

もし

単純 武将

がITを活用していたら？

歴史に学ぶ、あなたの経営に必要な戦略とは

salesforce

はじめに

戦略を立て、組織を率いて、成果を挙げる。それは、昔の武将も今の経営者も変わりなく、ピンチやチャンスの本質も同じではないでしょうか。本コラムでは戦国時代を戦い抜いた名将たちが、「IT技術を活用していたら!?」という視点から合戦を検証します。そこから見えてくる考え方は、現代社会で経営者が手をこまねいている課題の解決に通じるかもしれません。

— 目次 —

1. はじめに p.1
2. ITの無い時代だから仕方がない？ 8万人の敵陣を単騎駆けて窮地脱出【①河越夜戦】 p.2～p.3
3. データ収集と分析に長けた元就是、現代なら天下を取ったかも？【②厳島の戦い】 p.4～p.5
4. 敵の首より情報収集を重視した桶狭間に見る信長の先見性【③桶狭間の戦い】 p.6～p.7
5. 風林火山の壊滅を招いた部門連携の欠如【④長篠の戦い】 p.8～p.9
6. 三日天下の原因是、見込み客の放置にあった!?【⑤本能寺の変・山崎の戦い】 p.10～p.11
7. カスタマーコミュニティの構築で、三成も天下人の器になれた?【⑥関ヶ原の戦い】 p.12～p.13
8. 表裏比興の者のナレッジを共有し歴史に名を刻んだ六文銭【⑦上田合戦】 p.14～p.15
9. まとめ p.16

ITの無い時代だから仕方がない？ 8万人の敵陣を単騎駆けて窮地脱出

1

河越夜戦

1546年

北条氏康



山内上杉家、
扇谷上杉家、足利家

情報伝達が命がけだった 戦国時代

現在はクラウドサービスによって、営業担当者が外出先でも情報を得たり、所属チームや重要なプロジェクトの動向をトラッキングできたりします。しかし、まだ遠距離の情報伝達、情報共有の手段がなかった戦国時代は、書状ひとつ届けるのも命がけでした。

例えば、日本三大奇襲のひとつといわれる「河越夜戦」では、8万人の敵軍を単騎で駆け抜けた武将がいます。

現代なら → クラウドサービスで情報共有

出る杭として打たれた北条家

北条早雲が戦国時代の端緒を開いてからおよそ半世紀。相模国（神奈川県）の小田原城を拠点に、北条家第3代当主である北条氏康は関東平野に勢力を伸ばします。それに危機感を募らせたのが、室町幕府から正式に関東の支配を許されていた山内上杉家と扇谷上杉家、古河公方・足利家の三家です。

1546年、その三家は関東の諸勢力に号令をかけ、8万人からなる連合軍を結成。武藏国（埼玉県）の支配拠点である河越城を包囲します。

城を守るのは北条綱成以下、3千人。家中隨一の剛の者として知られる綱成でも8万人との兵数差はいかんともしがたく、小田原の氏康に救援を求めます。



ITの無い時代だから仕方がない？8万人の敵陣を単騎駆けて窮地脱出

敵兵8万を一夜にして撃退

知らせを受けた氏康はただちに8千人の兵をまとめ、河越城に進軍しました。とはいえ、綱成の兵3千人と合わせても連合軍8万とはまだ歴然とした差があります。

そこで氏康が立案したのは夜陰に紛れての奇襲です。山内、扇谷の両上杉軍と足利軍に対して同時に奇襲をかければ、相手を浮き足立たせることができると考えました。

3箇所を同時に攻撃するには、河越城にいる綱成の協力が不可欠です。そのためには8万の兵に包囲された城内まで、奇襲計画を届ける必要があります。伝令役として名乗りを挙げたのが、綱成の弟である福島勝広（北条綱房）でした。彼は馬に飛び乗ると、たった一騎で敵陣を駆け抜け城の中に消えます。しばらくすると、行きと同じように単騎で敵陣から戻ってきました。

