

御中

提案書名は会社
ごとに異なります

「ルーチンワークを手放し、安定した基盤を作る」提案書

課題解決に係る各PHASEの目的と必要業務洗いだし

令和 年 月 日

株式会社LM&C
合同会社ShareIntelligence

〒160-0018 新宿区須賀町8番地 201
〒162-0064 新宿区市谷仲之町2-46-603

TEL03(3355)2414FAX03(3355)6527
MAIL : info@shareintelligence.co.jp

今回の提案の目的

本ページは会社
ごとに異なりま
す



「目的達成をハード・ソフトの両面からサポートする」 が当社のスタンスです

自分のやりたいこと、やるべきことを、整理・優先順位を明確にする

・常に立ち位置と向かう位置の整理・優先順位を確認することでぶれなく到達します

目的・前提を明確にし、目標から逆算して伝え実行する、させる

・なりたい未来像＝最終形から逆算した方が楽しいし、早く達成します

良い職場環境は法令遵守やリスク管理から

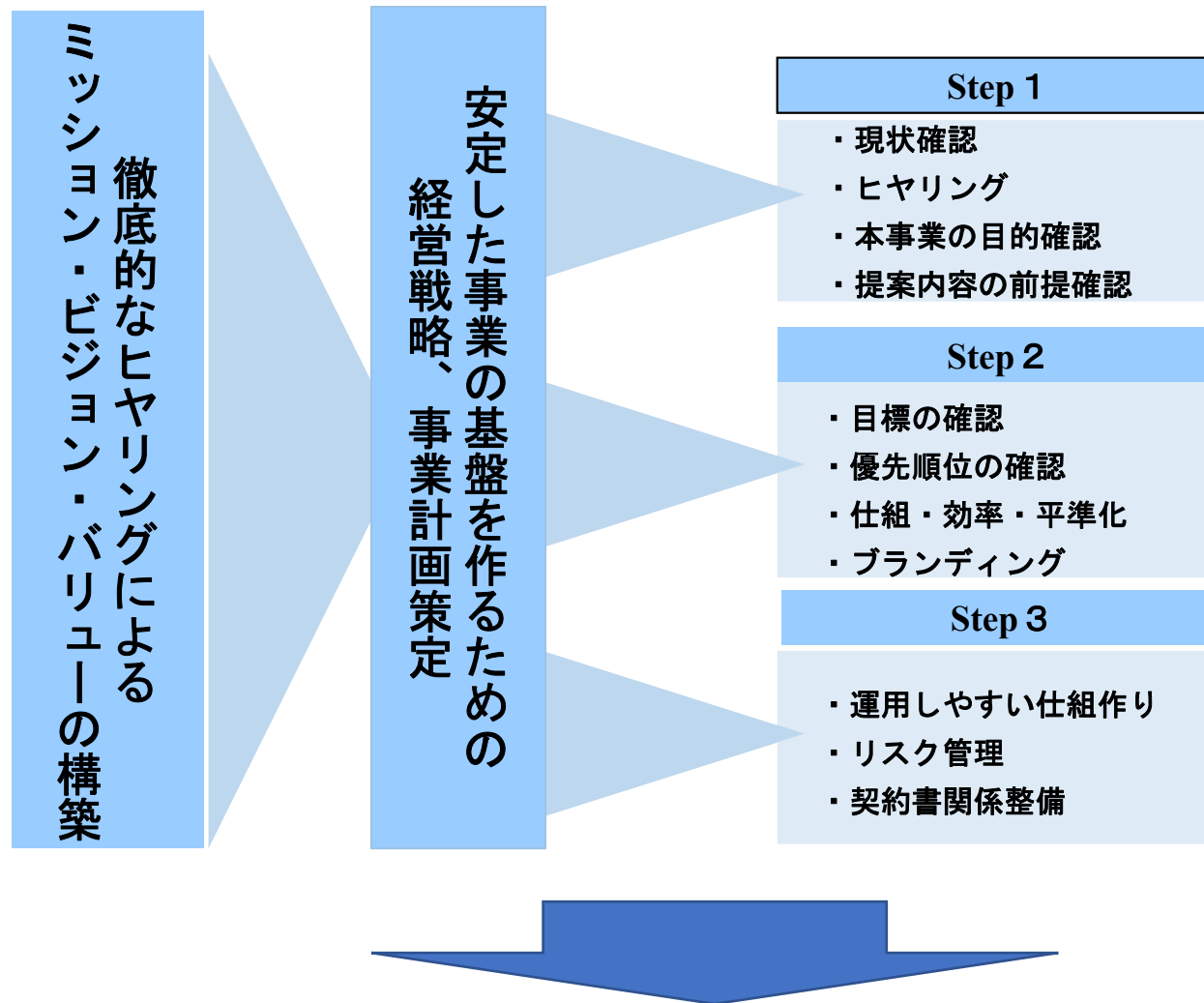
・社員が安心・安全に働ける環境作りが結果として企業成長になります

自分の思考を理解・整理することで、最短の成長路線を進めます

最終形が見えれば、選択肢が増える。伝え方・行動を促す方法は脳科学に基づいて合理的にサポートします

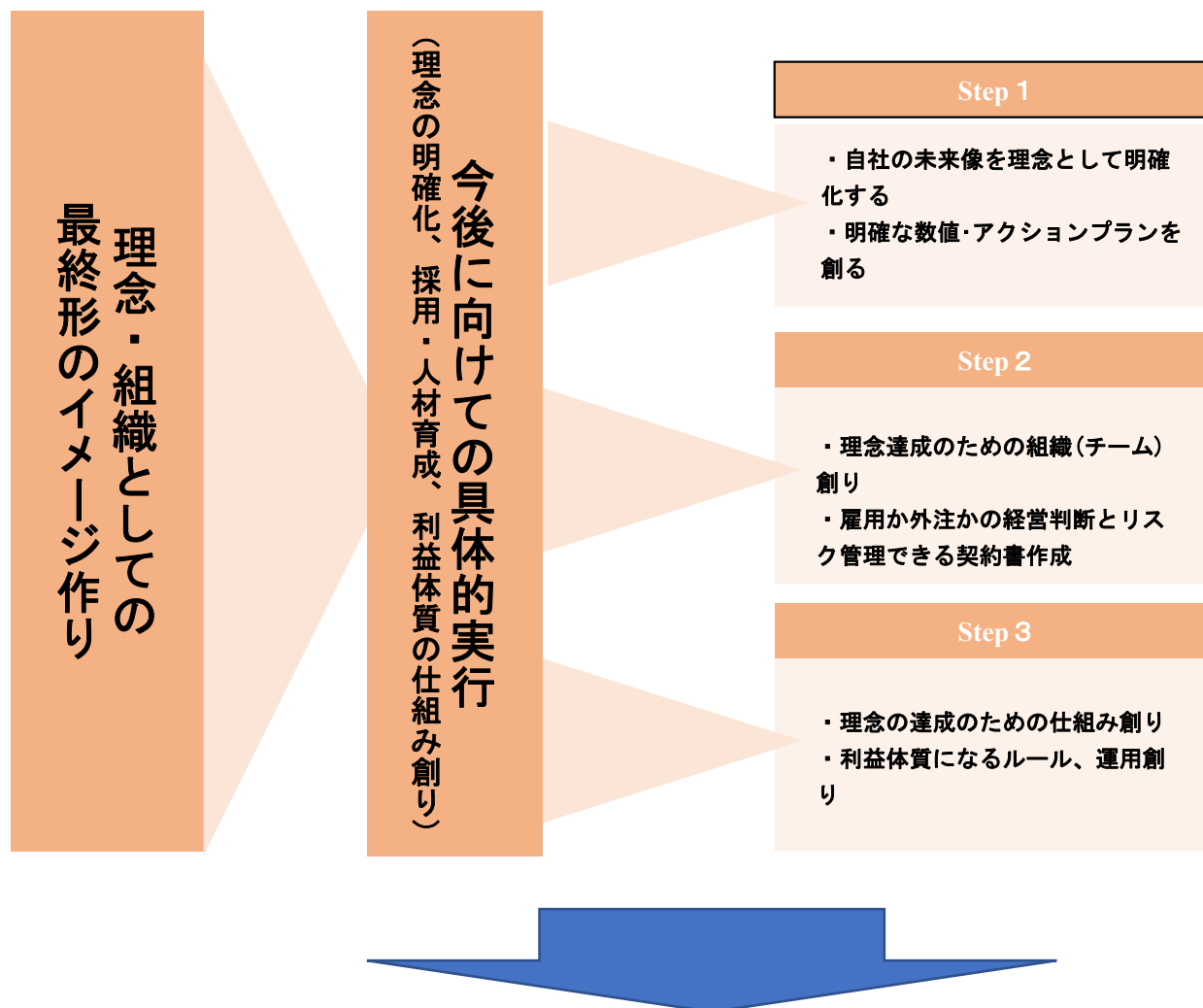
