

強い中小企業の要素

① **タイミングを誤らない 早い段階でのチャレンジができる**

遅くなるぐらいなら早すぎる方が圧倒的に良い

遅すぎるなら… (中小企業の) 事業としてはやめた方が良い

大企業の場合なら…

マーケットができつつある→広がってきているタイミングで参入

「今までなかったニーズの掘り起こしや新しいマーケットを作る狙い」など…よほどのことがない限り「最先端で新しいことを狙う」必要がない

そうは言っても (ビッグマーケットでは特に) それでは「**イノベーションのジレンマ**」にハマり、衰退する

「入門シュンペター」 中野剛志 イノベーションはどうしたら生まれるのか

20240109儲かる経営者は「資源投入とその効果」を常に意識しているからの抜粋を改訂

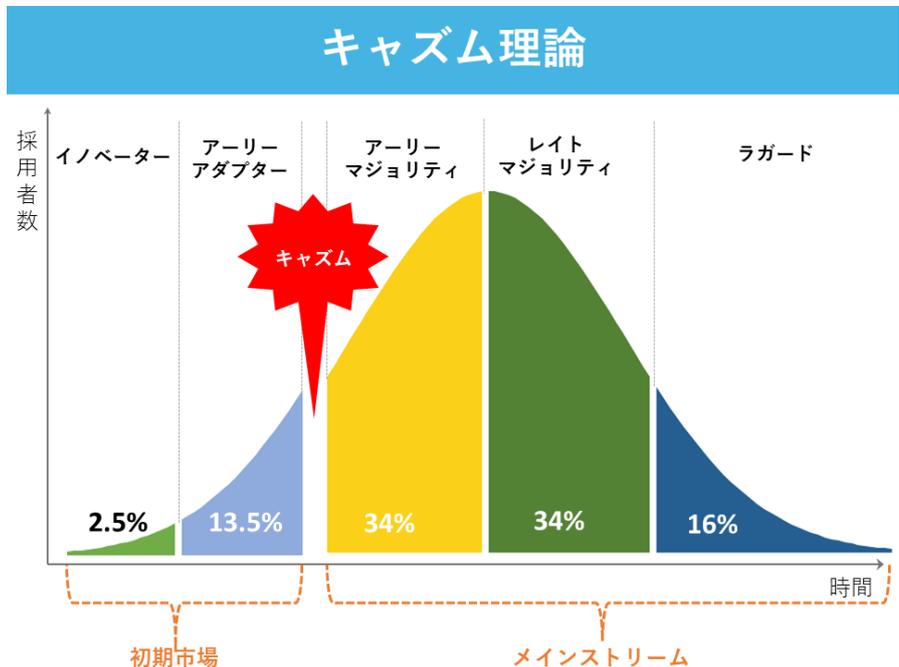
経営者はアーリーアダプターであれ！

アーリーアダプターとは、「イノベーター理論」における5つのグループの1つ。流行に敏感で、自ら情報収集を行い判断する層のことです。

↑スタンフォード大学のエベレット・M・ロジャーズ教授

イノベーター理論では、新しいサービスや商品への市場の反応を5つに分類、

理論上これらの割合は商品やサービスごとに変わることはありません ←すごい？



出典：東大IPC「イノベーター理論をわかりやすく解説！」 <https://www.utokyo-ipc.co.jp/column/innovation-theory/>

