



# KASHIMA SUZUKI PLAZA 21.

株式会社鹿島スズキプラザ21

## 知的資産経営報告書

---

2023年1月作成

# 目次



1. ごあいさつ
2. 事業概要
3. 沿革
4. 知的資産
  - ①内部資産
  - ②外部資産
5. 現在価値ストーリー
6. 外部環境分析
7. 環境分析
  - ①SWOT
  - ②クロスSWOT
8. 将来価値ストーリー
9. 経営デザインシート
10. SDGs（私たちのゴール）
11. 会社概要

# 1.ごあいさつ

(株)鹿島スズキプラザ21は1971年、鈴木自動車工業株式会社（現在のスズキ株式会社）の副代理店制度が発足した時に副代理店「鹿島スズキ販売」としてスタートしました。発足当時、副代理店の資格を取得した会社は541店。令和3年末時点では3,864店になりましたが、発足当時から現在まで事業を継続している会社は全国でわずか88店。佐賀県内には3店あり、そのうちの1店が弊社で、昨年の全国副代理店大会で表彰を受けました（右写真）。

10年後、開業から70周年の節目に事業承継（後継者：実娘）を予定しており、知的資産経営報告書の作成を通して会社内外、様々な視点からの整理整頓が着々と進んでおります。

私は長崎県出身で、鹿島に来たばかりの頃は右も左も分かりませんでした。営業活動、地域活動を通して鹿島の方々との積極的な交流を続けてきたことが、今日まで事業を継続して来られた要因ではないかと思えます。今年還暦を迎えましたが、「会社」「鹿島というまち」「安心安全なくらし」を次の世代へ繋げられるよう、挑戦し続けたいと思えます。

## 代表取締役社長 藤松 義将



将来、事業承継を円滑に行うことを目的として、知的資産経営報告書の作成を行いました。財務諸表では表せない自社の強みや弱み、保有する資産等を見える化したことで、今後10年間の事業計画の作成、社内全体での意思共有を行うことができました。

物心ついた頃から「うちのいえはクルマ屋さん」と言っていた私が、いよいよ事業を承継する立場になるのだと再認識し、身が引き締まる思いです。

四代目社長として後を継ぐべく2022年4月に入社しましたが、新しい視点を持ちつつ、これからも“お客様に安心安全なくらしを届ける会社、として事業を継続できるよう精進して参ります。



取締役 藤松 桃子



KASHIMA  
SUZUKI  
PLAZA 21.

## 2.事業概要



### 経営理念

お客様に快適で安心安全な暮らしを届ける

### 基本理念

- 一、お客様の「困った」にできる限りのサポートを
- 一、安全なカーライフで暮らしに安全を
- 一、免許取得から返納、その先までのお付き合いを

### 企業理念

- ・安全な商品の提供と、きめ細かなサービスで顧客満足を高める
- ・個々の技術力の向上に努め、チームワークの強みを最大限発揮する
- ・企業活動を通してステークホルダーに信頼され、地域社会に貢献する企業を目指す

## 2.事業概要



KASHIMA  
SUZUKI  
PLAZA 21.



スズキ株式会社



スズキ自販佐賀株式会社



株式会社鹿島スズキプラザ21

メーカー



自動車を製造



ディーラーに販売

ディーラー



メーカーから新車仕入れ



副代理店に販売

副代理店



ディーラーから新車仕入れ



顧客に販売

# 2.事業概要

スズキ株式会社  
(メーカー)



KASHIMA  
SUZUKI  
PLAZA 21.

スズキ自販佐賀株式会社  
(ディーラー)



《提携先》

钣金



(株)鹿島スズキプラザ21  
(副代理店)

《提携先》

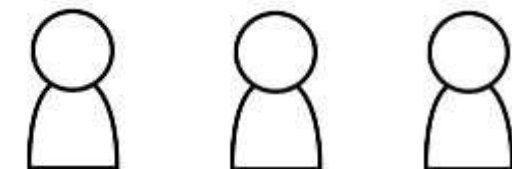
塗装



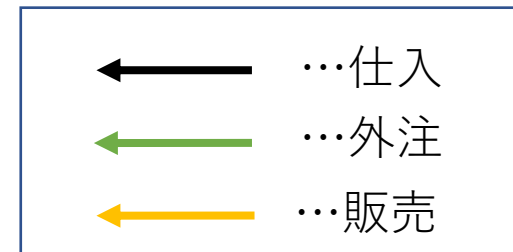
看板



電装



顧客 (リピーター・新規)



(車両に貼付するステッカーなど)

# 2.事業概要



## 7つの事業

### 自動車

販売部門

整備部門

保険部門

① 新車販売



② 中古車販売

③ 車検

④ 整備钣金修理

⑤ 自動車保険



継続的な価値の連鎖

### レンタカー



⑥ レンタカー

スズキセニアカー



### EV関連

⑦ EV商品販売



BLAZE  
EV SCOOTER



# ① 新車販売



KASHIMA  
SUZUKI  
PLAZA 21.

