

① あくまでも客観的な事実(相手都合)に基づいて議論する

機会や強み、また「積極戦略」において、「自社都合での議論」は、SWOT 分析上あまり好ましい効果を出さない。

客観的な事実とは、マーケットデータや統計データの事ではない。

それもある程度は鑑みるが、**もっと重要なのは「競合先がどうであるか」・「顧客がどうであるか」と言うことだ。**

自社の都合や自社の状況を考慮した「顧客」や「競合先」はあり得ない。

「顧客都合」でどれだけ検討できるかが重要なポイントである。

「顧客志向」と言うのは誰でも言葉では分かっているし、自社なりに取り組んでいると思われる。しかし、固有戦略立案となると、割ける経営資源に限界があるので、顧客都合を優先できず「自社都合」をついつい優先してしまう傾向がある企業も少なくない。

だから SWOT 分析では、「顧客都合」で議論するよう、司会者や最高責任者は常に意識して誘導して欲しい。