

3月号 ごあいさつ

デフレ経済からインフレ時代への転換！

今こそインフレ時代を生き抜くランチェスター戦略の実践を！！

株式会社 山西 あすなる会相談役 西 垣 洋 一
代表取締役会長

なぜ今、ランチェスター戦略なのか？

長く続いたデフレの停滞を抜け、物価と賃金が連鎖的に上昇する「インフレ時代」という未知のフェーズに日本経済は突入しました。かつての「安さ信仰」というパラダイムは完全に崩壊し、我々企業はコスト増を適切に価格へ転嫁しつつ、顧客に選ばれ続けなければならないという、極めて難易度の高い舵取りを迫られています。この大きな転換期において、限られた経営資源をいかに効率的に運用し、市場で生き残っていくのか。その答えを探る上で、今改めて見直されているのが「ランチェスター戦略」です。

1. 一点集中で戦線を絞り込む（経営資源の選択と集中）
⇒ 戦う場所を「特定の地域」「特定の客層」「特定の 카테고리」へと極限まで絞り込む。
2. 差別化による価格決定権の確保（価格転嫁と価値の可視化）
⇒ 顧客にとっての差別化は、もはや付加価値ではなく、必須条件。
3. 接近戦で顧客をファン化する
⇒ 顧客との心理的・物理的な距離を縮める「接近戦」に活路を見出す。

インフレ時代に実践すべきランチェスター戦略

インフレ下では、あらゆる経営資源のコストが跳ね上がるため、全方位に手を広げる「広域戦」は資本力のあるシェア No.1 の強者だけに許された特権です。経営資源の分散は、そのまま利益率の悪化と体力の消耗に直結するため、弱者が強者に勝つためのランチェスターの第一法則、すなわち「局地戦」と「一点集中」への回帰が重要となります。

まず取り組むべきは、活動する範囲を極限まで絞り込むことです。特定の地域、特定の客層、あるいは特定の商品・サービスカテゴリーなど、自社の資源を投下した際に相対的なシェアで首位に立てる「勝てる市場」を見極めることが重要です。これは、その領域においてのみ、自社のリソースを最大化させることを意味します。この限られた経営資源を効率的に使うこと（選択と集中）を決める英断こそが、今後の企業存続と成長の鍵を握ります。

同時に、価格競争から脱却するための独自の価値創造も不可欠です。他社と同じ付加価値しか提供できなければ、待っているのはコスト高に押し潰される未来です。独自の背景、専門特化した技術、あるいは他には真似できないきめ細やかな顧客対応を通じて、代わりのいない存在としての地位を確立しなければなりません。インフレ時代とは、貨幣の価値が目減りし、提供されるモノやサービスの真価が厳しく問われる時代です。「高くても、この会社から買いたい」という信頼を醸成し、自ら価格を決定できる立場を勝ち取るこそが戦略の核心と言えます。

さらに、広域に及ぶ事業エリア、販促活動を展開する競合に対しては、顧客との直接的なつながりに勝機があります。不特定多数へのアプローチに頼るのではなく、一人ひとりの顧客との密接な関係性や、対話を通じた深い理解によって、強い絆を築いていく。この柔軟な対応力と密なコミュニケーションこそが、組織の大小を問わず、変化の激しい時代において一つの武器となります。

インフレ時代を生き抜くためのランチェスター戦略とは、小さな市場で圧倒的な信頼を勝ち取り、自社独自の領域を構築することに他なりません。無理な規模拡大を追うのではなく、自社の強みが最も純粋に発揮される場所を見定め、そこに全精力を傾ける。その集中と深化の積み重ねこそが、不透明な経済状況下で持続可能な未来を生み出す道標となるのです。

2026年3月吉日

ランチェスター戦略 「弱者の経営戦略 17 ヶ条」

ランチェスター戦略における「弱者の経営戦略 17 ヶ条」は市場で2位以下のシェアを持つ企業が1位を目指すための具体的な指針です。ランチェスター戦略の強者とは、特定の市場でシェア No.1 の企業のことを指します。逆に言えば、シェア2位以下の企業はどんなに規模が大きくても弱者です。これらの戦略は、限られた経営資源を効率的に使い、特定の市場でトップを目指すことに焦点を当てています。

- 第1条 弱者の社長は1位作りに強い願望と熱意を持って
- 第2条 自社よりも大きな会社は攻撃目標にするな
- 第3条 弱者は強い会社と同じ方法で経営せず違ったやり方をせよ
- 第4条 1位作りの目標は対象を細分化して発見せよ
- 第5条 弱者は市場規模が小さな商品で1位になることを目ざせ
- 第6条 弱者は商品の幅は狭くして経営力の分散を防げ
- 第7条 弱者は市場規模が小さな地域で1位になることを目ざせ
- 第8条 弱者は営業地域の最大範囲を狭くせよ
- 第9条 弱者は市場規模が小さな業界や客層で1位になることを目ざせ
- 第10条 目標には1位になれるだけの戦術力を投入せよ
- 第11条 弱者は間接販売を避けて最終利用者へ直接販売することを重視せよ
- 第12条 弱者はお客に感謝の心を伝えお客の維持力を高めよ
- 第13条 弱者は人の力がより有効に発揮できる組織システムを作れ
- 第14条 弱者は資金の固定化を防ぎ経理の仕事は簡単にせよ
- 第15条 弱者の社長は朝方を中心に3200時間以上仕事をせよ
- 第16条 弱者の社長は経営戦略の研究に力を入れ上位3%に入る実力を身につけよ
- 第17条 弱者は調子に乗るな。小さな成功で生活内容を変えるな