

顧客創造モデル研究会

テーマ

—事業の目的とは顧客創造である—

POINT 01

顧客創造のモデル企業から
直接学ぶことができる

POINT 02

ゲスト講師・受講者同士・
タナベコンサルティングから
多面的に学ぶ

POINT 03

親睦会などを通じて
異業種との情報交換や
マッチングができる

顧客創造モデル研究会 テーマ設定の背景

Background

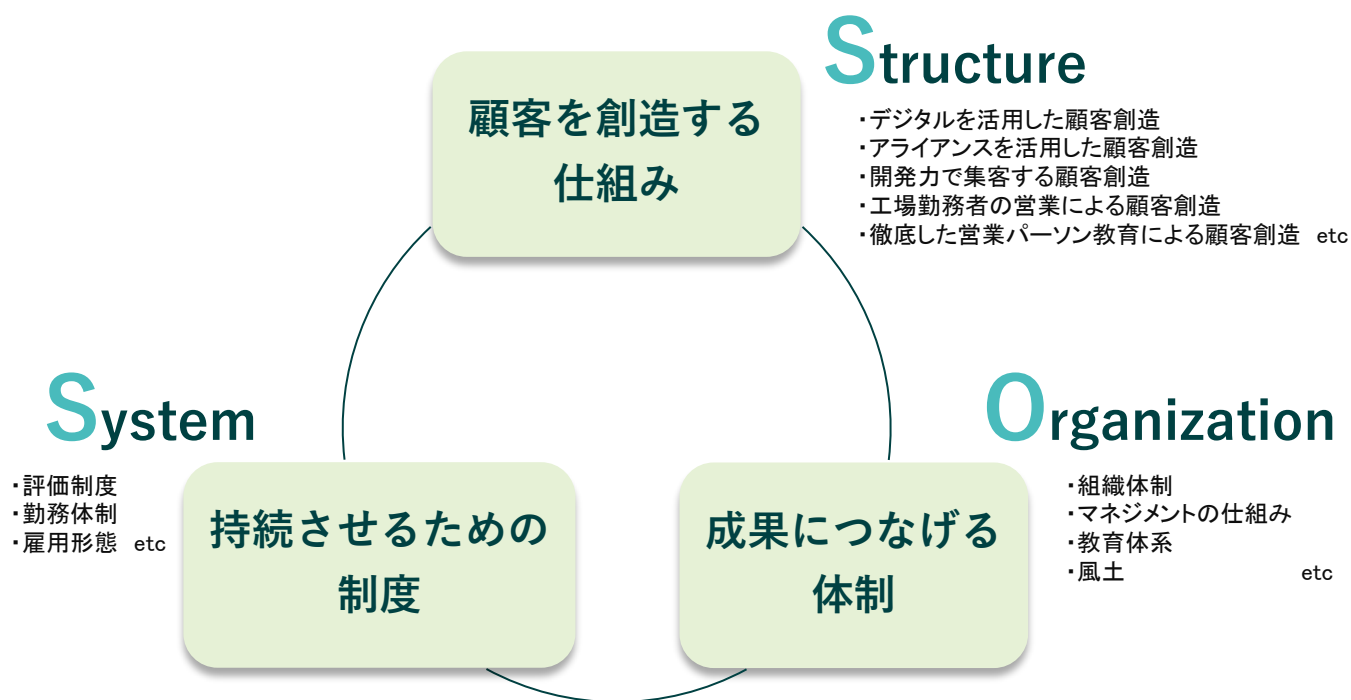
—事業の目的とは顧客創造である—

30年ぶりにデフレ経済からインフレ経済へと変わった今、自社の価値を正しく認めてくれるファンを新しく創造しなければ、適正な利益をあげながら事業を存続し成長することはできません。

大きく変化した価値観に対応する新しい顧客創造の形を構築するためには、顧客創造の位置づけを“営業活動の一環”として営業パーソンに委ねるのではなく、“中期ビジョン実現に向けた活動の一環”として捉え直し、仕組みだけでなく体制や制度まで含めた自社独自の顧客創造モデルを、経営者自らが作りあげることが必要不可欠です。

