



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29年06月26日 第825号「週刊五十嵐レポート」

第3の戦略

6月21日に師の竹田陽一のセミナーに参加(およそ1年ぶり)。竹田はこの日のためにテキスト「早解り・ランチェスター戦略」を作成した。このテキストは、経営をこれから学ぶ初心者向けに作られている。

また、竹田は今年で79歳になる。このテキストは、今後中小企業経営者にランチェスター戦略を教える人向けの教本にもなっている。(テキストは、ランチェスター戦略を2時間30分内で話す構成になっている)

経営のやり方については、アメリカからマネジメントが入ってきて、それを学び活用している。代表的なものは、P.F.ドラッカー氏の本。竹田も私もドラッカー氏の影響は多いに受けている。参考になるところが多々ある。ドラッカー氏の「マネジメント」を第1の戦略と呼ぶ。しかし、ドラッカー氏が書かれている本の対象企業は大企業中心。中小・零細企業向けには残念ながら書かれていない。(応用するには何回も読む必要がある)

次に学ぶのがマーケティング。マーケティングの大家はP.コトラー氏。製品開発(プロダクト)、価格設定(プライス)、流通(プレイス)、販促(プロモーション)の4Pが有名。マーケティングは、日本では、商品戦略と営業戦略(顧客維持戦略含む)の2つが合体したもの。マーケティングを第2の戦略と呼ぶ。

第1の戦略も第2の戦略も、競争条件が有利な会社が行うやり方と競争条件が不利な会社が行うやり方の区別がない。区別がないため、具体的な方法(やり方)が書かれていない。これに解答したのがランチェスター法則を応用した「弱者の戦略」。このランチェスター戦略を第3の戦略と呼ぶ。

今になってはトップ企業になった企業も昔は小企業だった。そのとき打った手は「ランチェスター弱者の戦略」。日本一の焼酎メーカーの霧島酒造もランチェスター戦略でコッコッ福岡を制し、どんどん北上して日本一に。アパホテルは東京都心3区に集中出店し、都心の市場占有率を上げている。

強みに集中したり、何かに特化することには、勇気がいる。集中するには何かを捨てると同義語。ランチェスター理論は知ってても、実行・実践しなければ意味が無い。

ちょっと
気になる出来事

6月22日付、日経新聞朝刊のトップ記事は、「アマゾン独自の配送網」。

インターネット通販大手のアマゾンジャパンが独自の配送網の構築に乗り出す。注文当日に商品を届ける「当日配送サービス」を専門に手掛ける個人運送業者を2020年まで首都圏に1万人確保する。

ヤマト運輸が当日配送を撤退する方向のため、代替策を模索していた。最大の需要地である東京都心部は、東証1部の丸和運輸機関が行う。

丸和運輸機関とは、17年3月期、売上671億円、経常利益46億円、自己資本比率48%の企業。食品スーパー、ドラッグストア向けの食品や医薬品等に強みがある。今後の経営戦略に「当日配送」ラストワンマイルを強化すると。

ヤマトとは真逆の発想。同社は、個人事業主のドライバー(1人運送業)をネットワーク化。強みをより強くするということは弱者の戦略どおり。

やはり、出て来るもの。



一口メモ
知識

事業の定義

事業の定義は3つの要素からなる。第1は、組織を取り巻く環境である。社会と構造、市場と顧客、そして技術の動向。

第2は、組織の使命。シアーズ・ローバックは、第一次大戦中から戦後の数年にかけ、一般家庭のためのバイヤーになることを使命とした。

第3は、使命を達成するために必要な強みである。マークス・アンド・スペンサーは、商品の買い付け能力ではなく、商品を発見し、デザインし、開発する能力を強みとした。

第1の環境は、何によって対価を得るかを明らかにする。第2の使命は、経済や社会に対し、いかに貢献するかを明らかにする。第3の強みは、リーダーシップを維持するためには、どんな分野で抜き出なければならないかを明らかにする。

事業定義に辿りつくには、時間をかけた作業と思考と試行錯誤を必要とする。
P.F.ドラッカー「チェンジ・リーダーの条件」より

- 「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日 午前10時～12時
- 「戦略社長塾東京」小岩校 毎週水曜日 午前10時～12時
- 「戦略社長塾東京」銀座校、武蔵村山校、豊岡校 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

03-3659-7703 Fax 03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

