経営一転語 119　新事業の考え方

　新事業・新商品というと聞こえは良いですが、なかなかうまくいかないものです。新事業というものは、それが軌道に乗って我が社の収益の柱になるためには、少なくとも 3 年はかかると思わなければなりません。
　ということは、3 年後のことを、今から考えておかなければ間に合わないということになります。それぐらいの覚悟がなければ、うまくいかないものなのです。また、新事業を考える手順ですが、特に力のある企業は別として、通常は一つずつ、ものにしていくものです。
　考えなければいけないことを次にあげてみたいと思います。
１．どう商品化するか
　単品では、商売しにくいものです。商品ラインナップをどうしていくか。デザインはどうするか。パッケージはどうするか。ネーミングはどうするかなどです。
２．価格政策をどうするか
　どのような客層をターゲットにするか、どのような客層が購買層になるかによって、低価格、中価格、高価格を取るか決まっていくでしょう。
３．どんな販売網を利用するか
　業者向けなのか、消費者向けなのか。販売代理店をつくっていくのか。作るとしたら何次まで構築するのか。消費者へ直売するのか、店舗売りなのか、ネットで売るのかなどです。
４．どんな販売戦略の展開をどうするか
　どういう手を使って、お客様に知ってもらうのか。口コミ主体で行くのか、説明会を開催していくのか、広告を打つのか、ＤＭを配布するのか。どの地域から攻めていくのかなどです。
５．サービス網をどうするか
　メンテが必要な商品は、我が社が直接メンテするのか、代理店がメンテするのか。メンテ指導はどうするのか。配送はどうするのか。補充が必要な商品の場合はどこが補充するのかなどです。
６．クレーム対策をどうするか
　クレームが生じたときの対応はどうするのか。そのクレームをどう次に生かしていくのか。クレームがスムーズにトップに上がる仕組みはどうするのかなどです。
　そして、肝心なことは、新事業として成り立つためには、採算のとれる価格で、採算のとれる数量を継続的に売っていかなければいけないということなのです。