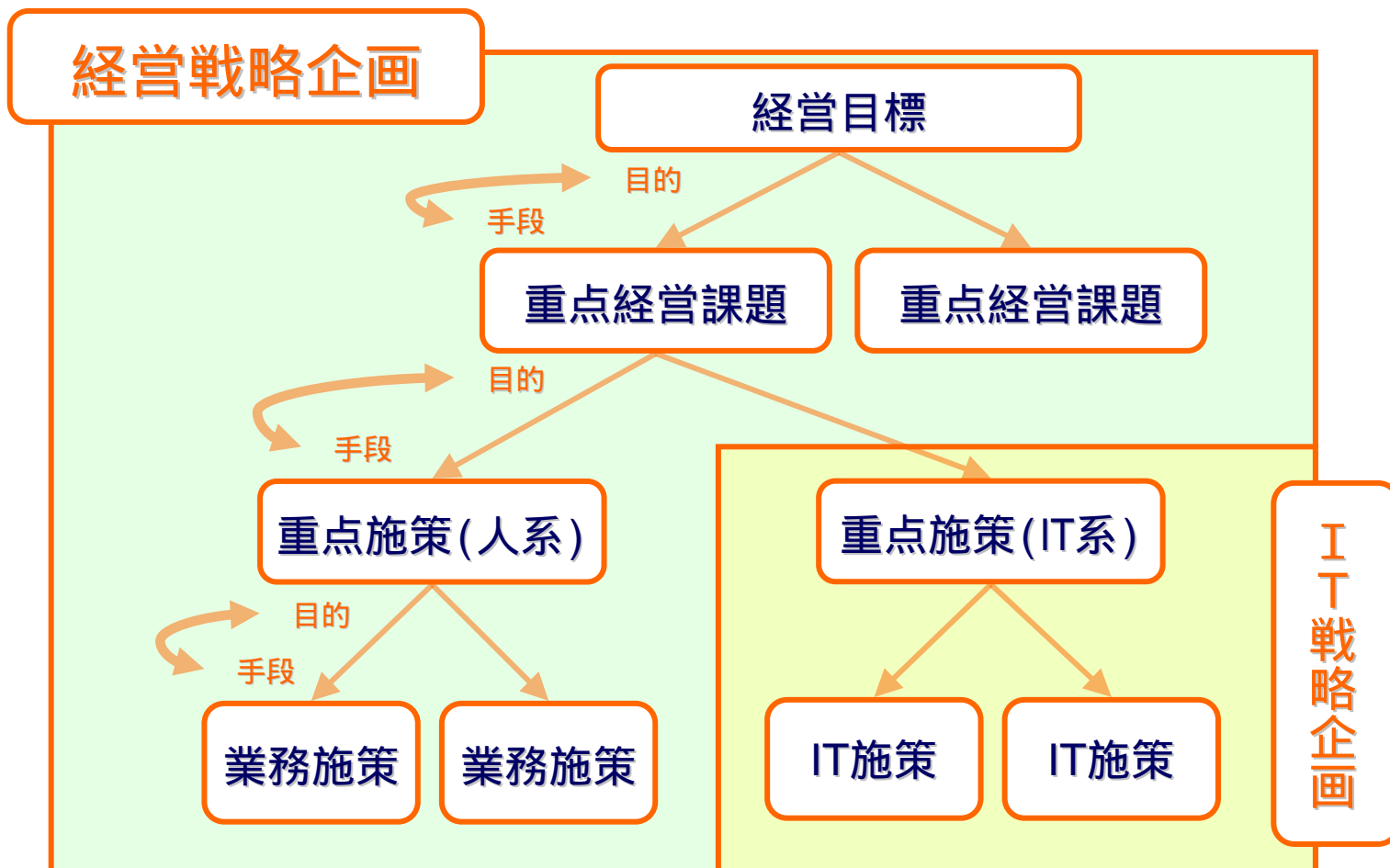


はじめに

今回の特別企画では、ご提供する資料をご活用いただくことで、貴社オリジナルのIT戦略の立案が可能となるよう、各種手順と手法をご紹介しますが、下図の通り、IT戦略とは経営戦略の立案を通して明らかになった重点経営課題を克服する為の一つの要素に過ぎません。その点を十分にご理解頂き、上位戦略である『経営戦略の立案』から順次作業をお進めいただきますよう、お願い申し上げます。



SWOT分析

経営戦略の立案において最も重要な分析が重点経営課題を導くSWOT分析です。
SWOT分析とは、自社の経営上の強み(Strength)と、経営上の弱み(Weakness)、自社の成長に寄与する可能性がある機会(Opportunity)、自社の今後に対する脅威(Threat)の4つの切り口で分析を実施し、各視点の組み合わせによって自社が取り組むべき重点経営課題を導き出す分析手法です。
(SWOTとは4つの切り口に関する英語の頭文字を意味します)

