

月刊ガソリンスタンド 2021年3月号

新型コロナウイルス蔓延にともなう緊急事態宣言、政府によるガソリン車販売禁止などの政府方針発表によりビジネスを取り巻く経営環境が急速に変化しています。

働き方改革は皮肉なことにコロナ禍により短期間で一気に進み、テレビ会議やテレワークもあたりまえに、そして人々のライフスタイル、働き方の意識と常識も大きく変化しています。私も一人の経営者としてこの変化に対応すべく気持ちを一新して頑張っておりますが、70歳を超えた我々団塊の世代にとっては時代の変化に対応するのも大変な時代です。振り返れば、コロナウィルスのパンデミック騒ぎもすでに一年以上経過しています。そこで、SS業界から一度視点を外し、この時代を生きる一人の事業家として冷静に時代を見つめ直す必要があると感じています。

● 既成概念が変われば、ビジネスチャンスが増える

多くの業種でコロナ禍により営業活動に制約が出ていますが、これまで石油業界には特に大きな制約が掛かっていないことはありがたいことだと思います。私の身の周りには軽井沢にバックオフィスを構えて、テレワークで自分の仕事を管理しているいろいろな業種の経営者の方がいらっしゃいます。コロナ禍の影響を嘆いている観光業やサービス業、飲食店などの経営者もいれば、逆にこれをフォローの風としてビジネスチャンスに捉えている経営者も多いことも現実でありコロナ禍の影響は本当に多様なので驚かされます。

WEB系の通販ビジネスなどは、店舗設備や製造設備も不要なビジネスモデルですから、軽井沢の別荘内で受発注作業をしている企業も沢山あります。

インターネットの社会ですから、クラウドの活用により何処にいても可能なビジネスも多いわけで、家賃の高い都内の一等地のオフィスから中枢部門をリゾート地に移転してくる企業が多いことにも驚きです。軽井沢にメインオフィスを移して森の中で仕事しながら暮らしている人達はもちろんスーツではなくてカジュアルなスタイルですし、時間も自由に使えるようで本当にリラックスした雰囲気です。コロナ騒ぎで今年の春あたりから始まったニューノーマルな働き方を急速に取り入れる企業が増え、環境省も補助金を出すなど注目を集めている「ワーケーション」というワークスタイルが増えています。近くのホテルやリゾート地の別荘などの休暇先で、テレワーク（リモートワーク）で仕事をする人たちがこれから急増するはずですよ。

職種によっては、リモートワークができないSS店頭現場などの職種もあるわけですが、経営企画や管理業務などは工夫することで経営管理コストの劇的な軽減化が可能となるはずですよ。リゾートオフィスにおけるワーケーションの利点としては、異業種にかかわる人たちとの交流によりビジネスの視点が変わることです。

経営者たる人間は、だれでもなるべく効率よく作業をこなして収益性の高い、付加価値ビジネスを展開したいものだと考えているはずですよ。30~40歳くらいの比較的若い起業家的経営者の方も多いため、これまでSS業界の枠の中の課題ばかりに固執していた私など

は大変啓発されることが多く勉強になります。今回のようなコロナ騒ぎによる社会情勢の変化に柔軟に対応できて、順調にビジネスを展開している若手起業家の皆さんはこんな時代でも悲壮感が無くてたくましく感じます。既存のSS業界の経営者も若返ってはおりますが、どちらかと云えば規制概念にとらわれているケースが多いと感ずることも多いわけで、もう一度原点から自らの業種と業態を考え直す必要があると感じます。必ず、新しい概念やビジネスモデル創出ができると思います。

● いたるところに、業態改革のテーマが見えてくる

ワーケーションという言葉は造語のようですが、その由来は「ワーク（仕事）+バケーション（休暇）=ワーケーション」ということ。環境省が補助金の支給を決めるなど、国もワーケーション普及に向けての動きを強めています。「仕事」と「休暇」という、相反するものが一つになっている点でおもしろい言葉ですが、私自身SS業界に身を置いて感じていたことは「貧乏暇なし」ともいえるように働きづくめで余裕がないというのが実感でした。

