

今月のテーマ 『今の日本』を考える



あなた：こんちゃあ。先生、ちょっとさあ、教えてよ。「今の日本で、どうなんだろう？」って、先月から、ずっと考えちゃってさ。正月以来なんかスッキリしなくてさ。

なごの：おやまあ、社長が日本のことを憂いているのですか・・・。なんか、スケールがでかいですね、日本のことっていうの。

あなた：ん〜、最近、テレビで日本人のことや伝統文化、産業をほめまくる番組が増えていてる気がしない？あれ、見ると背中がむずむずいんだよね。

なごの：「日本すごいぞ！」的な番組が増えてますね、確かに。

あなた：だけども、日本って今、少子化社会だろ。これから人口が減っていくのに、今の産業の担い手がいないし、その先、子供がいない社会なのにね。俺なんか、昔は「日本って国は未来永劫、無くなるんだ」と思ってたけど日本人がなくなっちゃ、日本が無くなるってことにならないだろ。

なごの：ある一定の人数までは減っていくと試算が出ていますが、その後は、その時の日本人が何とかするのでしょうか。

あなた：そんな悠長なことではないかね。俺は心配でご飯の量が減っちゃったよ。その分、酒の量が増えただけだよ。

なごの：そうですね、社長の健康にも影響があるかもしれない！？日本の人口減少問題、様々なところに影響がありますね。

あなた：最近の若いやつらが女の子を迫って言うじゃないの。草食系男子って言うの？これが原因らしいって聞くけど、情けないよな〜、俺らの時代はさ・・・。

なごの：社長のおっしゃりたいことは、想像ができます。女の子を迫らせるためにいろんなことをされてたんですよ？

あなた：そうそう、今では言えないようなことも・・・、って。こら！

なごの：ひとつクイズを出しますね。今と80年代の恋愛事情のデータです。男性側で恋人がいる割合は、今と80年代のどちらが高いのでしょうか？

あなた：へ？そんなもん簡単じゃん。

なごの：インターネットとかで探してもらって結構ですよ。

あなた：先生、俺、パソコンとかスマホはダメなの・・・。

なごの：では、解答です。実は、80年代も今も男性の恋人がいる割合は大きく変わっていません。約20%ちょっとなのですよ。

あなた：へっ？そんなもんなの？昔(80年代)も今も20%ちょい！？肉食、草食でも変わらないじゃん。

なごの：実は、そうなんです。

あなた：女性もあまり違いはないの？80年代後半と同じ水準だった！？若いやつらが恋愛をしない訳じゃないんだ。

なごの：そのとおりです。その先の「結婚」をしない人が増えているんです。

あなた：恋愛しても結婚に至らずってことか。

なごの：異性と付き合いをしているのは男性だと20%から30%弱、女性も20%強から30%後半と、その時代によって差はありますが恋人がいなくてという男女が約60%を超える割合で存在しているのも事実です。

あなた：だけども、最近では恋愛結婚って多いんじゃないの？

なごの：そうですね、最近はその傾向ですが、実は「恋愛結婚」の中には、以前、「職場結婚」というスタイルが非常に多かったのです。しかし、今は「職場結婚」は半減に近いとされています。

