

(4) こんな企業に「SWOT 分析」は「答え」と「方向性」を出す

SWOT 分析が必要な事業所とは、どんな事業所だろうか。

SWOT 分析の目的は、「マーケットの可能性を考えながら、自社の強みをぶつける戦略を導き、事業収益の拡大や格改革を図る」事である。

従って、今危機に瀕している企業・事業所はもちろん、今が良くても将来不透明な事業でも SWOT 分析は有効となる。

まずは、下記に該当する企業や事業所は、少しでも早く「SWOT 分析」を実施し、自社にあった「固有戦略」を立てるべきであろう。

- ① 現在の商品や顧客では今後もジリ貧又は赤字が続き、業績回復が見込めない企業
- ② 商材自体はニーズもあり、一気に減少する事はないが、顧客戦略や売り方に問題があり、なかなか売上拡大が望めない企業
- ③ 今の取扱商品の構成や依存度を大幅に見直し、顧客ニーズに合った新商材を取り組まないと、中期的にはもっと厳しい業績になりかねない企業
- ④ 今の顧客構成や比重を大幅に見直し、新たな顧客層や口座を増やさないと、中期的にはもっと厳しい業績になりかねない企業
- ⑤ 貢献度の低い商品(低売上・低利益)があるのに、思い切った決断ができず、合理的な理由もないまま維持して、業績の足を引っ張っている企業
- ⑥ 貢献度の低い顧客や手間の掛かる顧客(売上も利益も少なく、非効率的な顧客)に対して、過去の付き合いなどから思い切った決断ができず、合理的な理由もないまま維持して、効率性や収益性の足を引っ張っている企業
- ⑦ 「積極的に伸ばさなければならない商材」があると分かっているのに、諸事情から思い切って必要な投資や人材配置などの積極戦略に踏み込めない企業
- ⑧ 中期的には厳しくなる一方の外部要因(市場環境、競合状況、価格競争等)があるのに、「ああでもないこうでもない」と口先ばかりで、新たな戦略になかなか舵を切れない企業
- ⑨ 中期計画やビジョンが、根拠のない希望的な観測数値、「こうなったらいいなあ」と言う淡い思いで出来上がっている企業
- ⑩ 将来に向けて、希望が持てる具体的な方針や積極戦略がないので、中期ビジョンを明示できず、皆、将来不安な筈なのに、具体的に声を上げ、リスクを取って行動しようとする経営陣も幹部もいない企業

- ⑪ 金融機関からリスク(返済猶予)を受けて、その度に計画通りに行かず、今度こそ本当に「実現可能性高い、抜本対策」の入った経営改善計画書をださなければならない状況の企業
- ⑫ 後継者に将来の夢と希望を持たせる為の戦略と一緒に考える機会がなく、このままなら後継者も承継したくないと考えている企業
- ⑬ 後継者・幹部には、数字の厳しさはいつもやかましく言っているが、外部環境や内部要因のリアリティある事実を理解させ、真剣に将来の対策を考えさせる教育をしていない
- ⑭ 何か、新規事業や周辺業務の拡大を図りたいと言う意思はあるが、具体的な分析や根拠ある検討をしていない企業
- ⑮ 経営者にはいろいろアイデアや考えがあるが一貫性がなく、まとまっていない企業
- ⑯ 儲かりそうな商売や商品があれば直ぐに飛びつくが、長続きせず、失敗する事が多く、結果を残すことが少ない企業
- ⑰ 経営者自身、何に集中して取り組むべきか見えずにモチベーションも行動力が落ちている企業
- ⑱ 業績不振理由を、幹部や社員への行動力や精神論への叱咤激励で片付けようとしている企業

もしこの 18 項目に該当するなら、間違いなく SWOT 分析対象企業である。

現在の企業経営において、「何かを実行して失敗するリスク」より、「何もしないリスク」の方が高いと言われる。

SWOT 分析は、

- 「思い込み」
- 「思い付き」
- 「無計画」
- 「成り行き」
- 「行き当たりばったり」

で、経営行動する事を一番否定しているので、「無謀なリスク」には当たらない。ならば、早く実施、検証作業を行う事を優先すべきだ。