<快適な、楽しい、ワクワクする、夢のカーライフ>



ガラス張りの  
ショールームの活用

押し売りをしない  
営業スタイル



接客サービスの  
丁寧さ、早さ、正確さ

アフターサービスの  
充実



## ② 中古車販売

<快適な、安心、安全なカーライフ>



協力会社や  
人的ネットワークの活用

下取車や自社リース車  
代車の提案

## ③ 車検

<快適な、安心、安全なカーライフ>



車検案内の郵送

代車は新車を用意

快適な車内空間の提供

## ④ 点検 整備 钣金 修理

<快適な、安心、安全なカーライフ>



お客様に安全かつ安心して  
ご利用いただくために    お客様の`困った、`  
に対するサポート体制

## ⑤ 保 険

<安心、安全なカーライフ>



更新前に契約内容を見直し  
ライフステージに合った提案  
事故対応(保険・整備)



## ⑥ レンタカー

<快適な、安心、安全な時間と空間>

高年式の  
スズキ車を用意

肥前鹿島駅から  
徒歩3分の立地

観光・ビジネス  
帰省での利用

地元民の利用



【観光案内の設置】

地元民がおすすめる  
お食事処、スポットの紹介

満足度の高い滞在時間の提供

# 【レンタカー利用後のお客様の声（アンケート）】

氏名：H・T様（会員カード番号 0000-0426-XXXX）  
年齢：48歳 性別：男性  
出発：2022年11月26日(土) 17:00／帰着：2022年11月27日(日) 16:00  
車両：佐賀 500 わ 4279 名称：スイフト クラス：Sクラス  
**■総合コメント**  
次の機会があればまた利用したいと思った

氏名：K・H様（会員カード番号 0000-0426-XXXX）  
年齢：74歳 性別：男性  
出発：2022年11月21日(月) 09:00／帰着：2022年11月21日(月) 17:00  
車両：佐賀 580 わ 3427 名称：アルト クラス：Kクラス  
**■総合コメント**  
私が宿泊していたホテルの数分の場所にあり便利でした。車も外観内装とも綺麗で気持ち良く運転できました。何よりお店の皆様方の笑顔での接客対応が良かったですね。

氏名：K・T様（会員カード番号 0001-0027-XXXX）  
年齢：54歳 性別：女性  
出発：2022年10月27日(木) 15:00／帰着：2022年10月27日(木) 20:00  
車両：佐賀 480 わ 1367 名称：キャリイ クラス：T1クラス  
**■総合コメント**  
営業時間が長かったのが安心でした。綺麗な車を用意して頂きありがとうございました☆

氏名：W・K様（会員カード番号 0000-0426-XXXX）  
年齢：65歳 性別：女性  
出発：2022年09月21日(水) 17:00／帰着：2022年09月22日(木) 17:00  
車両：佐賀 580 わ 3697 名称：ワゴンR クラス：Kクラス  
**■総合コメント**  
営業所の方物凄く優しい方ばかりで初めて利用させてもらいましたが二重丸以上の満足です。佐賀県民は優しい方凄く多くて楽しい旅行出来ました。また別の所でも利用するつもりですが、鹿島の営業所さんがとっても満足のハードル高かったので少し心配です。でも必ずニコニコさん使いますね。

氏名：H・M様（会員カード番号 0000-0386-XXXX）  
年齢：70歳 性別：女性  
出発：2022年11月04日(金) 09:00／帰着：2022年11月04日(金) 15:00  
車両：佐賀 580 わ 4055 名称：ワゴンR クラス：Kクラス  
**■総合コメント**  
毎回気持ちよく利用させていただいております。  
今回もお世話になりました。

氏名：M・S様（会員カード番号 0000-0426-XXXX）  
年齢：66歳 性別：男性  
出発：2022年10月22日(土) 20:00／帰着：2022年10月24日(月) 09:00  
車両：佐賀 500 わ 4279 名称：スイフト クラス：Sクラス  
**■総合コメント**  
今回、長崎本線ダイヤ改正のため、無理をお願いして対応していただきました。予約受付の時点から大変親切に受けてくださり、本当に助かりました。車も清潔快適でよかったです。また、利用させていただきます。

氏名：S・T様（会員カード番号 0000-0405-XXXX）  
年齢：66歳 性別：女性  
出発：2022年10月21日(金) 14:00／帰着：2022年10月28日(金) 14:00  
車両：佐賀 500 わ 5221 名称：ソリオ クラス：Sクラス  
**■総合コメント**  
今回で3回目ですが、いつも気持ち良く対応して下さいます。

氏名：K・N様（会員カード番号 0000-0426-XXXX）  
年齢：60歳 性別：男性  
出発：2022年10月15日(土) 09:30／帰着：2022年10月16日(日) 09:30  
車両：佐賀 500 わ 5221 名称：ソリオ クラス：Sクラス  
**■総合コメント**  
初めての利用でしたが、スタッフの方の対応がよく、親切に説明して頂きました。次にレンタカーが必要になったときは、是非ニコニコレンタカー鹿島店を利用したいと思います。

## ⑦ EV 商品

電動バイク／電動スクーター／セニアカー



KASHIMA  
SUZUKI  
PLAZA 21.

<エコ、低コスト、スマートな暮らし～SDGs>

基本理念

「免許取得から返納、その先までのお付き合いを」  
を実現するための重要なツール



BLAZE SMART EV/ EV SCOOTER



スズキ セニアカー

# EVに

肥前鹿島駅前  
試乗会を開催!



イロドリドリの  
魅力発信フェス

◎肥前鹿島駅

2022年9月23日(金・祝)

肥前鹿島駅イベント

10:30~17:00

— 鹿島市駅前駐車場

— スターイベントやマルシェなど、楽しみが盛りだくさん!

スカイテラス

イベント

17:00~21:00

— 中心市街地(スカイロード)

— 涼風を感じながら美味しいお食事とお酒はいかがですか?

乗ってみませんか?

