

予定

- 19時50分 説明
- 20時20分 演習
- 20時40分 発表
- 20時55分 質疑応答

『SWOT分析による 戦略的なホームページの活用』

2006年5月16日 初版

NPO法人ITC広島

経済産業省推進資格 I T コーディネータ

池田雅之

もくじ

第1章 SWOT分析とは

第1節 S,W,O,Tって何？

第2節 事例研究

第2章 自社のSWOT分析(演習)

第1節 演習の目標

第2節 演習の成果物の書式説明

第3章 SWOT分析による

戦略的なホームページの活用(発表)

第1章 SWOT分析とは

第1節 S,W,O,Tって何？

SWOT分析とは、
内部環境要因を

「**強み** (Strengths)

・**弱み** (Weaknesses)」として、

また外部環境要因を

「**機会** (Opportunities)

・**脅威** (Threats)」として

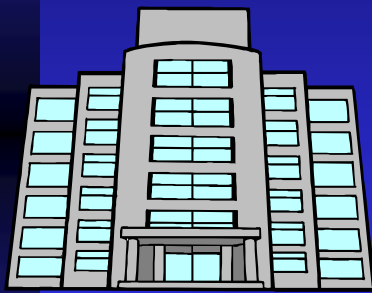
S・W・O・Tごとに分類し、それぞれの要因の
特徴を明確にするための分析手法である。

SWOT分析 イメージ

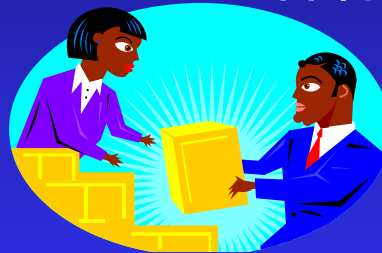
外部環境

(顧客市場や業界の変化、新規参入や代替品の動きなどの視点)

標準・規制、国際化、経済状況等



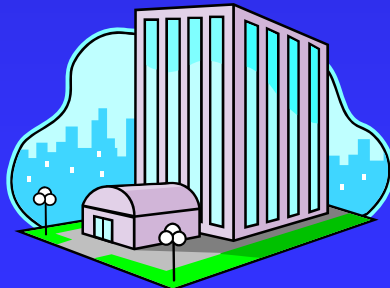
お客様



競合他社



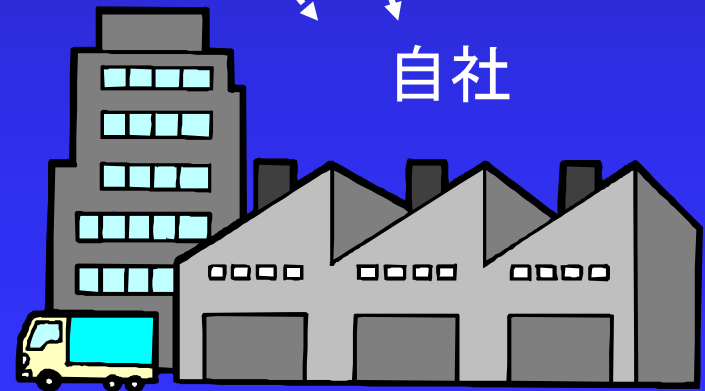
取引先



内部環境

(顧客から見た強み、弱みの視点)

自社



SWOT分析とホームページの関連

企業のビジョン(将来の目標など)

企業内部の経営資源分析

SWOT分析	機会	脅威
強み	事業拡大戦略 事業機会をうまく自社の強みで取り込むためには？	事業転換戦略 他社にとっての脅威でも自社の強みで機会に変えるためには？
弱み	新規事業戦略 事業機会を自社の弱みで取りこぼさないためには？	撤退戦略 脅威と弱みの組み合わせで最悪の事態を招かないためには？

企業外部の環境資源分析

戦略の策定

企業の資源*1を使って戦略を実施する。

*1:人、物、金、情報(ホームページ)

