

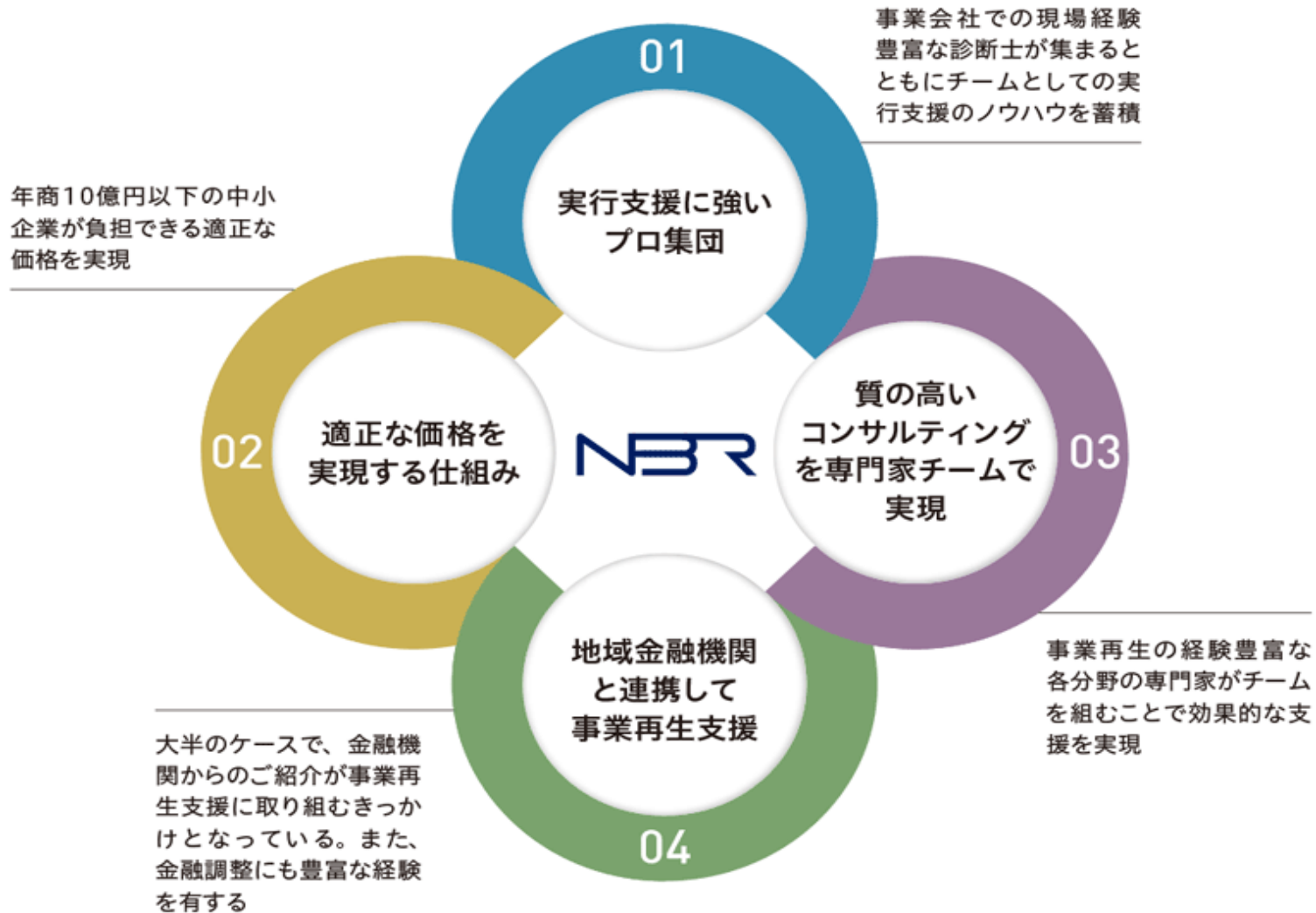
# 事業の目利きセミナーのご案内

NBR 合同会社

# 会社紹介

社名	NBR合同会社
代表社員	小西 敏明
TEL	052-581-2588
メンバー	社員 9名 フェロー 8名 (中小企業診断士、税理士、弁護士、社会保険労務士等)
設立	平成26年5月
主な業務	事業再生コンサルティングサービスの提供 事業再生支援コンサルタントの育成
コンセプト	地域金融機関と連携し、主に年商10億円以下の中小企業に対し、経営改善計画の策定だけでなく、計画の実行段階までサポートすることで、確実に事業再生に導くこと。

