

マネジメントのイロハ 「あなたの会社の“強み”は何ですか？」

vol.5

中小企業診断士/飲食専門コンサルタント 鈴木 秀 樹

今回は、「企業の“強み”」について考えてみたいと思います。

先日、ある企業で「新規事業の参入戦略作り」のお手伝いをさせて頂いた時のことです。まずは基本ステップに法って、「SWOT分析をして、強みを機会にぶつけましょう」

と、ホワイトボードを前にして参加メンバーに自社の強みを出してもらったところ……。

- ・ 優位性の高い立地（高速近く、沿線沿い）
- ・ 技術系社員が在籍
- ・ 既存事業で県内企業の顧客を保有
- ・ 東京支店がある

等々

いかがですか？

そうですね。これは、物理的（ハード面）のみの視点から検討されていて、表面的なりストアップに過ぎません。もう一步踏み込んで、機能的・能力的（ソフト面）な視点から自社の強みを検討してもらいたいところです。

以下に、詳細にご説明しましょう。

① そもそも資源とは……。

「企業が事業に活用している、あるいは活用できる企業の資産が資源である」と言われます。「一般的には、人・モノ・金」、最近では「さらに情報、時間」とも言われますね。従業員、土地建物、生産設備、現預金……、有形資産はB/S上に明示されている通りです。これに、企業ののれん、ブランド、ノウハウなどの無形資産が加わってくると「企業の資源」というものが捉えにくくなってきます……。

② 見える資産と、見えざる資産

企業の資産は、

- ア) 事業を成立させるために物理的に不可欠な
見える資産 ≒ 有形固定資産

イ) 事業を円滑に進めるために必要な見えざる

資産 ≒ 無形資産

に分けられます。

③ 見えざる資産の本質とは……。

見えざる資産の本質は、「情報」です。

それは原則として資金では購入できず自社内に形成するにも時間が掛かります。また情報であるがゆえに“多重利用が可能”であり利用価値は無限大となります。具体的には、顧客の信用、ブランド知名度、技術力、生産ノウハウ、組織風土、従業員のモラルなどです。

次回以降、数回に渡ってこの「見えざる資産」と組織力についてご説明したいと思います。自社の強みを組織文化として根付かせる……、こんなイメージでお話を進めていきたいと思っています。

「マネジメントのイロハ」、今回はここまで……。

【9月のマーケティング教室】

① 使えるキーワード

お爺ちゃんお婆ちゃんありがとうフェア（敬老の日）、秋の味覚フェア、十五夜フェア、収穫祭、大漁市、サンマいっぱい秋祭り、一足早く松茸づくし

② 飲食店の集客キャンペーン

“台風到来！雨の日キャンペーン”は、いかがでしょうか？

- 1) 9月は台風シーズン。雨が降ると集客に苦勞するのは分かりきっていますよね。特に、台風が来ると……。
- 2) そこで、「台風が発生したら、ビール半額」「台風一過の金券バック」など、『台風＝自店』というイメージを作れるようなキャンペーンを張って、顧客の記憶に残すのです。
- 3) 当日の来店に結びつかなくても、顧客の記憶に残るキャンペーン企画となれば、成功です。

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