社労士事務所として「人にかかるリスクヘッジ」「情報管理」「法令遵守」など法律面からもサポートします

【地盤創り】 実施検討から実際に実施するまでの流れ



ミッション・ビジョン・バリューを軸に想いを形にする
差別化・付加価値による事業の基盤作り

【組織・環境創り】実施検討から実際に実施するまでの流れ



上記を実現するのが、経営戦略、組織体制の構築
それを形にするのが事業計画、就業規則他ルールブックです

未来像から逆算して組織作り・仕組み創りをする意義とその効果

社長が自分の未来像を語る意義

中小企業において、社員は社長のファンになるから定着する

- ・ 給与や処遇だけでは定着も成長もしない



一緒に未来に向かえる組織だから強くなる

未来像から逆算する効果

- ・ 社長の、会社のファンになった社員は、自分も一緒に未来像に向かう
- ・ 意思疎通がスムーズ
- ・ 楽しそうに仕事をする社員を見たお客様が引き寄せられる
- ・ 最終目的が一緒だと、成果も行動も加速する
- ・ 逆算できるので、常に前向きになる



そのための仕組み作りのお手伝いをします
最終形は理念(未来像)・就業規則や社内書活きという共通言語です

当社の関わり方

通常のコンサル、社労士

- ・ 自分の専門分野からのアプローチ
- ・ 依頼された内容のみ
- ・ 今日の前のことを見る
- ・ あまり深く関わらない
- ・ 上記により活かす事例が少ない

