

2018年度の日本の経営者の言説

前 島 賢 士

1 はじめに

本稿では、2018年度の日本の経営者の言説を考察する。その際には、2018年現在の日本の経営者の実在条件、この実在条件がもたらす日本の経営者の持つイデオロギーに注目する。本稿では、資料として日本経済新聞を用いる。日本経済新聞の月曜日から土曜日の朝刊には、毎日、「ニュース一言」という欄があり、そこでは、日本の経営者の言説（語り）が載っている。これを資料として用いる。

2 日本の経営者の実在条件

本章では、2018年現在の日本の経営者の実在条件を考察する。2018年現在の日本の経営者の実在条件とはグローバル資本主義と情報資本主義である。

まず、グローバル資本主義に関して考察していく。

鶴田によれば、20世紀の80年代ごろから21世紀にかけての世界を特徴づけている最も重要な政治経済的現象は、グローバリゼーションである。この現代のグローバリゼーションの中での資本主義のあり方（存在様式）が、グローバル資本主義にほかならない。グローバリゼーションは、まず、資本・商品・サービス・労働力・技術・情報といった諸資源の国際的移動の増大といった実態にあらわれている（鶴田、2005）。

また、鶴田によれば、1970年代における金・ドル交換の停止、第一次石油危機そしてスタグフレーションは、第二次世界大戦後の現代資本主義の発展における分水嶺となった。これらを契機にして、とくに先進資本主義国においては、産業構造は重化学工業中心から軽薄短小の情報技術関連産業中心に転換し、雇用・労働のあり方も個別分散的・伸縮的となり、変動相場制の採用による金融の自由化、資本

移動の自由化によって経済の金融化が進み、経済政策もケインズ主義的需要管理政策から新自由主義が主流を占めてくるのである。このような変質を遂げた現代資本主義の新たな局面をわれわれは、「グローバル資本主義」と呼んでいる。1990年前後のソ連・東欧の体制転換と湾岸戦争における米国の勝利は、グローバル資本主義における米国の主導性を決定づけた（鶴田、2009：21，153-154）。

柴垣によれば、グローバル資本主義の本質は、新自由主義による国際的な為替及び資本取引の自由化を背景として、先進諸国の超国籍・多国籍企業に顕著にみられる海外直接投資と生産の国外移転（海外へのアウトソーシング）が、BRICsに代表される新興工業諸国の工業化と結びつくことによって、資本主義の基本的矛盾の基礎をなす労働力商品の供給制約が大幅に解除されたところに求められる。グローバル資本主義の一環としての産業グローバリゼーションの本格化は、1990年代以降のBRICsの工業化と結びついたものであるが、その直接の前史は1970年代のNIEsにおける工業化政策の輸入代替から輸出志向への転換と、その具体化として推進された「工業特区」の設置、そこへの外資の積極的導入に始まる。NIEsの経験は、1980年代以降はASEAN諸国に引き継がれ、さらに1990年代以降はBRICsに引き継がれ、今日に至る産業グローバリゼーションをもたらした（柴垣、2008）。

飯田によれば、グローバリゼーションはまず最初の流通過程のプロセスにおいて「経営資源調達の国際化」として捉えられ、ついでその生産過程において「生産の国際化」として、そして最終段階の流通過程において「商品販売の国際化」として捉えられる。つまり、この調達、生産、販売という三つの資本の活動領域における国際化がグローバリゼーションの特質なのである。生産の国際化は、各個別資本にとってはいわゆる世界最適地「生産」を追求する形で展開される。そして、それを可能にする客観的

技術的条件も、この段階ではコンピュータ制御生産によって、世界のどこに拠点を移しても本国と同じように生産を可能にする技術が既に確立されていることも重要である（飯田、2010）。

また、飯田によれば、現代資本主義は、1970年代を境に、現代資本主義の前半期の福祉国家体制から現代資本主義の後半期のグローバル資本主義という新しい時代に移行していく。もっとも、この新しい時代への移行が誰の目にも明らかになったのは、1990年代の初頭にソ連・東欧の社会主義体制が崩壊し、いわば地球規模での資本主義化を背景としてグローバルな大競争（「メガ・コンペティション」）が展開されるようになってからであろう（飯田、2011：215）。

河村によれば、「グローバル資本主義」の現象の重要な側面の一つは、市場経済が世界的に拡大し、世界をすべて覆うかに現れていることである。経済思想的にも「市場（原理）主義」が大きく力を増している。それは、戦後パックス・アメリカナに特徴的であった、資本主義経済過程に対する国家機能が後退し、市場経済が社会経済のますます幅広い領域に拡大し、地理的にも世界的に拡大している事態である（河村、2003）。

また、河村によれば、「グローバル資本主義」の展開は、「パックス・アメリカナ段階」の「変質期」としてその歴史的位相が理論的に解明できる。すなわち、「グローバル資本主義」とは、パックス・アメリカナ段階の中心を占めたアメリカの、「持続的成長」をもたらした戦後の資本蓄積体制が、1960年代末から衰退し、大きく再編・転換する関係を基本動因とするものと捉えることができる。しかもそのプロセスは、グローバルな規模の資本蓄積体制として「グローバル成長連関」の出現を伴いながらも、その制度不備・システム欠陥から、グローバル金融危機・経済危機を発現させた（河村、2016）。

以上の鶴田と柴垣、飯田、河村の考察から、筆者はグローバル資本主義を次のように定義する。

<グローバル資本主義とは、資本の移動が国際的に、全面的に自由で、調達や生産、販売が国際化し、最適地で調達や生産、販売が行なわれる資本主義である>

グローバル資本主義が登場したのは、1989年のベルリンの壁の崩壊によるソ連・東欧型の社会主義の崩壊時である。

また、本章では、ブレナーの第二次世界大戦後の先進資本主義諸国の経済分析（Brenner, 1998, 2002, 2004）に基づき、現在の日本の経済環境であるグローバル資本主義を考察していく。

