

IME [ai em e:] 中小企業の生き残り作戦！ ONLY OTA QUALITY 未来職人 こだわりの仕事 Member's No. 0000




2014年 経営戦略・計画立案(2)

外部環境調査



株式会社 IMEコンサルティング
代表取締役 立居場誠治



定期経営セミナー開催要領

- 場所
大田区産業プラザ(Pio) 蒲田
〒144-0035 東京都大田区南蒲田1-20-20
TEL: 03-3733-6600
- 日時
3月28日(金) F会議室
4月25日(金) F会議室
5月23日(金) G会議室

18:30から1.5~2時間程度

- テーマ
・企業経営関連のテーマを時期と希望により選定する

生産ゼミOB会開催！

2014年5月17日(土)


情報、連絡は専用ホームページ
トピックス等は立居場のfacebook

対象：中企大 経営管理者研修 生産ゼミのOB
場所：中小企業大学校 東京校(寮に宿泊可)
日程：大学校集合
15:00-16:50 教室にてオープニング、研修
17:00-18:00 記念撮影、入寮手続き等、懇親会場に移動
18:00- 懇親会(養老の滝?これから予約)
懇親会終了後解散
(二次会及び翌日(日曜)の行動は各期でお考えください)

研修テーマ：中小製造業の「成長戦略の考え方」

費用等：
・研修費として1000円徴収(教室使用料にあて、余剰分は懇親会費に補充します)
・研修費の領収書希望者には株式会社IMEコンサルティングで発行します
・懇親会費は、当日実費を参加者で割り勘にします(3~4千円?)
・交通費、宿泊費等は各自ご負担願います(寮費2,150円?)

申込み：参加と宿泊の有無等を各期のゼミ長を通じてお申し込みください



II. 経営環境調査

- 内部環境調査(強み・弱みの洗出し)
 - 1.1 財務分析
 - 1.2 営業・受注調査
 - 1.3 製品(商品)分析
 - 1.4 業務プロセス調査
 - 1.5 組織管理分析
- 外部環境調査(機会・脅威の洗出し)
 - 2.1 マクロ要因分析
 - 2.2 ミクロ要因分析
 - 2.3 競争要因分析
- 経営環境まとめ SWOTストレート

2月(第一回)宿題

3月(第二回)宿題

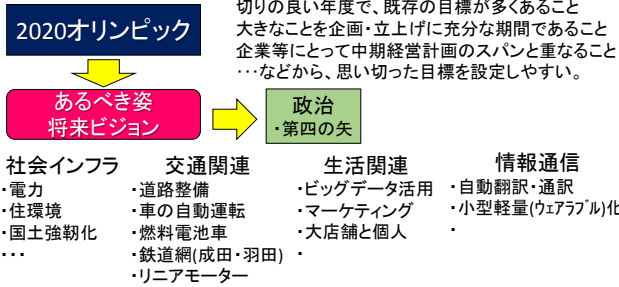
大きな方向性が判断できれば良い。
大きな流れのデータを把握する。

2.1 外部環境マクロ要因分析

- ・会社や業界を取巻く政治、経済などの外部環境の状況や変化により生じる自社の機会と脅威を調査する。
- ・別紙Word資料【II 2. 外部環境調査用紙】の各項目について「概況」、自社の利益増の「機会」、外部影響による利益減の「脅威」を洗い出す。
- ・調査は業界Web資料、ネット検索、業界紙・雑誌、各種統計資料などでおこなう。
 - 2.1.1 政治・経済
 - 2.1.2 資源・エネルギー動向
 - 2.1.3 産業・技術動向
 - 2.1.4 情報技術動向
 - 2.1.5 社会・文化・需要動向
 - 2.1.6 条約、規制その他事項
 - 2.1.7 その他情勢

その他情勢

- 2020年 オリンピック開催
- 国、組織、企業で、多くの目標が前倒しされている

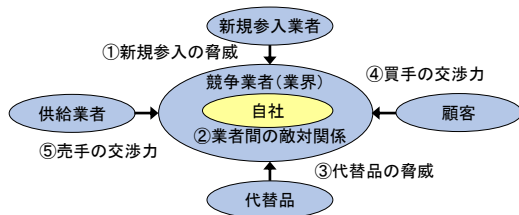


2.2外部環境ミクロ要因分析

- 自社の対象となる市場、業界、顧客、地域などの外部環境の状況や動向により生じる、自社の機会と脅威を調査する。
- なお、基本戦略考案に当たっては、ミクロ環境の傾向が大きな検討項目になることがある。
- その為、内部環境調査の営業や受注状況の調査結果と合わせて、各項目の状況や動向を調べることが望まれる。
 - 2.2.1市場・業界の動向
 - 2.2.2顧客や親会社の状況、価値観
 - 2.2.3需要動向(機能、QCDS、多品種少量化)
 - 2.2.4原材料・製品価格等
 - 2.2.5納入業者、協力会社等

2.3競争要因分析

- 会社の置かれた営業環境として、マイケル・ポーターの5つの競争要因に基づき、市場や顧客、販売などの外部環境の状況や変化により生じる状況を明確にすることで、自社の機会と脅威を検討する。
- ここでは、営業の状況等についての概略を把握すればよい為、営業の管理職や担当にヒアリングする程度で良い。なお、調査内容が競争要因であることから、営業・販売面の脅威についての抽出が多くなる。



3. 経営環境まとめ

調査の結果をまとめて、SWOT分析表に反映する。

		O: 機会	T: 脅威	
外部環境	1	電力不足⇒LED照明需要増加	1世界的不景気	
	2	耐火住宅需要がある	2国内がアフレである	
	3	地震対策商品の需要増加	3国内行政の先行不安	
	4	高齢者向け安全対策商品需要	4住宅着工件数減少	
	5	樹園に対する要望が変化している	5メインの既存顧客企業 先行き不安	
	6	展示会の出席機会が増えてきている	6原油価格高騰⇒材料価格の高騰	
	7		7顧客企業からの値下げ要請	
	8		8商品のライフサイクルが短い	
	9		9同業他社との競争激化	
	10		10優秀な人材の確保が困難	
*** ニーズの移り変わり・高付加価値商品開発テーマの機会有り		*** 従来品や大ロット製品需要は望めない		
内部環境	S: 強み		W: 弱み	
	1	財務面では安全性が高い	1財務面では収益性・創造性・成長性が弱い	
	2	創業以来培ってきた異形押出成形技術	2自社商品が無い	
	3	特許を積極的に取得している	3下請け体質である	
	4	協力会社・業種交流も強くなってきている	4受注量に差があり、工程スケジュールの平準化できない	
	5	材料フレンド技術がある	53Sが進まない	
	6	新商品開発が強くなりつつある	6教育訓練が上手くできていない	
7	大阪ものづくり優良企業賞2010の選考で 特別賞を受賞	7組織が機能していない		
*** 高付加価値商品の受注が出来る状況が整いつつある		*** 企業としてレベルアップするための課題は山積み		