

小売業編

＼ 10分で経営状況が「見える＋気づく」／

シグナル^{Wi-Fi}

事業活動チェックノート



Retail business



POINT

- ☑ 経営状況を簡単に自己診断できるチェックノートです。
設問は全16問、5～10分程度で完了します。
- ☑ ご希望に応じて課題解決に向けたサービスのご案内や
相談内容に応じた専門家をご紹介します。



日本政策金融公庫
国民生活事業

自己診断してみましょう!

経営環境の変化が激しい中、事業を継続していくためには、

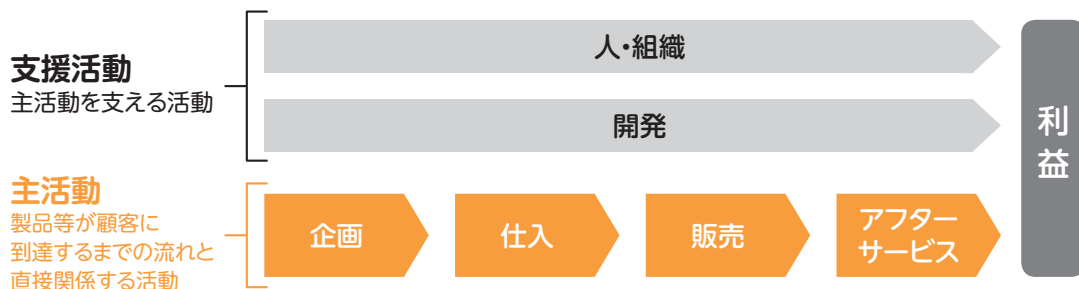
平時から経営状況を点検することが重要です。

本資料は、機能ごとに分類した事業活動(※1)に沿って、経営状況を簡単に自己診断できるチェックノートです。設問は全16問、5～10分程度で完了します。

自己診断の結果(※2)は、レーダーチャートで「見える化」することができます。(※3)



(※1)下の図のように事業活動を機能ごとに分類し、どの機能に強みや弱みがあるのかを分析するためのフレームワークを「バリューチェーン」といいます。小売業では、主に次のようなイメージになります。今回のチェック項目は、主活動(オレンジ色の箇所)ごとに4つに分類しています。



(※2)診断結果が公庫とのお取引に影響を及ぼすことはありません。

(※3)日本公庫ホームページに掲載されているEXCELファイル「入力シート」の「診断チェック」(P3)を入力することで、「事業活動の見える化」(P4)が自動作成されます。

https://www.jfc.go.jp/n/service/dl_kokumin.html



【診断チェック】

経営の状況を踏まえ、各項目の質問に該当する場合はチェックをつけてください。

小売業

	事業活動	経営資源	質問	チェック
Q1	企画	人材・組織	今後の経営方針や商品企画を話し合える人材がいない	☐
Q2		設備・商品	商品のアイデアは目新しさに欠ける	☐
Q3		資金	資金が不足しており、新商品を企画する余裕がない	☐
Q4		情報	新商品等を企画する際に、 自社のデータや他社のサービスは参考にしていない	☐
Q5	仕入	人材・組織	仕入価格や支払条件の交渉力がある人材がいない	☐
Q6		設備・商品	一定数の不良品がある	☐
Q7		資金	売れ残っている商品が増えてきた	☐
Q8		情報	商品ごとの原価率は把握していない	☐
Q9	販売	人材・組織	従業員によって接客レベルに差が大きい	☐
Q10		設備・商品	ターゲット層を意識した売り場づくりができていない	☐
Q11		資金	販売量を増やすために値引きをすることが多い	☐
Q12		情報	商品ごとの購入層や単価は把握していない	☐
Q13	アフターサービス	人材・組織	人手不足でアフターサービスや顧客管理まで手を回せない	☐
Q14		設備・商品	顧客の口コミ等を把握する仕組み(システム)がない	☐
Q15		資金	すぐに売上に繋がらない顧客管理やアフターサービスについては、実施する余裕がない	☐
Q16		情報	顧客データや顧客からの意見を管理していない	☐

