

# 2016年～2018年 中期ビジョン

作成日	
会社名	
作成者	
担当	

## I 今後の業界のトレンド

※業界をどのように読むか、違う視点から旧来のビジネスを見直し、そこに新収益源を求める

機会	今後発生するニーズとマーケット	今の業界のうねり、変化の中で、周辺ビジネス、関連ビジネス、顧客資産を活かしたビジネスとして、どんな新たなニーズやマーケットが生まれるか
	今の「強み」をもっと強くすれば、活かせる市場(限定顧客の限定ニーズ)	今既にお客様から評価されている「強み」資源を活かして、どんな限定市場で、存在感を出せるか。どういうニーズに対応してNO1戦略が出せるか
	深掘すれば生まれる新収益源	今の経営資源を活かして、更に特化型、専門型になる事で生まれる新たな収益源は何か
脅威	マーケット規模・市場ニーズの脅威	今の市場、マーケット、環境ではどういうマイナスが、自社に及ぼすと具体的に想像できるか(致命傷になりかねない状況とは)
	競合脅威、価格脅威	競合面、価格面で、どんなマイナス要素が具体的に想像できるか

## II 自社の強化すべき『強み』…USP(独自にウリになる技術、経営資源、設備、ソフト等)

※ 限定市場の顧客が買う理由になる強み、他社より秀でてそれが買う理由になる強み、又は既に仕掛けている事

1	どの分野(顧客層、商品群)に「強み」を出し、収益につなげたいか
2	NO1になれる可能性がある地域、商材、体制
3	

## III 勝ち残る為の基本条件

※ 独自のマーケティング戦略ではなく、事業構造上、主導的立場ではない場合

1	顧客の要求に対して、どういう具体的な経営努力をすれば生き残れるか
2	今の顧客で生き残れるか、もしくは新たなマーケットへの挑戦はどうか
3	成長しなくても、どういう事だけを専念し、具体的な努力をすれば生き残れるか

## IV 中期ビジョンと経営戦略



1 中期ビジョン(当社が生き残る理由)…何をどうしたいかが分かるキャッチフレーズで

2 中期基本数値計画(数値計画が別紙の場合、ここには記載しなくても良い)

千円

		2016年度計画	2017年度計画	2018年度計画
売上	A			
	B			
	C			
総売上高		0	0	0
原価				
粗利高		0	0	0
粗利率		#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
経費合計				
経常利益		0	0	0

3 中期経営戦略(中期ビジョンを実現する為の具体的な戦略/数値目標/プロセス目標)

〈1〉	商品・サービス戦略	①	新商品、新サービスは何をどう展開するか、
		②	既存商品、既存サービスで強化する商材は何か、どうブラッシュアップするか
		③	限定市場における新商品開発はどういう事か
〈2〉	顧客戦略	①	中期で顧客構成はどう変えていくか
		②	どの顧客層、チャンネルに重点を置くか
		③	顧客に取ってのメリットをどう具体的に出すか
〈3〉	拠点・エリア戦略	①	重点的に強化する地域、エリアはどこか
		②	強化すべき販売先(チャンネル)対策は何か
		③	拠点戦略は具体的にどうするか
〈4〉	事業・収益構造戦略	①	売上・粗利の構成比はどう変えるか
		②	勝ちパターンの収益構造はどういう状態か
		③	縮小、売却の部門はどうするか
〈5〉	設備投資	①	今後の差別化・コスト削減に必要な設備は何か、それをどう活かすか
		②	ソフト投資としては、どういふ事を実行するか
		③	
〈6〉	組織づくり	①	今後の採用はどうするか
		②	今後の事業承継はどうするか
		③	組織として、どういふ青写真を描いているか
〈7〉	財務戦略	①	事業収益による財務改善はどう考えているか
		②	今後の金融機関対策はどうするか
		③	キャッシュフロー、安全性向上の具体策