



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11月10日 第690号「週刊五十嵐レポート」

街中で発見

11月8日、9日の土日・短期集中講座「ランチェスター地域戦略」を開催しました。9月、10月、11月と3回目になりました。地方の経営者の要望から誕生しました。3回参加されてくると、ランチェスター戦略(強者の戦略と弱者の戦略)の視点で物事が見えるようになってきました。

「地域戦略」の基本は、集中の原則。経営は、営業地域を広くすることにあるのではなく、強い地域か1位の地域を作ることにあります。粗利益の補給力を強くすることです。つまり、特定の地域で顧客を密集することができれば、利益性は高まります。

戦争では、戦場が遠くなると、補給で多くの人手が必要となる。コストアップ。途中でロスが出る。戦力の低下。地形がわからないので奇襲攻撃を受ける。指揮や統制が執りにくくなる。全体の力が弱くなる。経営でも規模以上に営業地域を広げると同じようなことが起こります。

弱者の戦略では各個撃破主義。1つのことが成就して次に移ること。一度にあれもこれもと手を広げると「分散」になります。分散は力が弱まるの意味。(集中は力が強まるの意味)

経営者はアクセルとブレーキを持つ必要があります。この集中講座を受けた経営者曰く、「多くの同業者がランチェスター戦略を学んでいないため、強い地域を1つも作らず、どんどん拡げて、結局業績不振になっている」

他に受講された経営者曰く、「私は、県外には出ない。県内で占有率を高める」

昼に、地元の寿司店「末廣」でランチ。カウンターで8席。1日70人。ネタは産地直送。美食家の経営者も唸った、「穴子が絶品！こんな小さな町に美味しいすし屋があるんだな」。回転寿司や宅配寿司に負けない。小さなながらも地域一番。ランチェスターを学べば街中の景色に新たな発見が生まれます。

ちょっと
気になる出来事

11月8日、9日の土日短期集中講座「地域戦略」に参加されている経営者が日暮里駅(京成線)の看板を撮り、メールで送ってくれました。

「『小さな塾の大きな実績』」

今年の医学部志望者は11名でした。そのうち9名が1次を通過し、6名が東京慈恵会医科大学、順天堂大学、日本医科大学、昭和大学、杏林大学、北里大学、愛知医科大学、独協医科大学、金沢医科大学の2次試験に好しました。

これは受験生45名の小さな塾での話です。他人事と思わないでください。彼らは普通の高校の普通の受験生でした。

ところで、なんで医学部専門予備校の授業料はあんなに高いのですか。医学部受験に何か特別な指導方法があるのでしょうか。

ありません。医学部は単に理系の一学部です。偏差値が60になれば合格できるのです。比べてください。授業料や授業時間数、さらには講師陣を。大手に行きたくないが、小さなところは心配だし・・・とお迷いのあなた。『いであ理系進学塾』」

弱者の戦略を学んでいると「ふっ」と気づくようです。



一口メモ
知識

複数ブランドに関する決定

複数ブランド戦略とは、販売者が、互いに競合する複数のブランドを開発することである。

P&Gは、すでに成功していた洗剤のタイドと競合するチアーを市場に導入した。それによって、タイドの売上は若干下落したが、チアーとタイドを合計した売上高は明らかに上昇したのである。P&Gは洗剤について少なくとも10種類のブランドを生産している。

メーカーが複数ブランドを志向するのには理由がある。第1に、メーカーは複数ブランドを市場導入することによって、小売業者の店舗において大きな陳列スペースを獲得できる。自社ブランドに対する小売業者の依存度を高めることができる。第2に、1つのブランドにロイヤルティを持ち、他のブランドを使用しないという消費者はほとんどいない。ブランド・スイッチチャーに対処する方法として有効。

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)
- 町コンランチェスター経営戦略塾 毎週日曜日 午前10時～12時。
- 町コン・ランチェ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

