



元氣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 平成26年01月06日 第646号「週刊五十嵐レポート」

今年は試合をする年にする

試行錯誤しながら結果を残し、今年で5期目に入る中小企業経営者の話。

「4年間、事業を行なって思ったことは、経営の基礎やガイドラインがわからなかった。そのための勉強やセミナーに参加した。今、頭の中や、ノートとかにいろいろなモノが残っている。

野球で言えば、ルールを知ってても、筋トレや練習を行い、強いチームと試合をしていかないと上手くなれないと思った。

がむしゃらに経営を勉強したお陰で、理論はもうわかったし、ルールもわかったし、この業界で誰が強いのかも十分わかった。

これからどう戦略を立てて、どう実践していくか、強い相手とも試合をしていきたいと思った。今年は試合をする年にする」

試合をするということは戦うということ。どう試合をするのか？

「この地域、この業界で最大手はEグループ社。あと3年以内に影響力を与えるような力をつけたい。今年から少しずつ形にしていこうと思う。

Eグループ社は20店舗以上あり、店舗立地は一等地にある。資本力もある。年齢層別に4つのブランドを持っている」

強者とどう戦うのか？

「Eグループ社にはない客層の店舗をこちらは持っている。相手の弱点が自社の強みであるからここで勝負する。『違い』を前面に出す『差別化戦略』と簡単にマネされないソフト(組織力)を蓄積すること」

ひとつは、競争相手がいないものや弱いものに強みをぶつける。競争相手と違うことを“する”「位置取り(ポジショニング)」。そして模倣が困難な、違う“もの”を持つこと。ここでは技術力や接客力になります。

試合をするにしても強い相手とがっばり四つを組むことはありません。あくまで「弱者の戦略」です。

ちょっと
気になる出来事

焼肉店を数店舗経営されている経営者の話。

「昨年12月は過去最高の売上になった。

例年より忘年会の数が多かった」

鉄を扱っている会社の経営者の話。

「秋口まで仕事が入っている。復興需要とオリンピック関連、再開。心配なのは人手不足」

ソフトウェア受託会社の経営者の話。

「リーマンショック前以来の受注が出て、回復基調。新卒の採用が難しくなってきた」

まだまだ模様ではありますが、環境は良くなってきたようです。しかし、中小企業にとっては不況感のときの方がやりやすかったのでは、と思ってしまう。



一口メモ
成功の秘訣

製品

人間のニーズ、欲求、需要の存在は、それらを満たす製品が存在することを示唆する。「製品」とは、ニーズあるいは欲求を満たすことができると考えられるものであり、注意の喚起、取得、使用、消費などの行為を求めて市場に提供されるものである。

たとえば、より魅力的でありたいというニーズを持った人がいると仮定し、このニーズを満たせる全ての製品群を「製品選択集合」と呼ぶことにしよう。この製品選択集合には、新しい衣服、美容師のサービス、カリブ海での日焼け、エアロビクスなどが含まれている。これらの製品はすべて同じ程度に欲求されるわけではなく、より利用しやすく、かつ安い製品から順に購買されていく傾向がある。それは衣服であり、新しいヘアカットである。

製品が消費者の欲求により適合したものであれば、その製品は成功するであろう。生産者は、消費者が何を欲しているかを知る必要がある。そしてその欲求が可能な限り満たせるような製品を提供しなければならない。

フィリップ・コトラー、ゲイリー・アームストロング「新版 マーケティング原理」より

- 「新・経営の志手帳」発売中！(1,000円＋税)
- 町コンランチエスター経営戦略塾 毎週日曜日 午前10時～12時。
- 町コン・ランチエスター経営戦略セミナー 毎月東京開催

㈱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

