

**Q** コロナ禍で客足が遠のき、主力商品が不振となりました。新商品・サービスを展開していくに当たって注意すべき点は何か。

**A** 新型コロナウイルス感染症(以下「感染症」)拡大による影響で、業種・業態によつて景況感に大きく差が出ておられます。飲食業、観光業、商店街などでは厳しいビジネス環境下、ピンチをチャンスと捉え、新商品・サービスでシェア拡大を実現した企業もあります。そのために重要となるのが「外部環境分析」内

## 中小企業 診断士による 経営 Q&A

に高齢者向け接種完了という目標も難航している③感染症対策や事業転換のための補助金、支援制度が継続的に拡充されている。

次に今後の情勢を織り込み

「誰に」「何を」

「対象顧客の選定」であり、コロナ禍ではビジネスの前提が変化しているため「外部環境分析」が肝要です。

10月中に任期満了となり衆議院の総選挙、官邸動向に目を向けると、9月以降選挙を意識した揺り戻しとい

みという状況が求められる③補助金は事業者向け感染症対策から国民向けGoToキャンペーンに再びシフト、といった可能性が考えられます。

「どのように」販売すればよいか。中小企業診断士は上記のような外部環境分析に各企業の内部資源から抽出した強みを掛け合わせ、対象顧客の選定、最適商品の営業支援まで幅広く対応いたします。

# ピンチをチャンスに

つりながら、実際の分析手順を紹介いたします。まず、現状の環境整理としては次の3点になります。

①国民が緊急事態宣言に慣れ、国内ワクチン対応の遅れが際立つため宣言は頻発で

面はコロナ対策強化でしょう。サブシナリオとして、ワクチン接種状況や効果が明らかになれば、「飲みたい」「旅行したい」「会って話したい」

（中小企業診断士・本多勇 談ください。）

①一部都道府県で緊急事態宣言が発令され、範囲の拡大と期間の延長がなされている②日本ではワクチン接種が遅れており7月末まで

②五輪後の外国人観光客の受け入れや明るい希望を取り戻す上で、9月までには

「飲みたい」「旅行したい」「会って話したい」という鬱積(うつせき)したニーズが起爆剤となり、消費

拡大となる可能性はありと考

連絡先：一般社団法人埼玉  
県中小企業診断協会(804  
8・762・3350)