# 事業紹介



## 「事業の目利きセミナー」の背景

- 昨今、「事業性評価」という言葉を頻繁に耳にします。また、「事業性評価」を目的とした様々な「事業性評価シート」が作成されています。
- 一方で、「シートを埋めること」「数値入力」が目的に置き換わり、肝心の「事業の実態」がつかめないこともあります。

シートを埋めることや数値入力  
が目的に置き換わると・・・

### 数値入力

貸借対照表、損益計算書など

### シートを埋める

3C分析、SWOT分析など



**顧客は誰？ 何で儲けている？**  
→ **事業の実態がつかめないことも。**



# NBRが提案する「事業の目利きセミナー」

- NBRは、「事業の実態」を把握するには、「経営者との対話」が必要不可欠であると考えています。
- 本セミナーでは、対象となる企業の「経営者との対話」を通じて、「顧客」「自社」「仕入先」という3つの視点で俯瞰する「**事業の目利き力**」を身に付けることを目的としています。



## 「ビジネスモデル・グラスプ」の活用

NBRは、「事業の目利き力」を身に付けるために、「ビジネスモデル・グラスプ（商標登録申請中）」を作成し、これを活用した「事業の目利きセミナー」をご提案しております。

### 〔ビジネスモデル・グラスプとは〕

※グラスプ（grasp）・・・ぎゅっつかむ、しっかりと握る

**➡事業性評価シートの入口として事業の大枠をつかむもの。**

- 1. 「顧客」「自社」「仕入先」の3つの視点で事業を俯瞰**
- 2. 経営者との対話を促進するためのツール**
- 3. A4×2枚のシンプルな体裁**

# ビジネスモデル・グラスブ<sup>®</sup>①

## ■金属加工のビジネスモデル・グラスブ

<b>顧客</b> (顧客名)	自動車一・二次メーカー	自動車三次メーカー	非自動車メーカー	商社・代理店	<特記事項> (顧客業績見通し、当社の評価など)
	_____	_____	_____	_____	
	_____	_____	_____	_____	
	_____	_____	_____	_____	



<b>自社</b>	・独自技術(特徴)		・主要生産部品(売上比%)		・主な工程		<特記事項> (従業員年齢構成、技能承継、強み、課題など)
	社員数	名	_____	( )	<input type="checkbox"/> プレス		
	うち正社員	名	_____	( )	<input type="checkbox"/> 機械加工		
	パート	名	_____	( )	<input type="checkbox"/> 鋳造・鍛造		
	設計	名	_____	( )	<input type="checkbox"/> 塗装・表面処理		
	製造	名	_____		<input type="checkbox"/> 組立		
	検査	名	_____		<input type="checkbox"/> その他		
	出荷	名	_____		_____ 台		
・主要設備		<input type="checkbox"/> プレス機	_____	_____ 台			
営業	名	<input type="checkbox"/> 旋盤	NC 台、汎用	_____ 台			
その他	名	<input type="checkbox"/> フライス盤	NC 台、汎用	_____ 台			
		<input type="checkbox"/> マシニングセンター	_____	_____ 台			
		<input type="checkbox"/> その他	_____	_____ 台			



<b>仕入先</b>	材料仕入先	_____	外注先	_____	<特記事項>
	(消耗品など)	_____	(協力先)	_____	
	_____	_____	_____	_____	

# ビジネスモデル・グラスブ②

数値概要	直近	主要顧客	売上高	主要仕入先	仕入高	主要外注先	外注費
自社売上高	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
営業利益	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
経常利益	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
借入金	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____

(単位: □千円 □百万円)

## 【製造業の論点】

- ①主要顧客の海外移管の影響はあるか
- ②新規顧客開拓は出来ているか
- ③従業員の技能承継は出来ているか
- ④社員の採用・定着率はどうか
- ⑤設備更新は出来ているか
- ⑥材料自給 or 支給 の割合は
- ⑦顧客別に原価管理されているか。収益は確保されているか
- ⑧社外に協力先はあるか
- ⑨品質・コスト・安定納入(QCD)の課題は何か

社長のお困りごと・課題:

<メモ>



## ビジネスモデル・グラスプの19業種 (H30.6現在)

NO.	業種	NO.	業種
1.	金属加工	11.	建設業
2.	樹脂成型	12.	印刷業
3.	プレス成形	13.	運輸業
4.	設備機械	14.	医療サービス業
5.	繊維・インテリア	15.	高齢者施設サービス業
6.	食品	16.	児童福祉施設サービス業
7.	理美容・エステ・健康	17.	障がい者施設サービス業
8.	外食	18.	IT・ソフトウェア
9.	卸売業	19.	旅館業
10.	小売・スーパー		

※随時、追加していきます。

## セミナーの流れ（例）

1. 業界の論点
2. 3つの視点で俯瞰
  - 顧客
  - 自社
  - 仕入先（提供方法）
3. 事例紹介
4. [演習] 業界を把握するためのヒアリング
  - 個人演習、グループディスカッション、発表
  - ヒアリングで確認すべきポイント
  - ビジネスモデル・グラスプで事業を把握
5. まとめ

### 【対象】

20歳代～30歳代前半の若手社員

### 【レイアウト】

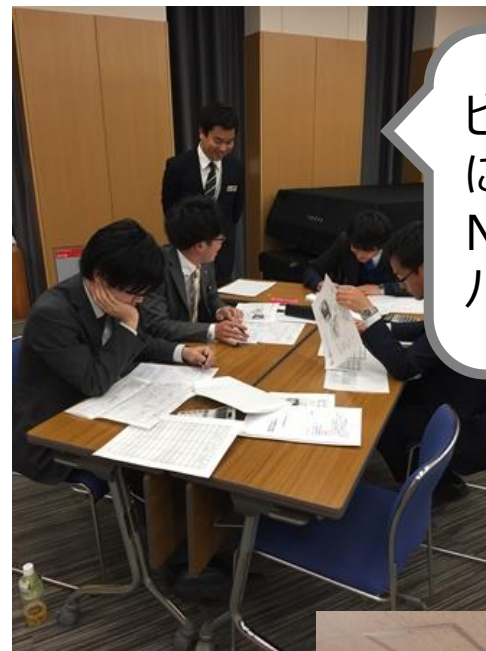
5～6名/1グループ



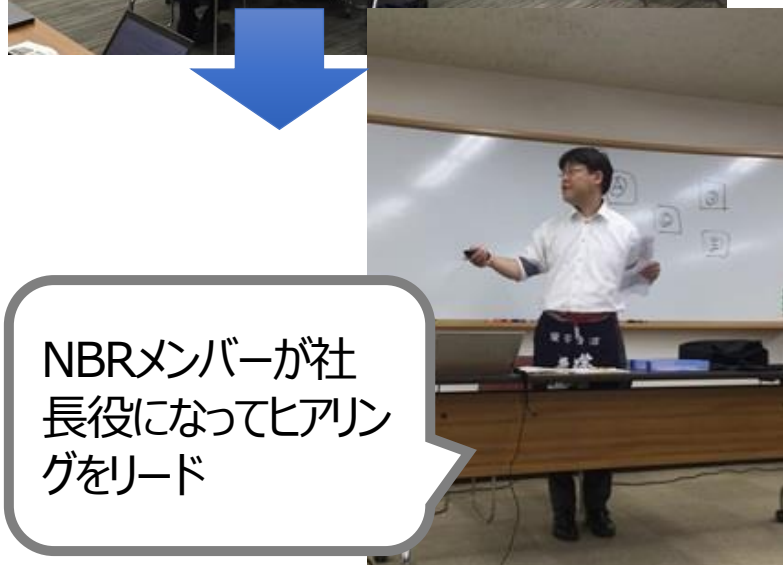
# 過去のセミナー実施の様子



業界に精通した講師より、3つの視点、業界の論点説明



ビジネスモデル・グラスプにより事業を把握  
