



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 2023年02月06日 第1104号「週刊五十嵐レポート」

## 潜在的課題に気づけるか

2月5日付日経新聞、「酪農家、止まらぬ廃業」という記事。酪農家の廃業ラッシュが止まらない。ロシアのウクライナ侵攻に端を発した飼料価格の高騰で採算が悪化、価格転嫁が思うように進まない生乳に加え、収入を支えていた子牛の価格急落が経営に重くのしかかる。

飼料価格は22年12月1トン当たり10万1千円、20年同月比4割高い。20年の1頭当たりの生乳生産費の約45%を飼料費が占める。日本は飼料の7割を輸入、調達コストの負担増は重い。生産者が乳業メーカーに販売する価格は年1回の交渉で決まり、個別の酪農家が価格転嫁をするのは困難。そのため健全の内に廃業するところが多い。

戦争による飼料価格高騰、円安による輸入コスト増がきっかけになり表面化しただけで実は以前から水面下では多くの課題が潜んでいた。製造業、アパレル業界、建設業界、システム開発業界など多くの業界における下請け構造と同じ。自社の生殺与奪権を得先や仕入先が持っている。

マイケルポーターの「競争の戦略」の中に「5つの力」という枠組みがある。「新規参入者」「業界内の競争者」「買い手」「売り手」「代替品」という5つの要因がどう作用するかによって、業界の競争状態と利益性が変わること。酪農家にとっては「買い手(乳業メーカー)」と「売り手(飼料販売者)」。まず売り手(飼料販売者)との交渉では価格を下げさせることはできず、逆に価格が上がることを受けざるを得ない。次に買い手(乳業メーカー)は少数の大手であり、価格交渉が困難。それゆえ現状では厳しい構造と言える。

上手く経営されている酪農家を見ると、飼料は地元の自然循環の飼料を使い、自社商品を開発製造し、自社が開拓した顧客(消費者)に直販している。価格決定権を自社が持っている。違いは付加価値をつける自社商品を開発している。更に新しい顧客を見つけ、継続取引先に育てている。言うのは簡単だが、実行するのは簡単ではない。やり続けていき、成果が出始めると経営力がついてくる。

潜んでいる課題を表面化する前に手を打ち、未然に防げるか。

ちょっと  
気になる出来事

1月27日付日経新聞、「新築マンション価格最高」という記事。2022年の首都圏新築マンションの平均価格は前年比微増の6288万円と2年連続過去最高を更新。一方で発売戸数は2年ぶり3万戸(2万9569戸)を割った。

マンション価格高騰の原因に、建築資材の高騰、人件費(職人)高に加え、低金利のなか富裕層や高所得の共働き世帯(パワーカップル)が都心部の高額物件を積極的に購入し、高値圏が続く。

2000年前後は販売戸数8万戸で価格は約4000万円。現在は当時の価格の1.5倍上がり、販売戸数は6割減少。市場規模は00年では3兆2000億円(8万戸×4000万円)、22年では1兆8590億円(2万9669戸×6288万円)で市場規模は4割減っている。

2008年のリーマンショック以降販売戸数は激減による職人の離職が影響し、職人の人材不足は続いている。現状は外国人労働者(技能実習生、特定技能)で補っている。中堅ゼネコンでは赤字決算も散見する。不動産市況が良く見えている中、経営の巧拙の差が出ている。



一口メモ  
知識

## 積善の家には必ず余慶あり

積善(せきぜん)の家には必ず余慶(よけい)あり。

積善の家には必ず余慶あり。積不善の家には必ず余殃(よおう)あり。

この言葉は「善を積む家には子々孫々の後まで喜びがあり、不善を積む家には後世まで災禍がある」という因果応報の意味で使われるが、本来は、日々小さな善を積んでいけば必ず慶(よろこ)びに行き着き、日々不善を積んでいけば必ず禍に行き着くという意味。

何事も積み重ねていくと層が厚くなる。だからこそ、何を積んでいくのか、層の薄いうちに細心の注意を払わなくてはならないという教えである。

「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  
TEL03-3659-7703 Fax03-3659-7077 info@igarashireport.com

