



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 2019年06月24日 第924号「週刊五十嵐レポート」

多角化失敗から学ぶ

6月20日付、日経新聞に「メルカリ、多角化失敗の教訓」という記事。

メルカリが本業のフリマ事業への回帰を進めている。米アマゾンのようなプラットフォームを目指して立ち上げた新事業から相次ぎ撤退。フリマを巡るライバルの包囲網も狭まる中、多角化の失敗で得た教訓を生かしながら、土台のフリマと金融に投資を絞る戦略に転じる、と書かれている。

メルカリがこの1年で撤退したのは、自転車シェアリング「メルチャリ」、旅行のブログをシェアする「メルトリップ」、個人のスキルシェア「ティーチャ」など。

自転車シェアリングの場合、最大手はNTTドコモが1万台規模で展開する中、メルチャリは約1千台。計画通りの利用がない。メルカリとNTTドコモでは比較にならない。あえて競争の激しい市場に参入した結果、撤退。

新規事業の難しさを物語っている。本業で成功しても異分野の事業では失敗する確率が高いということ。新規事業のマトリックスを考えてみると

1. 商品・有料のサービスや製作技術は類似、販売先(客層)が同じ。
2. 商品・有料のサービスや製作技術は異なるが、販売先(客層)が同じ。
3. 商品・有料のサービスや製作技術は類似しているが、販売先が異なる。
4. 商品・有料のサービスや製作技術は異なり、販売先(客層)が異なる。

難易度でいうと、4. が一番難しい。次に3. が難しい。1. が一番やり易い。次に2.。一番難しいのは新しいお客を開拓すること。ましてそこに強い競争相手がいると厳しい戦いになる。消耗戦。本業まで影響を受ける。

その後、メルカリが取った戦略は、「あれこれ新規事業に手を出すより、本業に経営資源を集中投下した方が成長できると判断。むやみに広げずにパートナーとの提携を模索する」。

我々中小企業は本業を深掘りする。深く掘ると強くなるとともに周辺が広がってくる。それは新たなことでも類似している商品・サービスや技術になる。常に競争はある。市場で競争相手が強いのか弱いのか、客観的に見ること。

ちょっと
気になる出来事

6月26日(水)～29日(土)4日間、中国北京チャイナテック視察ツアーに参加。

チャイナテックといえば、深圳、杭州、上海がよく知られている。今回は北京。清華大学、中関村などなど。

中国に行くのは、今回がはじめて。7年～9年前にベトナム、カンボジア、フィリピンと東南アジアを視察。当時は、チャイナプラスワンを将来性を学んだ。

中国語を学んで1年足らず、まだまだ話せないが、中国語を通して、徐々に中国の知識人と交流を持つことができるようになった。

今回は、米国が脅威を感じている中国のスピード、スケール、起業家スピリットの3Sを体感してくる。

それらを踏まえて、日本の中小企業がどのような立ち位置でいる方がいいのか、日本におけるビジネスチャンスは何かを探っていきたい。

過去2年余り、情報収集してきたが、やはり「百聞は一見にしかず」だと思い、行くことにした。後日、報告したいと思う。



一口メモ
知識

確信は自由への道

世間のことであれ、宗教のことであれ、何でも言われるまま信じるものではありません。

正しいか否か、なぜそのように言われるのかと、我々はしっかり調べて、自分自身の責任で納得していくべきです。このプロセスは、仏教が推薦する「確信」への道なのです。そういう態度を貫き通せば、マインドコントロールされたり、支配されたりすることはなくなります。

自分で調べて、理解して、納得するという仏教の「確信」は、「信仰」と違って、自由への道なのです。
「ブッダの教え一日一話」(PHP研究所/アルボムツレ・スマナサーラ)より

●「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日・水曜日 午前10時～12時

●「戦略社長塾東京」小岩校 土曜隔週(第2・第4) 午後2時～6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

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

