



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29年08月07日 第831号「週刊五十嵐レポート」

事業の定義を変える

経営の目的は、経営の源であるお客を作り出し、その数を多くしていくことにある。企業の成功は、「我々の事業は何か」をはっきり問い、その問いに対する答えを明確にすることである。こう言ったのはドラッカーである。

百貨店の物産展に出店しているI社の話。

2000年に創業してから8年ぐらいいは売上、利益を目的にガンガンやっていった。2008年に結婚、子供も生まれ、会社以外に家庭や他の社会との関係も持つようになった。業績は順調に推移していたが、なぜか悶々としはじめた。2012年大病。そのあたりからより深く得体の知れないものが襲い掛かってきた。どこに行けば、誰に会えば、答えを導いてくれるのか、解らなかった。当時は縁がなかった。2016年3月、インターネットから「戦略社長塾」のサイトを知った。それからランチェスター経営を学び始めた。

百貨店の物産展は、全国の各百貨店が主催している。顧客の集客は百貨店がやってくれる。こちらは物産展に出店すればある程度の売上、利益は見込める。しかし、肝心の百貨店の市場規模がピーク時9兆円超あったものが現在6兆円割れまで縮小してきた。閉店する百貨店も多く出てきた。

百貨店の物産展を行う件数が絶対的に減少していき、利益は確保しているが売上は減少。このままでは百貨店の衰退と共に自社も衰退してしまう。

もう一度「我々の事業は何か」を問い直す必要がある。事業の定義を変えなければ、ドラッカーは、「事業の定義は必ず陳腐化する」、「今日では、永続するものはほとんどない」、「顧客ではない人(ノンカスタマー)について知ることである」、と言っている。

I社は、百貨店の物産展での強みを街角プロジェクトというものに転用しようとしている。空き店舗や軒先を借りて、短期出店をしていく。商品は同じでも、「地域」と「客層」に関しては新しい試みになる。百貨店の物産展はすべて百貨店がお膳立てしてくれている。今回は、企画から集客、販売まで自社で手掛けることになる。「難しいことにはそれと同等かそれ以上の良いことが隠されている」。経営が健全な今、やるしかない。

ちょっと
気になる出来事

8月3日付、日経新聞スポーツ欄「悠々球論」(権藤博野球評論家)より。権藤氏は、連覇に向けて独走している広島の新ストッパー今村投手のことを書いている。昨年までの7年で11セーブという数字を今年1年で越えた。体も技術は急には変わらない。何が今村を変えたのか。

「自信」の一言に尽きる。

投手の自信はマウンドで結果を出すことでしか得られない。監督やコーチがいくら「自信を持って投げろ」と言っても無駄。自信とは自分を信じていることだから、人から与えられるものではなく、内からわきでるもの。

今の今村にはそれがある。

何の裏付けもないまま、人に「自信を持ってやれ」などとアドバイスするのは無駄であるとともに無責任。野球の指導者であれ、会社の上役であれ同じこと。禁句としよう。

自信は、内から湧き出るもの。確かに。教えるのは難しい。



一口メモ
知識

成果は焦点を合わせる

一流のNPOは、経営環境、コミュニティ、潜在顧客からスタートする。

多くの企業に見られるように、内部の世界、すなわち組織や利益からスタートすることはない。

一流のNPOは、顧客を探すためだけでなく、自分たちがどの程度成功しているかを知るために、外の世界に目を向ける。

使命を明らかにすることによって、外の世界への認識も深まる。そもそもNPOには、大義に満足し、よき意図をもって成果に代える傾向がある。

したがって、成果をあげて成功するには、いかなる変化を外の世界に起こすことを自らの成果とするかを明らかにし、そこに焦点を合わせなければならない。

P.F.ドラッカー 「チェンジ・リーダーの条件」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

03-3659-7703 Fax 03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

