

『15分スケジュール』実践セミナー 「業務効率化して新規開拓を進める方法」

PROGRAM



(株)営業改善





(株)営業改善・代表取締役 黒田 昭彦（クロダ アキヒコ）

- ・ 1971年生まれ 大阪府堺市出身（55歳）
- ・ 甲南大学 法学部卒業
- ・ メディア掲載：
「近代中小企業」2020年7～9月号、2023年9月号
- ・ 吹田商工会議所（専門相談員）

マーケティング会社にて企画営業として23年間、多数の企業の営業支援・販売促進に携わる。
会社員時代、チームメンバーが「明日は徹夜をしても業務が終わらない」と追い詰められていた際、業務を細かく分解し、15分単位で予定に落とし込む方法を実践。
短時間で業務を前に進める手応えを得たことから、再現性のある手法として体系化した。
2019年独立。15分スケジュール、週間スケジュールを活用し、営業の生産性向上、残業削減、販売促進を支援している。

- ・ 著書『15分スケジュール すぐに成果を出す人の時間術』

1. あるべき姿になる為のスケジュール活用

- ・ 業務の10～20%だけが商談時間という現実
- ・ 見える化で黒字になった商社の秘密「15分スケジュール」
- ・ 「15分スケジュール」の効果

2. 新規開拓の時間を生み出す営業戦略

- ・ 6年間赤字の事業部が1年で黒字になった広告代理店
- ・ パレート（20：80）の法則「重要顧客の選定～利益の80%を固める」
- ・ 限られた時間で効果を最大化する「PPM分析で行き先を効率化する」

3. 目標への行動を進める方法

- ・ なるほどと納得（自分ごと化）すると動き出す
- ・ 週1回「予定のマネジメント」で数字を伸ばした営業所長
- ・ 「週間スケジュール」で仕組化はスムーズ

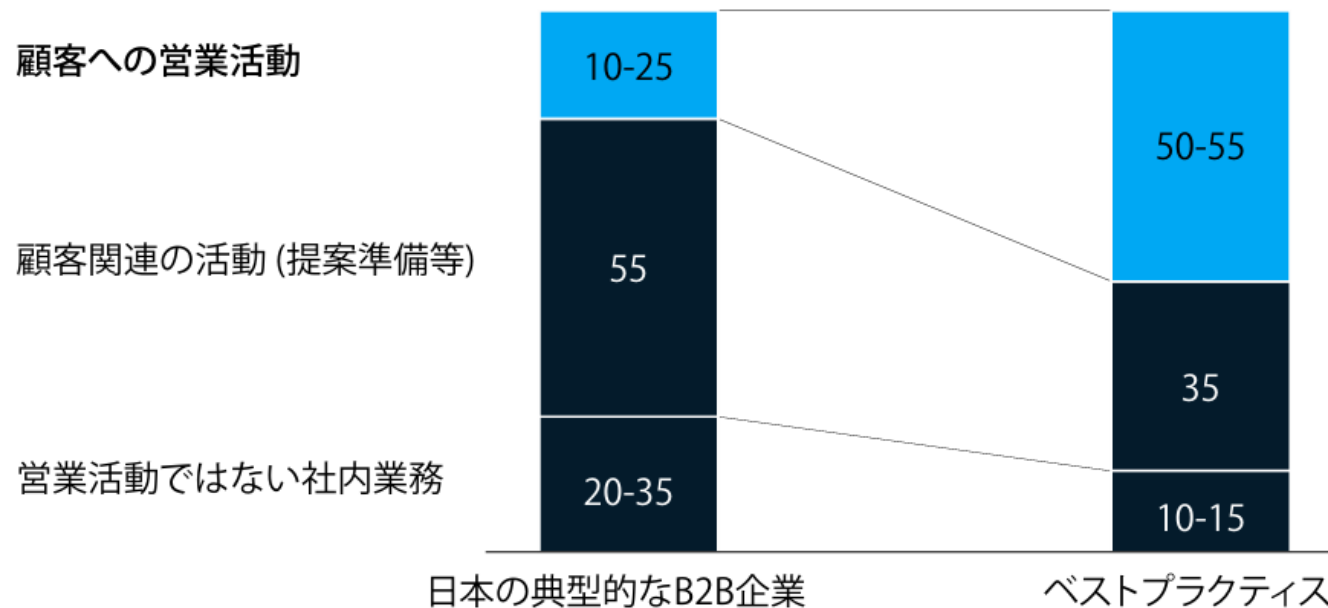
4. 質疑応答

あるべき姿になる為の スケジュール活用

日本企業における 営業の商談時間

■日本の営業は、業務の10～20%だけが商談時間という現実

営業員の時間の使い方分析の例
%; 勤務時間に占める割合



※資料：マッキンゼー「日本の営業生産性はなぜ低いのか」2021年より

新規開拓が進まない理由 営業現場の不満は、時間がない！

■あるメーカー営業の不満

お施主様、工事店の担当者に同行して現場調査へ行けばリアルな状況やニーズが分かり、提案がしやすい。

また、的確な提案が出来るので受注確度が高まるのも知っている。でも、日々の雑多な事務作業に追われて「外に行く時間がない！」



■見える化で黒字になった商社の秘密「15分スケジュール」

お悩み

- 営業社員が非常に受身で困っている
- あるべき姿＝能動的に新規開拓を進めるには？
- 業務改善を進めたいが、現状が把握できていない



※当社支援事例。複数の改善施策を実施した結果です。

■改善の工程

1. 業務の「見える化」
（「15分スケジュール」で現状を把握）
2. 業務を取捨選択＋改善
（あるべき姿、行動への転換）
3. 「あるべき姿」になる為のボトルネックを解消
（事務業務、資料作成の移行など）
4. 「あるべき姿」へシフト



業務の「見える化」で行動改善

※テレワークでも不安がなかった。



■ 「見える化」の成果

1. 営業の行動改善
新規開拓の時間確保 + サボりの排除（サボりを疑われない）
2. 業績向上
赤字 → 黒字化
3. 本社のバーチャルオフィス化（テレワークでも安心）
経費削減



