



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25年02月25日 第602号「週刊五十嵐レポート」

崖っぷちの家電メーカー

先日、家電メーカーS社の中堅社員の話を聞いた。その社員は熱き心を持ち、必ず再生しようと奮闘中。

日本の家電メーカーはどこで成功し、どこで間違えたか。戦後、日本は外国製品を輸入していた。舶来品。そこから国内で開発、製造をはじめた。工場・人・仕組み等々にこだわり、品質は非常に優れたものになった。ハイテク産業は日本の得意分野となった。「良い製品は売れる」

国内から海外へ。北米、欧州市場に輸出をして、成功した。「生産コスト」と「品質」の強みで同じ作るなら“Made In Japan”。信頼の証、カッコよさ。敵は海外ではなく国内。(シャープ、松下、ソニー、東芝等々) 神話(思い込み)が作られていく。高級志向に応える技術開発。良いものは高く売れる。アジアへの進出。“Made In Japan”へのあこがれ。

時代の変化。市場の求めるものが変化した。高級品から必要なものへ。自分にあったものへ。多様化。分岐点はウォークマンからiPodへ。技術の進化は正しかったしかしiPodに負けた。

国内競争に注力し、コストダウンが結果として自分の市場を失わせた。価格を安くすれば売れる。自分で自分の首を絞めた。コストダウンという悪魔の薬を手にした。02年37インチのTVは約100万円、現在は6万円。

コストダウンのために海外製造へ。部品も海外。外部委託へ。コストダウンは実現した。その見返りにリストラによる人材流出。委託による技術流出。海外の受託企業が技術力と資金力をつけて強力なライバルとなって出現した。

ガラパゴス化。日本では売れるが世界では売れない。日本の規格と世界の規格の不一致。海外企業は日本の1億の市場より世界の市場を選ぶ。世界はMade In Japanを選ばなかった。壊れても安い製品。過剰な品質は不要。現地に合った製品。

垂直統合から水平分業へ。誰でもチャンスがある。ヴィジオ、グーグル、アマゾンなど。日本特有の風土。イエスマンが出世する。意思決定が遅い(決裁まで2週間~2ヶ月)。ODM(委託開発・製造)に対して上から目線(下請けという意識)。

まさに成功体験が仇に。さあここから再生はできるのか。アジアに本社機能を、日本を支社にするぐらいでない生きていけないのでは(登記上は日本本社)。

ちょっと
気になる出来事

テラモーターズの話。同社は2010年4月設立したEV(電動バイク)メーカー、資本金6.67億円。2011年度に電動バイクで国内トップ。いわゆるベンチャー企業。

現在、ベトナムとフィリピンに進出。ベトナムでは電動バイクの販売。フィリピンでは3輪タクシーのEV(電気自動車)化への参入。

電動バイクの作り方は水平分業型。自社で工場を持たない。

一方、既存のバイクメーカーのホンダやヤマハは電動バイクには力を入れていない。

モノ作りのやり方に変化が・・・。垂直統合から水平分業へ。
家電の次はバイク、そして自動車へ。



一口メモ
成功の秘訣

経営の目標をもつ

事業にとって必要な目標を決めることはさして困難ではない。真に困難な問題はむしろ目標を提示する方法にある。目標を正しく提示する方法は一つしかない。それは事業の各領域で何が測定せられるべきかを決定するとともに、測定の基準を明確にすることである。(「現代の経営」)

目標設定による経営の最大の利点は、管理者がそれぞれ自分の行為をコントロールすることが可能になることである。(「現代の経営」)

目標は何か。その答えは一つしかない。それは、事業の存続ないし繁栄に直接かつ重大な影響を与えるような行為が行なわれるすべての領域において、設定させなければならない目標のことである。(「現在の経営」)

ドラッカー経営名言集より

- 週刊五十嵐レポート 毎週月曜日発行 ● 月刊五十嵐レポートダイジェスト
- 町コンランチエスター経営戦略塾「会社成功塾」 毎週日曜日 午前10時~12時。
- 町コン・ランチエスター経営戦略セミナー 毎月東京開催

㈱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

