



山口市

起業家スキルアップセミナー -

主催 山口市 経済部商工振興課

1. 日時 平成22年01月23日(土)

02月13日(土)

2. 場所 山口市サンフレッシュ山口 視聴覚室

3. テマ 起業家スキルアップセミナー

4. 受託者 (株)FMSふじしま経営サポート
山口市平井822-7 山大通りオフィスビル2F
電話 083-924-3936 FAX 083-924-3904
Mail keieispt@fms9.com
URL http://fms9.com

5. 講師 盛重芳文、藤本賢司、藤島公平

6. 受講対象者 山口市内 起業志望者、起業5年以内の方



7. 協力 NPO法人 山口県アクティブシニア協会

社団法人 日本経営士会 山口県会

オリエンテーション

山口市経済部商工振興課
(株)FMSふじしま経営サポート

- 主催者の目的
山口市 経済部商工振興課
山口市内の産業の振興 起業家への支援
- 受講者の目的
受講対象 今から起業を目指す人、起業準備している人、起業5年以内の人
- 受託者セミナー-実施者の目的
受講者の夢・意欲 実現をサポートする

受講者の課題を把握 解決策を助言する
起業・事業運営の基礎的知識の習得
重点 営業の実践基本知識の習得
事業運営に必要なマニュアルの供給 別添 文書フォーマット提供
起業に対する支援策の知識供給
受講事後、起業事後のフォローアップ ワンストップ個別相談対応の約束
- 実施プロセス
受講者の課題把握 事前実態申告
起業の動機、何をしたいか、誰と、誰を相手に、どのようにして、
どこで、何時、事業計画は

セミナー	2回2日	1月23日(土)	2月13日(土)
1日目	オリエンテーション		盛重 芳文
	ベンチャ-企業、ビジネスの視点		盛重 芳文
	貴方の想定する市場は		藤島 公平
2日目	営業の基本		藤本 賢司
	マーケティングの基本		藤本 賢司
	準備すること 知っておく事		藤島 公平

「貴方が想定する市場 の実態をどう知り、 どうアタックするか」

講師 盛重 芳文

- ・ 自分を知る
- ・ 相手を知る お客様を知る
- ・ 環境を知る 経営環境 SWOT分析
- ・ 商品の原則 収益の確保

ベンチャ - 企業、ビジネスの視点

講師 盛重 芳文

・ 自分を知る

適性、 やる気=意欲、 能力=キャパシティ・ポテンシャルの喚起
成功する人、苦勞する人、努力で克服する人、成功が困難な人

適性

リーダーシップ型 マネ-ジャ型 社長、部長型 ラグビーサッカー型
専門家型 研究家型 独創型 大学教授 医者 ゴルフ、テニス型
作業型 非正規労働者型 指示命令忠実型 志向計画不得手型
スタ-個性派型 歌手 俳優 画家 特殊技能

やる気

積極型 攻撃型 積極的消極
消極型 守勢型 克服積極的 自然消極的 事態回避型
情熱と信念

能力

キャパシティ 後天的に拡大 努力、苦勞、勉学 知識 技術
ポテンシャル 遺伝的 幼児習得的 天性的
独創性

経験と得意技

分野の人脈、 知識、 技術
情報処理 情報システム知識と技術

資金の現実と対策

レバレッジ 梃子の原理
梃子になる資金を貯める、又は資本調達
自己資金 自分の貯金、お父さんお母さんの貯金、友人有志の出資
他人資本 金融機関から借入
梃子を拡張、延長する 太くする
収益、資金調達、金融借入
資金支援策 支援策含めて 別途一覧表

・ 相手を知る お客様の原則

産業分類

- ・ あなたの事業はどの分類か
- ・ お客様の事業はどの分類か
生産者 卸売業 小売業 サ-ビス業 消費者 の実態プロセス

経済の発展 取引の変転 複雑化

生産者----- 消費者
生産者----- 小売業者----- 消費者

生産者-----卸売業者-----小売業者-----消費者
 生産者-----消費者-----小売業者-----消費者
 生産者-----消費者-----消費者

インタ-ネット介在

生産者-----大手小売業-----消費者
 量販店介在

生産-----金融-----流通-----市場
 通信販売

生産-----生産-----金融-----流通-----市場---消費者

農林水産製品 工業製品 ソフトサ-ビス製品 金融証券商品

企業-----市場 お客 消費者

介在するもの

取引 金銭 対価
 コミュニケ-ション 信頼性 ブランド
 競争企業の存在
 品質 価格 機能 用途 性能
 市場競争
 取引者数最小化の原則
 金融証券 介在の混乱

