

第4回講座 **シンミドウ 大宮に移転したことで発展した会社**

ランチェスター戦略コンサルタント **福永 雅文**

問合せ先：info@sengoku.biz

池袋から大宮へ事務所を移転したことで飛躍した会社がある。採用コンサルティング会社の株式会社シンミドウである。工事中の武蔵野銀行本店の目の前にある同社を筆者が訪ね、笹田知弘社長(44歳)に話を伺った。連載第4回は、同社の戦略をランチェスター戦略理論に照らし合わせて解説する。競争戦略・販売戦略のバイブルといわれるランチェスター戦略は原理原則である。事業の成功要因・失敗要因はランチェスターで分析できる。

川越→池袋→大宮と事務所を三転した理由

笹田社長が起業したのは2001年、26歳のときである。前職ではISOのコンサルタントをしていた。企業がISOの認証を受けるためにはマニュアルを作成し、その運用を教育する必要がある。笹田社長はそれを支援する専門家として独立した。

川越の自宅を事務所一人でISOの仕事をしてきたが、06年、07年頃には新卒社員の研修の仕事が増えてきた。そこで、社員を雇用して組織化することにした。新卒の社員研修の仕事を増やすにあたり、自社も新卒を採用しようと考えた。08年、池袋に10坪の事務所を借り、株式会社シンミドウを設立。

設立初年度で社員は社長一人の会社に、果たして新卒は入社するのか。笹田社長は5年働いたら独立するなり、実家の稼業を継ぐなり、応援する旨を大手就職ナビに告知。すると多くの応募があり、2名の新卒を採用できた。

小さな会社でも新卒を採用できたことを大手就職ナビが着目し、シンミドウに自らの求人サイト利用の成功事例を武器とした求人広告の代理店になることを勧められた。新卒社員研修と親和性がある仕事で、自社の新卒社員にも向いていると判

断し、求人広告代理店の事業を始めた。やがて、主力事業となる。

新卒が電話でアポをとったら、笹田社長と訪問し、商談し、受注する。受注したら取材し、原稿を作成し、大手就職ナビへの掲載の段取りをする。事業は立ち上がったが、08年のリーマンショックにより、09年から就職氷河期が訪れた。代理店同士の消耗戦となり、薄利多売となった。

社員数7～8人の規模になっていた12年、笹田社長は事務所を池袋から大宮へ移転する決断を下す。その理由は東京と埼玉以北とでは仕事のやりやすさ、利益性が異なることに気づいたからだ。

東京と、埼玉と、栃木・群馬とでは、アポの取りやすさ、競合見積のライバルの数、受注する割合、一件あたりの粗利が異なる。東京は厳しく、栃木・群馬は緩やかである。埼玉はその中間的である。競争性だけを考えれば栃木・群馬がよいが、市場規模としては埼玉のほうがはるかに大きい。また、社員のほとんどが埼玉在住であることから、移転先を大宮とした。

社員のなかには反対もあった。東京の会社だから洗練されたイメージがあり就職したのに、埼玉の会社になっては残念。東京での競争に勝てなくて「都落ち」するのかといった同業者もいた。それでも、笹田社長は競争に勝ち抜くために、大宮移転を決めた。



「差別化×接近戦×集中＝ No.1」

弱者と強者とではとるべき戦略が根本的に異なる。これが、ランチェスター戦略の入り口となる思想である。弱者が強者と同じことをして、勝てる道理がない。弱者は他社と差別化すること。自社の武器を磨き上げて、他社にない独自性や、他社よりも質的に優位であることだ。

どんなに差別化しても弱者は顧客とのコミュニケーション（接近戦という）の量と質で他社を上回らなければ勝てない。そのため、ヒト、モノ、カネなどの経営資源が乏しい弱者は集中しなければならない。そうすることで集中した範囲で圧倒的に勝つことができる。圧倒的に勝っている者をナンバーワンと呼ぶ。ランチェスター弱者の戦略の結論は「差別化×接近戦×集中＝ No.1」である。

東京は市場として魅力的である。大きい。成長性が高い。イメージがよい。だから多くの企業が重視している。ゆえに、競争が激しく、消耗戦となりがち。シェアは分散し、不安定である。強者の体力があって初めて戦える市場である。社員7～8名で年商1億円の典型的な弱者のシンミドウが、東京の新卒採用サイトの広告枠販売代理店として存在感を発揮するのは困難である。

