

経営一転語 4 大市場ねらいは正解か？

さて、今回は市場について考えてみましょう。

中小企業は、とにかく大市場をねらって東京とか大阪とかに市場を求めたがりますが、果たして正しい選択でしょうか？

単純な数値モデルで考えると分かりやすいので、ちょっと計算してみましょう。

大市場の大きさを **100** とします。小市場の大きさを **10** とします。

大市場には、企業が、我も我もと参入して、企業数は **200** になります。

小市場は誰も顧みないので、企業数は **5** しかありません。

このモデルの 1 企業あたりの市場は、大市場の場合は $100 \div 200$ で **0.5**、

小市場の場合は $10 \div 5$ で **2** となります。

1 企業あたりの市場の大きさは、大市場では小さく、小市場では大きいのです。

もう一つの法則に経営一転語の 2 で説明したパレートの法則というのがあり、**8 割 2 割**の法則とか、**80 対 20** の法則とかいいますが、偏りが生じます。

大市場の大きさ **100** のうち **95** は **200** 社のうちの上位 **100** 社によって占められてしましますので、下位 **100** 社の市場は **5** にしか過ぎず、参入したばかりの中小企業は 1 企業あたりにすれば、わずか **0.05** にしか過ぎなくなります。

さて、あなたの会社はどちらの市場をねらいますか？

中小企業の取るべき戦略は、「小さな市場で大きな占有率」です。

そして大きな占有率の市場を少しずつ増やすことです。

<演習課題>

1. あなたの会社では、大きすぎる市場を狙っていないでしょうか？
2. 我が社が狙うべき市場とは、どこなのか、考えてみましょう。