

週刊WEB

# 企業 経営

MAGA  
ZINE

Vol.898 2024.11.26

## ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター

2024年11月18日号

**2024~2026年度**

**経済見通し**

(24年11月)

経済・金融フラッシュ

2024年11月18日号

**英国GDP(2024年7-9月期)**

~前期比成長率は0.1%に大幅減速

## 経営TOPICS

統計調査資料

**景気ウォッチャー調査**

(令和6年10月調査)

## 経営情報レポート

**変化の激しい時代に生き残る!**

**福利厚生による組織風土の改革方法**

## 経営データベース

ジャンル: 経営計画 > サブジャンル: 経営計画の基本

**経営理念の必要性**

**個人計画のたて方**

発行: 税理士法人 森田会計事務所

ネット  
ジャーナル

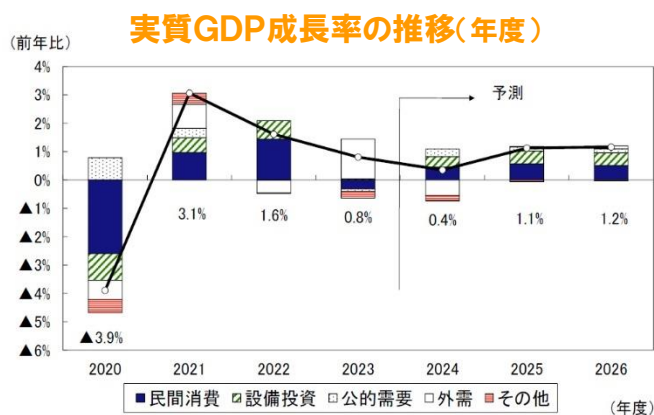
# 2024~2026年度経済見通し (24年11月)

本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

ニッセイ基礎研究所

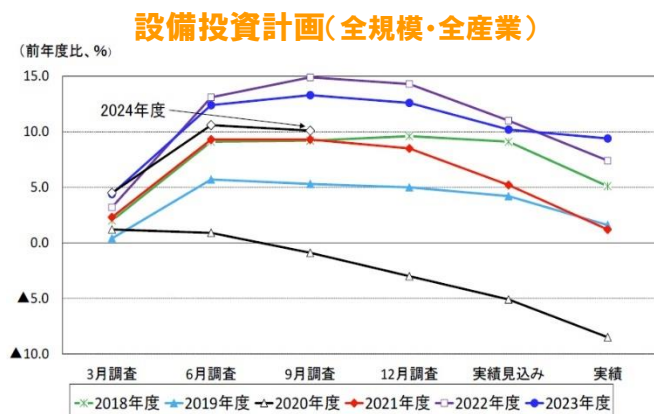
## <実質成長率:2024年度0.4%、2025年度1.1%、2026年度1.2%を予想>

**1** 2024年7-9月期の実質GDPは、所得税・住民税減税を背景に民間消費が高い伸びとなったことを主因として前期比年率0.9%と2四半期連続のプラス成長となった。



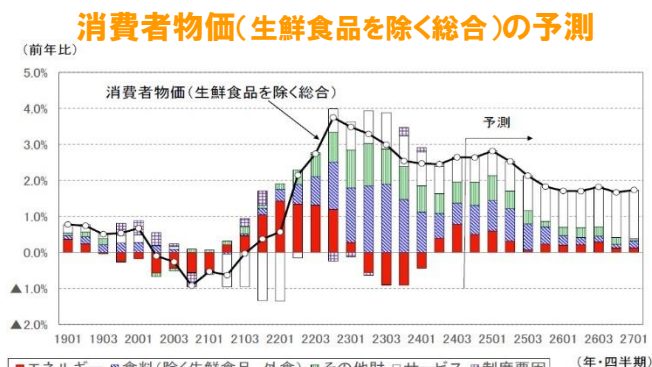
(資料) 内閣府経済社会総合研究所「四半期別GDP速報」

**2** 先行きについては、減税効果は減衰するものの、実質賃金の持ち直しに伴う実質可処分所得の増加が消費を下支えする。設備投資は一進一退の状態から抜け出せずにいるが、高水準の企業収益を背景に基調としては回復の動きが続くことが見込まれる。



(注) ソフトウェア・研究開発を含む設備投資額(除く土地投資額)(前年度比、%)  
2017年12月調査までは調査対象企業見直し前の旧ベース  
(資料) 日本銀行「企業短期経済観測調査」

