

お知らせ（学習ルート早見表）

～「VCとは → 構成要素 → 実践（2視点）」で勝ち筋を特定する一本道。p9は用語の深掘りです～

全10頁です（本頁の早見表を含む／本編7頁）。ラベル（【**最重要**】＝赤／【**重要・次点**】＝オレンジ／【**任意・深掘り**】＝グレー）を目印に、上から順にお読みください。

■ 本筋（必須）ルート：p1～p8・p10

「バリューチェーンとは → なぜ地図を作るのか → 構成要素（主活動・支援活動）→ 実践（差別化・効率性の2視点）」と進み、自社の『勝ち筋』の在りかを特定します。

■ 任意（深掘り）ルート：p9（『Service』と『支援活動（Support Activities）』の用語の違い）



お急ぎなら、p9 は後回しでも大丈夫。

p9 は、似た用語『Service』と『支援活動』を区別するための深掘りです。本筋 p1～p8・p10 だけでも、バリューチェーンで強みを見つける流れは掴めます。

※頁番号はスライド番号と一致しています（この早見表＝1頁目／スライド1）。

第2講 環境分析（内部）と強みの特定

～自社の「勝てる源泉」を武器に変える～

セクション1【導入】 経営課題特定の必要性

なぜ「経営課題」を特定するのかを腹落ちさせる

1 経営者の「日常」と現状の畏

2 「問題」と「課題」の違い

3 課題特定の「3つの決定的理由」

4 ゴールとマインドセット

セクション2【分析】 経営環境分析の必要性和分析手法

環境を読み解く「型」を身につける

1 経営環境とは（内部・外部）

2 外部：PESTEL／ファイブフォース

3 内部：バリューチェーン

4 全体像：SWOT分析

セクション3【棚卸し】 経営資源の棚卸しと可視化

埋もれた「強み」を掘り起こす

1 自分の「持ち札」を直視

2 経営資源の6分類

3 棚卸し表で可視化

4 地域企業の「勝ち筋」

セクション4【特定】 バリューチェーンで強みを見つける

★本セクション：「勝ち筋」の在りかを特定する

1 バリューチェーンとは（価値の連鎖）

2 構成要素：主活動と支援活動

3 資源×活動で「付加価値の発生点」を特定

4 差別化・効率性の2視点で「勝ち筋」を見極める

第2講 環境分析（内部）と強みの特定

～自社の「勝てる源泉」を武器に変える～

【ブリッジ文】初めに —— 「持ち札」から「価値の連鎖」へ

前セクションでは、経営資源、いわば自社の「**持ち札**」を、6つの切り口で棚卸しました。ただ、持ち札を並べただけでは、まだ十分ではありません。

本セクションでは、その持ち札が「**仕事のどの段階で、どう価値に変わっているか**」を、バリューチェーン（価値の連鎖）という地図で分析します。資源と活動を掛け合わせ、付加価値の発生点を突き止めます。

