



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09月21日 第734号「週刊五十嵐レポート」

自分は弱者なんだ

9月17日(木)、第7期ランチェスター経営戦略セミナーvol.4「営業戦略」に初参加された方の感想です。「戦略というものは一つしかないと思っていた。このセミナーで強者の戦略と弱者の戦略の二つあることを知った。二つは正反対。自分が強者なのか弱者なのかによって打つ手が違うことを学んだ」。

9月20日(日)、町コン経営塾小岩校に参加されて間もない方の話。「たい焼きをやっていますが、近くの『銀だこ』がたい焼きをやりはじめた。するとお客さんは『銀だこ』のクロワッサンたい焼き(アイスクリーム入り)が主流になり、当社のクリームたい焼きが『銀だこ』と違うことがクレームになった」。まさに競争相手が強者であり、強者が弱者の良いところを真似て(即応戦)、同質化させて、圧力をかけてきました。強者の戦略、弱者の戦略を知らないとした「まねしやがって」と怒るだけになってしまう。真似することは「強者の戦略」と認識する必要があります。

強者の戦略概念は、物量戦(量や数量をより重視)。確率戦。間隔戦。広域戦(盲点を作らない)。総合戦(盲点を作らない)。即応戦(下位の会社のやり方をマネをし、質を同じにする)。

弱者の戦略概念は、小規模1位主義、部分1位主義。強い会社と同じことはせず、違ったやり方の差別化をする。強い会社とは戦わない。勝ちやすきに勝つ。分断主義。細分化主義。一騎打戦。狭域戦。接近戦。軽装備。隠密戦(強い会社や同業者に情報を流さない)。

町コン経営塾に2年以上通っている方の話。「ここで一番参考になったのは自分は弱者なんだということ。だから弱者の戦略をやらなければならないと知った。他では学んだ事はほとんど強者の戦略で自社に落としこめなかった。弱者の戦略を教える所がなかった」。

多くの倒産は弱者が強者の戦略をやった結果。弱者であることを認識し、弱者の戦略を研究することが生き残る道です。

ちょっと
気になる出来事

ようやくランチェスター経営塾(竹田陽一製作)の教材CD・DVDの総合カタログ「中小企業経営者の為のランチェスター戦略教材」を「町コン経営塾」で作りました。

ランチェスター経営塾では1枚1枚のチラシはあったのですが、全体を見ることができる総合カタログがありませんでした。将来作ることもないようなので、代理店である「町コン経営塾」(株)五十嵐コンサルティングオフィス)がそれなら自分で作ろうと考えました。

はじめての人にとって、何から手をつけたらいいのかわかりません。わかりやすくするために体系化した総合カタログにしよう。

5月から構想・製作に入り始め、9月18日に印刷会社から製本となって私の所に届きました。(72ページ)

既存の顧客から順次配布していきます。



一口メモ
知識

店舗の管理形態

全小売店の約80%は独立小売業であり、全小売売上高の3分の2を占めている。その他の形態としては、コーポレート・チェーン、ボランタリー・チェーン、小売協同組合、消費者協同組合、フランチャイズ組織、コングロマーチャントなどがある。【コーポレート・チェーン】

チェーンストアは、20世紀の小売業の発展史上最も重要なものの一つである。チェーンストアは、単一所有され管理された2つ以上の店舗であって、類似した品揃え商品を販売し、集中的な仕入れとマーチャンダイジングを行なう。チェーンストアは、単一の所有権と管理権がある点で、ボランタリー・チェーンやフランチャイズ・チェーンとは区別される。集中仕入れとマーチャンダイジングの意味するところは、本部がチェーンの品揃えを決定し、数量割引を獲得するために商品を一括発注し、各店舗へ商品を配送すると同時に、各店の価格やプロモーションやその他の店舗の政策に対しても決定権を持つということである。

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

- 「町コン経営塾」小岩校 毎週日曜日 午前10時～12時
- 「町コン経営塾」小岩校 土日集中講座 HP参照
- 「町コン経営塾」銀座校、武蔵村山校開講中。

(株)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

