

2013 年度龍起業塾 講座レポート

You,
Unlimited



第5回 ビジネスプランはなぜ必要か ～ビジネスプランとは何か～

日時 2013年5月28日(火) 17:00～19:00
会場 龍谷大学 深草キャンパス 22号館304教室
講師 米田 明
中小企業診断所 代表取締役所長

2013年度龍起業塾の第5回目の講義が5月28日に開催されました。第5回目の講師は中小企業診断所代表取締役の米田明先生です。会社を3つ立ち上げた経験を交えながら、ビジネスプランについてお話しいただきました。



講義サマリー

ビジネスプランとは何か。どんなことをどこまで書けばいいのか。そもそもなぜビジネスプランが必要なのか。ビジネスプランの必要性とその概要について学びました。

ビジネスプランの概要

ビジネスプランとは、経営指針や事業計画と相似の概念で、事業を推進していく上での方向性と、その事業の正当性や価値を示すものです。事業をどの方向に持っていくか、何を目指すのか、そのためにどうするか等、事業を推進していくときの航海図のようなものです。つまり、事業展開を目指す企業家の意図と思考プロセス、そして熱い思いが凝縮された事業構想のエッセンス、事業全体の縮図。これがビジネスプランです。

ビジネスプラン作成の目的ですが、経営者によって様々です。しかし、多くは、目標を明確化することで、経営者自身の使命感ややる気の向上、全社員のやる気の向上、顧客・取引先・金融機関へのイメージアップ、対外的な信用力のアップなどを目的としています。

ビジネスプランの構成については特に決まりはありません。目的によって構成要素が異なります。基本的な要素としては①社会的背景②事業開始の動機③商品・サービス内容④ターゲット市場⑤事業の特徴⑥3か年事業計画がありますが、大切なことは、自社のアピールポイントを如何に伝えるかです。

◇ビジネスプランの構成例◇

- | | |
|---------------|--------------|
| 1. 事業概要 | 9. 生産計画 |
| 2. ビジョン | 10. 設備計画 |
| 3. 事業コンセプト | 11. 財務状況 |
| 4. ビジネスモデル | 12. 経営組織 |
| 5. 事業目標 | 13. 資金調達 |
| 6. 製品・サービス | 14. 問題点 |
| 7. 市場・顧客 | 15. 全体スケジュール |
| 8. マーケティング・販売 | |

ビジネスプランの作成過程

ビジネスプランの作成過程は①経営理念の決定②事業ドメインの決定③経営方針の決定④経営戦略の決定⑤経営計画の決定です。経営理念は、経営目的、どのような会社になりたいのか、ステークホルダーや地域環境に対する基本姿勢、大切にしている価値観でしている理念のことです。事業ドメインは、事業の範囲や領域のことです。事業ドメインを決定することは「戦う領域を決める」ことであり、同時に「戦わない領域を明らかにする」ことでもあります。経営方針はあるべき姿や目指すべき方向を決めます(誰に、何を、どのように)。その後具体的に競争戦略や商品戦略などの経営戦略をたて、さらに経営計画としてまとめます。

重要なのは顧客・ターゲット、顧客ニーズ、提供能力です。この3つが明確に結びついてなければ、企業存続はあり得ません。

マーケティング戦略(4P)

顧客・ターゲット、顧客ニーズ、提供能力をしっかりと考えるにはマーケティング戦略が重要になってきます。4Pは頭文字でそれぞれ Product (製品)、Price (価格)、Place (流通)、Promotion (プロモーション) です。

まず「何を売するのか？」という製品戦略を検討する場合、「ターゲットとするお客様が買いたい製品を販売する」という視点が重要になってきます。顧客は本当に必要な物や欲しいと感じるものにしか財布の紐を開いてくれません。そこで製品戦略ではターゲット顧客のニーズを詳細に分析して、常に他社の商品との差別化を図らなければなりません。

続いて「いくらで売するのか？」という価格設定を行なうことになりませんが、これは非常に重要です。価格は企業にとっては売上や利益に直結していますし、顧客にとっては購入に対してのハードルになるからです。企業が価格を設定する際には製品を提供するコストをベースに検討することはもちろんのこと、市場環境を十分に考慮に入れながら、最適の価格を決定する必要があります。

次の流通戦略では「どこで売するのか？」です。流通戦略では、ターゲット顧客の特性に応じて最適の流通網を築きます。ターゲット顧客の行動を分析して、最も接触が図れる流通網を整備することは重要です。

最後はプロモーション戦略です。現代では様々なマスメディアがあり、プロモーション戦略で活用することができます。プロモーションには大別すると2種類あります。それはプル戦略とプッシュ戦略です。プル戦略には広告とパブリシティがあり、パブリシティとは記事として取り上げてもらうことです。パブリシティは普通の広告よりも信憑性が高く、経費もかからないので積極的にメディアに働きかけるようにしましょう。

本日は概念的なことを学びましたが、次回は具体的な事業計画の立て方を学びます。実学になりますので退屈かもしれませんが必要なことですので頑張りましょう。