

6 経営力強化に向けた チェックポイント

「桃栗3年、柿8年」の通り、採算がとれるようになるまでには時間がかかるので、売上高、営業利益等のしっかりした中期計画の作成が重要です。

顧客・販路の開拓は事業展開上の要。競合企業や類似製品の調査が必要になります。

6つのポイント



事業の成就

桃栗三年 柿八年

6つのポイント

1

顧客の開拓 - 営業改革を進めるには -

従来型営業にとらわれない

顧客別、商品別、活動エリア別などそれぞれに合った営業スタイルの確立が求められます。

営業活動のシステム化～組織的・体系的な営業を～

営業マン個人の間にある情報・ノウハウを社内でも共有するとともに、営業部門だけでなく他部門とも協力して、顧客ニーズの把握や顧客への提案、アフターサービスの実施などを組織的に行うことが重要です。

営業部門と生産（開発）部門の緊密な連携

営業活動で把握した顧客情報やニーズを生産（開発）部門にフィードバックすることにより、より顧客ニーズにマッチした製品開発ができるようになります。

2

コスト管理と仕入先の確保

各コストの把握と管理

生産コスト、仕入コスト、販売コスト、輸送コストなど様々なコストを把握・抑制しつつも、戦略的・計画的にメリハリのきいたコスト管理を行うことが重要です。

最適な仕入先の選定・確保

数量、品質、価格、納期などの諸条件を吟味・検討し、安定的・継続的に調達できる最適な仕入先を選定・確保する必要があります。

3

資金調達

様々な資金調達方法

自己資金、銀行借入、私募債発行、ベンチャーキャピタルの活用、公的支援制度の活用など、資金調達方法には様々な方法がありますので、それぞれのメリット、デメリットを把握するとともに、場合によっては専門家に相談することが有効です。

金融機関との良好なパートナーシップ

しっかりした「経営計画書」の作成、金融機関に対する定期的な会計情報の開示、単年度ベースでの利益計上、安定的・継続的な取引先・得意先の確保などにより、金融機関からの評価がアップし、良好な関係を築くことができます。

4

技術・ノウハウ

技術の開発・習得・高度化やノウハウの蓄積に向けて、特許取得の是非の検討や他社との技術提携、技術情報のセキュリティ管理（情報流出防止）などに努める必要があります。

5

人材の育成・確保

優秀な人材を確保・育成するためには、既存人材の再教育・配置転換、外部人材のスカウト・中途採用、連携先企業からの派遣・協力、営業マンや技術者等に対する研修システムの構築などが有効です。

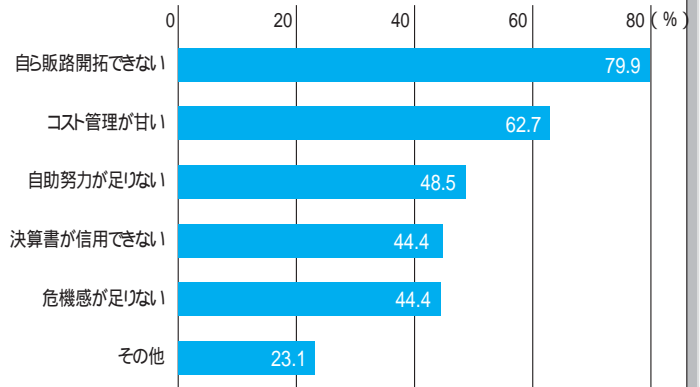
6

現場意見の反映

社員や顧客の生の声を吸い上げるためにも、経営者自ら生産現場や販売現場を知ることが大切です。

中小建設業が抱える課題

ワンストップサービスセンターの建設業経営支援アドバイザーを対象としたアンケートでも、中小建設企業の課題は「販路開拓」「コスト管理」という回答が上位を占めた。



出所:平成19年(財)建設業振興基金
「建設業経営支援アドバイザー意識調査」