**貴方はどこにいる？**

**明日はどっちだ！**

**作ってみよう経営戦略企画書**

会社名：

３年から５年後、未来の成りたい姿

|  |  |
| --- | --- |
| ビジョン | 分かりやすい箇条書きで |
| 貴方の思い | 社長の思い |
| 経営目標 | 目指すモノを数値化 |

**現状の事業評価（例）**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **事業ドメイン** | **売上・利益** | **顧客・ニーズ** | **コンピタンス**(技術・生産性・人材等) | **業界特性****（機会・脅威）** | **内部環境****（強み/／弱み）** |
| 自社の事業を事業別に標記例： | 売上比率と利益比率 | 対象となる顧客と、そのニーズ | 事業の核となる技術、必要とされる人材等 | 業界の方向例：東南アジアへの向上移転が加速している | 業界の機会、脅威自社の強み、弱み、 |
| 精密プレス金型の製造 | 売上３０％粗利７０％ | 電器、機械メーカー・精密プレス用・プレス加工が難しい超精密部品の金型 | 精密部品の金型製作技術 | ・プレス加工が難しい超精密分野は今後も有望。・単純な金型は中国でも製作可能 | 精密プレスの技術は評価されている |
| プレス部品加工 | 売上７０％粗利３０％ | 電器メーカー金型製作を含めた一括受注 | ・金型・プレス工作機械 | ･低落傾向に歯止めがかからない | 金型を渡してしまうと、中国に仕事を奪われる傾向が見られる。 |

**＊ヒヤリング及び資料分析の結果等（事業内容・社会状況・市場状況・経営状態・業務プロセス）に基づき、**

**「顧客」・「ニーズ」及び「自社コンピタンス」の整理を行います。**

**事業ドメイン（領域及び価値）を確認する為の基礎資料です。**

**なお、現状の業界特性は、「顧客」「新規参入者」「代替品」「競合企業」「仕入先」「チャネル」の**

**視点から検討します。**

**現状はどうなの？　事業評価**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **事業ドメイン** | **売上・利益** | **顧客・ニーズ** | **コンピタンス**(技術・生産性・人材等) | **業界特性****（機会・脅威）** | **内部環境****（強み・弱み）** |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

徹底的にＳＷＯＴ（スウォット）分析

|  |  |
| --- | --- |
| Strength（強み） | Weakness（弱み） |
| Opportunity（チャンス） | Threat（脅威） |

**経営の問題点と「明日のジョー」**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 重要成功要因 | チャンス・機会 | 脅威 |
|  |  |  |
| 強み |  | 強みを活かし機会を捉える | 強みを活かし脅威を克服 |
|  |  |
| 弱み |  | 弱みを克服し機会を捉え、脅威を回避 |
|  |

**経営戦略企画書**

会社名：

作成者：

重点経営課題アクションプラン

当社の現状

経営目標

当社を取り巻く外部環境

最終目標／主要成功要因

社長の想い

がんばっていれば、いつか報われる。

持ち続ければ、夢はかなう。そんなのは幻想だ。

たいてい、努力は報われない。たいてい、

正義は勝てやしない。たいてい、夢はかなわない。

そんなこと、現実の世の中ではよくあることだ。

けれど、それがどうした？　スタートはそこからだ。

技術開発は失敗が99％。新しいことをやれば、

必ずしくじる。腹が立つ。

だから、寝る時間、食う時間を惜しんで、何度でもやる。

さあ、きのうまでの自分を超えろ。

きのうまでの　　　　　　　　　を超えろ。　負けるもんか！