元気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11月02日　第740号「週刊五十嵐レポート」

やや変わり者

毎週「町コン経営塾」、毎月「ランチェスター経営戦略セミナー」を開催しているおかげで、私も日々受講者から学びを受けています。

先の土日集中講座「商品戦略」では、2名の方がもの作りの方で、販売はすべてネット。ネットに対する投資額も年間12百万〜24百万円。キーワードは一語ではなく二語もしくは三語で一番になる。一語では市場が広く、強者であり、二語、三語になることで市場が特定化され、ニッチ市場に。そこで一番をねらう。そこではきちんとコストを払う。それで一番を確保して、良質な顧客を集客しています。

「商品戦略」DVDテキストに、「総合何々というのは、強者の専用語であるから、弱者は決して使ってはならない」。「何々専用や特殊用途の商品は、使用する人の数が少なくなるので、市場規模は小さくなる。商品の市場規模が小さくなると大会社が手を出さない」と書かれています。

それを聴いて、受講者は、「わっははは（笑）、自分の名刺を見ると〇〇総合メーカーと書いてあります。すぐに〇〇専門メーカーに直します！」。

テキストには、「差別化対策。強い会社からの2乗作用の回避が差別化の目的。人と違ったことをするということは、多くの集団から離れて『1人でポツン』ということになる。気が弱い人や八方美人の人は不安になる。差別化するには勇気がいる。差別化が上手な人は、性格的に『やや変わり者』が多い」と。

受講者は、「がっはは（笑）、私のことですね。同業者の仲間からお前は変わり者だとよく言われます。これでよかったんですね」。

私も来春に新商品（新規事業）を立ち上げますが、「総合何々」ではなく、「何々専用」でいきます。そこは未だ手付かずの市場です。「空白地帯」。差別化するには勇気がいる。多少「変わり者」がいいいと。自分は普通だと思っているんですが、「変わり者」かな。

ちょっと気になる出来事

今般、師の竹田陽一が「戦略とは何か。ひどく混乱する戦略の意味」（定価1300円＋税）を自費出版しました。

ランチェスター戦略教材の「戦略とは」CDを書籍化したものです。

アメリカのコンサルタントのジェイ・バーニーが「戦略の意味は本の著者の数だけある」と言っていたように、戦略の意味は日本はもちろんアメリカでもコンサルタントの間ではバラバラに表現されています。そのため実態はひどく混乱しています。

これでは中小企業の社長が経営に応用するとき混乱が生じます。そうなると業績向上を目指す場合に妨げになります。

そこで竹田は、アメリカ人のコンサルタント11例と日本人の学者・コンサルタント31例を調べ上げ、戦略の意味を探求しています。

50冊入手しました。

1ヶ月以上早いクリスマスプレゼントとして希望者（住所・氏名・電話を記入の上、メール、FAXで）には無料で配布します。

一口メモ知識

小売業のマーケティング意思決定　3

価格の決定

小売業の価格はポジショニングの鍵となるものであり、それは標的市場、製品・サービスの品揃え及び競争を考慮して決定されねばならない。小売業は皆、高い値入で数多く売りたいと思っている。しかし、通常この２つは同時に成し遂げることはできない。ほとんどの小売業者は、値入を大きくして少ない量を売る（専門店）か、低い値入率で大量に売る（マス・マーチャンダイザーやディスカウント・ストア）かを選ぶ。

小売業者は価格戦術にも注意を払わねばならない。ほとんどの小売業者は目玉商品やおとり商品を用意して、いくつかのアイテムに安い価格をつけている。彼らはしばしば全店セールを行なっている。動きの遅い商品の値下げも行なっている。

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。
㈱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
TEL03-3659-7703　Fax03-3659-7077　i-daruma@igarashireport.com