

経営デザインシート(事業が1つの企業用)

自社の目的・特徴・事業概要

企業理念、重視する価値観・ありたい姿、自社が解決しようとする社会的課題、企業文化・企業風土、キャッチフレーズ、事業コンセプト等を記載

経営方針

企業理念等の実現のための経営戦略の方向性・基本行動指針、全社目標、KPI等を記載

資源

ビジネスモデル

価値

資源

ビジネスモデル

価値

内部資源

経営において重要な資源を記載(例)〇〇に訴求するデザインが得意なデザイナー、精度の高い加工が可能な生産設備、販売ネットワーク

知財(例)〇〇技術の特許・ノウハウ、△△商標(ブランド)

外部調達資源(誰から)
(例)〇〇社の△△の販路

知財(例)××社のブランドカ、技術ノウハウ

資源をどのように用いて価値を生み出してきたか

(例)「〇〇商品の商標△△を取得してブランド化し、価格プレミアムで収益を得る」「若い女性向けのかわいいデザインにより商品価値を高め、意匠権取得により模倣を防止しつつ、C社にOEM生産させて価格競争力を高める」
誰と組んで

提供先へのアクセス法

知財の果たしてきた役割
(例)他社との連携の促進、競争優位性の確保

提供してきた価値

提供先(誰に)

何を

自社が企業活動を通じて社会や顧客に提供してきた価値を記載(例)安心・安全、便利で快適な暮らし、ブランドを使用する満足感

提供先から得てきたもの
自社が企業活動を通じて社会や顧客から得てきたものを記載(例)社会的信用、〇〇のデータ

事業課題(弱み)

現在の課題を記載(例)〇〇の技術が弱い、事業承継の問題がある

内部資源

左側(これまで)との違いを意識して記載

知財

外部調達資源(誰から)

知財

資源をどのように用いて価値を生み出すか

提供先へのアクセス法

知財の果たす役割

提供する価値

提供先(どんな相手に)

何を

提供先からえるもの

これまでの外部環境

+要素 自社を取り巻く環境のうち、収益の仕組みに影響を与えるものだが自社の力では変えるのが困難な事柄を記載(政治、経済、社会、技術等)
市場状況 市場における成功要因、自社や競合の位置付けを記載

「これから」の姿への移行のための戦略

これからの外部環境

+要素 将来の環境変化を予測して記載
市場予測 市場における成功要因、自社や競合の位置付けを記載

移行のための課題

これからの姿に移行するにあたって生じる課題を記載(例)販路が変わるため販路開拓が必要、市場分析が必要、必要な資源を保有していない

必要な資源

これからの姿を実現するために必要となる資源について記載

知財

解決策

・これからの姿を実現するために必要となる資源をどのように調達するかを記載(例)自社で開発する、〇〇社と連携する、M&Aで買収する
・どのようにこれからの姿に移行させるかの具体的な手段を記載
・予測し得ない環境変化が起きることも予め想定し、会社の存続可能性を高める策も検討

これまで

これから