一方、東京と隣接しているがゆえに後回しとなる市場が埼玉、栃木、群馬である。地場のライバ



株式会社シンミドウ 代表取締役社長 笹田 知弘 氏

ルが少ない。東京からは遠いイメージがあり、東京から営業に来る会社も少ない。交通の要衝である大宮は県内各地へアクセスしやすい。新幹線を使えば栃木、群馬の主要都市は近い。ゆえにライバルを上回るコミュニケーションをとることができる。

脱東京宣言

埼玉、栃木、群馬の顧客とのコミュニケーションを深めていったことで、笹田社長は重要なことに気づいた。それは埼玉、栃木、群馬の従業員100人程度の中小企業の多くは人事部として必要な情報やノウハウが不足している。

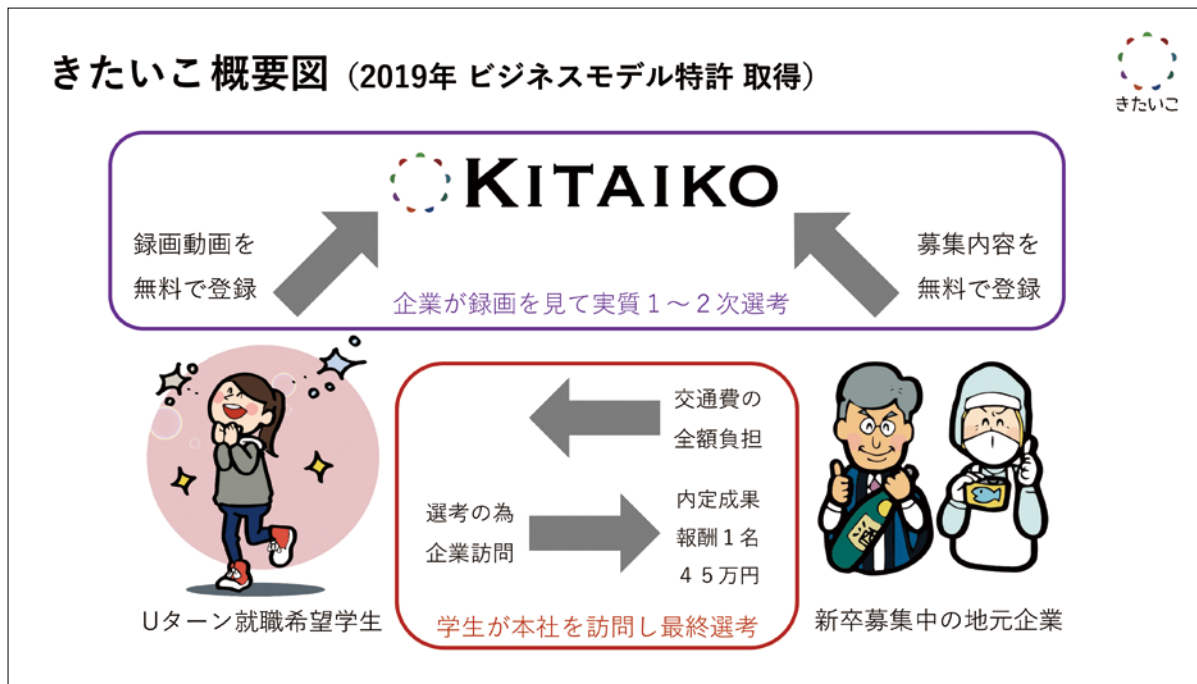
昇給・昇格・賞与の人事制度、就業規則、教育制度といった制度の整備が遅れている。新卒を募集する自社のアピール方法や選考基準や方法などの採用ノウハウが不足している。

一方のシンミドウは08年から新卒採用に係わってきたことにより、成功事例、失敗事例を積み重ねた。これらを体系化し、採用のコンサルティング業務を大宮移転の12年から力を入れ始めた。元々、コンサルタントが創業した会社なのだから、原点回帰である。



スタッフの皆さん

Uターン就職マッチングサイト 「きたいこ」



段階的に採用コンサルの仕事がメインとなり、コンサル先に必要があれば大手就職ナビの広告枠を確保し、広告記事もつくるのがサブとなり、事業の構成が変わっていった。

そして、16年、笹田社長は社内に「脱東京宣言」をする。東京・神奈川・千葉の顧客の仕事は原則として行わない。パート・アルバイト・中途の採用支援の仕事も原則として行わない。埼玉以北の顧客の新卒採用コンサルの仕事に集中する。このときも社内に異論はあったが説得した。

