

ブランド・ステートメント ワークシート

(株)レヴィング・パートナー

1. 基本情報

<p>事業内容</p>	<p>事業再生コンサルティング (事業DD、経営改善、売上アップ支援)</p>	<p>取扱商品</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・事業デューデリジェンス(調査報告、事業計画) ・実行支援(経営改善・売上アップ) ・研修・セミナー
<p>経営理念</p>	<p>中小零細企業の「再生」「自立」「成長」の支援</p>	<p>ミッション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・中小零細を再生・自立・成長の実現 ・全国の経営(事業再生)コンサルタントのレベル向上
<p>ビジョン</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・中小零細の事業再生コンサルのしくみ化、しくみの認知 ・中小零細向け事業再生コンサルのレベル向上 ・1社でも多くの中小零細を再生・自立・成長に導く 	<p>顧客にどう 思われたいか</p>	<p>事業再生コンサルティングのプロフェッショナル (事業DD・経営支援・売上アップのプロフェッショナル)</p>
<p>事業フロー (仕入～自社～顧客のフロー)</p>	<pre> graph LR A["依頼元 再生支援協議会 金融機関 税理士・会計士 再生コンサル会社"] --> B["自社 事業調査、調査報告書作成 経営改善計画書作成 実行支援"] B --> C["サービス提供先 再生企業"] </pre>		
<p>業務フロー (自社内の工程)</p>	<pre> graph LR A["事業調査ヒアリング"] --> B["事業調査報告書作成"] B --> C["経営改善計画書作成"] C --> D["実行支援"] </pre>		

2. 歴史、沿革

2010年3月	事業再生コンサル会社として「テラ・コンサルティング(株)」設立
2010年5月	再生コンサル会社「GGパートナー」と契約
2011年2月	「THG税理士法人」と契約
2012年8月	事業再生会社「RRR」と契約
2013年5月	「ブランド・マネージャー協会」と契約
2014年6月	認定支援機関に登録
2015年7月	単著「事業デューデリジェンスの実務入門」発行
2016年6月	「経営コンサルタント養成塾」設立

4. ブランディングの目的（究極的には「認知度向上」「売上向上」）

<ul style="list-style-type: none"> ・自社の知名度向上による、中小零細の事業再生コンサルの「低コスト」「短期間」「高品質」な調査報告書、そして「しくみ構築」の実行支援のコンサル手法の認知度向上 ・全国の事業再生コンサルタントの育成・レベル向上による、全国の中小零細企業の再生促進
--

5. ターゲット顧客

中小企業再生支援協議会、金融機関、税理士・会計士事務所、再生コンサルティング会社 中小零細企業、事業再生コンサルタント、経営コンサルタント、中小企業診断士
--

6. 競合他社

大手事業再生コンサルティング会社、税理士法人、個人コンサル

3. PEST分析（注目すべき変化）

	機会（プラス要因）	脅威（マイナス要因）
Political 政治的環境要因		
Economic 経済的環境要因	人口減、競争激化による地方零細企業の衰退	
Social 社会的環境要因	暫定リスケによる延命企業の増加 金融機関の「事業性評価」への取組み	認定支援機関制度による、事業計画への偏重（事業の中身の軽視）
Technology 技術的環境要因		

