

石島会計メモ



平成 24 年 9 月

発行責任者

石 島 洋 一

経営学シリーズ ～コモディティ化～

日本にはたくさんの会社が存在します。その数おおよそ 260 万社。そして、年間で約 10 万社程度、新しい会社が誕生しています。

一方で、なくなっていく会社もあります。調査会社の帝国データバンクによれば、全国の企業平均年齢は 35.6 歳だそうです。それを考えると、100 年を超えて存続している会社というのは大変なものです。

「おめでとう！」のはずが...

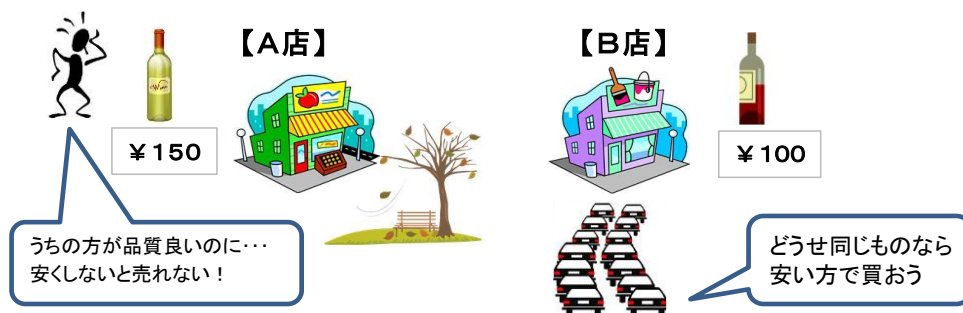
平成 24 年 9 月 15 日、創業 100 周年を迎えた会社があります。シャープ (SHARP) 株式会社です。百寿ですから、通常であれば祝賀ムードになるはず。しかし、5000 人規模の人員削減を迫られるなど、同社は苦境に立たされています。なぜ、“世界の亀山モデル”とまで称された液晶テレビの大ヒット商品を出しておきながら、このような事態に陥ってしまったのでしょうか。

コモディティ化の恐怖

シャープが経営不振に陥ったのには様々な要因が絡み合っていますが、そのひとつの原因として言われるのが「コモディティ化」です。

「コモディティ化」というのは、商品に個性がなくなってしまうことです。「個性がなくなる＝どれを買っても同じ」という状況だったら、皆さんは何を判断基準に買いますか？

おそらく、値段を判断基準にするかと思います。むしろ、値段のみが判断基準になってしまうのです。会社がいくら性能をうたっても、お客様が「どれを買っても同じ」と見てしまえば、価格競争にしかならず、利益がどんどん圧迫されてしまうのです。これが「コモディティ化」の恐怖です。



(裏面へ続く)

(表面より続き)

コモディティ化の結果

コモディティ化の恐怖をより理解してもらうため、右の表を見て下さい（出典：日経新聞）。

2009年では14～15万円であった薄型テレビが、3年後の2012年には、なんと6万円程度になってしまったのです（少し待てば良かった！と思った方も多いはず）。

今ではもっと安くなっていますから、3年で3分の1まで販売価格が落ち込んでしまったのです。これでは、利益が雀の涙です。

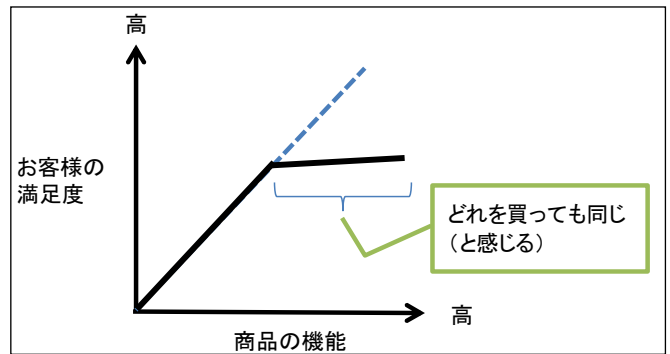
37～40型薄型テレビの価格(BCN調べ)



なぜこんなことに?!

なぜ、コモディティ化は発生するのでしょうか。

それは、お客様の満足度が必ずしも右肩上がりではないからです。お客様の満足度は、一定以上になると横ばいになります。こうなると、「個性がなくなる＝どれを買っても同じ」となりやすくなってしまいます。



脱コモディティ化を目指す!