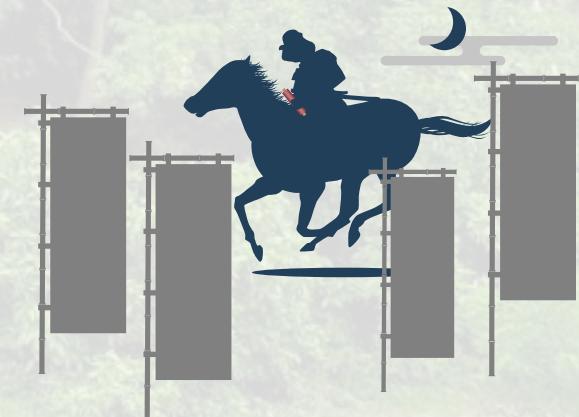
城内の綱成への情報伝達を成功させた氏康は、すかさず夜襲を敢行。まさか勝負を挑んでくるとは思っていなかつた山内・扇谷の両上杉軍は混乱状態に陥ります。足利軍が救援に向かおうとしますが、氏康との申し合わせどおり、そこに城内から打って出た綱成軍が突撃。まさかが連續する事態に8万人の兵の混乱は収まらず、一夜のうちに敗れ去りました。

ITがあれば命をかける必要もない

河越夜戦のポイントは、やはり氏康、綱成が絶妙なタイミングで奇襲を仕掛けられた点です。そこには、8万人の敵陣を命がけで駆けた勝広の働きも大きかったといえます。とはいえ、ITが発達した現代なら、そもそも命をかける必要もなかったはず。もし北条家がクラウドによる情報伝達システムを導入していたら、もっとスマートに窮地を脱出でき

たでしょう。

なお、河越夜戦によって山内・扇谷の両上杉家、足利家の権威は失墜。代わりに北条家が、関東における地位を盤石なものとします。兵農分離、四公六民などの善政を敷く北条家は、関東の民からも広く歓迎されたといいます。北条家の治世が現代まで続いていれば、カスタマーサービス面でもITを活用していたに違いありません。



データ収集と分析に長けた元就は、現代なら天下を取ったかも？

② 嶼島の戦い

1555年

毛利元就  陶晴賢

現代なら

ITでデータ収集・分析

誘導、囮い込みに長けた安芸の「謀神」

ターゲットを自社サイトや店舗へと余さず誘導し、囮い込むことはマーケティングの理想です。この「誘導」と「囮い込み」に優れた才能を発揮した人物が、今回の主役、毛利元就(1497~1571年)です。「謀神」と後世に語り継がれた鋭い人心コントロール術で、安芸国(広島県)の国人領主にすぎなかった毛利家を、わずか一代で西国一の大大名へと押し上げました。

2万人の敵を4千人余で包囮殲滅

元就の合戦で有名なのが、1555年に発生し、日本三大奇襲に数えられる「嶼島の戦い」です。陶晴賢率いる大内軍2万人を、わずか4千人余の兵で包囮殲滅するという、歴史上まれにみる大逆転勝利を挙げました。

この合戦の勝敗を分けたのは、嶼島に大内軍が上陸した点にあります。嶼島は、広島湾に浮かぶ全周約30kmの小さな島。そんな狭い場所では2万人という大軍は身動きがとれず、元就の奇襲に為す術もなく敗れ去ったのでした。



データ収集と分析に長けた元就は、現代なら天下を取ったかも？

データ分析に基づく適確な誘導

敵将の陶晴賢は、大内家の軍政を長らくつかさどり、「西国無双の侍大将」と称されたほどの武将です。狭い場所に大軍を置くことの危険性は、当然よく熟知していたはずです。それではなぜ厳島に上陸したのでしょうか。そこには元就の巧みな誘導がありました。

