



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08月11日 第677号「週刊五十嵐レポート」

## 「小僧寿し、経営方針募る」より

8月9日(土)付、朝日新聞に「小僧寿し 経営方針募ります」という記事。

持ち帰り寿司チェーン「小僧寿し」は、今後の経営方針について、一般から意見募集を始めた。回転寿司などに押されて業績悪化が続く中、お客や取引先など広く社外からの知恵を集める狙いと。

小僧寿しは1972年に設立。高級品だった寿司を家庭で気軽に楽しめる食事に変えました。(当時としてはイノベーション・革新でした)時が経ち、スーパーやコンビニも持ち帰り寿司を始めました。回転寿司の隆盛や宅配寿司の伸長などで同社の業績が悪化。2013年まで4年連続で赤字。同社は、社員(100人)の約3割にあたる30人程度の希望退職の募集を始めました。

同社が設立されてから40年以上が過ぎ、4年連続赤字を計上したということは、現在のやり方ではお客に支持されなくなって、企業の存在価値がなくなりつつあり、このままでは消えていきますよというシグナルです。

最近、家でも小僧寿しを食べなくなりました。かみさんはスーパーの寿司を買ってきます。かみさんに聞いてみると、「スーパーの寿司が美味くなった。逆に小僧寿しは美味しくなくなった。しゃりは数時間経っているものだったりする」。経営力 = 商品力 × 営業力。このうち商品力が相対的に競争相手より劣っているということです。食べ物で商品力が他社より劣っていることは致命傷です。

京成小岩に40年経った1軒の寿司屋があります。夫婦2人でやっています。私は毎週1回は昼食をここで食べます。ネタは市場から仕入れず、産地直送です。ネタは新鮮であり、価格はリーズナブル。美味しいので40年経った今も繁盛しています。仕入の差別化で商品力を高めています。

美味しい商品(強い商品、「これは」という商品)、一番商品を作らなければ、お客は戻ってきません。昔の名前では通用しないのが「経営」であると学びました。

ちょっと  
気になる出来事

今の好景気のせい、小売業の出店意欲は旺盛です。全国に展開している商業ビルが一部リニューアルするためにテナントを誘致しています。

その数箇所でテナント先として声がかかった企業の話。

駅前立地の好立地。特命ではなく競合がありました。条件(賃料が一番高いところ)がいいとことに決まります。

後継者が事業計画を立てて、いくら賃料であればいいのか試算していました。その試算を見させていただきましたが、この案件に賭ける思いが伝わってきませんでした。

事業計画の算出根拠の調査が甘いのです。もっと細部まで情報を収集して積み上げて、適正利益の確保を前提条件に、どのくらい賃料を詰められるか。

後継者に言いました。「競争入札なので、負けることもあります。納得する数字を出さなければなりません。苦しんで数字を出していけば、一皮むけますよ」。仕事は思いです。思いが伝わります。



一口メモ  
知識

## 製品の分類

製品は、耐久性と有形性によって3つのグループに分類される。

非耐久財は、1回か数回の使用で消費される有形財である。ビールやスープや塩がこれに含まれる。これらの財は、すぐに消費され購入頻度も高いので、多くの場所に露出させ、低い利益率を設定し、初期購入を誘発し選好を築くために大量の広告をすることが必要とされる。

耐久財は、多くの使用に耐える有形財である。冷蔵庫や機械工具、衣料がこれに含まれる。耐久財には、多くの人的販売とサービスが必要とされ、より高い粗利益を設定しなければならず、購買者に対してより多くの保証を与えることが必要とされる。

サービスとは販売のために提供される、活動、ベネフィット、満足である。調髪や修繕がこれに含まれる。サービスは、非有形性、不可分性、変動性、消滅性という性格を持つ。サービスには品質の管理、供給者の信用、適応性がより多く求められる。

## 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 i-daruma@igarashireport.com

