

「強み」分析シート

所属：

氏名：

- ※ 「強み」とは、同業他社と比較して、有利な取引条件になっていること（自己満足の強みではない）
- ※ 社内のレベル（例：若い、マナーが良い等）ではなく、顧客ニーズに合った外向けの「強み」であること
- ※ 顧客が褒めてくれることでも、売上や利益につながってない場合、「強み」ではなく、一般的に「よい点」というレベル
- ※ 程度の低い顧客（業績貢献の少ない顧客）が認めても、レベル高い顧客が認めない事項は「強み」に非ず
- ※ 「機会」に少しでも活かせそうな自社の優位性を極大化させること
- ※ 「そんなの強みと言えるのか？」と思えるものでも、角度を変えたら「強み」になる
- ※ 顧客にとっては関係ないことでも、「歴史的にこだわっていること」「捨てられない商品や思い」等を断捨離することで「強み」になることもある

N o.	強みのヒント	「機会」に活かせそうな具体的な「強み」
1	「強み」につながるこだわり	
2	「強み」につながるアフターサービス体制	
3	「強み」につながる熟練度・専門知識力	
4	「強み」につながる設備力（顧客要望や収益を生むかどうか、生産設備、車両、建屋等の設備）	
5	「強み」につながる価格圧力への対応力（商品別のコスト対応力）	
6	「強み」につながる迅速な体制・クイックレスポンス	
7	「強み」につながる短納期対応力	
8	「強み」につながる物流体制・物流機能	
9	「強み」につながる意思決定のスピード・現場権限委譲	
10	「強み」につながる垂直統合の一貫体制	
11	「強み」につながる水平展開の分業体制	
12	「強み」につながる新商品の情報、開発機能	
13	「強み」につながる商品バリエーション・品揃え	
14	「強み」につながる差別化技術・差別化ノウハウ	
15	「強み」につながる顧客との関係の深さ・マーケティング力	
16	「強み」につながる顧客が面倒くさがることへの対応、顧客の要望の具現化	
17	「強み」につながる知的財産	
18	「強み」につながる地理的優位性	
19	「強み」につながる思い切った投資ができる資金力	
20	「強み」につながるブレーン、ネットワークの充実	
21	「強み」につながる社内の技術的優位性	
22	「強み」につながるソフト力（ソリューション提案）の優位性	
23	「強み」につながる取扱商品の販売権、独占権	
24	「強み」につながる顧客が喜ぶIT環境	
25	「強み」につながるIT、Web,SNS等が活用できる社内体制	
26	「強み」につながる組織の多様性・多能性（フレキシブルに事業転換ができる組織）	
27	「強み」につながる法規制・規制緩和などの行政面の保護、関係性	
28	「強み」につながる顧客層・エリア	
29	「強み」につながるサービス	
30	その他「強み」につながるといえるもの	