

# 「外と内を確認する環境分析」

## 計画を立てる前に行う環境分析

環境分析は、これから自社がどう成長していくかという中長期的な経営計画を立てる際や、事業計画を立てる際にとても重要なプロセスである。「なんとなくさうだろう」、「そんなことはわかっている」、「書き出すのが面倒だ」という小規模事業者も多いだろう。しかし、自社の外側はどう動いているのか、自社の内側はどういう特徴があるかなど、客観的な視点で見つめ直すことから始めなければ計画の精度は上がらない。

## 会社の外側を分析する

自社の外部(外側)を分析する手法として、ここでは①自社が関係する「世の中」がどういう状況にあるか、②自社の競合は誰か、③自社の顧客やターゲットは誰かの3つを推奨する。

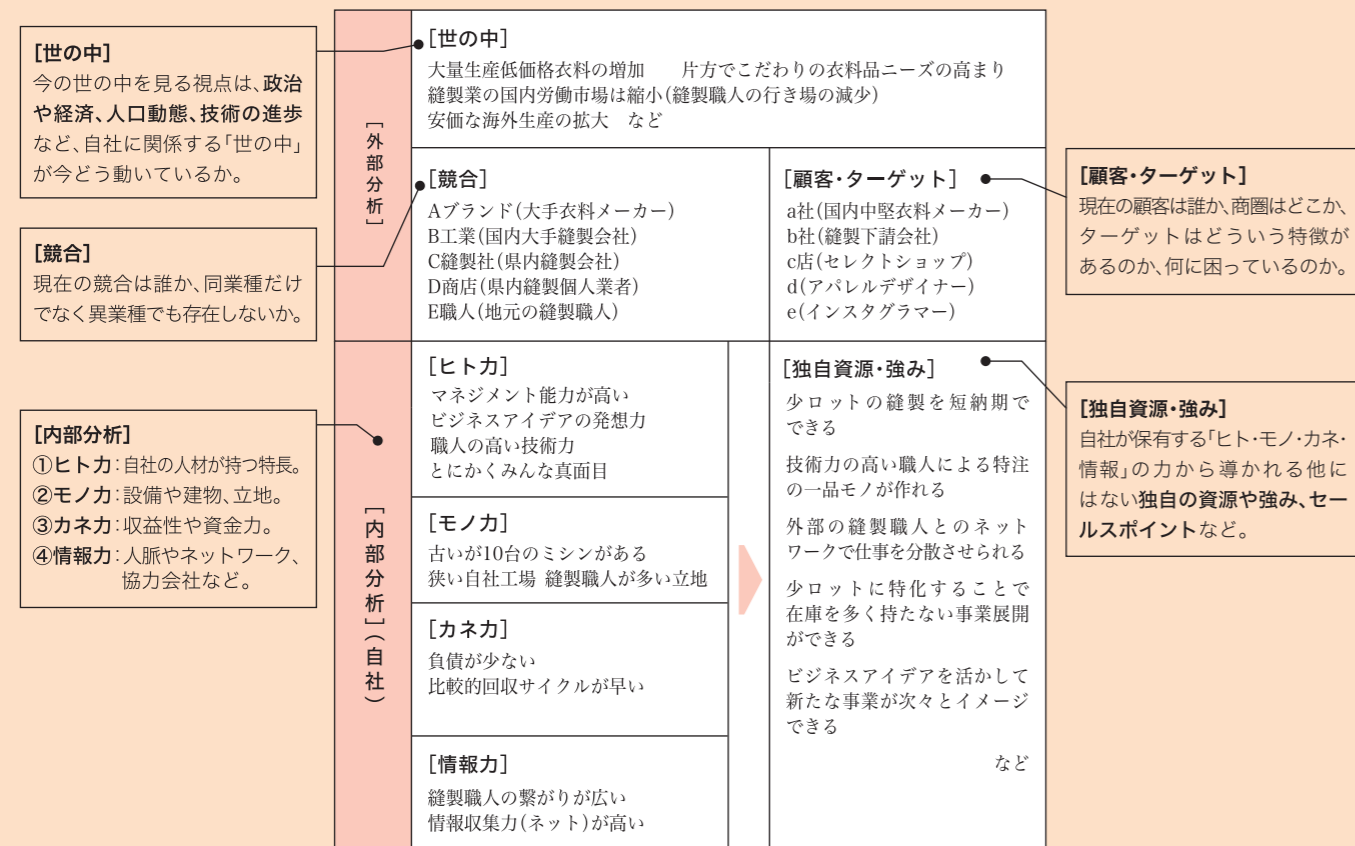
本冊子の事例であげている合同会社ヴァレイ(P3)は、同社を立ち上げる前に、この環境分析を徹底的に行って事業性を検証し、「これならいけるだろう」と経営判断された。あくまで「だろう」ではあるが、その「だろう」を掴むために環境分析が重要なのだ。

## 自社を分析する

自社の内部(内側)分析の目的は、独自資源を知ること。資源とは、よく「ヒト・モノ・カネ・情報」と言うが、この4つの視点から、自社が持つそれぞれの「力」がどうあるかを分析する。つまり、この4つの視点から生まれる「独自の資源」=「自社の強み」が何かを改めて認識することが重要である。

▶▶ 次ページの「環境分析ワークシート」を使ってぜひトライしてほしい。

### 記載例：縫製衣料品業



▶ 参考事例企業：合同会社ヴァレイ(P3-4)

## work sheet | 環境分析ワークシート

<b>【外部分析】</b>	<b>【世の中】</b>	<b>【顧客・ターゲット】</b>
	<b>【競合】</b>	
<b>【内部分析】(自社)</b>	<b>【ヒトカ】</b>	<b>【独自資源・強み】</b>
	<b>【モノカ】</b>	
	<b>【カネカ】</b>	
	<b>【情報力】</b>	