



ユーミックは、さまざまな得意分野を持つコンサルタントが集まったスペシャリスト集団です。

「脱皮できない蛇は滅びる」

今年は未(ひつじ)年ですが、羊ではなく蛇の話題で始めたいと思います。年末年始に見たテレビ番組の中で、とある経営者が「脱皮できない蛇は滅びる」とコメントしていました。このフレーズを調べてみると、哲学者のニーチェの言葉の引用でした。脱皮すること、すなわち自分を変えることができないものは、滅びてしまうということの意味であり、その経営者も変化することの重要性を訴えていました。ちなみに、このフレーズには、「意見を脱皮していくことを妨げられた精神も同じことである。それは精神であることをやめる。」と続きます。

好むと好まざるとに関わらず、世の中は変化していきます。その変化にいかに対応するか、もしくは考えや意見を変えていくかが、企業にとっても個人にとっても重要なことだと思います。

お茶を扱う会社を訪問すると、必ずおっしゃるのが「家庭や会社に急須が置かれなくなった」ということです。ご存じの通り、ペットボトル茶などの普及により、次第に急須の存在価値が次第に薄れつつあります。日本酒においても、他のアルコールの台頭により消費量が減っているのはご存じの通りです。

このような環境変化について、私の周りといえば、最近自宅でキッチンコーマンの生醤油が食卓に並ぶようになりました。始めは醤油差しの姿ではなかったので違和感を感じたのですが、何日か経つと当たり前のようにになりました。こうなってくると醤油差しを使うシーンが減ってきており、このことは醤油差しを作るビンメーカーにとっては今後脅威になってくるのではないかと思います。

このように、競合品や代替品の台頭による自社商品の需要低下は、食品に限ったことではなく、生産財・サービスにも同様の現象があります。そのことに嘆きだけでとどまっているのか、脱皮し新しいことに取り組むのが、経営者の力の見せ所だと思います。

当然ながら、自らが変化を起こして、新たな市場を獲得する事例も見られます。例えば、この時期、よく見られるマスクなどは、単に風邪予防・花粉症対策だけでなく、寒さ対策や化粧をしていないのを隠すような新しい用途を見出され、それに沿った商品も多く出ています。

先日もある経営者と話をした時に、「20～30年前と異なり、すでに自社の商品を使う必然性はなくなった。現代生活の中で、いかに自社商品を溶け込ませていくかが重要である。」との話をお伺いしました。その企業は、自社の技術を活かして、現代生活にあった商品を開発し、多くの販路を拡大しておられます。

企業は環境対応業とも言われますが、今年一年、私自身「脱皮できない蛇は滅びる」を肝に銘じつつ、支援先企業においても、変化することの重要性を随時お伝えできたらと考えております。



吉田 英憲

大手電機メーカーでITソリューションの営業、市場調査、経営企画などの業務を経験。現在は、ビジネスプランの作成支援の他、採算分析を踏まえた赤字企業の立て直し、業務効率化(IT活用含む)、後継者の立場に立った事業承継などの支援を行っている。中小企業診断士

『異物混入防止とその後の対応を考えるには?』

最近、食品の異物混入に関する話題を多く耳にするようになりました。実際に食品メーカーや小売店、飲食店には異物混入に関する問い合わせが多く寄せられているようです。これらは、急に増えたわけではなく、テレビなどでの露出が増えたことで消費者の方の関心が高くなっていることも影響しているようです。

多くの商品を製造すれば、数%は異物が混入することは避けられないわけですが、できる限りの対策を行うことで、混入する確率を減らすことは可能になりますし、異物混入が発生した後の対応方法をキチンとすることで、被害を最小限に食い止め、お客様を不快にする要因を減らし、最終的には企業の信頼を失わないことに繋がります。

年間に数回、衛生管理やクレーム対応などの相談を受けることがあり、マニュアルの作成などをお手伝いすることがあります。その際には、「従業員教育」「設備や備品の検証」「原因の特定」「対応のルール化」「定期的なチェック体制」「PDCAによる再発防止」などを検討していきます。基本的には事故が起ってから対応方法を考えるのではなく、事前に様々な要因を想定して事故が起りにくい体制を作ること、事故が起きてから慌てないように、事故が起きる前に事前に対応を決めておくこと、事故を繰り返さない仕組みを考える、ことが重要になってきます。

