



『小さなメーカーが 生き残る経営術』

村松勝・吉田隆太(著)
セルバ出版
(2021/6)
1,540円

差別化により独自市場をつくるコンサルを行うミスターマーケティング様の代表コンサルタントによる一冊です。

【感想】

年商数千万円～50億円規模の会社に対して、「カテゴリキラーづくり(競合他社を圧倒する強い商品・サービス・事業)」の指導を行っている専門コンサルタントによる一冊。

過去14年間で、300社を超える指導を行った実績から、どのようにして「生き残る」経営をしていくのか、その1つの解である「独自市場をつくる」ということについて、著書では具体的な手法・考え方が分かりやすく解説されています。

著者は、多くの企業の経営者が、日々の仕事や、やるべきことに追い回され、改めて、自社独自の価値を見出そうとしていなかったり、見過ごしてしまっている場合が多いという問題提議をしています。自社の存在意義は何か？ 何で差別化していくのか？ 何をもってして憶えられたいか？ということを考えるキッカケとその方法について教えてくれる内容となっております。

差別化の要素が120ページでコンパクトにまとまっており、忙しい経営者の方にお勧めです。

【以下引用】

・商売の重要なポイントとなる、経営者が知っておかなくてはならない「ズレ」

- ① あなたが効率を追求すべきことと、手間をかけるべきこととの「ズレ」
- ② あなたが提供していることと、お客さんが望んでいることとの「ズレ」
- ③ あなたが伝えていることと、お客さんに認識されていることとの「ズレ」

・まずは本業を強化することに集中する。ある程度の余力、それは現場に任せられる人材や資金ができれば、次の新しい事業を立ち上げる。正確に時間を何年と区切ることはできないが、概ね3～5年ぐらいのスパンで考えていく。そして複層的に、事業を積み上げていく。

・多くの経営者は、商売を効率的にやろうとすることを好む。それは、人や手間や時間を削減し、かかっているコストが下がることで、利益を生み出すことにつながるから。ただ、「手間がかかることが、実は、利益を生み出す源泉になるのだ」と気づけたら、どうだろう。

・なぜ、徹底的な「顧客理解」をしたがらないのか。その理由の1つには、やり方や進め方が具体的にわからないことが挙げられる。しかし実は、そのやり方や進め方を知ってもやらない理由がある。それは、一言で言えば、「面倒くさい」からだ。

・「伝えていること」と「お客さんに認識されていること」との「ズレ」をなるべく小さいものとする

ことと書いたが、そもそも伝えることを、ほとんど行っていない企業も多く見かける。

ミスターマーケティング様監修の「商品のポジショニングマップ」や戦略の「差別化」を合わせて見ていただくとヒントになるかと思います。