

第2分科会

創業200年 老舗企業の経営改革

老舗に飛び込んだ私というウイリスは、旧弊という免疫に対抗して排除されることなく、結果として会社を強くすることができました。瀕死の会社を生まれ変わらせることは可能です。常に他社に真似のできない圧倒的な技術を追求め、信念をもって取り組むことが重要だと思えます。

当社は秋田藩佐竹家の典医からの歴史を引き継ぎ私で8代目。しかし、私が社長に就任した1995年は年間売り上げ40億円にして借金40億円、おまけに社員の危機感がなく、何を提案しても反発される状態でした。早く対処しないと会社が潰れると覚悟を決め、あまりおすすめできない手法ですが、トップダウンで改革を断行しました。まず当社の龍角散は「のど」を元気にするオンリーワン商品であるという強みを柱にしました。その機能を徹底した広告戦略でアピールすることにより、成果を得、季節を問わず売れるようになったのです。また、「のど」という専門性を高め、世界で初めて服薬を補助する「嚥下補助ゼリー」を開発、特許をとってターゲットの拡大に成功しました。



藤井 隆太

株式会社龍角散 代表取締役社長

知恵産業・経営大会2015

京都創生の切り札・知恵ビジネス

平成27年11月13日 於 京都ホテルオークラ

多方面で活躍する講師を招き、特別講演やテーマ別の分科会を通じて、経営のヒントや経営者としての心得を学ぶ「知恵産業・経営大会」は、今年で17回目を迎えました。第1部の特別講演では、株式会社経営共創基盤 代表取締役CEOの富山和彦氏に「グローバル発想 ～日本経済再生のカギ～」と題し、講演いただきました。続く第2部の分科会では、顧客や市場の創造、事業承継、ブランドの確立など豊富な「知恵」で事業を発展された7名の経営者から成長の秘訣をご披露いただきました。今回は、特別講演と分科会の中から、3つの講演を紹介いたします。

特別講演

グローバル発想 ～日本経済再生のカギ～



富山 和彦

株式会社経営共創基盤 代表取締役 CEO

団塊の世代のリタイア期である2010年頃を境に、日本はかつて経験のない、人手不足という現象を抱えるようになっていきます。この構造変化の影響を最も大きく受けるのが中小企業、とりわけ日本経済の7割を占めるローカル経済圏の企業です。私はこのローカル経済圏こそが、日本の今後の経済成長の鍵を握ると考えています。経済の持続的な成長には、労働生産性を高めることが必要です。特にローカル経済圏の企業は、基盤とする地域に密着して価値を生み出し、訪れるお客さまに評価していただく産業です。しっかりと足場を固め、その商圏で圧倒的な評価を得て単価を上げる、すなわち「対価」をお客さまとの間に成り立たせる知恵が重要です。問われるのは仕事の質です。業務を効率化する、無駄な資金投入をしない、そして良いものを正当な価格で売る。こうしたビジネスモデルへ変えることで、安定した雇用形態の仕事をつくり出せば、ローカルにあって優秀な人材を確保し、労働生産性を上げることが可能です。その意味で、日本の経済はまだまだ改善の余地があり、必ずや再生すると確信しています。

第3分科会・後半

永遠に存続する会社であるために アイリスオーヤマの経営理念



大山 健太郎

アイリスグループ会長

社員5人の東大阪の町工場を19歳で継ぎ、順調な成長のさなかにオイルショックの大打撃を受けました。東北工場以外を整理して再起に賭けたとき、理念としたのが「いかなる時代環境においても利益を出すこと」です。その手段はユーザーイン、生活者の立場から需要・市場の創造を手がけることでした。さらに製造と卸の機能を併せ持つメーカーベンダーという業態をつくりあげました。こうして当社が送り出した商品群は、園芸用品、ペット用品、クリア収納ケースと、一大市場を創造しました。しかし追従するメーカーが出ると価格競争になりマーケットを奪われまします。私たちはそうなる前に市場を手放し、別の国、別の商品へと移行する仕組みをつくりました。スピーディな商品開発のため週1回、開発者全員を集めて情報を共有し、新商品の全責任はトップの私がとる体制を確立しています。こうして毎年千アイテムを超える新製品をコンスタントに発売。現在はグループ企業23社、年商3千億円強のグローバル会社として多くのお客さまに愛されています。

第4分科会・前半

安心! おいしい! ヘルシー! 20年後も愛される味を目指して

13年前に妻とともに大分で創業した「くだものかふえ」は、生産者の顔が見えるこだわりの素材を使った無添加のフレッシュジュースを1杯ずつ手づくりし、提供する小さな生ジュースの店です。小さな飲食店は5年もつのが1割と言われるなか、20年先に目標を置いて努力を重ねてきました。今はジュースバー22店舗のほか別業態も含め、農家と連携を深め、産直の国産農産物をブランドインクしていくというテーマで店舗を展開しています。妻の急逝をはじめ多くの挫折や困難を味わうなかで大切にしてきたのは、生産者さんとの信頼関係、そしてスタッフとの商品に素材が命。スタッフとともに生産者さんと膝をつきあわせて話をする「農家サミット」や、農作業を手伝う機会を設け、素材や商品への愛着を育んでいます。美味しい野菜や果物をつくる生産者さんを盛り立て、国内の農業の発展に貢献することは、当社の社会的意義でもあります。経済動向に振り回されない心の軸こそ、経営者に求められるものではないでしょうか。



小野寺 聡

株式会社くだものかふえ 代表取締役

参加者アンケートより

当日は、本所会員など約950名の参加があり、147名の方にアンケートに協力いただきました。全体を通じて「大変よかった」「よかった」というご意見は94%にのぼり、高い評価をいただきました。下記に頂戴したご意見の一部を紹介いたします。

- ★コンサルタントの概論と企業経営者という2部構成はバランスが良く継続して欲しい。
- ★なかなか話を聞く機会がないような講師陣で大変勉強になった。
- ★関心のある分科会が選べる点が良い。
- ★毎回参加するが、今年も分科会の講師が特によかった。来年も参加したい。

全体評価

