

人手不足の中堅中小企業こそ、 経営者がAI活用で生産性を上げる

Presenter

株式会社 船井総合研究所
価値向上本部 アカウントパートナー室
シニア・コンサルタント

今 亮太郎 (Kon Ryotaro)

多種多様な業種・業界の中堅・大手向けコンサルティング業務を経験。具体的には、大手企業の戦略策定や事業計画策定、市場調査など幅広い領域の実務をこなす。現在は、いい会社を一社でも増やす思いで「成長戦略づくり」「新規事業立ち上げ」「ホールディングス化」「組織づくり」等、の「中堅企業の価値向上支援」を行っている。特に、人員が限られる中小・中堅企業が次の10年勝つためには、企業規模を拡大させ、デジタルを使いこなし生産性を上げることだと信じ、中小企業のDX導入・活用支援に注力している。



本日本日お伝えさせていただくこと

(大手企業と比較して)

人手不足な中堅・中小企業こそ、
デジタル×AI活用で生産性を上げるため必要があります。

本日本日お伝えすること

- **アナログ中堅・中小企業はCRMカンパニーに淘汰される**
- **船井総研グループのデジタル活用事例**
- **次の10年、持続的成長するためにすべきこと**

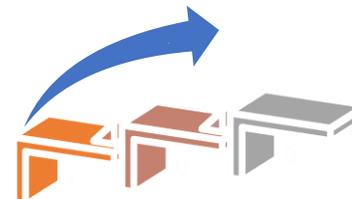
船井総研グループの紹介

中堅・中小企業
向けコンサルティング市場を牽引

グループ業績

売上高

25,635 百万円



営業利益

7,100 百万円

提案ソリューション数

✓ **225**

セミナー開催本数／参加者数

✓ **1,500本以上**

✓ **27,000人以上**

経営コンサルタント人数

✓ **755名**

(新卒コンサルタント育成期間4.1年)

個別コンサルティング件数

✓ **5,537** 社

経営研究会会員数

✓ **6,475** 社

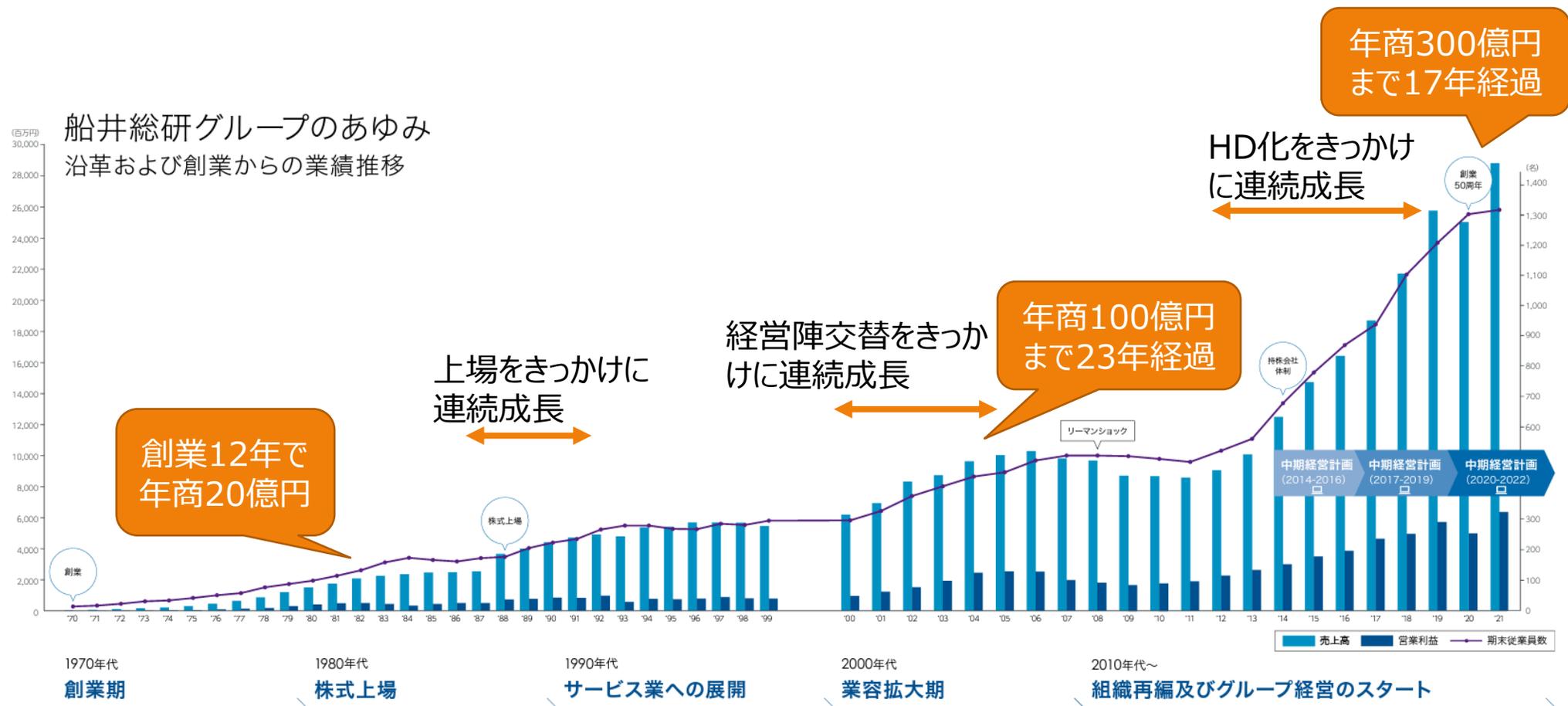
事業継続年数

✓ **53 年**

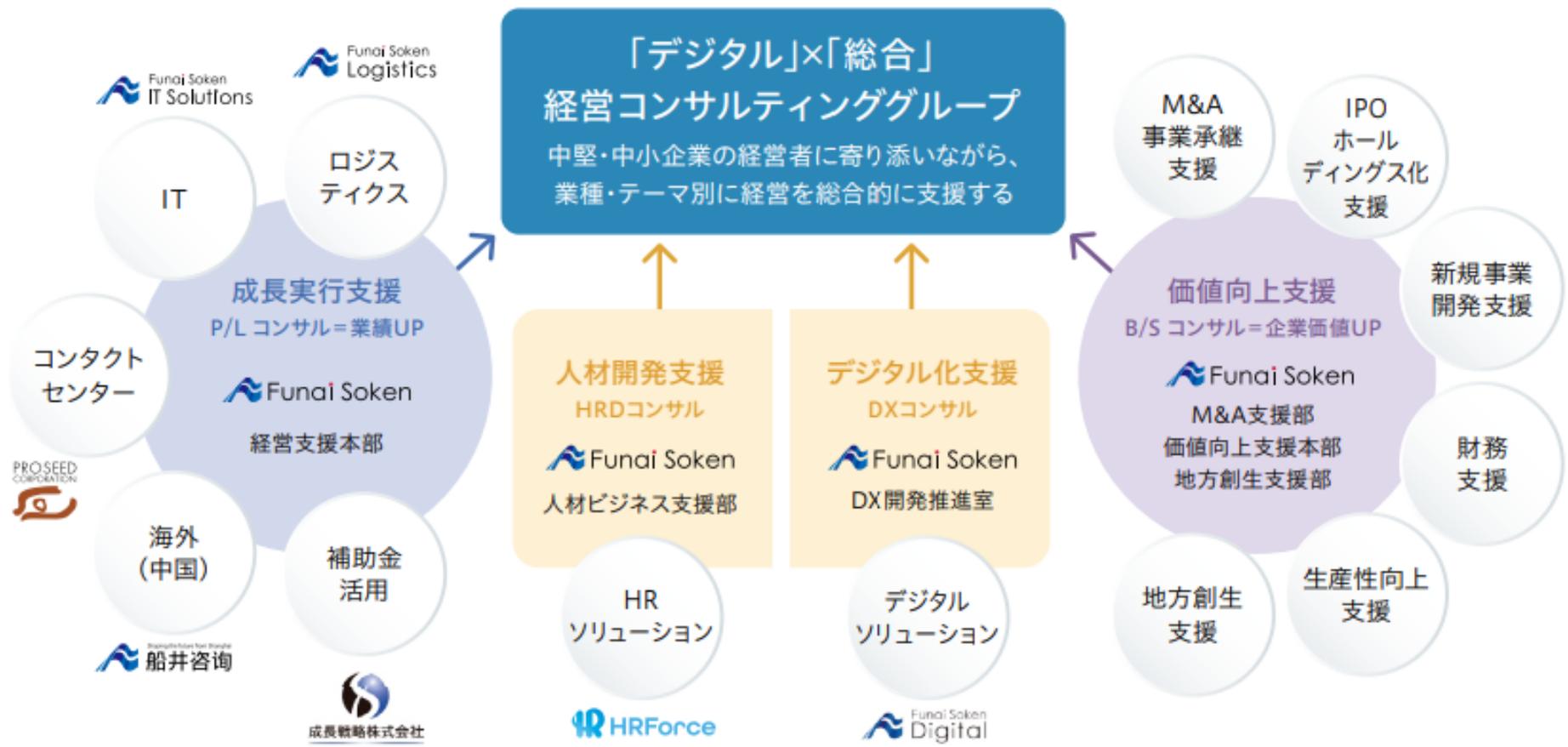
(2020年に創業50周年)

時価総額

✓ **1,411** 億円



船井総研グループの紹介



船井総研グループの紹介

- ✓ 150業種以上の専門チームを編成
- ✓ 業種横断型で経営テーマ別専門コンサルタントが関与（チームコンサルティング）

	住宅	建設	不動産	賃貸	リフォーム	医療	介護・福祉	自動車	ものづくり	環境・エネルギー	食品	観光・宿泊	自治体	飲食	士業	人材ビジネス	保育・教育	ビューティ	アミューズメント
ビジネスモデル																			
マーケティング																			
営業																			
HR																			
財務																			
DX強化																			
新規事業																			
M&A																			
IPO																			

