

経営方針書作成の手引き

(株)キャッシュフローコーポレーション

経営方針書作成の手引き（目次）

第1部 経営理念の作り方

- A 経営理念とは
- B 経営理念の具体的な作り方
- C 経営理念を浸透させるには
- D 具体的戦術

第2部 ワンシート経営方針書の作り方

- A 経営理念を記入する
- B SWOT分析表より今期の経営方針（戦略）をここに記入する
- C 今期の経営方針（戦略）を記入する
- D 具体的戦略を記入する
- E 今期決算予測（千円）を記入する
- F 決算書から分かった改善内容を記入する
- G 来期決算の目標値(千円) を記入する
- H 優先順位と期限を記入する

第3部 経営計画（数値計画）の作り方

- A 数値計画を作る時の重要なポイント
- B キャッシュフロー図の見方・考え方・活用法
- C 3カ年計画表を作る

- ※参考資料
- (1) 企業生存率
 - (2) 企業の生成流転図
 - (3) 財務諸表の相関図
 - (4) 日本の将来推計人口図

第1部 経営理念を作る

A：経営理念とは

- 経営理念とは、会社の存在意義や価値観・使命感・想いなどを表したものです。
- 会社は、多くのステークホルダーに囲まれています。
- ステークホルダーとは、社員・その家族・顧客・取引先などを言います。

- 経営理念を作る際は、これらステークホルダーとの共存共栄が大切な要素です。
- 社員に対しては、行動規範や判断基準となります。
- 更には、社員の働くモチベーションアップにも繋がります。

- 社外に発信することで社会的な信頼を得ることができます。
- 経営理念は、時代の変化の流れに合わせ、常に進化させていく必要があります。
- 別の言い方で、「クレド」とか「フィロソフィ」と呼ばれることもあります。

B：経営理念の具体的な作り方

- 企業使命感・社会的存在意義を作ります。（ミッション）と呼ばれています。
- 価値観・行動指針を作ります。（バリュー）と呼ばれています。
- 目標・夢を作ります。（ビジョン）と呼ばれています。

- この全てが、企業の内向きだけではなく、外側に向けての発信も必要となります。
- 経営理念がステークホルダーから評価されることで、企業価値は高まっていきます。

C：経営理念を浸透を図るには

- しかし、一番の課題は、経営理念がなかなか社内に浸透しないということです。
- 経営理念という言葉は、非常に抽象的・感覚的なものです。
- その為、社員が分かるレベルに別な言葉で置き換える必要があります。

- 例えば、（人が自立的に動き、成果が上がる仕組みを作るために存在する）…とか。
- （経営者が本当に伝えたいことを、伝えるレベルで言葉にしたもの）…などでしょう。
- ここで、社員を巻き込んだ経営理念が完成します。

- 一番大切なことは、全社的に経営理念を統一し、高めあっていくことです。
- 全ての経営方針（戦略・戦術）は、この経営理念に沿っていることです。
- 社員の行動規範や人事評価も、この経営理念に合致させます。
- 経営者自らが、この経営理念を率先垂範・言行一致することで模範を示しましょう。

D：経営理念記入欄

ミッション ・ ・
バリュー ・ ・
ビジョン ・ ・