

〔研究ノート〕

中小企業の事業戦略とネットワーク¹⁾

東新プラスチック株式会社のケース

松 島 茂

1. はじめに

ネットワークを「共通の目的のために、「組織」の限界を超えて、公式・非公式を問わず、メンバーシップが限られた中で、意識的に調整された2人以上の人間の活動や諸力の体系である（西口敏宏2003）と定義すれば、中小企業者はさまざまなネットワークに多重的に参加しているといえる。

例えば継続的な取引関係も中小企業が参加するネットワークもその一つである。しかし、その内容を検討すれば、必ずしも一様ではない。下請取引のような「垂直的なネットワーク」もあれば、仲間取引のような「水平的なネットワーク」もある²⁾。中小企業およびその経営者は、このような取引関係を通じて外部から情報を取り入れ、外部の経営資源を活用しているのである。

また、多くの中小企業者は、取引を伴わないネットワークにも参加している。例えば、同業者組合などの同業者の団体、商工会・商工会議所などの地域の商工業者の団体などもこのタイプのネットワーク³⁾である。最近では、これら以外にも主として情報収集、相互研鑽を目的とする任意のネットワークも数多く形成されるようになってきている。

中小企業者が上に述べたようなさまざまなネットワークの中のどれを選択するかは、どのような外部資源に対して、どのようにアプローチするかという選択であるから、ネットワークの選択は経営戦略と密接な関係があるといえる。

本稿では、具体的に八王子でプラスチック成形・加工業等を行っている東新プラスチック株式会社（以下、「東新プラスチック」という。）のケース⁴⁾に即して、同社の事業戦略の変遷の中でどのようなネットワークに参加し、それを活用して

いるのかについて検証を試みる。

2. 東新プラスチックの会社概要

同社のホームページによれば、会社概要は以下のとおりである。同社は、資本金規模、従業員規模からみれば中小企業基本法の定義上の小規模企業に該当する企業である。しかし、取引関係を見ると現在では数多くの企業と取引を行っており、特定の企業との取引依存度が高いということはないようである⁵⁾。

設 立：1964年 7月21日

資 本 金：1,638万円（2006年 3月現在）

代 表 者：代表取締役 高橋誠氏（1965年 8月28日生まれ）

会 長 高橋巍氏（高橋誠氏の父、先代の社長）

従 業 員：21名（男子11名、女子10名（パートを含む。）

事業内容⁶⁾：合成樹脂成形加工
金型の設計・製作
電子機器製造販売
ユニット納入
絶縁材料販売
合成樹脂原料販売

主 材 料：ABS, PC, PBT, PA, POM, 46ナイロン, 66ナイロン, PPS

事 業 所：本社工場 = 東京都八王子

主要工場⁷⁾ = 山梨県上野原市秋山

売 上 高：8億円（平成17年度目標）

主要取引先：KYB トロンデュール株式会社

株式会社アスカエンジニアリング

アツデン株式会社

ウエルコ株式会社

ウエルストーン電子工業
 エコー電子株式会社
 株式会社大田計器製作所
 株式会社オーディオテクニカ
 オーデリック株式会社
 オムロン株式会社
 京セラケミカル株式会社
 株式会社サンキョー
 蛇の目ミシン工業株式会社
 ダイトー化成株式会社
 株式会社谷口電子
 ティアック株式会社
 テーケイアール株式会社
 テージーケー株式会社
 東京熱学株式会社
 日本ドナルドソン株式会社
 日本マランツ株式会社
 パルスモ株式会社
 フォスター電機株式会社
 株式会社プリモ
 株式会社マキタ
 武蔵エンジニアリング

(50音順)

3. 会社の沿革と事業戦略の変遷

高橋誠氏へのインタビューによれば、東新プラスチックの沿革と事業戦略の変遷は以下のとおりである。

3.1 東新プラスチックの設立：1964年

高橋誠氏の祖父は、戦前に長野県安曇野市（旧堀金村）から八王子に出てきた。祖父はもともと片倉製糸に関係のある人物であったことを同氏は聞いている。祖父は八王子に来てから片倉製糸で働いていたが、戦後、第一火災海上保険相互会社の設立に関わった⁹⁾。その後、八王子で保険代理店の東新興業を設立した。

