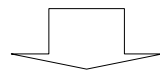


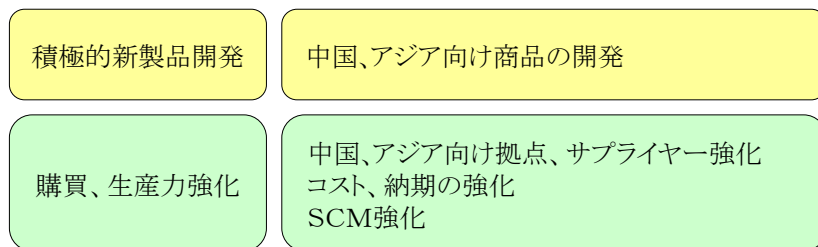
経営環境のSWOT分析例

強み (Strength)		機会 (Opportunity)	
内部環境	製品開発力の強さ ・ 特定分野に特化した製品開発力	海外市場の拡大 ・ 中国の市場拡大 ・ 東南アジアの市場拡大	外部環境
	生産、調達力の弱さ ・ 調達先が国内に限定 ・ 原価、納期力が低い	国内市場の競合激化 ・ 国内の競合激化 ・ 低価格海外品の参入	
弱み (Weakness)		脅威 (Threat)	

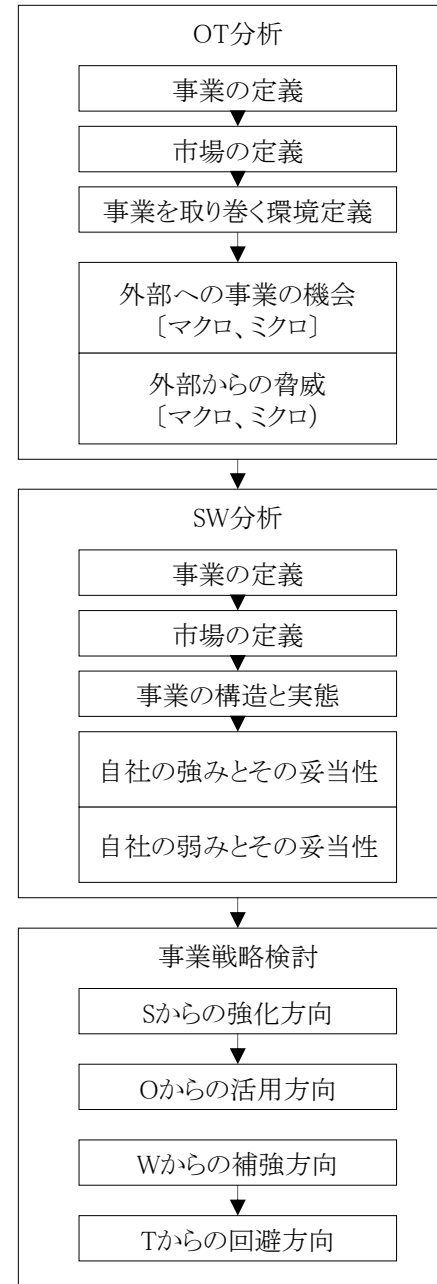


事業戦略への反映

S,Oを再認識し、さらに強化、活用し、売上、利益拡大を目指す。
W,Tを補強し、脅威回避のために拠点、取引先、改善強化へ



展開ステップ



2・2 自社の強み弱みからの分析と戦略反映(SWOT分析)

企業内でのコンサルティングの第一歩は、その企業の内部環境分析(強み・弱み)と外部環境分析を行い、その組合せで事業の基本方向、改革方向を検討することです。この検討は、コンサルタントのみでなく、企業内のメンバーも一緒に検討・議論することが大切です。長い間その業界、市場にいる企業内の考えと、客観的な外部の意見とを混ぜることで新鮮な発見等も多く得られ真に自分たちの戦略になっていくわけです。

外部環境からの分析は、外部環境分析を活用すると良いでしょう。また内部環境分析は、客観的に事業行動構造分析を活用すると良いでしょう。このような組合せで分析することで漏れや偏りのない体系的な分析が可能になります。