小売業

【事業活動の見える化】

診断結果を見える化しましょう。【診断チェック】の結果を点数表に応じて計算してください。

【点数表】

各項目の チェック数 0→8点
チェック数 3→2点

チェック数 1→6点
チェック数 4→0点

チェック数 2→4点

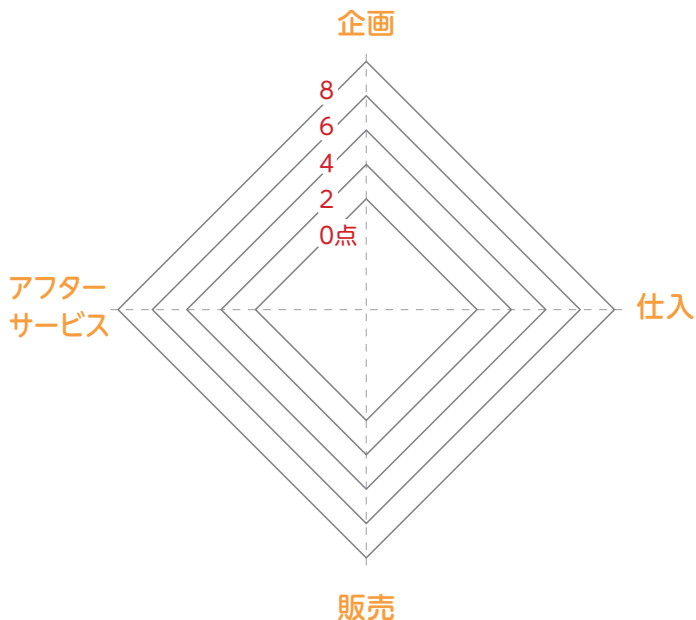
見える化① (事業活動)		チェック数	点数
企画	Q1～Q4		
仕入	Q5～Q8		
販売	Q9～Q12		
アフターサービス	Q13～Q16		

見える化② (経営資源)		チェック数	点数
人材・組織	Q1、Q5、Q9、Q13		
設備・商品	Q2、Q6、Q10、Q14		
資金	Q3、Q7、Q11、Q15		
情報	Q4、Q8、Q12、Q16		

見える化①

事業活動ごとに見える化

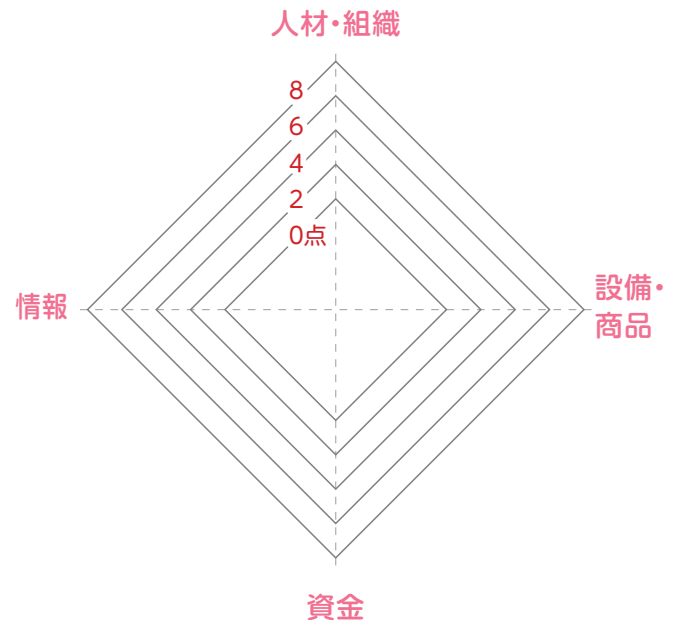
見える化①の点数(色網掛け箇所)に応じてレーダーチャートを完成させましょう。



見える化②

経営資源ごとに見える化

見える化②の点数(色網掛け箇所)に応じてレーダーチャートを完成させましょう。企業が事業を継続していく源である「人材・組織」、「設備・商品」、「資金」、「情報」に分けて見える化しています。



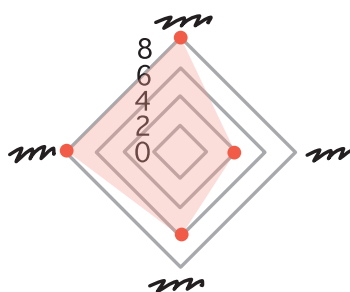
「気付いたこと」を 書き出して見ましょう!

