勁草塾＃23・・船井流の極意⑧

船井総研客員経営コンサルタントとして学んだ「船井流」を
「祖術」としてご紹介しています。

今回は「シェア→粗利率→回転率」です。

‘94年5月28日付けで書いた物です。

講師の宮内亨先生は先ず「シェア」がポイントで
「安泰シェア比」を
・1:1の場合　√8＝2.8倍（3:1）　圧倒的シェア78％
・複数の場合　√√8＝1.7倍　　面の法則
とおっしゃったと記録しています。

つまり、ライバルと1.7倍の差がつくと追いつけない状態になり、
面の法則では
例えば、圧倒的一番店（26％）でも、
相手が独占シェア（42％）になる
と追いつけないのです。

従って、新規店の場合、
まずは、いろんな販促を講じて11％（影響力シェア）を確保する量販店を目指す
ということになります。

次に重要な視点は「粗利率」です。

これは前号の「V/P」で述べたように、
お客様との関係性を表す数字です。

つまり、「価格」による満足から「価値」による満足に転換するポイントで
11％の量販店から繁盛店（15％）地域一番店（26％）・・
と繁栄に移行する大きな視点です。

「ブランディング」と言いますが
「何」で一番店を目指し、その関連で総合化して行くか
という課題いなります。

そして、「回転率」になります。

つまり、売上と在庫の関係なので
ムダな在庫を減らすことがポイントになります。

$$\text{シェア}=\frac{\text{売上}}{\text{市場}} \qquad \text{粗利率}=\frac{\text{粗利}}{\text{売上}} \qquad \text{回転率}=\frac{\text{売上}}{\text{在庫}}$$

つまり、交差比率は「粗利率」x「回転率」なので

$$\text{交差比率}=\frac{\text{粗利}}{\text{売上}} \times \frac{\text{売上}}{\text{在庫}} = \frac{\text{粗利}}{\text{在庫}}$$

これは損益計算書のトップに出て来る
　　売上総粗利と期末在庫
に着目して交差比率が平均の2.6を基準に内容を見ることになります。

業績の悪いところ程、在庫が膨らみ1を割るようになります。

つまり、「シェア」を追いながら「交差比率」を落とさないことが
「差異化戦略」のポイントなのです。

つまり、V/Pで示すように
「価値」はお客様が決める満足度なので
「この店で買いたい」
という期待度になるのです。

その為には
・誰もしていないことをする
・お客様を主人公にする
・お客様が楽しめる
の3要素が必要になります。

「ずばり・うれしい・待ち遠しい」
この3要素を念頭に入れておきたいです。

【勁草塾のバックログはホームページにあります！】