



事業企画書の書き方

事業システム全体と個々のシステムや業務との関連を日頃から見渡しながら企画の訓練をし、シミュレーションしておくことは重要です。

新事業の成功率を高めるため、そしてあらゆる企画業務に必要な戦略的思考を発揮するため、新事業企画の立案のポイントを確実に押さえておきましょう。

株式会社企画塾・総合企画研究所

企画塾

1. 事業戦略と事業企画

企業環境が複雑になるほど、事業企画の方法論が必要になる

新

事業は、できることなら避けたい業務です。リスクがあまりにも大きいからです。むしろ既存の事業を展開しながら、徐々に新しい商品が育ち、新しい市場が創り上げられていくことが、本来は望ましいでしょう。毎年あるいは半期毎に立案される中長期の事業戦略は、社会背景や市場環境などを考慮し、自社のポジションをしっかりと見据えながらじっくりと経営計画、そして部門別・月次別の計画を立てていく。既存の事業に新しい知恵を付加し、継続的な発展をめざすものです。

高度成長期は過去の延長線上に未来の数字をあてはめるだけの事業戦略ないしは事業計画でも通用しました。しかし現在、環境は構造的に激変し、商品のライフサイクルも短くなっています。市場や流通が細分化・複雑化し、情報戦略を取り巻く環境も猛烈な勢いで多様化しています。そこで経営目的や目標を達成するためには、戦略的な視点と絶え間ない企画活動が必要になってきます。

また日常業務の中で山積する課題は相互に関連し合い、事業全体にかかわることが珍しいことではなくなっています。事業の抜本的なリストラクチャリング(再構築)の必要性が叫ばれているのは、このためです。リストラクチャリングのレベルが高ければ、なんら新事業企画と変わりはないでしょう。

そこで、リストラクチャリングや新事業の起ち上げにかかるリスクを、できるだけ軽減するために、企画の方法論が必要になります。つまり調査によって成功確率をはじき出し、事業コンセプトから事業システム、フォーメーションやツールをロジカルに解き明かし、これを明快に示した企画書を共通語としながら企画を共有し、プロジェクト型で推進するような方法論です。

