

鳥栖市創業支援セミナー

- マーケティングの基本
- 事業計画

今からやろうとする事業について、あなたは熱く語れますか。

鳥栖市産業支援相談室 統括責任者

中小企業診断士 牧崎 茂

2016年2月9日

本日の内容

1. いまからやろうとする事業について、あなたは熱く語れますか？

① 自身の夢、将来ビジョン

② 事業環境分析

SWOT分析について（まずはここから）

2. 事業計画作成の流れ

1) 収益計画（戦略会計） ⇒ 目標の設定

2) マーケティングの4P

⇒ 商品・サービス企画書（簡易事業計画）

3) アイデアの発想法で計画のブラッシュアップ

1.自身の夢、将来ビジョン

起業（企業）の目的

1. 儲けること

経済性の追求

2. 社会の役に立つこと、人に喜ばれること

社会性の追求

（社員のため、顧客のため、地域・社会のため、株主のため）

3. 自分自身、社員が成長すること

人間性の追求

自身の夢、将来ビジョン（経営理念）

- 創業時の経営理念とは、
自分のやろうとする事業について、自分自身の思い、考え方を分析する。ということ。
- ホントに社会の役に立つ事業なのか？
- ホントにこれが自分自身の夢なのか？
- 私は将来どういう風になりたいのか？

自身の夢、将来ビジョン(経営理念)

経営理念の構成要素 (資料1 参照)

- ミッション(使命)
- ビジョン(将来の目標)
- 行動指針(価値観の共有)

SWOT分析とは 課題の抽出

切口(社内)	内部環境	外部環境	切口(環境)
◇収益の視点 ・収益力 ・資金力 ・利益率 ◇顧客の視点 ・価格・サービス ・販売促進 ・パッケージ ◇業務の仕方の視点 ・情報化 ・生産・販売・営業 ・物流 ・製・販の連携など ◇社員意識の視点 ・情報化への対応 ・意識改革 ・学習	強み (S) (表現事例) ◎新商品の開発力がある (S) ◎ブランド力が高い (S)	機会(O) (表現事例) ○量販市場で小物調味料商品が好調。(O) ○流通の再編進んでいる。(O)	◇法規制・環境 ◇消費者の動向 ◇流通再編 ◇情報化 ◇他社の動きなど
	弱み(W) (表現事例) △品目数が多すぎる。(W) △部門間情報の共有化が進んでいない。(W) △指示待ち族が多い。(W)	脅威(T) (表現事例) ×量販での低価格が激しい。(T) ×業界メーカーの再編が進んでいる。(T)	

SWOT分析

強み	機会
自分にできること。	売りたい市場はどこ？ ターゲット市場は？
弱み	脅威
人(競合)にできていて、 自分にできていないこと。	

SWOT分析の中での一つの考え方

大切な視点

Focus & Deep

<SWOT分析で大切な視点>

1. 外部環境の機会で市場(どこで売るか)を見いだすこと。
⇒ 選択と集中を考える。 (儲ける商売に焦点を絞る)
2. 自分の「強み」を「機会(市場)」に対し活かすことを考える。
⇒ すぐに実行すること、できること (短期的な戦略)
3. 売りたい市場(外部環境の機会)で売っていくために、
自分・自社に足りない部分を考える。
⇒ ここが「弱み」であり、事業を行っていく上での「問題点」
⇒ この「問題点」の解決策を考えていくこと。
強くなって、もっともっと売る (長期的な戦略)

事業計画の基本

1. 誰に なにを どれくらい 売る

$$P \times Q = \text{〇〇万円}$$

これくらいあれば、固定費(F)も賄える。

2. どうやって売る

■ マーケティングの4P で計画

3. 「どうやって売る」 を考えるための

アイデア・発想法

4. とにかく何をやらないといけないかを書きだす

事業計画の基本（原価イメージ）

スナックのママの戦略会計

売上高 PQ	変動費 VQ	
	粗利 MQ	固定費 F
		利益 G

<企業方程式>

$$\text{売上高} = \text{変動費} + \text{固定費} + \text{利益}$$

P : 商品価格、客単価

Q : 数量

VQ: 変動費

(売上の大きさに応じて変動する経費)

F : 固定費

(売上の大きさに関わらず変動しない経費)

G : 利益

事業計画の基本（原価イメージ）

スナックのママの戦略会計

売上高 PQ 100	変動費 VQ 10	
	粗利 MQ 90	固定費 F 80
		利益 G 10

事業計画の基本（原価イメージ）

■ 損益分岐点と売上目標（利益目標）

BEP	売上高 PQ	変動費 VQ	
		粗利 MQ	固定費 F
			利益 G

$$\text{損益分岐点売上高(BEP)} = \frac{\text{固定費(F)}}{1 - \text{変動比率(VQ/PQ)}}$$

$$\text{必要売上高} = \frac{\text{利益(返済)} + \text{固定費(F)}}{1 - \text{変動比率(VQ/PQ)}}$$

マーケティングの基本と 事業計画への落とし込み

■ マーケティングの4P(資料2 参照)

- 商品・製品・サービス (**P**roducts)
- 価格(**P**rice)
- 流通・販路(**P**lace: 流通Channel)
- 販売促進(**P**romotion)

□ マーケティングの4P → 商品企画を考えるときの ツール(考え方)

□ これに、年間の「売上高・販売額」を加えたら、立派な事業計画書。

マーケティングの基本 ヒント

- マーケティング手法について本で勉強してください。
- ただし、どれも、うまくいかないかもしれません。
- 考えるべきは次の2つ
 1. お客様の買わない理由を全てつぶす。
 - お客様が、なぜうちの商品・サービスを買わないのかを考える。
 - 買わない理由を全てつぶせば、買ってもらえる商品・サービスになる。
 2. テストの繰り返し。最初から正解はない。

マーケティング基本の3ステップ

- 新規顧客を開拓する
- 顧客を教育する
- リピート化する

コミュニケーション基本の3ステップ

■ エトス

■ パトス

■ ログス

アイデアの発想法と 商品・サービス開発

1. まずは、頭のトレーニング
 - 問題 「木」が入っている漢字を書き題して下さい。
制限時間： 2分間

2. アイデアは組み合わせ

既存のもの + 既存のもの = 新しいもの

■ アイデアの発想力はトレーニングで身につくもの

アイデアの発想法と 商品・サービス開発

1. 効果的なブレインストーミング

- Yes And ~~Yes But~~
- 付け加えてもいいですか

- 他人を批判しない
- 奔放なアイデアを歓迎する
- アイデアとアイデアを結合する

2. 演習（今日はやりません）

- ・ 2人1組（隣の人とペアになってください）
- ・ 1番 と 2番 を決めてください。

1) Yes But（提案を断る：ネガティブアンサー）

1番の人は2番の人に パーティを提案してください。

2) Yes And（提案を受け入れ、付け加える）

2番の人は1番の人にパーティを提案してください。

そして、「いいですね。それからこれをやってみたら・・・」

最後に 成功するために

1. 仲間を作ること、ネットワークを作ること
2. うまいいかなかったら、なぜかを考える。
3. 常に新しいことへのチャレンジ精神を持つこと
4. あきらめない

⇒これで自然と「強い気持ち」を持つことができます。

鳥栖市産業支援相談室まで 相談に来てください