当研究会では、顧客創造の仕組みだけでなく体制や制度等にも注目し、時代に合った“顧客創造モデル”を実現している企業を研究していきます。

顧客創造を実現するモデル

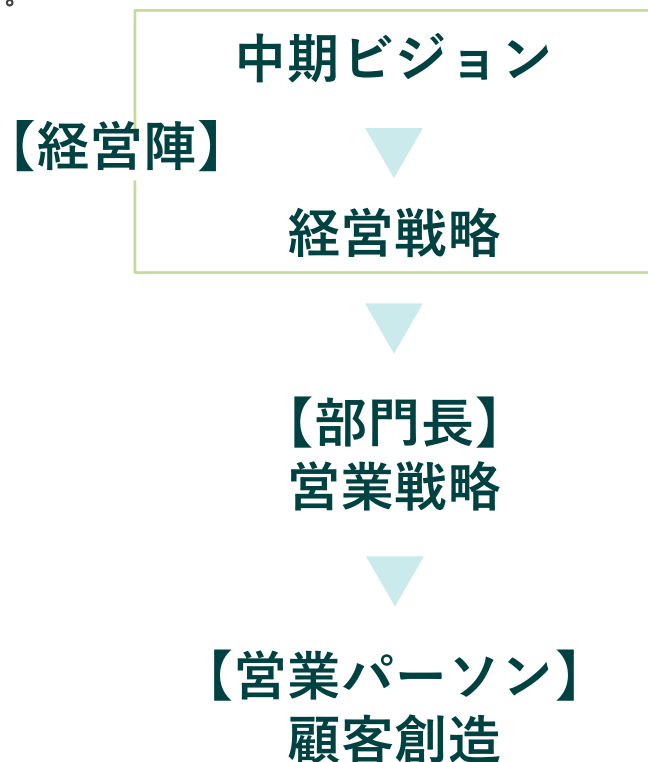


顧客創造の課題とこれからの形

Problem and Future case

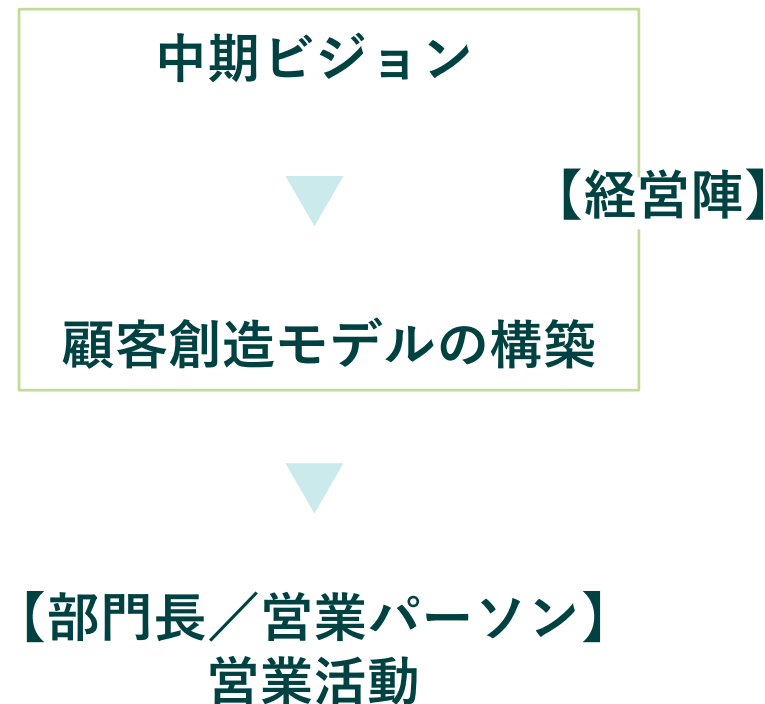
今までの顧客創造の考え方

顧客創造が進んでいない企業は、営業パーソンに任せきりで結局実行に移されていないことが多くあります。顧客創造が営業戦略の中の一つでしかなく、営業部もしくは営業パーソンが自分たちのできる範囲内でやっているだけになってしまっています。



