

中小企業診断士の視点

@にいがた

第37回

自社の強みとビジネスモデルについて



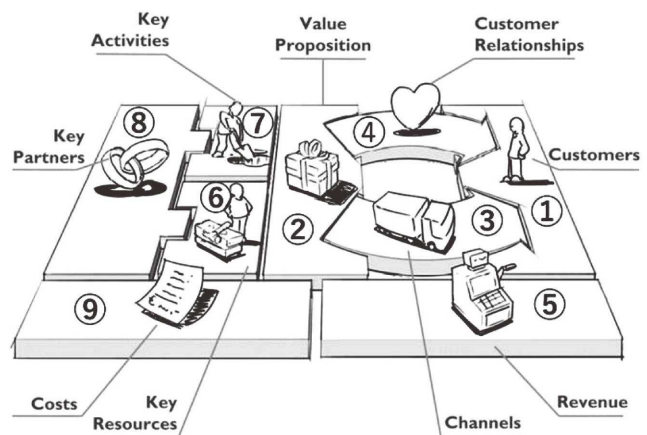
中小企業診断士 田邊 直樹
(一社)新潟県中小企業診断士協会

2019年の年末から今日に至るまで、変わっていないことを探す方が難しいほど、私たちの生活は大きく変わりました。経営環境は厳しさを増し、ウィズコロナ、アフターコロナや相次いで直面する制度変更にも適応することが求められています。昨今話題の事業再構築補助金では、経済社会の変化に対応するための、思い切った事業再構築を支援する内容となっています。公募要領の審査項目に記載がある「自社の強みを踏まえ」というキーワードが、自社の今後を左右する経営戦略を策定する上で、得に重要であると、日々の診断業務で感じています。

では、「自社の強み」とは何でしょうか。日々の忙しさの中でも一旦は、立ち止まり自社を見つめなおす機会を設けてはいかがでしょうか。

自社の強みを理解する際には、「ビジネスモデル」という観点が欠かせません。ビジネスモデルには、正式な定義はありませんが「どのように価値を創造し、顧客に届けるかを論理的に記述したものである。」とアレックス・オスターワルダ、イヴ・ピニョールが定義をしています。「価値の創造」と「提供」の仕組みを表したものです。具体的に考える上で、「ビジネスモデルキャンバス」というフレームワークをご紹介します。

図表の数字の順番で各ブロックに内容を記述していきます。図表の①には、顧客セグメント（顧客の特徴・ニーズ）図表の②には、価値提案（提供する価値・満足）図表の③には、販路・チャネル（どのように顧客に到達するか）図表の④には、顧客との関係（顧客とどのような接点を持つか・関係性）図表の⑤には、収益の流れ（料金体系）図表の⑥には、資源（ヒト・モノ・カネ・情報）図表の⑦には、主要活動（価値を生み出す活動・日々の業務）図表の⑧には、協力者（仕入れ先・協力者）図表の⑨には、コスト構造（変動費・固定費）をそれぞれ記載します。各ブロックには、関連性があり①から⑤は、顧客との関係と収入の流れを示し、⑥から⑨までは自社の活動とコストを指すことになります。ビジネスモデルキャンバスが、完成すると各要素間の関係が物語のように浮かび上がり、価値創造の数珠繋ぎが見えてきます。これが自社の強みの源泉であり、強みそのものということになります。このように自社のビジネスモデルを分析することで経営戦略を下支えする強みの源泉を明確化でき、戦略の見直しや新たな戦略を策定する際の判断材料となります。



【問い合わせ先】

新潟県中小企業診断士協会

ホームページ：<https://www.n-smeca.jp/>

電話：025-378-4021

Eメール：office@n-smeca.jp

今回、ご紹介したビジネスモデルキャンバスを経営戦略の策定の際にお役立てください。

（出典）ビジネスモデル・ジェネレーション（著）アレックス・オスターワルダ、イヴ・ピニョール