

“活かすもの” “活かせるもの”を考える

1月末、地域経済に大きな影響を与えかねない大きなニュースが飛び込んできた。夏油高原スキー場を運営していた夏油高原開発に続き、盛岡グランドホテルや安比高原スキー場などを経営する岩手ホテル&リゾートの経営権が、北海道に拠点を置く加森観光に移譲されるという。昨春の高弥建設の破綻に次ぐ、岩手経済界のビッグニュース。あたかも20世紀型企業経営と地域運営の終焉を印象づけた感がある。景気の低迷から抜けられない日本経済の現状にあって、どのような発想が必要なのか。そのキーワードを探ってみた。



エキスパートのノウハウを活かす！

加森観光は、北海道を中心に、スキー場やゴルフ場、遊園地、プールなどを備えたルスツリゾートをはじめとする各種リゾート施設を運営している企業で、県内では昨年12月、経営不振に陥った北上市の第3セクター・夏油高原開発の経営を引き継ぎ、夏油高原スキー場の運営を行っている。スキー客の落ち込みや国内観光旅行が低迷するなかにおいて、全国規模の観光グループを目指して北海道外へも積極的に進出。岩手ホテル&リゾートの経営移譲が明らかとなった1月31日の前日には、昨年8月に経営破綻した兵庫県尼崎市の「姫路セントラルパーク」の経営権取得も発表され、関西圏に初めての拠点をもちつことも決まっている。いわば競争が激化する業界にあって、長年地域経済の発展に貢献してきたリクルートからリゾート運営の専門企業に今後の経営が委ねられた形だ。一方、リクルートはリゾート施設の運営から全面撤退し、情報関連産業に資源の集約をはかるといふ。いずれも得意分野で生き残りをかけるわけだが、その背景にあるのはそれぞれの企業もつ、エキスパートとして蓄積してきたノウハウだ。新しい分野への進出を目指す開拓精神も大事だが、まずは自社の企業力や強みを洗いなおしてみることが大切ではないか。

市民パワーで業を興す！

同じ北海道からもう一つ情報を。自然体験ツアーを企画・実施している特定非営利活動法人(NPO)「ねおす」は、今春、ツアーの手配や営業を行う旅行会社を設立するという。これまで約450人いる会員を対象に大雪山などでのキャンプなど体験型ツアーを実施してきたが、道外からの需要が高まってきたことから交通機関などへの手配業務が増加。そうしたニーズに対応するため、新会社

を設立することにした。新会社は営業や手配業務を行い、NPOではガイドやツアーの実施を担当する計画だ。このようにNPOが企業を設立する例は珍しく、今後の動向に注目が集まっている。従来は企業経営者などが地域貢献を目指してNPOを設立するケースも多く、とかくボランティアの延長としてみられがちなNPO活動だが、コミュニティビジネスの枠を越えた新しい産業の担い手として大きなポテンシャルを感じずにはいられない。

温故知新で発想する！

ところで、先般東京のベンチャー企業が主催する中小企業経営者の会(社長の会)に参加してきた。参加資格は代表権のある役員のみ。少人数で自社のプレゼンテーションをしながらビジネスの話を交わす。といっても商談しているわけではない。また名刺を交換するだけの異業種交流会でもない。自社のPRをしつつ、他社からビジネスに結びつくネタを探す。技術や情報を盗むためではなく、パートナーを探しているのである。そこに参加した企業に、鳥取に本社を置く「ポストコミュニケーション」(<http://www.postcom.co.jp>)があった。いわゆるネットを通じて郵便発送を代行する企業で、年賀状やDMだけでなく、各種案内状や請求書まで何でも発送してくれる。発送は1枚からでもOK。エクセルなどの住所録データを転送すれば、宛名書きも必要ない。従来型の通信手段である郵便とITを組み合わせ、心を届ける新しいビジネスを興した。もちろんメリットはそれだけではない。1枚単位で印刷できるため、発送する相手の年齢や性別、志向に合わせた広告を入れることも可能だ。作業の代行といった利便性だけでなく、付加価値を高めるアイデアと仕組み。既存のもの良さを引き出す新しい発想が求められている。(公)

