



Bz-Collegio

BZC通信 2021年5月号

経営計画書

前回3月号の通信で30年近く経営者の経験があるといいながら、できていないことがたくさんあります。その一つが自ら経営計画書を作るということでした。

私を含めて3、4人という時代が長かったので、そのときいる人のパフォーマンスを発揮することが私の仕事だったように思います。これは一人ひとりを見ながらその場その場で判断していく技能です。それまで人が辞めることが少なかったので、仕事を通して人を育て戦力を上げていくことが自然とできていたと思います。

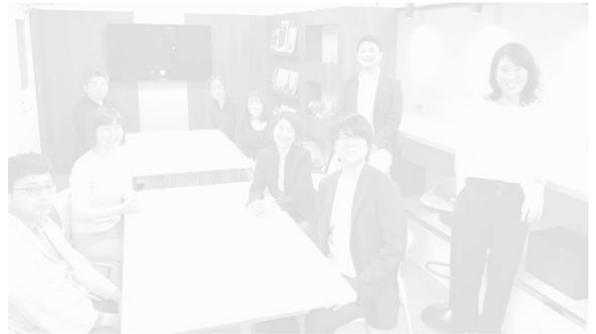
ところが、昨年から今年にかけて1名減に対し、3名人員を増やしたことから人材育成が途端に難しくなりました。当然のことですが、即戦力かつ私と考え方も同じという人は、いません。教えて育てるためには、これまでの企業文化を明文化する必要があったのです。

また、変化が激しいインターネット業界に携わる身として、新しいことに興味を持ち、提案するネタがないかアンテナを立てておくことは当然の心構えでしたが、他の人はそうではないことにも気がつきました。3、4人中、1名いれば組織の特徴（コアコンピタンス）となることも、8、9人に1名では埋もれてしまいます。他にも、私が思う当たり前や不文律が、他の人には当たり前ではなく、説明してもピンときていないことが度々ありました。

やはり、人が変わっても組織の姿勢や特徴が引き継がれるような経営を行わなければなりません。意を決して経営計画書を作成することにしました。経営計画書ですので、経営に関する数値目標を入れることも大切ですが、理念やミッションなどを明確にし、そこでは取りこぼすような価値観もバリューとして記載し、皆の気持ちを一つにする価値の基準書になることに重きを置きました。

経営計画書を作ることは初めてでしたが、会社経営には難しさを感じていましたので、夢中になって作成しました。途中何度も書き換え、ようやく完成したのが先月下旬。早速皆さんに発表して意思統一を図りました。（上の写真は、そのとき撮影したものです。）

経営計画書で大切なのは、とにかく作成すること。仮の数値でもとにかく作成する。一度作成してしまうと、あとは訂正を重ねていくことができますので、ずいぶんと楽です。最初は正確さにこだわりすぎない。これが極意だったように思います。まだ経営計画書を作成して間もないですが、スタッフの意識が変わっていくのが手に取るようにわかります。これから毎年発行していかないとはいけません。



セールスコンサルタントチーム

これまで、営業しないことをまるで自慢のように話していましたが、しっかりとした経営基盤を築くために営業を始めることにしました。今は、経営計画書の数値を実現するために必要であり、会社の将来のために必須であると考えています。担当にはBZCの存在をわかってもらうだけで良いと伝えています。もう一つの軸として、提案する会社に戻ろうということを掲げています。今ある仕事も提案からいただいたものばかりです。今の仕事をこなすのに精一杯となり、提案する姿勢がなくなってきたように思いましたので、こだわっていきたくと思っています。今は兼任で手探りの営業チームですが、大きく羽ばたいてくれるものと信じています。

お仕事紹介

・PCR北九州さまのホームページを作成いたしました。こちらも短納期で公開にたどり着けたと思っています。
<http://pcrinkitakyushu.com/>

・サイトの改善のため、一部のデザインを変更し、オリジナルと変更したデザインをランダムに表示させることでどちらのデザインがより良い結果を出すか調査をするA/Bテストを実施しています。サイトから結果を出すこと、数値にこだわることは変わらぬ姿勢であり続けたいと考えています。