

2026年 スタデイス継営塾Ⅰ（経営戦略論）シラバス

スタデイス継営塾は全体がⅠ～Ⅳまでのパートに分かれていますが、パートⅠでは、有名企業の成功事例を扱ったケースディスカッションによって良い戦略に共通している「経営の論理を学ぶ」ことを目的とします。パートⅡでは自社戦略の構築をテーマにしていますが、パートⅠでは、そのための戦略分析についての理解を深めていただきます。ここで重要なのは教科書のフレームワークを使った思考法を身につけることです。そのためには教科書を熟読すること、教科書のフレームワークに沿ってケースの分析を行うことが求められます。

今回は主に、ドン・キホーテとキーエンスという、大変ユニークな経営で好業績を継続している企業のケースを中心に取り上げます。毎回、提出課題としてA4用紙1枚のレポートを一つもしくは二つ提出していただきますので、かなりの事前準備が必要です。この事前準備を行うことが毎回の授業のディスカッションに参加するための必須条件です。皆さん一人一人がしっかりとした準備を行うことで、深い議論が可能となります。

パートⅠ修了後に受講するパートⅡでは、パートⅠで学んだフレームワークを使って自社の戦略構築を行うこととなります。この二つは連続受講をしていただくことを推奨しております。

なお、第1回は「経営戦略とは何か」がテーマですが、現在の自社の戦略を改めて見直していただきます。また、最終回では自社の今後の戦略を教科書のフレームワークに沿ってまとめていただき、パートⅡの準備といたします。

全5回のテーマは下記の通りです。

第1回	1-1	経営戦略とは	1-2	自社の戦略
第2回	2-1	戦略の顧客適合	2-2	戦略の競争適合
第3回	3-1	戦略の能力適合	3-2	戦略の心理適合
第4回	4-1	戦略の総合判断		
第5回	5-1	自社の戦略		

各回のセッションの目的、そのためのリーディング課題、提出課題をまとめたものがこのシラバスです。シラバスをよく読んで上で、事前課題に取り組んでいただき、レポートを事前提出していただきます。そのレポートを全員が事前に読んでくることで、当日の議論の材料として使い、議論を深めたいと思います。

## スタディス継営塾 I 第1回 (2026年1月)

### セッション1-1 経営戦略とは

#### セッションの目的

経営戦略とは何か、経営戦略を決めるというのは何を決めることなのか、なぜ経営戦略が必要なのか、これらを考えることから、カリキュラムは始まります。まずは、教科書をよく読むことで、戦略とは何か、何を決めれば戦略を決めたことになるのか、という枠組みの理解をしましょう。最初のセッションですので、受講者の簡単な自己紹介やレポートの書き方などのオリエンテーション的な時間もとります。

**リーディング課題：**『経営戦略の論理（第5版）』第1章、第2章

**提出課題：**なし

### セッション1-2 自社の戦略

#### セッションの目的

このセッションでは、いままであまりきちんと考えたことがないであろう自社の戦略について、改めて考えていただきます。「自社に明確な戦略はあるのか?」「自分はきちんと自社の戦略を理解しているのか?」を確認してみてください。そのために、まずは教科書を熟読することから始めてみてください。

自社の戦略レポートをベースにしたディスカッションは、塾生同志の相互理解の時間でもあります。お互いの会社のことを理解することで、塾生それぞれのバックグラウンドを知ることこのセッションのもう一つの目的です。

**リーディング課題：**『経営戦略の論理（第5版）』第1章、第2章

**提出課題：**現在の自社の戦略はどんなものか。教科書の定義にそって、それを表現するとどうなるか。リーディング課題をよく読んだ上でA4用紙1枚程度にまとめてください。

提出課題は、出席日3営業日前までに ronri1@studis.jp 宛にメール送信してください。

## スタディス継営塾 I 第 2 回 (2026 年 2 月)

### セッション 2-1 戦略の顧客適合

#### セッションの目的

第 2 回、第 3 回のセッションでは戦略をつくるために何を考えなければいけないか、戦略構築の基本的枠組みについての理解を深めていただきます。さらにその基本的枠組みにそって作られた戦略の良し悪しを判断する論理が必要です。それが戦略的適合の論理です。その論理を、顧客適合、競争適合、能力適合、心理適合、と分けて、この塾のそれぞれのセッションで取り上げていきます。

お客様のニーズに合うように戦略をつくること。それが戦略構築の一丁目一番地です。しかし、意外にそれが難しいのです。ダイナミックに顧客ニーズをとらえるために、何を考えなければならないのか。それが顧客適合の論理です。このセッションでは、教科書の顧客適合の論理を理解するために、ドン・キホーテという実際の企業のケースに教科書の枠組みを当てはめてみます。このセッションでは、皆さんの提出レポートを事前配布して共有し、ケースディスカッションを行います。

