

## 竹田陽一の経営随筆集

2022年6月14日 第16号



### 自社にとってのお客は誰にすべきか

テレビのB・Sで、放送大学の講座が放映されているので、私も時間があいているときには見えています。だいぶ前、「マーケティング」の講座があったので私もこれを見ました。

講師は40歳位の女性でした。経歴は解りませんが、経営学者のようです。説明される内容はこれ迄アメリカで出版され、日本でも翻訳出版されている、マーケティングの本の「寄せ集め」になっていて、女性講師が、自分独自の考えで「実態調査」をして考えついたという、独創性があるものは全くありませんでした。

それだけではありません。事例として紹介されるのは、どれも従業員が1万人以上いる、大会社ばかりでした。

そこで考えてもらいたいものがあります。それは、放送大学のマーケティング講座のテレビを見て学ぶ人は、「一体どんな人になるか」ということです。つまりこの女性講師からみると、自分の話を聞いてくれる「客層」は、どのような経歴の人になるか、ということです。

従業員が3000人以上いる大会社に勤めている人は、ほとんどが有名大学を卒業していて、中には経営学を学んだ人もいますはずです。

もし営業かマーケティングの仕事に関係している人であれば、アメリカや日本で知名度が高いコンサルタントが書いた、マーケティングに関する本は多く読んでいるので、この女性講師のマーケティング講座を聞く人は、ほとんどいないでしょう。

この女性講師の話を書く人のほとんどは、大学に行きたかったけど「何らかの事情」で大学に行けなかった人で、しかも年齢は「30歳～60歳」と、広い範囲になるはずですが。

この証拠は、放送大学では1年に数回、テーマごとに「スクーリング」が開かれていて、この参加者が、講義を受けている様子が紹介されているのを見ると解ります。

年齢は「30歳～60歳」が中心で、中には60歳を過ぎていると思われる人すらいます。こういう人々のほとんどはすでに中小企業に勤めているか、放送大学を卒業したあと、どこかの会社に就職するとしたら大会社が採用することはないので、多くの人は従業員100人以下の会社に入社するでしょう。

こういう人々に対して、「アメリカの大会社ではこうしている、ああしている」と説明したとしても、全く役立たないでしょう。

役立たないというより、むしろ害になる恐れがあります。実際に経営をするとき特別大事になるのは、自社の経営規模と競争相手との力関係を考えた上で、「お客は誰にすべきか」、あるいは「お客は誰でなければならないか」、これをきちんと決めるべきですが、

このマーケティング講師はこれを考えないで話をしていたのです。もしこの女性講師が、起業コンサルタント業を始めたらお客は全くできないので、恐らく1年もしないうちに廃業になるでしょう。

しかしこれは他人ごとではなく、油断するとどんな会社の社長も、自分の会社が「中心にすべき客層」を忘れることがあるので、注意をしなければなりません。

*Lanchester*

ランチェスター経営(株)



〒810-0012 福岡市中央区白金1-1-8 チュリス薬院 301

TEL 092-535-3311 FAX 092-535-3200

メールアドレス customer@lanchest.co.jp HP <https://www.lanchest.com>