

e-ウォッチ

今こそ“恐慌”食い止める決断が必要

民自公の合意によって、消費税増税が決まり、税率は2014年4月から8%、15年10月から10%へと2段階で引き上げられることになりました。

これにより、日本経済のより深刻な低迷が危惧されていますが、すでにこの間の各種調査をみると、軒並み景気悪化を懸念する結果が出ています。

【浮上しないまま再び降下する中小企業】

中小企業庁による「中小企業景況調査」(9月27日発表)では、震災後回復しつつあった業況判断DIのマイナス幅が拡大に転じました。そして今後さらに悪化すると予想される業種も少なくありません。日本政策金融公庫の調査(9月25日発表)でも、9月の売上DIは前月比で急激に悪化し、売上見通しも6カ月連続で低下しています。

【消費の失速が始まった】

一方、国民消費の動向も深刻さを増しています。

日本フランチャイズチェーン協会によるJFAコンビニエンスストア統計調査(9月20日発表)では、既存店ベースで来店客数、平均客単価、売上高ともに3カ月連続で前年同月を下回っています。

7月発表の総務省の「家計調査」では、2人以上世帯の

消費支出は6月以降急減速し、住居費や自動車購入費などを除いた調査では前年同月比を下回っており、エコカー補助金効果などを除けば、すでに消費の失速が始まっています。

消費税増税を前に、す



大井川にかかる鉄橋を疾駆するC11(静岡県・島田市川根温泉)

で庶民は財布のひもを締めているとも読み取れますが、そもそも勤労者の賃金が減っていることも黙過できません。9月28日発表の国税庁の「民間給与実態統計調査」によれば、2011年の民間給与の平均は409万円で、前年を3万円下回り、来年以降さらに減少幅が拡大するとも予想されています。

【負担増は一般家庭で年間30万円に！？】

このように、需要と供給の双方ですでに景気悪化の兆候があらわれ、今後の見通しも極めて深刻な予測となっている中、2段階にわたる消費税増税が実施されたら、日本経済は一体どうなるのでしょうか。

年収500万円の子ども2人世帯で、消費税増税による負担増は14万4千円と試算されていますが、これに年金や健康保険等の社会保険料率が毎年上げられ、10月から始まる環境税、来年1月からの震災復興増税、すでに9月から値上げされた電気代などを勘案すると、負担増は30万円とも試算されています。

このまま消費税増税に踏み切るならば、“恐慌”到来との予測もありますが、過去の経から見ても、けっして大げさな予測ではありません。消費税増税をやめ“恐慌”を食い止める決断が必要であり、政治の責任が問われています。

【内憂外患】

◆今春の健康診断で引っかけた経過観察が気になり病院で検査を受けた。結果は、検診時と同じだったのだが、MRIやエコー検査で全く別の病気の疑いまで発見され、またしても検査。そして入院し手術を受けた。順調な回復で退院し、仕事へも復帰できると思いきや、突然右肩から腕の痛みとしびれに襲われ、近所の整形外科に駆け込むと「加齢による頸椎の損傷」とのこと。治療に通う内、今度は別の原因で高熱を出してしまった。◆薬を飲んでもなかなか下がらない熱と腕の痛みが苦しんでいる時、入院中の故郷の母が重篤であるとの知らせが届いた。この体で帰れるのかと頭がいっぱいになったが、翌日母は奇跡的に回復し、今も小康状態が続いている。ありがたいことに、私もだんだんと回復し職場に戻れた。この間、半年以上を費やしたが、健康診断の成果である当初の病気の治療を始めようと思っている。母にも会いに帰ろう。◆一方、長かった猛暑も彼岸を迎え、秋の秋を迎えた。選挙目当てにか世論に押されて野田内閣は30年代までに原発をゼロにするの方針を打ち出したが、財界とアメリカの圧力で翌日には反故にされた。竹島・尖閣問題も目を追うごとに深刻さを増している。民主党代表選、自民党総裁選に国民は冷やかな視線を送っている。第三極といわれる勢力の台頭にも期待はあるか日本がどこへ向かうとしているのか不安ばかりが募る。 (広)

