



月次レポート サンプル ・ 中小企業(汎用)

# 事業を、 読める形に。

## Generic SME

### 本書について

本レポートは、年商約8,000万円規模の架空の汎用日本中小企業をモデルに作成された、月次経営監査のサンプルです。従業員12名のサービス系SMEで、業種を問わず一般的な指標を意図的に使用しています。

氏名、数値、個人はすべて架空のものです。手法、計算式、構造、分析の深さは、実際のご契約で使用されるものと同一です。

御社のビジネスでこのような可視化が必要な場合 — [meridian.tokyo/assessment](https://meridian.tokyo/assessment) から無料診断を依頼してください。48時間以内に、御社固有の状況に基づいた書面による初期診断をお送りします。

### 目次

01	エグゼクティブサマリー — 最初に見るべきもの	p. 2
02	3つのレッドフラグ — 今、実際に問題なこと	p. 3
03	改善幅 — 同種の取り組みで見込める変化	p. 4
04	ご契約の流れ — 進め方と料金	p. 5

## この事業を、 私たちの視点で。

主要な経営指標、それぞれが業界ベンチマークと照らし合わされます。表は御社の現状と目標を示しています。数字は概要 — 本質は、どの指標が下がっているか、なぜか、どう修正するかにあります。次のページからの分析が、価値の本体です。

### 最初に見るべきもの

御社の事業は、日本の中小企業に最も一般的なパターンを示しています:収益性と安定性は確保されているが、運営指標を体系的に読めていないため成長できない状態。

3つの普遍的なパターンが、業種を問わず現れます:マーケティングチャネル集中リスク、放置された従業員生産性のばらつき、個人の記憶に依存した顧客フォロー。

これら3つだけで、平均的な中小企業に年間約1,500~2,000万円のコストをもたらします。新しいツールも採用も不要 — 構造化された追跡と書面プロセスだけで安価に修正可能。

### 今月の主要指標

指標	ウェイト	現状	目標
月次売上	15%	670万円	800万円
顧客維持率	15%	68%	80%
従業員生産性ばらつき	15%	2.8倍	1.5倍
マーケチャネル集中	10%	上位1チャネル75%	40%
顧客LTV	10%	22万円	30万円
応答時間(逆)	10%	2.1日	1.0日
EBITDA利益率	15%	24%	20%
リピート顧客率	10%	32%	50%

## 今、実際に 問題なこと。

この事業が損失を出している3つの問題。それぞれに具体的なコスト、具体的な対策、そして対策が機能したかを測定する具体的な方法があります。月次の経営の打ち手プランを凝縮した形です。

### 01

高インパクト  
獲得チャネル集中

#### 新規顧客の75%が、単一チャネル経由。

##### 現状

過去6ヶ月の新規顧客の4分の3が単一ソース(本ケースではGoogle有料検索)から流入。他のチャネル(オーガニック、紹介、ダイレクト)は存在するが、管理も追跡もされていない。CPCが20%上昇するか、アルゴリズム変更があると、売上に直接打撃 — バッファなし。

##### 推定コスト

戦略的リスク。現状の直接コストではないが、累積する脆弱性 — そして広告コストはほとんどのカテゴリで年間15~25%上昇中。

##### 推奨アクション

12ヶ月の多角化計画を、具体的なチャネル目標とともに構築:紹介15%、オーガニック20%、ダイレクト10%。各チャネルに1つの書面イニシアチブと月次KPI。チャネル別CACを四半期で追跡。

### 02

高インパクト  
オペレーション — 生産性

#### トップパーフォーマーが、平均の2.8倍の作業をこなしている。

##### 現状

チームのパフォーマンス変動(営業、納品、製造 — 業種による)は2.8倍。トップパーフォーマーは中央値メンバーの2.8倍のアウトプットを生成。業界の健全な変動:1.5~2倍。ギャップはタレントではなくプロセスで説明可能 — トップパーフォーマーは個人的な習慣が優れているだけ。

##### 推定コスト

下位4名が中央値レベルでパフォーマンスを発揮すると、人員増加なしでアウトプットが約25%増加。年間約1,500万円の機会損失。

##### 推奨アクション

トップパーフォーマーのプロセスを明示的に文書化(ワークフロー、日次ルーティン、決定ルール)。書面トレーニング文書として作成。下位2名を2週間トップパーフォーマーとペアシャドー。週次で1人あたりアウトプットを追跡。