**3** 実質GDP成長率は2024年度が0.4%、2025年度が1.1%、2026年度が1.2%と予想する。輸出が景気の牽引役となることは当面期待できない一方、国内需要が底堅く推移することから、景気の回復基調は維持されるだろう。下振れリスクとしては、トランプ次期大統領の経済政策を受けた世界経済の急減速、物価の上振れに伴う実質所得の低迷を主因とした消費の腰折れなどが挙げられる。



(注) 制度要因は、消費税、教育無償化、Go To トラベル事業、全国旅行支援  
(資料) 総務省統計局「消費者物価指数」

**4** 消費者物価上昇率(生鮮食品を除く総合)は、2024年度が2.6%、2025年度が2.0%、2026年度が1.7%と予想する。物価高対策の縮小によって2024年度末にかけて上昇ペースが加速するが、その影響が一巡した後は、賃上げに伴うサービス価格の上昇を円高による財価格の上昇率鈍化が打ち消す形で、2025年度後半には日銀の物価目標である2%を割り込むだろう。

「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、  
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」  
よりご確認ください。



ネット  
ジャーナル

# 英国GDP(2024年7-9月期) ～前期比成長率は0.1%に大幅減速

本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

ニッセイ基礎研究所

## 1 結果の概要:7-9月期の成長率は 前期比0.1%と大幅減速

11月15日、英国国家統計局(ONS)はGDPの一次速報値(first quarterly estimate)および月次GDPを公表し、結果は以下の通りとなった。

### 【2024年7-9月期実質GDP、季節調整値】

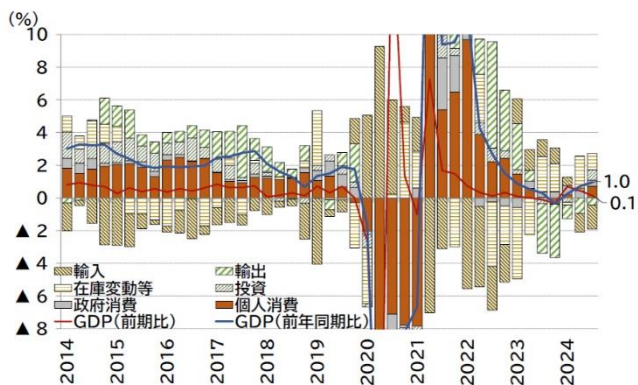
- 前期比は0.1%、予想(※1)(▲0.2%)より下振れ、前期(0.5%)から低下した。
- 前年同期比は1.0%、予想(1.0%)と一致、前期(0.7%)から上昇した。

### 【月次実質GDP(7-9月)】

- 前月比は7月▲0.0%、8月0.2%、9月▲0.1%となり、9月は予想(0.2%)より下振れた。

(※1) bloomberg 集計の中央値。以下の予想も同様。

### 英国の実質GDP成長率(需要項目別寄与度)



(注) 季節調整値、寄与度は前年同期比の寄与度 (四半期)  
(資料) ONS

## 2 結果の詳細:内需の核となる消費や 投資はむしろ加速

英国の24年7-9月期の実質成長率は前期比0.1%(年率換算0.6%)となり、4-6月期(前期比0.5%、年率1.8%)から減速した。その結果、7-9月期の実質GDPの水準はコロナ禍前(19年10-12月)と比べて3.0%ほど高い水準まで回復

した。ただし、ユーロ圏各国と比較すると相対的に回復は遅れている。

前期比成長率を需要項目別に確認すると、個人消費が前期比0.5%(前期0.1%)、政府消費が0.6%(前期1.1%)、投資が1.1%(前期0.6%)、輸出が▲0.2%(前期▲0.3%)、輸入が▲1.5%(前期6.3%)、在庫変動等の前期比寄与度は0.46%ポイント(前期▲2.20%ポイント)、純輸出は同▲0.94%ポイント(前期2.25%ポイント)だった。輸出の低迷(特に7-9月期はサービス輸出が前期比▲1.0%(前期1.8%)と減少)が成長率の伸び悩みに寄与しており、内需の核となる消費や投資の伸びはむしろ加速している。

コロナ禍前比で見ると個人消費が2.0%、政府消費が10.2%、投資が4.9%、輸出が▲7.1%、輸入が4.6%で、輸出の回復が相対的に遅れている。なお、10月末の年次改定(ブルック2024)でコロナ禍後の消費が全体的に上方修正(貯蓄率が下方修正)されたため、コロナ禍比の消費水準が改定前のマイナスからプラスに転じている。成長率を部門ごとに確認すると、農林水産部門が前期比1.1%、生産部門が同▲0.2%、建設部門が0.8%、サービス部門が同0.1%となった。

