

実録、小さな会社の戦い方（2）はやぶさ2・604号 2023年6月9日（金）

%company%

%free1%

%free2%

%name_sama%

■中小企業経営者列伝、第7弾。5回シリーズ
実録、小さな会社の戦い方

ユーザー475,951社（2023/5/2現在）
中小企業のITコストを削減できる、
クラウド業務系ソフトの雄『フリーウェイシリーズ』をつくり上げた

株式会社フリーウェイジャパン代表取締役 井上達也氏
<https://freeway-japan.com/>

- ◆第1回 社長はそうそう甘くない
- ◆第2回 「大きい会社」に勝つための小さな会社の戦い方
- ◆第3回 戦国大名が国を大きくするための施策を採る
- ◆第4回 成功する社長にはタイプがある
- ◆第5回 私からみなさんへ



目次

- ▶銀行は支援機関ではない
- ▶大きな組織との戦い方
- ▶市場調査より、まずやってみること
- ▶メーカーは販売店の利益も考える

小さな会社は生まれたての赤ちゃんと同じです。何かあるとすぐに病気にかかってしまいます。
とはいえ、じっと耐え忍んでいても会社が大きくなる、収益が増えるというわけではありません。
ここは打って出るべきです。

小さな会社は、しがらみがありませんし、
親会社の言うことをきかなければならないということもありません。

「何でもあり」が小さな会社の強みなのです。

それでは、小さい会社が戦う場合のコツについていくつか述べていきます。

▶銀行は支援機関ではない

年商 1 億円以下の会社だとメガバンクから見るとゴミみたいな会社です。

担当者も会社にはほとんど来ませんし、情報も教えてくれません。

たいていは新入社員の練習の場としてあなたの会社は利用されます。

ですのであなたの会社が設立してすぐなら、まず信用金庫や信用組合で口座をつくるべきです。

信用金庫なら紹介がなくても口座開設がスムーズですし、あなたの会社も重要なお客様です。

融資の依頼をしても親身になって相談にのってくれるでしょう。

その場合重要になってくるのが支店選びです。

銀行は支店毎に支店長が決裁できる融資枠が決まっていますので

融資して欲しい金額で支店を決めるべきです。

銀行や支店は一生の付き合いということではなく、会社のステージによって変化させていくことも重要です。

また、社長が銀行の融資窓口に行き、担当者に洗いざらい会社の状況をお話しする事はやめてください。

銀行は救済機関でも支援機関でもありません。印象を悪くし出る融資も出なくなってしまうます。

その場合は、銀行を紹介してくれる税理士や銀行交渉に付き合ってくれる税理士に交渉を依頼してください。

もしこうしたお金の相談に乗ってくれない税理士ならば、融資に強い税理士に変更したほうが良いでしょう。

きちんとした税理士は税金以外の知識や人脈も豊富です。

友人の経営者や、それこそ取引先の銀行などから評判の良い税理士さんを紹介してもらいましょう。

それから、会社を立ち上げてしばらくすると

帝国データバンクや東京商工リサーチといった信用調査会社から財務内容の問い合わせが来ますので必ず返答してください。

銀行は信用調査会社に問い合わせた時に、

財務内容を開示していない会社には基本的にお金を貸さないのです。

▶大きな組織との戦い方

大企業や役所から見るとあなたの会社はアリやミジンコみたいなものです。

あなたの会社が倒産したって全然困りません。

ですから、重要顧客や親しい会社を優先し、小さな会社はいつも後回しにされます。

なので、こちらに落ち度がないのに何度お願いしても大きい会社が動いてくれない場合にはどうしたら良いのかというと、FAXを使うのです。

大企業や官庁は訴えられても優秀な弁護士がたくさんバックについでいます。

また、たとえ裁判に負けても、大企業はお金をたくさんもっていますし、

官庁ならみんなの税金で支払えば良いだけです。

だから大きな組織ととともに我々が戦ってもまず勝ち目はありません。

しかし大企業や公務員とはいえ勤めている社員は普通の人、温室育ちの「羊ちゃん」です。

我々のように毎日が戦争、お金がなくなったら首をつるという人たちではありません。

