

1. この資料について

特集1「生成AIを使い倒せ」の第3章「プロコンレベルの戦略を導き出す最強のプロンプト術」で、AIを使ったSWOT分析の方法を説明しました。記事では紙面スペースの関係上、詳しく事例を説明できなかったのが、実際の業務で使い、クライアントから評価を得た次のプロンプト例を補足として公開します。なお、生成AIはClaudeを使用しました。

一般的に行われているSWOT分析と違い、次のような特徴があります。

(1) フレームワークの階層的連鎖：「ゴミを入れればゴミが出る」を防ぐ設計

一般的なSWOT分析の最大の欠点は、「機会」「脅威」の質が分析者の知識・経験に依存してしまう点です。この事例では、SWOT単独で使うのではなく、その前段に以下の分析チェーンを組み込むことで、より客観的かつ網羅的な外部環境情報をSWOTに"インプット"できる構造になっています。

PEST分析（マクロ環境）→5フォース分析（業界構造）→3C分析（顧客・競合・自社）→SWOT分析マクロ（PEST）で社会全体の大きなうねりを捉え、それが業界構造（5フォース）にどう影響するかを読み、自社と競合・顧客の関係（3C）に落とし込んでから、初めてSWOTの「機会・脅威」を記入する。この上流から下流へのカスケード構造により、「気づいていなかった外部変化」や「見落としがちな業界の力学」をSWOTに反映することが可能になります。AIは各フレームワークの引き継ぎを的確に行うため、この連鎖分析が現実的なコストで実施できます。

(2) 「条件付き反転」プロンプト：強みも弱みも絶対ではない

通常のSWOT分析では、たとえば「小規模企業であること」を弱みとして書いたら終わりです。しかしこの事例が示すように、同じ特性であっても、市場環境や顧客のニーズ次第で評価は逆転します。

- ・「小規模」→大量受注市場では弱み、小ロット・短納期対応では強み
- ・「職人気質」→変化の速い市場では弱み、高精度・高品質市場では強み
- ・「無借金経営」→成長投資が必要な好況期は弱み、不況期や金利上昇局面では強み

この事例では「条件付き反転」のプロンプトを用いて、自社の特性が「どのような条件下で強みになり、どのような条件下で弱みになるか」を系統的にAIに問い直しています。この作業によって、「自社が勝てる市場はどこか」「避けるべき市場はどこか」という戦略の選択肢そのものを可視化できます。プロのコンサルタントが行う「コンテキスト感度の高い分析」をAIとの対話で実現しています。

(3) 分析を「決断」につなげる：戦略と90日アクションプランへの落とし込み

SWOTを作っても満足、では意味がありません。分析はあくまで意思決定のための手段です。この事例では、6ステップの最後に3つのシナリオ（楽観・悲観・転換）を想定した戦略立案と、

「誰が・何を・いつまでに」を明示した90日アクションプランまで導出しています。

絵に描いた餅に終わりがちな分析を、経営の現場で動かせる"実行計画"へと昇華させるところまでをAIとの一連のプロンプトで完結させているのが、この事例のもう一つの大きな特徴です。

※この事例のプロンプトは1つのチャットセッション内で会話を継続させることで、AIに前提知識を記憶させていく「プロンプトチェーン（連鎖型）」です。そのため、これらのプロンプトは、必ず同じチャット画面（セッション）で、STEP1から順番に実行してください。一度チャット画面を閉じて、途中のSTEPから新しいチャットで試してしまうと、この事例の再現性は失われるのでご注意ください。

2. 【事例】株式会社〇〇製作所のSWOT分析および戦略立案

【SWOT分析の事前分析】

ステップ1：PEST分析のプロンプト（マクロ環境分析）

ステップ2：5フォース分析のプロンプト（業界構造分析）

ステップ3：3C分析のプロンプト（顧客・競合・自社分析）

【SWOT分析】

ステップ4：SWOT分析のプロンプト（統合分析）

【SWOT分析後の戦略立案】

ステップ5：条件付き反転のプロンプト（強み・弱み・機会・脅威の文脈依存性）

ステップ6：戦略立案のプロンプト（実行可能な戦略への落とし込み）

(1) 対象企業の概要（2024年時点）

【基本情報】

- 企業名：株式会社〇〇製作所（仮称）
- 業界：製造業
- 主な事業：自動車部品メーカー向け精密部品の切削加工
- 従業員数：80名
- 売上：年間15億円
- 設立：30年前（1994年創業）

