

---

経営計画策定

課題・成果シート

## 1. プロジェクトの立上げと計画

- \* 範囲、開始と完了、フェーズ(、ステークホルダの明確化)
- \* 母体組織への約束と承認(⇒社長)
- \* 計画(成果物・スケジュール・体制等)の立案

## 2. スケジュールリング

- \* 検討範囲、成果物、制約条件・仮定条件の明確化
- \* プロジェクトの特性に合わせたプロセスのテーラリング
- \* スケジュールの策定

## 3. プロジェクト体制整備

- \* 責任分担・役割分担の明確化
- \* 支援者(武藤)の役割と位置付け
- \* コミュニケーション計画

情報提供・成果報告、 会議体

## 課題1: プロジェクト立ち上げ(2/4)

### 1. プロジェクトの立上げと計画

- \* 範囲、開始と完了、フェーズ(、ステークホルダの明確化)
- \* 母体組織への約束と承認(⇒社長)
- \* 計画(成果物・スケジュール・体制等)の立案

1	プロジェクト範囲	何をする どこまでする	
2	プロジェクト開始	開始日	
3	プロジェクト完了	完了日	
4	プロジェクト・フェーズ	別紙	スケジュールに含む
5	プロジェクトの成果	何を作成	

## 課題1：プロジェクト立ち上げ(3/4)

### 2. スケジューリング

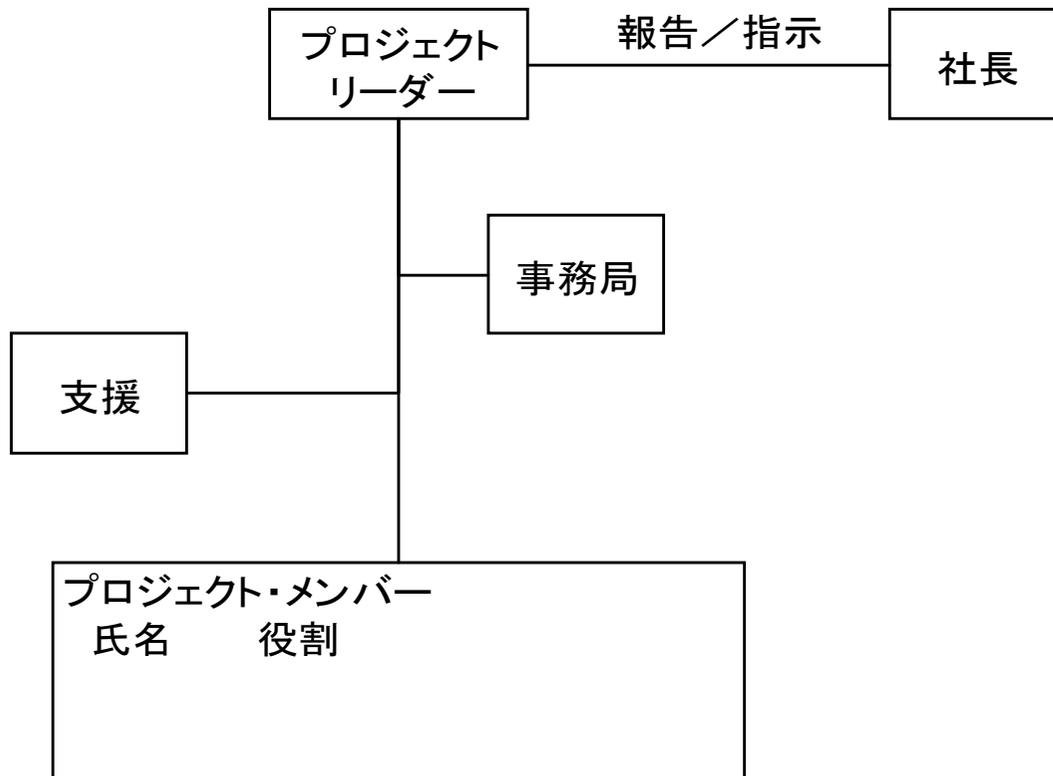
- \* 検討範囲、成果物、制約条件・仮定条件の明確化
- \* プロジェクトの特性に合わせたプロセスのテーラリング
- \* スケジュールの策定

	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
1. オリエンテーション												
2. プロジェクト立ち上げ												
3. 現状確認(ミッション、ドメイン)												
4. ビジョン(目標)												
5. 外部環境												
6. 内部環境												
7. SWOT分析												
8. 主要改善テーマ												
9. 戦略展開(BSC)												
10. 実行計画												
11. 計画実行												
12. 実行評価												

