

ターミナル**◎ アイデアとは既存要素の新たな組み合わせ**

新政権が発足して1カ月が経過したが、大臣(政治)主導、トップダウンの政策により、ハッ場ダム建設凍結をはじめ、それこそ記者会見のやり方まで変わり、「政権が変わるとはこういうことか」と改めて痛感させられる。しかし、国民が最も望む景気回復は先が見えてこない。

新政権による10年度予算概算要求が16日までにそろったが、自民党政権による補正予算をすでに執行した分を除いて大幅に削減した上で、約95兆円と過去最高の規模となった。農水省の概算要求では、通常の予算は6.0%減の2兆4,071億円に抑え込んだが、別枠にマニフェストにうたった戸別所得補償制度実現に向けたモデル事業3,447億円を上乗せし、結果的に前年度比1,913億円増(7.5%増)の2兆7,518億円を要求した。

こうした巨大な概算要求が出来上がったが、国民が切望している景気回復は、まだ道筋が見えない。1カ月と言う短期間で景気が回復するという“奇跡”は望まないが、景気回復に向けた明確なシグナルが欲しい。しかし新政権は、前政権の政策を見直すか白紙に戻すことに忙しく、政策実行が進んでいないようにも見える。

その一方で食品業界は、モノが売れない、売れても低価格のモノばかりで、「環境は厳しい」との枕言葉がないと、話が始まらないくらいだ。スピード感ある景気対策に期待が大きい。

そうした中で、町の豆腐店が集まる東京都豆腐商工組合は、まさに喫緊のテーマである「豆腐店の今後の展望」をテーマに講演会を行った。

概要は本紙19日付でも紹介したが、中小企業診断士で企業のコンサルティングを8年間務めている吉倉英代氏が講演し、内部環境(強み=Strength、弱み=Weakness)、外部環境(機会=Opportunity、脅威=Threat)を分析、活路を見出すべきと指摘した。その中で、新製品・

新サービスのアイデアが必要であり、その際、大げさに考えるのではなく、「アイデアとは、既存の要素の新しい組み合わせ」とし、その発想法を紹介した。19日付で紹介した通り、「転用」「応用」「変更」など9項目で考える。別のセミナーで受講生が、各項目5分間で考えたアイデア例が紹介されたが、興味深いアイデアが多かった。

講演会の終了後、吉倉講師とともに何名かの方と懇親したが、その中では都内でも有数の商店街に店舗を持つ豆腐店の方と、人気のある商品で話が弾んだ。同店では、豆腐以外ではタマネギをたっぷり入れた「五目がんも」が人気という。お客さんと話をしている時に、タマネギを入れると美味しいとの話を聞き、作って見たら美味しく、現在一番人気になっている。同店は、「対面販売を通して、お客さんに日々楽しんでもらい、喜んでもらえる商品づくり」をモットーに経営に取り組んでいる。人気商店街と言う外部要因を最大限活用するとともに、内部要因である豆腐店の強みを活かして商品開発に取り組み、お客さんとの対話を重視するとの店舗経営は、講演会でも指摘された成功事例そのものだ。

またこれは別の機会になるが、若手豆腐店の集まりに参加した際に、千葉県農家の農家と繋がりを強め、お客さんに楽しんでもらうために、新米や季節の旬の野菜を販売し、その店ならではの長長を出すことが重要との意見が出されたことが印象に残った。

外部環境は厳しさを増すが、それぞれの業態で、内外の環境を分析した上で、お客さんのために新たなアイデア(既存要素の組み合わせで良い)で新製品・新サービスを創出することで活路は見えてくる。これは記者自身にとっても非常に参考になる話だった。(馬上)