

一八会  
ICHIHACHIKAI

自社を知る

第46期5月例会

# 自社を知る

## 「自社を知る」自体を整理しよう

2025年5月13日(火)

© Copyright 2025. All Rights Reserved.

1

1



一八会  
ICHIHACHIKAI

自社を知る

第46期5月例会

# 現状把握のための7つの切り口

内部環境	ヒト	社内の人材、有資格者、人数など
	モノ	商品、サービス、設備、拠点など
	カネ	資産（金融資産、固定資産）など
	情報	知的財産、ノウハウなどの暗黙知
外部環境	顧客	人口動態変数、心理的変数など
	競合	競合のヒト、モノ、カネ、情報の状況
	市場	ミクロ視点、マクロ視点

ヒト

モノ

社内

情報

カネ

会社の現状

市場

顧客

社外


競合

2025年5月13日(火)

© Copyright 2025. All Rights Reserved.

2

2



一八会  
ICHIHACHIKAI

自社を知る（内部）

第46期5月例会

## 内部環境


ヒト	社内の人材、有資格者、人数など
モノ	商品、サービス、設備、拠点など
カネ	資産（金融資産、固定資産）など
情報	知的財産、ノウハウなどの暗黙知

2025年5月13日(火)

© Copyright 2025. All Rights Reserved.

3

3



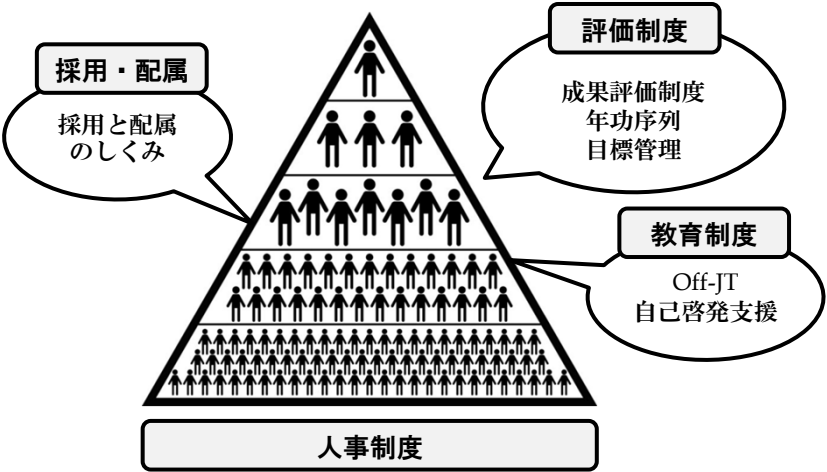
一八会  
ICHIHACHIKAI

自社を知る（内部・ヒト）

第46期5月例会

## 人の把握（人事制度と組織体制）

目標達成のために適した組織になっているか




2025年5月13日(火)

© Copyright 2025. All Rights Reserved.

4

4




一八会  
ICHIHACHIKAI

自社を知る（内部・モノ）


第46期5月例会

## 自社の商品やサービスを知る

製品	商品の優劣、信頼性、耐久性、扱い易さ・・・
価格	ターゲットに対して適切か、競合との差・・・
流通	納期、コスト、物量、回転率・・・
販促	ターゲットへ伝わっているか、訴求効果有無・・・




【製品】プロダクト




【価格】プライス

4 P(分析)



【流通】プレイス




【販促】プロモーション

2025年5月13日(火)

© Copyright 2025. All Rights Reserved.

5

5



一八会  
ICHIHACHIKAI

自社を知る（内部・カネ）

第46期5月例会

## 自社の決算書を読む


性質	内 容	代表指標
収益性	売上に対して、どの程度の利益を生み出しているかという稼ぐ力を示す	売上高利益率
効率性	保有する資産(設備等)からどの程度の売上を生み出しているかを示す	総資産回転率
安全性	突然の環境変化等に対して、経営体力がどの程度あるかを示す	自己資本比率
成長性	主に社員が生み出した売上や付加価値がどの程度あるかを示す	一人当たり売上高

2025年5月13日(火)

© Copyright 2025. All Rights Reserved.

