

【次世代リーダー育成通信教育プログラムのご案内】

第1回 これが「経営戦略」だ！！ <概論>

- ①「経営戦略」とは？－「選択と集中」にみる経営戦略の実像－
- ②経営戦略の全体フロー
- ③経営戦略の策定プロセス

第2回 フェーズ1 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

1 SWOT分析

- ①事業機会や強みを探し出す
- ②攻めと守りの戦略を具体化する

第3回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

1 SWOT分析

- ③定期的に分析作業を繰り返す
- ④4つのセルに入れる事象を理解する

第4回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

【演習】TRY @ Your Business

第5回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

2 マクロ環境分析

- ①経営環境の全体像を理解する
- ②マクロ環境から将来動向を予測する

第6回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

- ③政治マクロ環境が経営環境を一変する
- ④経済マクロ環境が市場の趨勢を規定する

第7回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

- ⑤社会マクロ環境ではニーズの多様化に気を配る
- ⑥技術幕と環境では技術革新を見逃さない
- ⑦環境分析はこう進めれば失敗しない

第8回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

【演習】TRY @ Your Business

第9回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

3 業界環境分析

- ①市場、顧客、競合別に業界環境を分析する
- ②市場の魅力度は市場規模と成長性が規定する

第10回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

- ③ケース 自動車メーカーにおける市場環境分析
- ④顧客分析により有望市場を絞り込む

第11回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

- ⑤ケース 自動車メーカーにおける顧客環境分析
- ⑥目まぐるしく変化する競合環境を押さえる
- ⑦ケース 自動車メーカーにおける競合環境分析

第12回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

【演習】TRY @ Your Business

第13回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

4 調査手法

- ①情報は収集目的によって2種類ある
- ②目的によって情報を使い分ける

第14回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

- ③集めやすい二次情報にもこんな落とし穴
- ④情報の集め方にもプロセスがある
- ⑤化粧品会社の多面的な情報収集体制

第15回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

【演習】 TRY @ Your Business

第16回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

5 内部環境分析

- ①開発、生産、販売、経営に分かれる経営資源
- ②企業の「売り物」を創り出す開発力

第17回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

- ③顧客に提供する製品を供給する生産力
- ④顧客を探し出し、製品を届ける販売力
- ⑤開発、生産、販売を統合する経営力

第18回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

【演習】 TRY @ Your Business

第19回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

6 環境分析結果のSWOT分析への展開

- 環境分析結果はSWOT分析に反映してこそ意味がある

第20回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

【演習】 TRY @ Your Business

第21回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

7 ドメイン

- ①ドメインは企業経営の羅針盤
- ②顧客の視点からドメインを定義する

第22回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

- ③ドメイン定義の要所を押さえる
- ④ケース 将来を見事に洞察したドメイン定義
- ⑤ドメインを3つの軸に分解する

第23回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

- ⑥ケース 宅急便を創造したドメイン定義
- ⑦コアコンピタンスこそ差別優位のカギ

第24回 環境分析 企業をとりまく環境を分析する

【演習】 TRY @ Your Business

第25回 フェーズ2 成長戦略 成長への道筋をつける

1 成長ベクトル

- ①成長の方向性をタイプ分けする
- ②市場シェアの奪い合いは長続きしない

第26回 成長戦略 成長への道筋をつける

- ③需要増大を狙えば競争力強化につながる
- ④新市場開拓は地域を顧客セグメントの両面から考える

第27回 成長戦略 成長への道筋をつける

- ⑤新製品開発にもさまざまな階層がある
- ⑥ハイリスク・ハイリターンを狙う多角化
- ⑦ケース ビールメーカーにみる成長戦略

第28回 成長戦略 成長への道筋をつける

【演習】 TRY @ Your Business

第29回 成長戦略 成長への道筋をつける

2 多角化

- ①企業が多角化を展開する理由
- ②シナジーを最大限に活用する

第30回 成長戦略 成長への道筋をつける

