

第 43 回テーマ

## 成長事業分野を正しく見極める

あまり実感はないが、緩やかに景気が上がってきたという話を各方面で耳にするようになった。様々な業種で仕事が入ってきたとか、事業計画が固まってきた企業が増えてきたように思う。但し、給料などには反映されず、全体として消費の刺激策とはなっていないようだ。

6月には子供手当などを含む、様々な政策が準備されている。少しでも景気浮揚のキックケとなれば良いが、政局が安定しなければ将来不安は消えず、消費ではなく貯蓄に回り、実際のデフレ状況から抜け出すのはまだまだ先という見通しが一番近い感覚ではなからうか？しかしながら、良く観察して見ると、景気の良い業種とそうでない業種とにハッキリと分かれてきているのがわかる。あまり目立っていないが、製造業の一部や不動産の一部などの動きが活発化しているし、ネット関連ではクラウドに関するビジネスが盛んだ。また、スマートフォン事業でのコンテンツ制作なども動きが見られる。厳しいのは飲食業だろう。外食に関しては優勝劣敗がハッキリとついているように思う。都内と地方の格差も激しい。業態開発等に躍起だが、さらに選別される事は間違いなく、個人商店や中小企業も難しい局面にきていると思う。

成長事業を模索していくのはもちろんだが、まずは現事業を中心とした周辺事業の成長性を調べていく事が重要だ。飲食業からいきなり不動産事業へ参入といっても、ノウハウを共有する部分がとても薄く、多大なリスクが見込まれるからだ。但し、その判断をも迫られている状況である事は言うまでもない。

景気停滞局面では、資金力や人材力を活かして市場シェアを奪取し、競争優位に立つ戦略が良く採用される。現在も大企業を中心として、じわじわと各産業のシェア率を挙げている事で証明されている部分だ。ただニッチな市場を広げるのは歴史を見ても中小企業が圧倒的に多い。今こそベンチャースピリットを見出し、事業モデルを構築する事で競争優位に立てるチャンスは残されていると思う。その際、現在の環境の見極めと先見の明が必要になると思う。

改めて、色んな所にアンテナを貼りながら、日々、作戦を練り上げてもらいたいものだ。