

視点(1579)

(思考と研究の概念編)

後の先商法と新興国への進出スタイル!!

「後の先手法」は空手の攻撃法の1つで、相撲業界の双葉山が69連勝を達成するために絶対に一度たりとて負けられない相撲技術として研磨（磨きに磨きをかけること）したノウハウです。相撲で優勝だけであれば14勝1敗や13勝2敗でよく、1敗や2敗は許されます。

また、全勝優勝を2～3回続けても69連勝にはなりません。優勝の回数より、連勝記録をつくることは1敗も負けられない勝つことの連続性を意味します。それゆえに、単に優勝回数を重ねるだけの強さでは69連勝ほどの大成果をあげることはできません。

この一度も負けることを許されない相撲技術を取得するために、双葉山は「後の先手法」を取得しました。すなわち、土俵でにらみ合って両者が立ち上がる時に「瞬間の“間”」を取り、相手の動きをキャッチしてから「次の手を先手を打って煥発」（優れた才能が勢いよく外に輝き現れること）し、相手の飛び技や変化技のリスクを見抜き、相撲に絶対に勝つ不動の体制を確立しました。

流通業界においても「後の先」の手法はケーススタディ（事例研究）という技術で行われています。流通業界の中で成功している事例を研究し、ノウハウ化して“後”から出発して自らの事業に適用する手法です。この成果思考を「真似をするにもノウハウが必要」（六車流：マーケティング理論）と言います。

今回のテーマである「後の先商法と新興国への進出スタイル」は、上記の概念に基づく応用手法です。

先進国の企業が後進国（新興国や発展途上国や未発展国）へ進出する場合、先進国で解決できない課題を後進国で解決する進出パターンがあります。例えば、先進国で人件費が高くなったから人件費の安い後進国への進出であり、やがて、さらに人件費の安い後進国へ移って行き最後は消えてしまうことを「課題先送り型海外進出」と言います。ここでの「後の先商法による新興国への進出スタイル」の意味は、我々流通業界が、アメリカで学び、日本で実践した中で、成功したものや失敗したものが玉石混淆として流通事例で残っているノウハウを課題を解決した上で新興国で再度成功させるために適用することです。

我々は「知らなかったからできなかったこと!!」「知っていたけれど色々な企業固有の事情があってできなかったこと!!」「知っていたがノウハウ不足で失敗したこと!!」…等の今から思えば「悔み言」があります。

この悔やみ言を解決するためには日本の流通歴（流通上の成功・失敗の歴史）の玉石混淆の事例の中から「玉の事例を抽出」し、（石を捨てて）新興国や発展途上国で成功させることです。すなわち、「アメリカで学び、日本で実践した事例の“玉”の事例」を正確にかつ感性高くノウハウ化して、それを基に「後＝成功・失敗を見極め」から「高いノウハウで“先”＝計算されつくされたリスクで先手を打って事業展開」する商法です。

我々は今、新興国で起ころうとしている流通現象がアメリカ・日本の経済プロセス（経済歴）及び流通プロセス（流通歴）の中から正確に見極めることができ、その見極めた経済現象及び流通現象のリスクを計算することができ、限りなく少ない確率の失敗で新興国へ進出することができます。

我々は「アメリカの流通は単に学ぶ（研究する）だけ」でした。「日本の流通はアメリカの流通歴を模倣しながら実践」しました。その中で、「特定の流通企業が大成功した企業」「最初大成功したが、今は長期低落化の企業（あの時、ああすれば良かった!!）」「たいした成功も失敗もなかった普通の企業」「結局失敗してしまった企業」があります。我々はアメリカや日本の成功のノウハウを適用する「後の先商法」を取り入れて新興国へ進出すれば、過去においてできなかった「悔み言」や「チャンス逃し」が白紙の状態のマーケットや白紙の状態の流通業界の中で、もう一回の「神が与えたチャンス」とすることができます。人生二毛作理論と同じ現象です。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車 秀之