

目 次

はしがき

第 1 章	グローバルビジネスとは何か	1
1	ラグマン教授による「グローバル500」の4分類	1
2	大企業への批判と評価	9
3	グローバル化する企業の捉え方	15
第 2 章	サムスン電子が世界市場を制した理由	19
	▶ハードボール戦略	
1	競争優位の確立から決定的優位の追求へ	19
2	サムスン電子に見るハードボール戦略	22
3	戦略的インテント	35
第 3 章	ラグジュアリーブランド経営の戦略	38
	▶市場づくりの法則	
1	ブランド体系とラグジュアリーブランド	38
2	ルイ・ヴィトンに見るラグジュアリー戦略	43
3	アメリカ市場におけるラグジュアリー・カー競争	48
第 4 章	企業の多角化戦略	56
	▶ヴァージングループを事例として	
1	多角化についての予備的事例考察	56
2	戦略論における多角化の種類と理由	59
3	ヴァージングループに見る事業の垂直統合と水平的多角化	62

第 5 章	世界三大市場に挑戦する企業の戦略	73
1	企業が海外に進出する 3 つの理由	73
2	海外進出における直面する競合相手との戦い	75
3	ファストファッションとカテゴリー・キラー	79
第 6 章	鴻海によるシャープ買収はなぜ起こったか	90
1	コア・コンピタンスが硬直するとき	90
2	「新事業への水平的多角化」より「液晶事業の垂直統合の強化」という選択	93
3	シャープのコア・コンピタンス経営	96
第 7 章	世界最大の小売企業に学ぶコスト・リーダーシップ戦略 ...	105
1	ウォルマートの成長過程と捉え方	105
2	サム・ウォルトンの戦略思考	110
3	ウォルマートのコスト・リーダーシップ戦略	115
第 8 章	航空会社に見る人材活用戦略	122
1	個を活かす企業のアクション・バイアス	122
2	大手企業に対する間接攻撃	127
3	「真実の瞬間」を制する	132
第 9 章	多国籍企業の戦略問題	137
1	「良い戦略」とは何か	137
2	戦略コンテキスト・プロセス・コンテンツ	144
3	戦略研究の系譜と展望	150

あとがき

人名索引

事項索引