

業績悪化・赤字になった場合の経営者の行動チェックリスト

1	低価格競争にあった徹底したコストダウンを、「トップダウン」で実施している (仕入先・外注先の値下げ交渉、新規仕入先・注先開拓)
2	値下げで競争する商材と利益確保する商材を分けて管理し、利益確保の商材と売り方を決めている
3	社員やパートからの協力を得る為に「傾聴型の会話」を心がけ、「考えさせるマネジメント」をしている (一方通行、独断ワンマンからの脱却)
4	顧客の新規開拓の戦略・方法を、トップ自ら営業部門と協議しながら立案し、戦略的な顧客開拓を実践している
5	経営計画作成時、業績悪化商材や業績不振顧客の売上を昨年対比マイナスで読み、損益分岐点以上の売上対策は、新商材・新規客からの受注とそれ以上の経費削減計画をしている
6	必要売上と昨年実績の差額対策は、「根拠ある具体策」を皆で確定し、実施状況が一目で分かるような「見える化」をしている
7	業績の足を引っ張っている商材や、今後とも業績回復が見込めない顧客について、思い切った判断で、「見切り千両」の経営を実施している(但し、仁義を欠かず、個人的にできる範囲の協力はする)
8	賞与カットや給与ダウンを余儀なくされる場合、トップ自ら個別に説明を行い、理解を求めている
9	商品の差別化の特徴や「トンガリ」ポイントづくりに、トップ自ら集中して開発開拓にあたっている
10	自社が勝負をかける分野を決めて、重点的に投資や人材配置をしている (分散配置をせず、重点突破型の配置)
11	コストカットは、大きな経費カットを集中管理し、小さな効果しか出ないものは、『しつけ』の意味では口やかましいが、管理はほどほどである(社員のモチベーション低下までさせない)
12	厳しい状況に、仕事の仕方を変えない役員や上層部には厳しい処置を行い、上層部からけじめをつけている
13	現場での問題や顧客先での問題の解決は、『理論的な対策』や『再発防止の確約』が出るまで徹底して、理論的な検証をしている(温情や表面的な対策でお茶を濁さない)
14	目先の経費圧縮だけに右往左往せず、中期的な未来を見た経費配分や人材投資をしている
15	トップ自ら3元現主義(現地・現場・現品)で問題を把握し、風評、幹部や社員の報告だけで物事を判断をしない
16	人情が災いして、情実で判断したり、決断が遅れたりまた理不尽な判断に陥らないよう、合理的な判断をつける習慣を持っている
17	「失敗した結果より、そのプロセスでの基本動作の欠如」には厳しく社員を叱り、社風が緩くなっているのを警戒している
18	常に「自社の具体的な強み」と「外部環境の可能性」を見据えて、新たな戦略や具体策を捻出している(旧態依然の対策に頼らない姿勢がある)
19	自分に都合の良い理論展開ではなく、自分の意見に反する意見を広く求め、リアリティな決断の材料にしている(反対意見に耳を貸し、むしろ有難がる姿勢がある)
20	今後も景気の回復はないと見て、他力要因や政府を当てにしない経営対策を自前で捻出している