

企業名		業種		業態		
1	概要	2 ニーズ 目的				
3	決算書 分析 単位 千・百万	3期前	2期前	前期	目標	
		売上高				
		売上原価				
		売上総利益				
		販管費				
4	現状 分析 3C/PEST CSF ↑→	財務/改善 <small>BEP EarningsBridge</small>	顧客/満足 <small>選んで理由 クレーム</small>	業務/品質 <small>BET 支-収*率→資スケ</small>	人材/強化 <small>変化(士気) 差異(能力)</small>	
		Strength 企業/長所				
		Opportunity 環境/機会				
		Weakness 企業/短所				
		Threat 環境/脅威				
5	市場化 オープンQ Mチャンク ビジュアル	事業領域		競争回避 <small>代替業界 他戦略G 補完財</small>		
		付加価値	↑	成長 ロード マップ	開拓	多角化
		顧客			浸透	開発
		方法			位置 KPI PPM	
実行戦略						
6	戦略 CPM/SCM 3C/5F 4C/IT CStudy →	人材/強化	業務/品質	顧客/満足	財務/改善	
		製造業	士気向上 能力向上 整合性	4M/QCD/3S	GT/計画・統制	マネジメント モニタリング
		卸売業		MD/ロジ/IT/RS	リテールサポート	
		小売業		ソフト/商品/ハード	業態化/コンセプト	
		サービス業	士気/能力/標準化	商品/サービス	エンカウンター	需給調整
7	具体化 現場診断 FS 緊急/重要	ツール	メディア	プロセス	M A C I	
		資源 配分				
		年月日		目的	記録	備考