

お忙しくても、約 2 分間で読めます

ハートフル・ワード (心からの言葉)

山内公認会計士事務所

TEL 098-868-6895

FAX 098-863-1495

経営者への活きた言葉

日本の小売りはアフターサービス重視に進む 高田 明 (ジャパネットたかた社長)

1. 販売店の責任を果たすには、何事も自前で取り組むことが大切と考えています。番組もコールセンターの対応も、会社の思いを共有する社員がすべて手がけることで、お客様に私たちの姿勢が伝わりやすくなるからです。販売店の仕事は物を売るだけではありません。責任の1つとして、メーカーとともにお客様に生じた問題の解決に取り組むことが重要です。
2. アフターサービスの充実には常に気を配っています。配送スタッフがお客様のご自宅に伺う際に本社社員が同行したり、社員が抜き打ちでコールセンターに電話をかけたりして、サービスの改善点はないかと定期的にチェックしています。アフターサービスに入れずしてお客様から選ばれる販売店にはなれません。今後、日本の小売りはアフターサービス重視に進むでしょう。
3. 顧客に対応する自社の社員への投資も忘れてはなりません。E S (従業員満足) はC S (顧客満足) に直結します。お客様へのサポートも社員に対するフォローもお金はかかります。でもその投資があるからこそ、巡り巡って、企業の成長につながるのです。
(参考:「日経ビジネス」2010年7月26日号)

経営者のための危機管理

1兆円から8000億円へ減少(居酒屋)

五十嵐 茂樹 (コロワイド東日本社長)

1. 外食業界の中でも、居酒屋はこれまで価格競争の影響を受けにくい環境にあった。ファストフードや牛丼などと比べ、日常性が低いため、消費者の選別を受けにくい性質を持っていたのだろう。ただ、1兆円強と言われる居酒屋市場も少子高齢化や若者の酒離れから、10年後には8000億円まで減少する。
2. 今は1割程度しかない低価格業態も、3割まで増えると思っている。企業の再編や淘汰も進むはずだ。マーチャダイジング力に加え、店長と調理長の兼任といった店舗の生産性の向上も、生き残るためのカギを握る。

(参考:「週刊東洋経済」:2010年7月10日号)

ワンポイント経営アドバイス

決断と継続的な実行

高柳 正盛 (日経トップリーダー編集長)

1. 成城石井の大久保恒夫相談役(8月31日まで社長)の改革手法は、実にシンプルです。元気よくあいさつをする、お客様の求める売り場を作る…。ひたすら小売業の基本を追及しているという印象で、そこには目新しいノウハウなどは存在しません。
2. では、なぜ素晴らしい実績を上げられるのか。その理由は2つのキーワードで説明できます。「決断」と「継続的な実行」です。決断と実行一。経営者の要諦としてしばしば指摘されることですが、実現し続けることは容易ではありません。しかし、それをやり抜くことこそが、厳しい時代に成果を上げられる経営者の条件なのです。

(参考:「日経トップリーダー」2010年9月号)

古典に学ぶ

動きを見極める

「天下の禍は、怠忽に成るものその半ばに居り、激追に成るものその半ばに居る」

(訳) 今から400年前、明の時代の呂新吾の著「呻吟語」に出てきます。「世の中の禍というのは、半分は適切な対策を怠ることによって生じ、あとの半分は時の勢いが激しくなったことによって生じる」という意味になります。

(参考:守屋 洋「リーダーのための中国古典」:日経ビジネス人文庫)