弱小勢力だった毛利家は、大勢力だった大内家に長く従属し、元就もまた大内家の戦に幾度となく駆り出されてきました。大内軍の一員として戦うなかで、元就は晴賢の気性や行動パターンを収集。データ分析に基づいた適確な虚偽情報の流布や偽装内通などを実施し、見事、厳島へ誘い込むことに成功したのです。



寿命が惜しくばITで情報収集を

厳島の戦い後、毛利家は大内家の領土の大部分を吸収。出雲（島根県）の宿敵、尼子家も滅ぼし、中国地方のほぼ全域に及ぶ一大版図を築き上げました。

元就がモットーとしたのは「謀多きは勝ち、少なきは負け候と申す」という言葉です。これは、孫子の「算多きは勝ち、算少なきは勝たず」（略記）という言葉を参考にしています。そして、その元就の言うところの「謀」に欠かせないのが、前述のとおり、相手の気性や行動パターンなどのデータです。現代では、顧客の好みや購買パターンのデータ収集にあたります。

ITの発達した現代はターゲットの情報収集も簡単に行えますが、元就の時代

は足で稼ぐしかありません。密偵を放つて数ヶ月、数年というスパンでの諜報活動を行い、それでようやく1人の情報が手に入るのです。現代に生きる私たちにとっては気の遠くなるような話です。

事実、厳島の戦いの時点で元就は58歳と、当時では高齢の域に達していました。情報収集に費やした「寿命」は、代償として果たして大きかったのか小さかったのか。元就自身も天下を望むには歳を取りすぎたと悟り、中国地方の霸者となったときには「天下を競望せず」と言葉を残しています。

もし、元就がITを活用し、もっと簡単にターゲットのデータを収集、分析ができていれば、中国地方の霸権を握る日はもっと早かったに違いありません。



敵の首より情報収集を重視した 桶狭間に見る信長の先見性

③ 桶狭間の戦い

1560年

織田信長



今川義元

現代なら

→ 情報のリアルタイム共有

情報収集とリアルタイム共有で
ピンチをチャンスに

営業担当者が個々に活動していた時代が終わり、チームでエリア全体をカバーするエリアマーケティングが主流となった昨今。このエリアマーケティングでは、チームによるこまめな情報収

集とそのリアルタイム共有が重要です。

その二つを見事に実践し、絶体絶命のピンチを大きなチャンスへと変えた事例が、日本の戦史に名高い桶狭間の戦いです。「海道一の弓取り」こと今川義元(1519~1560年)を「尾張の大うつけ」こと織田信長(1534~1582年)が破った、日本三大奇襲のひとつです。



敵の首より情報収集を重視した桶狭間に見る信長の先見性

勝利を確信しての奇襲攻撃

遠江国、駿河国(ともに静岡県)、三河国(愛知県)を治める今川義元は、1554年、甲斐国(山梨県)の武田信玄、相模国(神奈川県)の北条氏康と、甲相駿三国同盟を締結。後顧の憂いを断つと、1560年、大軍を率いて尾張国(愛知県)への侵攻を開始します。迎え撃つのは織田信長。のちに天下を手中に収める傑物も、当時はまだ尾張統一もままならない小大名でした。

京を目指して西上する今川軍は2万5千人、対する織田軍はわずか2千人です。多勢に無勢の状況下、家臣の多くは籠城か降伏かで議論しました。しかし、信長が選んだのはまさかの先制攻撃でした。

一か八かの賭けに打って出たように見える信長ですが、その行動の裏には確かな勝算がありました。

まず、信長は、義元は馬ではなく輿を使うため進軍速度は遅く、こまめに休息を挟むとにらみます。そこで、家臣の築

田(やなだ)政綱に義元の所在の探索を命令。築田政綱は配下を四方八方に飛ばし、各所から上がってくる今川軍の動向を逐次、信長へ伝えました。そして義元が桶狭間で休息しているという情報を手に入れた信長は、ただちに現場へ急行し、電光石火の奇襲を敢行。見事、義元の首を討ち取ったのでした。