あなた：職場結婚って、少ないの？

なごの：昔は、結婚というと、特に女性は「永く就職」などとも言われ、半ば周囲の目を気にした結婚も多く、意に沿わない結婚も多かったのかもしれない。

あなた：そんな家庭だと、結婚に対して否定的になっちゃうなあ。

なごの：そうかもしれません。

あなた：昔から、旦那が福利かせてる家なんて多かったから、嫌になっちゃうかもしれないね。

なごの：江戸時代あたりはそうでもないんです。

あなた：どうしたこと？

なごの：実は、昔、江戸時代あたりですが、庶民って「夫婦」は対等ともいえるものだったんです。

あなた：まさか〜、時代劇じゃ「かかあ、酒、持って来〜い！」なんて、旦那が威張ってるじゃないの。

なごの：それはテレビの演出かもしれませんが。

あなた：ホントに〜？

なごの：江戸時代の夫婦は、共働きが多く、それぞれの収入で得た財産は自分の財産として主張ができたようですよ。

あなた：そうなの！？

なごの：実は、そうなんです。

あなた：昔は、封建的な社会で、家の中もある意味、そうなのかなあって考えてたけど、違うの？

なごの：江戸時代などの庶民は違います。明治時代になってから「家長制度」ができて、家の中でも「旦那様」が出来上がったのです。

あなた：えっ、てことは意外と最近のこと？

なごの：女性が専業主婦になって、旦那が持っていく給料を頼りに生活していたという時代は、実は最近のことなんです。

あなた：あら、知らなかった。

なごの：人間って、大昔から「男は狩に、女は家で子育て」なんていう言われ方をしていたが、実はどうなんだろうかね。

あなた：日本の場合、「男は農耕」だろ。

なごの：農耕ですと、男女ともやっていたね。また、農業の合間には夫婦で何か作って売っていたと言う話はよく聞きます。

あなた：昔は「自宅」が生活と仕事の基盤だもん。親も子供もずっと一緒に暮らして、家族が、離れるなんて無かったんだろね。

なごの：そこなんです。現代では、「自宅を離れて一人暮らしができるようになった」時代なんです。

あなた：だってよ、夜中まで開いてるコンビニとかありや、生活できるもん。

なごの：そのあたりが、また結婚を遠のかせている要因でもあります。

あなた：結婚しなくても「食べていける」ってことか。

なごの：最近、「次のこと」が分かるようになってきましたね。

あなた：先生、おちくらないでよ！だけども、結婚しなくても食べていけるけど、人間、一人じゃ寂しいだろ。

なごの：その通り、そこでインターネットやSNSの出番です。

あなた：俺には分からない世界だ。

なごの：「結婚」っていうのは、社会を構成する最小の単位でもあります。大事なことです！昔は家庭そのものが小さな社会でもありました。夫婦、親子という繋がりもそうですが「職場」「食堂」「相談所」「教育」の場などでもあったわけですよ。

あなた：お〜、そうだね。昔は、多くの人は農家や町人だから職場も家も一緒だ。うちみたいに同族法人が多かったってことだ。

これは、「なごの相談所(支配人 山口徹)」での相談や相談者との会話を再現したものです。「あなた」=相談者 「なごの」=相談所スタッフ

なごの：そうですね。そのような見方をした場合、同族法人というのは昔ながらのスタイルと言えますね。

あなた：だけど、最近は会社員とかよそに働きに行く人、多いよね。

なごの：実家でも別居のような暮らしをする人も増えています。一人暮らしは大学入学あたりから始まる人も多いのですが、多くの方は、一人暮らしで家族がいなくても残食ができるようになります。そうなると家族の意味を忘れていって、「家族の意義」についても懐疑的になるかもしれません。

あなた：若いうちはそうかもね。だけど、年取ってから、しんどいんじゃないの。

なごの：年金での生活もままならないと言われて、若い人は早くから老後のための蓄えを始めているそうです。

あなた：へ〜、結婚には、必要性を感じずに「一人暮らし」をまっとうするつもりかね。

なごの：結婚の必要性に気付いたときには中高年になっているかもしれませんね。

あなた：逆に中高年は、最近、「熟年離婚」だとか言ってるよね。

なごの：最近では、やはり「家庭」という社会の最小単位、組織に対する見方がいろいろとあるようです。

あなた：結局さあ、人口減少の歯止めってできるのかねえ。

なごの：過去、法律など制度によって社会が大きく変化してきましたので、この問題も制度によって解決できるのではと考えている方は多いようです。

しかし、現在は、経済を中心とした考え方が大きく「子供ひとりを生むと〇〇万円の負担」などとPRされること抵抗感を持つ方は多いのも現実です。

あなた：結婚して子供を生むと負債ができるってことか。悲しいね、これじゃ。

なごの：結婚にもお金が必要、子供にもお金が必要では前向きに考えられないかもしれません。

あなた：やっぱり、良い制度が必要だよね。俺には、考えれんけど。

なごの：そういう法律や制度を考えている人が出てくると良いですね。しかし、法律や制度ができるのを待っているだけでは、「時すでに遅し」なんてことになりかねません。食べることは昔、家族で行ってきたといいますが、現在は地域が行っているとも言えます。この「地域での活動」がポイントになるかもしれません。