生産部門は減少したが、サービス部門はGDP並みの成長率となり、農林水産部門と建設部門は好調だった。

経済・金融フラッシュの全文は、  
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」  
よりご確認ください。

# 景気ウォッチャー調査 (令和6年10月調査)

内閣府 2024年11月11日公表

## 今月の動き(2024年10月)

10月の現状判断DI(季節調整値)は、前月差0.3ポイント低下の47.5となった。家計動向関連DIは、サービス関連が上昇したものの、住宅関連等が低下したことから低下した。企業動向関連DIは、製造業が上昇したことから上昇した。雇用関連DIについては、上昇した。10月の先行き判断DI(季節調整値)は、前月差1.4ポイント低下の48.3となった。家計動向関連DI、企業動向関連DI、雇用関連DIが低下した。

なお、原数値でみると、現状判断DIは前月差1.0ポイント低下の46.6となり、先行き判断DIは前月差1.2ポイント低下の48.0となった。

今回の調査結果に示された景気ウォッチャーの見方は、「景気は、緩やかな回復基調が続いている。先行きについては、価格上昇の影響等を懸念しつつも、緩やかな回復が続くとみている。」とまとめられる。

## I. 全国の動向

### 1 景気現状判断DI(季節調整値)

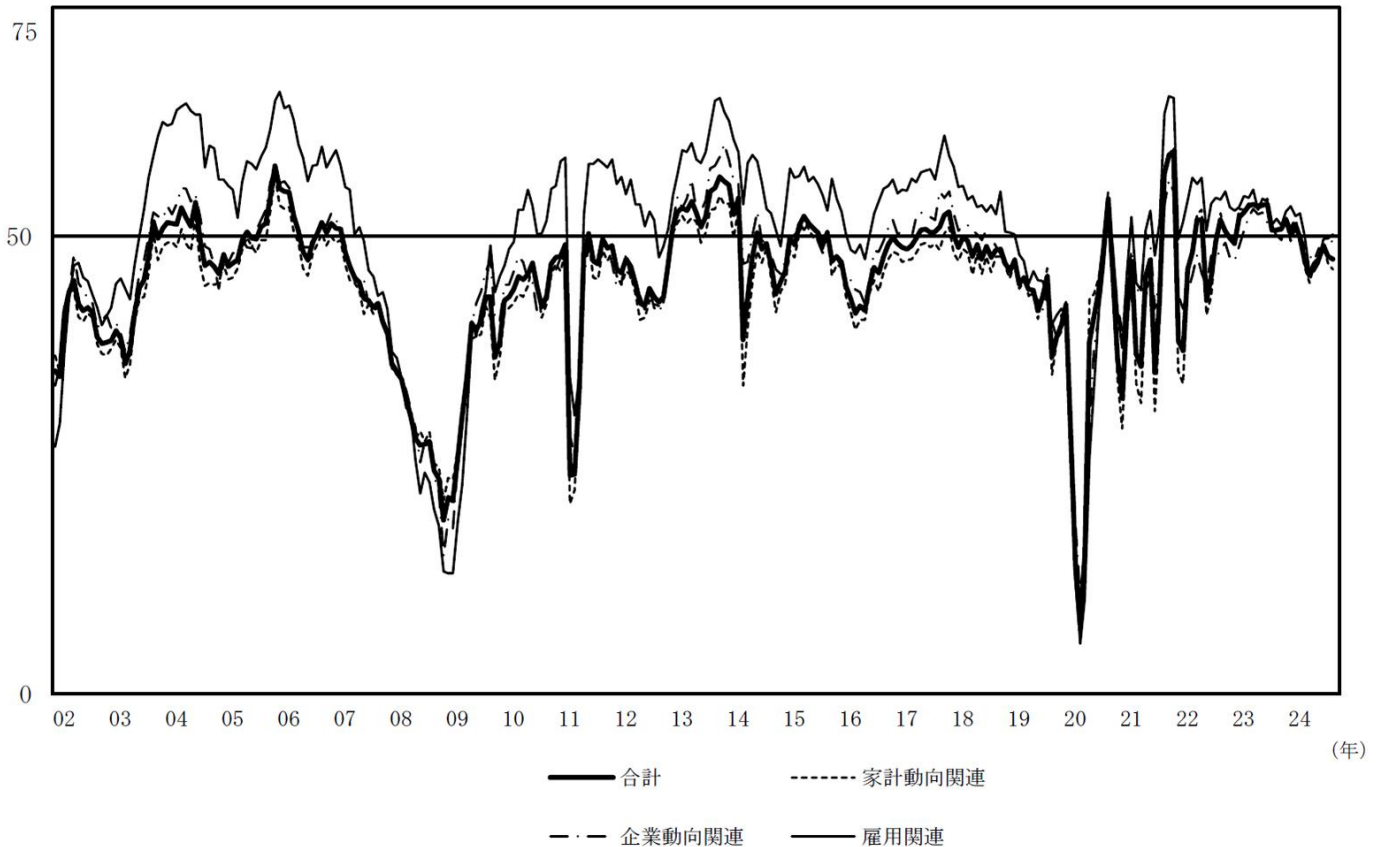
3か月前と比較しての景気現状に対する判断DIは、47.5となった。企業動向関連、雇用関連のDIは上昇したものの、家計動向関連のDIが低下したことから、前月を0.3ポイント下回り、2か月連続の低下となった。

