

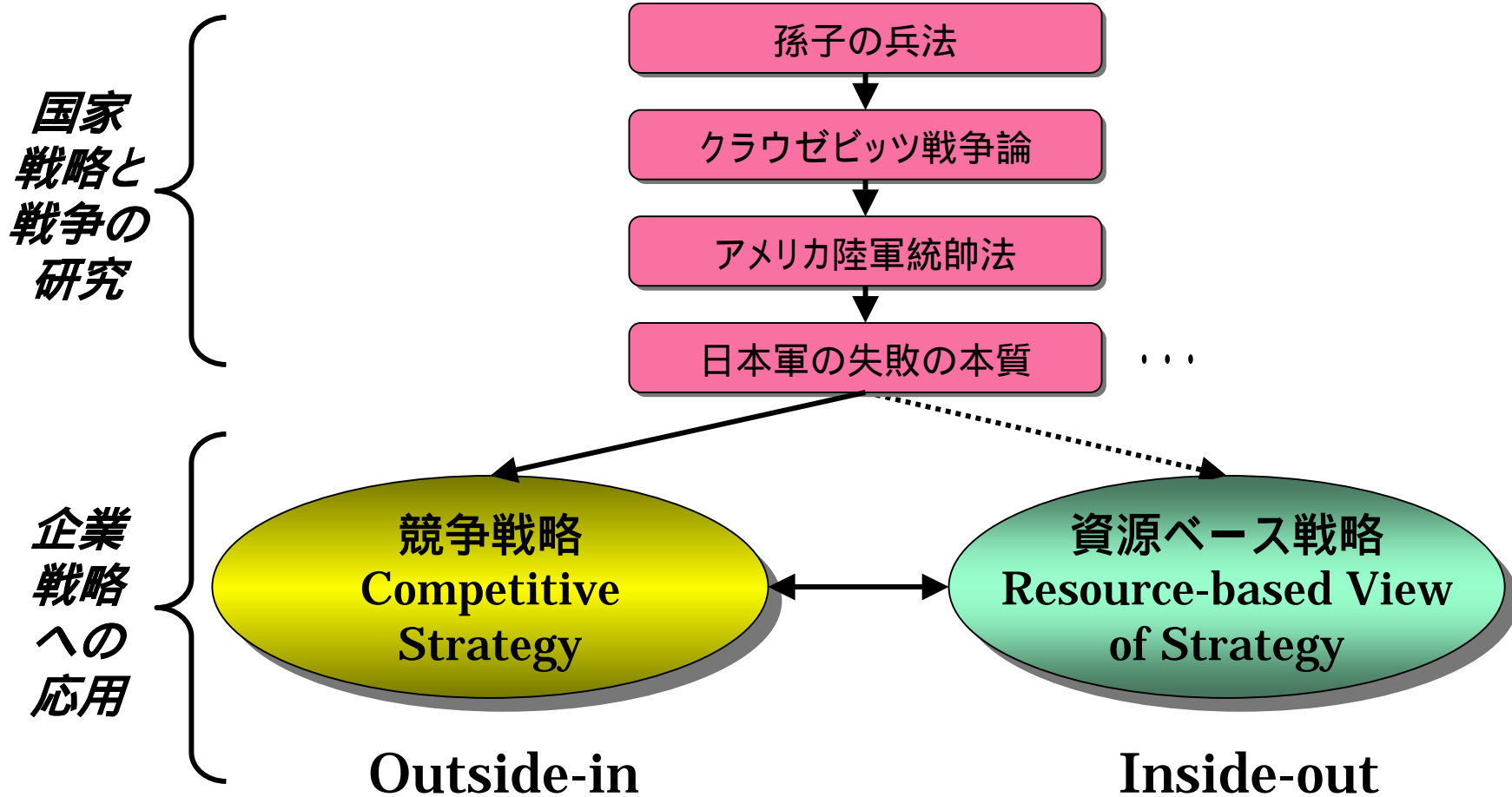
SCMビジネスモデル研究会  
(ビジネスモデル分科会)

