

2020/12/1-2

(うと Q 世話し 今コロナ禍以降、弊社勝利の方程式)

「商売というのは非常に簡単だ。出来るだけ安く仕入れて、成る丈高く売る。それだけの事だ」

と薬局をやっていた叔父さんに子供の頃に教わりました。

そうして、今コロナ禍までそれを一度も疑った事はありませんでした。

只、心の奥底では「妙な違和感」をうっすら感じておりました。今思うと、ですが。

その違和感とは？

安く仕入れるには安く造るも入りますから、ここからフォードに代表される大量生産方式が生まれました。

又、安く仕入れれば納入業者が泣くことになります。納入業者は広義でいえば「生産者」ですから、以前から申上げている「生産者は同時に消費者でもある」の公理に従えば、需要減となります。

しかも、お客様の目から見ると大量生産方式と言うのは相手が不特定多数になりますから購買者は別に「自分でなくてもいいのよね」という事になり、生産者と消費者の関係が疎遠で冷たい関係になりがちです。

反対に、低価格を避けて、出来るだけ高く売ろうとするとお客様の懐が痛みます。

仕入業者、販売業者、購買者の誰にとってもいいことはありません。三方両損です。

多分そのことを自分は「妙な違和感」としてうっすらと感じ、今コロナ禍で大量生産、大量消費、お客様の顔が見えない疎遠性の三方両損をドッカンと目の当たりにしたのだと思います。

では、今後どうすればいいのか？

上段の話をまずは全て裏返してみましよう。

即ち

成る丈仕入れ業者さんからは高く仕入れる。お客様へは成る丈安くお売りする。

当然元を取ろうとすれば、薄利多売になります。そこでまた大量生産（販売）方式が顔を出してきそうです。

しかし、是では同じことの繰り返しです。

そこで一案。

お客様の顔が見えて尚且つ人数を増やすには？

「延べ」人数を上げればいい、のです。

つまり顔の見えるお客様のリピート来店回数を上げればいい訳です。

もっと平たく言うと「お店のファンづくり」を進める。

是ならお客様の顔も見えますし、一回当たりの価格を上げなくてもいいし、仕入れ業者さんを叩かなくても済みます。あわよくば、仕入れ業者さんも弊社のファンになってくれるかもしれせん。

纏めると、高く仕入れて安く売る。代わりに仕入とお買い上げいただく方に当店のファンになって戴いて訪問、仕入回数を上げて利益を出す。三方両得。

という事に相成りました。

是が弊社の今コロナ禍以降「勝利の方程式」でございます。