#### 景気現状判断DI(季節調整値)

(DI)	年	2024						
	月	5	6	7	8	9	10	(前月差)
合計		45.7	47.0	47.5	49.0	47.8	47.5	(-0.3)
家計動向関連		44.9	47.0	47.2	49.0	47.0	46.4	(-0.6)
小売関連		43.7	46.2	46.2	47.7	45.9	44.0	(-1.9)
飲食関連		44.1	46.5	44.5	50.9	51.5	49.9	(-1.6)
サービス関連		47.2	49.3	50.1	51.6	48.1	51.8	(3.7)
住宅関連		46.7	45.3	45.5	47.3	46.8	41.2	(-5.6)
企業動向関連		47.9	47.3	48.7	48.4	49.3	49.5	(0.2)
製造業		45.5	47.0	46.8	46.1	48.6	49.3	(0.7)
非製造業		50.1	47.6	50.1	50.2	50.0	49.6	(-0.4)
雇用関連		46.0	46.2	47.1	49.7	49.8	50.2	(0.4)

(D I)

景気の現状判断DI(季節調整値)



2 景気の先行き判断DI (季節調整値)

2～3か月先の景気の先行きに対する判断DIは、48.3となった。

家計動向関連、企業動向関連、雇用関連のすべてのDIが低下したことから、前月を1.4ポイント下回った。

景気の先行き判断DI(季節調整値)

(D I)	年	2024						(前月差)
	月	5	6	7	8	9	10	
合計		46.3	47.9	48.3	50.3	49.7	48.3	(-1.4)
家計動向関連		45.3	47.5	47.9	50.2	49.3	48.2	(-1.1)
小売関連		44.8	47.2	47.1	49.2	47.6	46.5	(-1.1)
飲食関連		44.7	47.3	51.3	52.9	51.6	52.3	(0.7)
サービス関連		46.3	49.0	49.8	52.2	53.2	52.0	(-1.2)
住宅関連		45.7	44.0	42.2	47.0	44.0	41.7	(-2.3)
企業動向関連		47.5	48.1	49.1	50.2	49.8	47.8	(-2.0)
製造業		46.0	47.8	49.2	49.6	50.1	47.7	(-2.4)
非製造業		48.7	48.0	48.8	51.0	49.5	47.8	(-1.7)
雇用関連		50.3	49.9	49.1	50.9	51.7	50.6	(-1.1)



## II. 各地域の動向

### 1 景気の現状判断DI（季節調整値）

前月と比較しての現状判断DI（各分野計）は、全国12地域中、4地域で上昇、7地域で低下、1地域で横ばいであった。最も上昇幅が大きかったのは沖縄（5.7ポイント上昇）で、最も低下幅が大きかったのは北海道（2.9ポイント低下）であった。

景気の現状判断DI(各分野計)(季節調整値)

(DI)	年 月	2024 5	6	7	8	9	10	(前月差)
全国		45.7	47.0	47.5	49.0	47.8	47.5	(-0.3)
北海道		44.5	42.5	46.7	45.8	47.8	44.9	(-2.9)
東北		42.7	45.8	44.2	45.8	46.0	46.3	(0.3)
関東		45.1	46.7	46.9	48.3	50.3	47.7	(-2.6)
北関東		41.4	43.2	43.4	46.4	49.8	47.1	(-2.7)
南関東		46.4	47.8	48.1	49.0	50.4	47.9	(-2.5)
東京都		50.4	53.7	51.2	51.2	51.7	50.5	(-1.2)
甲信越		44.0	45.8	42.9	51.3	46.5	45.1	(-1.4)
東海		45.5	46.4	47.0	47.7	46.6	45.9	(-0.7)
北陸		45.5	50.5	46.2	48.6	48.7	48.7	(0.0)
近畿		45.7	47.6	47.7	47.4	46.7	48.8	(2.1)
中国		44.7	45.3	48.0	51.8	49.2	47.9	(-1.3)
四国		43.0	43.0	50.7	47.2	49.3	49.5	(0.2)
九州		48.4	47.0	48.9	50.3	49.6	47.8	(-1.8)
沖縄		52.0	53.4	57.7	57.8	50.6	56.3	(5.7)

