

企業へ収益性と持続性を組み込む手法の確立

キーワード [ビジネスモデル, マーケティング, イノベーション・事業戦略] **教授 志村 勉**

「ものづくり」から「価値づくり」へ

ものづくり

- ・製品づくり
- ・ソフトづくり
- ・サービス

➔

顧客に対する価値づくり

- ・顧客のパートナー

収益ある成長のキーワードは、製品以外、ビジネスの「周辺の取り込み」、「総合化」、「組み合わせる」など

↓ 需要の創造

図-1 変化が求められる事業のスタンス (製品だけでは高収益を維持できない)

図-2 見落とされてきた事業成長のためのビジネス機会

顧客主導を超えて・需要を創造

顕在化していない
顕在化している

未開拓な
ビジネスのチャンス

既存の顧客
新しい顧客

収益・成長・持続の必須事項

- 尖った顧客価値を創造し、顧客のハートを掴むマーケティング能力
- 自社の特性を重視し、マーケティングと一体化したユニークな事業戦略
- 次なる顧客価値を創造するためのイノベーションと進化の体制
- 巧みな収益システムを組み込んだビジネスモデルの構築

図-3 企業の収益性・成長・持続性に求められる事項

内容:

かつて優れた技術力を有し、創業から30年以上の会社の7~8割程度は、現在、たいへん厳しい経営を余儀なくされており、逆に1割程度の会社は高い収益を維持しながらも成長を続けております。しかし、一方では創業から間もない会社の一部は、高い収益性と急速な成長を続けております。

何故、このようなことが起こっているか？そんな疑問から研究はスタートしました。そして明らかになったことは、企業の収益性と持続性に必要なのは、「高収益で売れる仕掛けと競争力 = マーケティングと事業戦略」、「優れた収益システム・ビジネスモデル」、「イノベーション」の3つということです。

また、冒頭に書いたような歴史ある会社さんが苦戦している原因は、「市場が成熟期・衰退期を迎えた」、「代替技術・商品に置き換えられた」、「イノベーションを怠った」ことによりますが、最も多い要因で、かつ自分達が気づきづらいものとして、「現代的な戦略経営 (マーケティング・事業戦略) が機能していない」が挙げられます。

つまり、「現在の経営」は「過去の経営」とは、やり方も考え方も変える必要があり、必要なのは外部に合わせた社内の“変化”です。企業ごとに必要な変化の方法を確立しているところです。

分野: ものづくり技術経営学
専門: 収益システム, 事業改革, 人材育成

E-mail: sim@yz.yamagata-u.ac.jp

Tel(Tel&Fax) : 0238-26-3718

