

## 開催報告

この1ヵ月で、富田賢は、5回、外部講演をさせていただきました！  
Webサイトに、開催報告をアップしております。多数の写真とともに、出来る限り多くのアンケートでのご参加者の皆様の声を掲載させていただいております。  
今後のセミナー参加の参考にさせていただけたらと思います。

▶2014年1月22日(水) 18:30~20:30  
『新規事業立ち上げのためのアライアンス戦略』  
(日刊工業新聞社・メロガイドセミナー)  
<http://www.tcconsulting.co.jp/archives/4563>



▶2014年1月24日(金) 17:45~19:45  
社内研修・株式会社佐野(静岡県袋井市)にて  
『新規開拓営業の教科書』の内容を講演しました！  
<http://www.tcconsulting.co.jp/archives/4616>

▶2014年1月29日(水) 19:00~21:00  
『売上アップのための事業提携戦略  
～事業提携による新規事業の立ち上げ方』  
(エン・ジャパン株式会社主催)  
<http://www.tcconsulting.co.jp/archives/4680>



▶2014年1月30日(木) 18:30~21:00  
『会社を伸ばす!アライアンス戦略  
～新規事業立ち上げと売上アップの秘訣～』  
(ビジネスバンクグループ主催・プレジデントアカデミー in Osaka)  
<http://www.tcconsulting.co.jp/archives/4696>

▶2014年2月1日(土) 15:10~16:45  
『“強み”を引き出し、“強い”会社を作ろう!』  
(神奈川県電気工事工業組合・会員総会での講演)@厚木  
<http://www.tcconsulting.co.jp/archives/4707>



私たちは、事業提携により、新規事業を立ち上げ、あなたの会社の売上をアップします！  
～約7年で150社以上の豊富な実績～

【発行会社】： 慧ティーシーコンサルティング

Web site  
<http://www.tcconsulting.co.jp/>

【住所】：〒107-0062 東京都港区南青山2-11-13 南青山ビル7階  
【最寄駅】：地下鉄銀座線「外苑前駅」4a出口徒歩3分 1b出口徒歩5分  
地下鉄銀座線、半蔵門線、大江戸線「青山一丁目駅」5番出口徒歩4分  
☆青山通りの伊藤忠商事の斜め前、ホンダの並び、  
外苑いちょう並木の向かい側です！

Tel : 03-4530-8537 Fax : 03-3470-8538 Mail : [info@tcconsulting.co.jp](mailto:info@tcconsulting.co.jp)

TC Consulting Co., Ltd

社長 とみたさとしの

# 新規事業のための 賢's 情報Station

慧ティーシーコンサルティング

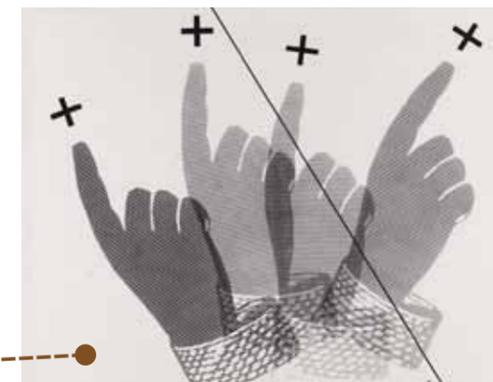
発行日：2014年2月1日

毎月1日発行

## 2014年 2月号

### 巻頭特集

#### ビジョンの明確化と、 それに合わせた 行動指針による モチベーション・アップ!



売上を上げることが、会社のどのようなビジョンの達成につながっていくのかを、社員の方々が、しっかり意識することによって、お一人お一人のモチベーションアップにつながります。

逆に、営業マンに、目先の売上だけを上げさせようとすると、モチベーションが上がらず、長続きもしません。

まず、自分たちの会社が、どのような会社になりたいのかというビジョンを明確に作成し、社員全員で共有することが大切です。その上で、そのビジョンを達成するためには、具体的にどのようなことをしなければならないのかという行動指針(ガイドライン)を作成します。

次に、その行動指針を進めていくための定例会議を設定(最低月1回)します。その会議にて、ビジョンに貢献した社員を評価して褒めていきます。褒める文化も醸成します。それにより、ビジョンが会社に浸透するとともに、結果として、売上もアップします。

これにより、言わないと動かないと経営者が思っていた社員の方が自ら考えて能動的に動くようになります。この方策を当社は、いくつもコンサルティング先企業で実施し、実績を上げています。是非、しっかり実践していきましょう!

ビジョンを作成

ビジョンを達成のための  
具体的な行動指針を作成

定例会議を設定(月1回)

評価を行う(褒める)

「環境分野のソリューションカンパニーを目指そう!」というビジョンを設定。  
そのためには、情報感度を高めないとけない、外部とのコンタクトを増やさなければならないといった行動指針を作成。そして、月1回の定例会議にて、行動指針に合わせた行動を取っているかという各社員の評価を行い、ビジョンに貢献した人を褒める。

## 儲かっている時に打ち手を多く!そして、「撤収条件」を設定!

3~5年で成長ステージを上げ、景気にも左右されにくい“強い会社”の社長さんは、**儲かっている時に、それを浪費してしまったり、あぐらをかいてしまったりせず、そういう時こそ、次に向けた打ち手を多く打っています!**

