

経営戦略の将来構想

山路先生

01121123 経営学科3年 袁黄琳

産業構造、経済構造の変化をしつつある現在には、企業を取り巻く環境は激変している。また政府が「IT 国家戦略」を起動し、家庭までインターネットの活用が進んでおり、いよいよ IT 革命の歩みによって、企業の経営戦略、あるいは社会のかかわり方も変化しつつある。それに対して、企業が将来どんな情報が必要なのかを大雑把にまとめました。

教科書によって、経営戦略の具体的内容として、製品・市場戦略、経営資源の蓄積・配分、競争戦略について概観する。将来経営戦略を構築するとき、この三つの面から多様な情報が集まることが重要を思います。

時代が作れば売れたという時代から、顧客にとって価値あるものしか売れない、製品やサービスは顧客が選ぶという時代に変化してきた。それに対して、企業は現在の製品・市場に基づいて、将来の方向を検討するとき、製品と市場の情報が極めて重要である。製品に関しては、この製品は共通経営資源を利用しているかどうか、製品の流通経路、広告・宣伝などが効率的に役に立つのか、また製品が新しい分野に展開できるのかなどの情報が重要である。製品の近い関係がある市場には、同じく市場の分野に展開する時に必要な情報があり、例え市場のセグメントの選択、新しい市場の作り出し（多角化）、現在の市場サイズの測定、それぞれに関する情報が社内意思決定者にとって極めて重要である。

そして、企業が利用している経営資源が共通的吗どうかも調べる必要がある。その資源というのは“目に見える”資源だけではなく、“目に見えない”資源も含まれている。最近、数多くの企業の採用方法がホームページで自社の情報を公開し、応募者の条件も書き込んで、ネットで新社員を応募している。そしたら、大勢の応募者との情報交換が可能になり、人的資源を最大化利用するのが可能になった。

当然マーケティングの授業で習った業界の 5 つの要因に注目すると、競争者、新規参入者、買手、売手または代替品の情報も競争戦略のポイントの一つになった。同業者の情報が手に入れないと、井の中の蛙と同じ、“大海の風浪”が全然知らなくなった。通信技術が急速進歩している今は、国内だけではなく、グローバルな情報が集まる重要性が高まっている。IT 技術をうまく利用し、本格的に“IT 戦略”を投入し、この面から同業者の製品やサービスを差別し、そして協同者達の間ネットワークを作るのも一つの考え方である。

（以上はこの授業の始まる前に予習として書いた感想でした。是非先生のご意見を聞かせてください。 s0112112@fpu.ac.jp）