

2019年
第2回



令和元年度
『かぬましんきんビジネススクール』実施報告

若手経営者ならびに後継者等のみなさまを迎え「令和元年度 かぬましんきんビジネススクール」第2回目の勉強会が、令和元年7月18日（木）に開催されました。

開講挨拶

開講に先立ち、早山常務理事（業務統括部長）より受講参加に対する御礼とともに、今年度に国が公表した「まち・ひと・しごと創生基本方針2019」の説明がありました。

国や市が示す基本方針を認識しながら、「みんながイキイキした会社づくり」「変化する価値観にあわせた労働量から高生産性への転換」を実現する改革に取り組んでいただきたい、との挨拶がありました。



勉強会

第2回の勉強会では、(株)タナベ経営取締役の中東和男氏を講師に迎えて、「ビジネスモデルイノベーション（成果をあげるビジネスへの転換）」と題して講義がありました。

受講生の皆様は、数多くの企業・経営者診断に基づく蓄積データから導いた、成功する経営の原理原則・理論の講義内容を熱心に聴講されていました。

内容の要点は以下のとおりです。

1. 企業を取り巻く経営環境

経営環境の変化はスピードを増しており外部環境と内部環境への対応が不可欠である。

成功している企業は顧客の、不安・不便・不経済・不快、を解消する取り組みを行っている。

3～5年の事業計画を策定し、目標を明確にすべきである。



2. 「働き方改革」と「生産性向上」

外部環境では、海外経済の変動、国内政策の動向、インターネットを活用したサービスの多様化などが見られる。

事業者は生産年齢人口（15～64歳）の減少を踏まえ、労働力を確保していくことが喫緊の課題となっている。

この状況に対応していくためには、「働き方改革」と「生産性向上」が必要であり、人が集まる労働環境の整備が求められている。

3. 価値観の変化がもたらすビジネス需要

顧客の価値観の変化は、新たなビジネス需要を発生・拡大させる要因であり、各世代

の価値観もそれぞれ違うことを認識すべきである。

SNS の普及、AI・Iot 活用の拡大、女性活用の増加、「もの消費」から「こと消費」への消費傾向の変化を踏まえて、10年後の市場を予測して行動すべきである。

4. 1T（テクノロジー）と 4M（マーケット・マネジメント・マネー・マン）

経営方針と目標を明確にする事業戦略は、自社のテクノロジー（技術）を、マ

ケット（市場）、マネジメント（管理）、マネー（資本・財務）、マン（人材）に当てはめて策定することが重要である。

経営資源を見極め、事業のライフサイクルを把握して戦略を策定するべきである。

5. SWOT 分析の活用

顧客創造とは顧客の価値観を発見することであり、そのためには、自社の強みとする商品・サービスを、どのマーケット（顧客）に提供するかである。

①既存事業の価値を高める、②市場を再設定して開拓参入する、③新商品・サービスを開発する、④長期的視野に基づき新規事業を立ち上げる、などが考えられる。

SWOT 分析により、経営資源の優位点（S：強み）、成長の阻害要因（W：弱み）、業績を上げられる機会（O：機会）、業績に大きな影響を与える事象（T：脅威）を把握することが大切である。



7. 経営戦略と戦術について

自社の方針と目標を設定する「戦略」策定が失敗した場合、目標達成するための方法である「戦術」でカバーすることはできない。

戦略策定のアプローチは、①戦略的課題を SWOT 分析で把握する、②不採算事業をステル（撤退戦略）、③強みを発揮して勝てる市場を発見する（集中戦略）、④強

みをライバルにぶつけて攻略するために行動をアラタメル（競争戦略）、⑤顧客ニーズに応える新製品（事業）を開発してアタラシクする（差別化戦略）、がある。

8. まとめ

企業を取り巻く様々な環境変化に対し、自社の状況を常に把握し、経営資源である

「ヒト・モノ・カネ」を最適な状況で活用できるように、経営者が柔軟性を以てマネジメントしていくことが肝要である。



受講生同士の情報交換会

講義終了後に受講生同士の情報交換会を行いました。経営上の課題について、意見交換や情報共有を行いながら、異業種間のマッチングを図る良い機会となりました。

次回開催は、令和元年9月12日（木）16時からを予定しています。