

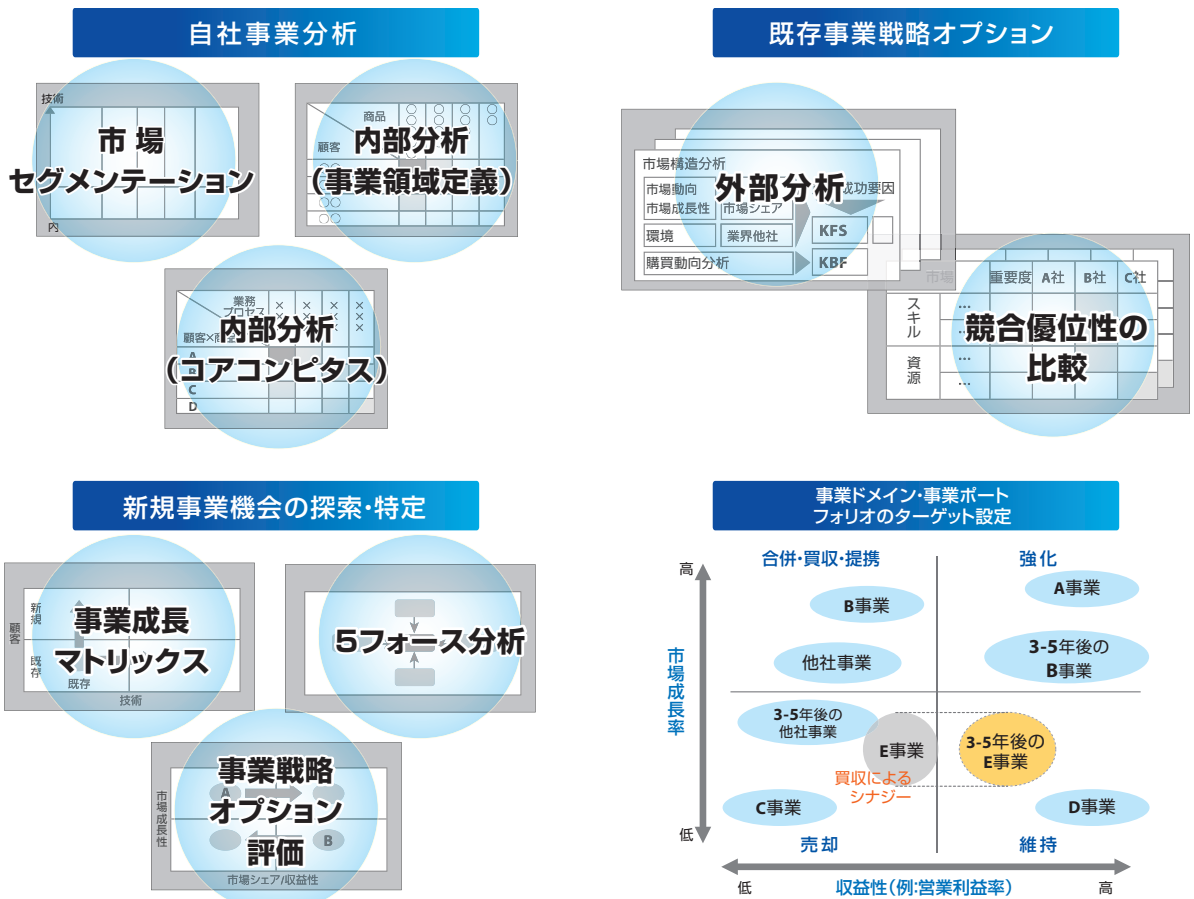