恩賞から分かる、信長の認識

義元の首を挙げたのは、毛利新介という家臣です。しかし、戦後の論功行賞で勲功第一に選ばれたのは、情報収集と逐次報告に貢献した築田政綱でした。しかも恩賞は3千貫文(現代の貨幣価値で約3億6千万円)に沓掛城(愛知県豊明市)という破格のもの。いかに信長が、情報とリアルタイム共有の重要性を認識していたかが分かります。

IT社会の現代でも時代の寵児に

桶狭間の戦い後、信長は尾張国を統一します。そして、今川家から独立した三河国の松平元康(徳川家康)と同盟を締結。背後の備えを盤石にすると、美濃国(岐阜県)やがては近畿へと勢力を拡大し、天下への道を拓いてきました。そのなかでは、キリスト教の布教許可や鉄砲の積極的な活用、楽市楽座の採用など、内政・外政の両面で革新的な技術や考え方を導入していきます。過去の古い形式にとらわれず、常に時代の先を見据えていた信長なら、現代もITを使いこなし、時代の風雲児となっていたことでしょう。



※築田政綱の功績は一説によるものであり、評価についての史料は残されていません。

風林火山の壊滅を招いた 部門連携の欠如

④ 長篠の戦い

1575年

武田勝頼 織田・徳川連合軍

現代なら インサイドセールス導入

部門連携の不足が 戦略失敗を招く

戦略立案を行い、販促機会を創出するマーケティング部門と、実際に現場で活動し、販促機会を成功に導く営業部門。しかし、両部門の連携や意思統一が不十分だと、素晴らしい販促戦略でも成功するとは限りません。のみならず、成功しない場合はそれが呼び水となって組織の弱体化を招きかねません。

その最たる例が、長篠の戦いにおける武田家です。

信玄の遺志を継ぎ、長篠城を攻撃

1573年、甲斐の虎と恐れられた武田信玄が西上作戦の途上で病死。武田家第20代当主の座に、武田勝頼(1546～1582年)が就きます。勝頼は、信玄が採っていた所領拡大の方針と、鍛え上げられた精強な騎馬軍団を受け継ぎます。そして美濃国(岐阜県)の織田領、遠江国(静岡県)の徳川領へ侵攻。1575年には三河国(愛知県)に侵入し、長篠城攻めを開始しました。

長篠城は三河国防衛の重要拠点。その城が包囲されたという知らせを受けた徳川家康は、ただちに織田信長に援軍を要請。織田・徳川軍 合計3万8千人の兵で出陣しました。勝頼も迎撃すべく、1万5千人の兵を設楽原へ進めます。



風林火山の壊滅を招いた部門連携の欠如

数千丁の鉄砲の前に 風林火山は倒れる

武田軍の主力は山県昌景、馬場信春、内藤昌秀など、信玄の代から武田を支えてきた名将たち。山県昌景の「赤備え」を筆頭にした騎馬軍団は、当時から戦国最強と知られていました。

一方、先に設楽原に陣を敷いた織田・徳川軍は、馬防柵や土塁を構築。さらに1千丁を超える鉄砲を配備し、武田軍が得意とする接近戦を徹底的に封じる作戦を取りました。

開戦後、間断なく浴びせられる銃火の前に武田の将兵は1人、また1人と討ち死に。山県、馬場、内藤のほか、原昌胤、真田信綱など多くの将が散り、武田軍は

壊滅したのでした。騎馬軍団という優れた戦いのシステムも、時代に合わなくなれば通じません。この教訓は現代のビジネスにも通じるのではないかでしょうか。

単に負けただけでなく、 壊滅的な損害を引き起こす

長篠の戦いによる武田軍の死傷者は1万人ともそれ以上ともいわれます。対して織田・徳川軍の損害は数十人ほどです。

実は、この一方的な結末を、開戦前から予想していた者たちがいます。山県や馬場、内藤など譜代の家臣です。幾つもの戦場を駆けてきた彼らは、信長の力量を正確に見極めていました。そしてこの戦いでは勝ち目は薄いと考え、勝頼に撤退を

