

# マーケティングイン視点重視

## 事業セグメント 対面市場軸に

荏原製作所は、マーケティングの視点をより重視した事業展開を進める。サービス&サポート（S&S）事業の強化を進める中で、顧客の課題解決を図るためにソリューション提案を充実、そのために製品軸の事業セグメントから対面市場軸のセグメントへと事業セグメントを変更する。この3年間で製品ごとの収益性も改善されつつあり、今後は市場に引き合うことで次の成長を目指す。

## 荏原製作所

荏原では、2020年 図ることで成長することに長期ビジョン「E-V」を基本方針の一つに「VISION2030」をた。その方針を受けて現策定、マーケティングの 中期経営計画「E-PII視点で社会課題を的確に an2022」は、「更な捉えて、その課題解決をる成長に向けた筋肉質

化」の期間と位置付け、成長事業と収益性改善事業に区分して各種施策を実施、目標として掲げた ROIC（投下資本利益率）、売上収益営業利益率の目標を1年前倒しで達成した。

次の成長ステージとして着目したのがさらなるマーケティングの視点。市場に向き合い、顧客視点での価値創造を実現していくために現在の事業セグメントである風水力

事業、環境プラント事業、精密・電子事業の3事業セグメントのうち、風水力事業を来年度から建築

・産業事業、エネルギー事業、インフラ事業の対面市場軸へと再構成する。建築・産業事業は建築設備、産業設備の市場、エネルギー事業は石油／ガス、電力、新エネルギーの分野、インフラ事業は水インフラ市場が主なターゲット。

カーボンニュートラルや省エネ、人手不足など、顧客の困りごとに対して、ポンプ、コンプレッ

サ・タービン、冷熱機械など製品ごとの事業から、製品のメンテナンスやオペレーションも含めて同社が提供できるすべ

てをソリューションとして提案できるような体制とすることでユーザーの利便性を高めると同時に、S&S事業も含めて収益性向上を狙う。環境プラント事業については都市ごみ焼却プラント、産業廃棄物プラントといった固形廃棄物処理、精密・電子事業については半導体製造と対面市場に対応した組織となっていることからセグメントの見直しは行わないが、今後、さらにマーケティングの視点を強化した事業を加速させていく方針。