

経営者への活きた言葉

幅広く、さまざまなジャンルに興味を持ち感性を磨く 福地 茂雄(アサヒビールホールディングス相談役)

1. 「昼間は向かい同士で仕事をしろ。夜は背中合わせで飲みに行け」。これは私が昔から言っていることです。同じグループの人とだけ付き合っているのはダメ、違う仕事をしている人と交流を持つことが大事という例えです。
ビールだけに詳しいとか、一つのことだけしか知らないというのでは、これからの時代やっていけません。幅広く、さまざまなジャンルのことに興味を持ち、感性を磨く必要があります。
2. アサヒビール社長の時代、コンビニエンスストアの社長と話をしている、「一番の売れ筋商品は何ですか?」と聞くと、「おにぎりです」という答え。同じ日に外食チェーンの社長に会ったので同じ質問をすると、「おにぎりです」。
コンビニと外食。全く異なる業界でも同じものが売れている。面白い現象だと思いました。
3. 一つの業界だけを追っただけでは見えないことがあります。売れ筋がおにぎりというのも、情報を共有して初めてわかることです。そうすると、「食べる場所が異なっても選ばれるのはおにぎり。では、どのようなおにぎりを開発すればいいのか」という視点から商品開発ができます。
ここにビジネスチャンスがあります。縄張り意識が強くては発見できない事象が増えているのです。

(参考:「週刊東洋経済」2012年10月20日号)

ワンポイント経営アドバイス

利益が出てもコマーシャルは打たない 堀埜 一成(サイゼリヤ社長)

1. 当社は特殊といえば、特殊な会社だ。実質無借金であるなど、財務体質が恐ろしくいいから普通の会社の社長がピリピリするような資金繰りや、キャッシュフローについて気にする必要がない。
ただ、どんなに利益が出てテレビコマーシャルは打たない。
そればかりに頼っていると、本来あるべき商品力や立地の考え方などが育たないからだ。
2. また、新しいお客さまが増え過ぎると常連客を追い出すことになる。店のオペレーションがついていけなくなれば提供時間が遅くれたり、出来上がった商品が放置されたりして品質が落ちる恐れもある。
お客さまに対して何か失敗すると、信頼回復には大変な労力が必要になる。
過去のテレビ出演でも、いい思いはしたが、痛い目にも遭っている。

(参考:「週刊ダイヤモンド」:2012年10月13日号)