

(株)曙産業 会長

大山

OYAMA  
Jiro治郎さんに伺いました

聞き手

芝 和彦  
編集委員[writer] 駒崎 文男  
[photo] 崔 健三

地域の生活環境整備や災害対策には、地元業者の健全な発展が必要。  
地元の土木業者の体質弱体化は、地域にとってもプラスにはならない。

2008年6月19日(木)

(株)曙産業

ものづくりを粗末にする国に  
繁栄はない

「生産者を軽視してはいけない」とのご発言で多くの方の共感を得ておられますが、中小企業のものづくりに関するお考えを改めてお聞かせいただけますでしょうか。

大山——今から15、6年ほど前、価格破壊という言葉が世の中で合言葉のようになっていました。私は価格破壊には繁栄はない、競争はお互いが減じるまで限度がないという考えでした。価格を決めるのは市場の原理であって、生産者が価格を設定するのは生意気だという意見があります。しかし私は20代で独立して以来、常に創意工夫を大切に「同じ厚みで切れるパンスライサー

ケース」「すべらないマジックトレイ」などのロングセラー商品を生み出してきましたが、価格にはこうした創造性の価値を認め、そこに携わった人たちの知恵と汗を評価することがなければダメだと思っていました。

流通業界は、いち早く国内の商品から、中国の安い商品へとシフトしていきました。そのために、地域の製造業が衰退したのですが、流通業界と製造業はお互いに共存共栄であつてこそ、地域の繁栄があるのです。ものをつくる、売るというのも一つの循環社会です。製造業者がものをつくり、商人がそれを市場にもつていき、買っていただき、そのお金を再び製造業者へ循環させる。製造業者はそのお金でまたものをつくる。その循環があつて、地域振興は成り立っているのです。ところが、流通業者が中国へ生産をシフトしたために、結果的には地域にそのお金が下りなくなり、仕事のチャンスを失ってしまいました。ものづくりを粗末にする国に繁栄はありません。

ただ、最近は消費者の安心安全に対するニーズが高まり、逆に安心安全を基に開発してきた日本国内の製品が脚光を浴びています。それはある意味、中小企業の生き残るチャンスではないかと思つています。

また、中国製品は少品種大量生産で、コンテナで運ばなければなりません。国内の中小企業なら市場の要求に応えられる多品種少量生産で、必要な量を必要な分だけ、1日2日待つていただければお届けできます。それは中小企業にしかできない強みだからです。

ものづくりの楽しさを子どもたちに伝えたい

——大山様には教育業界からの講演依頼も数多いと伺っております。教育についてはどのようなご意見をおもちでしょうか。

大山——子どもたちには、夢と希望がいかに素晴らしいか。人間にはそれを実現する可能性が



### 大山 治郎(おおやま・じろう)さん プロフィール

1932年生まれ。(株)曙産業代表取締役会長、(有)曙金型代表取締役会長、燕市文化協会会長。市議会議員を25年経験し、学校、地域PTA、商工会議所、新潟県自治研修所などで講演活動も行う。好きな言葉は「試練も恵みなり」、「すべてに学ぶ」。

あることを教えてほしいと思っています。それから、ものづくりの楽しさです。創意工夫は人間にしかない特権ですから、それをぜひ子どもたちの教育のなかに活かしてもらいたいと思っています。

最近、工業高校、商業高校の廃校が相次いでいます。この地域でも、四つあった工業高校が三つ、二つあった商業高校が一つ廃校になりました。工業高校でのものづくりの楽しさ、商業高校での流通に携わる責任を学ぶ機会はとても大切です。ものづくりに対する子どもたちの関心は高いと思います。新しいことに挑戦したい、新しいものを知りたいという意欲は山ほどあります。実際、ものづくりのことを話していると、子どもたちの目が輝いて見えます。

### 土木業界も柔軟な発想をもってほしい

——景気の低迷や公共事業の減少などにより、地方の建設業者は非常に厳しい状況に置かれています。こうした中小建設業者にアドバイスはありますか？

**大山**——土木に関して、談合など諸悪の根源であるかのようなマスキの取り上げ方には反感を感じています。岩手・宮城内陸地震において、せき止め湖の排水を国交省が行っているという記事が新聞やテレビでも盛んに取り上げられました。が、現実には地域の中小の土木業者の方々が一生懸命やっているはずですよ。

特に、日本は災害国ですから、地域の生活環

境整備や災害対策には、地元の土木業者の健全な発展が必要で、今のような入札制度で採算割れを起こして業者が行き詰まるような状況は間違っていると思います。実際に燕市の監査でも、小規模事業者の応札率は55～65%で、入札資格制限のある大工事の応札は95%前後。小規模業者の赤字受注が目立ちます。地元の土木業者の体質弱体化は、地域にとっても決してプラスにはなりません。ただ、建設業界でも、市場の要求に、自分の能力を順応させているところは伸びていますし、仕事も出てきています。いかにそういう企業体質につくりあげることが大事なのです。

たとえば、しゃもじにご飯がくつくつというのはい昔から常識でしたが、すし屋ですし飯をつくる板使いこんでしゃもじの表面にデコボコができていたのです。そこで、表面をデコボコにした「マジックしゃもじ」を生み出しました。従来は表面をツルツルにするということが、しゃもじの商品価値だと信じられていました。ところがご飯がくつかないといつことでは、まったく逆だったということですよ。お客さんの要望というのは、次の展開のための一番大切な助言であり、ヒントでもあります。物事を決めつけず、柔軟な発想がものづくりに必要だし、多様化する時代のなかで、経営にもその感覚が必要なのではないでしょうか。土木業者もこれしかできないと決めつけるのではなく、時代が変わってきているのですから、柔軟な発想をもってほしいと思います。