①イノベーター (革新者・オタク・マニア：インフルエンサーなど) 2.5%

②アーリーアダプター (初期採用層・敏感な消費者：SNSコミュニティの早期発信者など) 13.5%

①が②に情報提供と安心感を与え、②を飛び込ませる。そして②が③に…

↑「新しい」というニーズを求める層 合計16%

新しいと思うことそのものが価値感に響く **初期市場**

……溝…… アーリーアダプターとアーリーマジョリティの間には大きな溝 (=キャズム) がある **マーケティング手法を変える必要がある**

「キャズム理論」商品やサービスが革新的なほど、下位層に普及しにくい ↓「安心感」を求める層

安心感を満たすように商品やサービスの品質や信頼の高さアピールが重要

↑信頼の高さなら…大手が圧倒的に有利or先行者も優位

③アーリーマジョリティ (前期追従層・リスクを恐れる・石橋を叩いて渡る・普通の消費者：SNSコミュニティの追従発信者) 34%

④レイトマジョリティ (後期追従層・鈍感) 34%

⑤ラガード（遅滞層）16%

新しい市場が生まれる時（変化するとき）、

参入が遅くなればなるほど競争が多くなり、参入障壁高くなる、投下資本も大きくせざるを得ない

言い換えれば…早い方がリスクも少ない ←中小企業の活躍の場（ニッチ市場＝隙間）

しかし…昔はピーク前後で大手資本企業が参入→それも年々早くなってきている

大手企業の参入段階の変化： 昔 レイトマジョリティ段階 → 最近 アーリーマジョリティ・アーリーアダプター

ニッチマーケットでも広域で売れば大手企業が参入しても…先行参入者には それなりの旨味がある

②差別化ができていて、明確に伝えることができる

同様のサービスを提供する競合はあるものです

その中で「なぜこの会社を選ぶのか」の理由が明確であればあるほど、偶然性に左右されずに選ばれることができます

価値・価格が高かったり、特性に大きな差があるものであればあるほど…この差別化は重要です

③なるべく戦わないマーケット「ニッチ」でトップを狙う姿勢

マーケットの規模や華やかさにばかり注目せず

大企業が参入しにくい要素を持った分野を狙う意識を持つ

④収益に執着している

⑤常に改善意識を持っている

社長・従業員さん…多くの人がこれらのことにはしっかりと向き合っている

⑥顧客の言うなりにない

お客様は神様では無いです 求めるサービスとそれを実現するための労力やコストは分かっている場合が多いです

もし、要望に対応するつもりがあるとしたら

「それを実現するとこれぐらいの価格になるとは思いますが、それでもそのほうが良い可能性がありますか？」などと聞いてから動く

⑦無駄なことにコストをかけない

資金・時間・労力…特に生産性が高くあるべき社長や幹部（そして社員）の時間を無駄にしない

多くの場合「やらない決断」をすることが大切

例：営業マンに営業以外の雑務が大きく負担になっている その日報、書かせる必要ある？ など

⑧無駄を排除することに労力を使い過ぎない・少しの無駄は許容もする

例：従業員の人数配分をギリギリを狙わない

ギリギリを狙おうとすると「週20時間労働に抑えたい」とか「103万の壁」とか複雑なパズルを組むようなことをしなくちゃいけない

ましてや勤務時間の基本規定がない会社 Aさんは8:00～16:00、Bさんは8:20～14:30とか自由を聞きすぎるとさらに複雑なパズル

社長がそのシフトに代わりに入ったりとか…

そんなことになるぐらいなら時給を高く出してそのパズルを考えなくても良くすべき

→だったら時給を高くして会社の都合の良いシフト時間帯にする 8:00～16:00 16:00～19:00 19:00～21:00

⑨社長が自分を信じて経営・経営改善に集中する

社長の時間、頭のリソースをいかに無駄なことに使わないようにするかが会社の発展を大きく左右する

社長は経営に集中する！ それができなければ儲からない

社長以外でもやれることは任せる 社員・パートさん・システム・外注…

⑩チャレンジする文化を持っている

ベンチマーク先・同業他社が成功したからそれを真似ることも良いが、

社長本人が良いと確信を持ったことは前例が無くてもフットワーク軽くチャレンジしてみる

⑪常に改善の眼を持ち、放置しないで対処する

今までこうだから…でそれを続けることなく、適宜見直す（偶然的キッカケでも直しても良い・スルーし続けないコトが重要）

新しい時代に合わせてどんどん変革していく 考え方・ツール・ソフト・取引先…ありとあらゆるものを

躊躇なく進められれば…他社よりも先んじて改革を進めることができる

→それのできた余裕、時間を活用して 新しいことにチャレンジしていくことができるようになる **良い循環**

⑫5年後10年後にどうい会社になりたいかビジョンを持つ

社長がまず しっかりと明確にビジョンを持つ →なるべく多くの従業員と共有
そして個人としても どういう自分でいたいか
それが適宜 時代や成長を基にブラッシュアップされていく

