

# SWOT分析クロス分析 記入用シート

会社名 ( 株式会社ファミリーレストラン )

- ※ 各「ヒアリングポイントシート」からヒアリングした項目を、各欄に入力する
- ※ 4つの窓(TOWS)の入力が終わったら、一旦プリントし参加者に配布する
- ※ プリントする前に空欄を削除して上詰めにして、A3版で配布する(レイアウト調整をして、多くても2枚までに)

1か年で結果を出す優先度の高い【短期実行対策】	
3か年で結果を出す為の優先度の高い【中期戦略と仕掛け対策】	

参加者			
-----	--	--	--

内部要因	
強み(S)・・・ターゲットと比較して (ターゲットがない場合は一般的な発注者ニーズをベースに)	弱み(W)・・・ターゲットと比較して (ターゲットがない場合は一般的な発注者ニーズをベースに)
① 「〇〇の鶏」と定着しており、定番品の比重が高い	① 食中毒による、風評被害により売上が落ちている。
② 新興の外食と異なり、もともとのブランド力がある	② インターネット通販が振り込み決済のみなので、利便性が悪い。又ホームページが素人の域を出ない
③ ガスト、他ファミレスと比べると味で勝っている。	③ メニューの価格が高い。
④ 副食材、ソース等を自社で作っているため、手作り感を訴求でき、味のブレがない。	④ アルバイトが多い為、すぐ辞める。定着率が悪いため、接客レベルがあがらない。
⑤ オープンキッチンで手作り感が強い	⑤ 店舗の老朽化が進んでいる。(リニューアル資金がない、借入は出来るが、今の借入金返済があるため増やしたくない。)
⑥ 鳥の仕入れ業者の品質が高い(鳥インフルエンザの影響がこの業者ではなかった)	⑥ オーダーミスが多いため、ロスが多い。
⑦ メニューのボリューム感がある	⑦ フレンチレストランの業績が悪く大きな赤字が続いている。本業の足を引っ張っている。
⑧ 厨房機器は仕出にも対応でき、イベント弁当や鉢盛の営業も可能	⑧ 〇〇店の駐車場が少ない、フレンチレストランは駐車場に入りづらい。
⑨	⑨
⑩	⑩

外部環境	機会(O)		組み合わせ番号(例<2>-<5>)	【積極戦略】自社の強みを活かして、更に伸ばしていく対策。又は積極的に投資や人材配置して他社との競合で優位に立つ戦略	左記対策を実施した場合の概算数値(売上増減、利益改善、経費増減、件数増減、%増減等)	組み合わせ番号(例<2>-<5>)	【改善戦略】自社の弱みを克服して、事業機会やチャンスにの波に乗るには何をどうすべきか	左記対策を実施した場合の概算数値(売上増減、利益改善、経費増減、件数増減、%増減等)	
	市場・顧客	競合							
市場・顧客	<1>	観光等で県外からの来店客は今後も増える	<3><4><6>-<2><4>	大手量販店の中で「〇〇の鶏料理」フェアで売上がよい。〇〇市以外で副食材やソースの卸し先の開拓を進める。(福岡のX社、大阪のB社との取引を拡大する提案を行う)		<2><4>-<2>	まだ本格的といえないホームページ通販を強化(現在月1%の割合、3年後10~20%の割合、金額は月約200万を目標)		
	<2>	メディアの影響により、B級グルメとして鶏料理のイメージが広がっている							
	<3>	〇〇の鶏料理は地元でも第1位の知名度になっている	<9>-<1><2><8>	学校の運動会であったり、地域のイベントに合わせた仕出し専門店の可能性がある・・・信用があり、調理施設が揃っている。洋食系仕出しやケータリングサービスの業者が近隣にない		<2>-<2>	インターネット通販で振り込み決済以外を始める。カード決済と楽天市場の出店を行う		
	<4>	インターネット通販でのソースやレトルト鶏は伸びていく							
	<5>	ソースについては、卸(スーパーや業務用)の市場ニーズがある。	<15>-<8>	仕出しの調理人の配置し、「洋食仕出部」(ケータリングサービス)を開設。チラシ営業とタウンページ、試食会・出前サービスを強化する		<2><4>-<2>	HP、インターネット通販強化のために職員の採用または外注(経費は掛かっても、それ以上の粗利益確保を目指す)		
	<6>	テイクアウトのソース需要と冷凍、レトルト需要はある							
	<7>		<2><4>-<2><4>	「〇〇の鶏」のテイクアウト商材、冷凍技術の開発		<1><3>-<4><6>	奥さんを接客チェッカーと教育係りとして、再度店頭に出す		
	<8>								
	競合	<9>	地元ファミレスの同業者が撤退している。それにより拾えるお客さんが増える。						
		<10>							
流通	<15>	知名度を活かした営業をすれば、イベントのオードブルや仕出しの需要はある							
	<16>								
他社社会経済環境	<17>								
	<18>	円高になれば、輸入食材の仕入高が減る							
脅威(T)		左記の状態、今のまま具体的な手を打たない場合、どれ位マイナスになるか概算数値や%を書く	組み合わせ番号(例<2>-<5>)	【差別化戦略】自社の強みを活かして、脅威をチャンスに変えるには何をどうすべきか。	左記対策を実施した場合の概算数値(売上増減、利益改善、経費増減、件数増減、%増減等)	組み合わせ番号(例<2>-<5>)	【致命傷回避・撤退縮小戦略】自社の弱みが致命傷にならないようにするにはどうすべきか。又はこれ以上傷口を広げない為に撤退縮小する対策は何か	左記対策を実施した場合の概算数値(売上増減、利益改善、経費増減、件数増減、%増減等)	
市場・顧客	<1>	景気悪化により外食にでる家族が少なくなってきた。(内食増加)				<1><3>-<7>	フレンチレストランを閉鎖し、〇〇店へ店舗部門を移行する。		
	<2>	安い中国産の食材の敬遠が今後も続く							
	<3>	観光目的の高額ランチは益々減少し、低価格の普及帯が主力になる							
	<4>	ファミリー層の来店は減っていく							
	<5>	高カロリーのイメージが定着しつつある							
	<6>	鶏料理のバリエーションが広がり、「〇〇の鶏料理」出なくても構わない客が増えている							
	<7>								
競合	<9>	低価格ファミレスでの同様のメニューを取扱い、差別化が難しくなっている							
	<10>								