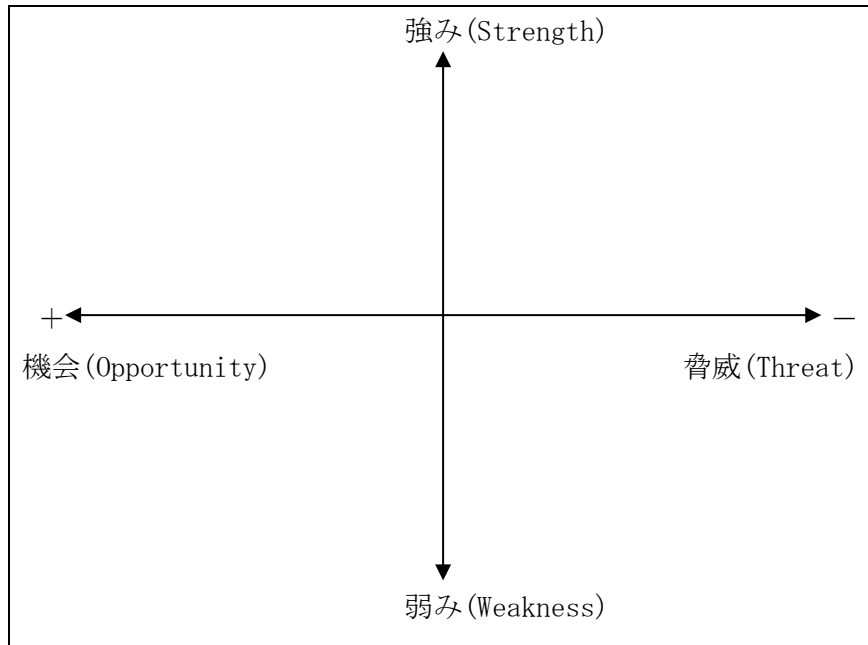


■外部経営環境・内部経営資源の把握

	外部経営環境		内部経営資源
切り口	①経済環境（景気動向、経済成長率、物価動向など） ②人口動態環境（少子高齢化、出生率、世帯構成など） ③社会文化環境（ライフスタイルの変化、購買行動の変化、労働形態の変化、嗜好の多様化） ④立地環境（交通機関、道路整備、開発行為など） ⑤競争環境（他産地との競争、輸入品との競争など） ⑥顧客環境（取引の変化、販売先の変化など） ⑦技術的環境（新技術、IT、通信、エネルギーなど） ⑧政治・法律環境（法律の改正、規制緩和、公共事業など）	切り口	①経営理念・ミッション（なぜ事業を行うのか、事業に対する思いの強さなど） ②ヒト資源（従業員の能力、組織形態、企業文化、指揮系統、リーダーシップなど） ③モノ資源（商品・サービスのコンセプト、品質、技術力、コスト、新商品開発力など） ④カネ資源（数値管理能力、資金調達力、資金運用力など） ⑤情報資源（必要情報の入手、コミュニケーション、情報共有化など） ⑥無形資源（経営者のキャリア、人脈、ノウハウなど）
機会（＋）		強み（＋）	
脅威（－）		弱み（－）	

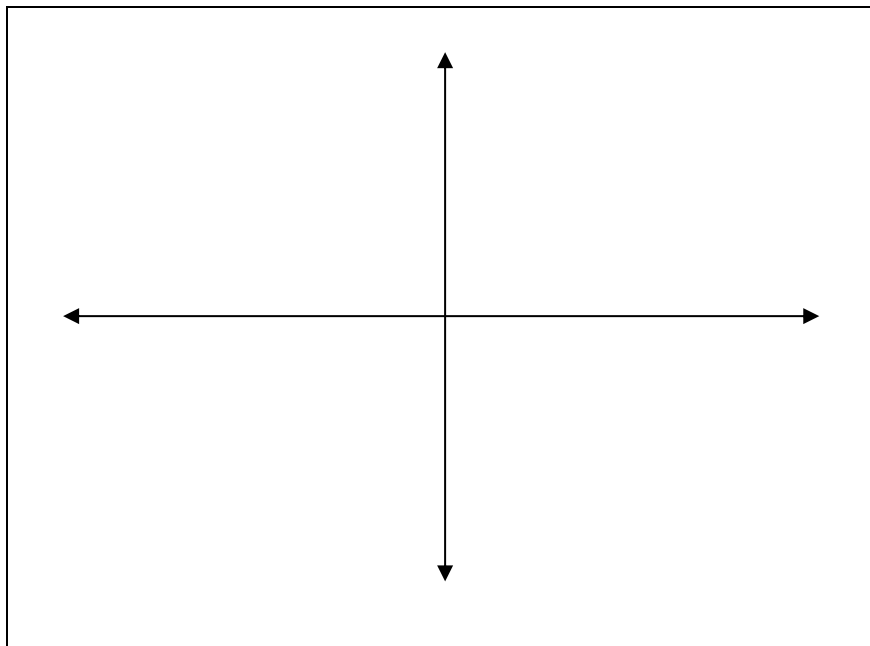
■ SWOT分析



【SWOT分析】

経営環境・経営資源の把握と整理を行うため、2つの座標軸を使って分析する。
非常にシンプルな方法だが、現状の分析や事業分野の選択のための基礎となる。

■ポジショニング分析



【ポジショニング分析】

自社の位置付けを明確にするため、2つの座標軸を使って分析する。

これもシンプルな方法だが、競合他社との差別化や経営戦略の策定のための基礎となる。