Group Purpose

グループパーパス

サステナブルなグロースカンパニーをもっと。

Sustainable Growth for More Companies

どんな時代にも成長し続ける企業を増やし、あらゆる人が幸せにその可能性を開花させ、社会の生産性をも上げられる そんな未来を私たちがリードしよう

グループビジョン

Group Vision

中堅・中小企業を中心とした デジタル × 総合経営コンサルティンググループ

各社ミッション・ビジョン



グループコアバリュー

Funai Way

ファウンダーススピリット

Founder's Spirit

Adventureship

変化を原動力に

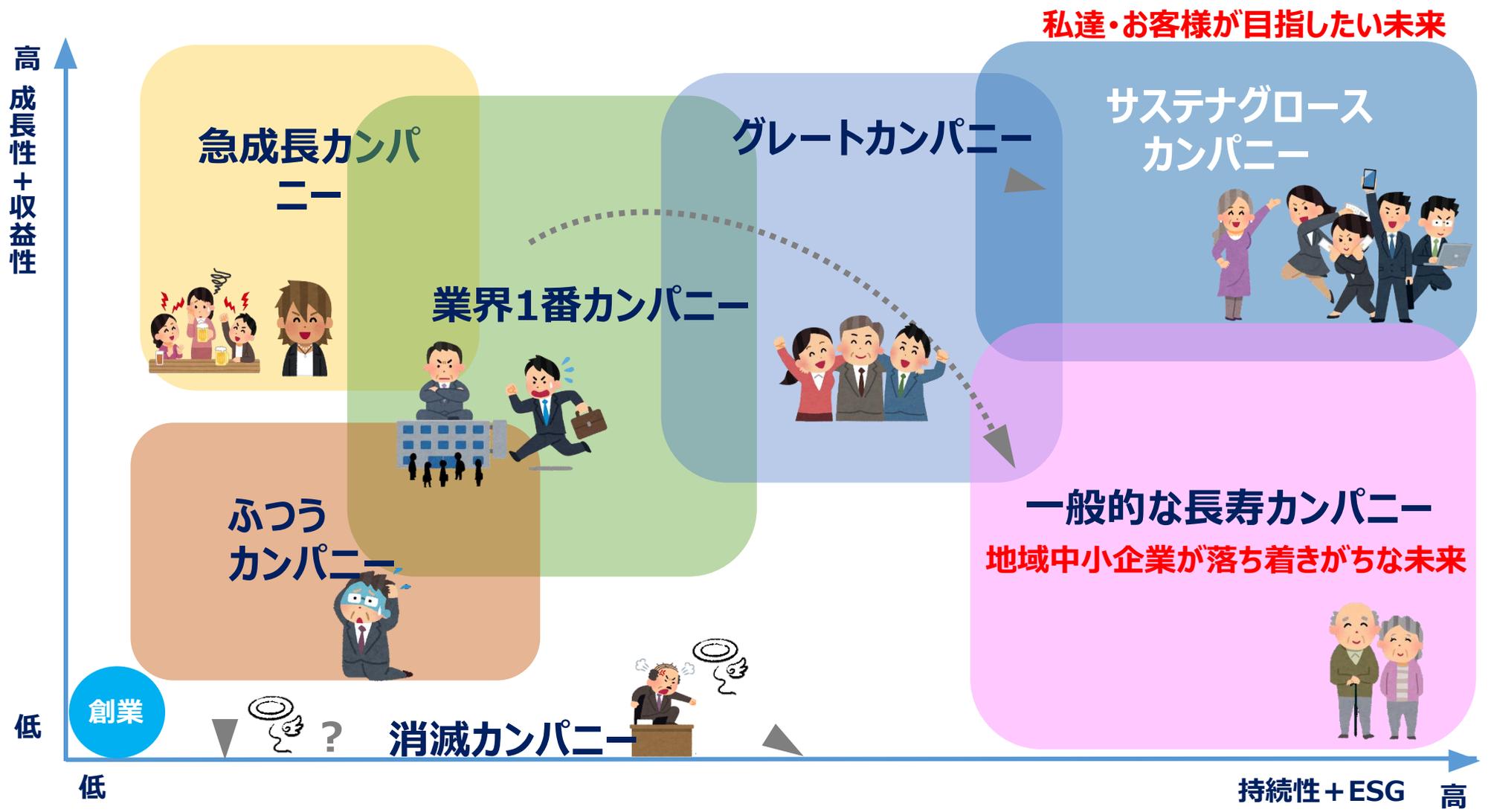
Empathy

経営者に伴走しよう

Integrity

良心に従おう

世のため、人のために尽くそう。



Contents① アナログ中堅・中小企業はCRMカンパニーに淘汰される

Contents② 船井総研グループのデジタル活用事例

Contents③ 次の10年、持続的成長するためにすべきこと

外部環境の変化が激しい

市場の縮小

- 人口減少が本格化し、2020年から2030年で1,000万人減少する見通しに。
- 少子高齢化が進み、年少人口・生産年齢人口数が10年で7.5%減少。
- 物価上昇や先行きの不透明さに由来する購買意欲への悪影響。

コストの増加

- 採用費、人件費、原価、物流費等の高騰による利益率の圧迫。
- 電力調達価格の高騰や燃料費調整額の上限撤廃による光熱費の上昇。

人財確保難

- 生産年齢人口の減少に伴う人手不足。
- ヘッドハンティングを含めた、数少ない優秀社員の人材流出。
- リモート育ち慣れしている新人の入社後ギャップによる早期退職。