SWOT分析の実施手順

① 経営者および、業務責任者全員が無記名でSWOT項目を分類表()に書き出す。

<p><強み(S:Strength)> 顧客はなぜ取引してくれるのか？ (案外これがはっきりしていない)</p>	<p><機会(O:Opportunity)> 経済環境の変化はビジネスチャンスを生み出す 自社にとってチャンスになりうる経済環境変化は何か？</p>
<p><弱み(W:Weakness)> 酒の席の人気の話題</p>	<p><脅威(T:Threat)> 自社の強みを殺す危険性がある経済環境の変化は何か？</p>

SWOT項目分類表

② 出された意見を、『同義・類似・包含などの視点』でグループ化する。

SWOT分析

- 3 グループ化された意見(単独の意見も残す)を分析表()に再配置し、『強みと機会』、『弱みと機会』、『強みと脅威』、『弱みと脅威』を組み合わせ、『経営課題』を導き出す。

		外部環境	
		機会	脅威
内部環境	強み	事業機会をうまく自社の強みに取り込むための経営課題と手段は？	自社の強みを事業脅威で弱みに変化させないための経営課題と手段は？
	弱み	事業機会を利用して自社の弱みを克服するための経営課題と手段は？	事業脅威が自社の弱みと重なり致命傷にしないための経営課題と手段は？

SWOT分析表

- 4 の作業で導き出された『経営課題』(で囲まれた部分) について『キーワードの共通性』、『課題間の主従関係』などを基に、最大4つの『重点経営課題』として再整理する。

重点経営課題	O(機会)	T(脅威)
S(強み)	経営課題	
W(弱み)		

SWOT分析

部品製造業A社のSWOT分析結果 (実際の分析結果ではありません)

重点経営課題		外部環境	
		機会	脅威
1) <u>ネット販売部門の強化</u> 2) <u>厳密な販売分析の実施</u> 3) <u>ナショナルブランドの異業種との協業</u>		<ul style="list-style-type: none"> 公的な支援(県による輸入ルート開拓支援) 自社取り扱い商品への需要拡大 インターネットの浸透 関連法の施行 販売網のボーダレス化 	<ul style="list-style-type: none"> 海外(中国)の安価な代替品 経済の地域間格差(都市圏vs地方) 異業種の業界参入
内部環境	強み <ul style="list-style-type: none"> 商品に関する知識とノウハウがある。 商品製造の高い技術力がある。 全国組織に加盟しておりスケールメリットを享受できる。 ネットでの取引が伸びている。 短納期が実現できている。 	<ul style="list-style-type: none"> ■高い技術力を背景にしたネット市場での販売強化 ■技術力と関連法への対応徹底で商機拡大 ■ネット販売部門の強化によるインターネット市場での売上増加 	<ul style="list-style-type: none"> ■都市圏との人件費格差を利用した低価格商品で、都市圏での市場拡大 ■高い技術力を背景にナショナルブランドの異業種と協業し市場拡大 ■高い社員能力を活用して中国での事業展開(人材教育事業・製造)
	弱み <ul style="list-style-type: none"> 売れる商品の調達が十分でない。 商品企画を行う専門部門が無い。 営業力が弱い。 顧客ニーズを蓄積できていない。 利益率が低い。 欠品率が高い。 販売分析が十分でない。 雑誌等の宣伝効果が出ていない。 	<ul style="list-style-type: none"> ■商品企画部門による厳密な販売分析に基づく商品ラインナップの強化で市場ニーズを確実に掴む ■インターネットを活用した商品仕入により欠品率を改善 ■輸入による仕入コストの削減 	<ul style="list-style-type: none"> ■販売分析に基づく商品ラインナップの強化で海外からの代替品に対抗 ■ナショナルブランドの異業種と協業する事で営業力を向上 ■海外の代替品を積極活用することで欠品率を改善

事業ドメインの図式化

SWOT分析によって明確にされた自社の重点的な経営課題の克服を目指し、『自社の強みを最大化する為に必要な能力を定義』し、『限られた経営資源をどの分野に集中』し、『どの分野から撤退するのか』を明らかにするのが、事業ドメインの図式化です。