高橋誠氏の父親である高橋巍氏は、1938年生まれである。祖父が自分の会社に三親等、四親等の親族は雇わない方針であったため巍氏は祖父の会社に勤めることができなかった。そのため、いったんは証券会社に勤めたが、1、2ヶ月後に祖父

が断りに行って辞めさせられてしまったと巍氏から聞いている。

高橋巍氏は祖父から「これからは、プラスチックの時代になるから、お前はプラスチックをやれ」といわれて、1961年に祖父の経営していた東新興業の一部門として、プラスチック成形事業を始めることになった。その当時は熱硬化性樹脂であったが、後に熱可塑性樹脂に変わってきている。この部門は、1964年に東新興業の姉妹会社として独立して、東新プラスチックとなった。

3.2 設立当初：プラスチックの部品加工と「垂直的なネットワーク」の構築

会社設立当初は、プラスチックの一次成形加工の仕事が主体であった。例えば、日本圧電機（現在のアツデン株式会社⁹⁾）から金型をもらって、それで成形加工をしていた。また、蛇の目ミシンからモーターのカバーの仕事を受注していた。

当時は、成形加工の発注は完成品メーカーから一次成形加工業者に直接されるが、金型は完成品メーカーから金型専門業者に発注され、そこから一次成形加工業者に金型が渡された。しかし、金型専門業者の作る金型はそのままでは使えないものが多く、一次加工業者で修正を加えながら成形加工をおこなっていた。「型屋の仕事を半分、ウチでやっているようなもの」（高橋誠氏）であった。このため、東新プラスチックのような一次成形加工業者は利益が上がった。「1週間で1ヶ月分の給料がでるくらい」で、当時、外国旅行が一般的になかった時代にハワイに社員旅行に行くということもあった。また、孫請、曾孫請もたくさんいて、これらの協力工場も結構儲かっていた。高橋巍氏は営業に熱心で、完成品メーカーから直接に多くの仕事を集めてきた。そして、問屋商売のように仕事を協力工場に出していた¹⁰⁾。

八王子は、織物の町である。設備廃棄で織機を廃棄した後で小規模なプラスチックの成形業者になったところが数多くあった。祖父は保険をやっていた顧客に機屋が多かったが、設備廃棄をする機屋にプラスチック成形機を持つように働きかけていたようであると高橋誠氏は語っている。このようにして1台、2台のプレスチック成型機をもって転業した小規模なプレスチック成形加工業者

が東新プラスチックからの発注先になっていった。

3.3 プラスチック部品加工から完成品のOEM生産も兼営

高橋誠氏はメーカー志向を持っていて、部品加工にとどまらずに完成品の製造に向かいたいと考えていたようである。倒産した完成品メーカーの技術を技術者ごと自社に受け入れて、自社で製品開発も行っていった。一時期は自社でマイクロフォンやヘッドフォンをOEMで製造していた。また、フォスター電機に「飛び込み」営業をかけて、マイクロフォンの仕事をとってきていた。同社の技術力は相当な水準に達していたようで、ウォークマンの発売の直前の時期にソニーの技術者が「ウチの音よりよい」といったこともあると高橋誠氏は語っている。

1970年代後半から80年代前半にかけては、韓国企業でヘッドフォンの委託生産を行っていた。しかし、その会社が火事で焼けてしまって、ヘッドフォン製造のノウハウがすべて消えてしまった。本社に生産ノウハウの蓄積をしていなかったため、ヘッドフォンの製造事業を再び立ち上げることができなかった。東新プラスチックは、元のプラスチック成形加工業中心の業態へ戻っていくことになった。

3.4 金型の内製と外注

1980年頃になると、金型の一部を徐々に内製するようになった。1981年には、自社製の金型は50%程度になっていたため、金型職人を雇って自社内に金型部を作った。しかし、金型職人の給与体系はその他の現場技能者のそれと異なることもあって、社内に同部門を抱えることが難しくなった。そのためまもなく金型部を分離して東新金型という別会社にしたが、それでもうまくいかずにその代表者に据えた人物は辞めた。

金型は得意、不得意があり、東新金型一社で自分のところで使う金型をすべて作るというのは、うまくいかない。多くの協力企業を持って、それぞれに得意な金型を外注するというやり方のほうが合理的であると考え、現在では外部の金型専門業者¹¹⁾をネットワークの一員として加えて、そこに発注している。

