

ウチは小さいから無理…と諦めている中小企業経営者の方へ

中 小 企 業 が 大 手

に 勝 つ 方 法 5 選



## はじめに | 多くの経営者が抱える誤解

### 競争に勝つために必要なこと

こんなお悩み抱えていませんか？

「品質では絶対に負けていないのに、なぜ競争に勝てないの？」

「どうすれば競争に負けずに選ばれるようになる？」

このように感じているなら、それはあなただけではありません。実は、売上に悩む多くの経営者が全く同じことを考えています。

品質では絶対に負けていないはずなのに  
競争に勝てないのはなぜ？



なぜ競争に勝てないのか？ それはお客さまに選んでもらうために必要な「戦略」がないからです。

競争に勝つためには、商品力以外に【戦略】が必須

### 中小企業が勝つための戦略とは

多くの経営者が勘違いしていますが、実は中小企業の方が大企業よりも有利なことはたくさんあります。本資料では、伝え方のポイントを5つ紹介します。

#### 中小企業が勝つための戦略

- ① リッチ・イン・ニッチ
- ② 小さなオンリーワン商品
- ③ ステルス戦略
- ④ 速攻（スピード）
- ⑤ 社長が前面に出る

競争に負けず、選ばれる存在になるための具体的な方法について解説します！



# 競合に勝つ方法5選

## ① リッチ・イン・ニッチ

リッチ・イン・ニッチとは、富 (Rich) は小さな市場 (Niche) に宿るという意味。つまり「大企業が手を出さない領域を狙おう」という戦略です。

大企業が予算がかけられない  
ニッチな部分を探してみようかな



市場には、大企業が組織として取り組むには「儲からない」「予算がかけられない」と判断するニッチな部分が必ず存在します。

あれもこれもと手を広げず、収益を上げやすいニッチなマーケット (小さな市場のオンリーワン)に焦点を絞ってみましょう。

### 事例

- ・元キャビンアテンダントのマナー研修講師
- ・不妊治療専門の整体 など

## ② 小さなオンリーワン商品

小さなオンリーワン商品とは、大企業が攻めづらく・他にはない商品を開発する戦略です。そうすることで「ここでしか扱ってないから」とお客さまから探してくれるようになります。



新人向けマナー研修  
を展開しています！

ここにしかない！  
またお願いしたい！



大企業が取り組むには利益が少なすぎたり、広告宣伝費を  
かけられない、専門性の高い領域を目指しましょう

小さなオンリーワン商品ができれば口コミで売れていく

## 競合に勝つ方法5選

### ③ ステルス戦略

ステルス戦略とは、ステルス戦闘機のように敵（競合）のレーダーに引っかからないようにする戦略のこと。何が主力商品で儲かっているのかが他社にバレないようにする手法です。



〇〇社の主力商品はこれだったのか！



例えば、上場したり帝国データバンクなどに情報を掲載したりすると何で儲かっているのかが他社にバレてしまいます

#### 戦略のポイント

- ・ 広告宣伝している事業では儲けようとしな
- ・ 接点を持ったお客さまに対して別のバックエンド商品を販売することで収益を上げる

### ④ 速攻（スピード）

中小企業が競合に勝つためには「スピード」が何よりも重要。大企業は、社内検討、戦略策定、競合分析など…非常に多くの時間がかかるもの。スピード感で勝負していきましょう。



これはいけそうだね！  
よし！競合は始めないうちに早速来週からスタートしよう！

中小企業は「これはいける！」と思ったら「来週から始める」というようなスピード感で行動することが大切。社長がすぐに意思決定できる中小企業だからこそ成せるワザです。



出したサービスをすぐ改善し、来月には他にはない魅力的なものにする…というスピードを意識する

## 競合に勝つ方法5選

### ⑤ 社長が前面に出る

社長が前面に出るとは、社長のパワーやキャラクター、魅力を前面に出して会社を引っ張っていく方法です。社長が広告塔になることで広告宣伝費が安く済むなどのメリットもあります。



社長のキャラや魅力そのものが売上に直接つながる形で勝負を仕掛けましょう

SNSやYouTubeなど、業種・業態に合う戦略を探してトップがキャラクターを前面に出すのがおすすめです



社長の魅力という無形資産を最大限に活用することで広告宣伝費を抑えつつ売上アップに繋げる

### 事例：トヨタ

自動車産業のトップであるトヨタでさえ、社長が前に出て勝負を仕掛けています。大企業がトップを前面に出して勝負しているのですから、中小企業がこの戦略を実行しない手はありません。



社長自らがYouTubeに出演して自分の言葉でクルマへの情熱を語ったり、実際に車に乗って走ったりした

今の時代「きれいな広告」よりも「体温が伝わる言葉」の方がお客さまの心を動かします。「組織」ではなく「〇〇さんが作ったサービス」の方がお客さまとの信頼が築きやすくなります。