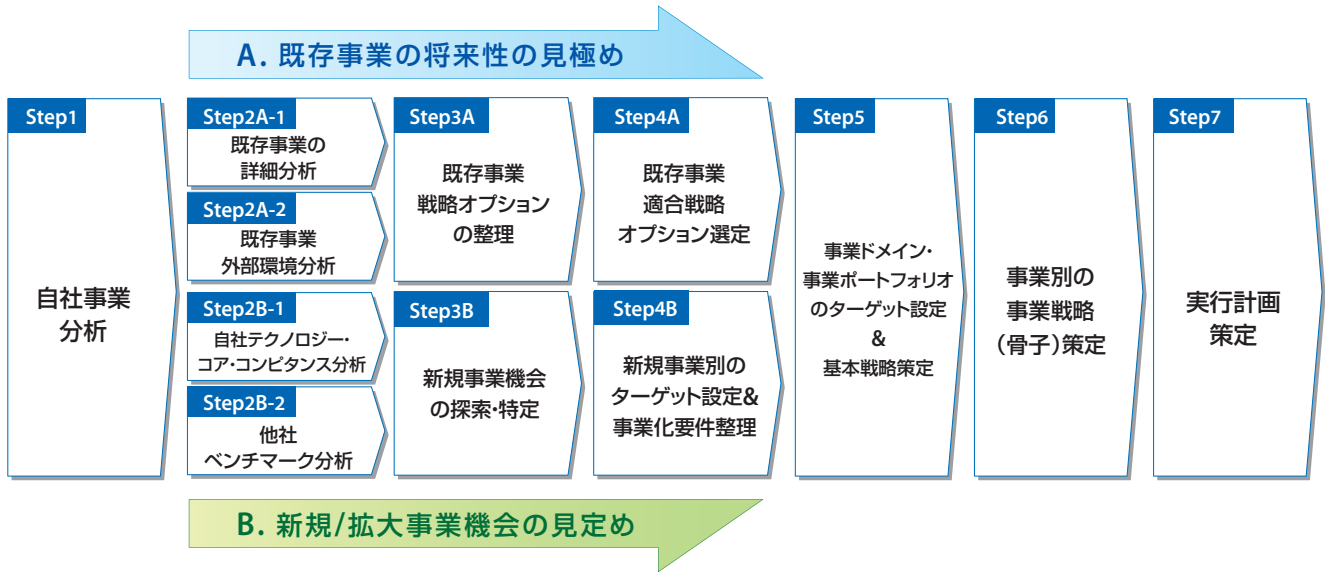
戦略方針策定

