



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」ト五十嵐 勉 平成23年08月29日 第526号「週刊五十嵐レポート」

定番を磨く

江戸川区倫理法人会のモーニングセミナーで民主党国会議員の早川久美子氏が講話をされました。

彼女は東京都葛飾区立石生まれで大学は米国に留学し、卒業後米国の通信会社に勤務、日本に帰国後も外資系企業に勤務してから、地元の玩具メーカーのトミー(現タカラトミー)に入社、各企業で営業をされていました。その後、2001年葛飾区議会議員から2009年に衆議院に当選。話では今の政局の事も出ましたが、興味があったのは会社勤務時代のことでした。

彼女は米国の通信会社に入りたくて、1年以上にかけて200通の手紙を出しました。それでようやく会ってくれて、面接後通信会社で勤務する事になりました。日本に戻ってきてからもトミーに入社したかったそうです。しかしトミーは社員を募集していませんでした。しかし彼女は米国で行動したように手紙を出し続けました。「なぜトミーなのか」「私はトミーで働きたい」など熱く手紙に書いたそうです。それで、トミーの扉が開き、営業職として働きました。

彼女はなぜトミーだったのか。もし他に働きたい会社があるとしたら、花王だったそうです。トミーと花王に共通していることは「定番」を持っていること。その定番を磨き続けて、市場を開拓し続けていること。トミーには「プラレール」「トミカ」など。花王にはシャンプーの「メリット」。

「定番」とは、辞書では、流行に左右されず安定した需要のある商品のこと。流行を追いかけるのではなく、定番を磨く。商品にはライフサイクルがあります。時代に合わせながら定番を進化させていくこと。確かに定番を持っている会社は強い。

彼女から学んだ事は、相手に思いを伝えること。1度や2度ではへこたれない。熱い思いは人を動かす。そして商品の定番化、さらに定番を磨くこと。再確認しました。

ちょっと
気になる出来事

新聞に、ユニ・チャームがベトナム企業を買収することが書かれています。

紙おむつ・生理用品でベトナム2位の会社、売上高50億円を100億円前後で買収。

日本ではあり得ないこと。売上高50億円の経常利益が仮に利益率10%としたら5億円。日本での買収価格は15億円から25億円の範囲内では。

ベトナムの場合、日本とは違い今後も市場は二桁成長は見込める。ユニ・チャームのノウハウを生かせばもっと収益力もつく。仮に経常利益が5億円としたら20倍で購入する事になる。

ある海外のM&Aのビジネスマンに聞いたところ、ベトナム人は自社を売るとき、相当にふっかけるとのこと。今回も200億円、300億円とふっかけたのかも。

最近、円高でお金のある企業が海外企業を買収の話が記事になります。えじきにならないようにデューデリ(企業調査)をしっかりとってください。



一口メモ

成功の秘訣

兵の形は水に象る(かたどる)

「孫子の兵法」によれば、将たる者は、まず第一に原理・原則を頭に叩き込んでおかなければならない。だからといって石頭では困る。ときに応じて、原理原則が運用しなければならぬ。つまり刻々と変化する状況に応じて、こちら側も変幻自在に戦略を変えていくことが要求される。

それを語っているのが、「兵の形は水に象る」である。水は巨大なエネルギーを秘めているが、その形は柔軟そのものといっていい。『孫子』は、戦い方は水の姿に学べ、と説いている。

水には一定の形がないように、戦い方にも不変の態勢はない。敵の態勢に応じて自在に変化してこそ、勝利を握ることができる。

守屋洋「中国古典一日一話」より

週刊五十嵐レポート 毎週月曜日発行

町コン経営塾「会社成功塾」 毎週日曜日、月曜日 午前10時~12時。

町コン・ランチェスタービジネスセミナー 毎月東京・大阪開催

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

03-3659-7703 Fax 03-3659-7077 tigaras@attglobal.net

