

「河村さんに学ぶ」

1. 若きチャレンジャー

右掲は8月29日に開催された大阪府中小企業家同友会のオンライン研究会でスピーチされているドクター・ジ・アース(株)の河村社長様です。昭和54年生まれという事ですから33才という若き経営者です。私とは30才も違いますので、羨ましい方です。

さて、河村さんはカンタンに表現するとネットで農家の売りたい情報と現状ではオーナーシェフの「こだわり食材」をマッチングして、ネット通販を行っているというビジネスモデルの開発者です。確かに、IT時代のビジネスモデルで、農家から送られてくる食材を佐川急便のデポで自社でピッキングしてシェフなどに発送するという形態です。突然のキャンセルにも対応する直営店(千里中央)を持っておられて、激戦区で「産地直送」の「味にこだわった食材」で地元でも支持されているとの事です。うまいビジネスモデルを組まれたものです。

これらを僅か7名で展開されて、しかも、ネット卸は月末締め翌月13日自動引き落としで代金を回収するので、農家への支払いより前に回収する仕掛けで資金問題を上手に解決されています。また、多くの受賞や補助金も受けておられて、さらに、飛躍される事が期待されます。ご本人のお言葉では「クボタと組んで産地直送農家発掘に取り組んでいる」という事で対象を日本全国に拡大されようとしています。夢のあるビジネスで素晴らしいものと感心し、また、志の大きさにも感服しています。

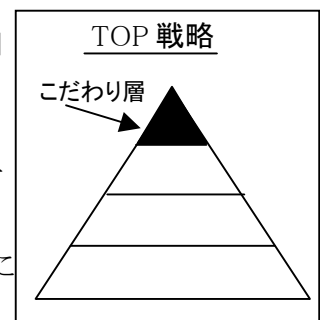


2. 「味にこだわる」

このように、河村さんのビジネスモデルは何事も順調のように見えますが、世の中は、厳しいものです。既に、河村さんのようなモデルは存在しています。さらに、脅威なのは、イオンなどの大手スーパーがネット販売をしてお店から配達するということが普及し始めています。また、もう一方はJAという組織です。農家とのつながりは非常に強いものがありますので、通常の農家はこのビジネスモデルに両手をあげて乗るわけには行かないという背景があるのです。

さらに、ランチェスター的には、大手が資本力に任せて「ミート」戦略に出る可能性があるのです。ネット販売されていて、農家の情報がオープンになっている、さらに、販売価格が見ることができるという事で重要な競争要因がオープンなのですから、いつでも、横槍が入ってもおかしくない状況なのです。

このようなビジネスモデルの脆弱性をカバーしているのが「味にこだわる」という点と考えられます。農家に消費者が求める「味」を伝える機能なのです。河村さんのお話では、同じ土地で生産する農作物でも「味」の調整が可能なのだそう。この指導力が発揮されて、その「味」を求める消費者がいる限り、ビジネスは拡大すると思われ。右掲は、消費者のピラミッド図で、BOP 戦略の真逆の数少ない「少々、高くても・・・」というこだわり層に焦点を当てられるのです。この層に「味」にこだわった訴求というのは、大手資本ではコンプライアンスの問題で、非常に困難なことになると思われます。失うものが少ない弱者しか出来ない戦略的な訴求法なのです。ご自身もサラヤの戦略だとおっしゃっていたので、この辺は、よくわきまえておられると思います。この「味にこだわる」が農家と共有できる間は大丈夫ではないかと思われ。



3. 「大志」

河村さんの会社はドクター・オブ・ジ・アースという名前であり、名は体を表すという事で「地球のお医者さま」という大きな志があるのです。すでに、中学生時代に「地球のお医者さまになる」と誓ったようで、大学も滋賀県立大学の環境科学部に進まれています。農業は、直接、私たちの食料を供給するという大きな使命があるのですが、その生産活動には、環境を維持する循環の中にきちんと組み込まれているものなのです。

果たして、皆さんの「志」はいかほどでしょうか。私は、「21世紀は企画の時代」という信念をもって船井総研で学び独立起業したのですが、彼のスケールの大きさには脱帽です。きっと、彼は一生道を踏みはずさないと思われます。私などは、独立して18年目ですが、景気の循環に翻弄されて「志」が揺らぐこともありました。私の場合、直接、お客様と接していましたので、お客様の支持で助けられましたが、彼の場合は、ネットというバーチャルな関係なので、その辺が心配になります。

私は、最後に助けてくださるのは「お客様」だと考えていますので、彼が、現場主義の方向性を見失わないようにと老婆心ながら祈っています。ぜひ、多くの困難が待ち構えていると思いますが、「大志」を失わないで頂きたいと祈っています。

4. ビジネスモデルの儂さ

最後に、河村さんとは違う話になりますが、時代の移り変わりが速くなっており「ビジネスモデル」の陳腐化の速度も速まっているという点です。次々と新しいものが出現しており、多くは、ヒットせずに消えていくという運命なのです。また、「儲かる」という事が分ると類似がわんさか出現するのも事実なのです。

私は、河村さんが時代の寵児になればなるほど、この危険性が高まると思います。船井先生は「時流適応力相応一番主義」と教えておられますが、「時流」にも適合しているので、なおさら「力相応」という点に目をやり、ジワジワとロコミで拡大するというやり方の方がピッタリではないかと思って帰って来ました。夢を大きくもつのは非常に重要ですが、「ローマは一日にしてならず」であり「一日にして崩壊する」という点を嚙締められるのが良いのではないかと考えています。

崩壊する要素は、なにも外部ばかりではなく、内部にも孕んでいるのです。よく「労務倒産」と言いますが、コストばかりではなく「内紛」での破綻というものもあるのです。現在、7名という所帯ですが、大きくなればなるほど内部問題の可能性があるので、「ほか弁チェーン」や「回転すし」の分裂などに見られるように、意外に厄介なのが「内部」なのです。拡大を急ぐとこの辺が脆弱になる可能性が大きくなるのです。いい人材に恵まれるように、いい人材を育成されるように期待したいと思います。