小型電動バイク

**BLAZE  
SMART EV**

フル充電で約30kmの走行が可能です。大容量リチウムイオンバッテリーを搭載しているため坂道もスムーズに上ります。重量18kgで折り畳み式なので、車への積み込みも簡単! お出かけ先でのツーリングも楽しめます。カラーバリエーションは全6色。

●●●●●● **EV SCOOTER**

こちらは立ち乗りも可能な電動スクーター  
フル充電で約35kmの走行が可能です。  
カラーバリエーションは全4色。

※試乗時はヘルメットの貸出が可能です。お気軽にお声掛けください。  
※原動機付自転車免許または普通自動車免許以上が必要になります。  
※試乗をご希望の方は免許証をご持参ください。



電動車いす

**スズキセニアカー**

セニアカーは、買い物や散歩など日常の移動手段としてご利用いただける「ハンドル型電動車いす」です。見やすく操作しやすいハンドルまわりと、たっぷり収納できる大型バスケットが特徴。動くスピードは最高で時速6km(早足の速さと同様)です。「気になっているけど…」と思っている方もいらっしやと思います。ぜひご近所、お友達お誘い合わせの上ご来場ください。お待ちしております。

免許不要!



## 試乗会詳細

場所 JR 肥前鹿島駅前駐車場  
日程 2022年9月23日(金・祝)  
時間 10:00~17:00  
問合せ先 鹿島スズキプラザ 21

株式会社  
鹿島スズキプラザ 21

◎ニココレシタカー 肥前鹿島駅前店

☎0954(63)4373

T849-1311 鹿島市高津原 4036-16



月~土 9:00~18:00

日・祝 9:00~17:00

レンタカー 8:00~20:00

## 地域イベントへの出店



KASHIMA  
SUZUKI  
PLAZA 21.



# 3.沿革



区分	年代	主な出来事	エピソード・蓄積した知的資産
創業期	昭和36年	初代社長が結婚を機に、自宅にて「藤松サイクル（自転車屋）」を開業	自宅兼店舗の土間に自転車を展示。近隣の自転車屋との親交がとても深かったそう。
	昭和46年	スズキの販売代理店制度の開始に伴い、自動車販売業「鹿島スズキ販売」を開業	月間販売台数が西日本で1位になったことも。
	昭和50年	指定工場認可を受け自社で整備、車検などを請け負えるようになる	整備士を社員として雇用し、自動車販売整備の体制が整った。
	昭和56年	太良支店を開店	親交があった整備工場（太良町）の社長が亡くなられ、その整備工場を引き継ぐ形で2店舗目を開店した。

区分	年代	主な出来事	エピソード・蓄積した知的資産
変革期	昭和62年	初代社長逝去（享年53歳）し、 <b>妻イノ子が2代目社長</b> となる	
		常広の第二工場が完成	初代社長が生前計画していた第二工場が完成した。
	昭和63年	<b>長女・洋子</b> がNTTを、 <b>夫・義將</b> が鈴木自動車工業株式会社を退社し、 <b>入社</b>	初代社長の逝去に伴い、2人とも就職して1年も経たなかったが退社し、実家を継ぐことになった。
		<b>法人化</b> し、株式会社鹿島スズキプラザ21と社名変更	「(株)鹿島スズキ販売」で登記しようとしたが、市内に類似した車名の会社があったため登記できず、社員全員で話し合った結果、現社名の「(株)鹿島スズキプラザ21」になった。
		工場のリニューアル、ショールームを新築し、現在の形に	新築オープンの「もちまき」には多くの方にご来店いただき、交通整理が必要なほどの賑わいだった。
	平成元年	太良支店を閉店	
平成7年	イノ子が一人で切り盛りしていた「藤松サイクル」を廃業し、 <b>自動車販売整備業に一本化</b>	自宅兼自転車の家を自宅専用建て直し、自転車店を廃業した。	



区分	年代	主な出来事	エピソード・蓄積した知的資産
成長期	平成14年	義將が3代目社長に就任、前社長は会長職に	40歳になったことを機に社長就任。社外での地域活動（JCなど）にも積極的に参加し、人脈作り・強化、地域貢献を目指す。
停滞期	平成22～23年	平成21年のリーマンショックによる消費者の買い控え・マインド低下の影響を受け、業績が停滞	経営陣、外部要因に負けない強い会社になりたいと強く思う。
変革期	平成25年	業績向上を目指し、中小企業診断協会や金融機関に指南を仰ぐ	日商簿記1級資格を保有する取締役（洋子）が会社全体の売上や数値を把握している。専門的な視点で経営に関するアドバイスを受け、業務改善を図った。
	平成30年	ニコニコレンタカーのFC店としてレンタカー事業を開始	保険代車として活用できること、最寄り駅前にレンタカー会社がなかったことからレンタカー事業をスタート。駅前という地の利を活かし、今では新車販売整備に次いで利益を生む、大きな柱となっている。また、これまでの保有顧客とは異なる客層の顧客・リピーターが来店してくださるようになった。

区分	年代	主な出来事	エピソード・蓄積した知的資産
成長期	令和2年	事務所兼ショールームのトイレを バリアフリー化	レンタカー利用による来客の増加が起因。どんな方にも快適に利用していただけるよう、トイレの様式を和式から洋式へ変更し、段差をなくす。また、トイレ用擬音装置を設置し、自然環境・社員の労働環境にも配慮。
	令和4年	現社長の長女・桃子が入社	事務職としての日常業務に加え、前職（ウェブ雑誌制作）の経験を活かしたHPや広告宣伝の見直し、情報発信も行う。 また、後継者として業務の把握、経営知識の習得に取り組む。お客様から「後継者がいるからこれから先もここに任せて大丈夫だね」という言葉を頂戴することもしばしば。
		EV関連商品の販売を開始	レンタカーの業務効率化を図るために導入したEVバイクが予想外に通行人や顧客様の注目の的。6月、正規代理店となりEVバイク・スクーターの取扱を始めた。



