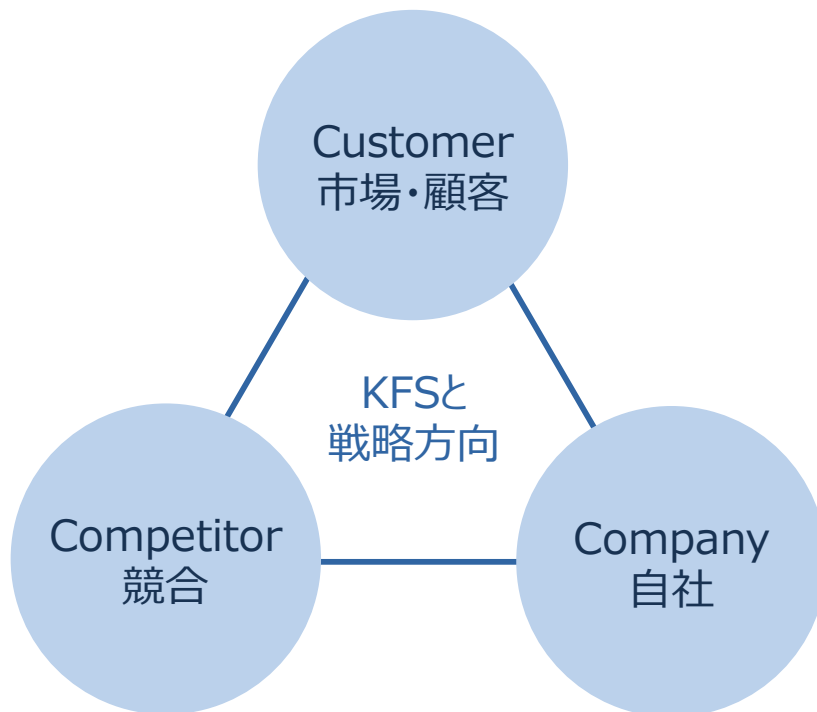


3C分析のフレーム

顧客の定義・・・顧客は誰か、規模・数など
顧客の期待・・・顧客タイプ別、場面別の違いなど
顧客の行動・・・利用頻度や金額など
及びそれらの「現状」と「今後の変化」

※ターゲット顧客がある場合は重点的に、より具体的に



競争相手は誰か

※原則として「Company(自社)」
と同じ項目・視点で整理する。

※「広義」の競合は幅広く捉えることができるが
一般的には現状の同業種・同業態の
競合相手を対象にすることが多い

経営リソース

- ・従業員数、施設・設備、商品、資本・資金力など
- ・仕入れ先や協力会社などのネットワーク

売上、利益、シェアなどの事業成果
自社の特徴、強み・弱み
背景・根底にある理念や戦略方向