

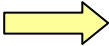
**建設業の新たな事業展開に向けて
—新分野進出のポイント—**

平成21年2月12日

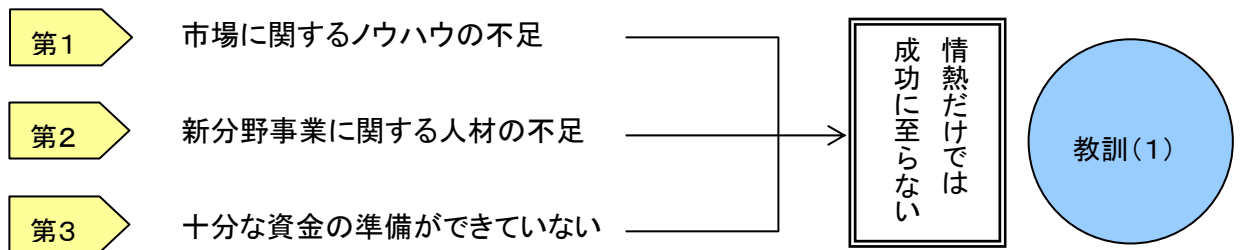
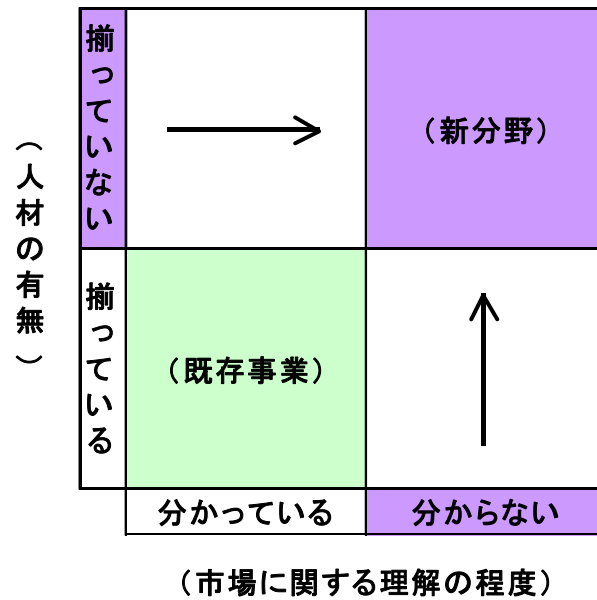
建設業経営研究所(CML)

