

「小さい会社」は、なぜ強くなれるのか—静岡県立大学・岩崎邦彦教授が語る「小ささを強みに変える」マーケティング拡大しない経営、ブランドづくり、採用まで—中小企業の競争力を生む「引き算」と「引力」の発想

「成功事例を真似するのではなく、真似をされる」——地域・中小企業マーケティングの第一人者が語る、選ばれる会社になるためのブランド戦略

規模の拡大だけを目指す経営から、「小さいからこそできる」価値創造へ。顧客だけでなく社員や未来の仲間まで惹きつけるマーケティングの本質に迫る

デフィデ株式会社（東京都港区赤坂 2-4-6、代表取締役：山本 哲也）は、経営・組織・人事分野の第一線で活躍する研究者・専門家に聞くインタビューシリーズ「JOB Scope マガジン」において、静岡県立大学経営情報学部 教授・地域経営研究センター長・学長補佐の岩崎邦彦氏へのインタビュー記事全 3 回を公開しました。

岩崎氏は、地域や中小企業に関するマーケティングを主な研究テーマとし、政府系金融機関や東京都庁での実務経験を礎に、「研究と実践をつなぐ」ことを重視して地域活性化とスモールビジネスの研究に長年取り組んでいます。今回のインタビューでは、新著『小さな会社を強くするマーケティング思考』を軸に、小規模企業だからこそ実現できるマーケティングとブランド戦略を伺いました。

インタビューでは、「小さい＝弱い」という固定観念や規模拡大を前提とする経営観を問い直し、小さな市場や多様なニーズに応えられる中小企業ならではの強みを解説。消費者・中小企業経営者・廃業者という 3 つの視点から成功と失敗を分析し、論理やデータに基づく「サイエンス」と、人の感情や共感を動かす「アート」の両輪が重要だと語ります。

さらに後編では、「色々という色はない」「総花という花はない」という言葉に象徴される「引き算」のブランドづくり、成功事例を模倣せず自社だけの土俵で一番を目指す考え方を紹介。マーケティングを売り込む「押す力」ではなく、人を惹きつける「引力」と捉え、顧客だけでなく社員や採用候補者にも応用する「インナーマーケティング」へと議論を広げています。

■「小さい＝弱い」を問い直す——小ささを「強み」に変えるマーケティング

岩崎氏の研究の軸は、「マーケティングを通して地域の元気に貢献すること」です。政府系金融機関で中小企業向け融資審査を担当し、その後は東京都庁で地域経済や中小企業の調査、経営指導を経験。そこで得た実務感覚を研究へつなぎ、地域や小さな企業の挑戦を支えるマーケティングを追究してきました。

岩崎氏は、企業経営の目的を単なる利益や規模拡大だけに置くのではなく、社会への価値提供、仕事への誇り、事業を長く続けること、そしてビジネスを通じた幸福にあると捉えます。経営資源が限られる中小企業には、大企業とは異なるマーケティングが必要であり、その「小ささ」を弱みではなく強みに転換することが重要だと指摘します。

その実践例の一つが、高糖度トマト「アメーラ」のブランドづくりです。岩崎氏は20年以上にわたり生産者と取り組みを続け、「モノ」を売るだけではなく、その先にある体験や価値という「コト」を提案する発想を重視。地域の資源を磨き、世界にも通用するブランドへ育てる可能性を示しています。

■成功企業だけを見ない——「廃業者」の視点から見える、小さな会社の勝ち筋

新著『小さな会社を強くするマーケティング思考』で岩崎氏が問い直すのは、「中小企業は規模を拡大すべきだ」という画一的な発想です。企業が大きくなるほど、小さな市場や地域密着型のニーズへの対応が難しくなる場合があります。岩崎氏は「大は小を兼ねない」とし、多様化する市場にきめ細かく応えられることこそ、小規模企業の競争優位になり得ると説きます。

同書では、消費者・買い手、中小企業経営者、そして廃業者という3つの視点から中小企業のマーケティングを分析しています。成功企業だけを見ることで生じる「生存者バイアス」を避けるため、廃業者の調査も組み合わせ、「何が明暗を分けるのか」を立体的に捉えている点が特徴です。

また、これからのマーケティングでは、論理やデータに基づく「サイエンス」と、人の感情や共感を動かす「アート」の双方が不可欠だと指摘。価格や機能だけの一元的な競争から離れ、「好きだから選ぶ」「共感するから選ぶ」というブランドの力を育てることが、小さな会社の強さにつながります。

■「何でもできます」では選ばれない——引き算でつくる、自社だけの「マーライオン」

小さな会社ほど「あれもできます、これもできます」と強みを足し算しがちです。しかし岩崎氏は、「色々という色はない」「総花という花はない」と表現し、何でもできることを訴えるほど企業の個性やイメージが薄れてしまうと指摘します。

そこで重要になるのが、他社に負けない明確な「シンボル」をつくることです。岩崎氏は、シンガポールと聞けばマーライオンを思い浮かべるように、企業にも顧客の頭の中に鮮明なイメージを生む存在が必要だとして、これを「マーライオン効果」と呼びます。

「すべてが得意」ではなく、「これなら負けない」を明確にする。足し算ではなく引き算によって強みを研ぎ澄ませることで、限られた経営資源を集中させ、顧客から選ばれるブランドへとつなげる考え方です。