当社のスタンス

- ・ 自分でできるかもしれないが、後に響く最初の一步から関わる
- ・ 最終形や先を伺った上で関わる
- ・ 深く関わる為活かせる他社事例が多い
- ・ 土業としての専門性とコンサルの広い視野から管理業務を網羅する

経営者が本業に専念できる環境作り
ー管理業務全体の構築・仕組み作り・運用のコンサル
ー社労士としての実業務の正確性と安心感

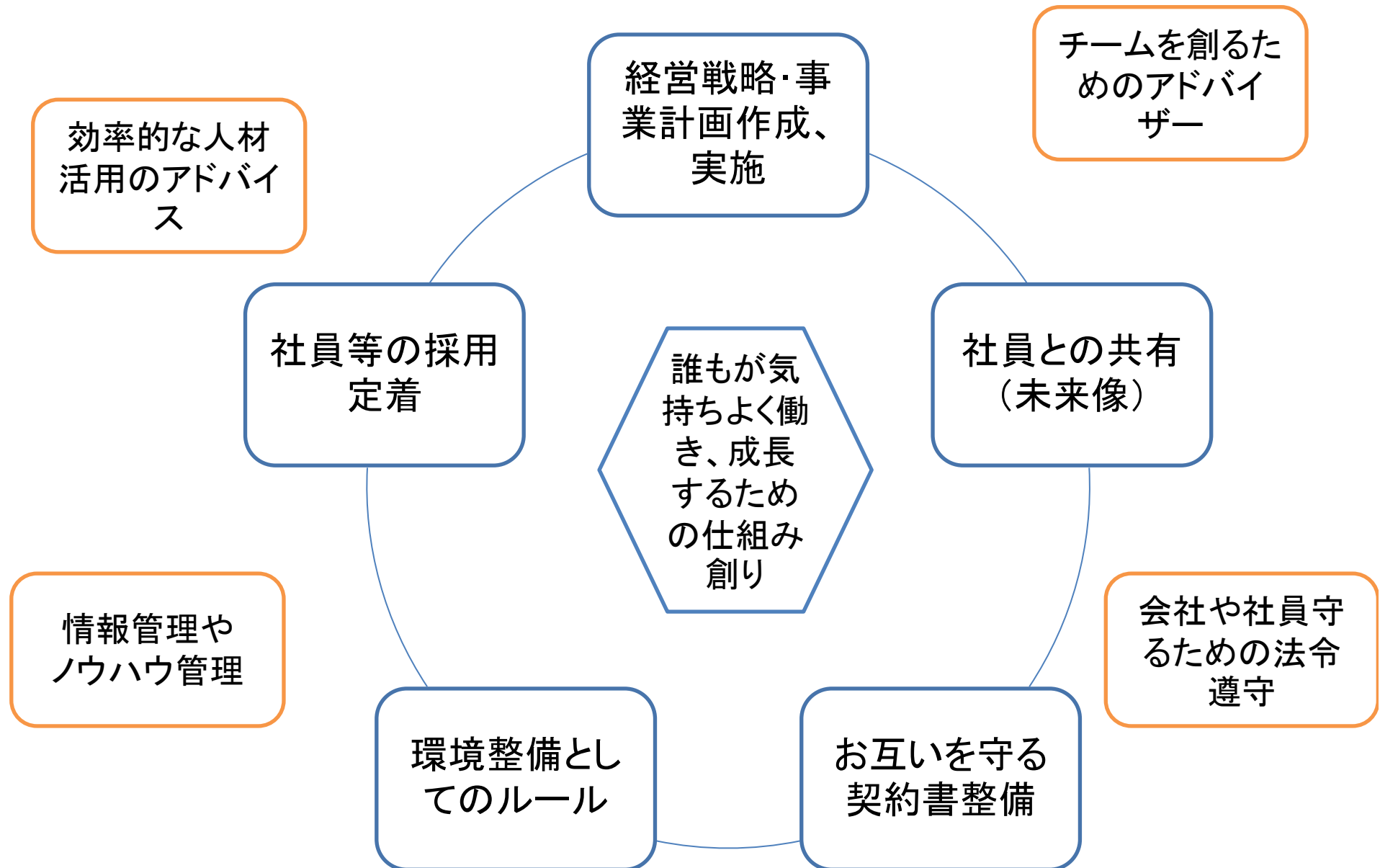
当社だけがこのメニューを行える理由

- ・当社のコンサルタントである宮子智子は、**25年間一貫して中小企業、特に100人未満のオーナー企業に特化**して関わり、社会保険労務士の資格や知識にとらわれない視点でコンサルティングを行っています。
- ・**脳科学、心理学、NLPなど人間の潜在意識に働きかけ、経営者が持つ「未来像という強力な力」を引き出し、実現するためのプログラム**を行っています。
- ・関わった企業数延べ数百社から得た事例を「分析と経験、実践と検証」から体系化し、「夢を叶えるのが当たり前の仕事場」創りの支援をしてきました。結果、**顧問契約の98%超が「紹介」**という抜群の顧客満足度を裏切らないコンサルティングには現場を知る者の強みがあります。
- ・**関わった社員数は延べ50000人を超え、その中で延べ3000人超との面談**を通して得たロジック、心理学からのアプローチ及び現場経験を基に、日々中小企業の様々な課題に取り組んでいます。社内での打合せが多い社会保険労務士・コンサルタントには珍しく、現場でのコミュニケーションにこだわっていることが強みとなっています。
- ・**広い視点からのアプローチや解決方法**を現場経験で積み上げてきた実績があり、そのコンサルティングは人事労務だけではなく、経営・マーケティング・セールスなど多岐にわたります。
- ・更には、雇用保険の財源を使った助成金を活用した**「最小限の費用で最大限の効果」**をあげる仕組みを持っているため、資金面でのアドバイス・資金調達手段を知っていることは大きな強みとなっています。

具体的業務

貴社の目指すところ

