



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08月22日 第1081号「週刊五十嵐レポート」

急拡大はご用心

最近の帝国データバンクの倒産情報で2件の倒産が目をつけた。

一つは、イギリスのチョコレート製造会社が日本市場へ進出を目的に2018年7月に設立。コロナ禍のなかでも新規出店を重ね、全国で約30店舗まで拡大し、2021年6月期は売上高約10億円。負債総額は約51億円。急速な店舗展開の一方で、円安によるイギリスからの輸入コストが増大、出店するほど損失が拡大、資金に窮し、民事再生を申請、現在営業中。

二つ目は、2013年設立のリハビリ特化型デイサービス会社。本店を含め直営で11ヶ所、フランチャイズ方式で約70ヶ所を展開。売上高約3億円。急激な事業拡大に伴い資金面と管理面が追い付かず、破産申請、負債約9億円。

積極果敢に攻めて、思うような成果が上らず、資金がついていけず、耐えられなくなり、経営破綻してしまった。2件とも売上の規模より負債額が大きく上回っている。破綻するのは当然なのかもしれない。キーワードは「急速な店舗展開」、「急激な事業展開」。地域戦略につながっていく。

2つの会社にとって、強い店舗、強い事業所があったのだろうか。そもそも強い地域作り、重点地域、最大範囲という考えを持っていたのだろうか。とりあえず、多店化して規模を大きくしようとしただけのように映る。

我々がこの事例から学ぶものとして、最初にやるべきことは、規模の拡大を迫るのではなく、競争相手よりも有利に粗利益が補給される「根拠」を築くこと。この「根拠」は強い地域作り、一番店作りになる。まず重点地域を決める。一号店や最初の事業所を一番店化することになる。

強い地域作り、一番店作りには、やはり強い商品・サービスを作る必要がある。それが他社との差別化につながる。細分化して見つけて育てていく。

多くの企業が失敗するのが2号店目の出店。1号店目と離れた場所に出店する。お互いが競合し合うと考えてしまう。客層も違ったり、人の管理もしづらくなる。小さな会社は、2号店目は1号店の近場に出店する。客層も近く、人の管理や教育がしやすくなる。重点地域になり、顧客の密集度が高くなる。一つ一つ対処する。各個撃破主義。

ちょっと
気になる出来事

8月7日は「立秋」。毎日暑い日が続くが、お盆明けには秋の気配が少しづつ感じられ、季節の挨拶も「暑中見舞い」から「残暑見舞い」に替わる。

8月23日は「処暑（しょしょ）」。朝夕には涼しい風が吹き、心地よい虫の音が聞こえてくる。

これらは二十四節気（せっき）のひとつ。古代中国で考案され、1年を春夏秋冬の4つの季節に分け、さらにそれぞれを6つに分けたもの。

日が暮れるころ、昼間の暑さも和らぎ、時間がある時はランニングをする。走っていると風の涼しさを肌で感じ、虫の声が耳に入り込む。秋がそこまで来ている。四季を感じ、二十四節気のとおり。

季節は常に変化し、その変化は法則通り。「易」と「不易」。これらを学び、自ら変化を求める。法則性を感じながら。



一口メモ
知識

族を類し物を弁ず

族を類し物を弁ず。

「族」は一族。立場・身分・能力は違っても、同じ志を持つ同類をいう。一致協力する時は、志すものが異なっていないは成し得ない。

天火同人（てんかどうじん）は、人と協同して同じ志を達成する道を説く卦だが、とはいえ同人は何もかも同じという意味ではない。

人物を良く見分け、弁（わきま）えて、同志を集めることが肝心と教えている。

「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。

㈱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

