全国
〇〇年〇月号

NLC Leaders Report
ー何を選び、何を実践するか！明日の企業経営を担うあなたへの指針ー

新たなビジネスモデルが求められる時代

「消費マーケットの縮小と課題マーケットの拡大」。これが２０１０年代の日本市場を象徴するキーワードである。例えば、ラーメンチェーン店Ａ社の経常利益率は２％前後、Ｂ社は１２％。違いは「味」ではないという。Ｂ社は駅前に路面店を構え、２４時間営業。駅前に屋台がなくなった現代において「ちょい飲み」しやすい空間を演出し、高収益を上げている。

拡大する課題マーケットは消費マーケットと異なり、商品力ではなくビジネスモデルで勝負が決まる。新たなビジネスモデルを創る上で押さえるべきポイントは次の２つである。

１．社会価値と経済価値の両立を目指す（新たな価値感と向き合う）

地域や社会（社会性や社会価値）へコミットする。これが極めて重要な戦略テーマとなってきた。フードバリューチェーンで見ると、食品廃棄ロスは全体の３割前後だといわれている。おいしくてブランド力のある企業でも、廃棄ロスへのケアがなければ社会から疑問視されるかもしれない。価値ある商品・サービスを提供するには、顧客と向き合うだけでなく、関わる地域や社会との「健全な関係」を保持することが求められる。社会課題と向き合い経営する。つまり、社会価値と経済価値を両立させるビジネスモデルを追及する必要がある。

常務取締役　中村 敏之

「次代の経営者育成なくして企業なし」をコンサルティングの信条とし、トップコンサルタントの一人として数多くの実績をもつ。

２．突き抜ける価値をデザインする

課題マーケットの拡大はあらゆる事業にサービス化を促し、多くの企業がワンストップ型サービスを志向している。既に同質化し始めているこのビジネスモデルで競争に勝つには、ワンストップ型モデルの中において「突き抜ける価値」を提供しなければならない。

工作機械用のＮＣ（数値制御）装置で世界シェアトップを誇るＣ社の強みは「サービスファースト」だ。他社が数日かかる修理に即日対応する。世界４６カ国、２５２箇所のサービス拠点網を持ち、全従業員の３分の１がサービスに携わるからこそ可能なサービスモデルである。Ｃ社は「サービス」を成長エンジンにする覚悟を決め、経営資源を傾斜配分。「突き抜ける価値」へと高め、経常利益率約３７％（２０１６年３月期）を実現した。

上記２つのポイントを組み込んだ変化へ挑むビジネスモデルを創り、未来を切り拓いて頂きたい。　以上

◆本レポートの内容につきましては万全を期しておりますが、ご利用によって被ることのある損害に対しましては責任を負いかねますのでご了承ください。
◆掲載された記事の著作権は、全て㈱タナベ経営および原著作者にあります。

Leaders Report のバックナンバーは、タナベ経営ホームページからログインいただき「リーダーズリポート」よりご覧いただけます。

■発行・編集：株式会社タナベ経営 マネジメントパートナーズ本部　■お問い合わせ e-mail：mp@tanabekeiei.co.jp

－何を選び、何を実践するか！明日の企業経営を担うあなたへの指針－

Leaders Report

〇〇年〇月号
関西

― リーダーたるもの ―
全社的な人材育成システムを構想せよ！

採用難、３５～４５歳の年齢層の不足、１人当たり生産性の向上の必要性（時間外勤務の削減）といった現在の経営環境を反映し、また、従来の現場任せで場当たり的な教育に対する見直しが必要とされ、社内アカデミー（企業内大学）の構築支援の要望が増えている。

社内アカデミーの目的は、経営理念・ビジョン実現と向き合う人づくり。社員一人一人の成長が企業の成長につながるよう設計する必要がある。故に、まず会社の理念・ビジョンに沿ったカリキュラムを、専門性という縦軸、総合力という横軸の２軸で考える。

１．専門性（縦軸）

部門や拠点別ではなく全社のモデル人材を講師とし、メンバーに直接教える仕組みをつくる。小さい拠点の中で偏った考え方に染まらないよう正しく育成できる。また、専門性を高める教育は現場の成果に直結するため、社歴の浅いメンバーも短い期間で成長できる。

２．総合力（横軸）

総合力とは人間性やマネジメント能力のこと。人間力が足りなければ、いくら専門性が高くても早晩、壁に突き当たる。社員を「求める人材像」に近づけ、自社の理念・ビジョンとベクトルを一致させて戦略の推進力を高めるとともに、専門性の高いメンバーをまとめる力を上げる育成内容にする。

この考え方に沿って、階層別・職歴別・個人別に受講ルールを設定し、アカデミー体系を作り上げていくとよい。リーダーたるもの、自部門だけでなく、全社でどのように人材育成システムを構築するべきかを考える必要がある。　以上

大阪本部　小田巻　肇

◆やらざるを得ない仕組みづくりで目標達成企業をつくります

◆お問い合わせ Mail：odamaki@tanabekeiei.co.jp

データをどう見る！？　>>>　１～３万円

人材紹介会社集合サイトを運営するエン・ジャパンが、３５～５９歳のビジネスパーソン２５６人を対象に自己投資についての調査を行った。その結果、月間の投資額として最も回答が多かったのは「１～３万円」だった。

投資内容のトップスリーは、読書などの「知性磨き」４１%、外部セミナーや講習に参加する「ビジネススキル磨き」３６%、「資格取得」３４%。理由として３０代は「転職に備えて」、４０・５０代は「スキルアップのため」「今後のキャリアのため」との回答が多かったという。

新年を迎え、新しいことに挑戦し始めた人もいるだろう。しかし、セミナーに参加しただけでスキルが身に付いた気になっていたり、購入した時点で満足してしまい書籍が「積ん読」になっていたりしないだろうか。投資がただの浪費にならないよう、目的をはっきりさせた上で取り組みたい。

●今月のおすすめコンテンツ●

その時リーダーは何を決断したか
「経営リーダーに学ぶ」

結城紬のこれからを守る

生産から販売まで、一連の流れを持って
結城紬を広めていける事業形態を目指す

奥順株式会社
代表取締役専務　奥澤　順之 氏

※ログイン後「経営リーダーに学ぶ」へ⇒

Leaders Report のバックナンバー及び他地域版は、タナベホームページからログインいただきリーダーズリポートをご覧ください。

◆本レポートの内容につきましては万全を期しておりますが、ご利用によって被ることのある損害に対しましては責任を負いかねますのでご了承ください。
◆掲載された記事の著作権は、すべて㈱タナベ経営および原著作者にあります。

■発行・編集：株式会社タナベ経営　マネジメントパートナーズ本部　■お問い合わせ e-mail：mp@tanabekeiei.co.jp