# 戦略論の系譜

2004年7月24日

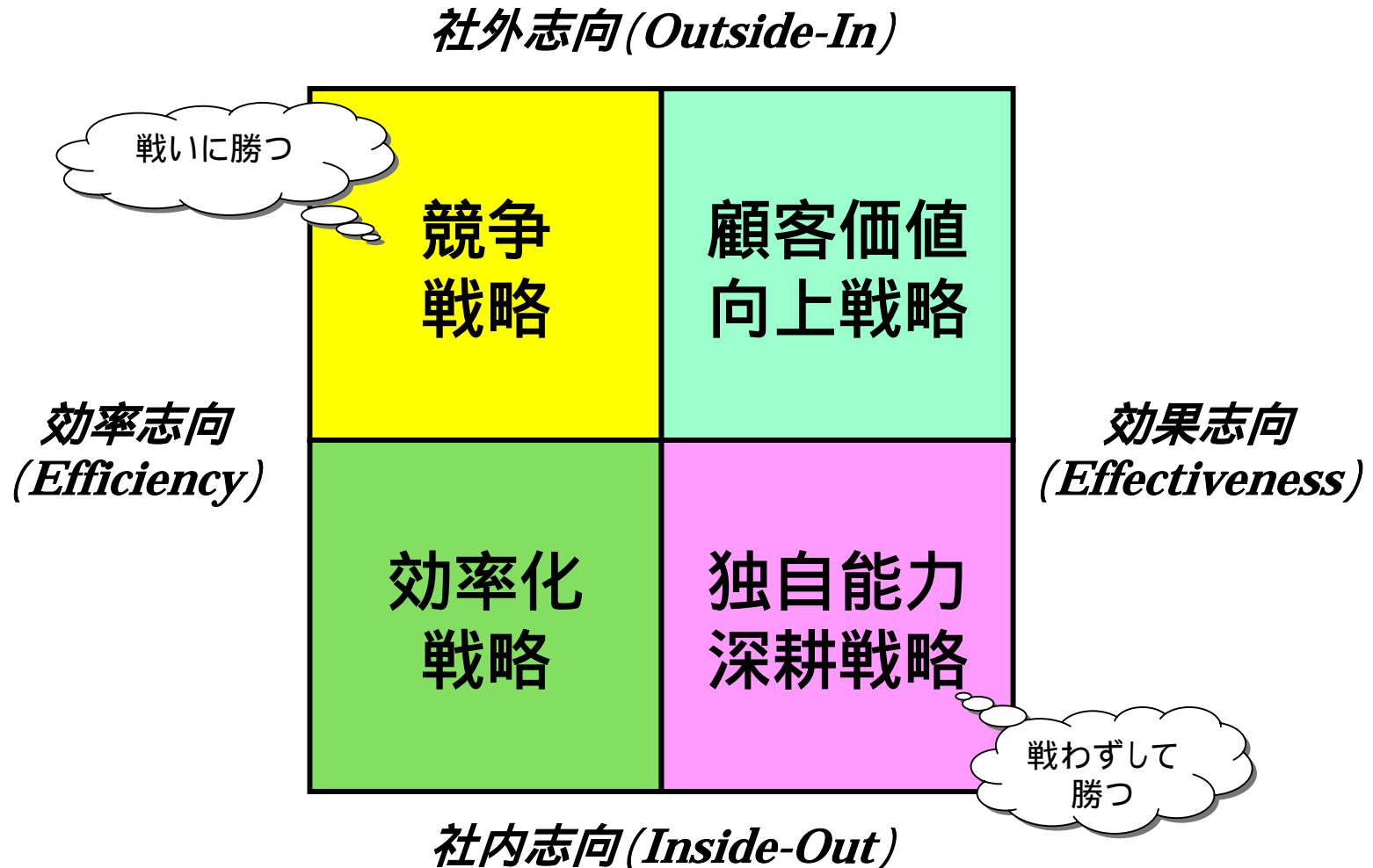
武藤 猛

# 戦略論の系譜

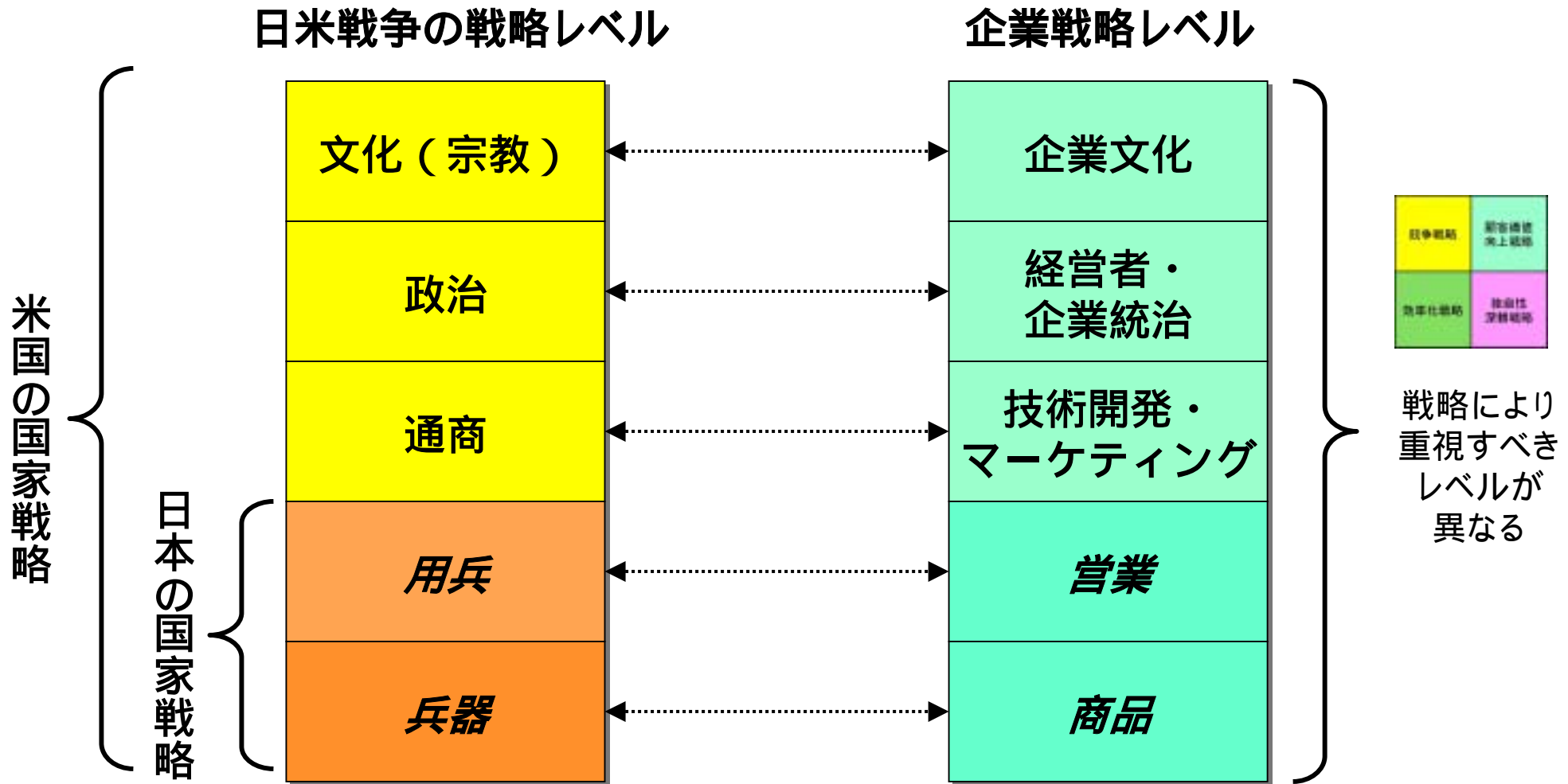


[ 出典 ] 企業戦略については、竹内弘高：戦略とデータマイニング（SPSS Data Mining Day 2004（2004.5.18）@新高輪プリンスホテル）を参考にした。