『15分スケジュール』実践セミナー：業務効率化して新規開拓を進める方法

■「15分スケジュール」という見える化ツール

TODOリスト	
☐ TEL (A社・山田様：〇〇の件)	☐ TEL (F社・太田様：〇〇の件)
☐ TEL (B社・鈴木様：〇〇の件)	☐ 勤怠入力
☐ TEL (C社・佐藤様：〇〇の件)	☐ 経費精算
☐ TEL (D社・田中様：〇〇の件)	☐ 数字メンテナンス
☐ TEL (E社・中村様：〇〇の件)	☐ 日報入力
☐ 企画書作成 (B社・〇〇案件)	☐ 申し込み (研修)
☐ 資料作成 (B社・〇〇案件)	☐ 情報収集 (資料作成：B社・〇〇案件)
☐ 商談 (A社・山田課長)	☐ 商談の結果報告 (A社・山田課長)
☐ 商談 (A社・鈴木課長)	☐ 商談の結果報告 (A社・鈴木課長)
☐ 社内打合せ (経理・佐藤課長)	☐ 手配 (社内打合せ：経理・佐藤課長分)
☐ 社内打合せ (設計・田中係長)	☐ 手配 (社内打合せ：設計・田中係長分)
☐ 見積り (B社・〇〇案件)	☐ 原価確認 (見積り：B社・〇〇案件)
☐ 見積り (C社・〇〇案件)	☐ 原価確認 (C社・〇〇案件)
☐ 見積り (F社・〇〇案件)	☐ 原価確認 (F社・〇〇案件)



	予定	結果	備考/予備業務
9:00	勤怠入力/メールCHK		
9:15			数字メンテナンス
9:30			企画検討(B社・〇〇案件)
9:45	移動		確認(商談内容)
10:00	商談(A社・山田課長)		
10:15			
10:30	商談(A社・鈴木課長)		
10:45			
11:00	移動		
11:15			商談振り返り
11:30	報告(商談結果)		
11:45	メールCHK/対応		
12:00			経費精算
12:15			
12:30	昼休憩(ランチ)		
12:45			打合せ準備
13:00	社内打合せ(経理・佐藤課長)		
13:15			
13:30	TEL(A社・山田様)他		
13:45	TEL(D社・田中様)他		
14:00	TEL結果のまとめ~手配		
14:15			
14:30	企画書作成(B社・〇〇案件)		
14:45			
15:00			
15:15	資料作成(B社・〇〇案件)		
15:30			
15:45			メールCHK/対応
16:00			
16:15	社内打合せ(設計・田中係長)		
16:30			

「Googleカレンダー」では、商談や会議、打合せといった自分以外の人とのスケジュールを入れますが、

「15分スケジュール」では、Googleカレンダーでは空いている個人でやる仕事もすべてスケジュールリングして埋めて行きます。

『15分スケジュール』実践セミナー：業務効率化して新規開拓を進める方法

■ Googleカレンダーとの比較

	予定	結果	備考／予備業務
9:00	勤怠入力／メールCHK		
9:15			
9:30			
9:45			
10:00			
10:15	社内打合せ(設計・田中係長)		
10:30			
10:45			
11:00			
11:15			
11:30			
11:45	メールCHK／対応		
12:00			情報収集
12:15	ラヂミーティング(高橋課長)		
12:30			
12:45			
13:00			
13:15			
13:30			
13:45			
14:00	移動		
14:15			
14:30			
14:45			
15:00	現場確認(E社・〇〇案件)		
15:15			
15:30			
15:45			
16:00	移動		
16:15			
16:30			
16:45			
17:00	メールCHK／対応		
17:15	日報入力		
17:30			

