

小さな店によくある失敗のパターン

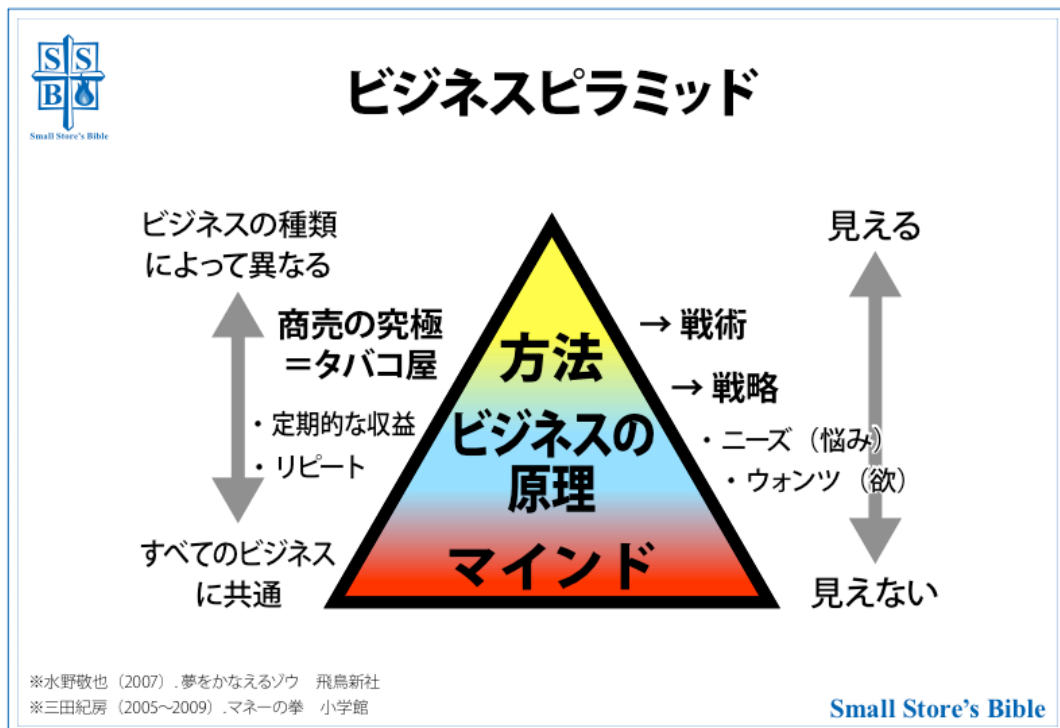
～ビジネスピラミッド～

こんにちは！伊藤です。

今回は「**小さな店によくある失敗のパターン**」
ということについて解説します。

まず、**すべてのビジネスに共通する最もシンプルなビジネスの概念**を説明しま
す。つまり今回説明する内容はタイトルは「小さな店」ということを言っ
ていますが実はすべてのビジネスについて最も重要な内容であり、どのよう
なビジネスをするにしても必要なものになります。

まず資料の図をご覧ください。



ビジネスをピラミッド型にして表したモノです。
私は勝手に「ビジネスピラミッド」という名前にしました。

私のオリジナルですのでインターネットで「ビジネスピラミッド」と検索しても、組織図みたいなものしか出てきません。

細かいテクニックを解説した本はたくさんあるんです。
ですが、本質的なもっとシンプルな法則について分かり易く説明したモノって見あたらなかったんですね。

そこで私がビジネスの根本についてまとめましたので
あなたのビジネスに役立てて下さい。

まず下から「マインド」
真ん中が「ビジネスの原理」
上が「方法」
となっています。

これはこういった図かという**とビジネスは下から積み上げていかないと長くは続かない。**ということを説明しています。

例えば「レバ刺し」が話題になりましたね。
あるチェーン店が、まあそこそこ上手くいっていたようでしたが
「レバ刺し」の一件が原因で、店舗は売られて会社自体も「解散」ということになりました。

これはどういうことかという**と**
「ビジネスの原理」や「方法」というのはうまくいっていたけれども「マインド」が出来ていなかったために一瞬にしてすべてが崩れてしまったというビジネスの例です。

「マインド」がしっかりしていないと
お客さんの信用を失ったが最後、あとは転げ落ちるしかありません。

では「マインド」とは何か？というところ
「お客さんに喜んでもらいたい！」という気持ちです。
あるいは「社会の役に立ちたい！」という気持ちです。

次に真ん中の「ビジネスの原理」ですね。

**これはビジネスというのは突き詰めれば
人の「悩み」をどれだけ解消できるか？
人の「欲」をどれだけ満たす事が出来るか？
ということ。
つまりニーズとウォンツですね。**

次に「方法」。
これはその「悩み」を解消する方法であり
「欲」を満たす方法ということです。
また、仕組みを作るための方法ということになります。

この「マインド」と「ビジネスの原理」のよりマインドに近い部分に関しては
ベストセラーになった「夢をかなえるゾウ」一冊でほぼ網羅されています。
オススメの本です。ぜひ読んでみて下さい。

