

## 【SWOT分析】 自分の学校の強みと弱みを分析する

法人の現状、学校を取り巻く環境を分析する手段の一つとして、SWOT分析を用いる。これは、強み、弱みといった内部環境と、機会、脅威といった外部環境を2×2マトリックスにして分析し、領域に応じた戦略を策定していくものである。

ここでいう強み・弱みはあくまでライバル校と比較した相対的なものであることに注意する必要がある。絶対的な強みでなくても、ライバル校より確実に優位であるならばそれでよい。また強みについては、将来においても継続的に強みとして維持できることが重要である。

外部環境と内部環境を抽出した上で、強みを機会に活かす、強みを活かして脅威に対応する、弱みを克服して成長機会を捉える、弱みと脅威の鉢合わせ(最悪の事態)を回避するなどの戦略を立てる。

SWOT分析を用いて強みや弱みを抽出した後に、今度は顧客(在学生・父兄・就職先)満足度調査に基づくSWOT分析を行う。自校が作成したSWOT分析は主観的な部分が多いため、顧客の視点から見たSWOT分析と比較することによって、客観的な判断ができる。たとえば自校で抽出した強みが、顧客の立場に立ってみると、本当に「ライバル校にはない強み」であるかどうかを確認することができる。

《 表1 SWOT分析の領域 》

		外部環境	
		機会 (Opportunity) 自校にとって機会は何か？	脅威 (Threat) 自校にとって脅威は何か？
内部環境	強み (Strength) 自校の強みは何か？	チャンスであり、積極的に投資する  →積極的攻勢	強みを活かして脅威に対応する  →差別化戦略
	弱み (Weakness) 自校の弱みは何か？	弱みを克服して成長機会を捉えていく  →段階的施策	縮小・廃止を検討する  →専守防衛または撤退

## 【SWOT分析の具体的な例】

### 法人・学校単位だけではなく、教務面・財務面の要素も付け加えて分析する

簡単ではあるが、具体的な分析例を表2として掲載した。この場合を例にとると、次のような対応策が考えられる。

#### 積極的攻勢 強み②+機会②

経済学部を看板学部として、学校のブランド力向上に積極的に活用する。

#### 段階的施策 弱み③+機会③

学生部、教務部、就職部の統合を進め、学生の要望に迅速に対応できる組織作りを進める。

#### 差別化戦略 強み①+脅威②

学校の伝統を強くアピールするとともに、後援会組織のさらなる強化を図る。

#### 専守防衛または撤退 弱み②+脅威③

法科大学院を思い切って縮小し、新司法試験合格者数ではなく、合格率をPRできる体制をつくる。

## 《 表2 SWOT分析の具体例 》

		外部環境	
		機会	脅威
内部環境	強み	<b>積極的攻勢</b> 強み②+機会② →戦略1 経済学部を看板学部として、学校のブランド力向上に積極的に活用する	<b>差別化戦略</b> 強み①+脅威② →戦略3 学校の伝統を強くアピールするとともに、後援会組織のさらなる強化を図る
	弱み	<b>段階的施策</b> 弱み③+機会③ →戦略2 学生部、教務部、就職部の統合を進め、学生の要望に迅速に対応できる組織作りを進める	<b>専守防衛または撤退</b> 弱み②+脅威③ →戦略4 法科大学院を思い切って縮小し、新司法試験合格者数ではなく、合格率をPRできる体制をつくる