・空白時間が
個人業務の
できる時間

■「15分スケジュール」という見える化ツール

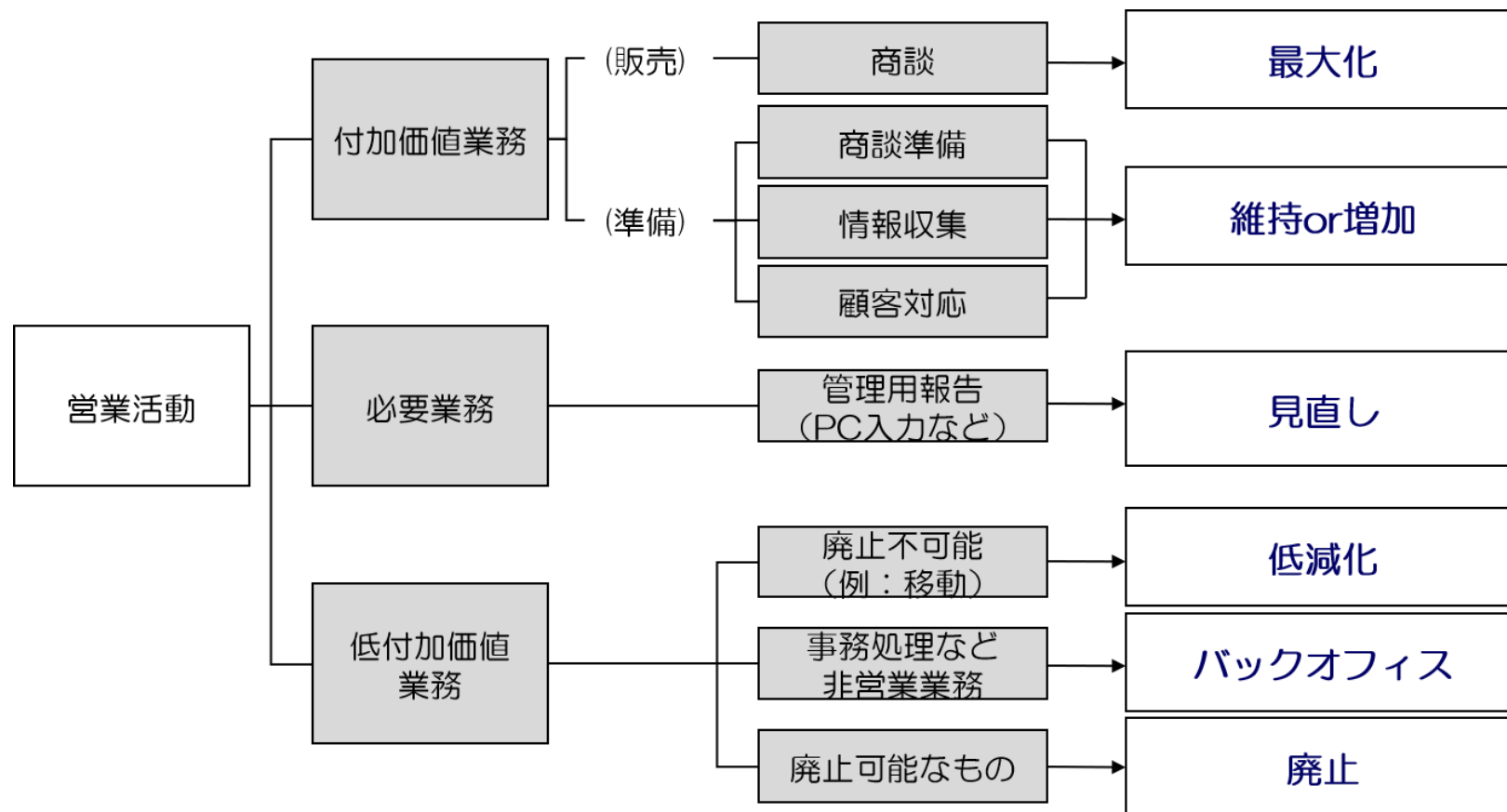
①TODOリスト（週間スケジュール）を元に、優先順位を整理して入力

②本日の結果を入力（※TEL対応など細かい業務も入力）

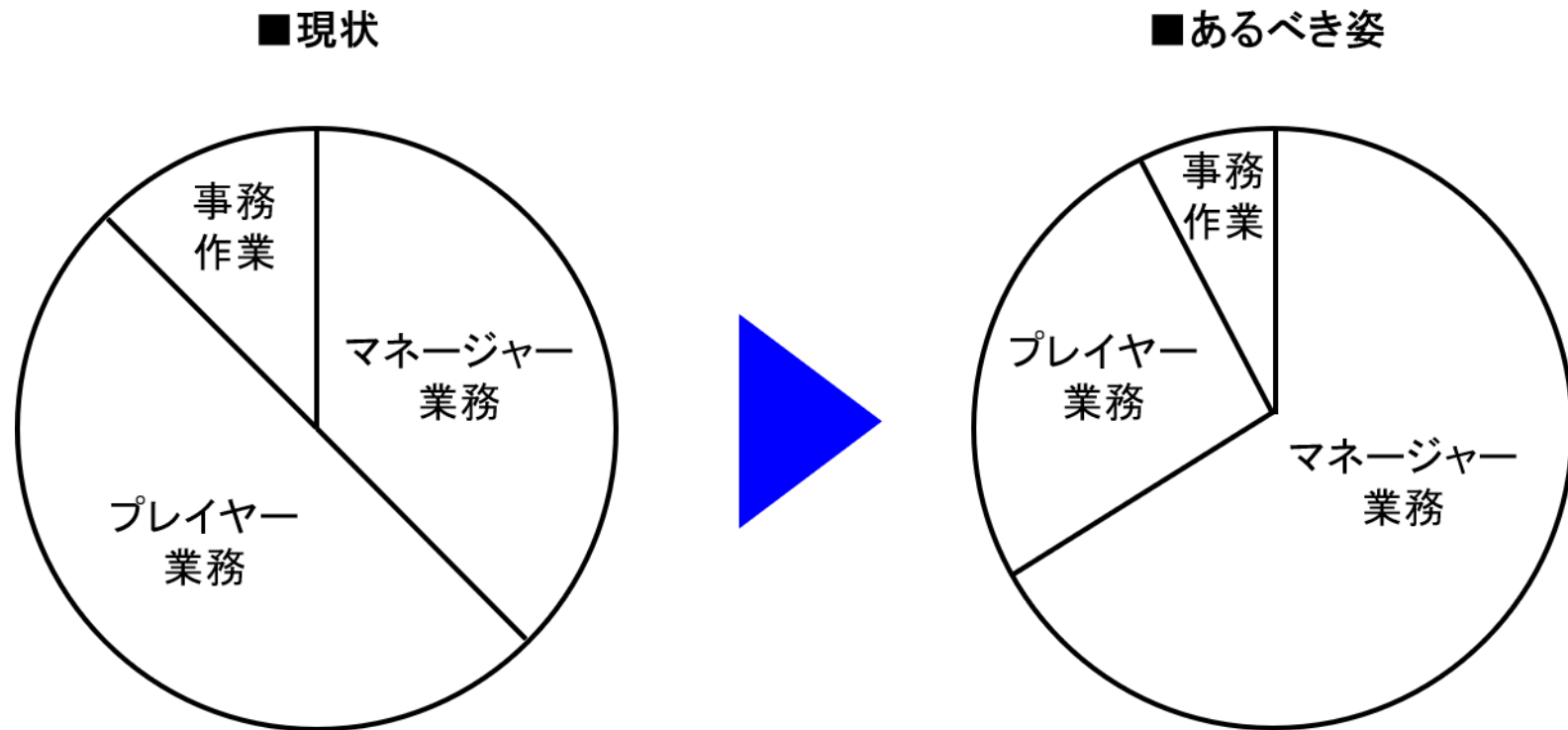
③余白時間が不要になった際に実施する
予備業務を入力

	予定	結果	備考／予備業務
9:00			
9:15			
9:30			
9:45			
10:00			
10:15			
10:30			
10:45			

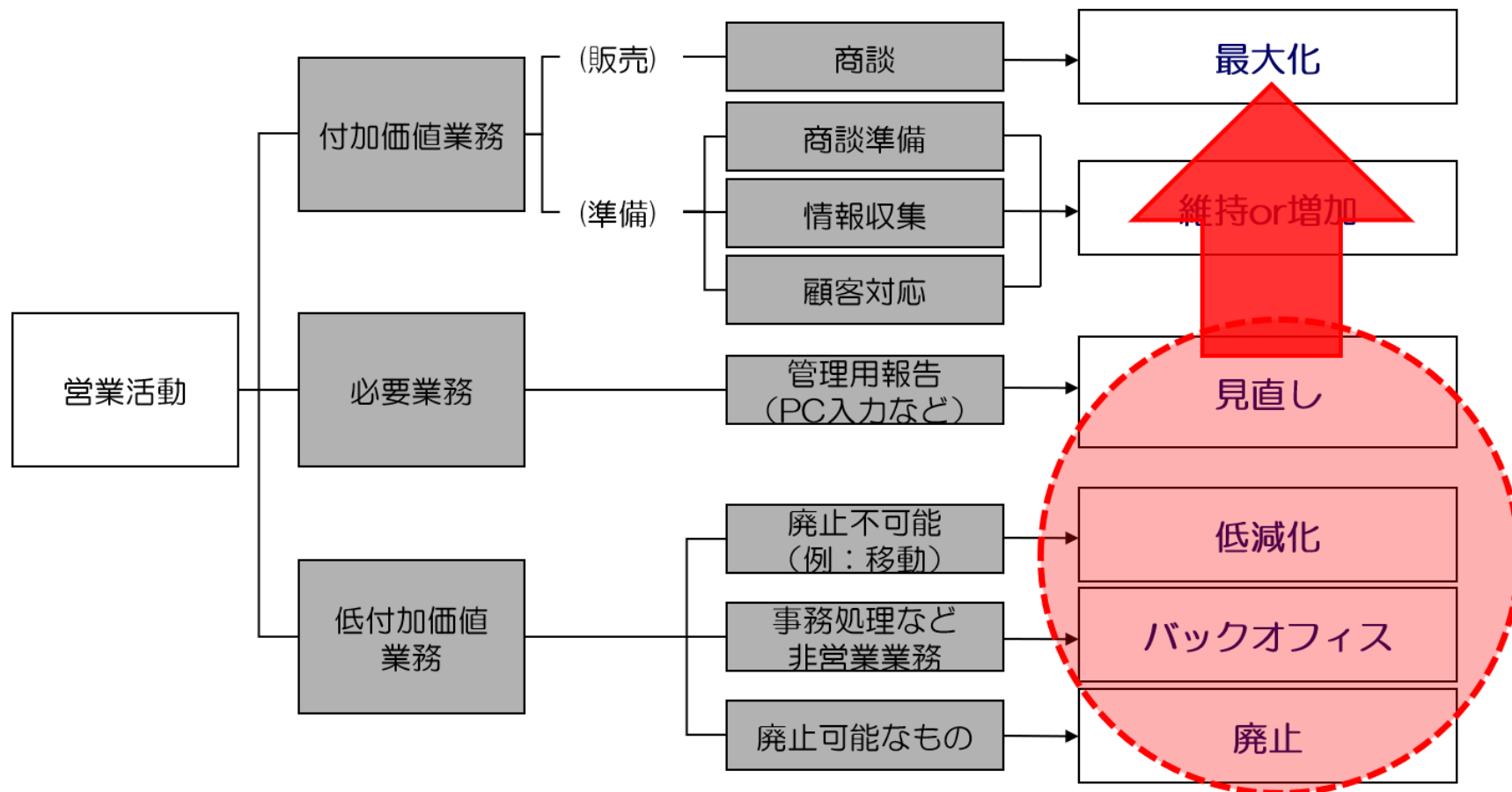
■ 「あるべき姿」になるため、業務を仕分けする。



■「あるべき姿」になるため、業務を仕分けする。



■ 「あるべき姿」になるため、業務を仕分けする。



■ 改善項目は細分化して取り組む

業務分類は、取り組むべき大きな課題を原因を考えながら小さな課題に分類。分類された小さな課題の原因を考えて更に小さな課題に分類していきます。

■ 大きな課題

- ・ 外回りの時間が少ない

■ 原因（小さな課題）

- ・ 資料作成が多い
- ・ 会議が多い
- ・ 問合せ対応が多い
- ・ 打合せが多い

■ 原因（更に小さな課題）

- ・ デザインに時間をかけ過ぎ
- ・ 出席者と頻度の見直し
- ・ Q&Aの充実
- ・ 突然相談の回数削減



■「15分スケジュール」の効果

【会社側のメリット】

- ・業務内容が「見える化」する
- ・コア業務（あるべき姿）へ業務シフトができる
- ・業務効率のアップ
- ・職務怠慢の排除

【社員側のメリット】

- ・TODOリストではできない優先順位が明確になる
- ・自分の仕事内容が「見える化」する
- ・業務効率がアップする
- ・業務処理能力（時間見積り）が明確になる
- ・スキマ時間が活用できる
- ・仕事のプロセスも評価される



新規開拓の時間を生み出す 営業戦略

■ 6年間赤字の事業部が1年で黒字になった広告代理店

お悩み

- 営業社員が既存対応に追われて、新規開拓が進まない
- 売上管理を徹底するものの数字が改善しない
- 打ち手が場当たりので中長期的な改善ができていない



※支援事例。複数の改善施策を実施した結果です。

■重要顧客の選定に使える「パレート（20：80）の法則」

パレートの法則

「全体の結果の約80%は、全体のわずか20%の要因によって生み出されている」という経験則。

※イタリアの経済学者ヴィルフред・パレートが提唱

ビジネスでの具体例

- ・売上と顧客：全売上の80%は上位20%の優良顧客が生み出している
- ・商品と売上：利益の大部分は、主力20%の製品から生まれている

法則を活用するメリット

選択と集中ができるようになる。

