

APIR Commentary No.45

グローバル化における地域志向のすすめ

大阪大学社会経済研究所/

APIR「中小企業等のイノベーションの原動力分析」研究会リサーチリーダー

小川 一夫

グローバル化を志向しつづける教育界と実業界

「グローバル化」ということばが巷にあふれている。教育界においても、2013年に文部科学省が作成した「国立大学改革プラン」において、グローバル化を国立大学の機能を強化する重要な視点として取り上げ、国際水準の教育研究を展開するために、海外の優秀な研究者の雇用促進と日本人学生の海外留学及び外国人留学生の受け入れ拡大を各大学に求めている。さらにわが国の大学の国際競争力を強化するため、世界と互角に競うことのできる大学への重点支援を目的とした「スーパーグローバル大学」が創設された。

企業も「グローバル化」を着実に進めている。わが国の企業は、「失われた20年」という長期低迷期に過剰な債務、設備、雇用を抱えこみ、その調整に手間取っている間に、国際競争力を失ってしまったが、一方でその反省の下に、生産性を高めて国際的なマーケットで海外の企業と互角に戦う体制を整えてきた企業も存在している。まさにグローバル企業としてのプレゼンスを高める努力をしてきたわけである。また、「日本再興戦略」においては2020年までに中堅・中小企業の輸出額を2010年の2倍にする目標を設定し、その実現に向けて中堅・中小企業の海外展開をさまざまな形で支援する施策が提案されている。

このような教育界、実業界の取り組みから読み解くと「グローバル化」とは、ヒト・モノ・カネが国境を越えて自由に移動する状況ととらえることができる。大学は高い研究水準を維持し、高い報酬を支払うことにより海外から優秀な研究者を惹きつけることができる。また、海外の優秀な研究者が参加することによって大学の研究水準はさらに高まっていく。このようにグローバル化の下では研究水準と海外からの研究者流入の間に好循環が働く。さらに、教育水準が高い大学には優秀な留学生が集まり、大学の国際的な評判は高まっていく。

企業についても、生産性の高い設備を持ち、優秀な労働力を使って質の高い製品を効率よく生産することができるならば、海外市場における競争力は高まり多額の利益を上げることができる。さらに、良好な投資機会を提供することによって海外からの資金流入も加速する。

グローバル化志向の弊害

このようにグローバル化によって大学も企業も活性化が期待できる。しかし、グローバル化の利点のみに目が奪われると、グローバル化の波に乗り遅れた大学や企業は国内に限定された内向きの活動を行っているというレッテルを貼られてしまう危険性がある。このようなマイナスのイメージを払拭するために、大学も企業もこぞってグローバル化を推進することになってしまう。しかし、過度のグローバル化は、海外に比べて市場規模が圧倒的に小さな国内市場への関心を相対的に低下させてしまう危険性もはらんでいる。確かに、わが国は今後高齢化が加速し需要の伸びも海外需要ほどは期待できないが、国内重視型の企業がグローバル企業に比べて価値を生まない効率の低い企業であることを意味するわけではない。地域の需要を丁寧に掘り起こし、地元のニーズに応えた地元密着型企業の存在は、その地に生きる人々の暮らしを豊かにして生活水準を向上させる重要な役割を担うのである。

