

経営者への活きた言葉

顧客は価値を認めれば高くてもお金を出す 高柳 正盛(日経トップリーダー編集長)

1. すかいらーくグループの創業者、横川4兄弟の1人である横川竟さんと「なぜファミリーレストランは凋落したのか」について話したことがあります。横川さんはその原因を、こう分析しました。
「安易な価格競争に走ったからです」。全盛期、常にファミレスは、他にはない価値あるものをお客に提供していました。
2. ところが、です。いつしかファミレスは低価格競争を繰り広げるようになります。価格を下げるために、メニューを絞り込み、人を大幅に削った。設備投資も最低限に抑えた。低価格と引き換えに最大の武器だった「斬新な料理」「明るい接客」「気持ちのよい空間」をすべて放棄してしまったのです。
「会社の規模が大きければ価格は下げられる。しかし、お客様はすぐにそれに慣れてしまう」。低価格で一時的に集客したものの、結局日常食の延長とみなされてしまいました。
3. 一方、価値ある商品を提供することで復活を遂げたのが、一時期「価格破壊の代名詞」と目された日本マクドナルドです。業績が低迷した後、商品価格の幅を広げ、消費者に「価格選択肢」を与えました。100円～800円の価格帯に、100円刻みで価格に見合う価値を持った商品を投入したのです。業績は急回復しました。これは「顧客は価値さえ認めればカネを出す」ということの表れです。そして、それは業界を問わず言えることなのです。

(参考:「日経トップリーダー」2011年11月号)

己の心に響くものを持つ 加地 伸行(立命館大学教授)

1. 私は特に社会のリーダーといわれる人たちに、せめて「論語」の一句だけでもいい、己の心に響くものを徹底して読み込んで自分のものにしてもらいたいと願っています。
ちなみに私の一句は二つありまして、
一つは「辞じは達^{タツ}するのみ」。言葉は飾り立てるのではなく、真心を込めて相手の心に届くように言えという教えです。
2. もう一つは「徳、孤^コにならず。必ず隣有^{トナリ}り」です。真心を持って本気で生きていたら、たとえ一人、二人でも自分の思いを理解してくれる人が必ず現れます。孔子もまた、それを望んで生きていたに違いありません。

(参考:「致知」:2011年12月号)