

Management Viewpoint

経営の着眼 『 活きた事業計画書をつくる3つの視点 』

事業計画書は戦略の設計図である。そこには経営者の「意志」がなくてはならない。あるいは、目標に確実に辿り着く具体的な道筋が描かれてなくてはならない。中小企業の経営環境は暗い。暗いだけに、先を照らす懐中電灯が必要である。未来を照らす事業計画をつくるための3つの視点を考える。

1. 社会性～顧客の視点

まずは会社の軸をしっかりと定める。「わが社の存在価値」は何か？事業計画は数字の羅列であってはならない。数字は手段。その先の「生きる目的」がなければ、計画は無機質である。わが社は誰にどんな価値を提供する会社なのか？

スターバックスはコーヒーを通じて「サードプレイス(第3の場所)」を提供する。そのコンセプトはライバル他社と一線を画した価値を生み、従業員も活き活きと働き、顧客から愛され、社員からも愛される会社になろう。

2. 戦略性～経営者の視点

社員がやる気になるために、計画はチャレンジングでなければならない。先行きが見えない経営環境にあつては、現状の延長線上で考えると現状維持が精一杯となる。そこからは小手先の対策しか出てこない。

まず、「あるべき姿」を描こう。それから逆算して何をすべきか考える。現状とのギャップが戦略テーマであり、そこに抜本改革の知恵が眠っている。ユニクロを経営するファーストリテイリングは5兆円企業を目指している。戦略経営の極みと言えよう。

3. 蓋然性～金融機関の視点

どんなに崇高なコンセプトを掲げても、いかにチャレンジングな戦略を描いても、「画に描いた餅」では意味がない。金融機関の視点で確実な策を講じることも重要。売上アップは「相手ある」の話なので、蓋然性は低い。社内のできるコストダウンの着眼が必要である。コストダウンは変動費と固定費の両面から見る。変動費は商流に、固定費は組織に目を向ける。ここでも「あるべき姿」から捉えることで、ムダが見える。ムダが見えたら抜本改革する。坂本龍馬の如く、会社を「洗濯」しよう。

以上

◆上記コンテンツは、タナベ経営 メールマガジン「マネジメントレター（無料）」バックナンバーより掲載しております。

詳しくはこちら http://www.tanabekeiei.co.jp/member/mail_magazine/index.html

◆本レターの内容につきましては万全を期しておりますが、ご利用によって被るることのある損害に対しましては責任を負いかねますのでご了承ください。掲載された記事の著作権は、すべて©タナベ経営および原作者にあります。

発行・編集 株式会社タナベ経営

2015年の経営戦略のヒントを大公開！！

経営戦略テキスト

2014年度の経済環境を踏まえ、**来期の経営戦略**を総勢**100名強**のコンサルタントの中から選抜された**18名**のコンサルタントが約**半年間**の執筆期間を経て製作したテキストに**すべて記載**しております！毎年**2000名**の経営者がこのテキストを参考に経営戦略を策定しています！

このような方は
必読です

■顧問先の来期の経営計画を作成したい

■経済の今後の動向を知りたい

■来期の経営環境を知りたい

■経営コンサルティングの事例を聞きたい



◆経営戦略テキスト: 定価 本体 10,000円+税(送料別) B5判 306ページ

お申込欄 FAX:06-7177-4026

お問合せ

(株)タナベ経営

TEL :06-7177-4006

FAX :06-7177-4026

FAXにてお申込下さい

「個人情報のお取り扱いについて」

タナベ経営では、個人情報の保護につとめております。詳細は弊社のプライバシーポリシー(<http://www.tanabekeiei.co.jp/policy/>)をご覧ください。なお、ご記入頂いたお客様の個人情報は、当該会員・セミナー・商品のお申込に関する確認・連絡および経営情報・催物などのご案内をお送りさせていただく際に利用させていただきます。