



《今回のテーマ》は

「弱者の戦略」、ランチェスター戦略を経営に活用する

お客様とお会いする時の参考情報としてご利用ください

デフレ経済下、企業を取り巻く経営環境は年々厳しさを増し、企業間競争は生き残りをかけたサバイバルレースの様相を呈してきています。こうした中で、経営（販売）戦略を根本から見直していくうえで参考となるのが、今回ご紹介する「ランチェスター戦略」です。

- 1、「ランチェスター戦略」とは、英国のエンジニアであったF・Wランチェスターが第一次大戦下の戦場における兵力と損害量との関係を統計的に分析し定式化した「ランチェスター法則」を土台に発展してきた経営戦略理論です。わが国で一般的に「ランチェスター戦略」と呼ばれているのは、これらの研究を販売における競争戦略として独自に体系化したコンサルタントの故田岡信夫氏の販売・市場戦略理論を指します。
- 2、ベースとなる「ランチェスター法則」は、兵力・武器性能と損害量の関係を①軽武器を用いた一騎打ち型の局地戦と②重火器を用いた広範囲な集団戦に分けて考察し、前者の損害量は、初期兵力数と武器性能に比例すること（第1法則）、後者は武器性能よりも初期兵力数の影響が圧倒的であること（第2法則）を明らかにしました。ランチェスター戦略では、第1法則から一騎打ち型の「弱者の戦略」が導きだされ、たとえ兵力が劣る場合でも局地戦に持ち込み武器性能（差別化や個々の営業力等）を向上させれば、互角に戦えるとしています。第2法則からは、市場で優位に立つ、力のある企業の「強者の戦略」が導きだされ、物量戦や差別化潰しといった「弱者の戦略」への対抗策が考案されています。
- 3、ランチェスター戦略による「弱者の戦略」のポイントは以下の3つです。

(1) No.1主義

弱者の立場にある企業が戦うには、「差別化戦略」が有効です。差別化は「商品」だけでなく、地域、販売チャネル、エンドユーザー等の切り口でおこなうことが可能であり、それらの切り口で市場を徹底的に細分化することがポイントとなります。そうして細分化した市場に限られた経営資源を集中的に投入し、小さな領域で1つでもよいからシェアトップを狙うのが弱者の戦略ということになります。

(2) 「足元の下位企業」狙い撃ちの原則

また、弱者の戦略で大切なことは、競争相手と攻撃目標を分けて考えることです。シェア上位企業を競争相手と認識することは当然ですが、攻撃目標（シェアを奪う戦う相手）は自分よりもシェアの低い下位企業をターゲットとすることです。上位企業とただちに戦うのではなく、下位企業を攻撃目標とすることで、徐々にシェアを奪い、最後に上位に戦いを挑むということです。

(3) 一点集中主義

もうひとつの戦略は、No1主義でも触れた経営資源の一点集中です。儲からないと、ついろいろ手をだしたくなりますが、これは結果的に戦力を分散させ、忙しい割りに儲からないという悪循環に陥りがちです。一点集中とは、限られた経営資源を「選択と集中」により、一点に絞り込むことです。戦略とは選択であり、選択に基づく一点集中の実行こそが弱者の重要な戦略と言えましょう。

(参考情報)

○ランチェスター戦略とは	(2006-3237)
○ランチェスター第一法則、同第二法則	(2006-3239) (2006-3240)
○ランチェスター戦略の特徴	(2006-3238)
○No.1主義	(2006-3245)
○「足下の敵」攻撃の原則	(2006-3246)
○一点集中主義	(2006-3247)

皆様が、お客様から相談をうけた時、「JRS経営情報」をちょっとした参考情報として提供されればお客様から喜ばれることは必定です。

なお、お客様にコンテンツをご提供する場合には、最初のページに「サンプル」と表示してください。また、お探しの情報が不明な場合はご照会ください(0120-89-0240)。