NBRメンバーからのアドバイス



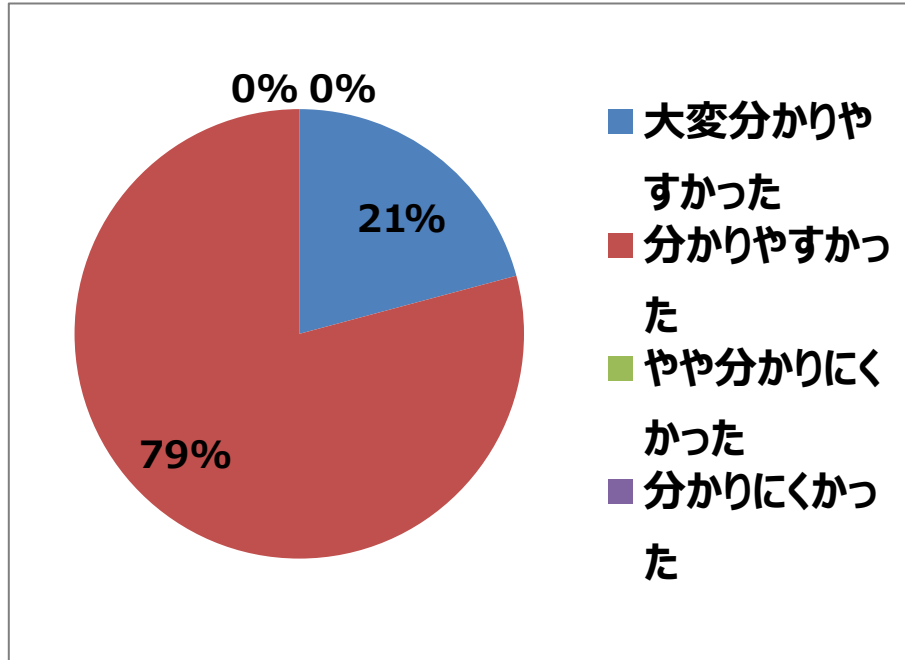
NBRメンバーが社長役になってヒアリングをリード

グループディスカッションの発表

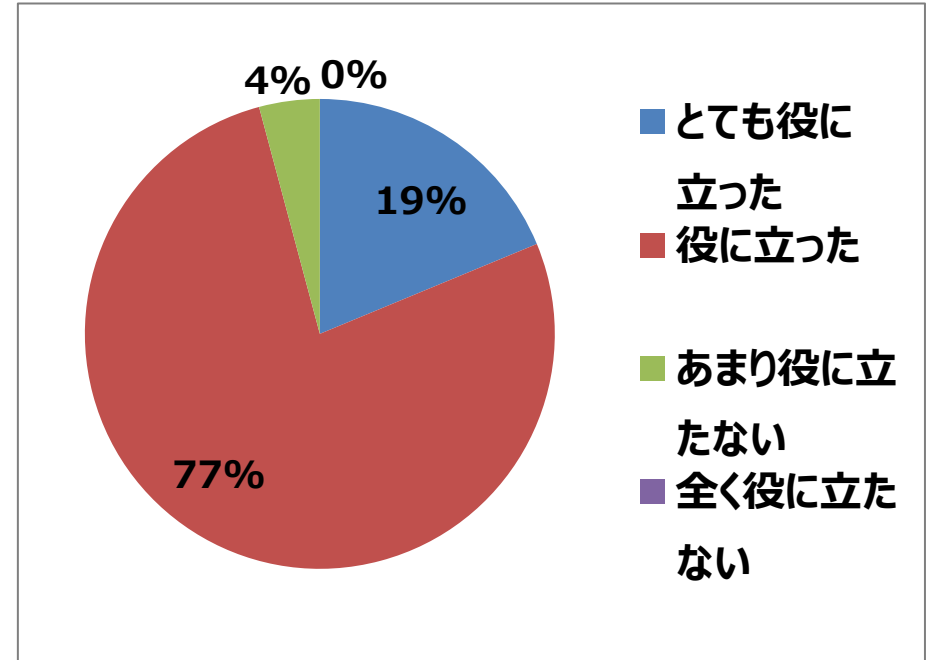


# セミナーの評価

## 本日のセミナーの内容はどうでしたか？



## 「ビジネスモデル・グラスプ」は有用でしたか？



## 【受講者の声】

- 売上が減ってる先が多いため、今後の参考になる。
- 飲食業は自店分析があいまいな部分が多いと思うので、ビジネスモデルグラスプを用いることにより、自店分析がしやすくなったと思った。
- 本日学んだことを次回建設業のお客様のところに訪問する際に「活用したいと思います」。

## まとめ～「事業の目利きセミナー」のポイント

「事業の目利き」とは、財務データや担保・保証に必要以上に依存することなく、企業の事業内容や成長可能性などを適切に評価することです。

そして、事業の形を捉えるために、必要なのはコミュニケーション力・社長に聞く力です。

**事業の目利きに必要な3つの視点「顧客」「自社」「仕入先」を把握。**

**→「顧客は誰か」「何で儲けているか」持続可能なビジネスモデルであるか。**

**ビジネスモデル・グラスプ<sup>®</sup>を活用した対話シミュレーション**

**→事業のことを一番知っているのは経営者。**