

第 44 回テーマ

「新事業」模索は企業の使命

あるサービス業のオーナーが当社の HP を読んでいてくれた。具体的に「自社に向いている新規成長事業分野にはどのようなものがあるのか？」と質問された。教科書に書いてあるような一般論はさておき、とにかく「どのような目的で事業展開を考えているのですか？」と問うと、やはり今の事業に成長性を感じ得ないという事で、新天地を探しているという話であった。逼迫した市場に属している経営者であれば、誰しものが考える事だろう。

基本的な話だが、企業は営利団体であり、利益の最大追求は重要な目的の一つである。それはゴーイングコンサーンであり、また利益を得る事で「顧客を創造する」活動に投資していかねばならないからだ。成熟期や衰退期に突入した市場では、シェアを伸ばしていくのが非常に難しい。もちろん商品ライフサイクルも問題視されている部分だ。業種によっては、さらに加速する事業もあるだろう。

「成長」という言葉の意味もあるが、やはり利潤の最大化に向けて企業活動は考えていかねばならない。もしも企業に余裕があるのであれば、環境やシルバー産業などの成長分野への事業展開を考えるのも良いと思う。キーワードは規制緩和であり、参入のチャンスは大きい。

また、現在の事業分野が成熟産業であっても、徹底的にシェアを奪取し、優位に立つ事で体力を蓄えていくのであれば、コスト競争力を強化すべきだ。設備投資・人材投資を含め、効率化を追求し、商品・サービスの質を変えていくべきではなかろうか。

最後に、全くもって余裕のない場合...特に経営資源である人・モノ・金・情報力・技術力が不足している場合には、事業全体の縮小を余議なくしていく他ない。ニッチな市場へと対応すべく、フットワークの良い企業体質へとスリム化していくべきだ。

いずれの選択も経営者のリーダーシップにかかる。企業30周年説という言葉もあるように、新規事業分野へのチャレンジは企業の命題であろう。変化の激しい時代、そのスピードはさらに加速していくと思われる。