



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09月05日 第1083号「週刊五十嵐レポート」

経営の教科書にはこう書いてある

地域密着型の会社がある。4つの事業部(仮にA,B,C,Dとする)を持っている。各事業部の1人当たりの粗利益額と1人当たりの経費を出した(前年度)。

A事業部 700万円、550万円。B事業部 370万円、390万円。

C事業部 400万円、500万円。D事業部 440万円、480万円。

經常利益の段階でA事業部のみ黒字で残りは赤字。合計10万円の赤字。

経営者は経営を学んで1年半ほど経った。この数字から何を知ったのか。地域密着の業種であるにも関わらず、地域戦略を全く知らず、地域を無視して、広範囲からお客を獲得していた。売上が欲しいために、必要以上に営業地域を広げすぎた。

移動時間は最大のロスであるということに気がつかなかった。顧客と会っている時間より移動している時間の方がはるかに多かった。

経営の教科書にはこう書いてある、「仕入価格と販売価格がほぼ決まっている業種は、営業地域の決め方で『付加価値』をつけることが重要になる」。

経営者は、重点地域と最大範囲を決め、営業地域を狭め、営業範囲を越える顧客を獲得しないようにした。重点地域に顧客を集中するように取り組んだ。その結果、B事業部とC事業部は単月で黒字化の目途が立ってきた。

また、経営の教科書はこう書いてある、「2店舗目を出店するときは、近い所に出店する。こうすると人のやりくりがしやすくなり、管理もしやすくなり、業績向上に役立つ」。

D事業は離れた所に出していた。人の採用、教育など、人の管理の難しさを実感する。それでも一つひとつ細分化してみると客単価を上げられ、トントンまでもっていく。

今までビル内で各事業部のフロアが違っていたのを、引越しを機にDを除くA、B、C事業部をワンフロアにまとめた。全体を見渡すことができ、風通しが良くなり活気が出てきた。ワンフロアにまとめるのも「地域戦略」。

お金をあまりかけず、地域の決め方で付加価値をつける。知識の差。

ちょっと
気になる出来事

9月1日、対ドルの円相場が140円台まで下落。1998年8月(147.64円)以来24年ぶり。9月3日付、朝日新聞によると、わずか半年で25円も円安が進む異例の事態。輸入品の価格がさらに上がり、家計の負担が重くなりそうだ。歴史的な円安は日本経済の長期に及ぶ低迷を反映している。

海外から輸入するものは高くなる。しかし日本から輸出するものは日本で同額でも海外では安くなる、つまり海外では購買が促進される。資源を輸入して製品を輸出する。従来の日本型が活用できる。

8月29日付日経新聞、「日本の包丁、世界で切れ味」という記事。海外で高品質な日本製包丁の人気が高まっている。21年の台所用刃物の輸出額は過去最高となった。中でも岐阜県関市の刃物が注目を集めている。

9月4日付日経新聞、「農産物輸出、攻める自治体」。自治体が農産物の輸出拡大に攻勢を強めている。農林水産省によると、21年の農林水産物・食品の輸出額は1兆2382億円と初めて1兆円を突破。円安基調は追い風。

もう一度、「日本製」を見直す機会ではないか。日本復活のチャンス。



一口メモ
知識

君子は幾(き)を見て作(た)つ

君子は幾を見て作(た)ち、日を終うるを俟(ま)たず。

兆しがどんな結果を教えているかを知る者は、それを見てすぐさま行動し、一日と置かずに処理することができる。

このままでは危ういと感じてもすぐに行動せず、そのままやり過ぎて大きな禍(わざわい)に至る事例は少なくない。兆しを察したら素早く行動せよ、と易経は教えている。

「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

