



令和3年8月

中小企業は差ではなく違いで勝負する。
(違いが明確になれば新市場で成長できる)

人には、身長の違い、体重の違い、学歴の違いなどさまざまの違いがあります。会社でも売上高、社員数等の規模の違いがあります。中小企業が規模の違いを意識して拡大していけば成長ではなく膨張となりやがて倒産することにもなりかねません。中小企業は違いで勝負します。違いで勝負すると大企業にも勝てます。どの業界でも大企業と競争に打ち負かし、地域一番店に落ちたり、日本一の商品販売数、シェア、サービスに世界一のシェアを獲得している中小企業もあります。私達中小企業にも売上高があります。私達の商品サービス製品もお客様が選んで下さったからです。どうい理由で他にもライバル会社があるのにうちの会社を選んでもらったのでしょうか。何か違いがあるからです。その違いをお客様から聞いて長所を伸ばせば売上はもと増えます。また、同業者で成長しているり、儲かっている会社があれば、そのコツを聞きに行くのです。直接市場でライバル関係でなければ教えてくれます。一般的ですが、世でいう成功者と呼ばれる人はたとえライバルでも自分が成功している理由を教えるたくて教えるたくてしかたないので。こんなすごいノウハウを教える大丈夫なのかと人は心配しますが、そのとおり実行する人はほとんどいないのだそうです。彼らは本を出版したりして世間から認められたいという名誉欲があります。ですから、聞きに行けばコツを教えるくれます。そのコツを実行するので、私達の主力商品である月次決算書も経営計画書も本やセミナーで学んだこと、独自の工夫をして古田式の商品にしました。

この違いのことを経営では差別化といいます。儲かっている会社と儲かっている会社の違いは、社員教育とか、環境整備とか、社員が納得する就業規則、賃金規程ではなく、差別化された商品サービス、製品、技術、ビジネスモデルがあるからなのです。会社の業績は会社の内部にあるのではなく、販売という外部にあります。

私は39年間の経営で意識してきたのは、商品サービスのライバルとの違いを明確にすることでした。会計事務所業界では「TKC」という会社が提供する月次の試算表が主流ですが、この帳票では、お客様の経営に役立つ資料に乏しいと、独自に古田土式月次決算書を考案し、同業者がコンピューター会社が作った資料で仕事をしているのに対し、私達は経営に役立つためにどうしたとよく常に考え進化させてきました。その結果、会計事務所は長い付き合いだから変えられないが、財務顧問としてお願いしたいというお客様が増えました。6月は創業以来最高の25件(年間30万円以上)の新規のお客様と契約させていただきました。コロナ禍によりWeb対応に落ちたので、北海道や沖縄のお客様も増えています。会社を成長させるためには、中期的には新商品、新サービス、新しいビジネスの開発が原則ですが、商品力の違いをお客様にはっきり伝えることができれば、今一番効果が上がるのは新市場の開拓です。そして私達が一番力を入れているのは、現商品も改良してお客様の使い勝手をよくしたり、短時間でできるようにすることです。地方銀行の方々の話だと、きちんと月次試算表を作成しているところは少ない方だと言っていました。これはむしろ簡単に試算表が作れるようにあります。その資料に違いをはっきりわかる月次決算書や経営計画書で数字の指導や経営指導をします。市場はものすごく大きく、可能性は十分にあり、市場が大きく、ライバルが少なくて私達はまだまだ成長できると確信しています。

古田土満