

千年、働いてきました —老舗企業大国ニッポン—

野村 進 著

著者は、アジア・太平洋地域、先端医療、メディア、事件、人物論などの分野で取材と執筆を続けている。現在、拓殖大学教授として活躍中であり、第28回大宅壮一ノンフィクション賞等を受賞している。

著者は、プロローグで、「このケータイに創業100年以上の『老舗』と呼ばれる日本のさまざまな会社の知恵が詰め込まれていると言ったら、どう思われるでしょうか。」…と語り始める。

本文の冒頭に、世界最古の現存する企業として紹介される、大阪にある建築会社「金剛組」は、法隆寺創建当時から1400年続いているそうだ。日本には、創業100年を超える老舗企業が推定10万社以上存在するとも言う。

なぜ、日本にだけ老舗企業が多く現存するのだろうか。日本を除くアジアでは、100年以上続く企業が少ない。理由として、国が植民地化され歴史的に不安定であったこと、華僑等では同族主義が強いこと等を挙げる。相対して、日本人は職人を尊ぶことから、技術が代々受け継がれている。さらに、会社を同族内だけで運営するのではない経営に他国との違いがあると言う。さらに、アジアの国々の実情に詳しい著者は、「商人のアジア、職人の日本」という持論を展開する。

著者は、時間をかけ企業を取材し、現在も活躍している老舗企業約20数社を紹介している。その一部を挙げる。

ケータイ、パソコンや自動車など都市鉱山の「宝の山」からレア・メタルをリサイクルでき

るのは、銅山の黒鉱に悩まされながら編み出したDOWAの技術である。

オーストラリアの羊の毛刈りは、もうバリカンではなく、薬剤注射で毛がぼろっと抜ける。これは、ヒゲタ醤油の江戸時代からの発酵技術をハイテク化したものである。

デジタル化された鑄造技術を駆使している永瀬留十郎工場も、135年のデータを元に「鑄物はものづくりの原点」として活躍してきた。

金箔の手法を使ってプラスチックに絵柄をつけるカタニは、伝統技術をDVDや携帯電話の外装に生かす。

世界中の主なケータイに埋め込まれている人工水晶は、戦前の軍用無線機等の技術から、独自の製造技術によって工業化したエプソントヨコムの先端技術である。等々

著者は、丹念な取材によって得た経営者の考え方、ものづくりへの執着、新たな改革などを次から次へと興味深く紹介する。

紹介された企業の多くに会社存続の危機的状況があった。その時経営者はどうするか。会社の持続力はどこから生まれるのか。「私欲を起こせば、家を破壊する」というセラリカNODAの家訓が示すように、老舗企業は、脈々とつながる老舗の精神を生かし、新たな挑戦を続けていくことで生き残れる。ものづくり日本の底力は、このような日本の歴史的なものづくりの文化に支えられ、今日まで受け継がれている。

著者は、あとがきで「木の文化が栄えた日本には、四、五千年前はおろか千数百年前の遺跡すら地上にはほとんど残されていない、だが、その一方で、老舗という文化は、驚くべき質と量を保ち続けている。」と述べる。老舗企業を紹介しながら、日本・日本人論に言及し、日本のものづくりの原点を示す。ものづくりに関わる方々には、大変、興味深く読める一冊である。

(角川書店, 239頁, 705円) (田中 正一)