

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

中小企業の生産性向上に有効な方法 デービッド・アトキンソン (在日30年 英国人アナリスト)

1. 今後50年間で人口は3割減り(2017年1億2653万人から2065年8807万人)、国民の2.6人に一人は65歳以上の高齢者になる。これが日本の直面する未来だ。大幅な人口減少に直面していない海外で、実施されている従来型の経済政策をそのまま参考にしても、日本では通用しない。
2. 日本再興のポイントは生産性の向上だ。生産性とは一人当たりの付加価値額、つまり一人当たりのGDP(国内総生産)を指す。では、生産性の向上には何が必要なのか。それは、最低賃金の継続的な引き上げが重要である。最低賃金に近い水準で働く人たちの中には、よりよい賃金を求めて転職を考える人も出てくる。人手不足の中、企業は人材を引き留めるために賃金を上げざるをえない。
3. 中小企業の生産性向上に有効なのが合併による規模の拡大と、もう一つは安売りをやめることだ。価格を下げれば新しい需要が生まれ、売り上げや利益が得られるというのは、人口増加時代の話だ。人口減少時代には、自社の商品を欲がり、高くても買ってくれる消費者に照準を合わせたビジネスだ。

(参考:「週刊東洋経済」2019年1月19日号)

新規成長分野

なぜ今、「サブスク」なのか

1. サブスクリプション(subscription)とは、「新聞や雑誌の定期購読」や「予約購読」という意味だ。では、なぜ今、これほど「サブスク」が盛り上がっているのだろうか。最大の要因は、「所有から利用へ」という消費者の志向変化だ。若者を中心に物を所有することに価値を感じなくなっている。
2. 「車を買っても週末しか乗らないなら、買わずにレンタカーやカーシェアを利用する。保険や車検といった煩わしい手続きから解放されるから一石二鳥」。こう考える消費者が若者を中心に増えているのだ。「サブスク」は企業に大きな変化を迫る。顧客は利用することに価値を見出しており、企業は、商品売る「物売り」から商品の利用を通して「サービスを売る」ことになったからだ。

(参考:「週刊ダイヤモンド」:2019年2月2日号)

ワンポイント経営アドバイス

2019年のキーワードは「競争と技術」

ビル・エモット (英エコノミスト誌元編集長)

1. グローバルゼーションによって、かつてないほどビジネスの競争は激しくなっている。この数ヶ月の出来事や識者らの議論を見ていると、2019年の世界のビジネスは二つの単語が特に際立っているように感じる。それは「競争と技術」だ。中国やインドなど新興国の成長企業だけでなく、先進国の新興企業も大きく成長しているが、市場は、より限られたプレーヤーに支配されつつあるからだ。
2. 米国と欧米では、企業の歴史にかかわらず、M&A(合併・買収)によって競合企業のみ込まれ、多くの分野で競争が少なくなっている。技術イノベーションにより、市場の仕組みや商習慣を崩壊させたような時にのみ競争が生じる。

(参考:「日経ビジネス」2019年1月14日号)

古典に学ぶ

社会が整頓し発達しているときは、常識人で十分

(解説) 余はもちろん偉い人の輩出を希望するのであるけれども、社会の多数人に対する希望としては、むしろ完き人の世に限なく充たんことを欲する。つまり常識の人の多からんことを要望する。偉い人の用途は無限とは言えぬが、完き人ならいくらでも必要な世の中である。社会が整頓し発達している際には、常識の人が働けば何ら不足はない。(参考: 渋沢栄一「論語と算盤」: 国書刊行会)