

元気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26年03月24日 第657号「週刊五十嵐レポート」

## 幸運は忘れたころにやってくる

食材卸業者A社の話。昨年12月25日、年の暮れが迫ったころ、突然A社長の携帯電話が事務所から入った。

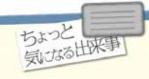
「大口未取引先のX社から電話が入り、すぐに電話をしてほしい」と。社長はX社の責任者に電話をしてみると、「今まで食材を納入していた企業B社が突然廃業した。明日から食材を仕入れることができない。おたくは明日から納入はできるか」という問合わせでした。近くにいたこともあり、すぐにX社に訪問し打ち合わせに。仕入業者ともやりとりして、何とか明日から食材を納めることができるようになりました。

帰社しようと車に乗ろうとすると、また携帯がなりました。今度はY社(未取引先)から電話が入りました。「おたく、X社に明日から納めるのだろう。当社にもできないか」。すぐ近くなのでY社と打ち合わせをして明日から食材を納めることになりました。そんなことがその日に4件ありました。

一挙に月間売上高が20%~30%増になりました。大手食材卸売業B社が廃業したため、A社に話が舞い込みました。A社長はX社の責任者になぜ当社だったのか聞きました。「以前の会社にいたとき、A社のドライバーが食材を納めるときの対応が良かったことを覚えていた。まさか今の納入業者が事業ストップするとは思っていなかった。頭が真っ白になりかけたが、ふとA社のことを思い出し、電話をした」。その後、同業者のX社とY社間で情報交換、X社はY社にA社の話をして、Y社から連絡が入ってきたということです。

A社長は、「もしX社の責任者が当社ではなく、競争相手を思い出したらどうなっていたんだろう」と思うと、ぞっとしました。

会社一丸となって、日々の顧客対応の徹底の積み重ねが今回に繋がりました。顧客に競争相手よりも「好かれ」「気に入られ」「喜ばれ」「忘れられない」存在になる。顧客対応で新規顧客が増えた話でした。



日経新聞の「投資・財務欄」に「発掘最高益企業」の特集があります。

読んでみると、大きな市場ではなくて小さい市場でシェアー番の会社が ほとんどでした。 (または卓越した技術をもっている)

高収益を上げるにはやはリシェア一番 (小規模1位・部分1位)になることであると実証しています。

長期安定的に利益を確保するには、どこで一番を狙うのかということ一番重要なことになります。

「商品(何を)」「営業地域(どこで)」「業界・客層・ルート(誰に)」を売るのか。この目標の定め方が将来を決めます。

目先の売上、利益を追いかけるか、時間はかかるけれども一番を狙うか、 5年後、10年後結果が出てきます。



## 企業の使命の定義

経営者が、組織が停滞していると感じたならば、新たな目標を探すべき時期である。次のような質問を投げかける時期である。

- 「われわれの事業は何だろうか」「顧客はだれなのか」
- 「顧客にとっての価値は何か」
- 「われわれの事業はどんなものになるのだろうか」
- 「われわれの事業はどうあるべきか」
- 一見単純な質問のように思えるが、企業にとって答えるのが難しい質問である。成功している企業は、常にこれらの質問を自ら提起し、深く考え、答えている。(ドラッカーの影響を受けています。五十嵐)

フィリップ・コトラー、ゲイリー・アームストロング 「新版 マーケティング原理」より

「新・経営の志手帳」発売中!(1.000円+税)

町コンランチェスター経営戦略塾 毎週日曜日 午前10時~12時。

町コン・ランチェスター経営戦略セミナー 毎月東京開催

(株)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 F a x 03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

