

Plan A



Plan B



Plan C



成長レベルが**アップ**!

より**成果**につながる  
**経営計画**の立て方

## ① 経営環境の変化による経営計画の重要性

### a. 業界が直面する変化

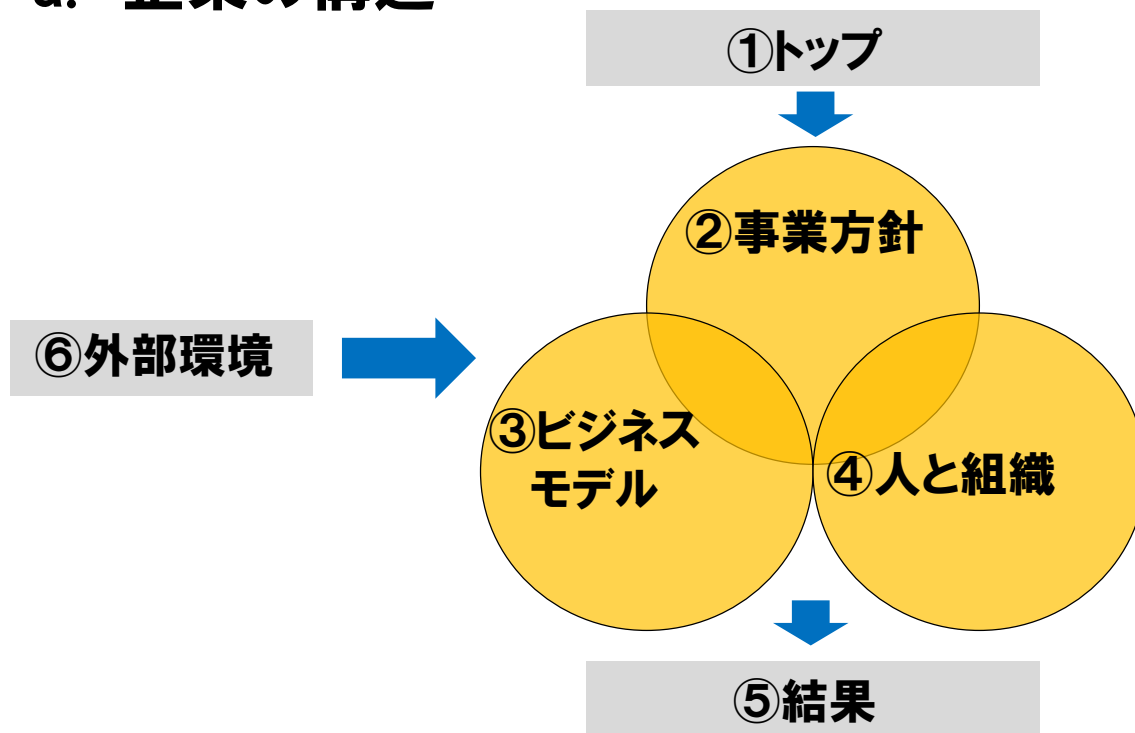
- 登山経営から下山経営へのシフト
- WEBマーケティング・地上戦ともに競争の激化
- 人材の採用難
- 急速なデジタルシフト

### b. 経営計画の役割

経営計画を作ることにより、限られた資源(人・金)を戦略的に活用し目標達成に繋げる。

## ②企業構造と経営計画の位置づけ

### a. 企業の構造



## ③組織における計画の位置づけ

### a. 経営計画の3段階

| 段階   | 経営計画状況                                      |
|------|---------------------------------------------|
| レベル1 | 計画自体が存在しない。計画は全て代表の頭の中。表にはでてこない。            |
| レベル2 | 計画はたてるが、所内では重要視されておらず、検証もされない。経営計画が儀式化している。 |
| レベル3 | 計画をたて、そのフォローや改善もできており、次年度の計画にも活かされている。      |

## ④ 経営計画の全体像

STEP1. 理念・長期ビジョンなどの設定

STEP2. 現状分析(内部環境・外部環境・財務環境の把握)

STEP3. 基本戦略構築

STEP4. 基本経営計画立案

STEP5. 数値計画立案

STEP6. 単年度計画・所員への落とし込み

## ① 基本戦略を考える前に行うべき3つのステップ

### a. 理念策定(整理)

- 理念が事務所に及ぼす影響(冰山理論)
- 事務所は代表で99%決まる
- 理念の再構築

### b. ビジョン策定(整理)

- 理念からは外れるものではない
- 所員がワクワクできるかどうか
- 事業、組織、数値ビジョンに分けて考える

## ①基本戦略を考える前に行うべき3つのステップ

### c. 現状分析(外部環境・内部環境・財務環境)

#### ● 外部環境

- ①市場規模 ②業界動向 ③競合動向 ④業界ライフサイクル

#### ● 内部環境

- ①ビジネスモデル ②数値 ③マネジメント

#### ● 財務環境

- ①収益性 ②成長性 ③安全性 ④キャッシュフロー ⑤生産性

## ②基本戦略の3つの要素

### a. 事業戦略

- 事業自体の方向性を決める。  
(伸ばす・現状維持・縮小撤退する分野)  
※現状分析が判断材料になる。
- 時流適応・長所伸展を中核に考える。
  - ✓ 絞り込み一番化
  - ✓ ストックビジネス化
  - ✓ デジタルシフト・高生産性の追求



