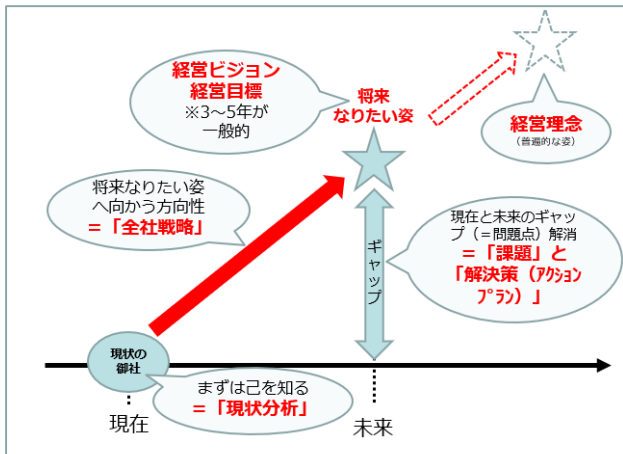


診断報告書のイメージ

1. 企業プロフィール

全体イメージ



企業プロフィール (サンプル)

しあなサンプル産業 製造業 従業員20名

① 沿革・成り立ち

当社は1985年、現社長の父である創業者が個人事業として創業。1998年に法人化以降、県内大手メーカーの協力工場として事業基盤を構築してきた。創業以来、「断らない」「納期を守る」姿勢を強みに顧客との信頼関係を築いてきた一方、事業拡大の方向性は顧客要請への対応が中心で、自社主導の事業設計は行われてこなかった。

② 事業内容

項目	内容
主力事業	産業機械向け金属部品の切削加工
受注形態	図面支給型が中心
売上構成	上位1社で約50%超
付加価値源泉	加工精度・納期遵守

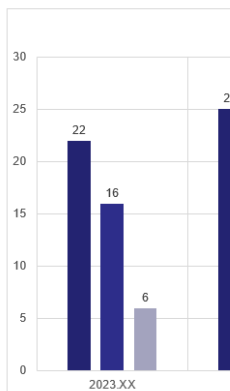
③ MVVP

Mission	● 明文化されたものはないが、「地域産業を支える」「精めた仕事は断らない」価値観が共有されている
Vision	● 中長期の会社像は言語化されていない
Value	● 品質・納期・誠実な対応
Purpose	● 経営者個人の想いとして存在するが、組織には共有されていない

2. 内部環境分析

財務分析

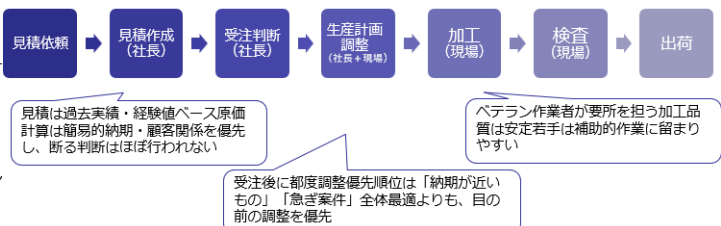
組織 (ヒアリング)



- 「断ったら仕事が減る気がしてしまう」
- 「忙しいが、儲かっている感じがしない」
- 「任せたいが、結局自分が判断した方が早い」
- 「社員にはできるだけ不安をかけたくない」
- 「社長の考えは、何となく分かる」
- 「急ぎが入ると、計画はどうしても後回しになる」
- 「新人には任せたいが、品質が心配で自分がやっ
- 「言われたことはやるが、全体は分からない」
- 「判断が必要なことは、社長が先輩に聞く」
- 「自分から改善提案するのは、少しハードルが高い」

判断基準が暗黙知
権限と責任の範囲
「止めない」こと

業務フロー分析



- 急ぎ案件に強い
- トラブル対応力が高い
- 仕事は途切れにくい
- 非付加価値作業 (段取り・調整) が多い
- 採算の悪い仕事も自然に流れ込む
- 社長・ベテランが常に忙しい

3. 外部環境分析

外部環境 (3C分析)

Customer (顧客・市場)

- 顧客構造
産業機械メーカー (中~大手)。図面支給・長期取引ベース。
- ニーズ優先順位
①価格 > ②納期 > ③安定供給。品質は「一定水準」で十分。
- 市場力学
相見積もりが常態化。業者は「容易に代替可能」な存在。

