

The title
3

株式会社決断力
代表取締役
高島 徹

URL <https://decision.ne.jp>
E-mail takashima@decision.ne.jp

「決断・とんち力・データ」で 下請けから解き放たれる

「下請けを脱出する！」
全てはその決断から始まる

●下請けは気楽な商売か…

下請取引はある意味、楽なビジネスです。営業活動や新規顧客開拓、新製品開発などにエネルギーを使わなくて済むからです。発注先に頭を下げて言うことを聞いていれば、何とか仕事がもらえます。いや、もらえました…。

昭和は、大手企業の下請けに潜り込めれば御の字でしたが、平成になり大手企業が海外進出し、中国やアジア諸国が急速に力をつけてくる中で、下請取引は年々厳しくなってきました。

そして令和は、下請取引で生き残ろうと思えば、廃業してゆく同業者のおこぼれを拾い続けるしかないのが現状です。

私は、下請取引を否定しているわけではありません。創業当初は技術力や営業力が未熟なので、指導してもらえ企業に教えを乞うための取引は重要です。

しかし「働き方改革」が待った

なしの時代になり、低賃金長時間労働だけが競争力というミニ企業は、いずれ廃業やむなきに至ります。それを回避するには「下請会社から脱出する！」と決断することが大切で、「強く願う」ことは全ての始まりなのです。

●松下氏と稲盛氏

松下幸之助氏と稲盛和夫氏の有名なエピソードがあります。ここで紹介しましょう。

かの松下氏が、ミニ企業の経営者200人程の講演会で「ダム式経営に取り組みましょう。資金のダム、設備のダム、人材のダムを作り、厳しい経営環境に直面した時は、ダムから水を引くように、余裕を持って経営をしておかないと、大変なことになります」と語りました。

ここである経営者が「松下さん、そうは言っても我々中小企業にはそんな余裕はありません。どうすればダム式経営は実現できるのですか？」と質問しました。

松下氏は「それは、私にもよく

分かりません。でも、まずそう思うことですね」と答えました。質問者や聴衆は、具体的な対応策を期待していましたが空振りに終わり、がっかりして会場を後にしたそうです。

一方の、稲盛氏は「経営者に強い思いがないと、知恵も湧かないし、情報を見たとしても見逃してしまう」と気づいたので。そして、稲森氏は、京セラの躍進、auの立ち上げと発展、JALの再生と、その強い思いで陣頭指揮を執り、経営トップとして活躍したことは周知の通りです。

●徐々にやればいい

私は、56歳の誕生日の翌日から、体重を12キログラム落とすことにチャレンジし、1カ月で8キログラムの減量に成功しました。

最初は、パーソナルトレーナーの指導の下でトレーニングを行いましたが、高校以来運動をしていない私の上半身の筋肉は貧弱で、数回の腕立て伏せで悲鳴を上げてくじけそうになりました。

下請け脱却！ ミニ企業の事例 ③

油揚げだけで年商 110 億円に！

直接的に下請けから脱却した事例ではありませんが、`とんち力、はきかせても`特別な能力は必要ない、という事例を紹介します。

その会社は、味付け油揚げで年商 110 億円、従業員 700 名を誇る「松田食品工業株式会社」(大阪府大阪市)です。

同社は、戦後、豆腐を作り行商することからスタートしました。そして、まずは、お客様からの「油揚げもほしい」という要望に応えました。その後、お客様が油揚げを切って使っていることに気づき、カットした商品を提供し、さらには、いなり寿司用やきつねうどん用の味付け油揚げを開発したのです。最近では、茶色以外の油揚げや、年末には「寿」の焼印を入れたもの、端午の節句には「鯉のぼり」の焼印を入れた商品を開発し、年間 300 種類の新しいアイテムを考案しています。

<http://mazdafoods.co.jp>

下請け脱却！ ミニ企業の事例 ④

建築女子たちが大活躍

5年間で着工件数 25%アップ！

注文住宅会社の「株式会社ハナハウス」(大阪府堺市)は、先代(父親)が建売住宅の下請建築からスタートさせました。しかし、建売住宅は売値が決まっており、いかに土地を安く仕入れるかが勝負の事業です。そのしわ寄せが大工さんにきて、自転車操業の日々だったそうです。

創業 20 年を機に注文住宅会社に転換しました。建築・設計は男性の職場と思われがちですが、建築工学を学んだ女性たちを積極的に採用し、女性社員が施主の奥様と密度の濃いコミュニケーションをはかり、女性視点での設計が好評になりました。リビングとキッチンの動線や、子どもとのふれあいの空間は、男性ではなかなか分かりづらいものです。母親や主婦としての使い勝手を考案する姿勢が人気となり、今では社員 13 名の内 7 名が女性です。

<https://www.hana-house.jp>

下請けからの脱却には `とんち力`が重要になる

しかし、トレーナーのサポートを受け「動かすんだ」という脳からの信号を、日々、送ることを繰り返しているうち徐々にできるようになったのです。しかも、負荷を重くしてもできるようになりました。つまり、人間は「無理だ」と思った瞬間に思考も筋肉も動きを止めてしまうのです。一方「やるんだ」という意思があればできるようになるのです。

