



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10月27日 第688号「週刊五十嵐レポート」

勇気ある決断

10月21日、東京都中小企業振興公社主催、八王子の商店街にてランチエスター戦略の勉強会の講師に招かれました。その勉強会の前にランチエスター経営の大先輩である「うさぎや」の小俣能範社長にお会いしました(小俣氏は昨年ランチエスター法則100周年記念セミナーの実践報告者)。

小俣氏は八王子の商店街の若手経営者に対して、6年前からランチエスター経営塾を開催しています。小俣氏に経営指導を受けている中華料理店の2代目の話です。

創業の父は料理が上手く、何でも作ってしまいます。メニューも非常に多かったのです。しかし、特徴がありませんでした。強みは何なのかわかりませんでした。そのため、八王子という大都市では埋没しつつある状態でした。

2代目は、ランチエスター経営塾に通い、小俣氏からもアドバイスを受け、強みは何かを見つける努力をしました。そこで出てきたのが「坦々麺」。思い切って多くのメニューを切り捨て、「坦々麺」を重点商品としました。その間、父との葛藤もありましたが、父が引退したことで、2代目が店を継承しました。

多くのメニューを切り捨て、「坦々麺」に絞ったことで、お客さんは入れ替わりしました。今までのお客さんが去っていき、新たなお客さんが増えてきました。今では、八王子で「坦々麺」といえば、このお店になりました。一点集中により強みをより強くしていきました。

多くのメニューを切り捨てることで、客離れが起きる怖さがあったと思います。勇気ある決断です。ランチエスター「弱者の戦略」では、戦略の研究と決断力が必要になります。優柔不断な人には、強い商品は作れないのです。負けている商品をいくつも抱え込んで、ああでもない、こうでもない、結局何もしないという経営者の多いことか。

「得るは捨つるにあり」。捨てることで得るものがあります。

ちょっと
気になる出来事

10月25日(土)、26日(日)、土日集中講座を開催しました。地方で小売店を複数経営をされている社長が参加されました。1時間ほど前に「京成小岩」駅に降りて、街を歩き、駅前のコンビニに入りました。

「レジのご婦人の挨拶は明るく、フレンドリー。しかし、トイレに入ろうとしたら、張り紙があった。『利用するときはスタッフに声をかけてください』。この張り紙が汚れていて、剥がれかかっていた。クリンネスではない」とお店の診断をしていました。

地方からすると1日乗降客数16,000人の小さい街でも魅力的に見えるそうです。「いくらでも需要がありますね」と。

その言葉の裏には「東京ではそこそこでも結果は残せる。自分がやればもっと伸ばせる」。

今度、有志を募ってその地方の小売店を視察しようと思います。



一口メモ
知識

ファミリー・ブランドに関する決定

メーカーが自社製品をブランド化することを選んだとしても、まだいくつかの選択の余地が残されている。少なくとも4つのブランド戦略が選定の対象になる。

個々の製品に「個別ブランド名」をつける。

すべての製品に「統一ファミリー・ブランド名」をつける。

製品をいくつかに分けて「分割ファミリー・ブランド名」をつける。

個別ブランドを採用すると同時に、それぞれに企業名をつける。

個別ブランドの利点は、製品の評判に企業がしばられなくてもすむ。

統一ブランドの利点は、製品の市場導入コストは少なくすむ。

企業がまったく異なる製品を製造する場合、異なったファミリー・ブランド名を付与する。

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 Fax03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