へないゆづがいかん)国内の心配ごとと外国との間に生じる厄介な事態。また個人における心配ごとと言う。

今日の時代と中小・零細企業の経営

しぶとく生き延びるための4つの問題（1）

株式会社K & K経営労務コンサルティング
代表取締役 金井育生

7月、中小・零細企業経営者を対象にある税理士事務所が主催した学習セミナーで「今日の時代と中小・零細企業経営者の処世術～しぶとく生き延びるために～」と題し、「しぶとく生き延びるための4つの問題」についてお話しさせていただきました。今号ではその中から「1. 相手を見定めて商売道具を磨く」の部分を掲載します。

<はじめに>

消費税増税が国会で決まりました。これにより、長期にわたって続く不景気が、よりいっそう深刻になるのではないのでしょうか。税率が3%から5%に跳ね上がったときの経験からすれば、これから、増税直前に多少の駆け込み需要があるかもしれませんが、増税とともにそれがドンと落ち込むことでより深刻な不況に突っ込んでいく危険が考えられます。

そういう中で、中小零細事業経営者が考えておきたいポイントをいくつかピックアップしてみました。

1、相手を定めて商売道具を磨く

事業は、「利益＝売上－費用」で成り立っています。これは、事業規模の大小に関係ありません。利益を出そうとすると、「売上」を大きくするか、「費用」を小さくするかしかありません。

今回は、「売上」をどうやって大きくするかを考えてみたいと思います。

どんな事業でも売るべきものが必要で、それが「商品」（サービスや技術のように形のない場合も含めて）です。そして「売上」は「商品単価」×「販売数」の総和です。

ですから、「売上」を大きくするためには、まず「商品」に魅力がなくてはなりません。

ありふれたものを仕入れて、ありふれたまま売っただけでは買い手に魅力は伝わりません。少し工夫して、ありふれた商品の特徴ある独自の商品にして売れないか。ここに目を向けてみようという提案です。

【「不揃いの卵」が「金の卵」に】

ある鶏卵問屋の例で考えてみたいと思います。紹介したいこの鶏卵問屋は、けっして大きな業者ではなく、あちこちの小規模養鶏業者から卵を集めてスーパーなどに卸していました。そのために、卵の大きさや品質にバラツキが出てしまい、納入先であるスーパーなどからは「品質の安定」を求める苦情が多く、それ

が経営上の最大の悩みとなっていました。

そこで考えたのは、不揃いであることを売りにしようという作戦です。卵の「用途別パッケージ」というのを作り、たとえば、自身の多い卵はふんわりと調理しやすい「オムレツ用」、卵黄の味の濃いものは「卵かけご飯用」などと用途別に販売しました。するとこれが大当たりで、レストランをはじめ、それまで「品質の安定」を要求していたスーパーも注目することになり、売上は6倍に。いまではこの「用途別パッケージ」も20種類以上といます。

もともと、大きさや殻の色などを基準にしてスーパーなどが要求する「品質」とは、“まっすぐなキュウリ”と同じく、輸送のしやすさや見た目など「売る側」の価値観にもとづいており、多くの場合、この価値観に消費者も左右されているのが現状です。

ところが、あらためて“不揃いの卵”は本当にダメな卵なのか？と考えたとき、卵本来の価値は、「売る側」ではなく、「消費する側」が決めるべきではないのかという視点でした。この瞬間、目の前の“不揃いの卵”が価値ある“金の卵”に変わったのです。

今まで取り扱ってきた商品をどうやって光らせるか。そのためには、納入先のスーパーではなく、その先にいる最終消費者の顔を想像して考えてみる。このあたりに大きなヒントがあるようです。