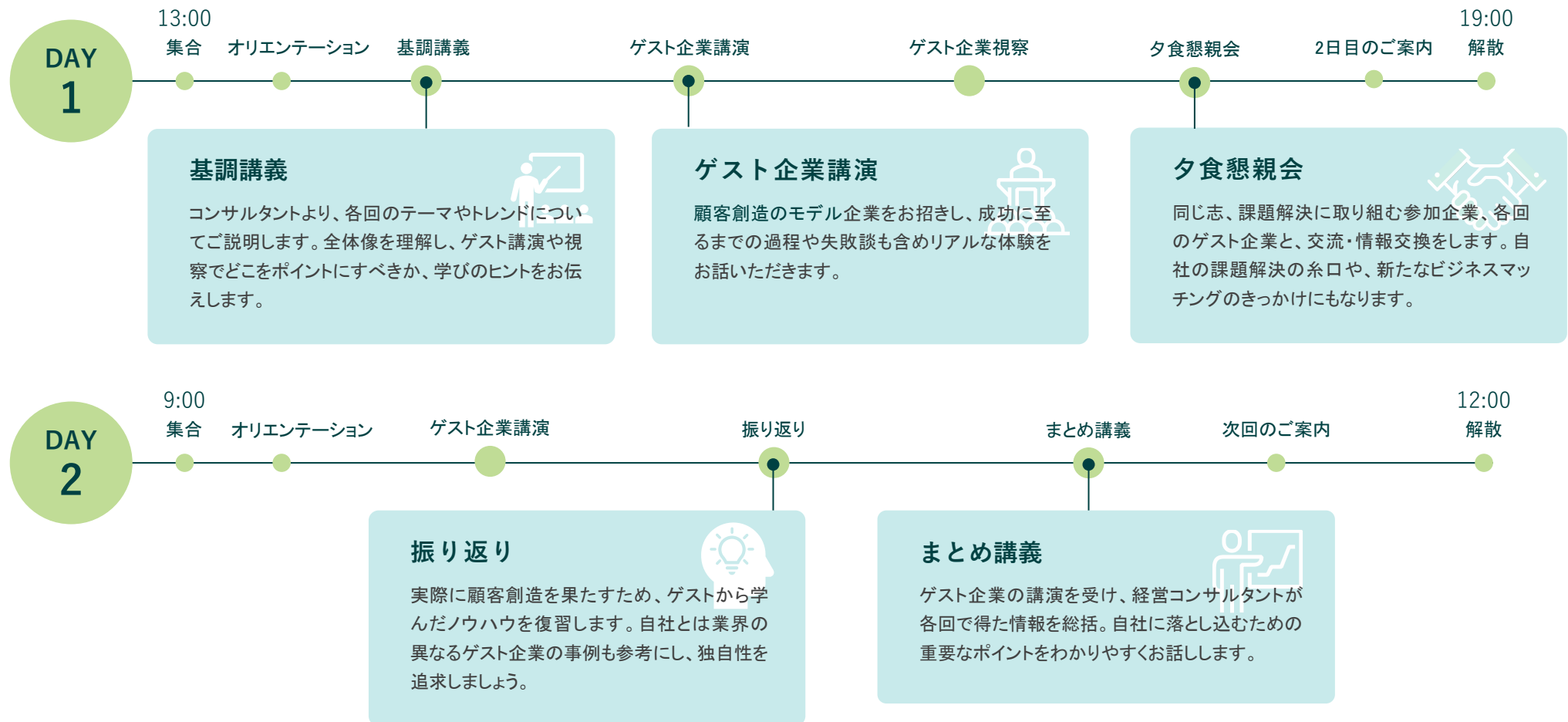
これからの顧客創造の考え方

策定した戦略を実現させるためには、経営陣が顧客創造モデルを実行・継続可能なかたちまで描き切る必要があります。営業部はあくまで実行に移すのみの役割となることが理想です。