7. 商圏

全国

8. アンゾフの成長マトリクス

		製品・サービス	
		既存	新規
市場顧客	既存	市場浸透戦略 ○	製品開発戦略 ○
	新規	市場開拓戦略 ○	多角化戦略

9. こんな「〇〇」あればうれしい	再生コンサルタント、経営コンサルタント		
低料金	電話連絡が気軽にできる	資料、話がわかりやすい	数値分析が素早い
対応が早い	成果物のレベルが高い、丁寧	販促資料の作り方を教えてくれる	資料作成が素早く、内容も充実
高品質	戦略構築できる	やり方、手法、スキルを伝えてくれる	経営の方法を指導してくれ、支援してくれる
経営改善できる	気軽に話し相手、相談相手になれる	たたき台を作ってくれる	営業・販促・マーケティング・ブランディング、すべてにおいて精通している
社長とコミュニケーションが取れる	現場に踏み込んでくれる	1人で様々な知識を持っていて、1人で対応してくれる(コントローラー+実行者、ではない)	売上アップの活動をしくみ化してくれる
熱心	PCが使えなくても、簡単に入力できるフォーマットを作成してくれる	実績が豊富	細かく問題を指摘してくれて、その原因、改善策を提案してくれる
スピードが早い	コンサル依存にならないよう、自立できる支援をしてくれる	問題解決力が高い	ヒアリング力、問題解決力、調査力、診断力、作業能力、財務分析力、実行支援力、すべてにおいてスキルが高い
予実管理のしくみを作ってくれる	営業方法がわかる	「いつまでに何をするか」が明確	強み(価値)を明確にしてくれる
銀行支援ができる	手とり足とり支援してくれる	不明点・質問に対し、迅速かつ的確に回答してくれる	
売上アップができる	アドバイスが的確、誤った施策を正してくれる	ビジョンを明確に示してくれて、方向性、具体的施策も提案してくれる	
社員とコミュニケーションが取れる	場を仕切ってくれる	調査が迅速かつ的確	
議論、提案に合理性がある	銀行向け資料の作成ではなく、経営資料を銀行に提出する、というしくみを作ってくれる	一般論ではない、実際に使える経営の様々なノウハウを保有している	

10. こんな「〇〇」は嫌だ	再生コンサルタント、経営コンサルタント		
料金が低い	成果物のクオリティが低い	金融機関向け資料を作成するだけで、しくみを作ってくれない。コンサル依存体質になってしまう	
対応が遅い	戦略構築できない	提案・成果物が標準的なもので、現場に合っていない	
レベルが低い	コンテンツが1つ、或いは限定的で、そのコンテンツを自社に当てはめてくる	知識・経験が不十分	
経営全体が見れない	気軽に会話できない。決めつけてくるから納得感が薄い		
上から目線、態度がでかい	自分の経験のみで、根拠が不明確		
資料が複雑、難解	電話でない、連絡取れない。留守電にしても連絡くれない		
銀行・資金繰りの知識なし	支援を部下任せ		
売上アップの方法(営業・販促・ブランディング・マーケティング)を知らない	一般論しか言わず、何をしたらいいかがわからない		
ヒントしか言わない、「それを考えるのは社長でしょ」と言って具体的提案してくれない	人当たりはいいが、スキルは低い		
社員と話をしない	知識は豊富だが、現場の具体的支援については苦手		
思いつき、思い込みで話をする	コントローラー(責任者)は何もしない。実務者(若手)は作業のみ。人が多いため料金高い		
料金メニュー不明確	計画策定が表面的、根拠薄い。行動と数値がリンクしていない		