⑬会社全体として事業に「前のめり」であること

まずは社長→幹部がそれに巻き込まれ…前のめりになっていく →社員数人がその姿を見て興味を持って頭を突っ込んできてくれる
全員を巻き込みたいのは分かるがそれは100点を狙うようなもので非常にハードルが高い
ただ巻き込まれた人たちが多数派になると、面倒に感じる人たちは去っていく
そもそもやる気を持って入ってきた人でもそのやる気の継続は人それぞれ…一般的には長持ちしない傾向（今は昔よりその傾向が強い）
人をやる気にさせるのはとても難しい ←この労力を「やらないと決める」とすごく楽な経営ができます

⑭去る者は追わない・たとえ困っていても来るものも拒む

人手不足時代アルアル

「人が辞めていくことを恐れない」組織は強い

この人が辞められると回らない…× だから多少問題あっても辞めさせられない

○ 早く適正な対処を断固として行う

これを放置するとイイ人から辞めていきます

↑こういう話をすると「そうですね」って同意してくれる社長は多いが、実際手を打てずにいる社長が多い

イイ人が辞めて負担が重くなると、問題社員も結局辞めていく

↑ここまで行きつけば 最も対処がタイムナ結果でタイムナなのは間違いないが、必ずしも最悪な結果ではない

⑮構造的な問題を「とりあえずこれで何とか取り繕う」をしない

会社に改革が必要な時、少しでも早く対処を決断し、スピードをもって淡々と対処することが大切

例：会長・奥さんの給料をゼロにして手伝ってもらう 良くなるまで… という「甘え」パターンだけでは良くなるまいま…数年はすぐに過ぎます

⑯撤退の決断・やめる決断 ができる

今までこうだったから、せつかくやってきたから…でダラダラ続けない

⑰業界の常識にとらわれ過ぎない

固定概念にとらわれ過ぎると、異業種からの参入者に一気にオセロ返しされますよ

⑱顧客のニーズを把握する

売るのも人・買うのも人

潜在ニーズを掘り起こすことができれば…大きな金脈に繋がる

⑲過ぎたるは及ばざるがごとし

過剰サービス・複雑なビジネス構造は顧客の購買判断を阻害します

.....