【ありふれた商品でも組み合わせることで】

もう一つ。太陽光発電システムの販売設置をする会社があります。太陽光発電システムはいま、急速に価格が下がっています。

なぜか。たしかにソーラーパネルの製造コストが下がったことありますが、それよりもこの分野に大量に業者が参入してきたために引き起こされた価格競争による影響が大きいのです。補助金もあるし、固定価格買取制度もスタートする。その意味では、追い風と逆風が混在している状態です。

そのため、売上は伸びてもなかなか利益が出なくなっています。そこでこの会社ではいくつかの中小事業者

担当者不在のときの電話は誰が処理？

メールと携帯電話がこれだけ普及してくると、会社にかかってくる電話の件数は一昔前と比べてはるかに減っています。しかし、普段はメールや携帯で連絡している取引先からも電話がかかってくることはあります。通信手段が多様化している中、選んで電話を掛けていることから考えると、会社での電話応対も気をつけなければいけないことがあります。

よくあるのは、取引先などから担当者への携帯電話が繋がらないためにかかってきた電話や、メールやFAXで送った内容の確認のための電話などです。

私がある会社のマナー研修の講師を引き受けたことです。担当者宛に、研修資料をメールで送ったので確認をしようと会社へ電話をしました。担当者は不在で1時間後に戻るとのこと。少し説明もしたかったので電話をかけ直すことにしました。1時間後、再度会社へ電話をかけ直すと、帰りが遅れたようでもう2時間後に帰社予定だと言います。仕方がないので、担当者が戻ったら電話をいただけるようお願いして電話を切りました。

最近、社内で特定の担当者を決めている顧客や取引先に対しては、会社の電話応対が取次ぎのみの対応に

終始している傾向があり大変気になります。携帯電話やメールによって直接やり取りすることが容易になったことが、その傾向を強めているのでしょうか。担当でない社員からすれば、事情をよく知らないために余計なことをせず、担当者に電話を回すことが相手のためにもなるということでしょう。一理ありますが、今回のような場合、もう少し改善をして欲しいものです。具体的には、

- 1) 相手が、最初の電話では要件を伝言せず、電話をかけ直すと言った時点で、直接担当者に話したい大事な用件があると判断できるようにする。
- 2) 担当者の帰社時間が遅れるとわかった時点で、講師から電話があったことを担当者に伝える。
- 3) 担当者に連絡が取れない場合は、電話を受けた社員が代わって処理できないものか試みる。

等があげられます。

担当者が処理することは基本ですが、担当者は休んだり変わったりすることもあることを前提にして、会社としての電話応対の仕組みをつくるのが大切です。
(S)

との共同開発で、ソーラーパネルと、蓄電システム、LED照明を組み合わせた夜間照明・防犯システムという新しい商品を作りました。そこに大手の商社も注目して、事業化の方向で動き始めています。

興味深いのは、何も新しい技術によって新しい商品を発明・開発したわけではない点です。どれも既存の技術や商品で、それを組み合わせ、セットにして、別の商品を作った点が注目されます。

ありふれた商品でも、それを組み合わせ独自の商品に仕立て上げ、ニーズを掘り起こすというのも、独自性であり、自分の商売道具を磨く方法だと思います。

そしてそれが、求めている人たちと出会うならば、市場の中で生命力を持つ可能性があります。

【買い手の生活スタイルを想像してみる】

ところで、売るべき「商品」をどんなに磨いても、万人に魅力のある「商品」にはなりません。そこで次に、買い手の特徴をよくつかむ、もしくはどんな人がこの「商品」を買ってくれるのかを知ることが必要となります。市場調査とかマーケティングと言いますが、要は、お客さんは何を欲しがっているのかを知り、理解するという問題です。

そんなにむずかしい話ではなく、たとえば小売業ならば、いつも買い物に来てくれるお客さんの顔を思い浮かべることから始まるわけです。どんな生活をしているのか想像してみる、年齢は？性別は？職業は？生活レベルは？などを考えてみると、お客さんの生活スタイルがみえてきます。

