

CGSの事例1：ロート製薬

--CGSの典型的事例--

ロート製薬の漢方薬ビジネスへの参入行動

この業界はクラシエ薬品とツムラが80%以上

ロート製薬が参入し、『和漢箋』シリーズ7種

大ヒットした。一年間30億売上



物理的世界へのアプローチ

———ロート製薬のCGS———

■物理的世界へのアプローチ

従来、漢方薬品は高い、高価であった。



ロートは、既存の製薬技術を応用して生産コストを大幅に下げ、漢方製品の価格を下げた。
(M. ポーターのコスト・リーダーシップ戦略)

心理的世界へのアプローチ

———ロート製薬のCGS———

▲心理的世界への戦略アプローチ



広告宣伝を通して、メタボ問題を強調し、顧客にマイナスの心境を作り出した。

さらに、オマケとして巻尺などを付けた。



知性的世界へのアプローチ

———ロート製薬のCGS———

▲知性的世界へのアプローチ



- 顧客との交渉・探索・取引コストを節約するため、パッケージの正面に効能を表記した。
- 取引コスト節約のために、自社店舗では目立つ場所に置いた。



まとめ

- 1) 戦略とは、生き残りの方法、生存するための知恵。
- 2) われわれは、どのような世界に置かれているか考える必要があるだろう
- 3) われわれは、「物理的世界」、「**心理的世界**」だけでなく、新しい世界「**知性的世界**」の中にも置かれている
- 4) このような多元的世界生き抜くには、常にこれら3つの世界に対応する立体的アプローチ戦略が必要！！それは軍事でもビジネスでも同じ！
- 5) 一面的な戦略では戦略の不条理に陥る！

参考文献

菊澤研宗著『戦略学—立体的戦略—』

ダイヤモンド社 2008年