- ③多角化のタイプを選択する
- ④多角かも良いことだらけではない
- ⑤ケース 多角化の具体的展開

第31回 成長戦略 成長への道筋をつける

【演習】 TRY @ Your Business

第32回 成長戦略 成長への道筋をつける

3 PPM

- ①経営資源を投入すべき事業を選択する
- ②PPMのタイプ別にみる対応策

第33回 成長戦略 成長への道筋をつける

- ③キャッシュフローも動かす製品ライフサイクル
- ④市場シェアと密接に関連する経験曲線の概念
- ⑤ケース 事業の最適な組み合わせ

第34回 成長戦略 成長への道筋をつける

- ⑥将来のPPM位置を描く
- ⑦事業の単位はSBUで考える

第35回 成長戦略 成長への道筋をつける

【演習】 TRY @ Your Business

第36回 成長戦略 成長への道筋をつける

4 ビジネススクリーン

- ①PPMを改良したビジネススクリーン
- ②評価項目は柔軟に決められる
- ③こうやってビジネススクリーンを完成させる

第37回 成長戦略 成長への道筋をつける

【演習】 TRY @ Your Business

第38回 成長戦略 成長への道筋をつける

5 撤退戦略

- ①「タイミング」がカギ
- ②撤退するにも「ハードル」が

第39回 成長戦略 成長への道筋をつける

- ③撤退によるプラス効果も大きい
- ④最適な撤退方法を選ぶ

第40回 成長戦略 成長への道筋をつける

【演習】 TRY @ Your Business

第41回 成長戦略 成長への道筋をつける

6 成長戦略の具体的展開

- ①社外に求める成長エンジン
- ②スピードを貫く「M&A」
- ③M&Aのメリット・デメリット

第42回 成長戦略 成長への道筋をつける

- ④ゆるやかな結びつきを志向する「提携」
- ⑤提携のメリット・デメリット

第43回 成長戦略 成長への道筋をつける

- ⑥「別会社化」によって専門企業に打ち勝つ
- ⑦最適な別会社化手法を選ぶ
- ⑧「M&A」「提携」増加の背景

第44回 成長戦略 成長への道筋をつける

【演習】TRY @ Your Business

第45回 フェーズ3 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

1 競争5要因分析

- ①缶コーヒーにみるさまざまな競争の次元
- ②競争要因は5つに分類できる

第45回 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

- ③激しく繰り広げられる業界内競争
- ④参入障壁に左右される新規参入の脅威

第46回 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

- ⑤新しい視点をもたらす代替品の圧力
- ⑥過度な一社依存が強める買い手（顧客）の交渉力
- ⑦売り手（供給業者）の交渉力は「オンリーワン」で最強に

第47回 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

【演習】TRY @ Your Business

第48回 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

2 市場細分化

- ①対象市場を特定しなければ売れない
- ②4つの変数で市場を細分化する

第49回 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

- ③企業には特有の購買スタイルがある
- ④マス・マーケットを狙った『いつかはクラウン』戦略

第50回 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

- ⑤ケース コンパクトカーにみる市場細分化
- ⑥ポジショニングマップで見える顧客増

第51回 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

【演習】TRY @ Your Business

第52回 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

3 ポジショニングマップ

- ①自社の差別化を構造的に考える
- ②ケース 紳士服小売にみるポジショニングマップ
- ③軸の選び方でポジショニングマップが決まる

第53回 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

【演習】TRY @ Your Business

第54回 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

4 競争3基本戦略

- ①競争優位を築くための基本戦略を決める
- ②コストリーダーシップで価格メリットを打ち出す

第55回 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

- ③差別化戦略で顧客のロイヤルティを高める
- ④差別化戦略で怖いのは他者の「模倣」

第56回 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

- ⑤集中戦略でニッチをおさえる
- ⑥ケース ハンバーガー業界にみる競争戦略
- ⑦ケース 国内自動車販売業界にみる競争戦略

第57回 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

【演習】TRY @ Your Business

第58回 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

5 競争地位別4戦略

- ①競走場の位置が決める戦略的ポジショニング
- ②業界トップを守りきるリーダー戦略

第59回 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

- ③リーダーの弱みをつくチャレンジャー戦略
- ④隙間市場でリーダーを目指すニッチャー戦略

第60回 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

- ⑤もはや日本では成立しにくいフォロアー戦略
- ⑥競争3基本戦略と競争地位別4戦略の整合性

第61回 競争戦略 ライバルに対する競争優位性を築く

【演習】TRY @ Your Business