つまりFAXには、企業や役所ではなくあなた「個人」を訴えますよ、

あなたの会社の社長「個人」を訴えようと思っていますと書いて送ります。

羊ちゃんは上司に相談しますが

「会社が訴えられるならともかく君、個人の問題だからねえ。民事だよ」で終わりです。

ちなみにFAXは全国の支店に同じ文面で全部出します。

もし、羊ちゃんだけにFAXを送るとこの事実を隠蔽しようとするからです。

羊ちゃんは今までいい加減な仕事をしてきたことが、上司や他の支店の人にバレるのを極度に恐れます。

FAXという「人に見えてしまう」メディアが我々の武器なのです。

なので大きい会社にいじめられて、もう付き合いなくても良い。

という場合にはこの手を使ってください。

ただし、空いても・相手も創業社長で「羊ちゃん」でない場合、無視されて終わりますのでお気を付けください。

また、小さな会社の場合、意思決定が早いというのが長所ではありますが、それをそのまま大きな会社に当てはめてはいけません。大きな会社というのはなかなか結論が出ませんし、契約に至る道のりが非常に長いのです。

さらに相手はたくさんの人の目を経由して契約をチェックしていますから海千山千です。自社が有利になるようなトラップをいっぱい仕掛けてきます。

ただそのような場合でも、そこから交渉はスタートです。カチンと来ることがあっても、大企業との契約はじっくりと粘り強く契約交渉をすべきです。彼らは我々のように1日も早くという人たちではありません。短気は損気ということです。

また大きな組織はいろんな人がいますし、我々小さな企業のことを記に掛けていませんので、直接面識が無ければ他人事です。（直接面識があっても酷いことをする人もいます）

私はノウハウをパクられ、そのことに憤慨し動いてくれた先方の課長が別部署に異動させられたことがあります。私の周りには似たような経験をした社長が何人かいます。

大企業の法務部は法律の専門家です。自社に都合が良いように作成します。敢えてわかりにくくするということもあるでしょう。

ですから、我々は大企業との契約には必ず弁護士に確認してもらうことが必要です。

▶市場調査より、まずやってみること

大企業ならお金をかけるコストはもちろん、規模も我々とは全然違いますから市場調査をきちんと行うのは正しいマーケティングです。

しかし小さな会社の場合、たいした費用がかかるわけではないですし、ダメならやめれば良いだけです。

だから、まず何でもやってみるということが重要です。やってみて初めてわかるというものもあるからです。

▶メーカーは販売店の利益も考える

販売店に自社商品（メーカーとして）を売ってもらう場合には、欲をかき過ぎないということも重要です。

「メーカーとしては誰が安売りしようが、広告を出そうが、営業マンを雇おうが、仕切り値は一緒なので粗利には一切関係ない」
こんな風な考え方は良くありません。

小さな会社の場合には、特別なルートを持っている販売店や独自の販売方法で売っている販売店など販売形態別に契約をしてしまうという方法があります。

また地域別にあなたのお店はこの地域にだけ販売しても良いですよという地域別独占契約でもよいかもしれません。

小さな会社と言えどメーカーは儲けることと同時に、販売店の利益も考えなければなりません。販売店は儲からないとわかったら一斉に去っていきます。

資金力が豊富な大企業なら広告をバンバン出して販売店が売りやすい環境をつくるという方法もありますが、小さな会社がこれを真似すると会社がなくなる危険性があります。

小さな会社はメーカーと販売店の「共存共栄」で会社を伸ばしていきましょう。

▶新商品の出し方

以前、当社では全国の補助金・助成金を検索するというパソコンソフトをつくったことがあります。そのソフトは評判がよく、大手の保険会社にも次々と導入されました。私は流通を通して一般の企業にも販売したらもっとたくさん売れるのではないかと思い、ソフトバンクに相談しました。

しかし予想に反して、ソフトバンクの担当者は渋い顔です。

「井上さん、類似のものが無い商品って売れないんですよ。人はいくつかのソフトを見比べて買うんです。一種類しかないソフトって比較のしようがないから売れないんですよ」と言われました。