3.5 高橋誠氏の入社：1991年

東新プラスチックの現在の社長である高橋誠氏は、1965年に生まれた。日本大学第三高等学校を卒業して足利工業大学機械工学科に進学し、1989年に同大学を卒業している。大学進学の前直前に急に経営工学科に志望を変更したが、同科は内部進学希望者が多くて志望は叶わなかった。一年間浪人したが、受験勉強に身が入らず、どこの大学も合格がおぼつかなかった。そのとき、群馬県の中央電子の協会の仲間を通じて父親が親しかった人が、足利工業大学を薦めてくれたのでそこに入学した経緯がある。

高橋誠氏は、卒業後に当時、伸びていたインターニクス株式会社(本社：東京都新宿区西新宿6-5-1、設立：1970年9月14日、資本金：11億5316万円、従業員：265名、業務内容：IC・半導体、電子部品及び電子機器の販売。同氏が入社した当時は非上場であったが、2000年に店頭市場に上場、2003年に東証第二部に上場している。)の自社開発部門に入社して、ソフト開発などの業務に従事した。

高橋誠氏は、同社に2年間勤務した後、1991年4月に自らの意思で父親の経営する東新プラスチックに入社した。入社後は、1ヶ月の工場研修を経て、営業担当としてフォスター電機、蛇の目マシン、オーディオテクニカ等を回った。また、社外の活動としては、八王子青年会議所に参加して同世代の二世経営者と知り合う機会を得た。

3.6 入社当時の主要取引先：フォスター電機

1991年から1993年にかけては、まだ世間はバブルに踊っていた時期であった。当時は、オーディオ、事務機器の部品の仕事が多かった。蛇の目マシンは富士ゼロックスのOEMで事務機器を作っていたが、その部品の仕事が蛇の目マシンから入っていた。

最も受注の大きかったのは、フォスター電機(本社：昭島市宮沢町512番地、資本金：37億7千万円、グループ従業員：26,245名、事業内容：スピーカーおよび音響機器・電子部品の製造、販売。東証一部上場企業。)であった。当時のフォスター電機への毎月の売り上げは、6000万円から7000万

円にも上っていた。

フォスター電機は、ソニー、アイワ、クラリオンの OEM 生産を日本で行っていた。同社の中国での生産拠点（2002年10月、広州に広州豊達電気有限公司を設立。）を設立する前であった。同社がシンガポールに生産拠点を作ったとき（1972年、フォスターシンガポール設立。）に東新プラスチックにも一緒についていけないかという話はあったが、同社は海外に出て行かなかった。

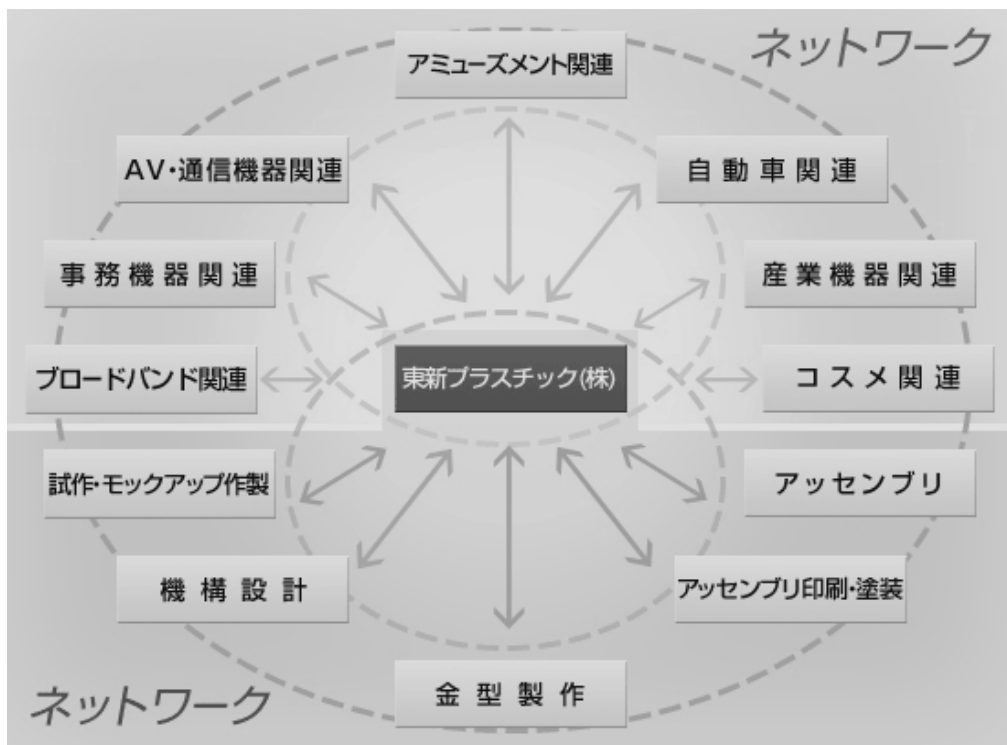
フォスター電機は、まずスピーカーの生産拠点を海外に移した。マイクロフォン、ヘッドフォンの生産は、しばらくは大分工場に残っていたが、次第に海外シフトが進んでいった。これに伴って同社のフォスター電機への売上が数百万円単位で減少していった。また、フォスター電機の仕事を他の会社に取りられたこともある。材料供給業者が自分で金型を作って、同社にとってのライバルになっていったケースもある。