■成功事例を真似るのではなく、「自分だけの土俵」で一番を目指す

ブランドづくりの出発点は、広告やロゴの制作ではありません。岩崎氏は「ステップ0」として、まず社内で「ブランドとは何か」の認識をそろえ、「ステップ1」で自社がどのようなブランドになりたいのか、その理想像をスタッフ全員で共有することが重要だと説明します。

同時に、成功企業の事例をそのまま模倣しても強いブランドは生まれないと指摘します。必要なのは、自社独自の土俵をつくり、その領域で一番を目指すこと。「真似をするのではなく、真似をされる。真似をされても真似ができない」という状態こそ、強いブランドの条件だと語ります。

品質や技術を土台としながら、その先にある「自社ならではの意味」を明確にする。中小企業にとってブランドは、大企業との資本力競争を避け、自らの価値で選ばれるための強力な経営資源になります。

■マーケティングは「売る力」ではなく「引力」——顧客・社員・採用候補者を惹きつける

岩崎氏が捉えるマーケティングの本質は、商品を押し込む「押す力」ではなく、人の心を惹きつける「引力」です。顧客に「買ってください」と迫るのではなく、「この会社だから選びたい」と感じてもらえる価値や個性をつくることが重要になります。

この「引力」の考え方は、顧客だけに向けたものではありません。社員に「この会社で働きたい」と感じてもらい、未来の仲間に「この会社で働きたい」と思ってもらう採用にも応用できます。顧客満足と従業員満足をつなげるインナーマーケティングは、人材確保が重要課題となる中小企業にとっても有効な視点です。

小ささを制約ではなく可能性として捉え、何を足すかではなく何を研ぎ澄ますかを考える。岩崎氏の提言は、規模や資本力ではなく、独自性と「引力」によって選ばれる会社を目指す中小・中堅企業に、実践的な経営・マーケティングの指針を示しています。

■インタビュー概要

前編

地域や中小企業のマーケティングを研究する原点、政府系金融機関・東京都庁での実務経験、企業経営と幸福の関係を紹介。小規模企業だからこそ可能なマーケティングと、高糖度トマト「アメリカ」のブランドづくりを通じ、「小ささを強みに変える」発想に迫ります。

中編

新著『小さな会社を強くするマーケティング思考』の狙いを軸に、「拡大せずに強くなる」という経営観を解説。消費者・中小企業経営者・廃業者の3つの視点から成功と失敗を分析し、「サイエンス」と「アート」を融合したブランドづくりを考えます。

後編

「色々という色はない」「総花という花はない」という言葉から、引き算によるブランド戦略を紹介。自社だけの「マーライオン」をつくり、成功事例の模倣ではなく独自の土俵で一番を目指すこと、さらに顧客・社員・採用候補者を惹きつける「引力」としてのマーケティングを掘り下げます。

■岩崎邦彦氏 プロフィール

静岡県立大学経営情報学部 教授・地域経営研究センター長・学長補佐。

マーケティングを専門とし、とくに地域や中小企業に関するマーケティングを主な研究テーマとしています。

政府系金融機関、東京都庁勤務を経て研究者となり、地域活性化とスモールビジネスの研究に長年取り組む。静岡県立大学では地域経営研究センター長を務め、経営、公共政策、データサイエンス、観光などの知的資源を掛け合わせた研究・教育活動を推進しています。

日本地域学会賞、日本観光研究学会賞、世界緑茶協会学術研究大賞、日本印刷学会賞などを受賞。
著書に『小さな会社を強くするマーケティング思考』『地域引力を高める 観光ブランドの教科書』
『小さな会社を強くするブランドづくりの教科書』『引き算する勇気』『農業のマーケティング教科書』
『世界で勝つブランドをつくる』などがあります。

■デフィデ株式会社について

会社名：デフィデ株式会社

所在地：東京都港区赤坂 2-4-6-6F

代表者：山本 哲也

事業内容：戦略 AI コンサルティング／生成 AI 基盤構築支援／社内業務クラウド（SmartOps）／
RAG 型 AI チャットボット・特許取得（chai+）／HR Tech（JOB Scope・生成 AI ワークバリュー
・スコア分析・HR キャピタルダッシュボード）

Web サイト： <https://www.defide-ix.com/>

主なサービス一覧：

生成 AI ワークバリュー・スコア分析（特許取得）： <https://jobscope.ai/ai-survey/>

HR キャピタルダッシュボード（JOBSCOPE ISO30414）： <https://jobscope.ai/hrcapital/>

SmartOps（業務改革 AI プラットフォーム）： <https://smartops.jp/>

chai+（RAG 型 AI チャットボット・特許取得）： <https://lp.chatbothub.ai/>

chai+ Full Duplex AI ボイスボット（特許取得）： <https://lp.chatbothub.ai/voicebot>

JOB Scope（タレントマネジメント）： <https://jobscope.ai/>

JOB Scope マガジン： <https://marketing.jobscope.ai/media/>

AI Future Talks： <https://www.defide-ix.com/ai/ai-future-talks>

【メディア・記者向けお問い合わせ先】

デフィデ株式会社 広報担当

Email：SalesRep@defide-ix.com

TEL：03-6551-2921

URL：<https://www.defide-ix.com/>