ステップ①「自己診断チェック」は、**自社の状況を見える化し、把握するところに意義があります。**

そのうえで、お客さまに付加価値を提供したいところへ経営資源を配分することが重要となります。したがって、項目によって点数にバラつきが生じることもありますが、全体的に低い場合は注意が必要です。

詳しい分析をしたうえで、早めの対策を講じることができるよう、まずは、**ステップ①「自己診断チェック」を終えて「気付いたこと」を書き出してみましょう**(※)。

巻末には、日本公庫で実施している課題解決のためのサービスを掲載しています。お困りのことがございましたら、お取引支店までお気軽にご相談ください。



(※)「経営状況『気付き』ノート」(P6-7)は、日本公庫ホームページに掲載されているEXCELファイルの「入力シート」からも入力できます。

https://www.jfc.go.jp/n/service/dl_kokumin.html



診断結果を踏まえて、気付いたことを書き出してみましょう。

(注)すべて埋める必要はありません。

小売業

【内部環境】

企画

(例)オリジナル商品を企画したいが方法が分からない

仕入

(例)仕入価格の交渉はまったくしていない

販売

(例)接客についてクレームを受けたことがある

アフターサービス

(例)アフターサービスを担当する人材がいない

人材・組織

(例)一緒に商品のアイデアを考えてくれる
従業員がいない

設備・商品

(例)店舗が老朽化して、顧客が入りづらい雰囲気になっ
ている

資金

(例)もっと宣伝してお客さんを集めたいが、
資金が足りない

情報

(例)顧客の評判が気になるが、
それを確認する仕組みがない

【外部環境】

小売業

経済や社会の動き

(例) ネット販売のサイトが台頭している

販売先や仕入先の動向

(例) 値下げをしないと買ってくれない

競合や新規参入の状況

(例) 近隣にショッピングセンターが進出してきた

日本公庫に、具体的にご相談したいことやご希望されることがございましたら、以下にチェックをつけていただきお取引支店までご提出ください。

- ☐ ① 資金繰り・資金調達
- ☐ ② 経営課題の解決(販路開拓、コスト削減等)
- ☐ ③ 業界動向や同業他社等の良好事例の提供
- ☐ ④ 外部専門家や専門機関の紹介・活用

その他、ご要望がございましたらご記載ください。

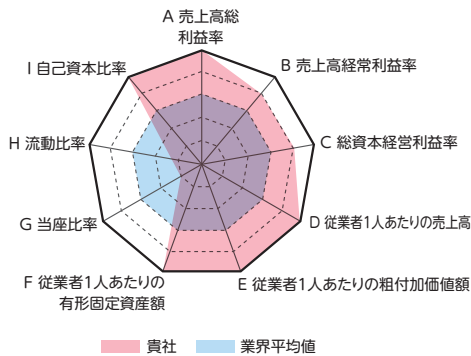
御社名

決算書を踏まえて財務面の状況が知りたい...

