

100年以上続く企業の共通点として、どの企業にも負けない「コアコンピタンス」があることが言えます。

コアコンピタンスとは、絶対的差別化のことで、値引きの必要がない商いを創るというところ、会社自体や所有している商品、サービスに全体的なブランド力があるということです。

「この商品と言えば〇〇、このサービスと言えば〇〇」など、その業界に精通している人であればすぐに頭に思い浮かぶまでに自社のブランド力を確立することができれば、100年続く企業の仲間入りができるのではないでし

第4回

120年続く100年企業コンサルタントが伝える「つぶれない会社」をつくるために100年続く老舗の教え！

連載

100年企業を創るには「ブランド力」を磨く

藤間公認会計士税理士事務所 所長

藤間 秋男

ようか。

ブランド力を上げていくためには、他社との差別化を追求すること、会社の理念を再構築すること、会社や商品、サービスの求心力を高めることなど、いろいろと確認をすることが必要になってきます。

自社の本来の力をシンプルに考えることが何より重要です。自社は何故続けてくることのできたのか、何故商品、サービスが売れているのか、何故仕入先が協力してくれるのか、何故社員が応募して入社してくれているのかなど、この「何故」を今までとは違っ

た視点で追究していくことで明確になってくるのではないでしょう。

ブランドになるためには、その商品、サービスの品質が信頼に足る優れたものであること、知覚品質（外見から分かる品質感のこと）が優れていること、他との差異化など様々な要素が図れていることが必要です。

どれも一長一短で構築できることではありません。また、長く続けていければできるものでもありません。商いの心々を代々受け継いでいくことができれば、ブランド力を高めていくことが可能だと思えます。

話は変わりますが、誰もが知っている会社は数多くありますが、その中で100年後も残っていると思う会社は何社ありますか？また、その会社は何故残ると思いませんか？

自社のコアコンピタンスを考え、それを「商いの心」として纏のように次世代に渡していくことができれば、ブランド力が高まり、世の中に残っていくものだと思います。

藤間 秋男（どうま あきお）

公認会計士・税理士・中小企業診断士・行政書士。1952年生まれ。慶應義塾大学卒業。82年藤間公認会計士税理士事務所開業。経営改善、財務強化、節税対策、経営計画、相続・事業承継対策などをテーマとした戦略と実践プログラムで好評を博す。現在有資格者40名を含む、総勢140名のTOM Aコンサルタントグループの代表。著書に「法人税節税チェックポイント78」他多数。