【現在の状況】

- 主要顧客（売上の60%）が中国への生産移管を検討中
- 最新のNC旋盤を2台導入済み
- 熟練工の平均年齢58歳、若手採用が困難
- 社長は創業者の息子（2代目、47歳）

【関連・背景情報】

- リーマンショック時（2008年）に倒産危機を経験
- 以降は財務健全性を最重視（借入を極力抑える）
- 「品質第一」の職人気質な企業文化
- 過去に新規事業として「EV・HV向けの新規部品加工（モーター・インバータ・減速機）」進出を試みたが、技術的課題と人員不足で撤退

(2) STEP1：PEST分析（マクロ環境分析）

目的は、自社を取り巻くマクロ環境の変化を把握することで

す。以下はAIに投げかけたプロンプトです。

あなたは製造業専門の経営コンサルタントです。

【対象企業】

- 業種 自動車部品メーカー向け精密部品の切削加工
- 従業員80名、売上15億円
- 日本国内で事業展開

【依頼内容】

この企業を取り巻くマクロ環境（PEST分析）を実施してください。

以下の4つの観点で、今後3-5年に影響を与える重要なトレンドをそれぞれ3つずつ挙げてください

1. Political（政治・法律） 規制、政策、補助金など
2. Economic（経済） 為替、景気、人件費など
3. Social（社会） 人口動態、消費者行動、労働市場など
4. Technological（技術） 技術革新、デジタル化など

【重要】

- 一般論ではなく、「自動車部品の切削加工業」に特化した分析をすること
- 各トレンドが「プラスの影響」か「マイナスの影響」かも明示すること
- データや事実に基づいて記述すること

以下はAIの回答（要約）です。

1. Political（政治・法律）

トレンド1：脱炭素政策の強化

- 影響：マイナス
- 内容：多くの国が2035年前後を目標にガソリン車販売禁止を打ち出し、内燃機関部品の需要が長期的に減少
- 対象企業への影響：主力の内燃機関向け部品の需要減少リスク

トレンド2：国内製造業への補助金・税制優遇

- 影響：プラス
- 内容：日本政府がサプライチェーン強化のため、国内製造業への設備投資補助金を拡充
- 対象企業への影響：最新設備導入のチャンス

トレンド3：中国との地政学リスク

- 影響：プラス（リスクヘッジ需要）
- 内容：米中対立や台湾情勢により、中国依存のリスクが認識され、国内回帰の動き
- 対象企業への影響：国内生産が差別化要素になる可能性

2. Economic（経済）

トレンド1：円安基調の継続

- 影響：プラス（輸出競争力）／マイナス（原材料高）
- 内容：2024年現在、1ドル=150円前後で推移。日米金利差によ

り円安基調が継続

- 対象企業への影響：国内生産の価格競争力は向上するが、輸入材料のコストは上昇

トレンド2：人件費の上昇

- 影響：マイナス
- 内容：日本国内の人手不足により、賃金上昇圧力が継続（年率2-3%）
- 対象企業への影響：人件費負担が増加、省人化・自動化の必要性

トレンド3：自動車市場の成熟化

- 影響：マイナス
- 内容：日本の新車販売台数は年間400万台前後で頭打ち、成長は見込めない
- 対象企業への影響：既存市場での成長は困難、新規市場の開拓が必要

3. Social（社会）

トレンド1：熟練工の高齢化と若手不足

- 影響：マイナス
- 内容：製造業の平均年齢は上昇（50代後半）、若手の製造業離れが進行
- 対象企業への影響：技術継承の危機、採用難

トレンド2：働き方改革と労働時間規制

- 影響：マイナス
- 内容：時間外労働の上限規制により、柔軟な生産対応が困難に
- 対象企業への影響：納期対応力の低下、生産性向上の必要性

トレンド3：ESG・SDGsへの関心の高まり

- 影響：プラス（差別化）
- 内容：大手企業がサプライチェーン全体でのESG対応を要求
- 対象企業への影響：環境対応・省エネ生産が取引条件に

4. Technological（技術）

トレンド1：EV（電気自動車）への急速なシフト

- 影響：マイナス（既存事業）／プラス（新規事業機会）
- 内容：2030年までに、世界全体ではEVが新車販売の30-40%に達する見通し
- 対象企業への影響：内燃機関部品の需要減、EV部品への転換が急務

