

ITな話

日出晴夫の



日出 晴夫

中小企業診断士。阿南市在住

<http://www.facebook.com/haruo.hinode>

平成二八年

も最後の月となりました。道行く人々の足取りからも年末特有の忙しさが感じられる季節となりました。

本格的な冬支度も必要な時期になったようです。

今年も、いろいろなことがありました。何と云っても衝撃的であったのは、

①英国のユーロ離脱

②トランプ大統領登場

が挙げられることでしょうか。ひよつとして、日本国憲法改正の日程が週上に上がったと云うことが、後世の歴史家の指摘するところとなるかも

ません。所謂、戦後のスキームが変わりつつあることは間違いありません。論を深めたいとは思いますが、やや、荷が重く、魑魅魍魎の世界でもあります。かつてよりの中小企業論とも絡めて整理したいと思っております。二九年の課題と認識しております。ご期待下さい。

HAL、sメンソッド

歴史潮流も気になるところではありますが、縁あって、中小企業庁関連の「よろず支援拠点」の業務を任じて、今年で三年を迎えました。経営コンサルとしての視点を考える場として、やや、心理的な抵抗もありましたが、何とか、個人的なスキームも作ることが出来ました。当初は、個人的なコンサル手法として手順化したものではありますが、集団指導も考えて、セミナー化も行いました。近日では、徳島ニュービジネス協議会さまの「第二創業セミナー」での受注もい

ただきました。本年の締めくくりとしてそのセミナー内容を紹介致します(次ページは、使用資料の一部です)。今後とも、宜しく御贖下下さい。

HAL、sメンソッド 具体例

実際のセミナーは、「お金の話から始めます。また、「人生論」についての世間話を経て、具体論へと進みます。順じて説明します。

①全体像

イメージとしての全体像です。導入部分です。

②全体仮説

まず、全体仮説としてのイメージを創ります。経験則として、事業イメージを作り出す。時間に余裕があれば、敢えて省略することもあります。

③気付きの発見

人生と向き合ってください。心を軽くすれば、思わぬ発見があります。この過程が、後日の発展を生むものです。

④SWOT分析

多くの先生方は、このフェーズからセミナーを始めます。案外、書けないものです。

⑤アクションプラン

SWOT分析より、直接のアクションは出てくるものではありません。ここでも、仮説・検証型でロジックを進めて下さい。

⑥プレスリリース

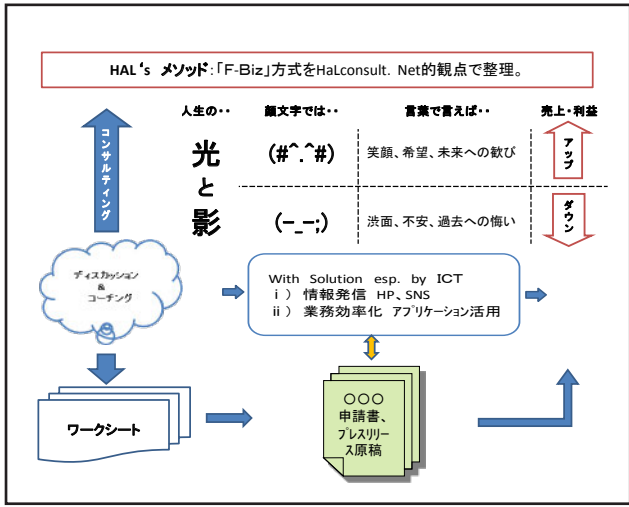
セミナー受講には、成果が必要ですが、このプロセスを経ることで、他者の眼に耐える成果物が出来きます。