11. 自社の強みの整理

強み	顧客のベネフィット	顧客の不満、悩み、問題点等
		顧客のニーズ・ウォンツ、好きな事・やりたい事、インサイト
		顧客の特徴、先入観、考え方、生活習慣、ライフスタイル
金融機関対応の支援ができる	借入、資金繰りに関して具体的な支援が得られる	金融の専門用語がわからない。借入・資金繰りに関する知識が不足している
事業調査報告書を1人で、短時間で、高品質に作成できる	中小零細企業でも、安価に事業DDが受けられる計画(数値)ありきではなく、事業の中身の改善が図れる	自社のどこが問題で、どうすれば改善するのかわからない
実務とリンクした、経営者が納得できる経営改善計画書が作成できる	定量面(数値)で結果を確認し、定性面(実務)で現状把握、施策の構築する、PDCAのしくみができる	計画を作っても、実務とリンクしていないので、どう実現していいかわからない。専門家が勝手に作っただけ
合理的、実践的、具体的、効果的、かつ、経営資源の乏しい零細企業でも実現可能性の高い戦略、戦術を提案してくれる	ビジョン(ゴール)の明確化、方向性提示、具体的施策、という一連の流れが明確化。質の高い経営ができる	戦略・戦術はなく、毎年同じ業務の繰り返しで、経営の仕方が不明。どうすれば経営者らしくできるか不明。
予実管理のしくみ、PDCAが回るしくみを構築できる	数値と現場状況をリンクでき、定期的に現場の状況を振り返ることができ、常に改善、価値向上を図れ、経営が安定する	経営状況がよくないが、どうすればいいのかわからない。このままの経営方法では改善方法が見当たらない
営業・販促・マーケティング・ブランディング、すべての売上アップ手法に精通していて、売上アップをルーチン化してくれる	経営資源の乏しい、知名度の低い中小零細企業でも、売上アップを継続的かつ高品質に実施することができる	売上アップの方法がわからない。営業教育、専門家支援でもダメ。新たに営業を増やしても結果がでない
1枚提案書・ニュースレター・ブランドブックなど、具体的な販促資料を作成、或いは作成支援をしてくれる	読むだけで、自社の価値が理解できるので、自社の強みの理解、価値浸透が効率的・効果的で、営業の負荷も軽減	営業コンサルタントは、販促の事を知らない。チラシの作り方を知らないの、チラシの効果が出ない
金融機関支援ができる。金融機関向け資料を、経営支援で活用したもので提示するしくみを構築してくれる	経営の実務で活用した内容を提出資料とするため、中身が充実かつ効率化でき、納得感が高い	銀行提出資料の作成に膨大な時間と労力がかかる。しかし結局上辺だけで、経営の中身に活かしていない
シミュレーション・事業計画・予実管理・資金繰り表、これらの数値を一貫して構築・管理できる	数値と現場(戦略・具体的施策)を連動でき、事業運営と振り返りが他者を巻き込んで組織的にできる	各数値、別々で構築・管理し、都度作成しているため、一貫性がなく、負荷も高く、数値を経営に活かせない
様々な業種での経験が豊富	幅広い視点でチェックしてもらえる。悪しき習慣も指摘してもらえる	同じ業種の専門家だと、視野が狭く、施策が偏る
調査報告、事業計画、実行支援、窓口相談、定期訪問、瞬発コンサル、専門家派遣(簡易コンサル)、全てで高品質対応	会社のニーズや状況に合わせたコンサルティングが受けられる。低コストのコンサルでも質の高い支援が受けられる	専門者派遣は短期・低品質、定期コンサルは長期・高コスト。要求・状況に合わせたコンサルを受けたい
経営に使用する様々なフォーマットが用意されており、現場に合わせてカスタマイズする	元々フォーマットがあるので対応が早い、カスタマイズしてくれるのでわかりやすい	フォーマットがないため作業が非効率、従来のフォーマットは問題多い、一般の定形フォーマットは使いにくい
コンサルのノウハウ満載のたたき台を作成する	コンサルがたたき台作るので早い、ノウハウ満載なので高品質、現場が修正、決定するので現場の納得感高く、士気向上	自分でゼロから作成するので、1つの改善をするのに膨大な時間と労力がかかる。しかもノウハウがないから低品質
ヒアリング力と問題解決力が高いため、確実に問題点を抽出し、原因を究明して、的確かつ具体的改善策を提示する	コンサルの質問に答えるだけで、自社の問題と原因、強みがわかるため、今後の戦略と具体策が明確になる	調査やコンサルを受けても、指摘が一般論で具体性がなく、どう改善していいかわからない

