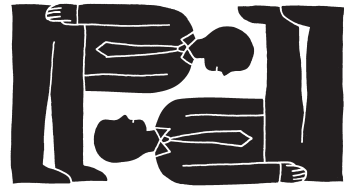


# 目次

## 10 はじめに

### 小さく始めて、大きく育てる ビジネスを立ち上げ、 しっかり育てる方法

- 20 夢見ることができるなら、  
きっと実現できる  
起業は失敗を乗り越えてこそ
- 22 市場には必ずどこかに  
すき間がある。  
しかし、そのすき間に  
市場があるだろうか？  
儲かるニッチを探せ
- 24 ライバルの実情について  
知るべきことのすべては  
ライバルのゴミ箱を  
のぞいてみればわかる  
ライバルを知れ
- 28 成功の秘訣は  
他人が知らない何かを  
知るにあり  
思いっきり目立とう



- 32 一番手になれ、それが無理なら  
一番手よりベターになれ  
勝ち残るためのエッジを磨く
- 40 すべての卵を1つのカゴに入れろ。  
そして、そのカゴを  
注意深く見守れ  
リスク管理
- 42 幸運は汗の結晶だ。  
汗をかけばかくほど  
多くの幸運をつかめる  
幸運にめぐりあう幸運をつかむ
- 43 広い視野を持て、  
安定を維持しつつも前へ進め  
2歩目を踏み出せ
- 44 ローマは1日にしてならず  
成長を急ぎすぎない
- 46 経営者の役目、それは  
できる人材を育てること  
起業家からリーダーへ
- 48 慣れは恐ろしい。  
最初は軽くて気にならないが、  
いずれ重くて抜け出せなくなる  
仕事の仕方を進化させる
- 52 会社は生きもの。  
何度でも脱皮を繰り返して  
生きるのが定めだ  
適応し、変身・刷新する

- 58 絶えざる成長と進歩を  
伴わなければ、  
どんな成功にも意味はない  
グレイナー曲線
- 62 何かを信じるなら、  
夜も週末も働け。  
きっとそれでも苦にならない  
身軽に起業する

### 部下のハートに 火をつけろ 人を活かすリーダーシップ

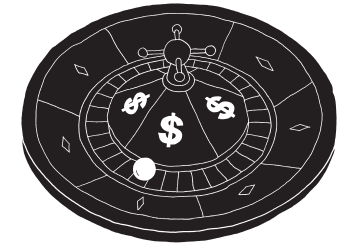
- 68 マネジャーは物事を正しく行い、  
リーダーは正しいことを行う  
リーダーの資質
- 70 どんな賢者も  
衆知の結晶には勝てない  
(三人寄れば文殊の知恵)  
チーム力
- 72 イノベーションは  
誰にもどこにも浸透し、  
どんなときも持続させるべきだ  
創造と革新
- 74 反対意見はスパイスとなり、  
気迫と活気をもたらす  
イエス・マンの弊害
- 76 マネジャーもリーダーも  
天から降ってはこない  
経営の神々

- 78 道を知り、その道を行き、  
手本を示そう。  
そうしてこそリーダーだ  
求められる指導者像
- 80 チームワークは  
個の力の総和を超え、  
もっと大きな結果をもたらす  
チームと人材の管理
- 86 持って生まれた才能を  
誰もが仕事に  
活かせるようにしよう  
人材の活用
- 88 前に進むだけが  
前向きな思考ではない  
枠をはみ出す発想
- 90 達成感が大きければ、  
それだけ人は「やる気」を出す  
人は金で動くか
- 92 変化を促す触媒となれ  
ゲームを変える
- 100 経営陣をむしばむ最悪の病気、  
それは  
うぬぼれとエゴイズムだ  
おごれる者は久しからず
- 104 企業文化はその会社に固有な  
問題解決のスタイルを表す  
組織の文化(風土)
- 110 心の知能指数は  
頭とハートをつなぐ  
EQの開発
- 112 マネジメント、それは  
アートと科学、そして職人技の  
出会うところ  
ミンツバーグのマネジメント論

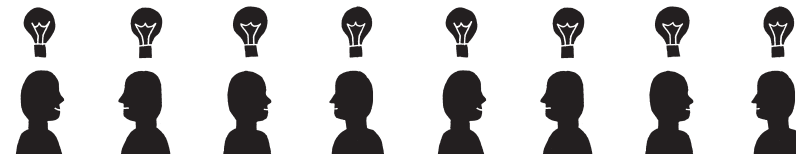
- 114 おざなり会議が  
ラクダをウマと言いくるめる  
集団思考の回避
- 115 自分で考えつつ、でも  
垣根を越えて一緒に考えよう  
多様性の価値

### お金をもっと 働かせよう 財務の管理

- 120 詐欺まがいの行為には  
手を出さな  
法令・規則の順守
- 124 経営幹部は私利私欲を捨てよ  
自分の報酬より会社の利益
- 126 利益や配当のつく場所に  
預けた資金は  
増殖して戻ってくる  
投資と配当
- 128 短く借りて、長く貸す  
金に金を産ませる方法
- 130 株主の利益は自分の利益  
説明責任と企業統治
- 132 最高の商品を、  
最低のコストで作れ、  
みんなに最大限の給料を払おう  
従業員もお客様



- 138 ひと様のお金を使わせてもらう  
誰がリスクを背負うのか
- 146 流れに逆らえ、我が道を行け、  
常識には目をつぶれ  
群れない覚悟
- 150 借金漬けは最悪の選択  
レバレッジの罠
- 152 キャッシュは王様だ  
キャッシュフローの管理
- 154 潮が引いて初めて、  
誰が裸で泳いでいたかわかる  
簿外処理は厳禁
- 155 自己資本利益率の向上は  
財務のゴールだが、  
オウンゴールにはご用心  
自己資本利益率の最大化
- 156 PEファンドが  
大きな顔をすればするほど  
リスクは膨らむ  
PEファンド
- 158 どんな資源も、使えば  
しかるべきコストが発生する  
活動基準原価計算





