

約1,000件の経営支援から見た、人手不足・物価高を乗り越える経営の条件

10年後も勝ち残る会社

～中小企業66の実践戦略～

2026年
10月21日発売

株式会社あさ出版(代表取締役:田賀井弘毅、所在地:東京都豊島区)は、原幸彦 著『10年後も勝ち残る会社 ～中小企業66の実践戦略～』を2026年10月21日(水)に発売いたします。

経営戦略、営業、人材、財務、DXを見直す具体的な方法を紹介

少子高齢化、人手不足、原材料費やエネルギーコストの高騰、AI・DX化の加速など、日本の中小企業を取り巻く経営環境は厳しさを増しています。特に地方の中小企業では、人口減少や後継者不足によって、事業の存続そのものが課題となっています。

本書は、商工会・商工会議所の特別経営指導員として、約1,000件の経営相談に携わってきた著者が、支援現場での成功事例や失敗事例をもとに、「勝ち残る企業」に共通するポイントを66の実践戦略として体系化した一冊です。

経営者のあり方から、経営戦略、顧客づくり、人材確保・育成、財務・資金繰り、DX・AI活用、事業承継まで幅広く網羅。机上の理論ではなく、現場で培った知見をもとに、経営者が「何から手をつけるべきか」を明確にし、具体的な行動へと導きます。

タイトル:10年後も勝ち残る会社 ～中小企業66の実践戦略～

著者:原幸彦

ページ数:256ページ

価格:1,815円(10%税込) 奥付発行日:2026年10月31日

ISBN:978-4-86667-859-7

※価格は発売時点の価格のため変更となる場合があります

【目次】

- Chapter 1 会社の未来は、経営者の「あり方」で決まる
- Chapter 2 ぶっちぎりで勝つ会社の経営戦略
- Chapter 3 AI時代でも選ばれる営業戦略
- Chapter 4 社員が自社を堂々と自慢できる人づくり戦略
- Chapter 5 会社を強くするキャッシュ経営戦略
- Chapter 6 経営者主導で進めるDX・AI戦略
- Chapter 7 次世代へ強い会社を渡す持続化戦略

【著者プロフィール】 原 幸彦(はら・ゆきひこ)



経営コンサルタント、オフィスSPIRITS代表

1965年、岐阜県養老町生まれ。ミズノ株式会社に約30年間勤務し、2020年春に退職後、オフィスSPIRITSを開業。奈良県よろず支援拠点のコーディネーターや、京都府内の商工会・商工会議所の特別経営指導員として、中小企業の経営支援に従事。これまでに約1,000件の経営相談に対応してきた。人材採用・育成、離職防止、経営戦略の立案、資金繰り対策、創業支援、健康経営などを専門とし、現場に根ざした実践的な支援に定評がある。全国の商工会・商工会議所などでセミナーや経営指導員研修の講師を務めるほか、金融機関向け雑誌や業界専門紙への寄稿、インターネット・ラジオのパーソナリティなど、幅広く活動している。



会社の未来は、経営者の「あり方」で決まる

どんなに優れた戦略があっても、経営者自身の「あり方」という土台が定まっていなければ組織は動きません。経営者は常に周囲から見られている自覚を持ち、自らの信念や理念を熱い想いで社員に語り続けることが求められます。

「素直・謙虚・感謝」の姿勢や小さな約束を守る姿勢が、周囲からの強い信用と支援を生み出します。さらに、全体を俯瞰する「鳥の眼」から常識を疑う「フクロウの眼」までを備え、自ら学び続けながら社員とともに価値観を育てていく人間性こそが、不透明な時代に会社を動かす根幹となります

「求人票」より先に、「選ばれる会社」をつくる

採用がうまくいかない原因は、求人票の「書き方」という技術面ではなく、伝えるべき「会社の魅力」が言語化されていない点にあります。現代の求職者は検索やSNS等で多角的に企業の「実態」を調べるため、求人票は単なる入口に過ぎません。

そのため、求人票を修飾する前に、社員インタビューや社長メッセージ、成長ストーリーといった独自コンテンツを発信し、求職者が「この会社で働く姿」を具体的に描けるようにすることが不可欠です。自社の魅力をオープンにし、求職者から自然と「選ばれる会社」を事前につくることがこそ、採用成功の本質的な道筋となります

会社を強くするキャッシュ経営戦略

休廃業する企業の約半数が「黒字」という現実が示す通り、帳簿上の利益と手元に残る現金は全く別物です。売上回収の遅れや在庫の増加、設備投資などにより、利益が出ていても資金繰りが行き詰まるリスクが存在します。

会社を守るためには、売上重視ではなく「現金・預金基準」での財務管理への転換が必要です。具体的には、入金 of 早期化、支払の調整、そして万一に備えて「固定費の6ヶ月分」の現預金を確保することが推奨されます。キャッシュの流れを制し、会社の命綱を確保することが経営の要となります

価格競争に巻き込まれない経営戦略

他社との比較を生む「差別化」ではなく、自社にしか存在しない絶対的な価値を追求する「独自化」への転換を提唱します。単なる商品の機能や価格で勝負するモノ売りを脱し、企業独自の考え方や「提供価値そのもの」を深掘りすることが重要です。

自社ならではの軸や価値創造(体験や関係性の創造など)を確立することで、不毛な価格競争に巻き込まれることなく、健康的で持続可能な経営が可能になります。他社を追いかけるのではなく、自社だけの「絶対的な理由」を構築することこそが勝ち残る鍵となります。