事例研究 自動車整備業

SWOT分析	機会 <ul style="list-style-type: none">・一人一台の時代・車に関して専任担当が減少	脅威 <ul style="list-style-type: none">・ガソリン高騰・個人車検の増加・メーカー車検の増加
強み <ul style="list-style-type: none">・自社に車検場がある・創業以来の地元で信用がある・技術力のある整備士がいる	事業拡大戦略 <ul style="list-style-type: none">・自社の車検サービスの拡大(認知度アップ等)	事業転換戦略
弱み <ul style="list-style-type: none">・最新の整備機器がない	新規事業戦略	撤退戦略

自社の車検サービスの拡大(認知度アップ等)

■ 認知度アップ

- ◆ 新聞折り込みチラシ
- ◆ 企業への個別営業
- ◆ ホームページの活用
 - ◆ Yahoo、Google等の検索結果の上位表示
 - SEO*2対策
 - ◆ 新聞折り込み、企業への個別営業とのURL*1紹介によるコラボレーション
 - ◆ 会社からのお知らせなどの最新情報を掲載

* 1 : ホームページの場所をしめすコード(アドレス)。→<http://www.yahoo.co.jp/>
Uniform Resource Locator

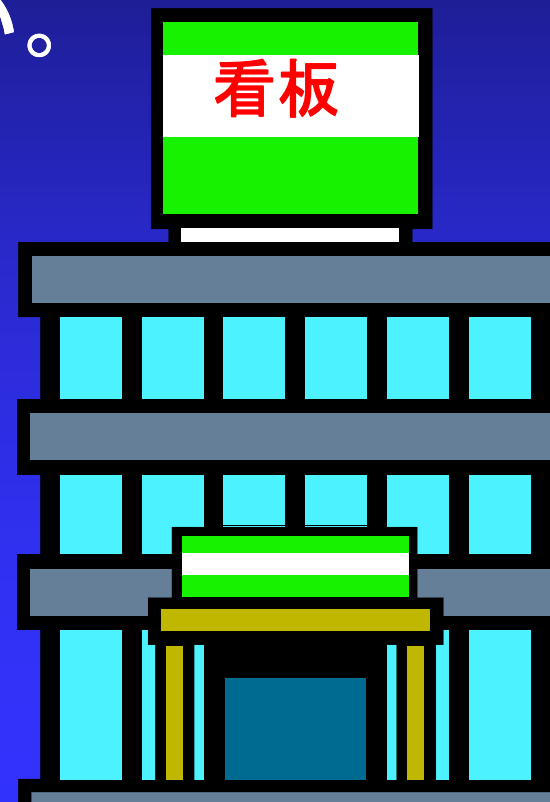
* 2 : サーチエンジンの検索結果で自社ホームページが上位に表示されるようにする。8
Search Engine Optimization

第2節 事例研究

- 看板パターン
- 情報発信パターン
- 商売パターン

看板パターン

- ホームページを作成しただけで、更新等をおこなっていない。



情報発信パターン

- ホームページ作成者が、閲覧者に対して伝えたい内容を随時掲載更新する。
 - ◆ 個人(ブログ等)や企業サイト(お知らせ等)



商売パターン

- ホームページへの広告やホームページを仮想商店として、取引をする
 - ◆ ポータルサイト
 - ◆ Yahoo、Google、Goo、Infoseek、価格.com等



- ◆ ショップサイト

- ◆ 楽天、アマゾン、オークション、企業直販、



第2章 自社のSWOT分析(演習)

第1節 演習の目標(ゴール)

- SWOT分析を経験する
- SWOT分析とホームページの関連を理解する

第2節 演習の成果物の書式説明

SWOT分析	▼機会 <ul style="list-style-type: none">▪▪▪	▼脅威 <ul style="list-style-type: none">▪▪▪
▼強み <ul style="list-style-type: none">▪▪▪	<u>事業拡大戦略</u> <ul style="list-style-type: none">▪▪▪	<u>事業転換戦略</u> <ul style="list-style-type: none">▪▪▪
▼弱み <ul style="list-style-type: none">▪▪	<u>新規事業戦略</u> <ul style="list-style-type: none">▪▪▪	<u>撤退戦略</u> <ul style="list-style-type: none">▪▪▪

