

(4)消費市場の変化

高齢者世帯では医療・介護など必需品への支出が優先され、物価上昇や年金不安から消費にはより慎重になります。高齢者向け市場は拡大するものの、価格やサービス内容への要望は一段と厳しくなるでしょう。

2.「2025 年問題」を乗り越えるための対策

「2025 年問題」を解決する特効薬は、残念ながらありません。しかし社会の変化を正しく捉え、自社への影響を冷静に見極めつつ、スピード感を持って行動することはきわめて重要です。

トライアル&エラーを繰り返し、現場で積み重ねた成果や失敗から学び、自社に合った最適解を導き出す——。ここでは、私が実際に拝見した企業の事例や、取り組んでいる対策の一端をご紹介します。

(1)問題を逆手にとって素早く対応

少子高齢化による人手不足や市場縮小などの課題を、いち早くチャンスに変えようとする企業は、「正しい時代認識」と「切迫した危機感」を持ち、影響を最小化する複数の戦略を迅速に実行しています。

建設関係のある社長は「これは社会構造の変化であり、一過性の問題ではない」と危機感を抱き、さまざまな施策を試す“トライアル&エラー”を粘り強く継続しました。求人や社内改善に加え、「健康経営」を推進、行政認証取得や社員が働きやすい環境整備を徹底し、ホームページや SNS で取り組みを地道に発信したことで、徐々に求職者が増え、離職率も低下。結果的に社員が自律的に行動する組織へと進化したのです。

このケースが示唆するのは、「特別なことをする」というよりも、「自社の魅力を最大化し、誠実に発信し続ける」ことで結果を出していることです。

少子高齢化という不可逆的な流れに対して、何もしないままに状況を嘆くのではなく、素早く動き出し、たとえ小さな成功体験でも積み上げながら組織づくりを見直す。その積み重ねこそが、厳しい経営環境を乗り越えるカギになるのだと実感させられます。

(2)一社、一業種を超えたつながりを武器に！

LTR では、異業種交流の場「こらぼ会ネットワーク編」を 2016 年から 2 ヶ月に 1 回のペースで開催しています。士業や経営者、NPO やボランティア団体、教育関係者、地域メディアなど、多様な方たちが集い、肩書きや業種に関係なく、フラットな立場で知識や経験を分かち合うことができる場となっています。

さらに、2024 年には新規ビジネスや地域活動の企画から実現までをサポートする「こらぼ会チャレンジ編」をスタートさせ、既存の枠組みにとらわれないコラボレーショ

ンを推進する取り組みを強化しています。

これまで当たり前だったビジネスモデルが通用しづらい今、「どのようなサービスや仕組みなら継続的な売上を生み出せるのか」「どうすれば顧客とのつながりを強化できるのか」を改めて検討する必要があります。そうしたとき、自社だけで考え、行動し続けるには限界があるのは明らかです。

異なる強みや資源を持つ複数の組織や個人がコラボし合うことで、新たな顧客体験やサービスを生み出しやすくなるでしょう。既存の集客方法で成果が出にくい状況でも、顧客基盤やファンを共有し、相乗効果を得られる可能性があります。

【コラボを促進するポイントとは？】

・固定観念・既成概念から意図的に離れる

「うちの業界では常識」という思い込みを外し、柔軟な発想を心がける。

・まずはやってみる

100%の準備を待たず、一歩踏み出してから調整を重ねる。

・諦めない粘り強さ

失敗を糧に改善し続けることで、思わぬタイミングで成果が出ることも。

・自社の強みややりたいことを明確に

本当に情熱を持てる領域を深掘りしたほうが、結果に結びつきやすい。

・仲間とともに進める

多様な知見や励まし合いが、行動力とアイディアを生み出す。

・未来への投資と捉えて、優先させる

日々の業務に追われていても、将来のための取り組みに時間と資源を使う。

少子高齢化がもたらす労働力不足や事業承継問題など、中小企業に深刻な影響を及ぼす「2025 年問題」。こうした時代だからこそ、迅速な組織づくりや異業種とのコラボレーションなど、具体的な戦略を進める必要があります。失敗を恐れず、小さくても一歩踏み出し、試行錯誤しながら未来を見据えた経営に取り組んでゆきましょう。

(司法書士 清水 敏博)



清水氏の事務所 HP はコチラから→→