



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27年12月07日 第745号「週刊五十嵐レポート」

良いものを高く

町コン経営塾銀座校塾長の曲渕税理士が9月にイタリア視察に行かれ、視察された企業の話がされました。

イタリアの元氣な革製品製造や繊維製品製造の小規模企業（ファミリー企業）は、過去に日系企業や中国企業の台頭で厳しい時代がありました。しかしまともな競争を避け、高品質・高価格帯へ進出して、頭角を現しました。

規模を追わず、1人当たりの利益を高め、従業員の給与も高く、経営陣と従業員は家族のような関係。「足るを知る」。みんなが幸せ。ここには良いものを安く売るといふ発想はありません。

私が10年来おつきあいしている日本酒製造会社があります。日本酒の市場が減少している中、小規模ながら4年連続増収増益を続けています。昨年10月に商品の価格を値上げしたにもかかわらず、好調を維持しています。

会社は粗利益で生きています。1人当たりの粗利益を高めること。しいては、1人当たりの経常利益を同業者比3倍にすること。そのためには大手と同じことはしないこと。高品質・高価格帯。

問屋を通して、ここの日本酒を扱いたくて、ディスカウント・ストアの社長が工場を訪問してきました。日本酒製造の社長は、工場を案内しながら、酒造りの思いを伝え、低価格では卸すことはできないと応えました。

良いものを低価格で売ると、1人当たりの粗利益が低くなり、人件費までコスト削減に追い込まれる危険性があります。そうすると、会社もそこで働く従業員も不幸せになり、地元にも貢献できなくなります。

考えさせられます。「良いものを安く売る」。日本では良いことのように思われてきました。しかしこのために、企業も人も町も疲弊してきました。

「良いものを高く」。商品のレベルを上げ、さらに売り方のレベルをあげないと実現しません。幸せになるために。

ちょっと
気になる出来事

12月5日（土）10：00～12：00、曲渕税理士事務所主催の町コン経営塾銀座校「商品戦略」の第3回「商品の寿命（ライフサイクル）曲線」を行なわれました。

終了後の雑談で、「カーシェアリング」の話になりました。

カーシェアリングは、10年前ぐらいからスタートし、当初はあまり支持されていませんでしたが、ここ2、3年で急激に成長してきました。

商品のライフサイクルでは、長い導入期があり、今は成長1期の段階。私の息子も車は持たないが、タイム24のカーシェアの会員になっています。その話をすると、繊維関係の会社の後継者も法人会員になっており、カーシェアを営業車として活用しているとのこと。使うとき、ほとんど空いていると。

時代は刻々と変化しています。車は所有からリースへ。そしてリースからカーシェアへ。（ユーチューブの動画「町コン経営塾銀座校商品戦略第3回商品の寿命曲線」参照）



一口メモ
知識

卸売事業によるマーケティング意思決定その2

品揃えとサービスの決定

卸売業者の「製品」は、扱うべき製品の品揃えである。フルラインで製品を取り揃え、ただちに配達できるくらいの在庫を持つという大きなプレッシャーをかけられているが、このことは利益性を低下させるもととなる。

近年、卸売業者は製品ラインを削減しつつあり、より利益性のある製品ラインを扱おうとしている。

卸売業者は、どんなサービスが顧客との関係を最も強いものにしうるか、どれを省くべきか、どれに料金を課すべきかについて再考しつつある。

重要なことは、自分の顧客にとって価値のある独自のサービス・ミックスを見つけ出すことである。

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

●「町コン経営塾」小岩校 毎週日曜日 午前10時～12時

●「町コン経営塾」小岩校 土日集中講座 HP参照

●「町コン経営塾」銀座校、武蔵村山校開講中。

（株）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

Tel03-3659-7703 Fax03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