マスマ-ケティング 市場の細分化 ワンツ-ワンマ-ケティング

市場の細分化 個性化

TPOS 時間-朝方夕方 場所-町田舎 機会-ビジネス 遊び
 スタイル-年齢層性別

製造生産 販売 消費 流通経路チャンネル

製品 商品の特性

同質同一 商品-----価格競争	非価格競争 -----異質 独自性 商品
流通機能-----多面他社チャンネル	独自自社直接チャンネル
全般市場-----市場地域全般	市場地域部分独占-----部分市場
直接市場 顧客-----完成品	中間製品 OEM-----間接市場 顧客

流通経路拡大 大量顧客	大量生産品	少量生産品-----流通経路 顧客 少量
量的-----少量 大量	時間空間-----短時間 長時間	大きさ-----小さい 大きい
危険性-----安全性	保存性-----短時間 長時間	

事業戦略のポ-トフォリオ

成長性	高い	花形製品	戦略的製品
	低い	金のなる木製品	低迷製品
		高 い	低 い

製品のライフサイクル

1. 導入期揺籃期
2. 成長期
3. 成熟期
4. 衰退期

新製品開発費 市場導入費用 利益が出ない時期

顧客増大 生産合理化 利益貢献時期

売上高鈍化 競争対策費用、製品の多様化 利益圧迫減退期

売上高減退 生産設備老朽化 利益減退期

新製品開発のプロセス

1. アイデアの創造
2. スクリ-ニング 整理分類
3. 事業性の分析
4. 開発
5. テスト
6. 市場導入

環境を知る

・経営環境分析

マイケルポーター「競争戦略論」

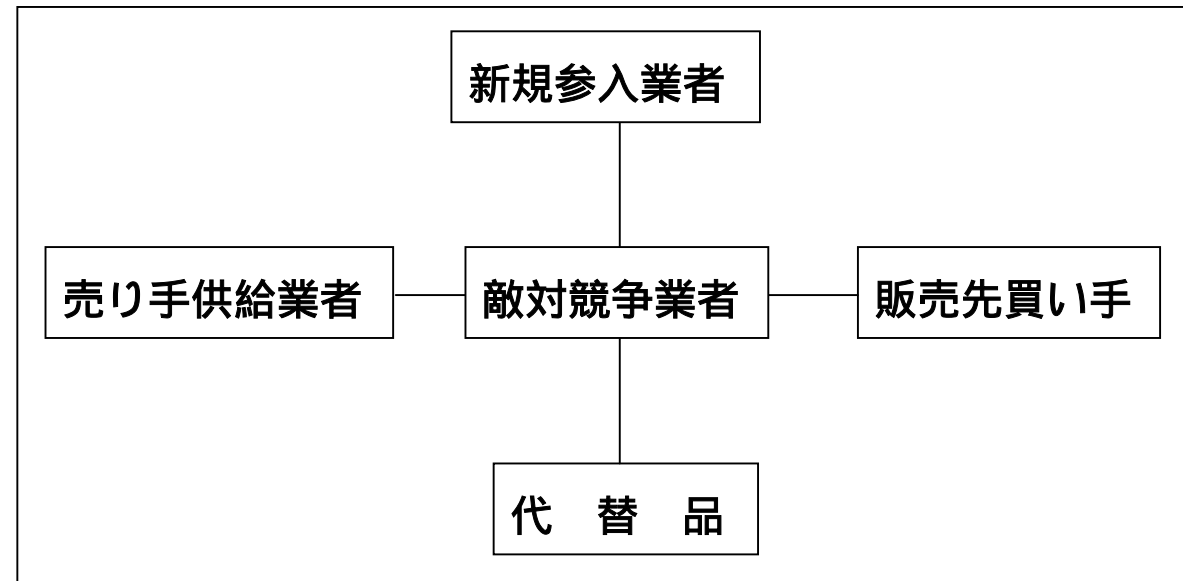
「Integrated Marketing Communication」活動

物真似から独自性、地域価値、業界価値 使用者価値を追求する経営戦略を提唱した人です。日本が追いつき追い越す目標で来て、追いついたら目標を失った時に独自の価値論を追求する経営を勧めて日本は世界のトップに躍り出ました。物真似経営の終焉でした。当初は物真似、しかし物真似だけでは価格主導権がとれずいつも低収益、下手をすると倒産です。

