



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 2022年06月20日 第1073号「週刊五十嵐レポート」

小さな会社の経営差別化

小さな会社は、強い会社を攻撃しない、強い会社と違った経営をする。強い会社のマネをしない。いわゆる経営の差別化をする。ではどうすれば、経営の差別化ができるのか？

1. お客に役立つこと、喜ばれることを最優先に考える。
2. 我々業界は特殊だと言わない、考えない。業界の常識を疑う。
3. 同業者がしないことを考えて実行する。
4. 差別化に成功した事例を20例以上集め研究する。
5. 同業者と付き合わない。

こうすると経営の差別化がしやすくなる。そして弱者の戦略の「接近戦」「一騎打ち戦」「直接戦」「小規模1位」のキーワードを活用して実践していく。

資材原価の高騰で商品を値上げしなければならないところ、競合先との関係でなかなか値上げできないでいる卸売会社がある。扱い商品では差別化ができない。その場合、お客に役立つこと、喜ばれることは何かを考えると活路を見出すことができる。

ある土業は同業がやりたがらない面倒くさい仕事をよろこんで受ける。そこから徐々に間口を広げて、取引を大きくしている。営業地域を地元を絞り、常に接近戦で営業している。「地元」「接近戦」でいくと、大手事務所にも十分勝てる手ごたえがある。

ある小さな小売業者の商品は小ロットで国内生産。一方大手は海外にて大量生産。現在、コロナが静まり、消費環境は回復基調し、自社はコロナ前に戻った。しかし大手は85%前後の回復。中国のロックダウンの影響もあり海外生産の商品が行き渡らない。現在のところ、国内生産で小回りの利く小さな会社に分がある。

新聞やビジネス書は大企業中心の内容が多く、小さな会社にはなかなか参考になることが少ない。上記にある差別化に対する5項目を実行していけば、答えはでてくるのではないかな。

ちょっと気になる出来事

6月9日付日経新聞「気配に定住外国人『正社員』に壁」という記事。

長く日本で働きながら正社員になれない外国人が多いことが分かった。外国人は勤続5年以上でも非正社員が36%を占め、同じ勤続期間で日本人を含む全体は16%。

正社員を新卒で中心で採用する雇用慣行が中途入社することが多い外国人に不利との指摘がある。また企業は日本語力を重視し、日本語能力試験で最上級の「N1」水準を要求している。働きながら日本語を習得する機会も乏しい。

新卒中心の採用は大企業およびそれに準ずる企業。中小企業の多くは中途採用、また技能実習生を採用しているところも多く、外国人との接点も少なくない。

今後、中小企業も外国人労働者を戦力にしていくことを考える。今までは単なる「人手」であり、「低賃金労働者」「非正規雇用」だった。これを「戦力」にするには、育てる発想が大事。従業員教育という「投資」。日本語教育の充実。ここがまだ未整備。このあたりに教育の差別化がある。次は「経営戦略」を学ばせる。時間はかかるが戦力になる。



一口メモ 知識

窮(きわ)まれば変ず

易は窮まれば変ず。変ずれば通(つう)ず。通ずれば久(ひさ)し。陰が極まれば陽になり、陽が極まれば陰に変化する。冬が極まれば夏へ、夏が極まれば冬へ向かう。

同様に、物事は行き詰まることのない。窮まれば必ず変じて化する。変化したら必ず新しい発展がある。それが幾久(いくひさ)しく通じて行って、それがまた生々流転(せいせいりてん)する。

「通ず」とは成長を意味する。新たな変化なくして成長発展はない。易が最も尊ぶのは新たな変化である。

「易経一日一言」(致知出版/竹村亜希子)より

- 「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日・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。

榎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 info@igarashireport.com

