

第 47 回テーマ

構造変革の中途段階における混迷

先日、「iPad が日本で発売される」というニュースを見た。全米では大ヒット商品となっており、その販売権はソフトバンクモバイルが取得したというが、少し閉塞感のある日本経済にとっても景気高揚の起爆剤になるのではないか？と思う。

以前も書いたが、テクノロジー（技術）による新商品の登場は経済に活気をもたらす。唐津一先生の言葉で「景気が悪いのは製造業の怠慢不況」と述べられた言葉を思い出す。やや怠慢という言葉自体は厳しい表現だが、もっと「全てを我慢しても、それだけは欲しい」という商品を生み出す事が製造業の使命である事は言うまでもない。だからこそ、アメリカのみならず、日本の製造業にもさらに頑張ってもらいたい所だ。

また携帯マーケットについても最近とても気になっている。これだけ所得の年代間格差が広がりつつある中で、最優先に「切れないもの」と言えば、携帯料金であると言われていいる。衣食住の全てを切り詰めても、携帯代（広い意味で通信コスト）だけではなく事はできない、と感じるまで生活に浸透している事が伺える。特に若年層に至っては、その他に回す所得が少ない為に、消費も上がってこないのでは？と言われている。

成長産業の見極めというのはビジネス上においても必要だが、これだけ「偏り」があると、将来に対する危機感が募るといのはもっともな話だ。また、残念な事にお金の保有率が高い高齢者の消費意欲がますます減退しているというのも気になる。実際に、シルバー産業は成長産業と言われる部分であるものの、先行き不安が解消されない限り、経済は浮揚していかないのだろう。

このあたりの「構造変革」が成熟しているのではなくて、中途段階にある事が問題で、混迷を続けているのではないかと個人的に感じるところだ。

事業領域を鑑みる場合、早期に新たなテクノロジー分野へとチャレンジすべきか？成熟した市場でトップシェアを狙うか？ニッチ市場で生き残りを図るか？など、結論を出していかねばならない局面に来ていると思う。