理事長 公認会計士 吉永 茂

1. 新分野進出はなぜ成功率が低いのか

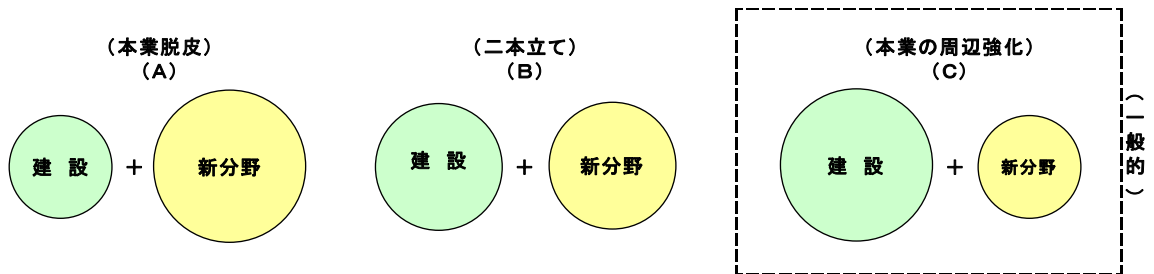
(1). 新分野進出の成功の確率は  10%前後といわれている。

(2). 成功しない3大理由

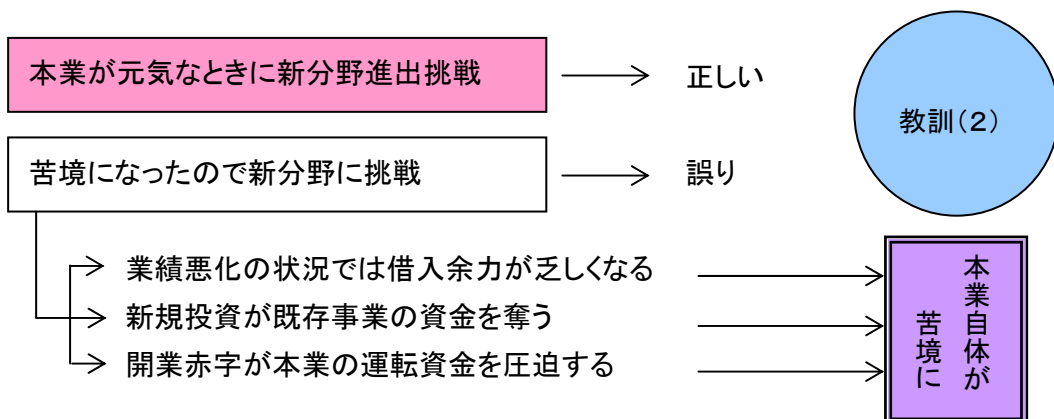
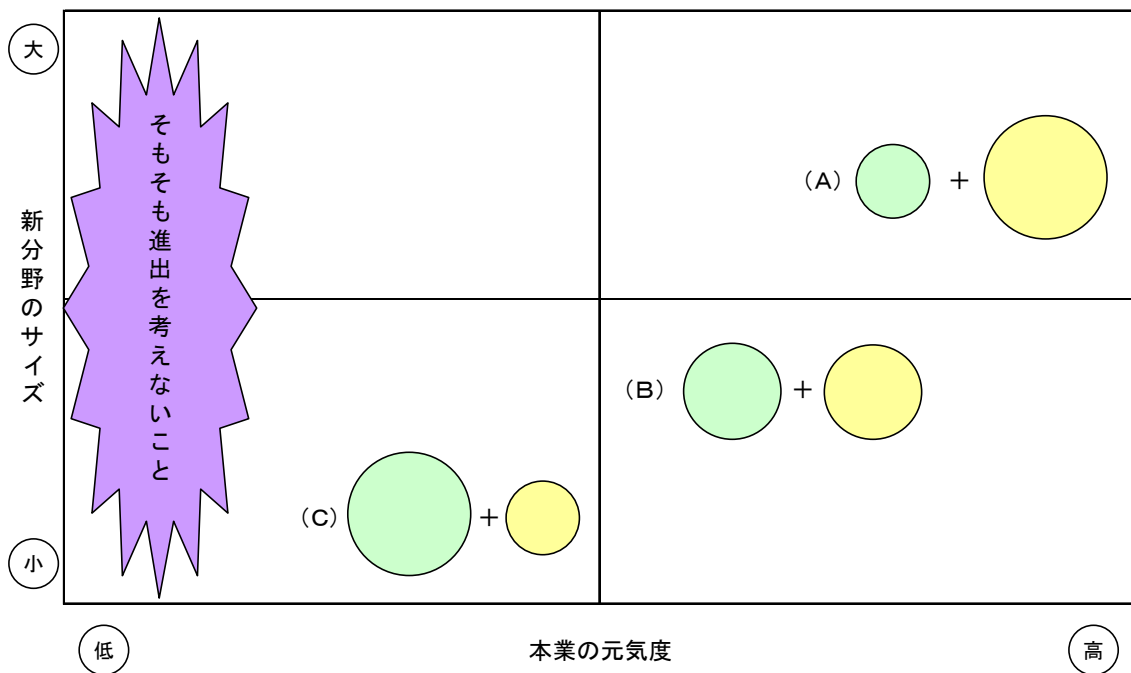


