

学生のベストコメント

【回答 53】

労働生産人口は老舗に多いサービス産業、ローカル地域からまず減少していくと、本で読んだのですが、今後、団塊の世代が退職し、労働人口が減少していく日本で、地域密着の老舗が労働力を確保するにはどうすれば良いのでしょうか？

【回答 54】

アメリカ的といっていた利益が出たら売り抜ける方法になぜ批判的なのでしょう？

【回答 60】

これからの新興企業には老舗企業とわり合っていくにはどのようなことが求められているのでしょうか。

【回答 35】

大手新聞社というのも伝統をもつイメージがありますが、紙媒体の衰退が少しずつ進んでいる現在、そしてこれから必要なことはなんだと思いますか？

講師からのコメント

【53の方へ】

富山県高岡市に能作という銅器メーカーがあります。銅だけでなく、錫を用いてデザイン性に優れた美しい器を世に送り出し、大成功しています。「能作」ブランドを確立し、東京のパレスホテル、日本橋三越、銀座松屋、うめだ阪急などに店を構えるまでになりました。デザイナー志願者が日本中から高岡を目指しています。

奈良市の中川政七商店は1716年創業の麻織物老舗です。布巾から商品展開し、他社のおしゃれグッズも扱うようになりました。全国各地の大手百貨店、スカイツリー、東京・六本木のミッドタウンなどに出店しています。ならまちの地方企業ですが社内は関西弁でなく、標準語が飛び交います。やはり日本中から就職希望者が殺到しています。両社の共通項はデザインを磨き上げてブランド化に成功したことです。

田舎に立地するから人が集まらないというのは一般論としては正しいでしょう。そんなことはわざわざ本で教えてもらわなくても直感的に分かります。ですが、そこに甘んじていれば衰退しかありません。そのように怠惰で無能な経営者に率いられた会社は存続不能です。「地方に立地するから、地元でしか採用できない」と誰が決めたのですか。経営論・企業論の本の多くは一般論をもっともらしく述べているだけ、なんてことが少なからずあります。机上の空論を丸のみせず、自ら検証するところから学問は始まります。

「プリウス」に代表されるハイブリッド自動車に不可欠の角度センサーという部品を、世界中の自動車会社にほぼ独占的に供給しているのは長野県南部の飯田市にある多摩川精機です。角度センサーは電気自動車にも使います。電波望遠鏡をどこに向けるかという微細な制御もこのセンサーでやります。老舗ではありませんが、こんなチャーミングな地方企業をエンジニア志願の学生が放っておくでしょうか。

【54の方へ】

講師の話を鵜呑みにせず、直球で疑問をぶつける姿勢に頼もしさを感じます。わが業界があなたの目指す進路の選択肢に入っていることを願います。ただ、残念なことに私には採用権限がないのです。

アメリカ的経営を全否定している訳ではありません。GEやグーグル、アップルなどが魅力的な企業であることは百も承知です。けれども、すべての企業経営者が同じ手法を選ぶ必要はないと考えます。M&Aを経験した企業の大半は人員整理に踏み切り、技能・技術の継承が揺らぎました。営々と受け継いできたノウハウが散逸し、競合国の企業と同工異曲の製品しかできなくなったケースは多々あります。もったいないとは思いませんか。老舗企業をクローズアップすることで、「米国流とは別の道もあるよ」と言いたいのです。

回答9の方は「老舗と呼ばれる企業は経験してきた問題の規模と数が違うからこそ、そこに革新があると思う」と言っています。回答65の方は「老舗が革新する理由は、長年にわたる経営で得た情報の多さによって市場で正しい選択ができたことが大きな要因」と述べました。2人が指摘するように、何百年もかけて熟成した経験知を生かす経営には、それなりの存在意義があります。歴史を学ぶことと、単なるノスタルジーとは別物です。過去と現在を照合し、その相違点、あるいは類似点からヒントを得ることもあるのです。

米国の創業者は勢いのある会社を売却し、あるいは株式を上場して巨額の利益を手に入れます。「アメリカン・ドリーム」です。悠々自適の余生を送る者もいれば、売却益を元手に新しいベンチャー企業を起こすケースもあります。新興企業が途切れずに誕生し続けるメカニズムです。

