

不易流行

～和賀組社長からのメッセージ～

VOL.78 (2022.9.27)

令和4年度スローガン
みんなで目指す顧客感動経営
生産性とエンゲージメントの向上
～和賀組さんで良かったと言われよう～

株式会社和賀組 代表取締役 和賀幸雄

あるセミナーで「アンゾフの成長戦略」という言葉を聞きました。自社の市場と商品を下の表のように分けて、事業の成長・拡大を図るときに用いられるものです。表自体は以前から知っておりましたが恥ずかしながら名前は知りませんでした。アンゾフの成長マトリックスとか製品・市場マトリクスともよばれています。「経営戦略の父」とも言われたロシア系アメリカ人の経営学者イゴール・アンゾフ氏（1918-2002）によって提唱された、成長戦略を考えるためのフレームワークです。

		商 品	
		既存商品	新商品
市 場	既存市場	市場浸透 低リスク低リターン	新商品開発 中リスク中リターン
	新市場	新市場開拓 中リスク中リターン	多角化 高リスク高リターン

1993年に私が和賀組に入社したころは公共土木が主体の会社でしたので、表の左上は「県・市町村の公共土木」という言葉が入ります。国の直轄工事の受注に向かうのは新市場に挑戦するということになります。また当時からJR東日本の仕事をしていましたが、土木が主体でなかなか建築の受注が取れず苦勞しましたが、粘り強い営業活動で営繕工事を受注できるようになりました。これは既存市場から新商品の売り込みに成功した事例となります。

それではコンクリート補修事業や地盤事業はどうでしょうか？コンクリートの先進国であるヨーロッパ・ドイツの技術を視察し、日本にもいつかコンクリート補修需要の時代が来るだ

ろうと代理店加盟しました。実際は初受注まで10年近くかかりましたが、新技術を導入して下請けに入って受注するというそれまでにない取り組みはまさに多角化であったと言えます。地盤事業についても工務店の下請けに入って砕石地盤改良を受注するというビジネスは多角化でありました。住宅事業についても、個人消費者にデザイン高性能住宅を提供するという事業は多角化と言えます。

現在の事業ドメイン（領域）となったコンクリート事業も地盤事業も、今や全て市場浸透の領域です。さて次の一手は……？常にアンテナを高く掲げ、確かな成長の風に乗れるようにしなければなりません。

北海道・東北商工会議所連絡会議



9月2日に函館市で三年ぶりに開催され、秋田県に対する永年の要望活動が実り、湯沢翔北雄勝校で測量の授業が行われるようになった取り組みを紹介しました。

秋の交通安全運動



9月21日～30日まで秋の交通安全運動が開催中です。歩行者優先、早めのライト点灯、飲酒運転の撲滅（翌日運転するなら深酒は絶対しない）、アルコールチェックの徹底をお願いします。

ユニオン建設東北地区社長会

3年ぶりに盛岡で開催され、10時半から14時半までびっしり、労働安全衛生法について教育を受けてきました。大変勉強になりましたので、機会を見て皆さんにも紹介します。

