

経営診断チェックリスト

経 営 部 門

目 次

I 診断を前提とした押えるべき経営特性

I-1. 業種業態特性

- 1. 産業における業界の傾向…………… 149
- 2. 業態特性…………… 149

I-2. 規 模

- 1. 人員規模…………… 149
- 2. 年 商…………… 149
- 3. 商圏内の規模別特性…………… 149

I-3. 症 状

- 1. 業 績…………… 149

I-4. 商品特性

- 1. 大 衆 品…………… 149
- 2. 工 業 品…………… 149
- 3. 流通経路における商品…………… 149
- 4. 品種の多少…………… 150

I-5. 地域特性…………… 150

I-6. 企業特性…………… 150

II 環境適応力のチェック（的をしぼり集中）

II-1. 進むべき路線の掘り下げ（方向づけ）

その1. 顧客ニーズから

- 1. 現有顧客のニーズ把握…………… 150
- 2. 不採算商品の把握…………… 150
- 3. 新しいニーズの発見…………… 150

II-2. 進むべき路線の掘り下げ

その2. 市場と当社の位置づけ

- 1. マーケットサイズの把握…………… 151
- 2. 市場特性の把握…………… 151
- 3. 業界位置とその傾向…………… 151
- 4. 商品競争力の把握…………… 151

5. 国 際 化	151
Ⅱ－3. 進むべき路線の公共との関連	
1. 政 策	151
2. 法 律	151
3. 公 害	151
4. 住民運動	151
Ⅱ－4. 進むべき路線の整理	
1. 人員、人材の有効的な集中再配置の可能性	152
2. 運用資金の検討	152
Ⅱ－5. 重点路線の推進体制（進むべき路線の可能性）	
1. 進むべき路線と方針計画の一致	152
2. 社員、幹部の思想統一	152
3. 推進責任者とリーダーシップ	152
4. 推進組織	152
5. ひと、もの、かねの集中投入	152
Ⅲ 経営基本項目のチェック	
Ⅲ－1. 経 営 者	
1. 思 想	153
2. 性 格	153
3. 事業意欲	153
4. 社長の生いたち	153
5. 能 力	153
6. 信 用 力	153
7. 健康、体力	153
8. 後 継 者	153
9. 外部ブレーン	153
10. 外部活動	154
Ⅲ－2. 経営風土	
1. 成長過程と要因	154
2. 創業精神	154
3. 社 風	154
4. 職場環境	154
5. 労使協調	154
6. 同 族	154
Ⅲ－3. 経営方針	
1. 長期ビジョン	154

2. 基本方針	154
3. 経営理念	154
4. 販売方針	155
5. 生産（仕入）方針	155
6. 労務方針	155
7. 財務方針	155
Ⅲ－4. 経営計画	
1. 基本計画	156
2. 資金計画	156
3. 利益計画	156
4. 販売計画	156
5. 生産計画	156
6. 購買仕入計画	156
7. 商品開発計画	156
8. 人員計画	156
9. 人材開発計画	156
Ⅲ－5. 経営戦略	
1. 商品戦略	156
2. 市場	156
3. マーケティング	156
4. 経営ノウハウ	157
5. 開発力	157
6. 国際化	157
7. 企業戦略	157
Ⅲ－6. 企業防衛	
1. 危険分散	157
2. 緊急時の資金対策	157
3. スtockとフロー	157
4. 先行投資	157
5. 最大弱点	157
6. 健全性	158
Ⅲ－7. 経営歴	
1. B勘定	158
2. 税歴	158
3. 赤字経験	158
4. 融通手形	158

5. 別口借入	158
6. 組合闘争	
7. 含み資産	158
8. 経営幹部の退社	158
Ⅲ－8. 経 営 陣	
1. 分身要素	158
2. 能 力	158
3. まとまり	158
4. 責任分担	159
Ⅲ－9. 経営組織	
1. 組織形態	159
2. 組織運営	159
3. 責任体制とチェック体制	159
4. 小まわりとスピード性	159
Ⅲ－10. 管理体制	
1. 計数管理	159
2. 報告制度	159
3. 会議制度	159
4. 部門間調整	159
5. 予算統制	159
6. 内部統制	159
7. 業績管理	159
8. 内部監査	159
Ⅲ－11. 購買戦略	
1. 資材購買政策（仕入）	160
2. 取引先との関係	160
3. 取引先変更	160
4. 在庫方針	160
Ⅲ－12. 物流戦略	
1. 物流コスト	160
2. 倉庫及び配送センター	160
Ⅲ－13. 社外組織	
1. 外注政策	161
2. 協力企業	161
3. 顧客の組織化	161
4. 業界組織	161

大項目	中 項 目	小 項 目	チェックポイント	着 眼 点
Ⅱ． 環 境 適 応 力 の チ ェ ッ ク （ 的 を し ば り 集 中 ）	Ⅱ－２． 進むべき 路線の掘り 下げ その２．市 場と当社の 位置づけ	１．マーケッ トサイズの 把握	a．大手は参入しない市 場か b．当社のノウハウが通 用し易いか c．ライバル格差がつけ られるか	ア．住み分けの論理（雑魚は 磯辺で遊ぶ）の科学的判断
		２．市場特性 の把握	a．独占、寡占、多占、 過当化傾向か b．需要か成長か停滞か ダウンか a．業界および地域シ ェアーはどうか b．ライバルとの格差 はどの程度か c．シェアアップ又 はダウンのどこに原 因があるのか	イ．ねばるべきか、あきらめ るべきかをはっきりする ウ．わが社の業界位置で打つ べき手がわかる（強者の戦 略か、弱者の戦略か）これ に対応するのが狙い
		３．業界位置 とその傾向		
		４．商品競争 力の把握	a．価格競争力はどうか b．販売体制はどうか c．品質レベルはどうか d．供給体制（納期、ス ピード、量）はどうか	エ．現状の競争ポイントを明 確にして、コストダウン等 を政策的に打つべき手をお さえる
		５．国 際 化	a．国際市場への参入は あるか b．国際化の影響度とど うか	