ブレナーの分析を図式化すると次のようになる。「世界的な生産規模拡大（コストが相対的に低い後発国製造業者の世界市場への進出と、コストは相対的に高いが大量の支払い済みの固定資本と占有権のある資産（納入業者や顧客とのあいだで長年築き上げてきた関係、長年にわたって積み上げてきた技術的知識）を持つ先発国製造業者の世界市場からの退出の拒否）→世界的な過剰生産→国際競争の激化→価格低下→利潤率低下」。

ブレナーの考察と似たものをウォーラーステインも行っている。ウォーラーステインによれば、資本家にとって問題だったのは、独占というものはすべて、自崩するということであった。その独占が、政治的にどんなにうまく守られていても、世界市場に新たな生産者が参入できるかぎり、必ずそうなった。もちろん、参入は容易ではなかったし、時間も必要であった。しかし、遅かれ早かれ、他の人びとが障害を乗り越え、市場に参入することができる。その結果、競争がいつそう激しくなる。資本主義を宣伝したい人たちがつねにいつているように、競争が激しくなれば、価格は低下する。しかし、同時に利潤も低下する（Wallerstein, [1989] 2011：訳書xiv）。

現在の日本の経済環境であるグローバル資本主義を考察していく。現在、韓国や台湾、中国等後発国の製造業者が積極的に世界市場に進出している。このことは世界的な生産規模拡大を意味する。世界的な生産規模拡大は世界的な過剰生産傾向を生み出す。世界的な過剰生産傾向は製造業者間の国際競争を激化させる（メガ・コンペティションの発生）。国際競争の激化は価格低下傾向、利潤（利益）率低下圧力という経済状況をもたらす。

次に、情報資本主義に関して考察していく。

北村は、情報技術革新に特徴づけられた現代資本主義を情報資本主義と呼ぶ（北村、2003：ii-iii）。

また、北村によれば、アイデアや企画さえあれば

資本は後からついてくるのが情報資本主義であるというたぐいのベンチャーを持ち上げるような議論や、情報資本主義こそが純粹の資本主義であるといった議論もあるが、情報資本主義は独占資本主義の特殊な一形態である（北村，2003：206）。

半田によれば、情報資本主義というのは、〈知識労働〉を核とする生産者サービスに支えられた、いわばモノ依存を完成する生産システム内蔵型の現代資本主義である（半田，2007）。

佐藤によれば、知識労働者の情報ネットワークを媒介とした協働が情報資本主義の分水嶺である（佐藤，2010：3）。

また、佐藤によれば、知識労働者とは、理論的には、情報システムに外化された情報を利用して頭の労働に従事する労働者であり、現実的には、外部委託された知識業務の担い手である企業や個人業者、製造工程をアウトソーシングした多国籍企業内の企画・開発部門などの労働者を含む概念である（佐藤，2010：49）。

以上の北村と半田、佐藤の考察から、筆者は情報資本主義を次のように定義する。

〈情報資本主義とは、情報技術革新を特徴とする独占資本主義である〉

情報資本主義が登場したのは、1995年のウインドウズ95の発売時である。

なお、情報技術革新と資本主義との関連に関しては、藤田の論考（藤田，2007）も参照すべきである。

3 日本の経営者の持つイデオロギー

2018年現在の日本の経営者の実在条件であるグローバル資本主義はグローバリズムというイデオロギーを経営者にもたらす。また、2018年現在の日本の経営者の実在条件である情報資本主義は情報主義というイデオロギーを経営者にもたらす。

本章では、日本の経営者の持つイデオロギーを考察する。ただし、考察の前にイデオロギーの定義をしておく。

まず、イデオロギー研究の嚆矢となった人物であるマルクスのイデオロギー論をみていく。マルクス

はエンゲルスと共に『ドイツ・イデオロギー』を著している。マルクスとエンゲルスは当時のドイツのイデオロギーの状況を考察し、次のように論じている。

「人間たちの頭脳のなかの模瑚たる諸観念といえども、彼らの物質的な、経験的に確かめうる、そして物質的諸前提に結びついた生活過程の必然的昇華物である。したがって道徳、宗教、形而上学およびその他のイデオロギーとそれらに照応する意識諸形態はこれまでのように自立的なものとはもはや思われなくなる。（中略）意識が生活を規定するのではなくて、生活が意識を規定する」（Marx und Engels, [1845-1846] 1958：訳書22）。

また、エンゲルスはイデオロギーに関して次のように論じている。

「現実哲学は、ここでもまったくのイデオロギーであること、すなわち、現実を現実そのものからみちびきだすのではなく、観念からみちびきだすものであることがわかる」（Engels, [1878] 1962：訳書99）。

さらに、マンハイムはマルクスやエンゲルスのイデオロギー論を意識しながら、知識社会学を提唱した。マンハイムは次のように論じている。

「『イデオロギー』ということばは、いつ、どこで陳述の構造のうちに、歴史的—社会的構造が入りこむのか、またどのような意味で、後者が前者を具体的に規定することができるのか、といったような問題を追究しようとする研究意図にたいしてもちだされるものなのである。だからわれわれは、知識社会学の領域では、荷がかりすぎた『イデオロギー概念』を利用するのをできるだけ避けて、知識社会学的なやり方で、思考するものの存在に制約をうけた—または立場に制約された—視座構造について述べていこうと思う」（Mannheim, 1931：訳書154-155）。

アルチュセールはマルクスのイデオロギー論に基づいてイデオロギーを次のように考察している。

「人間はイデオロギーにおいて、自らの実在条件との関係を表明するのではなくて、自らの実在条件との関係をどのように生きるか、というその方法を表明するのであって、その場合、前提とされるのは、現実上の関係と同時に、『体験上』、『想像上』の関係である。そこで、イデオロギーとは、人間と

