

窮境要因・課題・対策

窮境要因	課題	対策
<p>【事業面】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. H20／9のリーマンショックと、H24／3の尖閣諸島問題での日本車不買運動、これら二度に渡る大幅な受注減に見舞われたこと。 2. 社長一人が営業しており、また、単に得意先のおこぼれを拾うというほぼ受注型(待ち)の営業であること。 3. H23／12に、一部借入による新工場を取得(1億7千万円)したものの、上記の日本車不買運動により、稼働率の低下(90%→40%)を招いたこと。これが過剰投資として重くのしかかっている。 <p>【財務面】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 経費予算もなく漫然と経費を支出しており、原価管理ができていない。 2. 厳しい値下げ要求等により利益率が低下している。 <p>【経営・組織面】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 社長が営業だけでなく雑務に追われている。 	<p>【事業面】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 新規および既存顧客の受注量の拡大。 2. 待ちの営業から、攻めの営業への転換。 3. 生産効率の悪い旧工場の処分。 <p>【財務面】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 原価管理の構築による利益率の改善。 2. 利益の確保によるキャッシュフローの安定化。 <p>【経営・組織面】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 社長がトップ・セールスができる体制作り。 	<p>【事業面】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 営業部門の強化による、営業エリアの拡大と密度の濃い営業の実施。 2. 新規取引先の開拓と既存顧客へのフォローアップの強化。 3. 旧工場の売却原資をもとにした、借入金の返済と営業要員(2名)の補充。 <p>【財務面】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 経費科目の採用ルールの見直し・徹底。原価管理システムの導入 → 製品別原価の把握(計画2年目)。 2. 目利きの向上・提案型営業による見積額の適正化と、キャッシュフローの確保。 <p>【経営・組織面】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 営業要員の補充と、製品別粗利益率の把握に基づく営業体制の確立。