

マイケル・ポーターの「競争戦略」について

企業には戦略が存在する。シッカリとした裏付けもなくやみくもにその戦略を立てても効果がないどころか失敗に終わるだろう。では、どのように戦略を立てるべきか？それは今から紹介するマイケル・ポーターが著した「競争の戦略」がメジャーで分かりやすいと思う。この著書では企業が取べき戦略は3つであると提唱している。

1980年代アメリカでは、アジア諸国から安価な商品が市場に大量に流通し多くの企業が苦しんだ。このような状況下でマイケル・ポーターが「競争の戦略」を著した。この理論はアメリカの多くの経営者に歓迎された。その理由として、相手からの攻撃を防御しつつ、自らも攻めに講ずるといえば軍事的な戦略的行為を提示したことである。さらに、業界の競争戦略についてその分析を提供したことであろう。では、どのような内容であったかということ、まず企業の競争要因は5つであることを提示した。その5つは①競合他社②新規参入者③買い手④代替商品⑤売り手である。競合他社だけではないのが特徴である。①②はわかりやすいが、③買い手であるが、この競争力をイメージは買い手が値引きを要求するのがわかりやすい。⑤は部品を供給する企業が強力な交渉力を保持しているのがイメージできる。これらの競争要因を分析したうえで、マイケル・ポーターは3つの戦略を示した。①コスト・リーダーシップ戦略②差別化戦略③集中戦略の3つである。まず①のコスト・リーダーシップ戦略であるが、原材料の調達から販売までのいくつもの過程でコストダウンを進めることにより他社よりも優位なシェアを築くこと。例を挙げれば牛丼チェーンである。②差別化戦略は独自性を出すことである。例えばユニークな商品や徹底的に品質にこだわった商品を作ることで高価格の商品を展開することが挙げられる。③集中戦略は経営資源を将来成長が見込まれる事業に集中的に投資することである。これには差別化集中とコスト集中の2つがある。*1差別化集中とは企業の資源を特定のターゲット、製品、流通、地域、などに集中することで、特定の領域に集中することで、少ない経営資源でもリターンの高い戦略実行ができる。コスト集中の分かりやすい例がIT技術を使い手数料を下げるものである。ネットバンクがその例である。

以上のように競争戦略について述べた。競争戦略と聞くと難しいイメージが思い浮かぶが難しくは考えずにシンプルに考えるのが一番であろう。きちんと分析をしたうえで行うべき戦略は3つなのである。身近に生活していると多くの商品やサービスに出会う。そこにはきちんと戦略を立てたうえで提供しているのである。あまりに高価な商品等を見てもびっくりせずこのような戦略などと考えてみるのも面白いかもしれない。

*1 株式会社シナプス マイケル・ポーターの競争戦略類型:3つの基本戦略
<https://cyber-synapse.com/dictionary/ja-ha/porters-generic-strategies.html>