自らの『世界』との関係の表明であり、言いかえると、自らの現実の存在条件にたいする、現実上の関係と想像上の関係との（重層的に決定された）統一体なのである。イデオロギーにおいては、現実上の関係が不可避に想像上の関係のなかにつまれている。というのは、想像上の関係は、現実を表現している以上に、意志（保守的な、順応的な、改革的な、あるいは革命的な）、さらにまた、希望あるいは郷愁でさえも表明しているのだから」（Althusser, 1965：訳書415）。

最後に、イーグルトンのイデオロギー論をみていく。イーグルトンはイデオロギーに関して次のように考察している。

「イデオロギーの言説において最も捉え難い点は恐らく、それが現実の事物＝対象を描いているように見えながら、実は我々を容赦なく『情緒的』なものへと導いている、という点なのである。イデオロギー的叙述は、ものごとの様態に言及し、それを描写しているかに見えるし、また実際にそうしていることも多いのであるが、それら『見かけ上の』あるいは『事実上の』叙述を、より根本的で『情緒的』な言い方に翻訳することも可能なのである。イデオロギーの言語は、願望、呪い、恐れ、中傷、祝福等々を表わす言語である。例えば『アイルランド人はイングランド人よりも劣る』といったような、見かけ上は『事実確認的』な言い方は、『奴らは故郷に帰ればいいのに（と私は願望する）』といったような『行為遂行的』な言に鑑みて、初めて完全に理解しうるものである」（Eagleton, 1981：訳書190-191）。

「カントにとっての美的判断がそうであるように、イデオロギー的発話は、世界の特徴づけを行なうように装いながら、発話者が身をもって生きている世界との関係の特徴づけを行なうことによって、本質において感情的な内容を指示的な形式のうちに隠蔽してしまう。このことは、イデオロギー的言説が、真偽どちらかの評価をくだせる指示的な命題を実際には含んでいないということを示唆しているのではなく、ただ、指示的な命題を含んでいるということがイデオロギー的なものの最大の特徴ではないということを示唆しているにすぎない。（中略）イデオロギーを、なによりもまず虚偽の陳述であるという観点から特徴づけることはできない。その理由は、

一部のひとが考えてきたように、イデオロギーが虚偽の陳述を適正な分量しか含んでいないからではなく、イデオロギーが根本において命題性の問題ではないからである。それは、願望、呪い、恐怖、畏敬、欲望、軽視など—カントの美的判断と同様、真とか偽といった概念的範疇を意味ありげにともなっているとしても、それに依拠してはいない遂行的言説—の問題なのだ。『アイルランド人はイギリス人よりも劣っている』という陳述は、『アイルランド人を打倒せよ！』という命令を疑似指示的にコード化したものにほかならない」（Eagleton, 1990：訳書136-137）。

「アルチュセールはいう、『イデオロギーは、現実を記述するのではなく、意志、希望、ノスタルジアを表現するものである』と。イデオロギーは根本において、恐怖をひきおこしたり否定したり、崇め奉ったり呪詛したりするものであるが、こうした要素が、往々にして、ものごとの実際のありようをそのままに記述するかにみえるディスクールにコード化されて組みこまれているということになる。したがってイデオロギーとは、J.L. オースティンの用語を借りるなら、『事実確認的』言語ではなく、『行為遂行的』言語である。それは何かことをなす言語行為（呪い、説得、祝福など）のクラスに属するのであって、記述するディスクールに属するのではない」（Eagleton, 1991：訳書56-57）。

「社会秩序全体のはたらきを把握できるのは理論だけである。個人の実生活に関していうなら、個人が社会全体を見渡せて、そのなかで自分の生きる道を捜しだせるような、ある種の想像的『地図』を提供するのがイデオロギーであり、このためにもイデオロギーは必要なのである。もちろん個人は、社会編成体に関する科学的な知識を参照することができるかもしれないが、あいにく個人は、あわたたしい日常生活の喧騒にまぎれて、この知識を用いることはできないのである。（中略）社会生活が複雑すぎて、日常的な意識では全体を把握できないような状況のなかで、それを補うためにイデオロギーが誕生したことになる。社会全体を把握するには、それに関する想像的なモデルが必要となる—地図が現実の地域を過度に単純化してしめすように、この種のモデルも、社会的現実を過度に単純化するとしても」（Eagleton, 1991：訳書315）。

以上、マルクスとエンゲルス、マンハイム、アルチュセール、イーグルトンのイデオロギー論を見てきた。マルクスとエンゲルス、マンハイム、アルチュセール、イーグルトンのイデオロギー論を参考にして、筆者はイデオロギーを次のように定義する。

＜イデオロギーは、人間が自らの実在条件との関係をどのように生きるかというその方法を「地図」という形で表明する行為遂行的言説である＞

イデオロギーは、人間が自らの実在条件との関係をどのように生きるかというその方法を表明するものである。また、この場合、人間と人間の実在条件との関係は想像上の関係の中に含まれている現実上の関係である。人間と人間の実在条件との現実上の関係は複雑で、流動的なものであることから、人間が日々の実生活において人間と人間の実在条件との現実上の関係を精確に認識することは困難であり、人間は想像に覆われた認識を持つことになる（想像と現実との乖離の程度は誇張、矮小化、省略、単純化といった程度である）。この結果、表明される人間と人間の実在条件との関係は想像上の関係の中に含まれている現実上の関係となる。また、イデオロギーは、呪い、説得、祝福等何かことをなす言語行為である行為遂行的言説である。

