

さらなる儲け・発展を目指した
新規事業・ビジネスモデル企画

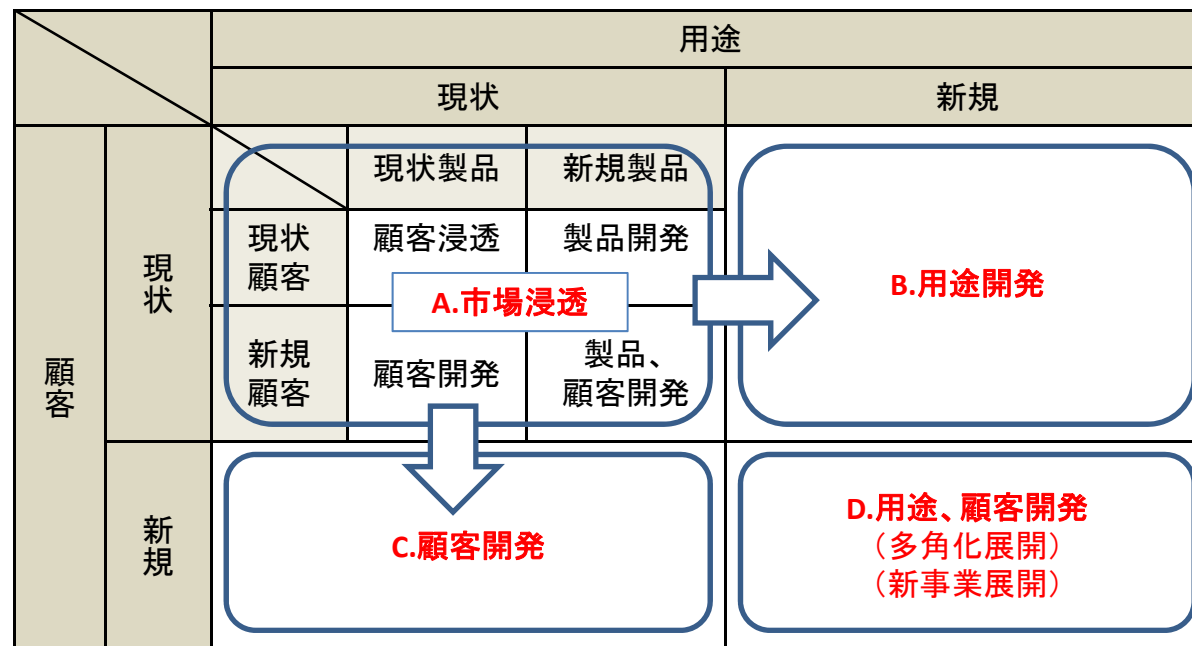
consulting **JBB** 日本ビジネスブレイク株式会社

1. はじめに

近年国内市場の規模の縮小、超円高による競争力の相対的低下、新興国からの追い上げといった様々な脅威にさらされている多くの製造業は、従来のビジネスからの延長線上での継続的成長が厳しくなってきた。この停滞状況を突破するために、新規事業企画を切り口にさらなる成長戦略としてのアプローチをご紹介しよう。