今考えれば、時間に追われてばかりで考える時間もなかったと思います。先日読んだ本に、「忙しい！」と「暇がない！」という言葉は貧乏人の常套句だと書いてあったのでドキッとしました。確かに時間の余裕がある人が豊かな人だと思うわけで、いつも「忙しい」、「暇がない」と愚痴をこぼしている経営者ほど無能で、時間とお金に余裕がないということなのでしょう。一見、「リゾートで遊びながら仕事するの？」と捉えられがちですが、例えば「仕事が忙しくても自らの今後の計画を練りながら考える時間を持つ」ことも大切な仕事なのだとの捉え方をすべきだと思います。仕事を片付けたら、ご褒美として露天風呂に入って、そのあと地元の食材を活かした料理をいただいて…と考えると、仕事に対しても気合が入ると思いませんか？ リモートワークは「会社と違う場所で仕事をする事」ですから、この「まず、リゾートでリラックスする」ということがワーケーションとマイホームやレンタルオフィスに籠って作業するリモートワークとの大きな違いです。

最近、自宅やカフェ等で仕事をするリモートワークが普及し、さらに直近では新型コロナウイルス感染症拡大防止のために一気に広がったこともあり、ワーケーションは「多様な働き方」のひとつの手法として注目を集めています。

SS経営者の方も一人の事業家ですからライフワークを工夫することで時間と空間を有効に活用しつつ新たな視点から自らのビジネスを考え直す絶好の機会だと思います。

まさに、多くの企業で働き方改革の実践がスタートしています。

● SS経営者の貴方は、企業家、事業家、実業家、それとも起業家？

一口に経営者とは云っても、業種、企業規模や業態、さらに個人としての考え方や経営者としての立場と器量により本当に多様な形があり幅もありますね。自らSSビジネスを立ちあげた社長。大手企業に就職してから社長として出向している社長。先代からのSSビジネスを引き継いだ二世、三世の社長。大企業のSS部門に配属された社長。いずれもSS業界の社長なのですが、いつもSS企業の社長と面談している私などは微妙にその「差」を感じずる時もあります。別にどんな立場であったとしても社長であることには変わりありませ

んが、やはり起業家としての立場で苦勞してきた社長はバイタリティーがあつて「歯ごたえ」もあり、良い意味で人間味があるように感じています。そんなわけで、現在のような変化の時代には起業家としての精神を持つ社長が活躍できると感じています。それはS Sという「業種」に関して、業界の既成概念にとらわれず常に創造的な視野に立って自らのビジネスモデルを考えていると感じられるからです。石油業界に構造的な矛盾があるとしても不満があつてもその矛盾自体を自分の思考や行動で上手に解消していくだけの器量と経営力を持っているからです。先に述べた「ワーケーション」の考え方、時間を上手に使える社長は経営力があると云う事。お金の使い方が上手い社長はお金儲けが上手くて、単なるドケチの社長は意外なことにお金儲けが下手ですね。とにかくお金は本気で稼いで上手に使う事。お金を「汚く稼いで上手に使う」という諺もありますが、汚く稼いだお金は差イシュー的には身につかないものです。「人も良く、我も良く、我は人より少し良く」といった程度が一番なのでしょう。

● 業態改革は、現状課題の見直しと地域密着から

ガソリン車が販売禁止と云う事でS S業者が焦る必要はありません。当面はガソリンだけで走る車が販売禁止になるだけの事です。確かに自動車の燃費向上によりS S店頭におけるガソリン販売は減販となるはずですが、すぐに全くゼロになるわけではありません。

そして、ガソリン車の販売禁止は世界的な潮流なので世界中のガソリンスタンドに課せられる課題であるともいえます。ですから、S S業者としてはまず自らのマーケットをよく分析しながら「次の手」を考えておく必要があります。

