

## 経営戦略・事業戦略編

### 第1章 序論 経営の意思決定の前に

#### 第2章 経営戦略のジレンマ

- 第1節 経営戦略は外部環境対応重視、あるいは内部資源活用重視
- 第2節 拡大成長戦略、あるいは安定リスク最小化経営
- 第3節 経営戦略はグローバル経営志向、あるいはローカル経営志向
- 第4節 経営規模拡大戦略、あるいはレバレッジ戦略
- 第5節 経営目標とするのは売上、あるいは利益率
- 第6節 社会との係りは CSR (Corporate Social Responsibility)、  
あるいは CSV (Creating Shared Value)
- 第7節 経営体制は同族経営 (ファミリービジネス) の維持、  
あるいは、非同族経営への転換
- 第8節 強み (競争優位な経営資源) を生かすための3つの留意点
- 第9節 幻想だった持続的競争優位 これからとるべき秘策
- 第10節 驚くような働きをする経営理念 それを効果的に機能させるポイント
- 第11節 企業経営は、財務・効率重視、あるいは顧客・品質重視とすべきか

#### 第3章 事業戦略のジレンマ

- 第1節 事業については事業の定義が最も重要  
—事業の定義は狭く集中、あるいは広く拡大
- 第2節 事業の選択・集中、あるいは多角化
- 第3節 多角化を成功させるための二つのポイント
- 第4節 事業が目指す方向は市場シェア拡大、あるいは収益性向上
- 第5節 ターゲットとする市場は  
ボリュームゾーンマーケット、あるいはニッチマーケット
- 第6節 事業戦略は、競争のない領域を探索すべきか、  
あるいは市場が見込まれる領域に参入すべきか
- 第7節 顧客ニーズ重視、あるいは自社技術シーズ重視
- 第8節 顧客対応優先あるいは事業効率化優先
- 第9節 事業運営で活用すべきは、規模の経済、あるいは密度の経済
- 第10節 イノベーションは高付加価値志向、あるいは、儉約志向
- 第11節 オープンイノベーションは、なぜ、進まないのか

#### 第4章 業績悪化時における意思決定

- 第1節 赤字事業の存続あるいは事業からの撤退
- 第2節 事業からの撤退は清算、あるいは売却
- 第3節 業績不振から回復を目指す際の標準的プロセスとV字回復の罨
- 第4節 販売不振から倒産に追い込むもの —資金繰りを圧迫する正体
- 第5節 中小企業において業績悪化の場合、目指すのはコストダウンあるいは売上拡大

## 第5章 製造業における事業展開

- 第1節 顧客ニーズ重視、あるいは自社技術シーズ重視
- 第2節 製造業はビジネスモデル指向あるいはものづくり指向
- 第3節 製造業が目指す方向は「物売り」を堅持、あるいは「システム売り」に拡大
- 第4節 製造業はハード（モノ）重視、あるいはサービス重視
- 第5節 製造業のビジネスは、「ものづくり」志向、あるいは、「ことづくり」志向
- 第6節 製造業が目指すべきは、収益性の最大化、あるいは顧客からの安定受注
- 第7節 製造業の生産拠点は、製品毎に集約、あるいは、市場対応で分散
- 第8節 工場を目指すのは稼働率の向上、あるいは5Sの徹底
- 第9節 ものづくりの主要なオペレーションは、海外主体、あるいは国内回帰
- 第10節 生産設備の稼働率は100%を目指すべきか