## ■　事例企業の「設問の構造化」シート

＜企業概要＞

業態　　園芸用はさみ製造業
取扱製品
　ＯＥＭ製品、自社ブランド製品
（売上高の 80%がＸ社向け製品）
従業者数　　80 名

○の数字は設問番号

**外部環境が悪化する中で、ＯＥＭ製品依存型経営から脱却を図り、自社ブランドの更なる成長と新規事業分野への進出を検討するＤ社の事例。**

経営理念

経営戦略
自社ブランドの更なる成長による収益性、資金繰りの改善並びに新規事業の検討

SWOT 分析
（外部環境）

＜脅威＞
従来からＤ社の業績を支えてきたＯＥＭ製品の売上低下で収益が減少基調にある。

＜機会＞
自社ブランド製品が海外市場を中心に成長している

Ｙ社からプラスチック切断用カッターの製造依頼がある。

SWOT 分析
（内部資源）

＜強み＞
特殊素材が市場に受入れられている自社ブランド製品を保有している。

はさみ製造で培った刃物製品製造の技術力がある

B/S ,P/L,CF 構造

経営分析
＜収益性の問題点と改善策＞
① 売上総利益率
② 棚卸資産回転率
③ 有形固定資産回転率
＜ＣＦ分析＞
① ＣＦの算出
② 改善策で期待される効果

1－1

1－2

2
＜OEM 製品別採算性＞
＜撤退製品の選定＞
・ 貢献利益マイナス
共通固定費回収不可
経常利益減少
↓
・ 製品Ａ、製品Ｄの撤退

3
＜新規設備投資の評価＞
＜正味現在価値法＞
・ 毎年のＣＦの算出
正味現在価値計算
↓
・正味現在価値がプラスとなるため、投資する

4
＜活動基準原価計算＞
＜活動基準原価計算＞
・活動基準原価計算を用いる背景
↓
・活動基準原価計算によるＤ社の意思決定の可能性

Copyright (c) AAS. All rights reserved