ベンチャー企業に対する投資家「エンジェル」となる者もいます。エンジェルは自らの経験をもとに、後輩のベンチャー企業経営者を、技術と経営の両面から目利きし、有望なベンチャーに支援の手を差し伸べます。一方、日本のベンチャー・キャピタルの多くは銀行OBで、技術の善し悪しなど分かるはずもなく、不動産担保の有無でしか企業価値を判定できません。資産を持たず、できるだけ固定費を抑えて、万が一失敗した時の傷を浅くするのがベンチャー企業の鉄則です。もし不動産リッチなベンチャー企業があるとしたら、それは金持ちの道楽。エンジェルの不在は日本のベンチャー企業育成を阻害しています。この面ではアメリカ的経営を心底うらやましいと思います。

【60の方へ】

答えは他の受講生が示してくれています。回答23「目のつけどころで成功していくという点では新興企業もそこにつけ込む隙があり、要はタイミングや運」。至言です。

TOTOが開発した温水洗浄便座「ウォシュレット」は、お尻にお湯が当たるベストポジションと最適な水圧を探り当てるために膨大なテストを繰り返しました。日本的感性が結実した典型的な商品です。しかし戦後、間もない時期で、トイレトペーパーの代わりに切りそろえた新聞紙を使っていたころでは成功しなかったでしょう。

ほしい家電製品ランキングで常に上位に入るマッサージチェアは1954年に大阪のフジ医療器が製品化しました。銭湯に設置するコイン式マッサージ機として誕生しましたが、所得水準の向上に伴い、現在は一般家庭への浸透が始まっています。中国メーカーが手がける安価なマッサージチェアは外観こそ日本製とそっくりですが、もみ方やたたき方が粗く、日本人が使うと痛いといわれます。日本はソフトが弱いというのが通説ですが、ツボを的確に把握した繊細なマッサージのプログラム作成は日本企業に一日の長があります。TOTOもフジ医療器も老舗ではないですが、「NIPPON」を製品化につなげた企業だと思います。

【35の方へ】

心配していただき、ありがとうございます。みなさんが活字離れしていることもあって、新聞だけでなく、あらゆる紙媒体は苦戦を強いられています。紙を売るのが日々、難しくなっているのです。ネットのまとめサイト、ブログ、ツイッター、Facebook とデジタル系競合メディアは数限りなくあります。

ただ、厳密に言うと新聞社が売っているのは紙ではなく、記事として紙に載せている情報・コンテンツです。ネットの世界でニュースと呼ばれるものの多くは、新聞やテレビ、雑誌のウェブサイトからの転載です。紙媒体を中心とする既存メディアが絶滅すれば、ネットのニュースは真っ白になってしまうのではないかと危惧します。

「言うは易く、行うは難し」と申します。紙以外のデジタル媒体で提供する情報・コンテンツに対し、どうやればうまく課金システムを組み込めるのか手探り状態のも事実です。日本経済新聞は「電子版」というデジタルメディアを運用していますが、まだまだ改良の余地を残しています。回転寿司はお客さんがいくら食べたかを、ベルトコンベアから取ったお皿の枚数でカウントします。新聞社はデジタルのベルトコンベアに小分けしたネタ(!)をのせるところまでは来たのですが、個々のお皿を数えて代金を頂戴する効率的な仕組みの構築で悩んでいます。良い知恵があれば教えてください。

【おまけ】

就活がらみで新聞の読み方に悩んでおられる方が沢山いらっしゃるかと拝察します。講義でも言いましたが、まずは自分の関心のある記事を読むことです。マーカーで印をつける

のもアリ。記事を切り抜いてスクラップブックに貼付ける上級テクもあります。「経済教室」なんていうページが日経新聞にはあります。いきなり、そこから入るのは得策とは思えません。歯ごたえがあり過ぎます。ある程度、ならし運転をして、新聞になじんでから読めば内容が頭に入ることでしょう。

最初のうちは全部読む必要などありません。1日の朝刊と、岩波新書など各種新書の文字数は同じという話もあり、無理なのです。就職したい業界、企業、関心のある事象から始めて、徐々に範囲を広げるのはいかがですか。気になる記事を読むだけでなく、その隣の記事の見出しをチラッと見るだけでも、若い皆さんの柔軟な頭脳は情報として蓄積していきます。オジサンにはできない芸当が大学生の皆さんには可能なのです。

いささか冗長なコメントとなりました。皆さんの就職活動におけるご健闘を祈念し、ここで筆を置くことといたします。

以上