

# ありがとう

「二十一世紀に 生き生き生きる  
経営基盤創り。」



2015.11  
**VOL.49**

●11月例会ご報告

発行責任者/山田 淳二 西岡 伸悟

## 11月例会ご報告

2015年11月20日(金)  
於:RCC文化センター

## 業績をあげ、社員を育てる経営計画書

株式会社ジャロック 代表取締役 武澤 清則 氏

11月は、広島西・広島経営研究会の今年最後の合同例会でした。主管の広島西経営研究会では、1年通して経営計画書作りをテーマに例会を行ってきましたので、そのまとめを株式会社ジャロック代表取締役 武澤清則氏に「業績をあげ、社員を育てる経営計画書 ～差別化戦略の方針を～」のテーマでご講演頂きました。

まず、経営研究会の会員はこの1年間で経営計画書を磨いてきましたが、会社が良くなっていないところもある。なぜでしょうか。その原因の一つは「計画書自体が今の世の中にあっているか、いないか」、それとも一つ大きな原因で大切なのは、「社員さんにとって、その計画書が大切か大切でないか」ということです。ということで、まずは自社の経営戦略について、そして、その後に会社の社風や人材教育についてご講義頂きました。

中小企業は差別化戦略が大切。武澤氏は倒産寸前の中、同じ商品・同じサービス・同じ人員を維持しながら、お客様の本当のニーズを探り差別化を実現されました。顧客を国内から中国に変え、商品の用途をメガネ部品から自動車部品に変える事で市場を拡げられました。そして、そんな事例を基に「自社の強みは何なのか？」を改めて考えました。その強みは本当に自社だけの強みなのか？5段階評価で見たときに、確実に他社より勝っているか。今後、その強みを更に伸ばしていくには、やはり差別化戦略が欠かせないということでした。



### 差別化戦略の概念

- ① 他社がまねできない
- ② お客様のメリットの最大化
- ③ 業界に影響を与える

### 差別化の3つの要因

- ① だれに（顧客）
- ② なにを（商品）
- ③ どのように（ニーズ）



この3つの要因を具体的に絞り込むことにより、差別化が図れる。

そして、これを実行するのは社員さんであり、組織の力です。その為には、やはり経営理念が基本となり、組織として同じベクトルで実行していくこと。経営理念を基軸にして、自社の競争優位性を磨き、人材による差別化戦略が、「ありがとう経営」であり、「コアコンピタンス経営」だということを深く理解することが出来ました。

当日は、社員さんの出席も大変多く、とても熱気溢れる会場となりました。そんな中、自社の体験談をととてもわかり易い言葉で伝えて頂き、その他事例などを交えて講演戴いたり、グループでディスカッションがあったりと、頭と身体にスーッと落ちてきたという印象で、とても満足のいく例会でした。

広島西経営研究会 近藤秀隆

