

編集後記

記録的猛暑が続く中で、本別冊9号も多くの皆様のご協力を得て、無事に発刊できましたことを深く感謝申し上げます。

本号でも中小企業の新たな方向性、そして、起業の事例も含め元気な中小企業のご紹介をさせていただくことができました。近年は、想定外に長引くコロナ禍と、この異常気象といわれる環境下で引き起こされる自然災害、さらには円安等による物価高など、ビジネス環境に深刻な影響を与える事象が次々と出現いたしました。しかしながら、毎号本誌でご紹介させていただいているように、さまざまな工夫でこの苦難を乗り越える中小企業の活力ある姿には、目を見張るものがあります。

そうした中、私もこの夏は、一か月以上にわたって秋葉原の企業様とお会いする機会がございました。上京して初めて秋葉原に足を運んだ頃の、電気のまち、電気街というイメージを強く持ったまま、今日まで、その地を訪れる機会は殆どありませんでした。

ところが、ニュースではたびたび耳にはしておりましたが、秋葉原は大きく様変わりしており、当時のラジオ部品など取り扱う「電気街」が、現在では「電気無い」と呼ばれるほどに様相が一変しており、若いころに体験した電気一色の街の面影は見当たりません。秋葉原は、今や日本のコミック、アニメ、フィギュアなどの「ポップカルチャー」の情報発信地として世界の注目を集めており、メインストリートを闊歩する旅行者を初めとした外国からの来街者の多さに圧倒され、驚かされました。

秋葉原の歴史を見れば、太平洋戦争後の闇市から、1951年（昭和26年）の露店整理令を経て形成されていった電気街が、1990年代後半にアメリカから始まったインターネット関連のベンチャー企業の隆盛とともに20世紀末まで栄えました。この頃のことは、私自身の記憶の中にもはっきりと残っています。やがてITバブルが崩壊し、21世紀になると、アキバ系などとも呼ばれる文化の中心地として大きく様変わりをしたと記録されています。

なにより驚いたのは、街にいる人々、店内にいる人々のほとんどが、つまり、お客様となる人々が、スマートフォンを熱心にのぞき込んでいる姿でした。スマートフォンから得られる情報が、異国の人々をかくも自由に秋葉原という地に導いている姿として私の目には写りました。新型コロナの取り扱いが5類に移行となり、観光客を中心に来街者が戻り、さらに中国の団体旅行も解禁になりました。この1年の間にも、秋葉原の街は、刻々と変化し続けています。

ビジネスは、この秋葉原の変化に見るように、多様な要因によって変化する市場に、的確に対応していくことが求められることを、目の当たりにした思いでした。そして、こうした市場の変化にスピード感をもって対応していくマーケティング・マネジメントの重要性を、改めて再認識させていただいた夏でした。

今年の猛暑は、まだしばらく続くとのことですが、私も負けずに熱い思いをもって、中小企業の皆様と関係者の皆様に少しでもお役に立てる研究を継続していきたいと思っております。

『中小企業支援研究』編集委員長

前田 進