

I. 経営とは

- 理念、ビジョンを実現するための戦略を立案し、戦略を実行する組織をつくる

- 企業の目的と戦略に一貫性をもたせる

II. 経営戦略とは

- グロービス

経営戦略とは、企業の持続的競争優位を確立するための基本的な考え方

- 全社戦略と事業戦略

Ⅲ. 戦略立案手法（全社戦略）

- 事業決定の必要性

- 論理的に導くフレームワークの利用

- SWOT 分析

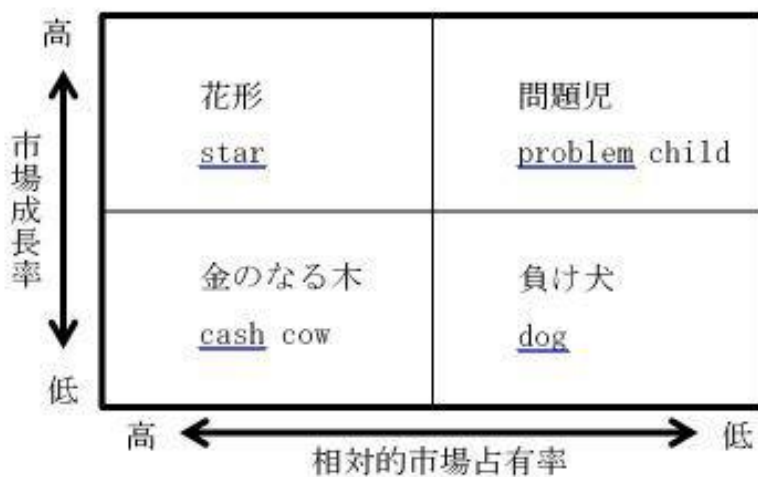
外部環境分析

(①市場 ②仕入先 ③競合他社 ④代替品 ⑤法律 ⑥景気動向 ⑦その他)

内部環境分析

(人、モノ、金、ノウハウ、情報、時間)

- PPM 分析（プロダクト・ポートフォリオ・マネジメント）



- アンゾフの成長マトリクス

		製品	
		既存	新規
市場	既存	市場浸透	商品開発
	新規	市場開拓	多角化

IV. 知識を技術へ。実行する手順

- ピーター・ドラッカーがいう経営者がすべきこと
 - ①現在の事業の業績向上
 - ②機会の追求
 - ③新規事業開拓

- 実行手順

- ① 経営の目的を明確にする

- ② 「当社の事業は何か」を明確にする

- ③ 優先順位付け

- ④ 達成管理の仕組みづくり

- 存在意義、目的と戦略の一貫性

- 「志」 + 「知識」 + 「たゆまぬ努力」 ⇒ 技術