

第 11 回テーマ

コストダウンと同時に行う価値創造

取引先の人と「LED 電球」の話題となった。恥ずかしながら、あまり詳しくないのだが、店舗の電球を「LED 電球」に交換すれば、寿命が延びて大幅なコストダウンが可能で、しかもエコになるという事で注目しているそうだ。実はそこまでは知っていた話であったのだが、実態は「取引先の電気屋さんあまり提案したがらない」という事なのだ。電球交換という「ビジネスモデル」が崩壊するから...という事情があるようで、逆にお勧めしてくる会社は良心的だ、と冗談交じりに話をされた。

今、日本は空前のデフレ環境で、景気は底を打っている状態。企業は売上拡大よりも「コストダウン」が優先され、生き残りを賭けている状態にある。言い換えるならば「後退しながら、戦う」という、戦争なら最も難しい戦術を採用せざるを得ない状況と言って良い。例えば戦術として、この「コストダウン」が逃げる策であったとしても、現状の企業の立ち位置を考えれば、同時に道を開きながら、時には振り返って敵と対峙し、追っ手と戦うという「戦術」も必要とされると思う。

つまり、前述した「提案したがらない電気屋さん」も、電球交換というビジネスモデルが崩れたならば、違った価値を創造する事はできないものだろうか？と考える。例えば、電球だけでなく、店舗全体のコストダウンになるような省力化に向けた設備関連の提案であるとか、改正省エネ法に向けて取り組んでいる事を顧客にアピールする事で、店舗価値を上げる事ができる、と提案するとか。政府の動き次第もあるが、政局をにらみつつも、補助金や助成金などの制度も調べて提案する事も可能であろう。もちろん素人感覚での話なので、企業の実情や困難さなども考慮すべきだが、きっと新たなビジネスチャンスにつながるはずであろう。

今は人件費という「聖域」に至るまでコストダウンを図っている所もあり、肉体的にも精神的にも沈んでいるケースも多く見かける。言葉で「価値創造」と言うのは簡単だが、それを整理し、具現化していく事は並大抵の事ではない。現状を見つめ、常に考え、継続的にアイデアを出していく執念やこだわりが重要だと思う。だからこそ、今こそ経営者や幹部を中心に強烈なリーダーシップを発揮して欲しい。その事を切に願っている。