

こんにちは！

株式会社フォスターワン 代表取締役社長の坂上仁志(さかうえひとし)です

中小企業の社長さんから、「ランチェスター戦略」について聞かれることがありましたので、「ランチェスター戦略の概論」についてお話したいと思います

## 「ランチェスター戦略の概論」

### 1: 今なぜランチェスター戦略なのか？

勝ち方には一定のルール、つまり原理原則がある、その基本思想をランチェスター戦略から学び取れ！という考え方です

経営もある種の戦争ですから、競合に勝つ必要があるのです

また、競争に勝つと、経営上の地位の安定、利益率の向上、ブランドの構築が可能になります

### 2: では、ランチェスター戦略とはどういうものなのか？

ランチェスター戦略とはランチェスターの法則とランチェスター戦略方程式より故田岡信夫先生が導き出した、販売戦略・競争戦略のことです

### 3: ランチェスター法則とはどういうものか？

1868年ロンドンで生まれたエンジニア、フレドリック・W・ランチェスターが導き出した質 \* 量で表される2つの法則のこと

#### ①ランチェスターの第一法則

戦闘力 =  $E * \text{兵力数}$  (質 \* 量)

$E$  = 武器効率をあらわす

局地戦、接近戦、一騎打ちの法則 = 弱者の法則

弱者の戦略 = 差別化戦略

#### ②ランチェスターの第二法則

戦闘力 =  $E * \text{兵力数}^2$  (二乗) (質 \* 量<sup>2</sup>)

広域戦、遠隔戦、確率戦の法則 = 強者の法則

強者の戦略 = ミート戦略

#### 4: ランチェスター戦略の結論

①兵力が多いほうが勝つ

②小が勝つには第一法則で戦うこと

③小は武器効率 =  $E$  を兵力比以上に上げること

つまり、弱者は強者と戦い方は同じにならない

したがって、ランチェスターの第一法則で戦うことなのです

●局地戦、接近戦、一騎打ちの法則 = 弱者の法則

●弱者の戦略 = 差別化戦略

#### 5: 弱者と強者の定義はなにか？

強者とは、競合局面の市場占有率 1 位を指す

弱者とは、1 位以外のすべてを指す

強者と弱者は局面ごとで判断する

したがって、大企業が必ずしも強者とはならない

キリンビールも北海道というエリアでは弱者であり、サッポロビールが強者となる

6:ランチェスター戦略方程式とは何か？

戦力とは戦略+戦術に分けられる

その比率は、2:1となる

戦略2:戦術1

戦略とは目に見えないもの:全社的な戦う計画のこと

戦術とは目に見えるもの:繰り返しの作業や武器・ツール(営業)などを指す

6:5大戦法について

弱者と強者の戦い方と戦法について下記のようにまとめられる

●弱者の戦い方

強者の戦い方

E:武器効率を上げる:攻め

差別化を封じる:守り

【弱者の5大戦法】

【強者の5大戦法】

局地戦 (狭いところ)

広域戦

(市場・地域視点)

接近戦 (特定顧客)

遠隔戦

(顧客視点)

一騎打ち (オンリー店競合なし)

確立戦

(競合視点)

一点集中(攻撃目標絞込み)

総合戦

(主義の視点)

陽動作戦 (ゲリラ戦)

包囲戦

(作戦の立て方)

## 7:弱者の差別化戦略について

では、弱者はE(武器効率)のどうやってどこで差別化をすればいいのか？

### 結論

#### ●4P+サービス+地域

4P=商品+価格+(販売)チャネル・流通+プロモーション(販売促進)

この6つの視点で弱者は差別化を図ることで

## 8:【ランチェスター戦略の結論】

### ① NO1 主義

有利な立場は NO1 だけ

だから、小さい市場、狭い地域、小さな製品、なんでもいいから小さなところで圧倒的な NO1 を作ることで、経営を有利にする

NO1 でなければ意味がない、NO1 になると利益が上がり、ブランドになる

### ② 一点集中主義 ……これこそ弱者の戦略！

手を広げない、やらなくてもいいことをしない、力を分散させない

### ③ 勝ちやすきに勝つ

下位を攻撃目標とし、上位は競争目標として区別する(混同しない)上位に挑まない

## 9:NO1 の定義

NO1 とは競争局面において1位でかつ、2位を「射程距離」圏外に引き離している

「射程距離」とは戦いを挑める距離をあらわす

局地戦、単品での勝負では……………3:1

広域戦、全社、全品目の勝負では……√3:1

これは逆転されないシェアを理解する為の数値目標となる

10:NO1 のなりかた

弱者は、地域 → 得意先 → 商品

強者は、商品 → 得意先 → 地域

の順でNO1 になっていく、この順番を間違えないこと

11:占有率=シェアの考え方はなぜ必要か？

ランチェスター戦略ではシェアの考え方を重視する、その理由は

① 勝ち目のある市場を選び

② 競合との力関係を知る

ことで、競争を優位に進めるため

シンボル数値=75:40:25

75:上限目標、独占

40:相対的安定値、安全圏…中小企業は小さな市場で40%をとることを目標に！

25:下限目標、

追伸

「ランチェスター戦略の概論」は役に立ちましたか？

ランチェスター戦略はランチェスター協会からもたくさんの本が出ています  
難しい数式がたくさん出てくるので、少しとっつきづらい面がありますが、数字によっ  
て真理がそこに表されています

世の中の中小企業の戦い方の基本となるものですので、これを機に学んでください  
もう少し知りたい、と思われたら……

そのあたりの、もう少し詳しい話はセミナーでお話しましょう

その時には、お会いできることを楽しみにしています

著書「ランチェスター経営戦略」はこちらから

<http://tinyurl.com/y9srt6t>

株式会社フォスターワン 代表取締役社長 坂上仁志(さかうえひとし)

〒101-0054 東京都千代田区神田錦町 3-21

TEL・FAX:044-865-4464(川崎事務所)

メールアドレス: [sakauejj@yahoo.co.jp](mailto:sakauejj@yahoo.co.jp)

ホームページ: <http://www.foster1.com/>