

自社の競争力を高める4つのポイント

Index

- 1 競争力を考える
 - 2 競争力強化に取り組む際の基本方針
 - 3 競争力強化策を検討する際に考慮すべき
4つのポイント
-

1 競争力を考える

1) 「競争力」の源泉を見つけるには

企業の「競争力」とは、文字通り市場において他社との競争を優位にするための能力のことをいいます。技術力や販売力など、企業の有する特定の能力だけを示すものではありません。技術力、販売力、人材開発力などの企業が持つ内部能力や業界内での自社のポジショニングなど、さまざまな要素が複合的に作用することで決定されます。

「企業の競争力を強化する」など、「競争力」という言葉は企業の「強さ」を表すキーワードとして頻繁に使われています。しかし、「自社の競争力の源泉は何か」「自社の競争力を強化するためにはどのような取り組みを行うべきか」ということを客観的に検討し、取り組んでいる企業は必ずしも多くはないようです。

そこで、本稿では企業が成長を図るための取り組みを「競争力」という視点から捉えて、競争力を強化するための基本的な考え方を紹介します。

2) 理想の競争力とは

企業活動の大きな目的は「長期・継続的に収益を獲得し、存続していくこと」にあります。そのために企業は、「競合他社に対して持続的な競争優位性をもたらす能力」によって競合他社に打ち勝ち、顧客を獲得していかねばなりません。

持続的な競争優位性をもたらす能力にはさまざまな要因がありますが、それらの中でも、「他社が容易に模倣できない（模倣困難性）」ということが重要となります。容易に模倣できるものであれば、他社はすぐに同じ能力を身に付けてしまうため、持続的な競争優位性をもたらす競争力とはなりません。

この模倣困難な競争力を生み出す主な要因は次の2つです。

1. 独自性

「独自性」とは、自社独自の技術やノウハウなどを取り入れた競争力のことです。競合他社の知らない技術やノウハウに裏打ちされた強みは、容易に模倣されることはありません。

特許などの知的財産権として保護されている技術などに基づく競争力が、典型的な例といえるでしょう。

2. 複雑性

「複雑性」とは、多様な要素から構成されている競争力のことです。たとえ、一つ一つはどの企業でも簡単に模倣できるような小さな要素でも、それらが多様に積み重なれば、競合企業は、それら全てを模倣できにくくなります。また、たとえ競争力を構成する多様な要素の中から中心的なものだけを模倣したとしても、同じ効果を得ることは非常に困難です。「カイゼン」に積極的に取り組む企業風土、サプライヤーとの密接な関係などが複雑に絡み合っている「トヨタ生産方式」は、複雑性に裏打ちされた競争力の1つといえるでしょう。

サンプルレポート

本レポートは、サクセスネットで公開している
ビジネスレポートの一部を公開したサンプルです。
サクセスネットサイトにログインした後、全文を
閲覧することができます。