財務診断サービス

日本公庫では、お客さまの決算データを基に小企業の収益性や生産性などの指標値を集計しており、この指標値と比較して、自社の収益性等がどの程度なのか、といった立ち位置を確認していただくことが可能です。**経営状況に加えて、財務面の見える化を行いたいという方におすすめです。**

(注)個人企業や決算期間が12カ月未満の法人企業の場合等、本サービスをご利用いただけないケースがございます。



指標名		貴社の数値 令和2年8月期	経営指標	差異
収益性	A 売上高総利益率(%)	40.6	28.4	12.2
	B 売上高経常利益率(%)	2.2	▲ 1.0	3.2
	C 総資本経営利益率(%)	1.5	▲ 1.7	3.2
生産性	D 従業員1人あたりの売上高(千円)	21,803	16,808	4,995
	E 従業員1人あたりの粗付加価値額(千円)	6,001	4,351	1,650
	F 従業員1人あたりの有形固定資産額(千円)	26,815	5,283	21,532
安全性	G 当座比率(%)	133.7	145.4	▲ 11.7
	H 流動比率(%)	164.8	287.1	▲ 122.3
	I 自己資本比率(%)	2.0	▲ 8.9	10.9

自社の外部環境・内部環境を整理して経営の課題を明らかにしたい...

SWOT分析サービス

企業を取り巻く「外部環境」に潜む機会(Opportunity)や脅威(Threat)を発見するとともに、組織の内部環境にある自社の強み(Strength)と弱み(Weakness)を抽出し、これら4つの要素を基に、現状を整理いたします。**本診断結果の内容を踏まえて、もっと詳細に現状を整理したい、経営の課題を明らかにしたいという方におすすめです。**

S trength - 優れた営業マンが多い - 製品開発が優れている - 生産設備に強みがある - etc 強みを生かす!	W eakness - 経理面の人材が不足している - 外注先の技術力に不安がある - 借入金が多い - etc 弱みを克服!	O pportunity - 地域の景気が上向いている - 地域の人口が増加している - 新規参加者が少ない - etc 機会を捉える!	T hreat - 同業者間の競争が激化している - 取引先の売上げが減少している - 仕入れ価格が上昇している - etc 脅威を回避!
--	---	--	---

同業他社等の良好事例を知りたい...

同業他社等の良好事例の提供

日本公庫では、コロナ禍を乗り越えようとさまざまなアイデアや工夫を重ね、企業として持続的な効果をあげることができるような取組事例をご紹介します。



<https://www.jfc.go.jp/n/corona-jirei/index.html>

今後の方向性を踏まえて事業計画を作成したい…

経営改善計画書策定支援

今後取り組んでいくべき具体的な経営改善策の検討と、数値計画の作成をお手伝いいたします。**経営の課題解決に取り組みたいがどこから手を付ければよいかわからない、数値計画の作成が苦手という方におすすめです。**本サービスをご利用いただく場合は、前記の「財務診断サービス」、「SWOT分析サービス」も併せてご利用いただくことを推奨します。



外部専門家に相談したい…

外部専門家や専門機関の紹介

日本公庫では、経営に関する各種情報のご提供など、さまざまなご相談を承っております。専門的なご相談については、ご希望に応じて外部専門家にお取次ぎいたしますので、ご活用ください。

お取次ぎ可能な
外部専門家

- ・商工会議所・商工会
- ・生活衛生同業組合
- ・都道府県生活衛生営業指導センター
- ・日本貿易振興機構(ジェトロ)
- ・事業承継・引継ぎ支援センター
- ・税理士会
- ・司法書士会
- ・行政書士会
- ・弁護士会
- ・よろず支援拠点 など

