



Herrmann International

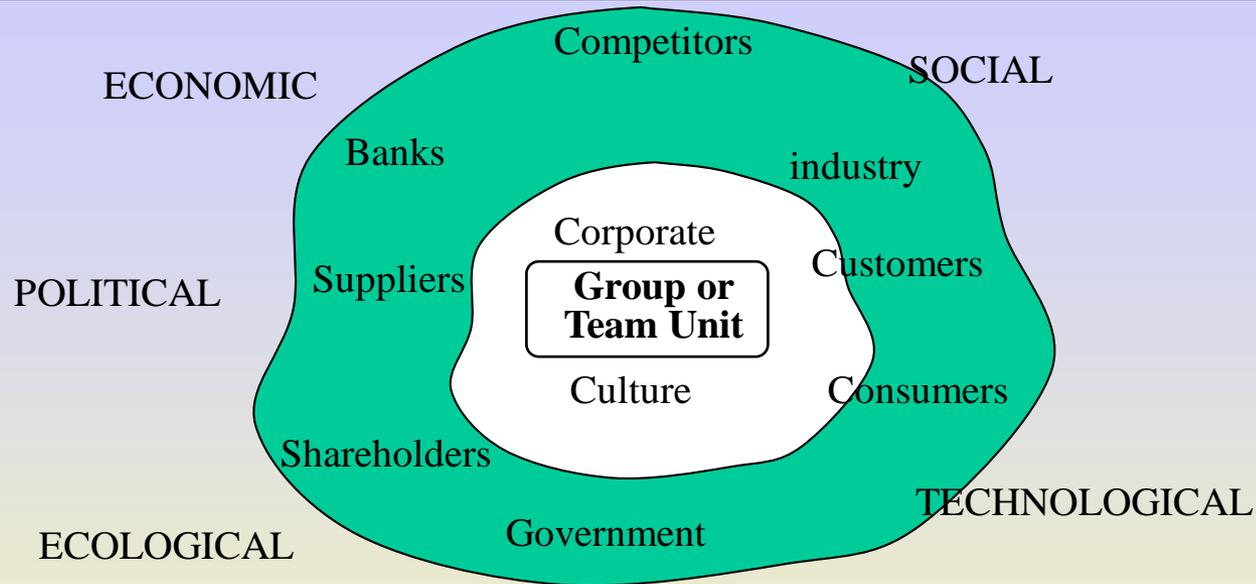
presents

WHOLE BRAIN

STRATEGIC THINKING



環境スキャンニング



組織は環境の影響を受け、多くのファクターがコントロール出来ないオープンシステムとして存在している。環境におけるトレンド(傾向)を理解することは将来を方向づけるための必要条件となる。

環境を把握するには、今後1-5年およびそれ以降に企業のオペレーション、マーケット、製品、サービスに対して重要な影響を与えそうな問題、傾向や状態をウォッチする必要がある。

そのためには鍵となる情報を常に総合的に把握し、将来を見据えたプログラム、理論、雑誌などを広い視野で読み取り、注意を払うことが必要である。産業の境界を超えて、専門家の意見を聞き、何がホットか傾聴すべきである。