### 2 景気の先行き判断DI（季節調整値）

前月と比較しての先行き判断DI（各分野計）は、全国12地域中、3地域で上昇、8地域で低下、1地域で横ばいであった。最も上昇幅が大きかったのは北海道（1.3ポイント上昇）で、最も低下幅が大きかったのは甲信越（5.4ポイント低下）であった。

景気の先行き判断DI(各分野計)(季節調整値)

(DI)	年 月	2024 5	6	7	8	9	10	(前月差)
全国		46.3	47.9	48.3	50.3	49.7	48.3	(-1.4)
北海道		43.8	43.2	47.0	50.1	45.1	46.4	(1.3)
東北		46.5	49.1	46.2	45.5	49.2	46.5	(-2.7)
関東		46.3	47.5	48.4	50.8	50.1	49.5	(-0.6)
北関東		44.7	45.3	44.8	50.2	50.0	47.8	(-2.2)
南関東		46.9	48.3	49.8	51.0	50.1	50.2	(0.1)
東京都		49.3	51.1	51.1	51.8	52.2	52.9	(0.7)
甲信越		49.5	47.7	49.0	49.4	50.1	44.7	(-5.4)
東海		44.0	47.1	46.8	48.8	47.9	47.3	(-0.6)
北陸		47.5	50.9	51.3	52.0	48.7	47.1	(-1.6)
近畿		45.1	47.6	48.5	49.7	49.3	49.5	(0.2)
中国		46.0	48.5	49.1	51.4	50.3	49.1	(-1.2)
四国		42.7	43.4	48.9	51.1	53.4	48.2	(-5.2)
九州		46.6	51.4	50.4	54.2	52.4	52.4	(0.0)
沖縄		53.3	60.9	58.1	60.3	56.5	55.2	(-1.3)

景気ウォッチャー調査（令和6年10月調査）の全文は、  
当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。



経営情報  
レポート  
要約版



労 務

変化の激しい時代に生き残る！

# 福利厚生による 組織風土の改革方法

1. 日本における組織風土改革の必要性
2. 福利厚生の種類と自社に適した設計方法
3. 組織風土の改革に向けた福利厚生の活用方法
4. 福利厚生による組織風土改革の実践事例



## ■参考資料

『「カルチャー」を経営のど真ん中に据える』（遠藤功 著） 『実務！福利厚生改革』（可児俊信 著）  
『いい会社には活きた社内制度がある。』（坂本光司 著） 『心理的安全性超入門』（ビジネスリサーチラボ  
伊達洋駆 著） 『心理的安全性 最強の教科書』（ピョートル・フェリクス・グジバチ 著） 他

# 1

## 企業経営情報レポート

# 日本における組織風土改革の必要性

顧客ニーズの変化が激しい昨今、企業が生き残るためには組織の柔軟性や社員の創造性の向上が必要不可欠となっています。また、IT 革命や DX など背景とした、いわゆるグローバル化が進む中で、これらに対応するべく会社の多様性も求められています。

