

ランチエスター戦略社長塾のご案内

第5講 商品戦略

ナンバー 1 の商品を作る商品戦略の名

自社の規模に合わない商品を扱うと利益は出ない！
落ち目になった商品が多くなると、会社も落ち目に！

1. 間違った思い込みがあなたの会社をだめになっている

経営の組織には正しいものもありますが、間違ったものが少なからずあります。

1つ目の間違いは市場規模が大きな商品を作ったり販売すると「売上げが多くなって利益も多くなる」という考え方です。一見すると正しいように思えますが規模が小さな会社がこうすると、大きな会社と競争することになりますから、なかなか勝てずに結局ガタガタになってしまうのです。

2つ目の間違いは、商品の幅を広くしたり、いくつかの業種に手を広げると「どれかがうまくいく」ので、業績が良くなるという考え方です。これも一見すると正しい考え方のように思えます。しかし経営規模が小さな会社がこうすると「戦力の分散」になりますから、弱い力がさらに弱くなり、どれも負け組になってしまうのです。

たとえば、1の力を1つにまとめて集中すると1の2乗で、1の力になりますが、これを0.5と0.5の2つに分けると「 $0.5^2 + 0.5^2 = 0.5$ 」と、分ける前の半分になってしまうのです。もし3つに分けるならば、「 $0.33^2 + 0.33^2 + 0.33^2 = 0.33$ 」と結局0.33と3分の1になってしまいます。これではまともな利益が出るわけがありません。

2. 大企業用の原則を信じると空中分解する

大衆を相手にした市場規模が大きな商品を扱うと利益が多くなる。商品の幅を広くしたり、いくつもの業種を手掛けると業績が良くなるというのは、実は「大企業用の原則」であって、100人以下の会社、とりわけ30人ぐらいの「中小企業の原則」ではないのです。

3. まじめな人ほど業績がおもわしくない本当の原因

ところが経営書やセミナーは、ほとんど大企業の考え方であって100人以下、とりわけ30人位の会社がこうしてはなりませんと「注意書」がされていないので、中小企業の社長でも「これが正しい商品戦略」と考える人が多くなります。特に「まじめで、人柄が良い人」ほど間違った常識のワナ（大企業用の原則）にはまってしまうのです。この社長塾では、これらの原則を分かりやすく説明していますから、まじめな人や素直な社長にはとても役に立ちます。

4. 競争力のある商品を手に入れる

商品戦略の目的は、市場占有率1位の商品か競争力のある商品を手に入れるか、つくることにあります。市場占有率1位の商品や競争力がある商品を手に入れると、従業員1人当りの純利益が業界平均の「2倍～3倍」多くなります。そのためには商品戦略の実力を高めなければなりません。

プログラム&申込書は裏面に続きます。

商品戦略のプログラム

1章 強者の商品戦略

- ① 大衆を相手にした商品
- ② 商品の種類を多くする。複合戦
- ③ 本業に近い業種に進出。総合戦
- ④ 大資本と多くの人員が必要

2章 弱者の商品戦略

- ① 小規模1位主義、部分1位主義
- ② 競争目標と攻撃目標の分離
- ③ 差別化対策
- ④ 戦わずして勝つ、勝ちやすきに勝つ
- ⑤ 勝ちやすきは細分化して発見
- ⑥ 強い物をより強くする
- ⑦ 商品の数は少なく、業種の幅は狭く
- ⑧ 軽装備で動きの早さを保つ
- ⑨ 弱者は商品の作り方を革新する

3章 商品の寿命曲線

- ① 導入期。夜明け商品
- ② 成長1期。8時～9時商品
- ③ 成長2期。10時～11時商品
- ④ 成熟期。11時～12時商品
- ⑤ 飽和期。12時～2時商品
- ⑥ 衰退期。3時～5時商品
- ⑦ 粗利益漸減の法則

4章 PPMの戦略

良い会社の事例

- ① 花形商品
- ③ 利益貢献商品。高年の乳牛

悪い会社の事例

- ② 問題児型商品
- ④ 負け犬商品。見切り商品

5章 新製品開発

- ① 作り3分に売り7分
 - 1. 販売先は同じで、商品も類似
 - 2. 商品は異なるが、販売先は同じ
 - 3. 商品は類似だが、販売先が異なる
 - 4. 商品は異なり、販売先も異なる
- ② 新製品開発は弱者の戦略で
- ③ 必勝ジャンケン法

6章 価格対策

- ① 高価格帯の商品
- ② 低価格帯の商品
- ③ 低価格戦略は創造性と決断力が

~~~~~ 記 ~~~~~

- 1. 開催日 3月11日、18日、25日、22日、4月1日、8日。毎回水曜日（合計6回）  
時間 AM10:30～12:00（1回90分）開催日に出席できない時は補講します。
- 2. 対象 社長及び役員の方 人数 限定5人（定員になり次第締切り）
- 3. 参加費 6回で、¥21,000（リピートは半額です。様子見の無料参加も受け付けます）
- 4. 場所 ハレルヤ経営コンサルタント 研修所（申込みの方に場所の地図案内致します）
- 5. 内容 上記の通り。（詳しい説明がほしい社長様はその旨お申込み下さい。）

商品戦略塾(〇で囲って下さい⇒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 \_\_\_\_\_ TEL \_\_\_\_\_ fax \_\_\_\_\_ 従業員  
人 \_\_\_\_\_

～～～ランチェスター戦略で業績をグンとアップする～～～

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