項目	自社の強み
<b>理念的資産</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>365日、緊急時に対応</b> できること</li> <li>・ バイク、車、レンタカー、セニアカー等、<b>幅広いラインナップ</b>を展開していること</li> </ul>
<b>人的資産</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経営者の人柄の良さ</li> <li>・ 情報発信に強い後継者の存在</li> <li>・ 社員1人1人の役割が分かれており、責任の所在が明確であること</li> </ul>
<b>風土資産</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>地域密着型店舗</b> であること</li> <li>・ 社員の<b>勤続年数が長く</b>（平均16年）、<b>定着率が高い</b>こと（3年以上の定着率88%）  <span style="color: orange;">↑</span> 【要因】 社員が自社への誇りと責任感を持っていること、社内のアットホームな雰囲気等</li> </ul>
<b>組織・技術資産</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 整備、販売、接客、サービス、それぞれにおいて<b>高い技術力を保有</b>していること</li> <li>・ 自動車検査員資格保有者1名在籍</li> <li>・ 二級ガソリン自動車整備士免許保持者2名在籍</li> <li>・ 三級ガソリン自動車整備士免許保持者1名在籍</li> <li>・ 日商簿記検定一級資格所有者1名在籍</li> </ul>
<b>情報資産</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 顧客台帳を保有し、点検整備などの来店誘致に活用</li> <li>・ 顧客に提供したサービス内容を全て記録</li> </ul>
<b>物理的資産</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 肥前鹿島駅から徒歩3分の好立地であること</li> <li>・ 通行人からも店内が見えるガラス張りのショールーム</li> <li>・ バリアフリーのトイレを設置していること</li> <li>・ 事務所兼ショールームと整備工場が併設している社屋であること</li> <li>・ 車で5分の場所に第二駐車場があること</li> </ul>



## 【組織・技術資産】 過去10年間の数値データ

西暦	新車販売 (登録)台数	中古車販売 (登録)台数	車検台数	点検台数	一般整備 钣金台数
平成24年	74	55	359	219	990
平成25年	72	59	338	225	933
平成26年	85	72	334	247	892
平成27年	48	64	333	266	908
平成28年	53	77	347	256	937
平成29年	50	58	361	267	856
平成30年	73	53	327	320	820
令和元年	79	49	351	358	745
令和2年	53	54	337	328	739
令和3年	48	34	358	334	673
合計	635	575	3445	2820	8493

# 【組織・技術資産】 組織体制図



KASHIMA  
SUZUKI  
PLAZA 21.



会長  
藤松 イノ子(83)



