

【大企業版経営デザインシートコンセプト】

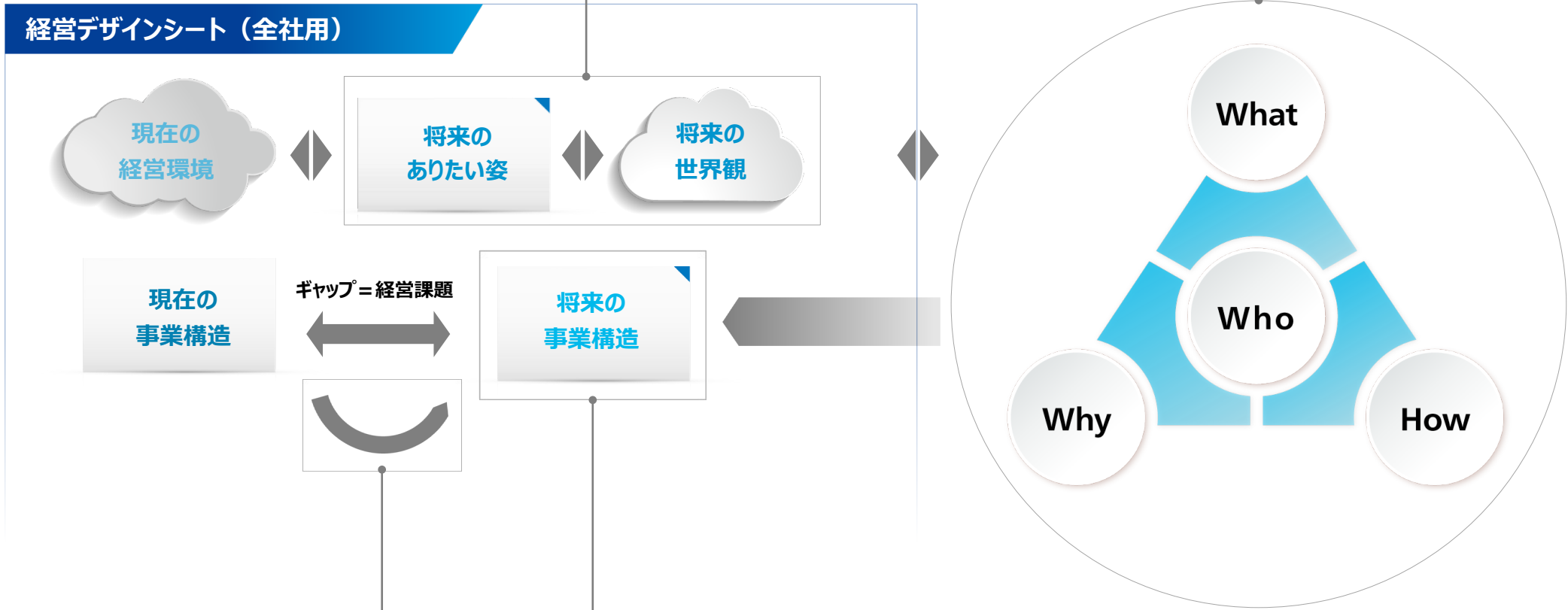
ポイント① 未来定義

経営者の意思が込められた、将来のありたい姿及び将来の経営環境（世界観）を描く

ポイント② コアエンジンの設計

ありたい姿の実現時に価値創造の源泉となっているコアエンジンを設計する

経営デザインシート（全社用）



ポイント④ 実現ストーリーの構築

ステークホルダーや社会の共感を得るための、ありたい姿の実現に向けた移行戦略を構築する

ポイント③ 将来の事業構造の具体化

ありたい姿の実現に向けた将来の事業構造を具体化する（e.g. ビジネスモデル、競争優位性）

【大企業版経営デザインシート】

未来定義

現在の経営環境

将来のありたい姿

将来の世界観

現在の事業構造

経営資源

内部資源

外部資源

競争優位性

提供手法 (How)

価値創出

顧客接点

収益モデル (Why)

戦略的目標

顧客 (Who)

提供価値 (What)

将来の事業構造

経営資源

内部資源

外部資源

競争優位性

提供手法 (How)

価値創出

顧客接点

収益モデル (Why)

戦略的目標

顧客 (Who)

提供価値 (What)

実現ストーリー

主要施策

課題/アクション

【記載のポイント】

未来定義

未来定義に経営の意思を込める

現在の経営環境

自社にとって重要なファクトを抜粋して記載

将来のありたい姿

将来のありたい姿を100文字程度で記載

将来の世界観

将来の経営環境を予測し、実現したい世界観を記載

現在の事業構造

将来の事業構造

記載の粒度を将来の事業構造に合わせる

⇒ 現状を詳細に整理するのではなく、将来の事業構造に向けたGAPを把握し、実現ストーリーを描くために現在の事業構造の概要を整理することが重要

経営資源

内部資源

自社内部で保有すべき経営資源を記載

外部資源

外部から調達すべき経営資源、パートナー企業を記載

競争優位性

競合に対して発揮している優位性を記載

提供手法 (How)

価値創出

提供価値の創出方法を記載

顧客接点

顧客接点の創出方法を記載

収益モデル (Why)

将来の経営環境におけるマネタイズ手法を記載

顧客 (Who)

将来メインターゲットとすべき顧客を記載

提供価値 (What)

経営環境変化に対応した提供価値を記載

戦略的目標

事業構造の実現に向けて戦略的に取り組むべき目標を記載

必ずストーリーに落とす

実現ストーリー

主要施策

事業ポートフォリオ/リソース配分の変化、経営インフラの整備等の方向性、マイルストーンや時間軸を記載

課題/アクション

主要施策の実行にあたっての課題、課題に対する解決策を記載