進言します。しかし勝頼は側近らが唱える開戦を支持。意見を無視された譜代家臣たちは水盃を交わし、討ち死に覚悟で突撃したといわれます。

勝頼と譜代家臣の溝を埋める インサイドセールス

長篠の戦いの敗因は、現場をよく知る武将と戦略を立てる勝頼の意思疎通に溝があったことといえます。現代であれば、その解決策のひとつとなるのは、ITを用いた内勤型営業「インサイドセールス」の導入でしょう。マーケティング部(勝頼)が立てた戦略を、まずインサイドセールス部がブラッシュアップし、外勤型営業部(譜代家臣たち)に引き渡す。そうすることで、より現実的かつ効率的な営業活動(合戦)を行えます。家中でのシームレスな連携が行えて、武田家の命運も変わっていたことでしょう。

マーケティング部
戦略

インサイドセールス
ブラッシュアップ

営業部
効率的な営業活動

■「インサイドセールス」についての参考資料

インサイドセールスとは？導入メリットと成功事例 <https://www.salesforce.com/jp/hub/sales/inside-sales/>

Salesforceのインサイドセールスを知り尽くした人 <https://www.salesforce.com/jp/blog/2022/01/jp-everythingaboutinsidesales-01.html>

三日天下の原因は、見込み客の放置にあった!?

5 本能寺の変・山崎の戦い

1582年

明智光秀  羽柴(豊臣)秀吉

現代なら  リードナーチャリング

リードナーチャリングで失敗した男・光秀

潜在的ニーズを抱える顧客に対してオウンドメディアやSNS、メールマガジン、各種セミナー・交流会などでアプローチし、購買意欲を高めることをリードナーチャリング(見込み客育成)といいます。

リードナーチャリングのプロセスは中長期に及ぶため、リソースを割きづらいと思われがちです。しかし、この取り組みを怠れば、「山崎の戦い」における明智光秀(生年不詳~1582年)のように、取り返しのつかない機会損失を招くことになります。

本能寺で信長を討つも、山崎に散る

1582年、天下統一を目前にした織田信長は、関東に滝川一益、北陸に柴田勝家、中国に羽柴(豊臣)秀吉を中心とした方面軍を展開。織田家の拠点である近畿地方に軍事的空白が生じます。それを好機と捉えたのが家臣の明智光秀です。突如反旗を翻し、京都の本能寺にて信長を

自害に追いやりました。

その後、光秀は信長の本拠だった安土城を接収。朝廷とも連絡を取りながら天下に号令をかけましたが、近畿地方にいる有力諸将の調略には失敗してしまいます。そして中国大返しを成功させた秀吉と山崎で合戦に及ぶも、黒田孝高(官兵衛)に要衝である天王山を占拠され、敗北しました。



三日天下の原因是、見込み客の放置にあった！？

有力見込み客・幽斎に、 あっさり見限られる

山崎の戦いでは、羽柴方の兵数3万人に対し、明智方は1万7千人。武将でも丹羽長秀、池田恒興など有力者が秀吉に与した一方、光秀のもとに目立った者の参陣はなく、兵力の量、質ともに劣った状況での決戦となりました。

この不利な状況は、光秀にとっても想定外のことでした。というのも、畿内には光秀の寄騎（信長から与えられた配下）として活躍した細川幽斎、筒井順慶という有力武将がいたからです。なかでも幽斎とは、子の細川忠興に娘のガラシャを嫁がせていたため縁戚関係にありました。現代でいうと、光秀にとっては、大きな見込み客であったといえます。

しかし本能寺の変後、光秀が出した協力要請を、細川家、筒井家はともに断ります。特に幽斎は信長の死を悼んで剃髪し、光秀をきっぱりと拒絶しました。

見込んでいた相手に見放された光秀のもとに他の武将が集まるはずもなく、兵数・戦力ともに相手より下回った状態で秀吉と対峙することになったのでした。

多忙な経営者こそ ITでリードナーチャリングを

謀反の計画、実行、戦後処理、朝廷への根回しなど、本能寺の変を計画した光秀は寝る暇もないほど忙しかったはずです。寄騎かつ縁戚の細川家に対しては、簡単に味方してくれるとの期待も

