



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07月22日 第1177号「週刊五十嵐レポート」

## 繁盛を売る

7月12日、13日付朝日新聞、「売るだけじゃないビール営業(上、下)」という記事。生ビールは鮮度が大事。飲食店は在庫を少なくしたい。ゆえにビール会社は1社に絞る場合が多い。その座を大手4社が争う。

ビール会社の営業担当者は、2019年からA居酒屋チェーンを担当。大半はライバル社の生ビール。契約を取るため、コロナ禍に関する国の飲食店への施策や他店の動向などの「情報」を送り続けた。役に立ちそうなビジネス書を「要約」して伝えた。店舗数を増やすための「提案書」も送った。「提案書はラブレター。あなたに寄り添う気持ちで書いている」。努力が実を結んだのが2023年(4年費やす)。社長から「10店舗をおたくに切り替えたい」と打診。更に各店舗を回って、「課題」などを細かく社長に伝えた。社長から信頼を得た。

昔のビール営業は、夜に飲食店を何件もはしごして、徹底して飲んで付き合っ、自社商品を入れてもらうのがスタイルだった。今は、各社とも経営の相談に乗るコンサルティングの役割を競う。「10年後の店の成長をイメージできるように、論理的な根拠を持って相手の成長に寄り添わないと自社商品を使ってもらえない」。ここでは価格競争はない。

ある包装資材の卸会社の話。年々仕入れる資材は価格が上がっている。それを顧客に対して価格転嫁していく必要がある。価格転嫁ができないと自社の粗利益が食いつぶされ、赤字に転落する。価格転嫁できないと従業員を含めみんなが不幸になる。顧客の多くは、洋菓子、和菓子、パン屋など食品製造販売店。商品の価格を上げながら、いかに顧客に喜ばれるか。

自社は「何を売っているのか」という問いに、何と答えるか。「包装資材を売っている」と答えると価格競争に巻き込まれる。「顧客の商売繁盛を売っている」と答えると視点が変わってくる。この包装資材卸会社は「良い店」と「悪い店」を知っている。顧客に寄り添い、「良い店」にしていくサポートをして、お客が繁盛すれば、自社商品は黙って買ってくれる。価格競争に巻き込まれない。

いかに信頼されるか。コンサルティングスキルが必要になる。

ちょっと  
気になる出来事

7月11日付朝日新聞、「あえていまフィルムカメラ」という記事。

リコーが国内で21年ぶりとなるフィルムカメラの新型機を発売。

写真はスマートフォンで撮るのが当たり前の「SNS世代」が主なターゲット。商品企画を担当したリコーイメージングは「新規事業のつもりだ」と。

新製品は「ペンタックス17」。リコーは2011年、HOYAからペンタックス事業を買収した。同ブランドのフィルムカメラとしては03年4月以来の新機種。実売価格は税込88,000円前後。6月中旬に予約受付を始めたが、申込みが殺到し、一旦停止。供給の目途がつき次第、新規予約を再開する。

デジカメもスマホの登場で市場は縮小傾向。しかし、主な国内メーカーの今年1~5月の総出荷台数は約301万台で前年同期比約9%増。

1コマごとのフィルムの巻き上げは手動。レトロな風合いが楽しめる。

85年に当時一世を風靡したミノルタα7000を買ったのを思い出した。価格は8~9万円台だったと記憶する。今となっては、フィルムカメラは日本企業しかできないのでは。



一口メモ  
知識

## 開物成務(かいぶつせいむ)

それ易(えき)は物を開き務めを成し、天下の道を冒(おお)う。

易経は何のために書かれたのか。

一つは人や物事の持っている一切合財一徳や特質、能力などを開花させるためであり、また物事の道理を明らかにするためである。

もう一つは、人がそれぞれの務めるべき職分を果たし、目的を遂げるためである。

それゆえ、易経には時代、地位、年齢に関わらない人間関係のあらゆる道が網羅されているのである。

「開物成務」の語源になった言葉。

「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

