

企業の未来図「中期経営計画」を 立ててみよう

Index

- 1 中期経営計画とは何か
 - 2 フレームワークを活用した現状分析
 - 3 戦略策定の要は「事業ドメイン」
 - 4 計画立案は「課題」と「数値」がポイント
 - 5 しっかりと運用していくための4つの方法
 - 6 中期経営計画にとって本当に必要なもの
-

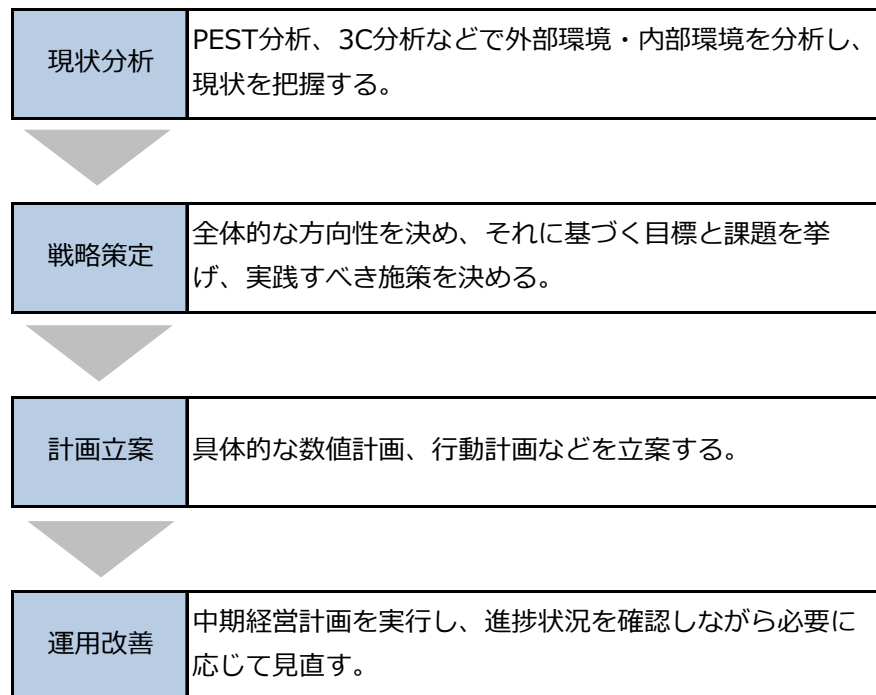
1 中期経営計画とは何か

中期経営計画とは、企業が3～5年先の「将来あるべき姿」の実現に向けて、現状を改めて確認し、「これから何をしていくか」を定めた計画です。

中期経営計画で掲げたことは、一般的に、単年度の事業計画に落とし込まれます。年度ごとの売上目標・製品販売個数などに加え、「将来あるべき姿（中期経営計画）を達成するために、今年度にやるべきこと」も盛り込まれます。

企業によって違いますが、中期経営計画の策定・運用は「現状分析 戦略策定 計画立案 運用改善」の流れで進めます。事前準備（現状分析）を行い、中期経営計画を策定（戦略策定・計画立案）し、進捗状況を確認しながら運用（運用改善）していきます。

（図表1）【中期経営計画の策定・運用フロー】



（出所：日本情報マート作成）

2 フレームワークを活用した現状分析

1) 現状分析で活用できるフレームワークとは

中期経営計画を立てるには、まず、自社の現状を確認し分析することが必要です。ここでは、外部環境を分析する「PEST分析」と、顧客（市場）・競合・自社の現状を洗い出す「3C分析」を使って、自社の取り巻く環境を確認する方法を見てみましょう。

なお、その他、外部環境・内部環境の分析には、自社の強み・弱みを確認する「SWOT分析」、業界の競争環境を分析する「ファイブフォース分析」などを活用してもよいでしょう。

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。