あなた：どうのこと？

なごの：つまり、「家族」と言う枠組みを外して「地域」が家族の役割を果たすのです。

あなた：「地域」が家族！？

なごの：そうですね。家庭に台所があるように「地域」に食事ができる場所があるところがある。昔は親に相談したことも「地域」の中で相談所としての役割を果たす施設を作ったりと、家族の役割が地域で分担をさせて暮らすという考え方です。最近では、ある地域に一定の年代が暮らしやすいように設計した小さな町(コミュニティ)を作っているところもあります。

あなた：意外と家族の形がすでに変わってあるってこと？

なごの：そうかもしれません。関東地方では、仲の良い高齢者が集まっているシェアハウスもできています。「家族」という形ばかり求めても、生活できない、幸せにはなれないと考える方が現れたということです。

あなた：だけども、結婚で幸せって奴もいるだろ？

なごの：そうですね。

「結婚や家庭を持って幸せを求める人」「結婚や家庭ではなく個人個人の集りで小さな社会を形成して幸せを求める」それぞれの形があるということです。これは、どちらが正解というものはありません。「あなた」がどちらを求めて、どのように「幸せ」を追求するのが決めなければならぬということです。

あなた：「幸せ」の形もそれぞれ違うしなあ・・・。

なごの：そのとおりです。自分にとって、どのようなことが「幸せ」と感じる事ができるのか、考えることが大事です。それって、人生を考えることになりまして。社長のよう、すでにお子さんも育て上げてきた方でも、自分の将来を考えていただくことは大事なことです。

あなた：俺たちの年代は、「最期をどんなふう迎えるか」くらいしかないけどな。

なごの：自分、自分の死に方を考えましょう！入院したときの延命措置とか葬式とか、自分なりの考えをまとめておくことですね。

あなた：それって「終活」じゃないの？

なごの：自分の最期を迎えたとき「後悔」しないためにも！の準備です。

あなた：後悔しないためか・・・。

なごの：人生って、その時その時で「幸せ」の形は違います。しかし、「幸せ」って何かということも考えずに時が経過していることではないでしょうか？

あなた：自慢じゃないけど、俺は、まったく考えてねーよ。今が良ければ、その次も上手くいくんだろって感じかなあ。

なごの：家族のこと、事業承継のこと、いろいろと選択を迫られるところでは将来のことを考えて判断や決断することが大事なのではないのでしょうか。

あなた：商売の方は、どのように考えればいいのか？

なごの：事業関係も最近では、子供が継がない、子供がいなくてお悩みになられている方が増えています。後継者も社員または第三者から選ばなければならぬ時期が来ています。後継者を第三者にする、会社を売却するなど対策もこれまでと違ってきています。

あなた：俺の知り合いの社長は後継者で悩んでるの多いよ。

なごの：以前から同族法人は「家族」の枠組みに入っているものでしたからね。家族で維持できない以上、第三者で経営することになります。これも地域で経営すると上手くいくかもしれません。

あなた：会社は元々、公共性があるなんていう奴もいたからなあ。今になって、その言葉が分かるよ。

なごの：判断や決断は大事ですが、「今までのやり方」「今までの常識」は絶ったほうが良いのかもしれない。

あなた：これから、どうなるのか分かんねえしな。

なごの：ある意味、柔軟な対応が求められるのでしようね。労働人口が減ったとして外国人の方々に働いてもらっていますが、給料が上がらない時代が続きました。外国人も給料の高い国を求めるところから、今後、日本に働きに来る方も減る可能性は十分にあります。

あなた：どうやったら、日本の産業を維持できるか考え時だな。

なごの：「働き方改革」などと言っていますが、人間が働く、機械が働く、システム効率を上げるなど、様々な分野で変化が起きます。これらに上手く対応できなければ次の時代へ生き残れないかもしれません。

あなた：社会の「潮目が変わる」時期なんだろうね。

なごの：今や情報を見誤ると簡単に失敗する世の中ですから、情報をどう収集して読み取るかが大事です。また、適切なアドバイスをしてくれる方が近くにいると安心かもしれませんね。

