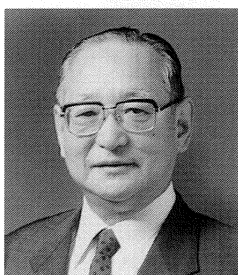


立命館大学 経営学振興会だより

AROS

経営学振興会 創立1周年を迎えて



経営学振興会会長
蟹江 嘉信

びわこ・くさつキャンパス (BKC) に経営学部が移転し、経営学振興会が発足して1周年を迎えることが出来ました。この間、景気は為替の円安、株価の低迷、消費の停滞と、日本経済は大きな変革期を迎え、特に金融、証券界のビッグバンは21世紀に向けて、国際経済社会における生き残りのための競争力を付けるため、諸施策として身軽になる構造改革、不良債権の整理、企業合併、資本提携をし、その上でリストラによる人員整理が行われました。中でもバブル時代の放漫経営により、四大証券の一角である大手や都市銀行の不祥事による大型倒産が起り、日本経済は一段と落込み、マイナス成長へと追いやることとなりました。この間、政府は超大型(30兆円)国費の投入による救済を行い、日本経済の安定を計るべく手を打つも、国民の不信は生活者の消費に対する財布の紐は堅く、消費支出は伸びず、又企業の設備投資、在庫調整は遅々として進まず、経済始動の活力とはなり得ませんでした。

国際経済の中では、米国の一人勝ちと、高成長と高株価により好調を続け、この間、インドネシアやタイ、ロシア、中国に見られた各国の通貨不安は、不況を一段と歩を進めました。しかし、1999年に入り、日本経済も多少落ち着きをみせ、米国株価の1万\$という高価格と、好景気に支えられ、これを受け日本の株価の株安が見直され、日経平均1万6千円台を3月中旬に回復し、多少明るさが見えてきました。これが本格的景気回復につながるのかは未だ時間を要すると思われますが、景気後退への歯止めがかかったと見られています。

この間、経営学振興会1年間の活動は当初の計画に沿い、5回にわたる経営セミナーを開催、毎回多くの受講者の出席を得て盛会に行い得たことは、この不況下の中で経営の困難さ

と現実問題として何を捕らえるべきかを考え、身近かな問題を提起、討論することと会員相互の交流を通して、新たな人材ネットワークをも作ることが出来たものと思っております。

1999年度は、引続きセミナーを核として、企業訪問や現役トップの経営哲学等を聞く場を持つと共に、会員の拡大に一層努力をし会の運営基盤の安定を計って参りたいと思います。

6月には、第2回総会を別記の如く開催いたします。多くの会員のご出席をお待ち申しています。又、本年も安藤教授、千代田教授、松村教授の各先生方のご指導を得ると共に、事務局の一層の協力により会の向上に努めていただくことをお願いし、経営学振興会の発展のために努力して参りますので一層のご支援を賜りますことをよろしくお願いいたします。

1999.6.5 経営学振興会 第2回総会開催

I、第2回総会

日時：1999年6月5日(土)

13時30分～14時30分(受付13時～)

場所：BKCコアステーション2階 大会議室

II、創立1周年記念講演会

会員のみなさまに明るい21世紀をお迎えいただくために、元気印 京都企業の旗手、堀場製作所会長が語る

「21世紀の経営者像」

時間：14時45分～16時30分

場所：BKCコアステーション2階 大会議室

講師：堀場雅夫氏(堀場製作所会長)

III、懇親交流会

時間：17時～18時30分

場所：BKCリンクスクエア1階 カフェテリア

参加費：5000円(当日受付けで申し受けます。)

OB元氣企業めぐり

農林業再生と環境保全の両立を図る 新しいビジネス・モデルの実現にむけて

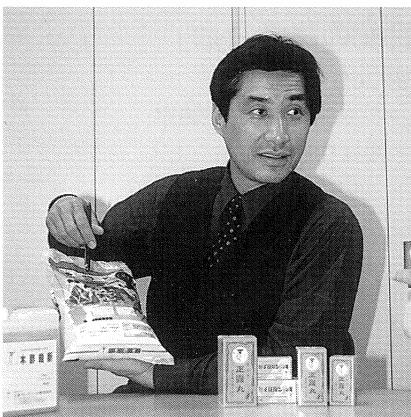
— 大幸クレオソートの柴田社長
(経営、1975年卒)に聴く —

奥村 柴田社長は正露丸の大幸薬品の副社長でもいらっしゃるのか？

柴田 正露丸は「征露」の名の由来のごとく日露戦争の頃から国民的生薬として親しまれてきたものですが、大幸薬品は第2次大戦直後にできた会社です。祖父の代に今の会社になって、私とその三世代目というわけです。これに対して、大幸クレオソートは92年にできた比較的新しい会社です。正露丸の原料のひとつに木クレオソートというのがありまして、長年これを外国の会社から購入していたのですが、あまりに高価になったので、それじゃあ自分のところで作ってやろうと始めたものです。