・SWOT分析 自分と環境の認識です

別紙環境分析フォ-マット参照

ポーター 五つの競争要因



市場のリーダーかニッチャーか

リーダー 市場シェア最大の企業 強者の戦略
 挑戦者 2~3番手 リ-ダ-を目指している
 追随者 現状シェア維持に主眼を置く 4~5番手

ニッチャー 特定市場細分化して専門家しているシェアの低い企業 弱者戦略

- 特定需要専門化 デルパソコン
- 顧客規模別専門化 レオパレス
- 特定地域専門化 寒冷地仕様
- 流通経路別専門化 FUNAI 電気
- 特定製品ライン専門化 四輪駆動車 富士重工業
- 特定品質帯専門化 シャ-プ

何かで一番 小さいことで一番 一番を一つずつ増やす

正面攻撃、側面攻撃 迂回攻撃

何かで地域 NO1 町内で一番 市内で一番 県内で一番 中国地方で一番
 この商品 この技術 この品質 この安全性 この環境対応 この美味しさ
 この機能 この見栄え このスピ-ド この確実性 この多様性
 この五感

情報システム競争 情報収集

計画システム競争 市場へのマッチング競争
 実施システム競争 調査 研究 生産 納期 品質機能 流通機能

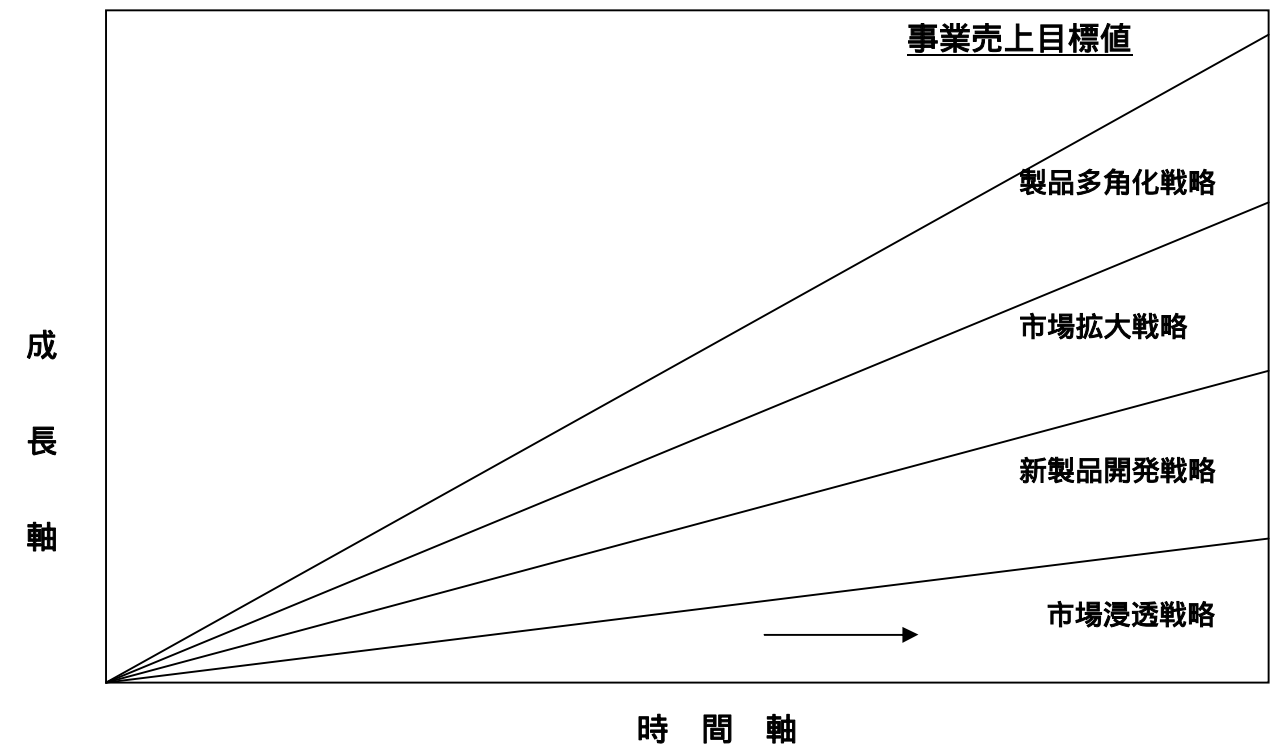
商品の原則

・アンゾフの成長理論

成長 競争 生存 収益確保の原則
 製品と市場マトリックス
 アンゾフの企業成長図式

	既往製品	新製品
既往市場	市場浸透戦略	新製品開発戦略
新市場	市場拡大戦略	多角化戦略

アンゾフの成長ベクトル



財務マ-ケティング

開発 製造 販売に至る総費用の積算と価格設定

開発費用 製造原価 販売費用

売上高 - 総費用 = 利益 その時間的推移計画

変動要素 不確実性

広告費の投入が必要数量を増加させる
 品質差別化で価格が優位に設定できる
 価格が上がると需要が少なくなる
 販売量、生産量が増えると価格は下げることができる
 景気の良い環境が良いと販売量が伸びる

流行の時期には大量に売れる

価格の要素

基本価格、付属品価格、公表価格、メーカー希望価格 実際価格、
割引率、支払条件
標準品、高級品 クラス別価格、付属品価格

「貴方が想定する市場 をあぶりだしてみよう」

サム ウォルトン 事業で成功する10ヶ条

1. 自分の事業にのめり込みなさい
私は仕事に注ぐ情熱だけで個人的な欠点を全て克服してきたように思う。
2. 全ての社員と利益を分け合いなさい
彼らをパ-トナ-として扱えば期待以上のことをあなたと一緒にやってくれるだろう。
