



継続は力 継承は文化

猪川 幸司*

バブル崩壊、リーマンショック、東日本大震災と厳しい状況が続くわが国にかかわらず、一向に進まぬ行政改革と少子高齢化対策。このままでは日本に大手民間企業はどれほど残れるのか不安感に苛まれる。

バブル崩壊以降の日本の社会・企業は、先駆者に対しあまりにも冷ややかに過ぎないか。

高度成長期以降一人勝ちであった日本は、先進各国より羨望という名の嫉みを買ってバブル崩壊へと陥った。バブル崩壊は言い換えれば金融戦争での敗北である。この敗北により、かつて成長の原動力となった製造業の多くは融資の糧を絶たれ転落の一途をたどった。加えて、謙虚に過ぎる国民性から諸外国に学べとばかりに、なにやら怪しいにおいのするウォールストリート発の証券主導型金融資本主義経営よろしく、何処からか回ってきた“選択と集中”に勤しんだ我ら電子業界。その結果皆が同じような分野に同じように「参入」「撤退」「統廃合」を繰り返した末、同じように「縮小」してしまった。こうなると性質が悪い。企業も人も皆が臆病になり一歩が踏み出せなくなる。リストラ（日本ではレイオフを指す？）怖さに研究者も技術者も半期短期に目まぐるしく変わる企業方針に従順になり、開発者としての本分を等閑にしてしまう。おおよそ製造業には減点評価などは成り立たず、加点評価が常道のはずだが。加えて半期短期の業績評価に煽られ開発行為も評価されては製造業の技術革新など進むはずもない。いや技術のみならず創業理念や経営理念の伝承も疎かになってはいないか？

人も企業も個性がなければ存在価値は薄くなるばかり。エレクトロニクス産業におけるグローバル経営は、何もマスマーケットばかりを狙う必要はない。10人で1羽ウサギを追う愚を繰り返さず、One to One マーケットを掘り下げるべきではないか。先進国はもちろん、これに追従する新興国にもふんだんに富裕者層はある。自分らしさを追及する彼らに信頼性・耐久性に優れ使い勝手の良い愚直なものづくりのジャパンブランド—Made in Japan—をオーダーメイド感覚で提供していくのも一考ではないか？

フランスの外交官で諸外国の大使を歴任したポール・クロードルはかつて“私がどうしても滅びて欲しくない一つの民族がある。それは日本人だ。”と評した。しかし、彼が今のわれわれと出会い同じように評するのだろうか？

先陣を切った者（企業）、一番槍をつけた者（人）が誇られ笑われる時代、先行開発を行えばリスクと隣り合わせは当然である、問題はいかにしてリスクを分散するかが重要であろう。大変不遜ではあるが、本誌を購読される企業経営者・機関投資家・アナリストなどの方々に切にお願いしたいことがある。日本国および日本企業がメガコンペティションの渦の中に喘いでいる時だからこそ、国益のため排他的でない新たな護送船団方式を再考いただきたい。お手本は新しい物事ばかりではない。近江商人など日本独自の伝統的商慣習、堺に集う匠の技と伝統的製造分業など今だからこそ日本の伝統工芸などから学び昇華すべきことがあるのではないか？ リスク分散は企業ごとに行うだけでなく、非競争領域であればコンペティターと共に課題解決を行う方が効率的である。“昨日の敵は今日の友”是非オールジャパンで取り組んでいただきたい。

電子業界の各分野の企業、方々が愚直なものづくりに精進し、足るを知り足らざるを知れば共に栄えられるのではないだろうか。