3.7 高橋誠氏の社長就任と新しい事業戦略「水平的なネットワーク」の構築

バブル崩壊の前に東新プラスチックの業績は急降下していった。先に述べたように従来の最大の受注先であったフォスター電機が生産拠点の海外移転に伴って同社からの受注が減少したことが大きな原因であることは間違いない。

2000年に社長に就任した高橋誠氏は、金型が支給されて射出成形だけをするという従来型の仕事のやり方ではプラスチック成形加工業は成り立っていないと考えた。図面から自ら金型を起し、成形するという一貫した仕事をするのが成形加工業の本来の姿であるというのが彼の考えであった。

例えばフォスター電機の協会の仲間はさまざまな業種が揃っている。いわば、様々な技術の固まりである。いままではこの仲間の中で仕事が「まわる」ことはなかったが、東新プラスチックがまとめてやってきたいと考えた。



(出所) <http://toshin-plastic.co.jp/network/index.html>

図 東新プラスチックの業務ネットワーク

そこでネットワークの図を書いてホームページにのせた。そこには、「長年培ったノウハウとネットワークを生かし、樹脂部品に捉われず付随するすべての可能性の実現を目指します」と書かれている。この図の上半分、すなわち東新プラスチックとブロードバンド関連、事務機器関連、AV・通信機器関連、アミューズメント関連、自動車関連、産業機器関連、コスメ関連との間の は、東新プラスチックはそれぞれの関連企業からの受注実績を有していることを示している。また、下半分、すなわち東新プラスチックと試作・モックアップ作製、機構設計、金型製作、アッセンブリ印刷・塗装、アッセンブリとの間の は、受注の内容によっては東新プラスチックの持っていないさまざまな機能をもっているネットワーク関係にある企業を動員して受注内容を完遂する能力があることを示している。

NC ネットワーク¹²⁾のミニ版のような構想であるが、高橋誠氏はこれを1990年代の半ば頃から考えていたという。さらに2000年に高橋誠氏が社長に就任してから、この方針を明確にしてきている。高橋誠氏は「ネットワークの中心となる注文の受け手は、図の下半分のネットワーク関係にある企業のどこの企業がやってもよい¹³⁾。しかし、できるなら東新プラスチックが中心にいたい。そういう考え方で、発注企業からはどんな図面でももらってくることにしている。」と語っている。また、高橋誠氏はネットワーク企業間も単なる紹介から取引関係のネットワークへと変わっていかねば、生き残っていけないと考えている。

このようなやり方で、2003年にパチンコ機械メーカーのサミーからパチンコ台のフレームを受注した。東新プラスチックが中心になり、照明器具メーカー、ヘッドフォンのバンドを作っていたスプリング・メーカーに部品を外注して、それをユニットに組んで出荷した¹⁴⁾。3ヶ月間に10万台を出荷した。

