

SWOT分析クロス分析 記入用シート

- ※ 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)

会社名(歯科医院)

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	同業者と比較して、自法人が勝っていると自信のある点は何か(ヒト、モノ、カネ、技術、情報、効率、社内環境等を具体的に書く)	①	競合者と比較して、自法人が明らかに負けている点(ヒト、モノ、カネ、技術、情報、効率、社内環境等)は何か		
②	今まで事業が継続発展してきた要素別の理由(ヒト、モノ、カネ、技術、情報、効率、社内環境等)	②	患者ニーズに対応していない点は何か?その結果、どういう現象が起こっているか?		
③	一般患者から評価されている事項、認められている点は何か	③	患者開拓、企画力での弱みは何か		
④	連携先(紹介先)から評価されている事項、認められている点は何か	④	業績悪化要因につながっている弱みは何か		
⑤	営業面全般での強みといえるポイントは何か	⑤	専門性、企画力、サービス力での弱みは何か		
⑥	組織面・財務面全般で強みといえるポイントは何か	⑥	サービス力での弱みは何か		
⑦	コスト面、生産性において強みといえるポイントは何か	⑦	コスト力、価格力での弱みは何か		
⑧	医療品、接客品質において強みといえるポイントは何か	⑧	人材基盤(職員の質、層、組織力)の弱みは何か		
⑨	その他の部門において強みといえるポイントは何か	⑨	設備力、資金力の弱みは何か		
⑩	現在 実践している事で業績に直結している点は何か	⑩	顧客クレームで多い項目は何か		
⑪	業者(仕入先、外注先、銀行等)から評価されている点は何か	⑪	明らかに弱みと思われる社内事情(風土、気質、モチベーション等)は何か		
⑫	業界では先駆的に実践して 成果が出ている点は何か	⑫			

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】	

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の際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・他的要因	脅威(T)						
市場・顧客・他的要因	<1>	介護者・高齢者の増加に伴いどのような積極的な関与でチャンスは広がるか						
	<2>	今後の地域の特性(年齢別人口、所得層、生活パターン、ニーズに合った診療時間)から見るとどのような機能やサービスを付加すればチャンスが広がるか						
	<3>	今後の歯科医療行政の新たな動きで、逆転の発想でチャンスに捕らえることは何かあるか						
	<4>	介護サービス機関や他の医療機関との連携で可能性あるチャンスは何かがあるか						
	<5>	今までPRしなかった分野で新たな地域の診療ニーズの掘り起こしのチャンスは何かあるか						
	<6>	得意な専門性や自信のある患者ゾーンに対して、地域1番点のイメージを作るには、どのようなアクションがあれば、可能か						
	<7>	低価格・無料・フリーの患者メリットを全面に出したPR戦略ではどういものができる事として有効か						
	<8>	患者家族総囲い込みの戦略では、どうい事をすればチャンスが広がるか						
	<9>	メディアが取り上げてくれそうな企画やストーリーはどんな事なら可能性があるか						
	<10>	似たような地域で開業している患者が多い歯科医のどのような戦略を真似すればチャンスになるか						
	<11>	患者は今後、どのような専門性や機能・サービスにはメリットを感じて来院、利用してくれると思うか(具体的な患者、家族ニーズとは何か)						
	<12>	法律改正、規制緩和や規制強化は今後、自法人に有利に働くとしたら、どうい事が具体的にできそうか						
	<13>	インターネットや各種の携帯・情報ツールの普及によるPR戦略や予約システム等ではどういチャンスが具体的に生まれるか						
	<14>	参入障壁の撤廃、技術革新による新たな市場、衰退市場からの撤退による、今後の可能性はどんな事が挙げられるか						
市場・顧客・他的要因	<1>	同じ診療圏に競合歯科が増える脅威はどれ位あるか						
	<2>	リニューアルや設備投資についての金融機関の融資姿勢はどういことが脅威になるか						
	<3>	患者クレーマー、地域のモンスター等の脅威は何かあるか						
	<4>	インプラント事故や医療訴訟の脅威がどんな事が顕在化するか						
	<5>	歯科医や衛生士の品質における脅威は何か						
	<6>	自費診療のPR競争、提示価格競争による脅威がどうい点があるか						
	<7>	予約キャンセルはどんな脅威になっているか						
	<8>	既存患者のニーズはどう変化し自法人に具体的なマイナス事象となって現れるか						
	<9>	仕入先や委託先には今後どうい変化が生まれ、自法人に具体的なマイナス事象となって現れるか						
	<10>	今後のリスク要因として、コストアップ要素は何か考えられるか						
	<11>	労働環境、雇用状況、人件費面ではどうい点が脅威か						
	<12>	医療制度の改正、報酬制度の改正、規制緩和や規制強化はどのような脅威が具体的にできそうか						
	<13>	インターネットや各種の携帯・情報ツールの普及による脅威は何かがあるか						
	<14>	今後起こり得る社会ニーズの変化、消費者意識の変化、経済構造の変化では、どうい脅威が具体化しそうか						