6

6



自社を知る（内部・情報）


第46期5月例会

## 自社の知的資産を把握する

知的財産	特許、実用新案、意匠、商標、著作権など
社内の人材	熟練工、接客の専門家、有資格者など
技術	加工技術、接客技術など
知識・ノウハウ	各種業務のやり方など
組織力	社内協力体制、意思決定の迅速さなど
顧客との繋がり	ポイントカード、会員制度、社外活動の知人など
ブランド	銘柄、商標など

2025年5月13日(火)
© Copyright 2025. All Rights Reserved.
7

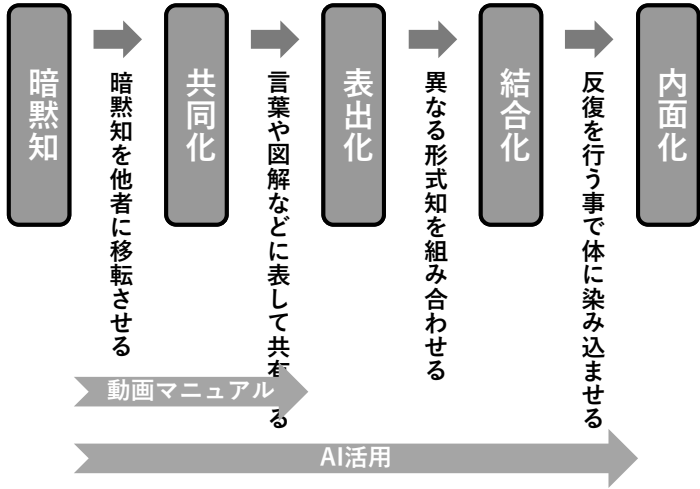
7



自社を知る（内部・情報）


第46期5月例会

## 【暗黙知】の見える化



2025年5月13日(火)
© Copyright 2025. All Rights Reserved.
8

8



一八会  
ICHIHACHIKAI

自社を知る（外部）

第46期5月例会

外部環境


顧客	人口動態変数、心理的変数など
競合	競合のヒト、モノ、カネ、情報の状況
市場	ミクロ視点、マクロ視点

2025年5月13日(火)

© Copyright 2025. All Rights Reserved.

9

9



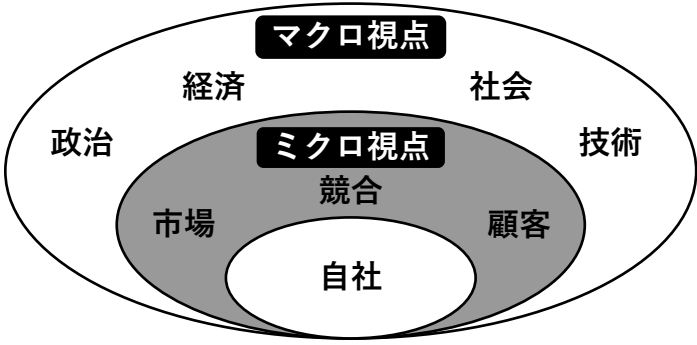
一八会  
ICHIHACHIKAI

自社を知る（外部）

第46期5月例会

自社の市場を知ろう

中小企業には有効なミクロ分析



3C分析


Customer(顧客) Competitor (競合) Companyu (自社)

2025年5月13日(火)

© Copyright 2025. All Rights Reserved.

10

10



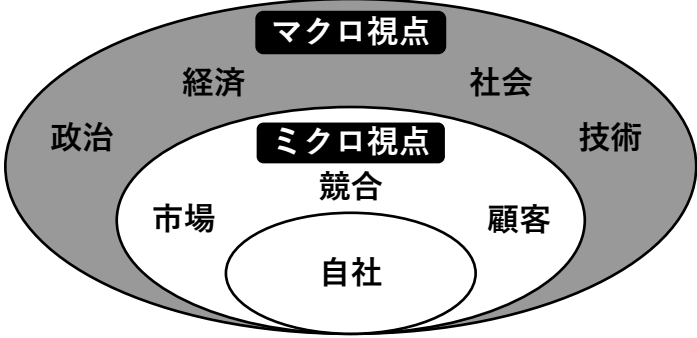
一ハ会  
ICHIHACHIKAI

自社を知る（外部）

第46期5月例会

## 自社の市場を知ろう

マクロ視点でより客観的に



PEST分析


Politics（政治）Economy（経済）  
Society（社会）Technology（技術）

2025年5月13日(火)

© Copyright 2025. All Rights Reserved.

11

11



一ハ会  
ICHIHACHIKAI

クロスSWOT分析

第46期5月例会

## クロスSWOT分析

客観性を持って分析しよう

2025年5月13日(火)

© Copyright 2025. All Rights Reserved.

12

12



一ハ会  
ICHIHACHIKAI

クロスSWOT分析

第46期5月例会

## SWOT分析


	プラス要因	マイナス要因
内部環境	<b>強み (Strength)</b> <div style="font-size: 2em; font-weight: bold; margin: 5px 0;">S</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">ヒト・モノ・カネ・情報</div> <div style="font-size: 2em; font-weight: bold; margin: 5px 0;">V</div> <p>目標達成に大きく貢献するもの</p>	<b>弱み (Weakness)</b> <p>目標達成の妨げとなるもの</p>
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> <div style="font-size: 2em; font-weight: bold; margin: 5px 0;">O</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">顧客・競合・市場</div> <div style="font-size: 2em; font-weight: bold; margin: 5px 0;">T</div> <p>成長を促すもの</p>	<b>脅威 (Threat)</b> <p>成長を妨げるもの</p>

2025年5月13日(火)

© Copyright 2025. All Rights Reserved.

