

外部環境分析（ミクロ環境分析）

経営環境		当社に及ぼす影響度				
		当社が活用すべき変化(機会)	重要度 緊急度	当社が克服すべき変化(脅威)	重要度 緊急度	
ミクロの環境要因	市場要因	業界の成長率 業界の供給能力 代替商品出現の有無 ライフサイクルの状況 ユーザーのニーズの変化	観光部門 商品構成の変化 道内外問わない 海外客の増加 顧客の付加価値へのニーズ 専門卸業者が減少の中での差別化 自分のお土産ニーズの変化 商品内容・店舗展開の変化	AB BB AA AA BB AB	観光部門 商品の流行が早い 本州客の減少 団体客の減少 宝飾品部門 結婚しないヤング層の増加 結婚しても需要が低迷	AA BB BB AB AB
	競合要因	競合他社との商品の優劣 他社の戦略展開 新商品開発の方向 市場シェアの変化 他社の商品構成 他社の経営資源・販売力	宝飾品部門 一般貴金属の価格(メーカ仕入) 品揃え(メーカ委託協力) 新商品の開発 百貨店とのタイアップ(催事推進) 観光部門 新商品の開発力(国内外のメーカ協力) 情報入手力	AA AA AB AA BB AB	宝飾品部門 メーカ主導 広告費の制限 他社新規導入 観光部門 大手ブランドシェア 他社新規参入	AA AB BB AA AB
	法制的要因	独占禁止法の強化 環境保護法の動向 消費者保護法の動向 労働者保護立法の動向 知的所有権の動向 個人情報保護法の動向 海外進出への規制	宝飾品部門 他社との差別化 成分表示・安全表示の影響なし(ステンレスアクセサリ、ノンアレルギーアクセサリ) 商標登録のノウハウ(新商品の特許登録取得など)	BB CC		
	地域的要因	地域開発の動向 地方公共団体の支援状況 工業団地等の進出状況 騒音等の公害の状況 地域経済の構造変化 生活度・文化度の高さ	観光部門 地域性のある商品企画・開発力 宝飾品部門 卸売業としての有利さ	AA AA	観光部門 商品対象が全道 地域特性のある商品構成 地域への店舗展開	AA AB AB
	不測事態要因	消費者運動・住民運動 企業テロ対策 株主代表訴訟 取引先の倒産 天変地異・異常気候				