Competitor (競合)

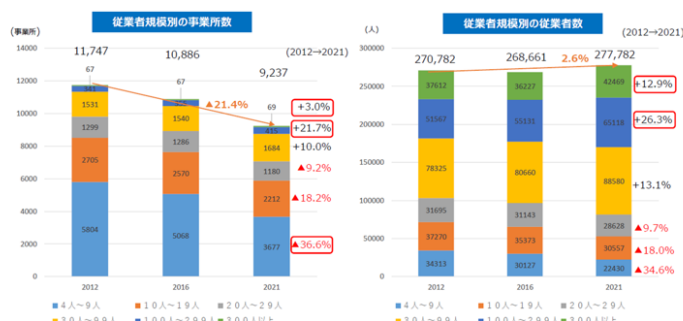
- 主要プレイヤー
県内同業者 (高齢化)、県外加工業者 (大規模・提案型)。
- 競争実態
メイン戦場は価格・納期。「あって当たり前」の軸で競争。
- 他社の強み
得意分野への特化・生産設備の効率化によるポジションの明確化。

Company (自社)

- 市場認識
「対応力が高く、断らない会社」。安心感はあるが特別ではない。
- 評価点
納期遵守率、低クレーム率。蓄積された信頼関係。
- 課題点
提案力・独自性・将来性への期待感が薄い。

外部環境

- 主要7業種について、この10年で9人以下の事業所は約4割減少。
- 一方、100人以上の事業所数は約2割増加しており、従業員数も約4割増加。



仕事は継続しているが、「利益が残りにくい構造」に固定化

診断報告書のイメージ

4. SWOT分析

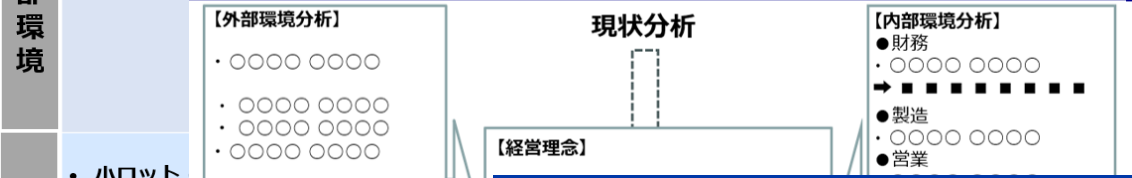
5. 課題抽出

6. 改善提案・アクションプラン

STEP SWOT分析

	好影響	悪影響
内部環境	<ul style="list-style-type: none"> 加工精度のばらつきが少ない 品質クレームが少ない 納期遅延が少ない 	<ul style="list-style-type: none"> 利益が残らない

STEP まとめ



STEP アクションプラン

	何を?	誰が?	20××	202×	202×					
			1~3	4~6	7~9	10~12	1~6	7~12	1~6	7~12

Step1	見える化のための準備		3月までに完了							
	社員記入用フォーマット作成		2月末							
	データ入力用シート作成		2月末							
	見える化シート作成		2月末							
	データ取得と入力のルール決め(誰が?いつ?どのように?)		2月末							
	社長から社員へ説明									
	データ取得の試行(1か月間)		3月							
Step2	見える化			4月スタート、まずは半年続けてみる						
	毎週フォーマット(投入量、カウント数...)に記載、提出									
	取得データ入力									
	見える化したデータの共有									
	生産管理、不良対策(品質管理)について研修									
Step3	データ分析					下期から本格スタート				
	毎月(各週ごと)に集計データをチェックし、状況把握を行う									
	品番を限定したQC手法を用いた取組(スモールスタート)									
	不良品・原因仮説(設備・人・アイテム...)									
Step4	アクション					下期から本格スタート				
	不良品・仮説の検証									
	対策検討									
	設備に問題 → 設備導入検討									
	人に問題 → 人材育成・社内マニュアル作成									

※報告書の内容を基に、意見交換のうえ、今後の支援計画と一緒に検討できればと思います。
 ※報告書の様式は、パワーポイント形式もしくはワード形式を想定しています。
 ※企業様の状況に応じて、内容が異なります