

# TOWS（クロス SWOT）分析レポート：コンサルタント業・卸売業（医療 DX・歯科技工・歯科材料）

---

## 【SO 戦略】強み×機会

- ・補助金制度や政府の医療 DX 施策を背景に、強みである現場支援力を活かして電子カルテや AI 診断支援などの導入支援パッケージを展開。
- ・川上～川下のバリューチェーン理解を活かし、若手開業医向けに“開業 DX ワンストップ支援”として材料調達から IT 導入までトータル提案を実施。
- ・生成 AI や IoT の普及に合わせ、スタッフ業務の自動化・効率化支援メニューを強化し、既存顧客の LTV（顧客生涯価値）向上へ。

## 【WO 戦略】弱み×機会

- ・発信力不足を補うために、動画コンテンツや SNS 活用による若手歯科医向け DX 知識の可視化・啓発を行い、潜在顧客層の関心を獲得。
- ・社内 IT 活用の遅れを逆手に取り、自社の DX 成功体験をコンテンツ化し、顧客にリアルな共感を与えるセールストークへ活用。
- ・価格競争リスクを回避するため、自由診療領域・訪問歯科市場など付加価値が高く、成長余地のある領域に注力。

## 【ST 戦略】強み×脅威

- ・行政動向への感度の高さを活かして、補助金打ち切りに備えた“自立型 DX 導入モデル”を開発し、顧客の投資判断を後押し。
- ・多チャネル販促力を活かし、物流停滞・供給不安に備えたローカル在庫分散提案やサブスクリプション型材料供給モデルを構築。
- ・パッケージ競争に巻き込まれないために、小規模医療機関の“人材・組織課題”を解決するハイタッチ型コンサルを深化させる。

## 【WT 戦略】弱み×脅威

- ・営業人材の強化と業務のデジタル自動化を同時に進める「DX×人材戦略」を実行し、採用難・人手不足への対応力を向上。
- ・物流・材料リスクの可視化による顧客向けの“リスクシミュレーション支援”を展開し、価格交渉力の向上につなげる。

- IT 未整備領域の棚卸しを実施し、内部 DX を推進することで、業界内外へのモデル企業としての信頼性向上を図る。