デジタル格差の拡大

- コロナ禍によるデジタルを活用した新生活様式の急速な発展。
- AI技術の進化に伴い、IT環境への対応が必然となるビジネススタイルへの適応。

大手企業のDXは急速に進んだ。
中堅・中小企業のDXは静止。
このままだとより格差は広がる。

※再確認※

DXとは、デジタルトランスフォーメーション

判断軸は、そのデジタル化は顧客の体験が良くなっているか

デジタル格差の拡大

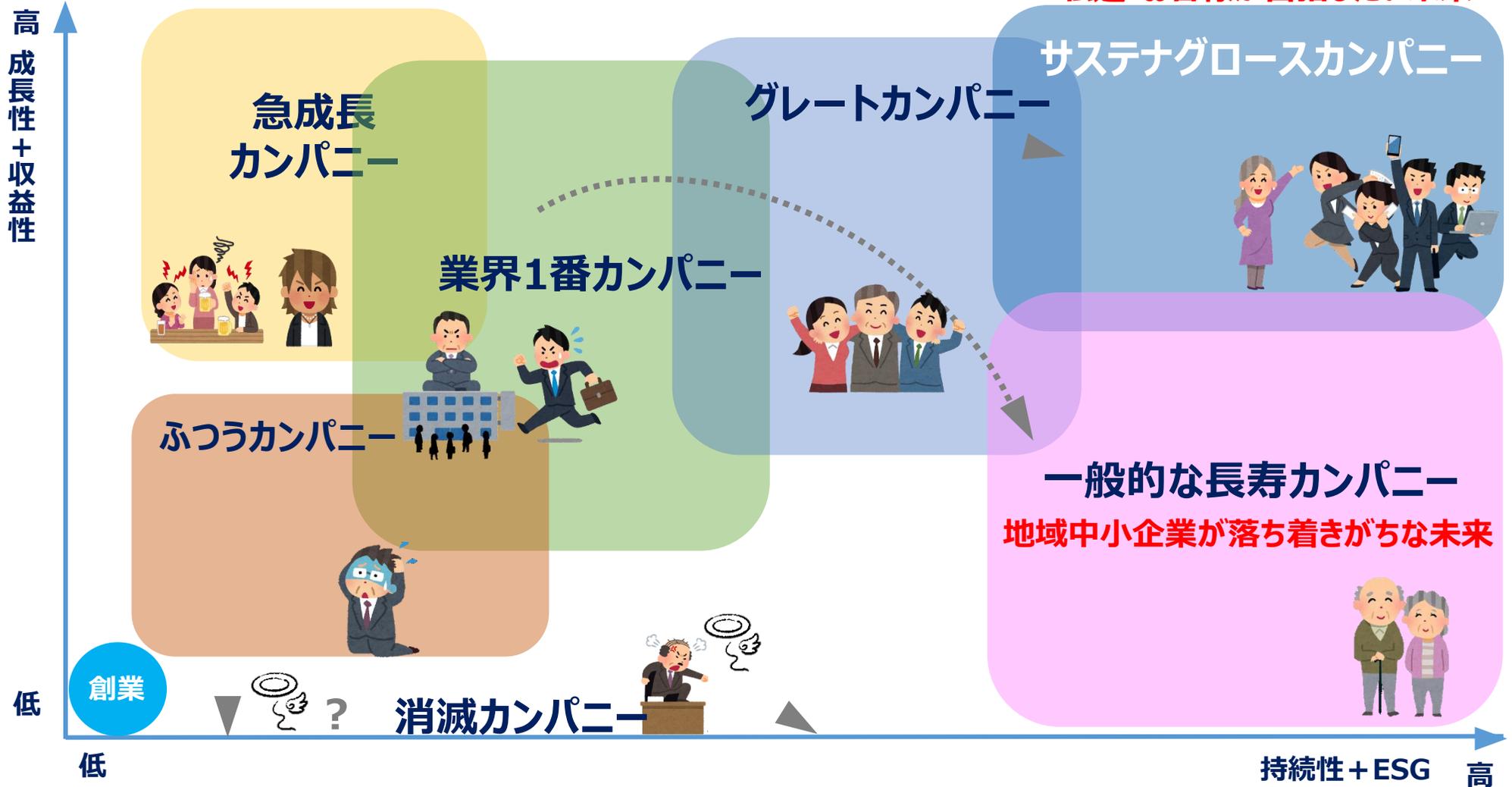
<固定客商法（船井流経営法）の原則>

不特定商法は、
特定商法に必ず淘汰される。

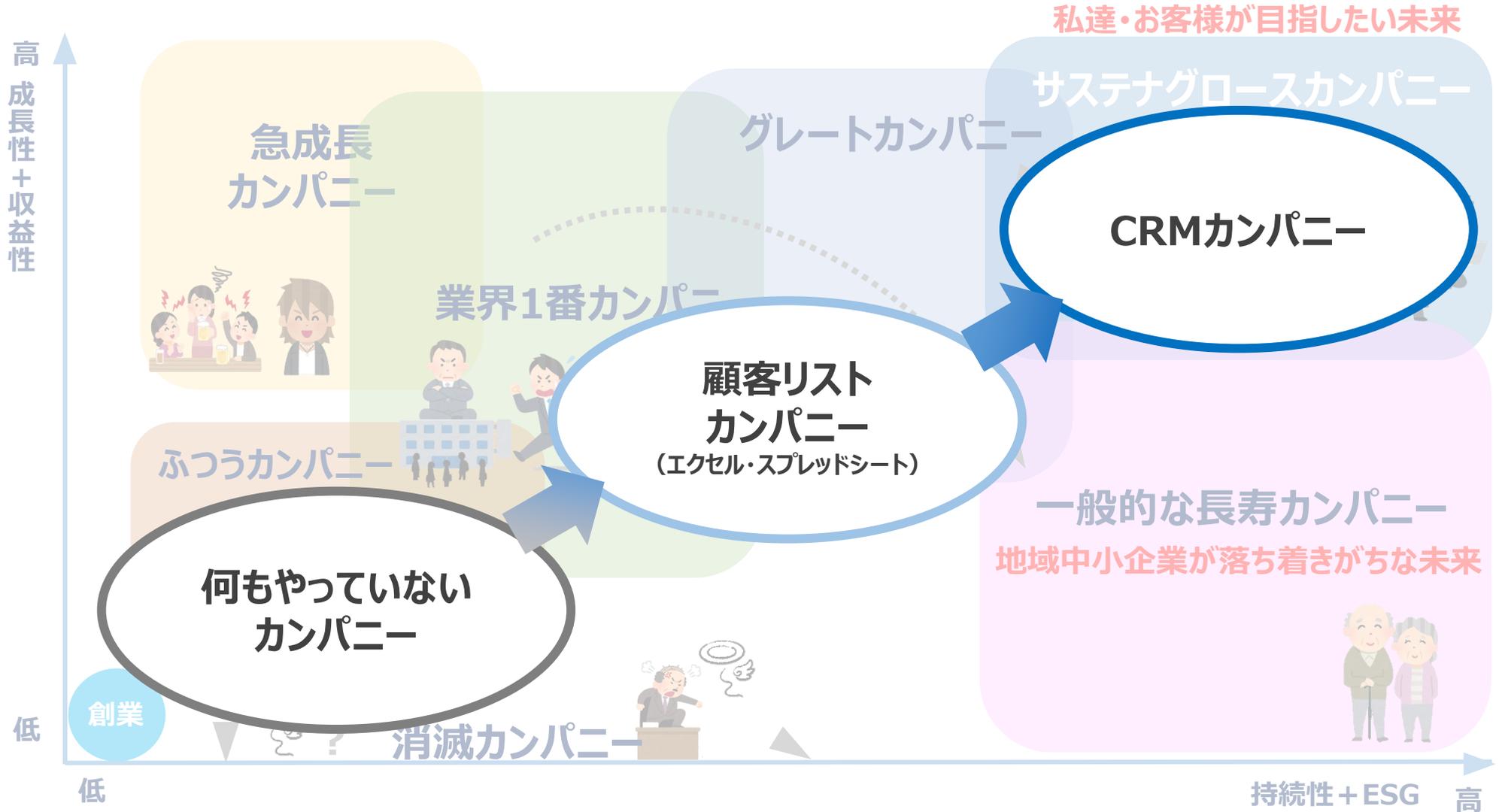
非CRMカンパニーは、
CRMカンパニーに必ず淘汰される

例) ウォルマートとアマゾン

これからの時代は、CRMカンパニー化



これからの時代は、CRMカンパニー化



これからの時代は、CRMカンパニー化

企業カテゴリ	例	顧客	何が売れたか	いつどこで売れたか	誰が買ったか	誰が来店したか	興味を持ったが買わなかった品	次に何を買いそうか
顧客管理優良商家	江戸時代の優良商家	特定少数	○	○	○	△	△	△
量販店・非CRMカンパニー	かつてのウォルマート	不特定多数	○	○	×	×	×	×
CRMカンパニー	アマゾンと現在のウォルマート	特定多数	○	○	○	○	○	○

あらゆる業界において
CRMカンパニーと非CRMカンパニーで

収益性に2～3倍の差がついている

CRMとは、顧客管理×（IT + AI）

顧客リストは宝・資産で、育てて大きくする。

人は1日8時間稼働（要採用）

AIは24時間稼働（不満や文句なし）

中堅・中小企業は人が少ないからこそ、

MAやチャットボットにAIの掛け算で顧客獲得を

Contents①

アナログ中堅・中小企業はCRMカンパニーに淘汰される

Contents②

船井総研グループのデジタル活用事例

Contents③

次の10年、持続的成長するためにすべきこと

商談数 **172%**成長

セミナー申込数 **162%**成長

新規リード数 **135%**成長

顧客リストを増やしたデジタルマーケの成功事例

成長の秘訣は **ツーステップマーケティング** を取り入れた事



『あなたの会社が
90日で儲かる』
神田 昌典 (著)
1999/12/14

ワンステップマーケティング

いきなり本商品の
定期コース(サブスク)を売る。



ツーステップマーケティング

まずは見込客を集める。



引用元 : 売れるネット広告社 代表取締役社長 CEO 加藤 公一 氏 「売れるD2Cつくーる」
URL <https://urerud2c.com/system/knowhow/2330.html>

顧客リストを増やしたデジタルマーケティングの成功事例

ワンステップ（狩猟型）マーケティング

いきなり**セミナー集客**



（即商談・数が少ない）

ツーステップ（農耕型）マーケティング

まずは**見込客**を集める



（中長期的・数が多い）

セミナー毎にDMで集客するのに加えて、メルマガで継続的にセミナー提案。

①まず見込客を集めて、②継続的にセミナー提案する

	ウォンツ無	ウォンツ有
ニーズ有	そのうち客 (要提案)	いますぐ客 (即商談)
ニーズ無	見込み無	見込み無

ターゲット除外

ニーズ有

- 経営者層
- 成功の3条件（素直・プラス発想・勉強好き）を志向している。
- グレートカンパニー・サステナブルカンパニー・100億円企業を志向している。

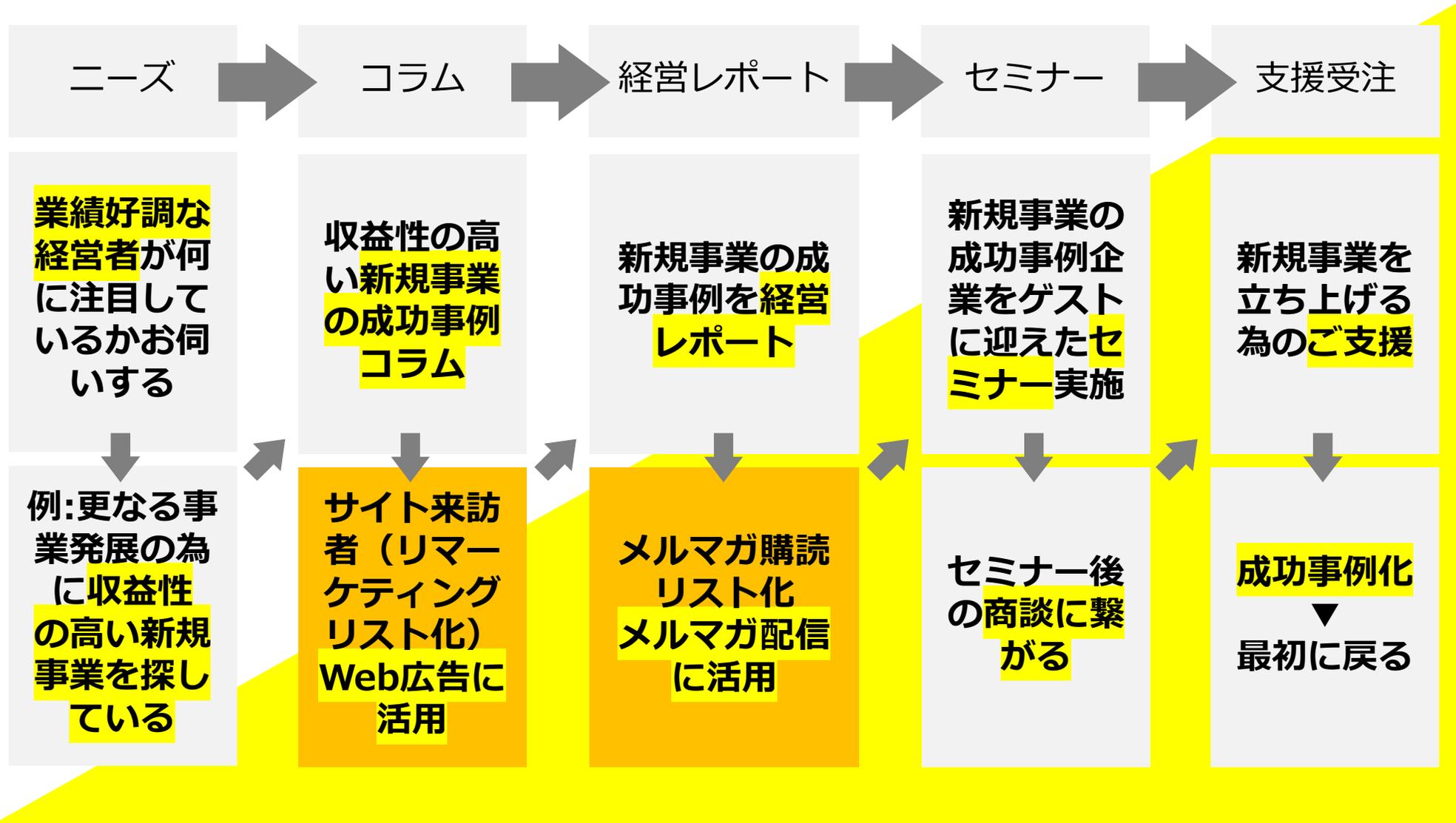
※極論マーケティングも採用も仲間探し

ウォンツ無

- まだセミナーに参加する程でもないと考えている。

経営レポートやコンサルタントコラムを継続的にメルマガ配信する事でセミナー集客に引き上がる

顧客リストを増やしたデジタルマーケティングの成功事例



顧客リストを増やしたデジタルマーケティングの成功事例

【住宅不動産会社向け】
2014年から9年で、売上10億円→127億円を突破！

【1分でわかる！】
「100億円企業のつくり方」&「持続的に成長を続ける会社の秘訣」を徹底解説

1. 成功事例企業のご紹介

2014年から9年で、売上10億円→127億円を突破
「100億円企業のつくり方」&「持続的に成長を続ける会社の秘訣」を徹底解説

ALLAGI株式会社
代表取締役
谷上 元朗

2. 新築事業の成長戦略

業績推移

年	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
売上 (億円)	10	21	41	77	108	144	210	242	127

