

ランチェスター 法則による 1位作りの地域戦略 CD-R

営業簿記の実行が営業マンの利益意識を大きく変える

マーケティングや営業戦略と比べると、地味で目立たないのが**地域戦略**です。営業の本を読んでも**地域戦略**はほとんど出てきません。ところが市場占有率1位の地域を作ると利益性がとても良くなることから、社長にとって地域戦略の研究は欠かせません。中でも販売係がお客の会社を定期的に巡回する訪問型の業種では、**地域ごとの損益**をはっきりつかむ「**営業簿記**」の実行が特別大事になります。

1. 粗利益の65%~70%を占める営業経費

販売係がお客の所を定期的に訪問する訪問型業種の場合、仮に100万円の粗利益を作ったとしても、販売係の人件費を初めとして、販売係が使う車輜費、出張経費、販売促進費など、広い意味での「**営業経費**」に65万円~70万円も出ていきます。この事実は販売係も知らないでしょう。このあと内勤者の人件費や家賃、電話代、電気代、支払利息などを差し引くと、**経常利益**として残るのはわずか「**7万円~8万円**」になってしまいます。

2. 原因は生産性マイナスの移動時間にある

営業経費が多くなっている原因は営業コストの高さにあります。年商10億円規模の場合、販売係の**実質営業コスト**は税込支給高の**3倍**になるので、支給高が500万円の人には1,500万円が本当の営業原価になります。1年間に2,000時間働くとすると、この人の**時給は7,500円**にもなります。

社長の営業地域の決め方が悪いことが原因で、1日当たり**1時間多く**車に乗っていたら、1年間に**約200万円**の損がでます。もし同じ条件の販売係が10人いれば、**1年間の損失は2,000万円**になってしまいます。

3. 陶山訥庵先生の究極の地域戦略

これに対して自社にとって有利な地域にお客を多く作り、**お客占有率で1位**になると移動時間が短くなるので営業経費が割安になります。割安になった分は経常利益の増加になります。

1位の地域作りに役立つのが**弱者の地域戦略**で、中でも300年前に長崎県の対馬で8万頭の猪を全滅させた**陶山訥庵**の**戦略**がとても役立ちます。さらに営業地域ごとの採算をきちんと出す**営業簿記**を実行すると、販売係の利益意識が高まるので業績がよくなります。

