

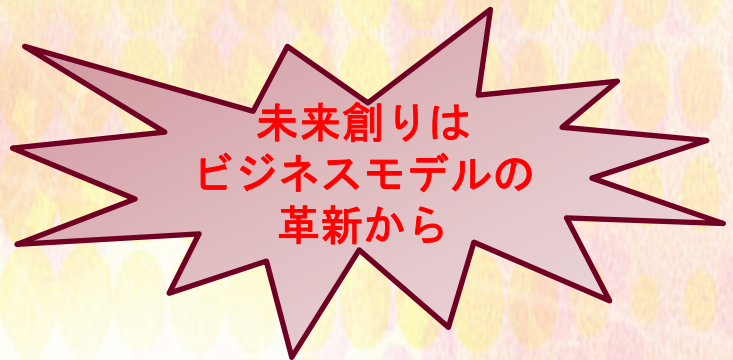
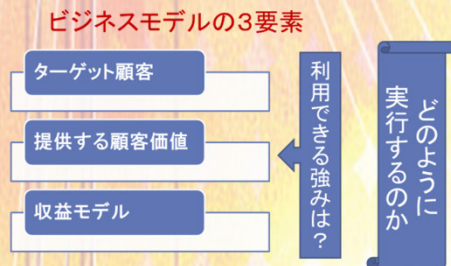
ビジネスモデル診断と革新

企業業績の改善・向上のためには、
現状の業務の中にある無駄や無理を発見し、改善することにより、
経営の効率化を図ることで、達成できることもあります。

一方で、その企業の主力商品・サービスが
時代のニーズに合わなくなったり、代用のものが台頭することにより、
急激に、売上が低下し、業績が悪化するケースも少なくありません。

後者の場合ですと、
単に小手先の商品・サービス改善等の策では、良い結果を得ることが難しくなり、
本質的なビジネスモデルの変革が必要となります。

ビジネスモデルとは



ビジネスモデル革新とは

- ビジネスモデル要素の変換により
(ターゲット、顧客価値、収益モデル)

- 【顧客価値の追求】
 - ・既存価値のレベルアップ
 - ・新価値の創出(例: デジタルカメラ)
- 【事業価値の追求】
 - ・収益の増大
 - (例: SPA; バリューチェーンの革新)



ビジネスモデル診断と革新 実行ステップ

- ① **【企業環境の現状把握】**
 - ・ ①企業概況や経営理念・目標、②主要商品・サービス、③事業の推移
 - ・ ④現状ビジネスモデル、⑤事業の変遷(歴史)、⑥事業環境(SWOT分析)
- ② **【現状診断と評価】**
 - ・ ①経営課題の抽出とビジネスモデルの評価・診断
- ③ **【新ビジネスモデルの案出】**
 - ・ ①事業分野の選定、②変換要素別発案
- ④ **【新ビジネスモデル構築の戦略検討】**
 - ・ ①事業性評価・選択、②課題抽出と戦略検討
- ⑤ **【新ビジネスモデルへの転換】**
 - ・ ①コンセプトの確立、②行動計画の作成

【お問合せ先】
(有)関西中小企業研究所
TEL 072-486-5182 FAX 072-474-3607
E-mail ksmr@rinku.zaq.ne.jp

22

診断項目	
	ビジネスモデル診断
	財務診断
	強み活用診断

21