

誰でも簡単に使える

# 5つの競争要因分析

## CONTENTS

1. 5つの競争要因分析とは
2. 5つの競争要因分析のやり方

誰でもコンサルタント



<http://www.darecon.com>

## 1. 5つの競争要因とは

5つの競争要因とは、  
競争戦略論の第一人者であるマイケル・E・ポーターが提唱した、  
競争環境を分析するためのフレームワークで、  
「ファイブ・フォース」ともいいます。

市場における競争状況は  
既存業者間の競争だけで左右されるものではなく  
買い手（顧客）の交渉力、売り手（仕入先）の交渉力、  
代替品の脅威および新規参入の脅威も  
競争に影響を与える要因になるという考え方です。

同業者間の競争	自社と競合他社との競争。競争が激しくなる業界の特徴は以下のとおり。 「同業者が多い」「成長の速度が遅い」「高コスト構造」「差別化しにくい」 「生産能力の拡大が容易」「戦略のバラエティが豊富」「戦略と成果の因果関係が大きい」「撤退コストが大きい」
買い手（顧客）の交渉力	自社と顧客の競争。供給過剰などで買い手の交渉力が強まると、値下げ圧力などで自社の利益を圧迫することが起こる。
売り手（仕入先）	自社と仕入先の競争。供給者の交渉力が強まると、インテルとパソコンメーカーの関係のように供給者が自社の利益を奪っていくことが起こる。
代替品の脅威	自社製品と代替品の競争。自社の製品・サービスが、ユーザーのニーズを満たす異なる製品・サービスにとって代わられてしまう脅威。
新規参入の脅威	自社と新規参入者の競争。参入障壁の低い業界は脅威が大きくなる。

## 2. 5つの競争要因分析のやり方

※プロジェクト方式で5つの競争要因分析を行うことを前提に解説します。

- ① 各事業部門の戦略策定責任者はエクセル等で以下の「競争基準明確化シート」を作成します。

### 【競争基準明確化シート】

5つの競争要因	競争または交渉相手	競争または交渉のポイント
同業者		
買い手（顧客・販売代理店）		
売り手（仕入先）		
代替品（想定も含む）		
新規参入者（想定も含む）		

- ② 作成した表とその記入方法解説をプロジェクトメンバー員に配布し、「競争または交渉相手」および「競争または交渉のポイント」を記入してもらいます。

- ③ 各人が記入した表を持ち寄ってプロジェクトミーティングを開き、プロジェクトとして「競争基準明確化シート」を完成させます。

【競争基準明確化シート - 記入例】

5つの競争要因	競争または交渉相手	競争または交渉のポイント
同業者	A社 B社 C社 D社 E社	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コスト</li> <li>・性能、機能</li> <li>・品質</li> <li>・ブランドイメージ</li> <li>・製品デザイン</li> <li>・開発スピード</li> <li>・サポート</li> <li>・販売力</li> <li>・広告宣伝力</li> </ul>
買い手（顧客・販売代理店）	F社 G社 H社 I社 J社	<ul style="list-style-type: none"> <li>・価格（市場価格、仕切価格）</li> <li>・マージン</li> <li>・安定供給</li> <li>・納期</li> <li>・信用力</li> <li>・販売支援</li> <li>・商品ラインナップ</li> <li>・サポート力</li> </ul>
売り手（仕入先）	K社 L社 M社 N社 O社	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コスト</li> <li>・協調体制</li> <li>・納期</li> <li>・品質</li> <li>・系列関係</li> <li>・法令</li> </ul>
代替品（想定も含む）	P(代替製品名) Q( " ) R( " ) S( " ) T( " )	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市場価格</li> <li>・流通ルート</li> <li>・広告宣伝</li> <li>・機能の多様性</li> <li>・操作性</li> <li>・他市場への展開力</li> </ul>
新規参入者（想定も含む）	U社 V社 W社 X社 Y社	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コスト</li> <li>・販売チャネル</li> <li>・ブランドイメージ</li> <li>・企業の信用力</li> <li>・顧客セグメント</li> <li>・営業力</li> <li>・広告宣伝力</li> </ul>

以上で5つの競争要因分析は終了です。

明確化された競争要因は戦略策定に反映されることになります。

詳しくは

「コンサルタントの手法による中期経営計画策定マニュアル」

<http://www.darecon.com/chyukei/index.html>

を参照してください。

(以上)

あなたのナレッジ（ビジネスに関する知識・ノウハウ）をナレッジアーカイブに登録してください。ビジネスに関するものであればジャンルは問いません。  
登録すると以下のメリットがあります。

- ・ あなたのナレッジを世間に提供できる
- ・ あなたのナレッジの評価を確認できる
- ・ あなたのナレッジの商品化の道が開ける（※1）
- ・ 特典を得られる（※2）

※1）好評なナレッジは、当サイトが商品化をサポートします。

※2）<http://www.darecon.com/community/modules/downloads/#tokuten> 参照

ナレッジの登録方法は下記ページを参照してください。

[http://www.darecon.com/community/modules/pico/index.php?content\\_id=13](http://www.darecon.com/community/modules/pico/index.php?content_id=13)