当社の関わり方



PHASE 0 ミッション・ビジョン・バリュー

※本PHASEは、経営者としてワクワクしながら
やりたいことの洗い出しと整理を通して
「軸を作ること」「かなえる未来、創る未来」
を言語化します

整理例

初回ヒヤリングで洗い出した課題、リソースなどを整理します

PHASE 1 ヒヤリング（現状分析）

※本PHASEは主に現状分析になります。

定性分析：現状の認識や今後の展開などをヒヤリング

定量分析：数値分析



■基本情報

商号	株式会社〇〇
所在地	東京都〇〇
代表者名	〇〇 〇〇
業種_大分類	13 観光業
業種_小分類	1301 観光業
事業規模	中規模事業者
売上高	5,130,250(千円)
営業利益	15,000(千円)
従業員数	30(人)

■財務指標(最新期)

指標	2017年3月		
	算出結果	貴社点数	業種基準値
①売上増加率	7.8%	3	4.1%
②営業利益率	0.3%	2	2.7%
③労働生産性	500(千円)	3	648(千円)
④EBITDA有利子負債倍率	-0.1(倍)	5	6.4(倍)
⑤営業運転資本回転期間	0.8(ヶ月)	2	0.4(ヶ月)
⑥自己資本比率	35.4%	3	21.5%
総合評価点		18	B

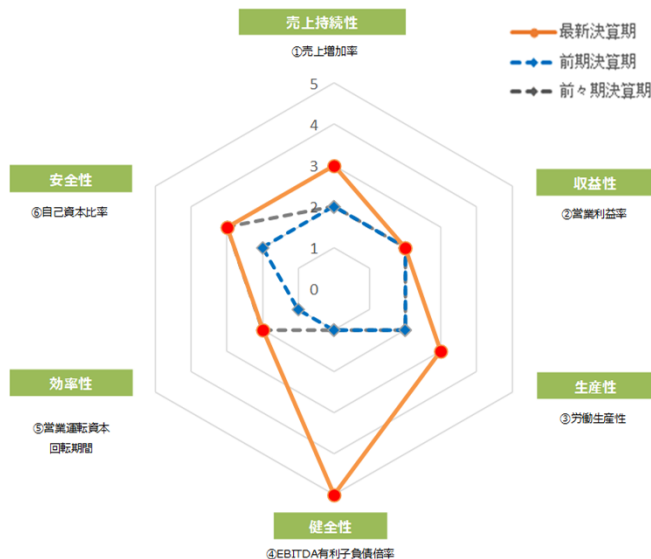
■財務指標(過去2期)

指標	2016年3月			2015年3月		
	算出結果	貴社点数	業種基準値	算出結果	貴社点数	業種基準値
①売上増加率	-2.4%	2	4.1%	-1.2%	2	4.1%
②営業利益率	-0.3%	2	2.7%	0.0%	2	2.7%
③労働生産性	-393(千円)	2	648(千円)	0(千円)	2	648(千円)
④EBITDA有利子負債倍率	61.2(倍)	1	6.4(倍)	-	1	6.4(倍)
⑤営業運転資本回転期間	2.8(ヶ月)	1	0.4(ヶ月)	1.1(ヶ月)	2	0.4(ヶ月)
⑥自己資本比率	2.1%	2	21.5%	24.2%	3	21.5%
総合評価点		10	D	総合評価点	12	C



