

# お知らせ（学習ルート早見表）

～分析を「解決すべき壁」へ。最優先の経営課題を一つに絞る～

全5頁です（前付け3頁＋本編2頁）。ラベル（【最重要】＝赤／【重要・次点】＝オレンジ／【任意・深掘り】＝グレー）を目印に、上から順にお読みください。

## ■ 本筋（必須）ルート：p1～p5

「なぜ絞り込むのか → 重要経営課題（壁）とは」を、一本道で押さえます。本セクションに深掘り（任意）の頁はありません。



お急ぎなら、まず p4～p5。ここが本体です。

p4「なぜ絞り込みが必要か」で選択と集中の考え方を、p5「重要経営課題とは」で“解決すべき壁”の見つけ方をつかみます。第3講の総仕上げです。

※ 頁番号はスライド番号と一致しています（この早見表＝1頁目／スライド1）。

## 第3講 環境分析（外部）と重要課題の特定

～「外部の波」を捉え、解決すべき壁を絞り込む～

| セクション1<br>マクロ環境分析：PESTEL<br>（理論） | セクション2<br>ミクロ環境分析：ファイブ<br>フォース（理論） | セクション3<br>外部環境の機会と脅威の特<br>定 | セクション4<br>SWOT分析の実施 | セクション5<br>実践：重要経営課題の特定  |
|----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------|---------------------|-------------------------|
| 外部の「型」で世の中を読む                    | 業界内の競争を5つの力で測る                     | 追い風と逆風を切り分ける                | 強み×機会で勝ち筋を描く        | ★本セクション：最優先で解くべき「壁」を絞る  |
| 1 なぜ今、マクロ環境を見るのか？                | 1 経営環境分析手法                         | 1 外部環境分析の手順                 | 1 経営環境分析手法とSWOT分析   | 1 導入：なぜ「絞り込み」が必要か（ブリッジ） |
| 2 経営環境分析手法                       | 2 経営環境分析プロセス                       | 2 経営環境分析手法                  | 2 SWOT（スウォット）分析とは   | 2 理論解説：重要経営課題（壁）とは      |
| 3 PESTELの各要素と地域市場への応用            | 3 ファイブフォース分析の意義                    |                             | 3 SWOT分析の具体的な進め方    |                         |
| 4 外部環境がもたらす影響事例                  | 4 ファイブフォース（5つの力）とは                 |                             |                     |                         |

★は現在地（本セクション）。本デッキはセクション5「実践：重要経営課題の特定」を扱います。

## 第3講 環境分析（外部）と重要課題の特定

～分析を終え、いよいよ「解決すべき壁」を絞り込む～

### 【初めに】

ここまでの四つのセクションで、外部のマクロ・ミクロを読み、機会と脅威を特定し、SWOTで内部と外部を一枚に統合しました。分析は、これで出そろいました。でも、分析は**地図にすぎません**。経営者の時間も体力も有限で、すべての弱みを直し、すべての機会に飛びつくことはできない。だから最後に必要なのが、戦略的な**「選択と集中」**です。本セクションでは、SWOTという地図を眺めて、**絶対に乗り越えるべき「壁」＝最も重要な経営課題**を、一つに絞り込みます。

1

#### なぜ絞り込むのか

経営資源は有限。すべては追えない。だから「選択と集中」で一点に絞る。

2

#### 重要課題とは何か

単なる困りごとではなく、ビジョンと現状の間を塞ぐ「最大の障害」。

3

#### センターピンを狙う

そこを倒せば他も連鎖的に片づく、本質的な一点を見つける。

分析を、行動へ。第3講の総仕上げとして、解決すべき「壁」を、一つに見定めましょう。

## 5 重要経営課題の特定（解決すべき壁）

### 1 導入：なぜ「絞り込み」が必要なのか

前項のSWOT分析では、自社の「強み・弱み」、市場の「機会・脅威」を網羅的に洗い出しました。

しかし経営者の時間は有限で、すべての弱みを克服し、すべての機会に飛びつくことはできません。

ここで必要なのが、戦略的な「**選択と集中**」です。

SWOT分析の結果を眺め、「**長期ビジョンを達成するために、絶対に乗り越えなければならない壁は何か？**」を特定するのが、このプロセスの目的です。

## 5 重要経営課題の特定（解決すべき壁）

### 2 理論解説：重要経営課題（解決すべき壁）とは

重要経営課題とは、単なる「困りごと」ではなく、「**ビジョン（ありたい姿）と現状との間を塞いでいる最大の障害**」のことです。

#### (1) 「弱み」の裏返しではない

弱みを全部直す必要はありません。「強み」を活かすために邪魔になっている弱みや、放置すると「脅威」に飲み込まれてしまう致命的な欠陥が、真の課題となります。

#### (2) センターピンを狙う

ボウリングのセンターピンのように、そこを倒せば他の課題も連鎖的に解決に向かう「**本質的な問題**」を見つけ出します。