

ANNUAL REPORT 2015

Funai Soken Holdings



Contents

グループ理念とトップメッセージ	2
グループの事業領域	4
財務ハイライト	
経営成績、経営指導等の推移(連結)	8
財政状態、キャッシュ・フロー等の推移(連結)	10
グループ企業の紹介	
船井総合研究所	14
船井総研ロジ	16
船井総研ITソリューションズ	18
船井(上海) 商務信息咨询有限公司	20
プロシード	22
船井総研コーポレイトリレーションズ	24
経営コンサルティング事業の特徴と強み	
他社との比較・優位性	28
ビジネスモデル/コンテンツサービス	30
経営セミナー・経営研究会	32
船井総合研究所の特徴	34
月次支援/プロジェクト	36
ズバリソリューション	38
優秀な人材の育成・定着に向けた教育・定着体制	40
コミュニケーションセンター	42
経営戦略セミナー	44
経営コンサルティング事業 各部門紹介	
経営コンサルティング事業 責任者メッセージ	48
住宅・不動産分野	50
士業分野	52
医療・介護分野	54
レジャー・アミューズメント分野	56
B to B分野	58
自動車関連ビジネス分野	60
フード・サービス分野	62
経営戦略事業部	64
企業情報	
沿革	68
創業からの推移	69
会社概要	70
グループネットワーク	71
株式情報	72
株主還元	73
コーポレート・ガバナンス	74
リスクマネジメント	78
役員一覧	80
グレートカンパニーアワードを通じた社会貢献	82
コンサルティングの基本的な考え方	84
メディア取材協力実績	86



船井総研ホールディングスグループの理念

グループ
理念

Group Idea

人・企業・社会の未来を創る

私たちは、船井総研グループに関わる人・企業、そして社会に対して、より良い未来を提案し、その実現を全力で支援していきます。

Group Vision

仕事を通じて、人と企業を幸せにする

常に社会に必要とされるグループ経営を目指す

私たちの目指すグループ経営とは、関係する人・企業を幸せにすることだと考えております。幸せを願う人や企業にとって必要なグループになることが、結果、常に社会に必要とされる存在になると考えております。

企業の「持続的成長」を、 成熟化時代のニーズに応える

私どもは、1970年の創業から今日まで主に中小企業を対象に、その成長を支援する経営コンサルティング業を営んでおります。しかしながら社会の成熟とともに国内企業の持続的成長は困難化、各企業がかかえる課題(テーマ)、コンサルティング会社に求められる機能や役割も変化しております。たとえば以下のような経営課題は、日本中のあちこちで目にする光景であり私どものサービスもより強化すべき分野であると認識しております。

- ・中堅企業の復活、再生
- ・中小・中堅企業における承継問題
- ・大手企業における国際規準に即した対応

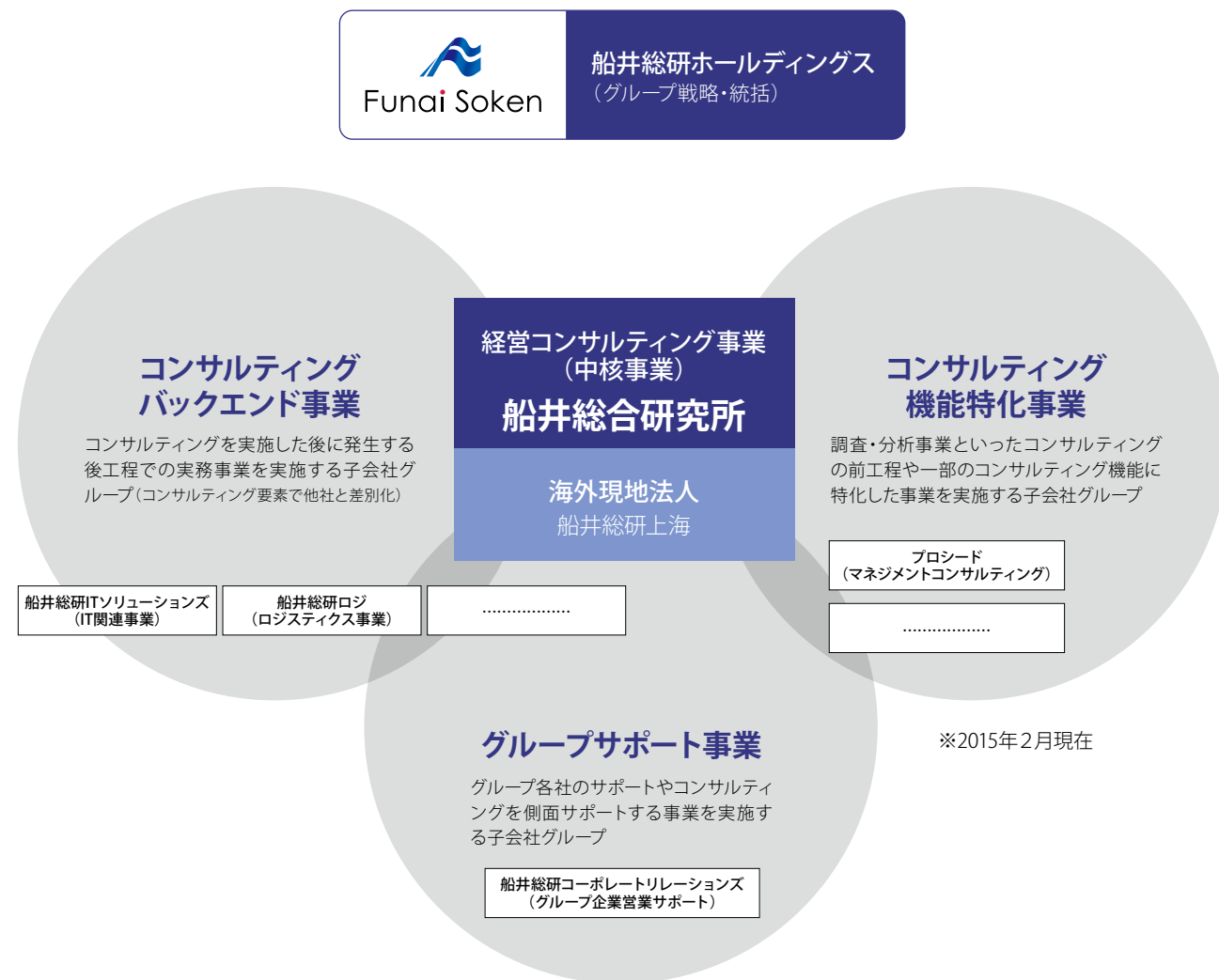
持株会社体制へ移行したのは、こうした社会的ニーズに一層深く応じるべく従来からの経営コンサルティングサービスを中心に、その隣接サービスや専門的サービスを拡充することがねらいです。また、私どもが属する経営コンサルティング業界そのものも、世代交代が進むと思われます。幸いなことに私どもは、創業者個人の知名度により信用を獲得していた存在から、企業組織として信頼いただく存在に代替わりすることに成功しました。しかしすべてのコンサルティング会社が世代交代に成功するとは限りません。このような背景から、国内のコンサルティング会社の間でもM&Aを含めた再編が進むことも予想されます。当社グループはそうした再編におけるコア企業となり、質のよいコンサルティング会社やコンサルティングと関係性の深いサービスを集約し、一層の社業発展に努めたいと考えております。

株式会社 船井総研ホールディングス
代表取締役社長 グループCEO 高嶋 栄



グループの事業領域

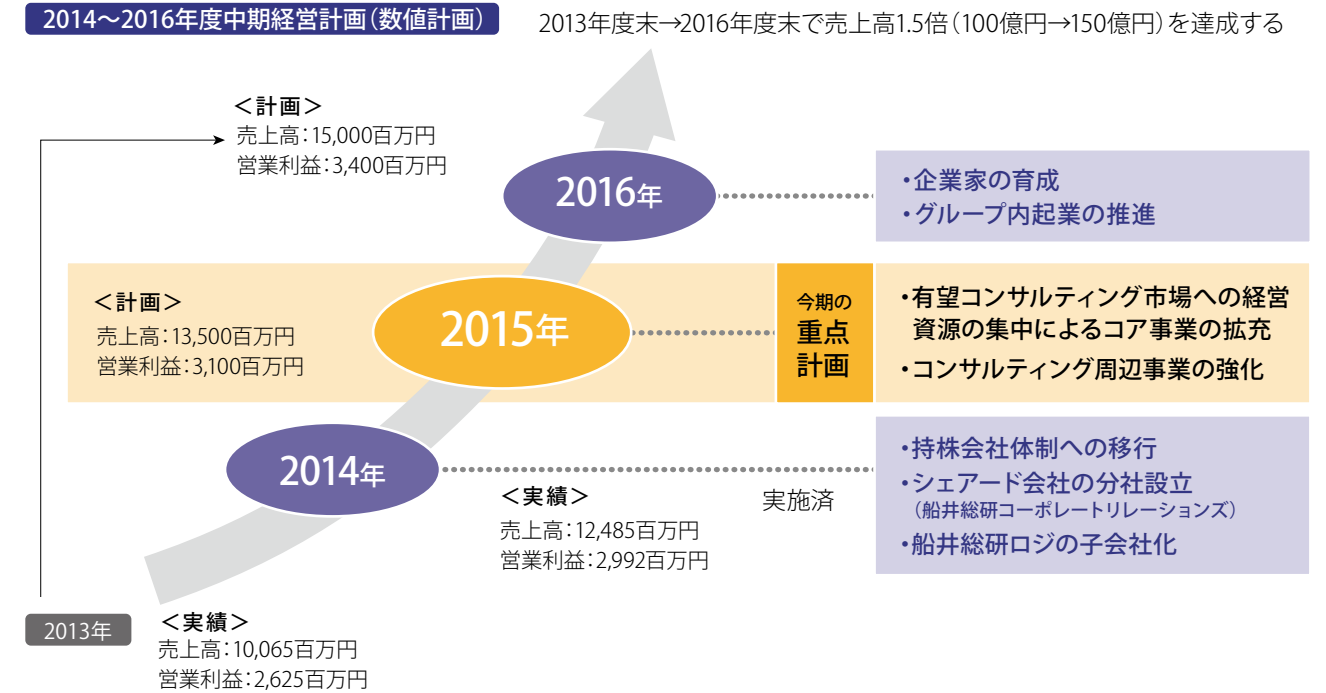
今後も船井総研グループは、クライアントからの多種多様なニーズに対し親身に応えるために、経営コンサルティング事業をコアとしながら、コンサルティング周辺事業への事業領域を拡充し、より高品質の経営コンサルティングサービスの提供を行ってまいります。



中期経営計画の進捗状況

1. 船井総研グループ中期経営計画(2014~2016年度)の進捗状況

2014~2016年度の中期経営計画の2ヶ年目にあたる今期は、有望コンサルティング市場への経営資源の集中によるコア事業の拡充と、コンサルティング周辺事業の強化を重点計画に挙げています。



2. 船井総研グループ2015年度重点計画

中期経営計画2年目(2015年度)の取り組みは、以下のとおりです。

中期経営計画2年目(2015年度)重点計画 **進捗状況と方向性**

■住宅・不動産 ■レジャー・アミューズメント ■土業 ■医療・介護

重点計画①

■有望コンサルティング市場への経営資源の集中によるコア事業の拡充

主力3分野への注力(住宅・不動産、レジャー・アミューズメント、土業)による、日本一のコンサルティング部門の確立

次なる成長分野として、医療・介護コンサルティング部門への人材投入と組織化

・各分野、一つの部に順次統合・集約。情報・ノウハウを共有し、コンサルティングの質を高めた結果、業績は順調に推移

・従来の主力3分野に医療・介護を加え、今後主力4分野としてさらに注力

重点計画②

■コンサルティング周辺事業の強化

経営コンサルティング事業とのアライアンス効果の高い分野

(当社グループと相乗効果が高い分野に注力)

①マーケティングリサーチを行う企業やWEBマーケティングを行う企業など、調査・分析といったコンサルティングの前工程や一部機能に特化した分野

②事業承継・M&A等、経営コンサルティングに派生する後工程分野

③採用や教育など企業の人材開発に関する分野

進捗状況と方向性 (百万円)

12年度実績 3,076
13年度実績 3,664
14年度実績 4,334
15年度(見込)

注:上記数値は、グループ別粗利実績をもとに算出した数値(粗利:売上高から人件費以外の直接原価を控除した金額)

財務ハイライト

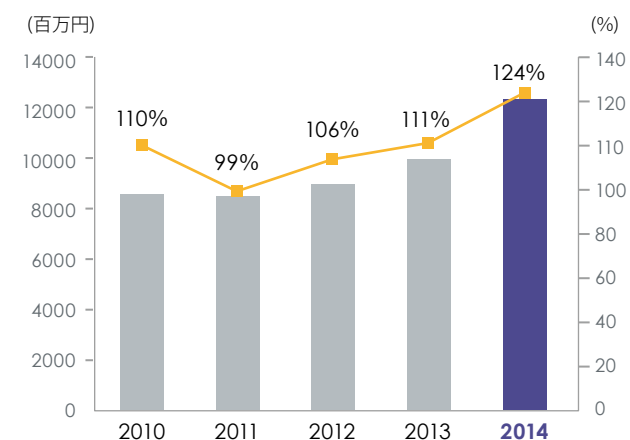
Highlight Of Finance

経営成績、経営指標等の推移(連結)

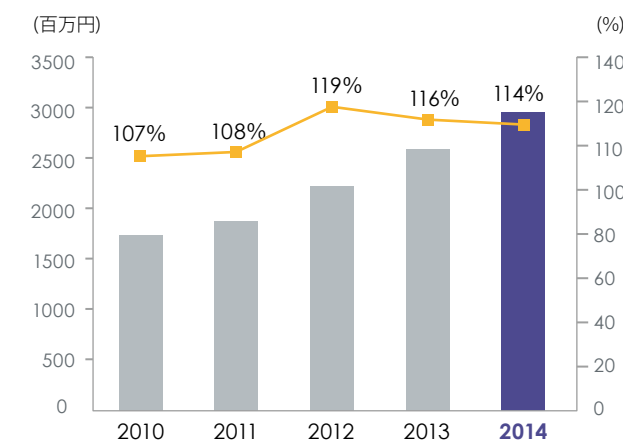
■ 経営成績、経営指標等の推移(連結)

	2010	2011	2012	2013	2014
(百万円)					
売上高	8,663	8,567	9,038	10,065	12,485
売上原価	5,580	5,556	5,748	6,434	8,144
売上総利益	3,082	3,010	3,290	3,630	4,340
販売費及び一般管理費	1,324	1,110	1,035	1,004	1,348
営業利益	1,758	1,900	2,255	2,625	2,992
営業外収益	51	42	66	90	95
営業外費用	37	37	107	23	60
経常利益	1,773	1,905	2,214	2,692	3,028
特別利益	26	69	5	140	0
特別損失	743	327	0	59	47
税金等調整前当期純利益	1,056	1,647	2,219	2,773	2,981
法人税等合計	478	456	893	789	1,214
少数株主損益調整前当期純利益	-	1,190	1,325	1,984	1,766
少数株主損失(△)	△5	△6	△0	-	-
当期純利益	583	1,196	1,325	1,984	1,766
包括利益	-	1,127	1,370	2,098	1,744
親会社株主に係る包括利益	-	1,133	1,371	2,098	1,744
少数株主に係る包括利益	-	△6	△0	-	-
1株当たり当期純利益(EPS)(円)	20.73	42.54	47.13	70.44	62.58
自己資本当期純利益率(ROE)(%)	4.4	8.9	9.4	13.1	10.9
総資産経常利益率(%)	11.1	11.8	13.1	15.0	15.5
売上高営業利益率(%)	20.3	22.2	24.9	26.1	24.0
期末株価(円)	517	541	536	841	989
株価収益率(PER)(倍)	24.9	12.7	11.4	11.9	15.8
株価純資産倍率(PBR)(倍)	1.0	1.1	1.0	1.5	1.7

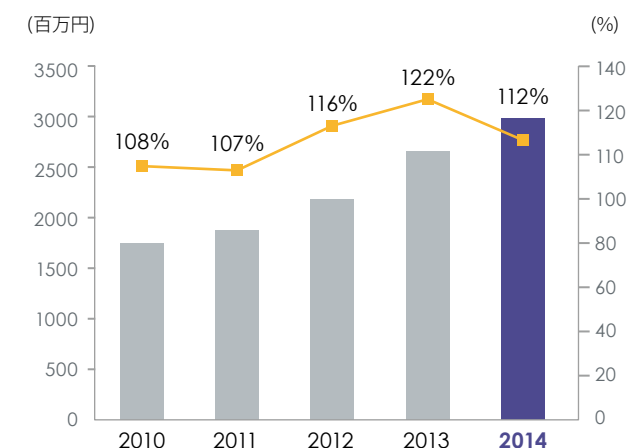
売上高/前期比



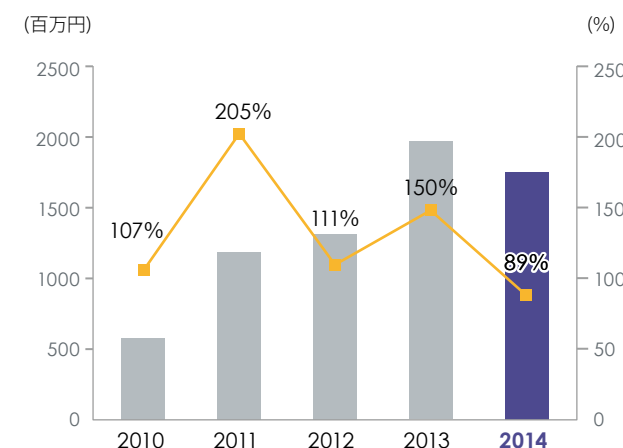
営業利益/前期比



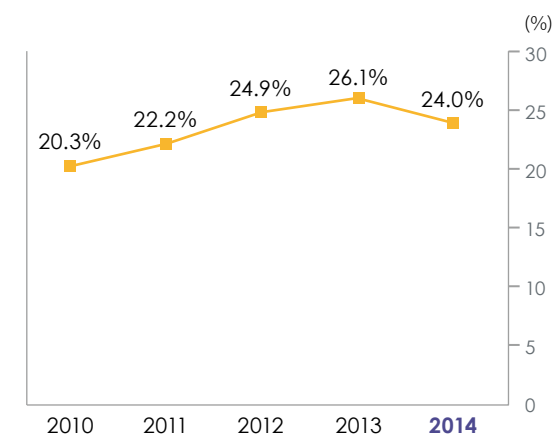
経常利益/前期比



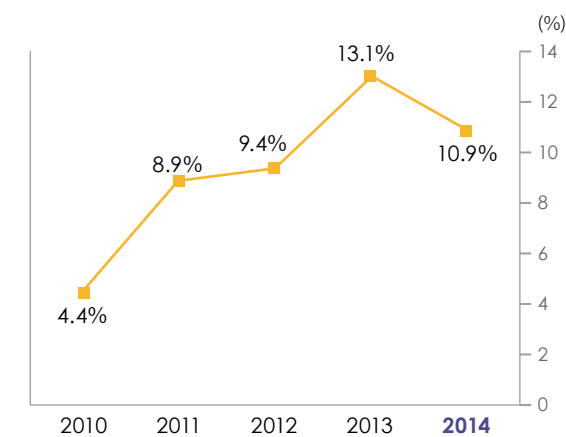
当期純利益/前期比



売上高営業利益率



自己資本当期純利益(ROE)

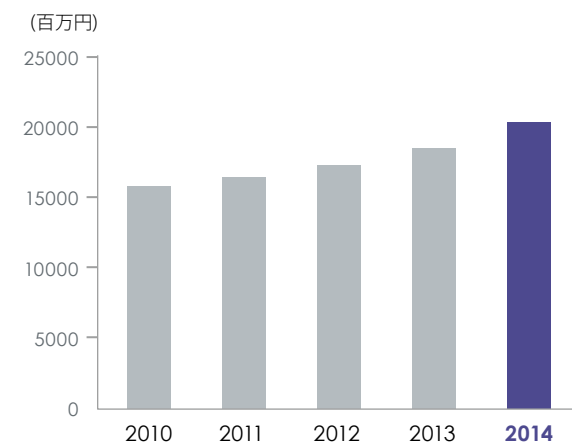


財政状態、キャッシュ・フロー等の推移(連結)

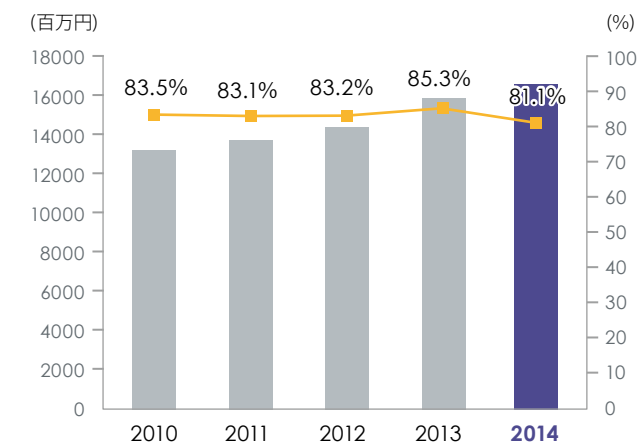
■ 財政状態、キャッシュ・フロー等の推移(連結)

	2010	2011	2012	2013	2014
(百万円)					
資産の部					
流動資産	6,035	6,874	7,394	8,265	9,521
固定資産	9,818	9,675	9,953	10,337	10,915
資産合計	15,853	16,549	17,347	18,602	20,437
負債の部					
流動負債	1,532	1,759	2,033	1,712	3,364
固定負債	1,047	1,019	857	977	419
負債合計	2,580	2,779	2,891	2,689	3,783
純資産の部					
株主資本	13,189	13,767	14,417	15,721	16,580
その他包括利益累計額	41	△22	23	137	△11
新株予約権	-	-	15	53	85
少数株主持分	42	25	-	-	-
純資産合計	13,273	13,770	14,456	15,912	16,653
自己資本比率(%)	83.5	83.1	83.2	85.3	81.1
1株当たり純資産(BPS)(円)	470.29	488.57	513.31	562.34	585.46
1株当たり年間配当金(円)	22	24	26	29	32
配当金総額(百万円)	618	675	731	817	904
配当性向(%)	106.1	56.4	55.2	41.2	51.1
純資産配当率(DOE)(%)	4.7	5.0	5.2	5.4	5.6
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,787	2,240	1,753	1,975	2,889
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,393	△317	△1,631	△1,136	△142
財務活動によるキャッシュ・フロー	△638	△736	△690	△698	△1,058
現金及び現金同等物の期末残高	3,171	4,357	3,790	3,936	5,626

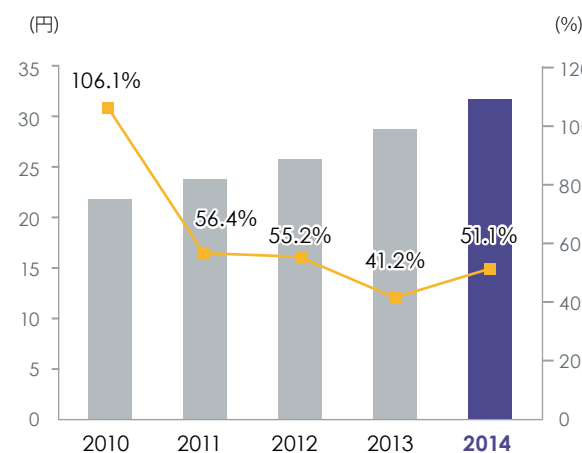
総資産



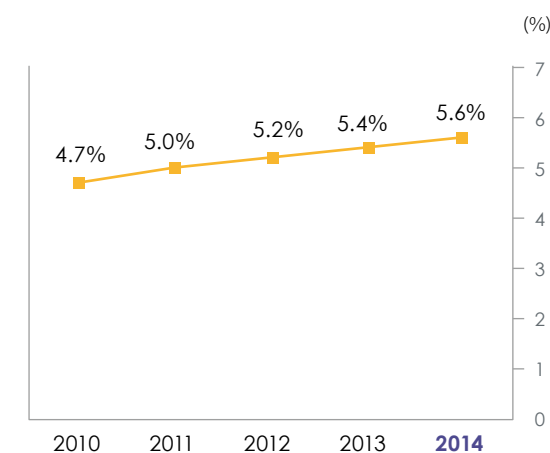
純資産/自己資本比率



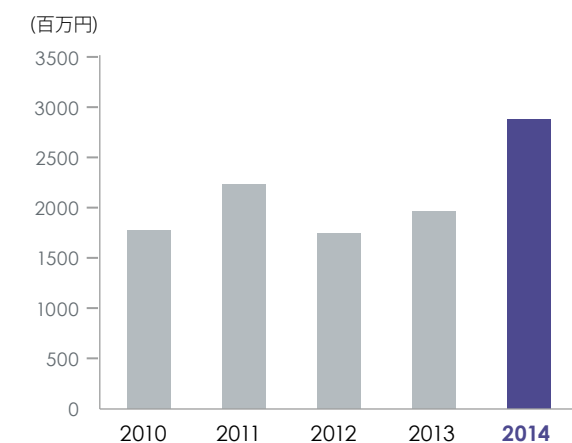
1株当たり年間配当金/配当性向



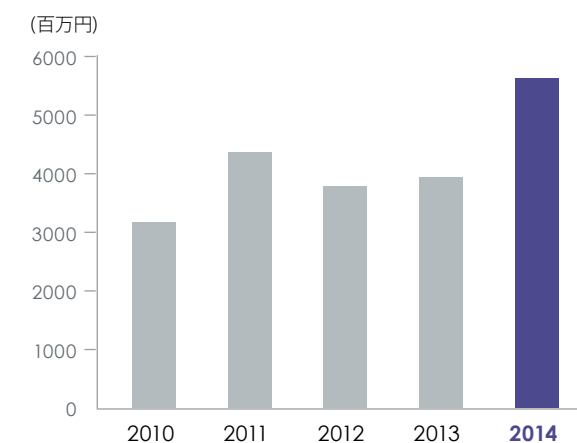
純資産配当率(DOE)



営業活動によるキャッシュ・フロー



現金及び現金同等物の期末残高



グループ企業の紹介

Group Company Profile

株式会社船井総合研究所

経営コンサルティング事業

明日のグレートカンパニーを創る

21世紀において、グレートカンパニー化こそが、最高の業績アップの手法であると考え、「明日のグレートカンパニーを創る」ことを目指します。

【グレートカンパニーの定義】

社会的価値の高い「理念」のもと、その「企業らしさ」を感じさせる独特のビジネスモデルを磨き上げ、その結果、持続的成長を続ける企業、そして同時に社員と顧客が「素晴らしい会社」と誇りを持つくらい独特のカルチャーが形成されている企業を、グレートカンパニーと定義しております。



事業内容

経営コンサルティング事業

各業界・業種・テーマに創業以来培ってきた独自のマーケティング手法の活用を通じて、時流に適応させたソリューションを提供し、クライアントの経営をバックアップします。

<経営コンサルティング事業形態>

- 1. 月次支援** … 経営者が考えるミッションの達成や確実な成果に結びつけるための、現場主義を主軸とした定期的なクライアントを訪問する顧問契約型のコンサルティングです。
- 2. プロジェクト** … 一定の期間で、各業界とテーマに精通するコンサルタントがチームとなり、調査分析・経営戦略構築を通じて、戦略から実行可能な戦術までの一貫したソリューションを提供するコンサルティングです。

<コンサルティング例>

●建設業 電気設備工事における一例

社長の営業力で、建売住宅の電気工事を順調に受注していたが、需要の先細りは明白であり今後の経営に不安を抱えていた。下請けからの脱却を図るため、BtoC、BtoB向けに直接電気工事を受注する元請けサービスを立ち上げ、エアコンの取替えをはじめとした受注が増加。地域に根付いた電気工事屋として拡大に成功。

●小売業 リサイクルショップ業における一例

総合リサイクルショップをオープンするも売上が伸び悩んでいたため、品揃え一番化を目指す。明確な店舗コンセプトを設計し、小属性で圧倒的地域一番化を実現。売上も5年で12倍になり急成長を実現させた。

●サービス業 美容室業における一例

店舗拡大する中、増員するスタッフの成長を促す仕組みづくりを実施。従来の新規受注を中心とした評価基準から、継続客（リピーター）を重視する評価制度に移行し、スタッフのモチベーション向上だけでなく、売上比率が新規受注よりも継続受注が拡大し、上得意客（VIP）が拡大。それに伴い安定的な売上向上につながった。

経営コンサルティング事業、各部門紹介（P50～P65）もご参照ください。

経営研究会(148経営研究会 4,213名)

同業の経営者が集い、業界の最新事例や、クライアントが実施している具体的な改善事例を共有する場として経営研究会を多数主宰しています。また、モデル企業となる外部講師の講演や実際にモデル企業を訪問する視察ツアーも実施することで、生の情報を定期的に入手できる場の提供とともに、全国の経営者同士がつながる場として大きく寄与しています。

