

経営一転語 107 加工業の販売促進

加工業者の特徴として、「収益性が良くない」、「変化に対応する機動力と弾力性がない」ということがあげられます。

なので、加工業者の販売促進は危険分散が必要になってきます。

特定の業界や得意先にほとんど依存している会社は、危険だと言えます。

その業界、その得意先の浮沈によって、もろに影響を受けるわけですから、そういったことを避ける必要があります。

目安として、特定の業界又は得意先に我が社の売上の30%を依存しないということが必要でしょう。

また、一般的に大企業から仕事をもらうよりも、中小企業で商品の市場占有率が高い一流会社のほうが「よい値段」で仕事をくれる可能性の方が高いと言えます。

それと、外注工場群の整備が必要でしょう。

自社の設備・人員は、閑散期の仕事量又は不況による落ち込みを見込んだ仕事量以下に抑え、それ以上の仕事は外注する方がよいでしょう。

つまり、外注工場群をショックアブソーバー代わりに使うのです。

また、自社の取り組みで肝腎なのは、加工度を高めるなどして、加工高（付加価値）を高めることが必要でしょう。