

経営者への活きた言葉

成熟国家から逃げずに競争力を磨く 辻本 憲三(カプコン会長兼CEO)

1. 新しいことにどんどん挑戦させて、「うまくいかないこと」を見つけ、対策を練るのが経営者の役目。うまくいっている事業は放っておけばいい。問題を抱えたり、計画通りにいかなかったりする事業をうまくいくように変えていくのが経営者の仕事でしょう。トップは現場に足繁く通うのではなく、判断するために存在しているのです。
2. 今、成熟国家で何が起きているか皆さんご存じでしょう。モノの価格がどんどん下がってきています。昔は良いモノは高く、悪いモノは安かった。今は、良いモノがどんどん安くなり、悪いモノは全く売れなくなっています。だから消費そのものが減っていかなくても、GDPは下がり続ける。こうした中でいかに利益を上げていくのか。それがこれからのビジネスです。
3. 最近、中国だ、インドだと言う経営者が増えています。労働力が安価だ、モノを作るコストが安いという理由で海外に出ていく経営者は20年先を見ていない。今、決して成熟国家から逃げたらいけないと思います。勢いを持って急成長している新興国が成熟するのはあつという間です。日本企業は成熟国家で来るべき時代に向けて知恵を絞り出し、競争力を磨かなければならない。それが目先ではなく、中長期的に競争力を保持していく必須条件だと思います。

(参考:「日経ビジネス」2012年4月16日号)

街の活性化策

スカイツリー効果でモノづくり復権狙う

1. 地元への経済波及効果は980億円。東京スカイツリーのおひざ元、東京都墨田区は、スカイツリーによる経済効果をこう試算した。ツリー効果を地元産業の中心である中小製造業の活性化につなげることを狙っている。明治以降に繊維、金属、印刷加工などの軽工業が発達した墨田区には、今も多くの中工場がひしめく。中小製造業は今も墨田区の主要産業だ。
2. しかし、国内製造業の空洞化や後継者不足に悩まされ、1970年に約9700あった工場数は、今や3分の1にまで減少。逆境は続いている。大田区には精密機械などの下請け企業が多いのに対して、墨田区には生活関連の中工場が多い。「観光客がツリー内で完結せず。区内のモノづくりの現場に足を運んでくれれば」とか「中小製造業を巡る町歩き観光を盛り上げたい」などと地元は意気込む。

(参考:「週刊東洋経済」2012年5月26日号)