

令和5年11月

## ブルーオーシャン市場の拡張(客層拡大)

(市場にはお客様と競争相手しかいない)

市場の分け方としてブルーオーシャン市場とレッドオーシャン市場という分け方があります。ブルーオーシャン市場とは、競争相手が弱いか、小さい市場、レッドオーシャン市場とは競争相手が強いか、大きい市場です。私達中小企業はブルーオーシャン市場で戦べき存ののですが、この市場を見つけることができないために赤字であったり、低業績で苦しんでいます。このように経営者に読んでほしいのが、「ワークマン式(ない経営)(土屋哲雄氏タケモト社)」です。私が勉強になったのは、経営目標を1つだけ決める、それが「ブルーオーシャン市場の拡張(客層拡大)」です。ワークマンは、作業服という市場でライバルが法人相手、高価格存のに対し、低価格で個人相手の市場を開拓した。個人相手の市場は、ライバルが弱く、小さい会社が多かったのでまさに空白の市場、ブルーオーシャン市場存ので大成功した。次にワークマンプラスはアウトドアウェア市場に参入した。ライバルは高価格でデザイン性とか機能性を売りにしていたが、ワークマンは低価格で機能性を売りにした。4,000億円の空白市場があったということでは、作業服で培った耐寒性や耐火性等の高機能製品をアウトドアウェアメーカーの価格の3分の1以下の低価格で売り出したために現在まで競合はないそうです。さらにバイクウェア市場、ゴルフウェア市場にも参入し、ライバルがいない市場で一人勝ちしています。

古田土会計のお客様で急成長して今高業績の会社はいく社もあります。10億円を超える経常利益を初めて出すことができた会社も数社あります。共通しているのは、商品サービスに強みがあり、まさにブルーオーシャン市場で戦っていることです。ライバルがいれば弱いか、小さかったり、ライバルが強くて大きくなって、大予にはない商品・客層で独自のサービスを提供しています。全この会社はお客様がいて売上があがっています。お客様に買っていただけるのはライバルより何か強みがあるからです。自社の強みを自覚しているでしょうか、自覚していないなら、自社の強みを見つけるか、なければ強みを育てることではないでしょうか。私がこの本を紹介したかったのは、私達古田土会計の成長した理由を説明できるからです。大した能力もない私が業界で認められるように、本も8冊出版し社員数も夢にも思わなかった人数になりました。お著書で土業業界を変えた100人にも選ばれました。理由は、経営計画書の普及です。経営計画書の指導というコンサルティングの市場で大手のコンサルティング会社は、高い価格で方針書中心、理念または戦術(ルール)中心、作り方は上(売上高)が利益計画を作る以重視の作成指導です。古田土会計は低価格で会計事務所の強みを活かして、数字と方針の両方の作成指導ができて、中期事業計画という数字と未来像を中心として下(経常利益)が利益計画を作り、BS(資金別B/S)重視の作成指導ですので、どのコンサルティング会社よりも実践的であり、無理、無駄のない計画と財務体質の改善と経営理念の浸透と人づくりができます。さらに低価格の同業者はいても、ライバルは弱く、小さい規模でやっています。全国的に年間500社以上を指導しているのでライバルは皆無です。まさにブルーオーシャン市場の商品を見つけたからここまで成長できました。経営計画書という商品に「古田土式目次決算書」という道具を組み合わせることで、他のコンサルタント会社では絶対真似できない差別化したサービスが実現できました。今後は、370社のお客様に今後以上社会保険、相続事業承継、M&A等の商品を提供することとライバルがいないブルーオーシャン市場存なので、お客様のために社員教育に力を入れ、品質を高め、信頼していただけるように努力します。

古田土 満