2. 新分野進出の必要性を考える

(1). 新分野進出の3つのパターン



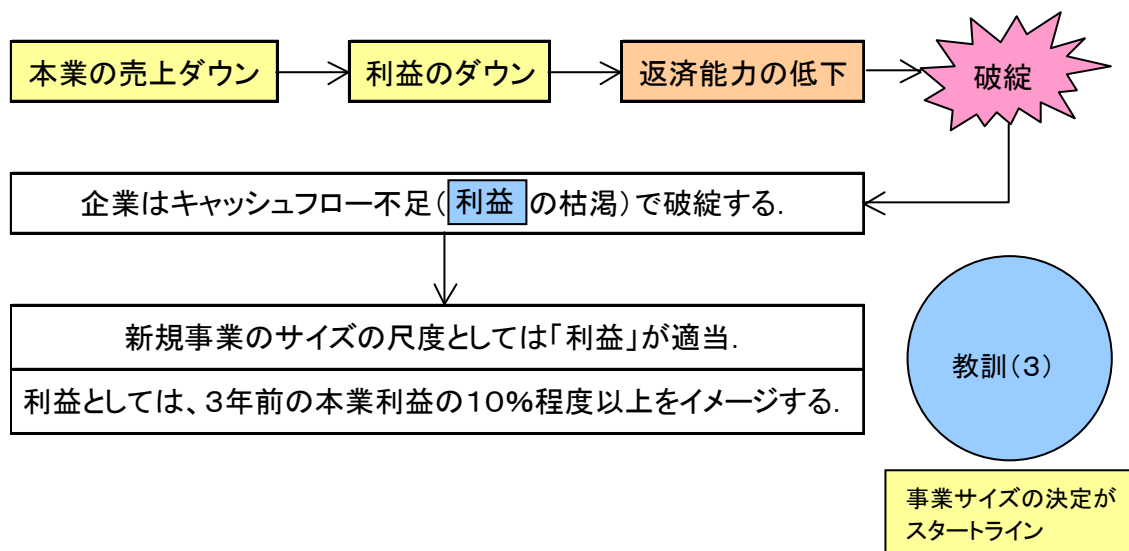
(2). 新分野進出のタイミングを誤らない



3. 新分野進出事業のサイズを考える

— 本業の周辺強化を目的とする場合 —

(1). サイズの尺度としては売上が妥当か. 利益が適切か.



(2). 具体的な目標利益の求め方(例)

項目	3年前	現 状	(3年後の新分野)	現状+新分野
預金残高	8000 万円	7700 万円		
年間利益(税引後)	1000	400	100	500
減価償却費	500	500	-	500
年間キャッシュフロー	1500	900	100	1000
年間借入返済額	1000	1000	-	1000
年間資金増加	500	△ 100		0

(3). 新分野進出を果たしたが利益は出ていないという状況をどう理解すべきか

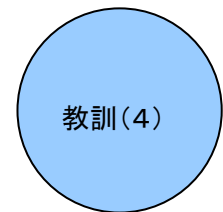
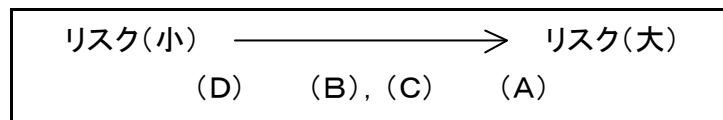
赤字でない事で「是」とすることなく、他の事業に取り組むことによって得られるであろう利益の機会を失っているのでマイナスと考えるべき。