代表取締役社長  
藤松 義将(60) 剣道7段  
三級ガソリン自動車整備士免許保有  
中古自動車査定士資格保有  
損害保険募集人資格保有



事務担当



取締役  
藤松 洋子(58)  
日商簿記一級資格保有  
自動車・火災・傷害疾病保険資格保有



取締役  
藤松 桃子(31) 剣道5段  
損害保険募集人資格保有



整備担当



洗車掃除  
藤家 さん(48) 22年目



整備士  
大串 さん(61) 7年目  
自動車検査員資格保有  
二級ガソリン自動車整備士免許保有



工場長・整備主任  
森永 さん(61) 38年目  
二級ガソリン自動車整備士免許保有



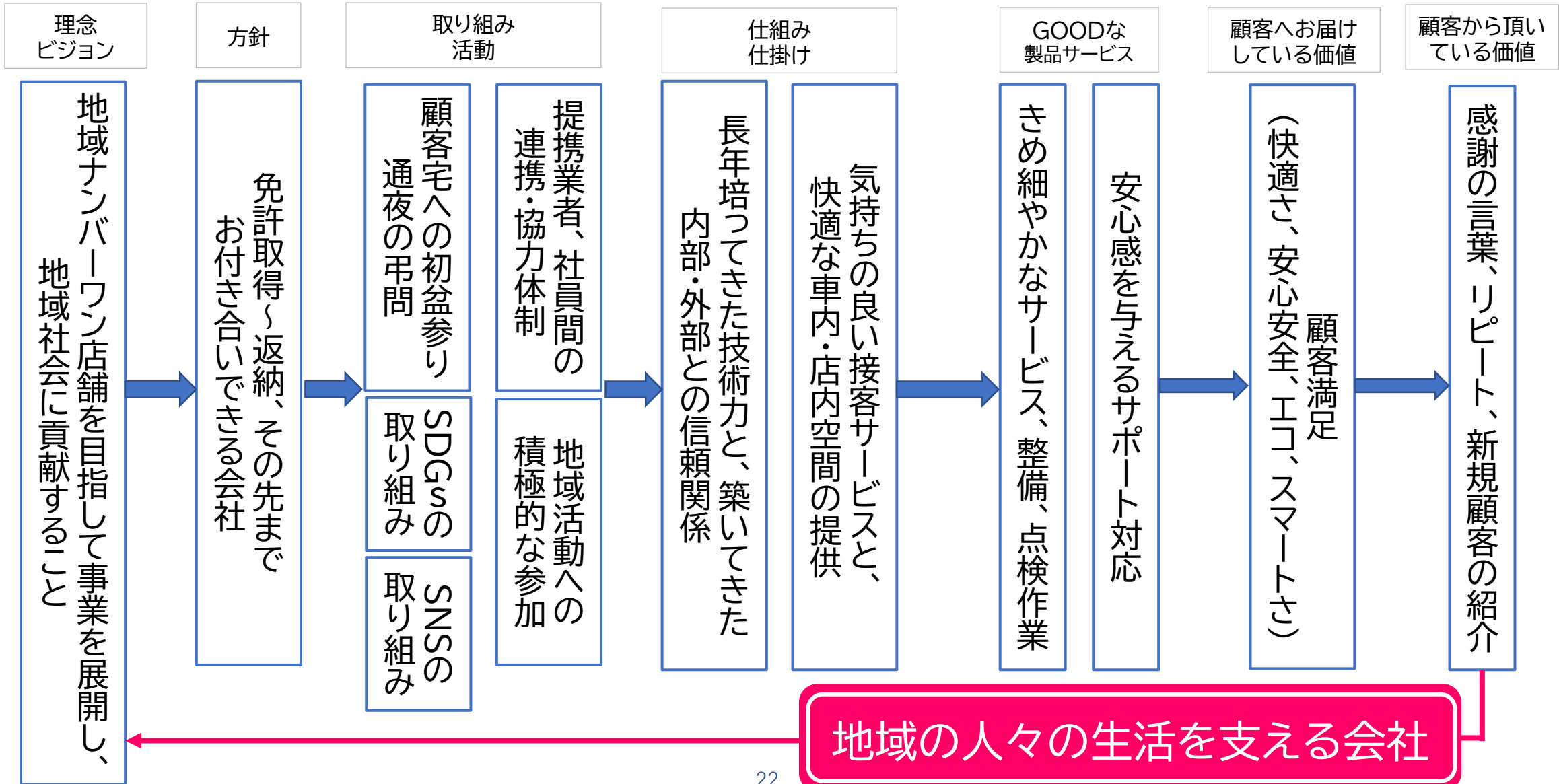
事務  
江口 さん(47) 3年目  
損害保険募集人資格保有

## ②外部資産



項目	自社の強み
関係資産	<ul style="list-style-type: none"><li>・自動車販売整備に関する提携業者</li><li>・地元の金融機関</li><li>・EV商品に関する提携業者</li><li>・地域の協力団体、行政、商工会等との良好な関係<ul style="list-style-type: none"><li>《社長》佐賀県少年補導員連絡協議会会長、鹿島市剣道連盟副会長、第17回・25回鹿島ガタリンピック実行委員長、武雄間税会副会長</li><li>《洋子》民生主任児童委員、学校運営協議会委員（鹿島地区）</li><li>《桃子》九州旅客鉄道 2022年度お客様懇談会委員、白石高校清明剣友会幹事</li></ul></li></ul>
顧客提供 資産価値	<ul style="list-style-type: none"><li>・きめ細やかなサービス、整備・点検作業や、安心感を与えるサポート対応による「顧客満足」</li><li>・自動車販売整備事業…快適な、楽しい、ワクワクなカーライフ、安心安全なカーライフ</li><li>・レンタカー事業…快適な時間</li><li>・EV関連事業…SDGs、エコ、スマートな暮らし</li></ul>
顧客から いただいている 資産	<ul style="list-style-type: none"><li>・感謝の言葉</li><li>・サービスに対する金銭的対価</li><li>・新規顧客の紹介</li><li>・やりがい</li><li>・社会、地域への貢献</li></ul>

# 5. 現在価値ストーリー



# 6.外部環境分析



項目	現在	10年後	対応策
顧客	高齢の顧客が「最後の車」と新車を購入	高齢者の免許返納増加によるセニアカー需要増加	セニアカー需要に対応するため、介護施設等にPR
	通勤、通学での車利用がメイン	定額マイカーリースの需要増加	販売台数やお客様のニーズは変化していくと予測されるが、自社のコミュニティ、コミュニケーション力は変わらない→「この人（この会社）から買いたい」と思わせる信頼を得るサービスを心掛ける
	観光客、帰省客のレンタカー利用がメイン	若年層のレンタカー需要増加	周辺地域の魅力とレンタカーの情報をSNSで発信
技術 商品 サービス	マイナーチェンジなどによる商品の入れ替わりは従来通り	ガソリン車から電気自動車へ。それに伴い整備もコンピューター制御に	EV関連商品もガソリン車も対応できる整備技術を保持



項目	現在	10年後	対応策
<b>市場</b>	EV関連商品市場の拡大	EV関連商品の普及が進む	EV関連商品もガソリン車も対応できる整備技術を保持
		ガソリン車が製造されなくなったとしても、中古車として市場に存在し続ける	
	高齢者による事故増加。免許返納、マイカーの手放しも増加	セニアカー需要の増加、高齢者の新車購入減少	セニアカー需要に対応するため、介護施設等にPR
	新幹線開通によるJR本数減少	電車利用の減少を要因とした自動車利用の増加	<b>電車の代わりに地域住民の足となる自動車利用の増加</b> を見越したアプローチ（新車・中古車販売、レンタカー等）
		来訪者の減少、交通の不便さを要因とした人口の減少	交通機関や商店街、行政と協力して“まちづくり”に力を入れ、 <b>地域活性化</b> を促進

項目	現在	10年後	対応策
自社業界	自動車業界全体で販売台数が減少傾向	自動車業界全体で販売台数のさらなる減少	新規顧客獲得のため、 <b>来店誘致型だけでなくイベント出店やSNSの活用</b> など、これまでとは異なるアプローチが必須。若年層向けの情報や低価格志向のお客様にも対応できる仕掛けも検討。
		ウェブやメールでの車両購入、整備依頼の増加	
競合 新規参入 退出	消費者の低価格志向と高品質志向の二極化	さらに二極化が進む	
		整備士の後継者不在のため、技術の継承が危惧される	
仕入先 協力者	エンジンオイルやタイヤ、その他の部品の価格高騰が続いている	オイル交換など整備目的のお客様が自社よりも安価な競合他社へ流れる可能性がある	若年層向けの情報や低価格志向のお客様に対応できる仕掛けも検討。

項目	現在	10年後	対応策
日本 世界	持続可能でよりよい世界を目指すSDGsが一般常識に	SDGsに取り組んでいない企業は淘汰され、ビジネスができなくなる	現在の取り組みをさらに強化し、企業単位ではなく「まち全体」でSDGsを目指す
	コロナによる行動制限	国内外問わず、コロナ禍前のような人の動きが起きるか	来訪者や外国人観光客へのアプローチを地域と協力し、地域を盛り上げる仕組みづくり
その他の変化 ①	人口減少、少子高齢化	人口減少、少子高齢化による自動車利用人口の減少	<b>顧客との信頼強化</b> を図り、ご家族のライフステージ（高校卒業など）に合わせて新車購入等の提案を行う
その他の変化 ②	水害・災害の頻発	車両買い替え、レンタカー利用の増加	安心安全なカーライフのみならず、災害時対応などによる <b>地域住民の「暮らし」の安心安全にも役立てる会社</b> でありたい

# 7. 自社環境分析

## SWOT分析入力シート



KASHIMA  
SUZUKI  
PLAZA 21.