3. パ-トナ-がやる気を出すようにしなさい。
金銭や所有権だけでは充分ではない。 挑戦を続けさせるために管理職の間で互いの仕事を交換させなさい。
4. 社員に出来るだけ全てのことを知らせなさい。
情報は力であり 同僚に権限を与えることによって得られる利益は競争相手に情報を与える。危険を補ってあまりあるものである
5. 事業のために社員が行う全てのことを高く評価しなさい
時宜を得た心からの賞賛の言葉は何ものにも代えることのできないものである。
それには全く金はかからないが巨額の金に匹敵する価値がある。
6. 成功を喜び失敗の中にユ-モアを見出しなさい
リラックスしなさい。そうすれば周りの人全てがリラックスするだろう。
7. 会社にいる全ての人の話を聞きなさい
彼らに話をさせる方法を見つけなさい。組織の末端の方にも責任を持たせその中から良いアイデアが生れてくるようにしなさい
8. 客の期待をこえなさい。
彼らが望んでいるものをしかも少しだけ多く与えなさい。間違いは全て償いなさい。
そして言い訳をせず謝りなさい。
9. 競争相手よりもうまく経費をコントロールしなさい
多くの様々な間違いを犯しても効率的に経営を行えば回復することができる。
10. 逆流に向かって泳ぎなさい
人とは違う道を行きなさい。昔からの智慧は無視しなさい。 以上

講師 藤島 公平

- ・ 盛重講座を受けて「市場」の理解度を聞く
- ・ 貴方にあった市場の発見の為に以下のことを整理してみましよう
- ・ 貴方の向かうべき市場をシートに書き込んで見ましよう

・盛重講座を受けて「市場」の理解度を聞く

・貴方にあった市場の発見の為に以下のことを整理してみましょう

貴方のしたいこと

貴方の能力・資格・経験

貴方の起業の環境

・貴方の向かうべき市場をシートに書き込んで見ましょう

貴方が目指したい市場をまとめるシート			
氏名		現状	既に起業 起業計画中 起業を検討してみい
・起業予定又は既に起業している業種は?			
・貴方が売ろうとしている商品・サービスは? (秘密にしたい場合はけっこうです)			
・想定している市場について?			
年齢層			
所得階層			
性別			
地域			
その他			
・その市場の存在や需要などを、どのようにして調査する予定ですか?			
・その市場の今後の動向を、どう想定していますか?			
・その市場に売り込むための、課題(悩み)は何ですか? その課題を実現するためには何が必要だと思いますか?			
課題		実現の条件	
・今回のセミナー講師たちから何らかの支援を受けたいことがありますか?			

