

daily コラム

2008年6月15日(月)

〒101-0032 東京都千代田区岩本町2-18-3-5F

㈱メディカル保険サービス TEL 03-6808-1441 FAX 03-6808-1442

Email: info@medical-hoken.com

本当に サブプライム不況なのか？！

日本独自の問題性を理解し 経営に挑む

サブプライム問題の影に隠れてしまった日本固有の本質的な問題が若年労働人口の急速な減少による経済活動の縮小問題です。今後長期に渡り、日本経済に影響を与えますから、長期的で且つ緊急的に経営の再構築を進めなければなりません。

GDP は人口爆発で急成長した

日本の人口ピークは昨年あたりと考えられ、折りしも世界金融危機と時を同じく重なり、まさに経済縮小局面と共に、GDP が戦後最大の下降局面に入ってしまいました。一過性の不況と捉えることが出来ないのは、“人口の下降局面”がそこにあるからです。

経済も経営も人口動態に合わせて ダウンサイジング

「GDP が縮小する」と認識することから経営のあり方を考えると、基本的には拡大

の方向ではなく、ダウンサイジングの方向が正しいとなります。ましてや総人口数だけでなく、年齢構成からも明らかに高齢化からくる消費の量的縮小と質的に必要なサービスが変化します。企業サイズだけでなく供給する側としてのサービスの存在性が根本的に問われることとなります。

拡大するアジア人口の 取り込みに活路

人口下降、高齢化の日本であっても、アジア人口と合算すれば、「人口増加と若年化」という10年以上前の日本の成功モデルが再現されるとあって、日本の大手企業はこぞってアジア化にシフトし始めています。中小企業にとっても、どのようなスタイルでアジアの人、市場、文化に浸透していくのか、それとも国内でダウンサイジングを図るのか、経営の基盤を揺るがす本質的で大きな課題がそこにあります。



今、生き残り戦略と
基盤の見直しを！