トレンド2：AI・IoTによる製造業のDX

- 影響：プラス（効率化）
- 内容：AIによる品質検査、IoTによる設備稼働監視などが普及
- 対象企業への影響：省人化・品質向上のチャンス

トレンド3：3Dプリンターなど新加工技術の普及

- 影響：マイナス（代替技術）
- 内容：金属3Dプリンターが試作・小ロット生産で切削加工を代

替

- 対象企業への影響：既存技術の優位性が低下するリスク

(3) STEP2：5フォース分析（業界構造分析）

目的は、自動車部品の切削加工業界の競争構造を理解することです。以下はAIに投げかけたプロンプトです。

先ほどのPEST分析を踏まえて、自動車部品の切削加工業界の競争構造を「5フォース分析」で評価してください。

【5つの競争要因】

1. 業界内の競争 既存競合の激しさ
2. 新規参入の脅威 新規参入の容易さ
3. 代替品の脅威 他の技術による代替
4. 買い手の交渉力 顧客（自動車メーカー）の力
5. 売り手の交渉力 供給業者（材料メーカー）の力

各要因について：

- 現状の評価（高い／中程度／低い）
- その理由
- PEST分析で挙げたトレンドがどう影響するかを分析してください。

以下はAIの回答（要約）です。

1. 業界内の競争：高い

理由：

- 自動車市場の成熟化により、パイの奪い合いが激化
- 中小の切削加工業者が多数存在し、差別化が困難
- 価格競争に陥りやすい

PESTの影響：

- EVシフト（技術）→内燃機関部品の市場縮小で、さらに競争激化
- 円安（経済）→海外競合に対しては有利だが、国内競合との競争は変わらず

2. 新規参入の脅威 中程度

理由：

- 切削加工技術そのものは成熟技術で、参入障壁は高くない
- ただし、自動車業界の品質基準（IATF 16949：自動車業界向けの品質管理規格）は高く、実績のない企業は参入しにくい

PESTの影響：

- AI・IoT（技術）→新興企業がスマートファクトリーで参入する可能性
- 補助金（政治）→設備投資のハードルが下がり、参入しやすくなる

3. 代替品の脅威 中～高

理由：

- 3Dプリンター（金属積層造形）が試作・小ロット生産で台頭
- プレス加工や鋳造など、別の加工法も存在

PESTの影響：

- 3Dプリンター技術の進化（技術）→切削加工の優位性が低下
- ただし、大量生産では依然として切削加工が有利

4. 買い手の交渉力 非常に高い

理由：

- 自動車メーカー（Tier 1：自動車メーカーの一次サプライヤー）は巨大企業で、価格決定力が強い
- サプライヤーは多数あり、切り替えが容易
- 毎年のコストダウン要求（年率3-5%）が常態化

PESTの影響：

- 中国リスク（政治）→国内サプライヤーの価値が見直される可能性
- ただし、依然として価格圧力は強い

5. 売り手の交渉力 中程度

理由：

- 材料（鉄鋼、アルミ）のサプライヤーは大手が多いが、競争もある
- 材料価格は市況に左右される

PESTの影響：

- 円安（経済）→輸入材料の価格上昇
- 原油価格の変動→材料コストに直結

総合評価：

自動車部品の切削加工業界は、

- 競争が激しく
- 顧客の交渉力が非常に強く
- 代替技術の脅威もある

→収益性が低く、厳しい業界構造

(4) STEP3：3C分析（顧客・競合・自社）

目的は、顧客ニーズ、競合の動き、自社の立ち位置を明確にすることです。以下はAIに投げかけたプロンプトです。

PEST分析と5フォース分析を踏まえて、以下の3つの観点で分析してください：

【3C分析】

1. Customer（顧客）

- 主要顧客（自動車部品メーカー）が求めているものは何か
- 顧客のニーズはどう変化しているか
- 未解決の顧客ニーズはあるか

2. Competitor（競合）

- 競合他社はどのような戦略を取っているか
- 競合の強み・弱みは何か
- 業界内での差別化のポイントは何か

3. Company（自社）

- 当社の現在の立ち位置（強み・弱み）
- 顧客から見た当社の価値
- 競合と比較した時の優位性・劣位性

【当社の情報】

- 従業員80名、売上15億円
- 精密切削加工が得意（公差±0.01mm）
- 最新NC旋盤2台導入済み
- 熟練工の平均年齢58歳
- 過去にEV部品進出を試みたが撤退
- リーマンショック経験から財務健全性重視
- 品質第一の職人気質

