

経営のヒント 271 「努力は正しい方向と方法によって」

参考記事「ドロッカーから学ぶ多角化戦略」藤屋伸二 クロスメディアより

「努力は報われる」
とされている。
AKB48でも「努力は裏切らない」がキーワードの言葉です。

でも本当だろうか？
方向性の違う努力は効率が悪いし、時として浪費に終わる。
努力は「正しい方向」と「正しい方法」によってのみ報われる可能性があると考えべきだ。

通年とのギャップは、努力の方向性が間違っていたことに気づいた人が、正しい方向に気づき、正しい方法でギャップを埋めるビジネス・チャンスのことである。
ドロッカーの事例では、コンテナ船が取り上げられている。
貨物船の効率を上げるために船を大きくしたり、巡航速度を上げたりしていたが、いずれも港での荷役の待ち時間が増えるだけだった。
ある人が、貨物船の効率を上げるのは、荷役を効率化すればよいと気付いて、列車やトラックに使われているコンテナをそのまま詰める船を建造することにした。
それによって、荷役の時間が大幅に改善でき、コストが60%も削減できたそうだ。

もう一つは消費者との価値観のギャップ
多くの場合、「売る側の論理」と「買う側の論理」は相反する。
売り手は効率的に売りたいと思う、だから簡単に売れ、売った後のアフターサービスなどが不要なことを望んでいる。
反対に、買う側は少しでも安くて便利なものを買いたいと思う。
そして商品そのものでなく、商品の使用を通じて得られる満足(価値)を買っているのが、アフターサービスを当たり前のことだと思う。
つまりは、売る側は「売るまで」が大事であり、買う側は「買ってから」が大事なのである。
そこに売る側と買う側にギャップが生じ、それがビジネス・チャンスになる。

<経営のヒント>

私の最初の仕事は、冷凍マグロの買い付けでした。(約35年前)
昔は200トンや300トンのマグロはえ縄漁船が日本の港から約1カ月掛けて漁場に行き、約1年掛けて200~300トンのマグロを漁獲し、急速冷凍して日本に戻るのが当たり前でした。
それが、いつの間にか、転載船やコンテナ輸送に変わったのです。
効率と効果、この相反する概念をどう統合するのか？
効率は企業側の売り手の論理
効果は消費者の買い手の論理。
私はまずは、効果を先に、その後で効率を考えるようにすることが大事だとアドバイスしております。この効果と効率、2つの矛盾する概念を統合することが求められます！
では、どうすればいいか？
それは・・・パラダイムシフトが鍵になります。