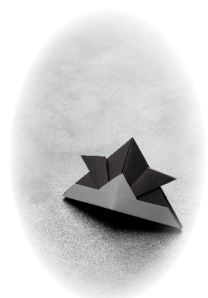


特集 「独特経営」の社長たち

第1章

「独特経営」から学べ

——中小企業にもたらず可能性



『「独特経営」の社長たち』執筆チーム

1. 「独特経営」とは

一口に「独特経営」といっても、人によりとらえ方はさまざまである。経営者がカリスマ性や圧倒的な経営能力を持っているととらえる人もいれば、他社にない取組みを行っているのととらえる人もいる。元芸人や元アイドルなど、経営者の経歴が特殊なケースを思い浮かべる人もいるだろう。

本特集では「独特経営」の定義を、「他社にない取組みを行うことにより差別化につなげていること」とする。

2. 競争回避での差別化

「差別化」というと、他社よりも優れた取組みを行うことで競争優位を図る方法を想像しがちだが、実はそれだけではない。

他社にない独自の取組みをして、競争回避を行う方法での差別化もある。他社の取組みの隙間を突くことや、他社が取り組んでいないことに取り組むことで、独自のポジションが確保できる。

差別化ができれば交渉力が向上し、価格の引き上げが可能になる。また、ファンの確保により長期安定収益も獲得できる。これらは大企業だけでなく中小企業でも可能である。

物価高による原材料費や人件費、さまざまな経費の高騰により費用の大きな増加が問題

視される中で、中小企業はなかなか価格転嫁ができないのが実状である。その打開策になるのが、差別化による高価格化や長期安定収益獲得である。収益を増加させることで、物価高によるコスト増を吸収することができる。

経営資源の不足している中小企業では、他社より優れた取組みを行って競争優位を図ることは簡単ではない。仮にできたとしても、大企業などに模倣されやすい。そのため、中小企業が短期間で実現可能な差別化の方法こそ、他社にない独特な経営を行って競争回避を図る方法といえる。

3. 本特集の概要

本特集では、独特経営を行っている企業の経営者に取材を行い、独特経営の具体的な内容やそれに取り組む理由、思いについて伺った。加えて、その独特経営を中小企業診断士の視点から分析し、効果や差別化・高価格化への可能性や中小企業を支援する際のポイントについても考察を行っている。

取り扱う企業の地域や業種についても偏りが生じないようにした。具体的には、埼玉県の製造業、神奈川県の小売業、静岡県の実業、高知県の建設業を取り上げた。

これらの企業の独特経営への取組みの紹介や、効果や差別化・高価格化への可能性の考察が、独特経営を検討する企業の参考になれば幸いである。