# 戦略論の2つの分類軸



# 戦略論の深度(第3の軸)



# 戦略論および経営改革ツールのマッピング

企業にとって、  
ある状況下で  
「最適な戦略」  
を決める要因  
は何か？

## 社外志向 (*Outside-In*)

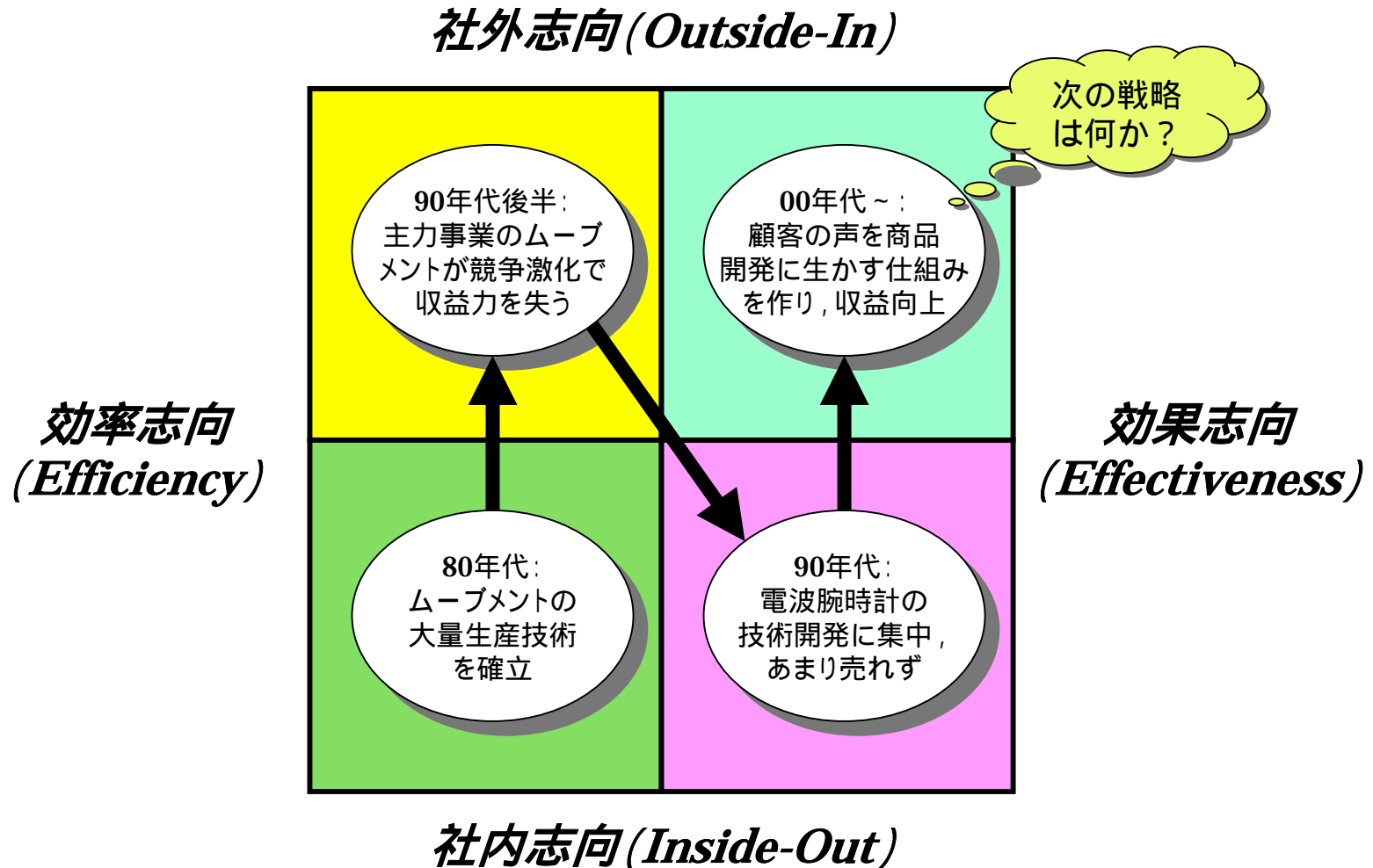
シェアNo.1戦略	競争優位
選択と集中戦略	経営品質
地域一番店戦略	顧客ロイヤルティ
ランチェスター戦略	ブランド戦略
SCM	CRM
CPFR	CSR
コストリーダーシップ	従業員満足
トヨタ生産方式	ベンチマーキング
TQM	エンパワーメント
TOC	クロスファンクショナルチーム
BPR	知識創造 (SECC)
ERP	KM

効率志向  
(*Efficiency*)

効果志向  
(*Effectiveness*)

## 社内志向 (*Inside-Out*)

# [事例] シチズン時計の経営戦略の軌跡



[出典] シチズン時計: 「電波」を生んだ国産の進化, 日経ビジネス (2004.6.28)