

今回は当グループも取り入れているランチェスター戦略をご紹介します。軍事理論であったランチェスターの法則を販売・マーケティングに応用した経営理論を指します。

ランチェスター戦略は、市場シェアナンバーワン＝市場における安定的地位を目指す戦略理論ですが、すでにその地位を築いている企業とそうでない企業では取るべき戦略は異なります。

後者が取るべき戦略は「弱者の戦略」といわれ、その基本は差異化(差別化)です。商品・サービス・チャネル・地域で競合他社と違いを生みだし、そこに資源を集中して狭いエリアで負けない体制を作ることが重要となります。

他方、市場シェアナンバーワンの企業は強者です。市場の強者は「強者の戦略」をもって戦うことになります。これは余力のある企業体力を生かして、強者になった時点で、サービスを多様化することで、新たに弱者の戦略で望んでくる競合を押さえ込む事です。具体的には、診療所だけであれば近隣に新しい診療所が乱立します。しかし多様なサービスを提供している土岐内科クリニックの周辺には診療所は進出していない点を考えると分かり易いのではないのでしょうか？

ちなみに当グループは 2000 年 4 月の開業時は間違いなく弱者でした。そこで土岐市の訪問診療・訪問看護・居宅介護支援というエリアに限定してナンバーワンを目指しました。その結果、ナンバーワンになったため強者の戦略にスイッチしました。つまりサービスを多様化する目的でデイサービス分野に取り組みました。当初デイサービスという分野では弱者ですから「リハビリができるデイサービス」という一点集中から開始し、半日リハ、脳リハ、認知症デイ、ナーシングデイとラインアップを整える事で土岐市ナンバーワンとなりました。そこでさらに強者のエリア拡大目的で多治見市への進出を図っているのです。もちろん多治見市への進出の際は、弱者の戦略を持って戦います。

今後も、各部門ランチェスター戦略にのっとり、エリアおよび占有率で適宜強者と弱者の戦略をスイッチしながら、運営していく予定です。

1) ランチェスター戦略は何を目指す戦略理論ですか？

( )

2) 「弱者の戦略」では、何が重要ですか？

( )

3) 「強者の戦略」とは？

( )

4) 土岐市では多くの診療所が新設されています。しかし土岐内科周辺にはなぜ新規の診療所ができないと思いますか？

( )