

(2)

A SWOT分析からクロス分析への記入表

強み(S)
弱み(W)
機会(O)
脅威(T)

B クロス分析の順番

チャンス×強み…積極的戦略ゾーン
ピンチ×弱み…ここに陥ったら経営が持たない
チャンス×弱み…取りこぼしを防ぐにはどうするか
ピンチ×強み…相当な強い営業力でピンチをひっくり返す

自社の内部要因		
	強み(S)	弱み(W)
	①国道3号線沿いにあり、交通量も多い、好立地に店舗がある。	①社員が高齢化しており、若手が不足している。
	②敷地面積も広く、多くの展示車両が置ける。	②電気自動車(EV)などに弱い。
	③社員の技術レベルが高い。	③就業規則などが追いついていないため、募集活動に支障をきたしている。
	④今年で創業40年を迎え、地域での知名度や存在感が高い。	
チャンス(O)	自社の強みを活かして、さらに伸ばしていく対策。また積極的に投資や人材配置して他社との競合で優位に立つ積極的な攻撃ゾーン	自社の弱みを克服して、チャンスの取りこぼしを防ぐゾーン
①最近軽自動車はドンドン高性能になってきた。	①金額の大小にあわせた、バラエティー豊かな車種を提供し、選んでもらう。	①若い社員を採用する為に手を尽くす。
②残価設定ローンやリースなど、車を購入しやすくなっている。	②お正月休み以外は営業し、営業時間も延長する(社員は交代で休む)。	②電気関係の研修に積極的に参加させ、技術レベルを上げる。
③インターネットでの購入者が増えている。	③HPを作り、インターネットでの注文を増やす。	③急いでHPをつくる。
ピンチ(T)	自社の強みを活かして、ピンチをチャンスに変えて、差別化するゾーン	自社の弱みが致命傷にならないようにする。更にはこれ以上傷口を広げない為に撤退・縮小ゾーン
①立地がら競合店が多い。	①車検・点検を重視して、お客様のリピートを増やす。(顧客名簿をフル活用する)	①これまでのような、競合他店舗との値引き合戦はやめる。
②2019年度から消費税が10%に上がることで、景気が冷えることが不安。	②新車・中古車に関わらず、ドライブレコーダーを付けて販売する。	②リースやローンも組めないようなお客様には販売しない。
③これまでのような普通車・大型車から、軽自動車へのシフトが進んでいる。	③これまでの売上高重視から、粗利益額重視へと、モノサシを変える。	

自社を取り巻く外的要因