

フォーライフ通信

こんにちは、塩野富佐男です。フォーライフ通信 8 月号をお届けいたします。

なでしこジャパンに国民栄誉賞が授与されることになりましたが、過去に国民栄誉賞を辞退したのがイチローと元阪急の盗塁王・福本豊らしいですね。福本は「そんなすごい賞もろたら立ち小便もできんようになる」というのが辞退の理由らしいです。うーん、かっこええやないですか。アンタ、いつも立ち小便やってんのか、と突っ込みたくもなりますが・・・。

私としては、ぜひキャンディーズに授与していただきたいと思います。そうすれば民主党さん、応援してあげてもいいですよ。

ということで、今回は下記の内容でお送りいたします。

1. 経営・マーケティングの話: マッチングビジネスの難しさと魅力
2. 労働法の話: 休憩時間のお話

今月も最後まで、よろしくお付き合いいただければと思います。

1. 経営・マーケティングの話

マッチングビジネスの難しさと魅力

先日、農商工連携のマッチングをコーディネートする仕事をしました。日本各地で開催されている農商工連携の展示会出展業者と、東京で開催されたアグリフードフェアの出展業者の中から、出展品目や希望する連携パターンを勘案して、連携できそうな案件を見つけ出してマッチングさせるというものです。

想定しているのは、「こういう加工商品を開発したいが、それに見合う品質を有する農産物を作っている生産者はいないだろうか」という業者と、「こういう優れた特徴の農産物を生産しているが、これを活かせるような加工商品を開発している商工業者はいないだろうか」というのを結びつけることです。

それで、地方の業者のリストを持って、2 日間にわたってアグリフードフェアの出展ブースを回ってみましたが、なかなか想定しているような案件はないのです。

結局、「素材を探している人」というのがほとんどいなくて、どこを見ても「売りたい人」ばかりというのが実情なのです。モノが売れにくくなった今の時代、やはり事業者にとっては顧客開拓が最大の課題ということですね。

そしてこの点がマッチングビジネスの一番難しいところです。マッチングビジネスは、基本的には「売りたい人」を「買いたい人」と結びつけ、通常は「売りたい人」から登録料や成約料を徴収して収益を得ますが、「買いたい人」を多数集めないとビジネスが成り立ちません。逆にいえば「買いたい人」さえ多数集めることさえできれば、「売りたい人」は山ほどいますので、マッチングビジネスは半ば成功したようなものです。

ただ、「買いたい人」を多数集めるには、魅力的なコンテンツを有するポータルサイトみたいなものを作り、広告費を投入して認知度を上げなければなりません、それを先行させると資金がとても持ちません。

ですので、「買いたい人」と「売りたい人」を同じタイミングでバランスよく増やしていき、なるべく早い段階から成約料などの収入を得、それを広告費に投入して認知度アップを図り、「買いたい人」を増やしていく必要があります。

この立ち上げ時期のハードルが相当高いため、マッチングビジネスは初期の段階であきらめて撤退してしまうケースがとても多いのです。しかし、マッチングビジネスは一度軌道に乗ってしまうと安定して事業運営できますし、比較的手間ヒマをかけなくて済みますので、魅力的なビジネスモデルであることは確かです。

B to Bのマッチング大手の「楽天ビジネス」などは「買いたい人」（仕事を発注したい業者）の集客力がありますので、「売りたい人」（仕事を受注したい業者）に対する料金設定はかなり強気です。「システム利用料」と称して毎月 2 万円以上（個人事業者はその半額以下）の「固定費」を徴収し、さらに「商談申込」1 件当たり 2,100 円徴収しています。

「成約」ではなく「商談申込」で課金するところがミソですね。これは「買いたい人」が仕事の依頼内容をサイトに掲載し、「売りたい人」がそれを見て見積りを出し、「買いたい人」は複数の業者の見積りを比較して、興味を持った業者（複数でも可）に商談を申し込んだ時点で「売りたい人」に課金されるというものです。

「成約料」としてしまうと、商談未成立の場合に楽天ビジネス側におカネが入らないですし、「見積りを出した時点」で課金すれば、「売りたい人」は見積りを出すこと自体を躊躇してしまい、結果的にマッチングの成約率が下がってしまいます。

そこで、ある程度成約の希望が見えてきた「商談申込」に対して課金すれば、楽天としては確実に件数を稼ぐことができ、「売りたい人」にとってもストレスは低くなります。三木谷クン、さすがアタマええやないですか！

話は変わりますが、実は私もある種のマッチングビジネスを手掛けています。これは知人の中小企業診断士と 2 人で LLP を作り、取り組み始めてから 3 年半くらいになりますが、事業としては着実に伸びつつあります。

内容を一言でいうと、企業内診断士に対し企業診断の場を提供するというものです。中小企業診断士の資格は 5 年ごとに更新しなければなりません、更新の要件として、企業に対するコンサルティングを一定回数以上実践しなければなりません。

このコンサルティングは有償・無償問わないのですが、独立した診断士や、直接事業者を支援する機会のある商工会の経営指導員などであればともかく、企業に勤めている診断士の場合、なかなかコンサルティングを実践する機会がありません。

そこで、そういう企業内診断士のために、企業コンサルティングする場を提供しているのです。企業の社長さんからはおカネをいただくず、企業内診断士の方たちからいくらかの参加料をいただいています。