直近9年で業績12倍、年商127億円突破。

2. 新築事業の成長戦略

注文事業のマルチブランド戦略

注文事業の拠点展開

2018年から分譲事業参入。会社全体の売上を伸ばす大きな柱となった。

様々な経営課題にお応えするレポートを、
コンサルタントが作成し続けた結果、3年で2,000件以上に

顧客リストを増やしたデジタルマーケティングの成功事例



ドーナツ型ターゲティング

カスタマーリスト

fbupグループ社員0.1万

★fbup20230208_全見込み顧客79.3万

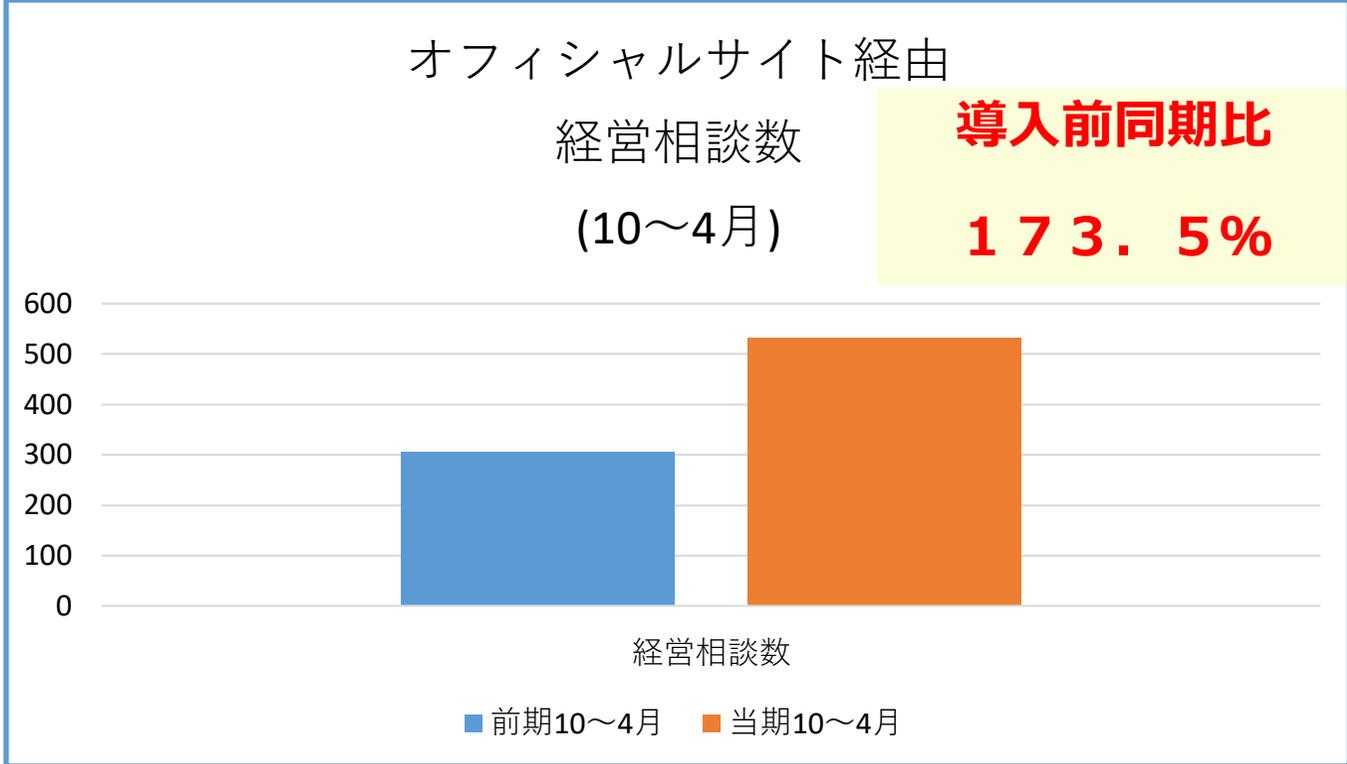
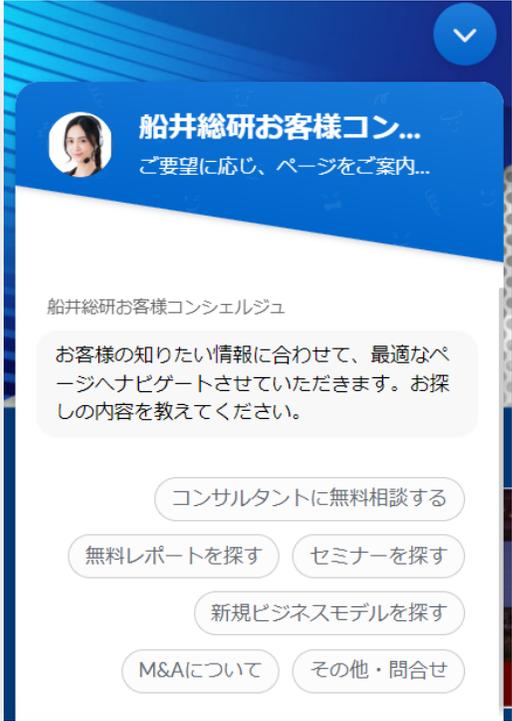
カスタマーリスト メールアドレス&電話番号

類似ユーザー カスタマーリストと属性や行動が似ているユーザーをリスト化したもの

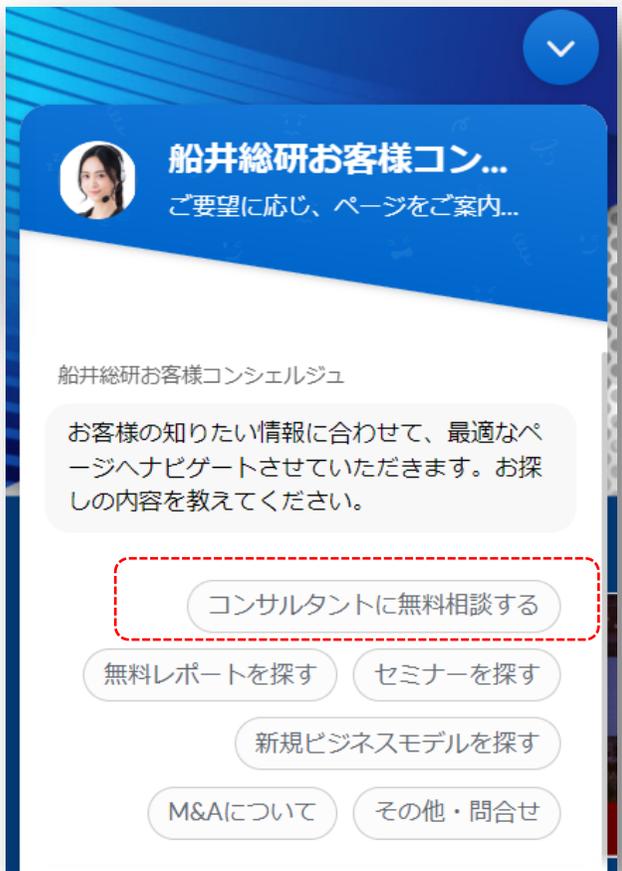
類似ユーザーから既存見込み顧客を差し引くと、確実に新規見込み顧客を開拓できる。

逆に言えば、この設定をしない限り、既存見込み顧客にばかり広告配信してしまい広告が勿体ない。

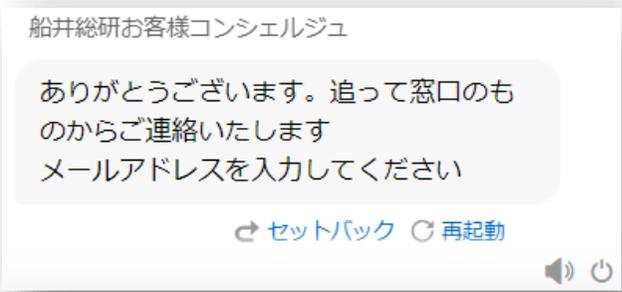
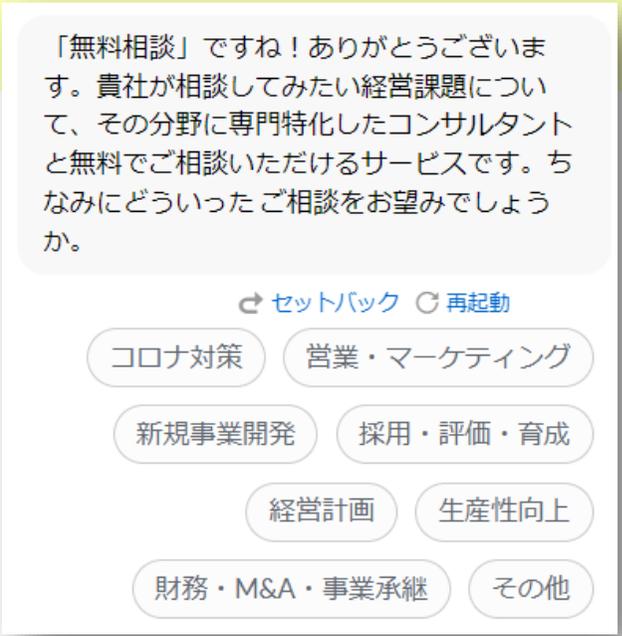
サイトにおける商談案件創出強化を徹底することで、
商談誘導数を 173.5% に。



サイトにおける商談案件創出強化を徹底することで、
商談誘導数を173.5%に。



「コンサルタントに無料相談」を最も選択しやすい場所に配置。相談したい内容を入れて頂くと、追って窓口からご連絡し、経営相談のアポを獲得するようになった。



サイトに既にある業種や経営課題毎の様々な情報を基に、
より踏み込んだ対応が可能に。

既に自社サイトにある、大量の文字情報を活用して、個別の回答を自動生成できるように

お客様の知りたい情報に合わせて、最適なページヘナビゲートさせていただきます。お探しの内容を教えてください。

コンサルタントに無料相談する

無料レポートを探す

セミナーを探す

新規ビジネスモデルを探す

M&Aを探す

AIに質問する

その他・問合せ

2023年の自動車業界はどうなりますか？

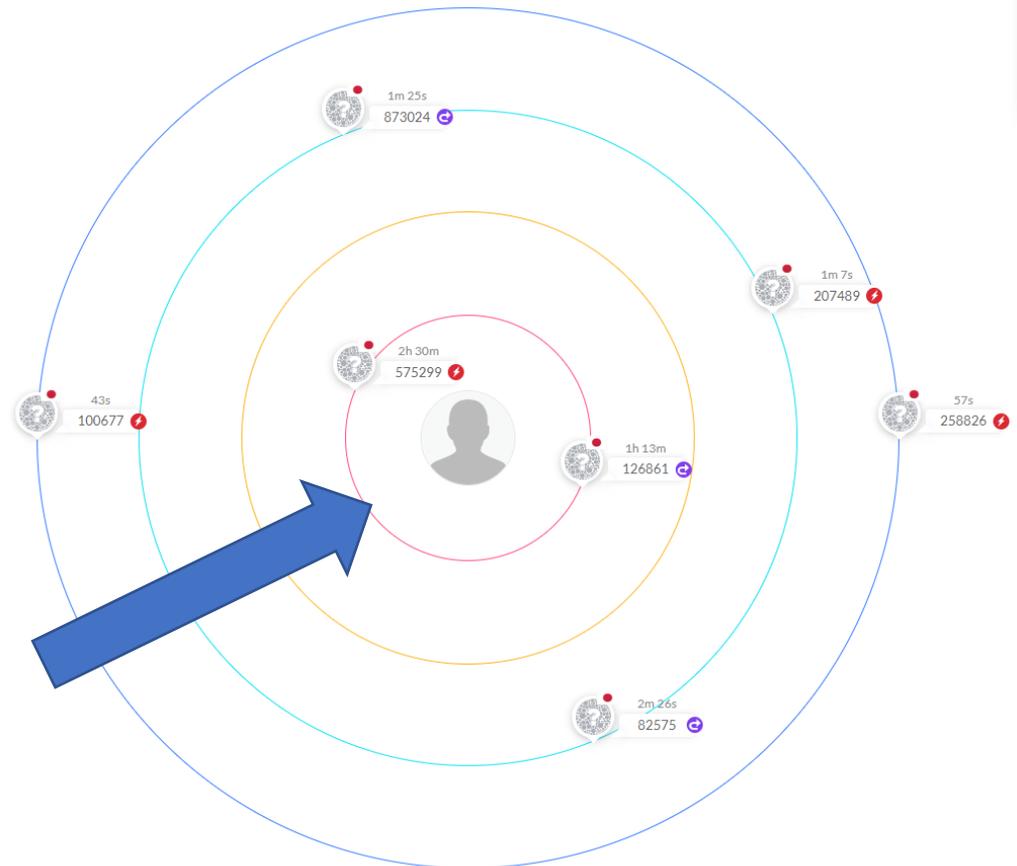
船井AI

2023年の自動車業界に関する詳細な予測やトレンドについては、船井総合研究所の『2023年時流予測レポート今後の業界動向・トレンドを予測 全98業種』や、「自動車業界向け人事評価制度セミナー2023」、そして「自動車業界向け人事評価制度セミナー2023」を紹介しています。また、船井総合研究所が公開している「2023年の新規事業トレンド予測レポート～自動車業界～【今後の業界動向・トレンドを予測】」も、自動車業界において2023年以降求められる「第2本業」への参入について紹介しています。このレポートでは、新規事業の方向性や最新動向、具体的な取り組み、事例などを解説しています。以上のレポートやセミナーを参考にして、2023年の自動車業界の動向を把握することができます。