以上みてきたように、実在条件はイデオロギーをもたらす。

2018年現在の日本の経営者の実在条件であるグローバル資本主義は、グローバリズムというイデオロギーを経営者にもたらす。筆者はグローバリズムを次のように定義する。

＜グローバリズムとは、国際化やグローバル化を重視するイデオロギーである＞

また、2018年現在の日本の経営者の実在条件である情報資本主義は、情報主義というイデオロギーを経営者にもたらす。筆者は情報主義を次のように定義する。

＜情報主義とは、情報や情報技術を重視するイデオロギーである＞

4 2018年度の日本の経営者の言説

本章では、日本経済新聞の「ニュース一言」という欄に載っている日本の経営者の言説を資料にして、2018年度の日本の経営者の言説の中にみられる、グローバリズムと情報主義というイデオロギーをみていく。

関西ペイントの石野社長は「最高デジタル責任者(CDO)にふさわしい人材を探している。生産性の向上や意思決定を迅速にするには、IT(情報技術)の専門家の知見が欠かせない」、「ITをもっと活用したい」と話した(日本経済新聞2018年4月7日朝刊)。

TDKの石黒社長は「製品には寿命があり、スマートフォン(スマホ)もいずれ姿を変えるかもしれない。製品自体は廃れても、社会に起こした変革は新しい技術によって進化を続けていく」と話した(日本経済新聞2018年4月14日朝刊)。

キヤノンの御手洗会長は「画像診断に使う医療機器は、どのメーカーもまだ医師の要求に応えきれていない。内臓をカラー動画で見られるのが理想だ。夢がある分、技術進化の伸びしろは大きい」と話した(日本経済新聞2018年4月17日朝刊)。

SUMCOの降屋社長は「世界中で必要となる情報量が増えるのに比例して、シリコンウエハーの需要は拡大している。米中間の貿易摩擦が市況に影響することはないだろう」、「通信に必要なデータセンターなどはもっと必要になるはず」と話した(日本経済新聞2018年4月19日朝刊)。

TATERUの古木CEOは「入居者、オーナー、管理会社をネットでつなぐ仕組みを作る」と話した(日本経済新聞2018年4月26日朝刊)。

ビッグロブの有泉社長は「楽天が自前の設備で安い通信サービスを提供すれば、格安スマートフォン(スマホ)の存在意義が薄れる恐れがある。今後は安さ以外で違いを出すことがより重要になる」と話した(日本経済新聞2018年4月27日朝刊)。

丸一鋼管の鈴木会長兼CEOは「米国内の需要増で同国内の生産も増えるため、自社への影響だけで見ればプラスに寄与する」と話した(日本経済新聞2018年4月28日朝刊)。

JFEHDの林田社長は「鉄鋼の国内主要拠点は操業開始から50年を超え、老朽化への対応が重要課題

だ。生産設備の刷新で能力の最大化を図るとともに、人工知能（AI）も活用したい」と話した（日本経済新聞2018年5月2日朝刊）。

ホンダの八郷社長は「中国は世界最大の車市場であり、ホンダにとって最重要な市場の一つだ。新たな技術を生み出す革新的な力にあふれた中国の力を、グローバルのビジネスにも活用する」と話した（日本経済新聞2018年5月5日朝刊）。

TOTOの喜多村社長は「訪日外国人がウォシュレットに触れる機会はあるが、1週間日本に滞在しただけではその良さは伝わらない。各国で統一プロモーションをし、ブランドを確立させたい」、「中国では普及期に入った」と話した（日本経済新聞2018年5月11日朝刊）。

ヤフーの川辺CEOは「働く女性やシニアが増えたことで、買い物に費やす時間が減っている。限られた時間を有効活用できるネット通販には、まだまだ伸びしろがあるはずだ」、「国内のネット通販でナンバーワンになるチャンスはまだある」と話した（日本経済新聞2018年5月12日朝刊）。

コマツの大橋社長は「国内の人手不足が深刻だ。コマツ自身は海外生産で対応できるが、協力会社には当社の工場の生産性向上で実績を挙げた仕組みを導入してもらい、フル生産を支援する」と話した（日本経済新聞2018年5月15日朝刊）。

スカパー JSATの高田社長は「インターネットの動画配信サービスとの競争が大変厳しくなっている。他にない価値を感じてもらうことで、会員の解約数を減らし、加入期間の維持や延長につなげたい」と話した（日本経済新聞2018年5月16日朝刊）。

ワコム の井出社長は「電子ペンは35年の技術の蓄積があり優位性を持つ。米マイクロソフト（MS）などIT（情報技術）大手と連携して広く使われるよう標準化を進めたい」と話した（日本経済新聞2018年5月17日朝刊）。

日立製作所の中西会長は「最先端のデジタル技術で社会や産業がどう変わるか、わかりにくく未知だ。未知の分野だからこそ成長機会がある。潜在的なニーズをできるだけ早くつかむべきだ」と話した（日本経済新聞2018年5月25日朝刊）。

リコーの山下社長は「情報通信機器の進歩とAI（人工知能）の実用化が進み、オフィスも工場も第

4次産業革命と呼ばれる大きな変化の渦にある。革新を通じて新たな働き方を提案する」と話した（日本経済新聞2018年5月28日朝刊）。

テクノUMGの平野社長は「自動車に使うABS樹脂は再編を繰り返して競争力を高めた。数年間は食べていけるが、内需縮小でその後は苦しくなる。海外強化に向けて新たな統合を決めた」、「台湾・韓国など世界大手との差は大きい」と話した（日本経済新聞2018年6月2日朝刊）。

日本水産の的埜社長は「養殖技術を高度化しないと世界で増える魚の需要は賅えない。選抜育種や卵からふ化させる完全養殖はもう科学の世界。研究開発でも企業間の連携が必要だ」と話した（日本経済新聞2018年6月19日朝刊）。

パネイルの名越社長は「電力小売り自由化で事業範囲は広がっても、情報システムが追いついていない電力会社は多い。顧客や電力需給の管理を自動化して販売管理費削減に貢献していきたい」と話した（日本経済新聞2018年6月20日朝刊）。

