

3. 会社の自己診断してますか？

その1：自社の「強み」にこだわる

ところで、皆さん、自分の会社を分析してみたことはありますか？自らしたことはなくても、外部のコンサルタント等に依頼して、自社の分析をしてもらったことは？

会社の分析といえば、財務諸表をもとに、様々な分析指標を使った経営分析が一般的ですが、財務数値だけでは表わされない会社の姿があります。普段から、経理数値に慣れていない経営者の方は、財務の分析値をみて、う～んと唸ってしまうか、あまりピンとこない場合がありますし、財務数値だけで自社の状況を十分に把握できるものではありません。

では、自社をより具体的に知るにはどのような分析を試してみればよいのでしょうか。それには、「SWOT」分析という手法を試してみてもどうでしょうか。

「SWOT」とは「S=Strength 強み」「W=Weakness 弱み」「O=Opportunity 機会」「T=Threat 脅威」の頭文字をとったもので、自社の「強み」、「弱み」を洗い出し、自社が置かれている環境の中での「機会=ビジネスチャンス」と「脅威」をいかに見出すかという分析手法です。

この「SWOT」分析に基づいて、自社の「強み」となるものがいくつ挙げられますか？それが、特殊な製造のノウハウであるとか、特定の商品-4-に対して圧倒的な市場シェアを持っているとか、具体的に挙げてみてください。次に「弱み」

についてですが、自社の「弱み」-3-に気づいていますか？従業員の層が薄い、核となる幹部が育っていない、システムが未整備、核となる商品・サービスがない等々、数え上げれば限がなく、「強み」の数を上回ってしまうかもしれませんが、すべて挙げてみて下さい。そして、ここで一旦「弱み」のことは忘れて



みて下さい。

そして、もう一度自社の「強み」を見てみて下さい。その「強み」のなかで、もっと伸ばせる「強み」はないですか？たとえば、商品のバリエーションを加えることによって、市場のシェアをもっと高めることができるとか、製造ノウハウは他の製品に転用して高付加価値製品を製造するとか・・・。

ここでは、自社の「強み」「弱み」を挙げてそれを分析するだけでなく、「強み」に着目し、それを更に伸ばしていく方法を考えていくことが重要です。「弱み」を一つずつつぶしていくやり方よりも、「強み」を伸ばすほうが、簡単ですばやく実行できますし、「強み」をより伸ばせば、「弱み」は相対的に目立たなくなり、従業員も仕事に自信をもつことができ、会社の成長を促します。どんな会社にも、必ず、1つや2つ「強み」はあります。だから、自社の「強み」を見出しそれにとことんこだわってみて下さい。経営者の皆さんも自分の悪いところはなかなか直らないでしょ！人から良いといわれるところを伸ばしたほうがより魅力的な人間に変わるのではないのでしょうか。「・・・は七難隠す」とも言いますし。