以下はAIの回答（要約）です。

1. Customer（顧客）分析

顧客が求めているもの

従来の要求：

- 低価格（年率3-5%のコストダウン）
- 高品質（不良率0.1%以下）
- 短納期（発注から2週間以内）

新たなニーズ（変化）：

- サプライチェーンの安定性：中国リスクを避け、国内生産を重視
- 柔軟な対応：小ロット・多品種に対応できるサプライヤー
- 技術提案力：VA/VE提案（コストダウンや品質向上の提案）ができる
- ESG対応：省エネ・CO2削減に配慮した生産

未解決の顧客ニーズ：

- EV部品への対応（モーター部品、インバータ部品など）
- 試作から量産までの一貫対応
- 短納期での設計変更対応

2. Competitor（競合）分析

競合の戦略：

タイプA：大手加工業者

- 強み：設備力、生産能力、価格競争力
- 弱み：小回りが利かない、小ロット対応が苦手
- 戦略：大量生産での価格競争

タイプB：中小の専門加工業者（当社と同規模）

- 強み：特定分野での技術力
- 弱み：営業力不足、経営基盤が弱い
- 戦略：ニッチ市場での差別化

タイプC：海外加工業者（中国・東南アジア）

- 強み：圧倒的な低価格
- 弱み：品質のばらつき、納期の不確実性、地政学リスク
- 戦略：価格で勝負

差別化のポイント：

- 品質（精度、不良率の低さ）
- 納期対応力（短納期、設計変更対応）
- 技術提案力（VA/VE）
- 国内生産（安定供給、リスク回避）

3. Company（自社）分析

当社の強み：

- 精密加工技術（公差±0.01mm）
- 最新NC旋盤による高精度・高効率生産
- 職人気質による品質へのこだわり
- 財務健全性（無借金経営）
- 国内生産（地政学リスクなし）

当社の弱み：

- 営業力不足（主要顧客依存、新規開拓できない）
- 熟練工の高齢化（技術継承の課題）
- 小規模ゆえのスケールメリット欠如
- 新規事業への挑戦で過去に失敗（EV部品）
- 保守的な経営（リスク回避重視）