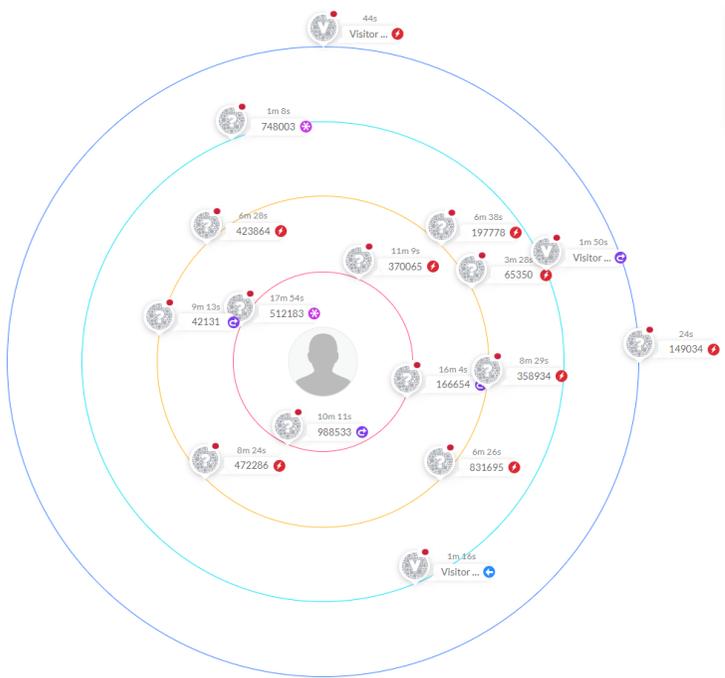
[2023年時流予測レポート 今後の業界動向・トレンドを予測 全98業種 | 船井総合研究所-0.txt](#)

ライブ表示として今サイトを見ている人が分かる

滞在時間が
長ければ長いほど
円の内側にいく
新しく入ったり
出ていったり
内側に来たり
リアルタイムで変化する



ライブ表示として今サイトを見ている人が分かる



82575 Sakai, Osaka, Japan

0.66% 502
商談化の可能性 スコア

訪問者のタグ +

再訪問	55s	0/17 最終訪問日: 1か月
119.231.121.161	[Redacted]	Google 広告

自動チャットを開始する

今日

- 12:08 在庫検索 | [Redacted]

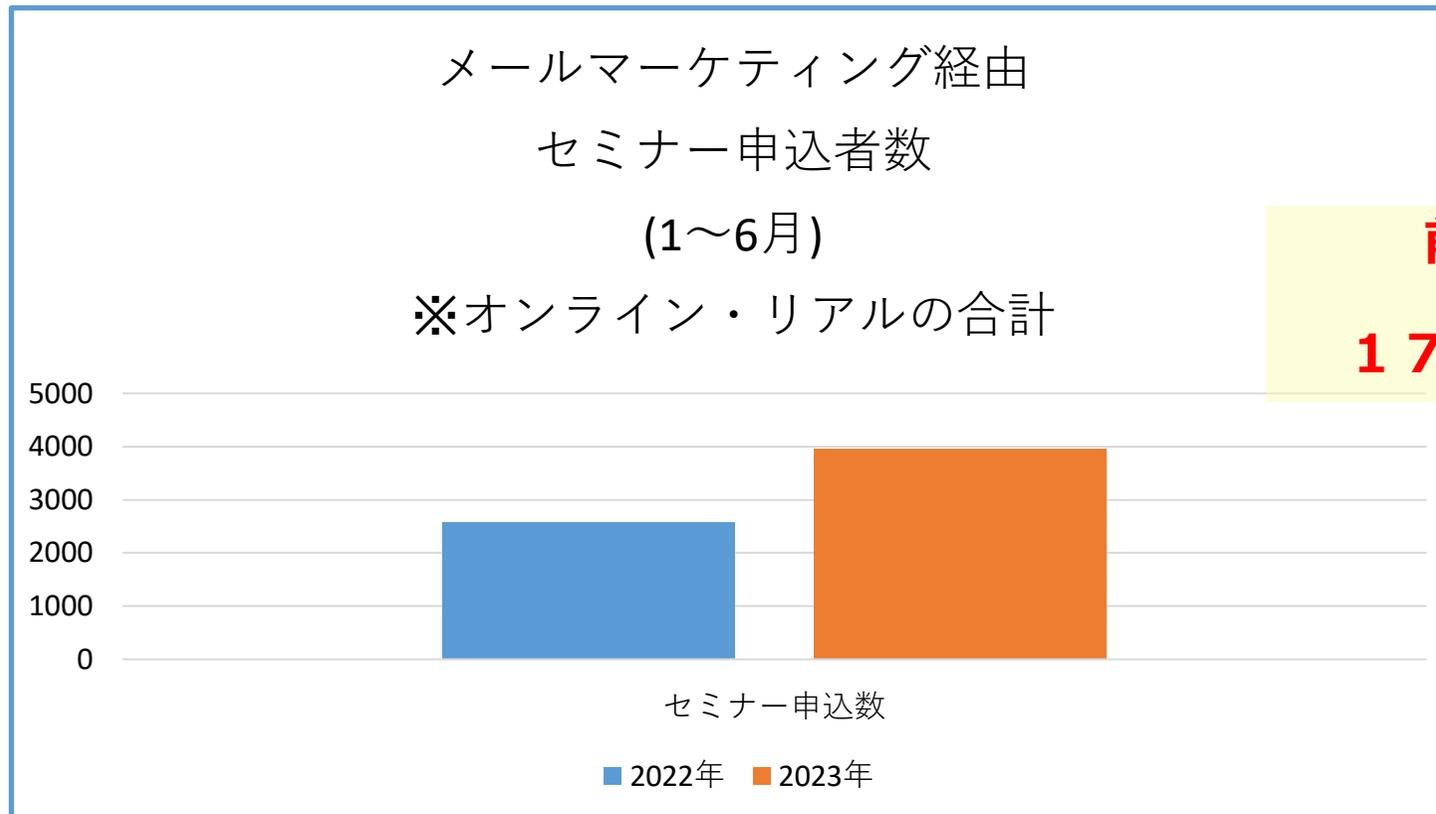
17 6月 2023

- 13:44 訪問者が退出しました
- 13:42 在庫検索 | [Redacted]
- 12:37 訪問者が退出しました

ライブ表示として今サイトを見ている人が分かる

The screenshot displays a chatbot interface with a sidebar on the left and a main chat window on the right. The sidebar shows a list of connections, with the selected one highlighted in blue. The main chat window shows a chat log for a visitor who visited the site on 18 July 2023. The chat log includes a timestamp of 18min 6s and a list of visited pages, such as coupon links and a thank you page. A large blue arrow points from the chat log to a zoomed-in view of the chat log on the right, which is enclosed in a black box. The zoomed-in view shows the chat log in detail, including the timestamp '昨日 午前10:08' and the message '訪問者が離脱しました'. Below this, a list of visited pages is shown, including 'https://.../coupon/' and 'https://.../coupon/thanks.html'. The chat log is displayed in a vertical timeline format, with each message and page visit accompanied by a circular icon and a timestamp.

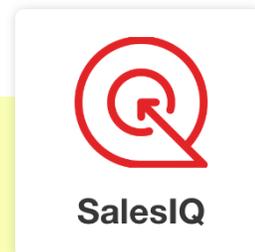
MAの導入・移行により、申込数を162%にした事例



※Zohoのメールマーケティング関連機能の本格活用は、2023年から

ズブの素人でも感覚的にチャットボットが作れる。

(AI活用の部分は技術者が必要)



The screenshot displays a chatbot builder interface for a dental clinic website. The main workspace shows a flowchart starting with a 'Start' button leading to a 'Buttons Card 3' block. This block contains a welcome message and five menu items: 'Consultant business consultation', 'Free report on business performance improvement', 'Latest industry information', 'Latest seminar information', and 'Other inquiries'. Each menu item is connected to a specific action block: 'Consultant business consultation' leads to a 'Business Consultation 1' form, 'Free report...' leads to a 'Download' block, and the other three items lead to a 'Download' block. The right-hand panel shows configuration options for buttons, including channel compatibility (web, LINE, Messenger, Instagram, WhatsApp), name, message, and button text settings. The 'Button text' section lists the five menu items from the 'Buttons Card 3' block.

課題1 多種・多様な業種に合わせたメールプロモーションの実施

→ 102種類に細分化された小集団としてリスト登録

稼働中のものだけでも
1000種類以上のレポートを保有



Campaigns

コンバージョン毎に
異なるメールリストに登録

人材ビジネス
デジタルマーケティング&MA

【人材派遣業界・人材紹介業界向け】MA/営業管理システム導入・有効活用法

1、人材派遣会社・人材紹介会社によくあるお悩み/2、船井ファストシステムとは?/...

ダウンロード

賃貸

【不動産仲介会社向け】興業種参入から始める！マンション事業解説レポート

1、マンション事業とは/2、マンションマーケット最新動向/3、マンション事業のビ...

ダウンロード

介護・シニア 新規事業開発

【介護業界】超絶カンタン解説シリーズVol.4 高収益の仕組み編

1、ナーシングホームって何?/2、医療保険の仕組みとは/3、訪問看護で医療保険に...

ダウンロード

弁護士

【企業法務に注力する法律事務所向け】受任率を業界平均2倍の40%にするための提案力UPの方法

1、提案力の重要性/2、提案力向上のためのマインドセット/3、提案資料作成の前提...

