

今回	評価点	累積	平均	発表	発表	分類	質問事項	知っていること	質問者の見解	魚野の見解
2	社会的な事柄への関心と自分の体験に基づいた分析	4	2.0	1	3	成長戦略	最近、とある作品がゲームアプリのサービス終了後に同作品のアニメがヒットし、アプリを再開発することを発表しました。この再開発されるアプリは製品-市場マトリクスではどの分類に入りますか？	旧アプリと新アプリのゲームジャンルは別。 【応答】戦略のイメージ→ <u>シミュレーション</u> [シミュレーション]ゲーム	アニメユーザーが新アプリに集まりそうなので、「新製品開発」[戦略]。	旧アプリの内容を作り変えてアニメファンという新しい顧客を開拓するのであれば、新市場開拓（ゲームファン主体→アニメファン開拓）ともいえるのでは？
2	自分の体験に基づいた分析	4	2.0	0	0	成長戦略	ダブルチーズバーガーは新製品開発ですか？市場浸透ですか？	チーズバーガー2個分よりもダブルチーズバーガーのほうが、価格が高いそうです。	新製品開発だと思います。チーズバーガー2個分よりも高いということは、ただ単にチーズを増やしただけではないと思うからです。	ダブルチーズバーガーが従来のマクドナルドの得意客をターゲットにしていること、従来の商品の応用商品であることから、質問者の見解の通り、新商品開発戦略といえよう。
1		3	1.5	0	1	成長戦略	ポートフォリオ・マネジメントにおいて問題児、スター、負け犬、金のなる木の具体例を教えてください。			例えば、カゴメにとって問題児はスムージー飲料商品、負け犬は乳酸菌飲料商品、金のなる木は伝統的なオーソドックスな野菜生活商品では。
2	未説明の事柄への言及	4	1.3	1	1	経営戦略	経営戦略は何を重視して決めるのか？ 【発表】最後に発言した。コンビニで答えた。	会社は黒字しか目的[は]なさそう。		経営理念と経営環境（強み・弱み、機会・脅威）。詳しくは次回にでも。
2	社会的な事柄への関心と自分の体験に基づいた分析	5	1.7	0	0	経営戦略	ダンピングをすることは経営戦略ですか？	レアアースでは一国の会社が環境への影響を無視することで安価で供給し、同業他社を撤退させた後、価格をつり上げた。	当事者の利益以上に多くの人たちに不利益をもたらすので経営戦略とはいえない。	法律違反になる可能性や社会からの批判を受ける可能性があることを考えるとダンピング（不当廉売）は好ましい経営戦略とはいえないが、競争を勝ち残る方策という意味で、競争戦略、すなわち経営戦略の一種。
2	事柄の深掘り	6	2.0	0	2	経営戦略	戦略についての4つの戦略がありました。基本的に1つに絞ってやるとありましたが、1つ以上の戦略で成功した会社というのはどんな会社があるのですか？	大手ですが、トヨタが海外進出や、電気、水素、スポーツカー、レースなど、様々な戦略で成功しているイメージがあります。	アップルやトヨタ等の大手のみが、[複数の戦略を採用して]成功していると考えます。	質問者の指摘の通り、大手は複数の事業部など関連が薄いところで別々の経営戦略を採用することが可能（関連が強い場合に多数の戦略を採用しているようにみえる場合は多角化戦略の可能性大）。
2	事柄の深掘り	4	1.3	0	1	経営戦略	大きな業界ではこのような経営戦略はなりたっています。小さな業界ではどうなのでしょう。		小さな業界では競争がそこまで激しくないので、このようなことが起きないと思う。また、小さな業界=一部のニーズとなるのではないかな。	規模ではなく、競争の激しさによる。競争が激しくなければ市場の大小に関係なく、戦略がはっきりしないこともあろう。
2	事柄の深掘り	4	1.3	0	1	競争戦略	フォロワーの戦略で、競合の報復を避けるというのがよくわからなかった。	フォロワーはリーダーに逆[ら]わず、ニッチャーやチャレンジャーに強く出る。	フォロワーが2番？くらいならそう簡単に3、4番に報復されないのでは？	業界によっては2、3、4番あたりは差が圧倒的でないことも多く、その場合、むやみに競合に勝とうとすると、1番などに漁夫の利をさらわれる。

今回	評価点	累積	平均	発表	発表	分類	質問事項	知っていること	質問者の見解	魚野の見解