13

13



一ハ会  
ICHIHACHIKAI

クロスSWOT分析

第46期5月例会

## SWOT分析 (例)

### 表瓦株式会社

業種	建設業
事業内容	陶器瓦を使った住宅の新築工事、葺き替え工事、社寺仏閣の葺き替え工事、雨漏り修理など
現状の課題	災害が起きた時の復旧工事の受け入れの限界、瓦の需要減少、人手不足

2025年5月13日(火)

© Copyright 2025. All Rights Reserved.

14

14

一八会  
ICHIHACHIKAI

クロスSWOT分析

第46期5月例会

## SWOT分析（例）

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>確かな技能を持った職人を雇用していて様々な工事に対応できる</li> <li>ドローンを活用した屋根点検など最新技術を積極的に導入している</li> <li>創業から100年を超えて地域で信頼される工事店として認識されている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>職人の高齢化と採用難による手不足が問題となっている</li> <li>営業力が足りておらず機会損失が大きい</li> <li>建材としての瓦の認知度がなく公的な施設でも使用されていない</li> </ul>
外部環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>瓦の耐久性や環境負荷の低さが評価されており持続可能な建材として見直されている</li> <li>和瓦の需要が多い播州一門を営業範囲としており、若手の育成がしやすい</li> <li>文化財の保護や修復の需要が増えている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>軽量の屋根材や金属の屋根材など安価な材料が増えて瓦の需要が激減している</li> <li>人口減少に伴い住宅新築着工件数が減少し、空き家が増えている</li> <li>職人不足で災害が発生した時の復旧工事などが進まない</li> </ul>

2025年5月13日(火)

© Copyright 2025. All Rights Reserved.


15

15

		クロスSWOT分析	第46期5月例会
クロスSWOT分析			
		内部環境	
		強み	弱み
外部環境	機会	<b>強み × 機会</b> 強みを「チャンス」となる成長機会に活かす。	<b>弱み × 機会</b> 弱みの補強や改善で機会を掴めるように対策をする。
	脅威	<b>強み × 脅威</b> 強みを活かして脅威を回避し切り抜ける。	<b>弱み × 脅威</b> 弱みを理解し脅威による影響を最小限にする。
2025年5月13日(火)		© Copyright 2025. All Rights Reserved.	
		16	

16





クロスSWOT分析


第46期5月例会

## クロスSWOT分析（例）

		内部環境	
		強み	弱み
外部環境	機会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 歴史的建造物の修復・保全プロジェクトに積極的に関与し、専門技術を活かした市場拡大を図る</li> <li>・ ドローンによる点検など最新技術を使う事によって若年層への職業選択時のPRをする</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 若手職人の育成プログラムを強化し、伝統技術の継承を促進。職人の魅力を発信し、業界への関心を高める</li> <li>・ 瓦の持続可能性を訴求し、環境配慮型の建材としての新たな市場を開拓する</li> </ul>
	脅威	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 瓦の耐久性や環境負荷の低さを強調し、地域の建築業者や自治体と連携して瓦の価値を再認識させる</li> <li>・ 耐震・耐風に対応した工法をPRする事で災害に強い建材である事を認知する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 耐震・耐風性能を向上させた工法の認知度を高めて、災害対策を強化することで市場の信頼を獲得する</li> <li>・ 助成金や補助金の活用を最適化し、コスト削減と競争力強化を図る</li> </ul>

2025年5月13日(火)
© Copyright 2025. All Rights Reserved.
17

17



事業ドメイン化

第46期5月例会

## まとめ

### 単年事業ドメインっぽく整理しよう！

事業ドメインとは、企業が事業活動を展開する領域のことです。  
 具体的には、「どの市場で」「どのような顧客に」「どのような価値を提供するか」を定義することで、企業の戦略や方向性を明確にします。

2025年5月13日(火)
© Copyright 2025. All Rights Reserved.
18

18

一ハ会  
ICHIHAKAI

事業ドメイン化

第46期5月例会

## 事業ドメイン化（単年）

クロスSWOT

強み×機会	弱み×機会
強み×脅威	弱み×脅威

こうなりたい姿

誰に
何を
どのように

2025年5月13日(火) © Copyright 2025. All Rights Reserved. 19

19

一ハ会  
ICHIHAKAI

事業ドメイン化

第46期5月例会

## キーワードは4つ

いまある姿

誰に
何を
どのように

こうなりたい姿

誰に
何を
どのように

①実現性

②市場性

③優位性

④ワクワク感

2025年5月13日(火) © Copyright 2025. All Rights Reserved. 20

20