



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09月30日 第633号「週刊五十嵐レポート」

サラリーマン社長退任

上場企業の子会社の社長をされていた人が会社を辞めたという知らせを聞いて久しぶりに一献。(第411号「社長係」、412号「続社長係」に登場)

彼は62歳のサラリーマン。取締役としてはあと3年を残して会社を辞めました。彼との出会いは10年前、前職のコンサルティング会社時代。当時は取締役、次に会うときは常務、そして社長と出世していきました。

彼は、市場が飽和から衰退に入り、新規事業、新商材の開拓に腐心し、業績を伸ばしていきました。ところが親会社である上場企業から新しい社長が来ました。彼は取締役になりました。彼は新しい社長を支えようしました。

しかし、新社長は彼が行ってきたことをことごとく否定しました。特に朝礼。彼が長い期間をかけて、従業員と意思疎通を図るために朝礼を構築してきましたが、新社長は「そんなもの(朝礼)は会社に必要ない!」といって、朝礼がなくなりました。

また新社長は会社の事業領域とは全く違う「太陽光ビジネス」を新規事業にしました。今、成長している分野だから参入するということです。無関連の多角化です。通常は、自社の技術力を生かして新たな市場へ進出するのが多角化(関連多角化)です。

私は彼に「そんな無茶苦茶で経営戦略のことがわからない人が社長になれるんですか?」

彼「上場企業のトップが一流企業の転職組みを重宝しています。そのうちの1人。ただのイエスマン。自分が育ててきた会社ですから、支えていきかけたのですが、我慢の限界でした」

彼は会社を辞めても、協力会社から手伝ってくれとオファーがあります。

怖い話です。経営者としての資質のない人が社長をやるとどうなるか。従業員はたまったものではありません。

ちょっと
気になる出来事

9月28日(土)、日経新聞朝刊に「ヤマダ、現地流で巻き返し」という記事。「家電量販店最大手のヤマダ電機は10月にも中国唯一の店舗である瀋陽店を大幅大改装する。ヤマダは中国事業が苦戦し、今年2店舗を相次ぎ閉鎖した」

「中国市場では蘇寧雲商集団(南京市)や国美電器(北京市)といった売上高1兆円を超える大手量販店が存在する。ヤマダは特徴を出すために日本式の店づくりをそのまま持ち込んだが、販売は苦戦していた。中国流の売り場づくりの方が、受け入れられやすいと判断」

「出店戦略も変更する。これまでのように中国の大都市に1店ずつ出すのではなく、店舗が残る瀋陽市内で集中的に出店していく考え」

ここで学ぶことは、「郷に入ったら郷に従え」。日本では強者のヤマダだが、中国では弱者。立つ位置を考える。大都市に1店ずつは強者の戦略。中国ではヤマダは無名。地域を広げるのではなく、強い地域を作ること。ヤマダはようやく「弱者の戦略」をとりはじめた。期待してみましょう。



一口メモ
成功の秘訣

整理する対象を決める

不要なモノを捨てるのが整理です。モノには次の3つに分けることができます。

1. 使えないモノ
2. 使わないモノ
3. 使うモノ

不要なモノは「1. 使えないモノ」と「2. 使わないモノ」です。

使えないモノが本当に必要なすぐに修理しているはず。そのままの状態にしているということは不要なモノといえます。

使わないモノとは、使おうと思えば使えるけれど、役割を終え、使わなくなったモノです。

使えないモノ、使わないモノだけでも無数にあります。

勇気をもって捨てましょう。

越前行夫「5Sのすすめ方」(日本能率協会マネジメントセンター)

●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 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

