

お知らせ（学習ルート早見表）

～マクロとミクロの分析結果を「機会」と「脅威」に束ねます～

全5頁です（前付け3頁＋本編2頁）。ラベル（【最重要】＝赤／【重要・次点】＝オレンジ／【任意・深掘り】＝グレー）を目印に、上から順にお読みください。

■ 本筋（必須）ルート：p1～p5

「外部環境分析の手順 → 分析手法の全体像」を、一本道で押さえます。本セクションに深掘り（任意）の頁はありません。



お急ぎなら、まず p4。ここが本体です。

p4「外部環境分析の手順」で、マクロ・ミクロの結果を機会と脅威に束ねます。p5 は、分析全体の中での位置づけを確認する全体像マップとして、必要に応じて戻れます。

※ 頁番号はスライド番号と一致しています（この早見表＝1頁目／スライド1）。

第3講 環境分析（外部）と重要課題の特定

～「外部の波」を捉え、解決すべき壁を絞り込む～

セクション1 マクロ環境分析：PESTEL （理論）	セクション2 ミクロ環境分析：ファイブ フォース（理論）	セクション3 外部環境の機会と脅威の特 定	セクション4 SWOT分析の実施	セクション5 実践：重要経営課題の特定
外部の「型」で世の中を読む	業界内の競争を5つの力で測る	★ 本セクション：追い風と逆風 を切り分ける	強み×機会で勝ち筋を描く	最優先で解くべき「壁」を絞る
1 なぜ今、マクロ環境を見るのか？	1 経営環境分析手法	1 外部環境分析の手順	1 経営環境分析手法とSWOT分析	1 導入：なぜ「絞り込み」が必要か（ブリッジ）
2 経営環境分析手法	2 経営環境分析プロセス	2 経営環境分析手法	2 SWOT（スウォット）分析とは	2 理論解説：重要経営課題（壁）とは
3 PESTELの各要素と地域市場への応用	3 ファイブフォース分析の意義		3 SWOT分析の具体的な進め方	
4 外部環境がもたらす影響事例	4 ファイブフォース（5つの力）とは			

★ は現在地（本セクション）。本デッキはセクション3「外部環境の機会と脅威の特定」を扱います。

第3講 環境分析（外部）と重要課題の特定

～分析を「機会」と「脅威」に束ねる～

【初めに】

ここまでで、PESTELで世の中の大きな流れ＝マクロを、ファイブフォースで業界の競争構造＝ミクロを読みました。けれど、分析は集めて終わりではありません。見えてきた変化を、自社にとっての「追い風（機会）」と「向かい風（脅威）」に、はっきり仕分ける。この客観的な特定こそが、地に足のついた戦略の前提になります。本セクションでは、外部分析の結果を統合し、SWOTのO（機会）とT（脅威）を確定させる手順を見ていきます。

1

外部分析の総仕上げ

PESTEL（マクロ）と5フォース（ミクロ）の結果を、一つのテーブルに統合する。

2

機会と脅威の抽出

自社の事業に最も効く「追い風（機会）」と「向かい風（脅威）」を、客観的に選び出す。

3

SWOTへの橋渡し

ここで定めた機会（O）・脅威（T）が、次のSWOT分析の入り口になる。

集めた分析を、「機会」と「脅威」へ。外の世界の読みを、戦略の言葉に翻訳しましょう。

3 外部環境の機会と脅威の特定

1 外部環境分析の手順

マクロ（PESTEL）とミクロ（5フォース）の分析結果を統合し、「追い風（機会）」と「向かい風（脅威）」を明確に特定します。この客観的な特定こそが、地に足のついた戦略の前提となります。

No.	分析プロセス名	目的と役割（簡単な定義）
①	マクロ環境分析（PESTEL）	マクロ環境とは、企業活動全体に影響を与える、自社ではコントロールできない外部の巨大な環境要因のことです。マクロ環境分析は、市場や業界を超えた「大きな潮流」（政治、経済、社会、技術など）を分析し、長期的な「機会」と「脅威」の予兆を捉えることです。
②	ミクロ環境分析（ファイブフォース）	ミクロ環境とは、自社が直接関わる市場や業界の環境のことです。ミクロ環境分析は、自社が属する市場・業界の「競争構造」を分析し、収益性の限界と競合の厳しさを客観的に見極めることです。
③	外部環境の機会と脅威の特定	PESTELとファイブフォースの結果を統合し、自社の事業に影響を与える最も重要な「追い風（機会）」と「向かい風（脅威）」を抽出する。SWOTのOとTを確定する作業。
④	SWOT分析の実施	内部環境（強み・弱み）と外部環境（機会・脅威）を統合し、自社の強みを活かして機会を捉える「勝ち筋（SO戦略）」など、戦略の方向性を策定する。

3 外部環境の機会と脅威の特定

2 経営環境分析手法

