



# 事業のあり方

100年企業創り合同会社

小野 知己・日高 安則(文責)・林 浩史

## 1. 今回の着眼点

ファミリー企業の営みは、「商売」か、「事業」か。

大辞泉によると、商売とは、「利益を上げる目的で、物を売り買いすること。商い」という意味で、事業とは、「生産・営利などの一定の目的を持って継続的に、組織・会社・商店などを経営する仕事。大きく社会に貢献する仕事」という意味で使われています。

いずれにしても利益をあげようとしていることは、変わりません。

しかし、ファミリー企業が、「小さな商いだから…」・「待ち・受け身の商売だから…」と思って、商売の本質を考えず、目先のことだけに囚われていると存続・発展は難しくなってしまいます。

諺にも、「商いは、牛の涎(商売は、牛のよだれが細く長く切れ目なく続いているように、気長に辛抱強く励み、利得を急いではいけないという教え)」・「商いは、門門(お客様を見て、それぞれに応じた品物売るのが、商売のコツであるという教え)」・「商売は、道によって賢し(商売人は、それぞれ自分の商売に関する事なら誰よりもよく知っていること)」とありますように、商売の本質も事業の本質も、突き詰めていくと変わらないモノと言えます。

つまり、ファミリー企業の営みは、「商売であり、事業」。存続・発展の為に正々堂々と商いを行うことが重要なのです。

そこで、今回より3回にわたり、「事業のあり方」・「事業の変革」・「事業承継」という視点で考察致します。これらを通して、ファミリー企業における「事業」についての誤解をなくし、経営者やその家族、社員はもち

ろん、ファミリー企業を顧客に持つコンサル業、士業等の方々にとっての新たな視点となることを願っています。

※本寄稿文においては、社員＝家族以外の社員を指す。

## 2.ファミリー企業の社長が陥る一般的な誤解

### (1) [誤解 その1] 小さな商いだから事業ではない

「商い」と言おうと「事業」と言おうと、利益の生み出し方や継続の仕方、社会貢献(社会との関わり方)という観点から考えてみると、本質的には、変わりがないものです。

しかし、一般的には、「商い」と捉えてしまうと、視野が狭く自分本位・自社本位となり、お客様から支持されなくなったり、また、小さな商いだから自分の代で閉めてもよいと安易に考えてしまう為、経営者が事業継続を放棄してしまう恐れがあります。

小さな商いといえども、お客様に満足を提供し、お客様から選ばれるように努力していけば、地域でキラリと光るいいファミリー企業にすることができます。いいファミリー企業になれば、地域社会になくしてはならない企業としての存在価値も高まり、継ぎたくなる者も出てきます。

小さな商いであろうと卑屈にならず、規模が小さく、商いの範囲が狭くても、立派にお客様や地域社会のお役に立っているという観点から「事業」と考えて、誇りを持って取り組むことが大事なのです。

### (2) [誤解 その2] 戦略や事業計画は要らない

戦略論を学んだ社長に多い誤解です。

戦略論から学んだ知識だけに頼ると、事業の戦略や事業計画が複雑でわかりにくいものになり易く、また、事業の規模に合わない事業計画を作ってしまう、周りの理解を得られなくなってしまうことがあります。このようなことから、ファミリー企業には、大企業が取り組むような戦略や将来ビジョンなどを含めた事業計画は要らないとなるようです。