

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

いかに「三重苦」(高賃金、高電気料金、高法人税)から脱皮するか 長谷川 慶太郎(国際エコノミスト)

1. 日本のモノづくり産業はいま、たいへんな苦境に陥っている。当然である。日本は円高のため世界一高い賃金水準になってしまった。国内に工場を置いて国際競争をしなければならない日本企業には、非常に厳しい経営環境だ。さらに原発停止の影響で電気料金が上がっている。法人税も国際水準からすれば高い。国内の日本企業は当面、高賃金、高電気料金、高法人税という「三重苦」に苦しむことになる。
2. これを乗り越えることができるのは、高い技術力と開発力を背景にした製品を世の中に送り出せる企業だけだ。しかし、テレビ機器に代表される軽薄短小の製品しかつくり出せない企業は、新興国の追い上げを受けて存続すら危ぶまれている。高額な電気シェーバーや炊飯器、洗濯機など、たしかに国内では一定の需要があるのかもしれないが、数万人クラスの従業員を抱える大手家電メーカーの業績を急回復させる決定打にならないことは明らかだ。
3. じつはテレビ機器のような軽薄短小の技術は新興国にいずれ追いつかれることは、以前からわかっていたことだ。しかし、家電産業はこれから後退を余儀なくされるとしても、それに代わって日本経済を牽引する産業がある。例えば、航空機産業がある。2012 年は日本にとって LCC (格安航空会社) 元年となった。あと 5 年もすれば全国 90 以上ある地方空港は賑わいをみせることになるだろう。

(参考:「Voice」2012 年 12 月号)

## 海外事情

### 再び米国市場に注目する

1. 米国の人口は既に 3 億人を超え世界 3 位。出生率はリーマンショック以降、若干低下したものの先進国ではほぼ唯一今後も人口増が続く。国連の推計では 2050 年には 4 億人を突破する見通しだ。日本はもちろん、フランスや英国、ドイツといった、ほかの先進国とは比べものにならない大市場であり続ける。
2. 「米国はやはり大市場で一番ポテンシャルがあって当然だと思っている。消費自体は力強く、何より人口が増えている」。ユニクロの柳井正会長兼社長は、米国事業の先行きには強気だ。米国を重視するのは追従者になるためではない。動向をつかむだけならワシントンなどに事務所を置くだけで済む。重要なのは、米国市場で一定のシェアを握り、米国内で雇用を生み出すなどして、発言力を確保することだ。

(参考:「日経ビジネス」:2012 年 11 月 19 日号)

## 新規成長分野

### 国産材の活用で雇用創出

1. 林野庁は住宅などに国産材の活用を促す「木づかい運動」を展開している。三井物産は、本店 1 階ロビーに社有林の木材を活用した「木づかいスペース」を開設した。
2. 「オフィスに木の香りを」と、木製品のブランド「KINOWA (キノワ)」を立ち上げたのは、(株)文祥堂。岡山県の(株)西栗倉・森の学校と組み、西栗倉村産の木材を材料に使った名刺ケース、テーブルなど 5 品目をそろえる。創業 100 周年を迎えた文祥堂は、「ニッポン木環プロジェクト」と銘打ち、国産材を使った製品の企画・販売と森林資源の育成と活用を循環させる構想に取り組む。国産材の活用は、林業の活性化と雇用創出につながる。

(参考:「野村週報」2012 年 12 月 3 日号)

## 古典に学ぶ

### アメリカ人気質の長所を大いに学ぼう

「多くの米国人に接して、米国気質なるものを察するに総じて直情径行、学問を重んじて敢為の気質に富み、思ったことは必ず果たすという風がある」(解説) 多数のアメリカ人とつき合っていたのは、彼らの多くは直情径行、勉強熱心で、果敢に行動して、目的は必ず成し遂げる気質に富んでいる、ということだ。

(参考: 渋澤健「渋沢栄一 100 の訓言」: 日経ビジネス人文庫)