



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04月08日 第1162号「週刊五十嵐レポート」

西友、本州に集中

4月4日付日経新聞、「西友、本州に事業集中」という記事。

西友は九州の69店舗をイズミに売却、北海道の9店舗をイオンに売却。地域スーパーが強く競争環境が厳しい北海道と九州から撤退し、本州に集中して経営の効率化を図る。

4月3日付西友のプレスリリースによると、北海道および九州の店舗事業譲渡は、西友が更なる発展を目指すために策定した本州を基盤と位置付ける戦略推進の第一歩。過去3年間の営業利益は21年度162億円、22年度242億円、23年度315億円と順調に成長を実現してきた。今後はM&Aによる事業拡大も視野に入れながら、本州に経営資源を集中させ、さらに物流やAI・DX、データ活用人材育成への投資を加速させる予定。

大久保恒夫社長は、「西友は過去3年間で地域に密着した食品スーパーとしての地位を固め、競争力のある価格設定と質の高い商品サービスが評価されるようになった。北海道および九州は順調に利益を生み出してきたが、本州から1日でトラックが届けられる距離を考えると北海道も九州も遠い。最も熟知する本州をコア(中核)地域として経営資源を集中させることにした」。

小さな会社が参考になるところは、営業地域の範囲の見直し。事業を長くやっていると会社の規模以上に営業地域の範囲が広がる。地域が飛び地になると、地域の客層が異なることがある。客層が異なると商品・サービスの嗜好が変わる場合があり、そうなると営業のやり方も変わってくる。戦略に一貫性がなくなる恐れがある。また、営業地域が必要以上に拡大すると移動時間が増大する。この移動時間こそ最大のコストになる。

小さな会社は地域を狭くしてその地域に集中して顧客を作る。もしくは多くの商品に手を出さず、まず一つ、強い商品を作り、顧客の支持を得る。一点集中。そこから一つひとつ強いものを増やしていく。西友も「弱者の戦略」。(大久保恒夫氏といえば、イトーヨーカドー出身で、不振だった「成城石井」の社長になって再建を果たし、2011年NHK「プロフェッショナル」に登場したプロ経営者)

ちょっと
気になる出来事

4月7日付日経新聞、「中国家電、新生活の主役に」という記事。中国の家電メーカーが日本の新生活商戦の主役に。ビックカメラでは冷蔵庫など5点セットの7割が中国メーカーの製品。グローバル市場で磨いた商品力とコスト競争力を武器に国内老舗ブランドが中心の勢力図を塗り替えようとしている。23年の国内家電市場で中国メーカーの冷蔵庫のシェアは28%。

ハイアールが販売する洗濯機は国内競合より1万円程安い、国内競合にはない振動音や消費電力を抑えるインバーター装置を搭載。同社の洗濯機の世界出荷台数は約2900万台と日本市場全体の7倍規模。大量調達、大量生産で製品価格を抑える。

4月6日付日経新聞、「テスラ、安価EV撤退か」という記事。中国EVメーカーなど低価格競争が進む中、採算確保が難しいと判断したもよう。

2011年ベトナム視察時、ベトナムでは中国スマホ、家電が席卷していた。当時は性能はイマイチ、今では日本製を凌駕。世界規模の生産なので安い。ちなみにうちの2台の冷蔵庫は、「アクア」と「ハイアール」。気づいたら2台ともハイアール(中国製)。何の不満もない。



一口メモ
知識

力小(しょう)にして任(にん)重けれ

徳薄(ひろ)くして位(くらい)尊(たつ)く、知小(しょう)にして、謀(はかりごと)大(だい)に、力小(しょう)にして任(にん)重ければ、及ばざること鮮(すくな)し。

道徳が薄くて地位だけが高く、少しの知恵で大業を起こし、力が小さいのに責任が重ければ、たいてい禍(わざわい)が及ぶものである。及ばないのは稀であるといっている。

これは、国家でいえば大臣、会社組織でいえば重役の位置にある人についての言葉である。

知(知恵)仁(徳)勇(力量)の徳は、どれ一つ欠けても任務を終えない必需の徳である。

「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