新分野で利益が上げられないなら、本業強化に注力すべし

4. 新分野進出事業のマトリックス

C-1	医師等のデザインする医療・福祉に配慮した住宅のリフォーム事業の展開	A-1	公演の砂場の維持管理業務を受託										
C-2	戸建住宅に対する新たな「洗浄システム」で美観を演出する事業を開拓	A-2	バイオディーゼル燃料の生産販売事業										
C-3	住宅のウレタン遮熱工法を開発・販売	<table border="1"> <tr> <td>(新)</td> <td>(C) 新製品開発</td> <td>(A) 多角化</td> </tr> <tr> <td>(旧)</td> <td>(D) 既存事業</td> <td>(B) 市場開拓</td> </tr> <tr> <td></td> <td>(旧)</td> <td>(新)</td> </tr> </table>	(新)	(C) 新製品開発	(A) 多角化	(旧)	(D) 既存事業	(B) 市場開拓		(旧)	(新)	A-3	弁当の宅配事業に進出
(新)	(C) 新製品開発		(A) 多角化										
(旧)	(D) 既存事業	(B) 市場開拓											
	(旧)	(新)											
C-4	急斜面で使用する新型掘削機の開発		A-4	「しいたけ」の生産・販売									
D-1	地元業者が連携して住宅リフォームを推進		B-1	フランチャイズに加盟して官工事から住宅へ転換									
D-2	リフォームとガーデニングを融合させた提案型事業を展開		B-2	型枠工事の技術を台湾市場に進出して発揮									
D-3	大型民間施設の耐震工事の実績を活かして住宅の耐震補強工事に進出		B-3	耐震工事の技術を活かして耐震シェルター工事の受注展開									
D-4	河川工事の技術を活かして小水力発電建設工事の開発・事業化を推進		B-4	ベトナムのインフラ整備の受注獲得への取り組み									