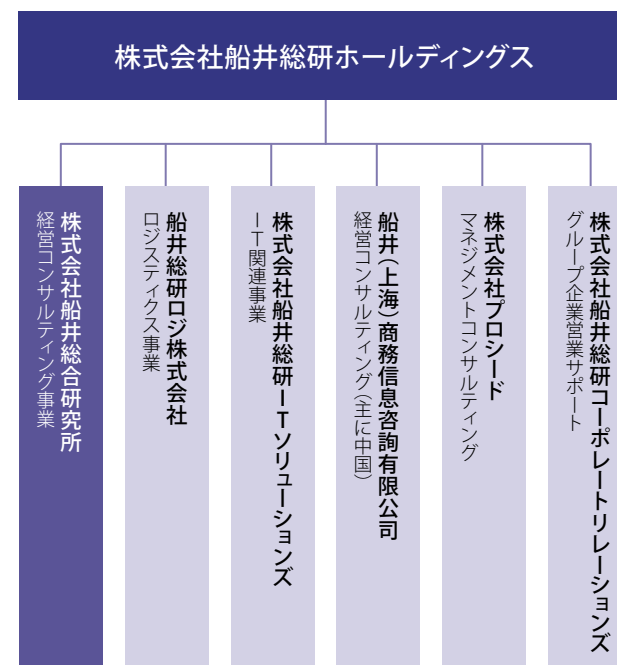
経営セミナー

コンサルタントによる具体的な経営ノウハウや最新事例を交えた経営セミナーを実施しています。

グループ各社とのシナジー性

船井総合研究所は、経営コンサルティング事業をコアとしながら、グループ各社が強みとする専門領域のコンサルティングを付加させることで、調査分析といった前工程から後工程までのコンサルティング事業を拡充し、経営コンサルティング事業のさらなる品質向上とサービス領域の拡大を目指します。

会社概要	
代表取締役	高嶋 栄
設立	2013年11月28日 (創業 1970年3月6日)
資本金	3,000百万円
所在地	<p>【大阪本社】 大阪府中央区北浜4-4-10 TEL:06-6232-0271 (代表) FAX:06-6232-0040 (代表)</p> <p>【淀屋橋セミナープレイス】 大阪府中央区北浜4-7-28住友ビル2号館 7階</p> <p>【東京本社】 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル 21階 TEL:03-6212-2921 (代表) FAX:03-6212-2940 (代表)</p> <p>【五反田オフィス】 東京都品川区西五反田6-12-1 TEL:03-6212-4010 (代表) FAX:03-5436-1135 (代表)</p> <p>【芝セミナープレイス】 東京都港区芝3-4-11芝シティビル</p>



船井総研ロジ株式会社

ロジスティクス事業



バリューチェーンを
イノベートする

ロジスティクスコンサルティングから物流業務受託・共同購買まで
企画設計～実行に至る一貫したロジスティクスサービスを提供。

事業内容

物流コンサルティング

物流戦略策定から現場改善・導入まで、クライアントを競争優位に導く物流の最適化プランを企画設計し、現場導入に至るまでの実効的サポートを行います。たとえば、物流拠点配置の見直しやコスト・在庫削減まで一貫した実行支援のサポートと提案内容の実効性を担保したコンサルティングが特長です。

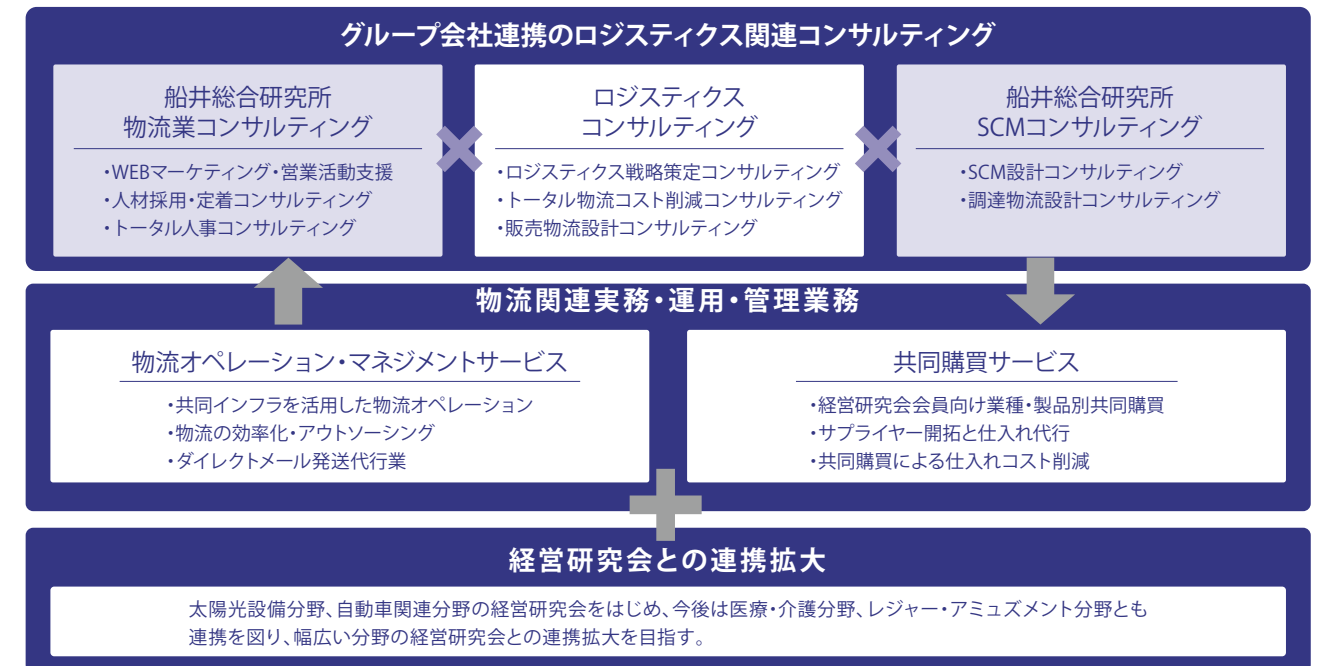
物流オペレーション・マネジメントサービス

クライアントの物流業務を代行するサービスです。物流倉庫の確保から、作業・輸配送まで当社が受託する物流フルオペレーションを提供いたします。また、当社のコンサルティング機能を活かし、物流管理会計やKPIを設定し、アクションプランに則った運用・管理を行います。クライアントのコスト削減志向とベクトルを合わせたスムーズな効率化を目指します。

共同購買サービス

「中小企業に大企業並みの購買力を提供する」を合言葉に、共同購買サービスを提供しています。船井総合研究所の経営研究会を一つの単位とし、その会員企業の購買力向上に寄与すべく、競争力ある商品や価格を実現し、クライアントの調達コストを削減する実行サービスを目指します。

グループ各社との連動コンサルティング体制



実績

●広告会社／サンプリング物流コンサルティング＋物流オペレーション受託

現状の物流コスト状況を診断・設計することで配送費10%削減を企画。その業務を受託し、設計図どおりに具現化。当社が適切な配送モード(運送手段・運送会社)を選択することにより、クライアントの業務範囲が拡充し、受注量が30%以上増加。

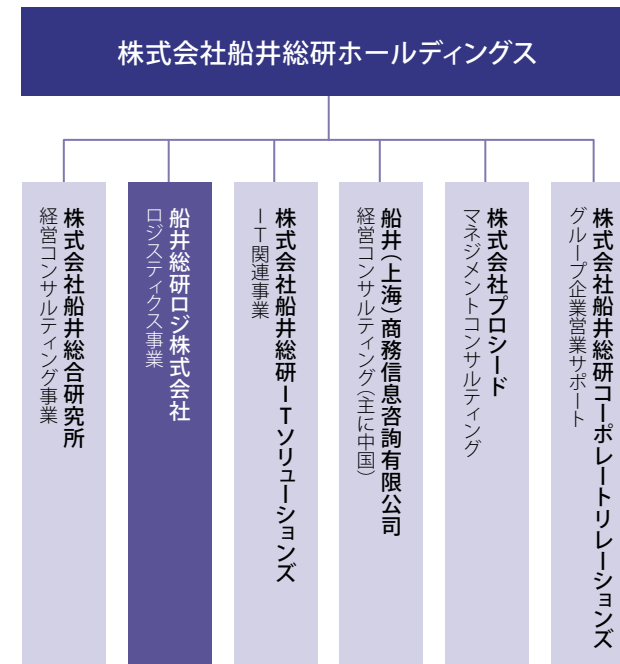
●経営研究会に対する共同購買サービスの提供

船井総合研究所が主宰する経営研究会の会員企業に対して共同購買サービスを提供。会員専用の商品告知・受発注専用のウェブサイトを作成、必要な商品を開拓、まとめ仕入れを実現。当社が仕入れ交渉を行い、スケールメリットによって調達価格を低減。会員企業のコスト削減に貢献。

グループ各社とのシナジー性

当社の強みは、物流・ロジスティクスを含めたコンサルティング(企画設計)サービスと、物流・調達の実務支援(受託)を融合させた総合的ロジスティクスサービスです。当社グループの持つ幅広い業種・業界別のクライアントに対して共同物流や共同購買などの最適な物流・調達サービスを提供することで、ロジスティクスの側面からクライアントの経営環境の改善・良化に努めます。具体的には、船井総合研究所が主宰する経営研究会において共同購買商品を開拓します。ウェブサイトを通じた告知活動を行い、物流サービスをもってお届けする一連の調達サプライチェーンを構築することでグループシナジー効果を創り出しています。

会社概要	
代表取締役	菅 重宏
設立	2000年5月10日
資本金	98百万円
所在地	<p>【大阪本社】 大阪市中央区北浜4-4-10 TEL:06-7711-5562(代表) FAX:06-7711-5563(代表)</p> <p>【東京本社】 東京都品川区西五反田6-12-1 TEL:03-5745-0781(代表) FAX:03-5745-0782(代表)</p>

株式会社船井総研ITソリューションズ

IT関連事業



IT活用で業績向上を 考え続けるパートナー

IT業界で圧倒的に経営改善(財務貢献)に拘った、ITコンサルティング&ITソリューション会社を目指す。

事業内容

ITコンサルティングサービス

企業が抱えるITシステム、ITインフラに関する課題に対して、診断からクライアントに最適なITコーディネートを当社アドバイザーが定期的にコンサルティングを行うサービスです(主な商品:成果報酬型ITコンサルティング、IT投資評価サービスなど)。

アウトソーシングサービス

企業の情報システム関連部署に対してSE(システムエンジニア)、プログラマーといったITの専門家を派遣するサービスです。その他、顧問先からデータを受け入れ、多角的分析サービスを提供する業務アウトソーシングも提供しています。

顧客データ分析サービス

各クライアントで管理している膨大な顧客データの加工や分析の効率化を図るサービスです。データの補正等も含めクライアントに応じた最適なアウトプットを短期間で提供することで、企画や戦略業務への活用につなげます。

実績

● 専門検索サイト運営会社

事業の急激な変化に対し、同社の販売管理グループの平均残業時間が40時間を超え、これを抑止するために新しい業務運用の流れと、これを支える仕組み構築が急務である中で、当社が販売管理システムを構築し、新業務を運用することで販売管理部門の1ヶ月20時間(1人当たり)の残業を効率化、1,800万円コスト削減した。

● 介護用品のレンタル会社(ホームケア・介護)

同社は、基幹システムに関する高額な運用保守費用の支払いに頭を悩ませていた中で、当社が、ITコスト削減サービスを実施することにより、年間9,000万円のコストを削減した。

● 大手エネルギー卸売業

同社は、大手システムベンダー(システム製品メーカー)に対し20億円のシステム投資を行い、基幹システムの全面改修を進めていたが、プロジェクトが一行に進まず、当社にプロジェクトの立て直し依頼があった。当社は、コンサルタント要員を3名投入し、システムを正常稼働させた。

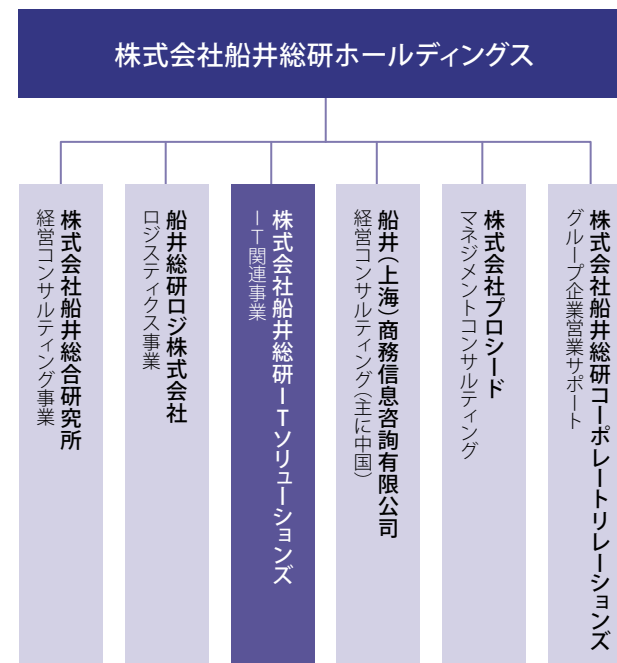
● 大手重電メーカー

同社は、大手金融会社からITインフラのプラットフォーム構築・運用の依頼を受けたが、本案件の対応可能なエンジニアが不足していることから当社の社員3名を同社に派遣し、大手金融会社のプラットフォームの重要な業務をアウトソーシングしている。

グループ各社とのシナジー性

ITソリューションを提供するプロフェッショナルとして、船井総合研究所を中心としたグループ各社のクライアントへ当社の顧客データ分析サービスの拡充を目指します。また、経営基盤であるITシステムのコンサルティングサービスやアウトソーシングをグループ各社のクライアントに導入していただくことで、コンサルティングサービスにとどまらない継続的な顧問関係にも寄与し、コンサルティングサービスの領域拡大に貢献していきます。

会社概要	
代表取締役	西山 直生 
設立	2000年2月1日
資本金	60百万円
所在地	【本社】 東京都品川区西五反田6-12-1 TEL : 03-5745-4433 (代表) FAX : 03-5745-4434 (代表)



船井(上海)商務信息咨询有限公司

経営コンサルティング(主に中国)



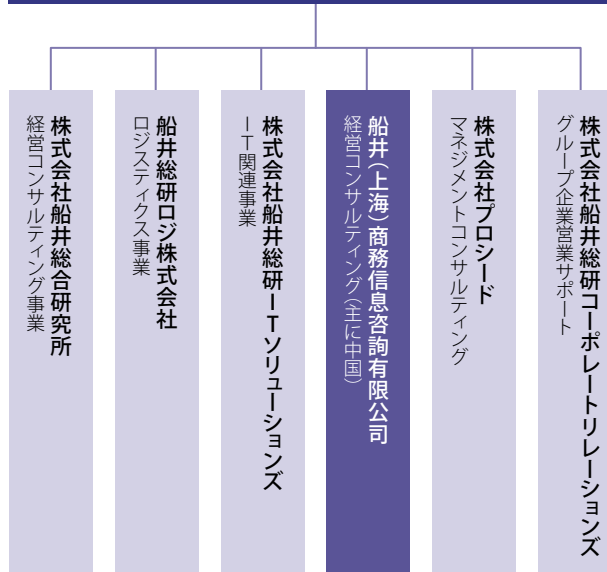
上海から未来をプロデュース

船井流メソッドを輸出し、日系企業・中国企業における未来への貢献を目指す。

会社概要

総 経 理	中野 好純	
設 立	2012年1月13日	
出 資 金	30百万円	
所 在 地	【本社】 上海市長寧区江蘇路369号 TEL: +86 (21) 5240-1398(代表) FAX: +86 (21) 6091-7867(代表)	

株式会社船井総研ホールディングス



事業内容

主な対象 飲食業向け

- ・短期業績向上コンサルティング(MD提案・集客力向上を軸にした売上アップ)
- ・コスト分析、コスト最適化による収益性拡大
- ・中長期ビジネスモデル提案(新業態の開発・日本成功企業視察)

主な対象 日系製造業向け

- ・市場調査(対日系大手企業に向けた中国内販市場のマーケティングリサーチ)
- ・調査を踏まえた、中国市場拡大に向けたコンサルティング

主な対象 消費財内販

- ・リアル店舗&EC販売の売上拡大に向けた実務コンサルティング
- ・中国市場進出に伴うビジネスプロデュース
- ・事業拡大に向けたチャネル開拓
- ・中国事業戦略構築に向けたコンサルティング

実績

●日系スキンケアブランド／マーケティングコストをECへシフトさせ、EC売上昨対比4倍に

日系ブランドは韓国ブランドの台頭などを背景に、市場シェア確保が厳しく、店舗運営コストも増加することから販売戦略をEC強化に特化。マーケティングコストをECにシフトさせたことで、全事業の黒字化、EC売上の昨年対売上4倍に貢献。

●日系旅行用電源アダプターおよび旅行関連商品／空港チャネル開拓で商品の納入を実現

中国での法人設立からチャネル開拓まで3年にわたり総合的支援を継続中。中国国内での内販を急速に拡大するため、北京や上海の大型国際空港への販売チャネル確保が急務であった。空港販売は、複雑な利権の絡むチャネルであるため、空港人脈を開拓し、空港チャネルとの合弁会社設立を行ったことで空港への納入を実現。

●日系家電メーカー／立ち上げ2ヶ月で中国市場ベスト10入り

中国で発売された空気清浄器のEC市場立ち上げを総合プロデュース。クライアントとプロジェクトチームを立ち上げ、中国企業への委託運営体制や、共同ミーティング体制、商品ページ作成、マーケティング諸施策立案など詳細の計画に関与。立ち上げ2ヶ月で中国市場のベスト10入りを果たす。

●中国国内102店舗展開台湾料理チェーン／既存店活性化により158%利益向上

全店舗の売上の低迷やさらなるビジネス展開の限界を感じていた中、まずは、新たに立ち上げたマーケティング本部を役割に応じて組織再編を実施。商品バリエーション分析、売上分析、競合比較分析に基づいた新商品戦略を策定し、費用対効果の高い販促施策へシフトしたことで、前年より増収増益を実現。

●日系焼肉チェーン店／集客支援コンサルティングにより前年比355%売上向上に成功

顧客層の8割が日本人であったために、日本人が少ないエリアに出店した店舗が苦戦。差別化のある新集客商品の導入から、日系販促媒体からの脱却を図り、月PV数20億のポータルサイトの販促施策へ切り替えたことで、大幅な売上拡大に成功。

●しゃぶしゃぶチェーン店／原価改善&新商品構築プロジェクトにより12%利益率向上

集客ができていないにもかかわらず、利益が残らないことから、利益構成分析や原価上昇の要因分析を実施。課題を明らかにした上で、付加価値向上のための売り場づくりや原価低減のためのレイアウトを提案し、利益創出を可能にする体制へ移行。

グループ各社とのシナジー性

主力の中国飲食企業向けコンサルティングでは、旧来の船井総合研究所で培った経営ノウハウを中国企業向けにアレンジして提案しています。日系企業向けのコンサルティングでは、3年間で日系企業の中国現地法人からの受注の拡大に成功してきました。今後は、グループ各社のコンサルタントと連携を図りチームコンサルティング体制を強化しながら、日本企業向けに中国事業コンサルティングの幅広い展開を目指します。

株式会社プロシード

マネジメントコンサルティング

国際基準の マネジメントを日本にも

企業の進化を可能にするマネジメントコンサルティングのプロフェッショナル集団。

事業内容

事業診断(アセスメント)

COPCなど国際基準のマネジメントシステムをベースに、適切なマネジメントが運営されているのかについて実態を診断します。客観的な判断を可能にする国際基準に基づくベンチマークデータをもとに、事業付加価値を高めるために組織として行うべき活動や人材育成の設計をします。

コンサルティング

国際基準のマネジメントモデルを活用し、以下の領域でコンサルティングを行います。

- ・コンタクトセンター(コールセンター):効果とリスクに基づく優先順位決定や、施策間の関連性について体系的かつ十分に検討
確実に組織のコスト削減を図り、顧客満足度向上を目指したコンタクトセンターのマネジメントを可能にする組織・人材を育成
- ・プロジェクトマネジメント:IT企業を中心にプロジェクトマネジメントオフィス、開発プロジェクトの高度化
- ・ITサービスマネジメント:IT企業、IT関係会社の保守運用の高度化
- ・COPCマネジメント認証・監査:「マネジメントの仕組み」を構築、運用し、「COPC認証」の取得をサポート。コンタクトセンターのパフォーマンスの高度化

※COPC®規格とは

- ・1996年設立のコンタクトセンター業界に特化して策定された国際基準のパフォーマンスマネジメントシステム。
- ・米国家鋭意品質賞(マルコム・ボルトリッジ国家品質賞)のフレームワーク等のマネジメント品質規格を参考にしている。
- ・70カ国・2,000ヶ所を超えるコンタクトセンターでの監査事例やアセスメント実績がデータベース化され参考にしている。
- ・COPC®規格の導入により、顧客満足度向上、組織力の強化、売上の貢献、コスト削減という成果が報告されている。
- ・COPC®規格はユーザーとして同規格を理解したグローバルなリーダーによる国際的な規格委員会で改定をしている。

人材育成

クライアントがコンサルタントに依存せずとも、国際基準のマネジメントに即した業務を推進し、企業の進化を継続的に実施できることを可能にするための人材育成を行います。独自の教材や研修プログラムを実施し、国際基準規格のマネジメントに必要なスキルの定着の促進によるプロフェッショナルな人材の育成を行います。

実績

取引先100社以上に対して、国際基準の規格認証を通じたマネジメントコンサルティングを実施。国内外の幅広い事例から、問題点を的確に抽出しその改善を実行。企業規模を問わず、コスト削減15%、顧客満足度10%向上、従業員満足度の向上を実現させています。

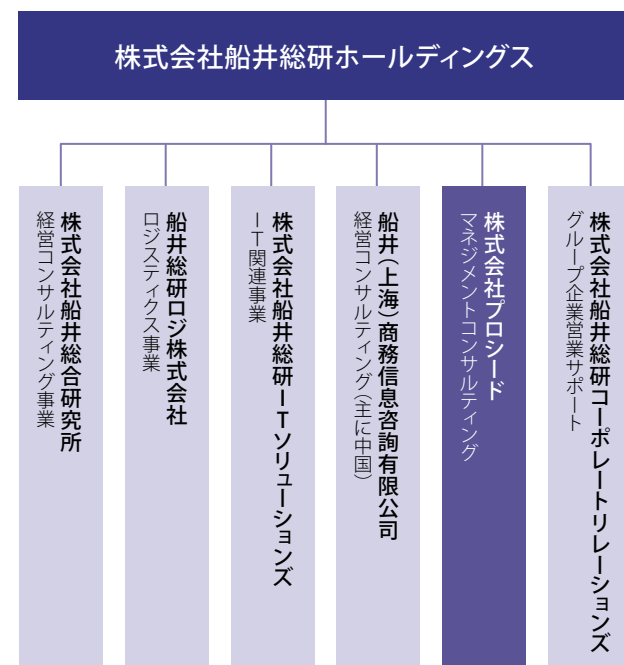
<取引先企業例>

SMBC日興証券株式会社、SMBCコンシューマーファイナンス株式会社、株式会社東京海上日動コミュニケーションズ、日本マイクロソフト株式会社、トランスコスモス株式会社、富士ゼロックスサービスクリエイティブ株式会社、株式会社もしもしホットライン、NTTコミュニケーションズ株式会社、ANAセールス株式会社、株式会社日立システムズ、コニカミノルタ株式会社…他

グループ各社とのシナジー性について

顧客中心型が経営の根幹として広まる中、顧客との接点の一部であるコンタクトセンターは、単なる今までのカスタマーサポートだけではなく、実際の取引や顧客マネジメントおよび営業などの多方面な活用モデルが拡大しています。当社が最も得意とする国際基準のコンタクトセンターマネジメントをグループ各社のクライアントにサービス提供することで、コンサルティング事業の品質向上に貢献し、従来よりも幅広い規模の顧客層を獲得することで、事業の拡大を目指します。

会社概要	
代表取締役	西野 弘
設立	1991年6月24日
資本金	100百万円
所在地	【本社】 東京都港区芝大門2-1-16 芝大門MFビル2F TEL: 03-5777-6411(代表) FAX: 03-5777-6412(代表)



株式会社船井総研コーポレートリレーションズ

グループ企業営業サポート

“その先”にいる
誰かのために

ホスピタリティ溢れる営業サポートから
企業とクライアントとのつながり、
グループ各社の“連帯の絆”の創造を目指す。



事業内容

営業・受注プロセスサポート

- ・基盤顧客データの構築とメンテナンス(各種顧客情報の集約・登録・見込客リストの条件検索と抽出)
- ・各種アプローチツールの作成(セミナーDM、集客ランディングページの作成、チームサイト開発、運営、管理)
- ・見込顧客とのファーストコンタクト(経営相談窓口、インサイドセールス)
- ・与信・契約管理(取引先情報管理(与信管理)、依頼書(契約書)の回収・管理)

サービス提供プロセスサポート(研究会・支援・セミナー・常駐)

- ・CRMサポート(お客様相談窓口(既存客向けインバウンド)、情報コンテンツ提供(FUNAIメンバーズPlus))
- ・コンサルティング周辺付帯サービスの提供(支援先の営業ツール製作、支援先のリスティング広告の運用)
- ・セミナー・経営研究会事務局(セミナー運営事務局、経営研究会運営事務局(当日司会&運営))

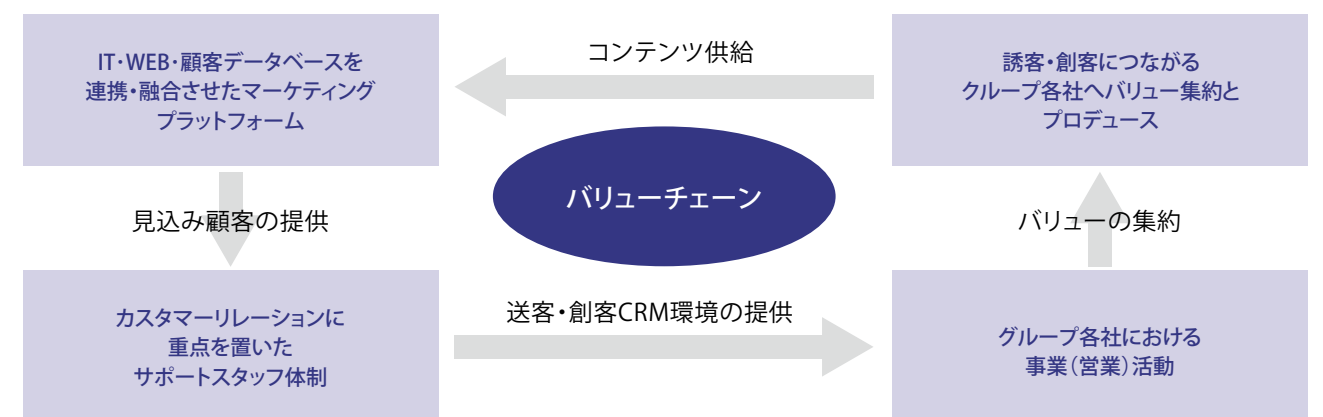
計上・フォロープロセスサポート

- ・売上計上サポート(業務完了手続きのサポート・チェック)
- ・取引終了後の架電(取引終了顧客のフォロー、満足度調査→調査結果の社内フィードバック)
- ・未収債権の管理・回収(長期未収債権化の未然防止活動、未収債権先への継続コンタクト、訴訟以降手続きのサポート)

全体営業サポート

- ・総合受付運営(グループ各営業拠点における総合受付、会議室の手配・管理)
- ・グループ広報活動(ニュースリリース配信、マスコミ取材対応、グループ全体の媒体の製作)
- ・グループ情報システムの運用(オフィシャルサイト開発から運用管理、ITインフラ管理、ヘルプデスク)
- ・グループ各社の営業管理支援(予算管理(管理会計)の運用、営業関連のルール運用と承認)

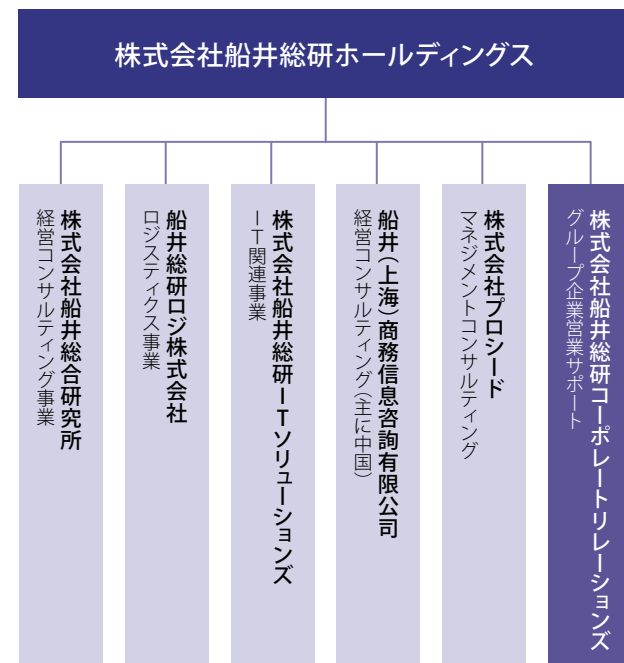
特徴・強み



グループ各社とのシナジー性

持株会社体制への移行に伴い、旧来、船井総合研究所にて培った営業サポート機能、マーケティングサポート機能のバリューチェーンをグループ各社へ展開し、事業活動に専念できる総合的なバックオフィス機能を果たします。