組織は環境変化に対応出来ないと倒産するであろう。それらが起こる前に予測することにより、適応したり、環境に影響を与えることが出来る。

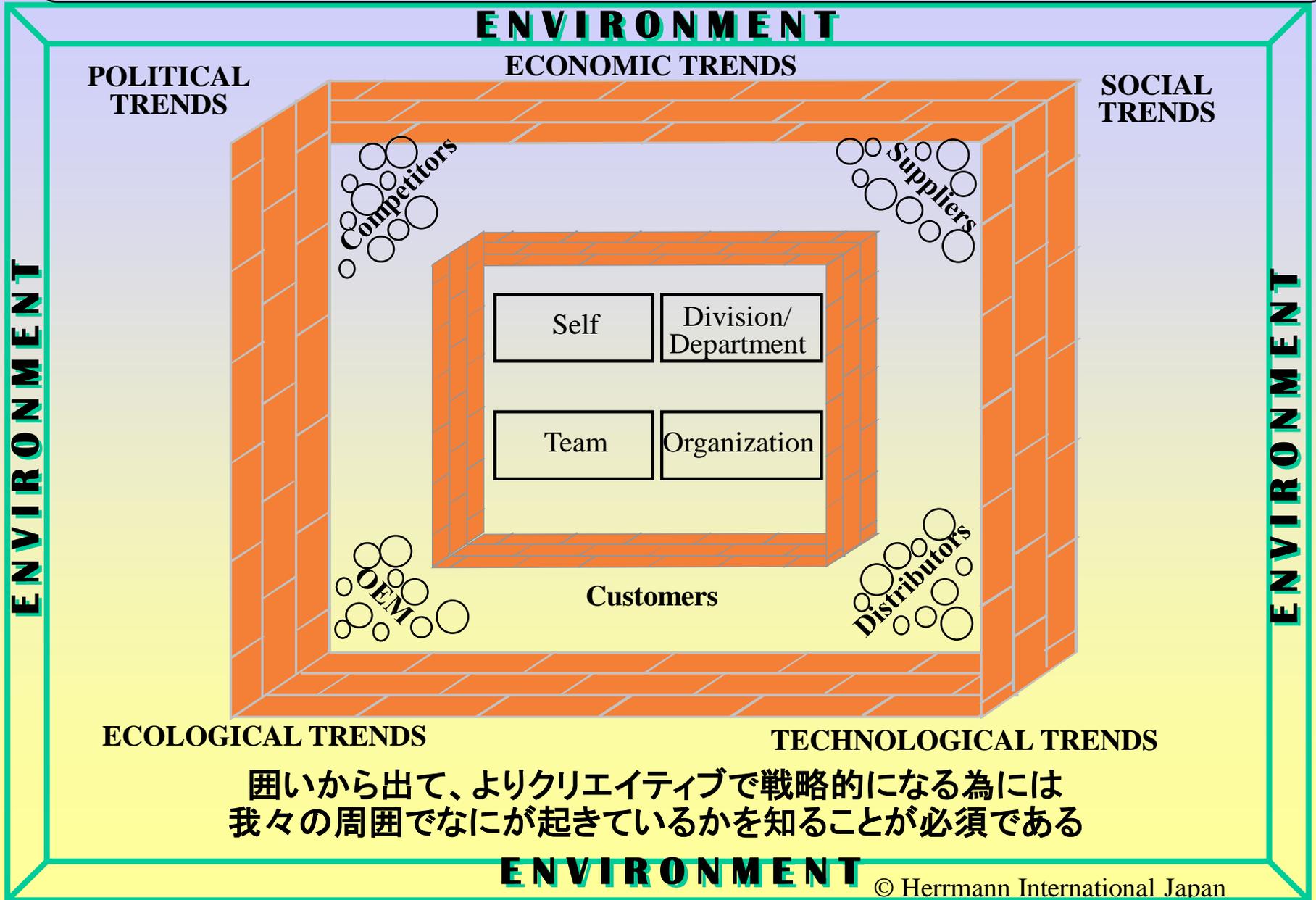


戦略において使用される言葉や用語の理解に向けて

- 戦略思考とは、将来を見通し、代替りのシナリオをつくり、オプションを理解し、自社の明確な目標を設定し、勝利者としてそこに到達する方向を意思決定することを可能とする思考方法である。
- 戦略的意図 (Strategic Intent) とは、企業全体で共有されている持続的な「こだわり」である。それは如何に計画をたてれば良いのかわからないような高い目標へコミットすることである。それは如何に (how) ではなく、何を (what) である。それは勝利、フォーカス、方向にたいする「こだわり」である。一緒に進む誰もが個人としてコミットするに値する抑えがたい感動的なものである。
- 戦略とは、競争に打ち勝ち、目標を成功裏に達成することを可能ならしめる有利な状況に企業を導くと信じ得る明確な方向を考案することである。
- 戦略的計画とは、目標へ達成するに必要なステップの総合的なロードマップを開発することである。
- 戦術 (Tactics) とは、目標に達成するための段階的ステップに伴う小規模で、短期的アクションである。



