

流通とSC・私の視点

2010年1月1日

視点(1199)

新たな成長戦略と失われた20年の課題とは(その1)!!

今、民主党政権は2020年に向けての成長戦略を模索しています。過去の日本経済のGDPの10年単位の成長は次の通りです。

	名目成長率	実質成長率	備考欄
1980年代	6.1%	3.8%	10年間で1.8倍の成長力
1990年代	2.0%	1.4%	10年間で1.2倍の成長力
2000年代	▼0.5%	0.7%	実感のない戦後最長回復経済

今回の政府の成長戦略の数値的目的は次の通りです。

2008年のGDP	2009年のGDP	今後の成長見込		2020年の目標GDP
		名目	実質	
498兆円	473兆円 (前年比▼4.3%)	3.0%	2.0%	670兆円

今後の新たな経済の成長戦略を期待するとして、田中直毅氏(経済評論家)が日経新聞2009年12月31日の「経済教室」でピーター・ドラッカーの日本経済の評価と日本の失われた20年の課題と解決手法を述べています。まず、我々は今後の成長戦略を論じる前に、過去の日本の経済の成功と失敗も検証しなくてはならないと思い、参考にさせていただきました。

戦後の日本企業の経営が成功したことについてピーター・ドラッカーは「欧米流の経営概念を輸入してそれを日本の土壌に合わせて発展させた」と見ていた。植民地化を回避しつつ西欧化を遂げる過程では、企業経営もそれにキャッチアップすることは重要な要素だった。それが例外的に成功したのが日本であった。その成功の要因は、支配者から庶民まで教育システムが充実していたことが第一であった。明治以来の日本の自立を支えたのは一人一人の国民であり、働き手であった。日本の経営陣も働き手と同様に真摯(しんし)に近代化に取り組んだ。だが、今日の企業経営は、その延長線上にはない。全く新たな地平が求められる歴史的両面とってよいだろう。

リーマンショック以来、既存の商品やサービスの需要の水準自体が落ち込み、企業経営者は時代を見据えた製品・商品・サービスを的確に市場に送り出せるかという課題と真正面から向き合わざるを得なくなった。

「経営の課題とは顧客をつくり出すことだ」とドラッカーが述べた世界が身近に迫ってきたのだ。本来これは、先進国を追いかけるキャッチアップ過程が終了した四半世紀前(1985年頃)に問われるべき課題であった。考えてみれば、1985年のプラザ合意をきっかけに1ドル=240円程度から160円前後までに一挙に50%も円高となった時に、日本企業は「知識産業への命題を深く問いただすべき」であった。ところが実際には円の急上昇がバブルを生み、「知識経済」追求はなおざりにされ、経営課題は「資金」に移行してしまった。さらに、その後のバブル崩壊で、企業経営はその主眼を「3つの過剰」(労働力の過剰、設備の過剰、借入金の過剰)に象徴される水膨れした企業体質のリストラチャリングに向けざるを得なくなった。企業経営は長年、バブルとその崩壊に足をすくわれ、日本なりの知識経済の姿をどう描くかという「真の課題」が見えにくくなってしまった。

ドラッカーは、工業社会で成功したがゆえに、日本は知識社会への取り組みが遅れると見ていたが、さらにバブルとその崩壊で遅れが倍増したのである。敗戦後からプラザ合意までは、日本経済に幸運がついて回ったが、その後は逆に不幸が重なる状況に苛(さいな)まれたのだ。

(流通とSC・私の視点1200へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 軍 秀 之