奥村 いまお話に出た「生薬」というのは、一般の薬とは違うものですか。

柴田 生薬は、「これが効く」という長年の経験から選びぬかれた伝統的薬品をいい、たとえばドイツではハーブ類の生薬が多くありますし、中国では漢方薬が有名です。一般に、動植物、鉱物などの天然素材を混ぜ合わせて作られます。たとえば正露丸は木クレオソート、陳皮（チンピ）、黄ばく、阿仙薬、甘草という天然の草木を粉末にして混ぜ合わせたもので、このうち木クレオソートひとつとってもその中に複数の成分が含まれており、そのため成分的には複合剤にあたります。これに対して、とくに米国の薬学において発展してきたのが「単味剤」です。これは一つの成分でできている薬品をいい、即効性が確認しやすいところに特徴があります。原料はいろいろですが、要するに原料を純化してつくった化学薬品が単味剤です。米国の薬事法では医薬品といえば単味剤をいい、生薬は栄養補助食品とされて効能が謳えないことになっています。正露丸が米国でも医薬品として認められるように研究していますが、複合剤の安全性と効能を立証するのは極めて難しく苦労しています。



奥村 「複合成分の複合作用によって下痢が治る」ということでは済まないというわけですね。

柴田 そうです。単味剤は成分と効能が1対1の関係で証明しやすいのですが、複雑な人体が副作用を起こすことなどは、とりあえず考慮



外におかれています。生薬は因果関係が解ききれない面が残るけれども、副作用なども含めて長年の経験による検証があるとも言えるわけです。欧米で単味剤が主流になったのは、化学や薬学の発展もさることながら、むしろ薬事政策によるところが大きいのではないかと考えています。

奥村 そういえば社長は、本学の政策科学部大学院で、『木材炭化産業を中心とする新産業形態の可能性の検討』という修士論文を書かれ、その中で農林業再生と環境保全の両立を図る構想を打ち出されていますが、ここでもなにか政策的な問題に直面していらっしゃるのでしょうか？

柴田 ええ。大幸クレオソートは、正露丸の原料であるクレオソートを作っている会社ですが、いまこの会社は別な事業にも取り組んでいます。クレオソートは木炭をつくるときにできる一つの副産物なんですが、このときに生まれるもう一つの副産物に「木酢」(モクサク)というのがあります。これが農薬に代わる土壌改良剤として非常に優れており、木炭と木酢をつかって稲を育てると、なかなかおいしいお米ができるわけです。すでに大幸クレオソートでは、こうした農法でつくった米を「木酢米」というブランドで販売しているのですが、これがなかなか通常の米の流通ルートに乗らない。そこにさまざまな問題があります。

奥村 ほう、木材を有効利用して、天然の肥料を使って、おいしい米が作れたら、それは結構づくめのお話ですね。

柴田 それがなかなか、そうはうまくいかないのです。いろんな問題がありますが、まず農業政策面では米ビジネスから企業(株式会社)が排除されています。いまだ旧時代の生産者保護が亡霊のように生きています。株式会社が農業者になれないことになっているのです。また、品質にもとづくブランド管理がありません。いわゆる「産地米」ブランドというのは、あちこちの田んぼでいろんな農法でつくられた米をブレンドしたもので、一定の農法による一定の品質を充たすものではないわけです。そういう流通の仕組みになっているため、品質管理の発想もなく、工業的に見たブランドというものが成立しません。したがってまた、一定の品質基準に基づく生産契約も成り立たない。これでは、環境保全のような高

付加価値のビジネスが成立しません。ここにも増産一本槍の旧時代の農政が生きているわけで、農作物に付加価値をつける努力が検討されていません。林業もしかりで、一方で林業経営の危機がいわれ補助金でなんとか支えているのにも関わらず、木材炭化事業や木質関連製品の研究が十分に行われていません。現状では日本の森林を間伐しないままに放置することになり、流土による森林の崩壊が心配されます。私の構想だと、環境保全のサイクルをつくりつつ農林業の再生が各地で行えるはずですが、旧時代の農林業規制に妨げられている点が少なくありません。

奥村 なるほど、そういう点が、NHKの番組『クローズアップ現代』が注目した点ですね。技術的なブレークスルーというよりも、むしろ政策的ブレークスルーこそが重要だと。

柴田 ええ、今日では環境保全や安心安全という目標があらゆるところでいわれながら、農業や林業でそれを独自に追求しては経営が成り立たない。経営的自立が図れるように、品質を認証したりブランドを管理する機関をつくる、あるいは試験研究をする機関をつくるなどの政策が必要ですが、役所からはそういう政策的構想ができません。ここに今日、政策科学の重要性がいわれるゆえんがあるのではないのでしょうか。また、新しいビジネスをつくるという経営学の課題も、旧時代のビジネスモデルと規制の枠組みをどう変えるかということに関わっているのではないのでしょうか。

