









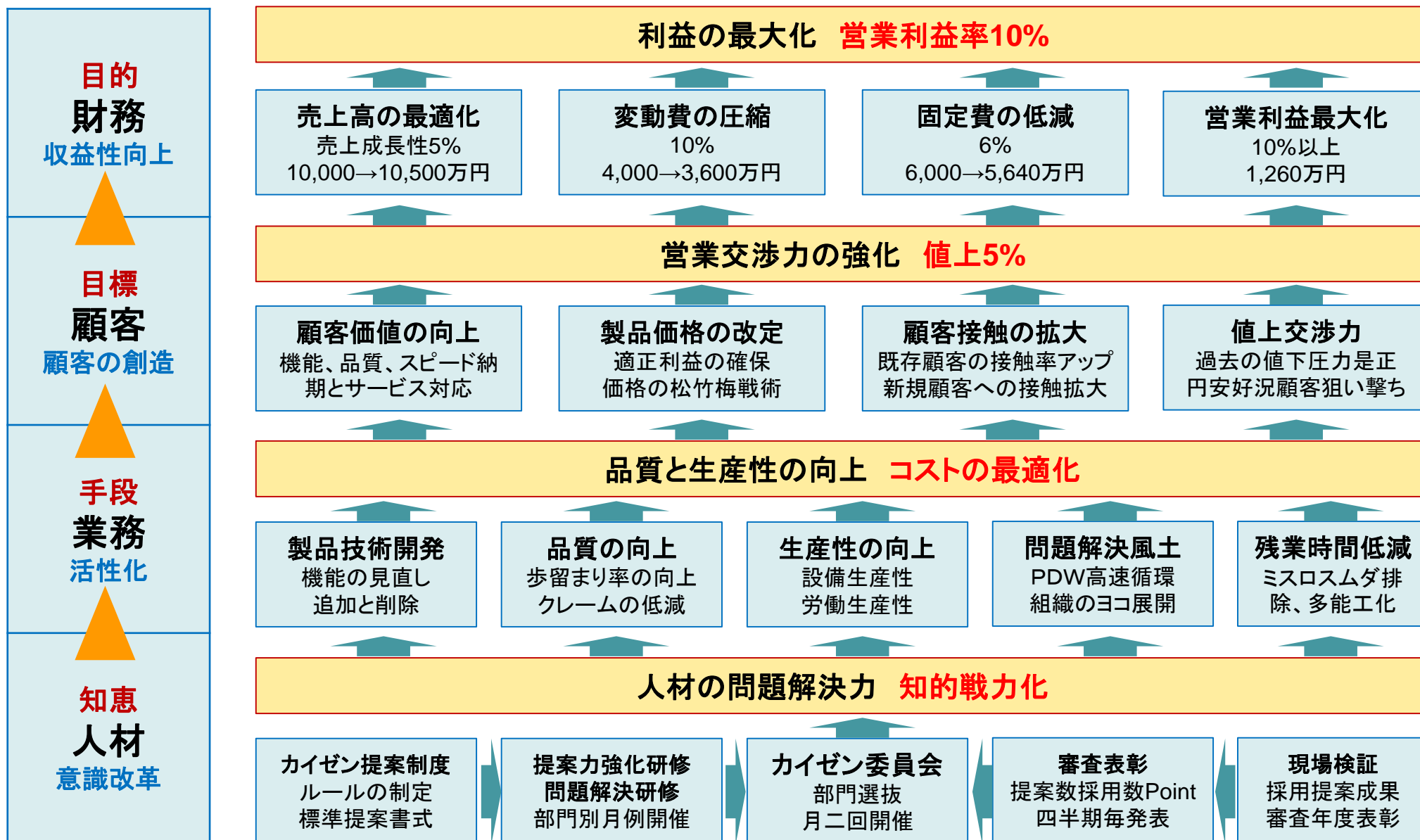
BSCで問う経営課題

戦略視点	BSC - 4視点	最重要経営課題	中小企業の経営課題	最重要経営課題
目的	財務の視点	収益性の向上	競争原理の売上成長性 コスト最適化による利益確保 モノとコトの不良在庫排除 リスクマネジメント 責任財務の可視化適正化	
目標	顧客の視点	顧客の創造	営業力の強化、顧客接点の拡大 顧客価値創出マーケティング ソフト重視のブランディング グローバル展開 国内回帰の再需要	
手段	業務プロセスの視点	業務の活性化	環境問題、差別化、イノベーション 新事業の創出、新製品の開発 業務改革、パラダイムシフト ITシステム化とネットワーク 機能、品質、価格、納期のカイゼン活動	
知恵	人材と変革の視点	意識改革と向上心	人材確保、人材の戦力化、離職率 組織の再構築、意識改革 ワークスタイルとワークライフバランス コミュニケーションとハウレンソウ 情報セキュリティ、情報過多と情報統制	

BSCで経営課題を解決する

BSC視点	経営課題	最重要経営課題	解決策の具体化
<p>目的 財務 収益性向上</p> 	売上成長性 コストの最適化 キャッシュフロー 資金繰り 自己資本健全化 適切財務管理	<p>コストの最適化</p> 	1.売上高の最適化 値上5%(10,000→10,500万円) 2.変動費の圧縮 10%(4,000万円→3,600万円) 3.固定費の圧縮 6%(6,000万円→5,640万円) 4.営業利益の確保 1,260万円
<p>目標 顧客 顧客の創造</p> 	顧客接点の拡大 営業力の強化 販促力の強化 需要の最適化 顧客価値の創出 ブランディング	<p>営業交渉力の強化</p> 	1.顧客価値の向上 機能、品質、スピード納期対応 2.製品価格の改定 適正な利益の確保 3.顧客接触の拡大 円安株高好決算顧客 4.粘り強い値上交渉 長年続いた値下圧力の是正
<p>手段 業務 活性化</p> 	新事業の創出 新製品開発 品質の向上 生産性の向上 不採算の排除撤退 業務改革	<p>品質と生産性の向上</p> 	1.機能の見直し 新機能の追加、不要機能の排除 2.品質の向上 歩留まり率アップ、クレームの減少 3.生産性の向上 設備と人的能力でリードタイムの短縮 4.問題解決風土 PDWサイクルの高速循環 5.内製化率向上と生産性向上による残業時間の低減
<p>知恵 人材 意識改革</p> 	人材確保最適化 人材の戦力化 意識改革 イノベーション 組織のハウレンソウ 高いモチベーション	<p>人材の知的戦力化</p> 	1.カイゼン提案制度の導入 表彰基準などルール制定 2.カイゼン委員会の設置 周知徹底、運営、審査、評価 3.提案力強化研修 カイゼン事例からアイデア展開 4.問題解決研修 現場主義で巡回「ここ掘れ」問題発見 5.提案の審査、採用、実施、成果、表彰

経営課題解決策を戦略マップに描く



BSCで経営課題を解決する

BSC視点	経営課題	最重要経営課題	解決策の具体化
目的 財務 収益性向上	売上成長性 コストの最適化 キャッシュフロー 資金繰り 自己資本健全化 適切財務管理		
目標 顧客 顧客の創造	顧客接点の拡大 営業力の強化 販促力の強化 需要の最適化 顧客価値の創出 ブランディング		
手段 業務 活性化	新事業の創出 新製品開発 品質の向上 生産性の向上 不採算の排除撤退 業務改革		
知恵 人材 意識改革	人材確保最適化 人材の戦力化 意識改革 イノベーション 組織のハウレンソウ 高いモチベーション		