

# 売れるものづくり、売る仕組みづくり一貫の伴走型支援

HK作

## 1. 根幹方針

持続可能な企業経営

## 2. 経営指針

- ①ウイズコロナ下企業活動
- ②経営理念とSDGsの統合

## 4. 問題点

- ①供給網切断、②販売減少
- ③SDGs取込みの社会要請
- ④差別的優位性の維持

## 3. 事業環境変化の認識

(1)コロナ禍の社会・経済への影響

- ①需要、供給、金融のトリプルショック
- ②反グローバル化と国内回帰

## (2)SDGsの取込み

- ①利益追求と社会的価値創出を両立
- ②ステークホルダーの価値向上

## (3)差別的優位性期間の短縮化

- ①ヒット商品ライフサイクル、②産業のサイクル、③技術優位性の期間

## 5. 喫緊の課題<課題の見える化>

- ・事業環境SWOT分析と改変ビジネスモデル  
キャンバスからビジネスの動きを把握し、  
再構築または新しいビジネスを作り出す

## 6. 事業強化計画策定

- 7. 実行計画に基づき  
PDCAを回す

3