### 3. プロジェクト体制整備

- \* 責任分担・役割分担の明確化
- \* 支援者(武藤)の役割と位置付け
- \* コミュニケーション計画

情報提供・成果報告、 会議体



担当	担当者	役割
プロジェクトリーダー		
事務局		
メンバー ( 担当)		
支援	武藤	プロジェクト遂行支援

## 課題2-1: 会社概要

概要

事業内容

組織

目指している姿

販売状況

中期経営計画策定状況・特記事項

## 課題2-2: 会社概要(ミッションと現状事業ドメインの確認)

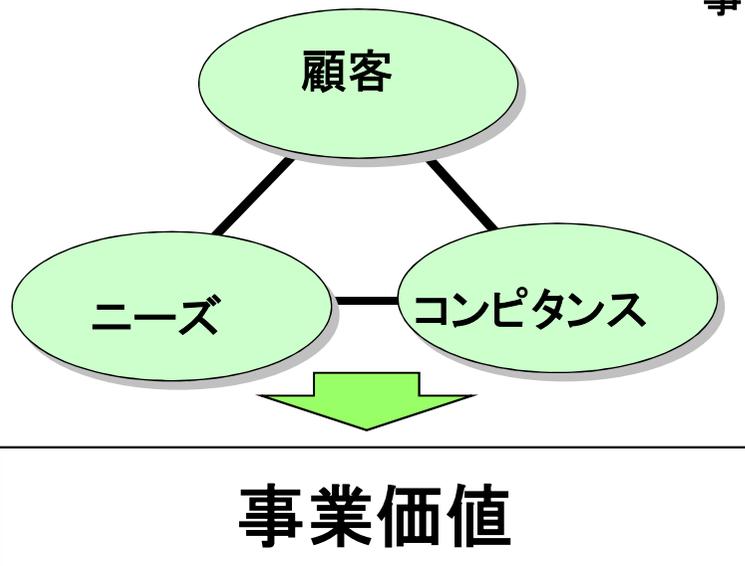
- \* ミッションの確認
- \* ビジネス戦略策定に先立ち事業ドメインとして、自社の事業価値を共通認識する。
- \* 事業ドメインは、ターゲット顧客・そのニーズ・自社のコンピタンスの3つの視点から整理確認する。

ミッションは、社会との関りの中での使命感や役割認識

当社のミッション

--

事業ドメインとは、企業の事業活動領域



顧客	
ニーズ	
コンピタンス	

現状の事業ドメインの確認

コアコンピタンス: 企業力を形成する独自能力(価値実現能力)

## 課題3-1： 外部環境調査・分析（マクロ環境分析、市場調査、競合分析）

### 外部環境分析のまとめ

分析結果

根拠となるデータ

マクロ環境分析

Blank area for macro environment analysis results.

Blank area for macro environment analysis data.

市場分析

Blank area for market analysis results.

Blank area for market analysis data.

競合分析

Blank area for competitor analysis results.

Blank area for competitor analysis data.

## 課題3-2: 外部環境調査・分析 (マクロ環境分析、市場調査、競合分析)

マクロ環境分析

## 課題3-3: 外部環境調査・分析 (マクロ環境分析、市場調査、競合分析)

市場分析

## 課題3-4： 外部環境調査・分析（マクロ環境分析、市場調査、競合分析）

競合分析

自社分析のまとめ

分析結果

根拠となるデータ

組織分析

財務分析

製品分析

業務システム分析

マネジメント分析

## 課題4-2: 自社分析

組織分析

## 課題4-3： 自社分析

財務分析

## 課題4-4： 自社分析

製品分析

## 課題4-5: 自社分析

業務システム分析

## 課題4-6: 自社分析

マネジメント分析

# 課題5-1: SWOT分析

機会(Opportunity)

脅威(Threat)

外部  
環境分析

強み(Strength)

弱み(Weakness)

自社分析

## 課題5-2: SWOT分析(CSF)

機会(Opportunity)

脅威(Threat)

強み(Strength)

弱み(Weakness)