(注). 上記の事業は、平成19年度の建設業の新分野進出支援事業(97例)からリストアップした。

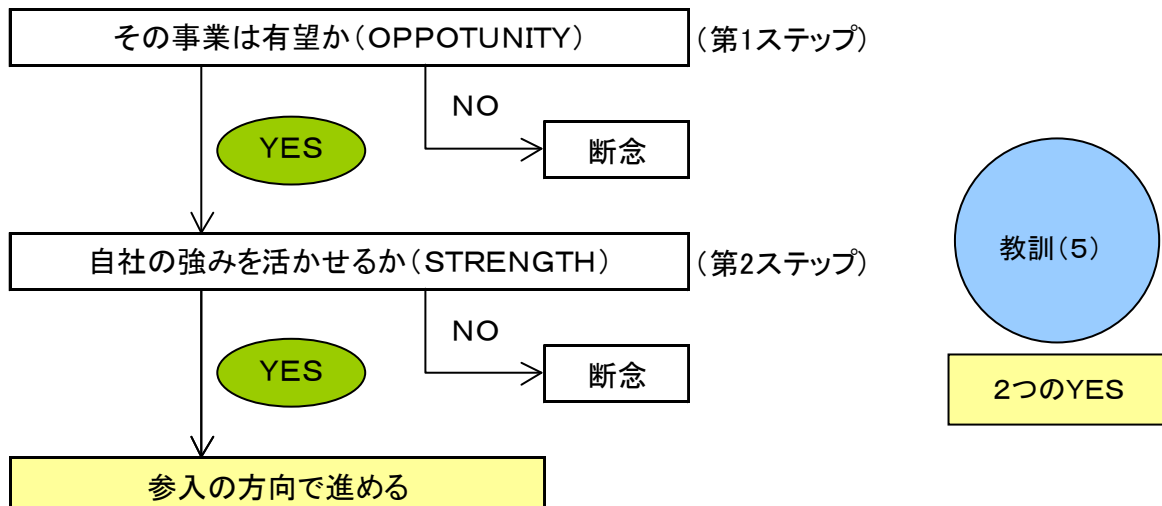


リスクの大小を知る

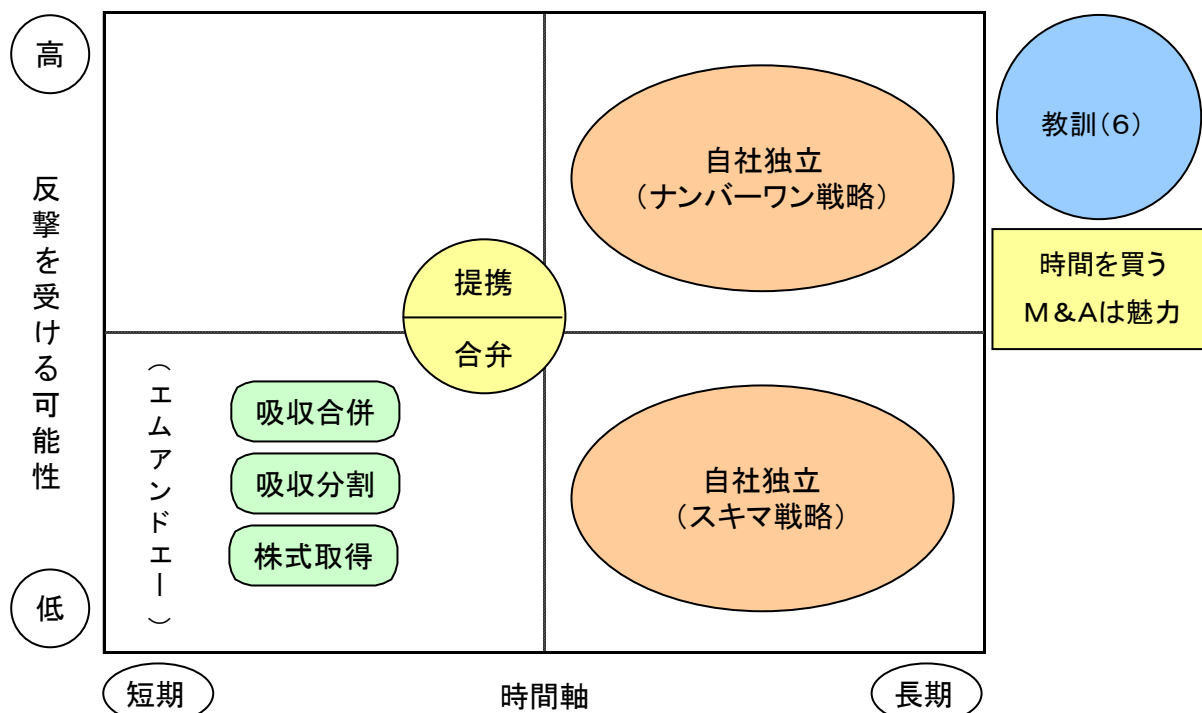
5. 参入候補事業を評価する

(例) 公園の砂場の維持管理業務	
強み STRENGTH (1) 社長の強い意志と時間的余裕 (2) 自社の技術を活かすことができる (3) 資金的な余裕が十分にある (4) 自社の社風にあった事業といえる (5) 候補事業に詳しい強い人脈を持っている (6) 社内のエース級の人材を投入できる	弱み WEAKNESS (1) 社長の時間が十分にとれない (2) 社内に人材が見当たらない (3) 共同事業者との安定した関係に不安がある (4) 銀行の協力が得られそうにない (5) 事業の規模が小さ過ぎる (6) 土地を要する事業だが、遊休地が無い
好機 OPPORTUNITY (1) 市場の成長性が期待できる (2) 強力なライバルがない (3) あまり開業資金がいらぬ事業である (4) 許認可等の参入障壁もない (5) 市場の規模が大き過ぎない (6) 既存客を活かすことができる事業	脅威 THREAT (1) 強力なライバルがいる (2) 本業と距離的に離れ過ぎている (3) 市場が大き過ぎる、又は小さ過ぎる (4) 莫大な投資が必要である (5) 本業と競合する危険性がある (6) 行政の政策等に大きく影響される