**リーディング課題：**『経営戦略の論理（第 5 版）』第 3 章、『進撃のドンキ』

**提出課題：**後日連絡

### セッション 2-2 戦略の競争適合

#### セッションの目的

このセッションは、戦略の競争適合の論理への導入を目的としたセッションです。市場での行動においては、競争相手の動きを考えた上で、実際に顧客への差別化ができるような戦略を用意することが重要です。それが、競争優位をつくる、ということです。教科書の競争適合の論理の応用訓練を、キーエンスのケース分析という形で行い、ケースディスカッションで理解を深めます。

**事前リーディング：**『経営戦略の論理（第 5 版）』第 4 章、『キーエンス解剖』

**提出課題：**後日連絡

提出課題はリーディング課題をよく読んだ上で、セッションごとにページを分け、それぞれ A 4 用紙 1 枚程度にまとめ、出席日 3 営業日前までに ronri1@studis.jp 宛にメール送信してください。

## スタディス継営塾 I 第3回 (2026年3月)

### セッション3-1 戦略の能力適合

#### セッションの目的

このセッションは、戦略の能力適合の論理への導入を目的としたセッションです。

顧客のニーズや競争相手の動きに対応できる戦略を作りたいと、誰でも考えるでしょう。問題は、それを実行できるような資源や能力を自社が蓄積できているか、ということです。能力適合についての教科書の論理の応用訓練をケース分析という形で行い、ケースディスカッションによって理解を深めます。

**事前リーディング：**『経営戦略の論理（第5版）』第5章、『キーエンス解剖』

**提出課題：**後日連絡

### セッション3-2 戦略の心理適合

#### セッションの目的

このセッションは、戦略の心理適合の論理への導入を目的としたセッションです。

戦略は、組織で働く人々によってきちんと実行されてはじめて、現実的な効果をもたらします。現場が動かない戦略は、まったく意味がありません。人の心を動かし、刺激することの大切さは誰しも感じているでしょうが、その役割を戦略の内容にもたせようという発想は案外と見落とされています。多くの場合、経営者の人間的リーダーシップにその役割を与えてしまいます。戦略の内容を工夫することによって、間接的に人の心理に影響を与える戦略の論理を、ケース分析で深く考えてみましょう。

**事前リーディング：**『経営戦略の論理（第5版）』第6章、『進撃のドンキ』

**提出課題：**後日連絡

提出課題はリーディング課題をよく読んだ上で、セッションごとにページを分け、それぞれA4用紙1枚程度にまとめ、出席日3営業日前までに ronri1@studis.jp 宛にメール送信してください。

## スタディス継営塾 I 第4回 (2026年4月)

### セッション4-1 戦略の総合判断

#### セッションの目的

このセッションでは、四つの戦略的適合の「総合」を考えます。四つの戦略的適合は必ずしも全てにおいて同時に最適化されるわけではありません。その難しさを理解し、最終的な総合判断ができるようになるために、1社の事例を使って、その企業の戦略を分析し、現実的な四つの戦略的適合の総合判断についての理解を深めます。

この日は、セッションを二つに分けずに、長めのケースディスカッションを行います。

**事前リーディング：**『経営戦略の論理（第5版）』第7章、企業ケースについては後日配布

**事前課題：**後日連絡

提出課題はリーディング課題をよく読んだ上でA4用紙1枚程度にまとめ、出席日3営業日前までに ronril@studis.jp 宛にメール送信してください。

## スタディス継営塾 I 第5回 (2026年5月)

### セッション5-1 自社の戦略

#### セッションの目的

このセッションは『経営戦略の論理』で使われている論理を自社にあてはめることで、自社の戦略の抜けや漏れを確認し、今後の戦略を考えることで、ご自身の理解度を確認することを目的としたセッションです。

最終回はパート I のまとめとして自社戦略に今一度向き合ってください。教科書のフレームワークを活用することで、自社戦略のブラッシュアップを試みましょう。ここで大切なことは戦略の中身の妥当性よりも、考慮すべきポイントがきちんとおさえられているかどうかです。まずは、戦略的適合というフレームワークが教科書通りに使えているかどうかを重きをおきます。さらに、パート II で行う自社戦略の構築への導入という目的もありますので、作業を通じて現時点での自分の理解度を確認してみてください。

**事前リーディング：**『経営戦略の論理（第5版）』すべて

**提出課題：**教科書のフレームワークを使って、今後3～5年間の自社の戦略を考え、レポートにまとめる。

『経営戦略の論理（第5版）』を今一度よく読んだ上で、A4用紙2枚程度にまとめ、出席日5営業日前までに ronri1@studis.jp 宛にメール送信してください。

以上