あなた：俺は、ここ「なごの相談所」と先生がいるから心配ないよ！

なごの：あら、持ち上げますね！では、これからも、よろしくお願ひします。

今さら人には聞けない ブランディングとマーケティング

ブランディングの役割とその効果

消費者の心にイメージとして蓄積されていく企業価値

ブランディングは企業価値向上に直接関わる。そして、ここでいう企業価値とは、金銭や数値では簡単にはあらわしづらい、模倣不可能なものである。例えば、新型のiPhoneをスペックをあまり見ないでも無条件に予約したり、海外旅行にいつでもなぜかマクドナルドに行ってしまうなどである。こうした目に見えない、消費者の心にイメージとして蓄積されていくもの、心理的な企業価値がブランドであり、企業イメージやプロダクトに付加価値を加えることで、消費者に対してその認識価値を上げることがブランディングの役割となる。そして、ブランディングが強い企業では、割引どころか常にプレミアム価格にて顧客の継続的な購買の動機付けが行える。例) 高くてもヴィトンの限定財布を買っても良いと考える。

CMにおける芸能人の役割

ではどのように企業がブランドイメージを構築していくのだろうか？アメリカでは多くの場合、その企業が持っているフィロソフィーや、商品が表現するビジョン等を表現する事が多い。例えばNikeのCMであれば、商品よりもアスリートにフォーカスされているのも、ブランディングを重視しているからであろう。一方、日本では、例えばテレビCMで芸能人が用いられているのが一般的であるが、これは世界的に見てもかなりユニークな特徴である。これは、その企業が達成したいイメージに合った芸能人を起用する事で、外部の力を借りてブランド構築を行う、ブランドアソシエーションという戦略である。

マーケティングの役割とその効果

ブランディングが企業価値を向上させることを目的とし、企業の実存意義を定義するWhatの部分と、マーケティングの役割は、企業の価値(商品やサービス)をどのように伝えるのかというHowの部分である。言い換えると、マーケティングは顧客へのリーチに直接関わるプロセス。決して本来のプロダクト自体の価値に影響を与えずとなく、そのプロダクトをどうやって見せるか、どうやって顧客まで届けるか、どうやって潜在顧客を増やすかといった”部分にフォーカスしたものである。

市場をつくり、より多くの人々に広げることがマーケティングの役割

そもそもマーケティングという言葉は、「Market(市場)」を動名詞化したものから来ている通り、「市場を開拓する」、「市場を作る」といった意味合いを自然と持つ。優れた製品や、企業の魅力をより多くのターゲット層に届けるのがマーケティングの役割。ヘンリー・フォードの名言”もし顧客に、彼らの望むものを聞いていたら、我々は今頃速い馬車を作っていたら”からもわかるように、もし既存の市場が無いのであれば、顧客のニーズを喚起し、新たな市場を作り出す事も可能である。



by tokyo@btrax.com Mao Kawashima

いまの時代、色々な要素が分散的であったり統合的であったり連鎖的であったり複合的であったりしながら目の前に、要サポート案件として様々なカタチで現れてきます。そんな時には気軽に「愛商連ヘルプディスク」にお問い合わせ下さい。

【2018年】ITの最新トレンド米国 10大予測 Gartner Symposium/ITxpo

Gartner Symposium/ITxpoは、CIOをはじめとするITリーダーから絶大な信頼と評価を得ている業界最大手IT調査機関、ガートナーが年に一度主催するイベントです。同社トップアナリストが毎年、翌年以降のITに関連する将来を展望し、デジタル・ビジネスの実現に向けてITリーダーがなすべき施策を提言します。参加者数は8000人を超える注目度が高いイベントです。毎年10月米国で最新情報を発表後、各地域の特性に合わせたイベント開催が行われます。2015年のキーワードは、AI関連やロボット・マシンラーニングによる「デジタルビジネス時代の到来」、2016年はデジタルビジネスを実現するための「エコシステム推進」でした。2017年は、デジタルビジネス到来によって実現する未来および企業が対応すべき問題を予測しています。この10のトレンドを1つずつ見ていきましょう。

1. 消費者はビジュアル及び音声検索を好む

2021年までに、先進企業は音声および視線などビジュアル検索に対応し、デジタルコマースの売上を30%増加させる

昨年の予測では2020年までに音声および視線などビジュアルによる新しい検索方法が全体の30%を占めるとありました。市場では日本でも発売されたAmazon Echo、Google Homeなど音声検索の躍進が著しいです。新しい検索方法が浸透していく中で、先進企業はいち早く対応して、デジタルコマースの売上を30%増加させると発表しました。