事業ドメインの図式化は、現状ドメインの図式化 今後のドメインの図式化と進めていきます。

事業ドメイン図式化の実施手順

- 1 現在の『お客様』、『お客様のニーズ』、『お客様に選んでいただける自社のノウハウ』を明確にする。

お客様

地域 / 業種・職種 / 法人個人の別 / 性別 / 年齢層などで定義する

ニーズ

価格 / 納期 / 品揃え / サービス内容 / 将来像などで定義する

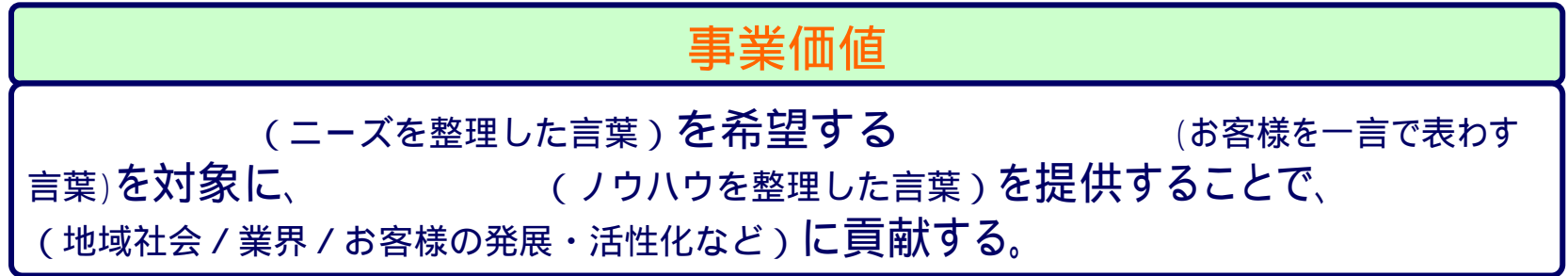
ノウハウ

(コア・コンピタンス)

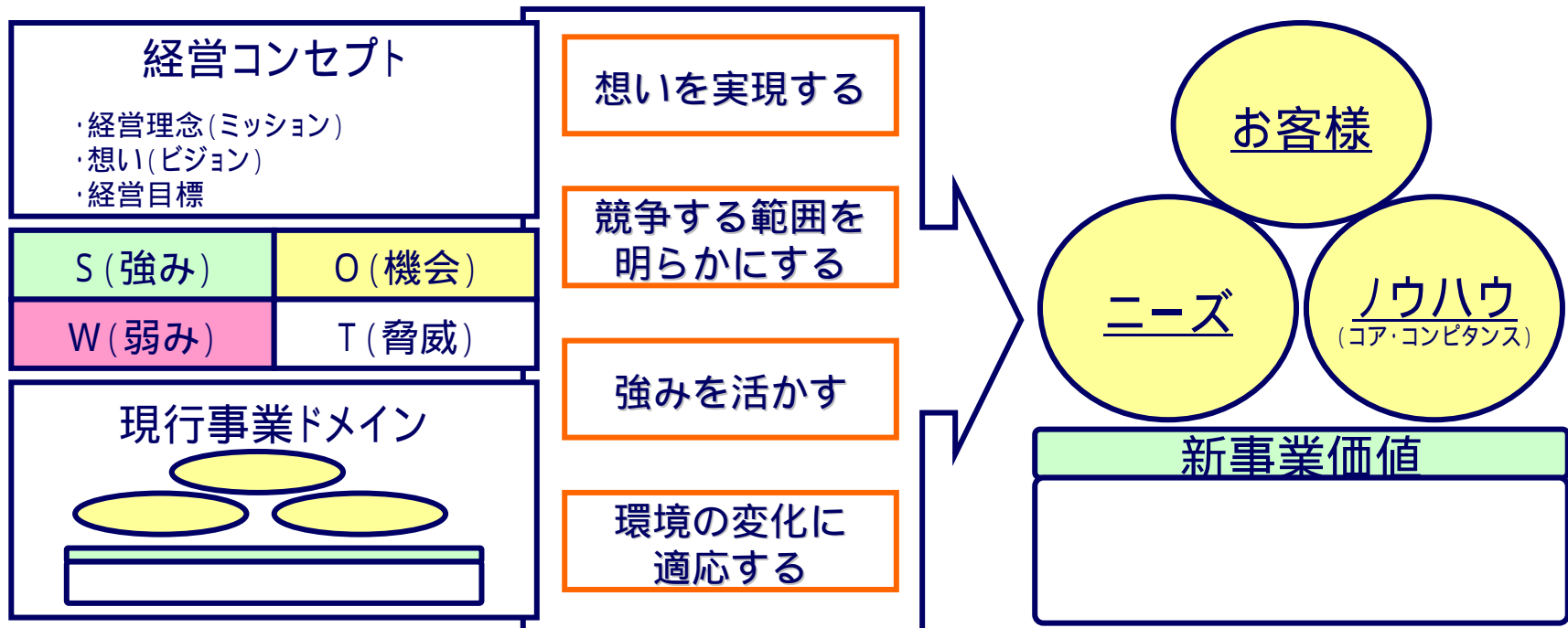
社員の能力 / 組織の能力 / 業務手順 / サービス内容 / 商品力などで定義する