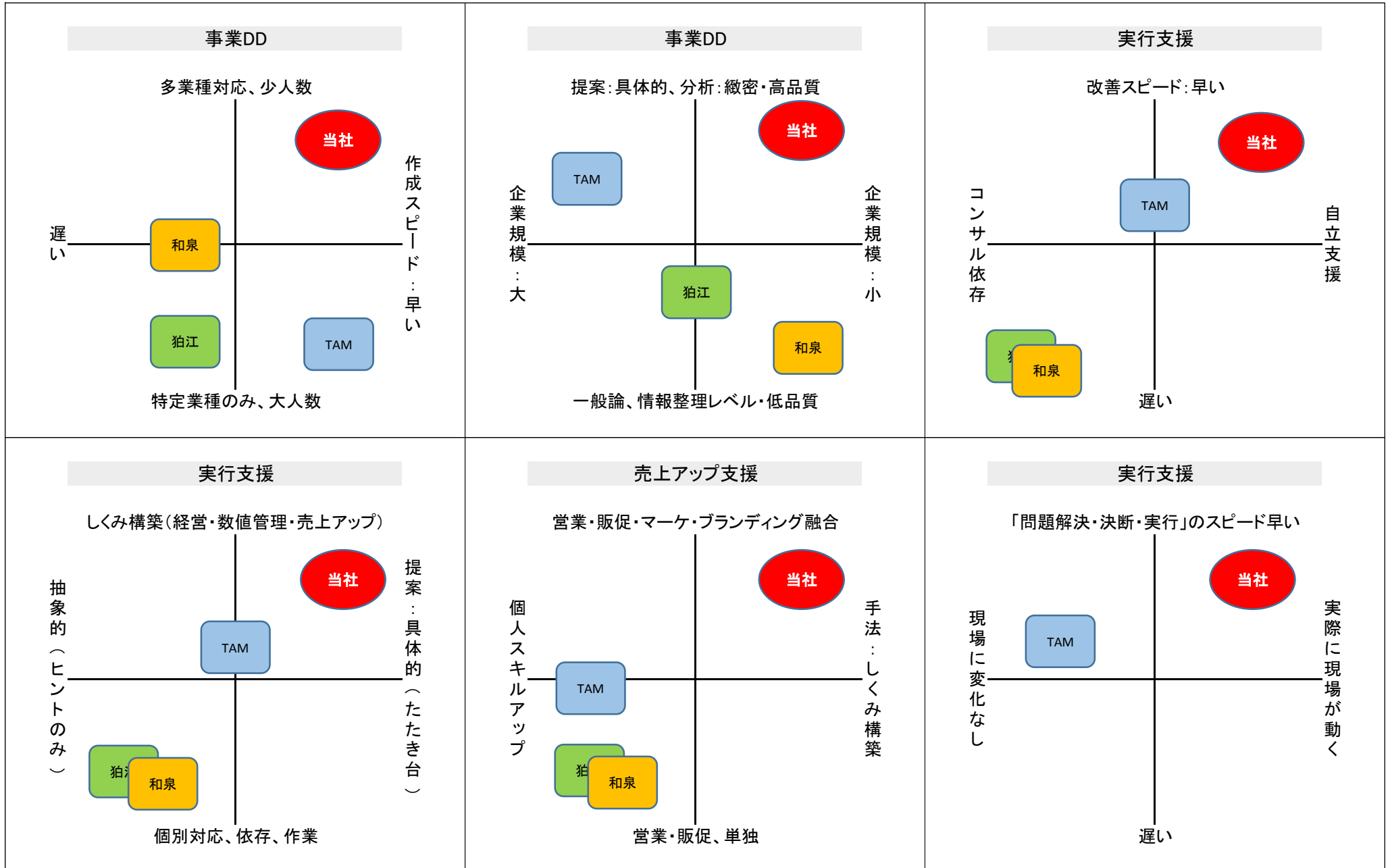
ターゲット
顧客

(メイン)中小零細企業
(サブ)再生支援協議会、金融機関、会計事務所

12. 競合他社の強み・弱みの整理

12. 競合他社の強み・弱みの整理	競合他社	(株)TAMコンサルティング(戦略系) (株)狛江会計コンサル(財務系) 和泉コンサルオフィス(個人)	ターゲット 顧客	(メイン)再生支援協議会、金融機関 (サブ)中小零細企業、会計事務所
強み	弱み		顧客のベネフィット	
			顧客の不利益	
グローバル対応が可能で、外部環境に強い(狛江)			大手企業に強い。戦略構築に海外進出の支援が受けられる	
経験豊かな、スキルの高い人材が豊富で、マスコミへの登場回数が多く、知名度も高い(狛江)			バランスがあり、安心感がある。豊富なノウハウの支援が期待できる	
	投入される人材(コントローラー+作業員)が多く、報酬高い(狛江)		高コストになり、中小零細の支援は不可	
	具体的施策(戦術)のノウハウは不十分(狛江)		問題解決や売上アップの細かい施策の支援は受けられない	
財務DDのプロ。定量面や、不動産等の知識が豊富(和泉)			財務やの専門的な支援が受けられる	
	事業面での支援は困難で、事業計画も定性面とのリンクが不十分(和泉)		経営の中身の支援は受けられない	
経験豊富で、同じ診断士で弟子が作業・窓口(個人)			豊富な経験値からの支援が受けられる 弟子が窓口なので、直接話ができない	
知識豊富で、専門書の出版も多い(個人)			専門的な提案を受けられる	
	アイデアや意見は出るが、一般論が多く、具体的提案は不十分(個人)		提案が行動に結びつかず、現場は動かない	
	口頭での支援が主体であり、作業等は行わない		現場の負担が大きく、現場改善より座学(知識の吸収)に焦点が当たってしまう	
	先生ポジションで、敷居が高く、言われるがままで、気軽に質問できない		理解が不十分で、現場改善に直結しない	

13. ポジショニングマップ



14. ブランド・アイデンティティ(BI)、ブランド・プロミス

