

講師名

学生のベスト・コメント

1. 日本の化学メーカーの営業利益率が低いのは何故ですか？(対策ができるなら既に行っているはずですが改善していないことを考えると難しいのだと思います。なぜ、対策が難しいのかも教えてください)

2. 繊維は衰退産業であるとよく耳にします。私個人としてはまだまだビジネスとしても新規参入が見込めると考えます。先進国がたどってきた道のりをそのまま発展途上国に当てはめるだけで浮かぶビジネスがまだまだ眠っているように感じます。

講師からのコメント

1. 収益性が低いのは化学産業に限らず、日本企業一般について言えることです。試しに、Googleで「日本企業 収益性 低い」と打ち込むと、数多くのレポートが出てきます。その中で内閣府の平成25年度年次経済財政報告であげているいくつかの理由のうち、「横並び志向が抜本的な製品差別化を抑制し、製品差別化が進まず利幅が薄い」とか「日本の開業率・廃業率は低く、企業の新陳代謝が活発でないという企業間の資源配分の非効率性がある」などは、そのとおりだと思います。ただ、企業に投資する人の観点からは、是正すべき点(営利企業である以上当然是正すべきです)かもしれませんが、一方消費者からみれば数多くの選択肢があるとか、被雇用者からみれば雇用の安定が確保されているという利点の裏返しでもあります。日本企業はリスクを取らないからローリターンに甘んじているという意見もありますが、ハイリスク・ハイリターンの世界がいいかといえば答えは簡単ではないと思います。一個人、一企業としてはローリスク・ハイリターンを目指したいと思いますが、世の中はそんなに甘くはないでしょう。

2. 繊維の消費量は一般的に所得に比例し、所得の高い国ほど1人当りの繊維消費量は多くなっています。少し古いですが2010年の調査では、1年間の1人当り繊維消費量(衣料用だけではなく、カーテン・カーペットとかの家庭用、エアバッグなどの産業用を含む)は米国38kg、イギリス23kg、イタリア23kg、ドイツ22kg、日本22kg、フランス18kg、中国16kg、ブラジル7kg、インドネシア5kg、インド4kgといった具合です。ご指摘の通り、日本においては衰退していても世界に目を転じれば、まだまだ市場はあるという事業は数多くあると思います。今後はますます世界市場に目を向けないと日本企業は立ち行かないと思います。ただ、家庭用電話が普及する前に携帯電話が普及した国があるように、発展途上国が先進国と全く同じ道筋をたどるとは限りません。