

経営者への活きた言葉

身の丈に合わない商売はしない 塚越 寛(伊那食品工業会長)

1. ビジネスとは何かといえば、「この会社が好き」というファンをいかに増やすかだと思う。会社は本来、社会の営みの中で人を幸せにするためのものだ。その中でいちばん身近な人は社員だ。この会社はこの町の人を幸せにする、あの会社はあの町の人を幸せにする、そういうのが日本中にあるといいと思う。取引先が儲かれば、その人が幸せになる。だから取引先からは正しい値段で買えばいい。
2. そういう意味では、スーパーとはあまり取引がない。身の丈に合わない商売はしないというのもあるけど、スーパーというのは、商品を育てるという気構えがない。自分で育てるのではなく、テレビで宣伝して売れるようになったものを並べておけばいい。まじめに地場産業起こしをやっている中小企業はたくさんあるのに、そういうのを大事にしない。
3. 定価というものは、その会社が正常な企業活動をするために必要な価格だ。それは本来守られるべきものだ。あらかじめ高い定価をつけて、売るときは何割引きというのは欺瞞^{キマン}だ。だからうちは値引きしない。そのかわり適正価格をつける、正常な企業活動ができる価格で売る。

(参考:「週刊東洋経済」2011年5月14日号)

経営者のための営業学

ひたすら磨きをかけていく 下田 進

(あさひ社長、自転車店を全国240店展開。売上高約287億円。2011年2月期)

1. 経営に妙手妙案はない。それが私の考えです。景気の急変や今回の震災など、不測の事態はいつ起こるか分かりません。しかし、経営者がこうした外部環境のせいにしてはならないと思います。
2. 今までやったことに、ひたすら磨きをかけていく。そして、世の中に必要とされる企業を目指す。私の苦境を突破する方法は、詰まるところ、これしかないのです。

(参考:「日経トッパーズ」: 2011年6月号)