

銘柄分析レポート：事業立地

1 はじめに

最近、興味を持っている考え方があります。三品和広教授の「売上高営業利益率は事業の立地で決まる」という主張です。週刊東洋経済の記事より印象します。

成功例に共通している点は一目瞭然だった。「事業立地」がよいということだ。仕事の仕方の工夫や製品開発ではなく、そもそも「何屋さんをやるか」の選び方が優れている。

事業立地の考え方では、ある市場の中でどこにポジションするかよりもむしろ、そもそもの市場を選ぶかが重要になってくる。

事業の根底には立地（誰に何を売るか）があり、その上に構え（出荷するモノをいかに入手して顧客に届けるか）、製品（いかに個別製品を魅力的に仕立てるか）、管理（いかに品質・原価・納期を守るか）が重層構造を成している。

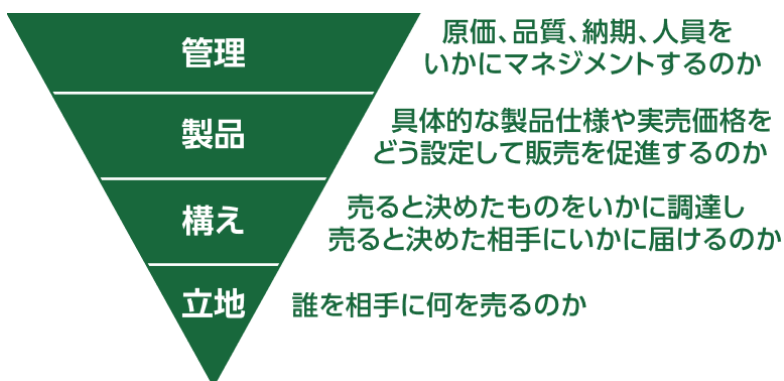
中期経営計画などで立地や構えに手をつけることなく、製品の刷新や管理の強化を打ち出している企業は数多くあるが、この次元で動きだしたところで、高収益への転換に結び付いた事例はほとんどない。

三品教授は長年にわたって我が国の企業研究を続けられており、その道における第一人者的な存在です。

県立図書館まで出向いて、著作を何冊かざっと拝読した私は、優良企業のレポート集としても使える『高収益事業の創り方』を購入し、少しずつ読み進めています。

今回の銘柄分析レポートでは、事業立地に着目してみました。本書で取り上げられている企業のうち、2銘柄の分析を試みます。

★戦略の重層構造



注) 逆ピラミッド型になっているのは、土台である立地や構えがしっかりしていなければ経営が安定しないという意味です。