限られたリソース（時間や予算）を、重要な20%の部分に集中させることで、業務効率や生産性を高めることができます。

『15分スケジュール』実践セミナー：業務効率化して新規開拓を進める方法

■「パレート（20：80）の法則」 重要顧客の選定～利益の80%を固める

順位	企業名	売上高（億円）				決算日 （16年度）
		2016年度	伸び率	2015年度	伸び率	
1	NTTデータ	17324.73	7.3%	16148.97	6.8%	3
2	大塚商会	6434.17	5.6%	6090.45	0.5%	12
3	キヤノンマーケティングジャパン	6293.13	▲2.6%	6490.02	▲2.0%	12
4	野村総合研究所	4245.48	0.7%	4214.39	3.8%	3
5	伊藤忠テクノソリューションズ ^{※1}	4078.49	4.1%	3916.06	2.5%	3
6	TIS ^{※2}	3933.98	2.8%	3826.89	6.0%	3
7	SCSK				5.8%	3
8	日本ユニコム				3.3%	3
9	トランス・コスモス				4.2%	3
10	新日鉄住金ソリューションズ	2324.73	6.3%	2186.85	6.0%	3
11	富士ソフト	1642.18	6.9%	1536.61	3.5%	12
12	ネットワンシステムズ	1572.36	8.3%	1451.80	1.4%	3
13	内田洋行	1382.10	▲1.2%	1399.13	▲2.6%	7
14	GMOインターネット	1350.26	6.9%	1263.37	15.5%	12
15	都研電気	1051.49	▲0.4%	1056.19	0.3%	3
16	香洋エレクトロ	984.17	▲12.4%	1123.32	2.0%	1
17	りらいあコミュニケーションズ	961.88	18.0%	815.00	9.8%	3
18	三菱総合研究所	869.04	1.8%	853.54	▲2.3%	9
19	JBCホールディングス	832.72	▲3.3%	861.29	▲6.3%	3
20	DTS	798.58	▲3.2%	825.37	10.6%	3
21	電通国際情報サービス ^{※3}	797.83	-	567.71	-	12
22	兼松エレクトロニクス	641.66	4.7%	612.89	▲1.0%	3
23	オービック	614.53	4.6%	587.38	4.2%	3
24	TKC	577.50	5.1%	549.28	0.8%	9
25	シーキューブ	556.22	3.0%	540.23	▲8.3%	3
26	NSD	552.34	7.1%	515.85	20.0%	3
27	CAC Holdings	525.21	0.8%	521.05	4.1%	12
28	パスコ	517.66	▲1.9%	527.67	▲1.4%	3
29	ソフトバンク・テクノロジー	502.25	11.2%	451.63	13.4%	3

