



Success! Weekly Letter

強烈に差がつく時代に、最初に着手すべきこと



今回は、成長企業と後追い企業の差を分ける要因として、「市場を創れているかどうか」「テクノロジーをどれだけ活用できているか」という2つの分岐点について整理しました。では、経営者はこの変化の激しい時代において、何から手をつけるべきなのでしょう？

多くの企業が陥りがちなのは、「何か新しいことをやらなければならない」と考え、流行りの業態や商品、施策やツールを安易に取り入れてしまうことです。しかし、それは順番が逆です。変化の時代にまず必要なのは、新しい施策ではなく、自社の立ち位置を正しく把握することです。

具体的には、「**自社は市場を創っている側なのか、それとも既存市場の中で競争している側なのか**」という問いを経営者自身が自問自答することです。多くの場合、表向きは差別化に取り組んでいても、実態は競合と同じ土俵で、同じような価値を提供し、同じような価格競争に巻き込まれています。この状態にある限り、どれだけ努力しても“後追い”から抜け出すことはできません。

次に向き合うべきは、**テクノロジーとの関係性**です。重要なのは、「最新ツールを導入しているか」ではありません。テクノロジーを使って、次の3点に明確な変化が生まれているかどうかです。

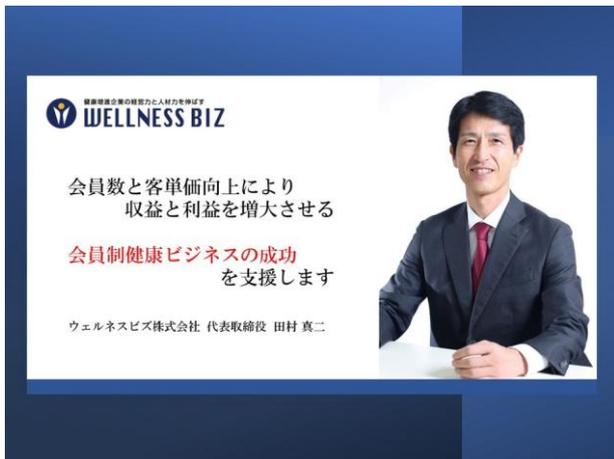
- 意思決定の質が上がっているか
- 顧客体験が向上しているか
- 現場の生産性が高まっているか

例えば、顧客データは取っているが意思決定に使われていない、最新のシステムやアプリは入れたが顧客もスタッフも使いこなせていない、といったケースは珍しくありません。その状態は「活用」ではなく、単なる「保有」にすぎません。活用できていないテクノロジーは、競争力を高めるどころか、コスト増と複雑さを増やすだけです。

では、どうすればいいのか。答えはシンプルです。「**自社は何者で、どこで勝つのか**」を、**経営者自身が明確に定義すること**。これなくして、市場を創ることも、テクノロジーを活かすこともできません。

変化の時代に必要なのは、**正解を探すこと**ではなく、**自ら選び、決め、実行すること**です。主体者として舵を握るのか、それとも誰かが創った流れに乗り続けるのか。その選択が、数年後の姿を決定づけます。次号では、「市場を創る」とは具体的にどういうことなのか。現在、『[フィットネスビジネス](#)』誌に連載中でもあります。フィットネス経営に置き換えながら、もう一段踏み込んで考えていきます。

本日も最後までお読み頂きありがとうございます。それでは次号をお楽しみに！



会員制健康ビジネスコンサルタント。ウェルネスビズ株式会社代表取締役。東京都出身。イオンで22年間、フィットネスと小売事業の現場および本社で様々な職種に従事した後、2007年に同社を退社。同年、会員制健康ビジネス領域で事業展開する中小・ベンチャー企業の経営不安を丸ごとサポートするコンサルティング会社を設立。会員数拡大、客単価向上、継続月数増を掛け合わせた「儲かる事業構築の仕組み」導入により、全国各地に高収益企業を多数生み出している。現在は、コンサルティング、講演、セミナー、執筆活動等を行っている。

お問い合わせ先

ウェルネスビズ株式会社

お問い合わせ先: <https://www.wellness-biz.jp/contact>

会社URL : <https://www.wellness-biz.jp>

TEL: 03-4530-6263

FAX: 03-3562-7822

〒104-0061

東京都中央区銀座1-3-3

G1ビル7階 1180号

免責事項

このニュースレターで提供された情報およびアドバイスによって起きた問題に関しては一切、当方やライターに責任や義務は発生しません。ここでの情報や助言を参考にした判断は、当然ですが、すべて読者の責任において行ってください。