

「日本の製造業が、世界的な変動に対応」

日本の製造業は、その高い品質と先進技術で知られていますが、今日では、経済の変動、競争、そして進化する市場の需要によって形作られた動的なグローバル環境に直面しています。BEMAC 社の社長、小田雅人氏は、米ドルに対する日本円の弱体化がもたらす複雑さを認めています。「円安にはプラスとマイナスの両面があります」と小田氏は説明します。原材料費、輸入費、労働コストの増加により、インフレーションと商品価格の上昇がもたらされていますが、BEMAC 社の社長は低為替レートをチャンスと捉えています。「日本企業、特に我々のような企業が、韓国や中国の企業と価格競争しやすくなりました」と彼は述べます。この競争力は、グローバル市場が非常に相互に関連している造船業において重要です。

中国の造船所の支配は 10 年以上前から予想されており、尾道造船のような日本の造船所も依然として重要な役割を果たしており、新規受注の約 20% を占めています。しかし、尾道造船の社長、中部隆氏は、差し迫る労働力不足を強調しています。「中国、韓国、日本は、商船建造能力の 90% 以上を占めていますが、すべてが似たようなスピードで高齢化問題に直面しています」と中部氏は指摘します。この業界の将来は不確かで、重工業に興味を持つ若者が減少しています。「将来、誰が船を建造するのか分からないのは非常に大きな問題です」と彼は述べます。中部氏は、建造能力の低下と労働力不足により、納期の遅延が増加するだろうと予測しています。彼は、業界がこれらの現実を認識し適応する必要性を強調しており、一部の競合他社が否認していることを懸念しています。

激しい地域競争にもかかわらず、日本企業は専門的な B2B 分野でリーダーシップを維持しています。シモダフランチの社長、下田信治氏は、この成功を日本企業の信頼性と確実性に起因するとしています。「日本企業がリーダーシップを維持できているのは、非常に信頼性が高く、確実だからです」と下田氏は述べています。この品質と信頼性の評判により、競合他社がより安価な代替品を提供しているにもかかわらず、日本の製造業者はニッチ市場で地位を守ることができています。

しかし、日本経済の成熟と人口減少は、企業にとって大きな課題をもたらしています。JES（ジャパンエレベーターサービスホールディングス）社の社長兼 CEO である石田克史氏は、日本国内だけでビジネスを成長させることの難しさを強調しています。彼はエレベーターのメンテナンス市場に大きな可能性を見出しています。「日本には約 110 万台のエレベーターが設置されていると推定しています」と石田氏は述べています。現在の規制では定期的なメンテナンスが義務付けられており、市場は大きいですが、メーカーやその関連会社が支配しています。石田氏は、独立系のサービスプロバイダーの市場シェアを、日本以外で見られるような 50% に増やすことを目指しています。「現在、我々は約 10 万台のエレベーターを

サービスしており、これは約 500 億円の売上に相当します」と彼は述べており、大きな成長の可能性を示しています。

一方で、デジタルトランスフォーメーション（DX）は、他の先進国と比べて日本では進展が遅れています。NTT-AT の代表取締役社長である伊東匡氏は、この移行を妨げるいくつかの要因を指摘しています。「日本のビジネス環境は非常にアナログで、微調整を基本としています」と伊東氏は説明します。さらに、職人技に基づく働き方や厳格な採用基準が、デジタルソリューションの統合を複雑にしています。しかし、日本はもはやデジタル化を避けられない重要な局面に達しています。「多くの企業が今、業務プロセスの自動化ソフトウェアに惹かれており、それが業界内で人気を博しています」と伊東氏は述べています。日本のデジタルトランスフォーメーションの動機は、効率よりも必要性に重点を置いているとされています。これらの課題にもかかわらず、伊東氏は次のステージを、技術を創造的に活用してビジネスに価値を追加する機会と見ています。

日本の製造業は、経済の変動に対応し、ニッチ市場でのリーダーシップを維持し、国内の変化に適応し、デジタルトランスフォーメーションを受け入れ、労働力不足に対処しながら、重要な岐路に立っています。