

## 経営一転語 53 新事業を始めるにはどんな調査が必要か

今回は、「新事業を始めるにはどんな調査が必要か」ということについて解説してみたいと思います。

### 1. 総需要（トータル・マーケット）はいくらか。

ごく一般的な中小企業の対象地域は、生産財・業務用品のメーカーの場合は、日本全国、食品・消費財メーカーの場合は、地方ブロック又は地方経済圏、流通・小売業の場合は、地方ブロック又は地方経済圏を考えて、将来的にその10%の占有率を狙えるか考えます。

それが我が社の規模や力に比較して大きすぎると感じたならば、断念するか、延期すべきです。たとえ、実行するにしても、ターゲットとする地域をもっと小さく限定すべきでしょう。

### 2. 流通機構と主な流通業者を調べる。

我が社が乗り出そうとする業界はどのような流通機構を持っているのか。そのそれぞれの段階でどれだけのマージン率を必要とするのか。業界の習慣や特殊事情は何なのか。

### 3. 主な先発メーカー（業者）はいくつあるのか。

信用調査会社の調査報告書の「主な販売先」を見れば見当が付きます。圧倒的な占有率を1社が持っている場合には、意外とつけ込む隙があります。営業姿勢が高かったりするからです。優れた商品と誠意を持ったサービスをひっさげて戦いを挑めば、成功する確率はあるでしょう。

### 4. それぞれのメーカーの商品と販売方針はどうか。

商品、販売方法、マージン率、決済条件、営業部門の人数、アフターサービス体制などです。

以上のような調査が必要です。そして、調べても分からないことがあると思いますが、最後は経営者の決断で、新事業を実行するかどうか決めるしかないのである。