顧客創造モデル研究会 当日のスケジュール

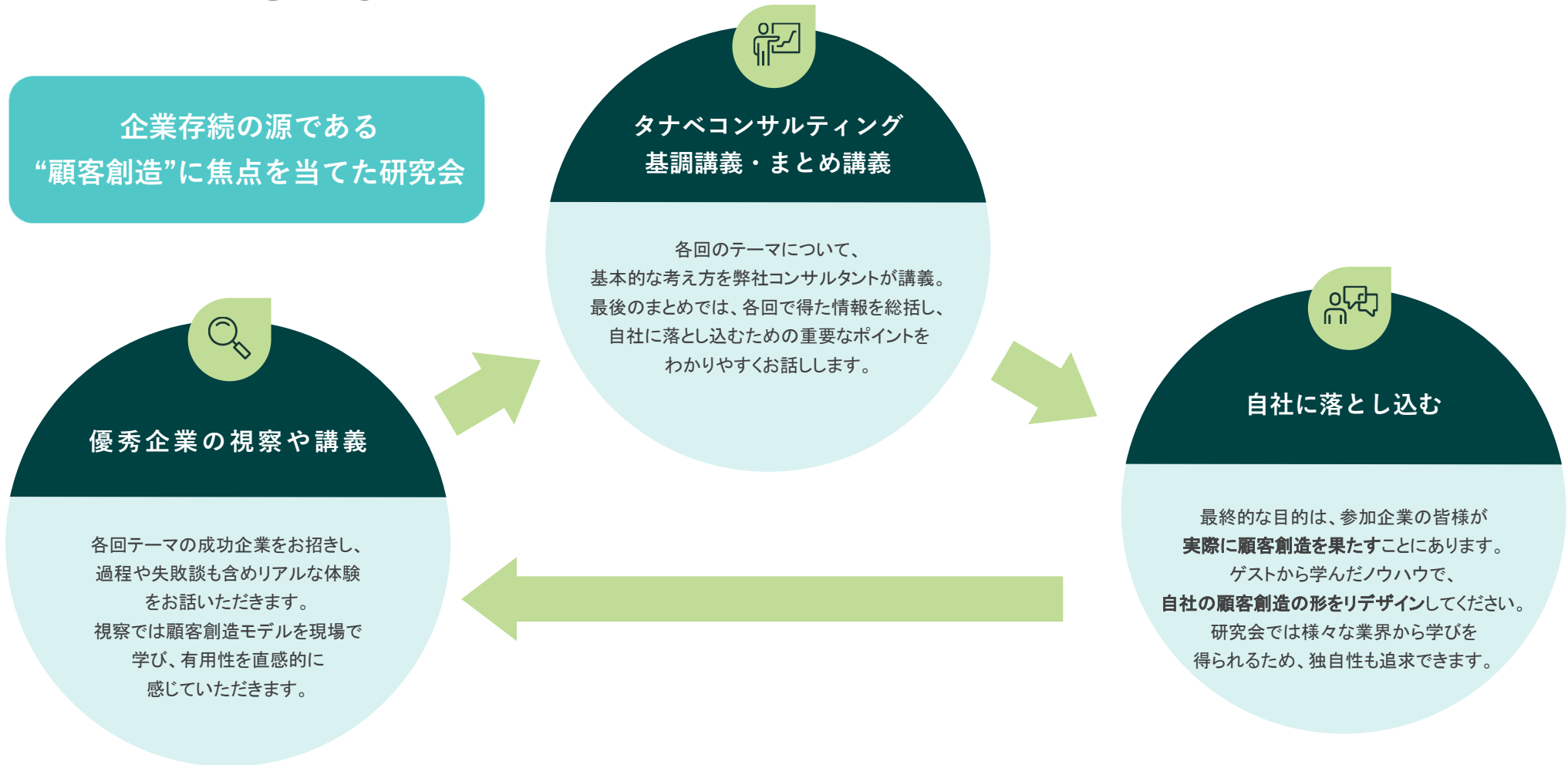
Schedule



※ スケジュールは概ねの目安で、運営上変更する場合がございます。予めご了承ください。

顧客創造モデル研究会 学びのサイクル

Learning Cycle



顧客創造モデル研究会 ゲスト企業候補（案）

Guest Candidate

様々な顧客創造手法や営業パーソンの育成方法を現場で体験できる視察先

01

VRを活用した顧客創造を実現している企業

02

工場を武器に顧客創造を実現している企業

03

物流配送を武器に顧客創造をしている企業

04

商品を徹底的に尖らせることで
顧客創造を実現している企業

05

営業パーソンを教育することで
顧客創造を実現している企業

06

営業パーソンと営業サポートの連携で
顧客創造を実現している企業

※ ゲスト企業候補は概ねの目安で、運営上変更する場合がございます。予めご了承ください。

顧客創造モデル研究会 リーダー紹介

Leader Introduction

顧客創造モデル研究会リーダー 内田 佑

『素晴らしい商品』や『面白いビジネスモデル』を持っても顧客が創造できず成長に繋がっていない企業が多く存在します。自社の価値を正しく認めてくれる顧客を見つけ、素晴らしい関係を築くためにも、“顧客創造”の仕組みを真剣に考え、構築することが必要になってきています。