会社概要	
代表取締役	柳楽 仁史
設立	2013年11月28日
資本金	50百万円
所在地	
【本社】	大阪府中央区伏見町4-4-10 新伏見町ビル6階 TEL : 06-6125-7116(代表) FAX : 06-6232-0207(代表)
【淀屋橋オフィス】	大阪府大阪市中央区北浜4-4-10
【芝オフィス】	東京都港区芝3-4-11 芝シティビル6階 TEL : 03-6436-3883(代表) FAX : 03-3452-3601(代表)
【丸の内オフィス】	東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階



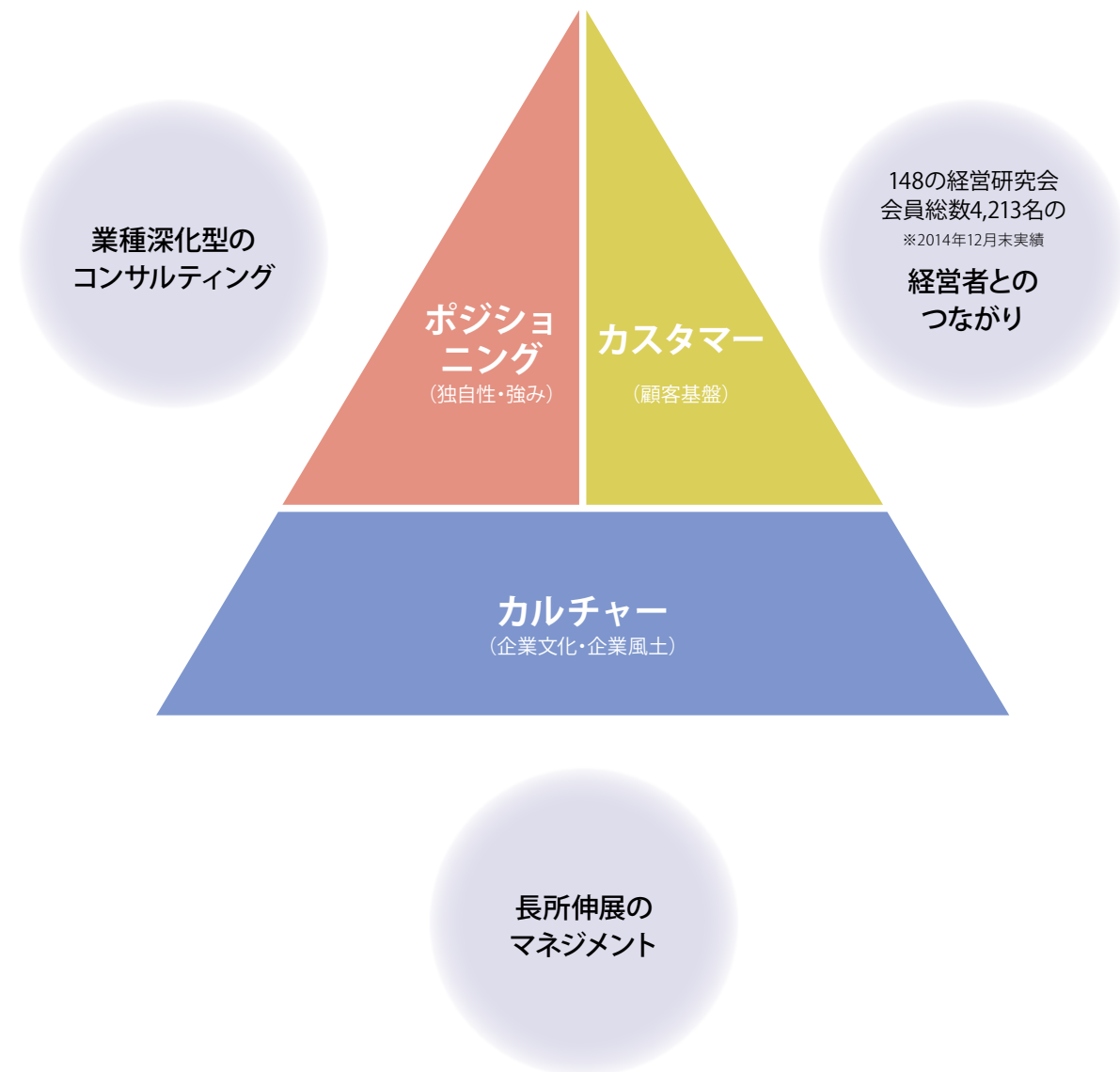
経営コンサルティング事業の

特徴と強み

Characteristic and Strength

他社との比較・優位性

船井総研ホールディングスの中核である
経営コンサルティング事業の優位性を3つの視点からご説明します。



ポジショニング (独自性・強み)

業種深化型のコンサルティング

- ・業種別即時業績向上プログラム
- ・業種別人材開発プログラム
- ・非競争、一番化のマーケティング

船井総合研究所のコンサルタントは各人が専門分野に特化して業務に取り組んでいます。船井総合研究所が創業以来培ってきたマーケティング理論をベースに、業種特有の商慣習や事象を考慮した提案ができることが強みです。「あるべき論」にとどまらず、収益に直結する現場レベルの「やるべきこと」まで落とし込まれたソリューションは、短期間で顧客のニーズに沿った変化をもたらします。時代の変化に適応する組織の柔軟性も備えており、常に社会の要請にあった新しいコンサルティング分野が誕生し、企業としても進化を続けています。

カスタマー (顧客基盤)

148の経営研究会、会員総数4,213名(2014年12月末実績)の経営者とのつながり

- ・会員制、定期開催の経営勉強会
- ・業種を越えた大規模セミナー・交流会の開催
- ・グレートカンパニーアワード等
モデル企業の賞賛や視察会による事例共有

個別のコンサルティングのほかに、同業種のトップレベルの情報と異業種の最新事例を得られる場を用意しております。同業種の仲間と交流し、切磋琢磨し合う「師と友づくり」の場として、経営者のための会員制勉強会「経営研究会」を定期的に開催しております。さらに、業種を越えて事例を共有するコンサルタントから、異業種の成功事例を得ることで、業界の既成概念にはない発想を生むチャンスが豊富にあります。幅広い業種の経営者が集うネットワークは、勉強好きの経営者に新しいアイデアと出会いを提供しています。

カルチャー (企業文化・企業風土)

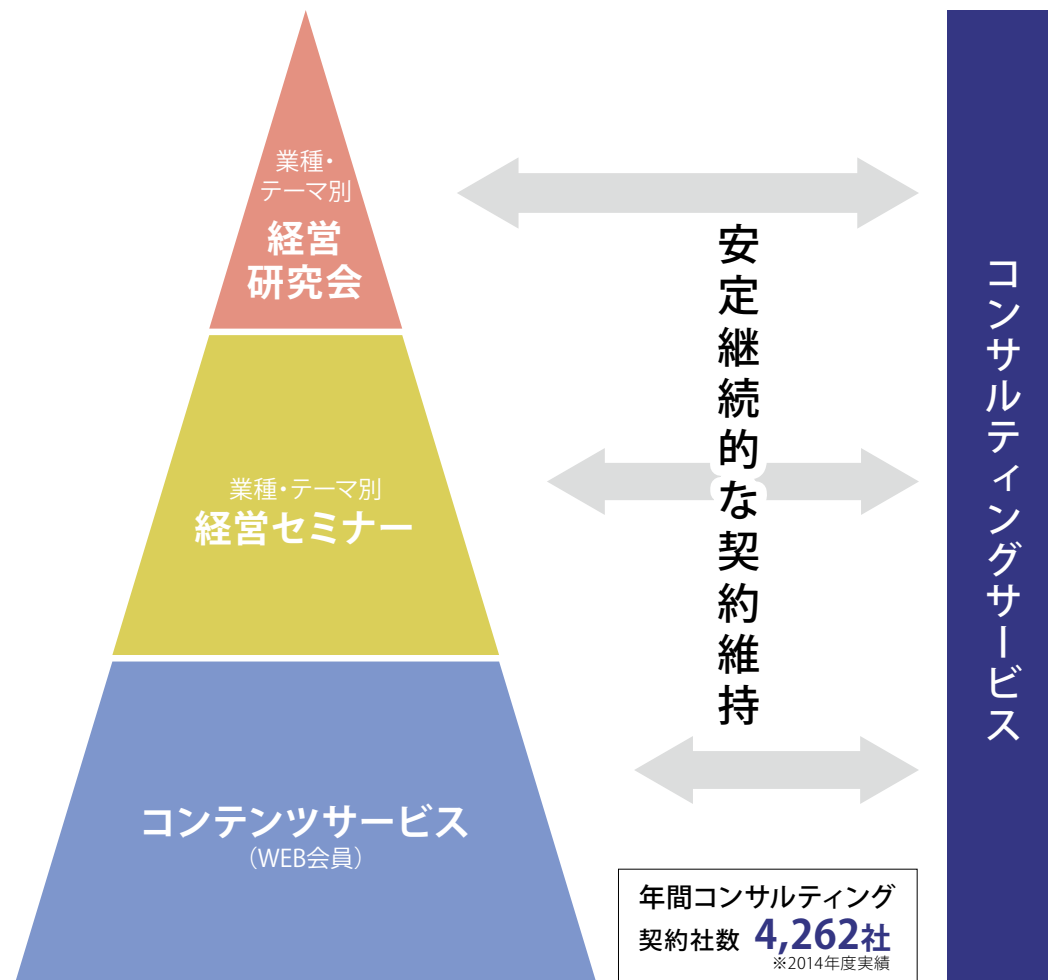
長所伸展のマネジメント

- ・「長所伸展」、「素直・勉強好き・プラス発想」等の人間性重視のマネジメント
- ・「自律・自由・連帯」の創発的(ボトムアップ型)組織
- ・人を財産と考える採用・育成

船井総合研究所には「長所を伸ばすことが人が本来持つ能力を最大限に発揮させる最適なマネジメントである」という考えが創業当時から根付いており、それを実践してきたからこそ、ここまで発展してまいりました。近年では、人が重要な資本となるコンサルティング会社として、働く従業員を財産ととらえ、採用・育成にも力を入れております。また、「自律・自由・連帯」を掲げ、チャレンジできる創発的組織であることは働く従業員にとってもモチベーションにつながり、コンサルティング会社としては異例の離職率の低さにつながっています。

ビジネスモデル

船井総合研究所は数多くのセミナーの開催や業種・テーマ別の経営研究会の主宰、さらにはその裾野として、各種コンテンツサービスによる経営情報の提供の仕組みを構築しており、顧客との接点を密にとっております。結果、コンサルティングサービスにおいてお客様との安定継続的な契約関係の維持につながっております。



業種・テーマ別 経営研究会	業種・テーマ別 経営セミナー	コンテンツサービス (WEB会員)
グループ形式の経営勉強会やモデル企業・店舗の視察ツアーを主宰	中小企業の経営者を対象とした当社経営ノウハウの提供の場	WEB情報サービスやCD・DVD商品などを提供
<ul style="list-style-type: none"> ・主宰研究会数… 148研究会 ・研究会会員数… 4,213名 <small>(※数値は2014年12月末実績)</small>	<ul style="list-style-type: none"> ・年間開催セミナー数… 863件 ・年間セミナー参加者数… 21,476名 <small>(※数値は2014年度実績)</small>	<ul style="list-style-type: none"> ・有料会員… 4,727名 (FUNAIメンバーズPlus) ・無料会員… 約21万7千社 (個人含む) <small>(※数値は2014年12月末実績)</small>

コンテンツサービス

FUNAIメンバーズ

2015年3月現在、無料会員約21万7千社、有料会員4,727名が登録されております。無料会員様にはメールマガジンや動画を、有料会員(月額税抜3,000円)はWEB・FAX・冊子・CDを提供しております。経営情報のご提供と優遇サービスで多方面から会員をサポートいたします。

■ 提供サービス一覧

News Letter 毎週木曜日に配信している、船井総合研究所のコンサルタントのコラムです。 	Booklet 奇数月に郵送しています。成功事例、モデル企業ルポ、グレートカンパニーコラムなどを紹介しています。 	CD 偶数月に郵送しています。上席コンサルタントのコラムやグレートカンパニー対談などを紹介しています。 
動画 船井総合研究所で開催する年間約1000本のセミナーの一部を動画で公開しています。 	セミナー割引 船井総合研究所主催セミナーの参加料金を会員様価格でご利用いただけます。	CD・DVD・マニュアル割引 CD・DVD・教材を通常価格より20%OFFでお求めいただけます。

月刊メールマガジン

60,000人以上に配信しているメールマガジンでは、コンサルタントのコラムや無料小冊子の案内、オフィシャルサイトのランキング、商品情報、セミナー動画コンテンツ等を紹介しています。



商品 (CD・DVD・マニュアル)

経営ノウハウや業績アップの手法を収録したCD・DVD商品や、現場で使えるツール、マニュアル等を販売します。2014年度は1744社の方に商品を購入していただきました。



経営セミナー・経営研究会

事例を知り、次の一手を見つける経営セミナー

船井総合研究所では、経営者およびマネジメント層を中心に、時流に適した旬なビジネス情報を発信するセミナーを数多く実施しております。各業種やテーマを専門とするコンサルタントが、具体的な経営ノウハウについて最新の事例を交えながら、セミナータイトルに即した情報をお伝えすることが特長です。年間863件(※2014年実績)のセミナーを開催し、新規顧客との接点を数多く設けることでより幅広い顧客層の獲得を目指しています。また、セミナー開催後の月次支援やプロジェクト、経営研究会への誘導といったセミナー参加者からの受注体制を仕組み化し、さらなる受注拡大に注力しています。

経営セミナーからの受注体制



<最近のセミナー例>

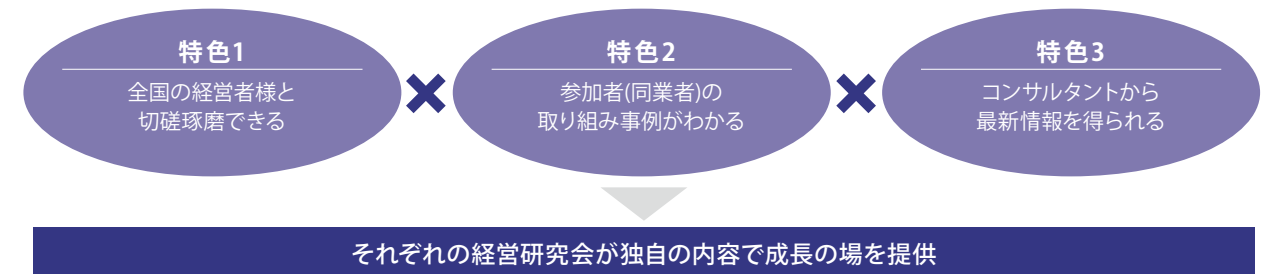


全セミナー参加者合計:21,476名(※2014年実績)

業種を越えた同士が集う経営研究会

船井総合研究所のビジネスモデルの一つとして、「経営研究会」の展開が挙げられます。コンサルタントの話を聞くだけの一方通行ではなく、会員様同士の情報交換を活発に行うなど、「仲間」(好敵手)をつくっていただける場として、2014年12月末現在148の経営研究会が主宰され、合計4,213名の方々に入会いただいております。

経営研究会の3つの特色



経営研究会実施内容

- 定期例会**

定期例会は、同業者である経営研究会会員様が定期的に集う例会です。当社グループのコンサルタントや、業界で成功を収めている経営者をゲスト講師として招き、業界の最新事例を踏まえた講座も実施します。講座形式のほかにも、会員同士の事例共有や一つの課題に対するワークなども実施しています。定期例会を通じてお互いに切磋琢磨しながら自社で活かせるものを取り入れ、日々の経営環境の改善に貢献します。
- モデル企業視察**

業界のモデルとなる企業と直接訪問するモデル企業視察を実施しています。業界の最新事例を机上ではなく、実際の現場を視察することで、そこでしか得られない貴重な情報を収集する機会として会員様に最大限に活用していただいています。普段見ることのできない企業の裏側を視察することで、大きな刺激にもつながっています。また、経営者だけでなく、幹部の育成にも最適な視察となっています。
- 総会**

1年間を通じて得てきたことを振り返る場として、経営研究会ごとに総会を開催しています。それと同時に、今後の時流を踏まえた上で、業界内で成長していくために翌年に取り組むべき施策についてコンサルタントから提言をさせていただきます。総会では、講演のみならず、表彰式や懇親会も行います。

<経営研究会>

社労士事務所経営研究会/FAST-Reform研究会/法律事務所経営研究会/次世代会計人経営者フォーラム/スマートエネルギー研究会/整骨院経営イノベーション実践会/ITベンダー経営研究会/環境ビジネス経営研究会/新電力実践勉強会/NEW MEGAプログラム/司法書士事務所経営研究会/菓子倶楽部/環境ビジネス経営研究会/メーカー・新規参入分科会/シニアホームケアビジネス研究会/部品加工業経営研究会/直販倶楽部/FUNAIロジスティクスソサエティ/住宅・不動産らくらく集客塾/酒販店クラブ/Funai Dental Innovation/高付加価値型アウトソーシング研究会/賃貸管理ビジネス研究会/オートビジネス経営研究会/住宅ビジネス研究会/老人ホーム紹介ビジネス経営研究会/介護サービス経営研究会/OA機器販売会社経営研究会/グレートビルダーズクラブ/住宅リフォーム 当たるチラシ倶楽部/家庭用蓄電池販売実践勉強会/中古リフォームビジネス研究会/高齢者住宅研究会/会計事務所経営研究会 船井会計ネットワークフォーラム/次世代交通業経営勉強会/スクール経営サポート倶楽部/印刷会社経営研究会/設計事務所経営研究会/新時代保育経営実践研究会/写真館船井流経営塾/一般廃棄物業経営研究会/機械工具商社経営研究会/船井フードビジネス経営研究会/次世代きものビジネス&振袖レンタルビジネス研究会/温浴施設 経営研究会/番頭塾オーナー会/ペットビジネス繁盛倶楽部/情熱経営実践研究会/調剤薬局経営研究会 船井調剤マーケティングフォーラム/蔵倶楽部/雑貨研/ケータインショップ経営研究会/住宅ビジネス研究会-WEB集客/次世代調剤薬局経営研究会/耳鼻咽喉科医院 地域一番医院実現勉強会/菓子店経営研究会/スマートエネルギービジネス トップクラブ/光熱費0円住宅研究会/葬祭業向け経営塾「2世会」/ケータリング・宅配倶楽部/太陽光発電ビジネス勉強会/和食業業績向上研究会/SPビジネス塾/皮膚科医療患者満足度アップ倶楽部/おもしろい! 旅館研究会/業務用食品 販路開拓クラブ/国内視察勉強会(ミウラ・クリニック)/人材ビジネス経営研究会/住宅番倶楽部/リユース・リサイクルビジネス研究会/保険マーケット一番店倶楽部/家事代行ビジネス経営研究会/パチンコ経営トップマネジメントクラブ/法人向け省エネソリューション勉強会/電気・通信・設備工事業 経営研究会/仏事ビジネス研究会/法人用蓄電池販売実践勉強会/次世代給食業経営研究会/FPビジネス顧客増倍倶楽部/美容室経営クラブ「ビジョナリス」/整形外科経営研究会/住宅購入相談所アカデミー/不動産ビジネスアカデミー/トップマーケティング研究会/メディアショップ繁盛研究会(メディア店向けニュービジネス) /船井流ベジック経営研究会/異業種に学ぶベンチャーアカデミー/超実践型エステティックサロン現場事例研究会/メガネ店経営研究会/レンタルビジネス経営研究会/EC・通販経営研究会/皮膚科・美容医療経営研究会/養鶏経営研究会/オートビジネス経営研究会専門店サークル/ブライダルビジネス研究会/365ブランド化実践会/業績アップ吉田塾/小さくても強い工務店経営・ネット集客研究会/眼科クリニック経営研究会/ばちんこ経営研究会/わくわく経営実践倶楽部/生活雑貨店繁盛倶楽部/家族葬経営研究会/花き園芸生産者経営勉強会/広告会社のためのパチンコ販促研究会/シューズ&フットケア研究会/旅行会社経営研究会/パチンコ営業実践会/園芸店販売促進勉強会/お客様研究会/デイサービス経営研究会/観光旅館経営の成功事例を学ぶ会/尖った店が勝ち残る! 注目エリア視察クリニック研究会/岡職の経営道場/障害者ライフサポート経営研究会/小さくても繁盛する経営スクール/技術マーケティング経営研究会/パティリービジネス研究会/居酒屋増収増益倶楽部/士業事務所あたるホームページ倶楽部/オートビジネス店長アカデミー -継続型-/番頭塾/当たるチラシ・DM倶楽部/太陽光発電ビジネスアカデミー/自動車保険アカデミー/車検アカデミー -継続型-/船井データMAX機械評価勉強会/自動車人財アカデミー -継続型-/コンサルショップ店長アカデミー/調剤薬局採用倍増倶楽部/船井総研 繁盛☆旅館倶楽部/スマートエネルギービジネス トップセールスマン育成塾/住宅・不動産 番頭塾/士業事務所「スーパー営業マン」フォーラム/高単価リフォームアカデミー/マーケティング店長交流会利益の上がる勉強会/焼肉店繁盛クラブ/ブライダル業界売上倍増倶楽部/スクール業界当たるチラシDM倶楽部/デンタルスタッフオンリー1クラブ/学習塾業界対象 生徒獲得経営勉強会…他

(2015年3月現在)

船井総合研究所の特徴

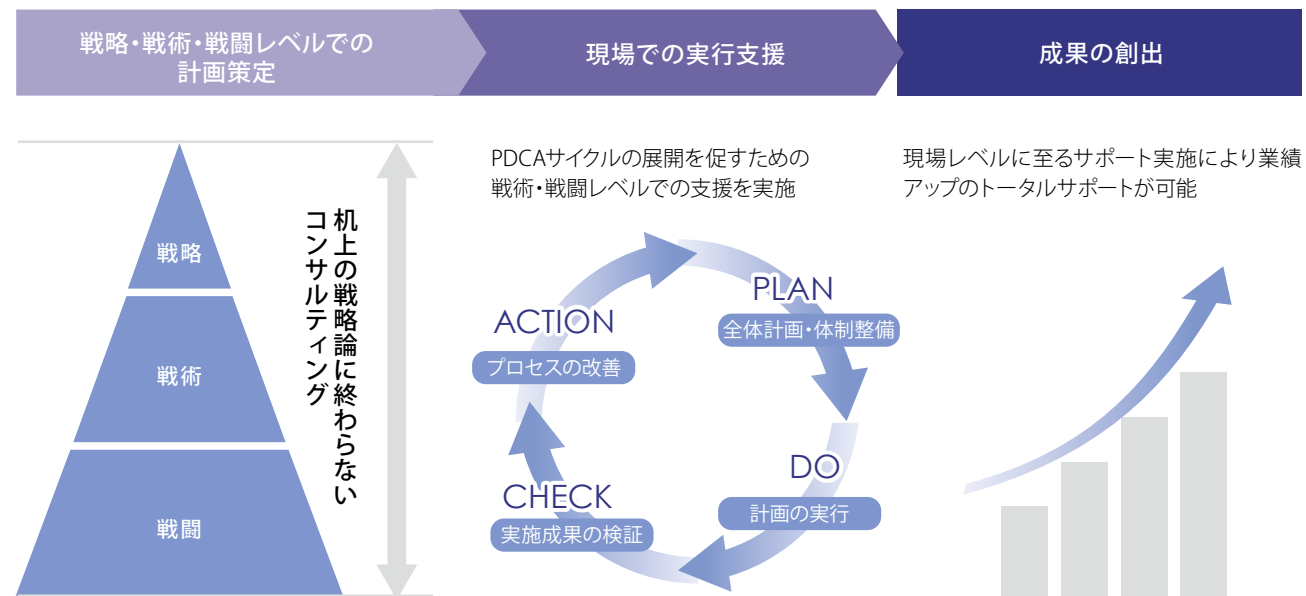
「業績の向上」を追求するコンサルティングスタイル

「戦略」「IT」「組織人事」「財務」「営業」など、多くの要素から成り立っている企業経営。コンサルティング会社の多くは、その要素のいずれかの分野に専門性を有し、業種を問わず、コンサルティングを展開しているケースが多いようです。そのような中、船井総合研究所が追求し続けてきたテーマは「業績の向上」です。

1970年の創業以来、企業規模を問わず一貫して業績の向上というテーマを中心にコンサルティングサービスを提供してまいりました。当社には様々な業界・産業分野のエキスパートがそろっており、それぞれのメンバーの豊富な経験と最先端の知識をベースにして経営上の重要課題の解決にあたります。

業績の向上を追求しているため、戦略の構築だけではなく、企業変革を進めることも少なくありません。そのために「提案した戦略」が現場に確実に浸透するようにサポートするスタイルが当社の特長です。

経営コンサルティングの主な進め方



コンサルティングの分類

船井総合研究所のコンサルティングは、大きく「業種型」「テーマ型」「業務請負型」の3タイプに分類されます。このように「特化」することで、顧客に対してより高度な提案をすることが可能となります。

業種型	テーマ型	業務請負型
特定業種・業界のスペシャリストとして、業界に関する垂直横断的な知識と人脈を生かして活動する。	ある特定のテーマに関する深い知識と経験を有し、業種を問わず活動する。	ある特定業務に関して卓越したスキルと経験を有し、企業のアウトソーサーとして活動する。

主なコンサルティングメニュー (月次支援、プロジェクトの詳細はP36～P37をご覧ください)

月次支援	プロジェクト
<p>定期的な顧問契約です コンサルタントがご訪問し、業務改善などをリードさせていただくサービスです。</p> <p>サービススタイル 月に1度～2度程度、期間はおおむね半年から1年単位が中心となります。</p> <p>●「月次支援」の主な効果 主に経営の意思決定における参謀役、あるいは経営陣と各セクションのキーマン、現場スタッフのブリッジ役としてご用命いただいております。</p>	<p>経営に関する設計図づくりです 通常、1～2ヶ月程度のお時間をいただき、外部環境・内部環境を診断、また社内外からも有用な情報やデータを掛け合わせ、アクションプランを策定するサービスです。</p> <p>アウトプットスタイル 「報告書」と、その「報告書」を囲んだ貴社側と弊社側との質疑応答、ボードメンバー皆様の意思統一を図る「報告会」のご提供です。</p> <p>●「プロジェクト」の主な効果 社内の経営陣、社員だけでは気づきづかった「自社が置かれた環境」や「課題」を把握することはもとより、「これから」に向けた指針ができ上がることです。</p>
研修	講演
<p>社内のムード向上、体質改善プログラムです 「プロジェクト」や「月次支援」と連動し企画される、研修プログラムです。多くのプログラムは1日～2日程度ですが、全社的な体質改善を目的に、より多くの対象者や営業拠点をまたぐプログラムの場合、数ヶ月から1年にわたるケースもございます。お客様のご実情に合わせて、オーダーメイドでプログラムを組ませていただきます。</p>	<p>お客様のご要望のテーマ、予算に応じて、適任の講師がお話いたします 多種多様な業種、テーマに特化した専門講師が在籍しています。会合の主旨・目的に合わせてご相談ください。</p>

148にも及ぶ幅広いコンサルティング領域

船井総合研究所は、特定分野の業種・テーマに特化したスペシャリストが集うコンサルティングファームです。手掛けるコンサルティング領域は現在148に上ります。当社のコンサルタントは、自身の強みが発揮できるコンサルティング領域に専門特化し、担当業種のことであれば隅々まで精通したスペシャリストを目指します。この専門性が、コンサルタント業界内で自身を差別化させ、顧客である経営者から選ばれる理由につながっていきます。クライアントとなる企業経営者から相談されたとき、誰にも負けない独自の“武器”を持つことが、コンサルタントとして選ばれるために必要なことです。船井総合研究所は今後の業種・テーマのさらなる拡大について、まだ手掛けていない分野を計画的に開拓し続けます。将来的には、どのような業種・テーマの経営相談が船井総合研究所に寄せられても、「その道のスペシャリストがいる」という状態にもっていきたいと考えています。

<展開分野(業種・業態)とコンサルティング業務のマトリクス>

		業種																					
		住生活	医療・服飾	食品・生鮮	総合流通	自動車関連	飲食・外食	レジャー・サービス関連	日用サービス	教育・保育スクール	美容・施術サロン	医療・介護	広告印刷ソフトウェア	運輸・物流交通	公共・組合・商工団体	産業・ビジネス・トレーニング	住宅・不動産	建設・工事	環境・エネルギー関連	産業財・消費財・メーカー	金融関連		
テーマ	採用・人事・社員教育																						
	マーケティング																						
	店舗開発																						
	ロジスティクス																						
	ビジネスモデル構築・新規参入																						
	EC・通販																						
	経営理念・経営計画																						
	販路開拓																						
	調査・リサーチ																						
	グローバル化・海外戦略																						
	IT・業務改善																						
	財務・IPO・M&A・事業再生																						

