



『時代を拓く企業革命』

－社長がやるべき5つの創造的破壊－

山崎修一 著

平成7年2月10日発行 (出版文化社)

序 章 時代を拓く－1543年に学ぶ

- ・近代を拓く
- ・地球がまわる、そんな馬鹿な！
- ・試練、また試練
- ・試練を呼ぶ集団力学
- ・ポルトガルからのおみやげ
- ・戦術改革のウラ
- ・できない理由の列挙
- ・大うつけ？信長
- ・歴史の屈折点

第1章 発想の軸を変える－「天」から「地」へ

過去との決別

- ・過去を破壊する
- ・常識のわな
- ・普遍の原理
- ・昨日の成功は明日の失敗
- ・しがらみのわな
- ・ハリウッドのわな

- ・ わなかからの脱出
- ・ 二つのエネルギー

未来との遭遇

- ・ 地動説の近代性
- ・ 「未来」の発見
- ・ 未来への「企て」
- ・ 「企業」の意味
- ・ 「分けて考える」
- ・ 産業革命と近代社会
- ・ 近代化の原点

三つの座標軸

- ・ 「事実認容の座標軸」
- ・ 事実に対する探求心
- ・ 例外に背を向けるな
- ・ 例外としての長槍
- ・ 「因果応報の座標軸」
- ・ 動かなければ変わらない
- ・ 結果のみを求める姿勢の悲劇
- ・ 企業の能力の判定基準
- ・ 「期待実現の座標軸」
- ・ 今なぜCSか
- ・ 期待の実現度は相対比較ではない
- ・ センスで期待は実現できない
- ・ 三つの座標軸の浸透度

第2章 選択の基準を変えるー「有」から「用」へ

自由化の到達点

- ・ 革新と自由
- ・ 経済の自由化の波
- ・ 需要サイドから見た自由化の意味

- ・ 結果としての多様化
- ・ 購入の決定基準
- ・ 供給サイドから見た自由化の意味
- ・ 「競争」の意味の変化
- ・ 「共生」の可能性
- ・ 餅は餅屋

「用」基準への転換

- ・ 「用」基準を支える三原則
- ・ 効率化原則
- ・ 規模重視から効率か重視へ
- ・ 流通大手三グループの比較
- ・ リース主義の徹底
- ・ 小売業に徹する
- ・ ヒトにおける含み益？
- ・ 「有」基準のいきづまり
- ・ 異質か原則と外部化原則

第3章 商品力の核を変えるー「総」から「純」へ

機能の純化

- ・ アウトプット面の「用」基準
- ・ ふたたび「期待実現の座標軸」！
- ・ 商品力とは何か？
- ・ ミニコンポはなぜ売れた？
- ・ 写るんです！
- ・ 使われ方が勝負！
- ・ 「あれもこれも」から「これ」へ

相互作用の純化

- ・ 情報とコミュニケーション
- ・ 21世紀最大のキーワード
- ・ 情報と商品力

- ・コミュニケーションと商品力
- ・効用としてのサービス
- ・直接的相互作用から生まれる価値としてのサービス
- ・サービス提供の過程
- ・サービスの評価
- ・商品全体への応用
- ・過程を分ける

第4章 評価のシステムを変えるー「主」から「客」へ

シナリオメイキング

- ・まず、モチーフ
- ・次に、デッサン
- ・シナリオの重要性
- ・シナリオの「基本シート」
- ・「戦略シート」の必要性

シナリオコントロール

- ・評価＝検証
- ・「三つの座標軸」との関連
- ・客観性の追求
- ・評価≠人事評価
- ・体系が完結する
- ・コントロールミーティング
- ・生産性と賃金の一致

第5章 組織の構造を変えるー「閉」から「開」へ

揺れる組織

- ・組織の向かうべき道
- ・良い組織とは
- ・環境に対応する組織
- ・開かれた組織

- ・ 閉じた組織
- ・ いつでも、どこでも、だれとでも
- ・ 必要とされる三大情報
- ・ 時間と空間の超越
- ・ 正社員が分からなくなる
- ・ ラインとスタッフの区別がなくなる
- ・ ミドルが分化する

強い組織を目指して

- ・ 強い組織の意味
- ・ 個人と企業の古い関係
- ・ 個人と企業の新しい関係
- ・ 「魅力的なステージ」と「貢献」
- ・ ドライな関係ではない！
- ・ 変幻自在の触媒機能
- ・ コントロールタワー
- ・ 企業相互の対等関係
- ・ 新しいパートナーシップ

あとがき