

マネジメントのイロハ「事業コンセプトを明確にしていますか?その①」

vol. 1

中小企業診断士 鈴木 秀樹

はじめまして。今回からこのコーナーに執筆させていただきますこととなりました「鈴木 秀樹」と申します。

さて、第1回目の課題は、

「事業コンセプトを明確にしていますか?」

とさせていただきます。

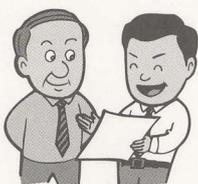
このコーナー名である「マネジメントのイロハ」のイとして、「企業経営の基本の第1歩」として取り上げました。即効性のあるノウハウとして身に付くように、具体的な事例を盛り込みながらご説明したいと思います。

中小企業におけるコンサルティングの現場では、「コンセプト」という言葉を持ち出すと、“抽象的なクリエイティブの作業でしょ。”

実際の経営現場では役に立たないよ!”というお言葉を頂くこともあります。

特に、下記のような経営者さんは、

・営業力抜群の現場第一線の経営者さん



<http://e-amonet/PRI/index.html>

・直感型の技術系の経営者さん



<http://www.sensaiichiba.com/tenichi/index.cgi>

・分析好きの数値先行の経営者さん



<http://www.atene-bs.com/>

(あなたのことかな?)は、コンセプトを明確に規定しないまま、創業以来の成り行きに任せた事業展開になっているケースが見られます。

そのため、

- ・ビジネスチャンスがある分野
- ・技術的に興味のある分野
- ・数値で完全に予測可能な分野

などに注力するあまり、大局的な環境分析が難しくなります。気がつく事業展開に一貫性がなくなり、貴重な経営資産(人財、物、資金、情報)が拡散し、苦境に陥ってしまう……。 (あなたの会社は大丈夫ですか?)

心当たりのある経営者さんは、次回からご説明する基本的アプローチ、

「コンセプトを3軸に分解→要素別に

練り上げ→事業コンセプトを策定」

を、自社に当てはめながら読み進んでみて下さい。実際の具体的な事例も盛り込みながら書いていきます。すぐに使える「マネジメントのイロハ」として……。今回はここまで……。

【著者紹介】

経営コンサルタントとしての専門領域は「飲食店市場」です。当然、「飲食店経営で儲けるために・・・」という課題で飲食店の経営者さんにご助言させていただくことが多いのですが、最近、増加傾向にある仕事は「飲食店向けの商材開発」のご助言です。メーカー様(NB品)、卸売業様(PB品)を問わず、いわゆる「業務向け商品の開発」において、①ニーズの探索、②商品企画立案、③試作品の評価改善、④商品規格の詰め、⑤営業支援ツールの製作、⑥販路開拓支援、⑦市場導入後の売上動向分析、等々をお手伝いさせていただいております。

このコラムでは、私が実際のコンサルティングの現場で経営者様にお話させていただく「中小企業の経営上の課題」を取り上げて、解決のヒントを書かせていただくと思っています。明日からの経営に即効性のある「イロハ」となるように創意工夫して頑張っ参ります。お付き合いいただきますようお願いいたします。

(著者：鈴木 秀樹)

コラムに記載の内容、およびそれ以外にも中小企業経営に関してお悩み・ご質問等がございましたら、お気軽にお問い合わせ下さい。ご相談は無料です。

お問い合わせ先：群馬県商工会連合会 経営支援部 経営支援課 TEL：027-231-9779