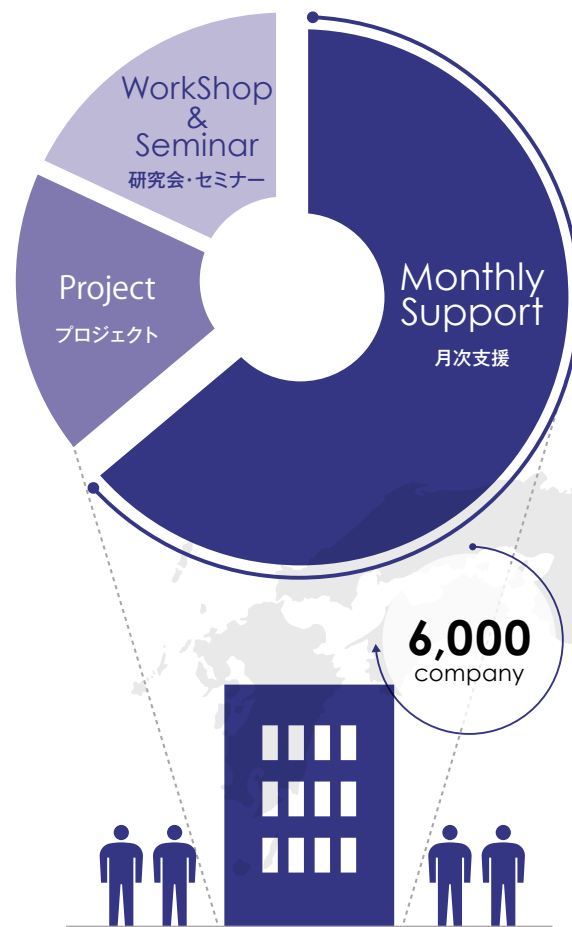
月次支援

クライアント先と定期的に訪問し、企業全体の経営環境を改善するためのコンサルティングサービス

企業が目指すビジョンや目標数値の達成は、経営者によって大きく左右されると我々は考えております。月次支援は、経営者が考えるミッションの達成や確実な成果に結びつけるための、現場主義を主軸とした顧問契約型の実行支援コンサルティングサービスです。定期的に施策内容の進捗状況について確認し、日進月歩で経営者のサポートを行います。他方で、経営者が考える構想や想いを現場の社員に浸透させ、企業全体の経営環境の最適化も図ります。業界や企業の体質に合わせたソリューションの提供だけでなく、確実に成果につなげるためのコンサルティング領域は、当社ならではの強みでもあり最大の強みとしています。

月次支援のご契約形態・サービス体制

毎月、クライアント先で実施される経営会議や営業現場などのサポート、ホットラインの開設を通じたご契約先のフォローを行っています。



プロジェクト

戦略から戦術まで、クライアントが実行可能なソリューションを業界×テーマでシナリオ設計

各業界とテーマに精通するコンサルタントが、部署をまたいでタッグを組み、経営の戦略から戦術までクライアントの業界業種に最適なソリューションを提供します。戦略だけでなく、戦術までの一貫したソリューションが当社グループのプロジェクトの大きな特長です。会社の明暗を左右する重要な判断や、経営陣と従業員の間にあるギャップなどのような問題に対して今後の方向性や会社全体の一体化を目指します。依頼していただいた問題に対して、徹底した調査を実施し、クライアントが実行可能なシナリオに導くことを信条としています。

プロジェクトのご契約形態・サービス体制

目指す戦略の弊害となる課題についてヒアリングを実施します。社内、外部環境分析を通じて、現場の実行性に伴ったソリューションを提供し、クライアントの経営戦略策定に携わります。

1. 調査・分析・企業評価



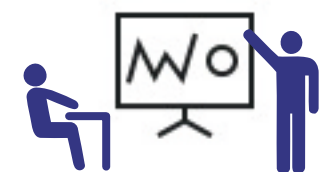
市場・自社・競合の視点から、クライアントの事業環境を調査し、各種調査で、戦略を実現させるための経営課題・改善仮説を抽出します。

2. 経営戦略構築



各種調査で得られた分析結果や経営者が掲げるビジョン、過去のコンサルティング事例などを集約し、最適な経営戦略を構築します。戦略から戦術までの実行方針を提案することで、現場も実行できる戦略を提案します。

3. 常駐型 コンサルティング



ミッション（例えば経営計画立案、新規事業立ち上げ、SCMの見直し、等）に対して、クライアントと一緒にプロジェクトチームを立ち上げます。高頻度なミーティングを通じて、早期の目的を達成する高密度なコンサルティングを実施いたします。

ズバリソリューション

船井総合研究所が提唱する 新業態開発

ズバリソリューション

【ずばりそりゅうしょん】 /zubari-Solutions/

【名詞：船井総合研究所オリジナル】

- 1.いま、実践すれば、飛躍的な業績向上を狙える、その業界における旬のビジネスモデル。
- 2.市場の成熟や縮小という環境においても、短期間で成長が描けるビジネスモデル。市場の潜在的なニーズを取り込むことで顧客からは支持される反面、業界の慣習を覆すケースもあり、異端の目で見られることもある。

業界の慣習にとらわれず、時流に合わせた「新業態開発」のことを、船井総合研究所では「ズバリソリューション」と名づけております。この言葉をさらにわかりやすく表現しますと、特定の業種（またはその周辺業種）に導入することで 短期間で・飛躍的に・業績を向上させる「旬のビジネスモデル」ともいえます。まるで時流という波に乗るかのごとく、旬なタイミングで導入することで効率的に成長する様を船井総合研究所では、「的確に物事を言い当てる、核心を突く」という意味を持つ「ズバリ」という言葉で、いつしか表現するようになりました。

「ズバリソリューション」を私たちの身近にある業態でご説明すると、コンビニエンスストアがいい例です。コンビニエンスストアは年商2,000万円程度の酒販店や米穀店などにビジネスモデルを提案し、フランチャイズに参加してもらうことで、短期間で年商2億円、つまり10倍の繁盛店に仕立ててしまいます。

ズバリソリューションの強み

ほとんどの業種で成長が鈍化する中でも、よく見ると「この商品だけは」「この価格帯だけは」というように局地的に伸びているものが存在することに船井総合研究所は着目しました。そこで、わざわざ別の業種に参入するのではなく、すでに展開している業種や周辺業種の中でも、確実に伸ばせる新業態に集中的にエネルギーを投下することで、高い成長率や収益性の向上をもたらすことができると考えたのです。「ズバリソリューション」は、机上の空論になりがちな「あるべき論」ではなく、「具体的に何をすればいいのかが明確で高度な専門知識の習得も要らず、ただ実行するだけで業績を伸ばせるといった、非常にシンプルで効果を得やすいソリューションです。すでにこれらを導入し、業績を伸ばしたクライアントが続出しております。

ZUBARI LECTURE

次のページでは船井総合研究所が提唱するズバリソリューションの一例をご紹介します。この中の「軽自動車39.8万円モデル」では、現在、世帯所得の低下、税金や保険、燃費などの維持費などを考えて、低価格の軽自動車を購入されるお客様が増えていることに着目したものです。

低価格の軽自動車に特化することで、普通車に比べ在庫金額も小額で済み、在庫の差損金も生じにくいいため収益性が高いこともポイントです。また知識を要する中古車販売でありながら、「軽39.8万円」に専門特化することで、営業マンの育成も簡略化できることから、早期に立ち上げることができるビジネスモデルです。



各業界の最新ビジネスモデル

医療・介護 自費率3%が48%へアップ!自費クラウン4.98万円モデル 対象 歯科医院		リハビリ特化型 デイサービス新規開設 対象 介護事業者、接骨院、飲食店など		新規参入で年間医業収益 3,000万円アップ!「美容・アンチエイジング医療」 対象 一般診療所		飲食・外食 地方郊外立地でも家族客で賑わう! 郊外型ファミリー焼鳥店 対象 飲食業、不動産業、パチンコ業 異			
日用サービス 高齢化、共働きの時代に成長する家事代行サービス 対象 個人宅に密なネットワークがほしい業種(介護・葬儀・リフォーム)		レジャー・サービス関連 たった200坪でできる新しい形のお風呂屋さん 対象 温浴事業者 異		1円パチンコ専門店モデルで中・小型店舗でも営業利益1億円 対象 パチンコホール、パチンコ関連企業		自動車関連 低価格軽自動車に特化! 軽39.8万円専門店 対象 自動車整備業、自動車販売業			
教育・知育・スクール 子供たちの未来を創る複合型キッズスクール 対象 学習塾、幼児教室、スポーツクラブ施設 異		待機児童80万人時代に成長する次世代型保育施設 異業種参入OK 対象 スクール、スポーツクラブ施設、幼児教室 異		衣料・服飾/住生活 実店舗より100倍売る! 粗利70%製造小売のネット通販ビジネスモデル 対象 新規参入可能 メーカー、飲食業など		5坪リサイクル買取専門店+ネット通販モデル 対象 アパレル、小売業(家電・BtoB商材) 異			
住宅・不動産 「住宅購入相談所」事業で1人あたり年間粗利2,000万円 対象 保険代理店、司法書士事務所、不動産業				ネット不動産ワンストップ専門店 対象 賃貸管理、売買仲介、工務店、住宅リフォーム業など		中古物件仲介時のリフォーム客単価300万円 対象 不動産仲介業、住宅会社、リフォーム会社、マンション販売会社		1店舗2.4億円多店舗型FAST Reformビジネス 対象 メーカー、工務店、住宅リフォーム業、不動産仲介業	
完全ゼロ賃貸住宅モデル 対象 不動産仲介・管理会社		90日で満室になる高齢者住宅モデル 対象 住宅会社、不動産仲介・管理会社 異		最短6ヶ月で超ローコスト住宅を成功させる方法 対象 住宅建築業、リフォーム業、不動産業		移動式展示場方式導入で注文住宅3倍の受注棟数達成モデル 対象 住宅会社、工務店			
広告・印刷・ソフトウェア 営業利益率50%超時流に適應した新しい広告モデル「出し放題広告」 対象 フリーペーパー会社、自社媒体を有する広告会社				地域密着型クラウドビジネスでシェアNO.1 対象 システム会社、システムインテグレーター、ソフトウェア開発会社		販売店主導のモデルOA機器販売会社セミナー付き展示会モデル 対象 OA機器販売、事務機器卸など		リスクほぼゼロの販促企画提案ビジネスモデル 対象 広告業、SP会社、流通業の販売促進部	
士業・専門サービス・アウトソーシング 交通事故後遺障害認定を含めたワンストップサービス 対象 弁護士				相続発生時点がターゲット!相続手続専門店 対象 司法書士、行政書士、税理士		成長マーケット、障害年金一番化モデル 対象 社会保険労務士		地域の助成金を徹底強化!助成金一番化モデル 対象 社会保険労務士	
産業財・消費財メーカー ニッチカテゴリー特化型 圧倒的No.1を獲る!参入3ヶ月月商500万円達成モデル 対象 消費財・産業財メーカー、食品生鮮、アパレル(全業種対応) 異				医療機器業界へのVA・VE提案型町工場モデル 対象 あらゆる町工場		大手企業を「非価格競争」で攻略する「VA/VE提案型」町工場 対象 あらゆる町工場		営業マンを増やさずに年率5割成長を目指す「BtoB通販」 対象 あらゆる町工場	
EC/通販 中国ネット通販で圧倒的なNo.1を獲る!参入3ヶ月月商500万円達成モデル 対象 全業種対応 異		環境エネルギー関連 高齢化社会到来とともに増えてます 不用品回収・遺品整理 対象 廃棄物業		圧倒的地域一番戦略による省エネビジネス 対象 各種プラント設備の請負工事会社など		異 …異業種参入可 船井総合研究所のオフィシャルサイトでは各ビジネスモデルの詳細や収支モデルを掲載しております。			

優秀な人材の育成・定着に向けた教育・定着体制

コンサルティング事業および周辺事業拡充の土台となる人材採用・教育を積極的に推進します。

新卒採用：社員参加型採用活動の強化と学生への親身な対応の徹底

経営コンサルティング事業をコアとする当社グループでは、人材の採用と育成は経営上とても重要な活動ととらえ、精力的に取り組んでおります。

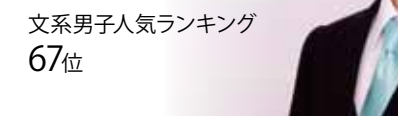
伝統的に力を入れている新卒採用では、私どもが「学生を選別する」というスタンスよりも、いかに「優秀な学生から選ばれる会社になるか」ということに努めてきました。当社グループのファンづくりに取り組み、強い志望度と明確な目的を持つ応募者を増やすことで、新卒採用の質と量を高めることに成功してきました。

この努力をいっそう進化させるべく、現在、社員参加型採用活動の強化および学生への親身な対応の徹底を推進しております。インターンシップや説明会、選考を通じ、社員と直に接することができる機会を惜しみなく提供し、ときには選考とは関係なく、学生のキャリア相談に乗るなど、学生本人が抱くキャリアイメージと当社環境との親和性をお互いに見いだすスタイルを貫くことで、短期的な採用だけでなく、中長期的な当社グループのファンづくりにもつながると考えております。

キャリア採用：成長スピードを加速する業種別採用の推進

キャリア採用においては、業種やテーマごとに分化されたグループ（もしくはチーム）単位で、担当するコンサルティング領域の拡大・深耕をより短期間のうちに実現しうる人材像を明確化し、ターゲットに合わせて最適化した採用活動に挑んでおります。人材紹介会社や自社ウェブサイトを活用するだけでなく、応募者が参加しやすい休日開催の「キャリア採用セミナー」も毎月実施しております。

就職企業人気ランキング
10年連続ベスト100にランクイン



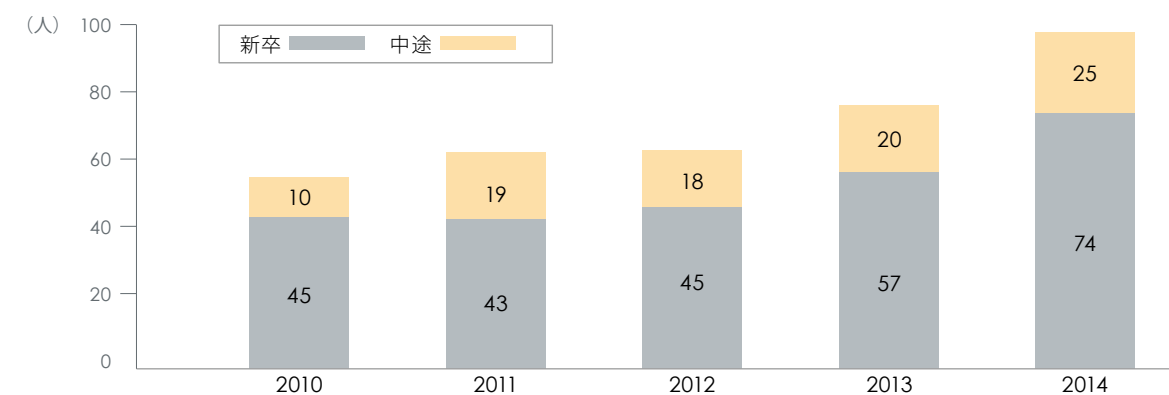
「ダイヤモンド就職人気企業ランキング」（2014版）にて、文系男子部門で67位。10年連続ベスト100にランクインしております。

「働きがいのある会社」
6年連続ベストカンパニーに選出



世界的に活動が注目されている「グレート・プレイス・トゥ・ワーク」では「働きがいのある会社」として6年連続で日本のベストカンパニーに選出いただきました。

正社員入社数推移



新卒採用後のフォロー体制

1. 「人との信頼関係」を築くための初期教育

新卒社員に対しては入社後、各部署に配属される前に、集合研修を数週間行います。「お客様や上司との信頼関係」を築くための初期教育と位置付け ①企業風土・文化の理解 ②マナー、基礎ビジネススキルの習得 ③配属後すぐに必要な業務スキル習得を中心に取り組んでおります。

2. フリー・ローテーション

入社後は4～5ヶ月ごとに、コンサルティングチームをローテーションし、コンサルティングスキルをOJTで学んでいきます。その間にコンサルタントとしての自分の進路を決めることとなります。早い時期に自らの進路を決定する社員もいれば、時間をかけて決定する社員もいるので、ローテーションの回数を新入社員本人で決めることができるフリー・ローテーション制を取り入れております。

3. 配属後のフォロー体制

直属上長、本人、教育担当が新入社員一人一人のコンサルタントスキルの習得状況や育成の課題を個人カルテにて共有し2～3ヶ月ごとに定期面談や、個別フォローを行っております。

キャリア採用におけるフォロー体制

DNA研修

入社した中途社員向けに、船井総研の歴史やマインド、船井総研の特徴について、役員が講師となり伝える研修です。中途社員には即戦力を期待するだけでなく、将来の船井総研を創る人財としても期待します。それにはまず船井総研や仲間を知り、「会社好き」「仲間好き」になる必要があります。それがDNA研修の持つ役割です。

ビジョンプレゼンテーション

入社3～6ヶ月後に、役員に対するプレゼンテーションの機会を設けております。本人が取り組んでいる業務内容や成果、今後のコンサルティング業務の展開に関する自らのビジョンを発表し、役員を交えたディスカッションを行うことにより、そのビジョンをより確実なものにしていきます。役員、幹部が一丸となって成功へと導くサポートをしております。

女性社員のさらなる飛躍に向けて

女性コンサルタントミーティング

多様化する顧客の要望に応えるためにも、あるいは当社内部の各階層における男女比率適正化に向けても女性社員の活躍は重要なテーマです。月に一度、各部署の女性社員が集まり、自ら切り開いたキャリアパスの成功例などを共有し、相互に成長・成功のアドバイスを行うミーティングを実施しております。

コミュニケーションセンター（お客様相談窓口）

経営コンサルティング業界
随一の顧客対応を目指す、
私たちの目標です。



たくさんの「感謝」の声をいただき共有することで、
私たちもさらなる成長を目指してまいります。



お客様からの声をいただくために、
心をこめた手書きレターも実践しております。

ご相談はコミュニケーションセンターへ
0120-958-270
フリーダイヤル(平日/9:30~18:00、年末年始は除く)

お客様はいま、何を求めているか？
その正確な理解こそが
コミュニケーションセンターの使命です。

■ 本当のお悩みは会話の先に隠れている

経営相談窓口

経営コンサルティング、それはとても見えづらいサービスです。だからこそ、ファーストコンタクトとなる窓口では、相談される方の心理的な壁や不安要素を取り除くことが一番重要なこととなります。当社グループでは、この窓口の強化、ならびにスタッフ育成に注力しております。たとえば「会社の利益体質を見直したい」と相談されてきたオーナー経営者の本当のご要望は「体制固め」ひいては「後継者育成」にあるようなケースがございます。

このように、コンタクトいただく方のご要望を正確に理解し、的確なコンサルタントをご案内することが私どもグループに対する信頼形成につながっております。

■ 見えづらいサービスだからこそ満足度をチェック

サンキューコール

経営コンサルティングは名実ともに「人」(コンサルタント)が商品となります。コンサルティング契約が締結された直後やコンサルティングサービスがスタートする前、あるいはコンサルティングが一段落した後など適宜なタイミングを見計らい、コミュニケーションセンターのスタッフがお客様のご満足具合をお聞かせいただきます。役務提供者であるコンサルタントには言いづらいこともお客様の立場に立った対応でお話を伺い、お客様と私ども会社の「つながり」を促進すると同時に、お客様がどう感じているかを社内にフィードバックし、様々なご意見やお声を蓄積することで、サービスの品質向上に役立てております。

■ ご興味いただいたことに対するご案内

アウトバウンド

当社グループでは、ウェブサイトやメールマガジンなどを通じ、ビジネスレポートを発信しております。そのレポートに付帯する資料請求を希望された方に、無料経営相談(コンサルタントとのセッティング)ご希望のヒアリングを行っております。メールマガジンのご登録、レポートの読み込み、その後に資料請求をされてきた方に対するアウトバウンドコールは、一般的な営業電話に比して、高い歓迎の意を示されることを実感してまいりました。当社グループでは「無料経営相談」の品質アップと、コミュニケーションセンターによる顧客満足度と接点の量的増加、その双方に努めております。

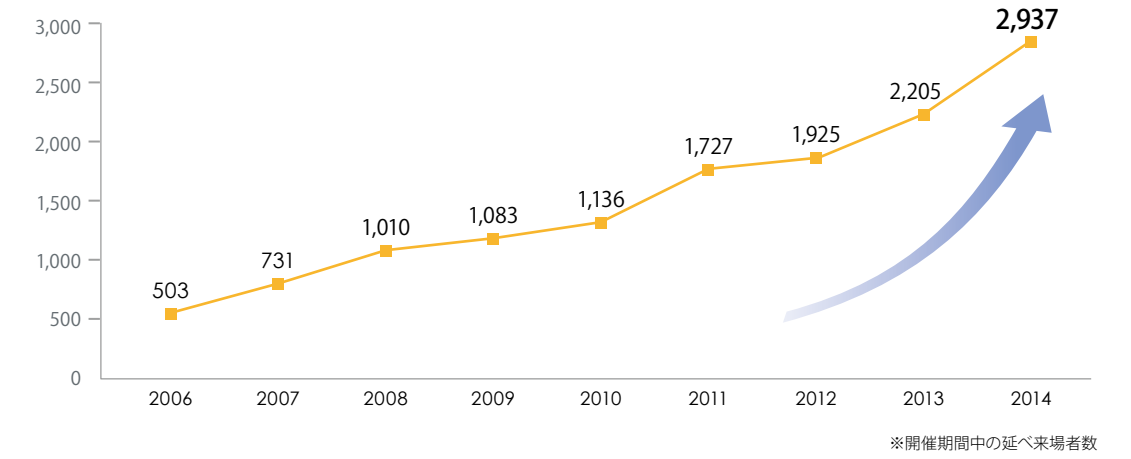
経営戦略セミナー（研究会全国大会）

経営戦略セミナーは、当社グループを代表する伝統的なイベントです。「より良い未来に向けた戦略立案」「経営トップとしての経営観の醸成」「師と友づくり」の場としてご活用していただき、経営者の方に主眼を置いたセミナーとなっております。年々参加者数も拡大し、業種別経営研究会の会員様を含む、2,000社以上のお客様が参加されます。同時に、各経営研究会の分科会も開催しております。人脈の拡大や知見の深化に貢献する機会として多くの会員様に経営について考える充実と刺激のあるお時間を提供しています。



外部講師や当社コンサルタントによる大型セミナー（2014年の様子）

年度別経営戦略セミナー動員数推移



経営戦略セミナーでは50を超える経営研究会分科会を同時開催

経営戦略セミナーと同時開催した経営研究会分科会 ※（2014年経営戦略セミナー）

ITベンダー経営研究会/印刷会社経営研究会/OA危機販売会社経営研究会/オートビジネス経営研究会/温浴施設経営研究会/会計事務所経営研究会/介護サービス経営研究会/菓子店経営研究会/環境ビジネス経営研究会/機械工具商社経営研究会/高付加価値アウトソーシング経営研究会/高齢者住宅研究会/雑貨メーカー経営研究会/次世代調剤薬局経営研究会/次世代給食業経営研究会/シニアホームケアビジネス研究会/司法書士事務所経営研究会/住宅ビジネス研究会/人材ビジネス経営研究会/整骨院経営イノベーション実践会/設計事務所経営研究会/賃貸管理ビジネス研究会/超実践型エステティックサロン現場事例経営研究会/電気・通信・設備工事経営研究会/ビルメンテナンス業経営研究会/FAST-Reform研究会/仏壇店売上アップ実践研究会/船井フードビジネス経営研究会/船井調剤マーケティングフォーラム/FUNAIロジスティクスソサエティ/部品加工業経営研究会/法律事務所経営研究会/メディアショップ繁盛研究会/和食業業績向上研究会・・・他

2014年度の開催案内

■ ビジネスフェア



当社グループの取引先を中心とした企業様と参加者様とのビジネスマッチングを目的としたイベント

■ グレートカンパニーアワード



グレートカンパニーアワードでは、「社会性」「教育性」「収益性」を兼ねそろえた企業を表彰します。

■ 懇親パーティー



セミナー終了後には、参加者様同士の交流を深めていただく場として懇親パーティーを開催

経営コンサルティング事業

各部門紹介

Introduction of Each Section

経営コンサルティング事業 責任者メッセージ

【顧客基盤づくり】 業種別に専門特化、それが船井総合研究所の強みです。

コンサルティングサービスは成熟している

コンサルティングサービス、コンサルティング営業など、様々な業界や会社でコンサルティング手法が取り入れられています。また、社員研修や人材採用、WEB制作など、各機能やテーマに特化し、コンサルティングサービスを提供している会社も数多くございます。このように「コンサルティング」という言葉やサービスが汎用化している中、船井総合研究所では業界や業種別に体制を整え、コンサルタントの専門性を深く掘り下げております。

絞り込むことで品質を上げる

一般的に経営コンサルタントという職種は中途採用や経験者を前提とする同業者が多い中、船井総合研究所では創業間もない頃から新卒の採用に取り組んでまいりました。そのため、同業界において新卒比率が圧倒的に高いことが特徴です。そして近年、ますます新卒者の活躍率が上がってきております。その要因は「専門範囲を絞ること」にあります。どのような課題も担当できるオールラウンダーのコンサルタントではなく、まずは一つの業種、さらにその中でも専門的な部分に特化することで、入社2～3年くらいの若い社員でも、経験豊かな経営者の知見や期待に十分適うコンサルティングサービスを提供できることが証明されつつあります。こうした若い社員が活躍する早さも同業他社と比べた当社の大きな強みです。



顧客基盤の磐石さが当社の強みです

「研究会」という顧客基盤

船井総合研究所で若いコンサルタントが活躍できるもう一つの理由に、各業種ごとに細分化された「研究会」という組織を有していることが挙げられます。全国各地域からお集まりいただいている同業種のお客様と船井総合研究所のコンサルタントが相互に情報を公開し合うことで業種内における最新の事例やノウハウを醸造しております。この「研究会」は顧問契約(月次支援)や戦略策定(プロジェクト)といった本来のコンサルティングサービスと補完関係にあると同時に、若いコンサルタントが顧問契約のご指名をいただく顧客基盤としての重要性も年々増してまいりました。私どもの成長要因は、まさしくこの「研究会」にあると考え、運営の質ならびに会員数の拡大に力を注いでおります。



年に一度、その年のキーメッセージを伝える「研究会全国大会」を開催



中谷 貴之 (なかたに たかゆき)
船井総合研究所 取締役常務執行役員

1968年生まれ。関西大学文学部教育学科卒。大学卒業後、船井総合研究所に入社。専門分野は自動車関連業界。業種別に特化した会員制組織(経営研究会)をベースとしたチームコンサルティングの促進と、各業種に対するビジネスモデル提唱に力を注いでいる。

【コンサルタント育成】 一人前を創る、そのために心がけていること。

コミュニケーション力なくして仕事なし

私どものお客様は経営者ならびにそれに準ずる方々です。とくにオーナー経営者の方々がお客様となるケースは非常に多く、コミュニケーションの中心軸もオーナー経営者の方の思考や視点、あるいはスピードに合わせる事が求められます。経営者の気持ちを察知できなければ、少なくとも船井総合研究所のコンサルタントとしては通用しません。したがって入社間もない社員のどこを見ているかというと、まずはコミュニケーション力です。アシスタントとして先輩のコンサルタントの業務をフォローし、それを通じて経営者との接点を増やし、経営者の思考や視点を学ぶところからスタートになります。

「力相応一番」を開花させる

自分で考える、自分の仮説を持つ。若手社員に徹底させていることの一つです。船井総合研究所では、入社1年目で経営者向けセミナーの担当講座を与えられるケースもあります。広い経営論ではなく、ある部分に特化したノウハウ、掘り下げた内容ではありますが一般的な同業他社に比べ、常識外に早い講師デビューといえます。これは日頃から「自分の頭で考え、自分の意見を言えること」を強いられているからこそ成せることです。こうした取り組みの意図は「誰にも負けない分野」を開花させることです。当然、対象分野の広さは自らの年齢やキャリアに比例します。しかし「〇〇〇にかけては誰にも負けない」という「深さ」については年齢やキャリアに関係なく磨くべき点であると考えております。

20代のうちから「役割」を創る

総じて言いますと、20代のうちから経営者の方々と接点を深く持てるのが船井総合研究所環境の特長であり醍醐味であると思います。また、自分の専門領域を自らのストーリーで付加していけることも魅力の一つでしょう。たとえば20代のうちにはある業界におけるWEB対策や、社員採用といった限定的な分野の専門性を磨き、30代になると担当する業界全体を見渡せるコンサルタントとなり、さらにキャリアを重ねることで多くの部下を持ち、担当する領域やテーマが広がる、このようなキャリアパスが構築されつつあります。自らの役割と使命感について早い時期に見つけてもらう、そういう職場環境をさらに高めていくところに船井総合研究所の成長もあると考えております。



専門業種×テーマの「深さ」で勝負

唐土 新市郎 (からつち しんいちろう)
船井総合研究所 取締役常務執行役員

1970年大阪市生まれ。1993年船井総合研究所入社。34歳のときに執行役員、40歳で取締役執行役員に。いずれも最年少での就任。2010年より追手門学院大学客員准教授。2014年4月から同大学客員教授。著書は最新刊『トヨタの反省力』(泰文堂)をはじめ21冊。



住宅・不動産分野

ビジネスモデル開発で業界を先導し、マーケットを生み出す存在に



船井総合研究所
経営支援本部
第一経営支援部 部長
杉浦 昇
(すぎうら のぼる)

