



委員長 **岩田 彰一郎**

アスクル
取締役社長 兼 CEO

1950年大阪府生まれ。1973年慶應義塾大学商学部卒業後、ライオン油脂(現ライオン)に入社、ヘアケア商品開発等を担当。1986年プラス入社、1992年プラスの新規事業アスクルの開始にあたりアスクル事業推進室室長に就任、1997年アスクルの分社独立とともに代表取締役社長、2000年代表取締役社長兼CEOに就任。
2003年経済同友会入会、2004～07年度幹事、2008年度より副代表幹事。
2003年度新規事業創生委員会副委員長、2005年度同友会起業フォーラム委員長、2006～07年度ITによる社会変革委員会委員長、2008年度社会的責任経営委員会委員長、2009年度中堅・中小企業活性化委員会委員長、2010年度観光・文化委員会委員長。

■副委員長 (役職は5月21日現在)

魚谷 雅彦
(日本コカ・コーラ 取締役会長)

木村 剛
(フィナンシャル 金融コンサルタント)

高乗 正行
(トップワンストップ 取締役社長)

近藤 章
(富士火災海上保険 執行役社長CEO)

火浦 俊彦
(ペイン・アンド・カンパニー・ジャパン・インコーポレイテッド マネージングパートナー)

船橋 仁
(アクセル 取締役社長)

委員74名

これまでの中小企業観を転換し
新しい、次の30年のフロンティアを目指す

「中小輝業」を数多く
創出することが必要

日本の経済構造は、戦後60年の成功モデルが限界に近づき、「3代目の危機」を迎えています。現在は、大きな経営変革が求められる転換期です。これまで国の中小企業政策は、「弱者」「守られるべきもの」といった旧来の中小企業観に立った、いわば延命策がほとんどで、新しい方向性や中小企業像を提示しているとは言えません。

自然の生態系では、変化をするものが生き残る原理が働きます。中小企業は、日本の経済生態系の幅広い裾野を形成しており、ここにこそ健全でダイナミックな新陳代謝が必要なのです。次の30年を考えると、今こそ、新たなフロンティアの提示が求められているのです。

事業を興すのは「志」です。粉骨砕身の自助努力を行い、経営者の「志」が組織全体に行き渡り、小さくとも、強く、楽しい、自分の顔を持った中小企業を、提言では「中小輝業」と名付けました。

中小企業政策の新しい座標軸
「文明型」「文化型」戦略を提示

今回の提言では、「中小輝業」が活躍できるフロンティアとして「文明型(純グローバル型)」と「文化型(グローカリズム型)」という2つの新たな座標軸を提示しました。また、政府がそれらを支えるべき共通基盤の整備をするという、「21世紀中小企業ニューディール政策」の推進を強く求めています。

ユニークな技術を持った中小企業は、日本国内にとどまって、国際競争力を維持する「文明型大企業」のパートナーになる道があるかもしれません。しかし、需要に限られる国内市場だけに依存するのでは、根本的な解決にはならないと考えます。グローバル化する元請け大企業と共に、中小企業が海外に打って出る道もあるのではないのでしょうか。例えるなら臥龍昇龍のごとく海外で雄飛する姿です。その際には製品開発力をつけるなど自立度を高めていくまで、政府を含めたサポート体制が求められるでしょう。

一方、日本の文化や地域の特性、歴史などを守りながら、その中から独

自性を追求することで、質の高いサービス産業の新たな領域が創出できるはずで、この領域は旧来とは異なる「まちづくり」にも通じるものがあります。ITを活用すれば、ここから世界に通じる中小企業のフロンティアにもなり得ます。これが「文化型」戦略です。

「文化型」戦略では、観光との相乗効果も期待できます。和のライフスタイルや食文化、地域の特性などを「世界に向けた差別化」として発信します。魅力があるほど、日本にあこがれる外国人など観光客が多数訪れます。地域資源を生かした観光業と、独自のホスピタリティを生かしたサービス産業が結び付けば、好循環が回り出し、そこに集客力のある文化型の成長モデルが生まれるのではないのでしょうか。

自分から新しいことに果敢に挑み、世の中を変えていくことができる中小企業は、中小企業経営者という豊かな中産階級を形成する魅力的な存在にもなります。そうなれば中小企業の未来には、夢とチャンスが溢れます。自ら変わっていく努力を惜しんではならないのです。

中堅・中小企業活性化委員会の提言
17～18ページに掲載