



長嶋 由紀子
リクルートスタッフィング
取締役社長

経済同友会 つながる▶▶

リレートーク #209

外から見た日本



津坂 美樹
ボストンコンサルティンググループ
シニア・パートナー&
マネージング・ディレクター

ボストンコンサルティンググループ (BCG) のシニア・パートナーとして、世界各国に点在する顧客企業のお手伝いをし、またBCG社内ではグローバル経営会議メンバー、そしてチーフ・マーケティング・オフィサー (CMO) を務めていることもあり、月に二度は国境を行き来しています。

海外に行くと、私は、「経済アンバサダー」のように、日本の状況を解説する立場に立つことがよくあります。CEOとの会議、採用候補者やメディア、同僚との対話の場で、私にはGoogleさんながらに日本についての幅広い問いが投げかけられます。アベノミクスの「三本の矢」は目指した結果を実現できるのか。日本経済は再び成長軌道に乗ることができるのか。日本企業は真のグローバル化を果たせるのか。日本でイノベーションは復活し得るのか。出生率低下と高齢化進行にどう対応するべきか。ウーマノミクスは本当にアベノミクスの柱と言えるのか――。

私の答えはいつも“Yes”。もしくは、ポジティブな数字を使って話すことにしています。“Yes, but…”を避け、とにかく肯定的な面をきちんと伝えなければと強く意識しています。なぜなら、日本は世界第三位の経済大国でありながら、グローバルでの存在感が薄いという問題意識を持っているからです。数多くのセッションがあるダボス会議でも、日本に関する議題は片手で足りるほどで、寂しい気持ちになります。日本が前進していることをもっと強調すれば、存在感を高められると信じています。

とはいうものの、日本に戻れば私も楽観主義を少し抑え、より強く経済成長を推し進めなければならないと感じています。米国の大学を修了した後、帰国を決めるきっかけとなった、エズラ・ヴォーゲル氏の著書『ジャパ・アズ・ナンバーワン』も今は昔。BCGの企業価値創造企業ランキング(*)では今回、業種別のトップ10企業260社中、日本企業はたったの8社しかありませんでした。

常識に挑み、創造的に考え、新しいことを試し、高過ぎるくらいの目標を追うことで、日本はより成長し、世界での存在感を高めることができます。そうなれば、内にも外に向けても、確信を持って“Yes”と言える日が来るでしょう。

※世界各地の26業種1,600社以上を対象に、5年間の株主総利回り(TSR)に基づき、企業価値に優れた企業について調査したBCGの『バリュー・クリエーターズ・レポート』シリーズ

▶▶ 次回リレートーク

津坂 純

日本産業推進機構
取締役社長・創業メンバー