事業ドメインの図式化

- 2 現在の『お客様』、『ニーズ』、『ノウハウ』を整理し、自社が社会の中で何故存在を認められているのかを『事業価値』として明記する。

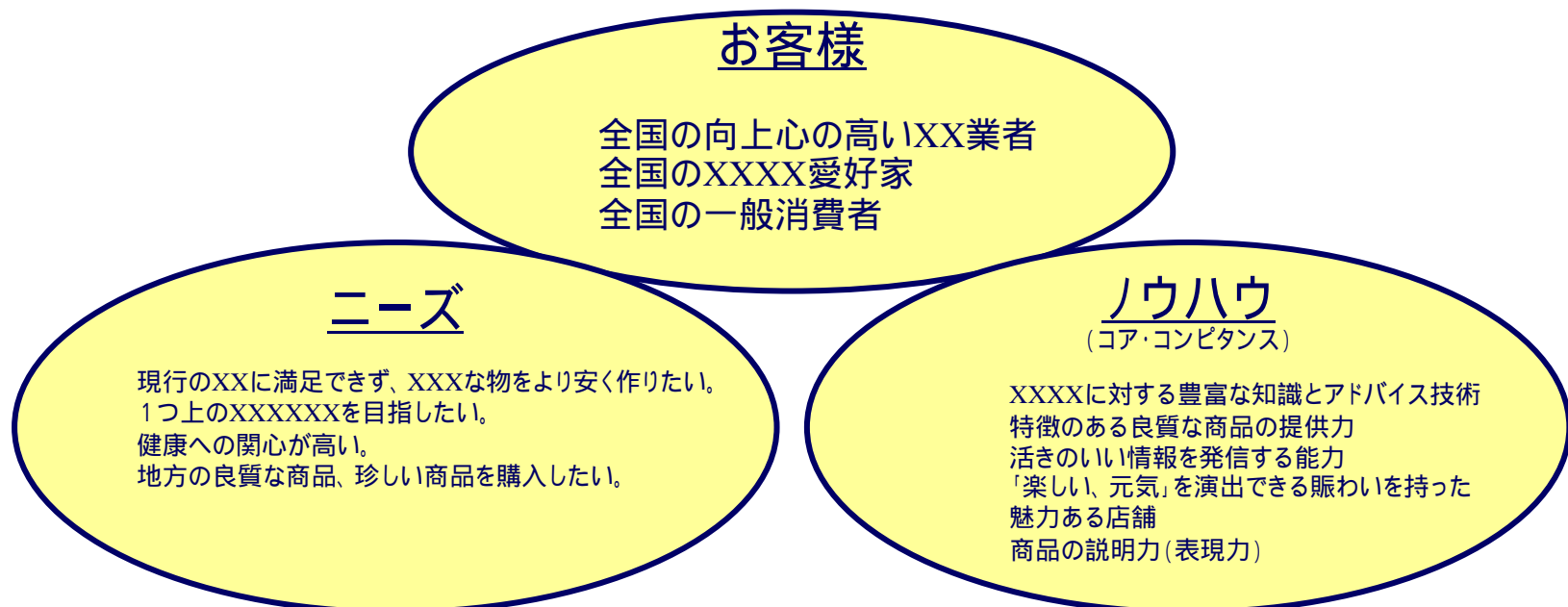


- 3 経営コンセプト・SWOT分析結果・現行の事業ドメインを基に、競争力の強化に繋がる様々な視点(強みを活かす等)で事業ドメインの見直しを行い、新たなドメインとして再定義する。



事業ドメインの図式化

小売業B社の新事業ドメイン例（実際の分析結果ではありません）



新事業価値

XX業に従事する人・XXXX愛好家・健康を大切にすることを対象に、的確な情報と良質の商品を提供し、人々が集う楽しいコミュニケーション空間を創造することで、みんなの笑顔と地域の活性化に貢献する。

付 録

分析用ワークシート

SWOT項目分類用ワークシート

<p>< 強み (S: Strength) ></p>	<p>< 機会 (O: Opportunity) ></p>
<p>< 弱み (W: Weakness) ></p>	<p>< 脅威 (T: Threat) ></p>

分析用ワークシート

SWOT分析用ワークシート

重点経営課題		外部環境	
		機会	脅威
内部環境	強み	強みで機会をものにするための課題	強みで脅威を退けるための課題
	弱み	弱みで機会を逃さないための課題	脅威と弱みで最悪の事態を招かないための課題

分析用ワークシート

事業ドメイン定義様ワークシート

() 事業ドメイン

お客様

ニーズ

ノウハウ
(コア・コンピタンス)

() 事業価値