<p>ブランド・アイデンティティ (顧客にどう思われたいか)</p>	<p>事業DD、実行支援のプロフェッショナル ～事業再生から売上アップまで、「しくみ構築」で短期間で再生・自立・成長を実現～</p>
<p>BIの説明 (理由・背景。強み、ベネフィット、市場機会等の整理)</p>	<p>【強み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・借入・資金繰りに関する専門知識を有している ・短期間で確実に問題解決、強みを活かした施策の構築を提案できる思考法を身につけている。 ・事業DDを、1人で、短期間で、高品質に実施できるコンサルタントが少ない中、それを実現するための様々なノウハウを保有している。 ・事業計画・予実管理・資金繰り表など、数値管理を一気通貫で実施するしくみを確立している。 ・営業・販促・マーケティング・ブランディング、すべての売上アップの手法に精通し、売上アップのしくみ化を確立している。 ・調査・分析・報告書作成、グループコンサル、顧問によるコンサル、窓口対応、短期間定期訪問(専門家派遣)など、様々なコンサルティング手法に対応できる。 <p>【背景】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中小企業は、経営資源が乏しく、大企業向けコンサル(ヒントのみ、ファシリテーションのみ、口頭のみ)では現場は動かない。 ・中小企業が再生・自立・成長するには、具体的提案、しくみ構築、現場が動くための手法が必要。 ・中小企業は、特に再生企業は、様々な問題を抱えており、1つ1つ丁寧に問題解決を行いながら、しくみを構築していくことが必要。 ・問題解決だけでは不十分で、強みを活かした施策の提案が必要であるが、多くの中小企業では、自社の強みの抽出が難しいため、強み抽出の支援が必要。

15. ブランド・プロミス (必ずやる事、BI以外の価値)

<p>事業DDでは、様々な問題点と強みを発見し、問題解決および強みを活かした施策の具体的内容を提案する</p>
<p>実行支援では、経営・売上アップなどのしくみを構築し、自立した経営を支援する</p>
<p>その企業に適合したコンサルティング手法で、最大限の成果を実現する</p>

16. 禁止事項 (やってはいけない事、ブランドが毀損すること)

