

## 〔中小企業の目〕（兵庫）

# 新しい異業種交流会を目指して

渡 邊 修 司  
（アイケー電機株式会社）  
代表取締役社長



現在、日本に中小企業組合がどれくらい存在するか？みなさんをご存知でしょうか？  
約38,000組合が存在します。同業種により構成される事業協同組合・市町村など地域内の商  
工業者により構成される商工組合・商店街振興組合・企業組合・大手小請け企業組合・・・。  
全国の中小企業・小規模事業者が組合に加盟され、活動されていることと思います。  
そのような中、多くの組合や業界団体が、会員の減少・事業の廃止・後継者問題等で頭を悩  
ませています。

元々、中小企業は規模が小さく、資金調達や販路開拓、人材確保といった点で様々な課題を  
抱えています。個々の資本力・企業努力ではその諸問題を克服するには厳しいものがあり、そ  
の足りない部分を補完するために組合は設立されました。そして、目的を同じくする中小企業  
経営者の多くが各団体に加入されてきたと思います。

しかし今、高度経済成長を経て、中小企業を取り巻く環境には急速・多様化という変化の荒  
波が押し寄せています。

この環境変化により、会員から中小企業組合に期待するニーズも変化し始めました。

共同生産・共同購買・共同受注・組合金融事業から市場開拓・販路開拓・情報入手・人材  
育成・研究開発へとシフトしています。

また、1999年（平成11年）の中小企業基本法改正により、それまでの中小企業と大企業と  
の格差是正に基づく支援策から個々の成長発展に資する支援を強めた国の施策へと大きく様変  
わりしました。

これだけの変化の中、各種中小企業団体の目的や存在意義も変わり始めています。その存在  
意義にズレを生じさせたまま活動していれば、活動内容も会員数もジリ貧になることは当然の  
結果と捉えるべきです。

では、新たな目的、存在意義とは？

ここに“中小企業間連携”または“中小企業間クラスター形成”を旗印に新たな価値創造に挑戦  
する団体の取組みを紹介させていただきます。

その団体名は兵庫県中小企業青年中央会と言います。

青年会ですから、その親組織として兵庫県中小企業団体中央会が存在します。

中央会は各都道府県に存在し、全国組織化された団体です。兵庫県の親会は県下674組合

を会員とした団体であり、青年中央会には兵庫県下35組合の青年部が所属しています。

各組合の支援、例えば共同受注・共同購買と言った前述の事業を支援している場合から、第二創業を含めた創業支援に至るまで様々な支援を行っています。

ですが、ニーズの変化に対して支援内容も変化し始めています。

その中で、兵庫県中小企業青年中央会は“親睦団体からの脱却”を目指し、新たな取り組みとして『Hyogo-UBA (United Business Association)』として生まれ変わり、メンバー間での商取引（メンバーシップビジネス兵庫）の拡大を目指しています。

支援事業を受けるという受身の姿勢だけで無く、会員同志の連携と取引をきっかけに自らが市場作りを手掛ける。この取り組みに挑戦し始めました。

日本の中小企業は全体の99.7%を占めています。その、人脈と資金の経済効果は非常に大なるものがあります。冷静に考えれば、その中小企業が所属する団体同志のクラスター形成を確立することが出来れば、その効果は99.7%に見合った数字を弾き出すと考えられます。

兵庫県立大学大学院の佐竹隆幸教授も提唱されていますが、産業クラスターは地域や大企業だけでなく、中小企業間でも作り上げることは出来ると考えています。そして、その構築にはしっかりとコア企業であったり、責任あるかつ積極的な事務局体制が不可欠であります。そして、そのキーマンのコーディネート力と発想力に成功の鍵があるのではと考えられます。

この産業クラスター・市場を構築し、中小企業間でお金を回す仕組み、中小企業の地産地消、それこそがメンバーシップビジネスの発想です。

当然、今までに多種多様なこの様な取り組みは行われてきました。

しかし、各団体によくある話として『商売の話は御法度』『一時的な営業で荒らされる』『なかなかマッチングする機会は・・・』と言った声もよく聞かれます。

そこに、組合員・青年部メンバーと言うステータスと信頼関係を一定の縛りとし、市場作りを目指した活動に特化する。そして選択対象としての取り纏め機関として組合の存在価値を見出す。また、その情報を集約し、コーディネートする機関として『Hyogo-UBA』を起動させる。再度述べますが、積極的な事務局のコーディネートと商取引に繋がる人脈作りとシステムの構築が活動成功の鍵を握っている訳です。現在、兵庫県中小企業青年中央会Hyogo-UBAはこの取り組みに特化し、新たな価値の創造に挑戦しています。

組合組織のメリット、そしてその組合組織を束ねる中央会、このツールと中小企業の産業クラスターを重ね合わせれば、新しい中小企業連携と価値観が見えてくると確信しています。

お陰さまで、年間取引額1億円を突破しました。

まだまだ限られたメンバーの中での取引ですが、メンバー間で急速にその拡がりを見せ、新たな会員増にも繋がり、商売だけでなく各団体の活動を共同開催や相乗りという形で始めたり、情報交換（時には家族旅行の企画にまで）を積極的に行う段階まで来ています。

メンバーシップビジネス、今まで当たり前のように思われていた仕組みに新たな感覚を導入し、これからの中小企業の新たな活路を見出す取り組みを行っています。

未だこの挑戦の道半ばではありますが、この取り組みの成功の先には中小企業の固定概念を少しは崩すことが出来るのではと思っています。そして、日本経済における中小企業の新たな貢献の形を模索していければ、そのプロセスこそが青年部活動の成功ではないかと思っています。