業界の概況と当部門のスタンス

住宅・不動産業界では人口減少に加え、住宅購入適齢期にあたる団塊ジュニア世代以降の若年層の所得も低下、また2014年には消費増税の影響も出るなど、市場は前年比でおよそ85%まで落ち込んだと言われております。こうした背景から、これまでとは異なる商品開発や競争力、コストダウンを含めたビジネスモデル変換を強いられ、その実行面で当社に対する期待は年々高まっております。そのような中、当部門では、住宅販売業であれば「ローコスト住宅」(各地域の平均所得に見合った廉価で質の高い住宅パッケージの開発と販売)、リフォーム業であれば「ファストリフォーム」(建材の共同仕入れと職人の多能工により、廉価ながら質の高いリフォームサービスを実現)、賃貸不動産業であれば初期費用ゼロをうたった「完全ゼロ賃貸」のような時流に適應した新しいビジネスモデルを提案しております。それぞれの成果が実証されることで全国各地でスタンダード化しつつあるビジネスモデルもございます。全国の当社のクライアントをエリア別に集計しますと、リフォーム企業においては600エリア中289エリア(国内を20万人商圏単位で考察)、戸建て新築業においては600エリア中245エリア(国内を20万人商圏単位で考察)、賃貸仲介管理業においては1,200エリア中185エリア(国内を10万人商圏単位で考察)に店舗や事務所が存在し、各エリアで優位なポジションを築き、実に8割以上のクライアントは前年以上に実績を伸ばされております。こうした実績から私どもが主催する経営研究会の会員数は前年対比(2013年と2014年)の約1.5倍(777会員から1160会員)、コンサルティング契約(月次支援)は約1.6倍(324社から524社)まで増加しました。今後は、各業種別ごとに時流に見合ったやり方を深耕するだけにとどまらず、業界・業種間の垣根を越えワンストップで対応できる店舗づくり、企業づくりを推進していくことがテーマになります。たとえば新電池・蓄電池、中古住宅といった分野にも旧来の慣習にとらわれない新しいやり方を実践し成果を上げていただく余地は十分にあるととらえております。また、不動産業界に特化したWEB対策にも当社が貢献できる範囲が広がっており、こうしたコンサルティングメニューを総合することで、2017年には30億円超の部門売上を目論んでおります。

住宅や不動産を購入、利用されるエンドユーザーからも、ワンストップでマルチに対応できるサービスが求められるようになりつつあります。国内人口や市場が縮小する中、旧来の業態に固執し続けているのではなく、新しいマーケットニーズを正しくとらえ新しいビジネスモデルをつくっていくことが私たちの使命であると考えております。

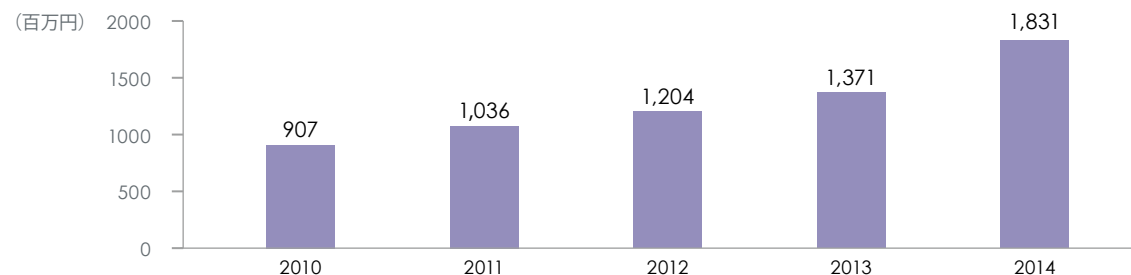
主なソリューション

- リフォーム** 中小企業でも大手に対抗できる合理化でコストダウン、多店舗型FAST-Reform
「早い」「安い」「安心」をコンセプトに販促、水周り特化型のショールーム戦略、商品パッケージや営業、教育、施工システムを一貫して導入することで、効率が悪いとされるリフォームの課題を克服し、外注や分離発注に頼らない自社完結できるモデル。
- 注文住宅** 1棟1,000万円以下で粗利30%超のローコスト住宅、最短6ヶ月立ち上げモデル
超ローコスト住宅専門店としてブランドを立ち上げ、売却型(移動式)モデルハウスなどによるコストダウン、集客・営業システムを導入することでアパートの家賃並みまで値段を抑え、顧客にとって手の届く買い物にする。
- 不動産仲介** リフォームありきの中古物件紹介で生産性向上と仲介時のリフォーム客単価をアップ
中古物件仲介時にリフォーム付加を前提としたモデル。購入検討客にリフォームしたモデルルームを見学してもらい、購買意欲を高め中古物件の購入を促す。買取再販(リノベーション)とは異なり在庫リスクもなく、客単価を倍にする。
- 建設会社** 介護会社と連携した月額10万円高齢者住宅で参入1年目から受注できるモデル
月額10万円で入居できる高齢者住宅を建て、地域密着の介護会社と連携し、営業マン1人(もしくは社長1人の力)で販売するモデル。商品作りから集客、営業までをパッケージ化し、1年で最低でも1棟受注できる。
- 賃貸仲介・管理** 手数料をなくすことで入居率を上げる「完全ゼロ賃貸モデル」
敷金、礼金、原状回復などの曖昧な手数料をなくし、多様化する入居者の好みに合わせた物件づくりで差別化。賃貸住宅が供給過剰になる中でも、家賃を下げずして入居率を上げ、管理戸数を増やし、収益を向上させるモデル。

実績

- リフォーム** 創業100年の畳業の老舗が、リフォーム業参入で年商3億から7億へ
畳・襖・障子を扱う一般的な畳屋が次の事業軸構築を目指し、リフォーム業に参入。水周りリフォームを集中的に販売することに特化し、コストダウンと販促活動を継続的に行うことで、年商3億から7億へ急成長。
- 注文住宅** ローコストを売りにした注文住宅で、下請け100%から脱出、契約実績0棟から1年で30棟へ
家賃以下の支払い額で購入できる1棟1,000万円前半の注文住宅に特化した専門ブランドを立ち上げた。建物の規格化により高品質低コスト化を実現したことで、地域での圧倒的な支持を得て契約が急増。自社での販売体制を確立し、下請けからの脱出に成功。
- 不動産仲介** リフォームありきの中古物件紹介モデル、5年で売上4億から40億と10倍に
地域一番の不動産仲介会社が、リフォーム付加の中古物件紹介に業態転換。物件チラシを一切やめて、来店型チラシへ変えることで来店数を前年比130%以上に引き上げる。店舗にモデルルームを設置し、リフォーム受注単価も300万円まで増加。
- 建設会社** 高齢者住宅事業参入わずか1年で6棟、9.8億円受注、相談会から即日受注も
中部地区、建設会社が高齢者住宅事業参入のため木造建築を始める。コンサルティングや事業計画書作成のノウハウ注入で、介護業界素人の営業マンが年商4,500万円の介護会社に対し、1億3,500万円の融資獲得フォローを成し遂げるなど、1年で6棟受注。
- 賃貸仲介・管理** 完全ゼロ賃貸モデル参入で、入居率98%、1年で管理戸数1,200戸増
管理戸数約2,300戸、社員数7名の四国の賃貸管理会社が完全ゼロ賃貸モデルを実施。結果、98%という高い入居率を実現し、実施1年で管理1,200戸を増やした。現在、管理6,400戸、年商4億1,200万円、社員27名まで成長。

事業の推移



※上記数値は粗利実績(売上高から人件費以外の直接原価を控除した金額)をもとに算出した数値です。

士業分野

「専門性」と「ワンストップ」を看板に顧客に寄り添える事務所を増やす



船井総合研究所
経営支援本部
第二経営支援部 部長
真貝 大介
(しんがい だいすけ)

業界の概況と当部門のスタンス

弁護士、会計士、税理士、司法書士、社労士等の士業は、長らくマーケティングという概念とは無縁であった業界でしたが、2000年の規制緩和以降、競争が激化しました。当社で士業向けのコンサルティングがスタートしたのが2005年であり、2015年で10年目を迎えたところです。競争激化の途中段階ではあるものの、二極化が顕著になりました。資格保有者も増え、資格を看板にするだけでは経営は成り立たず、資格をどう活かすのかが問われる時代になっています。また、外部環境としても外資系事務所の日本での展開や監査法人が弁護士業務をスタートするといった国境や資格のボーダレス化の波も押し寄せています。

このような環境の中で、当部門では2つの方向性を提示しています。まず1つ目は「専門性を極める」ということです。もはや弁護士や司法書士といった国家資格だけでは専門家と語るには弱く、特定分野での専門性を極めなければ顧客に訴求することはできません。そして、その延長線上にあるのが2つ目の「顧客のニーズにワンストップで応える体制を築く」ということです。いまでは士業もサービス業という認識が浸透しつつありますが、「当事務所ではここまでしかできない」といった部分的な対応や、たらい回しになるケースもまだまだ散見されるようです。そのような弊害をなくすためにも資格にこだわらない垂直統合や新しい業態を提案していきたいと考えております。

当部門で主催している士業関連の経営研究会の会員総数は、現在約500名。これを1,000名まで増やす目標を掲げておりますが、このネットワークを活かすべく、当社にある「競争」から「共生」という考えに基づいて「協業」というインフラを整備していくことも視野に入れています。

複雑化する社会の中で、問題を解決できる事務所を増やすという形で社会に還元するためにも、今後は、制度改正や時流をにらんだソリューションを提案しつつ、サービス、人材レベルの質の向上をサポートしていくことが我々の使命だと考えています。

主なソリューション

法律事務所 事故直後から交通事故被害者をサポートするワンストップサービスモデル

等級認定後(症状固定後)からサポートするのではなく、事故直後からサポートをすることで、被害者の賠償金の適正化を実現しつつ、より早い段階で依頼を受けるため、受任においても競争力を持つことができるモデル。

会計事務所 経理代行をフロントサービスに法人顧問契約獲得へ

記帳に止まらず、経理代行業務を集客の目玉とし、法人顧問契約へとつなげる。低価格にしても利益が出る、スタッフ主導の高収益オペレーションで売上、事務所規模を拡大するモデル。

司法書士事務所 相続発生時点をターゲットにした相続手続・遺産整理専門店モデル

ニーズが急増している相続案件における関与率が40～50%であった司法書士が、独占領域である相続登記だけでなく、預貯金や株式などの有価証券などの名義変更にまで手続きを広げ、相続の元請けポジションを獲得するモデル。

社労士事務所 助成金をフロントサービスに就業規則受注や顧問契約獲得へ

助成金の利用可能な企業選定とアプローチ方法を提案、その後助成金案件紹介ルートを構築し、受注後、就業規則や顧問契約につなげる。わかりにくく活用できていない助成金を充実した情報発信することで、申請資料作成から申請代行まで行うという助成金地域一番化モデル。

実績

法律事務所 ワンストップサービスを実現し、年間150件の受任を実現

従来の法律事務所では、十分に対応できていなかった交通事故直後からのサポートが差別化要素。ウェブマーケティングを軸に、相談会、関連業種(接骨院や整形外科等)への勉強会等を駆使し、多くの交通事故案件を受任。

会計事務所 人口40万人圏で6ヶ月で新規契約78件、売上昨対比3倍

ウェブマーケティングとチラシを活用した経理代行モデルの導入で、問い合わせ数を倍にし、さらに顧客の企業規模もランクアップしたことで高単価案件も受注できるようになった。課員の増員と近隣エリアへの出店を計画するにまで成長。

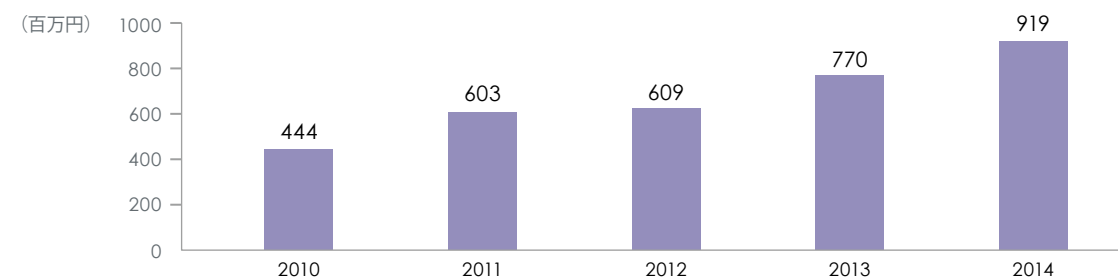
司法書士事務所 相続専門事務所を立ち上げ1年で単月売上300万へ

既存の相続専門のホームページをリニューアルしたことで、月間70本もの反響を得る。さらに金融機関、士業などのチャネルを開拓し、相続分野の単月売上が300万円を超えるまでに成長。

社労士事務所 開業3年で所員10名、顧問契約112社の規模の事務所にも急成長

助成金からの新規顧客開拓で、就業規則作成や顧問契約を受注。さらに就業規則のメニュー化やピンポイント業種攻略などの営業手法で受注増。成長に伴う大量業務もマニュアル活用でスタッフを戦力化し、爆発的な成長を遂げる。

事業の推移



※上記数値は粗々利実績(売上高から人件費以外の直接原価を控除した金額)をもとに算出した数値です。

医療・介護分野

環境変化に追われるのではなく、変化をリードしていく医療機関・介護事業者を支援する



船井総合研究所
経営支援本部
第三経営支援部 部長
出口 恭平
(でぐち きょうへい)

業界の概況と当部門のスタンス

団塊世代が後期高齢者になる2025年に、日本では4人に1人が75歳以上になると言われています。いまのままでは支えきれぬわけもなく、国は地域医療ビジョンに基づく病床機能の再編、在宅医療の強化、医療と介護の地域連携などの「医療・介護の一体改革」を急ピッチで進めています。一方、その先の2050年には、日本の人口は1億59万人まで減少するとされています。そのため医療機関・介護事業者は先々の変化を考慮して、経営の舵取りをしていく必要があります。このような中長期的な課題を意識しつつ、現在、医療・介護部門で取り組んでいることは、主に次の2つに集約されます。まず、1つ目として、医療機関・介護事業者は「自らの長所(強み)を軸に、地域内で特長ある役割を担う」ということです。国の政策としても、地域内の医療機関・介護事業者が効率的に役割分担をして、無駄を減らしたいという期待があります。総花的に何でもやるという発想では地域全体の効率も、自院の経営の効率も悪くなります。地域内での役割分担の最適化に際して、受身でいるのではなく、地域の中で役割を明確に打ち出す必要があります。その上で、2つ目として、「地域連携の推進」です。それぞれの医療機関・介護事業者が個々に医療や介護サービスを提供するのではなく、あたかもワンストップで提供されるような連携体制・紹介体制の構築が求められています。医療・介護の経営は、国の政策・制度に左右される部分が大きく、ともすれば、受身にその対応に追われてしましますが、環境変化に追われるのではなく、地域や利用者のニーズを主体的に捉えて、運営側の経営者、スタッフにとっても「こんな医療がやりたい」「こんな介護ができれば最高だ」という理想に満ちた医療・介護のあり方こそが、社会の課題解決への糸口になると考えます。

当部門で主催している医療・介護関連の経営研究会は現在、約300会員。2015年度中にこれを500会員に、3年後までには1,000会員にする計画ですが、高い志を持った会員様同士の地域連携を各地で実現していきたいと考えています。

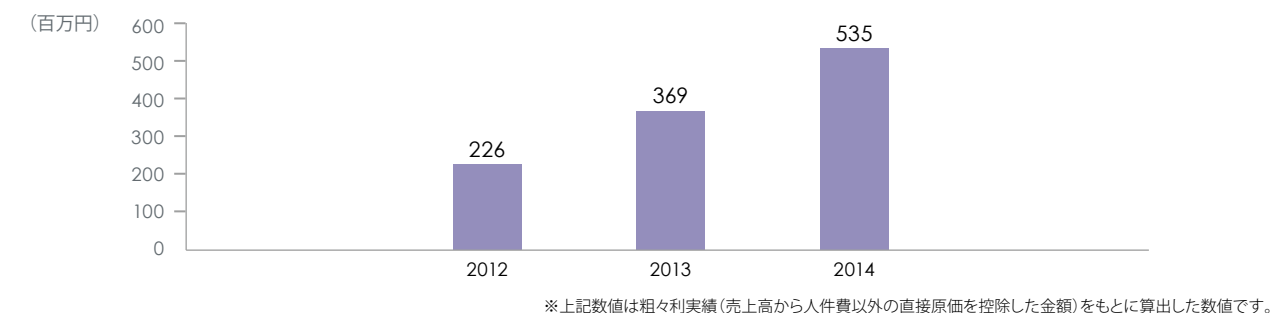
主なソリューション

- 病院** **地域の医療ニーズに合わせた病床再編・介護参入**
地域の医療ニーズや診療圏内の他院の動向調査をもとに、病床の再編とそれに伴う組織変更や地域連携等の提案、支援。医療法人がデイケアや高齢者住宅に参入するケースにも対応。
- クリニック** **診療科目ごとの業務効率化と患者様増加施策**
内科、整形外科、耳鼻科、皮膚科、心療内科、眼科、小児科等、診療科目ごとの業務効率化と患者様増加へつなげる情報発信の提案・支援。
- 歯科医院** **「高齢者のお口の健康」を支える歯科医院モデル**
歯科医院が飽和する中、日本の総人口の12.9%を占める団塊世代の高齢化を見据え、今後30年間確実に必要とされる高齢者に特化した歯科医院づくりの提案・支援。
- 介護** **「口から食べられる」「歩ける」等、成果が目に見える、選ばれるADL改善型介護サービス**
成果を問われはじめた介護サービスにおいて、「高齢者のお世話」とどまらない、目に見える成果を目指した介護プログラムの導入。利用者からも選ばれ、従業員もやりがいを持てる介護サービスの提案・支援。
- 調剤薬局** **「在宅業務」参入で外来調剤以外の柱を創る**
「病院から地域へ」という国の方針から、今後、さらに在宅医療が強化される中、調剤薬局が在宅医療に貢献できる、外来調剤以外の経営の柱をつくるための提案・支援。
- 整骨院** **「自費治療」を中心とし、幅広く地域の健康に貢献する整骨院モデル**
従来の健康保険に依存した整骨院経営ではなく、自費治療導入により、幅広く地域の健康に貢献し、施術者一人当たり生産性月額100万円超という収益性の高い自費型治療院を提案・支援。

実績

- 病院** **救急から高齢者の自立支援に体制変更した病院で、新卒の理学療法士を5名採用**
高齢化率が30%を超える地域の病院が、救急医療をやめ、リハビリによる自立支援(慢性期医療)と介護にシフト。体制変更の要となる人材の面で、採用戦略を見直し、地方でありながら都市部からも優秀な人材を獲得。
- 耳鼻科クリニック** **毎時30名診察の効率的オペレーション。「丁寧だけど診察を待たない医院」創り**
残業が当たり前だった耳鼻科クリニックがオペレーション改善を実施。「丁寧だけど診察を待たない医院」という良い口コミが起り、結果として患者様が増加。
- 歯科医院** **高齢者に専門化した歯科医院づくり。取り組み1年で患者数増、収入150%アップ**
歯科医院の競争激化と地域の高齢化から、高齢者に専門化した歯科医院づくりを決意。義歯や歯周病治療のプログラムなど「高齢者のお口の健康」を守る医院づくりで患者数、収入が大幅に増加。
- 介護** **機能改善型在宅介護で、訪問営業なしで、年間100名の新規利用**
「胃ろうが胃ろうでなくなる」「介護度が下がる」など、機能改善型の在宅介護により、口コミや病院からのご紹介などで、年間100名の新規利用。また、職員の定着率の低い業界にあって、「利用者の状態が良くなり、喜ばれ、やりがいがある」ため、定着率も100%に。
- 調剤薬局** **人口9万人の地方商圏で、在宅業務開始から19ヶ月で1ヶ月当たり75名154枚の処方箋を獲得**
外来の処方箋枚数の伸びの鈍化と将来の在宅医療の拡大を見据えて、在宅業務への参入を決意。ゼロから開始して、高齢者施設に貢献する在宅業務モデルを確立。
- 整骨院** **自費治療導入後、たった3ヶ月で新規患者数が大幅増加、来院率も95%を達成**
普通の整骨院が準備期間たった3ヶ月で自費治療を導入し、月商600万円を達成。オンライン集客を強化する一方、患者対応も徹底的に見直し、2回目リピート率も95%を実現。

事業の推移



レジャー・アミューズメント分野

一流のサービスを提供することでマーケットが生まれ、地域が豊かになる



船井総合研究所
経営支援本部
第四経営支援部 部長
田邊 鉄憲
(たなべ てつり)

業界の概況と当部門のスタンス

レジャー産業において、パチンコ産業は大きな市場シェアを占めております。そのパチンコ産業の遊技人口はバブル期を頂点に減少傾向にあります。また業績の内訳をみると二極化が明確になりつつあります。このことは当社への相談内容の変化からも読み取れます。以前は単独店舗の業績アップに直結するマーケティングが主でありましたが、ここ数年、企業としての組織運営や店舗展開、人材採用、教育の相談が増えております。これまでは家業の延長レベルでの運営形態であったり、顧客に向き合わず他店との競争に執着していた企業が多かったのですが、これからは企業として経営し、顧客志向のサービスを提供できなければ、生き残れない時代になったと現場も気づき始めたようです。そのような背景から当社では、マーケティングだけではなく、会社創りを意識したコンサルティングまで守備範囲を広げています。たとえば、オーナー経営者からサラリーマン経営者を擁立するといった会社の大きな変革までも提言し、組織改革のお手伝いをする事もしています。

全国1万強のパチンコホールのうち、約10%にあたる1,000店舗強(社数では200社以上)が当社のクライアントであります。この顧客数が当社のコンサルティングの強みです。この母数から得られる運営サイドの生の声をまとめたデータは、他社には作成することができない精度の高い情報となります。この情報は機器メーカーへのコンサルティングで使われます。対ホールに於けるコンサルティングは、データを駆使したマーケティングやクライアント数の多さから得た経験と情報から編み出した、立地や地域特性に応じた成功フォーマットを約20パターン用意してコンサルティングしています。クライアントの中には10年間で業績を5倍伸ばした企業も10社ほどあります。パチンコホールは、特に地方において高齢者の余暇の場であると同時に、売上規模が大きいことから雇用の創出や飲食店など近隣店舗の利用を促すことから、地域経済にとってプラスの波及効果が大きく、地域を活性化できる存在となり得ます。とくに雇用に関しては清掃等、高齢者雇用も盛んです。このようなプラスの側面を生かし、一流のサービスを提供できる、地域にとってなくてはならないと思われる「いい会社」を増やしていきたいと考えています。

主なソリューション

- 店舗調査** 業界の常識を覆す、利益を最大化させる4日間調査コンサルティング
パチンコ業界の慣習である毎日の客数調査を4日間に短縮し、「市場のマーケットサイズ確定」「市場ギャップによる突破口の発見」「ミリ単位の機械運用提案」の3本柱で利益を最大化させる調査コンサルティング。
- 原価率改善** 収益体制の改善、一般景品利益アップコンサルティング
業界の未着手分野である「一般景品の原価改善・在庫率アップ」を船井流小売ノウハウを用いて改善し、「景品の商品仕入先紹介」から「販促POPの提案」までをコンサルティングする業界唯一の景品コンサルティング。
- 収益改善** 300台クラス営業利益1.3倍、中小型店舗の利益最大化コンサルティング
会議体系・会議資料から戦略戦術を考える上で重要な競合店分析の方法までの細かな内容を提案し、不調店舗の営業利益をアップさせるコンサルティング。
- 店長研修** マーケティングのスペシャリストを育成するマーケティング店長研修
地域特性を踏まえた店舗単位での採算ノウハウを店長職へ伝授。客数分析から遊技台の台数を決める根拠を導き出し、競合店との差別化を考えるシェア分析を3ヶ月～6ヶ月に凝縮させた研修。
- 女性の戦力化** 女性を戦力化する、女性店長を増やすコンシェルジュ店長研修
女性社員定着・女性社員の戦力化をテーマに、男性にはできない接客を主体にした店づくり・女性店長育成を行い、企業活性化を図るコンサルティング。
- 接客強化** 「人材」を「人材」へ変える、「おもてなし」を形にする接客コンサルティング
ホールスタッフから店長まで現場を守る「人材」を「人材」へ変えるために、「おもてなし」のマインドと実践法を2日間でマスターする接客集中合宿コンサルティング。

実績

- 九州エリア** 人口減少が進む地域で5年で3店舗出店、年商1.5倍
年間10%ペースで人口減少する競合他社が出店を避けるエリアにパチンコホールを出店し、接客のクオリティの高さにより、地域のレジャーニーズを喚起。またその企業が発展することで地域の雇用に貢献(2店舗で30名)、地域に歓迎される企業に。
- 関西エリア** 逆張り「小型フォーマット」12店舗出店、年商7倍
パチンコホールは大型化・郊外化が進行中。その中で都会のニーズを突いた小型の店舗を開発。物件取得時に競争がない、居抜き物件を利用。小さいからこそできる顧客と距離の近い親身なサービスが受け、コンビニ的な出店方式で現在も店舗数、売上の拡大を続ける。
- 中国エリア** 寂れた地域を狙い撃ちして出店、遊技人口1.5倍の波及で地域活性化
あえて元気がないマーケットを狙い撃ちし、非競争で遊技人口を創造するスタイル。芸人を招くイベント開催など、レジャーとしての価値を顧客と共有することで地域を盛り上げる。

事業の推移



※上記数値は粗々利実績(売上高から人件費以外の直接原価を控除した金額)をもとに算出した数値です。

B to B 分野

提案力のあるBtoB企業が地域経済を活性化する



船井総合研究所
経営支援本部
第五経営支援部 部長
菊池 功
(きくち いさお)

業界の概況と当部門のスタンス

日常生活において意識されにくい存在ではありますが、日本ではBtoB (Business to Business) 企業が実に上場企業の73%をも占めています。その上場企業を支えているのは地方の中小企業です。そのことから地方のBtoB企業の体力が低下することは、日本経済にとっても好ましくありません。一昔前、自動車産業に代表されるように、企業間取引は過去の実績や由来からの信頼をもとに長期に安定した取引関係の上に成り立っていたため、積極的な新規顧客開拓や市場開拓は二の次でした。しかし近年、Eコマースの浸透や“系列”の崩壊、国内調達から海外調達への転換も容易になり、昔ながらの固定化された流通構造が大きく崩れました。過去の延長の取引関係に依存していると企業業績が立ち行かなくなることから、地方のBtoB企業に対するコンサルティング領域が一気に広がり始めたのです。

当部門では、製造業、物流、広告・印刷、IT・OA、人材サービス、環境関連企業を中心にマーケティング支援をしています。まず、製造業分野では、機械・電機系の部品加工メーカー、いわゆる「ものづくり日本」を支える地方の町工場が中心となります。特定の取引先からの依頼を請け負う仕事を中心であった体質を、自ら仕事を取りに行く企画開発提案型の町工場へシフトさせるためのコンサルティングニーズが発生しております。物流業分野ではドライバー不足が課題であるため人材採用支援のニーズが急速に高まっています。そして、採用だけにとどまらず、古い業界イメージを一新するような組織づくり・会社経営を提案することで業績向上につなげています。広告・印刷業分野は競争の激しい業界ですが、地方の広告・印刷会社向けに自社企画力を向上させて自社独自商品を開発させる提案で現状改革できるまったく新しいビジネスを提案・支援しています。IT・OA業分野ではクラウドを活用した新たなビジネスモデルを構築したり、例えば、ネットワークセキュリティ対策といった新しい商品販売する手法を提案しています。人材ビジネス分野では、派遣会社に紹介事業を付加したり、特定の職種に特化したニッチな自社求人サイトを提案するなど新規事業付加をメインに活動しています。環境ビジネス分野では企業側に省エネ・節電ニーズが高まっており、大手企業ほど潜在ニーズが高い状況です。企業の省エネ・節電ニーズに応えられるような商品を総合的に販売できるビジネスモデルのコンサルティングが伸びています。

いずれの分野にも共通することとして、受身型・待ち型だった下請け体質を脱却して、外部環境に影響されずに、自社で企画提案のできる強い会社になるためのビジネスを提案しています。たとえ規模が小さな地方の企業であっても、各業界で成長が見込めるビジネスモデルを投入することで、地域経済を活性化し、日本を代表するような存在感のある企業を数多く生み出していきたいと考えております。

主なソリューション

部品加工業 医療機器業界参入ビジネスモデル

「設計・開発者向けコンテンツ」「難削材コンテンツ」を軸に、医療機器業界に参入する製造業対象のモデル。

運送会社 リクルーティングサイトを核としたドライバー採用強化モデル

ハローワーク・紙媒体・WEB媒体と採用に特化した自社サイト連動で、募集力アップおよび一人あたり採用コストを削減させるモデル。

人材派遣・紹介会社 ニッチトップ求人メディア事業付加モデル

人材派遣・紹介会社が細かな職種等のニッチトップ型求人メディアを持ち、求人広告事業として収益を上げつつ、自社の登録・採用も自社求人メディアで行い、登録・採用費ゼロ円を目指すモデル。

広告会社・印刷会社 地域経済の活性化に寄与する、広告費0円の有料本“販促パスポート”の発行

各地域にて飲食店を中心に約100店舗、特別価格でメニューを掲載。その本の購入者だけが特典を得られる、消費者・店舗・広告会社すべてにメリットを生む好循環モデル。展開企業はメディアに取り上げられている話題性のある販促手法。

