

■SWOT 分析の着眼点

●内部環境（人・技術・設備等）

[財務]

- ・部門・得意先・製品別の採算管理はなされているか
- ・売掛金の回収管理は徹底されているか
- ・しっかりした資金繰り管理はなされているか

[経営]

- ・しっかりした経営理念をもっているか
- ・経営幹部が充実しているか
- ・経営計画を作成しているか
- ・経営計画が公開され、従業員に周知徹底されているか

[販売]

- ・しっかりした販売計画・営業計画が立てられているか
- ・顧客情報を収集・蓄積し、提案型営業等に役立っているか
- ・効果的な販売促進を行っているか

[商品・製品]

- ・市場や顧客のニーズを新製品開発や取扱商品の選定に活かしているか
- ・顧客ニーズからみて、商品構成品目の品揃えは適切か

[物流]

- ・仕入先・外注先管理（品質・価格・納期）は適切に行われているか
- ・在庫管理（発注・在庫基準の設定）は適切に行われているか
- ・配送やピッキングの効果がなされているか

[生産]

- ・生産、工程計画は作成されているか
- ・品質管理（不良在庫や歩留率の改善、コストダウンへの取組に前向に取組んでいるか
- ・納期管理をしているか
- ・多能工化は進んでいるか
- ・現場の改善活動はなされているか

[技術]

- ・生産技術のマニュアル化やデータベース化により従業員のスキルアップを図っているか
- ・製品開発にあたっては、外部開発ネットワークを活用しているか
- ・技術は陳腐化していないか

[施設]

- ・店舗や工場・機械のレイアウト改善の余地はないか
- ・機械設備等のメンテナンスは十分に行われているか
- ・作業現場の安全対策は十分に行われているか

[労務]

- ・自社の経営計画から見て適正な人員配置となっているか
- ・人事考課、賃金体系は明確か
- ・目標管理制度を導入しているか
- ・従業員教育を十分に行っているか（教育制度の充実）

[情報化]

- ・ITが経営管理等にうまく活用されているか

●外部環境（業界・競合先の動向）

[競合先の動向]

- ・当社と競合先を比較した場合の業界における地位・在立基盤・優越性
- ・競合先の経営戦略（対象とする市場、新製品・商品の開発・設備投資動向、差別化政策）
- ・競合先との製品・商品の比較（品質・価格・納期）

[業界動向]

- ・業界の市場規模と当社のシェア
- ・主要商品・商品にかかわる業界推移（生産・消費・価格動向）
- ・下請企業の場合、親会社の属する業界推移、親会社の地位
- ・業界の今後の見通し

[マクロ環境]

- ・社会（人口構成、教育、価値観、ライフスタイル、雇用情勢）
- ・経済（景気動向、金融情勢、設備投資動向、消費動向）
- ・政治（法制度、税制、規制緩和、環境政策）
- ・技術（バイオテクノロジー、医療、通信等）