これが、第2講の総仕上げです。自社の「**勝てる源泉**」が、具体的にどこで効いているのかを、はっきりさせましょう。

本日は、自社の「**勝ち筋**」の**在りか**を、地図の上で特定していきます。

4 内部環境：バリューチェーン（価値の連鎖）で強みを見つける

ここまで、素晴らしい持ち札（経営資源）を掘り出しました。次は、その持ち札が、仕事のどの段階で、どのように、お客様への価値に変わっているのかを分析します。

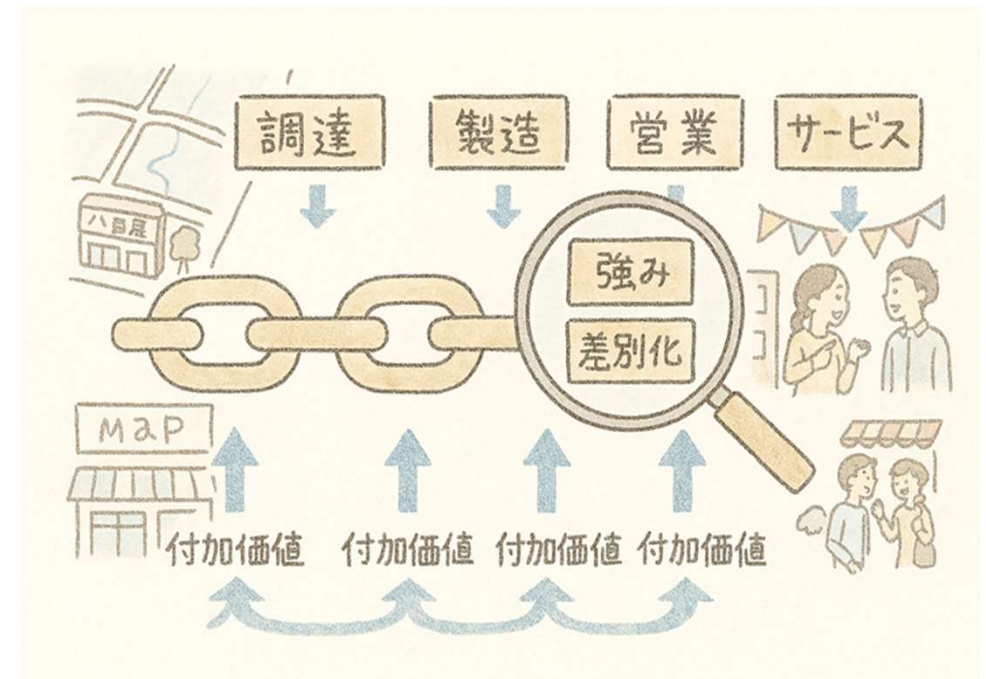
① バリューチェーンとは何か？

② バリューチェーン分析とは何か？

③ なぜこの地図を作るのか？

④ バリューチェーンの構成要素
（主活動・支援活動）

⑤ 差別化・効率性の分析：競争優位性の源泉



4 内部環境：バリューチェーン（価値の連鎖）で強みを見つける

1 バリューチェーンとは何か？

2 バリューチェーン分析とは何か？

さて、持ち札（資源）を書き出すだけでは十分ではありません。その資源が、商売のどの段階で「利益」に変わっているのかを分析するのが、このバリューチェーンという考え方です。事業活動は大きく2つに分かれます。一つは、商品やサービスの仕入れ・製造から販売、アフターサービスまで、直接お客様に価値を届ける「**主活動**」。もう一つは、それらを陰で支える人事・経理、インフラ整備などの「**支援活動**」です。

(1) バリューチェーンとは？

「バリューチェーン（Value Chain）」とは、企業が行うすべての事業活動を、顧客に製品やサービスを届け、対価を得るまでの「**価値の連鎖（鎖）**」として捉えるフレームワークです。

(2) バリューチェーン分析とは？

会社の仕事の流れを分解して、
どこで一番お客様に喜ばれる価値が生まれているか
を見つけるための「地図作り」。

単に経営資源（ヒト、モノなど）を棚卸しするだけでなく、「**どの活動（プロセス）で付加価値が生み出されているか**」を特定するために活用します。

4 内部環境：バリューチェーン（価値の連鎖）で強みを見つける

3 なぜこの地図を作るのか？

前回、【1 経営資源の棚卸し】で、会社の「強み」（良い武器）を見つけました。この地図（バリューチェーン）を作ることで、**「その良い武器が、仕事のどの段階で使われているのか」**を明確にし、「ここだ！」という勝ち筋の場所を特定できます。それは、自社の効率性や差別化につながる活動を特定し、その活動が付加価値を生んでいるか、つまり「勝ち筋」のヒントを見つけ出すことにつながります。

【1 経営資源の棚卸し】との接続

【仕事の流れの分解：2つの大きな活動（バリューチェーン）】

あなたの会社の仕事は、大きく分けて2つの活動でできています。前セクションで洗い出した「強みとなる経営資源」が、この2つの大きな活動（バリューチェーン）の、どの部分の活動で生かされ、付加価値に変わっているのかを明確にします。



4 内部環境：バリューチェーン（価値の連鎖）で強みを見つける

4 バリューチェーンの構成要素（主活動・支援活動）

企業の活動は、大きく以下の2つのカテゴリーに分解されます。

(1) 主活動 (Primary Activities)