	内部環境	外部環境
プラス面	<b>強み(Strength)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 快適で安心安全な暮らしの提供</li><li>・ きめ細やかなサービス、整備</li><li>・ 安心感を与えるサポート体制</li><li>・ 365日、緊急時に対応できる</li><li>・ 地域密着</li><li>・ バイク、車、レンタカー、セニアカー等、幅広いラインナップ</li><li>・ 整備、販売、接客、サービスにおける技術力</li><li>・ 情報発信に強い後継者の存在</li><li>・ 経営者の人柄の良さ</li><li>・ 勤続年数が長く、定着率が高いのでお客様の大切なお車の担当者ずっとが変わらないこと</li><li>・ 周辺の地域内では自社でしかできない整備がある</li><li>・ 数字に強い（日商簿記1級）経営陣がいる</li></ul>	<b>機会(Opportunities): 追い風</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 高齢者の免許返納</li><li>・ EV関連商品の普及</li><li>・ JR本数の減少</li><li>・ 気候変動による災害の増加</li></ul>
マイナス面	<b>弱み(Weakness)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 自己資金力不足</li><li>・ 収益の減少、不安定</li><li>・ 販売、整備担当の高齢化</li><li>・ 販売、整備の後継者不在</li><li>・ 事業計画、経営計画がない</li></ul>	<b>脅威(Threats): 手痛い逆風</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 高齢者の免許返納</li><li>・ 自動車利用人口の減少</li><li>・ 若年層の自動車離れ</li><li>・ JR本数の減少</li><li>・ 消費者の二極化</li><li>・ 物価高騰（ガソリン、部品）</li><li>・ 近隣地域の人口減少、少子高齢化の加速</li></ul>

# 7. 自社環境分析

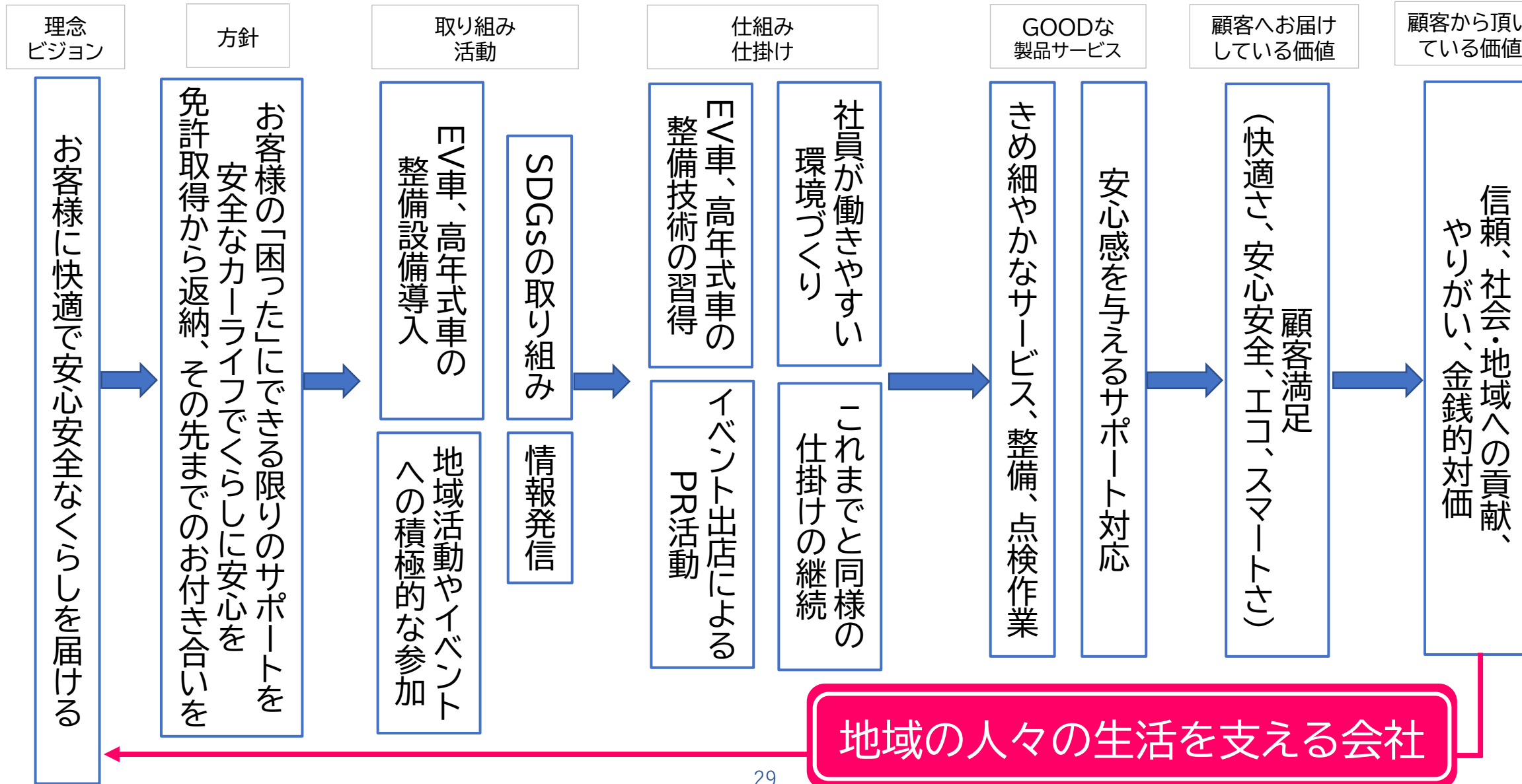
## クロスSWOT分析入力シート



KASHIMA  
SUZUKI  
PLAZA 21.