<p>過度なコンサル依存への誘導</p>
<p>相手企業の財務状況に適合しない、過度な報酬の請求</p>
<p>現場が動かない一般論の提案や、会社の状況、社長・社員のスキルで実施不可能な無理難題の提案</p>

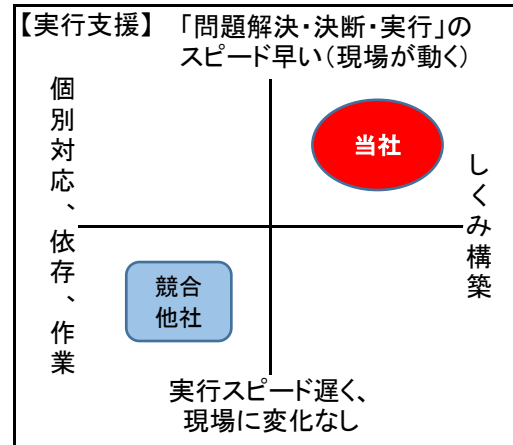
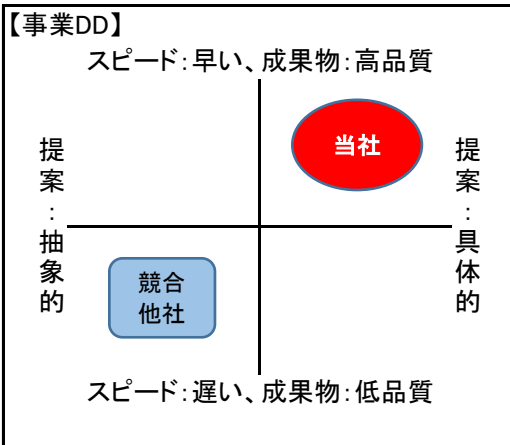
【ブランド・ステートメント】

■ブランド・アイデンティティ(BI)

事業DD、実行支援のプロフェッショナル
 ～事業再生から売上アップまで、「しくみ構築」で短期間で再生・自立・成長を実現～

BIの説明 (理由・背景)	<ul style="list-style-type: none"> ・中小企業は、経営資源が乏しく、大企業向けコンサル(ヒントのみ、ファシリテーションのみ、口頭のみ)では現場は動かない。 ・中小企業が再生・自立・成長するには、具体的提案、しくみ構築、現場が動くための手法が必要。 ・中小企業は、特に再生企業は、様々な問題を抱えており、1つ1つ丁寧に問題解決を行いながら、しくみを構築していくことが必要。 ・問題解決だけでは不十分で、強みを活かした施策の提案が必要であるが、多くの中小企業では、自社の強みの抽出が難しいため、強み抽出の支援が必要。
ブランディング の目的	<ul style="list-style-type: none"> ・自社の知名度向上による、中小零細の事業再生コンサルの「低コスト」「短期間」「高品質」な調査報告書、そして「しくみ構築」の実行支援のコンサル手法の認知度向上 ・全国の事業再生コンサルタントの育成・レベル向上による、全国の中小零細企業の再生促進

■ポジショニングマップ



■競合他社

事業再生コンサルティング会社、事業再生コンサルタント(個人事業主)

■ターゲット顧客とニーズ・ウォンツ等

ターゲット顧客	(メイン) 中小零細企業 (サブ) 再生支援協議会、金融機関、会計事務所
顧客の ニーズ等	<ul style="list-style-type: none"> ・再生段階を早期に脱却し、短期間で会社を再生させたい ・しくみを構築し、自立した経営を行いたい ・売上アップが自社で実現できるしくみを構築し、成長を続けたい

■経営の基本概念

経営理念	中小零細企業の「再生」「自立」「成長」の支援
ビジョン	<ul style="list-style-type: none"> ・中小零細の事業再生コンサルのしくみ化、しくみの認知 ・中小零細向け事業再生コンサルのレベル向上 ・1社でも多くの中小零細を再生・自立・成長に導く
ミッション	<ul style="list-style-type: none"> ・中小零細を再生・自立・成長の実現 ・全国の経営(事業再生)コンサルタントのレベル向上