BEP

【現状確認】

黒字の境界線BEPを上回るために抑えておく、重点得意先を把握する。

※図はイメージです。

『15分スケジュール』実践セミナー：業務効率化して新規開拓を進める方法

■「パレート（20：80）の法則」 重要顧客の選定～利益の80%を固める

順位	企業名	売上高（億円）				決算日 （16年度）
		2016年度	伸び率	2015年度	伸び率	
1	NTTデータ	17324.73	7.3%	16148.97	6.8%	3
2	大塚商会	6434.17	5.6%	6090.45	0.5%	12
3	キヤノンマーケティングジャパン	6293.13	▲2.6%	6490.02	▲2.0%	12
4	野村総合研究所	4245.48	0.7%	4214.39	3.8%	3
5	伊藤忠テクノソリューションズ ^{※1}	4078.49	4.1%	3916.06	2.5%	3
6	TIS ^{※2}	3933.98	2.8%	3826.89	6.0%	3
7	SCSK				5.8%	3
8	日本ユニコム				3.3%	3
9	トランス・コスモス				12.8%	3
10	新日鉄住金ソリューションズ	2324.73	6.3%	2186.85	6.0%	3
11	富士ソフト	1642.18	6.9%	1536.61	3.5%	12
12	ネットワンシステムズ	1572.36	8.3%	1451.80	1.4%	3
13	内田洋行	1382.10	▲1.2%	1399.13	▲2.6%	7
14	GMOインターネット	1350.26	6.9%	1263.37	15.5%	12
15	都研電気	1051.49	▲0.4%	1056.19	0.3%	3
16	新洋エレクトロ	984.17	▲12.4%	1123.32	2.0%	1
17	りらいあコミュニケーションズ	961.88	18.0%	815.00	9.8%	3
18	三菱総合研究所	869.04	1.8%	853.54	▲2.3%	9
19	JBCホールディングス	832.72	▲3.3%	861.29	▲6.3%	3
20	OTS	798.58	▲3.2%	825.37	10.6%	3
21	飛通国際情報サービス ^{※3}	797.83	-	567.71	-	12
22	兼松エレクトロニクス	641.66	4.7%	612.89	▲1.0%	3
23	オービック	614.53	4.6%	587.38	4.2%	3
24	TKC	577.50	5.1%	549.28	0.8%	9
25	シーキューブ	556.22	3.0%	540.23	▲8.3%	3
26	NSD	552.34	7.1%	515.85	20.0%	3
27	CAC Holdings	525.21	0.8%	521.05	4.1%	12
28	パスコ	517.66	▲1.9%	527.67	▲1.4%	3
29	ソフトバンク・テクノロジー	502.25	11.2%	451.63	13.4%	3

BEP

【現状確認】

黒字の境界線BEPを上回るために抑えておく、重点得意先を把握する。



【数字の基礎固め】

重点得意先の案件を精査して、具体的な打ち手を施して数字を固める。

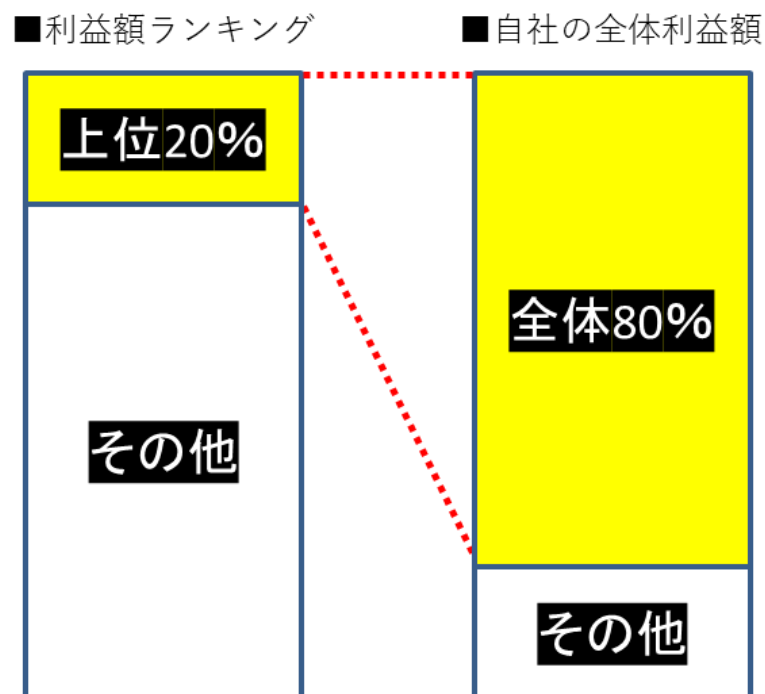


【数字の積み上げ】

重点得意先以外の数字を積み上げる＝利益を作る。

※図はイメージです。

■ 「パレート（20：80）の法則」 重要顧客の選定～利益の80%を固める



重点得意先を抑えれば、数字は安定する。

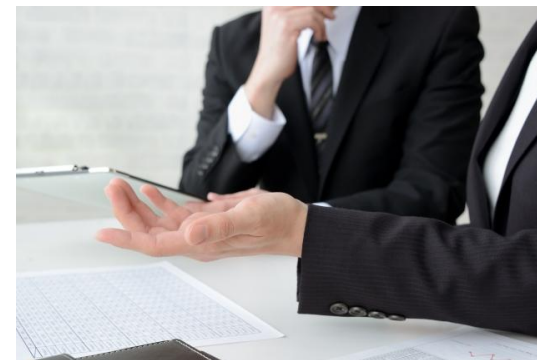
■ 「ROI（投資利益率）」 「個人PL」 という指標も持つ

利益ベースで考える「営業の意識改革」

我々の給与は売上ではなく、利益から出てきます。

目標数字を売上だけでなく、
利益額（考え様によっては、数字が小さくなるので楽になる）で
思考すれば、営業効率は改善します。

さらに利益額だけでなく、その案件の利益を出すために投下された
時間数を考えることで、ROI（投資利益率）、個人PL（損益計算書）を算出して、
個人単位でもBEP（損益分岐点）を意識すれば、
利益思考で攻め先、商品を最適化、再設定する
行動が進んで行きます。



