

同志社大学経済学部 2015 年度秋学期特別講義「企業分析」

2015 年 10 月 23 日 「タイヤビジネスの現状と今後」

講師名 竹内 昌之

学生のベスト・コメント

- [回答 4] 今日本のメーカーが抱える課題の1つは、技術はあるがグローバルで価格競争に勝てないこと。そしてもう1つは、技術を活かした革新的な製品を生産できていないことが講義を重ねるごとにリアルに感じます。
僕は外に目を向けすぎなのではないかと考えます。自国の基盤が崩れすぎていて、海外で戦う力すら残っていないのではないのでしょうか。少子化・教育問題など次世代の育成に日本企業が力を合わせてもっと力を入れるべきだ。現実として高収入で働く日本人より優秀な中国人を 1/3 の価格で雇えます。一企業が売上を上げることに固執するだけでなく、50年後・100年後の日本に対して働きかけてほしいと思う。
- [回答 28] ブリヂストンは、起業当時から世界を視野に入れた企業だと初めて知った。ブリヂストンのタイヤ生産は、約 7 割は海外であり、海外生産したタイヤを周辺地域で販売する方針を取っていることを知った。タイヤは、車の部品の一部であるため、自動車産業が飛躍もしくは低迷するとどの程度、影響するのか気になった。
- [回答 35] 本日の講義を通し、ブリヂストンという誰もが知っており、また、業界の中でも世界トップに位置している企業でも今後の社会の中で生き残っていくのは大変であるということを感じた。花王や味の素株式など全く業界が違う企業との共同開発の話はすごく興味深かった。時間があれば今後のブリヂストンさんが目指してみえることであったり、今後必要とされるグローバル人材とはなどの観点でもっと詳しくお話が聞きたかった。

講師からのコメント

- 今回の講義はあと少し説明が残ってしまい、時間切れになって申し訳ありませんでした。企業分析という観点でタイヤビジネスを掘り下げてみましたが、コメントを拝見すると、皆さんの興味を持たれたところが多岐に渡っていたのが印象的でした。それぞれの企業の事業の強みと同時に弱みも分析してみると、5、年後、10 年後その企業がどんな姿になっているか、より鮮明に想像できると思います。
- [回答 4][回答 28][回答 35]へのリプライ
日本企業の得意だった製品に技術を付加したり、品質を向上したりという手法がそれだけでは世界で効かなくなっている現実があります。海外からも人を招く等、日本の中の多様性(ダイバーシティ)によって革新的な技術や製品、サービスが創出される期待がある一方、覚悟を以ってそうした現実を受け入れるコンセンサスをこれから国民の中で取って行かなければならないように思います。
今はどの大手メーカーも海外進出を加速させ、地産地消に務めて価格競争や為

替変動の影響を何とか吸収しようとしています。タイヤも車両の一部ですから、本体の販売の影響を少なからず受けます。ただ部品メーカーはどこもメンテナンスのための取り換え需要を試算して、販売や生産計画の軸にしています。講義でお話したように、何でも自分の企業でやって行く時代ではないと思っています。自分の不得意なところを他社の研究や技術で補ってもらうことで、製品やサービスのレベル向上や製品化のリードタイムを稼ぐことが求められていると考えます。グローバル人材の話は、いろいろなところで語られている話題かと思います。役割へのコミットメントだったり、判断軸をぶらさない決断力、傾聴力、合意形成力等々、一般的に語られているものにはどれも説得力があると思います。これからの講義の中でも、グローバル化の話が続くと思いますので、皆さんも自分なりに答えを見つけてみてはいかがでしょうか。

以 上