2	未説明の事柄への言及	6	2.0	0	1	競争戦略	リーダーがひとつの市場はわかったんですけど、売上や会社の規模が同じところだと、シェアの拡大などしているものなのか？それとも他の会社との差をつけることを大切にしているものなのか？		競争を重視していそう。	いずれもあり得る。どんな方策で優位にたとうとするか（多量生産・販売でのコスト優位確保、技術開発による商品の差異化等）は、各社の経営環境（強み・弱み、機会・脅威）と経営理念で決める。
2	事柄の深掘り	5	1.7	0	1	競争戦略	様々な企業が存在するが、チャレンジャー、フォロワー、ニッチャーの中で、どれに属する企業が一番多いですか？			個人的な印象ではフォロワー。もっとも、視点によって戦略の区分が変わるし、環境変化によって戦略自体も変わるので、分析は難しい。
2	事柄の深掘り	5	1.7	0	1	競争戦略	ニッチャーは特定の狭い市場に集中しているため、その特定の市場で売上が出にくくなった場合、何が対策をしているのか？		防ぐためにオーソドックスなことをしている。	ニッチな市場の拡大を狙ってそのジャンルの魅力をより多くの人に伝えたり、手持ちの商品・サービス等を応用できそうな別のニッチ市場を発見・開拓したりする。
2	事柄の深掘り	4	2.0	2	2	競争戦略	日本の企業の中で一番多いのはチャレンジャー、フォロワー、ニッチャーの3つのうちのどれですか？	大企業はチャレンジャーが多い？	自分はニッチャーが多いと思います。	衰退産業ではフォロワー、競争が激しい産業ではニッチャーが多いと思うが、戦略が環境変化で変わりうること、視点によって区分が違ってくこと、そもそも明確な競争戦略がない事業者も多いことから、どれと指摘するのは困難。
2	社会的な事柄への関心と自分の体験に基づいた分析	2	1.0	0	0	競争戦略	[日本国内のデジカメ市場では、]リーダーがキヤノン、チャレンジャーがソニー、フォロワーがオリンパス、ニッチャーが富士フィルムだと思いますが、どう思いますか？	オリンパスがマイクロフォーサーズを出しているの、フォロワーだと思いました。	【発表】 コンビニ	ニコンがチャレンジャー企業になるだろう。ちなみにオリンパスは、キヤノンやニコンとの一眼レフ市場での競争をさげ、マイクロフォーサーズやミラーレスという市場を切り開いて利益を謳歌しているから、ニッチャー。
2	事柄の深掘り	3	1.5	0	0	競争戦略	日本でリーダーの企業は海外においてもリーダーでいるのか？	トヨタは世界のトヨタと言われているので、世界の車業界の中でのリーダーでいる。	日本でリーダーであっても、海外進出したときにその国にもっと大きな企業があれば、チャレンジャーやフォロワーになるのでは。	質問者の見解の通り。
2	事柄の深掘り	2	2.0	1	1	競争戦略	リーダーでありながらチャレンジャーである会社はどのような戦い方をするのか？ 【発表】 先生からの質問に答えた（首位などはどこか）	その会社とは、トヨタなどのことで、日本では一番だが世界では一番ではないという所について。	力を分散させてどちらのやり方（チャレンジャーとしてもリーダーとしても）も出来るようにしてある。	リーダー企業として獲得した利益や強みを、チャレンジャーとしてリーダーと戦っている市場に投入する（但し、不当販売など法規制にひっかかる戦い方をすると、摘発されて却って不利になる場合などに注意しながら）。
1		5	1.7	1	6	競争戦略	リーダーとチャレンジャーの明確な違いがわかりづらかったです。 【その他】 ポケベル	大まかな例として、シェア1、2位あたりがリーダーで、3位以下がチャレンジャーになるのかな...というイメージです。	一般的に知っている程度の（ぼつと思いつく）知識で、大企業がリーダー、新たな分野を開拓していくのがチャレンジャー？	講義で紹介したチャレンジャーの定義（チャレンジャーはリーダー企業に挑戦する意志がある2位以下）をあてはめよう。
2	未説明の事柄への言及	3	1.5	0	1	会社	大企業や中小企業はどのような条件で決められているのか。	大企業はリーダー的な存在で、それを支えているのが中小企業のイメージ。	資本金や売上によって区別されていると思う。	資本金や従業員数（売上は、年度によってばらつくので基準にはなりにくい）。
#N/A		#N/A	#N/A	NG			先生はどこかの企業の株主ですか？また、起業経験はありますか？	特になし。	経営にとても詳しいので、起業はなくても株主ではありそう。	会社員をやめて独立したので、起業経験あり。株は、アップルの株を1株持っている。