

# 見込事業と受注事業の特色と違いを知る

(牟田学著「社長業」より)

見込形態事業の特色	受注形態事業の特色
<p>代表的事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・弱電(家電)</li> <li>・カメラ、時計</li> <li>・食品</li> <li>・化粧品</li> <li>・建売り住宅</li> <li>・ホテル</li> <li>・一般小売店</li> <li>・その他見込みで商品を製造・仕入・販売する事業。</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自動車</li> <li>・文具</li> <li>・既製服</li> <li>・出版</li> <li>・飲食</li> <li>・映画</li> <li>・一般商社</li> </ul>	<p>代表的事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・重電</li> <li>・大型設備機械</li> <li>・建設(土木)</li> <li>・設計</li> <li>・注文住宅</li> <li>・印刷</li> <li>・一般加工業</li> <li>・商社・卸売業の一部</li> <li>・その他受注して仕事をする事業。</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>・造船</li> <li>・運輸</li> <li>・部品製造</li> <li>・デザイン</li> <li>・注文服</li> <li>・給食</li> <li>・下請</li> </ul>
<p>特性</p> <p>不安定。危険性・冒険性が高く、水商売的。大儲けできる体質。大損する体質でもある。</p> <p>自主的。派手。</p>	<p>特性</p> <p>安定的。冒険性がない。儲からない体質。利幅が少なく、コツコツやらなければならない体質。受身的。地味。</p>
<p>得意先</p> <p>不特定多数のお客様が相手。</p>	<p>得意先</p> <p>特定少数のお客様が相手。繰り返しが効くお客が多い。</p>
<p>価額設定</p> <p>商品の売価と生産数量を自分で決められる。</p>	<p>価額設定</p> <p>商品の売価と生産数量は、お客様が主導権を持つ。世間相場で決められ、自分にはない。</p>
<p>販売方法</p> <p>店頭販売・訪問販売・展示販売等、多岐。</p>	<p>販売方法</p> <p>注文を取る営業型スタイルが原則。</p>
<p>変動損益計算書</p> <p>一般的に、変動費が大、固定費が小。商品が当たれば変動費だけが増え、固定費は一定なので損益分岐点が大幅に下がる。その逆も起こる。</p>	<p>変動損益計算書</p> <p>一般的に、固定費が大、変動費が小。損益分岐点が高く、移動幅が小さい。</p>
<p>事業の成長拡大</p> <p>新商品開発。 商品を売っている。 商品の善し悪しで繁栄が決まる。</p> <p>狩猟的。戦略志向でないと発展しない。 感性を要する。勘が悪いと発展できない。</p>	<p>事業の成長拡大</p> <p>新規お客様開拓。 形のある商品を売っているのではない。 技術力、企画力、納期、サービス、人間関係といった形のない商品を売っている。 農耕的。種を蒔いて収穫するスタイル。 勤勉であること。薄利の積み重ねでやらないと発展できない。</p>
<p>倒産</p> <p>商品が売れないのが主因。 不良在庫を抱える。生産過剰。</p>	<p>倒産</p> <p>お客様に裏切られるのが主因。 少数のお客様が原因。</p>
<p>結論</p> <p>不安定でいつもハラハラしながらの経営をしなければならない形態の事業。</p>	<p>結論</p> <p>基本的に儲からない形態の事業。 お客様が事業の興亡を支配している。</p>
<p>戦略</p> <p>見込事業を受注的に経営しなければ、安定的に利益を上げていくことは困難である。 見込事業と受注事業は、その特色・性格が裏返しであるので、見込事業の長所と受注事業の長所を組み合わせ採り入れることが大切である。 特に見込事業は受注的に転換することで、見込事業が体質的に持っている不安定さや在庫の問題を解決できるのである。</p>	<p>戦略</p> <p>受注事業は安定性だけが取り得であるが、それに固執しては、利益を大きく上げることは不可能である。 十分に社内留保した後は、大いに冒険すべきであり、受注事業には、全く別の儲かる要素を持つ見込事業を取り入れる、という発想が大切である。</p>