### 03

繰り返し発生  
顧客フォロー

#### 顧客フォローが、個人の記憶に完全依存している。

##### 現状

顧客取引後の体系的なフォロープログラムが存在しない。30日後に思い出してチェックインする従業員もいれば、しない従業員もいる。リピート購入/維持率は、元の取引を担当した従業員によって極端にばらつく。

##### 推定コスト

リピート顧客率は達成可能な50%に対し32%。1件の見落としリピート顧客あたり約12万円のLTV。年間約1,800万円が放置中。

##### 推奨アクション

全成約取引後に書面の3接触フォローシーケンスを実装:7日目(感謝/利用確認)、30日目(チェックイン/問題検知)、90日目(次のステップ提案/クロスセル)。「手が空いた誰か」ではなく1名が所有。完了率とリピート購入率をペアKPIとして追跡。

## 同種の取り組みで、見込める変化幅。

同種の取り組みを6ヶ月続けた場合に見込める、現実的な改善幅です。各改善幅は、上記のレッドフラグに対応した取り組みで現実的に到達可能なレンジです。実際の変化幅は、御社の業態と現場の状況によって異なります。

### 01

#### 獲得チャネルの分散

取り組み前

単一チャネル75%

多角化計画導入後の典型水準

取り組み後 (典型レンジ)

主力50〜55%、その他チャネル30%程度

### 02

#### 従業員生産性のばらつき

取り組み前

2.8倍の変動

プロセス文書化 + ペアシャドー後のレンジ

取り組み後 (典型レンジ)

1.6〜1.8倍の変動

### 03

#### 顧客フォローの体系化

取り組み前

リピート率 32%

3接触シーケンス導入後の典型水準

取り組み後 (典型レンジ)

リピート率 40〜45%、年間 +800〜1,200万円相当

※ 上記は、同種の取り組みで現実的に到達可能な改善幅です。特定の顧客の実数値を再現したものではありません。御社固有の結果は、業態・市場・実行精度によって異なります。理想値ではなく、現場で達成され得る水準を示しています。

## 実際のご契約の 流れ。

ご契約は構造化されています。コンサル時間ではなく、「やりながら考える」でもありません。4段階のセットアップに続いて、カレンダーに沿った月次配信が行われます。

### WEEK 1

#### 発見・データ監査

既存のデータを精査します — CRMエクスポート、財務シート、広告レポート、営業記録。形式や状態は問いません。最も大きい歪みを特定します。

### WEEKS 2-3

#### 業界別キャリブレーション

御社の業界と過去期間に合わせて、ベンチマーク、シグナルの重み、レッドフラグ閾値を構成します。テンプレートではなく、カスタムフィット。

### WEEK 4

#### 初回診断

書面による初回診断を納品します。今月対処すべき3つの優先事項と、対処しなかった場合の損失額を、それぞれ数値で明示します。

### MONTH 2+

#### 月次の経営の打ち手プラン

毎月、書面の経営の打ち手プランが届きます。何が壊れているか、どこから漏れているか、翌月のためのプレイブック。非同期 — メールで返信。

### プラン

#### 基本

¥9万 + ¥9万/月

単一事業、シンプルな運営

推奨

#### 標準

¥13万 + ¥13万/月

複数チャネル、成長中の事業

#### 拡張

¥20万〜 + ¥22万〜/月

複数事業部、グループ経営

**保証** — ご契約後3ヶ月以内に、御社のために特定された改善機会の総額がお支払いいただいた月額合計を下回る場合、初期費用を全額返金いたします。月額は月単位で解約可能 — 保証の対象は、改善機会の特定です(実装は御社のご判断)。

### 次のステップ

## 無料診断を、依頼してください。

meridian.tokyo/assessment から、御社の状況を簡単にお聞かせください。48時間以内に、業界の典型的な漏れパターンの分析、御社固有の状況に基づいた3つの想定される問題、そして答えるべき重要な質問を、書面でお送りします。

契約前提なし、営業電話なし。診断後、双方が適合と判断した場合、条件を提案いたします。そうでない場合は、診断書面と本サンプルをお手元にお持ちください。

MERIDIAN TOKYO

サンプルレポート 終 ・ 経営判断を、書面で ・ Decision support for SMEs, in writing