



戦略が継続的な競争優位を確立する！！



明けましておめでとうございます。

皆様におかれましては、色々な思いをこめて新年をお迎えになられたことと思います。株式会社アイピックでは本年も経営のお役に立てる情報を提供していく所存ですので、何卒よろしくお願い致します。

■中期経営計画を立てられない経営者が非常に多い

弊社のクライアント企業でも毎年きちんと中期経営計画を立案して、経営に取り組んでいる会社とそうでない会社がある。

きちんと中期経営計画を立案して経営を営んでいる会社は、それなりに組織のまとまりもあり業績も順調に伸ばしている。中期経営計画を立てることで戦略的な課題や目標が明確になり、社員の方々のベクトルも一つに合わせていくことが出来、組織の能力を集中できるからである。

しかし、中期経営計画を作らない、作れない、あるいは作っても思い付きの課題を羅列しただけの中身の浅い、薄っぺらな計画に終始している会社は、傾向的に業績はあまり良くない。会社としてのパワーも衰退傾向になっている。

戦略である中期経営計画が無いと経営事業の取り組みは場当たりのようになってしまい、社員のベクトルを合わせていくことも不可能である。必然的に組織もバラバラで烏合の衆の集団になってしまう。これではせっかくの持てる能力も発揮していくことができない。

すべて経営者の問題である。

■中期経営計画はその会社の「戦略」となる

『戦略』とは「そもそも何をすれば良いのか?」「どうすれば儲かるのか?」といったことから考えていく。そして、どちらの方向に向かっていくのかという「方向」と、どうやって進めていくのかという「シナリオ」を決めることである。

従って、戦略の時間軸は中長期的になってくる。中期は3年先であるが、長期は10年先として考えれば良い。通常の経営事業活動においては、3年先くらいを見ていくのが一般的になっている。従って、3年先くらい先を見据えた中期経営計画をきちんと立てていくことが重要である。中期経営計画は、社長が中心になって経営メンバー全員を巻き込んで作っていかねばいけぬ。場合によっては部長クラスまで巻き込んで、時間を掛けて、経営メンバーの総意を盛り込んで作る必要がある。そうでないと、「絵に描いた餅」になってしまう。ベクトルを合わせることも不可能である。

それに対して『戦術』とは、決まっている方向性の中で色々な改善を積み上げていくことである。現状の延長線上で生産性を追求したり、コストダウンに取り組んだりすることなどがその取り組みになってくる。あくまでも現状の延長線の中で、どうやったら有利な戦いができるかということに知恵を絞っていくことになるので、抜本革新には至らない。

■中期経営計画＝戦略をないがしろにしている会社は『戦術』の取り組みしかできない

なぜ、中期経営計画＝戦略が必要なのだろうか?

戦略は真似されにくい、戦術はすぐに真似されるという傾向がある。優れた会社の戦略を真似しようとしてもそれは不可能であるし、他社の戦略を真似してみたところでどうなるものでもない。

それに比べて戦術を真似することは極めて容易である。製品やサービスは分解してみたり、体感することですぐに真似ができるからである。

中期経営計画＝戦略を持たない会社は、戦術レベルでいつも全力疾走をやり続けなければいけぬ。そうしないと競争相手にすぐに出し抜かれてしまうからである。

戦術だけの取り組みでは継続的な競争優位を確立することはできない！！戦術は戦略に勝てないからである！！