

競争戦略の基本

競争優位のタイプ〔独自能力〕

戦略ターゲットの幅〔市場〕

広いターゲット

(業界全体)

他社よりも低いコスト

コスト・リーダーシップ戦略

業界全体などの広い市場をターゲットとし、他社のどこよりも低いコストを優位性として競争に勝つ戦略

顧客が認める特異性・独自性

差別化戦略

製品品質、品揃え、流通チャネル、メンテナンス、サービス等の違いを業界内の多くの顧客に認めてもらい競争に勝つ戦略

狭いターゲット

(特定の分野)

集中戦略

特定市場に的を絞り、ヒト、モノ、カネなどの経営資源を集中的に投入して競争に勝つ戦略

コスト集中

特定の市場でコスト優位に立って競争に勝つ戦略

差別化集中

特定の市場で差別化で優位に立って、競争に勝つ戦略