

**勝てる  
マーケティングを学ぶ!**  
第2回「強みの把握」



コストマネジメント  
集客コンサルタント  
橋 羊一氏  
<http://www.costconsul.com>

小規模企業が大手企業に勝つための販売促進のポイントを考えてみましょう。

私がサポート先にまずお願いするのが「強みの把握」です。

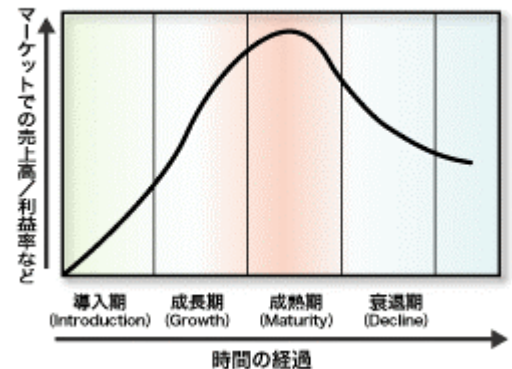
ひとことでいえば「他に真似の出来ない知識や経験や技術からできた商品(サービス)」という事になります。実は、このことを強く意識して商売を行っている会社(店)が非常に少ないのです。

「あなたの強みはなんですか?」という質問に対してスムーズに答えが出てこないのです。

## プロダクト・ライフ・サイクル

ご存知の商品(プロダクト)ライフサイクル。成長前 成長期 成熟期 衰退期という商品(サービス)の誕生から終焉までの一生のことです。  
この4つの時期の前2つ、「成長前」「成長期」にある商品(サービス)の場合「強み」を意識する必要はありません。なぜなら商品(サービス)が世の中にないものであれば商品(サービス)そのものが強みになるからです。

## プロダクト・ライフ・サイクル



しかしどうでしょう。市場を引っ張っているといわれている「携帯電話」

「薄型テレビ」「DVD」「デジタルカメラ」などもありますが、身の回りがあるほとんどの商品(サービス)が随分前から市場に存在し、「成熟期」から「衰退期」にあるのではないのでしょうか?

「成熟期」から「衰退期」にある商品(サービス)市場の特徴は「商品(サービス)過多」「情報過多」であることです。

つまり競争相手が出現し、多くの同じような商品(サービス)が市場に供給されたために自社製品の存在がお客様から見るときにわからなくなってしまうのです。

お客様は商品(サービス)を見慣れてしまっていますから、今までにない

### 「導入期」

新しい製品が市場に投入され、その価値や効用が顧客に認知されてくる段階。まだ競合企業・商品が少なく、競争以上に市場拡大効果がある。

価格は高いが、顧客が少なく売上高が少ない。この時期には、シェア拡大と将来の競合対策を準備しておく必要がある。絶対的な優位性を確保するための流通チャネルの構築や、消費者にとっての利点・特徴が強調できるように販促の整備や製品改良を行っておく。

### 「成長期」

製品が市場に浸透し、顧客層が増加するの同時に新規参入が増え、激しい競争となる。価格は低下し始めるが、売上高の増加で利益が出てくる。

生産効率・販売効率の向上をはかり、経営資源の効率化を図る。通常、成長期の価格競争に対しては非価格競争で対応できるよう、製品の価値を高めていく必要がある。またこの時期に、次の製品開発にとりかかったり、新製品の導入を進めていくことにより、継続的な経営戦略の進行が図れる。

### 「成熟期」

ターゲットとする顧客に製品が行きわたり、買替需要を狙って価格面や販促での競争が激しくなり、利益率が低下する。新しい用途を開発したり、新市場の開拓や製品のリニューアルが必要となる時期。

競合他社も同様に延命策に創意工夫を凝らしてくるため、競合情報に注意する。成熟製品は市場を開拓し顧客にも知れ渡っているため、違う確度でとらえ直すことにより、大きな市場を創造できる可能性がある。

### 「衰退期」

市場が完全な飽和状態となりだんだん衰退していく段階。通常、衰退したあとまた上昇するということはありません。他の商品のライフサイクルなど経営の視点から考慮し、事業全体の収益を考えながら撤退の方向を考える。

これらの分析の中から、自社の強みを活かして、又は自社の弱みを保管して、今後推進すべき事業分野や整理撤退すべき事業分野などを選択する。

協同組合京都府中小企業診断士会 <http://www.kcs-net.or.jp> より一部抜粋

## 新しい価値の創造がポイント

目新しい価値を付加しなければ振り向いてくれません。身近なところですと、皆様よくご存知の「緑茶」の市場がまさにその一例です。

10年ほど前まで「緑茶」がコンビニ商品の売れ筋としてこんなに市場を築くとは誰が予想したでしょう。

実は現在の「緑茶」市場で売れているのは圧倒的に「健康志向」の商品なのです。

「体脂肪率を下げる」「血糖値を下げる」など緑茶メーカーは「健康」という新しい価値を旧態全たる市場に

持ちこんで新しいお客様を獲得したのです。  
このように「成熟期」から「衰退期」にある商品に一番重要なものが、従来持っている商品(サービス)価値から一歩抜け出るための新しい価値の創造なのです。

