



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 2018年03月19日 第861号「週刊五十嵐レポート」

凌駕する

3月7日、第10期ランチェスター経営戦略セミナー「商品戦略」を開催した。そのときに、地方在住の素材の貿易専門商社A社の社員が参加された。従業員20名で取扱高は約100億円。20年前からアフリカを主力にしている。

日本貿易振興機構(ジェトロ)は、アフリカ進出の日系企業に関する実態調査の結果を発表した(1月8日)。今後1~2年の事業展開について59.8%の企業が「拡大」と回答。高い成長力を背景に人員増や営業拠点の整備など販売機能を強化する企業が多く、積極投資の姿勢が明らかになった。

A社は20年前からアフリカに進出したこともあり、しばらく競争相手もなく、アフリカから十分に利益を受けることができた。しかし、最近は取り巻く環境が変わってきた。中国の台頭である。徐々に中国企業に顧客を奪われ始めてきた。

中国がアフリカに急接近したのは、2001年9月11日危機より、中東の石油供給に60%以上依存していた政策を転換し、アフリカ、中央アジアへシフトした。中国の資源企業の主要株主は国家、利益よりも中国の国家安全保障を優先。欧米企業のように相手国に対して市場開放を厳格に要求はしないこともあり、アフリカでの資源獲得競争において競争優位に立つことができた。また中国はアフリカ35カ国以上でインフラ事業を進めている。

これらの中国企業のアフリカ展開が日系企業に影響を与える。アフリカに進出している日系企業のアンケートによると、回答企業の4割強が中国との競争激化を指摘している。

A社もこのままではアフリカ事業がジリ貧になる。もう一度、自社の強みを再確認する。20年来のアフリカの某国との人脈があり、販売ルートを持っている。国の情勢に詳しい。単純な右から左へ流す商材は価格競争になるため、付加価値のある加工品に転換していく。人材を派遣して、現地化して接近戦に持ち込む。

世界を見ると中国が欧米を凌駕するときが来る、と感じる。

ちょっと
気になる出来事

「SHOE DOG(靴にすべてを。ナイキを創った男)」「(フィル・ナイト/東洋経済新報社)。ナイキの創業者フィル・ナイト氏の自叙伝。ナイキは創業当初、倒産寸前のところを日商岩井が支援して生き返ったことが書かれている。

1962年、ナイト氏は日本のオニツカ(現アシックス)の販売代理店として会社を立ち上げた。1971年、ナイキブランドを立ち上げ。1972年オニツカと契約解消。1975年取引銀行が取引ストップ。日商岩井が肩代わり。1980年株式公開。現在は世界最大手に。

ナイト氏は、1960年初頭、日本のもの作りに将来の可能性を見た。日本のカメラがドイツ製に勝っていった。スポーツシューズもドイツ(アディダス)から日本製に移行すると考え、オニツカの代理店になった。その後ナイキブランドを立ち上げ、現在に至る今でも日商岩井の恩義は忘れていない。ナイキの本社には日商岩井ガーデンという日本庭園がある。

「SHOE DOG」売れています。



一口メモ
知識

イノベーションか、廃業か。金融サービス業の岐路

金融サービス業の業務内容は大きく変わった。もはや1950年当時の商業銀行、投資銀行、証券会社ではない。むかしからの業務も行っている。だが、主たる業務ではない。今日の業務は、かつては存在しなかったものである。M&Aの仲介と資金手当て、リース、海外進出融資、通貨ビジネスなどである

今日、金融サービス業には3つの道しかない。もっとも選ばれる確率の高い道が、これまでうまくいってきたものを続けることである。すなわち、衰退への道。産業として生き続けるかもしれない。以下に懸命に働こうとしても下り坂を進むことは間違いない。

第2の道は、イノベーションを行う他の産業からの新規参入者、創造的破壊者にと取って代わられることである。参入することは、インターネットやEコマースの助けもあって、きわめて容易である。

第3の道。自らイノベーションを行ない、創造的破壊者になることである。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・水曜日 午前10時~12時

「戦略社長塾東京」小岩校 土曜隔週(第2・第4) 午後2時~6時

「戦略社長塾東京」銀座校、五反田校、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 Fax03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

