



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

2023年11月13日 第1142号「週刊五十嵐レポート」

## 振り回される事態を避ける

11月8日付日経新聞、「中国需要霧消 漁に打撃」という記事。8月下旬に始まった中国による日本産水産物の輸入禁止措置のあおりで、国内各地で漁を抑制する動きが出ている。

農林水産省の9月輸出統計によると、加工品を含んだ水産物の輸出額は330億円と前年同月比2.7%増。一方、中国向けが8億円で同90.8%(−72億円)の大幅減。国別では、中国が減少した一方、香港は126億円と同86.9%増(+59億円)、米国は58億円と同101.5%増(+29億円)。輸出額の減少はホタテが53億円減、ナマコは10億円減。

識者のコメント、「政治的な背景による輸入規制は今後も起こりうる。その度に生産者や加工・流通企業が振り回される事態をさげなければならない」と。(漁業関連者は東電の補償を受けることが可能、最終的には懸念はないかもしれない)

小さな会社でも類似したことは起こりうる。受注型産業や下請け業において、営業力の弱い会社は売上を特定企業に50%~100%占めていることがある。何らかの事情で受注が止まると、すぐに倒産することもある。それを避けるためには1社に対する依存度を10%前後にまで抑えていく必要がある。(特定の会社に自社の生殺与奪権を与えない)

商品にライフサイクルがあるように顧客にもライフサイクルがある。どんなに売れている商品でも顧客の状況や時代の流れで買ってくれない時が来るかもしれない。

識者が言う「振り回される事態を避ける」とは何か。どういう顧客を自社の顧客にするか。その顧客をどう増やすか。顧客の決め方で会社の将来が決まる。顧客を創造する営業力、企画力が試される。

漁業関連者の中でもこれを機に、市場経由で国内・海外に販売していくことから、自社が直接エンドユーザーへ販売していくことや加工業者と連携して自社独自の販路を開拓することもありうるだろう。ピンチはチャンスと受け止める所は強くなっていく。

ちょっと  
気になる出来事

11月10日付日経新聞、「大谷選手、グラブ贈る 全国の小学校2万校に計6万個」という記事。

大谷選手は、日本国内の全小学校約2万校に3つずつ、計約6万個の子ども用のグラブを寄贈すると発表。大谷選手は、「野球しようぜ!」「野球を通じて元気に楽しく日々を過ごしてもらえたらうれしい。このグラブを使っていた子どもたちと、将来一緒に野球ができることを楽しみにしています」と。

契約するメーカーによると、各校小学校低学年用で、右利き用2つ、左利き用1つ。12月から来年3月、全国小学校へ配送。

仮にグラブの価格が1万円とすると、1万円×6万個=6億円。大谷選手は6億円相当を寄贈することになる。この結果、少なくとも小学校低学年(10歳以下)の子供6万人相当が野球に触れ合うことになる。野球人口の増につながる。顧客を創造することになる。このメーカーはニューバランス社、グラブは市販されていない。今後大谷モデルを販売することになると、これは一つのマーケティングになる。(弱者ではできないことです)



一口メモ  
知識

## 蒙(もう)を啓(ひら)く

我(われ)より童蒙(どうもう)に求むるにあらず。童蒙(どうもう)より我(われ)に求む。(山水蒙:さんすいもう)

「山水蒙(さんすいもう)」は啓蒙(けいもう)、教育の基本姿勢を説いている卦(か)。「我」とは教える側、師の立場。「童蒙」は幼く蒙昧(もうまい)な者、学ぶ側にあたる。

啓蒙は、師のほうから「教えるから学んでくれ」というのではなく、学ぶ側から「知りたい、学びたい」と教えを求めることから始まる。

知的欲求がなければ、いくら教えても吸収しないが、知識に乾いたときは、熱心に多くを吸収する。

学ぶ側の一心の求めに対しても、師も一心に応えることでさらに内容が深まり、相乗効果が働いて、一層充実してくる。学びたい、知りたいと求める時に、蒙(もう)は初めて啓(ひら)けるのである。

「易经一日一言」(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