このセミナーでは、この段階で始めて共同作業を想定しています。個人作業に重点を置いたセミナーです。

次ページには、書式だけでなく、具体事例も織り込みました。一度、受講してみてください。

来年もHAL、sメンソッドを中心として活動したいと思っております。宜しくお願い致します。

HAL's メソッド 処理手順具体例



① ; 全体イメージ

手順Ⅰ ; 事業仮説を立てて下さい。事例を使って解説します。・

仮説 コンサルティング機能が素晴らしい美容・健康・食育コミュニティーを作ります。

仮説抜きに進めることも可能ですが、仮説・検証型が早道です。抽象的な仮説で可。引き続き、要因の整理を行って下さい。

② ; 手順Ⅰ 全体仮説

手順Ⅱ ; 今までの経験を考慮して、気づき、感激、印象深い出来事を整理して下さい。外部要因と内部要因を区別して下さい。

内部要因→	いつ(頃)	気づき、impression	←外部要因
計画の仕入不足。担当責任を、わかっていない。	H24.2	在庫が残った。社長退席	
見込み仕入していた。運が良かった。	H24.3	顧客の笑顔があった	他店では品不足
教育が出来ていなかった。待遇に問題が?	H24.4	従業員が怒って辞めた	人手不足
いらいと悩ましているのに...? 顧客志向が無いのか?	???	抱り商品なのに、何故か売れない。	顧客が遠い付いていないのか?
従業員〇〇の接客は素晴らしい。	H24.6	顧客の笑顔があった。感激!	
価格設定が高すぎる。	H25.8	リピータが戻った。あの客が来てくれない! :(近隣に競合店出店
イベントがある時はバタバタ。	H24.8	急に若い顧客が増えたが、その後減減。地域のイベント開催。	
私に、人的魅力があるのかも?	???	長話をする顧客が増えた。忙しいが楽しい。	
店が狭い、店舗レイアウトに問題がありそう。	???	待合椅子が足りない時がある。	
トイレが和式。	???	高齢者よりのクレーンあり。	顧客の高齢化、経営者も高齢化?

③ ; 手順Ⅱ 気づき、経験抽出

手順Ⅲ ; クロスSWOTを行って下さい。・

		外部	
		機会	脅威
内部	強み	・私に人的魅力 ・従業員にも選材あり	・顧客密着度を高め「仲良しコミュニティ化」を要する。 ・「元顧客が私の魅力で」に「別」に!
	弱み	・店舗内装、レイアウトが旧式 ・客単価は下がらない。 ・従業員教育が低レベル	・サービス差別化 ・価格競争は避けたい。 ・抱り商品は従に溢さない。 ・従業員教育が低レベル ・従業員の教育訓練システム整備
		・地域のイベントが集客効果あり。 ・男性顧客も増えつつある。	・競合店が増えた

3. 4年先の姿が見えましたか? 手順Ⅰの仮説を検証して下さい。問題認識、課題設定フェーズに進みます。

④ ; 手順Ⅲ クロスSWOT

手順Ⅳ ; 問題認識から具体的なアクションまで落とし込んで下さい。

問題	仮説(why?)	検証	課題設定	アクションプラン
① コミュニティはあるが、他店も同じようなものかも?	中心課題ではあるが、家外、独自のかも? SNSも不十分か?	◎	SNSの活用	定期的更新、個人とビジネスの差別化
② 設備投資で解消か?	長期的効果はありそう。	△	代替え投資の時期を見て、投資計画を立案。	来年、機材が完了(該当増入金完済)するのに合わせて、新機導入。
③ 代表者はOJTに努めている否。	独立支援も必要か?	○	機業、ブランド化、ファン化。	将来構想(チェーン化)を文書化し、従業員と共有。
④ 競合店との差別化は何時もあるが、浮かばないか?	差別化は、技術だけか、コミュニティのあり方で店舗の個性は作れないか?	△	SNSの活用	動画、口に収録。
⑤ 抱りの商品、サービスは無くても良いのか?	自店では無理して、他業種との連携可能か?	△	地元業者との連携	石鹸、健康食品製造業者とのコラボ

具体的なアクションプランまでブレイクダウン出来たでしょうか? 顧客ニーズのインサイトを探して下さい。これらが具体的な短期事業計画の骨子となります。数値計画は、この後に作るようになります。

⑤ ; 手順Ⅳ アクションプラン作成

手順Ⅴ ; プレスリリースにも挑戦してみてください。

タイトル	*** 屯すれば、美容と健康が得られます ***
サブタイトル	美容室が地域の総合健康コンサルティングサービスへ変身します。
要約	徳島市で美容室を展開する〇〇は、△△で、■を提供することになりました。
特徴・詳細概要・背景	街づくりの一環として、〇〇.....
企業情報問合せ先	

お客様目線+客観的ジャーナリズム視点より自社の在り様が見えるようになります。SNS等の運用と合わせて検討下さい。

⑥ ; 手順Ⅴ プレスリリース作成