ChatGPTに聞いてみた

「強い企業」として言うために重要な企業が備えるべき要素を10項目挙げて下さい

そしてその下記項目の簡単な補足説明を付け加えて下さい

1. 明確なビジョンとミッション

補足説明：企業の目的や存在意義を明確にし、それを社内外に共有することで、社員が目指す方向性を理解し、顧客や取引先からの信頼を得られます。

⑥顧客の言うなりにない

⑫5年後10年後にどうい会社になりたいかビジョンを持つ

2. 柔軟かつ迅速な意思決定能力

補足説明：経営環境が常に変化の中で、迅速な対応と柔軟な判断が市場の変化に適応するために必要です。スピード感を持った意思決定が競争力を高めます。

①タイミングを誤らない 早い段階でのチャレンジができる

⑯撤退の決断・やめる決断 ができる

3. 社員の能力開発とエンゲージメント

補足説明: 社員一人ひとりの成長を支援し、企業の目標と個人の目標を一致させることで、高いモチベーションを維持します。社員満足度が顧客満足度にも直結します。

⑩ チャレンジする文化を持っている

⑭ 去る者は追わない・たとえ困っていても来るものも拒む

4. 持続可能な財務基盤

補足説明: 健全な資金繰りと利益率の確保は、長期的な経営の安定性を保つために欠かせません。無駄なコストを削減し、適切な投資を行います。

④ 収益に執着している

⑦ 無駄なことにコストをかけない

5. 顧客志向の経営

補足説明: 顧客のニーズを的確に把握し、それに応える商品やサービスを提供することが、リピーターや口コミの拡大につながります。

⑱ 顧客のニーズを把握する

⑲ 過ぎたるは及ばざるがごとし

6. 効果的なリーダーシップ

補足説明: 経営者がビジョンを示し、模範を示すことで、社員が信頼し、主体的に行動する環境を作り出します。

⑨ 社長が自分を信じて経営・経営改善に集中する

⑮ 構造的な問題を「とりあえずこれで何とか取り繕う」をしない

7. 明確で効率的な組織体制

補足説明: 業務分担と責任範囲が明確になっている組織は、効率的に機能しやすく、社内の無駄を削減します。部門間の連携も重要です。

⑧ 無駄を排除することに労力を使い過ぎない・少しの無駄は許容もする

8. 継続的なイノベーション

補足説明: 商品やサービスの革新だけでなく、業務プロセスやマーケティング戦略にも新しいアイデアを取り入れることで、競争力を維持します。

⑤ 常に改善意識を持っている

⑪ 常に改善の眼を持ち、放置しないで対処する

⑬ 会社全体として事業に「前のめり」であること

9. コンプライアンスと社会的責任

補足説明: 法令を遵守し、社会的責任を果たすことで、ステークホルダーからの信頼を得られます。地域社会への貢献や環境問題への配慮も含まれます。

10. 強いブランド力と市場での差別化

補足説明: 顧客から認知され、信頼されるブランドは、競合他社との差別化につながり、価格競争から脱却するための強力な武器となります。

② 差別化ができていて、明確に伝えることができる

③ なるべく戦わないマーケット「ニッチ」でトップを狙う姿勢

⑰ 業界の常識にとらわれ過ぎない

強い中小企業を作り、維持するための社長の要素

① フットワークの軽さ 距離を超える

良いと思うものがあれば、遠くてもすぐ見に行く…などアクションを起こす

近場で済ませない⇨距離をもともしない

↑これができるのは…昔は暇がある若者が 変わったやつ

広域の情報が入る時代の今は「行動力の差」のみ アクションに差 →体感の知識・経験 →次世代の富裕層

② 壁を作らない 広い視野と経験

色々な事に興味を持ち 良いと思えば気軽にやってみる 「いちど体験してみなきゃ分からないよね」の感覚

→合わなければすぐやめる・合えばどんどん深掘りする

広範な知識と経験・ある部分ではマニアックな超深掘りの趣味や仕事 に繋がる

③ゆるぎないプラス思考

上手くいかなきゃやめて撤退すればいい「これを頑張ってもダメだな」ってわかることもいい勉強と思える（失敗ではなく経験に思える）
仕事も遊びも…楽しく取り組む 仕事も楽しい（楽しめる）から遊びの延長のように捉えている
めげない・考えすぎない・悩み過ぎない・病まない

④決断が早い

だからこそタイミングを逸さない 参入も撤退も
考え込んで、考え抜いた末の決断は 直感とほぼ変わらない

⑤できる人が周りにいる

「人脈に恵まれている」というより、「できる人」と結果的に近い関係になっている感じ・・・
人数の多さでもない でもお互いに重要視できる友人や（ビジネス・プライベート）パートナーがいる
自然と必要な時に必要な人と出会ってしまう

