

第 59 回テーマ

新しい企業像とは？

猛暑である。世界中で異常気象が起きているようだが、日本のこの暑さも尋常じゃない感覚を持つ。ここまで暑い日が継続するのは歴史的にも少ないのではなからうか？恩恵を受けている事業とそうでない事業とが明確に分かれているのも自然な事なのだろうか？難しいものである。

そのような中、最近是非常に「積極的」に店舗を変えて、お客様にアピールする個性なお店が増えてきた。いわゆる従来の「教科書的な店作り」ではなく、奇をてらったような...同業他社との差別化を図るべく、POP やレイアウトなどに工夫が見られ、見ていて楽しくなる。

ただ、残念なのは、お店から「ターゲット客層はどこなのか？」という点が店構えから伝わってこない点。「面白い」と「売りの完結」とは意味が異なる。ショールームとしては素晴らしいのに、最後の「購買」の瞬間というのをイメージしていないなあ、という部分もったいない感覚がある。

しかし、もしかすると「自分がズレているのかも？」と振り返ってみた。今は感覚や感性というのは多様化しており、当然、大量生産・大量消費の時代ではない。小売店も同じような店構えだけではダメで、商品のブランディング価値も変容している。色々な意味で「正解のない」世の中なのかも知れない。

企業の目的は「利益」を上げる事だ。その利益を次なる「顧客創造」の為に再投資し、社会に還元する事が目的だ。しかしながら、究極の「利益追求」ではなく、個性に合わせて、身の丈にあったビジネスを個性的に展開するというのも、もう一つの企業の「あり方」になりつつあるのだろう。その意味では、そういったベンチャー企業の活躍というのが、日本経済の浮揚策のトリガーになるのかも知れない。

やはり、小資本でも、アイデア一つで事業が出来るような「規制緩和」策や支援策を講じてもらいたい、と感じた。