いずれを実現するにも人材の育成と活用が鍵となりますが、そのためには人事制度や育成システムに合わせて、組織風土も大きく影響してきます。

言うまでもなく、組織風土は一朝一夕で改革できるものではありません。しかし、その第一歩として、社員にとって適正な福利厚生を充実することは非常に有効です。

そこで本レポートでは、福利厚生を通じた組織風土の改革方法について解説します。

### ■ 日本における組織文化の実態

#### (1) 組織文化に対する意識の違い

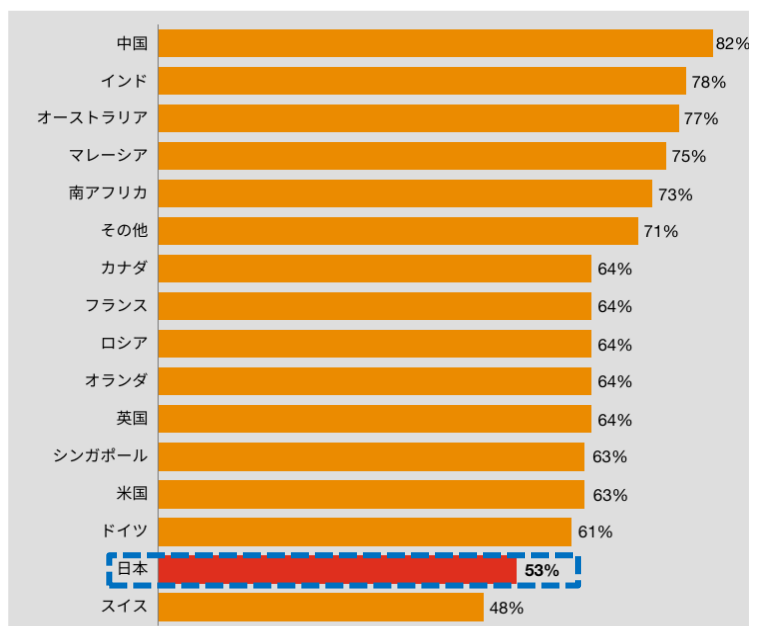
世界各国との比較で日本企業の労働生産性の低迷が問題視されている背景には、経営層の組織文化に対する問題意識の希薄さがあるとされています。

右図の通り、「経営層が組織文化を重要視する」という回答は、日本の経営層の認識が世界との比較において低い結果となっています。

つまり、日本企業が組織文化の進化において取り残されていることを意味しています。

#### ■ 『組織文化』意識調査

##### 経営層が重要視するテーマか？(2021年国別比較)



出所：PwC「グローバル組織文化調査 2021」

#### (2) 組織文化を起因とする不祥事

近年、日本の大手企業による様々な問題や不祥事（品質検査結果の偽装、保険の水増し請求、金融システムの停止など）に関するニュースをしばしば見かけます。

その都度、調査委員会などが立ち上げられ、原因究明が進められますが、主な要因の大半は「一方通行なトップダウン経営」「組織間の風通しの悪さ」「商習慣の変化に対する抵抗感」などに行きつきます。つまり、悪しき習慣が常態化し、まさに不健全な組織文化がこういった不祥事を招く真の理由であるといえるのです。



# 2

## 企業経営情報レポート

# 福利厚生の種類と自社に適した設計方法

この章では、福利厚生の種類や事例を紹介するとともに、自社に適した福利厚生の設計方法について解説します。

### ■ 福利厚生の分類と期待される効果

法定外の福利厚生には制限がなく、企業によってその内容は千差万別です。

ここでは、組織風土の健全化に有効と思われる5つの観点で分類し、導入することで期待される効果を解説します。

### ■ 福利厚生の分類と期待される効果

- |                          |                     |
|--------------------------|---------------------|
| ①キャリア開発：職業能力の向上、競争力強化    | ②勤務体系：ワークライフバランスの改善 |
| ③健康促進：社員の健康保持、生産性向上      | ④家族支援：家庭と仕事の両立支援    |
| ⑤コミュニケーション支援：チームの協力と効率向上 |                     |

### (1) キャリア開発

社員のスキルアップやキャリアパスを支援するための福利厚生で、例えば専門的な研修や資格取得の支援があります。これを活用することで社員の職業能力が向上し、企業の競争力が高まります。

専門性が求められる業界、例えば金融や高度な製造・サービス技術分野での導入が有効です。

### (2) 勤務体系

柔軟な勤務体系として、フレックスタイムやテレワークの導入が一例で、社員がライフスタイルに合わせて働きやすくなり、社員のワークライフバランスが改善されます。サービス業やIT業界など、顧客の要求やプロジェクトベースで働く業種で特に効果的です。

### (3) 健康促進

社員の健康維持と向上を目的とした制度で、例えばフィットネスクラブの利用補助があります。社員の体調を良好に保ち、生産性の向上に寄与します。特に、労働集約型の業種や冷蔵庫内の作業等、怪我や疾病リスクの伴う職場での導入効果が大きいと考えられます。

### (4) 家族支援

社員の家庭生活をサポートする制度で、法定以上の手厚い育児休暇や介護休暇の提供がその例です。家庭と仕事の両立がしやすくなり、社員の職場での長期的な活躍が期待できます。特に、女性社員や高齢者の雇用が多い業界で効果が大きいとされます。