同様のやり方でやっているのは、日本ドナルドソンからの自動車部品（エアクリーナーのインディケーター）である。日本ドナルドソンとの取引は2001年から始まっている¹⁵⁾。受注した当初は材料の有償支給であったが、現在では材料を東新プラスチックが自己調達することになっている。し

かし、自己調達に移行した当初は材料の購入先は有償支給のときと同じところから同じ条件で調達したため、部品在庫、管理工数は増大して東新プラスチックのキャッシュフローは悪くなった。そこで、ネットワークの中から元の調達先よりもより安価に調達できる企業を見つけて、そこに置き換えていった。

3.8 小括 事業戦略の転換と取引ネットワークの選択

高橋誠氏が社長であった時代には、東新プラスチックはフォスター電機等の特定の顧客から特定の製品（半製品）を受注し、生産していた。受注活動は積極的に行われていたようだが、それも自社の設備および生産能力を前提に行われていたものと推測できる。また、受注量が増えて同社の生産能力を超える場合には、垂直的なネットワークを利用してそれに対応する戦略をとっていた。特定の顧客の数、特定の製品（半製品）の種類に変動がある場合には、そのつど垂直的なネットワークを組み替えて対応していったにせよ、その頻度はそれほど多かったとは思われない。

1990年代の初め、当時東新プラスチックの最大の顧客であったフォスター電機が生産拠点を海外にシフトさせたことも一因となって、同社は危機に直面した。これに対して東新プラスチックは顧客基盤を拡大することを目指す戦略に転換せざるを得なくなった。また、同時に取引関係に関しても特定の製品（半製品）に対応するための垂直的なネットワークから「樹脂製品に捉われずに付随するすべての可能性の実現」を目指す水平的なネットワークへと組み替えていった。この方針は高橋誠氏が社長になった2000年以降に明確になった。これによって、東新プラスチックの顧客は飛躍的に拡大した。

4. 取引関係以外のネットワーク

取引関係において水平的なネットワークを選択した高橋誠氏は、外部での研修等には積極的に参加している¹⁶⁾。これによって取引関係以外のネットワークを広げることができるからである。取引関係以外のネットワークを広げるとは、技術お

よびマーケットに関する最新の情報を得るためには重要である。特に、従来のように特定の継続的な顧客との取引に依存するのではなく、積極的に新規顧客との取引を模索し顧客基盤の拡大を図っていくという戦略をとるならば、これは必要である。

インタビューによれば、高橋誠氏が最も熱心に参加しているのは「サイバーシルクロード八王子」の活動である¹⁷⁾。「サイバーシルクロード八王子」とは2002年10月に八王子市長の私的諮問機関「八王子市地域産業振興会議」の提言を受けて、行政と商工会議所の連携により設立された「首都圏情報産業特区・八王子」構想推進協議会の愛称である。同協議会では、地域の意欲的な中小企業を広くアピールするとともに、大企業の経営資源の公開やビジネスパートナー発掘を目指す技術交流会「テクニカル・カンファレンス」を定期的に開催している。また、踏み込んだ個別テーマを研究する勉強会、工場施設見学会、新製品開発を目指す産官学連携コンソーシアムや共同受注グループの結成などの事業を行っている。さらに、経験豊富な企業OB・専門化などによる企業支援活動を行う「ビジネスお助け隊」(登録者数約60名)の派遣事業なども行っている。

高橋誠氏は(社)TAMA 産業活性化協会の主催する「阿部経営塾」¹⁸⁾にも1期生として参加している。「阿部経営塾」とは、元キリンビバレッジ社長の阿部洋己氏が組織する研修会である。年8回開催され、毎回第一線で活躍している実務家が講師となっている。受講者は20名に限定されていて、メンバー間の議論、懇親が図られる仕組みとなっている。ネットワーク構築には最適な環境を提供する場だといえる。

また、高橋誠氏は、納入先企業の「協力会」の活動にも積極的に参加している。もちろん、協力会の性格は企業によって異なっている。概して言えば、以前よりも協力会の機能は弱くなっており、単なる懇親会に近いものもある。しかし、協力会のメンバーとして長期間(場合によっては親子2代にわたって)付き合っている企業に声をかけて東新プラスチックのネットワークに加わってもらうというケースもある。