買い手の特徴をよくつかんで、その人たちがほしいものを提供できれば、その商品はますます光ることになるわけです。

そしてそれが決まれば、いくらで売る（売れる）の？という価格決定権は、買い手側ではなく、売り手側に有利になります。買い手の側がどうしてもこの商品が欲しい、必要だとなれば、より売り手の側の意図する価格に近い価格で取引が成立し、利益が出る事業として成り立っていくことになるわけです。

みなさんそれぞれ営まれている事業が違いますから、ご自分の扱っている商品、相手にしているお客さん、価格がどのように決まっていくのか、をよく見つけ、どうやったら自分の思い描く取引になるかを工夫していくことが必要な時代です。



収穫とひと足早い紅葉狩り

長野県佐久穂町でコメ作り体験をはじめて2度目の収穫の秋を迎えました。八ヶ岳山頂付近からは紅葉も始まっています。

6月に植えたイネは順調に育ち、黄金色に染まって収穫の時を待っています。10月6日(土)～8日(月)、NPO法人八千穂お山の家では、稲刈りと紅葉狩りを行います。

また、地元の方々との交流も兼ねて、餅つきやキノコ汁などで“収穫祭”も計画されています。

天日で自然乾燥させたコメは、約1か月後、脱穀・モミ擦りを経て、ようやく新米の味が楽しめます。

【次回の企画(脱穀・モミ擦りを中心に)のご案内】

■とき：11月3日(土)～4日(日)

■ところ：長野県佐久穂町「八千穂お山のお家」

※お問い合わせは、NPO法人八千穂お山の家まで。

電話：03(6383)3045

メール：oyama@k-kconsult.com



6月、雨の中敢行した田植え。おコメが収穫できるはずですが、今年は今年の上は今年風の田植え風景、下は昨年稲刈り。

180kgの



今回は、標高2300mの高見石へのトレッキングで、紅葉の白駒池を見下ろします。

忙しい理由に、娘を旅行に連れて行ったことなどなかった私。今回は早めに日程を決めて、仕事を整理して二泊三日で北海道へ。映画にもなった旭山動物園へ行って来た。

旭川の駅から40分ほどバスに揺られて到着。バスに乗っていた多くが大人複数人のグループ。私自身初めて行ってみて、子どもだけでなく幅広い年齢層への人気の高さを知ることができた。みせ方が非常に工夫されているのだ。

数種類の鳥が暮らす場所では、空高く張ったゲージの中に人間も入ることができる。池を隔てた向こう側にほとんどの鳥はいたが、中には人間が歩く通路を堂々と歩いてくる鳥がいて、娘も興奮気味。「さわる!さわる!」と鳥を追いかける2歳の娘の傍で、懸命に鳥との記念写真を撮るろうと頑張っていたのは中年の3人連れ。

ペンギンが泳ぐ姿を水中のトンネルをとおりながら下から見ることができたり、ホッキョクグマが水にダイビングするところを間近で見られたり。頭上の透明な天井の上に、「ドン!」

と音を立てて突然チンパンジーが飛び降りてきて、度肝をぬかれたり(娘は驚きのあまり泣き出してしまった)。キリンも非常に近くで見ることができ、その大きさや迫力を実感できる。

少しでもよく動物をみせてあげたいと懸命に子どもを抱っこする親や、動物の可愛い表情やユニークな格好をしている瞬間を写真に収めようと真剣になつてカメラを見つめる小学生、指差しながらあれこれ話をして綺麗な笑顔をみせている若い男女など：見物客の表情も素敵だ。生き物の魅力には、年齢問わず誰もが夢中に無心になれるのかもしれない。

いつもは保育園でお昼寝しているはずの時間になっても、一睡もせず、次々と現れる動物たちに瞳を輝かせていた娘。旅行の間中ハイテンションで、泣くこともなくとても親孝行だった。行く前の慌しさは大変だけど、魅力的な動物たちと笑顔あふれる多くの人々と空間を共にし、私自身もリフレッシュできた旅だった。

大久保佐和子の
ママさん弁護士
奮闘記
 第7回