演習開始

- 20時 分まで

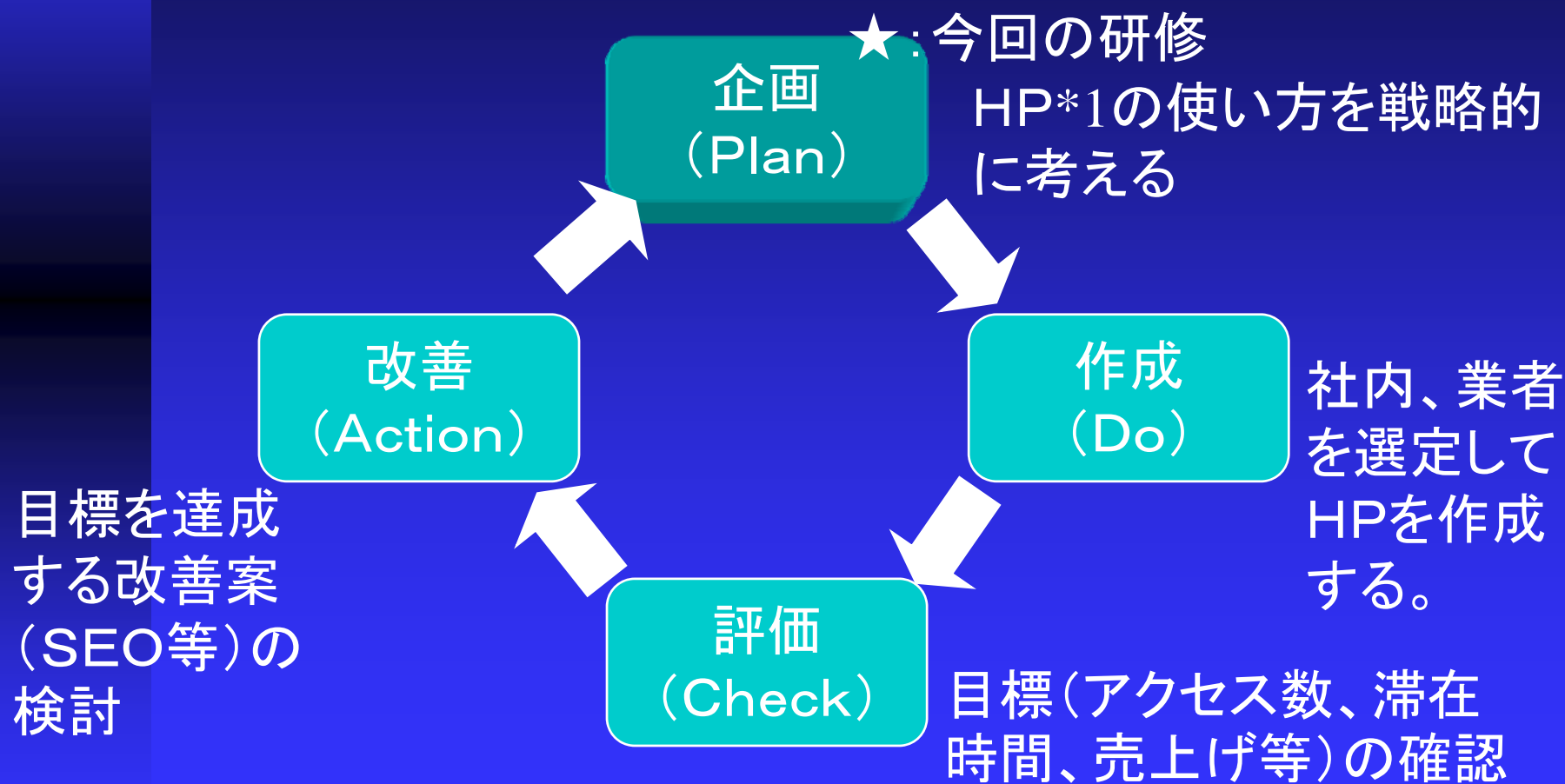
第3章 SWOT分析による 戦略的なホームページの活用(発表)

どのような観点(S・W・O・T)でホームページを利活用する(事業拡大戦略、事業転換戦略、新規事業戦略、撤退戦略)か説明してください。※発表時間3分程度



SWOT分析	▼機会	▼脅威
▼強み	<u>事業拡大戦略</u>	<u>事業転換戦略</u>
▼弱み	<u>新規事業戦略</u>	<u>撤退戦略</u>

ホームページ利活用のサイクル



* 1 : Home Page(ホームページ)