

経営者への活きた言葉

日本の再生は日本国民の人的資産を活かすことビル・エモット(英エコノミスト元編集長)

1. 日本では電機業界が苦境に陥っていますが、原因の一つは、ソニーもパナソニックも、適切な方法で国際化されていなかったことだ。ドイツの企業と比べると、経営陣や研究部門も営業部門も、国際化が遅れている。むしろ、特定分野に特化している中小企業の方が国際化の波にうまく乗っている。
2. 日本が再生するためまず真っ先にやらなければならないことは、日本人の知恵と創造性に焦点を当てるべきだ。日本人には、知恵と創造性がある。それなのに、なぜ成長が妨げられているのか。今はまさに知識社会だが、日本には、日本人の知恵と創造性を発揮することを妨げる障害が存在する。まずそれを取り除かなければならない。その障害物とは、規制だったり、企業文化だったり、教育のあり方だったり、様々だ。
3. 日本には天然資源がない。それでも日本が経済的な発展を成し遂げたのは、すべて、日本国民の人的資源があったからだ。それは、今も昔も変わらない。日本の資産は、製造業でもインフラでも技術でもなく、人にある。日本経済を再生されるための政策プログラムは、日本人の創造性と知識、そして人々の活力という資産に対する障害物を取り除くことに集中すべきだ。

(参考:「日経ビジネスアソシエ」2013年1月号)

海外事情

巨大市場へ変貌(インドネシア)

1. 「ジェットコースター経済」とも言われるほど乱高下するインドネシアの景気の波に、これまで現地の日本企業は翻弄ほんろうされてきた。しかし、1人当たりのGDPは2010年に3000ドルを超えたことを契機に、個人消費は厚みを増し始めた。さらに、同国で一定の購買力を持った層の人口は、2030年には現在の3倍の1億3500万人に。消費市場そのものは同3.6倍の1兆8000億ドルに拡大するという。
2. 足元では賃金上昇などコスト増が懸念され、政治的な不安定さも残る。それでも世界的な景気先行き不安をよそに、消費大国へと離陸が始まる中、日本企業にとってはもはや手放すことのできない巨大市場へ変貌しつつある。

(参考:「日経ビジネス」2012年12月17日号)