※総合評価点のランクはA：24点以上、B：18点以上24点未満、C：12点以上18点未満、D：12点未満

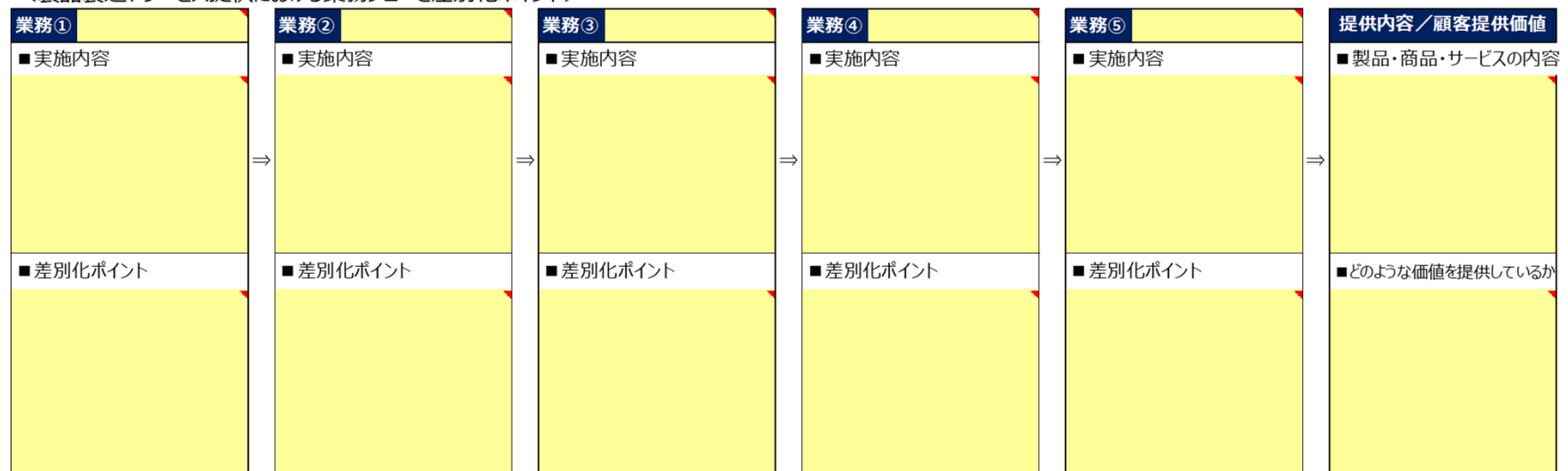
財務分析結果



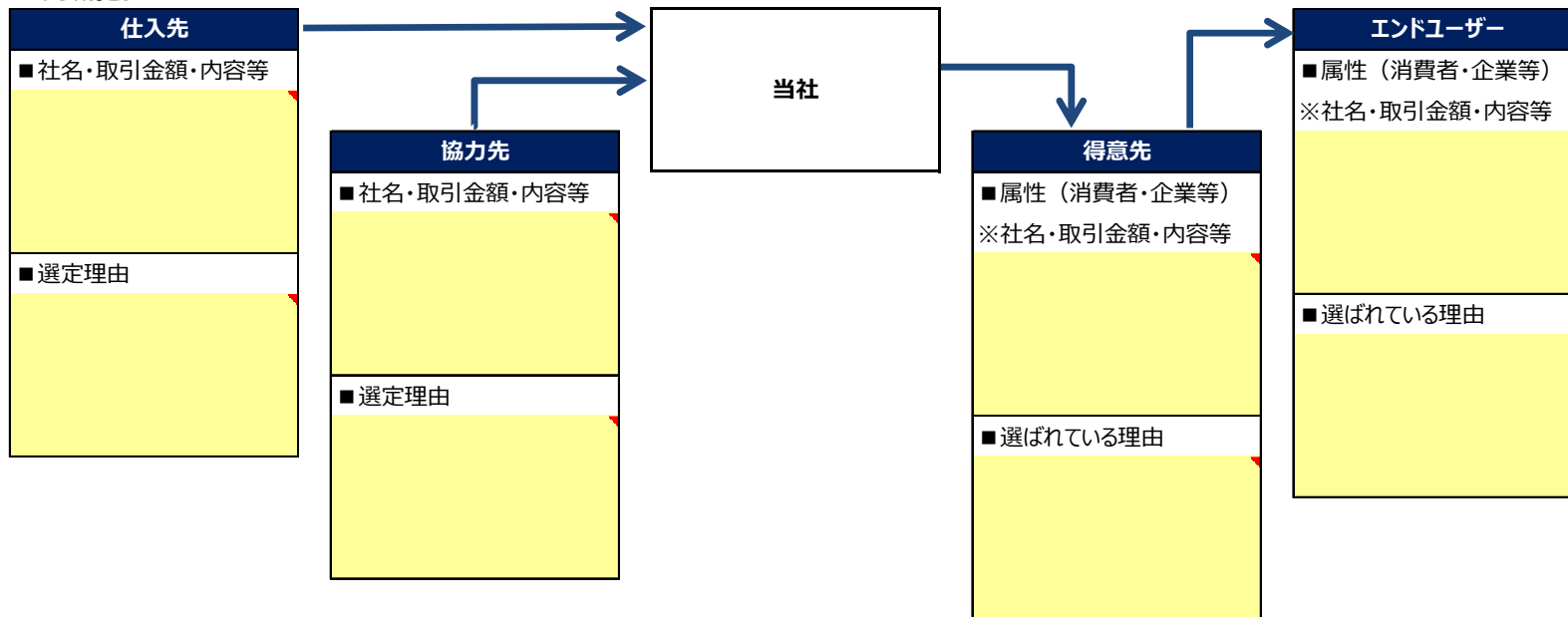
※ 1 各項目の評点および総合評価点は各項目の業種基準値からの乖離を示すものであり、点数の高低が必ずしも企業の評価を示すものではありません。非財務指標も含め、総合的な判断が必要なおことにご留意ください。

