

異との融合で元気な日本を

代表取締役 副社長執行役員

阪口 正敏

Masatoshi Sakaguchi
Director, Executive Vice President



5月にベトナムを訪れた。ベトナムで計画されている新規原子力開発に、日本の技術やシステムを導入していただくためのPR活動で、官民合同ミッションの一員としての参加であった。3日間という短い滞在であったが、多くの政府関係者や電力会社の方々などとお目にかかり、当地の経済やエネルギー事情を直接聞くことができた。私にとっては初めてのベトナム訪問でもあり、時間の許す限り、首都ハノイの街並みを歩き、市民の生活ぶりも垣間見てきた。躍動感とでも表現すればいいのか、この国では「人々の熱いエネルギー」が日増しに大きくなっているのではと肌で感じた。この感覚は、実際に現場に立ち、直接自分の目や耳で体感してこそ得られたものであり、書物などからは到底感じ取れないものであった。

実は45年も前のことであるが、似たような体験をしている。中学3年の夏、テニスの地区予選で勝ちあがり、県大会に出場した時のこと。大会会場に到着するや、耳に飛び込んできたのは、これまでに聞いたことのない、想像を絶する「かん高い、乾いた打球音」であった。そして、実際にボールを打っている選手を目にし、「すごい奴らがいる。これが同世代なのか」と唸り、「お山の大将」であった自分を恥ずかしく思うとともに、「己の身の丈」を知るといふ、現場でしか得られない貴重な体験をしたのである。

6月、経済産業省は2020年を視野に入れた「産業構造ビジョン2010」を取りまとめた。「ビジョン」では、今日の日本の産業が、世界の国々に、また、市場の変化に遅れてきたことを「行き詰まり」と表現し、2000年には世界で3位であった「国民一人当たりのGDP」が2008年には23位へ、「国際競争力ランキング」では1990年の1位が2010年には27位へと転落しているな

ど、様々な事実を取り上げ、現実を直視することから始めている。「日本の身の丈」を知り、何故そうなったのかを分析し、その上で「今後、日本は、何で稼ぎ、雇用していくのか」について検討したものである。

また、日本ではこれまで「戦後成長の成功神話」ともいべき「いいものは売れるはず」に象徴される「日本の強さ礼賛論」に頼ってきたが、それだけでは世界の市場に追従できないとし、様々な対策を提案している。

原子力発電に例えてみると、設備の製造技術や製造能力、建設経験、そして長年にわたる安全運転の実績と、設計から製造・建設・運転に至る全てにおいて、日本が海外に劣るものは何もない。しかし、現実はどうかといえば、アブダビでの入札では韓国連合が、ベトナムの第一期計画ではロシアが受注したと報道されたことは記憶に新しい。「いいものは売れる」とはならない例である。

国を挙げて産業競争力強化に乗り出すには「国と企業の壁、省庁の壁、国と地方の壁」を越えた戦略が不可欠であると「ビジョン」はまとめている。

将来にわたり、日本を元気な社会とするためにも、あらゆる分野で「壁」を取り払うことが有効であると考える。これまでは、パートナーとして見てこなかった、壁から抜け出てくる「異(なるもの)」との連携や融合が、新たなものを産み出すことを期待する。異分野交流は、大学などでも既に取り組みされてきており、「異との融合」により産み出される成果の大きさは「異の乖離度」に比例するとも言われている。「異との融合」には、従来の枠にとらわれない柔軟な発想と行動力が必須であるが、元気な日本であり続けるためにも、好奇心を旺盛にし「異の発掘」にチャレンジしていただきたいと願っている。