顧客から見た当社の価値：

- 「品質は信頼できるが、価格は高め」
- 「納期対応は柔軟だが、大量生産は苦手」
- 「長年の付き合いで安心感はあるが、新しい提案は少ない」

競合と比較した優位性・劣位性：

- 優位性：品質、納期柔軟性、国内生産
- 劣位性：価格、営業力、規模

(5) STEP4：SWOT分析（統合分析）

目的は、PEST、5フォース、3Cを統合し、自社の戦略的位置づけを明確にすることです。以下はAIに投げかけたプロンプトです。

これまでのPEST分析、5フォース分析、3C分析を踏まえて、当社のSWOT分析を実施してください。

【重要な指示】

1. 階層性を意識する

- PEST（マクロ環境）が5フォース（業界構造）に与える影響
- 5フォースが3C（顧客・競合・自社）に与える影響

-これらが最終的にSWOT（自社の強み・弱み・機会・脅威）にどう反映されるかを明示的に示してください

2. 抽象的な項目を避ける

-NG例：「技術力がある」

-OK例：「公差±0.01mmの精密加工技術を持つ」

3. 各項目に根拠を示す

-なぜそれが強み/弱み/機会/脅威なのか

-PEST/5F/3Cのどの要素から導かれたか

4. 「条件付き反転」の可能性を示唆する

-「小規模」など、文脈によって強みにも弱みにもなる要素があれば指摘

【当社の情報（再掲）】

-業種 自動車部品メーカー向け精密部品の切削加工

-従業員80名，売上15億円

-精密加工技術（公差±0.01mm）

-最新NC旋盤2台導入済み

-熟練工平均年齢58歳

-過去にEV部品進出を試みたが撤退

-リーマンショック経験から財務健全性重視

-品質第一の職人気質

-主要顧客（売上60%）が中国移管検討中

以下はAIの回答（要約）です。

SWOT分析結果

S（強み）Strengths

S1：高精度加工技術（公差±0.01mm）

●根拠：3C分析での「顧客が求める品質」に合致

●業界内での差別化要素

●医療機器など高精度要求市場への参入可能性

S2：最新設備と熟練工の組み合わせ

●根拠：最新NC旋盤2台×平均年齢58歳の熟練工

●設備の性能を最大限引き出せる技術力

●競合（中小）との差別化

S3：財務健全性（無借金経営）

●根拠：リーマンショックの教訓から財務重視

●不況時の生存確率が高い

●新規投資の余力がある

S4：国内生産（地政学リスクなし）

●根拠：PEST分析「中国リスク」，3C分析「顧客の安定供給ニーズ」

●2024年以降，国内生産の価値が再評価されている

●サプライチェーン強靱化の流れに合致

S5：柔軟な納期対応力

●根拠：3C分析「顧客ニーズ」，規模の小ささを活かせる領域

●小回りが利く組織体制

●大手にはできない短納期・設計変更対応

W（弱み）Weaknesses

W1：特定顧客への過度な依存（売上60%）

●根拠：3C分析，現状認識

●主要顧客の中国移管で売上激減のリスク

●交渉力の弱さ（価格決定権がない）

W2：営業力・新規開拓力の不足

●根拠：3C分析「自社の弱み」

●新規顧客開拓の実績がほぼない

●マーケティング機能が弱い

W3：熟練工の高齢化と技術継承の課題

●根拠：PEST分析「人手不足」，現状認識

●平均年齢58歳，若手採用困難

●技術のブラックボックス化のリスク

W4：小規模ゆえのスケールメリット欠如

●根拠：5フォース分析「業界内競争」，3C分析「競合比較」

●大量生産でのコスト競争力が弱い

●設備投資の限界

W5：新規事業挑戦での失敗経験

●根拠：過去のEV部品進出失敗

●組織内に「新規事業は失敗する」という心理的障壁

●リスク回避志向の強化

W6：保守的な経営姿勢

●根拠：リーマンショック経験，財務健全性重視

●機会損失のリスク

●変化への対応が遅れる可能性

O（機会）Opportunities

O1：国内回帰・サプライチェーン強靱化の流れ

●根拠：PEST分析「中国リスク」「政府の国内製造業支援」

●大手メーカーが国内サプライヤーを再評価

●当社の「国内生産」が競争優位に

O2：高精度部品市場の拡大（医療機器，半導体製造装置など）

●根拠：PEST分析「高齢化」「技術革新」，3C分析「未解決ニーズ」

●医療機器市場は成長市場（高齢化）

●半導体製造装置も高精度部品を必要とする

●当社の精密加工技術が活きる

O3：小ロット・多品種・短納期ニーズの増加

●根拠：3C分析「顧客ニーズ変化」

●製品ライフサイクルの短期化

- 顧客が「柔軟な対応」を求めている
- 当社の「小回りの良さ」が強みになる

O4：AI・IoT・自動化による省人化の可能性

- 根拠：PEST分析「技術革新」
- 人手不足の解決策
- 最新NC旋盤の活用余地

O5：政府の設備投資補助金

