

経営革新計画承認申請ヒアリング時チェックポイント

(会社名

)

No.	チェック	項目
1		既存事業の現状(事業内容、対象顧客)と問題点(課題)を把握しているか。 新たな取り組みは既存事業との相乗効果がどの程度期待されるか。 (既存事業に係る経営資源(人材、設備、店舗等、資金、ノウハウ、技術、販路など)は何があって、これらをどの程度計画の事業に活用できるか。)
2		計画は、経営者のやりたいこと、想いが十分に反映されているか。また、申請書は、事業の要点、特徴がよくまとめられているか。 →経営者が経営革新計画の作成に主体的に参加し、納得できる計画に仕上がったか。経営者が今後の経営に役立てることができる計画になっているか。(支援者が計画作成の大部分を自ら行うことで、「経営革新計画＝自社に必要な経営計画」という経営者の認識を希薄にしていないか。)
3		計画の事業を推進する上での問題点、課題は何か。 特に、事業推進のための経営資源(人材、設備、店舗、資金、ノウハウ、技術など)は確保できているか。
4		事業・製品の特徴(ウリ)は何か。同業他社との違いはどのような点か。(自社の強み(他社に比べての優位性)の確認)競合はどの程度いるのか。どの程度強いのか。(競合は同じ商品等だけでなく、幅広にとらえる)
5		当該製品・サービスの弱み(デメリット)は何か。(あえて明らかにして、解決すべきものか否かを検討する。)
6		申請者のアイデアや創意・工夫が認められるか。(経営者が事業を始める、行うにあたり特に注力した点に注目) →購入した機械の性能に頼ったもの、単なる商品ラインナップの増、FC加盟のみなどの案件は対象外。
7		「売上・利益計画の実現性」がある程度担保されているか。(数字は根拠がある妥当なものか) ※「売上・利益計画の実現性」を見極めるためには、「優位性」、「市場性」、「既存事業との相乗効果」などをおさえておく必要がある。
8		市場性の確認がなされているか。そのうち、申請企業のシェア率はどのくらいか。 (販売実績、試作品等への取引先・顧客の声、競合社数とその売上げ、ターゲット顧客の属性(どういう人がなぜ購入しているか)、クレームの内容の確認などによる)
9		客数、客単価、商品単価(売価、原価(利益)率、卸値)の確認がなされているか。
10		販路、仕入先の確保は見込めるか。
11		申請書の別表2の実施計画は、申請企業の現状や売上・利益計画などと整合性がとれた妥当なものであるか。
12		計画の事業に係る営業、広告宣伝はどのように行うのか。
13		以上を踏まえたドメインの整理・確認はできているか(どこの、誰に、何を、どのように売っていきたいのか)
14		計画の承認を受ける目的(融資、補助金等)は明確になっているか。
15		資金調達为目的の場合は、金融機関との融資交渉は開始しているか。融資実行可能性(担当者の感触)はどうか。
16		新製品等は性能データなど裏付けがとれているか。
17		その他事業の支障になるものはないか(事業のための土地・建物は確保できているのか、必要な許認可はとっているかなど)
18		特許使用、デザイン使用等がある場合は使用料がどの程度か確認(例 売上高の5%、生産高の5%など)
19		共同申請時や複数の会社に関係する場合は、資本関係や契約・覚え書きの有無について確認
20		プレゼン対策 ・経営者が自らの言葉で説明できるか(計画の内容を納得し、深く理解しているか。) ・アドバイザーに理解してもらうための準備(事業のポイントをまとめた資料、事業の概要が小わかりする図、事業に関連する写真、専門用語等わかりにくい言葉の対策など) ②検討会の時、アドバイザーに製品を見せることが可能か