旭化成の小堀社長は「コストダウンの主眼は人工知能（AI）や（あらゆるモノがネットにつながる）IoTだ」と話した（日本経済新聞2018年6月22日朝刊）。

ぐるなびの滝会長は「飲食店にとって訪日外国人客から生まれる3兆円はまたとない好機。売り上げが増えた分を店舗のIT（情報技術）化などの投資に回せば新たなビッグデータが生まれる」、「集まったデータを活用すればより精度の高い販促支援ができる」と話した（日本経済新聞2018年6月25日朝刊）。

ルネサスエレクトロニクス の呉社長は「車や家電のスマート化が進めばマイコンの需要は伸びる。車の自動ブレーキやエアコンの人感センサーなど、新たな機能の多くがマイコンで制御されている」と話した（日本経済新聞2018年6月27日朝刊）。

シップヘルスケアHDの古川会長は「バングラデシュは最貧国とされているからか、日本企業の多くは市場として注目していない。だが現在でも富裕層はいるし、近い将来、高度医療が求められるようになる」、「日本市場は2045年から高齢者が減る。その頃になって海外に出るのでは遅い」と話した（日本経済新聞2018年6月28日朝刊）。

田辺三菱製薬の三津家社長は「今後の製薬ビジネ

スは医薬品の周辺領域まで考慮に入れる必要がある。デジタル技術や機器、センサーなどを加えれば薬の力は数倍、開発費用は数分の一になるだろう」と話した（日本経済新聞2018年6月30日朝刊）。

PHCホールディングスの小谷社長は「オンライン診療への保険適用を巡り、診療報酬が低いとの意見もある。だが、電子カルテなど医療IT（情報技術）の普及が低い現状を考えると、勇気ある一歩だ」と話した（日本経済新聞2018年7月2日朝刊）。

武田薬品工業のウェバー社長は「70カ国に展開し従業員の80%は国外にいるが、中心となる拠点は日本だ。すべての社員がここをホームだと感じるはず。グローバル会社としての象徴となるだろう」と話した（日本経済新聞2018年7月3日朝刊）。

帝人の鈴木社長は「中国の環境規制は技術力の高い日本企業にとっていい流れ。自分たちもしっかり対応していかなければいけないが、大きなビジネスチャンスになる」と話した（日本経済新聞2018年7月4日朝刊）。

NTTデータの本間社長は「IT（情報技術）をてこに新ビジネスを興す顧客が増えている。特に欧米ではビジネスモデルやITシステムを一から創る力を持つ企業を取り込みたい」と話した（日本経済新聞2018年7月6日朝刊）。

NECの新野社長は「無線通信機器などの赤字事業は徹底的に効率化し、収益目標を必達する。営業利益率5%はグローバルで成長するためのスタートライン。追加の構造改革は必要ない」と話した（日本経済新聞2018年7月11日朝刊）。

安川電機の小笠原社長は「ロボット受注は2016年から17年にかけて非常に大きく伸びた。18年もそのような上がり方はしていないが、前年に比べて落ちていない。中国も欧州も世界的に好調だ」と話した（日本経済新聞2018年7月13日朝刊）。

NTT東日本の井上社長は「電話や光回線の会社というイメージを変えたい。これからは地方自治体や中小企業などが抱える社会課題を解決するサービス中心のICT（情報通信技術）企業になる」、「人工知能を使った文書読み取りサービスを準備している」と話した（日本経済新聞2018年7月17日朝刊）。

カネボウ化粧品品の村上社長は「訪日客は国境を越えて移動し、買い物を楽しんでいる。国内事業と海外事業という分け方ではもはや不十分。グローバル

な視点で消費者との接点作りを進める」、「1回限りのお土産でなく、海外免税店や越境ネット通販も組み合わせた帰国後の継続購入の仕組みが重要」、「広告もさらにボーダーレスになる」と話した（日本経済新聞2018年7月19日朝刊）。

シードの浦壁社長は「近視の人が増え、国内のコンタクトレンズの市場は悪い状況ではない。だが、人口減の時代に入っている。日本の生産基盤を守りながら、海外での販売を拡大する」と話した（日本経済新聞2018年7月24日朝刊）。

エースコックの村岡社長は「ベトナムの袋入り即席麺市場の成長は頭打ち感がある。今後はより単価が高いカップ麺を浸透させ、収益拡大につなげたい。利便性の高さなどを消費者に訴えていく」と話した（日本経済新聞2018年7月26日朝刊）。

マネーフォワードの辻社長は「中小企業は人手が不足しがちだが、クラウドの活用で生産性が徐々に向上してきた。業務効率化だけでなく、資金繰りの改善や収益向上をしたいというニーズもある」と話した（日本経済新聞2018年7月27日朝刊）。

河西工業の堀社長は「電動化やコネクテッドに対応してクルマが変わると、内装も変わる。ドアの内側も、タッチモニターを搭載するなど機能を強化させる必要がある」と話した（日本経済新聞2018年8月1日朝刊）。

オンワードHDの保元社長は「人工知能（AI）などノウハウを共有しECに絡む生産や物流をデジタルでつなぐ」と話した（日本経済新聞2018年8月2日朝刊）。

キングジムの宮本社長は「個人などからネットで小口資金を募るクラウドファンディング（CF）は商品開発の段階で需要があるかを消費者に問える面白い仕組みだ。今後も積極的に挑戦したい」と話した（日本経済新聞2018年8月7日朝刊）。

サイバーエージェントの藤田社長は「インターネット黎明期からコンテンツを持っているところが一番強いといわれてきた。そういうものだと思っていて、今後もコンテンツに対する投資を続けたい」と話した（日本経済新聞2018年8月11日朝刊）。

