

「モノづくり」という言葉が頻繁に聞かれるようになったのは、ここ10年くらいだろうか。モノづくりには単なる「製造業」を超えた意味があるようだ。常に「カイゼン」を加えて製造工程が進化する日本型経営を示すことがある。日本独自の職人技の部品メーカーを指す場合もある。日本の伝統工芸などの技術の貢献も大きい。

日本のモノづくり

東京大公共政策大学院副院長 伊藤 隆敏



伊藤 隆敏
副院長

日本企業は、自動車や家電製品などでは欧米で発明されたものを、より安く、より小型に、より

故障が少ないものにして、世界でシェアを伸ば

してき

た。工作

機械の会

社や部品

メーカー

の多くが、世界一の技術や生産制度を持ち、組み立て産業を支えてきた。

モノづくりの世界では

品質や信頼度（故障の少な

さ）は、客観的に測定

できる。良いものをつく

れば消費者の支持を得られる、という経営理念が日本企業の成功を導いてきた。

しかし、いま変調が起

きている。第一に、日本

がたどってきた「より安

く、より良いものを作る」

というキャッチアップ型

進歩が、日本ではなく、

韓国や中国で起きてい

る。電機や自動車での追

い上げはすさまじい。

第二に、多くの日本の

組み立て工場が海外に移

転してしまった。日本で

は賃金や税金などが高

く、採算が合わなくなり、

海外移転したのだ。しかし、これは日本型経営が外国人労働者を雇っても成功する、という普遍性の証明にもなった。

第三に、高い技術力を

持ちながら何らかの理由

で経営に失敗したところ

には、海外資本からのア

プローチがある。特に中

国企業が手っ取り早く技

術を手に入れようと、日

本企業の買収に熱心だ。

今後日本のモノづく

りは生き続けるだろう。

問題はそれが日本国内で

行われなくなる可能性が

高いことだ。