OA機器販売会社 不正送金・情報漏えい問題対策商材(セキュリティ)販売モデル

セキュリティ問題の重要性を啓蒙しつつ、セキュリティ商材の導入で、中小企業の「お金」と「情報」を守るモデル。

環境・省エネビジネス会社 企業のエネルギー不足・コストUPを解決する省エネ提案

工場やビル・店舗・病院・各種施設に対して電力不足やエネルギーコストUPの課題を解決していく。省エネ・節電できて、かつ、電気代・燃料代の削減につながる商品・設備を提案して販売・設置・メンテナンスするモデル。

実績

部品加工業 下請型の部品加工業が医療機器業界から新規受注を獲得。月次500万円のレポート売上に

近畿地方、従業員35名の機械加工業が、医療機器業界を対象としたマーケティングを推進。売り込まないPULL型営業により大手医療機器メーカー2社と新規取引。月次売上500万円を超えるレポート取引で、売上も昨年対比115%に。

運送会社 採用情報強化型ホームページの構築で、月間応募者数20名超、採用コスト4万円/人を実現

中部地方の運送会社で、リクルーティングを重視したホームページを開設。ハローワークや求人広告と連動させ、募集フローを変えたことで、一人あたり採用コスト4万円とこれまでの5分の1に削減。年間100名超の採用に成功。

人材派遣・紹介会社 採用難の中、月間の自社求人への応募が10倍以上に

サービス業に特化した人材ビジネス会社が、職種を大きく絞ったニッチトップ型の求人事業をスタート。成果報酬型料金体系で求人を開拓し、求人数が700件を超え、自社求人への応募が10倍以上に。求人事業の収益化に成功。

広告会社・印刷会社 広告会社が出版業に参入。1地域だけで10,000冊の販売を達成

業績縮小の一途を辿っていた広告制作会社が、地域限定で特別価格のメニューを約100店舗掲載した「有料本」を発行。購入者だけが特別価格で商品を購入できるという仕組みが評判になり、1地域だけで10,000冊の販売を達成、年間1,600万円の粗利益を達成

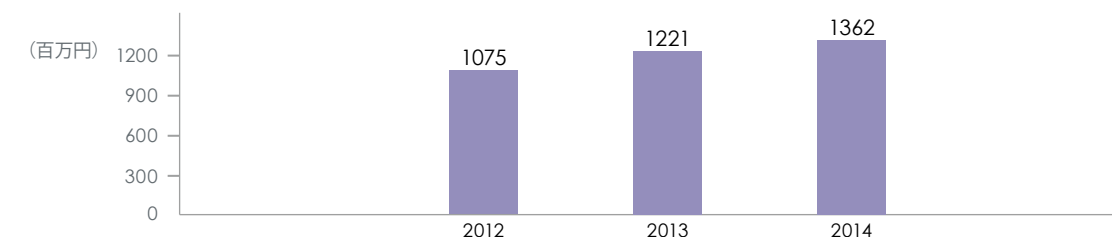
OA機器販売会社 情報漏えい問題や不正送金からお客様を守りながら、半年で粗利3,300万円付加へ

年商12億、右肩下がり複合機メインに扱うOA販売会社が「ニュースレター」や「セキュリティ対策セミナー」によって、注意喚起と啓蒙を行いながら顧客を育成。セキュリティ対策商材の提案で、取り組み半年で3,300万円の粗利付加を実現。

環境・省エネビジネス会社 設備工事事業が省エネビジネスに参入して3年目で年間粗利1億円達成

大阪の設備工事事業が未開拓だった様々な工場に対して、電力・エネルギー削減できる商品・設備を提案。販売した後も設置・メンテナンスを行い、工場等のコストダウンを実現させることで、年間総額1億円以上の粗利を獲得。

事業の推移



※上記数値は粗々利実績(売上高から人件費以外の直接原価を控除した金額)をもとに算出した数値です。

自動車関連ビジネス分野

顧客も、従業員もファンになる地域を牽引するいい会社づくり



船井総合研究所
経営支援本部
第六経営支援部 部長
小平 勝也
(こひら かつや)

業界の概況と当部門のスタンス

自動車業界では、ここ数年メーカー側の努力もあり、新車販売台数や保有台数が伸びているものの、長期的には市場の縮小が懸念されております。その中で、当社のクライアントは専門店といわれる中古車販売、整備、钣金塗装、ガソリンスタンドやカー用品などのアフターマーケットを主としております。いずれも新車販売台数や保有台数の影響を受けるとはいえ、地域の中で影響力を持つ企業が多いのも特徴です。地域で存在感のある優良企業になるためには、新車ディーラー、大手チェーンに引けを取らないサービスが必要となります。そのために当社が推し進めているのは、川上である車販を入口にして、お客様との接点を多く持つということです。これは自動車販売から整備、钣金塗装、保険等まで携わる専門店の集合体になって、いくつかのシーンで接するという回数だけを指すのではなく、複数の従業員がお客様と接するということも含みます。会社とお付き合いをしていと感じていただける体制づくりをサポートしているのです。

このほか、地域の優良企業にとって重要となるテーマである、働く人の地位向上にも取り組んでおります。そのひとつが人材不足かつ離職率が高いとされる中古車販売店や整備工場で、大卒採用支援です。採用、教育、評価制度構築のコンサルティングを導入することで、業績向上につながる実例も着実に出てまいりました。

また、当部門が主催する経営研究会には現在約300会員が在籍されております。より効率的にビジネスを進められるよう、会員企業とのアライアンスやタッグを組めるパートナー企業約50社の存在もあります。国内中古車販売店の平均は減収減益、自動車整備業は減収増益となっている中で、当社会員企業平均を見ますと増収増益を確保しており、市場と比較しても善戦しております。これは、会員企業同士のネットワークが一定の功を奏しているものと考えます。2020年に1,000会員まで増やすことを目指し、さらなる強いネットワークの力を発揮できる体制づくりに注力してまいります。

自動車関連ビジネスは、国民生活に欠かせない重要な産業です。過疎地の燃料供給不足や高齢者の免許返礼問題など新しい課題も出てくる中で、地域の顧客と強い関係性を保てるサービスを展開できるかが成長の鍵を握るのではないかと考えています。

主なソリューション

中古車販売店 自動車販売を起点とした、整備・保険・钣金収益化モデル

川上である自動車販売からアフターマーケットである整備・保険・钣金につなげることで、収益を上げながら、顧客との接点を増やし、顧客満足と社員満足の向上までもたらす。

中古車販売店 軽自動車低価格販売増強、軽39.8万円専門店モデル

軽自動車に絞り込み、一律の39.8万円という価格を打ち出すことで、販売数を増大させるモデル。

自動車整備業 整備工場向け低投資販売参入モデル

整備工場に整備だけではなく、川上である販売まで提案。投資を抑え少数在庫で販売開始。既存の整備客をベースに、全車整備つき、月々払い専門店モデル(個人に対するローンやリース)を構築する。

採用 自動車業界専門の採用育成支援

大卒採用の支援。働くことの意義を伝え、能力の高い人材を採用し企業力を上げる。同様に資格者の採用、または、入社後に資格取得してもらう教育体制を整えることで優秀な人材を採用する。

評価制度・組織づくり 自動車業界専門の賃金評価制度、社内組織体制構築支援

歩合制が主流の業界にあって、安心して長く働けるための評価と業績が連動した賃金制度の導入、働きがいやホスピタリティが醸成されるような組織構築支援。

実績

中古車販売店 整備工場新設、車検業務に参入。5年で車検5000台突破、販売台数3倍の1500台

中部地方、30万人商圏の中古車販売店に指定整備工場新設。購入したお客様が着実に自社まで車検にくる仕組みを構築。家族や紹介による新規客の獲得で販売台数を増す。

中古車販売店 軽の中古車販売店へリニューアルで初売では100台突破、半年で400台販売

関東地方18万人商圏の中古車販売店が軽自動車に絞り、顧客視点による品揃えに特化。前年販売台数が200台の会社が、オープン後の初売では100台、半年で400台販売(前年の4倍ペース)突破。

自動車整備業 整備工場月々払い(リースならびにローンの割賦販売)

中部地方商圏人口20万人商圏の自動車整備業が全販売車両にメンテナンスを付帯するモデル導入で、月間40台ペースで販売。

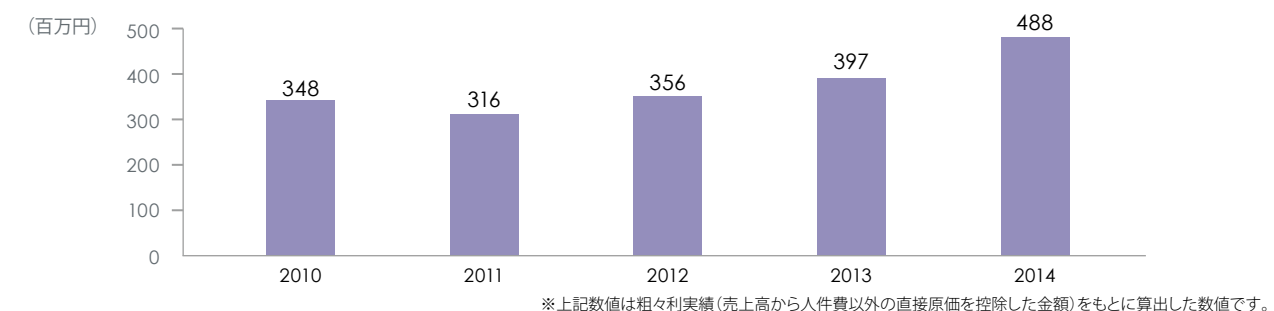
採用 大卒採用をスタートして6年、通算で60人の採用、離職率も半減

近畿地方都市部、年商40億規模の会社。入社2~3年目でトップセールス、3年目でリーダー、4年目に店長まで育つ。それ以降は違う部門でのキャリアを築く風土を構築。多能工化により強い企業へ。

評価制度・組織づくり 従業員数3年で30人から50人へ、年商も1.4倍に成長

東北地方商圏人口15万人の中古車販売店が、新卒採用と並行して、歩合給を廃止。従業員が働きがいを感じる施策を20以上実施。感動の従業員総会、研修(繁盛店視察)、従業員のバースデー会など実施。業界でもユニークな企業風土を構築。

事業の推移



フード・サービス分野

専門特化したメンバーの連携が地域一番店の活動領域を広げる



船井総合研究所
経営支援本部
第七経営支援部 部長
住友 勝
(すみとも まさる)

業界の概況と当部門のスタンス

食品流通全体の市場規模は現在約100兆円、国内全産業に対して1割近くの規模がある大きなマーケットです。さらに、農林水産省は日本の食の多様性を活かして、2020年までに食分野で新たな市場を創出しようと様々な施策を打ち出しています。その中で当社では、メーカー、流通・小売、外食サービスと川上から川下まで幅広い領域でコンサルティングに携わっております。当部門では、飲食業ならば居酒屋、焼肉、和食、メーカーであれば菓子や酒類といったように業態やアイテム別に専門特化したチーム構成を組み、船井流即時業績向上法を軸にした地域一番店作りを手掛けてきました。近年では、業界特化から一歩踏み込んで時流に適応させた「メーカーの消費者直売通販事業参入」や、業界が待ったなしで解決すべき課題である「飲食企業の人材採用・評価」のサポートが増えています。とくに飲食業では雇用の数も多いことから、業績が向上して地域一番企業になった後は、優秀な人材を確保するために定期的な新卒採用や評価制度づくりのニーズが発生します。そして、和食屋、菓子、酒造メーカーといった企業の中には、100年以上の歴史を持つ企業も多いことから事業承継の相談も多く増えています。クライアントの成長のプロセスの各タイミングで、当社の関わるシーンが存在するのです。また、100兆円市場の中で、飲食企業が物販・通販に、メーカーが飲食に参入といった、自分たちが関わる食を消費者に体験してもらう場を広げるために、垣根を越える動きも加速しています。垣根を越えることが成長の起爆剤になることから、一企業に対し、専門テーマをもつ当社のコンサルタントが複数名連携して関わるケースもございます。

当社のクライアントは食に対する思い、社会性を重視する経営スタンスに共通するところがあり、共生という考えが受け入れやすい土壌があります。ある業界の川上から川下の有力企業を結びつけ、さらに強い会社をつくる。同一地域内で強い企業同士のコラボレーションをコーディネートし、地域活性化の役割を担うなど、さらなる成長のステージを用意し、先導していく役割を務めていきたいと思っております。

主なソリューション

飲食業 郊外型ファミリー向け「地域一番飲食店」の開発支援

ロードサイド立地での「地域一番店モデル」の開発。総合型の品揃えではなく、家族客の需要を取り込める「焼肉店」「焼き鳥店」「海鮮・寿司店」「しゃぶしゃぶ店」といった専門店化により安定集客するモデル。

飲食業 宅配デリバリー業態提案

少子高齢化やパーティー需要でニーズが増加している食の宅配・ケータリング。ターゲットの絞り込みやWEBの活用、メニュー提案など。異業種からの参入にも対応。

採用 人材採用および定着化支援

若年労働力の争奪戦時代の採用支援。中小企業において困難とされる新卒採用で優秀な人材の獲得をフォロー。また、業界全体の課題である離職率を下げる取り組みとして、評価制度の構築、労働環境の整備なども支援。

食品メーカー 中小食品メーカーの消費者直販、年商2億営業利益20%化モデル

薄利多売の一般流通から、店舗+紙通販+WEBの3つのチャンネルをフル活用し、利益率の高い消費者直販へのシフトにより高収益化と持続的成長を実現するモデル。

小売・飲食業 食品小売業・飲食業向け観光市場参入モデル

地域密着ビジネスを展開してきた食品小売業が人口減少を見据え、観光地に出店し、観光マーケットへの参入から通販まで誘導するモデル。2020年東京オリンピックに向けて増えるであろうインバウンド対策支援など。

実績

郊外型地域一番飲食店 焼肉、しゃぶしゃぶなどロードサイド大型飲食店の展開で300店舗まで拡大

ロードサイド立地の大型専門店の直営・FC展開をする飲食店に対し、業態開発、人材開発、店舗開発面でのコンサルティングの結果、全国300店舗に拡大、9期連続増収増益を達成。

飲食店のデリバリー参入 法人向け宅配・ケータリング事業参入5年で年商10億円・営業利益率20%を達成

既存セントラルキッチンを活用し、商圏人口50万のエリアでターゲットを法人に絞った宅配・ケータリング事業をスタート。WEBをフル活用した集客&接待需要を獲得できる高額弁当、パーティーケータリングのメニュー化で立ち上げ5年で年商10億円、営業利益20%を超える事業に成長。

中小飲食企業における新卒採用 初の新卒採用導入と従業員定着化のための評価制度や教育体制づくり

地方30万人商圏で外食、食肉卸売、食肉小売を展開する年商13億円の企業が今後の成長を見据えて、創業来初となる新卒採用を支援。5名の内定者を獲得。その後、新卒採用の従業員の定着化、従業員のやりがいを高めるための評価制度の構築、スキルアップの仕組みづくりも並行して行う。

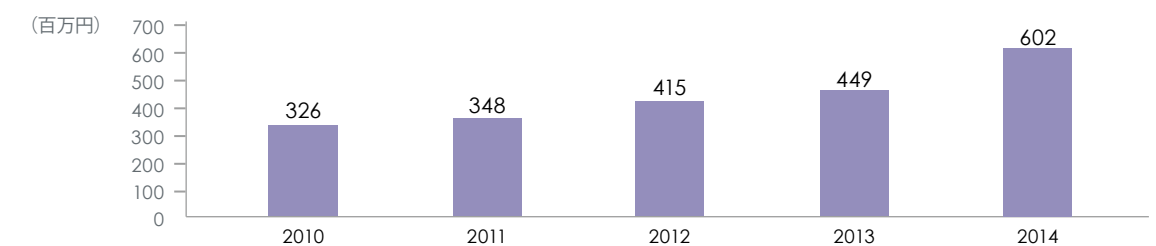
味噌・醤油製造業 卸主体から消費者直売へシフトし、営業利益額3倍に

一般小売の大手寡占化で利益が出づらい卸メインから店舗・紙通販・WEB通販での直売へシフト。ニュースリリースなどでメディア露出を高め一気に認知度を上げる戦略を駆使し、卸主体時から生産量を変えずに売上1.5倍、営業利益3倍を達成。

菓子製造小売業 観光立地出店2年で店舗売上1億円+通販売上1億円を付加

入込客数年間100万人の観光地エリアに出店し、地産素材を使った名物商品で集客。また来店客の名簿化を進め通販誘導を強化し、リアル店+通販で年商2億円、営業利益率15%を達成。

事業の推移



※上記数値は粗々利実績(売上高から人件費以外の直接原価を控除した金額)をもとに算出した数値です。

経営戦略事業部

トップの戦略を現場に注ぎ込み企業文化を確立、成長発展に導く



船井総合研究所
経営戦略事業部 部長

菅原 祥公
(すがはら よしひと)

概況と当部門のスタンス

経営戦略事業部のクライアントは中堅～大手企業、または官庁系といった公共団体を主としております。これらの組織体に対して、現在、大きく4つのテーマでクライアントのニーズに対応しております。

<PDCAを核とした組織活性化>

当社の強みは、一貫して現場主義に裏づけされた現場対応力にあります。企業規模が大きくなるにつれ、経営者は良いプランがあっても、それを現場に浸透させ、実行させることができないという悩みに突き当たります。そこで、組織全体を巻き込んだPDCAを推進する舵取り役として、先方組織に入り込んだ常駐型コンサルティングスタイルで、組織改革を推進していく支援を実施しています。

<SCM(サプライ・チェーン・マネジメント)>

企業規模が大きくなると、「ムリ・ムダ・ムラ」を排除し、調達から顧客への商品提供にいたる一貫の流れの中で、よりローコストでありながらスピーディに、無駄なく売り逃しのないよう商品を提供していくことが企業命題となります。そのため情報管理システムから物流の現場にいたるまで、SCMの再設計をするお手伝いを専門部隊が実施しております。

<調査>

組織規模の拡大により、既存事業活性化はもとより新規事業など、進出していく市場も多岐に渡ります。さらに現在は時流の変わり目であり、顧客のニーズの変化も激しくなっています。そこで、その顧客の変化や業界の時流、また、自社のサービスレベルにいたるまで、様々な情報を的確に集め、処理し、経営層に提供するサービスも専門的に実施しています。また、船井総研の最大の強みは、単純な調査に終わらないことです。調査の目的を明確にし、その目的における最適な調査方法と、そこから得られる結果に基づいた提案・改善にいたるまで、一貫して対応できることが他の調査会社と違います。

<ブランド化>

我々が対応させていただく組織の多くは、その市場において高いシェアを確保しており、一番を確立しています。一番を確立した企業の次のステップは、顧客をファン客として、自社から離れない仕組みづくりです。これを「ブランド化」と呼びます。組織や商品がブランド化すると売上は安定化し、収益性を高めることもできます。そこで、クライアントと一緒にブランド化を推進する専門対応も実施しております。上記のテーマに加え、業種別コンサルティングの現場対応力、そして我々グループ会社のリソースも掛け合わせて、いっそうの信頼獲得に努めてまいります。

主なソリューション

組織改革 PDCAマネジメントをベースにした目標必達コンサルティング

利益に直結するプロセス指標を導き出し、手の届きそうな目標ではなく、高い目標設定をした上で、達成癖を社内に浸透させる。研修形式のスキル定着以上の戦略立案から推進までサポートするコンサルティング。

ブランディング 小売・サービス業向けブランドづくり

自社の強みを洗い出し、一番になれる市場と商品の決定をサポート。その後、ターゲットへの認知強化施策や顧客への約束事を守る体制づくり、イベント実施等によるブランド強化の支援。ブランディングによって、収益力向上と持続企業への道のりを示す。

調査 即時業績アップ調査

調査そのものが目的ではなく、業績アップに直結する調査。船井総合研究所だからできる各業種・各テーマごとの専門のコンサルタントが参画。パッケージ型の調査ではなく、依頼者のニーズに合わせてカスタマイズし、実行施策を導き出す調査。

SCM サプライ・チェーン・マネジメント強化

商品供給構造を在庫・物流の観点から効率化するコスト削減コンサルティング。短納期対応、コスト低減を同時に達成するための業務構造を見直し、利益構造を改革するための専門コンサルタントを投入。大手企業で実施しているサプライ・チェーン・マネジメントを中小企業にも対応、設計から導入までのコンサルティング。

パブリックセクター 教育関係機関を巻き込みながら行う地域再生コンサルティング

パブリックセクターの中でも、地域活性化と教育革新の2つのテーマを融合してコンサルティングを展開。地方の再生計画を教育機関を巻き込みながら策定し、現場で実務支援することで成果を上げることに重点を置く。現在の注力領域は、中小地域のブランド化、グローバルリーダーシップ教育、教育と地域を絡めた連携コンサルティング。

実績

PDCAマネジメント導入で、万年赤字部門を6ヶ月で黒字化

基本方針

PDCAは仕事のやり方を変える、役割分担を見直すといった変化のためのマネジメントシステム。本質的に変化を起こすには、容易に達成できる目標ではなく、高い目標を掲げられるかがポイントとなる。

1. プロジェクトの背景と目的

400億円規模のロジスティクス関連の大手企業。業績不振部門をかかえた経営陣が、PDCAサイクルを回して、目標を達成できる組織に体質改善したいと悩んでいた。

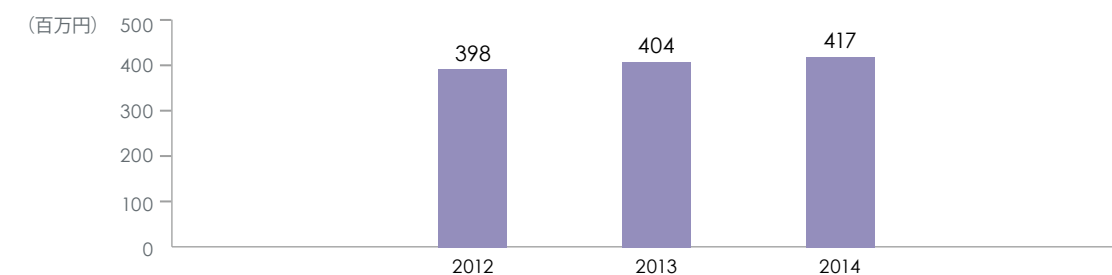
2. プロジェクトの概要

幹部研修で当社が考えるPDCAの基本、これまでの成功事例など概念を伝えながらも、並行してハンズオンサポートを実施。万年赤字部門であった「陸送部門」を先行モデルとして、「陸送部門」単独部署の業績を改善しつつ、その成功実績をモチベーションに全部署にPDCAを浸透させていく形式で取り組んだ。

3. 可視化された原因と成果

同社ではコスト削減の手はやりつくし、これ以上、策はないと判断していた。しかし、このプロジェクトを通じ、取引伝票を1枚1枚精査すると、配車時の外注比率ターゲットを曖昧にしていた結果、自社トラックを活用し切れていないことが判明した。外注比率を60.3%以内に抑えれば黒字になるという仮説を導き出し、この数値を徹底したことにより半年で黒字化を実現。2年目以降、他部署でのプロジェクトに移行した。

事業の推移



※上記数値は粗々利実績(売上高から人件費以外の直接原価を控除した金額)をもとに算出した数値です。

企業情報

Corporate Information

沿革

<創業期>

1970年代

- 1970年3月6日 企業経営の総合診断を主業務として船井幸雄(2014年1月19日逝去)が株式会社日本マーケティングセンター(現・株式会社船井総研ホールディングス)を大阪市船場町に設立。
創業当初のメンバーは船井幸雄を含め7名。用意できた資本金は100万円。事務所の敷金を払った残りのお金で机は買ったが、椅子は買えなかった。給与支払日が現在でも毎月10日と遅いのは、その頃苦しかった名残である。
- 1970年9月 経営者のための経営戦略研究会として会員制組織コスモクラブを設立。
- 1971年8月 関東地区の業務拡張のため東京事務所(港区六本木)を開設。
- 1972年 船井幸雄著の「変身商法」が40万部の大ベストセラーとなる。この波に乗り、業績が急上昇していく。またこの頃より、競争至上主義的コンサルティングからの方向転換が徐々に行われていく。
- 1978年3月 名古屋、福岡等の各主要都市に地域の経営者のための経営研究会として地域フナイクラブを設立。

<コンサルティング業界初上場そして業容拡大期>

1980年~90年代

- 1981年 船井幸雄が新幹線で同乗した某企業幹部に「経営コンサルタントはいかがわしい商売だ」と指摘され憤慨する。経営コンサルタントという仕事が世の中に認められるためには株式の公開だ、と考え上場準備を始める。船井幸雄一人に頼る体制を改めるため、業務の大半を社員に委譲しはじめる。
- 1981年12月 本社を梅田東邦生命ビル(現・梅田イーストビル 大阪市北区太融寺町)に移転。
- 1985年3月 株式上場準備の一環として、商号を「株式会社日本マーケティングセンター」から「株式会社船井総合研究所」に変更。
- 1988年9月 経営コンサルティング業界で初めて、大阪証券取引所市場第二部(特別指定銘柄)に上場。公開性、永続性、社会性、成長性を強く義務づけられた会社となる。
- 1990年3月 本告正が二代目社長に就任し、船井幸雄は会長となる。
70年代、80年代の流通業主体の時代からサービス業主体へと変身を遂げる。
トップダウンではなく、一人一人の時流適応能力が大きな変身へと結びついていくこととなる。
- 1993年6月 大阪証券取引所市場第二部に指定される。
東京本社を東京都品川区西五反田(現・五反田オフィス)に移転。
- 1996年9月 大阪本社を大阪市北区豊崎に移転。

<第二創業期 顧客数、従業員数、知名度を拡大>

2000年代

- 2000年2月 株式会社船井情報システムズを設立(現・連結子会社。2014年7月に株式会社船井総研ITソリューションズに商号変更)。
- 2000年3月 小山政彦が三代目社長に就任。「ギアチェンジ」をキーワードに改革を進め、成長軌道に復帰する。
- 2004年12月 東京証券取引所市場第二部に上場を果たす。
- 2005年4月 東京本社を東京都千代田区丸の内にある日本生命丸の内ビル(現・東京本社)に移転。
- 2005年12月 東京・大阪証券取引所市場第一部に指定される。
- 2010年 従来の「業績向上支援」に加え、「グレートカンパニーづくり支援」を企業の存在意義の中心に据え、「明日のグレートカンパニーを創る」を企業ドメインに掲げる。
- 2010年2月 第1回グレートカンパニーアワードを開催(以降、毎年開催)。

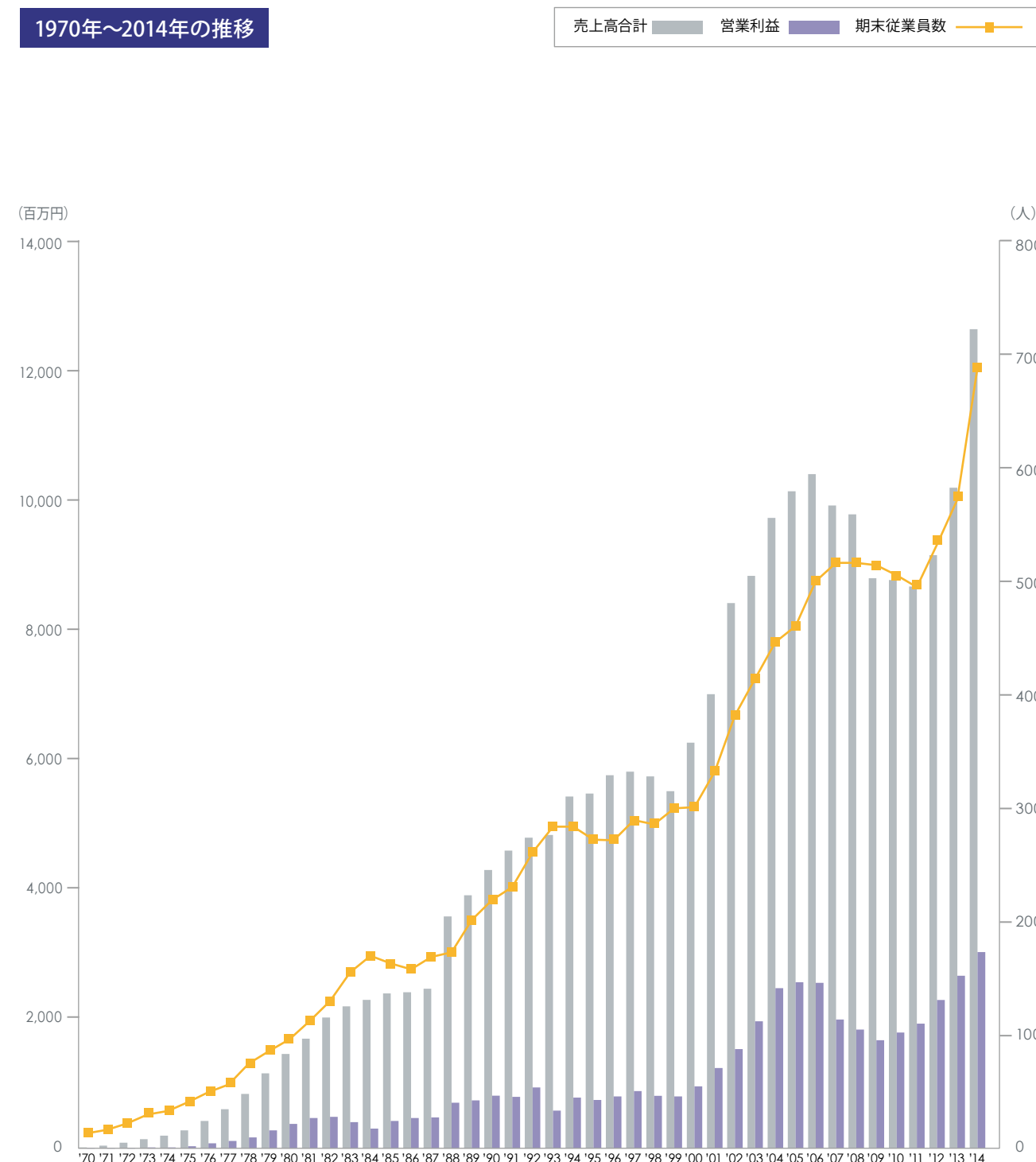
<組織再編およびグループ経営のスタート>

2010年代

- 2010年3月 創業40周年を迎える。高嶋栄が四代目社長に就任。「自律」「自由」「連帯」を方針に掲げる。
- 2010年7月 大阪本社を大阪市中央区北浜に移転。
淀屋橋セミナープレイスを開設。
コーポレートロゴを刷新。
- 2010年8月
- 2012年1月 中国に船井(上海)商務信息咨询有限公司を設立。(現・連結子会社)
- 2014年1月 船井総研ロジ株式会社を完全子会社化。(現・連結子会社)
- 2014年7月 持株会社体制へ移行。商号を株式会社船井総研ホールディングスに変更し、経営コンサルティング事業を株式会社船井総合研究所へ、営業サポート業務を株式会社船井総研コーポレイトリレーションズへそれぞれ事業継承。
- 2015年2月 株式会社プロシードを完全子会社化。(現・連結子会社)

