



## 日本製造業の強さはどこにあったのか



中国等のアジア諸国がその製造能力を高める中、多くの国際企業が、業務の国際分業を進め、高機能な商品を低コストで製造することを可能としています。

従来の日本製造業がもっていた下請活用型分業構造は、低コストを求めるケースでは、役に立ちません。

従来の下請け型企业には、新しい役割が求められています。

従来の日本製造が強い要因の1つに日本特有の下請け型構造があります。

親企業の労賃と比較し、かなり割安な労賃で、優れた品質を作りだす外部企業を選択し、それら企業を下請け企業として組織化することにより、高品質の製品を低コストで作らざることを可能としていました。

コスト競争力を持った日本製造業のビジネスモデルと云えます。大手企業が商品開発し、製造の一部を組織化された下請け企業

に委託し、最終商品化する工程と販売を大手企業自らが実施する、ユニクロ等が採用するSPAビジネスモデルに似た構造となりました。

現在では、アップルのように製品企画・開発と販売に特化し、製造は低コストの海外で実施する。まさにこのビジネスモデルの先駆的な構造が日本の下請け構造と云えます。

### 【付加価値額の構造】

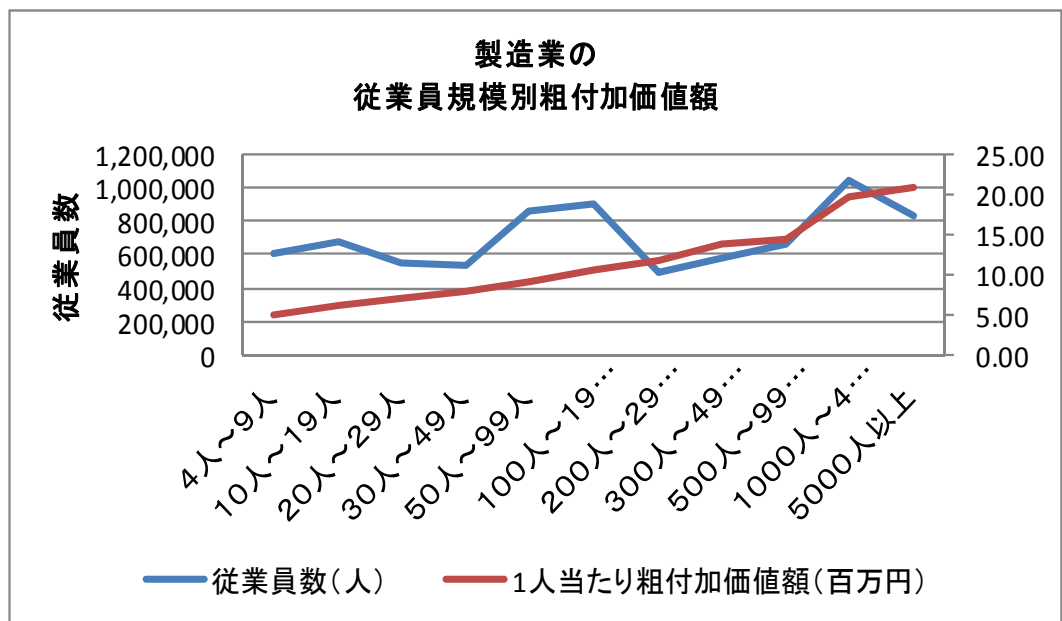
日本製造業の一人当たり付加価値額は企業規模に比例して分布しています。大企業の場合、大規模設備や業務の専門化により、高い生産性が確保できるとは云え、小規模企業の500万円～大企業の2000万円まで、企業規模に比例して、幅広く分布しています。

1～9人の小規模企業と250人以上規模企業の比較では日本で3.7倍、米国で2.4倍、フランスで2.1倍、ドイツで2.5倍、英国で1.6倍となっています(2008年)。これらの国では、企業規模による差は日本ほど大きくはありません。当然下請型ではなく、自社の最終商品生産が主体です。

これら国の場合、大手製造業は、基本的に日本の下請け型企業が生産している加工等は自社内で実施することとなります。結果として、大企業製品の価格競争力は弱いものとなります。

日本国内の多くの大手企業が生産拠点を海外に移す中、従来これら企業の下請けとして一部工程を受注していた企業は、自社で新分野を開拓できなければ、その存在が難しくなる状況に追い込まれています。

高い付加価値額を維持できる“根源”を明確にし、その力を発揮できないならば、これまでの高付加価値は維持できません。



## 優れた単工程技術の生存をかけて

このような単工程の高度な加工技術を持つ企業を取りまとめて、世界を目指す企業があります。

従来の大手企業が実施していた自社商品向けの発注でなく、それら加工技術を必要とする世界中の企業からユニットや部品を受注し、それら企業へ発注し、取りまとめるビジネスモデルです。

京都のゼネラルプロダクション株式会社です。

この企業は関西地区の高度な単工程の加工技術を持つ、その分野の日本一、若しくは世界トップレベルの位置にある中堅・中小企業をまとめて、最高品質の部品又はユニットを世界中に販売しています。

単工程を受け持つ中堅・中小企業の生き残り策として注目されます。



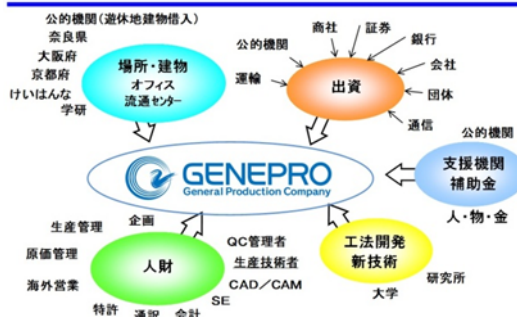
日本の中小製造業のビジネスモデル転換も進んでいます。

単独では、生き残りが難しい場合でも、連携することにより、進路が見える可能性は多くなります。

## ゼネラルプロダクション株式会社

産官学、金融機関が協力し合っものづくり世界一の日本を守るとの目的で設立された会社です。

ゼネラルプロダクション株式会社 体系図



## ゼネプロ会社の商流



ゼネラルプロダクション株式会社HPより

(有)関西中小企業研究所

大阪府泉南郡岬町淡輪1694-85

電話: 072(486)5182

FAX: 072(474)3607

電子メール: ksmr@rinku.zaq.ne.jp