

特集

基本の強化こそ成長のもと

荒川技術士事務所
所長・経営コンサルタント・技術士
荒川 政彦

はじめに

「成長」ということにまず触れておきたい。

かつて、所得倍増論の理論的根拠となった下村理論。その稀有のエコノミスト下村治が、1987年(昭和六十二年)にすでに成長の制約を予見している。資源や環境が制約条件となると指摘した。その後の世界はそのとおりになってきた。「非常に簡単、かつ明瞭なことだが、世界中の国がそれぞれ節度ある経済運営をすれば世界経済は安定する。したがって、どこかの国が異常な経済運営をすれば、世界経済にそのまま反映して、世界経済そのものが不安定になる。日米は縮小均衡から再出発せよ。」(「日本は悪くない悪いのはアメリカだ」下村治/文春文庫/2009)と警鐘を鳴らされていた。

なぜこの本のことを思い出したかという点、「誤りの原点は『無限の成長＝善』という信仰にある。ユーロ危機も、福島原発震災も、すべて『無分別な経済膨張』の帰結であり、根本から改めなければ…」と毎日新聞(2012年2月27日の記事「風知草」)で下村のことを取り上げていたからである。

つまり、ゼロ成長時代(ごくわずかな成長しか期待できない)に入っているということを再認識すべきだと言っているのである。

おりしも、無限の成長神話を信じた家電業界の大手企業が、過大設備投資をした結果、軒並み最大赤字を出した。今はどういう時代であるかを認識できなかった誤りがここにある。

中小企業は今後もゼロ成長を再認識し、それでも利益を確保し企業を維持し、雇用を守る厳しい経営が求められていると覚悟を決めることだ。

そういう時代に経営として何をすべきかを考えていきたい。

それは一言でいえば、企業の原点(企業の強み)の再検討ということになるだろう。

1 基本に帰れ

基本とは創業の精神である。その精神は何代か続く後継者の中で薄れていく。創業の精神は具体的には製品、品質、コスト、サービス等に現れてくる。さらには、そこで働く従業員の「働く姿勢」にも現れてくる。

これらを今一度見直し、強化することで、企業は再生軌道に乗ることができる。

(1) 創業精神を忘れるな

中小企業から立ち上がった創業精神を忘れた。

つまりハングリー精神がなくなり、目先の利益を追い求めるようになった。家電業界の今日の凋落はすでに予測できたことである。

例えば、2003年にサムスンのナンバー3だったエリック・キムがこう語っている。「今のソニーは確実に成功すると検証できた技術しか取り入れない。サムソンは良い技術だと思ったら直ちに投資する。中から1割でも良い技術が出れば、それで世界一になれる。」(WEDGE July 2005.)

この話の背景に、「ある米ベンチャーが薄型テレビ用の半導体技術を開発し、ソニーに導入を持ちかけたが、ソニーの技術幹部は導入の可否の判断を先延ばしした挙句、小さい会社とは付き合えないという理由で断った。そこで、サムソンに持っていったところ、2回目のミーティングで導入を即決した。後に、その技術を取り入れたサムソンと液晶技術で手を組むことを余儀なくされたのは皮肉な話だ。」(同誌)

トップの技術軽視が招いた失敗である。創業時からソニーを大きく成長させた「技術のソニー」といわれた創業の精神の片鱗がどこにも無い。ソニーは映画産業に乗り出し、一時はそれで利益の半分を稼ぎ出すことができたが、これが裏目に出てメーカーの本領を忘れ、目先の利益を追