HEROZの林社長は「人工知能（AI）を使う製品の開発には人への投資が欠かせない。業界ではAI人材の争奪戦だ。営業ではなく、AIの開発要員をもっと獲得したい」と話した（日本経済新聞2018年8

月15日朝刊)。

小林製薬の小林社長は「医薬品中心だった訪日外国人のニーズが芳香剤などの日用品にも広がっている。インターネット通販などに力を入れ、中国を中心とした現地需要も取り込みたい」と話した(日本経済新聞2018年8月17日朝刊)。

ヤフーの川辺社長は「日本にもキャッシュレス化をもたらし、スマートフォン(スマホ)を使う支払いで取り扱いナンバーワンになる。もう一つヤフーをつくるくらいの意気込みでやる」、「QRコードを1枚貼ればコストはさほどかからない。利用者が増えれば電子商取引も活性化する」と話した(日本経済新聞2018年8月22日朝刊)。

グローリーの尾上社長は「POS(販売時点情報管理)レジでの釣り銭機の導入率は5割。普及の余地は大きい」と話した(日本経済新聞2018年8月25日朝刊)。

NTTの澤田社長は「通信エネルギーを効率化して電力使用量を下げたい」と話した(日本経済新聞2018年8月29日朝刊)。

東洋紡の植原社長は「中国企業が環境問題に本気で取り組んでいる。当社の環境分野の製品は以前なら価格が高いと言われたが、最近は品質が高ければ採用するという動きに変わっている」と話した(日本経済新聞2018年8月30日朝刊)。

セイコーウオッチの高橋社長は「海外で事業を展開していると、今は日本ブームだと感じる。文化やアニメだけでなく、きめ細かい感性や、職人ならではの技といった日本の特性が評価されている」と話した(日本経済新聞2018年9月4日朝刊)。

東芝テックの池田社長は「キャッシュレス化の流れは好機と脅威の両面がある。決済端末だけでなく顧客との接点を持っている。一連のサービスを一つの形にして提供できるのは大きな強みだ」と話した(日本経済新聞2018年9月11日朝刊)。

ドトール・日レスHDの大井会長は「日本の喫茶チェーンにとって東南アジアの開拓余地は大きい。1杯1杯ドリップでコーヒーを作り、席まで運ぶフルサービスの喫茶チェーンは現地にまだ少ない」と話した(日本経済新聞2018年9月15日朝刊)。

ソフトバンクの宮内社長は「日本の産業界はデータを活用してビジネスを再定義すべきだ」と話した(日本経済新聞2018年9月17日朝刊)。

古河機械金属の宮川社長は「機械部門の海外売上高比率はまだ低く、伸ばす余地が大きい」と話した(日本経済新聞2018年9月19日朝刊)。

クロスプラスの山本社長は「店舗を持たないネットやカタログ専業会社向けの商品に力を入れる」と話した(日本経済新聞2018年9月20日朝刊)。

住友金属鉱山の野崎社長は「米中貿易摩擦などの影響で金属価格が下がっている。だが、海外の鉱山開発は大きな収益源で手を緩めることはない。長期的な視点で銅や金の優良案件を探していく」、「グローバルに活躍できる人材が必要だ」と話した(日本経済新聞2018年9月21日朝刊)。

VAIOの吉田社長は「テレワークの推進など働き方改革で多くの企業がパソコンを買い替えている。このニーズは刈り取るが、次にやってくる反動減への対策も怠らないようにしたい」と話した(日本経済新聞2018年9月29日朝刊)。

NTTコムズの庄司社長は「多くの企業は今後10年で、個人が持つ様々なデータを利用しパーソナライズされた製品やサービスを開発するようになる。そうした企業のデジタル化を支援していく」、「データの収集や蓄積、分析に最適な基盤を作ることが重要だ」と話した(日本経済新聞2018年10月10日朝刊)。

キョウデンの森社長は「次世代通信規格『5G』で、自動車などあらゆる機器向けに通信用電子基板の需要が増える。開発スピードが問われるなか、設計から製造まで一貫受託できる強みが生きる」と話した(日本経済新聞2018年10月13日朝刊)。

ソフトバンクグループの孫会長兼社長は「人工知能(AI)の申し子として生まれる会社が、10年後、20年後に世界を動かす時代が来る。インターネットが現われたときのような、AIの大きなうねりがやってくる」、「事故や渋滞を減らす社会はAIによって実現できる」と話した(日本経済新聞2018年10月15日朝刊)。

信越化学工業の齊藤社長は「これまで半導体業界は製造装置の供給がボトルネックだったが、今はデバイスメーカーが自ら過剰生産にブレーキを踏んでいる。過去の経験と市場の寡占化で賢くなった」と話した(日本経済新聞2018年10月16日朝刊)。

サミットの竹野社長は「スマートフォンを使ったQRコード決済は、店側がQRコードを読み取るもの

と、客側が読み取るもので勢力が拮抗している。規格が統一されれば一気に普及するだろう」、「これからはQRの時代だ」と話した（日本経済新聞2018年10月24日朝刊）。

SUMCOの橋本会長は「（半導体基板に使う）シリコンウエハーについて取引先と2021年からの長期契約の交渉をしている。大口はすでに埋まりつつあり、不足状態はしばらく続くだろう」と話した（日本経済新聞2018年10月29日朝刊）。

武田薬品工業のウェバー社長は「グローバル企業へ変革したい」と話した（日本経済新聞2018年11月15日朝刊）。

ヤフーの川辺社長は「ネット広告費を不正にだまし取る『アドフロード（広告詐欺）』が問題となっている。広告主が安心して広告を出せるよう、信頼できる配信先を選ぶ仕組みが欠かせない」と話した（日本経済新聞2018年11月16日朝刊）。