※ 2 レーダーチャートで3期分の財務分析結果の推移が確認できるため、各指標が良化（あるいは悪化）した要因を非財務の対話シートを活用しながら把握することで、経営状況や課題の把握に繋がります。

<製品製造、サービス提供における業務フローと差別化ポイント>



<商流把握>



① 経営者	経営理念・ビジョン 経営哲学・考え・方針等		③ 企業を取り巻く環境・関係者	市場動向・規模・シェアの把握 競合他社との比較	
	経営意欲 ※成長志向・現状維持など			顧客リピート率・新規開拓率 主な取引先企業の推移 顧客からのフィードバックの有無 従業員定着率 勤続年数・平均給与	
	後継者の有無 後継者の育成状況 承継のタイミング・関係			取引金融機関数・推移 メインバンクとの関係	
② 事業	企業及び事業沿革 ※ターニングポイントの把握		④ 内部管理体制	組織体制 品質管理・情報管理体制	
	強み 技術力・販売力等			事業計画・経営計画の有無 従業員との共有状況 社内会議の実施状況	
	弱み 技術力・販売力等			研究開発・商品開発の体制 知的財産権の保有・活用状況	
	ITに関する投資、活用の状況 1時間当たり付加価値（生産性） 向上に向けた取り組み			人材育成の取り組み状況 人材育成の仕組み	

対話内容の総括

現状認識		将来目標	
------	--	------	--

現状と目標のギャップ

課題		対応策	
----	--	-----	--

PHASE 2 経営戦略・事業計画

- ※本PHASEは現状分析・ヒヤリングを基に
経営戦略・事業計画、目標達成のアクションプランを創ります
- ※結果付加価値を高めブランディングしやすくなります

経営戦略で求められる要素とは？

ミッションバリュー

- ・ ミッションビジョンバリューを明確化、共有することで**会社の付加価値を高める**
- ・ 社内環境整備によるポテンシャルの高いスタッフを育てる
- ・ **結果的に利益体質、居心地の良い会社になる**

事業の継続性

- ・ **個性だけに頼らない、合理的効率的な仕組み作りと人材育成**
- ・ 競業他社との差別化、リスク管理、労務管理
- ・ **結果的に売買やホールディングス化が容易になる**

社会貢献性

- ・ 事業による地域社会への貢献、地域経済への寄与
- ・ **事業創出、雇用創出**
- ・ **結果的に地元で愛される会社になる＝役所事業への布石**

事業計画作成で求められる要素とは？

新規性 優位性

- ・ 現状維持は衰退と捉え、少しでも今と違うことに挑戦し、成長を目指す
- ・ 競合他社に対する優位性や違い、顧客にとっての魅力を明確にする

実現 可能性

- ・ 実現できない計画ならば立てても意味がない（実際には大半の計画が該当）
- ・ 現状+ α の行動で達成できそうな、手に届く範囲の計画がまずは望ましい

検証性

- ・ 計画は立てて終わりではなく、実行して目的・目標を達成することが重要
- ・ 定期的に計画を振り返り、検証と改善（PDCA）を繰り返していけるように

計画の実行・改善の習慣化 (PDCAサイクル)



評価の観点 (BSC)	主な振り返り内容
財務の視点	投資回収、収益性の向上、財務体質の改善
顧客の視点	既存顧客の満足度・占有率向上、新規顧客の開拓
業務の視点	生産性の向上、提供する価値の明確化、競合企業との差別化
人材の視点	人材の採用・育成、組織体制の整備

当社の考える計画の振り返りのポイント

- ・ 振り返りは月次、隔月、四半期単位の**まずはできる範囲から始める**
- ・ 目標と評価はできる限り**定量化が望ましい(数値・指標)**
- ・ 実際に**うまくいってもいなくても**、その要因を分析して改善に繋げる
- ・ 当初の計画と**乖離が激しい場合には、計画そのものの見直しも必要**
- ・ 振り返りは**反省会よりも、前向きな改善提案中心に行うこと**

※スポット業務の場合には本業務はありません

未来事業計画

(事業計画実現の具体化例)

◆未来事業計画書

未来市場の開拓はアイデアに尽きる。知恵が何より優先される。
市場ニーズ、市場規模、収益性の具体的予測が表されて初めて審査評価対象になる。

事業名				事業内容	概要						
期限・目標					斬新性						
会社名											
提案者											
作成日						差別化要素					

↓茶色セルには計算式あり

事業種類	基本属性	属性明細			↓準備期間 ↓市場投入 ※準備期間と市場投入は同一でも可						
BtoB	業種、地域、組織規模				科目	0年目	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
					販促見込客						
BtoC	性別、年齢、世代、地域、個性				ターゲット率						
					顧客成約数	0	0	0	0	0	0
事業規模	備考	数量	単位		売上高	0	0	0	0	0	0
				変動費率							
セグメント	市場からの数量を確定する			社・人	変動費	0	0	0	0	0	0
ターゲット	セグメントからの5年後獲得率			率	粗利	0	0	0	0	0	0
	顧客獲得目標		0	社・人	粗利率	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
ポジション	販売品の平均客単価			円	広告販促費						
	目標売上高(顧客数×客単価)		0	円	営業人件費						
先行投資	外注仕入、試作、設備など			円	研究開発費						
	先行人件費、経費など			円	その他経費						
5年後変動費	平均変動費率		0	円	固定費合計	0	0	0	0	0	0
5年後固定費	広告販促費率		0	円	営業利益	0	0	0	0	0	0
	営業・開発企画人件費			円	営業利益率	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
	その他経費			円	先行投資額	0					
	営業利益		0	円	営業利益累計	0	0	0	0	0	0