この他にも東京都中小企業振興公社の主催する

異業種交流グループ「TIF 多摩」¹⁹⁾(1994年に結成)にも参加している。このグループは、八王子市、国立市、相模原市および立川市に立地する6社を構成メンバーとして、グループ内での相互取引、経営・技術の情報交換を目的としている。

取引関係以外のネットワークとって、その結びつきの「強さ」・「弱さ」は一様ではない。上述の3つの中では、「サイバーシルクロード八王子」「阿部経営塾」は、特定の事業を協同して行うことを目的としていない。普段は知り合えない人と知り合うことができる点を高橋誠氏は評価している。それに対して、「TIF 多摩」は異業種の企業が共同して新しい事業を立ち上げようという目的である。「それぞれの参加者の利害がぶつかり合うこともあって、当初の目的にあった事業化は成功しなかった。当初のメンバーの中には途中で離脱していった会社もあった。」と高橋誠氏は語っている。新しい結びつきを拓げるためには、あるいは幅広い情報を収集するためには、「強い」結びつきのネットワークよりも「弱い」結びつきのネットワークのほうが効果を上げていると見てよいであろう。

5. まとめ

製造業において企業の規模が小さいということは、一般的には特定の分野に専門特化せざるを得ないことを意味している。また、製品差別化の難しい中間財の場合には、複数であってもあまり多くない特定の顧客を対象とする生産になる場合が多い。そのうちの主要な顧客が、例えば生産拠点の海外シフトなどの理由で発注を急激に減少させるようなことがあると、中小企業は大きな打撃を受けることになる。本章でとりあげた東新プラスチックは、まさにそのようなケースであった。

このような事業環境の変化に対して、3.8小括で述べたように、東新プラスチックの高橋誠社長は水平的な取引のネットワークを構築し、それまでの専門分野であった「樹脂部品に捉われず付随するすべての可能性の実現を目指す」戦略をとった。これによって、顧客ベースの拡大を実現して難局を乗り切ることができた。また、取引関係以外にも含めた多重的なネットワークの構築を行うことによって、情報収集等の面においても外部資源の活

用を図ることが有効であることをこのケースは示している。

注

- 1) 本稿は、2006年度に行われた東京大学社会科学研究所の「スモールビジネス研究会」(座長は佐藤博樹教授)の成果の一部である。本稿の作成にあたっては、研究会のメンバーからは多くのご教示をいただいている。記して感謝する。
- 2) 下請取引では発注と受注の関係が一方的かつ固定的である。本章ではこの点に着目して「垂直的なネットワーク」という。仲間取引では発注と受注が双方向的に行われる。本章ではこの点に直目して「水平的なネットワーク」という。
- 3) 特定の企業の納入業者の集まりである「協協会」も、一般的にはメンバー間の取引は行われないのでこのタイプのネットワークと考えてよいであろう。
- 4) ケースの記述は、東新プラスチック代表取締役社長の高橋誠氏への2回のインタビュー(2006年10月25日13:30~16:00及び2007年4月16日14:00~16:00)に基づいている。
- 5) 後で述べるように1990年代の初めごろは、フォスター電機との取引割合が高かった。現在のように取引先が分散したのは、特に高橋誠氏が社長に就任した2000年以降のことである。
- 6) 設立時の本来的業務は「合成樹脂加工」であったが、1980年ごろには射出成形用の金型を内製するようになったことがある。しかし、その後金型の内製部門を廃止して、現在では「金型の製作」はすべて外注している。「電子機器製造販売」および「ユニット納入」は、単にプラスチック部品の成形だけではなく一部組立まで行うようになったことで追加された事業である。また、「絶縁材料販売」および「合成樹脂原料販売」は、プラスチック成形の一部を外注する際の原材料を外注先に販売する必要が生じて追加された事業である。
- 7) 東新プラスチックと緊密な取引関係にある企業の工場である。同社は型締力18トンから550トンまでの成形機80台を有している。東新プラスチックとの資本関係はない。同社は、以前は東新プラスチックの100%に近い外注先であった。現在ではその比率は落ちてはいる。
- 8) 1949年9月1日設立。火災・傷害保険と5年から10年の積立てを組み合わせた「マルマル保険」を主力商品としていた。2000年5月に経営破綻し、2001年4月に解散した。
- 9) アツデン株式会社: 本社所在地は東京都三鷹市、設立は1952年、資本金2億1015万円、従業員130名の中小企業である。山梨工場では、マイクロフォンユニット、スピーカーユニットなどを生産している。また、岩手アツデン株式会社(主力工場)では、音響機器および各種電波応用機器、音響・通信機器の周辺機器を生産している。
- 10) 現在の東新プラスチックの協力工場は、10社程度である。それぞれが1, 2台のプラスチック成形機を持っている。金型は同社から支給している。
- 11) 現在では、S社(大手おもちゃメーカーの100%子会社、資本金1億円、従業員90名。本社所在地は、栃木県下都賀郡壬生町。)およびH社(資本金1000万円、従業員61名。本社所在地は、群馬県高崎市箕郷町。)に金型を発注している。いずれも東新プラスチックより規模の大きい会社である。
- 12) 30歳から40歳の若手経営者(2代目, 3代目)を中心とした金属プレス、ばね、金型、板金の異業種9社が東京都労働経済局の支援を受けて、イントラネットを構築したことに始まる。これを中心に東京都金属プレス工業会、日本金型工業会東部支部、日本パネ工業会等に所属する中小メーカーがネットワーク上に参入、日本初の工場向けネットワークサービスをプロバイダー事業として開始した。
- 13) ここに表れている考え方は、図の下半分のネットワーク関係にある企業間には発注・受注の関係が固定されていないという考え方である。すなわち、水平的なネットワークであることを示している。
- 14) パチンコ機のフレームの金型は、S社に外注した。組立はS社と取引関係にある壬生のおもちゃ団地の組立業者に外注した。
- 15) 以前は東新プラスチックの主力取引先であったフォスター電機の購買担当であったX氏が日本ドナルドソンに転職して、同社の購買担当をしていた。X氏が旧知の東新プラスチックに「これならできるだろう。」ということで発注があったのが同社との取引が始まったきっかけである。
- 16) このきっかけは、東新プラスチックに入社した直後に参加した八王子青年会議所であった。高橋誠氏

