

こんにちは、BLRの飯田です。いつも大変お世話になってます。

先週は西日本、特に北部九州で秋雨前線が停滞し、大雨の被害が発生しましたが、秋雨などと言う優しいものではなく、豪雨そのものですね。

西日本の方はお見舞い申し上げますとともに、また断続的に発生する予報も出ていますので、今後ともご留意くださいませ。



全国的には暑さの方も 40 度超えるほどは無くなったものの、日中、外に出ているとかなり暑いですね。こうやって暑さがぶり返しながら涼しくなっていくのですが、現場でお仕事をされている方はまだまだ熱中症には要注意でお願いします。

秋を迎えると各地で色々なイベントやフェアが盛んになってきますね。私もこのところ土曜日はどこかのイベントやフェアに参加して、リフォーム事業者の方や消費者の方にセミナーをする機会をいただいています。

特にこのリフォーム事業団体の話をするのですが、知っている方が少ないのが現状であり、なんとももどかしい感じです。しかし、しっかりとお伝えすると非常に良い取り組みであり、リフォームを頼むのだったら、団体の会員にお願いしたい等のご意見もいただきますので、伝えることの大切さを実感しています。地道な活動ですが、少しずつでも認知を広げていきたいと思っています。

またBLRの会員さんがイベントに出展している場合もあり、お会いする機会もありますが、そんな時にこのメルマガ読んでるよ。と言っただき嬉しい限りです。今後ともしっかりと継続していきたいと思えます。

お知らせがもう一つ、新しいニュースレターのひな形(秋号)ができましたので、活用ください。今回の記事は消費税について特集していますので、OBのお客様にも好評ではないでしょうか。

ニュースレターと言えば、前回のBLR会報誌に橋本工務店様のインタビューにもあったようにOB様にずっと継続して配布していたら、OB様との関係性とリピートに効果が大きいことの表現として「破壊力を痛感している」と言うコメントがありました。私もそう思います。ぜひ活用ください。

さて、ここからが本編です。

<<ランチェスター戦略の全体像-3>>

前回から、いよいよランチェスター戦略のお話に入っていますが、まずはランチェスター戦略の目的や目標について、説明させていただいております。今回もランチェスター戦略の全体像の3と



なります。

今回は 1 位になったら、ナンバー 1 になったらどんな恩典があるか、いくつか事例を上げながら、お話ししていきたいと思います。大きくは次に四つのメリットがあると言われています。

1. 「集中の法則」:

これはある程度のシェアが確立すると、その地域では自然とお客様が集中してきます。ナンバー 1 を定義するシェア率はランチェスター的には 26% と言われています。

26% は分かりやすく言うとその地区に 100 件の世帯があれば、その内の 26 件が自社の OB 客様になるという、ことになります。まあ、4 件に 1 件が自社のお客様になると、その地域ではそのお店に頼むのが当たり前になってくるのもうなずける話ですね。

2. 次は「紹介の法則」です。:

これも集中の法則と似ていますが、日本人は特にみんなと同じが好きですから、その地域で多くの方がリフォームしているナンバー 1 のお店を紹介してもらう方が安心と言うものです。と言う訳で紹介が増えてきます。

3. 三番目は「経費割安の法則」です:

営業エリアをぐっと絞ることで、色々なコストが削減できるようになります。例えばエリアを自転車で回ることができれば、セールスカーや駐車場は不要になりますし、何せ一番コストが高くつく移動時間が大幅に削減されます。その結果、お客様との面談時間が増え、売上が上がるということになります。

4. 最後に先週お話ししたナンバー 1 は最後まで生き残ると言う「営業優位の法則」となります。

これには別名があり、生き残れなかったお店のお客様は行き場がないので、最後に残ったナンバー 1 のお店に吸収されてしまいます。少し残酷な表現ですが、これを「残存者利益」と言います。つまりは 1 位になると景気が悪くなっても、事業が拡大し続けるようになるということです。

そして、その結果、1 位と 2 位の利益格差が 3 倍~4 倍近くになります。

あまり良い例ではないかもしれませんが、コンビニで 1 位のセブンイレブンはシェアが 40% を超えており、2 位のローソンは 20% 程度です。シェアは約 2 倍ですが、その経常利益はセブンイレブンが 1800 億とローソンが 600 億となり、3 倍の差となっています。

更には、一人当たりの純利益は 5 倍の差になっているということです。これは、何も大手企業に関わらず、地域のリフォーム店さんも同じ現象となります。

シェアが 30% を超えると、一人当たりの経常利益がリフォーム業界平均の 4 倍近くあるリフォーム店さんもいますので、規模の大小は無関係とされます。



このようにナンバー1になれば、非常に利益性が良くなりますので、自社のエリアでしっかりとシェアを取っていく戦略、1位作りの戦略を練って、あとは実行に移していけば良いと言ことになります。目標が売上、利益になってしまうと、このナンバー1の戦略はなかなか見えてきませんので、まずは目標の定め方が重要になってきますね。

今回はランチェスター戦略の「ナンバー1のメリット」についての解説となりましたが、来週もランチェスター戦略の全体像について、少しずつお話をしていきたいと思ます。

今日も最後まで読んでくれてありがとうございます。

次週からも「ランチェスター戦略の全体像-4」についてお話していきたいと思ます。

<次回> ランチェスター戦略の全体像-4

