



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05月27日 第1169号「週刊五十嵐レポート」

## 経営の正解とは

5月21日付日経新聞、「ヨーカ堂コスト削減頼み脱却」という記事。北海道などから撤退し展開地域を関東と中部、関西地区に絞る方針を示した。ヨーカ堂店舗は26年2月期までに33店舗減らす計画。首都圏のほか、一定の競争力がある関西と中部のエリアは残す。総菜を中心に食品売り場の活性化などに向けて集中的に投資する。24年度に約200億円を投じる計画。

4月4日付日経新聞、「西友、本州に事業集中」という記事。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急ぐ。

この2件のニュースから大手流通業と言えども、日本全国を網羅するビジネスモデルは難しいということ。ランチェスター戦略で言う「強者の戦略」で間隔戦、総合戦、広域戦が大手企業といえども困難になって、局地戦で戦う「弱者の戦略」を使う時代になってきた感がある。逆に言えば、小さな会社でも小規模や部分では大手企業と十分戦える余地があるということ。

5月25日付日経新聞、「自動車ブランド、中国で乱立」という記事。中国には1000を超える自動車ブランドがあると言われた。実際は110ほどの自動車ブランドがあるそうだ。最終的にはブランドや企業は相当数減ると思われる。国際自動車工業連合会によると、2023年に中国の新車販売台数は3009万台と世界の1/3を占めた。電気自動車(EV)は中国製が世界を席卷しつつある。スマホを見てみると、上位は米アップルと韓国サムスン、後は小米など中国企業。日本企業はほぼ撤退した。電気自動車はどのような道を進むのだろうか。

世界で中国企業と「強者の戦略」で戦うことは日本企業にとって困難になっている。あの日本電産(現ニデック)でさえ、中国の電気自動車向け製品は採算が悪く見直しを余儀なくされた。

小さな会社は、市場を細分化して、小さな市場でトップを狙う。強者が流れ込む市場には参入しない。企業規模を大きくするほど、強い競争相手と戦うことになる。血みどろで戦うか、悠々自適で我が道を行くか、経営には正解がない。

ちょっと  
気になる出来事

5月25日付日経新聞、「数字で読むASIA」はASEAN(アセアン諸国)の人が住みたい国で日本がトップという記事。

シンガポールのISEASユソフ・イシャク研究所によると、東南アジア諸国連合の人々が住みたい国は、日本が首位。全体の17.1%に上り、米国(15.9%)などを上回った。調査対象は東南アジアの民間企業や政府、研究機関などに所属する識者。

同じ東南アジアの識者を対象に聞いた「信頼できる国・地域連合」では日本が米国や欧州連合を上回り首位。国際法を遵守する姿勢や経済力、文化への憧れが信頼の背景にある。

ISEASユソフ・イシャク研究所のHPによると「日本は大国として最も信頼されている。調査開始以来、日本は毎年、米国、EU、中国、インドを上回ってこの順位を維持している。日本が世界の平和、安全、繁栄、ガバナンスに貢献することに『非常に自信がある』または『確信している』と回答した」と書かれている。

自信を持って、信頼される国であり、信頼される人であり続けたい。



一口メモ  
知識

## 三人いけば、一人を損ず

三人いけば、一人を損ず。一人行けばその友を得。

三人で何かを行おうとすると、途中で揉(も)めて一人が減る。一方、一人で行えば協力者を得ることができる。

これは陰陽に基づく易の本質論である。

陰と陽で一对であるから、三は必ず一を損し、一は必ず二になるというわけである。

したがって、深い話をするには、三人ではなく、一对一で相対すれば、理解し合えるということになる。これはさまざまな物事に応用できる考え方である。

「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  
TEL03-3659-7703 Fax03-3659-7077 info@igarashireport.com

