



【コンセプト】

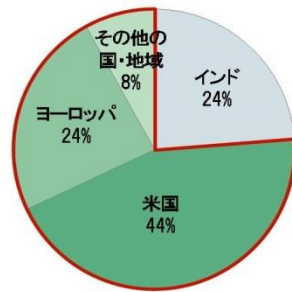
今、世界市場の競争地図は「グローバルチャレンジャー」と呼ばれる新興国企業によって急速に塗り替えられつつあります。資本やノウハウに乏しいというハンディを独自の経営モデルで克服してきた新興国企業は、高度経済成長期の日本との共通点も多くあります。

かつて日本企業を競合として重視してこなかった欧米企業が、内外市場で日本企業に勢力図を塗り替えられたように、日本も対応を誤れば遅れを取りかねません。新興国のミッドマーケットにおける、欧米先進企業も交えた厳しい競争の中で、いかに戦い勝ち抜くか。グローバリティ時代の経営戦略について考えます。

(講義時間 2時間)

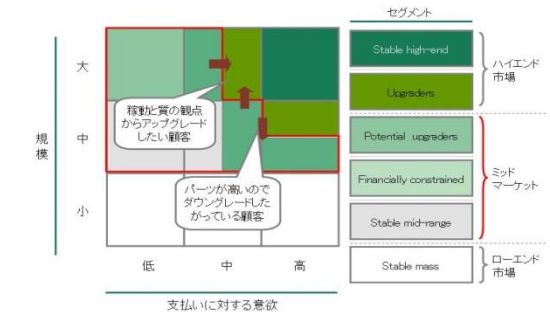
【講義資料より】

売上の4分の3超をインド以外で稼ぎ出す



Note: 2009年3月期の地域別売上高比率  
Source: 富士通の決算資料  
© BCG 2009 - ALL RIGHTS RESERVED.

自社にとってのターゲット顧客セグメントの優先順位を決定する(例示)



Source: BCG分析事例  
© BCG 2009 - ALL RIGHTS RESERVED.X0004188.H1Y0210

【テーマ】

- 第1回 グローバルチャレンジャー
- 第2回 グローバリティ時代の勝ち方

【講師】

水越豊 (みずこしゆたか)  
 ポストン・コンサルティング・グループ日本代表  
 1979年東京大学経済学部卒。1988年スタンフォード大学経営学修士(MBA)。新日本製鐵株式会社を経て現在に至る。金融、通信、情報システム、エンタテインメント等幅広い業界に対し、Eコマース、IT戦略を中心に戦略面/組織面でのコンサルティングを数多く手掛けている。