私自身、一人の事業家としてこの変化の時代を考えれば、いまほど大きなビジネスチャンス到来の時期はないと考えています。物事を考えるときに悲観的に考えるか、それともポジティブに考えるかで経営者として大きな格差が出てきます。人生、生きていれば色々なことがあります、「山高ければ、谷深し、」逆もまた真なりと申します。現状を考えたとき新たに全くニュートラルな視点に立ち、次の手を考えると云う事は楽しいことだと思えば、いろいろなアイデアや企画が出てくるはずですが、麻雀と同様に配牌が悪い時には次を待つ、ガラガラポンでつきが回ってきたときに勝負すると単純に考えていけばいいわけです。緊急事態宣言の再発令以降、都心部における商業施設の集客と売上の落ち込みは深刻で、もはやこれまでと見切りをつけて撤退するテナントも急増しているようです。ビジネス環境の変化は一時的なものなのか、コロナ後の世界はどうなるのか、未だ混沌としており大都市部に集中していたこれまでの生活様式が崩壊する時代が到来するのかもしれない。

● コロナ後を見据えてS S企業が目指すべきビジネスモデル

経営者にとって、新たなビジネスモデルの企画を立てることはどんな時代でも必要なことですね、いまS S経営をしている方も必ず誰かがモータリゼーションの到来を見据えて事業を始めたはずですが、ですから、「ガソリンスタンド」創世記に立ち返り今後の世の中の流れを想定しながら可能性の大きな職種と業態を研究し選択すべき時なのです。

別に、難しいことは何もありません。焦る必要もないわけです。コロナ禍も自動車の進化

も貴方だけの課題ではなくて、世界中の課題なのですから皆悩んでいるわけです。

しかし、経営者として「茹でカエル」のような生き様で死んでしまうのか、それとも毅然として時代の変化に立ち向かうのか、よく考えてみる必要があります。

私自身、これまでいろいろな仕事に取り組んできました、振り返れば、山林経営、酒屋、から始まって、ガソリンスタンド、不動産業、外食産業、そして現在のシステム開発などなどいろいろな職種を経験しながら現在でもこうして生きているわけです。

バブル崩壊で進退窮まり、一度はどうなることやらと考え込んでしまった時期もありましたが、今になって考えれば、すべては現在のためのインターバルであったようにも感じられます。すなわち、振り返れば、災害や苦難、一時的な失敗も成功もすべては自らのキャリアそのものが現在の仕事の経営資源となっているわけです。世の中が変わるときには必ず「富の偏在」が発生します。これまで、既存体制の中で勢いを持っていた大企業であっても氷河期のマンモスのように死に絶える企業も多いはずですし、アリやゴキブリのような小さな虫けらであっても果敢に生き延びる生き物もいます。

まさに、本稿のテーマである『変化と試練が人と企業をつよくする』時代が到来しているわけですからこの時代をどのように捉えるかは読者自身のマインドにかかっていると思います。これからまだまだSS業界の淘汰は進むはずですが、しかし、必ず勝ち組として生き残り次の時代に向けた業態改革により成長する企業も多いはずですが。

● 今後の灯油ビジネスに注目

今シーズンは、寒波とステイホームの影響により灯油の売り上げが非常に順調に推移しています。出荷ベースで前年比125%以上を見込むような情報もありますが、SS数の減少やセルフ化による配送体制の弱体化もありリテール部門では、1店舗当たりの売り上げが前年比150%を超えている企業も多くあります。宅配ブームとも相まって配送コストの転嫁も見込めることから収益に大きく貢献できると期待されています。

しかし、現場における課題もいくつか見えています。灯油配送に対する消費者需要は増えていますが、配送スタッフの確保が思うようにいかないという声が多いようです。コロナ禍で失業者が多発しておりますから来季に向けた季節的な人手確保の準備を検討する必要があります。また、灯油ビジネスに関して本格的体制構築が未着手の企業におかれては顧客管理体制の構築、手書き伝票に依存している場合には売り上げデータ入力の煩雑解消の課題、受注体制の整備などが主たる課題となっている企業も多いようです。

以前から本稿においては、灯油販売に関するポイントを繰り返し公開してきたわけですが、本年も、時代の変化に即応した拡販手法と万全な配送システム構築に関するセミナーや実務に即した運用講習会を本年も開催する予定となっております。もちろん、既存ユーザー様におかれましては、社員再教育研修会なども無料対応させていただきます。興味をお持ちの企業様はお気軽に「ゆきんこサポートセンター」までお気軽にご連絡をいただければとお待ち申し上げます。