分析	答えるべき問い
<b>強み×追い風</b> 強みを活かして追い風を勝ち取るための方策は？	<ul style="list-style-type: none"><li>・ きめ細やかなサービス、安心感を与えるサポート体制を活かし、免許返納後のシニア層に向けたセニアカーの販売に力を入れる</li><li>・ これまで積み上げてきた販売、整備、接客、サービスでこれまで通りのガソリン車はもとより、EV関連商品の対応受け入れも積極的に取り組んでいく。</li><li>・ 災害時や緊急時の車両引き上げやレンタカー貸出など、地域密着だからこそできるサポートで顧客満足を促す。</li></ul>
<b>強み×逆風</b> 強みを活かして逆風を追い風に変える差別化とは？	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 情報発信力を活かし、自動車離れしていく若年層に向けてレンタカーの活用、また、低価格志向の消費者に向けてマイカーリース車、ガソリン高騰に家計を圧迫されている方に向けてEVバイクをアプローチする。</li><li>・ 人口減少、少子高齢化が要因で縮小する自動車市場の中でも、地域密着ならではの顧客情報を活かし、お子様（お孫様）が免許取得される前から車購入を提案する。</li><li>・ 情報発信力を活かし、JRの本数減少によって通勤通学の足がなくなる人に「車」という選択肢を提案する。</li></ul>
<b>弱み×追い風</b> 弱みを補強して追い風をつかむための施策とは？	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 新車納期が元に戻れば今よりも売りやすく（提案しやすく）なるため、販売台数は伸びると予測されるが、いつ戻るかは不明。そこまで会社を維持していくには別のところでの収益確保が必要不可欠。</li><li>・ 高齢者施設や介護施設、病院等の大口顧客の獲得により、販売、整備、点検を囲い込み、安定的な収益をあげ、自己資金力を高める。</li></ul>
<b>弱み×逆風</b> 弱みから最悪のシナリオを避けるためには？	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 今後の高齢人口増加をみこして、セニアカーの取り扱いを大々的に宣伝をする。また、健康な高齢者に向けては安全装置搭載の新車販売を提案する。</li><li>・ 近隣地域という枠にとらわれなければ市場規模、商圈は広がる。</li><li>・ 人口減少、若者の自動車離れを追い風にできる新たな仕掛けの創出。ディーラーにはできない、まちの自動車会社（快適で、安心安全な暮らしを提供する会社）だからこそできる価値を生み出したい。</li></ul>

# 8. 将来価値ストーリー



# 9.経営デザインシート

企業名	株式会社 鹿島スズキプラザ21	作成年月日	2022年10月11日
-----	-----------------	-------	-------------

経営理念、会社の特長を示すキャッチフレーズ（シンプルに伝える）	経営方針	事業概要
お客様に快適で安心安全な暮らしを届ける	お客様の「困った」に、できる限りのサポートを 安全なカーライフで暮らしに安心を 免許取得から返納、その先までのお付き合いを	自動車販売、整備、点検、車検 レンタカー、セニアカー、EVバイク

(+) 現状の外部環境	(-) 現状の外部環境
観光客、帰省客のレンタカー利用多。消費者の低価格指向と高品質志向の二極化。物価（部品、ガソリン等）の高騰。	新車納期の遅延による長期的な売上の不安定化。
市場状況	
一人一台、車を持つことが当たり前だった時代から、一家に一台、あるいは車を持っていない人も増えている時代へと変化している。あるいはマイカーは維持費が安い軽自動車、用途に合わせてレンタカーやシェアカーを利用する人も増えている。	

(+) 今後の外部環境変化予測	(-) 今後の外部環境変化予測
高齢者の免許返納、JR本数の減少、EV商品の普及、気候変動による災害の増加	高齢者の免許返納、JR本数の減少、人口減少・少子高齢化、自動車利用人口の減少、若年層の自動車離れ、消費者の二極化（低価格or高品質）
市場状況/アプリアオリ：無意識の経験則	
SDGsが一般常識になり、自動車業界もガソリン車から電気自動車へ移行する。それに伴い整備もコンピューター制御が必要となり、また、部品も環境に配慮したものに置き換わりつつある。	

上記の環境下で

現在の戦略、テーマ

レンタカーによる売上増加で経営を持ち堪える

製品・サービス（特長を示す形容詞をつける） 好立地の、親切的なレンタカー店 綺麗なレンタカー車両	売上・利益 月40万円程度
--	------------------

状況や顧客利便価値を踏まえて

実現すべき戦略、あるべき姿、テーマ、方針（選ばれ続ける組織になるために）	目標 年月
EV製品（バイク・セニアカー）による顧客との関係強化と新規顧客の獲得 EV車に対応する設備投資、整備技術の獲得・継承	令和7年頃
実現する製品・サービス（特長を示す形容詞をつける）	売上・利益
時代とニーズに合ったEV製品	販売価格の2割程度