参考までにご紹介すると、異物混入の原因は実はシンプルで、「髪の毛の混入」「虫の混入」「調理備品の破片などの混入」などが大半を占めます。被害については「健康被害があった場合」「健康被害が無かった場合」の大きく2つに分けられます。多様な原因があり、多様な対応が必要に思われる異物混入ですが、整理していくとある程度のパターンに集約させることができますので、対策を検討し易くなります。しかし、それよりも重要なのは、お客様への情報の伝え方です。テレビで放送されている一連の事件についても、最初の対応で間違ってしまったことが騒ぎを大きくしてしまったことは否めません。

完全に異物混入を防止することは難しいですし、完璧な対応も難しいことです。しかし、事前に準備しておけば避けられる事態も多くあります。消費者の方々の関心が高い時期ですから、特に注意するように、関連する事業者の皆様にお伝えいただけたいと思います。

渡貫 久

大学卒業後、広島市に本社のある食品スーパーマーケットに入社。現場、人事、経営企画、業務改善を経験後、中小企業診断士の資格を取得し、独立。スーパーマーケットや食品メーカー、飲食店等、食や流通関連の企業を中心としたコンサルティングのほか、公的機関や学校、民間企業向けの研修を行なっている。中小企業診断士

女性創業セミナーを担当しました

秋から担当していた女性創業セミナーが終了しました。今回は自ら創業する方や経営者のおかみさんが参加され、事業計画の発表をおこないました。約5か月のセミナーを通して、参加者それぞれの目標とする将来像とアクションプランを明確化することができましたので、セミナー参加者の皆様の今後の動向が楽しみです。

さて、女性が創業する場合、趣味や特技を活かした事業計画となることが多いようです。その際、気を付けたいポイントは以下の通りです。

①市場性があるかどうか

自分ができることと市場性があるかどうかということには乖離があります。顧客ニーズが継続して存在するのかどうかの確認が必要です。また、女性の場合は家庭の事情もあり商圏を広げることが難しいことも多く、市場性があったとしても限られた商圏において収益の面から考えてビジネスを継続させることができるのかという検討も必要です。

②競合他社との違いと収益ポイントをどう設定するか

女性の場合、社会性の高い事業計画も多く、競合他社が「官」のおこなうビジネスであることがあります。社会性が高まるほど市民サービス等無料で提供されることもあり、それとの違いを打ち出しなおかつお金をいただくビジネスにしていかなければなりません。官が見落としていたり、やろうとしてもできないようなニッチな分野で検討するか、官をライバルではなく顧客としてとらえて官にビジネス提案していく等の方向で検討が必要だと考えます。

③見込み客をどう発掘するか

見込み客を発掘し、どう自社へつなげていくかという点は創業時の事業計画において重要な検討事項です。この部分は、見込み客を細分化し導線を検討するだけでなく、しかけとしかけのつながりも検討する必要があります。(単にHPを開設しただけでは見込み客はつかめませんね。)さらに、女性の場合BtoBビジネスに慣れていない方が多いようですので、見込み客として法人を設定する場合は、つながり方だけでなく求められる要素を事前に明確化させ準備しておくことも必要です。

④数値感覚を身につける

女性の創業の特徴として、設備投資があまりなく借入ニーズが少ないことがあげられます。また、家計を支える人が別にいることもあり、収益計画がおろそかになりがちです。しかし、創業者として自分の人件費がビジネスで賄えているかどうか、人を雇うためにはどのくらい売上を確保する必要があるのか等経営者としての数値感覚を身につけることが必要です。

今回元気な女性創業者にお会いでき、私自身も同じ女性創業者としてパワーをたくさんいただきました。いただいたパワーを糧として今年も頑張りたいと思います。

小倉 綾

百貨店に入社後、仕入、販売や在庫管理販売促進の企画、運営、販売員教育業務や首都百貨店とのコラボレーションショップ店長として新規ショップ立ち上げを経験。現在、流通業やメーカー向けに販売促進や売場改善を中心としたコンサルティングをおこなっている。中小企業診断士