### (5) コミュニケーション支援

社員同士の交流を深めるための施策や施設を指し、例えば社内スポーツや休憩時間に交流が図れるスペースの提供などがあります。職場の雰囲気良くなり、チームワークの向上が期待されるため、全ての業種に共通して効果があります。

# 3

## 企業経営情報レポート

# 組織風土の改革に向けた福利厚生を活用方法

この章では、導入した福利厚生が組織風土変革に向けて最大限の効果を発揮するための、福利厚生を活用方法を解説します。

### ■ 福利厚生導入時の留意点

#### (1) 目的と目標の明確化

福利厚生を導入する主な目的は、社員の心理的安全性と生産性を向上させ組織全体のパフォーマンスを高めることにあります。目的を明確に発信することで、福利厚生が会社としての取り組みであることを、社員に理解させることができます。

合わせて、管理する面における目標を設定することも重要です。目標設定には、具体的で測定可能な指標を用いることが必要です。例えば以下のような目標が挙げられます。

#### ■ 具体的で測定可能な目標事例

- 次の四半期末までに社員の健康促進プログラム参加率を 50% 向上させる
- 1 年以内に社員の自己報告による職場満足度を 75% にする
- キャリア開発プログラムに 10 人参加し、基準を満たす昇格者を 3 人輩出する
- フレックスタイム制度の利用率を、1 年以内に 60% に拡大する

これらの目標は、福利厚生の実績を定期的に評価し、必要に応じて計画を調整する際に非常に重要となります。

#### (2) ルールと管理者の明確化

社員が安心して福利厚生に参加するためには、ルールの明確化と管理者の適切な選出が不可欠です。管理者は、初期は管理職が担い、将来的には持ち回りや自薦他薦によって選ばれることで、社員の心理的安全性と参加を促進します。管理者が定期的に変わることで、多様な意見やニーズが反映され、全社員に受け入れられやすくなります。

また、ルールは福利厚生を享受できる条件を明確にし、参加が任意であることを社内メール等で周知し、質問や意見交換ができる場を定期的に設けるなどして理解を深めます。

さらに、社内報に参加者のポジティブな体験談を掲載することで、福利厚生プログラムへの参加が楽しいと感じるよう促し、透明性と自主性を尊重することによってプログラムの効果を最大限に引き出し、その結果として組織文化の健全化が期待できるのです。

### ■ 継続するための組織的管理手法

#### (1) 管理者のリーダーシップと社員の参加率向上

福利厚生プログラムの成功には、管理者のリーダーシップが不可欠です。管理者がプログラムの利点を積極的に伝え、自身も参加し、成功事例を共有することで、社員の参加意欲を引き出します。

このような環境は社員に前向きな行動を促し、主体的にプログラムに関わる姿勢を養います。

# 4

## 企業経営情報レポート

# 福利厚生による組織風土改革の実践事例

この章では、会社と社員にとって適正な福利厚生を導入し、健全な組織風土への改革に成功した企業の事例を紹介します。

### ■ 事例1 | 健康に関する社員の意識改革に福利厚生を活用したA社

A社概要	業種	社員数
	設備業	約70名

A社は、あるインフラ系の大手企業から業務を委託されています。健康管理が徹底されていないことで疾病の発生が多く、それが休業や生産効率の低下を招いていました。

この問題を解決するためには、社員の健康意識を高め、積極的な健康管理と疾病予防の取り組みを促す福利厚生プログラムを導入する必要があったのです。

そこで同社では「ヘルスケアポイント制度」を導入しました。この制度では、社員が健康診断を受ける、禁煙プログラムに参加する、定期的な運動に励むなどの健康促進活動に参加することでポイントが付与されます。

集めたポイントは、健康関連商品の購入や健康施設の利用、さらに健康を促進するアイテムと交換できるようになっています。

この制度を導入した結果、社員の定期的な健康診断の受診率が向上し、さらには運動プログラムへの参加や禁煙支援プログラムへの登録など、自己の健康を積極的に管理しようとする姿勢が見られるようになり、結果的に病気の早期発見や予防が進みました。

これらの健康関連の活動への参加が増えることで、社内での健康に対する意識が共有され、健康を重視する文化が根付きました。

このようにして、社員自身が健康の重要性を認識し、それを生活の一部として取り入れるようになったのです。

#### ■ヘルスケアポイントの仕組み



#### <ヘルスケアポイントのメリット・有効性>

- 1 ポイントをインセンティブとして、疾病予防・健康増進に対する行動変容（運動、禁煙、健康診断受診等）を起こすことで、健康寿命が伸長し、医療・介護費用の増加抑制につながる。
- 2 健康者における健康・介護保険料負担と給付受益のバランスが改善する。
- 3 職域コミュニティでは、事業主の従業員の健康に対する関心が高まる。
- 4 地域コミュニティでは、支えられる側から支える側に戻る。