儲からなくなってから、あたふたしないですむようにしているわけです。

そういった“強い会社”の社長さんが、打ち手を多く打つ際には、「撤収条件」をあらかじめ決めておくことをされています。

たとえば、事業拡大をする際、業績計画を立て、70%まではよしとしても、30%の未達成となり、それを下回ったら、即座に、その新規事業や打ち手については、撤収なりリストラなりをするということをされている方が多いです。「撤収条件」は、売上や経常利益、営業キャッシュフローなどから選びます。

そのような「撤収条件」を決めておくことで、新規事業を多数行っても、むやみに、固定費を増やさない仕組みになります。新規事業の赤字出血によって他の既存事業に悪影響が出ることも避けられます。

また、新規事業をやめる際の会社内外からの批判や信用低下のリスクへの対処を事前にしていることになりす。詳しくは、下記のコラムに5つの観点を掲載しています。

「撤収条件」を決めることは、新規事業立ち上げの本などでもあまり書かれていないことですが、実は、非常に重要なことです。

「撤収条件」を決めた上で、資金が使える時に、積極的に資金支出を行い、できるだけ多くの新規事業に取り組みましょう!

By Satoshi Tomita

上記の詳細が掲載されているコラム 『事業提携の専門家が教える!新しい売上を獲得する秘訣』

第9回儲かっている時に打ち手を多く!そして、「撤収条件」を設定!

▶ <http://www.innovations-i.com/column/tcc2/9.html>

(フジサンケイ・ビジネスアイの情報サイトに連載中!)

## 富田賢のつばやき

# Working Space

このコーナーでは、富田賢が日々の仕事の中で、気が付いたことやお会いした方について、お届けします!

## コンサルティングと実際の事業経験

私はこの数年、TCコンサルティングに特化していますが、それまで、ティーコネクション(TC)・ホールディングスの社長として、8社ほどの実業をやっている会社経営に取り組みました。グループ全体でMAX130名くらいの人数になっていたかと思います。

成功ばかりではなく、失敗も多くありましたが、それが、今のコンサルティング事業において、非常に役立っていると感じます。

また、20歳代で、独立系ベンチャーキャピタルを京都で男三人で作って、何社かの投資先企業の上場達成と、そして自分たちのVC会社の2年半での上場

達成の経験も今の自分を支えてくれています。

コンサルタントとしての仕事だけでなく、実際の事業を作ることや会社経営をした経験は、やはり、コンサルティングを行う上では大切だなと感じることが最近多いです。

そういった実際の生の事業経験と、そして、米国を中心とした最新の経営理論などの学術的な知識を組み合わせて、今後、さらに皆様にお役に立てるように、一生懸命頑張っていきたいと考えています。

By Satoshi Tomita

## CLV(顧客生涯価値)の向上と新規開拓営業

り組むことでCLVを引き上げましょう。

- (1) リピート率を高める、
- (2) 1回あるいは月々の取引額を高める、
- (3) 取引期間を長くする、

これらにより、CLVを高めることができれば、新規営業のコストを抑えられ、会社の収益性が高まるわけです。

既存顧客からのCLVを高めながら、その上で、新規開拓営業に逃げずに取り組むことが会社の売上維持と拡大のために大切となります。新規事業の立ち上げにおいても、この2つにバランスよく取り組むことが成果を決めることとなります。

By Satoshi Tomita



これから  
10年活躍するための

## 新規事業 事業提携 の 参考書

売上を上げるためには、既存先からの売上を増やすか、新規開拓営業を行うかどちらかとなります。

第一次的には、業歴が相応にある企業においては、既存顧客を大切にフォローし、CLV(Customer Life Time Value)を向上させることが大切となります。

CLVは、日本語で言うと、「顧客生涯価値」となり、簡単に言えば、顧客が一生の間に支払ってくれる代金の総和です。企業と顧客が継続的に取引をすることによって、顧客が企業にもたらす価値とも言え、単にLifetime Value(LTV)と言われることもあります。

新規開拓営業ためには、営業マンが説明をしたり、チラシを作成したり、Webサイトを構築してネット広告をしたりするなど、営業コストがかかります。おカネだけでなく、労力も相当かかります。

既存のお客様を大切に、次のような項目に取

上記の詳細が掲載されているコラム 『事業提携の専門家が教える!新しい売上を獲得する秘訣』

第10回 顧客生涯価値(CLV)の向上と新規開拓営業

~新規事業は、結局最後は営業力!

▶ <http://www.innovations-i.com/column/tcc2/10.html>

(フジサンケイ・ビジネスアイの情報サイトに連載中!)

☆メールレターを  
月2回、5000人以上に配信中!

↓配信登録はこちらから↓

<https://www.tcconsulting.co.jp/mailmagazine>

## 申し込み受付中の富田賢のセミナー講演

★詳細とお申し込みについては、当社Webサイトから!「とみたさとし」と検索!

エキサイティングなライブ講義で、ご好評をいただいております。

- 『勝てるところで勝ちに行く!新規事業戦略  
~新しい収益事業の作り方を徹底解説~』2014年2月13日夜  
日刊工業新聞社主催 メトロガイドセミナー **受付中!**  
<http://www.metroguide.jp/seminar/20140213/index.html>
- 『新規事業立ち上げの戦略立案法  
~どこに一步を踏み出すかの決め方~』2014年3月6日夜  
日刊工業新聞社主催 メトロガイドセミナー **受付中!**  
<http://www.metroguide.jp/seminar/20140306/index.html>



▼感想・ご相談・お問い合わせは、こちら!お気軽に♪ ⇒ [tomita@tcconsulting.co.jp](mailto:tomita@tcconsulting.co.jp)