

### 戦略イノベーション

「経営学」の源流はテイラーやファヨールであるが、いわゆる「経営戦略」という概念は、1960年代の「計画戦略学派」といわれるチャンドラーやアンゾフに源を発する。

実際「戦略」という戦争用語は、「組織は戦略に従う」というチャンドラーの名言によって広まったと言ってよい。またアンゾフの「シナジー」や「成長マトリックス」は、黄金の50年～60年代を過ぎたアメリカ企業の次なる成長を考える有力なポータルサイトとなった。（ほぼ同時期、ドラッカーも「戦略」という言葉を使用し始めている）

計画戦略学派といわれる学者やコンサルタントは、その後も多くの「フレームワーク」と「戦略理論」を提供し、今日に至る戦略論の基礎を築いた。

その一方、ミンツバーグに代表される「創発学派」の人々は、70年代から上記のような分析による戦略策定の限界を指摘し、「ミドルマネジャーによる現場での判断や行動」の積み重ねが戦略を形成すると主張した。

この考え方は、ミドルの存在感が強い我が国において特に指示され、経営戦略の柱となって日本の高度成長を支えた。

80年代は計画戦略学派の理論を補強する「ポジショニング学派」が圧倒的な存在感を示したが、とりわけポーターの「5つの力」「クラスター分析」「3つの戦略類型」とコトラーの「4つの競争地位戦略」は、世界的に大きな影響を与え、我が国ではいまだに経営戦略の核となっている。

しかし90年代、上記の概念がコモディティ化するにつれ、自社内部の経営資源に基いてこそ、「模倣困難な戦略」を策定できるとする「経営資源学派」が台頭した。その中心、バーニーの「VRIO分析」やプラハラードらによる「コア・コンピタンス」は、見方を変えれば創発学派の補強理論ともいえる。

21世紀に入り、数学を使った「ゲーム理論」でポジショニング学派を補強する「ゲーム・アプローチ」が一時注目を浴びたが、その後も新しいコンセプトを打ち出せずにいる。

一方、技術や情報、経験といった「見えざる資産が蓄積されるプロセス」を重視する「学習アプローチ」は、社会の複雑化、グローバル化の進展とともにその存在感を高めている。特にその代表ともいえるセンゲの「5つのディシプリン」は、日本的経営立て直しの基盤と考えられる。

MCNでは、時代背景、理論、事例の三位一体で、「戦略イノベーション」を理解するプログラムを提供している。

以上