



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」中小企業戦略コンサルタント五十嵐 勉 平成23年06月27日 第517号

買い方

町コンの家で、洗濯機が故障し、使えなくなりました。奥さんは私と一緒にJR錦糸町駅にある家電量販店で洗濯機を買いました。

その数日後、母の家でも洗濯機が壊れました。すぐに町の電気屋さんを呼びました。間もなく町の電気屋さんは来てもらい、状況を説明し、後日新しい洗濯機を届けてもらうようにしました。

私の奥さんは当初、町の電気屋さんから製品を買っていましたがT製品があまりにも故障が多いため、T製のものは買わなくなり、メーカーを選べる事と価格が安いということで離れていても家電量販店で買うようになりました。

母の場合は、80歳を越えていることもあり、電車で移動することもなくなり、家の周辺で用を足すようになりました。

あるとき、母のテレビの映りが悪くなり、テレビを買い替えようとしていました。私は、アナログと地デジの違いで操作を間違えていると思い、こんな些細な事です、母に操作方法を教えてもらうよう町の電気屋さんを呼びました。町の電気屋さんはすぐ来ていただき、操作方法を教えてくださいました。テレビを調べてもらいました。「地デジは映りますが、BSは搭載しているチューナーが使えなくなっています。でもBSを見なければ、使えます」とのこと。母はそのままそのテレビを使用しています。

しばらくしてから母の洗濯機が壊れ、町の電気屋さんで買い換えました。

奥さんの製品の買い方は、メーカー選びから、機能性、そして価格を考えます。そのために町の電気屋さんではなく、離れても家電量販店で買います。一方、母は、町の電気屋さんにある製品の中で、自分に合った製品を選びます。価格は二の次。近くの相談相手です。

同じ家電製品を買う場合でも、客層によって買い方が違う話です。

ちょっと
山来事

前号516号では、藻谷浩介著「デフレの正体」を読んで話を書きました。「デフレの正体」の前に書かれた「実測！ニッポンの地域力」を読みました。この本は、「デフレの正体」の基本となることが書かれています。

地域間格差は拡大の一途であるという日本社会の通念ではあるが、根拠となるものがない。各地の現場で拡大しているのは、同じ地域内における「地区間」格差、同じ業界内における「企業間」格差、同じ地域の住民の間での「個人間」格差であって、断じて「地域間」格差ではない。

地域振興の決め手は、1に交通基盤整備、2に工業振興というのが戦後日本の固定観念だった。交通が便利になれば、工業が栄え、雇用が増え、人口が流入すると。しかし現場を検証すると、交通網整備は大都市に人が流出し、工場を建設しても雇用は増えず、町が繁栄していない現実がある。

交通網の利便性が良くなればなるほど、地域は衰退し、大規模店舗が出来ればできるほどオーバーストア状態に陥り、地域は壊滅状態になる。今後の日本はどうすべきかという示唆に富んでいる本です。



一口メモ
成功の秘訣

強いリーダーとワンマンの違い

トップが意思決定をして部下はそれを従うべき」「トップダウンが強い組織の条件」というと、これを「ワンマン社長に率いられた会社が一番強い」と解釈される方がいます。でも、強いリーダーシップとワンマンというのは、まったくの別物なのです。

集まった情報を1人で抱え込むとその人は簡単にワンマンになることができます。社内の誰よりも情報の量で優位に立てるのだからあたりまえです。こうなると部下は反論できません。

強いリーダーというのは集まってきたすべての情報を部下に対してもオープンにし、決断に至るプロセスを含めてトップダウン二部かに伝えるという方法をとります。そうすると「今こういう問題が起きているから、こうやって解決するぞ」という決定に「そうじゃなくて、こうじゃないですか」という別の意見が社員の間から出てきます。情報をオープンにするというのは反対意見を生み出すということなのです。何が会社にとって正しいのか論理的に考え、判断に至るスピードが早く、決断する勇気を持ち、責任をとる覚悟がある。吉越浩一郎「残業ゼロの仕事力」

●本「会社は潰れるようにできている」(中経出版) 発売中！

●会社成功塾 毎週日曜日、月曜日 午前10時～12時。

戦略社長塾 毎週土曜日 午前10時～12時。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051江戸川区北小岩6-21-5

03-3659-7703 Fax 03-3659-7077 tigaras@attglobal.net