評価のステップ



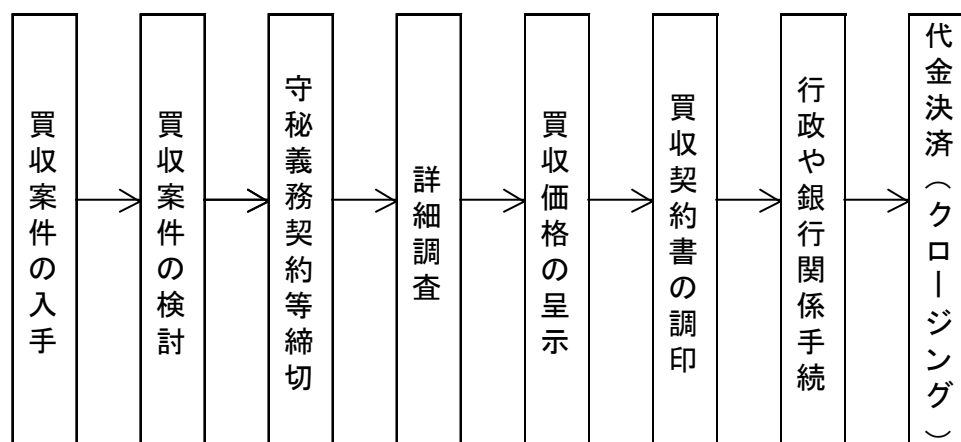
6. 参入の方法を選択する



エム・アンド・エーのリスク回避のために

- ①. 簿外負債の有無を調査する。(保証債務、係争中の事件等)
- ②. 企業価値の評価を慎重に行う。(専門家の活用)
- ③. 社長の一身専属的な技量で成り立っている経営ではないか
- ④. 買収後の人材の流出の危険性は無いか
- ⑤. 株主交替により主要取引先との取引が打ち切られる危険性は無いか

