

自社を一枚岩にするトップマネジメント

# 自社を一枚岩にするトップマネジメント

## I. 中長期ビジョンの必要性

本レポートでは、自社を一枚岩にし、全社一丸となって成長に向けて突き進むための「トップマネジメントのあるべき姿」について述べる。

### 1. 中長期ビジョンは「必要ない」のか

「成長企業」と目される上場企業のウェブサイトを開き、IR（インベスター・リレーションズ：投資家向け広報活動）や会社概要ページをご覧ください。ほとんどの企業が何らかの「中長期経営ビジョン」を掲げており、自社が「なりたい姿」を明確に表明していることが分かるだろう。

一方、中小企業はどうだろうか。一昔前まで、多くの企業は中長期経営ビジョン（以降、中長期ビジョン）をきちんと策定していた。中長期ビジョンとは、5年、ないしは10年後の自社のあるべき姿を想定し、それを実現するために、これからどのような戦略を打っていくかを明記したものだ。

しかしながら、最近は作成しない企業が増えている。自社を取り巻く経営環境が、技術革新などによって目まぐるしく変化しているため、「中長期ビジョンを立てても意味がない」と考えている経営者が意外に多いのだ。

しかし、本当にそうだろうか？ いや、そうではない。その理由は、「潮流をつかむ」「夢の実現」「大局観」「組織体制づくり」の4点である。順に解説を行う。

### 2. 中長期ビジョンが必要な四つの理由

まず1点目は、「潮流をつかむ」ことである。確かに、昨今の市場環境や社会情勢は猫の目のように変わる。だが、そうした変化の裏側には、大きな潮流が間違いなく存在する。目先の一時的な波の高さに目を奪われ、持続的な潮の流れを見誤ると、進むべき方向を見失う。つまり、戦略が意味を成さなくなる。

例えば、東日本大震災後、東北地方は震災復興需要で景気が上向いた。こうした震災復興に関連する需要は、一過性のある“ブーム”である。1～2年では終わらない復興

# サンプルレポート

本レポートは、サクセスネットで公開している  
ビジネスレポートの一部を公開したサンプルです。  
サクセスネットサイトにログインした後、全文を  
閲覧することができます。