## 課題5-3: SWOT分析(事業ドメイン再認識)

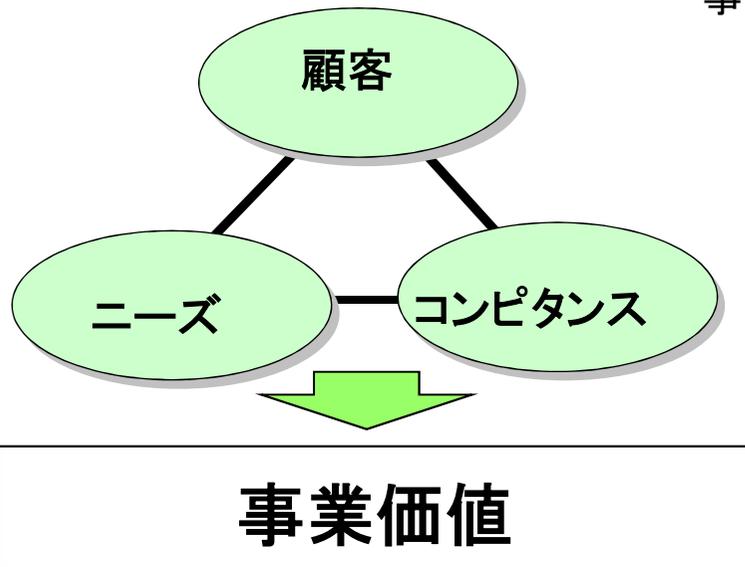
- \* 必要に応じ、ミッションの再確認(再設定)
- \* ビジネス戦略策定に向け事業ドメインとして、自社の事業価値を再認識する。
- \* 事業ドメインは、ターゲット顧客・そのニーズ・自社のコンピタンスの3つの視点から必要であれば見直す。

ミッションは、社会との関りの中での使命感や役割認識

当社のミッション

--

事業ドメインとは、企業の事業活動領域



顧客	
ニーズ	
コンピタンス	

現状の事業ドメインの確認

コアコンピタンス: 企業力を形成する独自能力(価値実現能力)

## 課題5-4: SWOT分析(戦略)

\* 必要に応じ、ミッションの再確認(再設定)

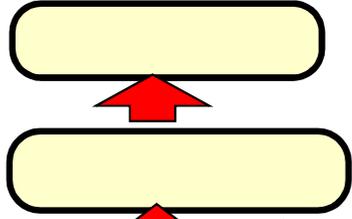
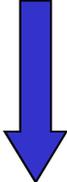
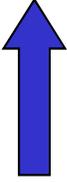
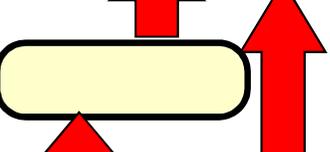
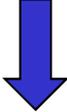
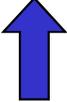
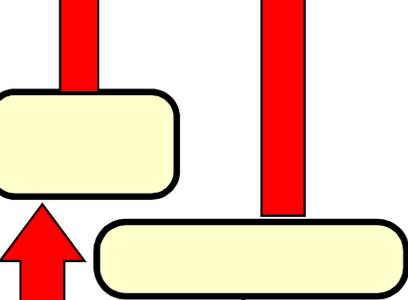
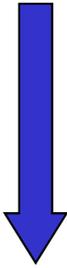
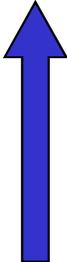
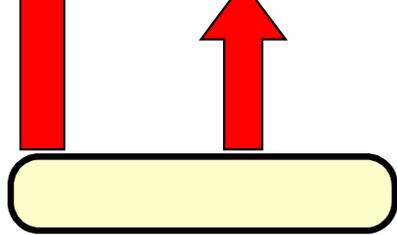
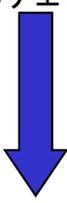
\* ビジネス戦略策定に向け事業ドメインとして、自社の事業価値を再認識する。

戦略の指針

戦略の内容

## 課題5-5: SWOT分析(戦略)

第3ステップ: 戦略マップの作成と戦略目標の設定(最終確認)  
 (戦略マップの作成と各視点および戦略目標の因果関係分析)

視点名	戦略目標と戦略マップ	チェック・リスト
財務の視点		Howチェック ■  Whyチェック ■ 
顧客の視点		Howチェック ■  Whyチェック ■ 
業務プロセスの視点		Howチェック ■  Whyチェック ■ 
人材と変革の視点		Howチェック ■  Whyチェック ■ 

## 第7ステップ: 戦略プログラム/アクション・プランの作成

視点名	戦略目標	重要成功 要因	業績評価 指標	ターゲット (数値目標)	アクション・ プラン

現在の経営環境の認識

自社の書式等で  
作成する

	経営環境の動向	市場における現在のポジション
全社		

	事業A		
事業別	・ ・ ・ ・		