

# 成功への施策など解説

向上計画総合研究所

## 新分野進出テーマにセミナー

建設業経営コンサルタントの向上計画総合研究所（友村太郎代表）は21日、札幌国際ビルで道庁認定講座の「建設業プロジェクト・プロジェクト」を開いた。「建設業の新分野進出」をテーマに、中小企業診断士である友村氏が講師となり、道内各地から参加した経営者や役員に、新分野進出に失敗する理由や

成功させるための施策、組織の強化や社員を新分野進出の推進役に成長させる具体的手法などを説いた。

2部構成で、第1部のテーマは「なぜ新分野進出に失敗するのか」。友村氏は「地域の老舗建設業者は、地域のための雇用を維持するため、無理をしても仕事を確保する必要が生じている」と、新分野に進出せざるを得ない老舗企業のジレンマを指摘。



道が2007年7月に発表した「建設業のソフトランディング対策に関するアンケート調査」から、新分野に進出した7割の企業が赤字という実態を解説。その理由として、新分野に明確な「戦略」「戦術」「戦力」がないことを挙げた。

友村氏は、トヨタ自動車やユニクロを例に挙げて多角化戦略の難しさを述べ、新分野進出の成功は「経営者が本気で取り組み、一番優秀な社員を投入することが大切。それができなければ失敗する」と断言した。

第2部では「プライドプロジェクトが建設業の未来を創る」をテーマに、建設業が「誇り」と「強

み」を取り戻す、新分野進出の施策を提示。「ユニクロの柳井正社長でも事業の成功は1勝9敗だ」という。新しい事業をほとんどん実行して何度も戦える組織をつくり、勝つ確立を上げることが重要だ」と強調した。

その具体的手法として、①建設業としての歴史や誇りを持った仕事の事例などで企業の価値観を共有し、誇りを取り戻す「プロジェクト・ミーティング」の実施②次世代経営幹部育成・新規事業計画立案・新分野進出と実行を兼ねた「ビジネス・スクール」の実施③新規事業成功の道筋をつけるため、社内コンペやWeb活用、費用対効果を考えた「プロモーション」の実践などのポイントを挙げた。