

『飯田語録』を座右の銘にし、コロナ変革を乗り切る

一般財団法人アーネスト育成財団

理事長 西河洋一

新型コロナ感染で日本人の消費行動は変わる。リーマンショック以上の変革が起きることも想定して経営に取り組んでいる。

飯田GHD創業時の飯田一男会長が残した『飯田語録』を座右の銘にしている。飯田会長の下で働きながら日々言われたことを語録としてまとめた。飯田会長は、幾多の荒波を知恵を出し、苦勞して乗り切ってきた。

今まさに変革の時、多くの経営者の参考になればとその一部を紹介したい。

「語録1：市場の事は市場に聞け 商品を市場に出せば、売れるものが成功で、売れないものが失敗である。価格であるのか、デザイン性か、間取りなのか。コンセプトを少しずつ変えてみて、売れ筋を見極めることが大切である。景気の悪いときは、シンプルで良質な安い商品が売れる。付加価値をつけると失敗する」。

市場の商品は、売り手が定義するものである。ものを買ってくれなかった人の意見が最も重要である。何で買わなかったかだ。販売するお客のターゲットを明確にして、常に市場と対話する。当たり前の基本だと思うが、市場で売れる商品がどんなものか、経営者として真剣に取り組んでいくことが、必要であるのではないだろうか。

「語録2：良いものを、より早く、より安く これからの時代は「安かろう、悪かろう」では通用しない。何年も持つ良い建物を造ることに専念する。事業のスピードを上げると経営が安定する。安くすれば、今まで買えなかった人が買えるようになり、沢山売れる。これが企業成長につながる」。

お客さんは、どういう商品を選ぶのか？ものを買おうと動いている人は、市場で色々な企業の商品を比べて購入する。比較されたときに勝てる商品、それは品質が良くて、お手ごろな価格のもの。市場で一番売れる商品に繋がる。

「語録3：誰よりも高く買って、誰よりも安く売れ 飯田グループの強みは、日本一安い工事原価である。住宅建築で他社と大きな原価差異がある。その範囲で、土地を高買いで、建売を安売りしても市場で勝てる。土地仕入れの入口と、出口の建売販売数で勝てば、市場を席捲できる。他社の追隨を許さない」。

常識的に考えたら、高く買って安く売れば、利益が少なくなるのは当然ではあるが、圧倒的な販売数により利益を高めようという考え方。世間で「薄利多売」と言われている。