## ビジョンを忘れるな 戦略、その実行

164 禍を転じて福とせよ  
失敗に学ぶ

166 もしも人に「何が欲しい?」と  
聞いていたら、  
彼らはきっと「もっと速い馬」と  
答えただろう  
市場を率いる

170 忘れるなかれ、本業は本業、  
腐っても鯛(たい)だ  
本丸を守れ

172 巨大な組織はいらない、  
コンピュータ1台と  
パートが1人いればいい  
小さいことはいいことだ

178 中途半端の罫にはまるな  
ポーターの戦略

184 まずは引き算、  
「やっちはいけない」を  
選び出すのが第一歩  
良い戦略、悪い戦略

186 シナジー効果は本当にあるか  
買収の浅き夢

188 漢字の「危機」を見よ、  
そこには「危」と「機」が含まれる  
危機管理

190 短期利益を糧にしてこそ  
長期の成長はある  
長期か短期か

192 市場の魅力と事業の魅力を  
かけ合わせれば成長が見える  
MABAマトリックス

194 生き残れるのはパラノイアだけ  
自己満足の罫

202 人の学習能力をフルに  
活かして競争に勝つ  
学びは一生

208 ビジネスの未来は  
「少しずつ」を  
たくさん売るにあり  
尻尾の長さ

210 先行きを楽観したければ、  
日頃から地獄への備えを  
忘れずに  
万が一の備え

211 「ありえない!」を想定して  
クリエイティブな対策を  
万全のシナリオ

212 収益性を左右するのは  
市場に存在する  
強力なフォースだ  
ポーターの「5つの力」

216 競争上の優位がないところ  
には手を出すな  
バリューチェーン

218 居場所を知らなければ  
地図は役に立たない  
能力を育てる

220 カオスは居心地悪い。  
でもその先には  
創造と成長が待っている  
カオスに備える

222 ずるがしこいより、愚直がいい。  
常に正しいことをしよう  
経営のモラル

223 「ちょっとだけ」でも許されない  
談合は論外

224 正しいことはやりやすく、  
悪いことはやりやすく  
企業文化と倫理

## 成功するセールス マーケティングを活用する

232 マーケティングはすごく重要だ。  
だからマーケティング部門だけに  
まかせておけない  
マーケティングのモデル

234 顧客を深く知れば、  
顧客の望む製品ができ、  
そうすれば黙っていても売れる  
市場を理解する

242 注意を喚起し、興味をもたせ、  
欲望を刺激し、  
行動に結びつける  
AIDAモデル

244 近視眼的マーケティング  
未来の市場にフォーカスする

250 キャッシュ・カウは  
ビジネスの心臓だ  
製品ポートフォリオ

256 事業の核は固めた。  
しかし事業拡大にはリスクがあり、  
多角化には倍のリスクがある。  
アンゾフの成長マトリックス

258 差別化してこそ一番になれる  
ブランド構築

264 顧客に仕えよ、お客様は神様だ  
顧客に愛される会社

268 グリーンで塗り固められた  
ごまかし  
グリーンウォッシュ

270 人々は企業に、  
利益の最大化を超えた  
何かを求めている  
企業倫理の確立

271 無料で何かがついてくれば  
誰もが喜ぶ  
インセンティブの活用

272 人は景気がいいと広告を  
打ちたがる。  
しかし景気の悪いときこそ  
打つべきだ  
広告を打つ

274 どうせなら  
思いきり楽しく考えよう  
ざわめきパワー

276 EからMへ、  
電子商取引は  
モバイルの時代に  
Mコマース

278 未来予測は  
バックミラーだけ見て  
運転するのと同じくらい  
難しい  
売上げ予測

280 4つのPの配合で  
マーケティング戦略を  
盤石にする  
マーケティング・ミックス

## 商品を届ける 生産後の勝負

288 安くても良いものを。  
たった1ドルでも  
価値は与えられる  
顧客利益の最大化

290 コストは試算するために  
あるんじゃない。  
コストは削減するためにある  
リーン生産方式

294 パイが足りないなら、  
もっと大きなパイを作ればいい  
需要の拡大

296 必要のない作業を  
思い切ってなくす  
シンプルイズ・ベスト

300 ムダをなくそう、  
そうすれば利益が湧いてくる  
ジュランの理念

302 機械と設備、そして人材  
3拍子揃えて、  
価値を高めろ  
日々の「カイゼン(改善)」

310 学びと革新は一心同体  
試行錯誤

312 苦情を言ってくる消費者は  
最高の先生だ  
顧客に学ぶ

314 テクノロジーは  
変化を進めるエンジンだ  
正しいテクノロジー

316 ビッグデータを使わないのは  
自殺行為、高速道路を  
目隠して走るに等しい  
ビッグデータの活用

318 製品が消費者の手に渡れば、  
おのずと答えは返ってくる  
品質で売る

324 今より少し良いものを、  
今いるわけではないけれど  
欲しいと思わせる  
計画的陳腐化

326 時は金なり  
時間の管理

328 クリティカルパスを  
考えないプロジェクトは、  
舵のない船  
非常事態に備える

330 ベストなものからベストを盗め  
ベンチマーキング

## 332 経営学人名録

## 340 用語解説

## 344 索引

## 351 訳者あとがき

## 352 出典一覧