■ 営業時間の再配分に使える「PPM分析」を活用する

PPM分析（プロダクト・ポートフォリオ・マネジメント）

事業や製品を「市場成長率」と「市場占有率（シェア）」の2軸で4つの象限に分類し、経営資源の最適な配分を決定するためのフレームワーク。

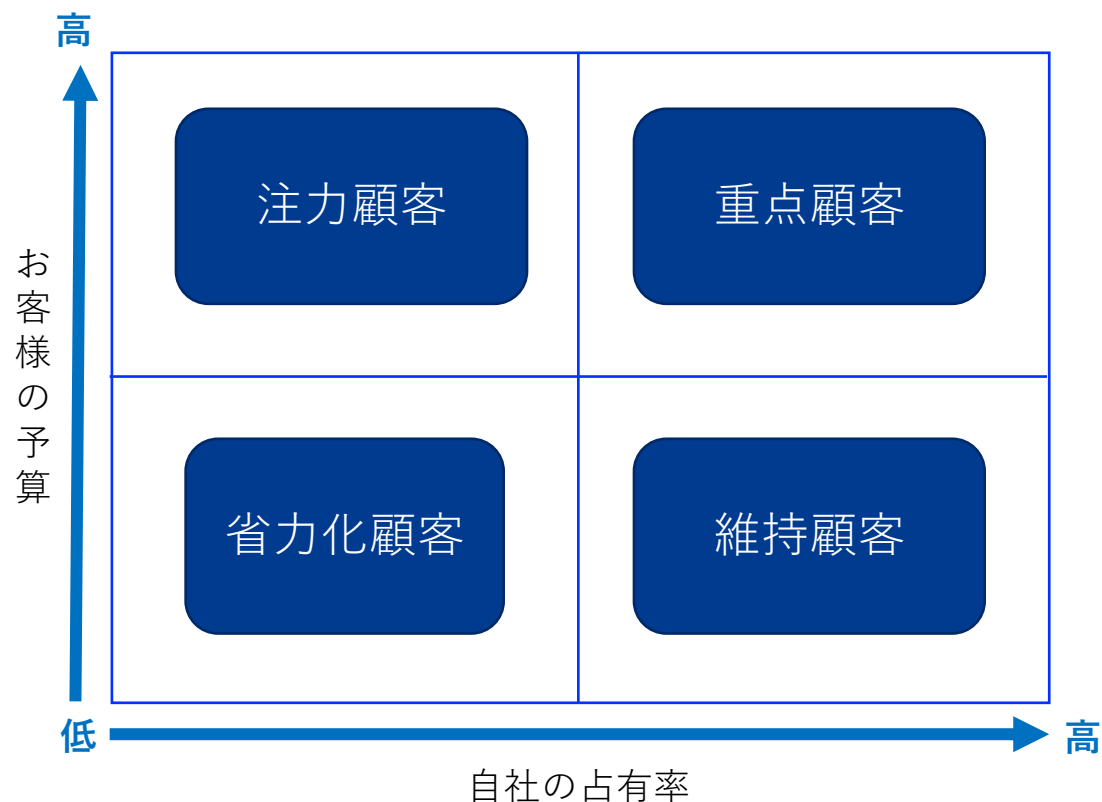
※アメリカのコンサルティング会社・ボストン・コンサルティング・グループが開発。

活用するメリット

どの事業に資金を投資し、
どの事業から撤退すべきかという
経営資源の最適な分配先を可視化することができます。



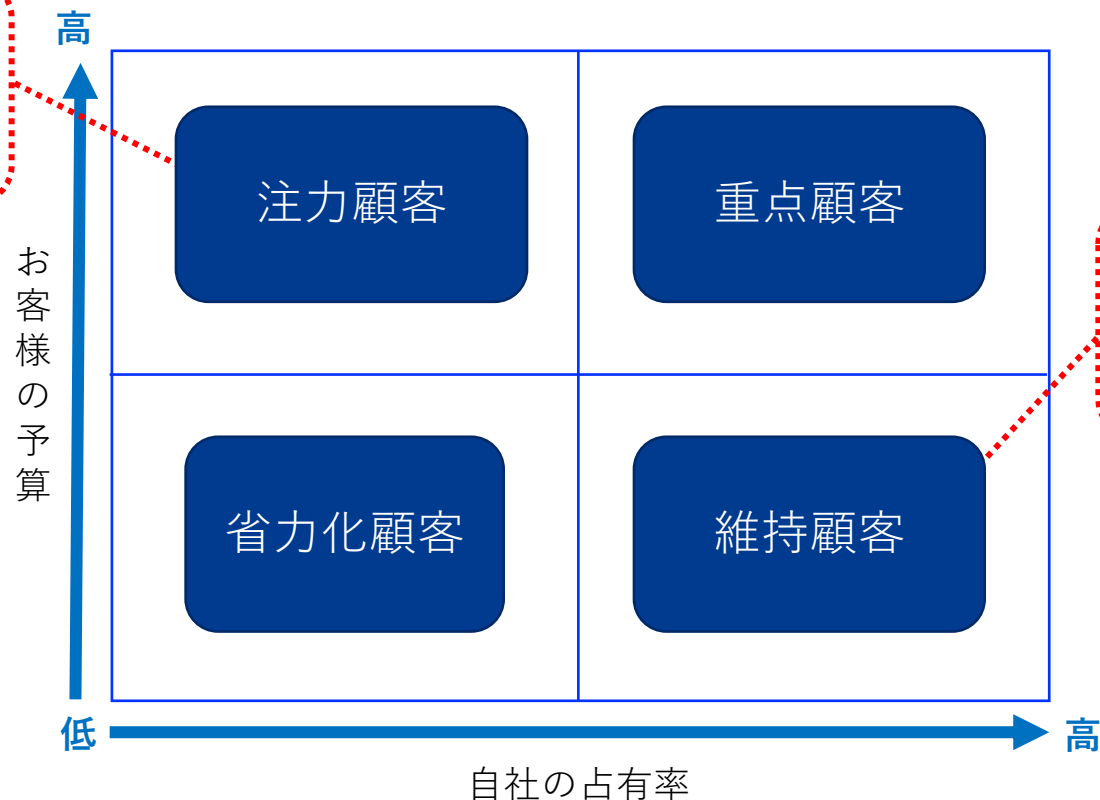
■ 「顧客ポートフォリオ（PPM分析）」で行き先を効率化する



■ 「顧客ポートフォリオ（PPM分析）」で行き先を効率化する

【よくある失敗例】

このカテゴリーの
お客様に
行っていない。

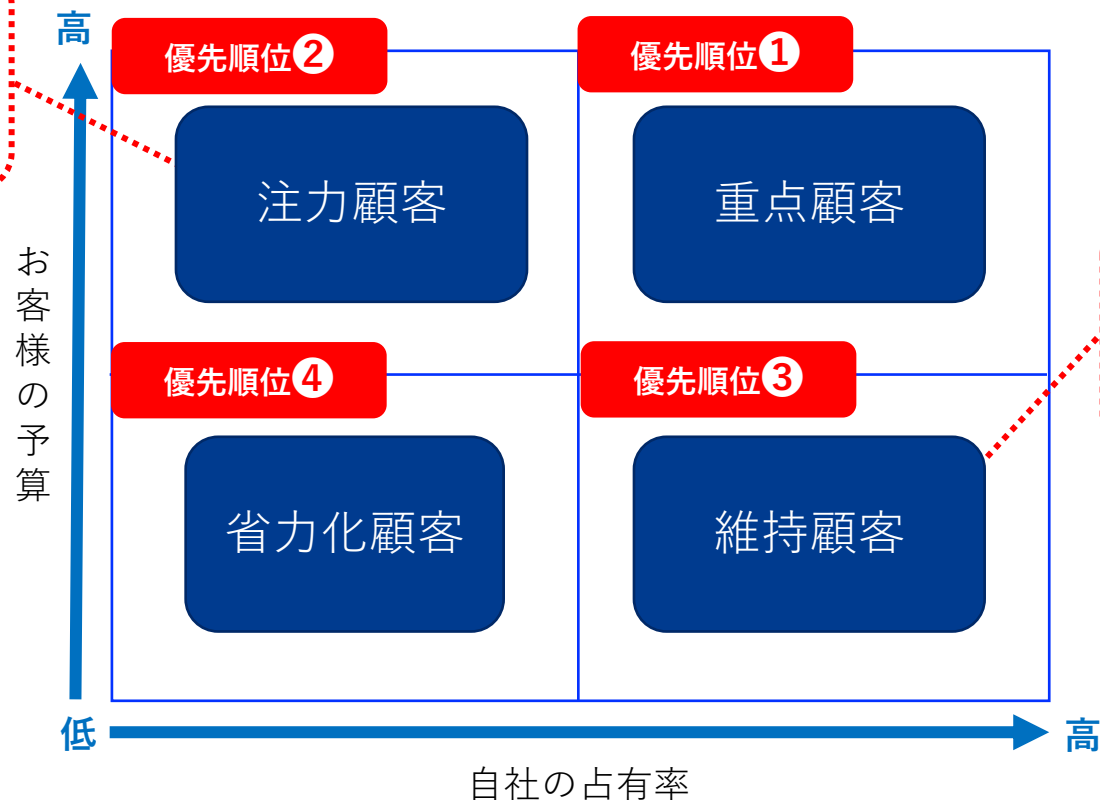


【よくある失敗例】

このカテゴリーの
お客様に
時間を使い過ぎている。

■「顧客ポートフォリオ（PPM分析）」で行き先を効率化する

このカテゴリーの
お客様へ
時間を増やさなければ
売上はアップしない。



このカテゴリーの
お客様は
売上増の可能性が
少ないので、
効率化を図る。

目標への行動を進める方法

■なるほどと納得（自分ごと化）すると動き出す

目標数字を「自分ごと化する」重要性

■一般的なパターン

目標の売上数字を**そのまま伝えて叱咤激励する**

→ 目標数字が高すぎると感じて、
達成できる可能性が極めて低いという思い込み。

■達成するパターン

目標の利益数字を**かみ砕いて納得するまで考える**

→ 具体的に利益を積み上げる方法、
具体的な案件ベースに落とし込んだ利益数字の
積み上げシミュレーションで腹落ちするまで検討する。



■ 週1回の報連相で、数字を伸ばした営業所長

ある建材メーカーの営業所長

- ・ 慣例化していた、情報共有の会議を撤廃
→ 会議1日 + 資料作成1日 = 2日間の営業時間を創出。
