

第3講 地域戦略

NO. 1 の強い地域の作りかた

地域戦略を知らないと損をする!! この先3年も5年も!!

① 間違った常識が業績を悪くしている

あなたの会社の営業マンは、1,000円札をバラまきながら走っていませんか。こうなっているのには原因があります。それは、営業地域は広い方が売上は上がるという、間違った常識のためです。

少ない人数で能力以上に広い地域を回ると、生産性マイナスの移動時間が多くなり、結局1,000円札をバラまきながら走るようになるのです。これでは当然業績が悪くなります。

② 営業マンの実質原価は4倍になる

ではここで、営業マンの実質営業原価について考えることにしましょう。年商10~20億円の卸会社の場合、営業マンの実質営業原価は総支給高の4倍になります。例えば税込の年間総支給高が「500万円」だった場合、この4倍の「2000万円」が実質営業原価になるのです。つまりこの人は、2,000万円の粗利益を稼ぎ出し始めて、トントンになります。

1ヶ月あたりでは167万円、1日あたりでは77,000円、1時間あたりでは10,000円の営業原価になります。この事実を知っている営業マンはほとんどいませんね。

③ 移動時間が多くなると勝てない

例えば有力な競争相手A社の平均移動時間は「3時間」だったとしましょう。これに対して自社の移動時間は「4時間」になっているとします。そうすると有力な競争相手よりも、移動時間の損失が1日あたり「1万円」多くなります。もし営業マンが10人いるならば、1日あたり「10万円」の損失になりますから、1日に千円札を100枚もバラまくことになります。これでは、社長はたまったものではないはずですよ。

④ 10年間のロスは何億円になる

移動時間が、業界平均よりも1日に1時間多くなると、営業マン1人当たり1年間に「260万円の損失」が出ることになります。もし営業マンが10人いるならば、1年間になんと2,600万円もの損失が発生することになり、10年間では2億6,000万円にもなるのです。

こんな損失を出し続けていたのではこの先何年経営をしても、自己資本がたまる見込みは全くありません。それどころか遠からず、力が尽きて倒産件数を1件増やすことになるでしょう。それもこれも、営業地域は広い方が売上が上がるという、間違った常識に原因があるのです。

あなたの会社はどうなっているのでしょうか。

⑤ 2つ目の間違った落とし穴

もう1つ間違った常識があります。それは人口の多い大都市で営業すると人も会社も多いので、儲けが多くなるという考え方です。その結果それほど大きくないのに、遠く離れた大都市に、しかも少ない人数で進出する会社が後を断ちません。

ところが人口の多い大都市には強い競争相手が何社もいます。こうなると強い会社から2乗作用の圧迫を受けて、弱い力がより弱くなるのです。例えば1対0.2は、1対0.04になるのです。さらに遠方に進出したことで生じる移動時間の損失も加わりますから、結局、営業戦線はガタガタになってしまうのです。これが原因で倒産した会社は何社もあります。

⑥ 解決策は重点地域と最大範囲の決定に

ではどうすれば業績を良くすることができるのでしょうか。何か良い解決方法はあるのでしょうか？

あります。それは、まず自社の経営力と、業界での地位、またはランクを考えた上で、将来どこを強くするか「重点地域」と、営業する地域の「最大範囲」の2つをはっきり決めればいいのです。このときとても役に立つのが、次の2つの法則です。

⑦ ランチェスター法則と陶山訥庵が解決

1つ目は、ランチェスターの第一法則を応用した、弱者の地域戦略です。

2つ目は、1700年元禄13年に長崎県の対馬で、それまでは不可能とあきらめていたものを可能にし、8万頭もの猪を全滅させた陶山訥庵の戦略です。このやり方の記録を読むと、ゾクゾクするような内容で、すぐやってみたくくなります。これらを分かりやすく説明したのがこのビデオです。

この2つの戦略を研究して、重点地域と最大範囲をすることになりますから、それ迄の損失はそっくり利益となって金庫に入ってくるようになります。こうなれば5～6年もすると、自己資本が多くなって資金繰りがグンと楽になります。逆に二つの決め方が間違えると、根本的に間違った仕事を全員で実行することになりますから、損失のために業績が悪くなります。

⑧ 1回当たりの取引が小口の業種に有効

この2つの戦略は、製造業、卸売業、を初めとして、印刷業、事務機の販売業、包装資材の販売業、人材派遣、宅配ビジネス、住宅のリフォームなど、1回当たりの取引高が小口になるビジネスに特に有効です。

引き続き見えざる損失を出し続けて赤字の会社になるか、それとも損失を黒字に変えて、仕入先や同業者から注目される立派な会社になるかは、全て社長の研究心と決断次第で決まります。

NO. 1の強い地域を作る 地域戦略ビデオプログラム

1章	強者と弱者の地域戦略	*****1	日	目*****
	① 粗利益の補給源作りが経営の中心			② 経営効率が高い補給源とは
	③ 強者の戦略概念			④ 弱者の戦略概念
	⑤ 同業100人中3位以内の実力者に			⑥ 弱者必勝の戦略原則
2章	重点地域の決め方	*****2	日	目*****
	① 経営における必勝の条件			② 地域決定の目的は1位の地域作り
	③ 郡部型一騎打戦的地域の重視			④ 都市型の一騎打戦的地域の重視
	⑤ 中小企業で業績が良い会社			
3章	最大範囲の決め方	*****3	日	目*****
	① 広域営業を避けて狭域営業を			② 近距離営業の重視
	③ 情報なくして戦略なし			④ ウェイト付けをする
4章	陶山訥庵の戦略	*****4	日	目*****
	① 猪全滅作戦の内容			② 自ら実地調査をする
	③ 実行計画の主要データ 成功の条件			
5章	強い地域の作り方	*****5	日	目*****
	① 業界の売上が上位企業に集中の場合			② 1回あたりの取引が小口の場合
	③ お客をどこに密集するか			④ 内垣の中をローラー(全数)調査
	⑤ 必勝の販売係を投入			⑥ 見込客には定数的に訪問
6章	地域拡大の手順	*****6	日	目*****
	① 植物の激しい競争			② 原則無視の地域拡大は破滅のもと
	③ 人口100万人の都市は市内に出先を			④ 小売業や飲食業の地域戦略
	⑤ 本格的な地域拡大の注意点			⑥ 地域拡大のマトリックス

~~~~~ 記 ~~~~~

- 開催日 ① 毎回土曜日(合計6回) 11月26日,12月3日,10日,17日,24日,1月7日  
時間 AM10:30~12:00(1回90分)  
日程通りに時間が取れない場合には別の日に補講致します。
- 対象 社長及び役員並びに営業管理の方 人数 限定10人(定員になり次第締切り)
- 参加費 6回で、¥21,000(テキスト込)(様子見の無料参加も受け付けます)
- 場所 ハレルヤ経営コンサルタント 研修所(申込み者に場所の案内致します)

・地域戦略塾(○で困って下さい⇒説明・様子見参加・参加)・ **申込書** ・そのまま全体ごとfaxで・

会社名

住所〒

—

社長名  
人

Tel

fax

従業員

～～～ランチェスター経営戦略で 28 年御社の業績アップに貢献する～～～

申込み先：ハレルヤ経営コンサルタント tel 889-6075 fax 889-6777

〒901-1101 南風原町字大名 3 2 7 - 5 担当 経営コンサルタント 渡名喜 庸孝