



元気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29年02月13日 第806号「週刊五十嵐レポート」

逃げ勝ち

私は大学を卒業してから13年間リース会社の勤務を通して、与信や債権管理を学びました。ちょっとした些細なことでも反応してしまいます。

先日、ある運送会社のA社長から電話で相談がありました。「取引先が支払いを振込みから小切手にしてほしいと依頼がありました。どう対処したらいいでしょうか」。

小切手は郵便で送られ、現金化になるには数日かかります。届くかどうかわからない。現金化に日数がかかるリスクがあり、承諾してはいけません。

振込みから小切手に変える理由は資金繰りが考えられます。

不良債権防止のポイントは、1. 販売先の情報収集力。2. 情報の判断能力。3. 実行力。決断力。勇気。

情報の信頼度は、1. 自分の足を使い、自分の目と耳で直接確かめる。1次情報。2. 現場で見た人から聞いたものを、2次情報。見た人の私見が入るので精度が低下します。3. 聞いた人から聞く。3次情報。雑音。当てにならない。

まずやるべきことは、直接訪問して1次情報を入手すること。次に販売先の仕入業者に親しい先があれば、聞いてみる。これは2次情報になります。ただし、仕入業者が心配ないと言われても鵜呑みにしないことです。

3現主義の実行。現場。現物。現実。最終的には1次情報が命。

小さな会社は、「逃げ勝ち」。危ないと思ったら、取引を中止して全額回収の道をとることです。今回の場合、売上全体の1%以下の販売先であったので、取引を止めても影響はありません。強気に対応しても大丈夫。

なぜ、小さな会社は、「逃げ勝ち」なのか。10万、20万円と小額取引でも不良債権になった場合、不良債権になれば、1銭も回収できません。なんやかんやで粗利益の生まない作業が発生します。時間の浪費になります。

支払いは精神状態を表わします。支払いの変更や支払い遅延は危ない兆候のシグナルです。

ちょっと
気になる出来事

2月12日(日)、「がっちりマンデー」は「儲かる〇〇の街」。

浅草橋周辺の「玩具の街」や日暮里の「布の街」が登場。

共通していることは、今でも生存しているお店は総合問屋ではなく、何かに特化した専門問屋が生き残っています。

布のお店では、お客がミャンマー人に特化している店があります。日本にいるミャンマー人が自国に帰るときにお土産として買っていきます。

玩具のお店では、フィギアに特化しお店やお祭りに特化したお店、銃に特化したお店など。

多くの問屋が消えていきましたが、残ったところは専門性に特化したお店だけ。狭い分野に深く入り込む。

いろんな中小企業の生き残るヒントがあります。

総合化ではなく、専門特化。



一口メモ
知識

市場ターゲティング

市場細分化を明確にすることが完了したら、市場の1つ、あるいは複数のセグメントに進出することができる。市場ターゲティングとは各市場セグメントの魅力を評価し、参入すべき1つ、あるいは複数のセグメントを選択することである。企業は利益を上げながら最大の顧客価値を生み出し、それを長期にわたって維持できるようなセグメントを選ぶべきである。経営資源が限られている企業は1つ、あるいは2つか3つの特殊なセグメントである「市場ニッチ」にのみ進出する場合がある。この戦略をとると販売額は限られるが、高い収益をあげることができる。あるいは顧客は異なるが、基本的に同じ欲求をもった関連する複数のセグメントに進出する場合もある。また、大企業であれば、すべての市場セグメントにすべての製品を導入しようと決定することもある。

フィリップ・コトラー、ゲイリー・アームストロング「マーケティング原理第9版」より

●「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日 午前10時～12時

●「戦略社長塾東京」小岩校 毎週水曜日 午前10時～12時

●「戦略社長塾東京」銀座校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱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

