

4 ビジネス革新と地域との共生

小 泉 光 一 郎

(1) 自社の経営理念

最初は、弊社の経営全般の紹介をし、その後で幾つかの具体的な事業すなわちレンタルカー、平塚でやっておりますF1 DREAM平塚、それからダイレクトパークと駐車場事業関係、そしてアクアクララという水の事業について話したいと思います。私どもが取り組んでいるビジネスの展開とそれを動機づけている基本的な考え方を紹介することで、地域と共に生きる企業のあり方の、一つの実践的な例が披瀝できればと考えております。

まず、相模石油株式会社の経営理念、会社目的、ドメイン、行動規範について紹介します。これは毎朝朝礼で社員に周知徹底しているところです。

経営理念：世界を見つめ、地域に貢献する。

会社目的：顧客の創造・利益の追求

ドメイン：相模石油株式会社は、生活・産業エネルギー、生活・くるま文化の専門商社として、一人一人のおお客様の気持ちを大切に、お客様のウォンツに応えていくために楽しく有益な情報と製品を提案致します。

行動規範：① お客様の満足を引き出すため、積極的な提案を行う。

② 外部環境の変化に対応し、考え行動する。

③ 過去にとらわれない新しい発想と、CAN・DO精神で常にチャレンジする。

④ 上下関係にとらわれず、アイデアや企画を積極的に提案する。

私どもの会社は、今年度で創業80周年を迎えております。平成9年には26ヶ所のSSというものを分社化致しまして、石油供給事業から撤退しました。平成10年の11月1日が新しい創業記念日ということです。

まず、ドメインにつきましては、平成元年に作ったものです。当時は130

ほどの社員があり、10グループほどに分かれて、皆でこれからのことを話し合っ
て、社員と一緒に作って作ったものです。平成9年以降は石油製品と車文化の専門商社、生活エネルギー、車文化が1つになって、生活文化というふうになりました。また、環境と健康をテーマにしたジャンルにもチャレンジして行こうということで生活文化を入れました。

(2) 地域と企業

さて、きょうのテーマである地域という問題ですが、行政的な地域から考えると平塚という地域ですが、私どもは企業として自分が属している地域に、協力・貢献できることを自分でやって行こうということに関心をもっております。

例えば、アイスランドという国は人口26万人の小国で、平塚とさほど変わらないです。つまり、平塚もしっかりした国になれると思います。平成6年に当時の平塚市長が、平塚商工会議所の青年部にきて話をしました。その話は、平塚という町には名物というものがないのではないかとということでした。貴方達はもうちょっと平塚の名物というものを創って見たらどうですか、と言われました。私どもの会社は石油製品と車文化ということで、一体名物ということは何なのか、ということを考えました。また、自分なりに名物というものは何かを色々解釈しました。それが、F1 DREAM平塚というものの誕生につながる結果となりました。

モータースポーツで530メートルのコースができました。レンタルカートは世界のホンダと組み、ホンダのものを利用しました。その理由は、ホンダはF1レースなどにエンジンなども供給しているので、世界的なブランドであります。したがって、ホンダと組むことにより世界につながるということでした。F1 DREAM平塚は新しい平塚のモータースポーツ文化として、平塚のホットプランとして応えられると考えました。

将来の夢としては、カートは初級編ですが、その中間を埋められるような4輪サーキット、100cc、125ccカートができるようにしたいと考えています。実現には1万5千坪の土地が必要ですので、まだまだ時間はかかると思いま

す。しかしながら、地域の子供たちの育成のためにも、そのような夢を持ってやっていきたいと思います。将来的には、ラスベガスに空港の真下の所に1,500坪くらいの土地を手に入れて、そこに125ccのカートを入れたいと思います。

昨年、川崎市では市長が鉄道沿いに作ることに反対しました。そのときに指摘されましたのは、ディズニーランドなどには成功要因が3つあって、それは、スピード感、スリル、サスペンスの3つであるが、それらが揃わないというものでした。それらの意見を聞きながら、スピード感、スリルはあるが、サスペンスがございません。こうしたお客様の意見を色々と聞きながら、サスペンスに変わるものとして、ドラマチック性を蓄積すればいいのではないかと思いました。つまり、スピード感とスリルとドラマチック性ということで、お客様と色んな話を致しまして、自分で走るだけではなく競走しているわけです。色々と白熱して競走して楽しいわけです。

