

経営一転語 73 弱小企業に共通の現象は

今回は、「弱小企業に共通の現象は」ということについて、解説してみたいと思います。

1. なるべく広い地域に販売網を広げている。しかし、成功しているのは、そのうちのごく小さな範囲でしかない。

まず、第1に「販売網が薄く、広く」という傾向になっているということです。これでは、敵に勝る戦力を投入できませんから、どこも負けているという状況です。

2. 大市場至上主義により、大きな販売努力をしているが、それは成功していないというよりは、全く敗北している。

以前、プールに落としたインクと洗面器に落としたインクの色の話しましたが、やはり、大市場（関東圏など）には、競合他社がひしめいているわけですから、我が社の存在感は非常に薄く、戦いは非常に不利になります。

3. ほとんど力を入れていない小さな市場や辺境の地において、思わざる成功を収めている。

これは、思わぬ成功（イノベーションのチャンスの種）なのです。小さな市場や辺境の地では、競合他社が少ないため、有利な戦いができている証拠です。

心当たりがないでしょうか。もし成功している事例があったら、その「思わぬ成功」を生かして、その成功する仕組み（システム）を拡げればよいのです。

以上のように、中小企業は、「小さな市場で大きな占有率を確保する」戦略が非常に重要だということが分かります。

我が社の「商品・サービスの売上や得意先の売上」と「投入資源」を比較してみてください。きっと見えてくるものがあると思います。