話をもどします。
このピラミッドで下の方がすべてのビジネスに共通していて
上に行くにしたがって、ビジネスによって変わっていきます。

そして方法というのは見えるけれども
「ビジネスの原理」というのは見えないということ。

**方法だけ、つまりテクニックだけマネしても
そこにあるビジネスの原理が分かっているなければ
うまくはいかない…ということになります。**

言い方を変えれば

「方法」とは「戦術」であり

「ビジネスの原理」とは「戦略」であるといえます。

**で、より上手くいきやすい「ビジネス」というのは
すでに解明されているんですね。**

「ビジネスの原理」でも方法に近い部分です。

ドラマにもなった「ドラゴン桜」

このマンガ家さんが、その後ビジネスのマンガを書いているんです。

「マネーの拳」というマンガです。

簡単に説明すると

元ボクサーのチャンピオンである主人公の「ケン」が
ビジネス「Tシャツの製造販売」を始めて
会社を大きくしていく…という内容です。

そこでケンのメンター（指導者）が言った言葉ですが

「商売の究極は街のタバコ屋」である。

あなたはこの意味、分かりますか？

「商売の究極は街のタバコ屋」である。

私も今は分かりますが、当時は分かりませんでした。

もちろん今はもう街にタバコ屋自体あまりありませんから

たくさんあった当時のタバコ屋について…ということではありますが。

これが、うまくいくビジネスの原理なんです。

それは何か？というと

タバコ屋さんには毎日決まった人がほぼ必ずタバコを買っていく訳です。

毎日決まった人がほぼ必ず買って行く…

つまり**リピートされるビジネス**、ということ。

言い方を変えると、

定期的にお金が入ってくるビジネスだということ。

これが「究極」のビジネスだと言っているんです。

裏を返せばどうやってリピートさせるか？

どうやって定期的に収入が入るような仕組みを作るか？

ビジネスが上手くいくかいかないか？

運営が苦勞するかそれともお金の心配をしなくてすむか？

すべてはこのリピートさせる仕組み

定期的にキャッシュが入る仕組みをいかに作るか？

そこにかかっている！ということです。

そこで本題

「小さなお店によくある失敗のパターン」

ということですが

だいたいこういったお店のオーナーというのは

マインドはあるんです。

お客さんに喜んでもらいたい！
お客さんの笑顔が励みだ！

ですがほとんどのところが「ビジネスの原理」が分かっていない。
つまり**リピートさせる仕組みを作ることが
いかに大切か？**ということが分かっていない。

そして方法もやっていないところが多い。

仮にやっていたとしても
その目的、リピートさせる仕組みを作る
ということが分かっていないので
ずれてしまっている。

ということなんですね。

**このビジネスピラミッド
すべてについて出来ていないと
長くお店を続けていくことは難しいです。**

上の方だけ出来ている場合は短期では上手くいくかもしれないけれども
長期的には上手くいかない。

方法（テクニック、戦術）だけではほんの一瞬しかうまくいかない
広告の手法、テクニックを知っていても
広告を出した時は良くても長続きしないってことですね。

方法とビジネスの原理（戦略）ができていても
焼き肉チェーンのように一瞬で崩壊してしまう。

方法とビジネスの原理、マインド

この3つがしっかりできてはじめて長く続く店になる…といえます。

逆にマインドだけだと

うまくいくまでに時間がかかりすぎて

資金がなくなってしまう…というのがパターンです。

もう一度まとめますと

「小さなお店によくある失敗のパターン」というのは

マインドはあるけれども

ビジネスの原理や方法の部分で上手くいっていないために

お店が流れに乗るまでに時間がかかりすぎて

それまでに資金難になって潰れる…

そういったパターンが多い。

そして小さなお店にかぎらず

ビジネスというのは

「マインド」

「ビジネスの原理」

「方法」

この3つが揃って

長く続くのだということ。

今回は最もシンプルなビジネスの概念、ビジネスピラミッド

それから「小さなお店によくある失敗のパターン」

について解説しました。

ありがとうございました。

参考図書

※水野敬也（2007）.夢をかなえるゾウ 飛鳥新社

※三田紀房（2005～2009）.マネーの拳 小学館

<著作権について>

『小さなお店の集客バイブル！』（以下本教材）は著作権法で保護されている著作物です。本教材の使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

本書の著作権はすべて伊藤義明に属します。

著作権者の事前許可を得ずに、本教材の一部または全部を、あらゆるデータ蓄積手段（印刷物、ビデオ、テープレコーダー及び電子メディア、インターネット等）により複製および転載することを禁じます。特にインターネット上に内容を公開した場合、法的な手段がとられますのでくれぐれもご注意ください。

<免責事項>

本教材の情報の実践については、自己責任で行うものとします。本教材の情報を使って、何らかの不利益、損害が生じたとしても、伊藤義明は一切責任を負いません。