



支援ナビに対応した帳票、様式類

## ベンチマーキング

### 経営パフォーマンスを比較し 競合企業・優良企業の経営に学ぶ手法

ベンチマーキングは、経営や業務・ビジネスプロセスの非効率な部分を改善するため、他分野における優良事例（ベストプラクティス）を探し出して分析し、それを指標（ベンチマーク）に自社の活動を測定・評価して、変革を進める経営改善手法のことです。

元々は、靴修理の職人が修理の際に客の足を測定することをベンチマーキングと呼び、足を「ベンチ」に載せ、その形をなぞってベンチに印（マーク）を付け、靴のパターンを作っていたことから、経営パフォーマンスにマーク（印）をつけ、経営モデルを確立する当該手法を「ベンチマーキング」と呼ぶようになりました。

## 1

## ベンチマーキングの狙い

ベンチマーキングとは製品、サービス、プロセス、慣行を継続的に測定し、パフォーマンスの良い競合他社やその他の優良企業のパフォーマンスと比較するマネジメント手法です。顧客による企業のパフォーマンスの評価に直接、間接的に影響を与えるものを尺度（単位あたりのコスト、単位あたりの生産性、単位あたりのサイクル時間、単位あたりの欠陥数など）として測定し、それを他社と比較します。

現行のビジネス業務を測定し、それをライバル企業の業務と比較する継続的なプロセスですから、ライバル比較シートを活用し比較する項目ごとに数値評価を行うことで、判断に客観性をもたせることができます。社員に明確な目標を与えることにつながります。

## 2

## ベンチマーキング・シートの活用方法

ベンチマーキングを進める際には、以下のような手順が一般的です。ベンチマーキング・シートの縦軸・横軸項目を設定しながら、内容を記載します。

- Step1 主題（商品、事業等）を選択する。
  - Step2 プロセス（評価項目）を定義する。（ライバル比較シートの縦軸項目に相当）
  - Step3 パートナー（比較相手）を特定する。データ源を特定する。
  - Step4 自社のパフォーマンスを調査する
  - Step5 データを収集し、パートナーのパフォーマンスを調査する。
  - Step6 ギャップ（数値差異）を確定する。
  - Step7 プロセス（比較項目）ごとの差異要因や背景をまとめる。
  - Step8 将来の目標パフォーマンス（または実行課題等）を確定する。
  - Step9 項目ごとの数値目標を設定する。
- ライバル比較シートに記載
- 目標設定シートに記載

以降は、実行段階の取り組み

- Step10 実施
- Step11 レビュー/再調整

## ベンチマーキング・ライバル比較シート①

<製造業の場合>

	評価項目	自 社		ライバルA社		コメント
商品	商品機能・性能	○	高速対応力に優れる	○	品質安定性に優れる	差別優位性は少ない
	デザイン	△	接地面積が広	○	全般的にコンパクト設計	自社は機能重視でデザイン志向が薄い
	商品価格	○	価格は柔軟に対応	○	価格は柔軟に対応	業界はワンプライス志向の中で、柔軟性対応に優れる
販売	販売ルート	△		◎		
	販売地域	○		◎		
	販売技術・手法	◎		△		
	人的体制	○		○		
サービス	サービス体制					
	サービス技術					
生産・納期	納期・リードタイム					
	生産体制					
	生産技術					
	購買先					
経営	生産性					
	売上伸長率					
	収益性					

◎: 圧倒的に優れる(または業界トップ)

○: 優れる (または業界上位)

△: 競争力はない(または業界平均)

×: 特に劣る (または業界下位レベル)

## ベンチマーキング・ライバル比較シート②

<卸・小売業の場合>

	評価項目	自 社		ライバルA社		コメント
商品	品揃え					
	売れ筋・セール					
	新規・独自商品					
	ストアブランド					
販売	接客対応					
	販売技術					
	顧客管理					
	情報活用					
店舗	店舗投資					
	レイアウト					
	宣伝訴求					
	展示・陳列					
	店舗什器					
物流	物流体制					
	物流コスト					
サービス	サービス技術					
	サービス価格					
	組織対応					
	顧客満足					
	人材育成					

## ベンチマーキング目標設定シート

	項目	わが社の 現状分析	ライバル社か ら学ぶべき点	わが社の現実 とのギャップ	今後実行すべき 目標設定
事業戦略	事業コンセプト				
	事業ドメイン				
営業力	顧客(特性・リピート・ 情報管理等)				
	エリア (特性・拠点展開等)				
	外部機能 (代理店・流通等)				
商品力	開発力				
	技術力				
	企画・提案力				
	コスト対応力				
生産性	業務処理のスピード				
	資金活用				
	一人当たり生産性				
	仕組み・システム				
マネジメント	組織体制				
	計画達成				
	組織学習 (育成・学習等)				
	人事 (賃金体系・刺激給等)				

制作著作 独立行政法人中小企業基盤整備機構 経営支援部 支援機関サポート課

作成担当 青木 弘一（平成23～27年度 全国支援ネット統括マネージャー）  
地域支援機関等サポート事業 ホームページ  
<http://www.smrj.go.jp/keiei/chiikiryouku/index.html>