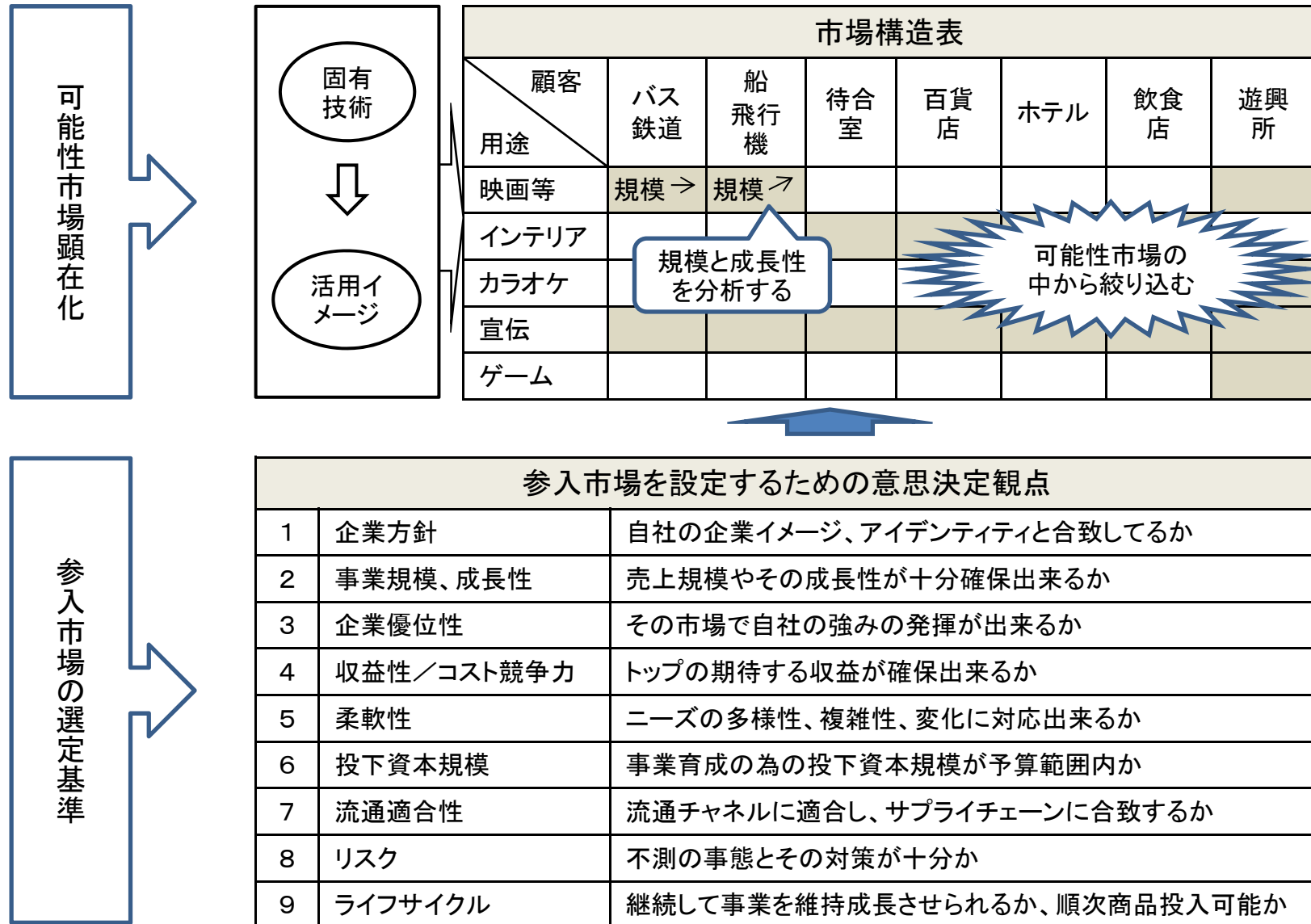
2. 事業成長戦略は多角化戦略がポイント

企業の成長戦略は、図に示すようにA.市場浸透、B.用途開発、C.顧客開発、D.多角化展開に分けられる。新規事業は、多角化展開の視点で、固有技術をもとにそれを活用した用途と、その用途を提供・活用する顧客との組合せ(これを市場という)を新たに確立するという活動である。企業のDNAを引き継いだ次の世代を生み、育てることに相当する新規事業としての検討をすべきである。



