

少子高齢時代でも成長していける企業

～長寿企業の事例を基に～

[2018・FW] 21521075 成田圭吾

1. 研究の背景と意義

現在、我が国で大きな問題となっている社会問題の1つが少子高齢化である。少子高齢化とは、出生率の低下により子供の数が減ると同時に、平均寿命の伸びが原因で、人口全体に占める子供の割合が減り、65歳以上の高齢者の割合が高まることを言う。少子高齢化はもはや避けることのできない社会問題である。

それは、今後企業により一層厳しい状況をもたらすことが予測できる。そのような環境下で、企業が今後も成長していける手掛かりを長寿企業が持っていると考えた。なぜなら、長寿企業はこれまでの長い経営の中で経済危機や災害などのあらゆる困難を経験し、それを乗り越えてきたからである。そのような企業の歴史や経営の特徴を考察し、今後の企業の在り方を提案することで、多くの企業の経営の継続と成長に寄与できると考える。

2. 研究目的・方法

本研究の目的は3点ある。第1に少子高齢化が企業の経営にどれほどの影響を与えるかを明らかにする。第2に長寿企業の経営の特徴を考察し、それが少子高齢時代においても有効であることを示す。第3に少子高齢化のもとで、労働人口が減少し、産業が衰退すると予想される中でも、成長していける企業の在り方を検討する。

研究方法は、まず長寿企業の事例を文献調査する。次に長寿企業に対する先行研究を調査する。そして、長寿企業5社にヒアリングを行う。

3. 研究結果・考察

文献調査と先行研究の調査から少子高齢化でも成長していける企業に必要な要素を仮説として5点挙げた。①経営理念が不変で、それが従業員に深く浸透していること。②顧客第一主義で、利益よりも品質本位であること。③堅実経営であること。④従業員を重視していること。⑤時代の流れを読んで、革新していくことである。宮城県の長寿企業5社にヒアリングを行い、これらがどう実践されていたかを評価した。①の「経営理念の浸透」は各企業で、経営理念は創業時から変わっておらず、毎朝の朝礼で唱和するなど浸透に向けた努力を行っていた。

②の「顧客第一主義」は宮城県の企業ということもあり、地域の顧客のことを1番に考えた経営を行っていた。また、顧客の期待を裏切らないようなマインドを共通して持

っていることが分かった。

③の「堅実経営」はどの企業も、自社の体力以上の投資をしないなど、常に企業として堅実に経営をしていくことを心がけていた。しかし、これは新たなチャレンジに対して後ろ向きな考え方を持っているという意味のものではない。

④の「従業員重視」は多くの企業で、まだ発展段階であると感じた。中小企業の体力では従業員の働き方改革まで着手している企業は少なく、今後も改善することは容易ではないだろう。しかし、福利厚生のみだけでなく、顧客との接点をつくることで、従業員の満足度を高めようとする取り組みを積極的に行う企業も存在した。

⑤の「時代の流れを読んだ革新」は各企業で長い歴史の中で、多くの革新を遂げていたと評価できる。成功に至らなかった挑戦もあるが、常に顧客が求めるものを提供しようとチャレンジする姿勢はこれからの時代さらに重要となるであろう。

4. 結論

文献調査から、少子高齢化が戦争やリーマンショックに匹敵するほど企業の存亡に大きく影響を与えるものであると分かった。また、長寿企業に関する先行研究とヒアリングの結果から、長寿企業の経営の特徴は少子高齢化時代においても有効であることが分かった。さらに、先に述べた5つの仮説は今後も必要な要素であると言える。しかし、少子高齢化の下では、さらなる要素が2点必要であることが判明した。第1に「常に顧客をリードしていくこと」である。顧客第一主義はもはや当たり前になってしまった現代では、顧客のニーズを常に把握し、それをリードしていくことが必要である。

第2に「トップダウン型の経営からボトムアップ型の経営へシフトしていくこと」である。従業員全員に会社の重要な一員である当事者意識を与えることで、人手不足であっても高い生産性を上げることができる。さらに、当事者意識により働く目的が明確になるため、従業員の満足度が上がることも期待できる。

本研究では、仮説で挙げた5つの要素に加えて、新たに2つの要素が少子高齢化時代では必要になると結論づけた。