



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12日 第1084号「週刊五十嵐レポート」

小さな会社にとって、セオリーとは

9月9日付日経新聞、「日立、足りぬナンバーワン」という記事。

日立には「唯一無二の技術が少ない」との指摘もある。複合企業の強みを生かして企業全体の規模は拡大できたが、いち早くブルーオーシャン(未開拓の市場)を捉えて、ナンバーワンの領域を生み出すことができていない。日立はDX(デジタルトランスフォーメーション)と脱炭素を成長領域に定めるが、既に世界で競合がひしめく分野。メリハリのついた研究開発に踏み切りブルーオーシャンを切り開かなければ、ナンバーワンをつかみ取ることはできないと記事には書かれている。

世界で戦う大企業は大変だと思う。これを中小企業、小さな会社で考えるならば、多角化をする場合、注意が必要。非関連多角化はしないこと。一つの業種から深掘りしながら領域を広げること。売上規模を迫りかけるのではなく、「商品」「地域」「業界・客層」で強いもの作り、一番作りを目指すことが経営を間違いから救う。

業績の悪い会社の話。経営の目標を売上に置いていた。そうすると、顧客のいる所にどんどん進んで行く。営業地域が会社の能力以上に広がっていく。お客の客層も絞らないため、来るお客をすべて受け入れた。客層によって需要も違い、サービス内容も違う。スタッフたちは業務に慣れず、移動時間も長く疲弊していった。余計なコストが増え、利益を生まない状態に陥っていた。

一から経営を学んでいくと、「商品」を絞り込む。当社の強みの商品は何か。何が顧客に支持されているのか。「営業地域」を定めた。遠方に行くのを止めた。我々のお客は誰か。客層を絞り込んだ。それから外れた客層は捨てた。

経常利益＝粗利益－経費。粗利益を高めるには、「商品」「地域」「客層」で強くしなければ、業界平均以上に高まらない。更に一番になると「経費」が下がっていく。つまり一人当たりの経常利益が同業者より2倍、3倍に高まる。

間違った経営の考え方で実行すれば、結果は悪くなり、正しい経営の考え方で実行すれば、小さな市場、小さな会社の活動範囲では十分成果が出る。まずはセオリー通りの経営ができるかどうか。

ちょっと
気になる出来事

9月7日付日経新聞、「回転すし、原料高直撃」という記事。

回転すし大手に原料高が直撃している。くら寿司は、2022年10月期の連結営業損益が9億200万円の赤字。

回転すし業界では業績が悪化している企業が目立つ。原材料費、光熱費、運送費、人件費などあらゆるものがコストアップしている。

大手各社はこれまで「1皿100円(税抜き)」を前面に押し出してきたため、100円均一を壊すと売上や客数に悪影響を及ぼすと言われている。

各社1皿120円(税込み)に引き上げを検討中。コスト増を吸収できるかが今後の各社の業績を左右すると書かれている。

この記事を読むと、コスト増を売価に転化できなければ、収益は悪化し、下手すると赤字になることを教えてくれる。価格を上げると顧客が逃げてしまうのではと恐れてしまう。小さな会社の場合、価格を上げてもらえないお客さんと価格を上げたら買わないお客さんを見極める。買ってくれるお客さんはどういう人たちか、買わない人たちはどういう人たちか、観察する。自社の客層が見えてくる。



一口メモ
知識

幾(き)は動(どう)の微(び)

幾は動の微にして、吉凶の先ず見(あらわ)るるものなり。

「幾」とは物事が変化する兆し。兆しとは物事が動く前の機微であり、現象に先んじて吉凶の分かれ目が現れるものをいう。

物事が動き、変化する前には、必ずそれを報(しら)せる兆候がある。

機微を知るのは、超能力ではない。

努力精進して研(みが)かれた洞察力と直感力によるものである。

「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。

㈱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
TEL.03-3659-7703 Fax03-3659-7077 info@igarashireport.com