IJの鈴木会長は「欧州が一般データ保護規則（GDPR）を施行したが、個人情報の管理はインターネットが商用化された時から大きなテーマだった。日本はいまひとつ明確な方針がない」、「技術が進展したときに情報をどう守るのか、企業は各国の状況を理解し対応しなければならない」と話した（日本経済新聞2018年11月26日朝刊）。

コマツの大橋社長は「今後は遠い場所から建機を操作する遠隔オペレーターが生まれ、建設業界にもワークシェアが広がるだろう。現場に来なくても、自宅から好きな時に施工に参加できる」と話した（日本経済新聞2018年11月29日朝刊）。

メタウォーターの中村社長は「官民連携で水道事情を運営するにあたって、まず取り組むべきなのは広域化だ。今の状態のまま民間企業が運営しても、水道事業の経営難などの問題は解決しない」、「民間の持つICT（情報通信技術）を活用すれば、運営を効率化できる」と話した（日本経済新聞2018年12月12日朝刊）。

ソフトバンクグループの孫会長兼社長は「米中の貿易戦争や世界経済の変調は短期的な問題。パソコンやインターネットは経済状況と関係なく伸びてきた。今後は自動運転など人工知能（AI）が最大のテーマだ」、「AIが人類同士の意見の違いという次元を超え、我々に革命をもたらす」と話した（日本経済新聞2018年12月29日朝刊）。

武田薬品工業のウェバー社長は「ダイバーシティ（多様性）とは色々な経験を持つ人、ビジョンが違う人、年齢や性別が違う人がともに働くグローバルな社会だ。それを会社組織に反映する必要がある」と話した（日本経済新聞2018年12月31日朝刊）。

コニカミノルタの山名社長は「中小製造業は人手不足で、技術の継承という大きな課題も抱える。『IoT』の技術で機器の稼働状況などを可視化し、人手に頼っていた作業をデジタルで再現できる」、「製造業は俊敏性が重要だ。データが早く集まれば利活用も早く進む」と話した（日本経済新聞2019年1月7日朝刊）。

宇部興産の山本社長は「中国ではスマートフォン（スマホ）向け素材のコモディティ（汎用品）化が進んでいる。一方、高機能な有機EL向け素材にはまだ付加価値があり、商機があるとみる」、「有機ELは確実に需要が増える」と話した（日本経済新聞2019年1月8日朝刊）。

VALUENEXの中村社長は「データ解析サービスは欧米が日本より約3年進んでおり、市場規模も大きい。新技術への適応も早いので、まずは欧米でシェアをとりそのノウハウを日本に還元したい」、「ネット環境があればサービスはどこでも提供可能。一気にグローバル展開する」と話した（日本経済新聞2019年1月12日朝刊）。

鴻池運輸の鴻池社長は「国内の企業間物流は成熟期に入った。今後はアジアなど海外での物流網の構築や、物流で培ったノウハウをもとに空港の地上業務のサポートなどに力を入れる」、「成長が続くアジアでは、貨物の品質を担保できる高度な物流輸送の技術が今後求められる」と話した（日本経済新聞2019年1月21日朝刊）。

KDDIの高橋社長は「高校野球はインターネットと相性の良いコンテンツだ。カメラをベンチ裏などに設置して複数の画面を同時に見られるし、好きな場面を巻き戻して見ることもできる」、「スポーツはネットや通信と融合することで可能性が広がるし、未来を感じる」と話した（日本経済新聞2019年1月22日朝刊）。

富士フイルムHDの古森会長は「ビッグデータを集めるだけでは意味がない。人工知能（AI）はデータ量が少なくても価値のある情報を読み解くノウハウ

ウがあって初めて役に立つ」と話した（日本経済新聞2019年1月29日朝刊）。

兼松の谷川社長は「商社はインターネットや（あらゆるモノがネットにつながる）IoTの分野で活躍できていなかったが、これからはデータも我々が取り扱う商品のひとつになる」と話した（日本経済新聞2019年2月7日朝刊）。

ジュピターゴルフネットワークの前田社長は「ゴルフ中継は試合会場が広く、カメラの映像を送る配線にコストがかかる。大容量の映像データを携帯電話の回線で送れるようになれば中継の幅はもっと広がる」、「スマートフォンで好みの角度に切り替えて観戦できる。20～30歳代を開拓する」と話した（日本経済新聞2019年2月8日朝刊）。

インターネットイニシアティブの勝社長は「携帯端末と通信が分離されれば、利用者が毎月支払う携帯の通信料金は安くなる。NTTドコモが今春から値下げに動くなど、競争環境が厳しくなっているのは事実だ」と話した（日本経済新聞2019年2月9日朝刊）。

キヤノンMJの坂田社長は「中堅中小の企業の人手不足は深刻で、人手で担っていた業務をIT（情報技術）で代替する必要がある。事務機器の提供で築いた顧客基盤を生かし、IT化を支援する」と話した（日本経済新聞2019年2月13日朝刊）。

SUMCOの橋本会長は「半導体市況が調整局面に入り、メモリーの新規投資は先送りされている。ただ、既存の半導体工場の稼働率は高く、材料の引き合いは強い。製造装置とは事情が違う」、「半導体は成長産業だ」と話した（日本経済新聞2019年2月15日朝刊）。

ヤフーの川辺社長は「スマートフォン（スマホ）決済『ペイペイ』でユーザーの生活を便利にするだけでなく、物の購入や再購入のデータなど広告主が一番気にすることを提供する」、「購入や来店の情報を提供して広告事業を成長させるだけでなく、マーケティングにも生かしていく」と話した（日本経済新聞2019年2月16日朝刊）。

三菱電機の杉山社長は「自動運転に不可欠な高精度地図データを手掛ける日本のダイナミックマップ基盤（DMP）と同業の米アシャーは親和性が高い。買収で強固な事情基盤を構築してほしい」、「あらゆるデータを自動運転に生かす」と話した（日本経済