2. デジタルジャイアンツによる自己ディスラプト

2020年までに、デジタルジャイアンツの7社のうち5社が次のリーダーシップをとるために自らのビジネスをディスラプトして再構築する

グーグル、アップル、フェイスブック、アマゾン、パイドゥ、アリババ、テンセントの7社は、デジタルジャイアンツと呼ばれています。彼らはさらなる成長を求め、チャットボット、音声検索など新しいテクノロジーの活用をいち早く始めています。しかし、7社は企業規模がすでに大きすぎるため、新しいビジネスで市場のリーダーシップをとるためには既存ビジネスモデルを破壊し、作り直す必要があります。アップルがiphoneをリリースしたことを思い出してください。iPhoneはMP3の業界を破壊しました。これによってApple iPodの収益は減少しましたが、iPhoneはナビゲーションシステム、デジタルカメラなどの機能を取り込み大きく成長しました。

3. 拡大する仮想通貨の存在感

2020年までに金融業界においてブロックチェーンベースの仮想通貨は10億ドルのビジネス規模になる

ガートナーは3つ目のトレンドとして、仮想通貨が金融業界において正式に受け入れられると予測しました。この10億ドルという数字は、金融業界の全体ビジネス規模76兆ドルに比べれば、大した価値がないように見えるかもしれませんが、ガートナーは仮想通貨が金融業界におけるオプションの1つとして正式に認められたことに価値があるとしています。すでに900以上の仮想通貨の選択肢があり、金融業界のお墨付きが付くことは新たな業界での利用に広がります。また、全エンタープライズの10%が2023年までには、ブロックチェーンテクノロジーを活用して変革を実現すると予測されています。

4. 増加するフェイクニュース

2022年までに多くの人々は、増大するフェイクニュースによって惑わされる

フェイクニュースは近年増えています。人はデータよりも信じたい情報を正しいと判断する傾向があるため、多くの人々は増大するフェイクニュース（人が信じやすい、信じたい方向に作られた情報）に惑わされることになるだろうとガートナーは予測しています。こういった情報に惑わされないために企業は情報の信頼性に対してますます注意する必要があります。

5. 「偽の現実」が現実を追い越す

2020年までに、AIが自身の作ったCounterfeit reality（偽の現実）もしくはフェイクニュースを見破ることができず、結果として人々のデジタルへの不安を増長させてしまう

嘘を作ることは、嘘を診断するよりも簡単です。ガートナーはフェイクニュースによって操られたデジタルメディアを「Counterfeit reality 偽の現実」と定義しました。現在、AIは人間の顔の違いを瞬時に診断できるほど進化しています。AIの進化はフェイクニュースの発見に役立っていますが、一方でAIはフェイクニュースを作成する技術にも貢献しています。2020年までは、AIはフェイクニュースを嘘と見破れず、AI自体がデジタル社会への不安を煽ってしまうとガートナーは予測しました。

6. ボットによる支配

2021年までにエンタープライズの50%以上は、従来のモバイルアプリ開発より、ボット及びチャットボットの開発に力を注ぐ

昨年、ガートナーは2020年までに「我々は伴侶よりチャットボットとの会話が増える」と予測しました。サービスのインターフェースがチャットボットとの会話になるため、企業はチャットボットの開発に力を注ぐようになります。アプリケーションをストアからダウンロードすることは一つのオプションにすぎなくなると予測しています。

7. ジェネラリストがスペシャリストよりも重要に

2021年までに、ITスタッフの40%は複数の役割をこなすことを求められる。テクノロジー関連というよりもむしろビジネス以上に現在ITスタッフの42%が専門職となっています。パイモダ、デジタルトランスフォーメーションによってビジネスのスピード、変化が激しくなることにより、ITスタッフは複数の役割をこなすことを求められるようになります。

8. AIは奪う以上に仕事を創り出す

2020年には、AIは180万の仕事を人間から奪うが230万もの仕事を創り出す

AIは新たな仕事を創り出します。AIが進化することで、従来の人間の仕事に取って代わる部分は確かにありますが、それ以上に新しい仕事を作り出します。最も影響を受ける業界は製造業になると予測されています。

