

「バントー」「サンポウヨン」。とあるセミナーでタイ人経営者が習ったばかりの言葉を口々につぶやく。老舗の経営を支える「番頭」、近江商人の经营理念でもある「売り手よし、買い手よし、世間よし」の「三方よし」のことだ。

2月23日、一般財団法人海外産業人材育成協会（HIDA、本部・東京）と大阪市の中小企業支援機関「大阪産業創造館」が同市で開いたセミナーにタイの中堅・中小7社の経営者が参加した。テーマは「日本の長寿企業」。創業125年の製版会社、渡辺護三堂（大阪市）の5代目、宮田玲社長らが講師を務めた。

同社は明治時代に新聞社などに挿絵の彫刻を納めて以来、製版一筋で技術を磨

編集委員
宮内禎一

経営の視点

いてきた。今は段ボール箱やパッケージの製版・デザインが主力だ。社名に創業時の社是「愛情」「技術」「信頼」の3つを謹（まも）る決意を込めた。

1985年のプラザ合意「企業の基本は人の育成。125年で一度もリストラ真一館長は語る。

以降、タイには日本企業が多い。A関西研修センターの宮本真一館長は語る。

1985年のプラザ合意「企業の基本は人の育成。125年で一度もリストラ真一館長は語る。

「三方よし」アジアで共有

をしていない」「人のつながりがものづくりの力になる」「ものづくりは奥が深い」といった宮田社長の話に参加者が耳を傾ける。

タイ産業界では多角化で事業拡大が進む一方、経営者と従業員のつながりが弱まっている。同社は明治時代に新聞社などに挿絵の彫刻を納めて以来、製版一筋で技術を磨

いてきた。今は段ボール箱やパッケージの製版・デザインが主力だ。社名に創業時の社是「愛情」「技術」「信頼」の3つを謹（まも）る決意を込めた。

1985年のプラザ合意「企業の基本は人の育成。125年で一度もリストラ真一館長は語る。

以降、タイには日本企業が多い。A関西研修センターの宮本真一館長は語る。

1985年のプラザ合意「企業の基本は人の育成。125年で一度もリストラ真一館長は語る。

たが、2代目への事業承継が課題になっている。

韓国・中央日報が発行する経済週刊誌は昨年12月、日本や欧州の長寿企業の特集を掲載した。韓国では100年以上続く企業はわずか7社程度。日本の2万7335社（2014年の帝

段の違いだ。同誌は成長を急いだ大規模投資の失敗や相続税率の高さが韓国企業の存続を妨げていると指摘し、技術蓄積のために企業の継続が必要とまとめた。

日本の中堅企業も海外進出が求められる時代。アジアの中にも韓国企業の企業存続への関心に目をつけ、HIDAと大阪産創館はアジアの経営者に日本の経営理念を学んでもらう有料研修を始める。産創館は、HIDAと大阪産創館はアジアの経営者に日本の経営理念を学んでもらう有料研修を始める。産創館は、HIDAは前身の組織も日本の中堅企業と互いに学び合う機会も増えつつある。

日本のものづくりの力は多角化に走らずに力を磨いてきた中小企業の集積に支えられている。アジアで価値観を共有すれば、現地産業の裾野の広がりと安定化につながり、アジアを基盤に成長をを目指す日本の大手にとってもメリットは大きい。アジアで「サンポウヨシ」が広まるのも夢ではないとされる。「拡大より存続」といはずだ。

日本の100年企業に学ぶ

0カ国の37万人に上り、43カ国に71の同窓会があると

いう。同窓会が日本の中

小企業と互いに学び合う

機会も増えつつある。

日本のものづくりの力は

多角化に走らずに力を磨いてきた中小企業の集積に支

えられている。アジアで価

値観を共有すれば、現地産

業の裾野の広がりと安定化

につながり、アジアを基盤

に成長をを目指す日本の大手

にとってもメリットは大き

い。アジアで「サンポウヨ

シ」が広まるのも夢ではな

いはずだ。