

製造業のパラドックス

「ドラッカー的未来社会を読む」川井健男 宝島社新書より

ドラッカーが今後の大きな変動要因としてあげているのは、製造業の地位下落である。さらにもうひとつは需要と供給の両者に関わってくることで、雇用形態の変貌という問題を指摘している。

製造業のパラドックス (日本語訳では製造業のジレンマ)

その未来はどうなるのか? ……この傾向が続く、と考えるが合理的である。

製造業は、生産を拡大させながら、かつ労働生産性も向上させながらも、全産業の中での相対的な地位を下落させてきた。そして、それは今後も続くはずだ。

すなわち製造業はイノベーションに励み生産性を上げる一方、商品の良質化にも全力を上げてきた。

しかしながら、効率化は進めば進むほど雇用人口は減少することとなる。

努力すれば、努力するほど、結果的に実現して自分の立場が「弱く」なる、というパラドックスを経験。

これに、生産設備の海外移転が加わる。

STEP 1 イノベーションに努め、効率化を実現する

STEP 2 生産は増加し、価格も低下する

STEP 3 経済全体に対する相対的なシェアが低下する

STEP 4 弱い立場になる

製造業の経済に占める比率が減少することは、雇用においても影響を与える

STEP 5 製造業の雇用は、ますます減少し、サービス部門へ流れざるを得ない

STEP 6 新規のビジネス・雇用を創出するのは製造業ではなく、サービス部門である

STEP 7 比較優位の原則に基づいて、製造業は国際分業体制になる

又、労働市場を変化させ、雇用形態も変貌していく

製造業の地位低下 強い抵抗運動 保護主義政策 労働関連の規制強化 正社員比率減少

又、製造業が発展し、生活が豊かになると、少子化が進むこととなり、量より質を求めるようになり、結果的に巡り回って、商品の量が売れなくなり、製造業の地位下落に拍車をかけることとなる。

生産増加 価格低下 生活豊かになる 子供を作りやすい環境になる ゆっくり良質の子孫を作りたいと希望されるようになる 量ではなく、質が尊重される 少子化 若年人口の減少 総人口の減少

消費市場の変化

20世紀後半の大部分は、いわゆる大衆大量消費の時代であり、その中心は若年層へ向けた商品だった。テレビのCM等で、大量に宣伝を浴びせ流通経路を確保すれば、若年人口の増大と核家族化によって需要が自然に増加し利益を上げることができたし、規模の拡大にも成功した。

若年人口の減少は、消費文化の中心に若年層を置き、大量生産商品をそこに向けて大量投下する、というようなこれまでの手法を大幅に変えることになる。

これからは中高年向けの商品こそが消費文化の中心になる可能性も十分にある。

消費者向け商品の多様化は今後ますます進展すると思われる。

<経営のヒント>

大局的に俯瞰すれば、社会(経済)の動きが分かる! 経営者はその変化の動きをいかに掴むか?

先進国である日本は、製造業主導の時代は終わったのである!

その大きな流れに逆らうことは誰にも出来ない。出来ることは変化の波に乗ることだけである。