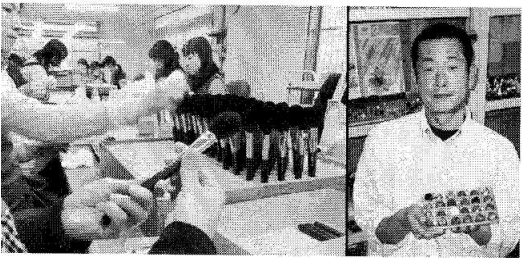
語が通じ、大手企業でなく  
とも優秀な技術者を採用し  
やすいというのが、ファイリ  
ピンに目をつけた理由だ。  
「日本の製造業は、これま  
でつねに受注を抱えるとい  
う恵まれた環境に長く置か  
れたために、伝書鳩のよう  
に自分で餌を探すわざをな  
くしてしまつたんです。し  
かし、これからはド鳩とな  
って自分で餌を確保しなけ  
ればなりません。そのため  
に、優れたモノづくりの技  
術を武器に海外に打って出  
るべきです」

もともと工業用ミシン用  
のネジを作っていた会社だ  
が、いまや「奇跡の町工場」  
と呼ぶにふさわしいほどの  
注目を集める。同社が手が  
けているのは、ネジの頭に  
変わったデザインや色をつ  
けた「アートネジ」と呼ば  
れる製品。20年ほど前から  
作りはじめ、経済産業省の  
グッドデザイン賞に輝き、  
インテリア製品などで需要  
を広げていった。

「100年に一度の大不況  
のなか、なんとか会社を維  
持できているのは、アートの  
ネジがあつたからだと思っ  
ています」(川端社長)

「過去にあるものはすべて  
試している。今までにない  
ものなら試す」  
と、工場で製品を実験導  
入してくれたのだ。結果は  
上々で、ラインでの正式採  
用が決まった。

「日本経済が再び立ち上が  
るとしたら、地方の中小企  
業からかもしれない。その  
兆しは見えつつある。」



白鳳堂の化粧筆工場(左)と「アートネジ」を持つ川端社長