ダウンロード

- 【屋根業界】瓦・板金工事経営情報局
- 【船井総研】シニア新規事業の事例集
- 【船井総研】障がい児・者の未来を支える障がい福祉サービス
- 【船井総研】人財・組織開発メルマガ（HRD）
- 【船井総研】成長企業のためのハイレベル税理士の選び方
- 【船井総研】相続集客のためのつぐなびサロン
- 【船井総研】土地活用メルマガ
- 【船井総研】美容室業績UPメルマガ
- 【脱炭素経営・GX.com通信】
- 100億企業への道
- IPOコラム-J-Adviser・上場準備経験者が語るIPOの極意
- M&A・事業承継情報メルマガ
- エステビジネスメルマガ通信
- ガス会社経営通信
- ショッピングセンター経営のヒント
- スクール・学習塾 生徒数アップ実践ノウハウメルマガ
- スポーツ施設&フィットネス経営メルマガ
- ドライバー業界の経営者向けお役立ち情報
- ブライダル経営.comメルマガ
- プロスポーツ業績アップ最前線
- ペットビジネス活性化メールマガジン
- めでいまが 生活習慣病・一般内科外来強化版
- めでいまが!～産婦人科・婦人科版～
- リフォーム業界業績UPメルマガ
- リフォーム経営online

102
種類



マーケティングオートメーション（MA）活用事例

課題4 年間1000セミナーのメールプロモーションを漏れなく行うこと

→セミナー毎の配信管理をCRMで実施し、セミナー案内の配信漏れをほぼ0に

ZohoCampaignsでメール配信後、CRMのセミナー管理機能で管理。
これにより、セミナー毎の配信回数や配信日・配信頻度が適切かを管理。



セミナー進捗

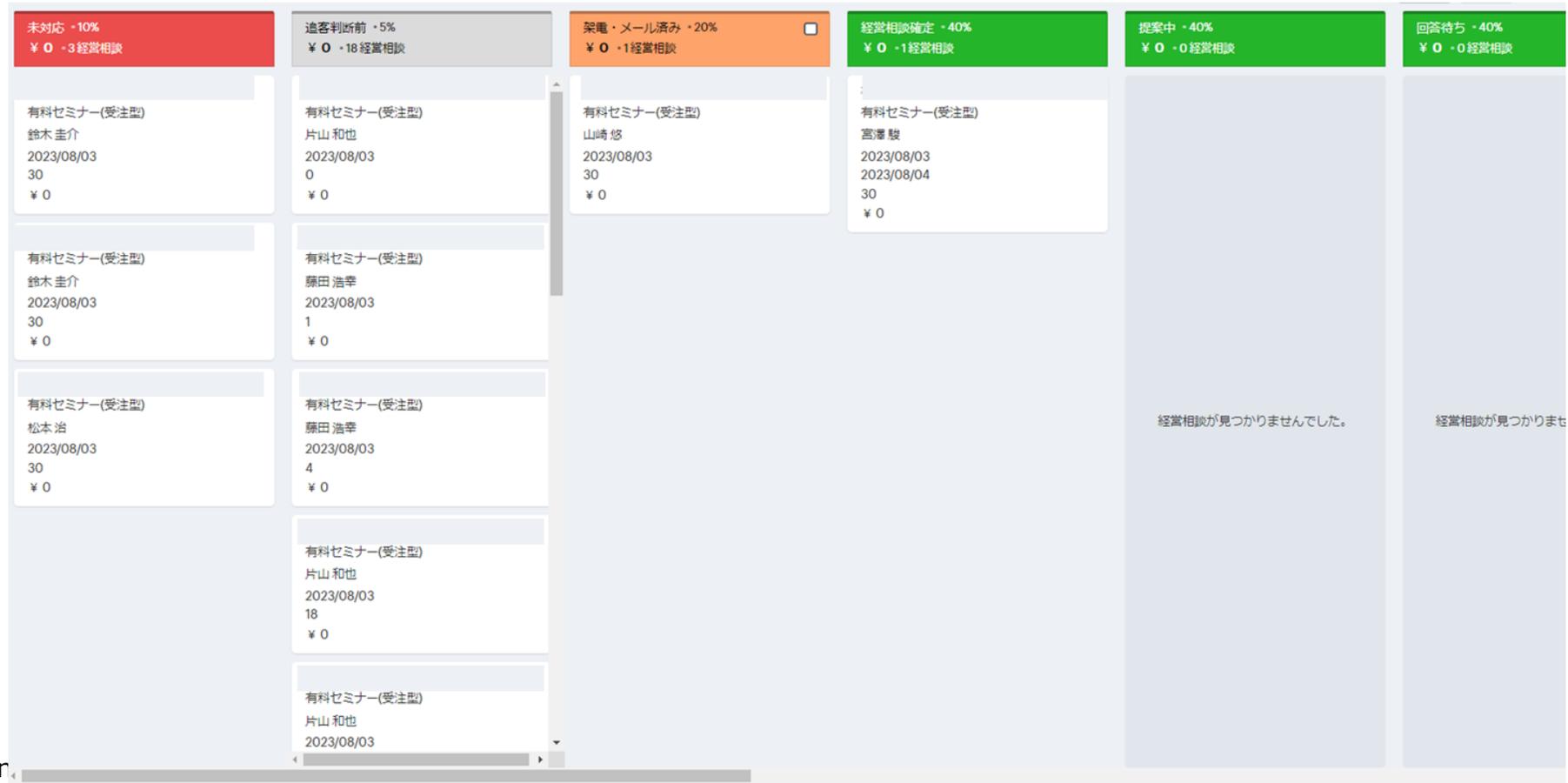
進捗状況 メルマガ実績 推移レポート 定義

開催日(今年): 今年 | 開催日(4半期): Q2 | 開催日(年月): すべて | 開催日: --- 選択 --- | セミナー区分: 1.有料セミナー | 本部: --- 選択 --- | 部の年: 2023

セミナー校了・メルマガ配信進捗レポート

	本部	部	セミナー一覧URL ↓	承認数	校了数	校了率	メルマガ@配信済セミナー数	メルマガ@配信率 ↓	メルマガ平均配信数
1	0.ライン統括本部	事業開発室	URL	1	0	0.0%	0	0.0%	0.00
2		人材ビジネス支援部	URL	21	20	95.2%	20	95.2%	3.14
3		0.ライン統括本部	URL	3	1	33.3%	3	100.0%	4.00
集計の合計:				332	318	95.8%	318	95.8%	2.92