みなさんの会社の更なる成長・発展に繋がるよう、全国の優秀企業の顧客創造事例を共に研究していきましょう。皆様のご参加を心よりお待ちしております。

Profile

様々な規模、職種の中期ビジョンや中期経営計画策定に関わり、営業・製造・人事といった各機能の戦略構築まで手掛ける幅広い経験や知識に定評がある。ビジョン実現に向けた推進部分まで深く関わり、成果に繋げることで多くのクライアントから高い信頼を得ている。

こんな方はぜひ
ご参加ください

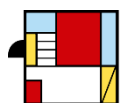
- ✓ 近年、新規の顧客創造が進んでおらず売上が低迷している企業
- ✓ 値上げ交渉がうまくいかず、年々利益率が低下している企業
- ✓ 中期ビジョンで描いた事業戦略が実現されていない企業



顧客創造モデル研究会 ゲストご紹介

Guest Companies

第1回 東京 2024年2月4日(火)


**OPEN HOUSE
GROUP**


株式会社オープンハウス

ウェルスマネジメント事業部 取締役 木村 憲一郎 氏

【事業概要】 オープンハウスグループは、戸建住宅事業を中心に、マンション事業、国内外の投資不動産事業など多角的に展開しており、高成長を続けている会社。営業戦略とITの活用を軸に、多様なニーズに応える総合的な不動産サービスを提供し、顧客満足度の向上と持続的な成長を実現。

圧倒的な売上成長率28%を達成！
顧客創造戦略と企業文化の融合が生む未来

1. 販売戦略×営業活動×DXで、爆発的な顧客創造を実現
2. 顧客満足度を最大化させる強力な部門連系の極意
3. 常に社員が挑戦し続ける企業文化を創り上げる



第1回 東京 2025年2月5日(水)

KEYENCE

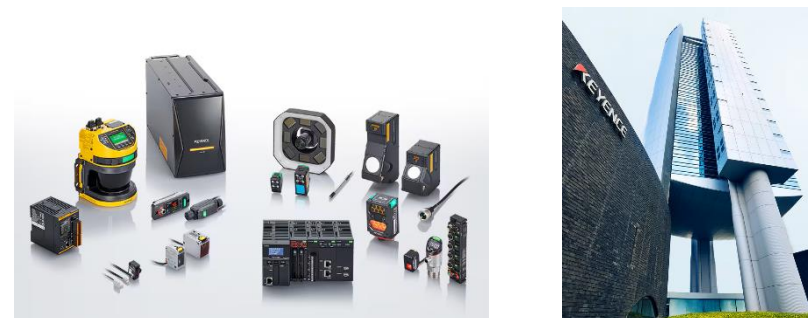

株式会社キーエンス

データアナリティクス事業グループ マネージャー 柘植 朋紘 氏

【事業概要】 センサや測定器などFA(ファクトリー・オートメーション)用機器の総合メーカーとして、世界46か国でものづくりに貢献する世界的企業。社名の由来は「Key of Science(科学の鍵)」で、データを活用した科学的な経営を推進。新商品の約7割が「世界初」「業界初」など、顧客を創造し続け、営業利益率50%超の驚異の高収益を実現し続けている。

営業利益率50%超！高収益を支えるデータ活用と顧客創造戦略

1. 顧客を創造するキーエンス流データ活用法
2. データ活用浸透への20年間の試行錯誤
3. 「新商品の約7割が業界初・世界初」を生み出すサイクル



顧客創造モデル研究会 ゲストご紹介

Guest Companies

第2回 大阪 2025年4月21日(月)



SANWA

三和建設株式会社

代表取締役社長 森本 尚孝 氏

【事業概要】食品工場や危険物・冷凍冷蔵倉庫など、社会の基盤となる設計・施工の難易度が高い建物にドメインを絞り、自社ブランドを確立させ、そのノウハウと高い技術でお客様から選ばれ続けている建設会社。また、「ひと」が活躍し、「ひと」によってえらばれる会社を目指し、つくるひとをつくり続けている企業。

「建設業らしくない」取り組みで顧客に選ばれつづける存在に

1. 「つくるひとをつくる」を経営理念に、真の資産『ひと』を磨き続け、『ひと』に選ばれる会社になるポイント
2. 事業ドメインを絞り、「3つの独自ブランド」で専門性を高め圧倒的な提案力による顧客開拓を学ぶ



第2回 大阪 2025年4月22日(火)