営業の稼働時間が10%増加。
- ・ 報連相を「週間スケジュール」で週1回に集約
→ 予定が見える化して、予定への指導を徹底
不要な報告・連絡の時間も省力化。
営業の稼働時間を最優先。

結果、地方の営業所であるにもかかわらず
主要拠点の東京よりも数字を上げる月もある位、
業績が向上。



※事例。複数の改善施策を実施した結果です。

『15分スケジュール』実践セミナー：業務効率化して新規開拓を進める方法

■「週間スケジュール」を使用すれば、仕組化はスムーズ

取引先名、案件名、その案件の現状と到達すべきゴール、
月曜日～金曜日の曜日ごとの実施事項を明記したもの。

取引先	案件名(目標)	今週のゴール	状況/課題	／(月)	／(火)	／(水)	／(木)	／(金)	備考
A社	新規事業	見積りの調整	提案済み/予算と概算の聞き	打合せ(見積り調整)/仮見積り作成		定期ミーティング	見積り作成		
	社会貢献プロジェクト	メッセージプレートのフォーム作成	メッセージプレート実施/納期調整	フォーム作成		アポ取り			
	「勉強会」カリキュラム作成	問い合わせ用の事例準備	実施確認	事例収集					
	ポスター	仕上がりチェック/発送	発送手配済み	進捗確認		仕上りサンプルチェックへ持参		発送	
	パンフレット	チェックバック日時の決定	チェックバック待ち	メール&アポ取り					
	見本帳	スケジュールの決定	製造へ手配済み/スケジュール調整	スケジュール確認					
B社	カタログ			構成案の検討	構成案の作成		構成案の提示		
	子どもプロジェクト			進捗確認		モデルオーディション		ツール確認	
C社	プレスリリース			打合せ準備	外部打合せ				
D社	「OONET」			進捗確認			仮アップ(内容確認)		
	インフラ			進捗確認					
	ラバー			実施案の確認・検討					
新規開拓	○○リール			日本製見積り確認					
その他	請求			まとめ		請求書作成		承認依頼	
	数字管理/PL管理			数字確認/PL確認					
	動怠管理			入力確認				入力確認	
	その他			健康診断					

