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27年06月22日　第721号「週刊五十嵐レポート」

経営を勉強したい

中小企業の社長たちはビジネス書を読んだり、経営セミナーに参加されて、経営の勉強をする人がほとんどだと思います。

しかし、経営の中心部分は形がなくて、つかみ所がありません。油断すると迷路に入り込んでわけがわからなくなってしまいます。

そういう意味では、竹田陽一の書籍や教材に出会えた社長は運が良い。初めて町コン経営塾に参加された社長の話では、

「今後、事業を拡大したい。どんな考えで、どんな戦略を立てて、どんな人たちと出会っていったのか知りたくて経営塾に参加しました。ビデオを観て、すごく大事な事を言っているなと思いました。経営の目的は1位作りにする。『目的と手段』がごちゃごちゃになると小さいものにこだわり過ぎ、全体を見失って、結局失敗してしまう。まさしく『私』だな。確かに。まだ失敗はしていないですが、成長過程の段階なので、失敗しないためにこれらを学ばないといけない。それに『弱者の戦略』、私はまだ弱者なので弱者の戦略でやらなければいけない」。

町コン経営塾銀座校の塾長･曲渕税理士曰く、

「もっと早くランチェスター経営に出会っていれば･･･。以前、顧問先に対してもっと売上を伸ばしましょう。利益を伸ばしましょうと言っていました。今なら、会社にとって『最も価値が高い財産』は不動産でも金融資産でもない。粗利益が他社よりも有利に補給できる1位の商品、1位の地域、1位の業界･客層なんです」。

1位作りを目指すには、商品に「特徴があるもの」を作ります。これを磨きかけ「強いもの」に育てます。さらに磨きをかけて「1位作りへ」とステップアップします。3段階方式にすると1位作りが可能になります。

経営のツボはここなんです。

ちょっと気になる出来事

ある建機レンタル業の社長の話。
「今は、過去の最高の業績を上げている。
しかし、不思議なことに徐々に暇になってきている。
何か潮目が変わってきたのではないか。」

ある運送会社の社長の話。
「内は、仕事もあり、業績は順調だが、
他では仕事がなくなってきたといっている。」

巷では株価が2万円台、東証一部の時価総額が600兆円と景気の良い話が多いですが、もうすでにピークになっており、徐々に下りに入っているのかもしれません。

一口メモ知識

販売促進型価格設定

企業は、製品価格を標準価格よりも、あるいは一時的には製造コストよりも安く設定して売上の増大を図る。これは、販売促進型価格設定と言われる。販売促進型価格には様々な形態がある。

スーパーや百貨店は、少数の製品についてこのような価格をつけ、目玉商品の魅力によって店内に顧客を引き入れ、通常のマージン率の他の製品を購入してもらうことを期待するのである。

販売者は特別催事価格設定も活用する。これは、特定シーズンにさらに多くの顧客を引き入れるための価格設定である。リネン類は毎年1月に販売促進型の価格設定が行なわれ、買物にうんざりしている顧客を店内に引き入れる。

メーカーは特定期間にディーラーから製品を購入した顧客に対してしばしば現金リベートを支払う。

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
㈱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
TEL03-3659-7703　Fax03-3659-7077　i-daruma@igarashireport.com