

ASK ニュース

Vol.0242

2017年3月6日(月)

担当：MS事業部 三宮

〒460-0002

名古屋市中区丸の内 3-22-21

損保ジャパン日本興亜名古屋ビル 1F

ASK 税理士法人

TEL 052-971-1122 FAX 052-971-4488

戦略のフレームワーク

はじめに

経営は、戦略が必要であるということをお聞きになった方は多いと思います。しかし、戦略を練ろうと思ってもどうすれば良いのか分からないという方がほとんどだと思います。

そこで、GE（ゼネラルエレクトリック）の最年少ゼネラルマネージャーを務めたジャック・ウェルチが実際にやっていた戦略を練るためのフレームワークをご紹介します。

今後の経営の参考になればと思います。

競技場は今どんな状況か

端的に言えばマーケットを分析するという事です。

例えば、この事業における競争相手は、具体的にはだれなのか。やろうとしている事業の特性は何なのか。競合他社の強みは何なのか。どのような顧客がターゲットなのか。といった事を分析します。

競争相手は何を考えているのか

次にやるべき事は、競争相手の分析です。

例えば、過去一年間に競争相手がやった新しい取り組みは何か。業界を一変するような新商品、新技術、新流通チャンネルを導入した会社があるか。新規参入者がいたか。その新規参入者が取った行動は何か。といった事です。

あなたは何をしているのか

ここで、自分がこの業界で出遅れているのか、追いつかれようとしている立場なのか、自社の立ち位置が分かっけてしまいます。

具体的には、過去一年間で新しいアイデアを生み出したか。新製品の導入、M&A、ヘッドハンティング、他社との連携などの行動を起こしたか。従業員、特殊な技術、特殊な製品などを失っていないか。といった分析です。

曲がり角の向こうに何があるか

不安材料の洗い出しです。例えば、将来恐れるべき出来事は何か。競合他社が新技術を開発するとしたらどのようなことか。どんなM&Aを仕掛けてくるか。などの分析を行います。

勝利するための一手は

最後に、これまでの4ステップで分析してきたことを行動に移すための考察になります。例えば、業界を一変するためには何ができるか。顧客のハートをつかむために何をすべきか。といったことです。

おわりに

この5つのステップをそれぞれ5つのA4のシートにまとめるという事をやります。

この作業は、ボトムアップ的にやるのではなく、組織のリーダーが、一部の直属の部下と一緒にやるべき仕事であるという事を最後に述べておきます。