- 根拠：PEST分析「国内製造業支援策」
- 新規設備導入のハードルが下がる
- 財務健全な当社には有利

T（脅威）Threats

T1：主要顧客の中国移管

- 根拠：現状認識，最大のリスク
- 売上60％喪失の可能性
- 早急な対策が必要

T2：EVシフトによる内燃機関部品需要の減少

- 根拠：PEST分析「脱炭素」「EVシフト」
- 2030年までにEV比率30-40％
- 既存事業の長期的縮小

T3：人件費上昇と人材確保難

- 根拠：PEST分析「人手不足」「賃金上昇」
- 年率2-3％の人件費上昇
- 若手採用がますます困難に

T4：価格競争の激化

- 根拠：5フォース分析「業界内競争」
- 自動車市場の成熟化
- 顧客からの年率3-5％コストダウン要求

T5：代替技術（3Dプリンター等）の台頭

- 根拠：PEST分析「技術革新」，5フォース「代替品の脅威」
- 試作・小ロット分野で切削加工が代替される可能性

以下は階層的な因果関係の整理をしたものです。

【PEST】脱炭素政策強化



【5F】EVシフトで業界構造変化



【3C】顧客がEV部品を求める，内燃機関部品の需要減



【SWOT】T2：EVシフトによる脅威/O2：新規市場（医療機器等）への機会

【PEST】中国との地政学リスク



【5F】国内生産の価値が見直される



【3C】顧客が安定供給・国内調達を重視



【SWOT】S4：国内生産が強みに/
O1：国内回帰が機会に

【PEST】人手不足，高齢化



【5F】労働集約型ビジネスモデルの限界



【3C】当社も熟練工の高齢化



【SWOT】W3：技術継承の課題/T3：人材確保難/
O4：自動化の機会

以下は，条件付き反転の可能性がある要素です。

「小規模（従業員80名）」という特性

市場環境	評価	理由
大量生産・価格競争市場	弱み	スケールメリットがない
小ロット・多品種・短納期市場	強み	柔軟な対応が可能
変化の速い市場	強み	意思決定が速い

「職人氣質の企業文化」という特性

市場環境	評価	理由
品質重視・高精度市場	強み	品質へのこだわりが差別化
変化対応・柔軟性重視市場	弱み	保守的で変化を嫌う

「保守的な財務姿勢」という特性

市場環境	評価	理由
不況時	強み	生存確率が高い
成長機会のあ る好況時	弱み	機会損失（投資を躊躇）

(6) STEP5：条件付き反転分析（戦略の選択肢を広げる）

目的は、強み・弱み・機会・脅威が「どの条件下で反転するか」を明確にし、戦略の選択肢を増やすことです。以下はAIに投げかけたプロンプトです。

先ほどのSWOT分析で、「小規模」「職人気質」「保守的な財務姿勢」という
当社の特性が、市場環境によって強みにも弱みにもなることが示されました。
この「条件付き反転」をさらに深く分析してください。

【分析の視点】

1. 「小規模（従業員80名）」という特性

- どのような市場・顧客・競争条件のもとで「強み」になるか
- どのような市場・顧客・競争条件のもとで「弱み」になるか
- それぞれ3つずつ具体例を挙げる

2. 「職人気質の企業文化」という特性

- 同様に分析

3. 「保守的な財務姿勢（無借金経営）」という特性

- 同様に分析

4. 戦略的示唆

- 当社の特性を「強み」として活かせる市場はどこか
- その市場で勝つための条件は何か

以下はAIの回答（要約）です。

条件付き反転分析の結果

1. 「小規模（従業員80名）」という特性

強みになる条件

条件	理由	具体例
小ロット・多品種生産市場	柔軟な生産体制、段取り替えが速い	試作部品、カスタム部品の受注生産
短納期要求の高い市場	意思決定が速い、稟議が不要	緊急対応、設計変更への即応
高付加価値・ニッチ市場	顧客との密接な関係構築が可能	医療機器部品、航空宇宙部品

弱みになる条件

条件	理由	具体例
大量生産・量産市場	スケールメリットがない、コスト競争力で劣る	汎用自動車部品の量産
資本集約型市場	大規模設備投資が必要	大型プレス加工、鋳造
グローバル展開必須の市場	海外拠点を持っていない	海外メーカー向け現地供給

2. 「職人気質の企業文化」という特性

強みになる条件

条件	理由	具体例
品質・精度が最優先の市場	妥協しない品質へのこだわり	医療機器（人命に関わる）、半導体製造装置
長期的な信頼関係重視の市場	職人の誇りが顧客との信頼を生む	老舗メーカーとの取引
技術力での差別化が可能な市場	職人技が参入障壁になる	難削材加工、複雑形状加工

弱みになる条件

条件	理由	具体例
変化の速い市場	保守的で新技術導入に消極的	IT、エレクトロニクス
柔軟性・スピード重視の市場	「こだわり」が足かせになる	ファストファッション的な市場
標準化・自動化が進む市場	職人技の価値が低下	汎用品の大量生産

