




第9ステップ

新規事業対策



会社を正常な経営状態に変革させるための「短期的な経営改善プログラム」は、前ステップでひとまず修了です。

これまでのプログラムによって経営改善への道が開けた会社は、第8ステップまでの取り組みを続けながら、第9ステップへと進んでください。本ステップは、3年以内を目標とした「中期的な経営改善プログラム」です。

第8ステップまでは正常企業に変わることを目的としていますが、第9ステップは優良企業に変わることを目的としています。

9-1 新規事業の必要性

どんな事業であっても、成長した後にはいずれ衰退し、いつか必ず終焉を迎えます。これは、歴史が証明している自然の摂理です。

みなさんが今直面している経営上の問題は、そんな大げさなものに感じられないかもしれませんが、しかし、どのように優れた事業であっても、いつまでも同じやり方で売上を維持することはできません。時代が変化し、社会が変化し、人が変化し、産業が変化し、志向が変化する中で順調に売上を確保していくためには、その変化に対応していかななくては生き残れないのです。

もっとも、現時点においては、変化に対応するための財務的余裕がないかもしれません。「とりあえず、今月の売上、来月の売上に心血を注ぎ、自転車操業でもいいので何とかやりくりしていきたい」という心境の方もいることと思われます。

しかし、売上を上げることは簡単ではありません。「こうすれば必ず儲かる」というような特効薬もなければ、「来月から売上倍増」というような即効性もありません。だからこそ、長い目で対策を立てるべきなのです。

そして最終的には、現在の事業を変革し、新しい付加価値のある事業を生み出すことを目標にしてください。「ヤゴ」のまま大きくなって未来はありません。ぜひ「トンボ」になって羽ばたきましょう。

もちろん、近々の売上対策が不要なわけではありません。毎月の売上予算はきちんとチェック・対策を行ってください。打てる対策もすべて打つべきです。ただ大切なのは、今までと同じ考え方で対策を打っても大きな効果は得られない、ということです。今までと同じ考え方で効果があるなら、すでに効果が出ているはずだからです。

みなさんが本プログラムに取り組んでいる理由は、おそらく「思うように売上が上がっていない」からのはずです。そうであるならば、今までと違う考え方に基いて対策を打たなければなりません。

次ページ以降の取り組みは、けっして即効性のあるプログラムではありませんが、将来を見据えれば必ず必要となります。ぜひワークに取り組んでみてください。

9-2 現状の売上状況を分析する

どんなことにも結果の前には原因があります。特にビジネスにおいてはそれが顕著です。「以前より売上が下がった」「思うように売上が伸びない」などの理由は、必ずどこかに原因があります。その原因は、社内にあるかもしれませんし、社外にあるかもしれません。また、別の視点で考えれば、社内・社外の両方に、自社の経営に好影響を与えていることもあれば、悪影響を与えていることもあります。

ワークシートでの作業手順

こうした点を明らかにして売上を改善させるため、記入例を参考にしながら、ワークシート<表11>「SWOT分析票」に自社の状況を記入してください。

9-3 自社の強みを掘り下げる

どの会社にも、その会社独特の強みがあります。それは、商品・サービスの品質かもしれませんが、品揃えかもしれません。また、営業力、価格、立地条件、人材などの場合もあります。会社によって強みは異なります。

みなさんの会社の特性は、すでにワークシート<表 11>に記載してもらいました。そのうち、自社の強みに関すること（<表 11>の「強み」と「機会」にあたる部分）について、もっと掘り下げてみましょう。自社の強みを分析し、その強みをもっと効果的に生かすことができれば、売上アップに近づくからです。

ワークシートでの作業手順

以下の補足説明を読んだ上で、ワークシート<表 12>「コアコン分析票」の各設問について考えてみてください。

以降のページは、会員の方のみご覧いただけます。

ご覧になりたい方は、本講座にお申し込みください。

お申し込みは → 「経営改善プログラム講座」お申し込み