

# 経営

Valuable Business Information

## さぶりメント

各方面の専門家による  
ビジネスに役立つエッセンス

### 小規模事業者の 課題と地域振興・ 新規市場開拓への 取り組み

平成15年より秋田県内の企業延べ300社以上の経営支援をさせて頂いております。相談内容は、新規事業の立ち上げや創業支援、ビジネスモデルの構築から商品開発、販売促進、IT活用など多岐に渡っています。自らも3社を起業し、経営革新の承認を受けた経験もあることから、相談者目線での指導を心がけております。

本稿ではこれまでの経営支援から感じたことと、私自身の取り組みについて紹介させて頂きます。

#### 小規模事業者ほど職人型ビジネスからの脱却を

ほとんどの中小企業が共通課題を持っています。事業規模が小さくなるほど問題は深刻です。その共通課題とは、経営者が職人になってしまっているということです。飲食店であれば経営者自らが包丁を握り、建築業であれば経営者自らがのこぎりと金槌を持って家を建てているということです。これが当たり前ではないか、どこがおかしいのかという意見もあるかと思いますが、売上が順調に推移しており先行きが明るければ気がつくことはありません。

ほとんどの経営者は、売上に陰りが出てきた時、次の一手をどう打つか考えると思います。一番簡単なのはビジネスを横か縦に展開することです。横への展開とは、例えば秋田市内で飲食店舗を営んでいる企業が、他の市町村や他県に進出するという意味です。縦への展開の意味は、食品加工業であれば原材料の生産を手がけたり、直販店舗を構えたりということです。いずれも自社の強みや経営資源をそのまま活かすことが出来ることから、全く異業種へ参入するよりはリスクも低く、成功要因は大きくなります。

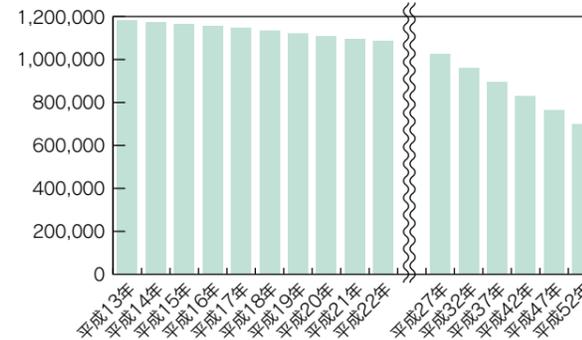
しかし、このようなアドバイスをしても組織が出来ていない零細企業では受け入れて頂けるケースは稀です。理由は経営者が忙しいこと。その忙しさの理由を探ると、ほとんどが日常の業務に追われているという現実があり

ます。本来従業員が取り組むべきことを社長自らが行う、人件費を切り詰め利益率を上げるためにはやむを得ないとは思いますが、社長がフリーにならなければ、新しいことにも取り組みせず、先へは進めません。雇用は利益が確保出来てからという方もいらっしゃると思いますが、そう言っているうちに市場はどんどん縮小し、雇用どころではなくなるかもしれません。一方で、中小企業では投資できる資金に限界があります。借入れをしてまで雇用したくないというのも正直な気持ちでしょう。雇用は地域の経済循環にも寄与します。将来が不安であれば、資金を貯めこむのではなく、逆に人に投資する、且つ社長が職人であることをやめることが肝要であると私は考えます。

#### 地域振興・新規市場開拓の取り組み

人口減少は地域密着型のビジネス、特に商業・サービス業には大きなダメージになります。つまり、現在安定した利益を確保できているといっても、10年後、20年後には間違いなく立ち行かなくなります。単純計算でも商圏人口が2/3になるわけですから、これをカバーするための方策が必要です。具体的には、高付加価値商品の開発や新規市場開拓、地域振興などが考えられますが、中小企業にとってこれらは経営者が率先して取り組むべき事項です。今こそ経営を見直すべき時が来ているのではないのでしょうか。

#### 人口の推移と将来推計人口



出典:秋田県人口の現状と将来(秋田県)

#### 取り組みの事例①

##### 地域振興(本荘ハムフライ)

2009年の立ち上げから現在に至るまで事務局長として活動に携わっております。

由利本荘市のPRとしてB-1グランプリに出展する傍ら、ボランティアで自主イベントを開催するなど、日々食によるまちおこしに取り組んでいます。中心メンバーは商店経営者が多く、そもそも商店街から遠のいた客足をいかに取り戻すかもテーマのひとつです。地域が悪くなれば自分の店が悪くなる、逆に良くなれば自分の店が良くなるという考えのもとに、商店街イベントのみならず食育や婚活企画などにも積極的に取り組んでいます。



本荘ハムフライ

#### 取り組みの事例②

##### 新規市場開拓(RYOKAN STORIES)

(<http://ryokan.glocal-promotion.com/>)

事業計画立案時より支援させて頂いております。全国旅館のアライアンス構築が目的で、一旅館だけでは困難なインバウンドツアープロモーションを複数旅館で実施します。これは、旅館同士がつながることにより日本の魅力をフォーカスし、よりPRしやすい環境を整え、民間レベルで外国人観光客の増加に寄与することを目的としています。人口減少する社会で、観光業界は交流人口を増やさなければ立ち行かなくなります。そういった危機感から生まれたのがこの事業です。



RYOKAN STORIES

以上個人的に携わっている事例をふたつ挙げさせて頂きましたが、いずれもベースにある共通点は現状に対する危機感と、自分の時間を割いて新しい取り組みをしているところです。

もし事業の将来に不安を感じているのであれば、今一度自社の強みや経営資源を見直し、経営革新に取り組んでみてはいかがでしょうか。

#### 佐々木 淳

##### 【略歴】

昭和44年秋田県生まれ。法政大学社会学部卒。証券会社、メーカー勤務を経て、平成15年秋田県商工会連合会経営革新サポーター、平成19年嘱託専門指導員に就任。現在は、あきた企業活性化センター専門家に登録、秋田県商工会連合会経営技術支援エキスパートに任命されている。平成17年に個人事業を開業、平成19年に株式会社インフォメディアリ(WEBシステム開発・映像制作・ITコンサルティング)を設立(現在は顧問)。平成23年6月に、わくわくエンターテイメント株式会社(商品開発・プロモーション・地域おこし)を設立。現在ではビジネスの傍ら、「本荘ハムフライ ハム民の会」事務局長として由利本荘市そして秋田県のPRをするともに、婚活事業やイベントをプロデュース、地域というコミュニティから日本を元気にすることを目的に活動中。