

経営の羅針盤 経営計画の作り方 (第6回)

作成編2「会社の現状」

ITO中小企業経営研究所 代表
中小企業診断士 伊藤 文仁

今回は“作成編1”として「会社概要」の記載内容について触れました。今回は会社の状況を記載する「会社の現状」について述べます。※参照推奨「パートナー2号」

外部環境

外部環境とは、自社の経営に影響を与える自社以外の外部要因のことです。外部の要因ですから、自社ではコントロールが不可能なものになります。大切なのはその要因が自社にどのような影響を与えているか(今後、与えるか)です。プラスの要素とマイナス要素をしっかりと把握する必要があります。

(1)外部環境・マクロ環境

①社会的要因

二酸化炭素排出量を抑制する環境配慮型社会の推進、少子・超高齢化社会の到来、格差社会の問題等々、会社経営に関する社会的な要因は多数あります。どの要因がどのような影響を与えているか(今後、与えるか)を記載します。

②政治的要因

事業に直接関係する条例や法律の改定に伴う規制緩和・規制強化の内容、政策的な投資(例えば公共事業)などの動向について記載します。今月は第45回衆議院選挙の投票を控えているので、政権与党となる政党の政策は大きな関心事であり、今後の会社経営に影響を与える要因ともなります。

③経済的要因

昨年のアメリカ発の金融不安による景気の後退は日本の企業に100年に1度の不況というインパクトを与え、その後遺症は今も暗い影を落としています。

また、経済発展が著しい新興国の台頭は、世界経済に多大な影響を与えるまでになっており、国際競争の

激化や日本国内の生産拠点の海外移転など、中小企業の会社経営にとってマイナス要因となっています。しかし、新興国の発展によって需要が見込まれる新市場が創出されているとも捉えられ、事業機会の到来(プラス要因)に繋がるとも考えられます。このように経営に影響を与えている国内外の経済的要因について今後の動向も踏まえ記載します。

④技術的要因

新技術の開発、技術の進歩は自社にとって脅威になる事項もあればチャンスに繋がる事項もあります。具体的な技術の内容を記載して、自社にとってどのような影響を与えるかを記します。

(2)外部環境・ミクロ環境

①顧客動向

会社経営にとって、顧客の動向は重要な要素です。顧客ニーズの変化や購買動向、顧客数の変化など、顧客の動向について記載します。顧客が個人の場合はライフスタイルの変化や収入の状況、法人の場合は、対象法人の業績の変化などを追記するとより具体的にわかりやすい内容になります。

②業界動向

市場の規模や業者数、過去の推移から今後の見通し等の業界の状況について記載します。代替品や新製品の出現についても触れます。

③競合先

直接競合しているライバル会社の状況について記します。競合内容や競合先の攻め方(例えば営業方法や価格帯)、今後の戦略など将来予測についても考察します。競合先ばかりではなく、新規参入が予測される業者の動向についても記載します。