顧客に価値を届け、収益を生むために直接的に必要な活動。

簡単に言えば、お客様に商品やサービスを届けるために、直接的にお金をかけて行っている主要な活動です。

活動名	具体的活動例	【経営資源の棚卸】で特定した資源との接続（付加価値の発生点）
製造/調達 (Inbound/Operations)	原材料の仕入れ、生産、品質管理	地域特有の原材料の仕入れ、地元協力業者との関係性
流通/販売 (Outbound/Marketing & Sales)	製品の保管、物流、営業活動、プロモーション	地元顧客に合わせた個別提案、地域の口コミ戦略
主活動の支援活動 (Service)	設置、修理、クレーム対応、アフターサービス	迅速な顧客対応、長年の関係性に基づくコンサルティング

4 内部環境：バリューチェーン（価値の連鎖）で強みを見つける

4 バリューチェーンの構成要素（主活動・支援活動）

(2) 支援活動（Support Activities）

主活動を下支えし、効率的・効果的に行うために、間接的に必要な活動。

活動名	具体的活動例	【1 経営資源の棚卸】で特定した資源との接続 （付加価値の発生点）
インフラ (Firm Infrastructure)	経営企画、財務、法務、経理	会社全体を運営するための 管理基盤 経営企画（方向性を決める）→弱いと方向性がブレる 財務（資金を調達・管理する）→弱いと資金調達できない 法務（リスクを管理する）→弱いと契約トラブル多発 経理（数字を整える）→弱いと資金繰り悪化
技術開発 (Technology Development)	研究開発、ITシステム管理、デジタルツール導入	顧客データ管理システム（情報）、RPA*導入による効率化（技術）
人事管理 (Human Resource Management)	採用、研修、賃金制度、モチベーション管理	地元出身者の採用（ヒト）、高い定着率とスキル（ヒト）

*（Robotic Process Automation）は、パソコン上の定型業務（データ入力、転記、Web収集など）をソフトウェアのロボットが自動化する技術です。

4 内部環境：バリューチェーン（価値の連鎖）で強みを見つける

4 バリューチェーンの構成要素（主活動・支援活動）

（3）言葉が似ているので気を付けてね！

主活動の「支援活動」（Service）と支援活動（Support Activities）の違い

該当する用語	英語表記	活動の種類と役割
主活動の「支援活動」	Service (Primary Activity内のステップ)	【役割：アフターフォロー】 製品・サービスを販売した後、顧客の満足度を高め、リピートにつなげる直接的な活動。 （例：修理、クレーム対応、使い方サポート）
（2）支援活動	Support Activities (活動のカテゴリー全体)	【役割：基盤整備】 主活動全体を効率化・強化するために間接的に行う活動。（例：人事、財務、ITシステム管理、技術開発）

該当する用語	具体的な業務例（中華食材販売業）	活動の種類と役割
主活動の「支援活動」	7. 在庫切れ時の緊急配送対応 8. 食材の調理法や活用レシピの提供	顧客に直接働きかけ、満足度を上げて「次の注文」に結びつける。
（2）支援活動	11. 顧客別予測システム（技術開発） 13. 専門人材の採用・育成（人事管理）	主活動すべて（仕入れ、営業など）がうまくいくための土台や仕組みを作る。

4 内部環境：バリューチェーン（価値の連鎖）で強みを見つける

5 バリューチェーン分析の実践：競争優位性の源泉の特定

バリューチェーンの各活動を、次の2つの視点で「強み」を評価します。

↑ 視点1：差別化（付加価値優位性）

Q. 競合にない独自の価値を、どの活動で顧客に届けているか。

着目点 主活動（販売・サービス）で独自資源が活かされているか。

例 顧客データ→最適提案で満足度UP。 →「情報」×「サービス」が差別化の源。

↓ 視点2：効率性（コスト優位性）

Q. どの活動を効率化し、競合より低コストで提供できているか。

着目点 支援活動（技術開発・人事）が主活動を効率的に支えているか。

例 受発注をデジタル化→事務コスト30%減。 →「技術開発」が効率性の源。