(3) 地域ビジネスの展開

次は、ダイレクトパーキングについてですが、これは平塚駅前の駐車場です。平成12年4月にオープンしたものでございます。その前に、私どもが平成10年からSSから撤退したときに、PARK24コイン駐車場を展開しております。われわれが神奈川のエリアフランチャイズとしてやっております。平塚市内に19ヶ所の小さな駐車場があります。なぜ、駐車場をやるか、といいますと、それは車文化の中での1つのジャンルであるからです。

車のホテルといいますか、そのようなイメージがありましたので、ビジネスを始めました。SSが26ヶ所ありましたので、26ヶ所くらいの駐車場もやりたりということが夢でもありました。その考え方というのは、地域の中心商店街というのが、どこの町に行っても先に出てきまして、郊外の大店舗の駐車場などにお客さんをとられている、という状況があります。また、街の中でも月極駐車場というものがあります。しかし、月極駐車場では借りた人しか使えないし、商店街のお客さんのために使えないという状況があるわけです。

車文化の対応という観点からとらえますと、街の商店も自分のお店の前に駐車場くらい設けないと、お客さんは来ないですね。また、お客さんも自分が行きたいところの店先に車を止めたいわけです。しかも、駅前50Mまで接近したいという潜在的な欲望がありまして、そういうことを満たすためには大型の駐車場ではなくて、小型の駐車場を街の中に点々と作るが一番重要ではないか思います。

また、こういうことが商店街も喜ぶし、訪れる人も喜ぶと思いますの、皆にとっていいことだと思います。また、当然、それを作るためにアスファルト工事でも電気工事でも設備工事でも必要です。さらに、セキュリティーのための業者も仕事が増えるということで、地域の関係者が皆喜ぶと思います。

これについては、赤字のところも黒字のところもありますが、それらのバランスを考えて経営していこうと真面目にやってきました。その経営のポイントというのは、駅前に大きな駐車場がありますよね、その近辺の空き地を借りるわけです。そうすると、そこはすぐ満杯となり、儲かります。そして、私どもはその通りに営業しましたけども、現在では115ヶ所ほどの駐車場を確保することになり、1600台分くらいの駐車場を管理しております。しかし、それだけでは違うのではないかと思いました。やはり高い土地を平面で1階のみ使うよりは多層階で使えば、より安く提供できるのではないかと考えた次第です。

それで、私たちが駐車場をビル化して街の活性化に貢献することを考えました。そして、われわれがものごとを考えて平塚市に提案書を出そうと考えました。ただ、市議会を通さないといけないという話ができました。また、ビルの1階は商店にしてくれという話がありましたので、1階は炭火焼肉牛角とかBook Off(ブックオフ)というものをわが社が独自の運営しております。

(4) 地域との共生

しかし、いろんなことを見直してみますと、どうも駐車場が空しい。というのは4階から上はどこも空いているんです。それで、平塚市の商店街に来るお客さんのために、とにかく大きい駐車場を作って、お客さんに安く提供

しなければならない。そのためには入口のゲートというものを作って、金を出さなければ開かないというものをやらなくてもいいんじゃないか、との考えにとどり着いたわけです。そこで、今のダイレクトパーキングというものを創りました。313車室の全部について、時間設定は全部バラバラにできるんです。そう言われると、お客さんが混乱してしまうので、現在は3段階に分けて一番の上の8階は1時間100円駐車できるんですね。中段の階層は1時間で200円、下の方は1時間300円ということで値段を分けているんです。こうすると、お客さんは安いところに行きますね。そしてお客さんに喜ばれるんです。

最後にアクアクララの話ですが、これは小泉純一郎首相が首相になった年に、その政策方針の中で、きれいな水、おいしい(水)、そのような国づくりをしたいと言いました。また、日本人の女性の母乳というのは、世界平均の約20倍のダイオキシンがふくまれていると言われております。そこで、そのような国民的・市民的要求や、生命や健康にやさしいビジネスにチャレンジすることに使命感を持ったわけです。

時間がなくなりましたが、ここに来て夢の話をしたいですが、先のダイレクトパーキングは昨年に特許がおりました。これを全国の100カ所くらいでやりたいと思っています。これが儲かって成功しますと、実はニューヨークのマンハタンの真中に、ダイレクトパーキングをやりたいと夢を描いております。実はあそこは1時間に12ドルです。そういうところで安く駐車させてあげたら、アメリカ人も喜ぶのではないかと思います。

水の夢については、われわれがプラントを作ってきれいな水を供給しております。また、ペットボトルを捨てて環境負荷を減らす、新しいライフ・スタイルの創造にチャレンジしています。