



新浪氏はこのようなことも言っています。

「適正な競争を促すための仕組みを用意するのは政府の役割ですが、実行は各企業に任されているということだけは忘れてはならない。政府はチャンスを与えるだけ。それをどのように活用するかは、民に委ねられています。今、リスクを取って実行しようとしていないのは、民なんです。いくら『政府が、政府が』といっても、根っこはやっぱり、僕たち企業が経済を支えなきゃいけないんですよ」

私たち中小・小規模事業者にあベノミクスの恩恵が回ってくるのは、もうしばらく時間がかかりそうです。賃上げをしたくてもそこまで収益は上がっていません。

それでも、大きな企業に率先して賃金を上げてもらうことで、世の中のムードを変えていってほしいものです。

また、あベノミクスによって中小企業支援策も大盤振る舞いが続いています。政府が用意してくれている制度をうまく活用するかどうかは、私たちにかかっています。

コンビニエンス業界は、業界内外で競争が激化しています。ライバルのセブン&アイ・ホールディングスが「オムニチャネル」を掲げて、大手通販のニッセンや米国高級デパートのバーニーズ・ニューヨークを買収しています。

そのような状況の中で、新浪氏は、ローソンの新たな戦略についてこう言っています。

「今後、高齢者も増えるわけですから、東京を中心に宅配という機能が我々としても重要になるのは間違いありません。ですが、サービスの中身を本部が標準化すべきかといえば、必ずしもそうではないと考えています。

例えば大きな団地がある地域などでは、戸別に宅配するよりも車で近くに行ってパラソルの下で売った方がいいかもしれない。その時に現場から『こんな車が必要』とか『法律問題をクリアしたい』とかの要望があれば、本部がそれをバックアップして、ノウハウを全体共有する。そういう地域の特性に合わせたマネジメントをするのが、本当の地域密着だと思います」

セブン&アイ・ホールディングスは、百貨店やスーパーなどあらゆる業態を持つ総合小売業です。一方で、ローソンはコンビニエンス専業です。

トップであるセブンイレブンには大きく水をあけられています。コンビニエンスストアという枠の中で様々な業態を打ち出し、独自の展開を図っています。

新浪氏は、こう言います。

「規模でいえば、最大手のセブンイレブンに当社は離されている。我々はイノベーションで勝つしかない。そのために最も必要なのが『現場力』です」

冒頭で、企業が国を頼ってばかりではいけないと言っているように、現場が本部を頼ってばかりではいけません。本部を置いてけぼりにするくらい、現場に必要なことをどんどん先に進めるようでないといノベーションは起こりません。現場がやりたいと思うことの阻害要因を取り除くことが本部の仕事であり、社長の仕事なのです。

法律に基づく国の仕事に携わる身として常日頃感じているのは、私たち中小・小規模事業者においても、国との距離感はきちんと測っていかなければならないということです。

補助金を活用するのは結構です。しかし、補助金目当ての事業を進めてうまくいったケースというものあまり目にしたことがありません。

求めすぎず、依存せず、できる限りのことをしていく中で、使えるものは使っていこうといった姿勢が望ましいのではないかと思います。