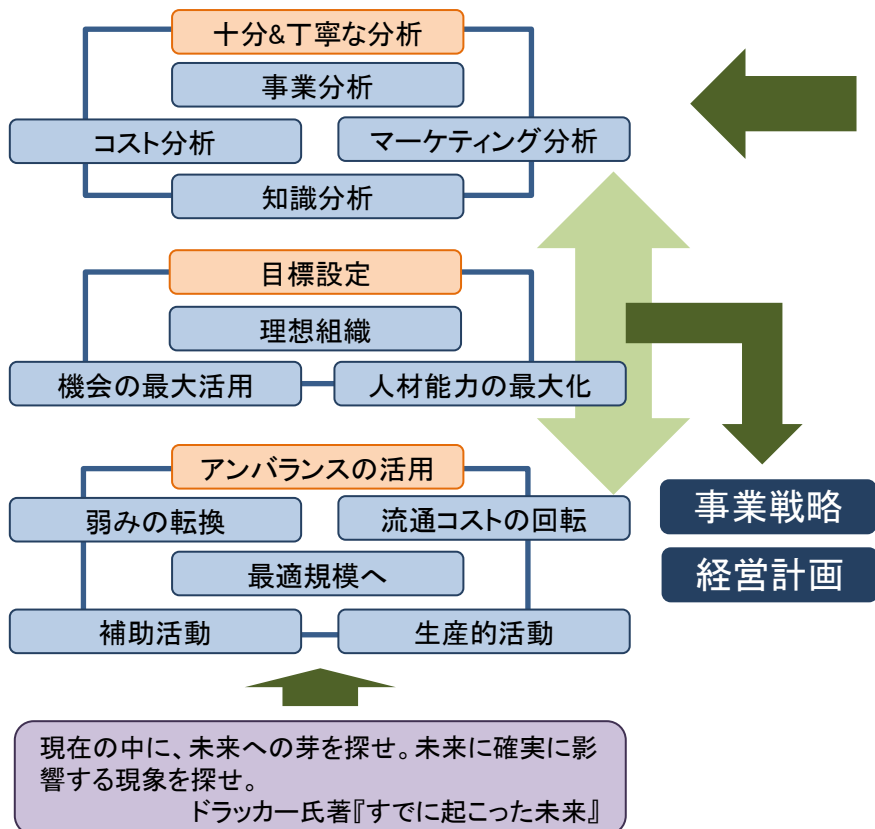


# 事業戦略

事業は人に関わる。社会に関わる。人と社会を外して、事業は存在しない。事業の目的が何であるかが明瞭でないとき、経営すらもない。

事業戦略については、ドラッカー氏著書『創造する経営者』を熟読するのが良い。ここでは、事業戦略に関わる要素をあげた。経営計画、事業戦略を検討する日常的な要素になるようにした。



『創造する経営者』は1964年に書かれている。すでに古典と言える。だが、経済社会での原則が述べられているため、陳腐化せず、精彩を放っている。方法や技術は、進化し、新しいものが現れている。この点については、別の検討が必要である。しかし、社会の状況変化にも関わらず、その内容は正鵠を得ている。おそらく、人の活動に関わる事柄として取り上げられているからだろう。

- |                 |                    |
|-----------------|--------------------|
| a. 事業が行うべき事柄は何か | 今日の成果をあげる          |
|                 | 隠されている機会を掘り出す      |
|                 | 新しい事業を創りだす         |
| b. 成果は社外にある     |                    |
| c. 事業を分析する      | 資源、成果、コスト、等の相関関係   |
| d. 商品进行分类、定義する  | 商品(用途)、流通、市場       |
|                 | 今日、明日、独善、開発等に分類    |
|                 | 商品のライフサイクル         |
| e. コストの種類と分析    |                    |
| f. コスト管理        | コストポイント、コストセンターの確認 |
| g. 市場でのリーダーシップ  |                    |
| h. 市場変化を捉える     |                    |
| i. マーケティング      | 顧客の決定権はどこにあるのか     |
|                 | 顧客は合理的である          |
|                 | なぜ、ノンカスタマーなのか      |
| j. 卓越性が市場をリードする |                    |
| k. 卓越している知識     |                    |

大切な視点がある。

一つ一つの事柄は、社内で動かす内容であり、社内を分析する事柄である。だが、これらはすべて、社会で、市場で最適化して事業となる。社外の状況を見ず、理解せずして、事業の成功はない。戦略の意味もない。活動成果は常に社外にある。自社の活動を変化させれば、社外に影響するのは何かを問わねばならない。社外に影響しない、作用しないものは無駄となる。