創業からの業績推移

1970年~2014年の推移

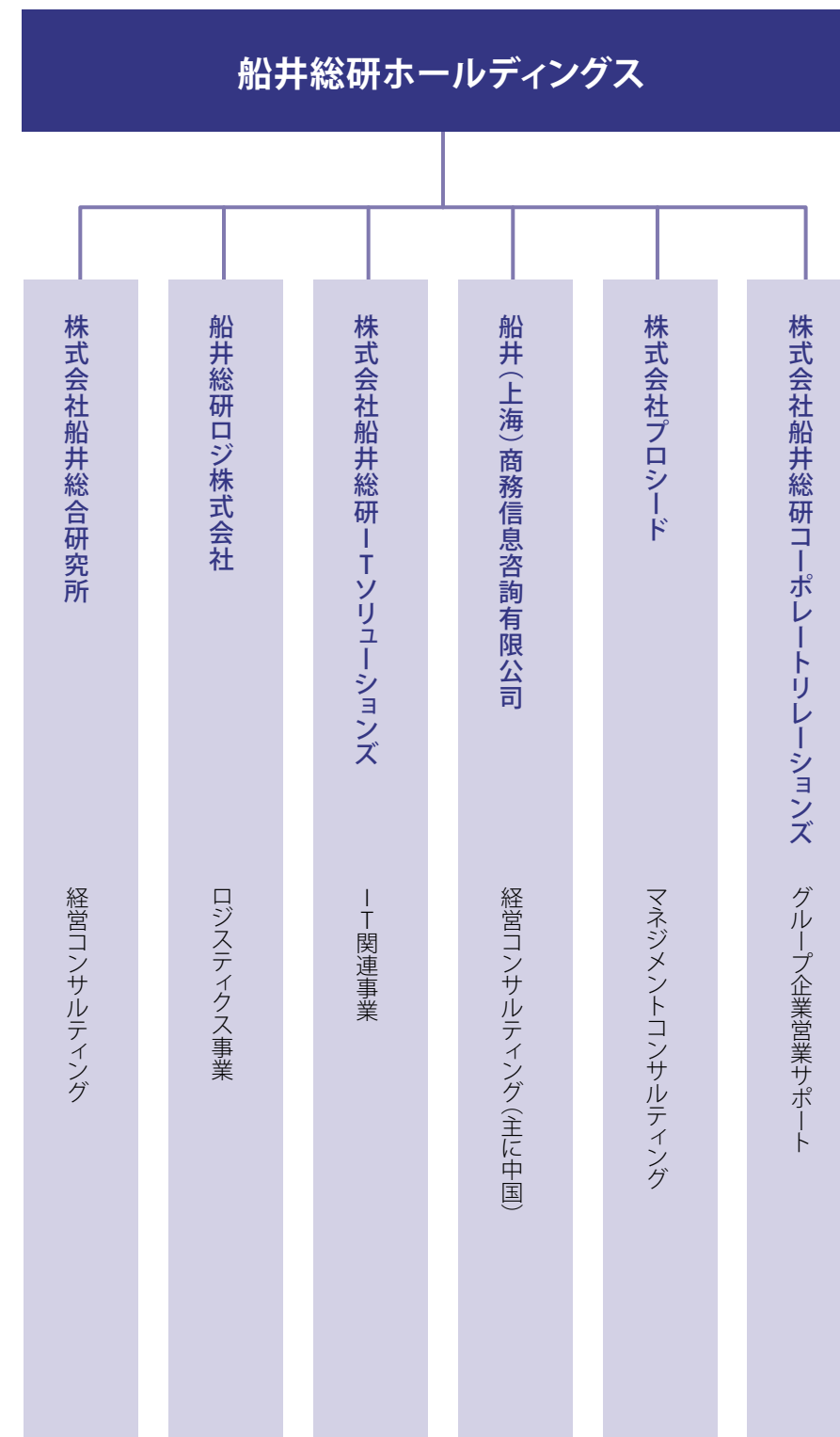


会社概要

会 社 名	株式会社船井総研ホールディングス	
代表取締役	代表取締役社長 グループCEO 高嶋 栄	
取 締 役	取締役 専務執行役員 大野 潔 取締役 常務執行役員 五十棲 剛史 取締役 常務執行役員 小野 達郎 取締役 執行役員 奥村 隆久 取締役 (社外取締役) 炭谷 太郎	
監 査 役	常勤監査役 百村 正宏 監査役(社外監査役) 中尾 篤史 監査役(社外監査役) 小林 章博	
執 行 役 員	執行役員 濱口 朗 執行役員 石黒 哲明	
主 な 事 業	持株会社としてグループ戦略立案、グループ経営管理を担う	
所 在 地	大阪本社 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 TEL:06-6232-0010(代表) FAX:06-6232-0040(代表) 東京本社 〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル 21階 TEL:03-6212-2923(代表) FAX:03-6212-2940 芝オフィス 〒105-0014 東京都港区芝3-4-11 芝シティビル 6階	

グループ企業	株式会社 船井総合研究所 代表取締役社長 高嶋 栄 経営コンサルティング事業	船井(上海)商務信息咨询有限公司 総経理 中野 好純 経営コンサルティング(主に中国)
	船井総研ロジ株式会社 代表取締役 菅 重宏 ロジスティクス事業	株式会社プロシード 代表取締役社長 西野 弘 マネジメントコンサルティング
	株式会社 船井総研ITソリューションズ 代表取締役 西山 直生 IT関連事業	株式会社 船井総研コーポレートリレーションズ 代表取締役社長 柳楽 仁史 グループ企業営業サポート

グループネットワーク



株式情報

株式の状況

(2014年12月31日現在)

発行済株式の総数	30,251,477株
株主数	17,653名

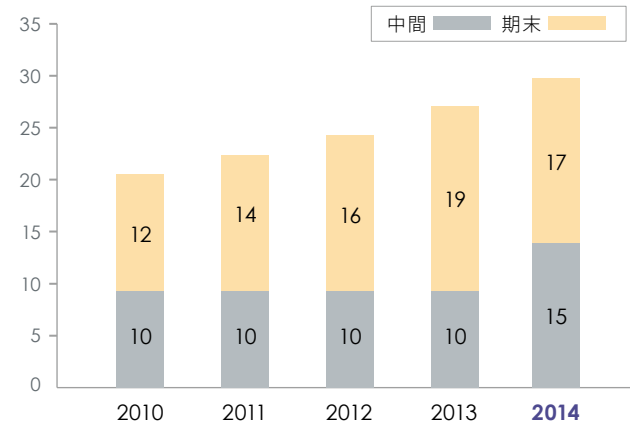
大株主の状況

株主名	所有株式数	割合(%)
株式会社船井本社	3,157,322	10.43
株式会社三井住友銀行	1,084,446	3.58
船井和子	937,501	3.09
NORTHERN TRUST CO. (AVFC) SUB A/C NON TREATY	823,600	2.72
船井総研グループ従業員持株会	621,990	2.05
日本生命保険相互会社	590,000	1.95
船井勝仁	587,200	1.94
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	541,800	1.79
本告正	520,000	1.71
船井孝浩	494,200	1.63

※当社では自己株式1,951千株(6.45%)を保有しておりますが、上記の大株主からは除いております。

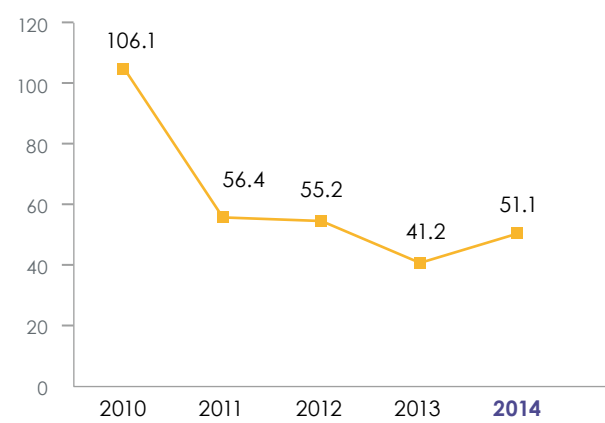
配当金

単位/円



配当性向

単位/%



株主優待制度

(2014年12月31日現在)

対象株主様

毎年12月31日現在の株主名簿に記載または記録された株主様

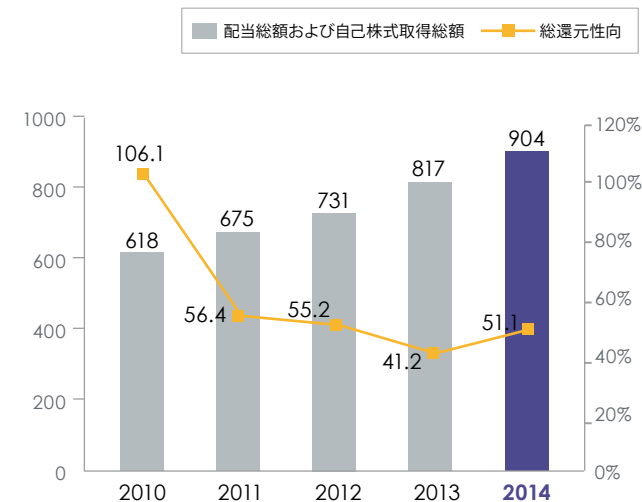
贈呈基準および贈呈内容(予定)

100株以上1,000株未満保有	図書カード500円分	5,000株以上10,000株未満保有	全国共通ギフト券5,000円分
1,000株以上5,000株未満保有	図書カード1,000円分	10,000株以上保有	全国共通ギフト券10,000円分

株主還元

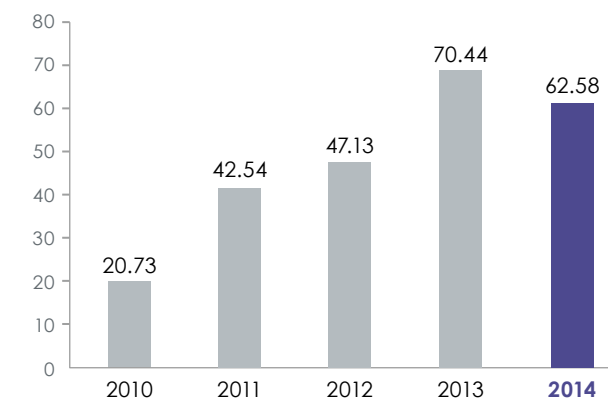
配当総額および自己株式取得総額

単位/百万円



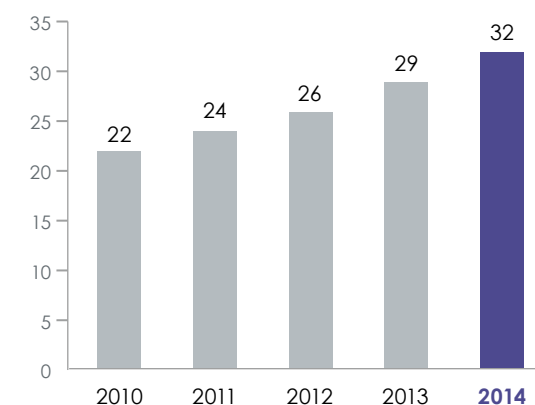
1株当たりの当期純利益

単位/円



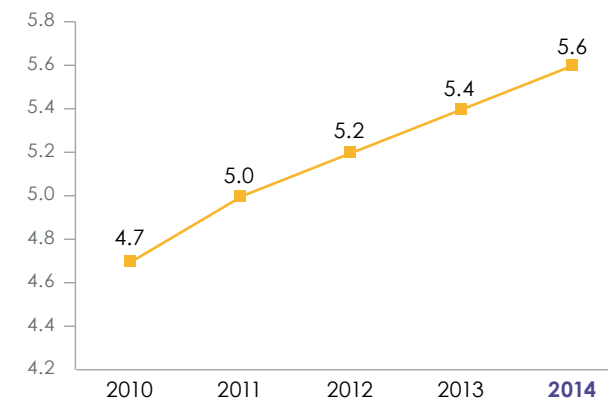
1株当たりの年間配当金

単位/円



純資産配当率

単位/%



財政状態	2010 12月期	2011 12月期	2012 12月期	2013 12月期	2014 12月期
1株当たりの年間配当金(単位/円)	22	24	26	29	32
1株当たりの当期純利益(単位/円)	20.73	42.54	47.13	70.44	62.58
配当性向(単位/%)	106.1	56.4	55.2	41.2	51.1
純資産配当率(単位/%)	4.7	5.0	5.2	5.4	5.6

コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

当社は、遵法経営の実施及び株主利益の極大化を主たる目的として、コーポレート・ガバナンスの強化に努めております。

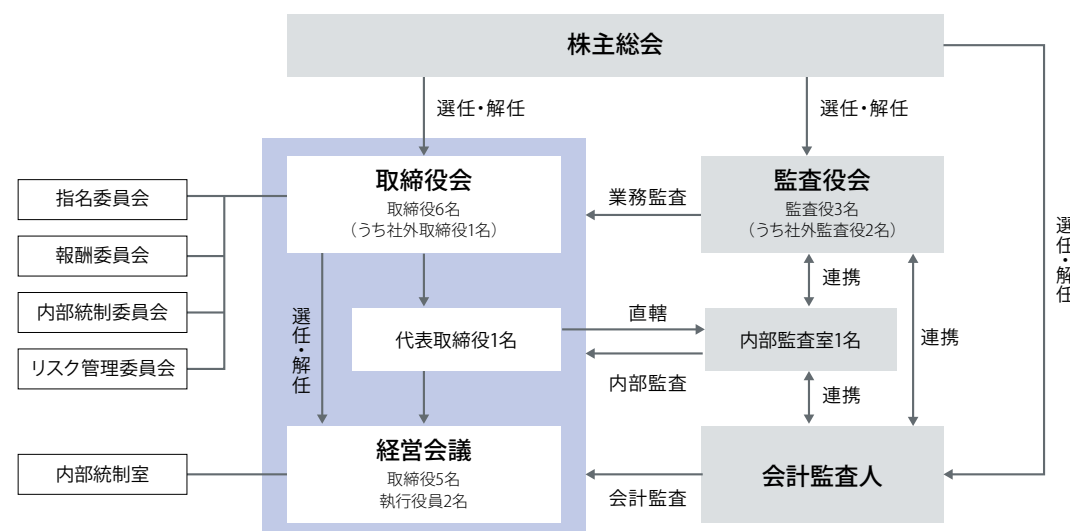
当社は、コーポレート・ガバナンスの充実を図るために、社外取締役の選任による取締役会の客観性・妥当性の確保、過半数以上を社外監査役で構成された監査役会による取締役会の適法性監査、役員の選任及び役員報酬の算定については透明性・客観性を確保するため半数を社外役員または外部見識者で構成された取締役会の諮問機関である指名委員会・報酬委員会の設置、経営と執行の分離及び業務執行の機動性を確保するため執行役員制度の導入を実施しております。

その他に、当社ではディスクロージャーへの積極的な取組みをコーポレート・ガバナンスの重要な柱と位置付けており、法令等に基づく開示、会社説明会の開催、機関投資家やアナリストとの個別ミーティングの実施等により、当社及び当社企業集団の現状のみならず今後の事業戦略についても、迅速かつ正確なディスクロージャーに努めております。

コーポレート・ガバナンス体制の状況(2015年3月30日現在)

機関構成関係	組織形態	監査役設置会社
	業務の執行体制	執行役員制度
	取締役会の諮問機関	指名委員会、報酬委員会
	会計監査人	有限責任監査法人トーマツ
取締役関係	取締役会の議長	社長
	取締役の人数	6人
	(内、社外取締役の人数)	(1人)
	(内、独立役員の人数)	(1人)
監査役関係	監査役会の設置の有無	設置している
	監査役の人数	3人
	(内、社外監査役の人数)	(2人)
	(内、独立役員の人数)	(2人)

当社のコーポレート・ガバナンス体制(模式図)



業務執行、監査・監督、指名、報酬決定等の機能に係る事項

1. 現状のコーポレート・ガバナンス体制の概要

当社は、社外取締役の選任、監査役会による監査、取締役会の諮問機関として指名委員会・報酬委員会の設置及び執行役員制度の導入を実施しております。

2. 会社の機関の内容

(1) 取締役会

取締役会は、現在において取締役6名(うち社外取締役1名)で構成されており、当社運営に関しては取締役会で専門的かつ多角的な検討がなされており、その上で迅速な意思決定が行われております。また、コーポレート・ガバナンスを十分に機能させるためには、社外の有識者の見識が不可欠と判断し、社外取締役1名を招聘しております。

(2) 監査役会

当社では、従来より監査役による監査を行っており、過去の実績を勘案した結果、経営に関する意思決定及び業務執行について有効な監視および監査がなされているとの判断から、監査役会設置会社の体制をとることいたしました。監査役会は、現在において3名(うち社外監査役2名)で構成されており、うち1名は常勤監査役であります。全監査役は取締役会に出席しており、取締役会への監視機能を強化しております。なお、社外監査役2名のうち1名は弁護士であり、コンプライアンス分野における監査をお願いしております。

(3) 指名委員会、報酬委員会

当社では、コーポレート・ガバナンスの向上を図るために、取締役会の諮問機関として、取締役及び監査役候補者の決定を行う指名委員会と、役員等の報酬の算定を行う報酬委員会を2010年1月1日に設置いたしました。両委員会とも透明性及び客観性を確保するため、社外役員を委員に迎え入れております。指名委員会においては委員4名のうち社外役員2名、報酬委員会においては委員4名のうち社外役員2名であります。

(4) 業務の執行体制

当社では、取締役会の意思決定及び業務執行の監督機能と、各事業本部の業務執行機能を峻別するため、執行役員制を導入しております。取締役会で決定された方針に従い執行役員は、日常業務の執行にあっております。なお、当社では取締役会とは別に執行役員で構成された経営会議を月に1回開催し業務の執行状況を報告し、また監視できる体制をとっております。

3. 会計監査の状況

2014年12月期については会計監査人として有限責任監査法人トーマツと監査契約を結んでおります。当社と同監査法人及び同監査法人の業務執行社員との間には、公認会計士法の規定により記載すべき特別の利害関係はありません。

・2014年12月期の業務を執行した公認会計士の氏名及び所属する監査法人名

川崎洋文 有限責任監査法人トーマツ

南方得男 有限責任監査法人トーマツ

・2014年12月期の監査業務に係る補助者の構成

監査業務に係る補助者は、監査法人の選定基準に基づき決定されており、具体的には、公認会計士及び会計士試験合格者を主たる構成員とし、システム専門家等その他の補助者も加えて構成されております。

現状のコーポレート・ガバナンス体制を選択している理由

- (1) 社外取締役を選任することにより、取締役会の客観性・妥当性を確保しております。
- (2) 過半数以上を社外監査役で占める監査役会により、取締役会の監督・監督機能の強化を図っております。
- (3) 役員の選任及び役員報酬の算定について透明性・客観性を確保するため、取締役会の諮問機関である指名委員会・報酬委員会を設置し、両委員会ともに委員の半数を社外役員または外部見識者としております。
- (4) 経営と執行の分離および業務執行の機動性を確保するため執行役員制度を導入しております。

内部統制システムに関する基本的な考え方およびその整備状況

1. 内部統制システムの整備の状況

当社グループは「人・企業・社会の未来を創る」というグループ理念と「仕事を通じて、人と企業を幸せにする常に社会に必要とされるグループ経営をめざす」というグループビジョンを当社グループの役員、従業員によって具現化するべく、適切な組織の構築、社内規程・ルール等の制定、情報の伝達および業務執行のモニタリングを行う体制として内部統制システムを整備、維持します。これを適宜見直し、改善していくことで業務の適正性を確保します。

2. 内部統制システム構築の基本方針

(1) 取締役の職務の執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制

- ① 当社グループは社会的責任に対する基本姿勢を示す「グループコンプライアンス規程」及び「グループ企業倫理行動憲章」を制定し当社グループの役員、従業員が法令、社内規程・ルール等に従い、高い倫理観を持ち良識ある行動をとれるよう、その基準を明確にするものとする。
- ② 当社グループは適切な内部統制システムを構築し、運用、指導できるように内部統制室を当社内に設置しています。また、当社及びグループ会社の業務執行が法令、社内規程・ルール等に則って適正に行われていることを監査するとともに、必要に応じて改善のための提案を行うため、社長直轄の内部監査部門として内部監査室を設置し、当社及びグループ会社の内部監査を行うものとする。
- ③ 取締役は、重大な法令違反その他法令、社内規程・ルール等の違反に関する重要な事実を発見した場合には、直ちに監査役に報告するとともに、遅滞なく取締役会において報告することとする。
- ④ 当社グループに従事する者からの違法行為、社会規範や企業倫理に反する行為を防止・是正するため「ホットライン」を整備するなど、コンプライアンス体制の整備・充実に努めることとする。
- ⑤ 当社グループは社会の秩序や企業の健全な活動に悪影響を及ぼす反社会的な個人や団体には断固たる態度で臨む。

(2) 使用人の職務の執行が法令および定款に適合することを確保するための体制

- ① 取締役の意思決定や職務の執行が効率的に行われることを確保するため、取締役会の運営に関する規程を定めるとともに、取締役会を原則として月1回開催するほか、必要に応じて適宜臨時に開催することとする。
- ② 組織的かつ効率的な業務遂行のために、各組織、各職位の責任と権限の体系を明確にした「グループ職務権限基準」を制定するものとする。
- ③ 取締役会の決議により、業務の執行を担当する執行役員を選任し、会社の業務を委任し業務執行における権限と責任を明確化し、迅速な意思決定と業務執行の効率化を図ることとする。
- ④ 当社グループの事業活動の総合調整と業務執行状況の確認、意思統一を図る機関として「経営会議」を設置し、当社グループ内の重要事項について審議することとする。
- ⑤ 事業計画に基づき、予算期間における計数的目標を明示し、各グループ会社・各部門の目標と責任を明確にするるとともに、予算と実績の差異分析を通じて所期した業績目標の達成を図る。

(3) 取締役の職務の執行に係る情報の保存および管理に関する体制

- ① 取締役の職務執行に関する決議・決裁・報告の内容は、「取締役会規程」、「経営会議規程」、「文書管理規程」、「機密文書管理規程」に基づき適切に保存することとする。
- ② 情報の保護については当社グループの共通として「情報セキュリティ管理規程」を整備し、重要度に応じた閲覧権限の明確化、パスワード管理、情報の漏洩・改ざん・破壊防止の措置などについて役員、従業員に対して周知徹底を図ることとする。

(4) 損失の危険の管理に関する規程その他の体制

- ① 企業経営・事業継続に重大な影響を及ぼすリスクの識別・評価・管理が重要な課題であるとの認識の下、「リスク管理委員会」を設置し、重点対応リスクを抽出したうえ具体的な対策を講じる等、当社グループを取り巻くリスクを適切に管理する体制の整備に努める。
- ② 当社グループの損失の危険の管理に関して「グループ危機管理規程」を整備し、損失防止の管理体制を強化する。

(5) 取締役の職務の執行が効率的に行われることを確保するための体制

- ① グループ各社における経営については、その自主性を尊重しつつ、当社グループの「グループ理念」と「グループビジョン」に示される基本的な考えを共有することとする。
- ② 経営の健全性および効率性の向上を図るため、当社からグループ会社に取締役および監査役を必要に応じて派遣するとともに、グループ会社との情報交換および協議を行うため「グループシナジーミーティング」を開催することとする。
- ③ グループ会社に対する調査・監査実施の体制として、監査役、会計監査人による監査に加えて内部監査も実施し、内部統制の有効性と妥当性を確保することとする。
- ④ グループ会社の業務運営等を管理するため「グループ経営管理規程」を制定することとする。
- ⑤ グループ会社における経営の健全性の向上および業務の適正の確保に必要なときは、「グループ職務権限基準」に従い、グループ会社の事業運営に関する重要な事項について当社の承認を必要とする体制を整備することとする。

(6) 当該株式会社並びにその親会社および子会社から成る企業集団における業務の適正を確保するための体制

- ① 取締役は、監査役の求めがあれば、従業員を監査役の職務の補助に従事させ、監査役補助者が所属する監査室を設置することとする。
- ② 監査役補助者は、監査役の職務の補助に専従するものとし、補助者の人事異動、人事考課については、予め監査役の同意を得るなど、業務執行者からの独立性を確保することとする。

(7) 監査役がその職務を補助すべき使用人を置くことを求めた場合における当該使用人に関する事項

- ① 監査役は「取締役会」、「経営会議」等の重要な会議に出席し、経営の状況や意思決定のプロセスについて常に把握し監査を行うこととする。
- ② 監査役に対しては、会社に著しい損害を及ぼすおそれがある事実、ホットラインに寄せられた情報等について、求めに応じて取締役および使用人に迅速かつ有効に報告がなされる体制を整備することとする。
- ③ 監査役に対しては、内部監査より内部監査に関わる状況とその監査結果の報告を行っており、監査役は必要に応じて内部監査に調査を求めるなど内部監査部門と緊密な連携を保ち、効率的な監査を実施する。

(8) 監査役補助者の取締役からの独立性に関する事項

- ① 監査役の過半数は社外監査役とし、監査の透明性を担保するとともに、監査役は代表取締役、取締役と必要に応じ会合を持ち、会社が対処すべき課題や監査上の重要課題等について意見交換し、必要と判断される要請を行うなど、代表取締役、取締役との相互認識を深めることとする。
- ② 監査役は、会計監査人及び内部監査と定期的に会合を持ち、積極的な意見交換・情報交換を行うこととする。

反社会的勢力排除に向けた基本的な考え方およびその整備状況

1. 反社会的勢力排除に向けた基本的な考え方

当社は、その社会的責任における重要性を鑑み、反社会的勢力と一切の関係をもたないことを規範とし、当社「コンプライアンス規程」において、その行動指針を定めており、当社社員は「コンプライアンス規程」の行動規範に則り、指針に定められた行動をとることを入社時に誓約している。また、当社では、反社会的勢力を排除するための法的制度と社内制度の整備、早期情報把握のための危機管理体制の整備、有事の際の担当部署設置と経営トップを含めた全社的対応の徹底を図っている。

2. 反社会的勢力排除に向けた整備状況

(1) 危機管理体制を定め、組織として「リスク管理委員会」を設置し、早期情報把握に努めている。また、管轄部署を総務部とし、これらの情報把握に基づく、迅速な経営トップへの報告、対処の体制を構築している。また、これらの制度徹底のため、危機管理マニュアルを社員手帳に明記している。

(2) この制度をもとに、社内事案の早期把握に基づいた情報の一元管理を実施し、顧問弁護士および警察等の外部専門機関との連携の強化を図り、反社会的勢力との関係を遮断する。

(3) 当社の業務受託時における受託規約の中に、反社会的勢力の排除の条項を記載し、明文化している。

(4) 当社の与信管理規程の中で反社会的勢力を排除することの条項を定めるとともに当該規程に基づき与信管理制度を運用している。

その他コーポレート・ガバナンス体制等に関する事項

1. リスク管理体制の整備状況

当社は損失の危険の管理を含めた危機管理を行う全社横断的な組織として、リスク管理委員会を設置しております。各主要部門の担当取締役、執行役員及び従業員を中心に構成され、社内外における情報を収集し、様々な観点からリスク分析を行い、リスクに応じた対応策を検討、実施しております。

