

強みで機会を活かす案

イニシアティブ1: 若い経営者のセンスを活かし、デジタルマーケティングで新製品の市場を開拓

手段: ソーシャルメディアやオンライン広告を用いたマーケティングキャンペーンの展開

成果: 専任チームの設置、マーケティング予算の増額、デジタル広告代理店の利用、オンラインでのブランド認知度向上、新規顧客の獲得、売上の増加

イニシアティブ2: 一貫製造プロセスの強みと小回りの効く組織を活かし、小ロット多品種のニーズへ迅速に対応

手段: フレキシブルな生産システムとカスタマイズ対応の強化

成果: 生産設備の柔軟性向上、カスタムオーダーシステムの導入、顧客満足度の向上、特注品における市場シェアの拡大、収益性の向上

イニシアティブ3: 安定した品質と信頼を基に海外市場への拡大を図る

手段: 海外市場調査と現地パートナーシップの構築

成果: 輸出ビジネスセミナー参加、現地展示会への出展、現地企業とのネットワーキング、新規海外顧客の開拓、ブランド価値の国際的な向上、売上の国際化

弱みを改善して機会を活かす案

イニシアティブ1: 金型の段取り替えを減らし、コスト競争に勝つための効率化を目指す

手段: ラインの自動化と段取り替えの最適化

成果: 自動化設備の導入、リーン生産技術の活用、生産コストの削減、リードタイムの短縮、コストリーダーシップの確立

イニシアティブ2: 開発テーマ不足に対応するため、イノベーション推進チームの設立

手段: クロスファンクショナルチームによる製品開発プロセスの革新

成果: 研究開発部と営業部の連携、アイデアソンやハッカソンの実施、新規開発テーマの創出、製品ポートフォリオの強化、売上の多角化

イニシアティブ3: 情報システムの遅れを改善し、業務のデジタル変革を推進

手段: 組織全体でのデータ管理システムの導入と活用

成果: ERP (Enterprise Resource Planning) システムの導入、従業員へのITトレーニング、業務効率の飛躍的改善、意思決定の高速化、コスト管理の最適化

強みで脅威を機会に転換する案

イニシアティブ1: 競合が多い市場の中で横請けネットワークと連携し、差別化を図る

手段: 地域企業と連携した共同プロジェクトや共同出資による施設・技術開発

成果: 地域ビジネス協議会の設立、合併事業の検討、地域ブランドの強化、経済的リスクの分散、コラボ製品による新規ビジネスチャンス

イニシアティブ2: 親企業の内製化の動きに対応し、他企業との独自性を高める

手段: 新サービスの開発やアフターサービスの提供による付加価値の追求、顧客ニーズの調査、新しい顧客サポート体制の確立

成果: 顧客ロイヤルティの向上、新たな収益源の開拓、ブランドの独立性確立

イニシアティブ3: 生産の減少を逆にチャンスとし、効率化と質の高い製造プロセスへの切り替え

手段: リーンマニュファクチャリングの導入と従業員の継続的改善 (Kaizen) 文化の醸成、全従業員を対象としたリーン生産手法のトレーニング、生産ラインの再設計

成果: 廃棄物の削減、生産効率の向上、高品質製品での市場シェア拡大

脅威を機会に弱みを強みに裏返す案

イニシアティブ1: 技術者不足を解決するため、自社内の研修プログラムの拡充

手段: 内部育成プログラムの刷新と学生インターンシップの実施、実践的なオンザジョブトレーニング (OJT)、業界協力による研修プログラム

成果: 社内技術者レベルの向上、将来的な人材確保、組織の知識継承と改新

イニシアティブ2: 機械の老朽化に対する戦略として、新技術の導入と製造プロセスの改革

手段: 先進的な製造技術の採用と生産設備の現代化、CNC加工機や自動化設備の投資、3Dプリンティング技術の研究

成果: 生産性の飛躍的向上、競合に比べた技術的優位性、新市場への参入

イニシアティブ3: 受注生産の不安定性の対策として、納期管理と受注プロセスのデジタル化

手段: オンライン受注システムと生産スケジューリングの最適化、手段: クラウドベースの受注管理システムの実装、AIによる需要予測の導入

成果: 納期の精度向上、顧客満足度の改善、受注変動時のリスク管理の強化