

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	A	現在のビジネス領域【内なる守りの戦略】 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。 既存領域戦略【弱みのカイゼン収益向上戦略】 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 【フロンティア】
	C	【コアコンピタンス領域】		D 【潜在の領域】
新製品				