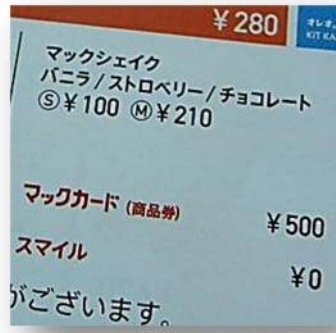


ニュースから考える

マクドナルド（以下「マック」と言う）は5月21日、メニュー表に「スマイル0円」を復活させると共に5月25日を「マックスマイルの日」に定めたと発表しました。

サラ・カサノバ社長兼CEOは、“かつて”メニュー表に載っていた「スマイル0円はマックの原点であり、象徴」であったと話し、お客様との



「約束の証」として復活させたと説明しました。

この背景には、中国で起こった使用期限切れの鶏肉やカビの生えた牛肉使用などの不祥事以後の業績不振を解消するために、もう一度「原点」に立ち返り“お客様を笑顔でお迎える”という姿勢を示し意図があるようです。

マックに限らず一度失った信用を取り戻す事は本当に大変です。また、業績不振はどの企業にも起こりうる事です。ピンチの時にはもう一度「原点」に戻る・・・これはビジネスの基本のようですね。

1分でわかる業務カイゼン

「新しい市場の開拓者」

マックは今から44年前の昭和46年に東京銀座に1号店をオープンさせました。「新しい食文化は広がるのか？」と当時注目を集めました。今では「ハンバーガー」は身近な食べ物となり、まさにマックは日本にのみならず世界中におけるバーガー市場の開拓者と言えます。



「ライバル企業の出現と市場の成熟」

マックに限らず、新しい市場の開拓者にもいざれ試練が訪れます。それは模倣品の出現とライバル企業の研究努力によるクオリティの向上です。

成熟した市場ではライバルとの差別化が必要となりますがマックがとった戦略は「低価格」で大量に販売をするという事でした。値段を100円まで下げ、価格相応のクオリティで大量

に販売する。この点が同じファーストフード業界大手の〇〇チキンと異なります。



今回の中国で起こった不祥事の根本原因も仕入れコストの削減の結果と考えられます。その後〇〇チキンは材料が国産なので安心安全・・・マックは輸入品を使うので安い不安・・・という雰囲気が定着してしまいました、

「差別化の方法」

中小企業にとっても「唯一の差別化が低価格」と言うのは問題です。なぜなら大企業であるマックと異なり中小企業は体力で大手にかなうことが出来ません。いずれ衰弱し倒れてしまいます。

今回マックが復活させた「スマイル0円」というサービスは原価や経費が不要なので中小企業でも採用可能なので参考になります。

「自社の財産を見直す」

経営資源としては一般的に「ひと」「もの」「かね」「情報」があるとされます。残念ながら中小企業では常にそれらの何かが不足しています。特に「ひと」「もの」「かね」が不足（それも慢性的に・・・）している企業が多いのではないのでしょうか。

そうした制約された中小企業を背負っている経営者の醍醐味は・・・少ない「ひと」と「情



報（アイデア）」をどうやって有効活用するかという事です。

どのようにしたら社員さんの「笑顔とサービスが素晴らしい」とお客様に言って頂けるか・・・ここが経営者の腕の見せ所です。

そして、この問題の解答が見つかった企業の業績アップは間違いなしです。

事務所からのお知らせ

税制の動向など「税に関する情報」などをリアルタイムでインターネットに公開中です。

「手稲区 佐藤税理士ニュース」で検索するか、事務所のホームページ右下の [Facebook](#) をクリックしてご覧ください。



こちらをクリックすると「ニュース」が紹介されています。

今月のことば

初心忘るべからず

(学び始めた頃の謙虚な気持ちを忘れてはならないという戒めで、世阿弥が能楽の修行について語った言葉。)

編集後記:

人生だけではなく企業にも調子が良い時と悪い時があります。その為の備えとして、松下幸之助氏は干ばつか来ようが・・・大雨が降ろうが安定的な「ダム式経営」を目指なさいと語ったそうです。それを聞いた後輩経営者達はその方法を教えて欲しいと質問、松下氏は「私にもその方法はわからない・・・ただそう思わないと実現しないわな～」と話す多く人はただ呆れたそうです。この点が成功する経営者と普通の経営者の差なのかも知れません。

松下氏のように必ず出来ると信じられる人だけが結果を残せるのでしょうか。皆さんは必ず創業の目的を実現出来ます。自信を持って前に突き進んでください。(寿)

当事務所のお客様の最近の黒字決算割合（TKCが証明するデータを使用しています）

最近1年間：63.2%

前年同時期：89.5%

創業の目的を達成するためにも・・・黒字決算を目指しましょう！