

3S時代を乗り切る！

3S(スリーエス)、これは、アメリカのオバマ大統領がサブプライムローン破綻の時に記者会見で述べた言葉です。これは、危機管理の鉄則です。

3Sとは、「スピード」「スケール(規模の拡大)」「セベラル(数年、4~6年、計画性)」を指します。

これらを細かく検証していきましょう。

1. Speed~スピード ...図1参照

なぜ、起きてしまった時に問題を早く解決しなければならないのでしょうか？それは、起きてしまい、リスクが危機という変動値に変わってしまうと、その幅は時間とともに増幅していきます。早く処理するという事は、変動幅が小さいうちに問題を解決する行為なのです。もし、それができず、変動値が純資産を超えてしまえば、この企業は破綻します。

2. Scale~規模 ...図2参照

問題が発生して危機状態に入ると、人命を救助するにも、1人の力では限界があります。したがって、専門分野を持っている人たちとパートナーを組むことによって、よりパワーが増幅され問題解決しやすくなります。

3. Several~計画性 ...図3参照

セベラルは「a few」より長い計画性ですね。4年から6年といった感じでしょうか？しかも、「a few」より、能動性を感じますね。問題は、能動的に計画を持って行うべきだということです。

以上のような3S、皆さんはご納得いただけただでしょうか？

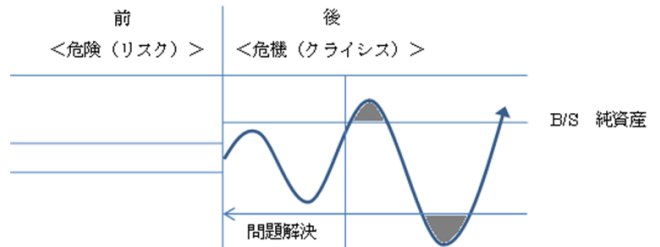
今の時代はネット社会にみられるように変化が速く、消費者ニーズの転換も速くなっています。マスコミを含め、消費者に背く企業への批判は激しくなっています。このような点からもスピードが求められます。

また、新しい問題点が次々と現れ、解決すべき問題は複雑になっています。したがって、早く、そ

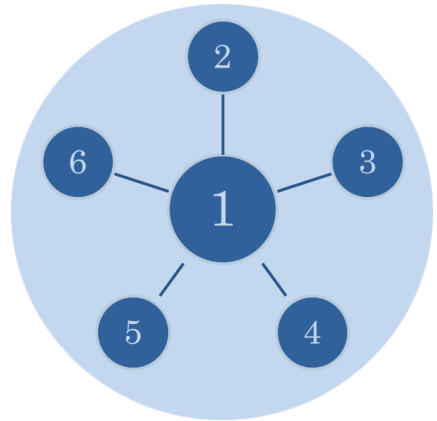
の問題を解決できる人材をパートナーに持っているか、これが明暗を分ける時代です。

シニアリスクコンサルタント® 浦嶋繁樹

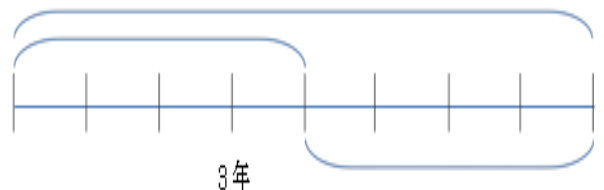
【図1】



【図2】規模の拡大



【図3】計画性



時流を読む

リスクに対する感性が高まれば、自ずと時代の「先」を読む力が備わってきます。最新ニュースをリスクマネジメントの視点で分析し、今後の展開や社会への影響を予想してみましょう。

ソニー「創業の地」売却 ITリストラ 聖域設けず

ソニーは東京都品川区にある旧本社ビルなどを売却する。売却を決めたのは「御殿山エリア」と呼ばれる旧本社地域にあるNSビルなど。「NSビル」は1990年に竣工し、家電大手からIT(情報技術)大手へとカジを切った時代の司令塔だった。パソコン事業売却など経営再建に向けたリストラに聖域はない。かつては10棟以上のビルを保有し、「ソニー村」と呼ばれた創業の地に面影はなくなる。売却金額は150億円規模とみられる。