は、26歳から40歳まで青年会議所の会員として活動していた。その事務所は八王子商工会議所の建物の中にあっただので、そのころから商工会議所にはなじみがあった。

- 17) 熱心に参加するといっても、行けるときに出かけていくという程度である。高橋誠氏は、「いろいろな人と話することができる。また、そこで知り合った人にちょっとしたことで電話をかけて問い合わせをすることもできるようになる。そういうことが一番のメリットですよ。」と語っている。
- 18) 2006年8月から2007年3月まで毎月1回のペースで8回開催された。高橋誠氏は、8回中6回参加している。なお、1期生はすでに終了しているが、ボランティアでOB会が年3回程度は開催される予定である。
- 19) 高橋誠氏自身ではなく、彼の父親が社長のときに参加した。この異業種交流会は参加者が共同して新しい事業を立ち上げようとする試みであったが、結局は成功しなかった。現在では、懇親の場として継続している。

【参考文献】

- 西口敏宏編著(2003)『中小企業ネットワーク』有斐閣。
西口敏弘(2007)『遠距離交際と近所づきあい』NTT出版。
安田雪(1997)『ネットワーク分析 何が行為を決定するか』新曜社。
安田雪(2001)『実践ネットワーク分析 関係を解く理論と技法』新曜社。
Granovetter, Mark S. (1973) The Strength of Weak Ties. " American Journal of Sociology, 78 : 1360-1380.
Robert Kirk Mueller (1986) Corporate Networking, The Free Press (寺本義也 / 金井壽宏訳 (1991) 『企業ネットワーク』東洋経済新報社)。
Ronald S. Burt (1992) Structural Holes, Harvard University Press, Cambridge. (安田雪訳(2006) 『競争の社会的構造』新曜社)。
東新プラスチック株式会社ホームページ : <http://toshin-plastic.co.jp/network/index.html>
サイバーシルクロード八王子ホームページ : <http://www.cyber-silkroad.jp/>
TAMA 産業活性化協会ホームページ : <http://www.tamaweb.or.jp/>

tamaweb.or.jp/
NC ネットワークホームページ : <http://www.nc-net.or.jp/>