

## ⑥ 皆が知っている業界の未来に振り回されない

業界の未来像については、たいがい皆知識として知っている筈だ。

業界関係者の話や業界紙などからも知識は得ているだろう。

「この分野はもう市場がなくなる」

「この商材はコモディティー(汎用)化して、儲からない価格競争になる」

「海外製品に取って変わられ国産品は厳しくなる」

「大企業がやっているような新分野に進まないと、朽ち果てるだけ」等々

「寄らば大樹の陰」・「長い物には巻かれろ」など、今まで多数の意見に従って行動した結果、皆が良くなっただろうか？

ほとんど逆ではなかったか？

常識外れの考え方や斬新な発想で、業界の慣習に習うことなく、独自の道を進んで業績を上げている「異端児」の例の方が多くないだろうか。

SWOT 分析でも、「皆が知っている普通の業界の動き」だけに翻弄される事はない。

特に機会分析では、ありきたりの業界予想以外の箇所にフォーカスする事が大事だ。

俗にいう、「業界を真正面から見るのではなく、横から、上から、下から、後ろから見たら、どんな光景や可能性が見えるか」と言う事である。

ちょっとくらい「変な考え方」・「異端なアイデア」でも一蹴せず、「何故、そう思うか」を深掘していけば、面白い可能性を見つける事も可能だ。

実は、そういう時に参考になるのは、他業界の動きである。

自分の業界の話ばかりしては、既存発想から抜け出せない。

手前味噌だが、私が指導する SWOT 分析は、これまで 300 超の深く入ったコンサルティング経験から知り得ている異業種事例をどんどん出していく。

だから、少しくらいは『可能性』の幅が広がるのではないかと思う。

読者の方が第 3 者に SWOT 分析検討会のコーディネートを頼むなら、いろいろな異業種のリアル経験がある人が望ましい。