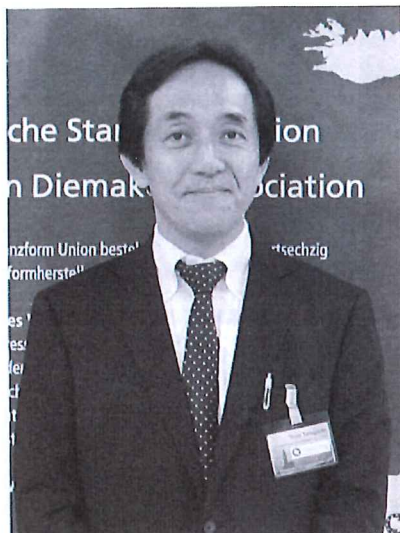


紙器・段ボール箱  
関連企業の首脳が語る

# 2014年 経営展望



有功社シト一貿易(株)

代表取締役社長

谷口有三氏

当社の海外ネットワークを駆使し  
お客様のグローバル対応をしっかりと手伝い

昨年は安倍内閣が積極的に推し進めた経済政策が奏功し、実質GDP成長率は最新データの2013年7～9月期までで4四半期連続プラス、年率換算で1・9%と穏やかに景気回復が進んでいることが確認でき、私共のお客様においても徐々に

明るさが出てきたと感じられました。バブル崩壊から23年目にしようやく、そしていよいよ日本復権かとワクワクします。印刷紙器・段ボール業界については生産拠点のアジア諸国へのシフト、成熟市場に少子化から「供給過剰」という一語がこ

こ数年來定番になっていきました。私はこれを今こそ変えられる時と考えています。

それは、昨年の日本のTPP加盟決定が社会構造に変化を起し始めているからです。環太平洋地域が将来的には欧州連合のような完全自由貿易圏となり、地域全体の人口および経済力ではEUの比ではない巨大マーケットが生まれます。我々が今まで悩んできた、市場の縮小、パッケージの需要低下の問題からは解放されることができそうです。これまでも輸出大国と自負してきましたが、これは家電、自動車、機械といった大型商品が中心で、ハコを大量に使う加工食品、飲料、医薬品、化粧品、農産物などの世界シェアはまだまだ低く、日本の農産物にあっては1%にも及びません。これはメーカーが国内消費者をターゲットに生産してきたことが要因ですが、今後環太平洋地域を対象にすれば、自ずとパッケージ需要はアップします。

諸外国との競争になりますが、高品質、安心、安全、そして生産性の高さによる価格競争力から優位に立てることは予測できます。今、高賃金、高コストでありながらドイツがEUで独り勝ちしているようなシチエー

ションが、近い将来日本でも起こるのではないかと、私自身は期待しています。

その一方で、外資系企業の日本進出も加速しそうです。たとえば化粧品世界最大手のフランス・ロレアル社は静岡県御殿場市にアジア市場向けの中核工場を作ると発表しました。このように、日本を環太平洋市場の中心と捉えての、外国企業の地域本社および工場移転も続かずです。

そのような環境変化を前提とした場合、我々 紙器、段ボール業界はどう変わらなければならぬか考えてみます。

一言で言えば、グローバルスタンダードへの対応でしょう。即ち、「顧客が外国人」というケースがごくあたりまえになると思います。その場合は、熟知してきた日本の顧客ニーズが適用できないことばかりになるかもしれません。日本の常識が世界の非常識ということしばしば起こると思います。

有功社シト一貿易では、これまでも海外のダイカッティング技術、パッケージの点字義務化、段ボールの美粧化、フレキシダイレクト印刷技術等の情報提供などを行って参りましたが、2014年の経営展望としては、



▲美粧 A 式ケース  
▲世界中どこでも売られている  
スイス菓ブランドのチョコ

新潟野菜のパッケージ

当社の海外ネットワークを駆使しながらお客様のグローバル対応をしっかりと手伝いさせていただきます。ことかと考えております。