

OPINION オピニオン・スライス SLICE

— 大阪の経済の現状は

デフレ脱却でいい方向に行っていると思います。ただ、円安で輸入して部材を調達する中小企業が大変であるとかということはありません。いい面と悪い面が一緒にあるわけですが、大きな流れで見たらいいほうに行きつつある。ただ、黙っていてもだめですから、政府に対して成長戦略を早く実行してもらおうとか、大阪府の成長戦略を早く実行に移すようにとか、いろいろな注文をつけなが

大阪商工会議所会頭／
京阪電気鉄道株式会社最高顧問

佐藤茂雄さん

らやっています。日銀の総裁にもです。現実の経済を動かしている大阪の中小企業の皆さんの声、現場の声をいかに届けて修正してもらうか、そういう努力を必死になってやっています。

— 大阪本社の会社が東京に本社を移す動きがありますが

経済の法則からしたら、ビジネスチャンスのあるところに行くのは当然です。東京に行くのも当然だと思います。かつて大阪は人の動きがあって、江戸時代、あるいは明治も、大正、昭和もそうでした。物、人、お金の動くところには自然に人が集ま

ってきますね。そういった大阪にしようじゃないかと商工会議所は「千客万来都市OSAKAプラン」というビジョンを掲げて一まさに全てが集まる、ビジネスチャンスがある大阪を目指しています。

東京一極集中を是正しないといけないのは確かですけども、それを言っているだけではどうしようもないわけで、我々自身が「千客万来都市OSAKA」をいかに実現するか。これに今努力しているところです。

— 「千客万来都市OSAKAプラン」の具体的な内容は

まずは、インバウンドです。これ



時代に合う
ビジネスモデルを
どう作り出していくか

SHIGETAKA
SATOH

は関空がありますし、USJもありますので、大阪にも魅力はいっぱいあります。お買い物、食、これは大阪の強みです。これをどんどん積極的にアピールしています。大阪だけじゃなくて、京都、神戸、あるいは和歌山、鳥取、滋賀、奈良など、関西は郷土色（ローカル）の文化が根強く残っているところが大変多いです。それが外国人の人に今注目されていて、周辺部に広域型の観光ネットワークができています。これは「千客万来都市 OSAKA プラン」の真っ先に挙げているビジョンです。

あと大阪の強みとしてはものづくりがあります。例えば医療機器、製薬・創薬ですね、ライフサイエンス、ここにも力を入れています。千客万来都市として5つのビジョンを掲げていますが、一つ一つ消化しつつあります。

—— 今カジノ法案が検討されだしていますが

カジノはいい面と悪い面があります。賭博性が高いとか、社会的コストが高くつくという負の面があります。これをどう克服するか、その論議をこれからしていかないとはいけません。それを抜きにして夢ばかり言うてもだめです。

—— 弁護士に対する印象は

幸い、会社の中で弁護士さんとお近づきになる機会の多い仕事をしていましたので、また友人も多く身近におられますので、私の場合は抵抗なく弁護士さんに接しています。ただ、おそらく普通の人は何となく敷居が高く相談しにくいという人が圧倒的だと思います。弁護士さんというインテリで難しい、簡単なことを言っても難しいお答えが返ってくるのではないとか、あるいはとんでもないお金を取られるのではないか

とか、おそらく何かバリアがあるんじゃないですかね。ですから、身近なおじさん、おばさん、お兄さん、お姉さんという感じになったらいいんでしょうね。

私は、人助けのためにどんどん出ていけと、こう言いたいですね。じっとオフィスに座って、どんと構えているんじゃないで社会に出ていけと、そう申し上げたいです。

—— ひらかたパークは最近、いろいろなおもしろい企画をされていますね



ビジネスモデルというのはしょっちゅう変わります。昔は遊園地というのは鉄道会社が全部持っていたんです。今は南海と私ども京阪だけです。世の移り変わりというのはそんなものでして、昔のビジネスモデルにしがみついても成り立たない。

その中でひらかたパークはまだがんばっていますが、一方でUSJがあります。USJの経営者によりますと、あれは遊園地ではなく小売業だというんです。物販業だと。皆さんお買物をいっぱいしてますよね。ビジネスモデルとしては遊園地ではなく、形が変わった小売業なんです。翻って、ひらか

たパークはどんなビジネスモデルをその後つくったかという心もとないです。昔の名前で食っているだけかもしれない。これでいつまでやっていけるか分からない。お客さんにどこまで支持されるか分からない。我々はその時代に合うビジネスモデルをどうつくり出していか、お客さんの嗜好感覚にどう響いているのか、いつも気配りしながら対応していく。ダーウィンの適者生存になると思います。

最近のいい事例だとコンビニです。景気がいいと言いますが、富裕層はいいんです。株は上がっていますし、百貨店も時計、貴金属、宝飾、絵画の売り上げは増えています。ところが、食品はだめなんです。スーパーがだめなんです。しかし、コンビニが伸びています。コンビニはうまく適応しています。「これがコンビニだ」という規定観念をコンビニの経営者は持っていません。世の中に合わせて商品のアイテム、商品の質もどんどん変えています。進化しています。ビジネスモデルをしょっちゅう研究しながら、お客さんの一歩先を行ってお客さんを引きつけている、これが今のコンビニですね。

大阪にも新しいビジネスモデルをつくらうとしている中小企業の経営者がたくさんいらっしゃいます。本業があって、その本業と関係ある事業から枝分かれして、それを本業にしようとしている経営者がいっぱいいらっしゃいます。チャレンジ精神を持った方が大阪にたくさんいらっしゃる限り大阪は大丈夫です。弁護士さんも新しいビジネスモデルをどんどんおつくりいただくようにすれば世のため人のためになると思います。

(Interviewer: 桂 充弘・Photo: 武田真実)