セミナー参加者向けの事前の打ち合わせ実施を全社標準的に徹底実施し、SFAで状況を把握できる状態に



Contents①

アナログ中堅・中小企業はCRMカンパニーに淘汰される

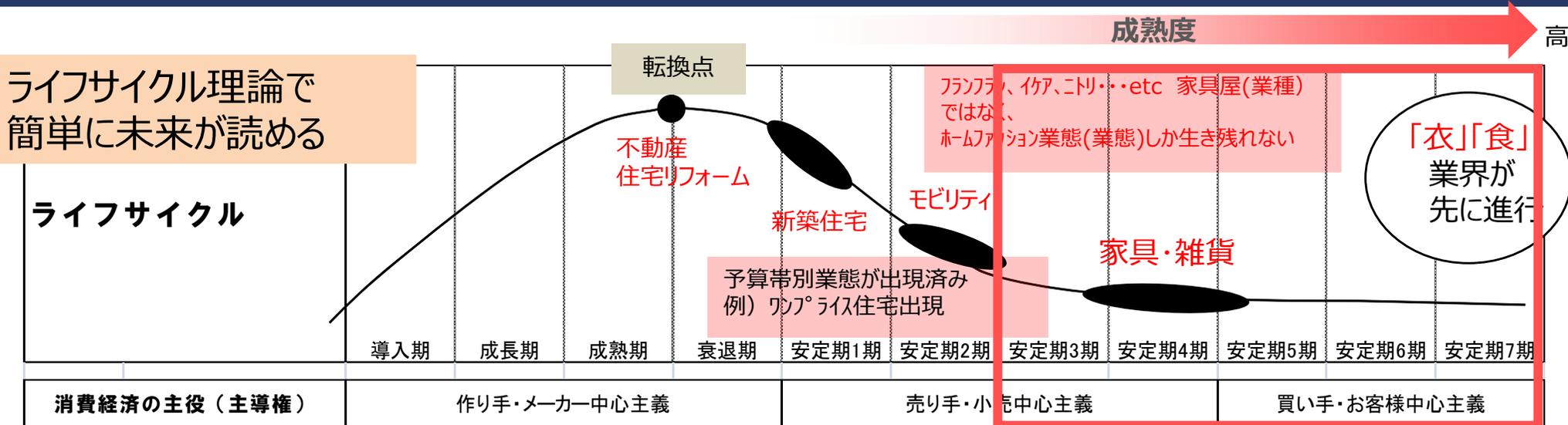
Contents②

船井総研グループのデジタル活用事例

Contents③

次の10年、持続的成長するためにすべきこと

中堅・中小企業のこの先10年すべきこと



成熟度の高い業界 (衣・食・家具・雑貨) は
既に業界大手の**独占・寡占化**が進む
※成熟化すると上位1~4社に統合される

自社が**独占・寡占化**する側へ
そのための、**中長期的な成長戦略**が必要

未来は明るい。やるべきことは見えている

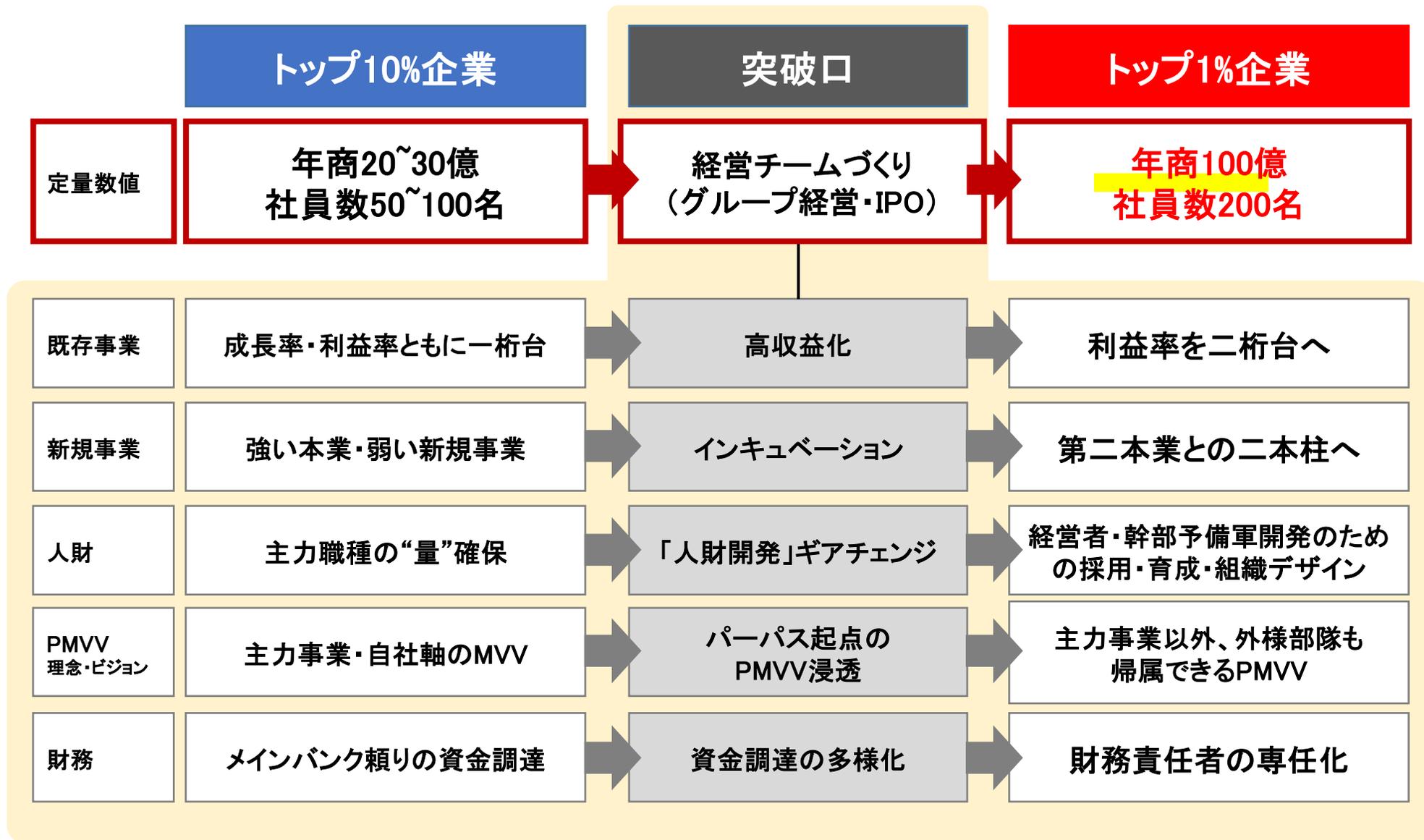
市況が厳しい状況だが、戦略次第ではもっと伸ばせる！

「中小企業の生産性向上」が日本を救う

日本の中小企業は「躍進の可能性」に溢れている
ただし、適正な「規模」「産業構造」が必要不可欠

By デービッド・アトキンソン氏

成熟期はトップ企業に集約する



トップ10%企業

突破口

トップ1%企業

一番企業は「顧客」だけでなく、

「人財」「資金」「物品」も吸引力が高まる

定量数値

年商20-30億

経営チームづくり

年商100億

既存事業

成長率・利益率ともに一桁台

高収益化

利益率を二桁台へ

(数字ありきではないが、)

新規事業

強い本業・弱い新規事業

インキュベーション

第二本業との二本柱へ

人財

トップ1% (≒100億) にならないと

次の10年で残れない! ?

PMVV
理念・ビジョン

主力事業以外のPMVV

PMVV浸透

主力事業以外、外様部隊も
帰属できるPMVV

財務

メインバンク頼りの資金調達

資金調達の多様化

財務責任者の専任化

企業規模の戦略的位置づけの変化

人財確保×経営効率×デジタル恩恵といった観点から上位1%を目指すべき

10億～100億円未満は10万社強、100億円以上は1.7万社弱
10億円以上の企業は、**日本の上位1%企業=100億円**を目指せる

売上規模	法人数 (社)	割合	
1,000億円以上	1,859	0.1%	16,780社 1.1%
300億～1,000億円未満	4,287	0.3%	
100億～300億円未満	10,634	0.7%	
30億～100億円未満	30,463	2.0%	100,547社 6.6%
10億～30億円未満	70,084	4.6%	
1億～10億円未満	511,936	33.6%	1,407,249社 92.3%
～1億円未満	895,313	58.7%	
合計	1,524,576	100.0%	

**100億円
企業は
トップ1%のみ**

粗利率の中央値を27%と想定すると、**粗利30億円**が上位1%に値する

出典：東京商工リサーチ

100億化の追い風。規模が大きくなれば生産性は上がる

中小企業の飛躍的成長に向けた政策の方向性

－「100億企業」への成長に向けて－

(中小企業の成長経営の実現に向けた研究会 中間報告書)

2023年6月22日

中小企業の成長経営の実現に向けた研究会

中小企業政策の新たな方向性：中小企業の「100億企業」への成長を目指す

- 日本の経済・社会構造の中長期的な変化（人口減少や新たな価値観による需要構造・ビジネス環境の変化等）や、近時の変化（コストアップ・費上げ要請等）を踏まえると、域内経済牽引や外需拡大に貢献し、費上げを可能にする持続的な利益を生み出す、**中堅企業クラスに匹敵する売上高100億円規模の「100億企業」を創出することを目指す**べきである。
- 我が国には、いわゆるスタートアップの起業家のみならず、中小企業の経営者（創業者ではない2代目以降の経営者も含む）が、**自らの企業を地域・日本を代表する中堅企業・大企業へと成長させた事例が存在する**。多くの中小企業には、そのような潜在的な可能性が存するのではないかと。
- 政府は、**将来的に「100億企業」へと成長することを目指し、挑戦・自己変革への意欲を持つ、中小企業の経営者、そして、中小企業の経営と成長に新たに携わりたいと考える人々を支援する**べきである。本研究会では、そのような問題意識の下、今後のあるべき政策支援の方向性を検討してきた。

中小企業が地域・日本を代表する中堅企業・大企業へと成長し、域内経済の牽引・外需拡大に貢献している例

	かつての中小企業としての姿	地域を代表する企業への成長	海外需要を獲得する企業への成長
星野リゾート 代表：星野佳路	1914年 現経営者に星野温泉旅館創業。	1991年 現経営者が承継。2005年、軽沢から「星のや」ブランド展開を開始。	2017年 建物の設計段階から関わる新規案件「星のや」のやり開業。
株式会社スノーピーク 代表取締役会長兼社長 執行役員：山井太	1958年 金物問屋創業。 1964年 アウトドアレジャーメーカーとして事業拡大。	1996年 登山用品や焚き火台を販売。ユーザーの声を聴くキャンプイベント等を開始。	2009年 米国オフィス開設。 2014年 アパレル事業本格始動。

(注)「売上高100億円」というのはあくまでも一つの目安であり、厳密な基準ではない。企業規模（従業員数規模）と売上高規模の関係は本報告書 P.14 で述べた。
(出所：星野リゾート関連) 星野リゾート ホームページ「私たちについて」、「会社沿革」、日経ビジネス「星野リゾート」とは「その変革力」を本誌読者必読記事かどろり
(出所：株式会社スノーピーク関連) snow peak ホームページ「投資家情報」、大井太輔「スノーピークの承継に学ぶ価値創造の共有、実践」(「後継者教育の観点から」) ヴォクシダイ 2

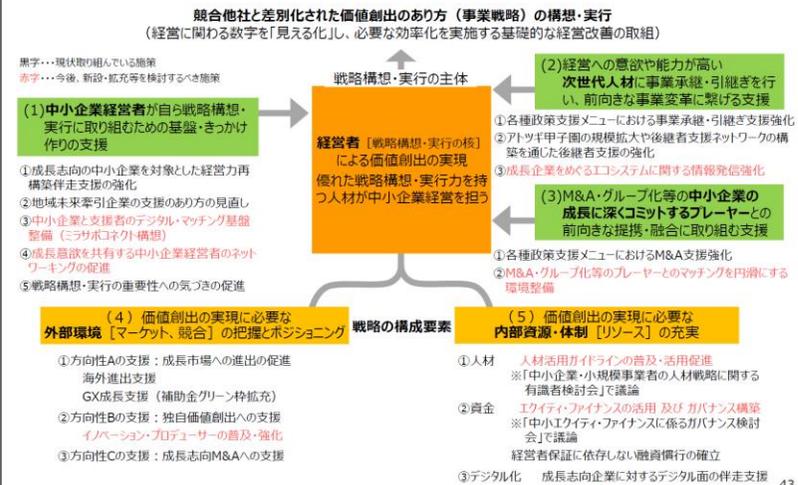
中小企業の挑戦・自己変革を担う方々へのメッセージ

Message 1 飛躍的成長を目指そうとする中小企業の経営者の方々へ

- 人口減少、GXやサプライチェーン全体の課題の表出等の経済・社会構造の変化を踏まえると、中小企業も、これまでの事業のあり方を所与とせず、経営の転換を考えていく局面にある。
- そのような経済社会情勢の中、地域経済の牽引・海外需要の獲得に貢献し、費上げを可能にする持続的な利益を生み出す「100億企業」は、日本のこれからの発展になくはならない存在である。
- 「100億円企業」は大きな目標だが、超人的な創業者だけに掲げることが許された目標ではない。**今や地域・日本を代表する中堅企業・大企業の中にも、言からある企業を承継した・引き継いだ経営者が、挑戦・自己変革の末に成長させた企業がある。**成長を目指すあらゆる中小企業の経営者に、飛躍的成長のチャンスがある。
- 企業が飛躍的に成長することで、経営者は「成長することに、できることが広がり、楽しい。」社員は「待遇が良くなり、やり甲斐も大きくなる。」地域社会は「成長企業が地域に貢献する幅が大きくなり、豊かになる。」
- では、何に取り組むことが、中小企業の飛躍的成長の鍵になるのか。もちろん、企業が置かれた条件や環境によって答えは異なるが、**競合他社と差別化された価値とは何かを考え抜き、企業のあらゆる活動を、その価値を提供するための活動へと調整することが、重要な条件**になる。
- また、顧客・売上データ等の経営指標を「見える化」して、**基礎的な経営の改善**に取り組むことは、**飛躍的成長の土台であり、前提条件**となる。

