



君の
コンさる

今日も視界良好

⑤ 競争優位の源泉を磨け!

代表取締役 長尾 康行

皆様、こんにちは。フラッグシップ経営代表取締役、中小企業診断士の長尾です。6月の上旬は梅雨らしくない過ごしやすい気候でしたが、ようやく梅雨らしくなってきましたね。しかし、早いものでもう7月に突入しましたので夏はすぐそこですね。

さて、今月号は競争優位について考えたいと思います。一般的に競争優位とは同業他社に対して、あるいは業界内で優位に立つことをいいます。例えば、激安にしているお店で成功しているのであれば価格が競争優位の源泉ですし、品質やデザインに強みを持っているのであればそれらが競争優位の源泉です。競争優位の源泉を限りなく高め続けると、他社が模倣できない圧倒的な力となります。これを専門用語で「コアコンピタンス」と呼びます。

コアコンピタンスの代表例はトヨタ自動車のトヨタ生産システムではないでしょうか。「かんぱん方式」「あんどん」を活用したジャストインタイム方式は多くの企業が仕組みを研究し、自社に導入しても成功しないと言われております。トヨタ生産システムのような業界内で圧倒的な力をもつことは中小企業では現実的ではないと思うのですが、それでも競争があるのは中小企業も同じ。であるならば競争優位の源泉を磨き続ける努力は必要になります。

ちなみに私どもの会社の競争優位の源泉は2つあります。1つ目は圧倒的な実務力です。年間250日以上もお客様の元を訪問して日々の経営課題に対して取り組みながら、その合間で大きなスポット案件を20件前後対応させて頂いていただきます。我々の業界は暇な事務所と忙しい事務所では事務所力が倍々ゲームのようなスピードで広がっていきます。数多くの案件をこなすことでしか得ることができないものが当事務所には蓄積されています。

2つ目は受注力です。毎月のように新規案件が入ってくるのは非常に稀だと聞いております。個人事業主時代から8年連続で増収を続けているのは、他の事務所よりも受注力が高いからこそだと認識しております。ホームページからのお問い合わせ、行政機関、金融機関が主な受注チャネルですが、独立してから8年間「仕事はないですか?」「仕事ください」と営業をしたことがないのです。異業種交流会や飲み会もいきませんし、接待して仕事をもらうようなこともしません。でも、受注し続けるのは私がそうなるように戦略と戦術を駆使しているからです。

と、ここで私の話だけで終わると単なる自慢めいた話になってしまうのですが、お伝えしたいのは自社の競争優位の源泉を的確に捉え、それに対して投資をしなければならぬということです。ここで言う投資とは経済的な意味だけでなく、時間も人も情報も含まれます。



多くの企業の場合、競争優位の源泉は目に見える商品や設備ではなく、仕組みやブランド、商流など目に見えないものではないかと思えます。高価な設備や社屋はお金を出せば簡単に模倣されるので、競争優位の源泉にはなり得ません。ハーバードビジネスレビューには「コアコンピタンスとは、一度使うと消えてしまうものではない。

また、時間と共に劣化してしまう物的資産とは異なり、コアコンピタンスは利用され、共有されるたびに強化されていく。」とあります。言い換えますと、利用し、共有しなければ強化されないということになります。

皆様も一度自社の強みは何かというテーマで議論していただき、それらを磨く活動をしてみてはいかがでしょうか?



⑤ 仕事のやりがい!

コンサルタント 住吉 いずみ

こんにちは!コンサルタントの住吉です。最近のお仕事についてお伝えさせていただきます。先月末、某県の信用保証協会の会場をお借りしてバンクミーティングを行いました。今回ご支援させて頂いたお客様は、創業110年以上と歴史ある企業様で被服の製造卸業を営まれていました。業界の先駆けとして業績を伸ばしておられました。近年の外部環境の変化に対応できず業績が悪化し、過剰債務を抱えてしまいました。先代から事業承継されたご子息が中心となり、抜本的な経営改善を行うための一歩として今回バンクミーティングの場を設けました。

実は、今回は私が初めて経営改善計画書の作成からバンクミーティングでの計画説明までの全てを担当させて頂きました。これまでは計画書の一部の作成や長尾の作成補助、ミーティング議事録の作成を行っていたため、担当コンサルタントとしては初めての会議です。何度もシミュレーションを行い、当日は計画書に沿って、会社概要、現状把握、経営改善の骨子、数値計画、金融機関の皆様へのお願という流れで説明しました。

その結果、新社長の熱い想いも金融機関の皆様へ伝わり、既存債務の借換えによる資金調達と、毎月の元本返済の圧縮について全行の合意を得ることができました。

こうして無事に経営改善のスタート地点へ立つことができたので、今後はお客様とともにゴールに向かって走っていきます。ここからが本番です!

私どものお仕事は製品を作って売る訳ではなく、目には見えないサービスを提供しています。時には「本当にお客様のお役に立っているのか?」と不安になることもあります。

ただ今回で申しますと、無事に合意を得られたときの社長の安堵の表情、そしてお礼の言葉を頂いたとき「お役に立つことができました!」と感じました。本当に嬉しくて、これこそがこの仕事のやりがいだと思いました。

お客様の立場からしますと、長尾と違って知識も経験もない私が担当することを不安に感じられていたかも知れません。それでも任せて頂いたことを心より感謝申し上げます。もちろんまだまだ課題もたくさんございますので、日々成長できるよう引き続き励んでまいります!



⑤ デートか残業か?

6月26日、(財)日本生産性本部と(財)日本経済青年協会による「平成29年度 新入社員働くことの意識調査」の結果が発表されました。この調査は昭和44年から毎年行われているもので、その時代の世相や新入社員の就労意識が如実に現れます。今年も約1800人の新入社員を対象に実施されました。(内訳は男女比が6:4、全体の半数が四年制大学出身となっています。)調査項目は「働く目的」や「会社の選択理由」といった一般的なものから「デートか残業か」「人並みに以上に働きたいか」などユニークなものもあります。

今回の調査結果で興味深かったものを2つご紹介いたします。

1つ目は「職場の同僚、上司、部下などは勤務時間以外は付き合いたくない」という項目に対して、「そう思う」または「ややそう思う」と答えた人の割合が、なんと昨年より10%も増え、全体で31%になったというものです。

2つ目は、「仕事はお金を稼ぐための手段であって、面白いものではない」という項目に対して、「そう思う」または「ややそう思う」と答えた人が全体の40%だったというものです。

まだ社会人になって間もない彼らの仕事に対する考え方としては、非常に寂しい結果だなあと感じました。自分が社会人になった時のことを振り返ると、もちろん不安はありましたが、それよりも期待や楽しみでいっぱいだったように思います。時代の流れだと割り切ってしまうようなのかも知れませんが、もっと大きな問題が潜んでいるのではないかと感じました。気になる方はぜひ一度ご覧になってみてはいかがでしょうか? (住吉)

参照元: (財)日本生産性本部 (<http://www.jpc-net.jp/>)

発行元: 株式会社フラッグシップ経営 経営革新等認定支援機関

〒550-0005 大阪府大阪市西区西本町1-8-2 三見ビル2階

TEL: 0120-34-8776 MAIL: info@flagship-keiei.co.jp

URL: www.flagship-keiei.co.jp



株式会社フラッグシップ経営 Facebook ページ
いいね! お待ちしております。



株式会社フラッグシップ経営 Twitter
@flagship_keiei にて 随時 情報発信中!

