

起業の鉄則研究会(リーダー: 小林宏至常任理事)

平成 26 年 4 月 12 日(土) 14 時から大阪駅前第一ビル 11 階神戸大学学友会大阪凌霜クラブにて講師ともで 16 名が参加し、本年度第 1 回目(通算 109 回目)の起業の鉄則研究会を開催した。参加者は、不動産業経営者、人材派遣会社、税理士、生命保険会社員、製造メーカー役員、飲料事業者、経営コンサルタント、易学者、税理士をはじめさまざまな業種の経営者などが参加。米国の商工会議所と連携した販路開拓方法や、温浴による体温をあげて免疫力を高める健康法など、聞いたことがない視点からの講義に参加者が熱心に聞き入る研究会となった。

◆【第 1 部】

「中小企業米国販路開拓支援事業の地域支援団体との取り組み」

講師: 有限会社 Gyo Lighthouse 社 代表取締役 笠原 暁 氏

- ・現在、アメリカ企業と日本企業の橋渡しをしている。日本では、特に島根県雲南市の PR 大使をしている。
- ・島根県内の企業の特徴は、自動車メーカーのマツダ関連が非常に多い。子会社、下請け、孫請け、ひ孫請けなど 5tier くらいの中小企業が多い。というのも、マツダは主力エンジンの開発をこの地でやっており、試作品を含めて関連部品を作る仕事が拡がりを見せている。ここを含めて、日本では中小企業の仕事がどんどん減っている。
- ・アメリカの現状は、面積が日本の 25 倍。人口は 3 億 1933 万人。しかし、留学生、不法移民などを併せると、5~6 億人はいる。企業数は約 2775 万社で、日本の 5 倍。うち、2100 万社が個人事業主である。日本では大企業は、自社で各地に支店を作るが、アメリカでは本社しかないのが一般的。各地には、代理店として個人事業主と契約して展開するビジネススタイルである。個人事業主の集まりでも、GDP は日本の 3 倍はあるから、食べていけるのだ。
- ・全米に進出している日本企業は 2663 社。うち、666 社はカリフォルニア州に進出している。製造業 1017 社、非製造業 1646 社。ファナック、アマダ、ダイソーなどがいる。日本企業が進出するところというのは、実はいくつか集中している。ニューヨーク、シカゴ、ロスである。これは、業種によって分かれているのである。逆に、アメリカのどこに進出しているかで、どういった業種かが分かる。例えば、ルート 78 号線沿いは、通称カーベルト地帯である。小売業では、マーケティング調査を兼ねて、シアトルにまず支店を出す。というのも、インターネット接続料、電車代、バス代が無料であるからだ。マイクロソフトが税金を払うくらいならと、大規模な寄付をしている恩恵である。
- ・さらに、アメリカではシェールガスが採れるおかげで、光熱費がこれまでの 6 分の 1 になっている。アメリカの家族 3 人世帯の光熱費は 1 ヶ月約 1800 円。これが 300 円程になるので、日本とは比べ物にならないほどの低コストになっている。日本では今後人口が減っていく。1 年間で 25 万人ずつ減少していく試算。とすると、今後の日本企業は販路開拓をどうしていくのか? 島根、豊中、淡路、明石、岸和田等全国の商工会、商工会議所と提携し、アメリカの商工会議所に出向いて、日本の中小企業にプレゼンの場を設けていただいている。
- ・日本企業のパンフ、会社概要には、主要取引先、資本金などが書かれてあるが、アメリカ企業のそれにはそういった内容は絶対書かない。書いていると、会社を売却したいのだと勘違いされるからだ。こういった慣習が違う点に注意し、日本企業の PR 動画を製作し、現地の個人事業主に日本企業の代理店になってもらえないか、当社はプレゼンする事業をしている。

◆【第2部】

「あたためる生き方」

講師：関西工事株式会社(ぬくもりサロン芦屋) 代表取締役 久木元悦子氏

- ・飛行機に乗っている際に、エコノミー症候群で、突然、左足が動かなくなった。
- ・なんとか、足の健康を取り戻したい一心で、いろいろ調べたりした。健康番組があり、仮面ライダー役の藤岡弘さんが、足浴と手浴ができる機械を使って、体温を上げるのが、自分の健康法だという話をしていた。興味がわいたので、東京のその場所に行くと、手浴と足浴ができる専用の機械を作ってやっていた。実際、体験すると気持ち良い。当初は、月に何回か通っていた。自社が得意な配管技術が応用できそうだと思っていた。
- ・ある日、この業者がこの機械を作らなくなって、私のところで作ってもいいことになった。機械を分解してみると、配管内は、予想通りかなり汚れていた。手浴と足浴には清潔さが求められる。しかし、掃除に手間がかかると長続きしない。掃除しやすく、デザイン性も考えると、シンプルなものに改良。当社製はうまく当社の技術が活かせることができ、清潔で掃除もしやすい製品を作ることができた。
- ・体験して実感していることだが、体温を温めると、体調が良くなる。赤ちゃんは、体温が高いから、免疫力が強いことを思い出していただきたい。
- ・日本の食文化は、季節に応じてうまく体温調整してくれるようになっている。夏野菜は、身体を冷やしてくれる。冬野菜は身体を温めるようにできている。日本人は温泉が大好きで、温める文化である。
- ・フライパンにラードを入れるシーンを想像していただきたい。熱したフライパンだと、ラードは焦げてしまう。しかし、冷たいフライパンにラードを入れて、弱火でトロトロ熱していくと、キレイに溶けていく。手浴や足浴はこれと同じ原理だと思う。毛細血管をジワジワ温めることで、身体のなかの余分な成分が溶けていくのだろう。実際、手浴と足浴を始めてから、体温が上がっている。痛めていた足だけでなく、体調がかなり良くなっている。
- ・当社の製品を広く体験していただきたくて、芦屋市に「ぬくもりサロン芦屋」を開業。兵庫県から、今年、ひょうごクリエイティブビジネスグランプリ 2014にて、兵庫県産業労働部長賞をいただき、励みになっている。



- ・小林塾長より、日本企業はコストを減らすためにグローバル化を進めている。従来はこうした企業のコストは、受注企業からすると国内売上になっていたものだ。企業単位では正しい選択だが、日本全体で見ると、コスト削減は日本の国力の減退につながっている。大きい目でみれば、コストを払ってでも、日本国内で仕事をしたいと思えるような環境整備が必要だ。

終了後、近くのピアホール「キリンケラーヤマト」にて懇親会を実施。この場では、中小企業者が直面する最近の悩み、経営課題など率直に意見交換。失敗をどのように活かすのかなど今後の指針のヒントを得ることも多い。次回は5月10日、神戸会場にて開催予定。