地元密着型企業の成功事例

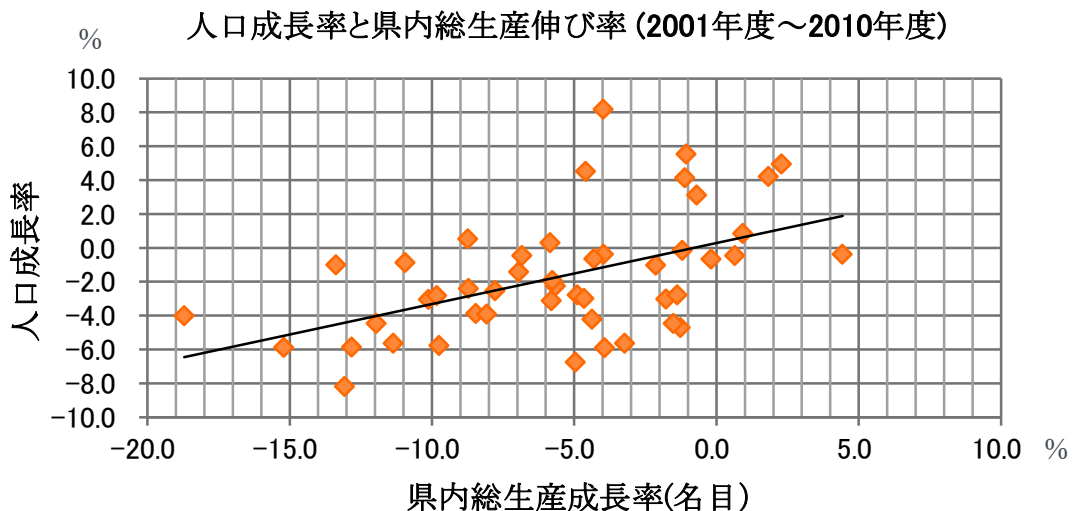
地元密着型企業の一例として関西の中堅塗料メーカーA社の活動を紹介します。

A社は、常にユーザー・お客様の立場を認識して仕事をするという意識を重視しており、「お客様に一番近いメーカーであり続けること」を経営理念に据えている。社員はもとより全国に展開している特約店が顧客からの感想や改善点などの声を吸い上げている。地元密着した具体的な取組として、滋賀県塗料商業会と共同で幼稚園の室内壁の塗り替えを実施した事例がある。その際には教職員と保護者も一緒に参加し、さらに特約店とも協力して社員も参加して、まさに地域一体となって塗り替え作業が進められたのである。この取組が話題となり、滋賀県外からも連絡を受けて同じ取組を現地でも実施したそうである。

地元密着型企業にとって重要な課題は、地元のニーズをいかに吸い上げるかである。A社は、全国にある特約店と緊密なネットワークを通して顧客の声を吸い上げることによって地元密着型企業として成功を収めているのである。地域のニーズを探り、それに対応したきめの細かなサービスを提供するには、手間暇がかかり生産性が低下してしまうという危惧があるかもしれない。しかし、実際に計測してみると、このA社の生産性の伸びは極めて高いことがわかった。それを可能としているのが、特約店とメーカーのネットワークであり、地元のニーズが効率的に吸い上げられているのである。顧客にきめの細かなサービスを提供することは、本来効率性とは相反するよう思えるが、ネットワークという極めて効率的な媒体を用いることによってニーズを的確につかみ生産性を高めているのである。

グローバル化の下では、ヒト・モノ・カネが国境を越えて自由に移動することによって、教育・研究・ビジネスにおける生産性の上昇が期待できる。例えば、グローバル企業は、多様な人材を活用し国際金融市場において資金を調達し、国際競争力を高めることによって、世界規模の需要を獲得して成長を遂げていく。しかし、このような企業にとって採算に合わない規模の小さな需要に対して機動的に対応することは困難である。

高齢化が進行しているわが国では、今後人口減少が進む地域においては需要の拡大もそれほどは見込めないだろう。事実、2001年度から2010年度までの都道府県別名目県内総生産成長率と人口成長率の散布図を見ると、両者の間には正の相関が観察される。従って人口成長率の低い地域は、県内総生産の成長率も低いことがわかる。このような地域に住む人々の厚生水準を高めるためには、それぞれの地域のニーズに合ったきめの細かなサービスを提供することが求められる。まさにA社のような地元密着型企業が、人口減少に直面する高齢化社会におけるビジネスモデルのあり方を示唆しているといえよう。



<お問い合わせ先 contact@apir.or.jp, 06-6485-7690 >

・本レポートは、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当研究所の見解を示すものではありません。
 ・本レポートは信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。また、記載された内容は、今後予告なしに変更されることがあります。