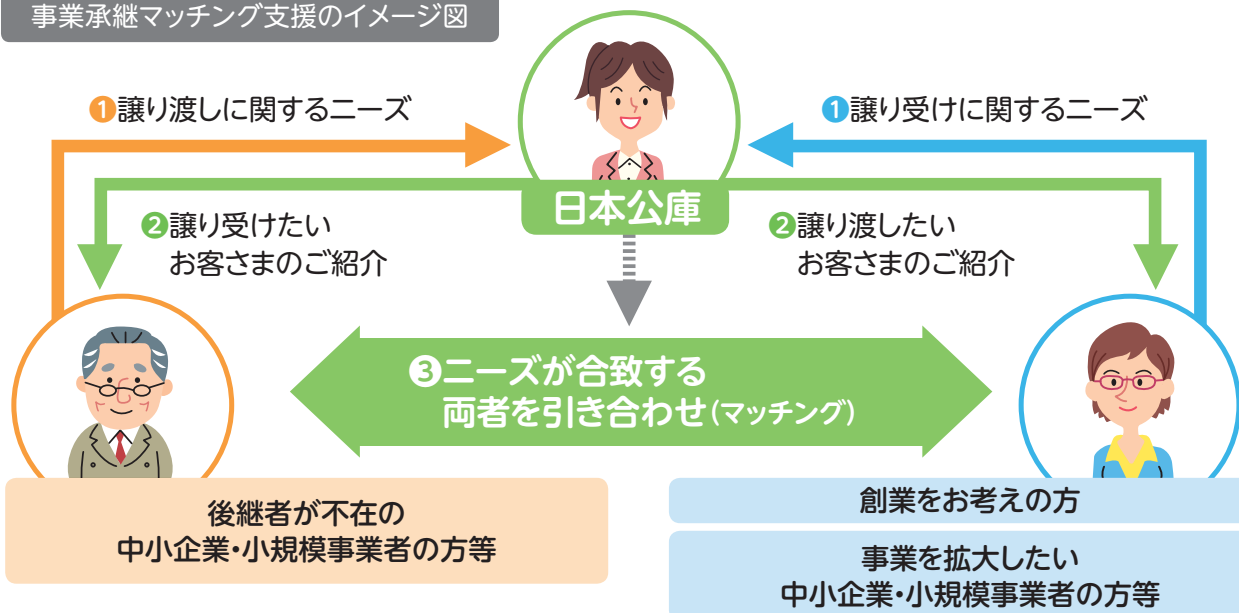


事業を譲り渡したい、事業を譲り受けたい…

日本公庫「事業承継マッチング支援」

日本公庫では、後継者がいないことなどを理由に「事業を譲り渡したい」とお考えの方と、創業や事業拡大等に向けて「事業を譲り受けたい」とお考えの方をつなぐ、マッチングサービスを提供しています。

事業承継マッチング支援のイメージ図



商品・サービスを売りたい、買いたい…

日本公庫「インターネットビジネスマッチングサイト」

日本公庫では、公庫をご利用いただいているお客さま向けに、会員間で手軽にお問い合わせや商談ができる専用サイト「日本公庫インターネットビジネスマッチング」をご用意しております。



https://match.jfc.go.jp/?utm_source=bizimachisignal&utm_id=qrcode

ご利用
無料

JFC 日本政策金融公庫 インターネットビジネスマッチング

- ✓ 販路開拓や仕入れ先探しなど商談チャンスが増える
- ✓ オンラインだから手軽にはじめられる

独自の技術を使って
商品を開発したい

店の看板のデザインを
依頼したい

大きさが不揃いな
農産物を
有効活用したい

借入の申込をしたい…

インターネット申込

令和3年5月にインターネット申込を拡充し、インターネット上で、お借入の申込に必要な手続きが完結できるようになりました。24時間365日いつでもお申込みいただくことができ、決算書等の郵送がないためお申込みに係るお手続きがスピーディーに完了します。



<https://www.jfc.go.jp/n/service/apply.html>

オンラインで各種サービスを利用したい…

日本公庫「ダイレクト」

お客さまと日本公庫をつなぐお客さま専用のオンライン窓口です。公庫とのお取引の有無にかかわらず、簡単な会員登録手続き(無料)で、様々なサービスをご利用いただけます。

日本公庫ダイレクトの主なサービス

- ・日本公庫からの各種おすすめ情報をメールで確認
- ・ご登録いただいた都道府県で開催されるセミナー情報の確認や参加申込
- ・オンラインでのお取引状況の確認や各種証明書の取得(※)

(※)公庫とお取引のある方がご利用いただけます。会員登録に加えて、別途、利用の申請が必要です。



https://direct.jfc.go.jp/w000_TopB