

高収益企業の “池クジラ”

“強くて愛される”
21社の成功
に学ぶ

戦略

強くて愛される会社研究所代表理事

西浦道明 

Michiaki Nishiura

独自路線で競争力を発揮する法！

- ① 大企業がやらない**業界の非常識**に商機！
- ② 誰も取り組まない**社会的課題の解決**に挑戦。
- ③ 顧客を**深く喜ばせる**商品・サービスを開発。
- ④ “ファン”に**値引きしない**適正価格で販売！
- ⑤ **社員が自律**して働ける職場環境を整備。

ビジネス社

家へのこだわりが強い人に対しては、主要ハウスメーカーと同等価格で、最高の家を提案しているからです。

値引きはしません。お客様から値段の交渉があった場合はお断りしています。値段を下げるためには、建材等の品質を落とさなければなりません。最高の建材を使った住宅をつくるためには、値引きはできないのです。

他社との相見積もりを取るお客様も、基本的にはお断りしています。提案型プロダクトに徹底しているからです。

非価格経営の、典型的な成功事例といえるでしょう。

今後、「五方よし経営」を実践し、ますますエコ建築考房のファンを増やしていけば、自ずと企業は成長していくはずです。

現社長で2代目の喜多さんは、高間さんの娘婿にあたります。2017年から経営を引き継ぎ、先代の想いを大切にしながら、経営の陣頭指揮をとっています。若い喜多社長の今後が楽しみです。

差別化 ②

突出した技術レベルと適正規模志向で 非価格経営を貫く

株式会社清川メッキ工業

(メッキ加工／福井県福井市)

決して「できない」とは言わず、さまざまな難題にチャレンジし続ける清川メッキ工業。他社にはまず真似できない技術レベルをもつ課題解決型のメッキ業者である。営業部隊をもたず、売上目標を前面に出さない、そして急成長も指向しない身の丈経営で、非価格競争化を進めている。