

いちゃいばネットワーク通信

発行元

大城眞徳税理士事務所
〒901-2132 浦添市伊祖1-33-1-3F
TEL 098-876-8231 FAX 098-876-8304
http://www.masism.com
hp-shintoku@tkcnf.or.jp

弱みを強みに変えよう!!

知っておくと便利な「SWOT分析」

お客様が商品（製品）やサービスを厳しく選ぶ時代になっていることはいまでもありません。しかも、そのニーズは多様化し、以前のようにヒット商品を出すのがなかなか難しくなっています。多様なニーズにスピーディーにきめ細かく対応することが求められる時代になってきました。

中小企業の「長所」と「短所」

中小企業には、一般的に、以下のような長所・短所があるといわれています。

《長所》

「小回りがきく」「自由な発想での創意工夫が可能」「バイタリティーのある活動」など

《短所》

「資金力の不足」「信用力の不足」「人手・人材の不足」など

大企業と比較してみると、大企業には中小企業に比べて資金と人材があり、中小企業は太刀打ちできません。しかし、規模が大きいと方向転換などに手間取るといった弊害があります。その点、中小企業では小回りがきき、機敏できめ細かな対応がより可能といえます。

「短所」が短所でなくなる？

短所も見方を変えれば短所とはいえなくなってきました。

・資金力の不足

例えばインターネットを活用すると、莫大なコストをかけずに情報発信・情報収集などが可能。この面では、資金不足は決定的な短所とはいえない。

・信用力の不足

明確な経営方針、綿密な経営計画の下でのしっかりとした経営、そして財務内容の公開は信用につながる。

・人手・人材の不足

社員が少ないということは、社員一人ひとりに目が届き、直接の指示で機敏に小回りもきく。

自社の長所・短所をチェックしよう!

【自社についてのチェック(一例)】

《強み・弱み》

該当する事項が強みで、該当しない事項は弱みと考えられます。

- ・社内LAN等によって情報の共有化ができています……………□
- ・技術力あるいは商品力(安さ・品質・デザイン等)がある……………□
- ・借り物であってもブランド力がある……………□
- ・アフターフォローなどサービスには定評がある……………□
- ・過去の実績から信頼性がある……………□
- ・お客様の声を商品開発に活かしている……………□
- ・協力先や外注先を多く持っている……………□

《機会》

自社を取り巻く環境での市場機会をつかんでおきます。例えば次のようなことです。

- ・自社の業界は拡大基調である……………□
- ・ニッチ(スキ間)市場は独壇場である……………□
- ・優良な市場・顧客を持っている……………□

《脅威》

自社にとっての外部環境としての脅威を把握しておきましょう。例えば次のような事項です。

- ・安い価格による競争が出てきた……………□
- ・単価下落の傾向が出てきた……………□
- ・親会社あるいは大口の得意先が戦略を変更した……………□
- ・大口の得意先が発注先を海外にシフトし始めた……………□

自社の長所(強み)・短所(弱み)は何か、きちんと把握していますか？自社の業界でのポジションをつかんでいますか？現在のような厳しい経営環境下では、自社の強み・弱みをきちんと把握しておきましょう。その上で経営方針を立て、どこに経営資源を集中するかを決定し、経営計画を立てることが必要ではないでしょうか。自社の強み・弱みなどを分析する手段として、「SWOT分析」(スウォット分析)があります。「強み」「弱み」「機会」「脅威」の4分野から自社を分析しようというのです。

<SWOT分析例> 小売業A社の場合

「長所」「短所」を知ることが大事!



強み (Strength)	機会 (Opportunity)
<ul style="list-style-type: none"> ・値段と品質においては商品力がある ・これまでの実績から信頼がある ・アフターサービスには定評がある 	<ul style="list-style-type: none"> ・優良なお客がいる ・市場は拡大している
弱み (Weakness)	脅威 (Threat)
<ul style="list-style-type: none"> ・販売力が劣る ・販売情報や顧客情報を把握していない ・コスト高体質である 	<ul style="list-style-type: none"> ・価格が下落し始めている ・量販店が出店してきた