

## 『儲かる10億円ヒット商品 をつくる！ カテゴリーキラー戦略』



村松勝・吉田隆太(著)  
セルバ出版  
(2017/8)  
1,836円

昨年の異業種交流会でご講演頂いた  
ミスターマーケティング様の最新刊。  
300社以上の指導実績をもとにした圧倒的  
なノウハウが凝縮されている一冊です。

・『成長していく企業は、戦略的にカテゴリーキラーを生み出して、さらにそれを育てている』  
カテゴリーキラーを、「競合他社を圧倒する差別化された強い商品・サービス・事業」と定義  
付けています。

・「売り方」に偏った施策は、短期の改善にはなる可能性があります。しかし、その効果は長く  
は続かないでしょう。理由は簡単です。もし、その「売り方」に効果があるとすれば、すぐに同業  
も同じことを行い同質化していきます。すると、同業と差異がなくなってしまう、効果はなくなっ  
てしまいます。

・カテゴリーキラーを生み出すことに8割。あとの2割で、どうやって売っていくかに力を入れる  
イメージです。そして最初の1つのカテゴリーキラーを生み出せたら、手を止めずに連続的に  
姉妹品などを充実させて、厚みを出していきながら売上をつくり、時間をかけて自社独自の  
市場をつくっていきます。

・「XとYの公式」という、漫才をつくるうえで大切な考え方の話があります。  
Xというのは自分ができること、自分が得意なオチ、笑い、戦略、つまり「強み」です。  
Yとは、お笑いの歴史や変化、つまりお笑いの「トレンド」です。  
しかし、多くの芸人が、この「強み」も「トレンド」もわからず、面白いことを考える、新しいネタを  
やろう、と考えて、ネタの練習ばかりしているが、その練習は目的のない筋トレのようなもの。

・自社のカテゴリーキラーをどうやってつくっていくかについて、特に重要で、かつ絶対に外し  
てはいけない2つのポイントをお伝えしていきます。  
1つ目は「強いビジョン設定」。経営者によっては、強い思いがありつつも、単に言語化されて  
いない場合があります。しっかりと明文化して「強いビジョン」設定として掲げることで、ビジョン  
達成のための戦略を描いていく作業に入ることができます。  
2つ目は「戦略的ポジショニング」。「ポジショニング」の本質は、奪い合いや戦い、また独占す  
るというようなギラギラした発想ではなく、「成熟社会の役割分担」であるということです。

・経営者がどこに向かって力を入れているかがぼやけていると、現場で働く方も悶々とした  
日々を送ることになります。目指しているものをしっかりと明文化していないと、やる気のある  
社員、成長意欲のある社員ほどストレスを抱えます。そういう社員は、会社の目指す方向に  
向かってもっと活躍したいと思っています。

・どうすべきかの「戦略」の前に、どうなりたいかという人の「想い」があつての事業。

経営計画書の『高収益型事業構造』の使命感・戦略に通ずる内容が充実している一冊で、  
戦略を考えるうえで非常に参考になる内容です。