



元気とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 2018年02月12日 第856号「週刊五十嵐レポート」

間違った努力

ある会の会員である居酒屋を訪問。店を開業して6年、夫婦とパートで運営している。「調子はどう？」と訊くと、「あまり良くない。景気が良くありませんから」と答えた。(不景気？今は、史上空前の好景気なのに…)

「この店の売りはなんなの？」と訊くと、「
です」と答える。しかし、メニューを見るとなかなか探せない。

「お酒は何がいいの？」と訊くと、「日本酒です」と答える。しかし、いろいろな飲み物が多くある。

「メニューが多すぎない？」と訊くと、「多すぎると思っています。絞ろうと思っ
ているのですが、勇気がなく、実行に移せない」と答えた。(大手チェーンのマネをして、自分を見失っている)

後日、夫婦は戦略社長塾に参加した。「商品(何を)」「地域(どこの)」「業界・客層(誰に)」という経営には3つの目標がある。特に居酒屋は、「商品(何を)」と「業界・客層(誰に)」に対して絞り込み、自店の「強み」を作る必要がある。夫婦は、「経営を勉強したことがなかった。カルチャーショックを受けた。一生懸命やっていたら、お客は来てくれると思っていた」と。

目先の売上を追い求め、大手がやっていることが良い事だと勘違いして、いろいろな事に手を出して、商品数が増えた。何の特色もない店になり、お客が来なくなった。更に、休みを返上して、お昼にはランチを提供。分不相応になって、疲弊している。間違ったことを一生懸命に努力している。思うような成果が上がらないのは当然。戦略なき経営はムダが多い。

経営はお客を通した戦い(競争)である。経営を学ぶと戦い方の知識を得ることができる。実践することで身につく。一番大事なのは、「目標の定め方」。ここを間違えると、どんどん方向が狂ってくる。目標は、「戦略実力」と「勘」と「競争相手との力関係」を考えて、決めていく。(勘 = 説明や証明を経ないで、物事の真相を直ちに感じ知ること)

経営はそんなに難しくない。素直に競争の原理原則をマスターすること。

ちょっと
気になる出来事

2月2日(金)、日経新聞夕刊の「こころの玉手箱」は、女優の由美かおるさん。西野氏の著書「細胞で考える」を語った。

由美かおるさんは、いつも元気ね、年をとらないといわれる。若さの秘訣は、30歳から欠かさず続けている西野流呼吸法であると。

朝と夜、30分間、西野氏から伝授された呼吸法を続けて、15歳の時とスリーサイズなどの体形は変わっていないとのこと。

それで、私は、「細胞で考える」をアマゾンで調べたら、なかった。ヤフオクを見たら、1冊あった。350円で落札。後日、本が届いた。次に、由美かおるさんの著書「西野流呼吸法」を調べた。アマゾンでは1000円以上し、ヤフオクで200円。ヤフオクで購入。

今は、朝起きたら、軽く「西野流高級法」を行っている。体が温かくなる。20年以上前に、西野流呼吸法を1度学んだことを思い出した。ちょっと続けてみようと思う。



一口メモ
知識

関所戦略 ニッチ戦略

隙間(ニッチ)の占拠を目指すニッチ戦略は、目標を限定する。ニッチ戦略は、限定された領域で実質的な独占を目指す。ニッチ戦略は、競争に免疫になることを目指し、挑戦を受けることさえないようにする。

ニッチ戦略に成功しても名をあげることはなく、実をとるだけである。それらは目立つことなく優雅に暮らす。この戦略のポイントは、製品として決定的に重要でありながら、ほとんど目立たず、誰も競争しにこない点にある。

ニッチ戦略は3つあり、それぞれに、特有の条件、限界、リスクがある。関所戦略、専門技術戦略、専門市場戦略である。

関所の地位はもっとも望ましい場所である。ただし、この戦略には厳しい条件がある。製品がそのプロセスにおいて不可欠なものでなければならない。市場の規模は、最初にその場を占めた者ひとりだけが占拠できる大ききでなければならない。

P.F.ドラッカー 「チェンジ・リーダーの条件」より

「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日・水曜日 午前10時~12時

「戦略社長塾東京」小岩校 土曜隔週(第2・第4) 午後2時~6時

「戦略社長塾東京」銀座校、五反田校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

03-3659-7703 Fax 03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

