

六車理論の中に「バージョンテクニック」という言葉があります。すなわち、現在、経済や流通の変革の中で成長し好業績を上げている企業のコンセプトを異業種のコンセプトに当てはめると、どのようなビジネスモデルの業種になるのかということです。

例えば焼き肉屋で言うと、ユニクロが焼き肉屋を営業すればどのような店になるのか!! 無印良品が焼き肉屋を営業すればどのような店になるのか!! グローブ（ワールド）が焼き肉屋を営業すればどのような店になるのか!! コムサ（ファイブフォックス）が焼き肉屋を営業すればどのような店になるのか!! コーチが焼き肉屋を営業すればどのような店になるのか!! ルイヴィトンが焼き肉屋を営業すればどのような店になるのか!! H&Mが焼き肉屋を営業すればどのような店になるのか!! フォーエバー21 が焼き肉屋を営業すればどのような店になるのか!! アバクロンビー&フィッチが焼き肉屋を営業すればどのような店になるのか!!…等の今、人気を得て業績の良い企業のコンセプト&戦略を取り入れることにより、自らの業種の企業を繁栄に導く手法のことです。

今、人気を得ている企業は、顧客やマーケットのニーズに適合しているという前提で、異業種の成功及び成長ベクトルを参考にするバージョンテクニックは効果があります。同じように、異業種の企業ではなく、ビジネスを成功させている特定の経営者、それも独自の「0」から「1」を創出する経営者が、この業界のこの業態を任せられれば、どのような成功及び成長ベクトルのある業態に仕上げるだろうか!!というバーチャルな考え方があります。このように他の業界・業態で成功及び成長ベクトルのビジネスモデルのノウハウを持っている事業家のことを「**ビジネスモデル・クリエイター**」と言います。

井の中の蛙型発想が多い業界内の人々にはない発想を、ビジネスモデル・クリエイターは持っています。同じ物事でも、人によって全く違う見え方があるものです。「人によって」とは、発想力の違いや能力の違いや立場の違いのことであり、これらが異なると見え方が違ってきます。成功と成長ベクトルのノウハウを持つビジネス・クリエイターは、井の中の蛙の事業家（業界内の常識のノウハウを基軸とする事業家）とは見え方や見方が変わる新しいノウハウを提供することができます。

ビジネスモデル・クリエイターは、次のようなノウハウを持っています（六車流：流通理論）。

- ①オーナー感覚あるいは擬似オーナー感覚（オーナーではないが、オーナーと同じリスクを持つ事業家的社員）で、常に「事業リスク」を持って事業を行っている企業家
 - ②器が大きく、常に天下国家の立場から自らの企業を考え、自らの企業の発展が国及び国民あるいは消費者を「豊にする」という“志の高い”企業家
 - ③自らの業界で井の中の蛙にならず、異業種や他の産業の成功のメカニズムを常に学び、マクロの視点で事業を構築する「0」を「1」にするあるいは「1」を「100」にする企業家
 - ④同時に、自らの業界や業種が好きで好きでたまらず、自らの得意分野と課題分野を客観的に知りつくし、常に積み上げの助言を提案できる企業家
 - ⑤常に偉大なる目標を目指し、リーダーシップを持って企業及び社員を引っ張っていく企業家
- …等。

特に、衰退業界や業態は、ビジネスモデル・クリエイターの戦略手法を導入しないと、過去の延長線上（だから衰退している）の概念では永遠に長期低落化します。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺₄
代 表 六 車 秀 之