エム・アンド・エーの手順

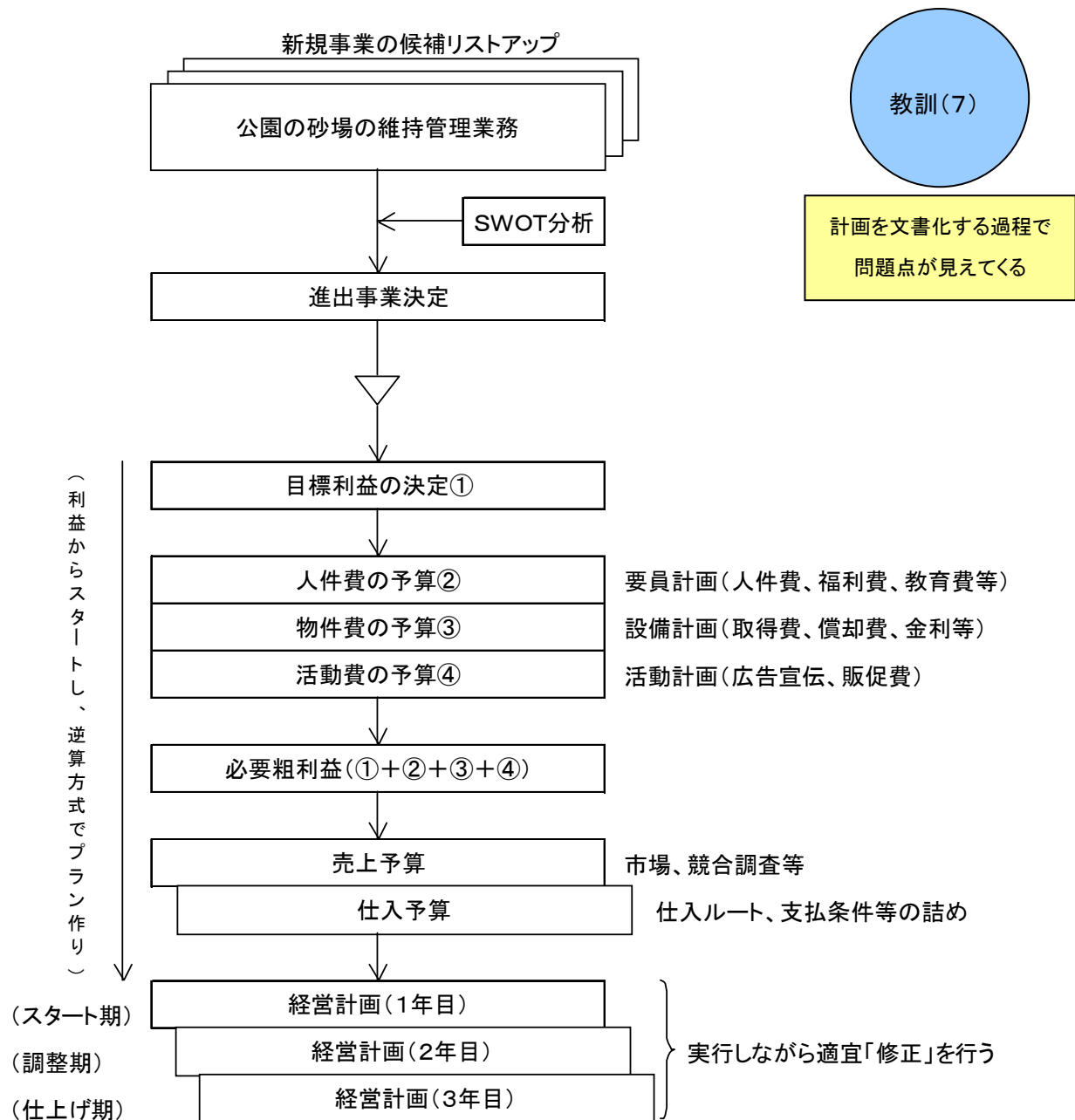


7. 計画書を必ず作成する

(1). 計画書の必要性

- ① 新規事業の実現可能性を客観的に判断することができる
- ② 事業に関係する人々(銀行、共同出資者)への説明資料として不可欠である

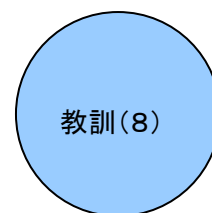
(2). 計画書作成プロセス



8. リスクを最小に抑える工夫

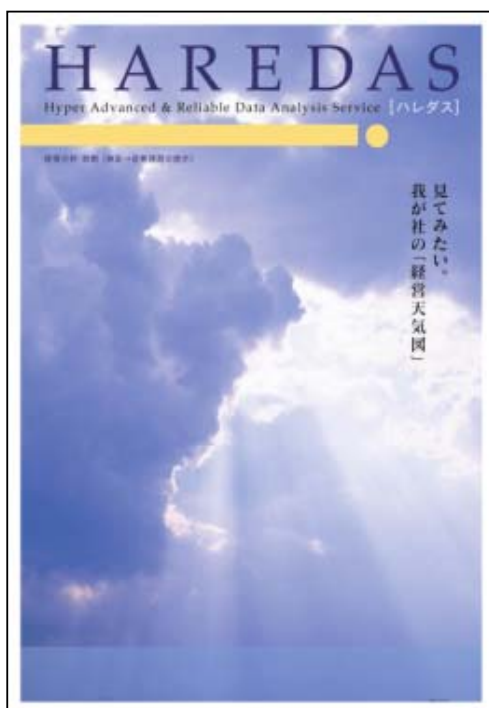
ー引き返し点を事前に決めておくー

基 引 き を 返 し け の る	赤字額が〇〇〇〇万円にまで膨らんだらストップ
	借入額が〇〇〇〇万円にまで膨らんだらストップ
	〇年後の売上が〇〇〇〇万円に達しなかったらストップ
	〇〇〇〇 が 〇〇〇〇 だったらストップ
↓	
効 果	致命傷となることを防ぐことができる
	次なるチャンスへの挑戦を可能にする



見切り千両

9. 現状の正確な把握(最初のそして最大の課題)



<必要資料>

直近3ヶ年の決算書を揃えるだけで分析可能

(注). 公認会計士として守秘義務が課されていますので企業の財務内容が外部に漏れることはありません。

<お申込先>

TEL 096-356-0633

FAX 096-211-9560

吉永公認会計士事務所

本セミナーに参加された企業様のうち
2月末までにお申込の先着20社様に限り
無料診断いたします。