経営一転語 114　ランチェスター理論について

　今回は、販売戦略に関係する「ランチェスター理論について」述べてみましょう。

　ランチェスター理論について、今回は、少し基礎知識を知っておきましょう。

　イギリスの航空機工学の権威であるランチェスターがつくった物量理論です。第 1 次世界大戦と、第 2 次世界大戦を分析して作り上げた理論です。
　販売戦略に応用が利きますので、勉強しておきましょう。

　この理論には、次の 4 つの前提条件があります。

１．自分と相手の武器効率（質的条件）は同一です。

２．消費財が中心です。

３．メーカーが主体です。

４．あくまでも地域戦略であって総合戦略ではありません。

　質的条件が同じじゃないと使えないじゃないかという声が聞こえてきそうです。

　しかし、これを逆に応用し、販売戦略の量的条件においてはランチェスター理論を割り切って使っていく。

　そして、「質的条件においては、我が社で考える。」と割り切ればいいのです。

　質的条件というのは、ソフト部分であり、お客様への対応の仕方、パッケージの工夫、チラシの工夫、HP の工夫、ポップの工夫、商品の並べ方などなど、数量以外の部分の全てです。

　次回は、ランチェスター理論の第 1 法則について説明し、その次は、第 2 法則について説明していきましょう。