奥村 なるほど、それは「ビジネスを発見し、ビジネスを創造する」という経営学の課題でもありますね。本日は実に興味深いお話を伺い、大いに刺激をいただきました。最後に、経営学振興会にご加入していただくにあたり、私どもの活動に一言ご要望なりをいただきましたら。

柴田 どんどん、いわしてもらいまっせ！

閉塞状況を打破する 企業家輩出をめざして

一立命館大学経営学部の最近の動き一

経営学部では本年4月から、びわこくさつキャンパス（BKC）において「企業家養成コース」を開設しました。そのめざすところは、今日の閉塞状況を打破できるような若くて威勢の良い企業家を養成することです。もちろんビジネスマンにとっても企業家精神は欠かせません。とりわけ現在の日本企業が置かれている苦境に鑑みて、開設されている科目はビジネスマンをめざす人たちにも有用であると考えています。

「企業家養成コース」の科目は夜間に開講されますが、昼間に開講されている科目でも受講できる、いわゆる昼夜開講制を採用しています。だから、社会人となってももう少し経営学の勉強をしようと考えている人たちが主として夜間に受講するとともに、時間があれば昼間の科目も受講できるという便利さがあります。

本コースでは、従来の経営学・会計学・商学諸科目の他に、企業家論、事業計画論、資金計画論、インターネットビジネス論、ニュービジネス論などの科目を開設し、企業家として必要な基礎的、実用的素養を学んでもらおうとしています。従来から経営学部ではオーナー経営者の子弟がかなり入学していました。彼らにとっても有用なコースであると自負しています。

いずれ経営学振興会の皆様にも、自らの事業経験を講義のなかでお話し願えないだろうか、などと考えています。立命館大学出身の企業家をもっともっと輩出できないのか、それによって地元経済を活性化できないか、ひいては日本経済復活の起爆剤になることはできないか、そういう思いを込めて新たなコースを開設したのです。今後とも経営学振興会の皆様のご理解とご協力をお願いしたいと思っております。

シリーズ

会社紹介

Vol.2

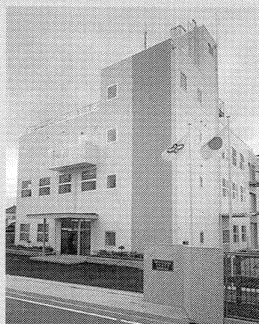
中沼アートスクリーン株式会社

スクリーン印刷技術＝暮らしを快適にする技術

スクリーン印刷技術は、私達の身の周りのいたるところで活躍しています。携帯電話機を小型軽量化・高性能化したのも、液晶ディスプレイを汎用化したのも、これから夢の壁掛けテレビを一般家庭に普及させるのも、スクリーン印刷技術の大きな功績であり、使命です。

ヴィジュアルなイメージ表現から「機能」を印刷するファンクショナルユーズ迄、様々な業界・分野で利用されている、あらゆる「ものづくり」「商品化」に欠かすことの出来ない技術です。

当社は独自の画像処理技術、製版技術、スクリーン印刷技術を「ものづくり」「商品化」の総合的なソリューションとして、今後とも技術的限界を追求し続けて参ります。



久御山工場・プリンティングセンター

営業品目

スクリーンマスク・メタルマスク・フォトマスク・スクリーン印刷応用の受託開発

会

社

紹

介

創業	昭和29年3月20日	会社設立	昭和35年12月6日
資本金	45,000,000円	年間売上高	2,450,000,000円
代表取締役	中沼 壽	従業員	140名
所在地	本社 / 工場	京都市右京区太秦安井奥畑町23-8	
		TEL	075-841-9301
東京営業所	東京都千代田区飯田橋3-11-13		
大阪営業所 / 工場	東大阪市友井5丁目6番41号		
マイクロスクリーン工場	京都市右京区西京極北庄境町80		
久御山工場	京都府久世郡久御山町島田江の口40		
技術開発研究所	京都市右京区西京極北庄境町77		



1998年度 経営学振興会セミナーの内容

1998年度は合計5回のセミナーを開きました。その概要は以下の通りです。

第1回セミナー (1998年6月28日)

「ビッグバンと日本人、そして日本企業の経営戦略」

立命館大学経営学部教授 松村勝弘氏

ビッグバン時代を迎え、市場原理万能論が跋扈しているが、果たして日本人は、そういった市場原理に親しめるのか、という立場から話された。また、企業経営の立場からいえば、市場に従ってはいは儲からない、他社との差別化、したがって他社に追随を許さない仕組みを作り上げ、言い換えれば市場を機能させないことが利潤の源泉であることが指摘され、これを経営戦略論では「見えない資産」と呼ぶとされた。また、従来の日本的システムの代表事例である「系列」やネットワークなどはそういった「見えざる資産」の典型であり、我々経営学振興会も、そういった一つのネットワークとして機能させるべきであると主張されました。

