

お忙しくても、約 2 分間で読めます

山内公認会計士事務所

ハートフル・ワード (心からの言葉)

TEL 098-868-6895
FAX 098-863-1495

経営者への活きた言葉

かつて「斜陽産業」の繊維産業が再生した理由 遠藤 功 (早稲田大学ビジネススクール教授)

1. 日本のモノづくり企業の戦略の基本は、「体格」ではなく、「体質」で戦うことである。「体格」では劣っていても、優れた「体質」をもつ企業は必ず勝ち残ることができる。事実、いま高い業績を挙げているモノづくり企業の多くは、売上高でみれば数千億円から 1 兆円未満だ。そもそも日本の産業構造の最大の特徴は、売上高が数千億円規模の個性的なモノづくり企業が数多く存在していることだ。
2. 例えば、繊維産業では、売上高三千四百億円の東洋紡は、血糖値測定などに使われる診断薬の原料で世界一のシェアを誇っている。売上高三千二百億円の日清紡ホールディングスは、自動車用ブレーキ部品が業績を下支えている。日本の企業はしたたかだ。かつて「斜陽産業」と呼ばれた繊維産業の各社が自助努力でつぶれずに持ちこたえ、そこから「異質性」の高い独自企業が生まれていることだ。
3. ではなぜ、売上高数千億円規模の中堅企業に「優良体質」企業が多いのか。一つ目は、このような中堅規模の企業は経営トップと現場の「距離」が近く、全員参加の「一体経営」が行ないやすいということだ。売上高数千億円というと、日本では大企業のように扱われるが、世界レベルでみれば、それこそ、5 兆円、10 兆円という企業がゴロゴロあるなかで、「ニッチャー」という存在である。大企業病にかからず、小回りの利く機動力や柔軟性を確保するという意味でも、このくらいの規模の会社には独自の優位性がある。
(参考:「Voice」2012年6月号)

新規成長分野

注目される「ベビーリーフ」(農業)

1. 三井物産が 2 月、熊本県の農業生産法人 (果実堂) に資本参加した。同社は野菜の新芽を混合した「ベビーリーフ」の国内大手で、百貨店やスーパーに販路を広げて急成長している。「ベビーリーフ」は栄養価が高いことなどを受け、米国で 1980 年代から市場が確立された。ここ数年で、日本国内でも広がっている。現在、年間数十億円ほどの国内市場規模は、今後 300 億円程度まで見込まれている。
2. 自動車部品大手の矢崎総業は、熊本の子会社が果実堂の技術支援を受け「ベビーリーフ」の生産に参入した。自動車の国内生産が減少する中で、17 人が同事業に従事、雇用維持につなげている。

(参考:「日経ビジネス」:2012年4月9日号)

街の活性化策

人口減少時代の豊かさの実現

1. 2011 年 10 月までの 1 年間で、日本の総人口が 25.9 万人が減少した。いよいよ本格的な人口減少時代が幕を開けたといえよう。国立社会保障・人口問題研究所の超長期推計では、日本の総人口は 2060 年には 8674 万人、2110 年には 4286 万人にまで減少すると予測されている。人口 4000 万人台前半というのは、1900 年頃の日本と同水準である。
2. 人口減少下でも、暮らしの中で豊かさを実現するには、何が必要となるのか。一つは、居住地から一定の距離内、おそらく徒歩圏内に「生活の質を高める多様なサービス」が存在することではないだろうか。身近なスーパーやコンビニ、高度な医療福祉サービス、金融、各種教室やスポーツジム、修理業、レストランなど多様なサービスの存在が消費行動につながり、まちの賑わいを創出する。

(参考:「野村週報」2012年5月14日号)

古典に学ぶ

忙しくても、二つのことを同時にやるな

「いかに忙しき時とて、仕事を考えながら人と談話し、談話しながら事務上に心を配るなどは、過誤を招く所以である」

(解説) いくら忙しいときだからといって、仕事のことを考えながら雑談したり、雑談しながら仕事を気にかけてたりするのは、大きな失敗を招くもとである。

(参考: 洪澤健「洪沢栄一 100 の訓言」: 日経ビジネス人文庫)