



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09月12日 第785号「週刊五十嵐レポート」

情報は盗まれる

ランチェスター「顧客戦略」テキスト、「顧客は友好的、性善説で対処し、ある程度の自己犠牲が必要になる。競争相手は、対立、性悪説で対処し、競争相手との本当の力関係は2乗比になる」と書かれています。

外資系アパレルメーカーは、日系アパレルメーカーとライセンス契約を解除する2年前、OEMで製品を作っている中小企業の工場を視察しました。中小企業側は、ライセンス先でもあり、工場を案内し、工程を一部始終情報公開して親切に説明しました。そして2年後、ライセンス契約の解除により受注がゼロに。海外の工場で(ノウハウを盗まれ)作られてしまいました。

機械製造会社の下請けをしている中小・製造業の話。

特殊の仕事の依頼があり、試作品を繰り返し量産に備えました。当時は、その得意先に対して、性善説で対処していました。試作品が出来たときには、得意先へ試作品を渡していました。ある日、その仕事はなくなったと言われました。しかし、得意先は、試作品から製品を作り上げる情報を解析し、海外の工場で作っていました。

パワーポイントで試作品の説明しただけでも、解る人には解り、他社でものを作られてしまいます。得意先という顧客と言えども、いつ競争相手に仕事を振ることもありえます。性善説と性悪説の両方で対処する必要があります。

今はどうしているか。試作品を作っても現物を渡すことはしません。見せるだけ。その代わり写真を渡します。ただし、解る人には解るので、写真も修正して、消すところは消します。(守秘義務契約を結ばない慣習も不思議だが)

大手企業から工場を見せてくれというのは、何か目的があります。工場内を見せていいところと見せてはいけないところを明確に分けます。情報開示と情報非公開の線引きが中小企業の生き残る分水嶺。

日本のもの作りは、日本だけではなく世界と戦っています。得意先は、顧客でもあり、他社に仕事を振ることもあります。友好的、性善説で対処しつつ、大事な所は性悪説も忘れない。独自の情報を守ることの大切さを知りました。

ちょっと
気になる出来事

9月7日(水)より、「戦略社長東京」小岩校で毎週水曜日午前中(10時~12時)に経営塾を開講することになりました。

平日ですが、日曜日に参加が困難な人向けに作りました。

参加された社長のコメントで

「全ての『答え・解決法』は自分自身の中にある。

自分で見つけ、実行するしかない。しかし、なかなか見つけられない、引き出せない時もある。

その時には、グループとの勉強会(会話)が自分の中にある引き出しをあけてくれる。このことを気づかせてもらいました。

ありがとうございました。」

町コン五十嵐が主催している「戦略社長塾東京」小岩校は、経営の悩み・課題を解決するヒントを提供する「場」です。

中小企業の経営者が集う「場作り」をしていきます。



一口メモ
知識

市場リーダーの戦略 2

【総市場規模の拡大】リーダー企業は市場規模が拡大しているとき、その利益を最も多く享受するものである。市場リーダーは新規ユーザーや新しい用途、使用頻度・量を増加させる方法を見つけ出すことになる。

【新規ユーザー】いかなる製品であっても、その製品の存在を知らなかったり、価格や機能性や形態などが気に入らないために購入しない潜在購買者がいるものである。

【新しい用途】メーカーは、製品の新しい使い方を見つけ出し広めることにより市場拡大を図ることができる。

【使用頻度・量の増加】市場拡大戦略の第3の方法は、使用頻度を上げて1回当たりの使用量を増加させることである。P&Gは、シャンプーは1度よりも2度洗いのほうが効果的だとユーザーに宣伝している。

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

「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日 午前10時~12時

「戦略社長塾東京」小岩校 毎週水曜日 午前10時~12時

「戦略社長塾東京」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

