

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

顧客は価値を認めれば高くてもお金を出す 高柳 正盛 (日経トップリーダー編集長)

1. すかいらーくグループの創業者、横川 4 兄弟の 1 人である横川寛さんと「なぜファミリーレストランは凋落したのか」について話したことがあります。横川さんはその原因を、こう分析しました。「安易な価格競争に走ったからです」。全盛期、常にファミレスは、他にはない価値あるものをお客に提供していました。
2. ところが、です。いつしかファミレスは低価格競争を繰り広げるようになります。価格を下げるために、メニューを絞り込み、人を大幅に削った。設備投資も最低限に抑えた。低価格と引き換えに最大の武器だった「斬新な料理」「明るい接客」「気持ちのよい空間」をすべて放棄してしまったのです。「会社の規模が大きければ価格は下げられる。しかし、お客様はすぐにそれに慣れてしまう」。低価格で一時的に集客したものの、結局日常食の延長とみなされてしまいました。
3. 一方、価値ある商品を提供することで復活を遂げたのが、一時期「価格破壊の代名詞」と目された日本マクドナルドです。業績が低迷した後、商品価格の幅を広げ、消費者に「価格選択肢」を与えました。100 円～800 円の価格帯に、100 円刻みで価格に見合う価値を持った商品を投入したのです。業績は急回復しました。これは「顧客は価値さえ認めればカネを出す」ということの表れです。そして、それは業界を問わず言えることなのです。
(参考:「日経トップリーダー」2011 年 11 月号)

経営者のための理念・哲学

己の心に響くものを持つ

加地 伸行 (立命館大学教授)

1. 私は特に社会のリーダーといわれる人たちに、せめて「論語」の一句だけでもいい、己の心に響くものを徹底して読み込んで自分のものにしてもらいたいと願っています。ちなみに私の一句は二つありまして、一つは「辞は達するのみ」。言葉は飾り立てるのではなく、真心を込めて相手の心に届くように言えという教えです。
2. もう一つは「徳、孤にならず。必ず隣有り」です。真心を持って本気で生きていたら、たとえ一人、二人でも自分の思いを理解してくれる人が必ず現れます。孔子もまた、それを望んで生きていたに違いありません。

(参考:「致知」:2011 年 12 月号)

経営者のための営業学

経営資源を重点投下

澤田 秀雄 (H I S 会長)

1. ハウステンボス (長崎県佐世保市) を H I S は 2010 年 4 月に 20 億円を出資して子会社化した。当初は 2012 年度に営業利益で黒字化する見通しだったが、2011 年 9 月期に開業以来、初となる営業利益の黒字化が実現しそうだ。澤田会長が打ち出した戦略は「売上高の 2 割増と経費の 2 割減」。場内の 3 分の 1 を無料ゾーンとし、有料の 3 分の 2 の部分に経営資源を重点投下してきた。
2. 場内の売店やレストランを整備し、営業時間を長くしたり、閉鎖中の建物をミュージアムとしてオープンさせるなどして、「にぎわいが少ない」というこれまでの客の不満解消を図ったのだ。集客拡大に向けて値下げもした。従来の大人 3200 円の入場料を、通常期 2500 円、ピーク時 3000 円に引き下げ、夕方の入場料を期間限定で 1500 円とするなど、おトク感を演出した。他方、これまでの年配客を逃がさないように、ガーデニングやイルミネーションにも力を入れてきた。

(参考:「週刊ダイヤモンド」2011 年 9 月 10 日号)

古典に学ぶ

「慣れること」に慣れる

「要するに習慣というものは、善くもなり、悪くもなるから、別して注意せねばならない」

現代の言葉でいうと、同じことを習慣にしていつもの、それが「精進」になればいい結果につながり、「マナー」になれば悪い結果しか生まない。注意して両者を分ける必要がある。

(参考: 渋澤健「渋沢榮一の 100 の訓言」: 日本ビジネス人文庫)