

10年後20年後を見据えて人を育て、

景気に左右されず利益を生み出す体質と、
「次の需要」を創り出す努力を続けていきます。

2015年のニュース報道などでは、中国経済減速やアベノミクスの経済効果への先行き不安などが数多く取り上げられていました。一方で、株価に関しては、株高になり景気が回復しているように報道されています。しかし私は、景気がよいという報道と、個々の企業が感じている経済の動きにはズレがあるように感じています。

確かに過去2年間続いた円安は株高をもたらし、円安に伴い輸出企業は円安分だけ業績があがりました。しかし、数字をよくみると輸出数量は増えていません。株高のプラス効果は実体経済にはあまり影響していないとみるのが妥当です。実際、国内の多くの企業では賃金上昇や雇用の拡大には繋がっていません。日本全体では利益が出ているように報道されていても、個々の企業をみても利益を出している企業は一部に限られているのが足元の状況です。

このような経済状況では、かつてのような市場の拡大は期待できません。また新しい市場が突然目の前に現れることもありません。需要の大きな伸びがない中でいかに多くの収益をあげるかが、多くの日本企業に問われているといえるでしょう。

そのためには景気に左右されず、「利益を創出する体質」と「次の需要」を企業自らが創り出すことが大切になってきます。ヤスハラケミカルでは、そうした体質を身につけるために「収益性改善」「新規開拓」「グローバル展開」という3つの中長期的経営方針を掲げています^(※1)。

(※1) 詳細はP.7「中長期的経営方針」をご参照ください。

ヤスハラケミカル株式会社
代表取締役社長

安原 稔二 Teiji Yasuhara

地域と共に歩む企業であり続けたいと願っています。

「収益性改善」「新規開拓」「グローバル展開」、
3つの目標に向かって着実に前進しています。

収益性改善に関しては、より強い収益構造を構築するため、これまで各事業所の生産設備の整備を進めてきました。今年度は福山工場に新設した化成品製造設備^(※2)の稼働を開始します。この設備新設に関するプロジェクトは若いエンジニアたちが中心となって意欲的にチャレンジしてもらっています。設備新設による技術革新の機会が若いエンジニアたちの教育投資にも繋がったことは、大きな喜びです。

新規開拓では、自動車タイヤ向けや医療向けなどの戦略分野を選定し、着実に成果をあげつつあります。今後も新製品、新分野開拓を加速させていきます。グローバル展開においては新興国市場などの成長する分野の取り込みを行うとともに、付加価値を認められる製品や分野を見極め積極的に展開してまいります。

市場は成熟しており「もう成長分野はない」と思われるかもしれませんが、私は消費を刺激する「次の需要」を創ることは可能だと考えています。例えば携帯電話ではいわゆるガラケーがスマホに変わり、自動車業界には自動運転の流れが来ようとしています。市場の変化を捉えれば、まだまだ成長する分野があるはずで

す。そのためには市場変化をいち早く察知する洞察力が必要のため、これからはますます人への投資が大切になると考えています。

(※2) 詳細はP.11 特集②「福山工場に化成品製造設備を新設」をご参照ください。

次の需要を創出する「人のチカラ」を引き出すために、
将来投資として「人への投資」を積極的に行っています。

福山での化成品製造設備新設プロジェクトにも現れているように、会社を強くする原動力は「人のチカラ」^(※3)だと考えています。6年前から人を育てるプロジェクトに本格的に取り組んだ結果、今ではしっかりとコミュニケーションをとる意識も高まり、一人ひとりの社員が少しずつステップアップしていることを感じています。

また「人のチカラ」を強くする一つ的手段として、インプットをもっと増やすことも大切です。具体的にはもっと本を読むことも有効です。

私は、日本人はニュース報道や活字で書いてある説明を、鵜呑みにしすぎなのではないかと心配しています。人が書いたものをそのまま信じて、自分で調べることをしなければ、思考は深まらないし俯瞰するチカラも養えません。

お客様が望むニーズを感じるには、物事を多面的にみるチカラが必ず必要になります。だから社員たちには、日常からもっと本を読みインプットを増やしていくことを奨励しています。

(※3) 詳細はP.9 特集①「人のチカラが会社を強くする」をご参照ください。

企業の最も大切な社会的責任は「継続」することです。
これからも地域との繋がりを大切にしていきます。

新しい需要を創出するためには、革新的な発想とともに、それを継続するチカラも必要です。世界的な企業に成長したアメリカのあるインターネット通販会社は、発想も継続性も競合他社とは大きく異なっていました。インターネット黎明期にはネット通販をはじめた企業は米国に多数ありましたが、その会社はお客様が欲しい商品を一人ひとりにあわせて提供することに着眼しました。そして、その会社のネット通販サイトに行けば欲しいものが必ずあるということを実現するため、全米各地に次々と大型倉庫をつくり多種多様な商品を確保しました。周囲からは過剰投資との批判を浴びましたが、お客様が欲しいものを提供・提案できることを目指し続け、今ではライバルを大きく引き離す大企業になりました。先見的な発想と継続性が「次の需要」を創り出した例です。

ヤスハラケミカルが目指しているのも、この例と同じく豊かな発想と想いを信じて努力することにより「次の需要」を創り出すことです。だから私たちは、社員一人ひとりの発想を伸ばす投資は惜しみません。そして私たちを支えてくださる地域との繋がりを大切にしながら、戦略や信念を「継続」し「次の需要」を創り続けることで、10年後も20年後も、地域と共に歩んでいく企業であり続けたいと願っています。