

経営革新のすすめ

本年度、連載をさせていただきます佐藤です。テーマは「中小企業の経営革新」と堅いものですが、内容はできる限り柔らかくしたいと考えております。一年間よろしくお願い致します。

ところで景気はこれから回復するのでしょうか。といいながら堅い出だしとなってしまいました。お許しください。戦後五十数年の堀はそう簡単には落とせるものではなさそうです。自動車業界や流通業界では、外国資本に堀落としを依頼した企業もあります。「国際化」なる言葉は、これまでの日本企業にとって成長を意味する心地よいものでした。しかし、アジアの諸国が急速に技術力を付けてきた現在、「国際化」は日本企業にとって企業の存続を問われるほどに脅威を感じさせるものになっているのではないのでしょうか。海外から高品質で低価格の商品が入ってくるようになりました。高品質で安い商品は全世界に流通しています。日本で作ったものは高品質であっても、これらの商品に価格的に太刀打ちできません。日本企業というよりも、日本の経済及び政治社会全体にこびりついている堀を落として、少しでも身軽にならなければ、国際的な価格競争に参加できない状況になっているようです。

世界経済にはもう一つの流れが発生しています。「環境保全」です。世界全体が成長をめざした結果、自然環境に大きな歪みが出始めています。オゾンホールの出現や地球温暖化現象がその一例といえるでしょう。世界全体が「成長」から「安定」への方向転換の時期を迎えたと考えた方が良いでしょう。

さあ、日本の中小企業は大変です。製造業では生産拠点がアジア諸国に分散してしまい、親企業からの仕事を期待することができません。流通の分野は大手企業が生き残りをかけて、店舗の整理統合を行うとともに強力な販促活動を行う

ため、中小小売店の来店客が減っています。日本の社会は「前例がない」社会を迎えようとしているのです。

大企業は生き残りをかけて自らを変えようとしています。これが経営革新です。中小企業は大企業の変身ぶりを見て、驚いているだけでは21世紀を乗り切ることではできません。世界が向かおうとしている安定社会のなかで、どのような企業活動を行うことによって存在感を出すことができるかを真剣に考えなければならない時期に入ったのです。

このような時期に、日本政府は「新規創業」を盛んに応援しています。皆さん何故だと思いますか？答えは簡単です。既存の商工業者を頼りにできなくなったからです。「苦しい」といっても、社会的に存在価値のない企業は誰も助けてくれません。既存の商工業者は自ら21世紀の事業を作り上げなければなりません。それが「経営革新」です。

「そんなこと言っても何をやらねばいいかわからない!!!」とお嘆きの方が多いと思います。焦っても仕方ありません。これから一年をかけて「経営革新」のやり方を皆さんと一緒に検討していきたいと思います。最初の宿題です。現在の商売や事業を離れ、次のことを考えておいてください。

「地域社会の中で、自分(会社)ができることは何か」

「そんなものない!!!」と怒らないでください。永年の経験というのはさまざまなノウハウを蓄積させるものです。産業振興センターでは皆様のノウハウを引き出すことも仕事のひとつと考えています。ものは試しです。センターに相談しに来てください。隠れたノウハウが発見できるはずです。次回からは「自分ができること」を事業化するやり方を検討したいと思います。

(taku)

