

## 6. PMマトリクスでレッドオーシャンから脱却

P Products 製品・技術・サービス

M Market 市場・商圈・顧客

		M	既存市場	新市場
P	既存製品	<b>A. 現在のビジネス領域【内なる守りの戦略】</b>  3C-SWOT分析で自社の現状を客観的に把握する。 外部環境の変化に対応できる事業ドメインの再定義。 ●外部環境 世界不況連鎖へのPESTマクロ対策。 ●市場環境 需要減少の中に節約・儉約・環境市場。 ●内部環境 損益分岐点の押下げ限界値設定。 <b>既存領域戦略【弱みのカイゼン収益向上戦略】</b> 徹底的なトータルリードタイム短縮を全社横断的に実施。 営業コスト・製造コスト・管理コスト・トータル回転率など。		<b>B</b> 【フロンティア】
新製品		<b>C</b> 【コアコンピタンス領域】	<b>D</b> 【潜在の領域】	