出所：総務省「スマートプラチナスマートプラチナ社会推進会議」

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。



経営  
データ  
ベース

Q  
uestion

A  
nswer

ジャンル:経営計画 > サブジャンル:経営計画の基本

## 経営理念の必要性

経営計画に経営理念は必要ですか。  
必要性とその機能について教えてください。

経営理念は企業経営を行っていく上での活動のよりどころ、指針を与えるものであり、戦略策定の際の前提となるもので、戦略の上位概念として位置づけられます。

経営理念を考える際は、次の3つの視点から検討します。

### ●存在価値、使命

社会にどんな価値を提供したいか、それが社会にどんな意味があるのか、そもそも自社が何のために存在するのか。

「お客様の健康増進に役立つ」、「楽しい時をつくる」

### ●経営姿勢

経営を遂行していく上で重んじること（※社是に相当）

「創意工夫を重んじる」、「スピードを重んじる組織行動をとる」、「環境にやさしい製品を提供する」

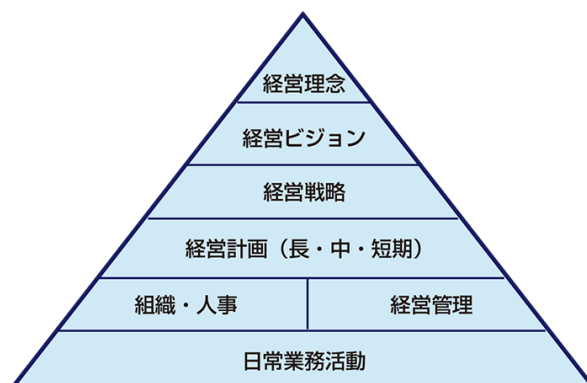
### ●行動指針

社員一人ひとりに心がけてほしいこと（※社訓に相当）

「創造性」、「挑戦」、「相互信頼」、「自己責任」、「報・連・相」

企業活動において経営理念が機能するためには、経営理念が誰の目にも納得できるもの、価値あるもの、日常の行動規範として組織の構成員一人ひとりにしみこんだ空気のような存在になることが求められます。それは、会社の風土（社風・組織風土）となることでもあります。

そういった意味では、経営理念は会社がよって立つところを示すことはもちろん、会社が存続していくために「すべきこと」「してはいけないこと」を明確に示すものでなければなりません。



ジャンル:経営計画 > サブジャンル:経営計画の基本

## 個人計画のたて方

経営計画において、社員一人ひとりの目標を設定する際、どのような項目を盛り込んだらよいのでしょうか。

利益計画や資金計画などの計画をいくら立てても、それぞれの現場の取るべき行動がはっきりしていないと、策定した意味がありません。

経営計画は実行に移し、目標を達成して初めて意味を持ちます。

そこで、社員一人ひとりが「何を」「いつまでに」「どのように」行っていくかを明確にしたアクションプランが必要になります。

アクションプランを上手に立てるステップは以下のステップを踏む必要があります。基本的な原理・原則は次の通りです。

### 【アクションプランを立てるステップ】

- ① 始める前に自分の所属する部門でどのような役割と責任を果たすのか、その目標を決定する
- ② 仕事に関する関連事実を収集し、組み立てる
- ③ 問題とその原因を明確にする
- ④ いくつかの代替案を含む解決策を考案する
- ⑤ 代替案を何らかの判断基準に従って取捨選択する
- ⑥ 失敗した場合の改善策を準備しておく

内容については、業種や部門ごとに異なりますが、基本的に計画書に盛り込まなければならない項目は以下の通りです。

### 【アクションプランに盛り込むべき基本的な内容】

- 担当者別・各人別の実行課題
- 担当者別・各人別の予算
- 実行課題を実施するための方法・手段・スケジュール

週刊 WEB 企業経営マガジン No. 898

---

【著 者】日本ビズアップ株式会社

【発 行】税理士法人 森田会計事務所

〒630-8247 奈良市油阪町456番地 第二森田ビル 4F

TEL 0742-22-3578 FAX 0742-27-1681

---

本書に掲載されている内容の一部あるいは全部を無断で複製することは、法律で認められた場合を除き、著者および発行者の権利の侵害となります。