



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23年10月24日 第534号「週刊五十嵐レポート」

隙間だらけ

10月21日(金)、東京中小企業家同友会の第19回東京経営研究集会がありました。その記念講演は、山形県の佐藤繊維㈱代表取締役の佐藤正樹氏。テーマは「世界と闘う日本の中小企業」。

同社は、ニットの糸作りからニット商品販売まで行っています。オバマ大統領夫人が大統領就任式に着ていたカーディガンの糸の製造元として有名。

15年前に山形に帰ったときがどん底。大手アパレルメーカーは日本から中国企業などへ製造を移管していった。成長から衰退へ。ニット製品の99%は輸入品。このままでは会社は潰れる。

転機になったのがイタリアのニット工場の視察。今まで見たことのない糸の製造工程を見学。見ると、なるほど、当社にもある古い機械を改良しながら作る。当社でもできる。今までにない糸をつくれば、それは高く売れる。マネされないものをつくる。

イタリアのニット製造業者にあって日本のニット製造業者にないもの、それは自分たちで作りたいものをつくるということ。日本では、これが売れるからつくれと人に言われてつくる。自分たちにしかできない糸を作り始めた。試行錯誤の結果、5年かけて世界にない糸をつくった。

作っただけではモノは売れない。上手にいいものを伝えていかないと売れない。ストーリー性 演出 ブランディング。日本では相手にされなかったが、ニューヨークの展示会でニューヨーク発「Made In Japan」が注目された。そこから日本へ逆輸入。

大手は資金をふんだんに使い、最先端の機械を合理的に行い、大きい市場へ。しかし大企業は全てを網羅できない。そこには隙間がたくさんある。市場は小さい、狭い。しかし誰も参入してこない。「モノ作り」→「ブランディング」→「市場を創る」。無限である。

ちょっと
気になる出来事

平成23年10月21日(金)付、日経新聞に「落日のテレビ事業 パナソニック赤字転落」という記事。

パナソニックは不振が続くテレビ事業を縮小する。シャープもソニーもテレビ事業の見直しを急ぐと。

一昔前、日本家電が米国製品を駆逐したように、今は韓国、中国製品が日本製を駆逐した。

大企業は世界でシェア争いをしています。そのために大型設備に資金をふんだんに使います。その結果が競争激化を呼び、共倒れにもなってしまふほどです。

あくまでもこれは大企業の話。しかし中小企業でも同業者と同じことをしていたら、激しい競争に巻き込まれます。ここから学ぶことは違う土俵で勝負する。競争の少ないところで勝負する。これには戦略の研究が必要です。



一口メモ
成功の秘訣

5つの基礎

自分は果たして国力競争に勝っているのか負けているのか。この優劣の計算の基礎が5つあると、孫子はいう。

第1に道、第2に天、第3に地、第4に将、第5に法。

「道」とは統治者と国民の一体感、企業でいえば社長以下が一心同体であること。「天」とは時間的条件で昼夜、晴雨、寒暑、季節等も含まれ、現在では国際情勢も経済情勢も含めてよいであろう。いわば、自分の力では変えられない時間的・時代的前提である。「地」は地理的条件または立地条件。「将」とは将帥の器量。「法」は法・制度・組織原則が整って、完全に機能していること。

以上の5つをふまえて、競争相手と対比してみる。

経営者としてどちらが有能か 天の時と地の利はどちらが有利か
いずれの従業員に教育・訓練がされているか 規律が守られているか 賞罰は公正に行われているか

山本七平「参謀学 孫子の読み方」(日本経済新社)より

●週刊五十嵐レポート 毎週月曜日発行

●町コン経営塾「会社成功塾」 毎週日曜日、月曜日 午前10時～12時。

●町コン・ランチェスタービジネスセミナー 毎月東京・大阪開催

㈱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 tigaras@attglobal.net

