

MASPO の経営計画 取扱説明書

事業を堅実に展開するために、最初に「経営計画」を作りましょう。

MASPO の経営計画はとてシンプルで作りやすくなっています（初級編）。

少し手を休めてじっくりと「過去」と「現在」「未来」を考えてみましょう。期の途中でもチャレンジしてみてください。

この取扱説明書は用語解説と考え方を記しています。ご自身の考えや思いを遠慮することなく書き記しましょう。

ダウンロードは「Word 形式」です。レイアウトを自由に変更してご活用ください。

経営理念

経営理念は「経営」と「理念」の合成語です。まず、経営の本質について詳しく精通しておく必要があります。

「理念」の語源は古代ギリシャのプラトンが言った「イデア」。意味は自分独自の考え方の確立。

他人が書いたものをマネしたり、出来もしない、カッコ良いものを書くのが経営理念ではありません。

「経営」「理念」を正しく理解していなかったら「当分の間、空白にしておく」と正直に書く勇氣も必要。

ビジョン

1 年先、3 年先、5 年先…どのような会社になりたいですか？その時、あなたは何歳ですか？

経営規模はどうなりたいですか。商品は何が売れていますか。将来目標を立てておくこと将来に関心が高くなり

目標達成の率が高くなります。素質の高い人ほど将来目標を持っています。

固定費

固定費とは、生産量や販売量の増減に関わらず一定にかかる経費のことです。

例) 人件費・地代家賃・水道光熱費・OA 機器リース料、広告宣伝費など。

固定費は事業を営んだり従業員を雇ったりするうえで必ず発生する経費が対象です。

毎月ある程度固定された金額を支払う必要がある経費は、固定費に区別します。

「変動費」「固定費」の管理は利益の大小に大きく関与します。無駄は？節約は？

変動費

変動費とは、売上（生産量・販売量）に応じて増減する経費のことです。

例) 原材料費・仕入原価・販売手数料・外注費・車両燃料費・支払運賃など。

100 個作る、500 個作る…で変わる経費です。

売上が幾らだと変動費は幾らになるか…把握しておきましょう。

強い商品作り計画

商品計画を立てる目的は「1 位の商品」か「競争力がある強い商品」を作ることにあります。
負けている商品や落ち目になった商品をいくつ持っても価値はありません。
商品はお客のお金と交換できる唯一の手段であるとともに、利益を生み出すただ一つの手段です。
自社の経営規模でも 1 位になれる商品为目标に決め、次にその目標に経営力を集中する必要があります。

強い地域作り計画

地域計画を立てる目的は、お客を集中して作ったお客占有率 1 位の地域を作ることにあります。
負けている地域を何カ所作っても意味がありません。経営能力以上にむやみに営業地域を広げると、利益性がひどく悪くなります。まず 1 位になりやすい地域に目標を決め、次にそうなれるだけの経費の投入が不可欠です。

強い客層作り計画

誰でも彼でもターゲットにするのではなく 1 位の客層を創ることにあります。強い客層を作るにはまず自社の経営規模でも 1 位になれる客層为目标に決め、次はその目標に経営力を集中して投入する必要があります。

実行計画 社長の実力向上計画

小さな会社の業績は経営者 1 人の戦略実力で決まります。
商品を決めるのも、営業地域を決めるのも、客層を決めるのも、営業方法を決めるのも、仕事の役割分担を決めるのも、すべて経営者です。

経営者の実力の高低が、業績の善し悪しにダイレクトに反映します。
純利益が、物的証拠になります。

自分の実力を高めなくて、業績だけを良くする方法は、日本中どこを探してもみつかりません。
学習効果は素質×教材の質×学習回数で表わされます。

熱く、本気で経営改善に挑戦

一度しかない人生で何かをやり遂げるために！

2022 年 6 月 1 日改訂
柳田医療経営株式会社