企業ビジョン／グループ経営戦略

グローバルで厳しい競争下の市場環境では、閉鎖的な企業関係ではなく、オープンな企業間システムを築き、顧客やサプライヤーなどを含めた連携メカニズムを通して自社の事業ドメインを再確認し、強みを最大限に生かすビジネスモデルへの転換が求められます。

アビームコンサルティングは、市場や競合他社の動向、顧客志向などの観点から現行の経営方針を確認した上で、企業および企業グループのさまざまな経営資源を競争上の武器に変えるべく、新たな企業ビジョンの策定およびグループ全体の視点での新しい事業戦略の策定を支援します。

■ グループ経営戦略（事業別）全体フレームワーク（例）

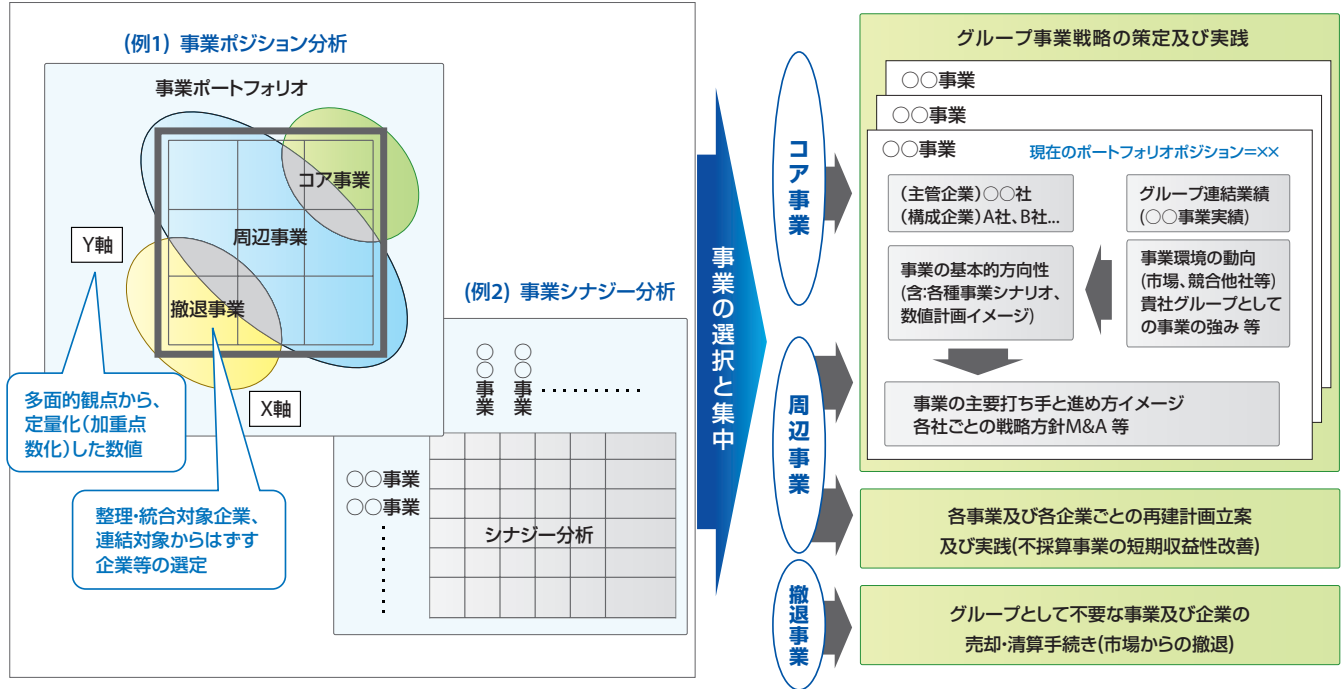


事業ポートフォリオ戦略 / M&A 戦略

多くの企業グループでは、成長期に関連事業への多角化を推進したものの、十分な収益基盤が確保できず、結果的にグループ全体としての企業価値を低下させているケースが散見されます。

アビームコンサルティングは、企業グループ全体を俯瞰して、既存の顧客やチャネルなどの強みを活かしたコア事業の選択と経営資源の集中を通して事業ポートフォリオを見直し、事業買収によるコア事業の強化、営業譲渡などによるノンコア事業からの撤退、およびグループ企業の統廃合によるグループ再編を総合的に支援します。また、戦略実現の手段の1つとしてのM&A戦略（事業ポートフォリオ戦略に基づく買収・売却等の資本政策、業務提携など）を支援します。