中小企業の方がお客さまとの距離が近く、ファンになってくれやすいためどんどん前面に出ること

## よくある質問

### Q. 競合だらけで、ニッチな隙間がありません

A. 商品そのものだけでなく「ターゲット」や「提供方法」を絞ることもニッチ戦略です。



例えば「新人研修」→「元CAが教える新人研修」のように掛け合わせて隙間を見つけます。

### Q. 忙しくて発信活動に割く時間がありません

A. 社長が出演すれば、タレント起用も広告代理店との複雑な打ち合わせも不要で、最もコストと時間をかけずに済みます。社長の稼働こそが、最もコスパの良い広告宣伝費の削減策です。



社長の稼働が最もコストパフォーマンスが良い。

### Q. 資金も人財もないけど、大企業に勝てますか？

A. スピードで勝負します。大企業が会議や稟議に時間をかけている間に、社長の即断即決で実行・改善を繰り返してください。



リソースの差は、行動の速さで覆せます。

### Q. 高単価にすると客離れが起きそうで怖いです

A. ニッチで深い悩み（痛み）を解決できるならお客さまは高くてもあなたを選びます。Rich in Nicheの考え方で、安売りから脱却し、高単価でも感謝されるビジネスモデルへ転換しましょう。



ニッチな領域でビジネスを展開できれば深い痛みを解決できるようになり、客離れは起きにくい

# 商品の価値を届けるには、マーケティングの知識が必須

## マーケティングの本質とは

マーケティングの本質とは「お客さまが自然に買いたくなる仕組みを作ること」です。多くの方が誤解していますが、マーケティングとは決して「売り込むこと」ではありません。

マーケティング=広告を出すこと  
マーケティング=SNSで発信すること  
マーケティング=ハデな宣伝活動



これらはマーケティングの一部に過ぎません。  
お客さまが買いたくなる仕組みを作ることが大切です。

今回ご紹介した「競合に勝つための5つの方法」は、自社が優位に立ち、お客さまに選ばれるための「仕組み作り」の一環です。この仕組み作りのことを「マーケティング」と言います。

## なぜ今、マーケティングが必要なのか

今マーケティングが必要である理由は「商品力だけでは差がつかない時代になったから」です。また、「何をかうか」から「なぜかうか」へお客さまの判断基準も変化しています。

### 売上アップにマーケティングが必要な理由

- どの企業も一定以上の品質を実現できるようになったため
- お客さまは日々多くの情報や広告に触れているため
- お客さまの判断基準が「何をかうか」から「誰からかうか」「なぜかうか」へシフトしているため

商品の価値をきちんと届けるために  
マーケティングの知識は今や必須です！



# 成功している経営者が必ず知っている「〇〇」

## 継続的に売上をアップさせる方法

今回ご紹介した競合に勝つ方法を使って、あなたの商品を本当に買いたいと思っている人を見つけることができれば、売上は飛躍的にアップします。

しかし、「そんな簡単に見つけれたら苦労しない」と感じる方もいらっしゃるでしょう。

そんな簡単に「ほしい!」と言ってくれる  
お客さまは見つからないよ…



実は、マーケティングの「原理原則」を理解することで、誰でも簡単に理想のお客さまを見つけることができます。

短期的な売上アップのテクニックではなく、どんな業界でも使えて、継続的に売上アップできる方法です。

## マーケティングの原理原則を手に入れるには…

では、その「原理原則」はどうすれば手に入るのか？

3C分析で大成功したGOSSO株式会社の藤田代表も受講したマーケティングの原理原則を学べる講座があります。

マーケティングの原理原則を学べば  
継続的に売上アップが可能です！



7万人以上の経営者が受講し、実際に成果を上げている講座に、特別にあなたをご招待します。

有名経営者たちがこっそり実践している売上アップの秘訣を、こちらで手に入れてください。

有名経営者たちがこっそり実践している  
売上アップの秘訣は…



# セミナーに参加して集客に成功した経営者の声



高額報酬でも**年間1,000件以上**のお問い合わせに！

YouTube登録者が伸びたきっかけを作ってくれたのは、この絆徳の経営スクールで学んだマーケティングでした。「いい会社を世の中に増やしていきたい！」そんな想いのある方は一緒に学んでいきましょう。

登録者数120万人突破！YouTubeチャンネル『脱・税理士スガワラくん』でおなじみ

**SMGグループ CEO 菅原由一さま**



コロナ禍でも**3年間で80店舗開店**に成功し、売上も**V字回復**することができました！

GOSSO株式会社 代表取締役  
**藤田建さま**



理論的な話だけでなく**実践的なノウハウ**が多数紹介されている講座。**自社の幹部**に広げたいです。

元LINE株式会社 代表取締役社長  
C Channel 代表取締役社長  
**森川亮さま**

# 新規集客・売上アップ・事業拡大に悩む経営者へ

MBAよりも実践的！すぐ使える！と大好評

今、**売上**を伸ばす**経営者**の秘訣  
成果に直結する

## 「三方よし」 マーケティング 特別セミナー

Click!



オンライン開催

無料で参加する

参加経営者



後発組から  
業界最大手に成長！  
SBCメディカルグループ  
代表 相川 佳之氏



社員3名から  
売上250億を突破！  
武蔵コーポレーション  
代表 大谷 義武氏



コロナ禍でも  
80店開店！  
GOSSO株式会社  
代表 藤田 建氏



YouTube登録者数  
120万人越え！  
SMGグループ  
CEO 菅原 由一氏