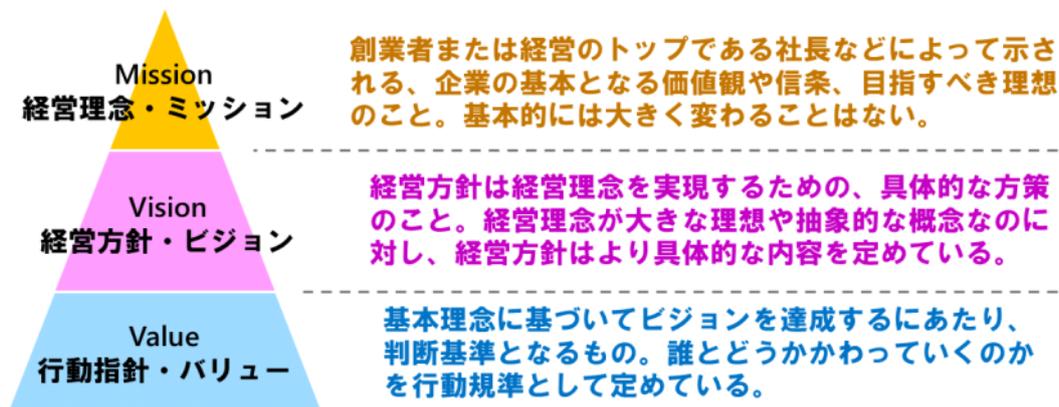
⑥理念を持っている

ブレない「芯・生き方」を持つ…必ずしも不動ではないが 判断・行動のベースになる考え方
生き方→生きざま よりゆるぎないものになっていく

ミッション／ビジョン／バリューとは



経営理念／ミッション、経営方針／ビジョン、行動指針／バリューとは？



Copyright © KAIZEN BASE, Inc. All Rights Reserved.

出典：カイゼンベース 「ミッション／ビジョン／バリューとは」 <https://kaizen-base.com/column/33097/>

⑦自分は運が良いと信じている

これが全ての良い循環の始まりかも

⑧自らのキッカケで運を開ける行動をとれる

躊躇なく人を頼れる・聞ける

⑨嫉妬しない

「嫉妬心は幸福度を下げる」らしいです
嫉妬する暇があったらどうしたらそのうらやましい状態を達成できるのか考えて、すぐに動きましょう

⑩誠実で真面目

誠実さは低い経営者は一時的にお金の流れが良くなったとしても長くは継続しません

こうして書き出していくと…「富裕層の要素」でもあるかも？

.....

ChatGPTに聞いてみた

中小企業の社長として、強い企業を作り、維持するために必要と思われる社長自身が備えていると良い性格や信条、行動パターンなど10項目挙げて下さい。そしてその項目それぞれの補足説明を付け加えて下さい

1. 高いビジョン力と長期的視点

補足説明: 社長自身が企業の未来像を描き、その方向に会社を導く力が必要です。短期的な利益だけでなく、長期的な成長を見据えた意思決定が重要です。

⑥理念を持っている

2. 責任感と決断力

補足説明: 最終的な決断を下すのは社長です。難しい状況でも責任を引き受け、迅速かつ的確に行動することで、社員や取引先からの信頼を得られます。

④決断が早い

3. 自己成長への意欲

補足説明: 経営者自身が学び続ける姿勢を持つことで、新しい知識やスキルを企業に反映させられます。変化する市場環境に適応するためには、常にアップデートが必要です。

②壁を作らない 広い視野と経験

4. 対話力と共感力

補足説明: 社員や顧客、取引先と信頼関係を築くために、相手の意見に耳を傾け、共感する姿勢が求められます。人間関係の良好さが、企業文化やビジネスにも大きな影響を与えます。

⑤できる人が周りにいる

⑧自らのキッカケで運を開ける行動をとれる

5. 柔軟性と適応力

補足説明: 経営環境の変化に対応するために、既存のやり方に固執せず、新しい考え方や方法を取り入れる柔軟性が重要です。

①フットワークの軽さ

6. リーダーシップと模範的行動

補足説明: 社長自身が模範となる行動を示すことで、社員に良い影響を与えます。自分自身が会社の価値観を体現することで、組織全体がその方向に進みます。

③ゆるぎないプラス思考

⑦自分は運が良いと信じている

⑨嫉妬しない

7. 誠実さと倫理観

補足説明: 社会的責任を果たし、公正で誠実な行動を取ることで、取引先や社員、地域社会からの信頼を得られます。倫理観は企業のブランドイメージにも影響します。

⑩誠実で真面目

8. 持続可能性への意識

補足説明: 環境や社会に配慮した経営を行うことで、長期的な企業価値を高めるとともに、ステークホルダーからの支持を得られます。

9. 挑戦を恐れない精神

補足説明: リスクを適切に管理しながら、新しい市場やアイデアに挑戦する姿勢が必要です。成長には常に変化が伴います。

③ゆるぎないプラス思考

10. 健康管理と自己管理能力

補足説明: 経営者自身が健康であることは、企業の持続可能性にも直結します。体調を崩さないようにすること、時間やエネルギーを効率的に使う自己管理能力が重要です。