## ②基本戦略の3つの要素

### b. マーケティング

- **決定した事業領域に対して、どの分野をどのように集客して、相談、受任、解決まで行うかを決定する。**
  - ✓ **商品(分野別:反響、受任、売上)**
  - ✓ **集客(ルート別:反響、受任、売上)**
  - ✓ **相談(面談誘導率、受任率)**
  - ✓ **業務(解決期間、顧客満足度、報酬)**

## ②基本戦略の3つの要素

### c. マネジメント

- 事務所が向かうビジョンや目標に対して、人を中心に資産とお金を最適化する。
  - ✓ 次年度の組織図(必要となるポジション)
  - ✓ 採用
  - ✓ 育成・定着・評価
  - ✓ 業務・職場改善

## ③部門・メンバーへの落とし込み

**トップダウン型とボトムアップ型を状況に応じて使い分ける。**

### a. トップダウン型

**事業の方向性を大きく転換する時や新規事業を始める時は、方針に基づきトップダウンで部門・メンバーに落とし込む。**

### b. ボトムアップ型(参加型)

**大きな戦略転換が必要ないときは、部門・メンバーの意向も取り入れることで計画の実行に対する意欲を高める。**

## ④ 経営計画作成スケジュール

### a. 年始の方針発表会から逆算して考える スケジュール例

| 月   | 事務所全体             | 個人     |
|-----|-------------------|--------|
| 10月 | 必要データ準備<br>代表方針作成 |        |
| 11月 | 幹部合宿              |        |
| 12月 | 部門・チーム計画作成        | 個人資料作成 |
| 1月  | 方針発表会             | 個別面談   |

## まとめ

- ① 経営計画のレベル≡翌年の成果として、必要な判断材料・メンバーを集め、10月からの経営計画作成に着手しましょう。
- ② 所員参加型の経営計画の作成を行い、経営計画のレベルだけでなく、浸透力・実行力も高めましょう。
- ③ 代表の頭の中の経営計画ではなく、所員に共有されている経営計画を中心に、所員一丸となって理念・ビジョンを達成できる環境づくりを進めましょう。

レポートをお読み頂きありがとうございます！

このレポートを読んで参考になった箇所は、ご自身ですぐに活かしていただければ幸いです。

しかしながら、**自分で取り組むよりもっと簡単**で、  
より**成果につながる**方法があります。

**経営計画**に興味があるあなたに最適な**特典**を  
次頁よりご紹介させていただきます。



## 特典 1 : 法律事務所のための研究会(勉強会)への**無料おためし参加**

船井総研の研究会では、「師と友づくり」を重視しています。

研究会の場では、**実際に採用に成功している事務所の先生と直接お話いただく**ことができます！

更に、**法律事務所に特化した研究会のため実務面まで踏み込んだ内容**をお伝えすることが可能です。リアルな現場の情報を共有いただけるので、決断に悩んだときも実際の成功事例を元にアドバイスがもらえます。また、毎月100を超える社労士事務所と情報交換をし、業績アップのルール化を行っている**法律事務所専門のコンサルタント**たちもあなたをサポートさせていただきます！

1度限り、**無料のお試し参加が可能**ですので、是非一度ご参加いただき、雰囲気などを知ってください！



コンサルタントがルール化した、最新の業績アップノウハウを毎回お伝えさせていただきます。



コンサルタントに質問もお気軽にしていただけ、問題解決やステップを進めるためのアドバイスをさせていただきます。



実際に業績アップに成功した先生方から直接お話をお聞いただけです！

お申し込みはこちらをクリック！

**無料お試しに申し込む**

研究会について詳しく知りたい方は[コチラ](#)

## 特典2：専門コンサルタントによる**無料経営相談**

「いきなり研究会に参加するのは少し不安・・・」「自分の事務所がどう行動すべきか聞きたい」

「ある程度このソリューションには取り組んでいるので、つまづいている箇所を乗り越える方法について聞きたい」という方にお勧めなのが**無料経営相談**です。

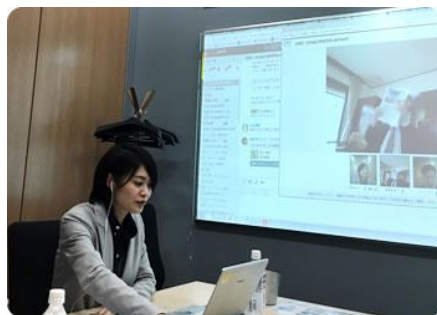
社労士事務所の特化し、日々現場でコンサルティングや情報交換を行っているコンサルタントが

**全国の成功事例を元に、あなたの事務所に最適なお提案・アドバイスをさせていただきます。**（約60分）

対面・電話・TV会議（skype等）など、お好きな方法をお選びいただけますので、お気軽にお申し込みください。



気になることは何でもお聞きください！



電話やTV会議での経営相談も可能です！

お申し込みはこちらから！



**無料経営相談に申し込む**

経営相談について詳しく知りたい方は[コチラ](#)