



# 小栗キャップの News Letter

税理士法人オグリ 代表社員・税理士 小栗 悟

岐阜本部 〒500-8847 岐阜県岐阜市金宝町1-3 岐阜第一生命ビル 4F  
TEL : 058-264-8858 FAX : 058-264-8708

名古屋本部 〒460-0002 名古屋市中区丸の内一丁目16-15 名古屋フコク生命ビル 6F  
TEL : 052-222-1600 FAX : 052-222-1611

Email : [info@otc-oguri.com](mailto:info@otc-oguri.com) <http://www.otc-oguri.com>

2015年7月27日(月)

## 3C分析と注意点

「3C分析」は、外部環境（市場と競合）の分析から KFS (Key Factor for Success : 成功の鍵となる要因) を見つけだし、自社の戦略に生かすフレームワークです。

この分析は、マーケティング戦略などで、よく活用されていますが、いくつかの陥りやすい問題もあり、注意が必要です。

### “3C分析”の方法と注意点

“3C分析”では次の分析を行ないます。

CUSTOMER	顧客ニーズの変化を知ります
COMPETITOR	競合が市場・顧客ニーズの変化にどのように対処しているかを知ります
COMPANY	自社が成功する要因を見出します

調査・検討を行なう上で、注意を要する点と対処法は次の通りです。

- ① 「顧客ニーズの変化」を知るには、好みが多様化している今日、対象市場で顧客の商品の使用場面に接して、“三現主義（現地で、現物を見て、現実に即して）”で詳細に観察する（“三現主義”は以下の調査検討でも同様に重要）。
- ② 競合は、その顧客ニーズにどのように対

応しているか“4P”の視点から観察し、情報を集める。

### [4Pの視点]

視点	調査対象
Product	商品そのもの
Price	価格政策
Place	販売店・販売経路
Promotion	広告・宣伝・人的コミュニケーション

- ③ 以上の調査、検討から、「4P」の視点で自社の成功要因を見出す。

### 経営者・管理者の留意点

ここで、最も注意を要するのは、競合の「4P」対処策の真似をし、同様の対策で負けまい、とする結果、自社の独自性を薄めてしまうことです。自社の「4P」の対処策検討では、SWOT分析・クロスSWOT分析などを援用し、自社の強みを深掘りして差別化することが最重要です。

社員の衆知を集めて、自社の実績に裏付けられた、販売上・技術上の強みを良く検討し、より強化することに徹すれば、競合を凌駕することに帰結するでしょう。



自社の独自性で差別化!