



経営の散歩道

一六二回

富山短期大学名誉教授 川中清司

人は苦境に沈むと、もう未来はないと絶望感に襲われる。

ぼう大な不良債権と金融不安、大型倒産、リストラ、増え続ける失業者など、不況の深刻さを伝えるニュースにはこと欠かない。

もはや人ごとではない。売上は下がり、焦げ付きが増え借金も増える。だが、このまま落ち込んでなるものか。

悲観主義と引きこもり病

閉塞をうち破り新しい方向に転換するためには、強い精神力と具体的な打開策が必要だ。

日本はいま過度の危機意識から悲観主義に陥り、「引きこもり病」に罹っている。積極的な活動を避け、もうダメだとへたり込んでしま

う。豊かな社会が生んだ一種の社会病だと、竹内靖雄成蹊大教授は指摘する（日経）。

マスコミや評論家ももっと元気企業の実例など勇氣の湧く情報を知らせる責任がある。

未来志向の大きな需要

高齢化社会で年寄りが多く社会負担が増えるというが、悲観面だけを強調しすぎる。高齢化産業は現在の

三九兆円から、十年後の予測では百五十兆円に伸びる。介護、家事代行、バリアフリー、安全管理などの新需要が開けるからだ。これを負担増とだけ捉えるのは負け犬の論理だ。

環境産業も今の十五兆円が百兆円になる。公害防止、



廃棄物処理、リサイクルなど新産業は目白押しだ。

十億分の一の世界というナノテクノロジ（超微細事業）や、遺伝子で生命の仕組みを探るバイオテクノロジ（生命工学）で、日本は世界をリードできるだろう。

たとえばナノテクと液晶の技術が結びつけば、超薄型ですばらしく画像鮮明な壁掛けテレビが出現する。

有望な日本のお家芸

すでに日本がリードしている分野も沢山ある。アメ

ディスプレイ、光ケーブルなどの光技術は、日本の最得意分野だ。自動車市場はまだまだ伸びる。技術革新の可能性も大きく「十〜二十年は日本の基幹産業であり続ける」と奥田碩・トヨタ自動車会長はいう。

進む商品の多様化

ポリウムゾーンと呼ばれる「量産値下げ品」は、中国や発展途上国には対抗できない。ユニクロ現象をみても勝負はついている。

しかし、価格の安さだけで総てを支配できるものではない。消費の多様化はますます進み、優れた機能やファッション性を求めて拡大しつつある。日本製品の市場分野はまだまだ拡張していく。

自ら開く新分野

リカの特許取得の四分の一は日本が占めている。

カーナビは日本ではすでに二百万台に達しているが、アメリカはまだ五万台しかない。ロボット技術も優れ、日本の使用率は六〇%で断然トップ。光ダイオード、光

中国と協定で発展も

いま必要なのは棲み分けだ。

技術力のある日本と巨大な労働力のある中国が補完関係を築き「経済統合を進めて日中韓で自由貿易協定を結ぶ」方向を、ハーバード大学のジェフリー・サックス教授が提案している。日本企業が中国に生産拠点を移せば、中国市場により入り込みやすくなり世界に輸出できるとみている。

経営するとは、時流に乗るとのこと。新しい分野に生きる自らの特技を磨いて、新時代に対応することだ。