あったことでしょう。その期待からリードナーチャリングを怠ったことが、光秀の敗因のひとつでした。

例えば、現代でたとえるなら「明智政権におけるマニフェスト」といったセミナーを開催したり、「なぜ信長を討たねばならないのか」という動画を配信したりと、ITによるリードナーチャリングを効率的に行っていれば、より多くの武将（見込み客）を自陣に引き込めたかもしれません。そうすれば、光秀の天下も3日で終わることはなかったでしょう。



カスタマーコミュニティの構築で、 三成も天下人の器になれた？

⑥ 関ヶ原の戦い

1600年

石田三成



徳川家康

現代なら → カスタマーコミュニティの構築

顧客との信頼関係構築の 重要性を示す、関ヶ原の戦い

顧客との信頼関係構築はブランドや製品への意欲を旺盛にし、自社のあらゆる活動の効果を高めてくれます。一方、関係構築が不十分だと活動効果は低下し、見込んでいた成果は得られません。それを証明するのが、関ヶ原の合戦です。

1598年に豊臣秀吉が死没。以降、豊臣政権下で実権を握りつつあった徳川家康は、1600年、謀反の嫌疑のあった上杉景勝を征伐するため会津国（福島県）に出兵します。その機を見て、中央集権を目指す石田三成（1560～1600年）が、打倒家康を掲げて近畿で挙兵。こうして天下分け目の戦いが起こりました。

有利な状況から敗北した三成

東軍を率いる家康に対し、西軍を率いる三成は軍略に劣る人物だったとされます。しかし、関ヶ原の布陣図だけでみれば、西軍は東軍を取り囲むような陣形を組み、戦場の重要な地点を押さえるなど、戦術的に万全の状態が整えられていました。両軍がにらみあつた時点では、むしろ西軍のほうが有利だったのです。

9月15日、午前10時に合戦の火ぶたが切られてから、しばらくは拮抗した戦いを見せていました東西両軍。しかし、西軍の有力大名だった小早川秀秋が東軍に寝返ると、戦況が大きく傾きます。



カスタマーコミュニティの構築で、三成も天下人の器になれた？

裏切りの多さが伝える、
希薄な信頼関係

寝返った秀秋、脇坂安治のほか、家康に内応し、戦場で静観を決め込んだ吉川広家、さらには東軍で主力として戦った加藤清正、福島正則など、東軍についた大名には豊臣家恩顧の者が多数いました。本来なら豊臣家のために立ち上がった三成に味方するのが当然と思われる者たちです。それが揃って家康に従ったのは、それだけ三成との間で信頼関係が不足していたからでしょう。特に文治派（豊臣政権派閥のうち、政務を担った武将の総称）である三成に対して、清正や正則など武断派（豊臣政権派閥のうち、軍務を担った武将の総称）からの反発は大きかったといいます。

コミュニティの欠如が
他社の参入を招く

もし三成が、オンラインのコミュニケーションプラットフォームを利用していればどうなっていたでしょう。諸大名の不平不満を抽出・解消し、大名間のコミュニティ（信頼関係）を構築し、大量の造反を未然に防げたかもしれません。また、コミュニティで豊臣家のブランドを強化できていれば、そもそも家康に付ける隙を与えなかつたかもしれません。自らの考えや理念を顧客と共有できていなかったことが、他社（徳川家）のマーケット（天下）参入を招いたといえます。

AIがあれば天下人に近づける？

関ヶ原の戦い前に、盟友である大谷吉継から「貴殿には人望がない」と注意されていた三成。一方、秀吉や家康など、天下人になる人物は総じて人心掌握に長けていました。それはつまり、自分の行為が相手にどのような感情を生むのかをよく理解していたということです。

