



日経ビジネスに見る「経済先読み・解説」 222号

経営コンサルタント 栗田 剛志 13.12.30

発行元：m9コンサルティング

<http://www.m9consulting.biz>

このメールマガジンは、今週発売となる日経ビジネスの中から気になった記事を選び、私なりの視点で考えたことについてお伝えするものです。会社での朝礼時のネタ、取引先との会話、同僚との間の話題づくりにお役に立てたらと思い、毎週月曜日に発信いたします。

「日経ビジネス2013年12月30日号 no.1722
『異色企業家だけに聞いた～2014年大胆予想』より

【変えないことの方が怖く感じる】

明けましておめでとうございます。本年もよろしくお願ひ申し上げます。

年末年始、みなさんはいかがお過ごしだったでしょうか。私は、栃木県日光市にある湯西川温泉に行き、ゆっくりと温泉につかりながら2013年を振り返るとともに、2014年について想いを馳せていました。

アベノミクスと円安の効果で、世の中なんとなく一息ついているようです。この年末年始も、休みが長かったせいもあって旅行に出かけた人も多く、都心の百貨店などでも売上は好調だったようです。

一方で外交、少子化、TPPと解決しなければならない課題は山積みで、先行きは不透明であると言えませんが。

そこで、ひと癖もふた癖もある異色企業家達が、2014年について大胆予想をしています。さすがにみなさん、いいことを言っています。

日本で初めて本格的なオンライン証券を開始した「証券業界の革命児」と松井証券の松井社長はこう言います。

「この間、新橋のガード下をぶらぶら歩いていたら、英語を話す外国人の集団に出くわしました。何をしゃべっているのかなと聞き耳を立てていたら、いろいろな店を覗いては「オー、チープ、チープ」と言っている。昔は逆で、「エクスペンシブ！」という言葉がそこら中で聞こえていたのにね。

考えてみれば、日本はもうずっとGDP(国内総生産)が上がっていないけど、欧米諸国はすごく上がりましたから。彼らの所得も3倍から4倍になっているはず。ほんと日本人って世界に比べると貧乏になったよね。

そんな中で2014年の話題ですが、いよいよ物価が上がりだすのではないかと感じています。牛丼1杯3000円時代の幕開けになってもおかしくないんじゃないかな。

突拍子もないことに聞こえるかもしれないけど、同じようなことがここ20年の間に起こっている。日経平均が3万9000円だった頃、米国のダウ工業株30種平均は2700ポイント。今よりもケタがひとつ少ないんですよ。それを考えれば、バブルの頃から半値8掛けになっている日経平均がゼロひとつ増えて15万円に、牛丼の値段もゼロがひとつ増えて3000円になってもおかしくないでしょう」

日本国内だけで暮らしているとあまり感じませんが、相対的に日本人は貧乏になっているのは間違いありません。諸外国が豊かになりつつある中で、日本だけが取り残されているといってもいいでしょう。

経済が成長すれば、物価は必然的に上がります。ケタがひとつ増えるところまでいくかどうかはわかりませんが、現在の貨幣価値が大幅に減ることは十分に考えられます。

創業以来43年間の経常利益率が平均38%という驚異の町工場、エーワン精密の創業者である梅原氏はこう言います。

「日本のモノ作りは衰退したなんてよく言われるけど、2014年を境に間違いなく復活するよ。中でも、製造業を底辺から支える町工場が元気になります。きっとこれまでの苦境が嘘みたいと感じられる状況に向かっていくんじゃないかな。

長年、多くの町工場は仕事を発注する大手メーカーから本当に虐げられてきた。利益の出ないような発注額でも、会社を存続させて雇用を守るため、涙をのんで仕事を受けざるを得ないのが実情だったんだ。

けれども、2014年から日本の町工場は、製品を買い叩くようなメーカーとはもう付き合わなくてもよくなっていく。町工場の方が発注元を選べる時代がやってくるわけだ。下請けいじめも減っていくでしょう。根拠は単純で、大手の発注量に対して、受注側の町工場の数が適正水準になってきたからだよ。

2008年のリーマンショック後の厳しい状況で、多くの中小企業が廃業や倒産に追い込まれた。その結果、下請け業者が一気に減り、取引する町工場を大手メーカーが好きなように取捨選択できるような状況ではなくなりつつあるんだ」

リーマンショックや超円高を乗り切った中小企業は本当に強いと思います。ここ数年、中小企業の倒産や廃業が相次ぎ、私の父の会社もそんな波に飲み込まれて消えてしまったひとつです。一方で、ここ数十年で最大級の不況を乗り切れたことは、本物である証なのではないでしょうか。

「草刈機(くさかりき)まさお」「芝耕作(しばこうさく)」「伝導(でんどう)よしみ」など、独自の商品名で異彩を放つ農業機械メーカー、筑水キャニコムの包行会長はこう言います。

「『農器具にネーミングやデザインなんて関係あるかい』と思う人もいるだろうけど、それは現場を見てないだけ。皆さんが知らなくて、今は農業に携わる方だって『隣の田んぼのおっさんとは違う、格好いい農機を使いたい』と思う時代になっている。

その証拠の1つが、我が社の売れ筋である乗用雑草刈り機『草刈機まさお』だよ。ユニークなのは商品名のみならず。赤と黄色を基調にしたF1風のデザインも目を引くし、性能面でも妥協はなく、30度の傾斜地でも苦もなく草を刈れる4輪駆動仕様。草刈機なのに4駆。その分、一般の草刈り機の約2倍の価格設定だけど、それでも売れている。坂がなくて4駆じゃなくてもいいのにまさおを買って『ヘイヘーイ!!』と孫に自慢したいわけよ。こうした農機が増えると日本の農村も明るくなっていくと思うよ。

いずれにせよ『世界初、業界初の商品』を連発しないと、2014年以降は厳しいんじゃないかな。消費者はもう『安いものにはそれだけの価値しかない』と気付いているわけだし、良いものを安く作ることはできない会社は失速していくはずだよ」

世の中の成熟度合いは、これからさらに煮詰まっています。そのなかで競争に打ち勝つには、新たな発想が必要となります。F1マシンのような農機が売れているのは、値段や機能以外の付加価値が認められているからに間違いありません。

異色企業家の方達の大胆予想を聞いていると、何だか世の中は大きく変わっていくようです。大胆すぎる意見もありますが、ひとつ言えるのは、今までと同じやり方ではこの先通用しなくなるということです。

私も今年、3つの事を変えていこうと思っています。ひとつ目は「仕事の取り方」、ふたつ目は「リスクの負い方」、みつつ目は「時間の使い方」です。

今年は、変えないことの方が怖く感じる年初となりました。