3. 「保守的な財務姿勢（無借金経営）」という特性強みになる条件：
不況・景気後退期→倒産リスクが低い、生き残れる（強み）
安定性重視の顧客→「潰れない会社」として信頼される（強み）
金利上昇局面→借金がないため金利負担なし（強み）

条件	理由	具体例
不況・景気後退期	倒産リスクが低い、生き残れる	リーマンショック級の不況
安定性重視の顧客	「潰れない会社」として信頼される	長期取引を重視する大手
金利上昇局面	借金がないため金利負担なし	2024年以降の金利上昇期

弱みになる条件：
急成長機会のある好況期→攻めの投資ができず、機会損失（弱み）
大規模投資が必要な転換期→自己資金だけでは限界（弱み）
スピード重視の市場→意思決定が慎重すぎる（弱み）

4. 機会・脅威の条件付き反転

【機会】「医療機器市場の成長」という外部環境：

機会になる条件：
当社がISO 13485を取得済み→参入障壁をクリア，新市場開拓の機会
高精度加工技術を持つ→医療機器の品質要求に対応可能，差別化の機会
既存顧客（自動車）に依存していない→新市場への経営資源集中が可能

脅威になる条件：
品質管理体制が未整備→参入できず，競合に市場を奪われる脅威
資金不足でISO取得できない→機会を逃し，既存事業のみに依存する脅威
技術者が高齢化し，新技術習得が困難→市場要求に対応できない脅威

【脅威】「主要顧客の中国移管」という外部環境：

脅威になる条件：
既存顧客への依存度が高い→売上激減，倒産リスク
新規市場を開拓していない→代替売上がない，資金繰り悪化
柔軟性が低く，事業転換できない→構造的な衰退

機会になる条件：
既に新規市場（医療機器）を開拓済み→既存顧客への依存から脱却，より良い条件の顧客獲得

多様な顧客基盤を持つ→特定顧客に振り回されない，交渉力向上
変化を機会と捉える企業文化→中国移管を「既存顧客依存脱却のチャンス」と前向きに活用

戦略的示唆：当社が勝てる市場の条件
上記の分析から，当社の特性を「強み」として活かせる市場は：

- 【最適市場の条件】
- 1. 小ロット・多品種・カスタム対応が求められる
 - 2. 品質・精度が最優先される
 - 3. 短納期・柔軟な対応が評価される
 - 4. 長期的な信頼関係が重視される
 - 5. 不況に強い（安定性重視）市場

- 【具体的な市場候補】
- 医療機器部品市場（整形外科用インプラント，手術器具など）
 - 半導体製造装置部品市場（高精度，クリーンルーム対応）
 - 航空宇宙部品市場（少量生産，高品質要求）
 - 計測器・分析装置部品市場（精密機器）
 - 試作・開発部品市場（自動車の試作，新製品開発支援）

- 【逆に避けるべき市場】
- 大量生産の汎用自動車部品（価格競争に巻き込まれる）
 - 変化の速いエレクトロニクス市場（対応が遅れる）
 - グローバル展開必須の市場（リソース不足）

(7) STEP6：戦略立案（3つのシナリオと推奨戦略）

目的は，SWOT分析と条件付き反転を踏まえ，実行可能な戦略を立案することです。以下はAIに投げかけたプロンプトです。

これまでの分析を踏まえて，当社の戦略を立案してください。

- 【前提】
- 主要顧客（売上60％）の中国移管リスクが現実化する可能性が高い
 - 当社の特性（小規模，職人氣質，保守的財務）を強みとして活かせる市場で戦いたい
 - 医療機器部品市場が有力候補

- 【分析の視点】
- 1. 3つのシナリオを想定
 - シナリオA：主要顧客が国内生産を維持
 - シナリオB：主要顧客が中国移管（売上60％喪失）
 - シナリオC：新規市場（医療機器）への参入成功

