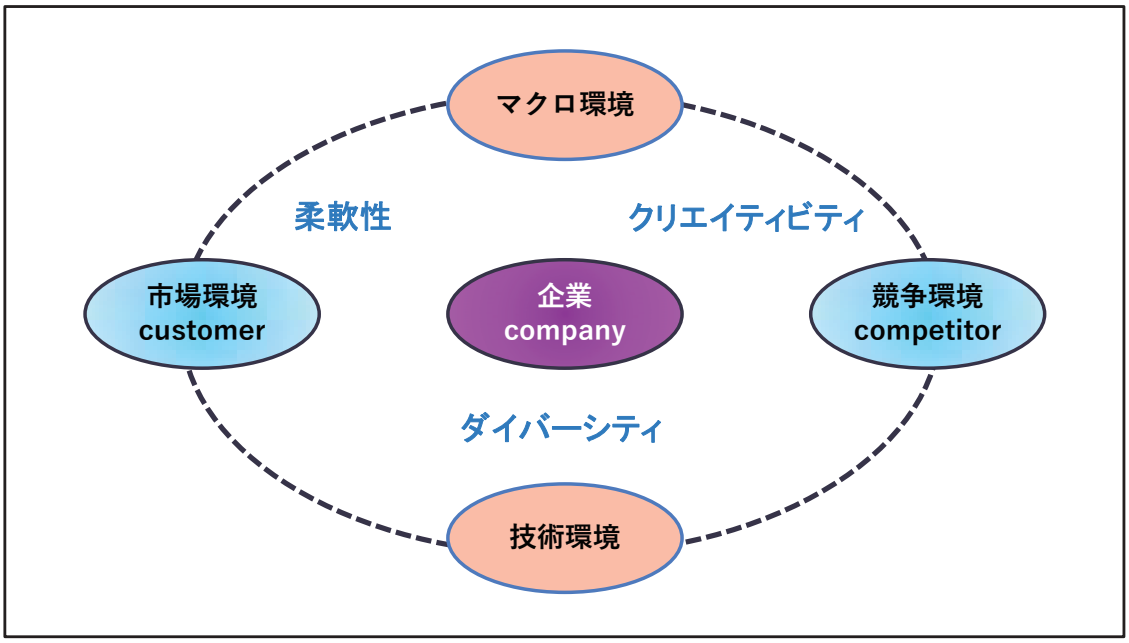
2　マクロ環境＋3C による日本企業の現状分析



(1)　競争環境（competitor）

日本企業が大きく飛躍した 1960 年代～1990 年代前半までは、外資規制があり、外国企業が日本に進出するには、事前の届出や許認可が必要であった。現在は規制緩和により、外資系企業も一部産業を除いて自由に参入が可能になり、競争が激化している。さらに現代においては、同業者との競争だけでなく、異業種企業との競争も当たり前になっている。例えば、トヨタ自動車の競合企業は、新興の電気自動車メーカーであるテスラであるが、今後はグーグル社（傘下の自動運転開発企業 Waymo）が、自動運転車で自動車業界に参入することが予想されており、実現すると、自動車メーカーが IT 業界の競合企業との競争にさらされることになる。同じような事例にホテル業界がある。アパホテルや東横インなどのホテル業界の競合企業は、Airbnb の登場で、空き部屋を持つ一般家庭となりつつある。つまり、IT 技術の進歩によって、ホテルの競合が一般家庭となってしまった。すでに IT を活用した新興企業によって、既存企業の優位性が喪失しつつある業界もある。書店業界である。駅前の一等地に位置する大規模な書店は減少傾向にあるが、その原因は、インターネット上で本を売るアマゾンの登場である。アマゾンは、従来の書店とはまったく関係のない業界から出現した競合である。IT、AI 技術の進歩により、競合企業がいつどこから現れるかが予測不能な状況となっており、現在の企業経営の厳しさが増している。