■「週間スケジュール」の効果

「予定」が見える化される

数字を達成できるチームは、予定の時点で案件に対する問題点をつぶして行動できる、行動するしかない状態になっています。

【必要事項】

- ☑ 1週間の行動予定の設定。
- ☑ 予定はすべて書き出す。
- ☑ 結果は合意した行動予定の効果測定。

取引先	案件名(目標)	今週のゴール	状況/課題	／(月)	／(火)	／(水)	／(木)	／(金)	備考
A社	新機事業	見様の開覧	提案書/予算と機種の調整	打合せ(見様)確認/取寄品作成		定期ミーティング	見様作成		
	社会貢献プロジェクト	メッセージプレートのフォーム作成	メッセージプレート実施/印刷調整	フォーム作成		実行			
	「勉強会」カリキュラム作成	問い合わせの事例集作成	事例収集						
	ポスター	仕上がりチェック/発送	発送手配済み	進捗確認		仕上がりサンプルチェック/持参		発送	
	パンフレット	チェックバック日時決定	チェックバック待ち	メールと取寄品					
	見本帳	スケジュールの決定	製造/手配済み/スケジュール調整	スケジュール確認					
B社	カタログ		構成案の検討	構成案の作成		モデルオーダーショー	構成案の提示		
	子どもプロジェクト		進捗確認				進捗確認		
C社	プレスリリース		打合せ/準備	外部打合せ					
D社	「○○NET」		進捗確認				進捗確認		
	インフラ		進捗確認						
	カバー		原稿案の確認/検討						
新規開拓	○○リール		日本製見様確認						
その他	請求		まとめ			請求書作成		承認依頼	
	数字管理/PL管理		数字確認/PL確認						
	勤務管理		入力確認					入力確認	
	その他		健康診断						

■ 予定で上司・部下が意思疎通する効果

予定マネジメント



部下



相談しやすい環境



上司

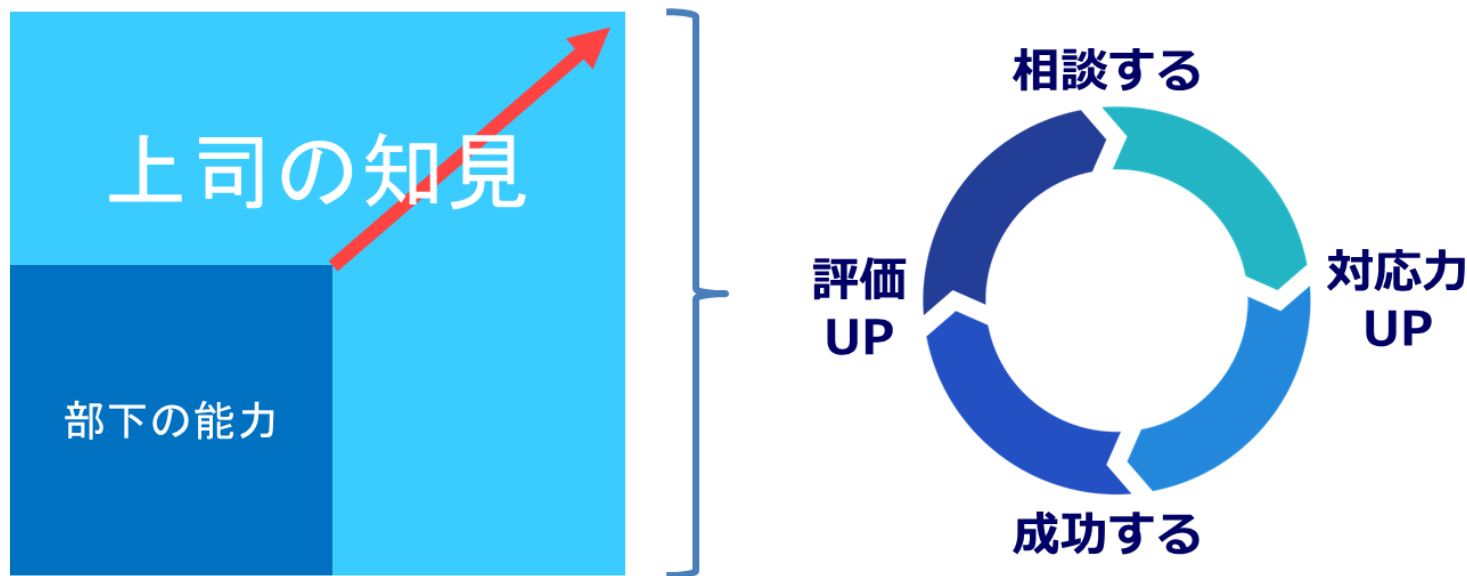
■ 相談することで報連相は定着する。

※相談しない

部下の能力だけ → 成功率が低い（成績が悪い） → 報連相しない

※相談する

部下の能力 + 上司の知見 → 成功率UP（成績が良い） → 報連相する！



■まとめ

1. 営業活動を「15分スケジュール」で見える化
2. 「15分スケジュール」の記録から営業時間を再配分
3. 「パレートの法則」で重点顧客を選定
4. 「PPM分析・顧客ポートフォリオ」にて訪問時間を再配分
5. 「週間スケジュール」で予定を指導して仕組みを作る



【ご連絡先】 info@eigyokaizen.com

【オンライン】

- ・ 候補日時 : 複数ご提示ください。
- ・ 必要事項 : お名前、企業名、部署名、e-mail、お電話番号
- ・ 打合せ事項 : 課題、お悩みなど

【リアル商談】

- ・ 大阪近郊 : 無料です。
- ・ 大阪以外 : 別途、交通費が必要となります。

※実施時間 : 平日9:30～17:30

[お問い合わせ](#)



【所在地】〒541-0054 大阪府中央区南本町2-1-1 TDフロア1F

【代表者】代表取締役 黒田昭彦

【創業】令和元年11月（設立：令和4年5月）

【取引実績】※順不同、敬称略

株式会社ヨドコウ、ヨドコウ商事株式会社、株式会社佐渡島

株式会社エミー(ニッケグループ)、トムス株式会社

近畿日本ツーリスト株式会社、株式会社KBC

大日本印刷株式会社

【取引銀行】三菱UFJ銀行（船場支店）

大阪信用金庫（新大阪支店）

日本政策金融公庫（大阪南支店）

【HP】 <https://eigyoukaizen.com>



(株)営業改善

<https://eigyoukaizen.com>