



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」五十嵐 勉 平成26年04月14日 第660号「週刊五十嵐レポート」

## 「ソニー、部品メーカー選別」より

平成26年3月20日付、日経新聞朝刊トップは「ソニー、部品メーカー選別1/4の250社に 製品開発早く」という記事。内容は、「ソニーは部品調達を抜本的に見直す。調達先約1000社のうち、世界の有力250社を選別、発注量を増やすことで最先端部品を優先的に購入する。製品開発期間を約2割短縮、商品の競争力を高める」。

4月7日付、帝国データバンクによる「ソニーグループ(エレクトロニクス事業)の下請企業実態調査」が発表された。一次下請先は1959社、二次下請先は1万845社、直接、間接に取引のある下請け企業は1万2804社と判明。これら一次下請先、二次下請先の従業員合計は67万2051人。売上高別では、10億円未満が8785社で全体の68.6%、約7割を占めています。(一次下請先で100億円以上が89社、50億円～100億円が114社)。今後、3/4の一次下請先、二次下請先がカットされると、その影響は大きなものになります。

中小企業は淘汰されないためにどのような対策を打てばいいのでしょうか。

1つは1位の納入業者になること。同じ製品を売っている会社が何社も納入している場合、1位の納入業者(部分1位主義)のことです。2社の場合、70%を自社が納入。3社の場合、60%を自社が納入。4社の場合、45%を自社が納入。シェアが低いと得意先が納入業者を絞り込むと真っ先に切られます。

2つ目は、1社に対する依存度は15%以下にすること。社長に営業力がないと特定企業に100%依存や50%以上依存することになりがちです。何らかの事情で仕事が停止すると、即倒産になってしまいます。倒産して、特定企業を恨んでも仕方がないことです。特定企業以外の顧客を開拓して特定企業の売上構成比率を下げることです。

下請企業として生き残るには、1位の納入業者と新たな顧客の開拓による顧客の分散です。

ちょっと  
気になる出来事

会社は社長で決まると言われます。中小企業の場合、社長のウエイトが97%～98%とも。人間は良い所も悪い所もあります。黒字会社でも実態は組織として機能が出来ていなく、崩壊へ進んでいる会社もあります。社長が従業員の意見を聞かない。社長が独断専行し、結果の責任は社員。

マイホームは父親の名義だが、必ずしも良い父親とは限らない。会社は(大株主の)社長のものだが、必ずしも良い経営者とは限らない。

自戒。  
自分を客観視していかないと。



一口メモ  
知識

## マーケティング・マネジメント・プロセス

マーケティング・マネジメント・プロセスとは、(1)市場機会を分析し、(2)標的市場を選定し、(3)マーケティング・ミックス戦略を開発し、(4)マーケティング活動を管理していくことである。

### 【市場機会の分析】

どの企業も新たな市場機会を見出していくことが必要である。現在の製品と市場に依存しているだけで、永遠に存続しうる企業などない。複雑かつ変化に満ちた市場環境は、常に新しい機会と脅威をもたらす。企業は消費者と市場環境を常に注意深く分析することによって、脅威を回避し、機会をとることができる。

競合他社、供給業者、流通業者、そして一般社会などについての情報も必要。人口動態や経済、自然、技術、政治そして文化的な要因についての情報も必要。

フィリップ・コトラー、ゲイリー・アームストロング「新版 マーケティング原理」より

「新・経営の志手帳」発売中！(1,000円+税)

町コンランチエスター経営戦略塾 毎週日曜日 午前10時～12時。

町コンランチエスター経営戦略セミナー 毎月東京開催

㈱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 Fax03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

