

私たちの道

—— MC WAY を感じる ——

大転換の原動力について

1. お客様事例より

A 社（リサイクル業・砕石業）

- ・祖業である砕石業は年々市場縮小（ピーク時の半分以下）、環境事業へ大転換を決意
- ・転換期には銀行団から理解が得られずリストラや投資抑制を迫られたが、事業転換を断行
- ・砕石市場は減益が続く一方、環境事業が大きく成長して収益の柱に育ち高収益体質へ

B 社（印刷業）

- ・年々市場縮小し、低付加価値のチラシ等商業印刷から撤退、書籍印刷事業への特化を決意
- ・書籍印刷と周辺事業への集中により生産性が向上し、キャッシュフローは改善傾向へ

2. 気付き（なぜ大転換ができたのか？）

①「パーパス」「志」の存在

A 社：「自然を壊して、山を削って成り立っている砕石事業に将来はない。自然と共生できるビジネスに取り組み、社会やお客様に必要とされる会社を目指したい」

B 社：「原稿の伝える力をより高める本づくりを通してお客様の良きパートナーになりたい。

いつかこちらから営業しなくても顧客から求められる会社を目指したい」

→大転換する意思決定をする会社は「ゆるぎない拠り所」が原動力になっている

②将来イメージの共有

・A 社は経営者の強烈なリーダーシップ、B 社は全社員へ情報を開示するオープンな社風

・タイプは違うが、いいことも悪いことも隠さずに全社員と共有している会社

→将来の企業イメージが全社で共有され、共感する社員や仲間の存在が原動力になっている

・上記2つは、まさに みらいコンサルティングがこれまで大切にして実践していること

→みらいコンサルティングの「取組み」や「MCWAY」を「伝えること」自体が、お客様にとって価値がある

・「MCWAY」を深く理解し外部にも発信することを心掛けて、企業の成長に貢献したい