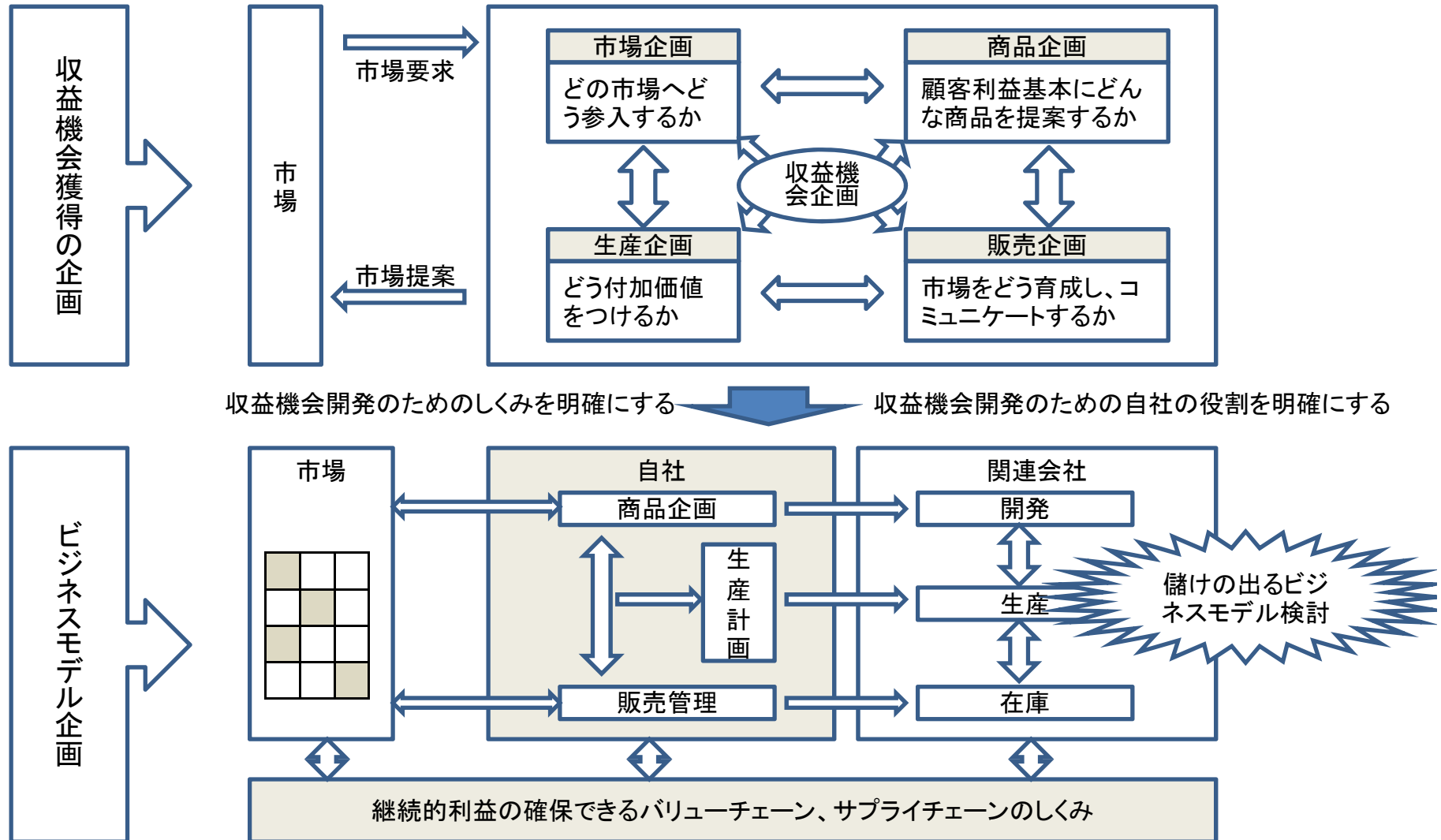
2. 市場の探索と優先化

多くの可能性のある市場を顕在化し、その中で新に自社の参入すべき領域を決めることが第一段階での重要なポイントとなる。例、画像投影技術をシーズにした検討例



3. ビジネスモデルの検討

参入市場を明確にした次の検討は、その市場での収益を確保するためのビジネスモデルの検討である。そのビジネスモデルの企画をもとに自社の役割、関係企業の役割を明確化し、実現へ引っ張っていくことが大切となる。



4. 迅速なビジネス改革のために

事業企画とは、現在の事業において限界に近づいた企業規模をさらに成長させるための新たな種まきの企画である。その為には、継続的に利益を確保できる場を企画し、そこで自社の優位性を確保していくことを検討することである。

この優位性を確保するには、事業運営としてのしくみの強化が不可欠であり、ビジネスモデルの検討と合わせて企画する必要がある。

幅広い視点で近年の大きなビジネス環境の変化をとらえ、迅速に次の手を打てる企業が今後の10年20年を生き抜いていける。変わり身の遅い日本において、世界で戦える企業になるには、新規事業開発を通して、新たなビジネスモデルを整備し、それにけん引させて企業全体を変えていくという戦略が求められる。

