

Management Viewpoint

経営者・幹部必見 『 事業シフトによる成長戦略設計 』

千葉県にあるA社は、十数年前に米国からの輸入建築資材を主力商品として取り扱う建材卸売業として創業された会社である。創業から数年後、ビジネスを通じて花の生産農家と知り合い、日本において欧州産種苗のニーズがあることを知る。T社長は、持ち前の行動力と語学力を活かし、欧米各国の育種企業とパイプを作り、全く異業界である種苗の輸入卸売に参入し、需要が減少する建築資材から着実に種苗ビジネスへと事業をシフトさせてきた。

優良な種苗と欧米各国の活きた情報提供、および誠実なカスタマーサービスによって顧客からの評価が高まり、既存顧客のみならず、評判を聞いた新規顧客からの引き合いも多い。顧客数の増加に、カスタマーサービス担当者は嬉しい悲鳴をあげている毎日である。市場が縮小している中での上向は、A社長のビジネスセンスと若い社員達の顧客を思うパワーの成果である。

しかしA社長の凄いところはこれに満足することなく、更なる事業シフトへ挑戦していることである。業績が好調とはいえ、内需縮小に歯止めはかからず、更なる成長を実現させるためには、新規事業開発は欠かせない。しかし、思いつきや他社の物まねで成功するほど甘くはない。

A社長は、種苗ビジネスを通じて欧州で築き上げた信頼を軸に、ある有名ブランドの陶器鉢を取り扱うことに成功する。A社長のビジネスセンスを信頼して、大型店は大口の発注をしている。A社は内需縮小の中、この新規事業の確かな手応えを基に明快な成長戦略を描いている。

T社の事業シフトが常に成功しているポイントは何か。もちろん多くのポイントがあるのだが、敢えて一言で言えば、「常に顧客を見ている」ということであろう。種苗にしても陶器鉢にしても、現場のお客様の声を聞いて取り扱いを始めている。この顧客を中心軸として常にぶれないことが重要である。

ほとんどの市場が縮小している中、既存事業だけでは売上の減少は明白なため、多くの企業が新規事業開発に取り組み、事業シフトを計画していることと思われるが、売上・利益計画の目標設定の前に、「真の顧客はだれか」ということを再度確認していただきたい。

以上

- ◆上記コンテンツは、タナベ経営 メールマガジン「マネジメントレター（無料）」バックナンバーより掲載しております。詳しくはこちら http://www.tanabekeiei.co.jp/member/mail_magazine/index.html
 - ◆本レターの内容につきましても万全を期しておりますが、ご利用によって被るることのある損害に対しましては責任を負いかねますのでご了承ください。掲載された記事の著作権は、すべてタナベ経営および原作者にあります。
- 発行・編集 株式会社タナベ経営

2015年の経営戦略のヒントを大公開！！

経営戦略テキスト

2014年度の経済環境を踏まえ、**来期の経営戦略**を総勢**100名強**のコンサルタントの中から選抜された**18名**のコンサルタントが約**半年間**の執筆期間を経て製作したテキストとに**すべて記載**しております！毎年**2000**名の経営者がこのテキストを参考に経営戦略を策定しています！

このような方は
必読です

- 顧問先の来期の経営計画を作成したい
- 経済の今後の動向を知りたい
- 来期の経営環境を知りたい
- 経営コンサルティングの事例を聞きたい



◆経営戦略テキスト: 定価 本体 10,000円+税(送料別) B5判 306ページ

お申込欄 FAX:06-7177-4026

お問合せ

(株)タナベ経営 ネットワーク本部
TEL :06-7177-4006
FAX :06-7177-4026

FAXにてお申込下さい

「個人情報のお取り扱いについて」

タナベ経営では、個人情報の保護につとめております。詳細は弊社のプライバシーポリシー(<http://www.tanabekeiei.co.jp/policy/>)をご覧ください。なお、ご記入頂いたお客様の個人情報は、当該会員・セミナー・商品のお申込に関する確認・連絡および経営情報・催物などのご案内をお送りさせていただく際に利用させていただきます。