

SWOT分析

		内部環境	
		強み	弱み
<p>クロスSWOT分析</p> <p>(注) SWOT分析 企業の戦略立案を行う際に使われる分析手段で、組織の外的環境に潜む機会(O)、脅威(T)を検討・考慮したうえで、その組織が持つ強み(S)と弱み(W)を確認・評価すること。</p>		<p>1)ダイレクトマーケットの仕組みを構築したことによって経営資源を集中することができる。</p> <p>2)ラグジュアリーブランド、百貨店が認める技術力、供給能力がある。</p> <p>3)世界唯一のコア技術があり、模倣が不可能である。</p> <p>4)顧客情報データベースが充実している。</p> <p>5)電子カルテシステムによって受注から出荷、会計に至るまで全業務を一元管理している。</p> <p>6)電子カルテシステムによってトレサビリティーが明確になり、コンプライアンス面でも大きな成果を上げている。</p> <p>7)ハッピーナレッジ混流生産方式により極限まで生産性を高めている。</p> <p>8)ハッピーナレッジ技能生産方式により各個人の技能を進化させることができる。</p> <p>9)無重力バランス洗浄装置によって手作業のインダストリアル化に成功した。</p> <p>10)無重力バランス洗浄方法によって着物を水で丸洗いすることが可能となった。</p>	<p>1)ダイレクトマーケットであるため、流通面に課題がある。</p> <p>2)目に見えず流通媒体となるモノがないため、サービスの訴求は難しい。</p> <p>3)先行投資の資金を有利子負債により調達</p> <p>4)無形固定資産及び研究開発資産(換金性がない)に投資</p> <p>5)減価償却が進んでいないため、固定資産及び繰延資産の流動化が遅れている。(キャッシュフローに影響)</p> <p>6)無重力洗浄による水系洗浄は大量の水を使用する。</p>
外部環境	機会	強みを活かし、チャンスをもノにする方法	弱みを克服し、チャンスを見逃さない方法
	<p>1)「クリーニングは洋服の寿命を短くする」と周知され始めている</p> <p>2)プレミアム層は「メンテナンスができるのであれば洋服を買い足しておしゃれを楽しみたい」と考えている。</p> <p>3)複数のラグジュアリーブランドから業務提携の申し入れがある。</p> <p>4)複数の百貨店から業務提携の申し入れがある。</p> <p>5)ケア・メンテは生活消費型の産業であるため、一度需要を創出すると同じ需要が繰り返し発生する。</p> <p>6)社会全体の環境に対する意識が高まっている。</p>	<p>1)ラグジュアリーブランド、百貨店とコラボすることによってプレミアム層の需要を喚起する。</p> <p>2)トレサビリティーを明確にすることによって、上司と部下、仲間同士の信頼関係構築に大きな効果を得ている。</p> <p>3)顧客情報データベースを活用して個別バラバラの要望に的確に対応することによって新しい価値を創出し収益力強化を図る。</p> <p>4)顧客情報データベースを活用したコンテンツパターンシステムによって効果的な販促活動が可能となった。(2007年度DM費用を75%削減して売上をUPさせた。)</p> <p>5)コンテンツパターンによってリピーターを確保し、顧客ロイヤリティーを高めることに成功した。</p> <p>6)ハッピーナレッジ混流生産方式により、洗浄、仕上、ボタン取付け工程のロスタイムがなくなり、リアルタイムでの同期化及び可視化が可能となり、全体で50%のコストカットに成功した。(業務管理者不要)</p> <p>7)無重力洗浄装置、ハッピーナレッジ混流生産方式、ハッピーナレッジ技能生産方式によって、インダストリアル化が可能となり、事業拡大の基礎を構築できた。</p> <p>8)水洗いによるメンテナンス市場の構築は、環境面で大きく世界に貢献できる。</p> <p>9)ハッピーケア・メンテは市場の成長と地球環境保護が同時に果たされるビジネスである。</p>	<p>1)百貨店とコラボすることによって流通の課題を補うことができる。</p> <p>2)予算統制により製造コスト及び広告宣伝費を削減し同時に価格をコントロールすることによって収益構造を悪化させずに収益規模を拡大し、経常利益を増大させる。</p> <p>3)経常利益を増大させ、減価償却を行うことにより内部留保を高めて、新たな開発の資金とする。</p>
	脅威	強みを活かし、脅威の影響を受けないようにする方法	弱みを克服し、脅威の影響を受けないようにする方法
	<p>1)一般に「サービス」に対して価値が不明確</p> <p>2)目に見えず流通媒体となるモノがないため、サービスの訴求は難しい。</p> <p>3)高級衣料の流通販売がダウン傾向にある。</p> <p>4)サービスは無形かつ消滅型の役務であるため、消費者にとって事業者の「うそや怠慢」が分かりにくい。</p> <p>5)一度信頼を失墜すると産業全体の信頼失墜になりかねない。</p>	<p>1)サービスの価値を明確にすることによって、収益力の強化を図っている。</p> <p>2)ラグジュアリーブランドや百貨店とコラボすることにより、大きな訴求効果を得ることができる。</p> <p>3)ラグジュアリーブランド(メーカー)、百貨店(流通)と当社(メンテナンス)相互に協力することによってシナジー効果を得ることができる。</p> <p>4)当社はIT、電話録音、ビデオ録画によってトレサビリティーを明確にしているため、顧客は安心してメンテナンスを依頼することができる。</p> <p>5)顧客に対していつでも情報を開示留守することができる。</p>	<p>1)ラグジュアリーブランドとコラボすることによってブランド価値を高め、無形サービス特有の訴求面での弱点を克服する。</p> <p>2)新規市場獲得を行うと同時に、データベースをフル活用して既存顧客の囲い込みをすることによって、収益力を確保する。</p>