現在は、AIによって顧客ごとにパーソナライズした最適なアプローチも可能になっています。人の気持ちを読むことが苦手な三成も、AIを活用してたら天下人に手が届いていたかもしれません。



表裏比興の者のナレッジを共有し 歴史に名を刻んだ六文銭

⑦

上田合戦

1585年
1600年

真田昌幸



徳川秀忠

現代なら

ナレッジ(知見)共有

400年前の、 ナレッジ共有の成功事例

従業員一人ひとりをエキスパートのレベルまで教育するのは時間もコストもかかります。エキスパートが1人でも社内にいれば、そのナレッジを皆で共有するほうが効率的です。クラウドサービスにより、職務や勤務場所を問わずエキスパートと連携が可能になった現在ですが、今から400年前に、ナレッジの共有で大きな成果を挙げた事例があります。それが、上田合戦です。

徳川家に2度も煮え湯を飲ませた 豪族、真田家

1583年、現在の長野県上田市に真田

昌幸(1547~1611年)が上田城を築城します。規模は小さな城でしたが、五畿七道のひとつ東山道に位置し、甲信越と関東をつなぐ要衝でもあったため、築城してすぐに上杉家、北条家、徳川家から狙われました。そのなかで、特に上田合戦として知られているのが、徳川家との

2度にわたる争いです。1585年の第一次では、守る真田軍が2千人で徳川軍8千人を撃退。1600年の第二次においては、関ヶ原へ進軍中だった徳川軍3万8千人に対し、10分の1以下の3千人という手勢で、真田軍が城を守り抜きました。



表裏比興の者のナレッジを共有し歴史に名を刻んだ六文銭

表裏比興の者のナレッジ共有が勝利の鍵

戦力で大きく劣るなかで2度も防衛に成功したのは、かつて豊臣秀吉から「表裏比興の者」と称された、昌幸の知略が存分に發揮されたからでした。

第一次上田合戦では、徳川軍襲来の知らせを受けると支城の戸石城（上田市上野）に長男の信幸を、矢沢城（上田市殿城）に従兄弟の矢沢頼康を配備。敵兵力を分散させるだけでなく、支城から奇襲や陽動を行い、8千の兵を壊滅させました。

第二次上田合戦では、次男の信繁（幸村）が城下に広がる町も巧みに利用しながらゲリラ戦を展開。関ヶ原へ向かう秀忠軍の足止めに成功しました。

それまでは田舎の豪族に過ぎなかった真田家ですが、上田合戦により昌幸および真田の象徴である六文銭は全国に知れわたります。しかし、この合戦における勝利は昌幸だけの力ではなく、上田城

にいた彼の采配を、信幸や信繁、頼康といった配下たちが確実に遂行したからにはなりません。戦のエキスパートである昌幸のナレッジ（知見）を、真田家中で共有できていたからこそ、劇的な勝利をたぐりよせることができたのでした。

ナレッジ共有を実現させた 真田一族の強い絆

関ヶ原の戦い後、徳川家康は2度も煮

え湯を飲まされた昌幸と信繁の処刑を命じます。しかし、東軍として戦った信幸の嘆願により助命されました。そして信幸は、九度山（和歌山）に蟄居した父と弟への援助を絶やしませんでした。この強い一族の結束が、ITのない時代でもナレッジを共有できた理由でしょう。