持ち味

内部資源（知的資産等持ち味）	現在価値ストーリー（ええとこSTEP概要）
・365日、緊急時に対応できる ・地域密着 ・バイク、車、レンタカー、セニアカー等、幅広いラインナップ ・整備、販売、接客、サービスにおける技術力 ・情報発信に強い後継者の存在 ・経営者の人柄の良さ ・勤続年数長い、定着率高い	地域ナンバワン店舗を目指して事業を展開し、地域社会に貢献すること。免許取得から返納、その先までお付き合いできる会社 ↑ 提携業者・社員同士の連携・協力体制。顧客宅初盆参り、通夜の弔問。地域活動への積極的参加。SNS情報発信。SDGs取り組み。 ↑ 長年培ってきた技術力と築いてきた内部、外部との信頼関係。気持ちの良い接客サービス。快適な車内・店内空間の提供。 ↑ きめ細やかなサービス、整備、点検作業。安心感を与えるサポート体制。 ↑ 顧客満足、感謝の言葉
知財（特許や商標など）	他社との違い 優位性
・自動車分解整備事業（九連整第1015号 認証番号2-725） ・古物商（佐賀県公安委員会第4778号） ・レンタカー事業（ニコニコレンタカー 法人番号01276）	創業から50年以上、三世代でお付き合いのあるお客様も多い。整備の品質・技術、接客サービスにおける顧客満足度は高く、リピーター顧客多い。免許取得から免許返納後まで長いお付き合いができるのも強み。
関係資産	活用チャネル
自動車に関する提携業者、金融機関、EV商品に関する提携業者、地域の協力団体、近隣住民	来店誘致型チャネル (方法：ハガキ、チラシ、HP、SNS)

顧客利便（メリット）価値

提供先（誰に）
個人・法人の顧客
何を（顧客が選んでいる理由）
・きめ細やかなサービス、整備・点検作業 ・安心感を与えるサポート対応 ・信頼 ・長年のお付き合い
顧客から得ているもの
・感謝の言葉 ・サービスに対する金銭的対価 ・やりがい ・社会、地域への貢献
課題（価値循環を妨げているもの）
・販売担当、整備担当者の高齢化 ・整備技術を承継する若手整備士の不在 ・自己資金力不足

将来、戦略を実現するために

顧客利便（メリット）価値	顧客利便価値を実現するための将来価値ストーリー（ええとこSTEP概要）
提供先（誰に）	個人・法人の顧客
何を	お客様に快適で安心安全な暮らしを届ける。お客様の「困った」に、できる限りのサポートを。安全なカーライフで暮らしに安心を。免許取得から返納、その先までのお付き合いを。
提供している顧客利便価値を考慮	地域活動やイベントへの積極的参加。情報発信。SDGsへの取り組み。EV車・高年式車の整備設備導入と技術習得 ↑ これまでと同様の仕掛けの継続。従来の来店誘致だけでなくイベント出店によるPR活動。EV車・高年式車の整備ができる体制づくり。社員が働きやすい環境づくり。 ↑ きめ細やかなサービス、整備、点検作業。安心感を与えるサポート対応。
顧客から得るべきもの	顧客満足。金銭的対価、信頼、やりがい、社会、地域への貢献。
サービスに対する金銭的対価	他社との違い 優位性
・信頼 ・感謝の言葉 ・やりがい ・社会、地域への貢献	これまでと同様
	活用チャネル
	①出店による新規顧客開拓②来店誘致型チャネル（方法：ハガキ、チラシ、HP、SNS）

アクションプラン（持ち味創り）

活動事項	目的・ねらい	誰が	誰に	何を	いつからいつまで	どれぐらい（どこまで）成果指標
【SDGs】社員の労働環境の整備	安全性の確保、作業効率化	会社が	飯金塗装業者	階段改築工事	R4.12月～R5.3月	階段完成、支払完了
【戦略】整備設備導入	EV車、低燃費車の整備に対応するため	会社が	取引業者	整備関連設備の導入	R4.12月～R5.3月	設備導入、支払完了
【戦略】次世代経営者育成セミナーへの参加	後継者の経営力向上と人脈作り	後継者が	ひぜんビジネスクラブ	セミナーへ参加	R5.3月～R6.3月	数値管理、資金管理、戦略などについて経営陣として意見ができる状態
【戦略】HPの作成	ラーニングコスト削減、HP内容の充実化	後継者が		HPの分析、計画、作成	R5.2月～R5.11月	現在のHPから新しいHPに移行可能な状態
【地域貢献】地域活動の積極的参加	地域活性化、まちづくり	経営陣が		各種イベントや会議等へ参加	継続	地域に必要とされる企業・人材になる

# 10.SDGs 私たちのゴール



KASHIMA  
SUZUKI  
PLAZA 21.

私たちは地域社会、地域経済が持続的に成長・発展することに貢献するため、国連が定めたSDGs(持続可能な開発目標)の趣旨に賛同し、取り組むことを宣言します。

SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS





# 11.会社概要



KASHIMA  
SUZUKI  
PLAZA 21.



株式会社 鹿島スズキプラザ21  
代表取締役 藤松義将

住所 鹿島市大字高津原4036-16  
電話 0954(63)4373  
営業時間 9:00~18:00(※日曜は~17:00)  
定休日 年末年始、盆、GW  
ウェブサイト <https://f-suzuki.com>  
Facebook <https://www.facebook.com/kashimasuzukiplaza21>



ニコニコレンタカー肥前鹿島駅前店

住所 鹿島市大字高津原4036-16  
電話 0954(63)4373  
営業時間 8:00~20:00  
定休日 なし  
ウェブサイト <https://www.2525r.com/saga/kashima/store-01276-001.html>



# KASHIMA SUZUKI PLAZA 21.

<作成支援>

鹿島商工会議所

九州ひぜん信用金庫

(一社)佐賀県中小企業診断協会