「成熟期」「衰退期」にある商品(サービス)を取り扱っておられる経営者の皆さん、今一度お客様の志向の変化にあわせて新しい価値のある商品(サービス)として登場できないかを考えてみましょう。



## 最近のおしごと

西日本ハウジング  
(不動産業)

<http://www.wjhousing.co.jp/>



この春引越しされた方は新居での生活に慣れましたか？ そんな新生活にすっかりお世話になったのが不動産屋さんでしょう。

### いまどきの物件探しは

#### インターネットが主流

かつては住みたい地区の不動産会社に行って物件情報の張り紙を見ながら、気にいった物件があったら交渉してみるところでしたが、今では不動産は専門情報誌やインターネットで探るのが一般的になってきました。

ただし今も昔も変わらないのは、仲介していただく不動産屋さんの良質な情報提供とトラブル発生時の誠実な対応ではないでしょうか。

西日本ハウジングの福岡社長は、現在の会社を設立する前に大手住宅メーカーで16年間勤務しており、その営業マン時代に全国トップセールスマンになったほどの強者です。



接客中の福岡社長

こんな風に書くとなんだか「やり手オヤジ風」を想像されるかもしれませんが、そんな心配はありません。きわめて真摯な社長です。

出来る限りお客様の要求を満たしたいという一念が、お客様に支持されてきたのだと思います。

#### 物件お探し情報更新中!

この度開設されたサイトに最新の賃貸・売買物件の掲載と共に、専用フォームに希望物件を記入すると、直ちに探してくれるサービスがあります。今後も随時最新情報を更新し、サービスも追加する計画です。

良質な物件情報と、細かい対応が要求される不動産業の中にあつて、間違いないサービスを提供してくれる会社が西日本ハウジングです



## 最近のおしごと その

(有)りぶぐりん  
ふたつの自然庵  
<http://www.jinenan.co.jp/>



坪井立町通りを歩いた事のある人なら、仁王さん通り突きあたり近くの角の真つ赤な扉をこざらになった人がいらつしやるかも。

レストラン？ 喫茶店？

そんな店構えに見えるのも無理有りません。但し、ここは真正正銘の齋場です。



つばい自然庵

社長夫妻が平成三年に旧社屋を改装。さらに社名も現在の「りぶぐりん」と変更しスタートされました。

学生時代、建築を勉強していた渡辺社長は京都の庭に興味を持ち、更にそれだけでは飽きたらず、アジアやヨーロッパへ

建物見物に出かけたほど空間にこだわりを持っていらつしやいます。

#### 予行演習無しだからこそ

もちろん外観だけの違いだけでなく、ソフト面の違いも持った齋場を作りたいと考え、葬儀全般に自宅葬と同じレベルの「もてなしの心」が伝わるサービスを提供されています。

当然、お葬式は、当人不在で前予約が入られない「一回勝負」のイベントですから、亡くなられた本人の意志を反映させることが難しいものです。

限られた時間の中でご遺族に話を聞いて、生前の本人の生き方を表現するように心がけていらつしやいます。

#### 白川を眺めながら

平成十三年十一月につばい自然庵の十倍の広さを持ったしらかわ自然庵をオープン。

和食(泉水)と洋食(野の花)のレストランも併設され法事などにも対応。もちろん一般の方の食事だけの利用も出来まます。新緑のこの時期、隣の公園に面したテラスでランチする



しらかわ自然庵  
カフェ野の花  
公園の緑がまぶしい。

のもオススメ!

近年、熊本市内にも次々と齋場が新設されています。

競争が増える中、こだわりのサービスと言う点では頭一つ抜きんでいる自然庵。

まずは気楽に、お茶でも行ってみませんか?



#### 編集後記

アツという間の「ゴレ」ンカイ。おかげさまで天候に恵まれ行楽地に出かけた方も多いのでは。

私は自転車で長女と合志町方面へサイクリング。西合志に向かう坂は「ヨット」だったのですが、その後の九農試から農業公園周辺の新緑は最高でした。

(馬)

< 発行 >

(株)正文堂 ビジネススタッフ営業部  
〒860-0863 熊本市坪井 3-1-24  
Tel 096-343-5770 Fax 096-341-1147  
URL <http://www.pc-staff.co.jp>  
E-Mail [info@pc-staff.co.jp](mailto:info@pc-staff.co.jp)

#### ORPHIS HC5500



理想科学工業のハイスピードカラープリンタで印刷しました。