

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枚までにする)

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】	

会社名(総合建設業)

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	競合者と比較して、自社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、自社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	顧客ニーズに対応していない点は何か?その結果、どうい現象が起こっているか?
③	施主・オーナーから評価されている事項、認められている点は何か	③	顧客開拓、企画力での弱みは何か
④	JV先・元請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	商品力、開発力、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	施工面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	開発面において強みといえるポイントは何か	⑧	人材基盤(社員の質、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	

機会(O)		組合わせ番号(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		組合わせ番号(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)		
外部環境	市場・顧客・他的要因	<1>	耐震・再生・リフォーム市場はどうチャンスになっていくか									
		<2>	高齢化に伴う医療介護分野への営業ではどう機会が生まれるか									
		<3>	過去の施工物件のアフターメンテナンスサービスをどのように事業化すればチャンスが生まれるか									
		<4>	低炭素社会、新エネルギー分野へは、どうアクションすればチャンスになるか									
		<5>	リデュース・リユース・リサイクルの3Rに関連した環境ビジネスではどういうチャンスがあるか									
		<6>	どういう得意分野を強化すればチャンスが生まれるか									
		<7>	行政の支援策(金融面・ノウハウ面)をどう活かせば、活路が見出せるか									
		<8>	どういコスト削減を進めれば、圧倒的な価格適応力を出して、競走に生き残れるか									
		<9>	自社の経営資源が活用できる新たなマーケット(市場)は、どういジャンル(分野)に可能性があるか									
		<10>	厳しい業界の中で発展成長している同業者は、何が市場ニーズにあっているのか(何を真似すれば可能性が広がるか)									
		<11>	顧客(施主)は今後、どうい商品・サービスにはメリットを感じて購入してくれると思うか(具体的な顧客・消費者ニーズとは何か)									
		<12>	法律改正、規制緩和や規制強化は今後、自社に有利に働くとしたら、どうい事が具体的に出てきそうか									
		<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									
		<15>	グローバル化・関税撤廃等の自由貿易化・地政学的リスク等、世界的な動きでのチャンスがあるとしたら具体的にどんな事か									
		<16>	世界的な温暖化防止、食料危機、資源外交などの大きな変化の中で自社に可能性ある分野はどんな事か									
		<17>	既存の販売チャネルだけでなく、今後可能性ある販売チャネルはどういルートか。									
		<18>	どうい商品の機能向上やサービス機能が、今後の顧客・消費者のニーズとなりうるか									
		<19>	思い切った低価格を実現するには、どうい戦略があれば、販売拡大は可能か									
		<20>	今後起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、どうい事がチャンスとなって具体化しそうか									
外部環境	市場・顧客・他的要因	脅威(T)		組合わせ番号(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)			
		<1>	財政悪化に伴う公共工事の削減や民主党の箱物・インフラへの政治的な動きは、今後どれ位脅威か									
		<2>	改正建築基準法は、自社の営業・施工にどう脅威か									
		<3>	リーマンショック後の不動産不況(地価下落)はどう脅威か(不動産会社の倒産による貸倒リスクはどうか)									
		<4>	談合排除や競争入札はどう脅威になっていくか									
		<5>	不動産への金融機関の融資はどう脅威になっていくか(今後の資金調達の困難さはどうか)									
		<6>	受注競争や価格競争はでの採算悪化受注は今後、どう推移していくか									
		<7>	今後の原価上昇(燃料費、資材費)等のコストアップはどう脅威とみているか									
		<8>	有力な外注先の倒産や労働者の確保での脅威はどうか									
		<9>	同業者、競合者、大手の動きで今後、どんな「脅威」が更に具現化するか									
		<10>	商品の役割の寿命終了、又は技術革新による代替品の成長、それに乗った他業界からの参入ではどんな事が具体的に出てくるか									
		<11>	今後もデフレが続く中、低価格品、低利益品がどう市場を変え、自社に具体的なマイナス事象となって現れるか									
		<12>	取引先である既存顧客または元請けのニーズはどう変化し、自社に具体的なマイナス事象となって現れるか									
		<13>	主力取引先は、どういマイナス要因で衰退し、自社にどうい具体的なマイナス事象となって現れるか									
		<14>	仕入先、外注先には今後どうい変化が生まれ、自社に具体的なマイナス事象となって現れるか									
		<15>	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									
		<16>	労働環境、雇用状況、人件費面ではどうい点が脅威か									
		<17>	法律改正、規制緩和や規制強化はどのような脅威が具体的に出てきそうか									
		<18>	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									
		<19>	グローバル化・国家間の関係・地政学的リスク等、世界的な動きで自社に与える脅威は具体的にどんな事がありうるか									
<20>	今後起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											