

7月分

「指示」を 受けた時の 4つの ポイント	は き も の	背景 期限 目的 能率
-------------------------------	------------------	----------------------

## 中小企業は

### 行列のできるラーメン屋を目指す。

以前に牛丼とラーメンとソラ タイトルで書いたことがありました。今日はもう少し掘り下げて書きます。牛丼の店には、個人でやっている店はほとんどなく、吉野屋、松屋、すき家といった大手子エーン店が一律に280円という価格で販売していました。何故価格が同一でないと競争できないのか。私はこないだ各社の牛丼には個性や独自性がないためお客様に対して差別化できなかつ、同一価格の競争しか出来ないな、と思つています。この市場では、コスト競争が利益の源となるが、資本力のない個人商店や中小企業には不向きです。

牛丼には、どどどこの牛丼が食べたりという食欲がわかないのに対し、ラーメンには、どどどこのラーメンが食べたりという食欲がわきます。私はも社員旅行で北海道、札幌に行つたときに、わざわざタクシー代5,000円以上払つて、1,000円位のラーメン（店名すみれ）を食べに行き、大変満足した思い出があります。ラーメンは価格が300円～1,000円以上と幅があり、高級店でも行列が出来ています。何故行列に並んででも食べたりのか、それはラーメンの価格より、お客様の感じる価値が高級かではないでしょうか。この価値は、ラーメン店各店が自分の店の味を出して常にお客様の好みに合つようになり研究し、改良していくからではないでしょうか。だから「どどどこのラーメンが食べたり」とお客様が価格ではなくお店を選んでいただけます。

私は中小企業は、行列のできるラーメン屋を目指すべきです。そのためには、お客様の目が見て、その会社の独自性をはつきりと認識できることが必要です。その業界で「ブランド」になつていれば十分あります。「虎屋の羊羹」、「崎陽軒のシウマイ」等です。しかし、多くの中小企業が行列のできるラーメン屋になるためには、もっと簡単でお金をかかなく歴史が必要のないやり方でないと意味がありません。中小企業が「ブランド」になるためには、会社自身がお客様、社員、地域から信頼されること、されることは尊敬されることではないでしょうか。社内では社長、役員が社員から尊敬されている会社は、社員が会社は小さくても家族に誇りを持って、「お父さんは、お母さんは...」などいふすばらしい会社に勤めているひと子供に言えるのではないかでしょうか。また、会社の回りをできるだけ広い範囲を掃除したり、挨拶をつけると社員が地域の人々から感謝され、尊敬され、ブランドになります。会社は、大きくなることや利益を多く出すことが目的ではないと思ひます。小さくとも会社に独自性があつて、社員に誇りがあつて、時代の変化についている永続性のある会社がよい会社です。