

1. ビジネスのヒントは至るところにある！

私が定期購読している日経MJに面白い記事（コラム）が2つ載っていました。【やさいバス】（3月2日）と【豚骨燃料】（3月7日付）という記事で、気にとめないで見逃してしまうほどの小さな記事でした。何故この記事が気になったのか。それは「こんな着眼点でビジネスを発想し展開しているんだ」という驚きでした。

最初に【やさいバス】のビジネスモデルを簡単に説明します。まずはバスという文字に注目です。乗合バスはバス停があり、時刻表通りにバスが到着し発進します。停留所に乗客が居る、居ないの別なく時刻表通りに運行されます。会社はこの定刻運行機能に着眼しました。

農家は収穫した野菜をバス停まで持ってきます。バスが時刻表通り到着してバスに積み込み、別のバス停まで移動します。到着するバス停には小売店や飲食店等の購入客が待ち構えており、バスから乗客ならぬ野菜を降して購入します。バスは時刻表に従って巡回します。売り手や買い手は到着時刻にバス停まで行けば良いのです。気付きそうで気付かない着想ではありませんか？！

【豚骨燃料】とはある運送会社が考えたアイデアです。運送会社は人件費の他に軽油等燃料費の統制も大きな経営課題です。この会社の会長は以前からバイオディーゼル燃料に関心を持ち、平成21年に高品質のバイオ燃料の開発に成功していました。あるときラーメン店の経営者の悩みを耳にしました。「豚骨ラーメンの残り汁の処理に困っている」。豚骨スープですから油脂がある為にお金を払って業者に処理してもらっていました。会長は残り汁から脂分のラードだけ分離させる機器を開発し、飲食店に置いてもらって無料で油脂を回収する仕組みを造り上げました。こうして回収した廃油をこれまた独自開発して製造したバイオ燃料と混合して約170台の半数以上がこの燃料で走っているようです。

**乗合バスが街中を定期巡回しているのは当たり前ですし、ラーメン店等の飲食店で食材や食べ残しの処理に困っているのも良く聞く話です。両社はちょっとした気付きをビジネスに活かしているのです。**SDGs（17項目の持続的な開発目標）が喧伝されています。今回取り上げた2つの事例は正にその好例と言えるかもしれません。

誰もが目にし、聴き、体験している事象から、ビジネスの発想を思い描くにはどのような工夫が必要でしょうか。**発想の転換に容易にできる工夫**は沢山ありますが、その1つに**“カラーバス”**というのがあります。これは色に着目して周囲を見渡すと色々な発見があるというもの。赤だと赤い車、赤い建物、赤い服を着た女性、赤い食べ物という具合です。カラーとありますが、色ではなく形状に着目しても良いです。丸い建物、丸い靴、丸いお皿、丸い机。探索した後は「なぜこれは赤色（丸い）なんだ」と疑問を發して下さい。「青（四角）だったら面白いものになりそうだ」とアイデアの閃きが脳みそを走ります。**“当り前”から“なぜ？”と疑問を發することから、“これでもいいんじゃない？”と限界なくアイデアを深耕する。この線を超して世の中にはほいっと変わったビジネスが生まれてくるかもしれません。**

2. 4月1日から成人年齢が18歳へ

民法では長らく成人に達する年齢は20歳とされてきました。その成人年齢が今年4月1日から18歳に引き下げられます。同日時点で18歳以上であれば19歳の人も突然と成人に達するのです！ これまでも満18歳は選挙権を持つ年齢として認知されてきました。成人と未成年との大きな違いは何でしょうか。それは単独で法律行為ができるということにつきます。**法律行為は売買、贈与、賃貸借、消費貸借などの権利や義務を確定する行為です。**未成年で多額の借入（消費貸借契約）をした場合は親権者がその行為を取り消すことができます。よって取引の安全性確保の観点から、取引の相手側は**親権者の同意**を求めています。満18歳で成人に達するのですから、金銭感覚が未成熟で精神的に耗弱であっても親の同意なく自由に契約を締結することができるのです。

親御さんはとても不安でしょうが、取引の相手側は安泰でしょうか。**消費者契約法**は事業者から消費者を守る法律で、**事業者の不実告知や断定的判断、不利益事実の不告知による取消**が可能です。民法でも**錯誤による取消（95条）**や**公序良俗（90条）による無効**もあり得ます。法令違反でなくても「成人だからといってあんな物売りつけるなんて！」と社会的批判を受けるリスクもあります。**コンプライアンスは法令を超えて倫理、道徳、社会的規範など明文化されていない範囲まで拡張されて解釈**されます。この機会に現行の契約等書面に「18歳から20歳までの10代成年者との法律行為で問題のある箇所はないだろうか」と確認しておきたいものです。

3. 積極的に人財投資を行おう！

「企業は人なり」と言います。**“ひと”という経営資源の優劣が会社の盛衰を左右する**と言っても過言ではありません。4月から初々しい新人が入社します。この新入社員が将来、金色に光り輝く人財へ成長するかまたは黒色で無能な人罪へ墮落するのかは、会社の教育方針が大きく影響しています。4月という節目に既存社員を含めた**人財育成戦略**を見直して欲しいものです。

**「カレントヤスキング**という言葉をご存知ですか。共に学び直しという意味ですが、前者は現在の仕事との関連性が強いもの、後者は現在の仕事を含むものより広範囲に知識やスキルを身に付けようとするものという違いがあるようです。意欲的な学び直しは社員本人のみならず会社の総合的人財力も必ず向上します。

**欧米の企業では売上高の1%~2%を人財投資に**掛けているようです。片や**日本は僅か0.1%**だそうです。調査対象は大企業に偏っていると思いますので、中小零細企業ではほとんどお金を掛けていないのが実情でしょうか。上場企業のニトリは一人当り年間で29万円を投じているとか。OJT、Off-JT、自己研鑽の別なく、「社員は宝」と思うのであれば、広告費用を削ってでも人財投資をするべきではないでしょうか。**割当予算という予算設定方法があります。「どの程度の資金を投入するか」、経営者の想いや詰まるのが割当予算の考え方の**のです。