- 2. 各シナリオでの戦略
- 何をすべきか
- どのような優先順位で実行するか
- リスクは何か

- 3. 推奨戦略
- 3つのシナリオを統合し，最もバランスの取れた戦略を提示

- 「シナリオAを前提としつつ、シナリオBに備え、シナリオCを目指す」というような段階的戦略

4. 90日以内の具体的アクション

- すぐに実行すべきこと（優先度高）
- 誰が、何を、いつまでに

以下はAIの回答（要約）です。

3つのシナリオ別の戦略

シナリオA：主要顧客が国内生産を維持

前提条件：

- 中国リスクが顕在化し、国内生産の価値が見直される
- 顧客が「品質・安定供給」を価格より重視
- サプライチェーン強靱化を優先

戦略：現状維持＋品質向上＋付加価値提案

施策	内容	期待効果
品質のさらなる向上	不良率0.05%以下を目指す	顧客からの信頼向上
VA/VE提案の強化	コストダウン提案を積極化 ※VA/VE = Value Analysis / Value Engineering（価値を維持しながらコストを下げる提案）	取引深耕、シェア拡大
短納期対応のアピール	「国内ならではの」の強みを訴求	価格以外での差別化

リスク：

- 顧客依存が継続（構造的リスクは解消されない）
- 将来的に状況が変わる可能性（コスト圧力の高まり、中国情勢の安定化など）

シナリオB：主要顧客が中国移管（売上60%喪失）

前提条件：

- 顧客がコスト削減を最優先
- 中国での生産体制が安定化
- 地政学リスクが顕在化しない

戦略：危機対応＋抜本的転換

施策	内容	期待効果
緊急コスト削減	固定費20%削減、設備稼働率向上	キャッシュフロー確保
新規顧客の緊急開拓	既存技術で対応可能な顧客を探す	売上の穴埋め
人員調整	早期退職制度、配置転換	人件費削減
事業の選択と集中	不採算製品の撤退	経営資源の集中

リスク：

- 組織の士気低下
- 技術力の低下（熟練工の流出）
- 「守りの経営」で成長機会を逃す

シナリオC：新規市場（医療機器）への参入成功

前提条件：

- 医療機器部品市場への参入が成功
- 3年で売上の30%を新規市場から獲得
- 既存事業（自動車）とのバランスが取れる

戦略：新規市場開拓＋既存事業安定化

施策	内容	期待効果
医療機器部品への参入	整形外科用インプラント部品から開始	売上の多角化
品質管理体制の強化	ISO 13485（医療機器向けの品質管理規格）取得	参入障壁クリア
営業体制の構築	医療機器メーカーへの提案営業	新規顧客開拓
技術者育成	医療機器部品の加工技術習得	技術力向上

リスク：

- 医療機器市場の参入障壁が高い（規制、品質要求）
- 投資負担（設備、認証取得）
- 既存事業との両立が困難

推奨戦略：段階的な転換戦略

上記3つのシナリオを統合し、以下の戦略を推奨します：

【基本方針】

「シナリオAをベースラインとしつつ、シナリオBに備え、シナリオCを段階的に実現する」

【具体的戦略】

フェーズ1（現在～6ヶ月）：リスクヘッジと準備

- 既存事業（自動車）の深耕（シナリオA）
- 新規市場（医療機器）の調査・検証
- シナリオBに備えたコスト構造の見直し

フェーズ2（6ヶ月～1年） 新規市場への試験参入

- 医療機器部品の小規模受注（試作レベル）
- ISO 13485の準備開始
- 既存顧客との関係維持

フェーズ3（1年～3年） 事業ポートフォリオの転換

- 医療機器部品の量産化
- 売上構成 自動車60%→40%、医療機器0%→30%、その他10%→30%
- 顧客分散によるリスク低減

90日以内の具体的アクションプラン

期限	担当	アクション	目的
1週間以内	社長	主要顧客との面談（中国移管の意向確認）	リスクの実態把握
2週間以内	営業部長	医療機器メーカー3社へのヒアリング	市場ニーズの把握
1ヶ月以内	製造部長	医療機器部品の試作可能性評価	技術的実現性の確認
1ヶ月以内	社長	ISO 13485取得の見積もり取得	投資額の把握
2ヶ月以内	営業部長	医療機器部品の試作1件受注	小さな実績作り
3ヶ月以内	経理部長	コスト構造の見直し（削減可能項目の洗い出し）	シナリオBへの備え
3ヶ月以内	社長	取締役会で戦略方針を決定	組織的合意形成