これは液晶テレビのような家電に限った話ではなく、提供する商品やサービスに「個性がなくなったとき」起こりえるものなのです。逆に言えば、個性を失わないようにすることが脱コモディティ化の手段となります。

ひとつは、個性を違う分野で活かす方法です。現在の顧客層（たとえば高齢者層）が商品の機能に満足しなくなったとしても、他の顧客層（たとえば若年層）では現状の機能でも満足度が高いかもしれません。そうであれば、若年層へ重点的にアプローチすることによって、個性が発揮されるかもしれません。

また、最近では、お客様は機能的な価値よりもそれ以外の価値を重視する傾向にあると言われます。機能は他社にまねされると差がなくなってしまうのですが、「週末のご褒美ビール」や「思い出作りをするのに最適な車」として売り出されれば、お客様は単に機能を比較するのではなく印象で購入を決定します。印象付けによって、個性を新たに生み出すこともあるのです。

このように個性を際立たせるためには、まず自社の商品・サービスの特徴や自社のお客様の要求と今一度向き合う必要があります。じっくりと自社のことを見直してみることが、脱コモディティ化の第一歩となりそうです。

(文章：石島慎二郎)

加藤美智子の 事務所かいわい、ご紹介



(事務所の福の神?)

日本橋七福神めぐり、 そして、もうすぐ、べったら市

日本橋七福神めぐり



日本橋七福神は七福神とは言っても、ひとつの神社に2つ祀られていたり、同じ神様がダブっていたりするので実際に回る神社は8つです（そのため、日本橋八福神めぐりとも呼ばれています）

- ①小網神社（福祿寿、弁財天）
- ②茶の木神社（布袋尊）
- ③水天宮（弁財天）
- ④松島神社（大黒神）
- ⑤末廣神社（毘沙門天）
- ⑥笠間稲荷神社（寿老神）
- ⑦椚森神社（恵比寿神）
- ⑧宝田恵比寿神社（恵比寿神）



このイラストの七福神は、水天宮で船だけ購入して、各神社で各七福神を購入できます。水天宮では全部揃っているものを売っています。《ちょっと割高になるようですが！》…この情報は、ネイティブ人形町・佐藤 篤司からの情報でした。

もうすぐ、べったら市

七福神にあげた宝田恵比寿神社で江戸時代から行われてきた例祭の市が、べったら市の起源です。もとは、20日の恵比須講に必要なものを売るための市だったのですが、ここで売られるべったら漬けが評判となり「べったら市」とよばれるようになったそうです。

毎年10月19日～20日に行われます。日本橋本町の宝田神社を中心とした日本橋、大伝馬町、小伝馬町、堀留町近辺の通りで、飲食の露店が約600店ほど並びます。

高いけれど、おいしい

このべったら市については、私どもの所長が良い思い出があるそうです。仕事帰りに、始めてべったら市に行って、得意げに「お土産！」と家と言ったら、奥さんとお母さんが、口をそろえて「いくらしたの？」

値段を言うと、二人そろって「なんで、大根がそんな高いの！！」とあきれ顔。でも、その後、食べてみて「おいしい！」と感激した様子。結局、満足されたのに「ありがとう」を言ってもらえなかった土産になったそうです。

確かに、普通で一本1,000円の大根は高いかも知れませんが、おいしいことは間違いありません。べったら漬けの店をはじめ、七味、飴細工などの店が並びます。夜遅くまで賑わっていますので、仕事帰りにちょっと寄るのも良いかもしれません。

ちなみに開催場所は宝田恵比寿神社周辺（日本橋本町三丁目）、日比谷線小伝馬町下車が便利なようです。

以上

東京マラソン あの選手は 今？

石島洋一編

先月号でご報告したとおり、石島会計より4名が来年2月24日(日)の東京マラソンに出場することになった。今月から、各選手の近況を報告する。第1回は所長・石島洋一編だ。

洋一選手は、真夏もホームグラウンドであるスポーツジムに通い続けている。週2回程度だが、もう通い初めて10年、会員カードもゴールドになった。いかに投資を続けたかがわかるが、その成果は全くわからない。

練習を終えて、感想を聞くと、「今、絶好調です。年齢からくるスタミナ不足、元々のスピード不足、精神面で粘り不足はありますが、それ以外は全く問題ありません」と、好調な様子。死角はないようだ。

齋藤常夫専任コーチも「あの年で、今更改善すべきことは何も無い」と手放しの褒めようだ。今回は大いに期待したい。



疾走(失走?)