

# 誰も疑わぬ「神話」にご用心

川本裕子 早稲田大学教授



来年の日本経済を考えるうえでも、「神話」には注意が必要だ。例えば、「日本の現場は優秀」との見方は強いが、過信するとリスクもある。「中小企業の重要さ」「消費者の品質志向」などを巡っても思い込みは根強い。データや根拠に基づき、批判的な精神を保つことが重要だ。

来年の日本経済はどうなるのだろう。景気回復の基調は消費増税の影響を受けても変わらないのか。本格的な改革は実行されるのか。米国の金融緩和政策の変化による影響はどの程度か。日本が成長路線に乗れるかどうかまだ予断を許さない状況が続く。こうしたなかで日々の判断を迫られる投資家や経営者にとって、世の中で「当然」とされていることについても常に「本当なのか」と丹念に確認を怠らないことが重要だろう。その意味で、経済に関して世間でよく話題にされていて、気になる「神話」をいくつか拾ってみた。

◆日本の現場は優秀 勤勉なプロセス改善努力、品質への強いこだわりなど、現場が日本の競争力の源泉だという声は根強いし、説得力もある。モノづくりの現場で特にその意見は強い。しかし、「優秀な現場」が企業としての競争力の源泉であり続けるためには、現場の強みを最大限に生かす不斷の経営努力が欠かせない。「優秀な現場」理論に引きずられて、会社が現場任せにした結果、変化する市場についていけなくなり、工場のライン縮小・生産品種の変更などが遅れることも少なくない。場合によっては「変化を拒む現場」にもなり得る。

打つ手が遅れた場合、時には大変な災いを招くことは、昨今の食品表示の偽装問題でも経験済みだ。会社が組織としての規律に欠け、偽装表示する現場の暴走が放置され、会社組織が偽装の隠蔽に手を貸したこと言わても反論のしようもない例も多い。現場に人材がそろっていても、経営の意思が現場に理解され、貫徹する仕組みを持たなければ企業組織は大きなリスクを抱える。

◆中小企業は日本経済を支えている 中小企業は企業数でも雇用者数でも経済で大きな比重を占める。大企業に比べ様々な面で不利にさらされ、経営も苦しい。だから、中小企業を大事にしなければならない一一。こうした理由で中小企業を支援する政策は信用保証、融資、補助金、経営者教育、

情報技術（IT）化への対応、消費税転嫁の支援など、ありとあらゆる分野で推進されている。

しかし、一口に「中小企業」といっても内容は千差万別だ。先見の明を持ってニッチ市場を開拓し、堂々と大企業と伍（ご）している企業もあれば、旧態依然とした経営で形だけは生きながらえている企業もある。中小企業神話は、こうした実態にはできるだけ目をつぶって一律にアメを多くし、ムチを少なくしようとする。政治的な色彩の濃い「官製の神話」といえよう。結果として声の大きい既存の中小企業に向けた政策が大宗を占めることとなり、中小企業の枠を超えて発展しようとする成長型ベンチャーへの政策的関心は薄れるという深刻な副作用も生んでいる。

◆日本の消費者は品質にうるさい 日本の消費者は製品やサービスの細かいことも気にし、特に最近では「クレーマー」と呼ばれるようなマニアックな消費者も多く、その対応が大変だとよく言われる。日本のメーカーの電化製品はカタログが厚く、テレビやDVDプレーヤーのリモコンにもいろいろな操作ボタンがついているが、これも「うるさい日本の消費者」のニーズに応えているからだろうか。

多数のボタンの使い方に習熟するのは大変であり、いつも四苦八苦しているのは筆者だけではあるまい。アップルのスマートフォンなどと比べると、デザインのシンプルさから生まれる消費者利便というものを日本のメーカーは見失ってきたようにも思う。エンジニア中心の発想で、「木を見て森を見ず」の状態に陥ってしまっているとも感じられる。本来、俳句やわび・さびのように、過度な装飾を排し、簡潔さをモットーとする文化を生み出してきた国としては残念なことだ。

食品偽装表示の問題にしても、「伊勢エビ」と偽って表示されていても味が違うと抗議できた消費者はあまりいなかった。企業・供給者側に比べると消費者側は得られる情報が限られるという「情報の非対称性」が少なからずある。日本の消費者向けに国

産食品の安心安全をアピールするメッセージはよく見かけるが、これなども「国産神話」が独り歩きすれば消費者は容易に裏切られることになる。

総じて「神話」は、誰もそれを疑わなくなった時に生まれるものだ。現状に対して常に批判的な精神で臨み、多数が当然だとする見方をうのみにせず、データや根拠に基づいて見直しを怠らないことが重要だ。経済におけるパブルも、「資産価格は上昇し続ける」という神話が社会全体のスケールで信じられることに原因がある。かつては「銀行不倒神話」というものもあった。また、「原子力は安全だ」という神話が日本社会に大きな被害をもたらしたことは記憶に新しい。神話にはくれぐれも用心して、新しい年を迎えて。

かわもと・ゆうこ 1982年（昭和57年）に東大文学部社会心理学科を卒業し、東京銀行（現三井東京UFJ銀行）に入行。88年に英オックスフォード大学院で経済学修士を修了。マッキンゼー・アンド・カンパ

ニー東京支社、同パリ支社を経て2004年から現職。ほかに三菱UFJフィナンシャル・グループ取締役、日本取引所グループ社外取締役、東京海上ホールディングス社外監査役などを務める。