

2005年3月のテレビ・新聞は「堀江、日枝、ニッポン放送、ライブドア」が画面や誌上を賑わさない日はなかった。この話とは直接関係はありませんが、IT 関連という事で今から5年程前に出版された、田原総一郎・月尾嘉男氏共著の「IT 革命のカラクリ」を読んだ記憶を辿りながら少し書いてみました。

インターネットを世界中に普及させたのはアメリカです。そのアメリカは「エシュロン」という盗聴システムを使ってインターネットから情報を盗聴するという世界戦略をもっているといわれ、その問題を調査にアメリカに潜入したジャーナリストが何人も行方不明になっていると噂されています。

更にアメリカの IT 戦略の一つに「高度暗号システム (AES)」があり、アメリカはこの AES を公式暗号と決め、それが世界の「e トレード (電子取引)」を行うときには公式暗号として使えという事になりそうです。

当然 e トレードは標準的な暗号使用 (AES) となります。この AES とは、一番はっきりといえる事は世界の貿易情報を管理することができること。また場合によっては暗号鍵を開いて見られる可能性を持っている訳であります。月尾博士は、インターネットを世界へ普及させたアメリカは、エシュロンを戦略的に利用していることは間違いないと断言されています。

今、インターネットで変えなければならないことは、生産構造を100年前に戻す事です。大量生産計画でなく一品生産の注文生産、消費者が主体性を持つパラダイム (規格・枠組み) の変更・転換であり、これが IT 革命の本質だと強く説いております。

こうした高度情報化時代にあって、私達中小企業が生き残りニューエコノミーに対応し日本再生を果たすためには、本来のリストラクチャリングの実践が必要であり、いかに余分なものを捨てられるかであります。

競争力のない弱い分野を大胆に切り捨て、自分自身の強みを生かし新しい時代に適合する経済分野へと早く切り替えることであります。例えばセブンイレブンが発展を続けているのは需要の変化に対応が極めて早いからであり、ダイエーやイトーヨーカ堂が悪戦苦闘しているのは同じものを大量に仕入れて安く売る競争を続けてきたからであります。

価格破壊をキャッチフレーズに安けりゃ売れる路線を突っ走ったダイエーは崩壊してしまいました。平成の不況はパラダイム (一つの時代の考え方) の転換が出来なかったことによる証拠であり、かつて会頭就任時の FAX 通信3号に「これからは工場で大量に作った物売るのはやめて、自分たちで生産し加工したものを少量販売するショップ方式でないと生き残れません」と書きました。現実に大型店でも今日の様な不振と遭遇していることを鑑みますと、私達中小企業が生き残る道は、こうした方法しかないと思えます。

これからの活性化も、村おこしも、他とは違う特性を活かした、他と違う村、違う街でなければ・・・と思っています。

—東大・月尾教授の話をもとに転用してあります—