新聞2019年2月22日朝刊）。

ビックカメラの宮嶋社長は「『ネット取り置きサービス』の利用客は非常に増えている。ネットと実店舗を融合させる『オムニチャンネル』の象徴的なサービスとして期待できる」と話した（日本経済新聞2019年2月23日朝刊）。

ファーストリテイリングの柳井会長兼社長は「できれば有明本部の半分の人員をIT（情報技術）関連にしたい。半数はインド出身、20～30%を中国や台湾から呼ぶ。日本人もITスキルをつけないといけない」と話した（日本経済新聞2019年3月7日朝刊）。

NTTドコモの吉沢社長は「5Gは、ドコモが標準化を含めて引っ張ってきた部分がある。米国や韓国の商用化が早いのは確かだが、両国が世界をリードしているというのはちょっと違う」、「商用化の初日から（高速通信だけでなく）5Gを応用したサービスを立ち上げる」と話した（日本経済新聞2019年3月12日朝刊）。

栗田工業の門田社長は「日本で工場排水を再利用する割合は半導体などの電子部品関連が最も高い。水資源が少なく、半導体産業の育成を加速する中国には大きなビジネスチャンスがある」と話した（日本経済新聞2019年3月13日朝刊）。

アイスタイルの吉松社長は「化粧品の販売方程式が変わってきている。従来はテレビCMの販促費に応じて小売店への仕入れ量を決めてきた。ただ交流サイトやネット通販の普及で通用しなくなった」と話した（日本経済新聞2019年3月25日朝刊）。

以上みてきたように、2018年度の日本の経営者の言説にはグローバリズムと情報主義がみられる。

5 まとめ

以上から、次のように結論づける。2018年現在の日本の経営者の実在条件であるグローバル資本主義はグローバリズムというイデオロギーをもたらし、また、2018年現在の日本の経営者のもう一つの実在条件である情報資本主義は情報主義というイデオロギーをもたらし、2018年度の日本の経営者の言説にはグローバリズムと情報主義がみられる。

参考文献

- Althusser, L. (1965) *Pour Marx*, Maspero. (河野健二・田村俣・西川長夫訳『マルクスのために』平凡社, 1994年。)
- Brenner, R. (1998) "The Economics of Global Turbulence," *New Left Review*, No. 229, pp. 1-265.
- Brenner, R. (2002) *The Boom and the Bubble*, Verso. (石倉雅男・渡辺雅男訳『ブームとバブル』こぶし書房, 2005年。)
- Brenner, R. (2004) "New Boom or New Bubble?," *New Left Review Second Series*, No. 25, pp.57-100.
- Eagleton, T. (1981) *Walter Benjamin or Towards a Revolutionary Criticism*, Verso. (有満麻美子・高井宏子・今村仁司訳『ワルター・ベンヤミン』勁草書房, 1988年。)
- Eagleton, T. (1990) *The Ideology of the Aesthetic*, Basil Blackwell. (鈴木聡・藤巻明・新井潤美・後藤和彦訳『美のイデオロギー』紀伊國屋書店, 1996年。)
- Eagleton, T. (1991) *Ideology*, Verso. (大橋洋一訳『イデオロギーとは何か』平凡社, 1999年。)
- Engels, F. ([1878] 1962) *Karl Marx-Friedrich Engels: Werke, Band 20*, Institut für Marxismus-Leninismus beim ZK der SED, Dietz Verlag. (大内兵衛・細川嘉六監訳『マルクス＝エンゲルス全集第20巻』(『反デューリング論』) 大月書店, 1968年。)
- 藤田実 (2007) 「情報通信革命の進展と資本主義の変容」『季刊経済理論』第44巻第2号, 18-29頁。
- 半田正樹 (2007) 「<情報化>を視軸に現代資本主義をみる」『季刊経済理論』第44巻第2号, 5-17頁。
- 飯田和人 (2010) 「グローバル資本主義の理論構造とその特質」飯田和人編著『危機における市場経済』日本経済評論社, 23-62頁。
- 飯田和人 (2011) 『グローバル資本主義論』日本経済評論社。
- 河村哲二 (2003) 「戦後パックス・アメリカナの転換と「グローバル資本主義」」SGCIME編『世界経済の構造と動態』御茶の水書房, 3-45頁。
- 河村哲二 (2016) 「グローバル資本主義の歴史的位相の解明と段階論の方法」SGCIME編『グローバル資本主義と段階論』御茶の水書房, 33-67頁。
- 北村洋基 (2003) 『情報資本主義論』大月書店。
- Mannheim, K. (1931) "Wissenssoziologie," *Handwörterbuch der Soziologie*, herausgegeben von Alfred Vierkant. (秋元律郎訳「知識社会学」秋元律郎・田中清助訳『知識社会学』青木書店, 1973年。)
- Marx, K. und Engels, F. ([1845-1846] 1958) *Karl Marx-Friedrich Engels Werke, Band 3*, Institut für Marxismus-Leninismus beim ZK der SED, Dietz Verlag. (大内兵衛・細川嘉六監訳『マルクス＝エンゲルス全集第3巻』(『ドイツ・イデオロギー』) 大月書店, 1963年。)
- 佐藤洋一 (2010) 『情報資本主義と労働』青木書店。
- 柴垣和夫 (2008) 「グローバル資本主義の本質とその歴史的位相」『政経研究』第90号, 3-14頁。
- 鶴田満彦 (2005) 「グローバル資本主義」鶴田満彦編著『現代経済システム論』日本経済評論社, 62-77頁。
- 鶴田満彦 (2009) 『グローバル資本主義と日本経済』桜井書店。
- Wallerstein, I. ([1989] 2011) *The Modern World-System III (New Edition)*, The Regents of the University of California. (川北稔訳『近代世界システムⅢ』名古屋大学出版会, 2013年。)