2. 適時開示体制の概要

(1) 決定事実に関する情報

重要な決定事実につきましては、原則として毎月1回開催しております取締役会において決定する他、必要に応じて臨時に取締役会を開催することで、迅速な決定を行える体制を整えております。決定された重要事実については、株式会社東京証券取引所の適時開示規則に従いまして、開示が必要であるか否か経営管理本部で検討し、開示が必要と判断されたときは、経営管理本部を通じて迅速に開示するよう努めております。また、必要に応じて会計監査人や弁護士とのアドバイスを受け正確かつ公平な会社情報を開示するよう努めております。

(2) 発生事実に関する情報

重要事実が発生した場合は、当該事実が発生したことを認識した部署から速やかに経営管理本部に情報が集約され、経営管理本部を通じ経営会議、取締役会に報告がなされます。同時に経営管理本部では、当該情報の内容の検討を行い、開示が必要と判断されたときは、経営管理本部を通じて迅速に開示するよう努めております。また、必要に応じて会計監査人や弁護士とのアドバイスを受け正確かつ公平な会社情報を開示するよう努めております。

(3) 決算に関する情報

決算に関する情報については、経営管理本部において、できうる限りの迅速さをもって決算財務数値を作成し、会計監査人による監査、監査役による監査をうけ、最終的に決算に関する取締役会において承認を受け、取締役会当日に決算情報の開示を行っております。なお、監査役は取締役会に出席するとともに、随時期中の取引に目を配っていただいております。これにより、正確かつ公平な会社情報を開示するよう努めております。

(4) その他

公表した発表資料は当社ホームページに掲載する等、積極的なディスクロージャーを行っております。また、経営管理本部及びコーポレート・コミュニケーション室において、当社グループのIR情報等を立案し、開示しております。

リスクマネジメント

事業等のリスク

以下において、当社グループの事業展開その他に関するリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項を記載しております。なお、文中における将来に関する事項は、2015年3月30日現在において、当社が判断したものであります。

1.経営コンサルティング事業が経営成績上大きなウェイトを占めていることについて

経営コンサルティング事業は、当社グループの中核事業であり、収益面においても利益面においても大きな比重を占めております。当社グループ(連結)の2013年12月期及び2014年12月期における売上高及び営業損益の内訳(金額及び構成比)は、下表のとおりであります。

単位:百万円

	自 2013年1月1日		至 2013年12月31日		自 2014年1月1日		至 2014年12月31日	
	売上高		営業損益		売上高		営業損益	
	金額	構成比率(%)	金額	構成比率(%)	金額	構成比率(%)	金額	構成比率(%)
経営コンサルティング事業	9,858	97.9	3,466	132.0	10,896	87.3	3,430	114.6
ロジスティクス事業	-	-	-	-	1,546	12.4	33	1.1
ベンチャーキャピタル事業	8	0.1	△34	△1.3	-	-	-	-
その他	215	2.1	35	1.4	486	3.9	94	3.1
消去又は全社	△16	△0.2	△842	△32.1	△444	△3.6	△565	△18.9
合計	10,065	100.0	2,625	100.0	12,485	100.0	2,992	100.0

注 1. ベンチャーキャピタル事業を営む船井キャピタル株式会社は2013年9月27日に清算終了し、当事業から撤退しております。
2. ロジスティクス事業を営む船井総研ロジ株式会社は2014年1月1日に全株式を取得し、当事業に参入いたしました。

2.当社グループの中核事業である経営コンサルティング事業に関連するリスクについて

①経営コンサルティング業界を取り巻く環境について

当社グループにおいては、主に株式会社船井総合研究所が企業・法人を対象とした経営コンサルティングを行っております。経営コンサルティング事業は、様々な分野において、幅広い専門知識や情報・技術をもって、企画立案・指導助言などのサービスを行う専門サービス業であります。このうち、当社グループが属する経営コンサルティング事業は、弁護士、公認会計士、税理士等のように法律によって保護される業態とは異なり、開業に際し必ずしも特別な資格取得の必要でない業態であります。

わが国における当業界の市場規模は、欧米と比較し経済規模としては相対的に小さいとの指摘がなされております。今後、わが国における企業経営が成熟するに従い、経営コンサルティングなどの知的専門サービスに対するニーズは高まりますが、こうした知的専門サービスに対する理解並びに認識が十分に高まらず、当社が顧客ニーズに適合しない方向に向かった場合は、当社の収益の拡大も限定的なものに留まる可能性があります。

当業界におけるコンサルタント会社は、顧客満足度の高いサービスを提供するために、日々の業務等から得られたノウハウを蓄積し、新たな方法論(顧客の現状分析方法や現状分析に基づいた現状改革の方法)の構築を行っており、今後当業界はさらに競争が厳しくなると予想されます。顧客ニーズに対応できる企業とそうでない企業との二極化の傾向が生じており、今後、合従連衡を含む業界再編が進展していく可能性もあります。

②株式会社船井総合研究所の事業内容並びに顧客開拓について

当社グループの中核事業会社である株式会社船井総合研究所は、企業経営者が抱える様々な経営上の問題に対し、業種業態ごとに対応したマーケティング・顧客管理・人事などの経営に関するコンサルティングを通じ、顧客企業の育成及び発展を支援しております。また、顧客企業に対する直接的なコンサルティング活動の他に、多岐に亘る経営課題並びに時流に即した経営セミナーの主催、また、経営戦略の研究や会員相互の交流による事業の可能性を広げるネットワーク作りを目的とする、多様なメンバーから構成された会員制組織である研究会を運営しております。顧客開拓につきましては、既存顧客からの紹介等、主催するセミナーによる集客、研究会のネットワーク拡充及び無料経営相談などにより顧客開拓を図っております。顧客基盤におきましては、創業以来、流通業を主要な顧客基盤としておりましたが、現在においては、サービ

ス業、消費財メーカー、官公庁や大企業等、顧客基盤は拡大してきております。株式会社船井総合研究所は、顧客開拓を専門に行う営業部門を有しておらず、今後も上記のようなコンサルティング活動を通じて顧客開拓を図る方針であります。顧客開拓の活動や手法が有効に機能しなくなる等の事態が生じた場合においては、当社の経営成績に影響を及ぼす可能性があります。

③コンサルタントへの依存について

経営コンサルティング事業において、コンサルタント1人当たりの業務量には限界があることから、事業拡大を図るには優秀なコンサルタントの増員が不可欠であります。そのために、社内教育の研修プログラムにおいてコンサルタントとしての基本姿勢及び必要な知識を習得させ、また、通常3~8名程度で構成されるチームで実際の現場におけるコンサルティング業務を通じ、個々のコンサルタントのレベルアップと知識ノウハウの社内共有を図り人材の育成に努めております。さらに、新たな人材確保においては、新卒採用の他に各分野での経験者の採用を積極的に進め、潜在能力の高い人材の獲得に努めております。今後においても優秀な人材の確保及び優秀なコンサルタントへの育成に努め、引続き増員を図る方針であります。当社グループが求める人材の確保及び育成が進捗しない場合においては、コンサルタントへの依存が高い当社の事業並びに業績に影響を及ぼすこととなります。また、当事業の性格上、個々のコンサルタントの意識や能力等により、パフォーマンスに差が生じることも事実であります。当社は、社員のモチベーション及び帰属意識をより高めるために、人事評価制度における見直しを行い、個々の成果がより反映される給与体系を導入、また3ヶ月毎に実績に応じた昇格が可能となる制度を導入しております。しかしながら、能力の高いコンサルタントの中には独立志向が高い人材がいる可能性もあり、一部の重要な人材の離職があれば、業績において一時的な影響を受ける可能性があります。

④海外事業におけるカントリーリスクについて

当社は中国上海市に子会社を有しており、主に国内企業の中国進出サポート及び現地における営業マーケティングのコンサルティング活動を展開しております。中国市場におけるコンサルティングニーズは高い一方で、カントリーリスクが依然として高い状況にあります。具体的には、反日活動による日本製品への影響、税務・法務諸制度の度重なる変更による影響、政治・経済状況の激変によるマーケットに与える影響、大気汚染をはじめとした環境問題による従業員の健康への影響、その他、為替リスクなど海外事業特有のカントリーリスクがあげられます。今後も中国ビジネスにおけるコンサルティングニーズは高まるものと考えておりますが、上記のようなカントリーリスクにより、当社グループに一時的に影響が及ぶ可能性があります。

3.経営コンサルティング事業以外の事業に関連するリスクについて

当社の連結子会社の株式会社船井総研ITソリューションズは、IT関連業務を行っており、主に基幹システム導入サポートやITコスト削減支援などのITコンサルティング業務を行っております。IT関連業界においては技術革新のスピードが速く、また競合他社においても大手企業はもとより新興企業が多数存在し、競争の激しい業界であります。このような業界においては、刻々と変化、複雑化する顧客ニーズに対する確に必要があり、同社が顧客ニーズに対応できない場合は、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

また、当社の連結子会社の船井総研ロジ株式会社は、ロジスティクス事業を行っており、主にクライアントの物流コスト削減等を目的とした物流コンサルティング業務を行っております。主たる業務に付随してクライアントの物流業務の設計・構築・運用等を実行する物流オペレーション業務、クライアントの購買コスト削減等を共同購買で具現化する物流トレーディング業務等を実施しております。物流業務は顧客との良好な関係により成立するため、常に競合会社からの営業活動にさらされております。また、サービスや物品を仕入販売するモデルであるため、仕入価格、特に相場に左右される商材やサービス(燃料、ダンボール、トラック運賃等)を扱うため常に仕入価格と販売価格の調整が必要となり、その成否によって利幅が変動するリスクや販売先の債務不履行リスクがあります。物流オペレーション業務については荷物事故、車両事故等、予期しない業務事故が発生する可能性を秘めており、また、共同購買では品質における瑕疵等が考えられ、その対応処置に応じて、当社グループの実績に影響を及ぼす可能性があります。

4.当社グループ戦略等について

①事業領域の見直しについて

当社グループは、現経営陣のもと、事業戦略の見直しを行った結果、中核事業であり安定した利益の見込まれる経営コンサルティング事業については、当面事業の拡大は可能と判断し、当該事業及びその周辺事業に経営資源を集中する方針を採っております。

当該方針に従い、今後、経営コンサルティング事業とシナジー効果の高い周辺事業などの新規の事業領域への進出を図ることにより、初期投資によるコスト発生及び投資計画と業績実績との乖離が発生した場合、当社グループの経営成績に一時的に影響を及ぼす可能性があります。

②当社グループのブランド力について

創業者の船井幸雄が築いてきた「船井総合研究所」ブランドは、経営コンサルティング事業を始めとする当社グループの事業展開の上で不可欠であり、このブランドを維持・発展することは、当社グループの事業基盤拡大の上で非常に重要であります。しかしながら、コンサルタントの質の低下や当社が提供するサービスが、顧客ニーズに必ずしも合致したものではなくなる状況が生じ、顧客からの信頼獲得に影響を及ぼす等の事態が生じた場合には、ブランド力の低下に繋がります。さらに、万が一、当社や当社の関係会社を含めた当社グループ各社に留まらず、「船井総合研究所」グループあるいは「船井」の商標を冠する各社等にリーガル・コンプライアンスやコーポレート・ガバナンス上の諸問題が発生した場合にはブランドの毀損に繋がります。当社グループの経営成績に影響を及ぼす可能性があります。

株式会社船井総研ホールディングス 役員一覧 (2015年3月30日現在)

取締役



代表取締役社長
グループCEO

高嶋 栄

(たかしま さかえ)

1957年5月29日生

重要な兼職状況

(株)船井総合研究所 代表取締役社長



取締役専務執行役員
コーポレート・コミュニケーション室室長

大野 潔

(おの きよし)

1954年12月5日生



取締役常務執行役員
事業開発本部本部長

五十棲 剛史

(いそづみ たけし)

1963年11月23日生



取締役常務執行役員
人財開発本部本部長

小野 達郎

(おの たつろう)

1963年5月8日生



取締役執行役員
経営管理本部本部長兼内部統制室室長

奥村 隆久

(おくむら たかひさ)

1959年7月13日生

重要な兼職状況

(株)船井総合研究所 監査役



社外取締役

炭谷 太郎

(すみたに たろう)

1945年11月21日生

重要な兼職状況

一般社団法人交詢社 常務理事

監査役

常勤監査役

百村 正宏

(ひやくむら まさひろ)

1965年2月27日生

重要な兼職状況

(株)船井総合研究所 監査役



監査役(社外)

中尾 篤史

(なかお あつし)

1969年12月21日生

重要な兼職状況

CSアカウンティング(株) 専務取締役



監査役(社外)

小林 章博

(こばやし あきひろ)

1970年12月19日生

重要な兼職状況

弁護士法人中央総合法律事務所京都事務所
代表



グレートカンパニーアワードを通じた社会貢献

人・企業・社会がより豊かになることを目指して

船井総研ホールディングスは、収益の一部を一般財団法人船井財団に寄付し、「グレートカンパニーアワード」の開催に役立てていただいております。この「グレートカンパニーアワード」は社会性・教育性・収益性を兼ねそろえた企業の賞賛をするともに、企業の社会的意義を広めるものです。いい企業とその経営者が、社会から脚光を浴びることで活動領域が広がり、それがより豊かな社会づくりにつながることを私たちの願いです。



「グレートカンパニーアワード2014」大賞受賞の伸こう福祉会様

<グレートカンパニーとは>

社会的価値の高い「理念」のもと、その「企業らしさ」を感じさせる独特のビジネスモデルを磨き上げ、その結果、持続的成長を続ける会社のことです。そして、社員と顧客が「素晴らしい会社」と誇りを持つくらいの独特のカルチャーが形成されている企業を、グレートカンパニーと定義します。



船井財団は経営コンサルタントであった故船井幸雄の遺志を継ぎ、社会に著しい貢献が期待できる法人および個人の健全な発展を支援し、社会の進展に寄与することを目的として設立されました。その活動の一環として船井総合研究所が主催していた「グレートカンパニーアワード」を受け継ぐこととなりました。当アワードは、「社会性」、「教育性」、「収益性」を兼ねそろえた企業を称賛し、企業の社会的意義を広める目的として2010年から過去5回開催されているものです。

グレートカンパニーアワード2014 受賞企業

2014年度は6,000社を超える企業の中から、各業界別により選ばれた31社がノミネートされました。その31社のノミネート企業の中から、とくに優れた8社に以下の各賞を贈らせていただきました。

	社名	業種／地域
グレートカンパニー大賞	社会福祉法人伸こう福祉会	介護・保育／神奈川県
顧客感動賞	株式会社アミング	生活雑貨小売業／石川県
働く社員が誇りを感じる会社賞	新日本ビルサービス株式会社	ビルメンテナンス業／埼玉県
ユニークビジネスモデル賞	SATOグループ	社労士事務所、人材ビジネス、給与計算など／北海道
勇気ある社会貢献チャレンジ賞	会宝産業株式会社	自動車リサイクル、中古自動車部品輸出・販売／石川県
業績アップ賞	株式会社物語コーポレーション	外食事業の直営とフランチャイズチェーン展開／愛知県
船井財団特別賞	阿部勝自動車工業株式会社	軽自動車・未使用自動車販売／宮城県
船井財団特別賞	株式会社大船渡資源	鉄、非鉄金属、廃車、古紙のリサイクル／岩手県

一般財団法人船井財団とは

船井財団は、故船井幸雄が使命感を持って取り組んでいた「いい企業をたくさん創り、よりよい世の中にしよう」という遺志を後世に残すべく設立されました。船井幸雄は我が国における経営コンサルタントの草分けとして名を馳せるとともに、自らの会社を発展させ経営コンサルティング業の地位向上に貢献しました。また、多くの企業経営者へ経営のアドバイスをすることで、企業の本来の目的は、社会性、教育性、収益性の3つにあると説いておりました。こうした船井幸雄の理念を継承し、規範となるいい企業を見つけだし、賞賛することを目的として設立されました。

コンサルティングの基本的な考え方

1. 現場主義

「次の一手」は、すべて現場に集約されております。どんなに優れた戦略も、現場でそれが受け入れられなければ、実行性は限りなく低くなってしまいます。現場とは、お客様と接する瞬間であり、お客様と接している人たちです。ここを始点に「解」を見つける、それが当社の考え方です。

2. 時流に適応する

時流をマクロにとらえ柔軟に適応することが、経営を成功に導く正攻法です。「適応」とは、環境の変化に「ついていく」のではなく、「先取りする」ことです。業界の体質や特殊性にとらわれず、幅広い視野からビジネスチャンスを模索し、自社の事業に活かしていくチカラ、それが「時流適応」です。

3. 強みを活かす

弱みを「平均点以上」にすることは必要なことですが、当社では「強み」にフォーカスし、これを活かす視点から支援を行うことを特長としております。

4. 参加型経営

「強制されて仕事をした場合の結果」を1とすると、「納得して仕事をした場合の結果」は1.6となり、さらに「自ら進んで仕事をした場合の結果」は1.6の2乗のパフォーマンスとなる、そのような考え方が当社にあります。「企て」を進めるにあたり全社員の参加を促す、それが「参加型経営」です。

5. 過去オール善

「何がマズかったか」「誰が悪かったのか」の犯人探しよりも、現状を客観的に認めた上で、「今後はいかにすべきか」を議論し、戦略や施策を検討する方法で改革を進めます。

船井総合研究所 12の行動指針

1 力相応一番主義

自分のレベルを知り、そして日常生活の中で、一番や一流を目指しましょう。自分のレベルを知って、より高いところに志を導き続けることを常に心がけましょう。

2 勉強好き

知らないことを知ることが好きなこと、新しいことに挑戦することが好きなことを勉強好きといいます。一般に人間は年齢を重ねると、新しいことに億劫になると言われています。しかし人生の成功者は生涯新しいことにチャレンジし続ける人です。

3 素直

世の中には、自分の知識や経験からは信じられないようなことが数多くあります。これらを頭から否定せずに受け入れること、それが「素直」です。素直とは素の心で真っ直ぐに受け入れると書きます。素直に生きると、世の中のことが客観的に見られます。と同時に一流の人に共通する「謙虚さ」が身についていきます。

4 プラス発想

自分の知らないことは否定せずに、知らないことも肯定します。情報は受け入れると集まりますが、否定すると離れていきます。社会の中で仕事をしていると、自分の思い通りにいかないこと、嫌なこともあるでしょう。たとえ、そう感じたときでも、不平・不満を言わずに、善意の心を持ち、感謝の気持ちを伝えましょう。

5 過去オール善

失敗はよい、しかし絶対に同じ失敗はしないようにしましょう。船井流は、過去オール善です。ですから、失敗を恐れずチャレンジしてください。しかし失敗したら、その失敗から学びましょう。同じ失敗を繰り返すと信用を失います。同じ失敗を繰り返さないために、論理的に理解し、身体で覚え、癖づけます。

6 即時処理

やらねばならない仕事は、今日のうちに必ず終わらせて帰るようにします。そして最終的には、その場で終わらせる即時処理癖をつけましょう。「やめた方がいい」と思ったことは、今すぐにやめられる人になりましょう。自分を正しくコントロールし、自分の意思に素直に従い、すぐに行動できるようになりましょう。

7 親身法

相手が見えなくなるまでお見送りをします。お客様が来社されたとき、駅や空港まで送っていただいたときなど、必ずお客様が視界から消えるまで笑顔でお見送りをします。一流の人との付き合いは、良い癖づけから始まります。名刺交換した人、仕事をさせていただいている人、お世話になった人などには手紙を書きましょう。電子メールのような便利な時代にあっても、手書きの手紙(私信)が、最も人の心を打ちます。また手書きの手紙は人脈形成でも大切なことです。

8 前始末と後始末

自分の始末は自分で、最後は必ず綺麗にしておきます。仕事が終わって帰るときの机、宿泊したときの部屋、乗り物に乗ったときの座席のゴミ、コピー機を使った後など、後始末の癖付けを徹底します。会議の際は5分前に集まり、最前列に座りましょう。短時間で効率よく仕事ができるようになるためには、しっかりした前始末を行うことです。しっかりと前始末された仕事は、お客様からも、一緒に仕事をする人からも好感が持たれますので、常に心がけましょう。心くばりができている人は、次に利用する人や次の工程に仕事をする人のことを考えます。たとえば、共有物を使った後、本来あるべき場所に戻したり(定物定置)、締め切りを守ることで、次の仕事をする人が大変仕事がしやすくなります。

9 現場主義

直観力をつけましょう。多くの現場を見て、瞬時に答えられる直観力を養いましょう。

10 約束は守る

一度した約束は、約束敵守のため、全力を尽くしましょう。気軽に自分の都合で約束事を破ったり、変更すると、信用を失います。そのことを肝に銘じて、安易な約束は慎みましょう。

11 儲け癖と節約癖

いまの仕事でまず「儲け癖」をつけましょう。儲け癖がない段階でいまの仕事がうまくいかないからといって新しいことをやっても失敗する可能性は高いです。現状を見つめ、いまの仕事に感謝し、現状から儲け癖をつけることです。経営者とサラリーマンの大きな違いに「節約癖」があるかどうかがあります。業績の良い会社の経営者ほど、節約癖のある会社の人に仕事を依頼します。また船井総研では、重要な仕事は節約癖のある人に任せます。

12 天職発想

目の前の与えられた仕事に夢中になって一所懸命にやりましょう。このことは、自分の使命を果たすこととなります。たとえ嫌だと思っても、断らず逃げずに、挑戦することで、お客様から支持される能力が身についてきます。どのような仕事でも天職と思って、常にプロ意識を持ちましょう。プロ意識がつくと、プロとしての行動や癖づけができ、仕事が楽しくなります。

メディア取材協力実績

船井総研グループの社員が、各分野の専門家としての知見を活かす場の一つとして、外部メディアのコンテンツ制作に協力しております。メディアの制作現場では、情報の信ぴょう性を増すために、第三者の視点、詳しい専門家による解説のニーズが増えております。当社のコンサルタントは、一般の方々には気づけない説得力のある解説ができるということから、幅広いジャンルのメディアからお声がけいただいております。



月日	媒体	媒体名	内容
1/5	雑誌	月刊事業構想	中堅・中小企業がインサイドセールスを導入するメリットや展開する上での要点を菅原祥公が解説。
4/7	雑誌	日経ビジネス	原材料の高騰により、デフレ戦略が継続できなくなった状況に小野達郎が値上げするためのポイントを解説。
4/21	新聞	読売新聞	身内行事代行サービスが登場。成長する代行サービスの現状と利用する消費者心理について藤本翔が解説。
6/13	テレビ	NHK「あさいち」	高級路線が目立ち始めた最近のお中元事情について、消費者の動向や今後の見通しについて中野一平が解説。
6/29	テレビ	テレビ朝日「相葉マナブ」	「知られざるニッポンのブランド食材を学べ」という企画で、各食材がブランドとされる理由を柗尾圭亮が出演者に対し解説。
6/30	テレビ	テレビ東京「なないろ日和」	「世界に誇るニッポンのワザとチカラ」特集。岩崎剛幸がキックマン「ものしりしょうゆ館」を訪れ、レポート。また、無印良品、オムロンの取り組みについてもスタジオで解説。
7/3	テレビ	テレビ東京「ワールドビジネスサテライト」	三井住友海上主催、船井総合研究所協賛の「中高年のための起業家育成塾」でメイン講師を務めた楠元武久の講座や参加者の声が紹介される。
9/20	テレビ	朝日放送「おはよう朝日土曜日です」	核家族化時代の都会のお墓事情、最近のお墓の傾向について光田卓司が解説。
9/29	Web	NIKKEI TRENDY NET	出版不況の中、異例の売れ行きを記録している新タイプのグルメ本「ランチパスポート」について今後のビジネス展開、販売戦略について佐久間俊一が解説。
10/11	テレビ	朝日放送「おはよう朝日土曜日です」	宅配水やフレーバーウォーターの飲料水市場について堀部太一がコメント。
10/22	新聞	朝日新聞	女子小学生をターゲットに梅田阪神がブランド店9店舗を展開、女子小学生向けブランド「JSファッション」を強化している理由について岡聡が解説。
10/22	新聞	読売新聞	連載記事「変わる受験産業」で、オンライン教育サービスの可能性について犬塚義人がコメント。
10/29	新聞	日経産業新聞	保育事業の現状や異業種が参入し成功するための条件について大嶽広展が解説。
11/3	テレビ	日本テレビ「有吉ゼミ」	「ドケチ芸能人の超節約術」。リサイクルショップで商品売り、換金する芸能人にスポットをあてたコーナーに専門家として福本晃がスタジオ出演。
12/5	テレビ	フジテレビ「スーパーニュース」	岡山駅前に西日本最大規模のイオンモールがオープン。ショッピングセンターの現状と来店動機を高めるサービス面について丹羽英之がコメント。
12/17	テレビ	関西テレビ「よ〜いドン！」	「ブランド肉を堪能! 絶品お取り寄せ鍋」と題した特集で、お取り寄せできるブランド肉を素材とした寄せ鍋について横山文洙がイチオシの3品を紹介。

(※2014年実績からの主なものを記載)

当社グループ従業員による著書

 <p>「自立型社員」はこうつくる! 同文館出版</p> <p>高嶋 栄</p>	 <p>イラスト版管理職心得—はじめて部下を持つ人へ 日経ビジネス人文庫</p> <p>大野 潔</p>	 <p>売上2億円の会社を10億円にする方法 ダイヤモンド社</p> <p>五十棲 剛史</p>	 <p>小売業・サービス業のための船井流・「販促」大全 同文館出版</p> <p>小野 達郎</p>
 <p>小さくても客数2倍&売上1.5倍! 楽しい会社のつくり方 こう書房</p> <p>唐土 新市郎</p>	 <p>図解入門ビジネス最新中期経営計画の基本がよ〜くわかる本 秀和システム</p> <p>菅原 祥公</p>	 <p>図解入門ビジネス最新ビジネスデューデリがよ〜くわかる本 秀和システム</p> <p>菅原 祥公</p>	 <p>取締役の心得 総合法令出版</p> <p>柳楽 仁史</p>
 <p>中国市場で日本の商品を高く売るためのマーケティング戦略 総合法令出版</p> <p>中野 好純</p>	 <p>船井流・「数理マーケティング」の極意 同文館出版</p> <p>岡 聡</p>	 <p>中小企業は「環境ビジネス」で儲けなさい! KADOKAWA</p> <p>菊池 功</p>	 <p>法人営業のソリソリューション ダイヤモンド社</p> <p>片山 和也</p>
 <p>これだけ! PDCA すばる舎リネージュ</p> <p>川原 慎也</p>	 <p>これだけ! Logistics すばる舎リネージュ</p> <p>廣田 幹浩</p>	 <p>はじめよう! リサイクルショップ—開業から繁盛のポイントまで 同文館出版</p> <p>福本 晃</p>	 <p>40の困ったをスッキリ解決 診療所経営の助っ人ツール 日経BP社</p> <p>船井総合研究所</p>
 <p>図解入門業界研究最新アパレル業界の動向とカラクリがよ〜くわかる本 秀和システム</p> <p>岩崎 剛幸</p>	 <p>図解入門業界研究最新物流業界の動向とカラクリがよ〜くわかる本 秀和システム</p> <p>橋本 直行</p>	 <p>図解入門業界研究最新保育サービス業界の動向とカラクリがよ〜くわかる本 秀和システム</p> <p>大嶽 広展</p>	 <p>人材派遣会社向け 図解人材ビジネスを楽しくする101のしかけ 秀和システム</p> <p>山内 栄人</p>
 <p>弁護士のためのマネジメントマニュアル 第一法規</p> <p>出口 恭平</p>	 <p>司法書士のためのマーケティングマニュアル 第一法規</p> <p>真貝 大介</p>	 <p>税理士のためのマーケティングマニュアル 第一法規</p> <p>竹内 実門</p>	 <p>社会保険労務士のためのマーケティングマニュアル 第一法規</p> <p>村上 勝彦</p>
 <p>右肩上がりのネットショップ59の打ち手 すばる舎リネージュ</p> <p>船井総合研究所 通販・ECビジネス コンサルティンググループ</p>	 <p>戦略的な人のデータ・統計分析の技術 KADOKAWA</p> <p>佐久間 俊一</p>	 <p>現場スタッフでできる「手づくりツール」で繁盛店! 同文館出版</p> <p>井口 裕子</p>	 <p>「売れるキャッチコピー」と「買わせるキャッチコピー」 同文館出版</p> <p>井手 聡</p>
 <p>人を活かし会社を伸ばす100のキーワード 同文館出版</p> <p>岡 聡</p>	 <p>女性が部下をもったら読む本 同文館出版</p> <p>蓮尾 登美子</p>	 <p>小売・サービス・飲食業のためのパート・アルバイト「採用・戦力化・定着化」マニュアル 同文館出版</p> <p>山田 公一</p>	 <p>会社の業績の9割は課長で決まる KADOKAWA</p> <p>杉原 忠</p>

※上記は数ある著書のうちの一部をご紹介します。

発行日 : 2015年3月30日
発行元 : 株式会社船井総研ホールディングス
コーポレートコミュニケーション室
編集 : 山口大、平井和子、吉本直史
デザイン : 東美佐子、早川真理子
(株式会社船井総研コーポレトリレーションズ)
印刷 : 奥村印刷株式会社

株式会社船井総研ホールディングス
〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10
TEL : 06-6232-0010(代表)