これまでに 17 回開催してきましたが、企業内診断士の方たちのリピート率も高く、社長さんからも「無料で複数の診断士からいろいろ貴重な提案をしてもらえると、双方に結構満足いただいています。

で、今でこそ募集するたびに定員枠がすぐに埋まるようになるくらい参加者集めに苦労しなくなりましたが、3 年半前に第 1 回目を開催したときは悲惨なものでした。

私の知り合いの社長さんをお願いして診断スケジュールを空けておいてもらったのですが、参加者をネットで募集して広告も打ったにもかかわらず、結局参加者が「ゼロ」だったのです。しかし社長さんにはわざわざ休日に予定を空けてもらっているのに、今さら中止にするわけにはいきません。

そこで急きょ、LLP のもう一人のパートナーを企業内診断士の参加者ということにし、さらに知人の診断士にサクラとして参加してもらい、私がファシリテーター役で 2 人の参加者を指導する、という形にして、何とか乗り切ったのです。

今では笑い話ですませられますが、3 人で喫茶店にこもり、一銭のカネにもならないのに経営改善提案書を作ったあの時のむなしさは今でも忘れられません。マッチングビジネスの立ち上げ時の難しさというものを痛感したものです。

しかし続けていけば安定収入につながります。最初のハードルが高く、軌道に乗るまでに時間を要しますので、これ一本で勝負することは危険ですが、本業である程度安定収入があるのであれば、新規事業として検討してみるのもいいと思います。

2. 労働法の話

休憩時間のお話

労働基準法第 34 条では休憩時間について、「労働時間が 6 時間超 8 時間以内であれば 45 分以上」「労働時間が 8 時間超であれば 1 時間以上」と規定されています。したがって、法定労働時間以内であれば、休憩時間は 45 分でかまいません。

ただし、私個人的には、やはり 1 時間与えた方がいいと思っています。なぜなら、休憩時間を 45 分としている場合、残業で労働時間が 8 時間を超えた瞬間、もう 15 分付与しなければならなくからです。

工場などであれば、残業前にちょっと休みたいという従業員も多いと思いますが、事務的な業務の場合、通常は、残業するからにはなるべく早く仕事を終えてしまいたいと考えるはずで、15 分ただボーっと休憩した後にはやっとな残業に取り掛かれるというのは、従業員にとっては、何とも間延びした無駄な時間を感じるでしょう。

それであれば、最初から 1 時間の休憩を昼休みに与えておいて、残業する場合は終業時刻から引き続き戦闘モードで残業に突入する方が、従業員にとってもありがたいはずです。

それに、45 分のところを法律の規定を上回る 1 時間の休憩を与えたからといって、会社経営的にコストが増えることもありません。当たり前のことですが、休憩時間は労働時間ではないので、いくら休憩を多く与えたからといって、労務費が増えるわけではないのです。昼休みが 45 分しかないのは、昼食のあとにちょっとした買い物の時間の余裕もないといった不満につながる可能性もありますし、残業前にいちいち 15 分休憩しなければならないという面倒さを考えると、最初から休憩時間は 1 時間にしておくのがいいでしょう。

なお、休憩は「労働時間の途中で与えなければならない」となっていますので、例えば 8 時間ぶっ続けで働かせた後、1 時間休憩したことにし、帰らせるというのは認められていませんので、ご注意ください。

編集後記

最近、アグリフードフェアのほかにも、シーフードフェアという展示会にも行ってきました。食品の展示会は、地方の珍しい特産品など、いろいろ試食できまくるのでホントに楽しいのです。もう、バイキング状態です。スーパーの試食だと、なんとなく買わないとまずい雰囲気がありますが、展示会の場合は販売しているわけではないので、心おきなく試食できます。

シーフードフェアでは、寿司から干物、ウニやイクラ、クジラまで何でもありです。こんなぜいたくで、楽しいものはありません。単純に趣味で出かけて行ってしまいます。

ただ、唯一の不満要因は、これだけ酒の肴になるものが食べ放題なのに、肝心のお酒があまり飲めないこと。一部お酒の試飲をしているブースもあるのですが、さすがに酔っぱらうほど飲めるわけではありません。

そういう不満をある人に話したところ、「水筒にお酒を入れて展示会に行ったら？」と貴重なアドバイスをいただきました。本人は冗談のつもりだったようですが、私としては最高のアイデアです。そういえば昔、よく水筒にお酒を入れてゴルフのラウンドしてたっけ。これぞ！

ちなみに、私も昔は「食品添加物フェア」に業者として毎年出展していました。日持ちする食品、妙に色のきれいな食品、安い添加物で増量された食品、もどき食品。東京ビッグサイトの会場が、見渡す限り、ありとあらゆる食品添加物入りの食品だらけです。あちこちに白い粉や鮮やかな色素の液体が展示されており、それはそれは壮観です。

今年はすでに終了したようですが、来年も 5 月に開催されますので、ぜひ一度出かけてみてください。一見の価値あります。

⇒「ifia JAPAN」

<http://www.ifiajapan.com/2011/jp/index.html>

発行者:

株式会社フォーライフコンサルティング

代表取締役 塩野富佐男

〒143-0025 東京都大田区南馬込 3-37-9-501

TEL 03-3772-5431 FAX 03-6679-4150

携帯 080-3277-4943 E-mail mail@forlife2.com

URL <http://www.forlife2.com>