

SWOT分析 再討議用『機会』チェックポイント

※ 超長期ではなく、今後5か年以内にありうる事・可能性が高いことを書く

分野	チェックポイント
市場・顧客	〈1〉 顧客(消費者)の高付加価値のニーズに対応した「高価格商品」を実現するには、どんな具体的な商材・サービスを開発又は開拓すれば、業績維持や拡大の可能性はあるか。またその場合、そういう顧客を呼び寄せるには、どういう仕掛けが必要か。
	〈2〉 現在の商材に対して、サービスや機能、容量、頻度、手間を大幅に減らし、デフレに応じてどういう低価格商材を実現すれば、販売チャンスは広がるか
	〈3〉 顧客(消費者)の「品質面」のニーズや買い手の圧力に対応する為、どういう具体的なサービスや機能提供、品質体制をつければ業績維持や拡大が可能か
	〈4〉 顧客(消費者)のニーズに対応して、どんな無償サービスを付加価値として提供をすれば業績維持や拡大が可能か。またどんな有償サービスを開発すれば顧客は費用が掛かってもサービス求めて、増収効果が上がると思うか
	〈5〉 これからの社会的なニーズの変化や消費者意識の変化で「チャンス」になるとしたら、どういう事か
	〈6〉 顧客(消費者)の「嗜好性」「不便さの解消」「コスト削減要求」に、どういう商材・どういうサービスを開発すれば、販売拡大が可能か
	〈7〉 クラウド、インターネット、SNS、ツイッター等、ITの更なる普及をどう上手に利用すれば、自社にどんな「チャンス」として現れると思うか
	〈8〉 自社の営業地域・マーケットの人口動態やライフスタイルの変化で、「チャンス」になるとしたら具体的にどういう事か
	〈9〉 現在の市場(営業地域)だけでなく、域外、海外などのエリア拡大をすれば、どういうチャンスができるか(販売面や調達面も含めて)
	〈10〉 Webをどのように活用して、通販、直販、顧客との直接のネットワークを構築すれば、更にどんなビジネスチャンスの拡大が可能か
	〈11〉 顧客との共同開発、OEM(相手先ブランドによる製造)等、顧客との相互取り組みによるチャンスはどのような物が可能か
	〈12〉 敢えて「無料化」「低価格化」「フリー化」を特定商材やサービスで実現する事で、販売拡大が可能になるとすればどんな事か
	〈13〉 既存商品の「リペア・リサイクル・リフォームによる低価格付加価値化」を特定商材やサービスで実現する事で、販売拡大が可能になるとすればどんな事か
	〈14〉 既存客から更にビジネスチャンスをつかむ、アフターサービスや顧客管理・メンテナンスは、具体的にどういう強化を図れば既存客売上増が見込めるか。
	〈15〉 顧客がアウトソーシングしてでも手間を省きたい又は「どこかの業者がやってくれるなら丸投げしたい」と思っている事はどんな事か？
	〈16〉 今の商材の使われ方・用途を変える事で、新たな用途開発につながる「価値転換」があるとすればどういう事か
	〈17〉 ネーミング・パッケージ・容量・流通ルートなどを変える事で新たな顧客に取り込みや既存客のアイテムにつながる可能性はないか
	〈18〉 その他市場や顧客の動きで「機会」となる事はどんなものがあるか
競合	〈19〉 厳しい業界の中で成長発展している同業者は、具体的に何が市場ニーズにあっていていると思うか。またそれをマネしたり、発展的な模倣をする事で業績維持や拡大になるとしたらどういうことを行えば業績拡大が可能か
	〈20〉 同業の競合他社をライバルではなく、顧客と考えた場合、どういう動きや商品開発、機能開発をすればそれはチャンスとなりうるか
	〈21〉 同業他社独占のオンリー客を攻めて顧客開拓をするとしたら、どういう武器をぶつければ「チャンス」になるか
	〈22〉 自社の知的財産・独自ノウハウ・独占権の活用では、どういう状況になれば、積極活用ができるチャンスになりうるか

分野	チェックポイント	
供給先	〈23〉	仕入先・外注先の動向や変化で「機会」になる事は何か(円高還元、輸入品拡大、値下げ等)
	〈24〉	仕入先・外注先から収集した情報で今後のビジネスチャンスになるテーマはないか
	〈25〉	仕入先・外注先との共同開発やコラボレーションで今後のビジネスチャンスになるテーマはないか
	〈26〉	技術革新や輸入品等で新たな代用品や代替品を仕入れることが出来れば、どういうチャンスが広がるか
流通	〈27〉	元請や仲介先に影響されない対策を、どのようにとれば「機会」になるか
	〈28〉	どういった新たな販売先(新チャネル)の出現の可能性はあるか。またそれをどのように展開すれば「機会」になりうるか
	〈29〉	別ブランド等を、直販、通販、ネット販売等の直接販売で、どう具体的に展開すれば、新たなチャンスにつながるか
	〈30〉	既存事業の不動産における「機会」は何が考えられるか(賃料値下げ、複合活用等)
政治・法規制・環境・緩和・社会	〈31〉	今後の政治状況による自社に関係する新法ではどういった事が具体的な「機会」になるか
	〈32〉	新たに規制が強化されそうな動きで、自社の業績に直結する「機会」の動きは何か
	〈33〉	逆に規制が緩和されそうな動きで、参入障壁がなくなり、自社の業績に直結する「機会」の動きは何か
	〈34〉	子供手当や少子化が進むと、自社の関連で増えるビジネスチャンスは何か
	〈35〉	高齢化、核家族化、独居の増加によるビジネスチャンスは何が考えられるか
	〈36〉	Co2削減やエコの社会的なニーズに対して、自社に関連性をつけて、どういった分野でビジネスチャンスがあるか
海外・経済・動向	〈37〉	金融行政の新たな動きや金融機関の今後の動きで「機会」になるとしたら、どういったことか
	〈38〉	対中国、対米国、対EU、対アジア他などの世界の変化や影響で自社に具体的な「機会」になる事は何か
	〈39〉	国内経済の影響では、どういった状況になれば、自社に具体的な「機会」が顕在化するか
	〈40〉	その他「機会」となる事がどんなものがあるか