経営一転語 113　市場占有率はインクの色

「市場占有率」というのは、水の中に垂らしたインクの色と思えばよいでしょう。

「水の量」が業界の総売上で、「インクの量」が特定企業の売上です。そして、その「インクの色の濃さ」が占有率の大きさであると解釈してください。

つまり、インクの色が濃ければ濃いほど、占有率は大きいということです。

占有率は業界の売上を 100%とした場合の個々の企業の売上高の比率です。

大きなプールに一滴インクを垂らしても、全然色は変わりません。ドラム缶にインクを垂らしても、分かりません。どんぶりにインクを垂らせば、薄く色づくかもしれません。

しかし、さかずきにインクを垂らせば、かなりの色がつくでしょう。つまり、この場合、かなりの占有率となるために、市場に（お客様に）その存在が認められるようになるのです。

であるならば、「さかずきの市場」を探すべきです。セグメント化して（市場の細分化をして）、自ら小さな市場にしてしまうのです。

こういうたとえを示せば、誰でも分かるのですが、いきなり大市場を狙う方が多いのです。

つまり、東京、大阪、名古屋など大商圏をねらうことをしてしまいがちです。

地元などの小さな市場で勝ってから、大きな市場に行かないと激戦市場での負け戦は当たり前です。

「自社のよい商品を速く広げたい」と気持ちがはやるのは、分かりますが、このような間違いをしないように気をつけましょう。