



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28年06月13日 第772号「週刊五十嵐レポート」

何で一番になるか

都内の造園業者の話です。2年前に事業承継の準備をして、無事に後継者(3代目)に社長職を譲りました。

創業者は、明治神宮に植林をしたほど企業は歴史のある会社です。主な受注先は、官公庁及び自治体です。バブル時も儲かる民間の仕事をやらず官公庁・自治体の仕事をしていました。そのお陰で、バブル崩壊後、民間がだめになり、ほとんどの造園業者が官公庁に戻ってきましたが、逆に官公庁等に信頼を獲得して、仕事は順調に推移していきました。

ところが、近年は、やはり価格競争が激しくなり、利幅がなかなかとれなくなっていました。

ランチェスター経営を学んで以来、「何で一番になるか」もんもんとしていました。

2年ほど前から、文化財の庭園の仕事が来ました。既存の業者の仕事がよくなかったことで、依頼を受けました。普通の造園の仕事とは違い、文化財の庭園の仕事は、神経の細やかな仕事です。終わってみると、関係者たちから素晴らしく見栄えのする庭園になったと評価されました。ここから次々と新たな文化財庭園の修復作業の仕事が増えてきました。技術力の必要な仕事でこの造園業でもできることではなかったのです。ここでは価格より技術力が優先することになり、価格競争に巻き込まれず、しっかり粗利益がとれるようになりました。また都内で文化財の造園を主力で行なっている会社は当社を含めて3社しかありません(普通の仕事を行なう造園業者は多数います)。

文化財の仕事は、売上全体に占める割合も3割を超えてきました。競争相手は2社で、技術力では負けないと判断。であれば、ここで一番を取ろうと考えはじめました。ランチェスター経営を学んでいなければ、「何で一番になる」とは考えていなかったと。

経営の目的は利益にあらず。顧客を作り、増やすこと。中小企業の経営目標は小さい市場で一番になること。再確認しました。

ちょっと
気になる出来事

6月11日・12日は、土日集中講座「顧客戦略塾」を開催しました。顧客と直接接触するところを顧客の立場で見直します。まず不便・二度手間をなくす。次に感謝を態度で示す。顧客の期待以上のサービスをする。これらを継続できる仕組みを作る。

「当たり前のことを当たり前やる」

これはなかなかできません。忘れがちです。私は何十回もこのDVDを見ていますが、新たな気づき・発見があります。「原点」です。私も独立起業して10年。もう一度創業原点にもどって、行動していきます。



一口メモ
知識

広報活動

もう一つの主要なプロモーション手段が広報活動である。

広報活動とは、好ましいパブリシティの獲得、優れたコーポレート・イメージの確立、悪い噂の処置・防止、イベントによって、企業の取り巻くさまざまな利害関係集団と良好な関係を構築することである。

パブリシティとは、金銭を支払わずに企業およびその製品のニュースを媒体に乗せることによって、企業およびその製品をプロモートする活動と見なされてきた。広報活動は、パブリシティや他の多くの活動からなるより広いコンセプトである。広報部門は以下の手法を使用している。

- ・プレス・リレーション。人や製品、サービスに注目を集めるため、ニュース媒体に投入すること。
- ・製品パブリシティ。特定製品をパブリシティすること。
- ・コーポレート・コミュニケーション。企業あるいは組織に対する理解を促進するために、社内的、対外的なコミュニケーションを創造すること。

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

「町コン経営塾」小岩校 毎週日曜日 午前10時～12時

「町コン経営塾」小岩校 土日集中講座 HP参照

「町コン経営塾」銀座校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

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