「起業家が販売で勝つ方法」

講師 藤本 賢司

はじめに

貴方の「起業家適正度」

起業家「営業の基本」

営業の実践思考

営業戦略ゲーム

起業家が販売で勝つ方法

おわりに

はじめに

起業家としての心構え～創業：成長＝繁栄への道
起業家の「EQ 経営力」～個性と感性＋人間力

貴方の「起業家適正度」

- ・ワークショップ＝起業家としての適応性＝
「ビジネスアドベンチャー診断」
「家族／親族 協力度」チェック

起業家「営業の基本」

- ・「企業」の目的は？

- ・「営業」とは何？

- ・「営業利益」を確保するには？

- ・「お客づくり」を どうする？

営業の実践思考

- ・基本的な考え方

攻撃的思考を持つ＝闘争心、向上心

ビジネスマナーを大切に＝明朗快活、清潔感

- ・出かける前の準備

自分の「強み」「弱み」の確認（SWOT 分析）

目標の設定、問題点の洗い出し

自己管理～時間管理 と 件数管理

- ・「エレファントテクニク」象のジグソーパズル

～大きい課題を細分化して処理する～

- ・「お客づくり」の基本思考

お客（顧客観）性善説（親切に）

競争会社 自社（主観）自己自社中心

（競観）性悪説（弱点を突く、差別化）

営業戦略ゲーム

【顧客感情と売る側の心理】

- ・山口市商店街での「お買い物」

道場門前～米屋町～中市商店街

買い物をした ・何を？何故？

買い物をしなかった ・ その理由は？

... 上記「買い物経験」から「売る立場」へ

【マーケティング】を考えてみよう！

- ・マーケティングとは？

- ・マーケティング戦略とは？

～誰に、何を、どのように～

- ・マーケティング・ミックス「4P」

Product	プロダクト	商品：サービス
Price	プライス	価格：値段
Place	プレース	立地：流通：店舗
Promotion	プロモーション	広告宣伝：パブリシティ

- ・「ロコミ」と「リピーター」

起業家が販売で勝つ方法

《売れるシステムづくり》

～顧客増大方法～

- ・トリプル Win 作戦＝仕入先：自社：お客
- ・営業「四タイプ」＝お客主体：自社主体
- ・顧客開発方法＝狩猟型：農耕型
- ・人脈術＝ アライアンスパワー の活用

《三つの営業成功》ポイント

- 1 訪問件数を増やす
- 2 ファンを持つ
- 3 ギブ ギブ& テイク

おわりに

- ・「三つの壁」に陥らない
- ・「倒産社長」パターンに注意する
「良い会社」を目指す

「起業への準備」

講師 藤島 公平

- . 起業のために準備しておくこと
- . 起業したら必要なこと
- . 事業計画書
- . 起業の形態
- . 起業支援制度 別添ファイルを参照。

- . 起業のために準備しておくこと
 - 人材（ひと）
 - 商品、店舗や事務所、設備（もの）
 - 資金（かね）
 - 環境調査（対象人口動態調査、競合他社調査 etc）情報計画書
- . 起業したら必要なこと
 - 事業形態
 - 許認可（必要な場合）
 - 広報の方法
 - 労務関係
 - 会計処理、税務処理
- . 事業計画書は必須
 - 計画書のフォ - マットは別添ファイルを参照
 - 事業概要 事業の目的 目標 理念
 - 事業内容 事業の特徴 セ - ルスポイント
 - 対象市場環境分析 市場の存在、大きさ、今後の動向
 - 販売計画 売上計画 仕入計画 商品計画
 - 営業計画 対象顧客層の確定、販促の方法、ツール
 - 人員計画 パートナー 従業員 雇用形態 給与体系
 - 設備計画 店舗、事務所、生産設備、販売設備、事務設備
 - 資金計画 自己資金、出資金、借入金
 - 損益計画 どの程度の期間で黒字化できるか
 - 事務管理 経理事務、元帳記録 領収証 現金 預金 仕訳伝票 資金繰り
 - 決算事務 月次 半期 年間 試算表、決算書、資金繰表
- . 起業の形態
 - 個人経営
 - 法人経営 株式会社 合同会社 LLP LLC
 - 企業組合 協同組合 協業組合
- . 起業支援制度 別添ファイルを参照。
 - 経営相談 起業塾 創業塾 エキスパート 個別相談 ベンチャーフェア
 - 相談機関 山口市役所 山口商工会議所、山口市中小企業支援センター - 山口県中小企業支援センター -、山口県商工会連合会 etc
 - 創業融資 日本政策金融公庫 各銀行 信用保証制度 ベンチャーファンド
 - 税制 エンジェル税制 特別償却