大宮に移転した12年の年商1億円が16年には1億5千万円にまで成長していた。この宣言により成長が加速し、19年には年商2億6千万円に到る。

きたいこ——Uターン就職マッチングサイト 対面せずして選考できる

新卒採用コンサルに特化した会社は東京にたくさんあるが、埼玉以北には少ない。それゆえ急成長したシンミドウがいま、注力しているのが埼玉以北にUターン就職したい学生と、地元企業を

結びつけるマッチング支援サービスである。「きたいこ」という求人サイトを立ち上げた。シンミドウは媒介者としての顔をもったのである。

10年以上新卒求人に係わってきた同社は、Uターン就職を希望する学生も地元企業も多いのに、実現しないことが多いことに気づいていた。地元も東京も同時期に面接を行うため、学生からすると時間とお金の面で難しい。地元企業は東京で採用活動する余力がなく、自社のアピールも得意ではない。このギャップに着眼して立ち上げたのが「きたいこ」である。その仕組みは次の通り。

- ① 新卒募集中の地元企業が募集内容を無料で掲載
- ② Uターン就職希望学生は自己PR動画を無料で登録
- ③ 企業が学生の録画をみて、面接したい学生を選ぶ（実質的な一次選考を録画動画で行う）。その際、交通費は企業が負担する
- ④ 交通費を得た学生が企業に訪問し面接、選考
- ⑤ 内定すれば成果報酬で企業が「きたいこ」に1名45万円を支払う

19年にビジネスモデル特許を得て、20年のいま、テスト運用されている。21年から本格運用する予定とのこと。

「きたいこ」は学生はもちろん、企業も初期費用がかからずに利用できる。交通費を負担すれば面接ができる。内定すれば成果報酬を支払う。学生が内定を辞退すれば返金する。

費用が成果報酬なので人材紹介業のように思われるが、特定の企業と特定の学生を結びつけるものではない。Uターン就職を希望する多くの企業と多くの学生の出会いの場を提供するマッチングサービスである。

この事業は、当初は「ゆーなび」という名で企画された。全国のUターン就職を対象としていたからだ。それを「きたいこ」と改めた。「北へ行こう」という意味である。まずは、東京から埼玉と、群馬・長野・新潟方面と、栃木・福島・山形方面から始める。

笹田社長は語る。「退路を断ったのです。シンミドウは大宮に移り、東京を捨てて、新卒以外を捨てて成長してきました。埼玉以北に絞り、東京は捨てることで『きたいこ』を成功させるとの決意です。中小企業の採用難はこれからも続くでしょう。特に埼玉の中小企業は東京に学生を吸い取られてきました。新卒を採用したい埼玉の会社

■企業情報

社名：株式会社シンミドウ

代表者：代表取締役社長 笹田知弘

事業内容：新卒採用コンサルティング業、
Uターン就職マッチングサイト
「きたいこ」運営

設立：2008年

社員数：正社員16名、パート9名

売上：2億6千万円

所在地：さいたま市大宮区

は『きたいこ』の利用を検討してみてください」

2020年春、コロナで世界は変わった。多くの人を集める合同就活イベントができるかどうか分からないなか、企業は新卒を採用していかなければならない。録画ビデオにより対面せずして一次選考ができる「きたいこ」は時代のニーズをとらえた企画である。また、1人しか採用しない中小企業でも割高にならず利用できることも魅力である。差別化した武器を開発したシンミドウの躍進はさらに続くであろう。

■取材を終えて 福永 雅文

戦略とは捨てることである。何かを捨てることで何かを得ようとすることである。捨てることで集中できる。顧客とのコミュニケーションの量が確保できる。ゆえに差別化の武器が磨き上げられる。だから、勝ち抜ける。ダントツのナンバーワンになれるのだ。シンミドウの戦略はランチェスター戦略の理論と一致する。

大宮に移転したことで生まれた「きたいこ」。さいたま市産業創造財団のビジネスコンテストで入賞し、さいたま新都心に事務所のある経産省の関東経済産業局からもプレスリリースされた。そしていま、ぶぎんレポートで取り上げられている。埼玉の会社になったからこそ認められ、期待されるのだ。

