

中期経営計画を中小企業が作るスタンスとは

単に3～5年間の売り上げや経費の数値計画を作る事ではない。ズバリ、自社が次なるステージに上がるための野心的な計画である必要が有る。何故か？現状の売り上げを毎年10%ずつ上げるような計画であってはならない。

中小企業が次のステージに上がるには誰も競争相手がいない「ブルーオーシャン」市場を狙えるような計画が必要である。

それには、自社の商品・サービス力の強化と、売れる仕組みのブラッシュアップが計画に組み込まれている必要がある。

それが、我々が考える **中小企業の「戦略的中期経営計画」**である。

- 具体的には
1. 3～5年のビジョン〈次なるステージ〉を作る事で現状の課題を洗い出し
 2. その課題を商品力・サービス力の強化、売れる仕組みの充実、それに相応しい人材の育成と組織風土の形成が不可欠
 3. そして、ブルーオーシャンになるマーケットを手に入れる

* **ブルーオーシャンとは独壇場になるマーケットを創造する。または独自の切り口で参入する事**

これらの方法を策定するには、まず企業幹部がその実例を良く知っている企業の行動・実績で学ぶことで、自社の今後の在り方をイメージし、具体化してゆく。

例えば、**クロネコ・ヤマト**がどのように今日の地位を築いたかを、詳しく学びます。**任天堂の飛躍**の経緯を学ぶことで実感していただきます。更に、リッカーマシンや大塚商会の衰退の実際から負の事例を学んで頂きます。

ここで学んだあと、自社の戦略または、自社の業界内での**USP〈差別化ポイント〉**を検討してゆきます。その中で、上記3課題を検討し、計画化してゆきます。

講師(コンサルタント)が一方向的に「こうなさい」というやり方は基本的に致しません。

全員の検討ディスカッションを重視してゆきます。達成感と知識の習得感を得られるプログラムになり、今後幹部の方が自身で計画を進化させられるようにします。

これが当社の中小企業の戦略的中期経営計画指導の概要です。