17

具体的な政策支援の方向性（全体像）



43

出所：中小企業庁

未来は明るい。やるべきことは見えている

市況が厳しい状況だが、戦略次第ではもっと伸ばせる！

「中小企業の生産性向上」が日本を救う

日本の中小企業は「躍進の可能性」に溢れている
ただし、適正な「規模」「産業構造」が必要不可欠

By デービッド・アトキンソン氏

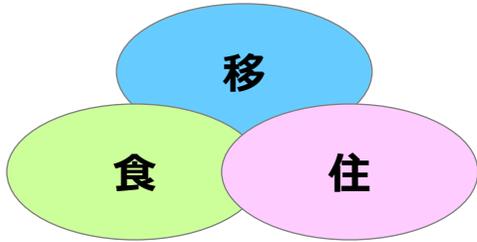
元気な地方は、 必ず「地域コングロマリット」が存在する

〇〇ショックを分散しつつ、雇用の受け皿となり、
経営者人財をどんどん輩出することで成長している

By 日下 智晴氏

経営安定化のためには、事業の多角化が必要

① 自社アセット&リソース型



-事例企業-
キスケ株式会社 様

② 客層特化型



-事例企業-
株式会社ハヤシ 様

③ 事業ドメイン特化型



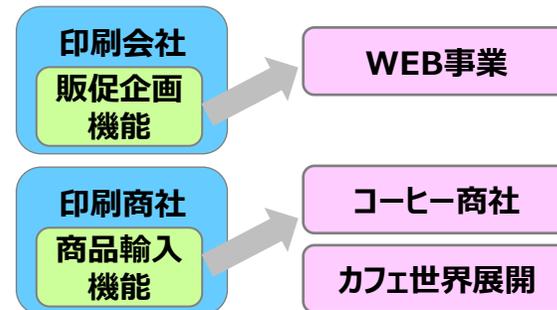
-事例企業-
株式会社タカカツHD 様

④ サプライチェーン統合型



-事例企業-
株式会社関家具 様

⑤ 機能スピナウト型

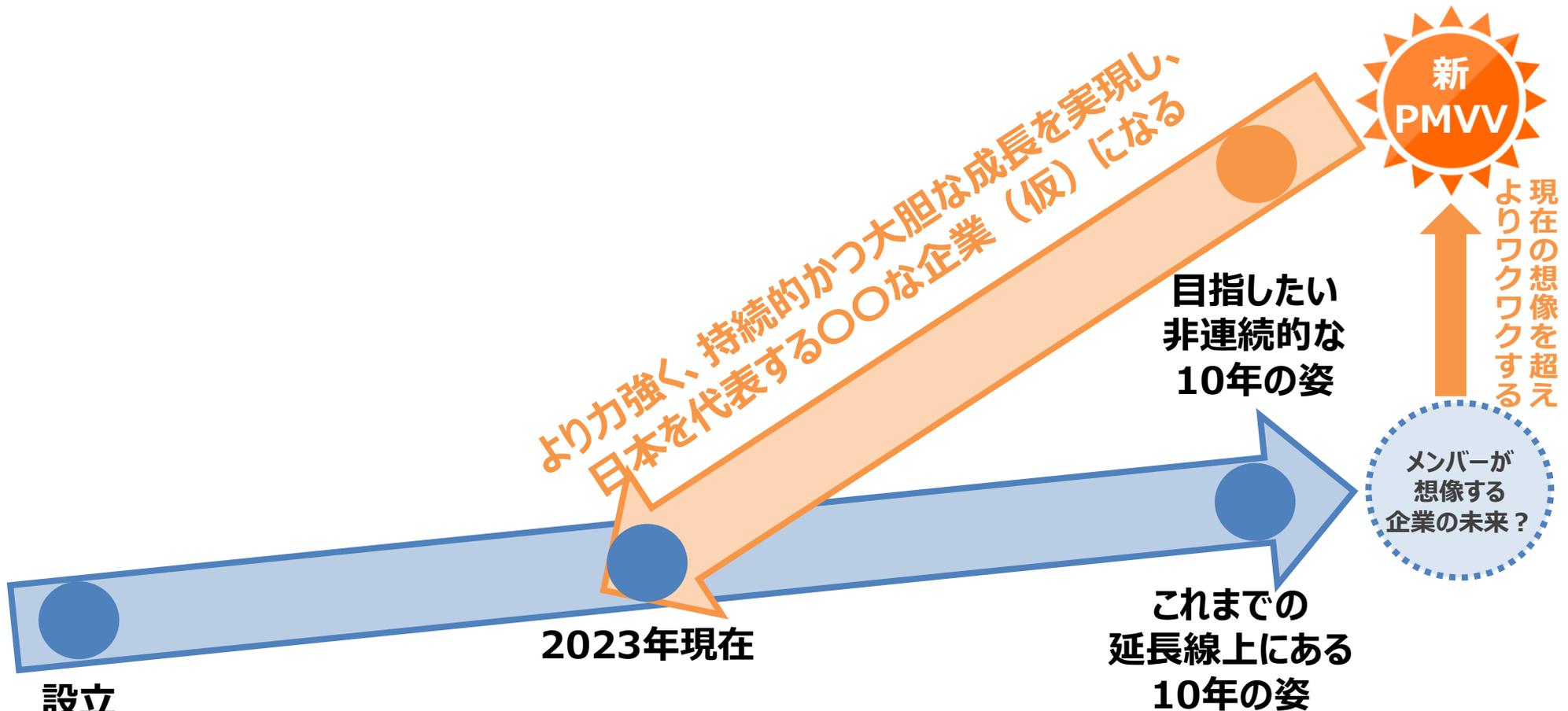


-事例企業-
株式会社船井総研デジタル

提言：中堅・中小企業のこの先10年を描く

中長期（10年後）ロードマップづくり

過去の延長線上の計画ではなく、10年後の姿から逆算して中長期の計画をつくる
(現状の問題・課題の治療ではなく、未来のありたい姿に対して何を準備したらいいかを見える化)



提言：中堅・中小企業のこの先10年を描く

年度	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
売上高(億円)	20	26	34	43	56	72	95	125	158	200
期末社員数(人) <small>※連結</small>	30	40	55	70	90	120	160	200	250	300
支援内容 1 経営 経営者への 提示テーマ	中期経営計画(事業・組織・財務)			中期経営計画(事業・組織・財務)			中期経営計画(事業・組織・財務)			
	経営計画	経営計画	経営計画	経営計画	経営計画	経営計画	経営計画	経営計画	経営計画	経営計画
	トップダウン・成長志向		人財ファースト・CF		経営チーム・コンプライアンス・ ダイバーシティ&インクルージョン			企業価値・SDGs		
2 事業計画 ①既存事業 活性化 ②新規事業	事業支援①(商品・集客・営業)			事業支援②(出店・幹部育成)			事業支援③			
	PPC広告、デジタル集客		新商品開発		店長育成		新業態提案		新業態提案	
	第二本業立ち上げ(立ち上げ→活性化→チェーン化)						新規事業(立ち上げ→活性化→第三本業化)			
3 人/組織	未来 組織図 作成	採用活性化 (新卒キャリア専門職)		採用人気ランキング入り→リブランディング			採用のレベルUP(幹部候補生・採用代行(RPO))		ダイバーシティ インクルージョン	
		評価制度 構築運用	育成制度 体制構築	人員配置・最適化 役職昇降格		経営チーム組成		パーパス		
4 財務/会計/ M&A	資金調達・CF可視化・バンクフォーメーション			HD化・会社間取引・予算高度化			M&A②		M&A③	
			M&A①	IPO準備(証券会社決定・規定・約款・IR&PR)			上場			
5 DX	デジタルシフト①(事業の改善・効率化)			デジタルシフト②(管理の改善・効率化)						
		営業DX①		営業DX②			ビジネスモデルのDX			

- 多くの会社の中期経営計画は、現状の業績×100%?
- 現状からの積み上げであることが多い。
- 「100億化ロードマップ」は、これとは全く異なり、自社が100億企業になった姿から逆算。
- 現状の個別の経営上の問題にフォーカスしても、実は解決が難しい。
- 複数の経営テーマに同時に取り組み、実現することが、個々の問題解決にも効果的・効率的。

企業価値向上のために、
100億企業化というゴールから逆算したものが
ロードマップ

この先10年の先が見えないからこそ

経営という名の航海

時に雨風雷や霧がかかるかもしれない…



“惚れて通えば千里も一里”という諺がある。
それくらい時間を超越し、自分の好きなものに打ち込めるようになったら、
こんな楽しい人生はないんじゃないかな。
そうなるには、一人ひとりが、自分の得手不得手を包み隠さず、ハッキリ表明する。
石は石でいいんですよ、ダイヤはダイヤでいいんです。
そして、監督者は部下の得意なものを早くつかんで、
伸ばしてやる、適材適所へ配置してやる。
そうなりゃ、石もダイヤもみんなほんとうの宝になるよ。

**企業という船にさ
宝である人間を乗せてさ
舵(かじ)を取るもの
櫓(ろ)を漕ぐもの
順風満帆
大海原を
和気あいあいと
一つ目的に向かう
こんな愉快的な航海はないと思うよ。**

「得意に帆を上げ」（1962年1月）／本田宗一郎『夢を力に』

この先10年の先が見えないからこそ

コンパス

私たちは、何のため、どこへ向かうのか



地図

私たちは、どのように目的地へ向かうのか



パーパスやビジョンのアップデート

経営者と社員の幸せのため。
なぜ働くのか、より人生を豊かに

戦略大方針の中長期計画づくり

先が読めないからこそ、10年程度の
ロードマップを土台に毎年軌道修正

10年・100億ロードマップづくり

コンパス

私たちは、
何のため、どこへ向かうのか



10年ロードマップ

理念・パーパス	非公開
ミッション ビジョン	
バリュー	

地図

私たちは、
どのように目的地へ向かうのか



	STEP 1：既存事業のブランド展開			STEP 2：既存事業と人材・財務・DX体制の強化			STEP 3：住宅事業と分譲展開の強化			
年	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032



人財戦略	要員計画策定・制度設計 採用計画立案と予算・体制構築 早期自立に向けた教育制度設計	退職率を保つためのメンター面談 新卒採用強化・優秀人材採用仕組みづくり 社長直轄のフレッシュアーズカレッジ研修	部長・本部長によるマネジメント体制構築 全国から応募が来る会社づくり 階層別人材教育の構築と推進	早く成長、長くやりがいをもって働ける組織 直間比率6:4
財務戦略	バンクフォーメーションの見直し 今後のHD体制設計・財務基準設計 月次決算完成・事務効率化	借入の適正化・取引金融機〇〇の拡大 財務部の立ち上げ・管理体制づくり T務管理と会計ソフトの連携	取引金融機〇〇の融資枠最大化 CFOの任命・各財務担当を置く 締め後10日以内で月次決算完成	グループファイナンスを実践 損益/貸借の管理と将来予測を組織で実践
DX	既存事業のDX化・CRM活用 経営数字の見える化	既存事業のDX強化 経営数字管理システムの導入／一元管理 管理システムの導入・運用スタート	CDOを採用しDX×CXの推進 データ管理プラットフォーム活用 業務効率アップ	販促コストを維持しながら集客数2倍・生産性2倍

- 人手不足の中堅・中小企業こそ、D Xへ再アクセルを
- 中堅・中小企業はCRMカンパニー化を目指す
- CRMとは、顧客管理×（I T + A I）
- M A やチャットボットにA I に掛け算からスタート
- 10年後は、100億を目指す（=上位1%企業へ）
- 事業・人財・財務×D Xのロードマップを描く

船井総研グループでは、
サステナブル
中堅・中小企業の**持続的成長**のご支援をしております。

（これから先も）人手不足がわかっている中堅・中小企業こそ
最新のデジタルツールの取り入れをしないと、生き残れません。

持続的成長している企業ほど、
変化の激しい領域で外部専門家を上手く使っています。

サテライトオフィスさまや船井総研をご活用ください。