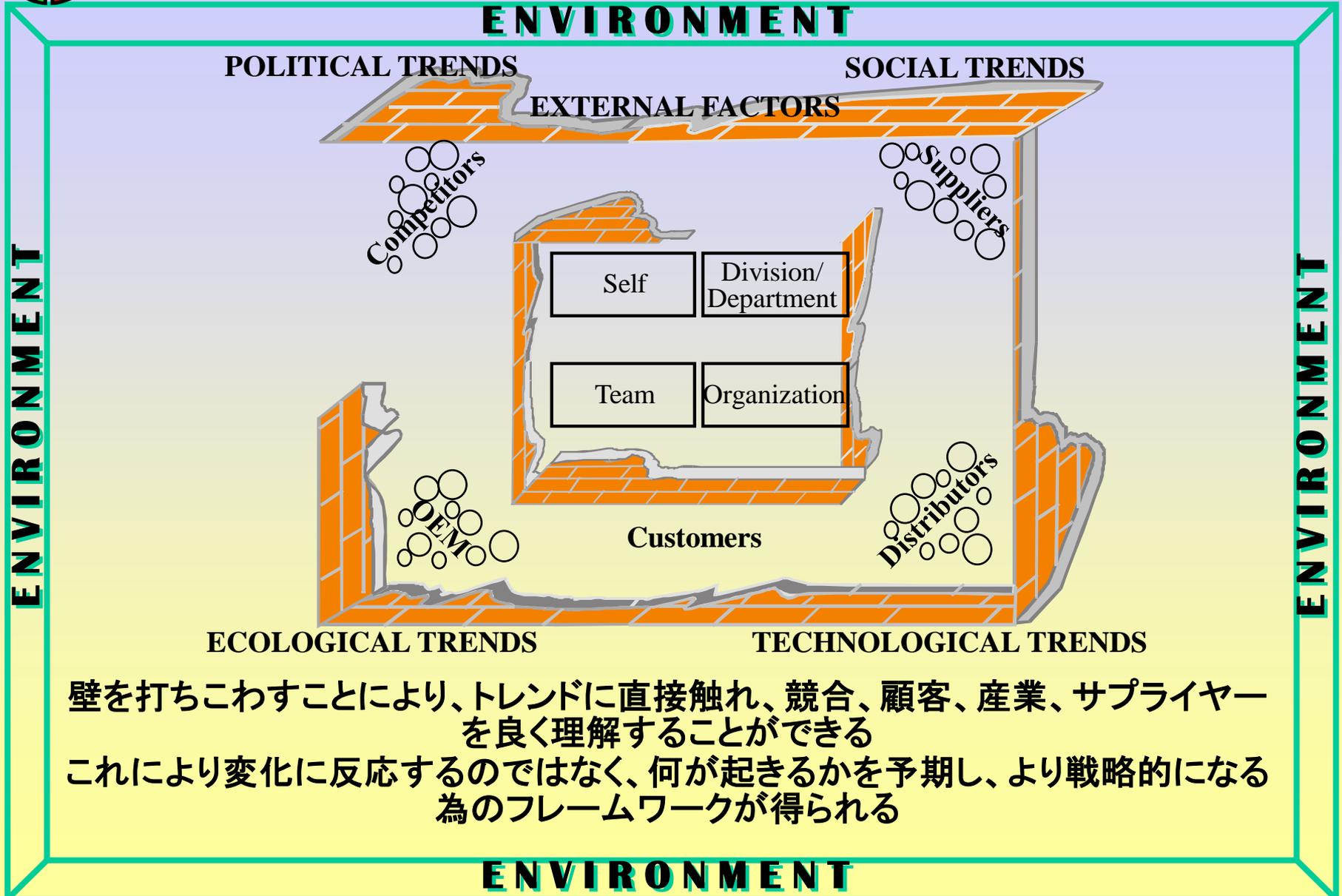
戦略の外的/内部的ファクター I



囲いから出て、よりクリエイティブで戦略的になる為には
我々の周囲でなにが起きているかを知ることが必須である



戦略の外部的/内部的ファクター II



壁を打ちこわすことにより、トレンドに直接触れ、競争、顧客、産業、サプライヤーを良く理解することができる
これにより変化に反応するのではなく、何が起きるかを予期し、より戦略的になる為のフレームワークが得られる

The best way

未来を予測する最善の道は

to predict the future

is to invent it.

それを発明することである

Live in the future,

未来を生きよう

it's happening now.

今それは起きている

The Firesign Theater

(インターネットオーディオシアター)