■経営戦略

		製品・サービス	
		既存	新規
市場 顧客	既存	市場浸透戦略 ○	製品開発戦略 ○
	新規	市場開拓戦略 ○	多角化戦略

■ブランド・プロミス(必ずやること、BI以外の価値)

事業DDでは、様々な問題点と強みを発見し、問題解決および強みを活かした施策の具体的内容を提案する
実行支援では、経営・売上アップなどのしくみを構築し、自立した経営を支援する
その企業に適合したコンサルティング手法で、最大限の成果を実現する

■禁止事項 (やってはいけない事、ブランドが毀損すること)

過度なコンサル依存への誘導
相手企業の財務状況に適合しない、過度な報酬の請求
現場が動かない一般論の提案や、会社の状況、社長・社員のスキルで実施不可能な無理難題の提案

補足資料:強み発見の切り口

バリューチェーン				マーケティングの4P			
仕入	内部 (製造・加工)	経営・組織 人事	技術開発	商品 (Product)	営業・販促 (Promotion)	流通、販売・出荷 (Place)	価格 (Price)
<ul style="list-style-type: none"> ・産地 ・素材(品質・多種・オリジナル) ・仕入ルート(多様、直接) 	<ul style="list-style-type: none"> ・施設・設備 ・技術力 ・こだわり ・スピード ・カスタマイズ力 ・対応の柔軟性 ・特徴的な製法 ・特徴的な工程 ・職人の匠の技 ・伝統的な手法 ・最新の手法 ・開発の背景 ・開発者の思い 	<ul style="list-style-type: none"> ・会社の知名度 ・社長の知名度 ・地元知名度 ・業界知名度 ・地元貢献度 ・地元住人との関係 ・ぶれない理念 ・明確なビジョン ・社員の意識、思い ・企業イメージ ・シンボル ・歴史(老舗) ・資格 ・目利き力 ・創造力 ・行動力・機動力 ・OJT ・名物社員 ・外部連携 	<ul style="list-style-type: none"> ・技術力 ・商品開発力 ・開発スピード ・企画力 ・デザイン力 ・ニーズ対応力 ・外部連携 ・試作品に強い ・量産品に強い 	<ul style="list-style-type: none"> ・商品力(機能面) ・商品力(情緒面:デザイン、色合い) ・ブランド ・競争力 ・オリジナリティ ・多様性(色、サイズ、品揃え) ・パッケージ ・使いやすさ ・品質 ・カスタマイズ力 ・定番商品 ・フロントエンド商品 ・バックエンド商品 ・土産用 ・お中元・お歳暮 ・高価格帯の商品 ・地域でどの程度支持されているか ・文化 ・付加サービス 	<ul style="list-style-type: none"> ・集客力 ・営業力 ・販促力 ・リピートのしきみ ・知名度(ブランド) ・顧客の数・質 ・顧客との関係性 ・営業時間帯(夜中) ・競合少ない ・賞の授賞 ・SNSでの発信力 ・メディア露出度 ・人脈 ・サービス力 ・保証 ・代理店の営業力 ・販売店の販売力 ・接客 ・競合少ない少ない ・提案力 ・個別ニーズ対応力 ・顧客評価、口コミ ・イベント ・ネット販売力 ・トレンド対応力 ・ワンストップ・トータルサービス ・ダイレクトマーケティング 	<ul style="list-style-type: none"> ・短納期 ・配送 ・販路の数・質(地元・全国) ・立地 ・地域密着 ・店舗の雰囲気 ・店舗の世界観 ・商圏 ・手続きの簡易さ ・購入しやすさ ・アクセスしやすさ ・問合せしやすさ 	<ul style="list-style-type: none"> ・価格競争力 ・価格交渉力 ・値付け柔軟性 ・見積りスピード ・フロントエンド ・バックエンド ・お試し価格 ・分割 ・定価 ・割引 ・仕入価格 ・支払方法 ・取引条件