9. IoTはすべてのモノに

2020年までに、IoTは新製品の95%に活用される

現時点で、840億のデバイスがIoT機能を持っています。今後、テクノロジーの進化により、安価にIoT機能を追加できるようになります。セキュリティの課題はありますが、サプライヤーはIoTをどう活用するかを考えていかなくてはなりません。ユーザーがIoT活用製品を積極的に使うのは間違いありません。

10. 懸念されるIoTセキュリティの脆弱性

2022年まで、IoT向けセキュリティ予算の半分は、セキュリティを守る本来の目的ではなく、リコール、安全性の問題などに費やすIoTは市場への浸透が早く製品の成熟が追い付いていません。市場へ浸透していく中で多くのエンタープライズはセキュリティ対策を試みますが、セキュリティ製品もまた完璧ではないため、本来の目的であるセキュリティの対策でなく、製品自体の不具合に対応せざるをえないと予測しました。

こちらの記事は Nissho Electronics USA 様のブログより転載いたしました。

連携企業様からのご案内

M&A 名古屋パートナーズ LLC

「後継者不足」をM&Aでお手伝い

待ったなしの「後継者対策」

経済産業省によると中小企業の経営者で最も多い年齢はすでに 歳。2025年にはいよいよ 歳になろうとしています。これまでに、中小企業の後継者としては、親族或いは長年勤めた従業員が選出されました。しかし、「息子、娘は東京の大手企業に勤務、或いは海外で仕事をしている」などの理由で親族への承継も簡単ではなくなりました。一方、中小企業庁によると2013〜15年で休廃業した企業約8万社のうち %が「黒字廃業」でした。

このまま、経営者の高齢化×後継者不足＝黒字廃業が進んでしまうと、今後 年間で就業人口の約1割に該当する650万人の雇用を失う可能性も試算されています。

中小企業でもM&Aは一般的に

これらの課題に友好的な手法のひとつがM&A、つまり第三者へ事業承継です。一昔前は、ハゲタカファンド、敵対的買収など、いったんネガティブなイメージがありました。今や「ハッピーリタイアメント」を実現するポジティブな経営戦略のひとつです。CoCo 香番屋さんがハウス食品さんに売却されたのも耳目に新しいところ。買収側にとっては、

- ・事業成長を「早期実現」
- ・人材確保、顧客情報確保
- ・東京、大阪本社の企業が愛知に進出
- ・などが事業承継に興味を示す理由です。

＜ こんな企業様を探しています ＞

区分	業種	地域	買収予算
買収希望	ペットサロン、ペットショップ	愛知県、岐阜県	2,000万円
買収希望★強化中	複合機販売	名古屋市	1億円
買収希望	システム開発受託(技術力必要)	東海地方	8,000万円
買収希望	旅客運送業(タクシーなど)	愛知県	1億円

いくらで売れる？
企業は、ヒト、モノ、カネ、情報の経営資源を持つ「生き物」です。企業の強みや外部環境により一言で「いくら」と査定しづらい点を含みおき頂く前提でお答えします！
一般的には、修正営業利益の4倍の金額に、時価純資産を加えた金額になることが多いです。

組合員限定!
手数料 **50% OFF!**
もちろん着手金不要

＜ 標準報酬 ＞
取引価格の **5% → 2.5%**
(最低報酬 ~~150万円~~) → **75万円**

具体的には営業利益に減価償却費はないものとして底上げして4倍し、もし、不動産、預金などあればその額を更に加算します。簡易査定は無料で行いますので、お気軽にお問い合わせください。
一般論として、
営業利益 × 3~5倍 + 時価純資産 = 売却・買収価格



山本 良治 代表

愛商連理事長



中小企業の事業承継で日本を成長させる
M&A NAGOYA PARTNERS

会社名
事業内容
URL
所在地
TEL
代表

M&A 名古屋パートナーズ LLC
企業のM&Aの仲介業務、アドバイザー業務
https://www.ma-nagoya.com/
名古屋市中区丸の内3-7-26 ACAビル5F
050-3199-1122 平日9:00~18:00
山本 良治
米国公認会計士、宅地建物取引士、一級建築士
1973年岡崎市生まれ 1996年筑波大学卒業