

■□要旨■□

1. 経営(戦略)は自然現象ではない

経営(戦略)は自然科学のいう法則が成り立たない。経営(戦略)をどのように考えていけば良いのか。それは経営(戦略)を『ストーリーとしての競争戦略』として考える。

2. 商売(経営・事業・ビジネス)とは

商売とは人間が人間に対してずっとやってきたことであり、驚くような大発見や誰も知らない秘密の花園ということはありません。商売とは当たり前前を当たり前前にやることであり、大切なことほど『言われてみれば当たり前』というもの。

3. 戦略のゴールは何か

戦略のゴールは長期利益を出すこと。戦略のゴールとしていくつか考えられる要素はあるが、重要なものは『利益』であり、極大化すべき目標である。ひとことで言うと『儲ける』ということ。利益を出すことにより、その他いくつかの考えられる要素とリンクするが、追求すべき目的は顧客満足にある。

4. ストーリーとしての競争戦略

競争戦略の基本理念は『競合他社との違いをつくる』ことである。ストーリーとしての競争戦略とは『「違い」をつくって』つなげる。それはアクションリストやビジネスモデルといった静止画的な羅列ではなく、動きや流れをもった動画＝つながりがあることであり、組み合わせではなく順列ということである。

5. 経営者と担当者

経営者とは商売全体、丸ごと動かし成果を出す人。担当がない。担当者とは経営者の考え方としては担当者＝スキル、経営者＝センスであり、経営者のセンス×担当者のスキル＝商売の成果となり、どちらも必要なものである。センスは抽象と具体の往復運動であり、戦略ストーリーの構想はこのセンスに依存している。

6. 経営者にできること、個人ができること

経営者にできることはセンスを見極め、センスがない人を戦略づくりに近づけない。センスが育つ土壌を創ること。個人ができることは、これはという人や会社の一挙手一投足を丸ごと視る、視破る。読書をし、論理(なぜ)を考える。

■□今回の学び ひとことでいうと■□

『儲ける』この言葉こそが戦略のゴールであり、儲け続けるためには競合他社との違いをつくる必要が出てくる。ストーリーとしての競争戦略は、この『違い』に『つなげる』という動きのある動画になる。戦略ストーリーの構想はセンスに依存し、センスとは良し悪しではなく好き嫌いであり、アウトサイドインではなくインサイドアウトである。戦略は未来への意志。『こうなるだろう』ではなく『こうしよう』という商売の大原則となる自由意志である。



■□感想■□楠木先生の講義そのものがまさにストーリーとして語りかけられているという感じで、とても面白い内容でした。日常業務を考えると私たちが行っている部門単位や担当単位で『ものごとをリスト化する』ことや『とりあえず分析・調査をする』という静止画的な行動がとても多いのではないかと感じました。日頃からもっと『なぜ』を追求しながら、我々はセンスの良いストーリーが創れる存在になり、長期利益を出し続けることができるようにならなくてはならないと実感しました。