



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 2024年02月05日 第1153号「週刊五十嵐レポート」

転ばぬ先の杖

2月4日付日経新聞、「中国の中小企業が海外進出」という記事。

今まで海外進出を考えたことがなかった中国の中小企業が、中国での競争激化と販売不振を受け、国外でビジネスチャンスを探る動きが広がっている。中国では、過去1年の間、「海外進出」が流行語になったほど。

中国市場は昔のような高水準の成長は維持できない。価格競争の激化と消費者の購買力減少で国内の売上が減少。特に中小の商社は海外での事業拡大が急務。中国の産業基盤が欧米の製品・ブランドと競争できる水準まで向上していると、中国市場で新しい製品を発売するとすぐに模倣されるが、海外では模倣されることはない。

日本ではどうか。日経新聞が長年「地域発世界へ」という中小企業を紹介している特集がある。武生(たけふ)特殊鋼材(福井県)は刃物の素材となる鋼材メーカー(年商22億)。海外現地の刃物メーカーに販売。特許を保有するオリジナルの製造方法。海外売上は約2億全体の1割前後。キンセイ産業(群馬県)は廃棄物処理プラントメーカー(年商37億)。独自技術を持つ(特許)。海外売上は約3億円と全体の1割近い(8%)。奥谷金網製作所(兵庫県)は工業用金網メーカー(年商13億)。特殊な技術加工を持つ。海外売上は50百万(約4%)。

共通しているのは、独自性のある商品作り。強いもの作り、一番作り。日本においても差別化できている。海外展開においては、海外の展示会に参加し続けている。時間とコストをかけている。その結果、成果が出ている。それに耐えられる企業の収益力がある(1人当りの純利益が平均以上)。

海外進出はイチかバチかではない。国内における粗利益の補給力を備えながら(強いもの作り)、海外展開への先行投資をしていく。時代の変化に伴い、自社の今売れている商品がやがて売れなくなる時がくるかもしれない。特定の商品や業界に執着していると会社は衰退するかもしれない。こうならないために、社長は将来に対する研究を日々行う必要がある。

転ばぬ先の杖。

ちょっと
気になる出来事

2月1日付日経新聞、「トヨタ、来年に紙カタログ廃止」という記事。

トヨタ自動車は2025年1月、販売店などに設置しているトヨタブランドの車種ごとの紙のカタログを廃止する。以降は顧客もダウンロードができる電子カタログに切り替える。

そういえば、ビジネスホテルの三つ折りの紙カタログも数年前からなくなった。ウェブサイトで見ているから要らなくなった。食事処でも紙メニューがなくなり、タブレットになり、そこから注文するようになった。最近はタブレットもなくなり、テーブルにQRコードが置いてあり、それを自分のスマホでスキャンして、スマホからメニューを見て、注文するようになった。

トヨタ自動車は、二酸化炭素の排出量の低減や商談効率の向上を狙っていると書かれている。簡単に言うと、「コスト削減」と「効率化」。

一方、「地球の歩き方」は紙媒体で復活した。「宇宙兄弟」、「ムー」、「ディズニー」などとコラボしている。

目的やニーズによって使い分ける。



一口メモ
知識

独自性を生み出す 君子終日乾乾

君子終日(しゅうじつ) 乾乾(けんけん) (乾為天けんいてん)

「君子終日乾乾」とは、朝から晩まで一日中怠りなく、積極果敢に前向きに物事を推進していくこと。

それによって独自の技能や技術、創意工夫を生み出すことができるということを教えている。

「乾乾(けんけん)」は、乾という陽の気が二つ重なっているところから、繰り返し努力し、一生懸命に事に当たることを表している。

「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