第2回セミナー (1998年8月22日)

「イギリスのビッグバンと日本株取引」

立命館大学国際関係学部助教授
代田 純氏

イギリスのビッグバン、つまり証券自由化はイギリス株が自由化されたアメリカで取り引きされるようになってイギリス市場が空洞化しこれをイギリスに取り戻すために1986年に行われたこと、またロンドンのビッグバンが成功した理由に、貸株が活発であるということがある。つまり、売りからはいる投資家が多いということなのである、といわれました。現在の日本では今度は日本株取引がイギリスへ逃げ出していること、すなわち誰が日本株をロンドンで取り引きしているかという、どうやら事業法人の特金解消がらみが多そうであること、日本の証券手数料自由化はこのあたりからも必要になっていること、ということが話されました。

第3回セミナー (1998年10月31日)

「儲けなくて経営といえるか、現場発元気情報」

(株)日本経営研究センター代表取締役社長 服部吉伸氏

厳しい不況の折から、これを乗り切る「秘策」はあるのかという聴衆の切実な思いにストレートに答える講演でありました。「秘策」は言葉で言えばまことに簡単なことで「基本に忠実」ということなのですが、これの実行がじつは大変難しいことである、そういうことを話されました。要は、戦略(これを課題と言い換えても良い)のある企業は強いし、これが予算のレベルまで落とされ、かつ、トップダウンではなく下の方から上がってくるのが望ましいし、つまりやる気と対策の裏付けのある予算が必要だといわれました。その他、会議決行、「がんばれ」はだめ、売り子ではだめ、営業マンであれ、「頭がよい」は役立たず、「売上を取るか、利益をとるか」は愚問、「原因をつかまず対策を立てることを『とんちんかん』という」などなど大変興味深いお話がありました。

第4回セミナー (1998年12月5日)

「日本版ビッグバンと保険業」

立命館大学経済学部教授 古瀬政敏氏

1997年6月の保険審議会報告において橋本首相の指示に基づいて議論された、日本版ビッグバンの保険会社版ができました。これが法案化され98年6月に金融システム改革法として成立し、98年12月1日から施行されています。そこでは銀行の窓口での保険販売が認められるなど、そうでなくても、厳しい環境におかれている保険会社、とりわけ生保が支払保証制度の後ろ盾を得ながら、今後いかに進むべきかが話されました。保険会社は、遺族保障(死亡保障)から生・損保を含む多面的な生活保障へと向けて新たな保険商品を開発していく必要があります。また、高コストの営業職員チャネルを整理統合し、総合金融機関戦略をとるかニッチ戦略をとるか戦略を明確にする必要がある、と話されました。

第5回セミナー (1999年2月27日)

「誰でもわかる倒産確率—営業マンも必須の倒産指数」

同志社大学商学部助教授 松本敏史氏

これまでの経営分析指標のデメリットを克服し、簡便でかつ有効な指数を開発できないかと知恵を絞って試行錯誤の結果、一応の完成を見たものが「倒産指数」です。その場合の視点は、収支比率だけ見えていても倒産を早期に予測することはできないということです。倒産は最終的には支払資金の不足によって発生します。しかしそこに至るには企業の体力が徐々に低下し、病に陥り、重体、危篤、死亡に至るプロセスがあります。倒産を早期に予測するためには企業の体力を総合的に診断し、観察を続ける必要があるわけです。倒産指数はこのような観点から構成されています。貸し渋りがおこる以前には、倒産指数が0.8台で倒産した上場会社はありませんでした。大体0.6台で倒産したものです。もちろんきわめて例外的なケースもあります。日活など0.54まで生き残りました。ところが最近では、倒産が早まっているようです、などなどきわめて興味深いお話がなされました。

このうち、第3回～第5回セミナーについては、その講演内容を収録したビデオテープを頒布(3,800円)しております。ご利用下さい。お問い合わせは経営学振興会事務局にご連絡下さい。

編集後記

ようやくアクロス第2号の刊行にこぎつけられました。編集作業が年度末・年度初めの繁忙期にかかりましたので、必ずしもスムーズに進んだわけではありませんが、何とかこぎつけられたというのが実感です。金融危機をきっかけとして不況が深刻化しています。不況は好況に至る通過点としてやむをえないものともいえますが、果たして適切な政策が打たれたのか問題なしとしないと思いますが、この1年、私たち振興会は不況の中でもこれを元気に乗り切るための知恵を絞ったのではないのでしょうか。いよいよ2年目を迎えます。ますます元気になるような企画を考えていきたいと思っています(M)。

