

内部環境分析

	自社の強み	自社の弱み
1. ヒト 人材のレベル 人員数の充足度 組織風土の状況	【人材のレベル】： 営業・商品管理の分野のベテラン多く仕事の許容範囲が広い。 会社の利益に関心を持っている社員が多い。 個別担当先への責任感を持っている。	【人材のレベル】： 仕事に対する責任感是个々に持っている反面、会社組織全体には統一感ができていない。 上司の命令以外では積極的に動こうとしていない。(上司の目から)
2. モノ 商品・サービス力 設備 技術・ノウハウ	【商品力・サービス力】： 宝飾部門 催事については商品力・販売力が向上してきている。	【商品力・サービス力】： 商品開発力は持っているが、ヒット商品がなかなか生まれてこない。(Rキュービック以来のヒット商品が出てきていない。) 観光部門では商品力があるが、販売・サービス力が不足しており、バランスが悪い
3. 情報、管理システム 情報の伝達・共有システム 業績管理システム 会議制度	【情報伝達・システム】： 営業情報のシステム化は充実している。(売上月報・売上日報・個人別売上情報など) 社内で情報伝達・共有できるシステムは整いつつある。 【業績管理】	【情報伝達・システム】： 営業情報システムの整備が進んでいるが、情報活用が遅れている。 商品管理システムが弱い。店舗と本社間のシステムのオンライン化が課題である。 営業部門が「好き勝手」にやりがち(?)で全社的な統一性がない。
4. 財務機能 自己資本の安定度 金融機関との関係 借入返済能力	【財務管理体制・金融機関との関係】 財務管理体制・・・営業担当者への内部牽制を随時行う社内での機会を多く作ってきており、店舗での販売状況の把握、在庫状況(商品異動、店舗適正在庫、在庫期間等)の把握ができており、資金管理に反映されている。 銀行との付き合い方について・・・B部長の築いてきた金融機関とは安定した関係がある。	【財務管理体制・金融機関との関係】： 売上高の低迷による資金繰の悪化が経営者の共通認識になっていない。 在庫調整がコントロールできていないケースがある(セール品を先行仕入により在庫確保している例など)。