

クロス SWOT (TOWS) 分析：自動車整備・板金塗装業界

【SO 戦略】（強み×機会）

- ・地域密着の信頼を活かし、EV・ADAS 対応の地域中核整備拠点としてブランド化する。
- ・クロスセル基盤を活用して、保険・車検・修理・ロードサービスをパッケージにしたサブスクリプション型サービスを開発。
- ・出張整備の機動力を活かし、高齢者・地方ユーザー向けの訪問型モビリティケアを実施。

【ST 戦略】（強み×脅威）

- ・大手ディーラーの囲い込み戦略に対抗し、独立整備ネットワークやフランチャイズモデルで差別化。
- ・職人の高技術と柔軟対応力を活かし、レストア・旧車・趣味車などニッチ市場に特化。
- ・既存顧客との関係性を深め、農業用車両や電動バイクなど他分野整備への横展開を行う。

【WO 戦略】（弱み×機会）

- ・若年技術者向けに EV や自動運転整備に特化したアカデミーを設立し、教育ビジネスも同時に構築。
- ・老朽設備を IoT・リース導入でアップデートし、サブスク型整備ビジネスの受け皿とする。
- ・IT に疎い経営者向けの“整備業向け DX パートナー制度”を外部ベンダーと提携し構築。

【WT 戦略】（弱み×脅威）

- ・技術継承の断絶を防ぐため、熟練整備士の作業をマニュアル・動画化し技能の形式知化を推進。
- ・業界横断で整備業連携プラットフォームを形成し、人材・設備の共有によるリスク分散を図る。
- ・繁忙期・閑散期の差を AI 予約制とマルチ整備士制度（複数スキル保有者）で平準化。