↑変動費率、販促費率は半角数字入力

初年度開発プロジェクト1年度運営組織

◆未来事業計画書

未来市場の開拓はアイデアに尽きる。知恵が何より優先される。

市場ニーズ、市場規模、収益性の具体的予測が表されて初めて審査評価対象になる。

事業名	企業人の能力向上を目指す戦略日報システム開発運			事業内容	概要	PC、モバイルをデバイスとして、企業人の日々の業務報告をサーバに収録し、集計、分析、評価、印刷するシステムの開発と運営。ターゲットは組織体企業で、システムはインハウスのサーバで独自運用するか、安価なクラウドシステムを利用する。企業のメリットは業務の見える化であり、目的は活性化による収益性の向上。				
期限・目標	三年後黒字化。一年後目標で開発終了、販売へ				斬新性	社員の向上心を促す自律目標管理システム。公平に自動計算される人事評価				
会社名					差別化要素	品質と生産性の向上を目標管理するBSC&三業務・四職種独自開発システム				
提案者	鈴木花子									
作成日	2016年10月11日									

↓茶色セルには計算式あり

事業種類	基本属性	属性明細		科目	0年度	1年度	2年度	3年度	4年度	5年度	
BtoB	業種、地域、組織規模	10人以上組織企業。オール業種50万社			販促見込客	1,000	3,000	10,000	50,000	200,000	600,000
		税理士、労務士など士業10万社			ターゲット率	10.0%	10.0%	6.0%	2.0%	1.0%	0.5%
BtoC	性別、年齢、世代、地域、個性				顧客成約数	100	300	600	1,000	2,000	3,000
				売上高	24,000,000	72,000,000	144,000,000	240,000,000	480,000,000	720,000,000	
事業規模	備考	数量	単位	変動費率	0.0%	30.0%	30.0%	30.0%	30.0%	30.0%	
セグメント	市場からの数量を確定する		600,000	社	変動費	0	21,600,000	43,200,000	72,000,000	144,000,000	216,000,000
ターゲット	セグメントからの5年後獲得率		0.50%	率	粗利	24,000,000	50,400,000	100,800,000	168,000,000	336,000,000	504,000,000
	顧客獲得目標		3,000	社	粗利率	100.00%	70.00%	70.00%	70.00%	70.00%	70.00%
ポジション	販売品の平均客単価		240,000	円	広告販促費	2,000,000	10,000,000	15,000,000	20,000,000	30,000,000	40,000,000
	目標売上高(顧客数×客単価)		720,000,000	円	営業人件費	2,000,000	15,000,000	25,000,000	30,000,000	40,000,000	50,000,000
先行投資	外注仕入、試作、設備など		30,000,000	円	研究開発費	0	0	10,000,000	10,000,000	30,000,000	15,000,000
	先行人件費、経費など		10,000,000	円	その他経費	2,000,000	10,000,000	15,000,000	20,000,000	25,000,000	30,000,000
5年後変動費	平均変動費率	30.00%	216,000,000	円	固定費合計	6,000,000	35,000,000	65,000,000	80,000,000	125,000,000	135,000,000
5年後固定費	広告販促費率	10.00%	72,000,000	円	営業利益	18,000,000	15,400,000	35,800,000	88,000,000	211,000,000	369,000,000
	営業・開発企画人件費		50,000,000	円	営業利益率	75.00%	21.39%	24.86%	36.67%	43.96%	51.25%
	その他経費		30,000,000	円	先行投資額	40,000,000					
営業利益			312,000,000	円	営業利益累計	-22,000,000	-6,600,000	29,200,000	117,200,000	328,200,000	697,200,000