わたしはソフトバンクの担当者を説得し、販売を強行したのですが、結局、惨敗しました。

ソフトバンクの人が言うように、比較すらできないものは買わないのです。

大企業なら広告にお金をつぎ込むといった方法もありますが、小さな会社にはそれはできません。だから小さな会社は、新しいカテゴリーの商品をつくるよりも、似たようなカテゴリーに商品を入れて、いろいろな人の目に留まりやすくなる方法のほうが賢明のようです。

そして、ちょっとだけ変化させてみる。これが小さい会社の戦い方です。

株式会社フリーウェイジャパン代表取締役 井上達也氏

<https://freeway-japan.com/>

編集：はやぶさ2 編集長 MRC 岩下一智

いかがでしたでしょうか？

次回は

中小企業経営者列伝、第7弾。5回シリーズ
戦国大名が国を大きくするための施策を採る

ユーザー475,951社（2023/5/2現在）

中小企業のITコストを削減できる、
クラウド業務系ソフトの雄『フリーウェイシリーズ』をつくり上げた

株式会社フリーウェイジャパン代表取締役 井上達也氏

第3回 戦国大名が国を大きくするための施策を採る

を、お届けいたしますので、楽しみにしててくださいね。

◆経営の問い合わせ等は <https://rinenkeieishi.net/contact/form.php>
2営業日以内に、ファスト・回答を差し上げます。

担当：(株)I&C・HosBiz センター
Captain 平本 靖夫

本記事に対するご質問やご感想は下記アドレスまでお願いいたします。
kazu_zohan@hosbiz.net

■新刊のご案内

Captain 平本の渾身を込めた集大成版
近年まれにみる小規模企業経営の「正論」を述べる骨太の経営書！

『合本主義「義利合一」の時代がきている』

近日発売！！次報を待て！

詳しくは臨時増刊号で！

~~~~~

バックナンバーは下記の URL を確認してください。

■ #603号・・・23・06・02（金）・・・バックナンバー・・・  
[https://rinenkeieishi.net/mail\\_magazine/hayabusa.php](https://rinenkeieishi.net/mail_magazine/hayabusa.php)

~~~~~ 次回予告 ~~~~~

皆様のコメントを励みにして、航海を続けていきますので、重ねてご支援ご鞭撻を
よろしく申し上げます。

◆次号 第605号 23・06・16（金）は、

中小企業経営者列伝、第7弾。5回シリーズ
実録、小さな会社の戦い方

ユーザー475,951社（2023/5/2現在）
中小企業のITコストを削減できる、
クラウド業務系ソフトの雄『フリーウェイシリーズ』をつくり上げた

株式会社フリーウェイジャパン代表取締役 井上達也氏

第3回 戦国大名が国を大きくするための施策を採る

をお届けいたします！（予告なく変更する場合がありますので了解ください）

最後までお読みいただき感謝いたします。本当にありがとうございます。
では、また次号で元気にお会いしましょう！

◆発信日・・・・・・毎週・金曜日

◆発行責任者・・・・・・Captain 平本靖夫

◆編集長・・・・・・岩下一智・(株)I&C・HosBiz センター 執行役員

マーケット・クリエーター(MRC)・・・・CST 開発推進責任者

プロフィール

<https://rinenkeieishi.net/corporate/index.html#inoue>

Facebook

<https://www.facebook.com/yasuo.hiramoto>

<https://www.facebook.com/MRCkazu/>

*「理念営実戦のすすめ」特価（100円税込）で販売

<https://rinenkeieishi.net/contact/form.php>

ご愛読ありがとうございます

著者：(株)I&C・HosBiz センター

Captain 平本靖夫

プロフィールは

<http://rinenkeieishi.net/corporate/index.html#hiramoto>

◆はやぶさ・に関するお問い合わせ・質問は

メールアドレス：kazu_zohan@hosbiz.net

発行責任者：Captain 平本靖夫、

編集長：岩下一智 MRC

*配信解除URL：配信停止をご希望の際は、以下のアドレスをクリックしてください。

%canceluri%