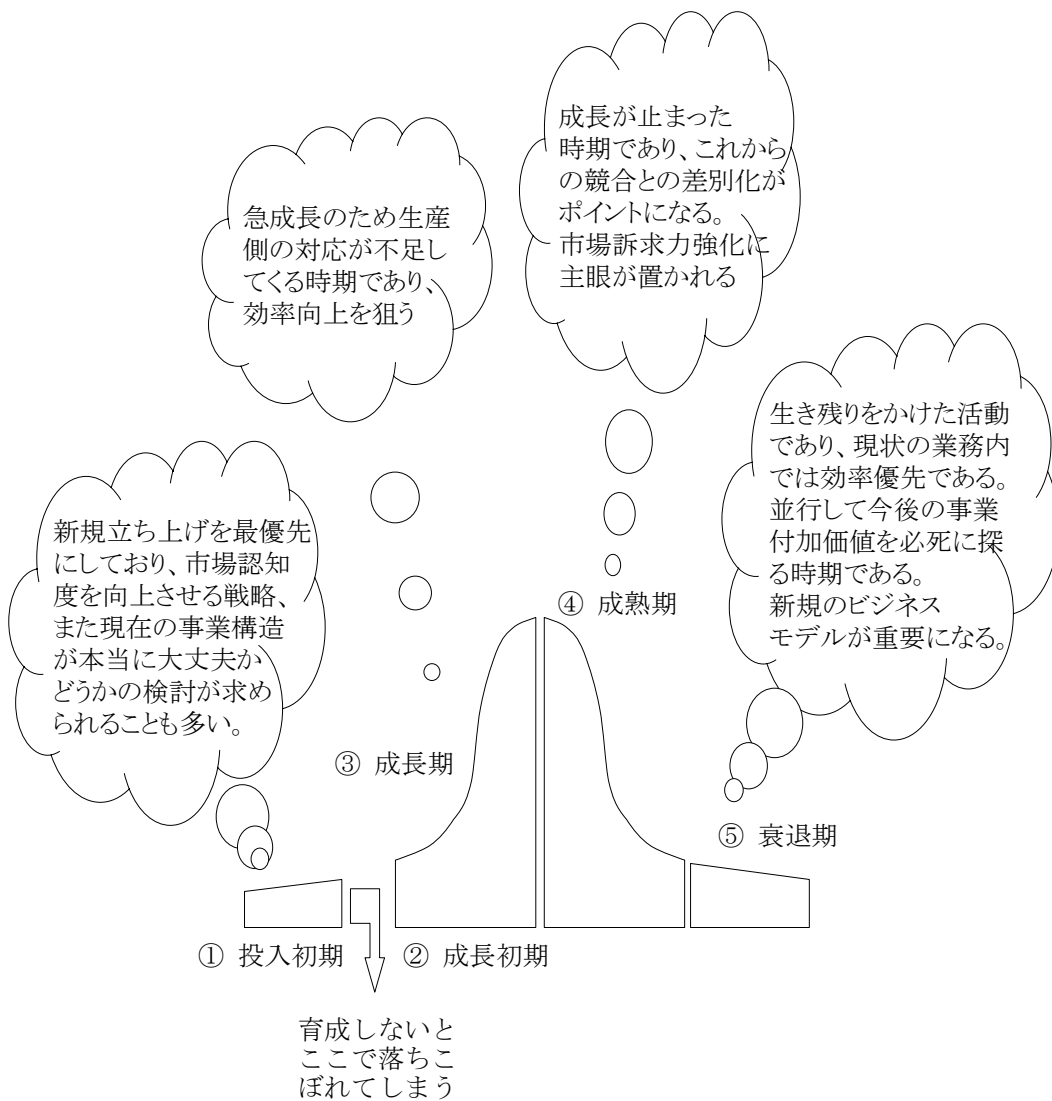
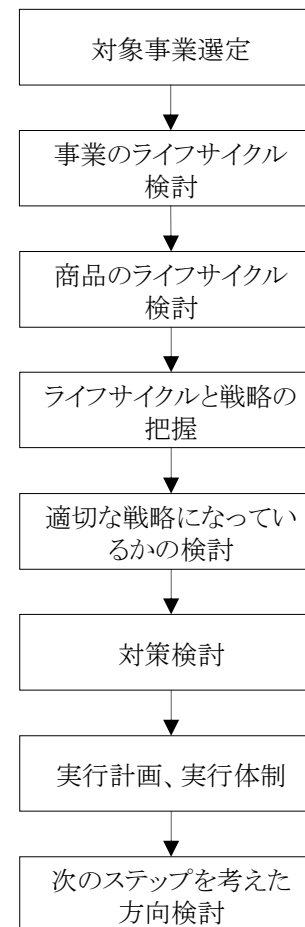


3・10 事業ライフサイクルと基本戦略

ライフサイクルと基本戦略



展開ステップ



企業の抱える問題は、事業の領域や環境によって様々です。同じ企業、事業でもその事業や商品のライフサイクルタイミングによって、様々な課題が発生します。図はそれを示したもので、①投入初期では、市場に認知させることが最大の課題であり、それを失敗すると、事業そのものが、そのまま終わってしまいます。②成長期では急激な受注増のため生産能力不足等が発生し、緻密な受注管理、納期回答、投資等が必要で、それを誤ると市場から見放されることになるでしょう。③成熟期では安定的な利益が確保できるが、次に迫った衰退期をいかに避けるか、適切な差別化を打たなければ、生き残りが難しくなるでしょう。④衰退期は完全な生き残り戦略であり、コストを掛けずに生産できるような体制にして置かないと利益は出ません。又この時期には新製品との切り替えがスムーズに行くように配慮しなければ、大切な市場を失いかねないこととなります。

このように、常に現在置かれている事業のライフサイクルのタイミングの認識と先を見た有効な戦略を考えていくことが重要です。