初年度開発プロジェクト

1年度運営組織

3年度運営組織

5年度運営組織

マネジャー 1人

リーダー 企画1名
制作1名

企画販促営業2名

設計制作 4名

人件費8名 40,000,000 円

トップ 組織 8名

企画営業 3

運営制作 2

総務管理 2

1人当り年間付加価値額 6,300,000 円

トップ 組織 16名

企画営業 6名

運営制作 5名

総務管理 4名

1人当り年間付加価値額 10,500,000 円

トップ 組織 31名

企画営業 10

運営制作 10

総務管理 10

1人当り年間付加価値額 16,258,065 円

PHASE 3 優先順位

※本PHASEは事業計画のアクションプランにおいて
具体的業務の確認、実現までのスケジュール
を作っていきます

PHASE 4 想定業務例

※本PHASEはお客様と一緒に成長するための
具体的業務の確認、実現までのスケジュール
を作っていきます

現時点で業種、リスク管理の面から必要だと思われること（案） ～この中で優先順や具体的なアクションプランを立てていきます～

<具体的なステップ>

大項目	中項目	ステップ1	ステップ2	ステップ3	ステップ4	ステップ5	ステップ6	ステップ7	ステップ8	ステップ9
ミッション/ビジョン/バリューの明確化と具現化 経営計画・事業計画との整合性	ヒヤリング/ヒヤリングシート	創業の思い	ターゲット(過去現在未来)	目的	提供サービスの意図					
	経営戦略・事業計画	現状把握1 ミッション/ビジョン/バリューの明確化	現状把握2 経営戦略が左記に沿っているか	検討1 経営戦略、方針	検討2 明確化、言語化	検討3 (経営革新計画の検討)				
		現状把握1 数値分析	現状把握2 事業計画が左記に沿っているか							
契約関係の整理	伝える視点で明確化	誰に伝えるか	何を伝えるか	共有すべき未来像						
	雇用契約と業務委託契約	現状把握1 両者の違いの認識(会社、相手先)	検討1 今後の方向性確認	検討2 区分の整理	検討3					
就業規則及び諸規程	登用制度の検討	現状把握1 両者の違いの認識(会社、相手先)	検討1							
	法改正反映	現状把握1 現状のルールの有無								
	人材登用、育成	現状把握1 評価、給与、教育などの有無								
情報管理	ハラスメント対策(カスタマーハラスメント)	現状把握1 法改正案内及び現状確認	検討1 今後の方向性確認	・懸念事項がめいめい改善されるか 検討	・ハラスメント対策が最低限を就業規則に網羅すれば可					
	個人情報管理	現状把握1 現在の管理状況確認	現状把握2 取得している情報の洗い出し(社内、社外)	現状把握3 取得している情報の整理(重要度、保管年数等)	検討1 情報管理上のリスク洗い出し	検討2 検討1について対応策等検討	検討3 わかりやすい情報の整理(表など)と管理方法検討	検討4 運用しやすい社内書式やルールブックの検討	情報管理にかかるルールブックが必要に応じて就業規則への反映	左記の運用にかかる社内書式と作成
その他	機密情報及びその他の書類等の情報管理	現状把握1 現在の管理状況確認	現状把握2 取得している情報の洗い出し(社内、社外)	現状把握3 取得している情報の整理(重要度、保管年数等)	検討1 情報管理上のリスク洗い出し	検討2 検討1について対応策等検討	検討3 わかりやすい情報の整理(表など)と管理方法検討	検討4 運用しやすい社内書式やルールブックの検討	情報管理にかかるルールブックが必要に応じて就業規則への反映	左記の運用にかかる社内書式と作成
	ルール等の運用について	検討1 誰にどこまで周知するか	検討2 検討1によって規程・運用ルールのレベル感、開示事項等検討	検討3 ルールブックの検討						
	業務マニュアル	検討1 各人の業務の洗い出し	検討2 共通化、システム化の検討	検討3 マニュアル化の検討	検討4 文書、動画、音声、写真等マニュアルの手段の検討					
	管理体制	検討1 管理体制の検討(社員が1人でも法定の管理が必要のため)	検討2 法定部分の確認、管理方法の検討	検討3 ルール作りと定期的な確認	検討4 誰もが同じ運用ができるよう社内書式等の充実					
補助金・助成金・融資関係	補助金・助成金・融資関係	現状把握1 現在の状況について	検討1 現状で必要なものと獲得可能なものがあるかの検討	検討2 今後の進め方によって可能なものの検討						

サンプル：
会社ごとに大項目、ステップ手順が異なります

※その上で、**M&A・FC展開・ホールディングス等**についての準備、施策が出てくると
思われる

※必要に応じて社員のワークショップなどを通して**共有・育成**を行うこともある

将来的な目標の一つとして 「ホワイト企業認定」でのブランディング

White Value

ホワイト企業認定は、3つの価値があります。

1

オフィシャルな
第三者評価として
の価値

2

働き方改革の
シンボルとしての
価値

3

採用力・定着力の
差別化としての
価値



左記6項目全てにおいて一定以上の評点を獲得すると認定されます

進め方とお見積もり

今後の進め方の流れ

提案書の検討・希望の反映など

- ・ 提案書の内容検討
- － 追加の希望
- － 今ではないこと

※業務詳細は後日になります

依頼の決定

- ・ 依頼の決定
- ・ 再検討

※ 本提案書の有効期限は
2週間です

スタート時期の決定

- ・ スタート時期の決定
- ・ 契約書締結
- ・ キックオフミーティング

※ キックオフミーティングは社員の方と一緒に場合があります

業務の具体的進め方及びお見積もり前提

1. PHASE 0からスタート

2. 平行して現状分析

ヒヤリングシートへの記入、決算書等お預かりの上、現状分析を行います

3. 課題確認、業務洗い出しの加筆訂正

3. お打合せ：zoom又は対面

- ・ 頻度：1回2～3時間、月1～2回

- ・ 議事録：次回打ち合わせまでにまとめ、内容確認の上進める

- * 優先順位や必要性によって繁閑の差異、追加業務・不要な業務が出る場合があります

- * キックオフミーティングで業務の洗い出し、優先順位・スケジュールを確定し、随時更新します