ソニーは1946年、東京・日本橋で東京通信工業として設立。翌年に御殿山エリアに移転し、ラジオやテレビ、ウォークマンで成功した。同エリアは「創業地」とされており、ピークだった2000年代前半には6000~7000人が勤務していた。収益が悪化する中、資産リストラの一環として、御殿山エリア北側の大半のビルを07年度に売却。今回、南側にあるNSビルなどの売却により、同エリアにはソニー歴史資料館などが残るだけとなる。

地銀の貸出金利息4%減 国内頼み、収益厳しく 将来の預金縮小に備え

地方銀行の本業の収益悪化が進んでいる。2013年4~12月期の貸出金から得られる利息収入は平均で4%減った。海外融資を増やすなどした3メガ銀で2.4%増えたのとは対照的で、国内頼みの地銀各行の収益の厳しさが改めて浮き彫りになった。

中京圏では、資金需要の弱さを補おうと県境をまたぐ「越境融資」を手がける地銀が増えた結果、金利競争に拍車がかかっている。地銀・第二地銀の昨年末の貸出残高は1年前と比べ3%増えた。貸出の「量」は増えているものの利回りが示す「質」は悪化している。人口減少が進めば残高減少が追い打ちをかける。

2月初旬、金融庁が四国に本拠地を置く5つの銀行へ一斉に立ち入り検査に入った。2005年に個人預金が減少した経験を持つ唯一の地域だからだ。昨年末の預金の伸び率はワースト2位。個人預金がマイナスに転じる可能性が高い地域と言える。地銀の再編が起りにくい一因は、預金が集まりやすいという事情があったためだ。逆に減少に転じた時、大幅な赤字体質になることが推測される。徳島銀行と香川銀行が県境を越えて経営統合を決めた一因も人口減少による預金の縮小への不安だった。10年後、20年後に忍び寄るリスクへの備えは十分か。再編を含めた体力の強化が解の一つになる。

ラスト500メートルに商機あり 高齢者引きつける小型店

ローソンが2月、横浜市に出店した初の小型食品スーパー「ローソンマート」。コンビニエンスストアの2倍弱の店構えだ。初日は開店前に約100人の長い列ができていた。この店の売り物は豊富な生鮮食品との触れ込みだったが、約20品目をそろえた大人用紙おむつの充実の方が目に付いた。売り場へ進む人たちの大半が高齢者だった。近隣には商店街、少し離れた場所には食品スーパーもある。バスや電車に乗ればすぐに横浜の繁華街だ。にもかかわらず高齢者がこの店に期待を寄せるのは、小さな店だけで日常の生活に必要な商品が買えるからだ。

高齢者の行動範囲は徒歩だと500メートルとされ、それを超えると不便や苦労が高まるという。高齢者に限らず、時間に制約される子育て・共働き世帯でも不便を感じている。通信の世界では企業と生活者をつなぐ最後に残された距離、「ラストワンマイル(1.6キロ)」が勝負の分かれ目といわれた。小売りの世界はもっと短い「ラスト500メートル」だ。高齢化と女性の社会進出という大きな流れ。大型店では社会の要請にこたえられない。

本コーナーは、(株)日本アルマック/日本リスクマネジメント・プロフェッショナル協会共催セミナー「全国リスクマネジメント研究会」の内容を編集したもので、日経新聞の記事によるものです。セミナーの概要、参加申込方法等については、お気軽にお問い合わせください。

<発行>

日本リスクマネジメント・プロフェッショナル協会

〒101-0038

東京都千代田区神田美倉町10共同ビル2F 27号

(株)日本アルマック内

TEL:03-5297-1242 FAX:03-5297-1244

URL: <http://www.almac.co.jp>

<製作>

株式会社日本アルマック

〒101-0038

東京都千代田区神田美倉町10共同ビル2F 27号

TEL:03-5297-1241 FAX:03-5297-1244

URL: <http://www.almac.co.jp>

※ご意見・ご要望は上記までお寄せください。