

《経営の知識》すぐできる！経営戦略 ～立案編～

はじめに

前回、経営戦略の分析編をご案内しました。今回は、戦略立案編です。戦略立案は、豊富なアイデアの中から、やろう！と思えるような戦略を立案することが重要です。そのためのポイントをご紹介しますが、少しでも、ヒントになればと思います。

このプロセスでは、強み・弱みを分析したもの(=「現状」)から、重要であるものをピックアップして、まとめていきます。

戦略を実行する上で、重要な事項の一つとして、「合意」が挙げられます。以下のようなプロセスを、一人で決めるのではなく、関わる人を巻き込むことによって、皆が納得し、「やろう」と思えるようになる可能性が高まります。

STEP 1：現状→戦略への変換

施策を考える上で、現状から、どのようなアクションを見つけるかが重要です。そのためには、以下のような視点で、現状から考えていきます。

【他社の強み】

- ☆真似できないか
- ☆それに勝つためにはどうしたらいいか

【他社の弱み】

- ☆自社の弱みにもなっていないか
- ☆圧倒的な差をつけているか

【自社の強み】

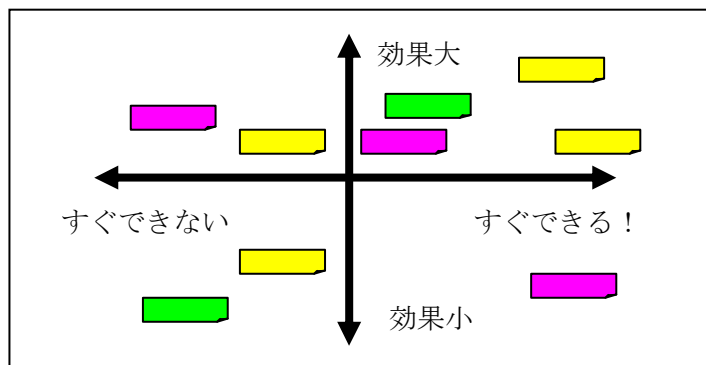
- ☆強みとしてアピールできているか
- ☆社内での共通認識になっているか

【自社の弱み】

- ☆克服する方法はあるか、改善の余地はあるか、
- ☆補う代替案はあるか

STEP 2：戦略の絞り込み

この結果、膨大な数のアイデアが出されることとなります。次に重要なのは、この中から、何を実行するのか、絞り込むことです。ここで役立つのが、以下のようなマトリックスを使用して、整理していきます。当然、実現の可能性が高く、効果が大きいものが戦略としてよいわけですから、そのような軸を設けます。




<図1：戦略整理のマトリックス図>

また、もう一つ重要な軸は、お金がかかるかどうか。お金がかからず、すぐできて、効果が大きい、そういった理想的な施策は実行し、逆に、お金がかかって、効果が小さいようなものは、選択をしないように注意が必要です。

STEP 3：忘れない！アクションプランの作成

最後に、もっとも重要なこととして、何を、だれが、いつまでに、どうやってやるのか、この表を作成して、アクションプランを作成することが必要です。空中戦にならないように、最後のまとめまで、きっちりとやりましょう！

	だれが？	いつまでに	どうやって
			

<図2：アクションプラン図>

結び

誰でも、「これ、決めたからやっという」と言われて、良い気分の人はいません。参加者が、「これ、やろうよ！」といえるような戦略を立案できるようにしていきましょう。

(担当：横瀬)