■　事例企業の「設問の構造化」シート

○の数字は設問番号

＜企業概要＞
親会社の事業の整理統合で設立
業態　電子材料メーカー
資本金　１億円
売上高　約３０億円
従業員　約２００名

【経営理念】
私たちの技術で未来を拓く
【方針】
他とは違うことをする
何をすべきかだけではなく
何をしないかも決める

親会社から切り離されたＡ社は、４事業の相乗効果に着目し、今後の主力事業の転換（事業構造）を行い、それに伴う組織構造や管理構造の変革を行い成長を目指す事例

内部環境

外部環境

＜強み＞
・コア技術（開発）力
　→親企業から培ったもの
・独自の営業（展開）力
　→人を育てる仕組み

過去の主力事業【経営戦略】
特殊ケーブル事業
＜現在：撤退する方向＞

＜機会＞
医療機器メーカーと一緒に
医療現場に足を運び、利用者
の声をきめ細かく拾い上げる
＜脅威＞
その後、大手競合企業の追随
によりコスト低下要求
↓
取引先の倒産で先行き不透明

1

独自の営業展開で
最終製品メーカーの
現場に密着した情報収集

現在の主力事業【経営戦略】
機能性フィルム事業
＜現在：西日本に拠点新設計画＞

モバイル端末の追い風

特殊ケーブル事業は徹底
機能性フィルムは新拠点計画

今後の主力事業【経営（成長）戦略】
４事業のシナジーを発揮する

市場：技術革新による代替
競合：複数社購買の高まり

2

内部への
働き掛け

【組織戦略】
今後の組織構造として
マトリックス組織を提案する

4－1

【新たな事業展開①】
＜センサー事業＞
医療関連製品特有の
開発ノウハウが必要
↓
特殊ケーブル事業の顧客
である医療機器メーカーと
の連携による新商品開発

【新たな事業展開②】
＜接着剤事業＞
電気自動車のトレンド
電子機器が主流となる
↓
機能性フィルム事業の技術
と融合を図ったコア技術に
よる新市場の開拓

3

【組織文化】
設立当初の取組
期待した効果
①共通目的
②貢献意欲
③ｺﾐｭﾆｹｰｼｮﾝ

【組織構造】
事業部制組織の
市場対応を活かす

機能別組織の
専門性を活かす

4－2

【運営上の留意点】
ツーボス・システムによる弊害に対応
①役員との情報共有化を常に図る
②部門長の責任の所在の明確化を図る

市場への
働き掛け

【マーケティング戦略】
各事業部の機能別戦略

【人事戦略】

モラール向上

能力向上

マンパワー
の投入

戦略の実現

Copyright (c) AAS. All rights reserved