

講演ダイジェスト

鳥取県中小企業団体中央会の創立60周年を記念し、同会と鳥取県金融広報委員会共催による講演会が9月1日、とりぎん文化会館で開催された。世界から見た日本、そしてその中で地方や中小零細企業の可能性は―。国際経験豊富な藤沢久美氏が自身の経験を交え、語った。

抜粋版

未来を拓くビジネス
地域活性化のヒント

シンクタンク・ソフィアバンク代表 藤沢久美氏

最初に少し世界から見た日本の話を。国内に比べると、日本は経済力も世界トップクラスというイメージなんですが、海外の国際会議に行くと、日本は「地方のちよっとお金を持っている人」という扱いをされる事が多い。

年に一度開催され、参加させていたでいる「ダボス会議」で一つ大きな変化がありました。以前はアメリカみたいに効率的に、短期的にすごい収益を上げる経営こそが、皆が目指すものだという空気があった。ご存知の通り2007年の終わりくらいからサブプライム、リーマン、ドバイショックと続いた。ダボス会議の空気もガラッと変わりました。

「あんな短期的な収益を求める経営は、そもそも間違いだっただけじゃないか」と。

そんな時に政権が大きく変わり、自民党政権となってアベノミクスがスタートし、実は、ダボス会議における日本の存在感もガラリと変わったんです。

再び「ぜひ総理に、黒田日銀総裁に来てほしい」と言われるようになった。安倍政権ができて1年経った時のダボス会議。安倍総理と黒田総裁がそろい踏みで、会議自体が日本一色になったんです。

＝中略＝

つまり、日本って数字だけ見ていると非常に厳しいんですが、人の底力、人の能力の高さは



海外でよく言われること。ダボスの関係で途上国にも行くんですが、実は、そこでも同じような事を言われる。「日本みたいにになりたい」と。

「日本は資源もない小さな島国、世界から見ると交通の便も悪い。そんなはずれの国が世界2位まで経済成長した。しかも原爆を2発も落とされて、敗戦して焼け野原になった国が、ここまで復興した。すごい国だ」。

日本の技術、政治、そういう事じゃなくて日本人がすごいと。日本がこれから新たな役割を世界で担っていくために、私たちが忘れちゃいけないのは「人」なんだなど。

ただ、世界から一つだけ日本に対して「大きなリスクだ」と思っで見られているのが中国との関係。ダボスでも「本当に戦争しないの？」と聞かれる。

世界を見て改めて思うのは、日本の「人」がすごいということと、これまでのように大きな企業とか、大都市圏など人が大勢いるところが強いという常識は、だんだん通用しなくなってきたということ。

＝中略＝

「ミレニウム世代」という言葉があります。お金をたくさん稼ぐために働くというより社会や人の役に立つことを、そういう理由で働きたいという世代。そういう世代が世界中で台頭してきていて、日本でも東北の震災以降、一気に増えた。

先輩世代は「最近の若者は草食が増えちゃって、一生懸命働かない」と言うんですが、実は「働くスイッチ」が違うだけなんです。

これは私の仮説なんですけど、若者というのはどの時代でも「その時代に世の中に足りない

もの」に対してハングリーです。私の先輩世代は世の中にお金もモノも足りない。義理人情は厚いかもしれないけど、おカネとモノが足りないので頑張つて働いて豊かになって、いい家を建てて「子どもにはお金で苦労しないようにしてあげよう、自動車を買ってあげよう」と、ある意味お金やモノにハングリーだった。

だけどだんだん日本も豊かになりモノは溢れ、とりあえずはみんな生きていけるようになった。若者が感じる「世の中に足りないもの」が、昔のような助け合いとか人を大切にするとかに変わっていった。

つまり今の若者は「この仕事はこういう意味があつて、こう役に立ちますよ」という事が分かった瞬間に、滅茶苦茶働くようになりす。

■ 中略 ■

小さな国、小さな企業というのは、意思決定が早くできて、英断ができる。そういう意味ではものすごいチャンスがやってきていて、そういう事例が海外でも日本でも出てきている。

「中小企業は人材難だ」、そんなこと無いんです。世界中から雇うことができるかもしれない。大丈夫です。意欲がある若者は日本語を勉強してでも来ます。

「早く決めて早く動く」という事が実は今の時代、ものすごく重要になっていて、それができるのが小さな組織。

なぜそんなに早く決めて早く動かないといけないのか。それは世の中にいま正解がないから。

戦後の高度経済成長期、欧米が中心になって世界が成長していった時代は「こうすればうま

くいく」という仕組みやマニュアルがありました。

IT革命、情報通信革命が起きて、追い打ちをかけるようにリーマンショックなどが起きて、「今までのやり方はどうも通じないね」と世の中がなり、じゃあ新しい常識って何だろうかといつても、まだ見えていない。

どうやったからお客さんはモノを買ってくれるだろうか、という部分でも、昔のやり方が通用しなくなつた。

そういう時って「やってみる」しかないんです。

やってみてダメだったらすぐ引つ込めればいいし、良かったらそこに人をつぎ込めばいい。小回りが利く中小零細企業には「とにかくやってみる」というチャンスがあるんです。その決断するのは経営者の仕事。

■ 中略 ■

全国の中小企業を回ると、業界で「ニッチトップ」と言われている企業の多くが、1000種類とか、ものすごい種類の部品を作っていたりする。

「そのうち、黒字になつている部品はいくつくらいですか」と聞くとたいいてい数%です。殆どの部品は赤字。だけど数%の部品が全体の赤字分を大幅に上回る黒字を出してくれているので、黒字なんです。

お客さんが何を求めているのかという事は、出してみないとわからないという事です。だから早く決めて早く出してみる。ダメだと思つたら早く引つ込める。そして、どれだけのお金を試しに使うのかという事、どこまで損を許容できるか。それが経営者にとつて最も大切な能力であると思うんですね。

■ 中略 ■

再び企業の話に戻りますが、そういう「とりあえずやってみる」の成功確率を高める方法はないでしょう。やはり、現場の力をどこまで最大化するかだと思います。

言葉は簡単ですが、難しい。みんながどのようにしてるのかというと、「この会社は何のためにあるのか。何のために今の事業をやっているのか」を、きちんとみんなに伝えていくか。それが凄く大事だと思ひます。

これは大企業も同じです。ソニーが駄目になつた理由は何か。トヨタがなんやかんやで今あるのはなぜか。私は全国の中小企業を回りますが、元気な中小企業と駄目になつていく中小企業の違いは「会社の中心にある哲学をちゃんと伝え続けているかどうか」が大きいなど。

地域の企業、中小企業は大変です。そうおっしゃる方も多い。みんなが大変なんです。

でも、いま経営をしているという事は凄いなんです。すでに財産があり、誰かを喜ばせている。その「誰かのため」ということを、現場の皆さんに分かりやすい言葉で、ぜひ説明していただきたい。

■ 中略 ■

今の日本はチャンスなんです。昔ながらの商売の仕方や人生の歩み方で、大変つらい時期から生きてこられた先輩と、生まれた時からスマホがあつて、コンピュータ、デジタルに精通した若者が、社内に同時に存在している。「違う人同士」です。

こういう困つて、世界でも実は珍しいんですよ。つまり、すごくイノベーションが起きる可能性が高いという事です。

■ 後略・終わり ■