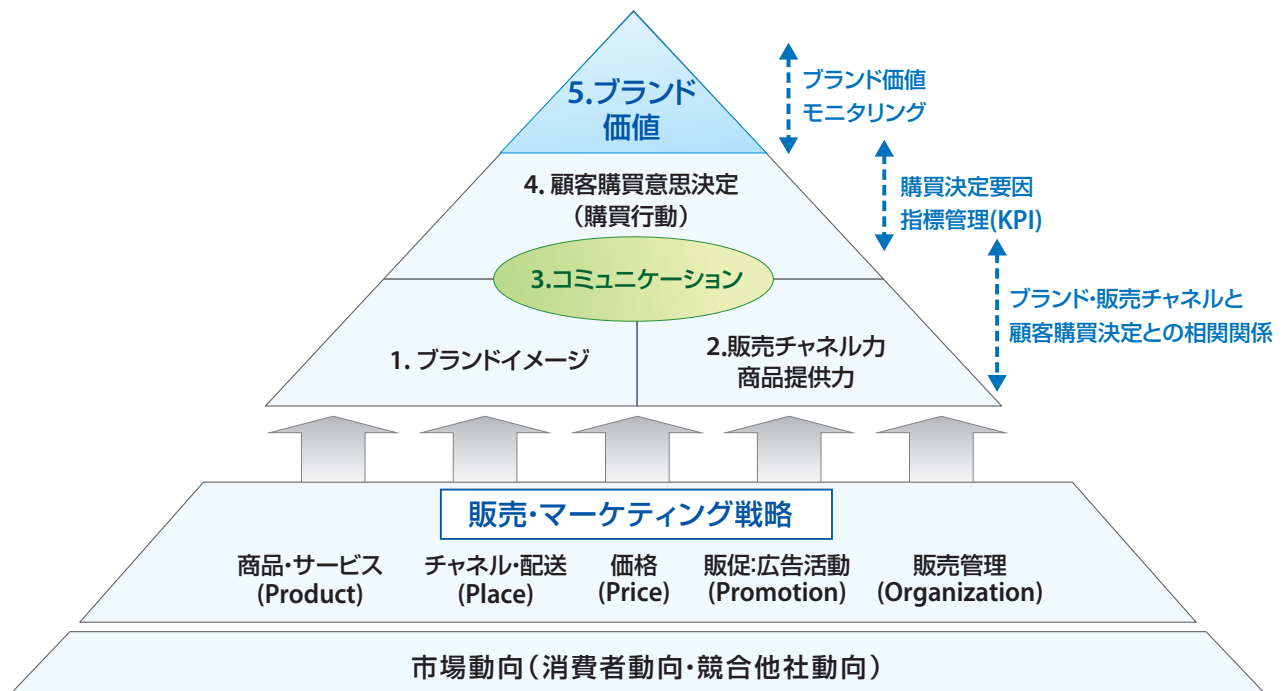
■ 事業ポートフォリオ戦略 全体フレームワーク（例）



ブランド価値戦略 / 顧客ロイヤリティ戦略

顧客が求める価値を提供し、購買行動を誘引するためには、どの市場で、どの顧客に、どういう商品を、いつ、どのように提供するかなど、マーケティング活動の総合的な戦略が必須です。さらに、顧客を購買リピーター化（ロイヤルカスタマー化）し、企業の収益基盤とするためには、企業・商品ブランド価値を高め、顧客から高い信頼（ロイヤリティ）を獲得する必要があります。アビームコンサルティングは、顧客ニーズ分析、市場競争力評価、商品・キャンペーン企画などのマーケティング基本戦略策定とあわせて、ブランド価値・顧客ロイヤリティを向上させるための総合支援サービスを提供します。

