



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27年08月10日 第728号「週刊五十嵐レポート」

ヤマダ電機から学ぶ

8月7日(金)付、日経新聞に「店舗閉鎖で特損、ヤマダが25億円」という記事がありました。同社は郊外の中小型店を中心に一時閉鎖を含め約60店舗を閉鎖したと書かれています。

週刊東洋経済(7/25)の記事によると、「一定の地域に集中して出店し、知名度の向上や物流費、広告宣伝費などの効率化を図るドミナント戦略は、チェーンストアの王道だ。地域内でのシェアを拡大し、競争優位の立場を築く。計算されたシナリオだった。ところがもくろみは大きく外れた。出店してもシェアがそれほど上がらず、コストが業績を圧迫。従業員1人当たりの売上高は半減」。

DVD地域戦略のテキストに、「戦争で戦場を能力以上に広くとすると戦力が分散するので、1つ1つの戦場では手薄になる。そこを敵から計画的に攻撃されると負けてしまう。限りある人員で営業地域を広くすると1ヶ所1ヶ所の営業力が弱くなる。これはサッカーで考えてみると良くわかる。

A会場。相手は11人に自社のチームは5人で参加。

B会場。相手は11人に自社のチームは4人で参加。

C会場。相手は11人に自社のチームは3人で参加。

これでは一生サッカーをしても1勝もできない。店舗の数を多くすると売上は上がり儲けも多くなると考えられている。立地が同じなら、売上は店舗面積の2乗に比例するので、狭い面積であちこちに店を出すと業績は最悪になる」。

町コン五十嵐がよく行く「ヨドバシアキバ」の売り場面積は23,800㎡、一方「ヤマダ秋葉原」は900㎡。これでは業界ナンバーワンのヤマダでも勝てません。売上の規模では日本一でも多くの局地戦で負けているということです。弱者は、小規模1位・部分1位の積み重ねが大事であるということです。

ちょっと
気になる出来事

8月8日(土)付、日経新聞の企業総合欄に「会社説明会は午前7時半～」という記事。

モスフードサービスは今年度、来春就職予定の大学生向けに午前7時半から早朝の会社説明会を開く。

従来実施していた昼間の説明会では大手企業と時間帯が重なり、学生が集まりにくくなる懸念があるため、早朝開催を決めた」

時間をずらす。これも弱者の戦略であり、戦う場所(時間)を変える。競争相手と同じ土俵で戦わない。

動物の世界では、「群れる」「逃げる」「隠れる」「ずらす」が弱者の戦略です。参考までに。



一口メモ
知識

小売業の定義

小売業とは何か。シアーズやkマートが小売業であることはわかる。しかし、エイボン社のセールスレディや各地域のホリディイン、あるいは患者を診察する医者はどうだろうか。私たちは小売業を次のように定義する。

小売業とは個人的用途、すなわち非営業的用途を目的とする最終消費者に商品やサービスを直接販売することに携わっているすべての活動である。

それが生産者であろうと卸売業者であろうと小売店であろうと、このような活動をしているいかなる機関も小売活動をしていることになる。

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