その後、長男の信幸は「天下の飾り」として将軍家から頼りにされ、次男の信繁は大坂の陣に参加し、「日本一の兵（つわもの）」として武名をとどろかせました。



まとめ

戦いは常に、勝者と敗者を生みます。しかし、そのどちらに転ぶのかを決めるのは偶然ではありません。ここで紹介した七つの合戦からも分かるように、情報収集や分析など、事前に準備をしっかりと行うことが勝利を呼び寄せるのです。情報の量やスピードが戦国時代とは比較にならない現代社会では、ITをいかに有効活用できるかが勝敗の分かれ目になるといえるでしょう。



| 1. 河越夜戦 | |
|--|---------------|
| 武将名 | 1546年 |
| 北条氏康×山内上杉家、扇谷上杉家、足利家 | |
| 戦 略 | |
| 奇襲計画を一騎で3箇所に伝え、夜間に3箇所を同時攻撃して、劣勢状態から勝利。 | |
| 役立つITツール・手段 | |
| クラウドによる情報伝達システムの導入 | |
| Salesforce製品 | |
| Sales Cloud | Service Cloud |
| Quip | |

| 2. 厳島の戦い | |
|---------------------------------------|---------------|
| 武将名 | 1555年 |
| 毛利元就×陶晴賢 | |
| 戦 略 | |
| データ分析に基づいた適確な虚偽情報の流布や偽装内通などを実施し、敵を誘導。 | |
| 役立つITツール・手段 | |
| 多くの情報・データをITで収集、分析する | |
| Salesforce製品 | |
| Sales Cloud | CRM Analytics |

| 3. 桶狭間の戦い | |
|--|--------------------|
| 武将名 | 1560年 |
| 織田信長×今川義元 | |
| 戦 略 | |
| チームによるこまめな情報収集とそのリアルタイム共有により、奇襲に成功。 | |
| 役立つITツール・手段 | |
| チームでエリア全体をカバーするエリアマーケティングと、情報のリアルタイム共有 | |
| Salesforce製品 | |
| Sales Cloud | Account Engagement |

| 4. 長篠の戦い | |
|----------------------------------|--------------------|
| 武将名 | 1575年 |
| 武田勝頼×織田・徳川連合軍 | |
| 戦 略 | |
| 時代遅れの騎馬軍団。現場と戦略部門の意思疎通に溝があり、敗因に。 | |
| 役立つITツール・手段 | |
| ITを用いた内勤型営業「インサイドセールス」の導入 | |
| Salesforce製品 | |
| Sales Cloud | Account Engagement |

| 5. 本能寺の変・山崎の戦い | |
|--|--------------------|
| 武将名 | 1582年 |
| 明智光秀×羽柴（豊臣）秀吉 | |
| 戦 略 | |
| 軍事的空白に反旗を翻し、勝利を治めるも、次の戦いで見込み客に見限られ、敗戦。 | |
| 役立つITツール・手段 | |
| ITでリードナーチャリング（見込み客育成） | |
| Salesforce製品 | |
| Marketing Cloud | Account Engagement |

| 6. 関ヶ原の戦い | |
|--|---------------|
| 武将名 | 1600年 |
| 石田三成×徳川家康 | |
| 戦 略 | |
| 戦場の重要な拠点を押さえる有利な状況でも希薄な信頼関係により裏切りが出て、敗戦。 | |
| 役立つITツール・手段 | |
| コミュニティで顧客の意見を抽出 | |
| Salesforce製品 | |
| Experience Cloud | Service Cloud |

| 7. 上田合戦 | |
|---------------------------------------|------------------|
| 武将名 | 1585年、1600年 |
| 真田昌幸×徳川秀忠 | |
| 戦 略 | |
| 戦のエキスパートがナレッジを共有する事で全体の戦力と絆が高まり、勝利。 | |
| 役立つITツール・手段 | |
| クラウドサービスにより、優秀な社員のナレッジを社員皆で共有し、レベルアップ | |
| Salesforce製品 | |
| Sales Cloud | Service Cloud |
| Quip | Sales Enablement |



株式会社セールスフォース・ジャパン

詳しくはこちら

<https://www.salesforce.com/jp/>

☎ 0120-733-257

Salesforce は salesforce.com,inc. の米国およびその他の国での登録商標です。またその他サービス名も salesforce.com,inc. の商標または登録商標です。その他各種製品名は、各社の製品名称、商標または登録商標です。© Copyright 2023 salesforce.com, inc.