下請けからの脱却も、これと同じだと思います。いきなり下請けから独立するのは無理にしても徐々に、自社開発や自社営業の比率を高めてゆけば必ず道は開けるはずですよ。

ミニ企業は人もお金も設備も余裕がありません。しかし「下請けを脱出する」という強い思いを持ち、社会情勢を観察したり、ニュースを見たりしたときに「自分だったらどうするか」と考えるトレ

ーニングを続けることが大切です。そして、他社や業界の事例を自社に応用してみる事です。

ただし、コンサルタントの意見や成功事例を、そのまま持ち込んで意味がありません。しっかりと考え抜かないと市場で評価されませんし、陳腐化するのも早いです。遠回りに思っても自社の持ち味や強みを生かせる手法を探し出して、真剣に取り組むことです。

繰り返しますが「下請けを脱出する」と強く決断して考え続けることです。そうすれば、思いがけないところから新規事業のヒントが閃めくはずですよ。

そして、閃きに`とんち力`を加えてオリジナル商品やサービスに仕上げてみましょう。特別な能力を身につけることよりも、意志をしっかりと持って考え続ける習慣を実践することが貴社の未来を切り開きます。

では、とんち力や自社の強み、経験値などを生かして、下請けから脱却した 4 社の成功事例を紹介します(囲み記事参照)。

下請け脱却！ ミニ企業の事例 ①

電子ロウソクで、仏壇と神棚の
お困りごとを見事に解決！

「旭電機化成株式会社」(大阪府大阪市)は、プラスチック製品の成型・加工をしている会社です。元々、大手電機メーカーの下請けでしたが、その大手企業の海外進出に伴って下請取引が減少しました。そこで`とんち力、を使い、便利グッズの製造販売に取り組んだのです。現在では600品種に及ぶ自社ブランド「スマイルキッズ」を生産販売しています。ヒット商品は、お仏壇のロウソクやお線香で、スイッチを入ると灯りがつく電子ロウソクやお線香を開発しました。さらには、神棚のロウソクです。こちらはパンパンと二拍手をすると、センサーが感知して15秒間だけ灯りがつくという代物です。

火を扱うことが危険な高齢者や、高いところに手が届かない人でも安心して使えるアイデア商品です。

<http://www.factorytour-higashinari.com/kurashi/detail08.html>

下請け脱却！ ミニ企業の事例 ②

町工場の加工技術が医療現場で大活躍！

「株式会社オーゼットケー」(大阪府八尾市)は、金属加工の会社です。元々、女性のブラジャーのワイヤーを作っていました。最近ワイヤーレスのブラジャーが人気になり、海外からの安い製品の流入もあり売上が減少しました。

そこで、長年培ってきた材料面からの知見と材料特性を生かした加工技術により、新しい発想の医療機器を製造しています。それは、手術時に開口部を広げたままにしておく、はめ込み型の器具です。医療現場では、経験の浅い医師が開口部を引っ張って開けておくそうです。

しかし、外科医は手術が本業です。こうした価値の低い仕事から若い医師を解放するとともに、医師の削減や手術時間の短縮に貢献しています。そして、この医療機器は「近畿経済産業局の2019年関西ものづくり新撰」にも選定されました。

<https://ozk-inc.co.jp>

値上げをお願いするには
合理的な根拠が必要

● データを示し納得してもらおう

以下は、先日お会いした経営者(クライアント)の体験談です。

某社は、B2Bビジネスで木材を加工して納品していましたが値下げ圧力が続いており、社長は苦悩していました。木材価格が上がっても納入先からは値下げばかり要求されるので、木材については、業界新聞などの確かな裏付けデータを付けて見積書を出すようにアドバイスしました。

すると、納入先から「木材価格が上がった分は仕方がないな。半年ごとに木材価格の建値は変動させるようにしましょう」という了解を得たそうです。

● やはり、最後は関係作り

同社の、次の`とんち力`は加工賃の値上げをどう説明するかになります。働き方改革や設備更新などの原資をどう捻出するか、社内でのアイデアを出し合っているそ

うですが、私は、取引先にストレートに持つていくのではなく、取引先と一緒に考えてもらうようアドバイスしました。

単純に値上げ要求を持つていくと、他社に仕事を取られてしまうかもしれない。とはいえ、何もしなければジリ貧になってしまいます。

それを避けるためには、自社で出来ることを最大限に取り組み姿勢を見せながら、納入先のビジネスにも影響があることを正しく認識してもらい、共に考えてもらえる関係作りが大切になります。

～「日本一明るい経済新聞」で学ぼう～

本稿で紹介した内容の他にも、豊富な事例などが毎月紹介されている「読んで元気になる」新聞。定期購読可能。お申込みは下記まで。

- ・ 有限会社産業情報化新聞社
- ・ 代表者兼編集長 竹原信夫
- ・ 大阪市西区京町堀1丁目14-25 京ニビル205号
- ・ TEL. 06-6445-7405

<http://www.akaruinews.com/>