

2003年の初頭で (新年、雑感)

2003年が明けて10日が過ぎた。例年になく寒い。そう感じるのは外気のせいばかりではない。「デフレ」モード一色に染まったマスコミ・メディアの論調も寒さに拍車をかけているように感じる。悲観風邪に侵された私達の「気」は、いつになったら上に向かって動き出すのだろうか。「向こう2、3年が正念場」というのが通り相場らしいが、禍福はあざなえる縄の如し、チャンスとピンチはいつもその辺をうろついている。日経のCMではないが、ピンチはチャンスで臨んで行きたいものだ。

正月のメディアの中から面白いと思った2つの言葉を紹介する。

一つはTV番組で聞いたデフレ下の「良い競争」「悪い競争」である。「良い競争」として、品質、技術、財務内容、「悪い競争」として、価格、規模、品揃え、とそれぞれ3つが挙げられていた。「成る程」と思った。特に中小企業にとってこの分け方は大切に思えた。

現在の状況は「悪い競争」だからといって避けて通せるほど甘くはない。それでも中小企業が何に力を入れなければならないかは「良い競争」の中に入っている。品質はソフト、技術はサービスという言葉に置き換えても良いと思うが、そうした場所で戦わなければ中小企業の存続が難しい時代が到来している。よく「オンリーワンを目指せ」等と云われるが、それは競争する場所を間違えるなど云う意味であって、個々の中小企業が「独自の一番」でなければならないという意味ではないと思う。

もう一つは、単価430円の単品弁当だけで年商58億円を叩き出している会社(玉子屋)が掲げる一風変わった企業理念「事業に失敗するコツ12ヶ条」である。日経ビジネス誌の記事からそれを転記してみる。

1. 旧来の方法が一番良いと信じていること
2. 餅は餅屋だと自惚れていること
3. 暇がないといって本を読まぬこと
4. どうにかなると考えていること
5. 稼ぐに追いつく貧乏なしとむやみやたらに

骨を折ること

6. 良いものは黙っていても売れると安心して
いること
7. 高い給料は出せないといって人を安く使う
こと
8. 支払は延ばす方が得だとなるべく支払わぬ
工夫をすること
9. 機械は高いといって人を使うこと
10. お客は我がまま過ぎると考えること
11. 商売人に人情は禁物だと考えること
12. そんなことは出来ないと改善せぬこと

こうすると事業に失敗するよという事項を列挙しているに過ぎないが、これを額に入れて社長室に掲げ、社内の至るところに張り出していて、その会社が躍進を遂げていると聞けば「へっ」と妙に納得する。

各条項を読むと、たしかに「こうすれば事業失敗につながる」考え方が脈絡もなく列挙されているが、それ自体凄いことが書かれているわけではない。凄いと思うのは、それを「社是」として掲げ、それら条項を反面教師として日々の企業行動に結び付けていることである。企業理念や社是はえてして高邁で立派なものが多いが、日々の企業活動に活かせるものであってこそ重要であるという手本のように思えた。皆さん、どう思われるだろうか。

今年も「デフレ」「不良債権」という言葉が世の中を最も賑やかす言葉になるだろう。それは避けられない。「その解消」「その処理」が叫ばれて10年、中小企業が頼りにしてきた銀行は以前の銀行ではなくなった。メガバンクのトップは経済界の隅で小さくなり、地域金融機関もその信頼性を喪失した。もう昔に戻ることはない。既にルビコン川は渡ったのだ。

そうした中、今年最も注目すべき経済指標はやはり「金利」だと思う。株価や為替動向も重要に違いないが、17世紀イタリア・ジェノバで記録して以来の長期金利最低更新は一体何を意味しているのだろうか。このまま底這うのか、それとも反転上昇するのか。円金利だけでなく、ドル、ユーロ金利の動向にも目が離せない。

いずれにせよ、良くも悪くも金融市場に合成された経済の意思が象徴的に現れる。それは常に正しい訳ではないが、それを読み違えると折角の努力も水泡に帰しかねない恐さをもっている。