■ ブランド価値向上 全体フレームワーク（例）

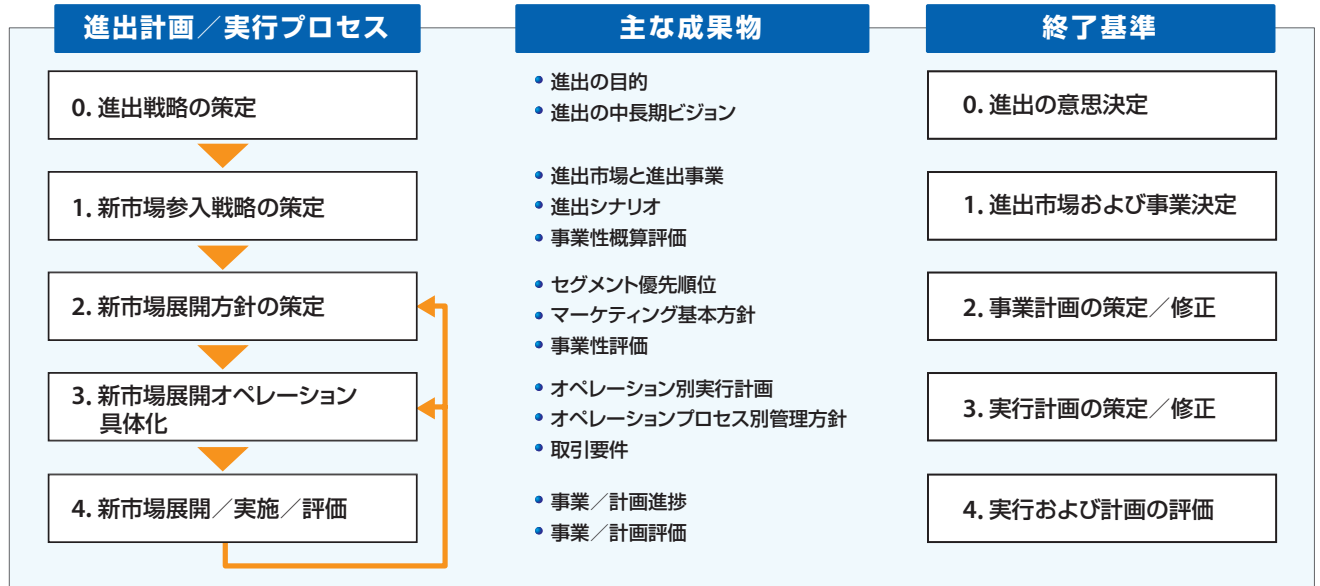


新市場参入戦略／新ビジネスモデル構築

新市場への展開や新しいビジネスモデルの構築は、企業を持続的に発展させるための有力な手段の1つです。新市場参入においては、対象市場の事業機会を分析し、複数のシナリオを想定した上で、参入・展開戦略を策定する必要があります。また、新ビジネスモデル構築においては、事業ポートフォリオの構成および個々の事業のライフサイクル上のポジショニングを評価した上で、既存事業とのシナジーやコアコンピテンシーなどを勘案することが必要です。

アビームコンサルティングは、豊富な知見と経験をもとに、新規事業の可能性を模索する段階から、事業性・競争力の評価、事業計画の策定、ブランド価値戦略／顧客ロイヤリティ戦略の策定、SCM 戦略の策定などを通して、新市場参入および新規事業立ち上げ実現を総合支援します。

■ 新市場参入フレームワーク (例)

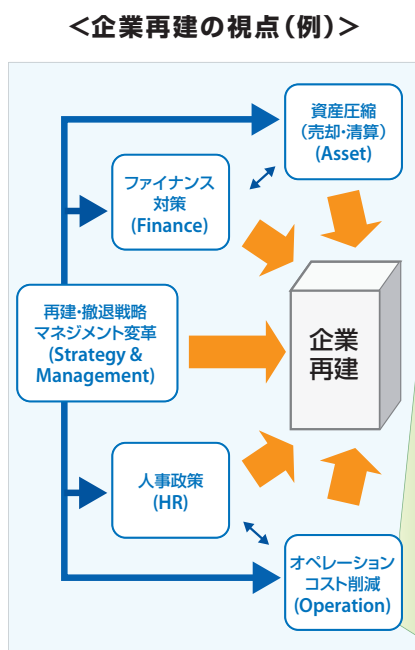


事業再生戦略

成熟・衰退市場の中で勝ち残るためには、不採算な箇所があれば短期間で対処し、コスト競争力のある事業体質に転換した上で、低コスト体質を永続的に維持するための仕組み、継続的な改革に向けた社員への意識付けなどが必要となります。

アビームコンサルティングは、コスト競争力を強化すべき事業（あるいは撤退が必要な事業）について、コアコンピテンシーを弱めないことに十分留意しつつ、全体戦略を策定した上で、ファイナンス・オペレーション、人事を含めた体系的なアプローチで取り組み、体質強化策の目標値と施策優先順位を設定し、リストラではない「真の体質強化」を実現する、事業再生総合支援サービスを提供します。

■ 企業再建 全体フレームワーク(例)



オペレーションコスト削減の施策(例)

