



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28年10月17日 第790号「週刊五十嵐レポート」

## NOと言えるようになる

NHKテレビ番組「奇跡のレッスン(柔道編)」で柔道の最強コーチは言っていました。「柔道は『NO』と言える人間を育てる。相手の技にかけられないよう『NO』という意味表示をし、次に自分の技をかけるという自己主張をする。柔道は自分の意見が言える人間を形成します」。

精密機械専門の運送会社K社(従業員10人)の話。特定の会社に売上全体の大半を占めていました。リーマンショック後、大口取引先から取引を切られたり、値下げの圧力が増してきました。売上は激減。取引を切られたくないため、値下げの要請に対して「NO」と言えず、「YES」と受けざる得ない日々が続きました。「NO」と言えない負け犬根性が身につけてしまいました。

ランチェスター「弱者の経営戦略」を知る機会があり、そこから1年学びました。精密機械の運送で培われた「細かいことを丁寧にこなす技術」を楽器の運送に活かすことができました。K社の周辺地域では楽器を専門に行なう運送会社がありませんでした。楽器の運送に一点集中していくことでその地域での市場占有率が高まっていき、利益性が良くなっていきました。価格を自社で決めることができるようになってきたのです。

取引先を分散させることにより、特定の取引先に対しても価格の値下げ要請に対して「NO」と言って、逆に値上げ交渉ができるようになりました。「最初は恐る恐るでしたが、ちゃんとこちらの意見を言うようにしたら、案外通るようになりました」。

品物を大切に運送することから和装の展示会の運送依頼も来ました。従来の運送会社だと和装にしわができて、和装会社の販売が不調でした。K社だとしわにならず、販売に支障がなくなり、和装会社からも感謝されました。

K社は、いままで取引先から言いなりになっていますが、自社の強み(細かく丁寧に運ぶ)を知り、その技術を高めると、付加価値が付くことに気づきました。粗利益を高めることができると同業者平均以上にドライバーへの給料も払えるようになります。求人難を解決することもできます。

ちょっと  
気になる出来事

10月16日(日) TBSテレビ7:30~7:59「がちりマンデー」に私のかみさんが登場しました。

番組のテーマは「人力ビジネス」。3社登場。そのうちの1社がファッション通販の会社。顧客は40代~50代の女性(実際は60代、70代の女性も多い)。集客は新聞広告。既存顧客には定期的にカタログが配布。

電話で注文が主流。コールセンターに200人のオペレーター。かみさんはその1人。顧客対応(満足度)では常に上位3位までに入っています。

顧客対応では、顧客の立場に立って、話を聴く。決して売り込まない。

返品自由がこの会社の売り。返品(すなわちクレーム)には真摯に対応。

広告に載っている服の色と実際の色が違う。買ってみたら体に合わない等々。返品のお客に対しては次に買ってもらうための人間的な暖かさの対応が望まれます。かみさん曰く、「怒っていたクレームのお客さんは、最後に笑顔で、『有難う』とって電話を切ってくれます」。神対応。



一口メモ  
知識

### 【迂回攻撃】

### 市場チャレンジャーの戦略3

迂回攻撃は間接的な戦略である。この場合、チャレンジャーは競合他社を迂回し、より安易な市場を標的とする。迂回戦略には、非関連製品への多角化や新しい地域への進出、既存の製品に取って代わるような新技術への飛躍も含まれる。

新技術への飛躍は、ハイテクノロジー業界でしばしば使われる迂回戦略である。競合他社の製品をまねしたり、コストのかかる正面攻撃を行なう代わりに、チャレンジャーは新技術の開発に忍耐強く取り組む。技術の優位性を確信したとき、チャレンジャーは有利に戦える分野で攻撃を行なう。

【ゲリラ攻撃】ゲリラ攻撃は、市場チャレンジャー(とくに小規模で財務的に苦しい企業)が利用できる方法。チャレンジャーは小規模の散発的攻撃で競合他社を混乱させ、市場に永続的な足場を築くことを最終的に期待するのである。

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。

〒133-0051 東京都江戸川区北小岩6-21-5

TEL.03-3659-7703 Fax03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