さあ、暮らすがえ



HEIANSHINDO

平安伸銅工業株式会社

常務取締役 竹内 一紘 氏



【事業概要】952年創業。現在3代目の老舗でありながら、事業はベンチャーのワクワク感を求める「老舗ベンチャー」として、おもしろいアイデアを形にしてきた。70年代にヒットさせることに成功した突っ張り棒のリーディングカンパニーで、耐震ポールをはじめとする防災分野に加え、DIYやインテリア分野に新ブランドを展開し、新しい顧客を創造し続けている。

アイデアと技術で、顧客を創造するデザイン経営

1. ビジョン・ミッション・バリューを軸にした経営戦略
2. 新しい領域へ冒険するビジネスモデル
3. メンバーの自律をベースに展開するカルチャーモデル



顧客創造モデル研究会 ゲストご紹介

Guest Companies

第3回 福岡 2025年6月17日(火)



株式会社 三松



株式会社 三松

代表取締役社長 田名部 徹朗 氏

【事業概要】 月間製造12万点、うち70%が「1点モノ」という多品種少量生産を独自の内製生産管理システムで管理し、半導体装置から農業機械等の様々な業界の装置の部品加工・組立に、ロボットSier事業としてロボット自動化装置等の設計開発も行う「小ロット製造代行サービス会社」。人材育成、技術向上の取組みとして「三松大学」を設立。ほか、ロボットによる自動化装置や画像検査装置の受注拡大に向けた工場増設や体制・設備を強化し、今後予想される人手不足への装置受注に対応するため新工場<サイドセブン>を2023年7月から本格稼働。2017年経済産業省の「地域未来牽引企業」に選出。

技術力と人材育成で顧客創造を実現する企業戦略

1. 最先端加工技術と多品種少量生産で新たな顧客層を創造する
2. 三松大学と三松マイスター制度による技術力向上と顧客価値創造
3. 人手不足を解決する新工場「SID-E7(サイドセブン)」



三松大学



第3回 福岡 2025年6月18日(水)



SEARS HOMEVERSE



株式会社 シアーズホームバース

代表取締役社長 橋本 葵 氏

【事業概要】 主力オリジナル商品の「育hug」とFCの「桧家住宅」で福岡・佐賀・熊本荒尾エリアに展示場を展開する住宅メーカー。住宅メーカーとして九州最大規模であり、1989年の設立以来、累計施工実績は10,000棟を超え、地域密着型のビジネスモデルで圧倒的なシェアを誇る。「良い住宅、価格以上の価値」を提供するミッションのもと、思想営業や人材育成に注力し、顧客創造を実現。さらに、1000億円の売上目標に向け、新事業にも挑戦している。

圧倒的シェアと顧客創造を実現する『地域密着』と『思想営業』

1. 地域密着型ビジネスモデルと圧倒的シェア獲得の秘訣
2. 「お客様に対する思いを形にする」思想営業で新たな顧客を創造する

感性品質
の家ハグ 育hug:

HINOKIYA

顧客創造モデル研究会 ゲストご紹介

Guest Companies

第4回 京都 2025年8月27日(水)



HILLTOP株式会社

相談役 山本 昌作 氏

【事業概要】 製造DXを実現する「デジタルものづくり企業」。主にアルミの切削加工を行い、特注品の多品種少量生産で様々な業界のニーズに対応している。製造工程のデジタル化を行い、工場の24時間無人稼働を実現。また、近年では、プロダクトの設計からデザイン・表面処理・組立まで、プロジェクトのトータルサポートを行う装置開発事業や、HILLTOPのデジタルものづくりのノウハウをサービス化するソフトウェア開発事業まで事業領域を広げている。

多品種少量生産を実現する顧客創造モデル



顧客創造モデル研究会 ゲストご紹介

Guest Companies

第4回 京都 2025年8月28日(木)

shisaku



一般社団法人 京都試作ネット

代表理事 佐々木 智一 氏

【事業概要】「世界に期待を超える試作サービスを提供する」をミッションに、京都府内の40社が集結した「ものづくり集団」。単なる課題解決にとどまらず、潜在的な問題の洗い出しや解決策の提案を通じて、試作を通じたビジネス支援を行い、迅速かつ柔軟な対応で多くの企業から高い評価と信頼を得ている。

まだ世にないものを創り出すことが新たな事業探索の機会
～京都を試作の一大集積地にする～

1. 23年間で相談件数10,000件超の顧客創造モデル
2. 「予期せぬ顧客」からのイノベーションの実践



crossEffect



株式会社 クロスエフェクト

代表取締役 竹田 正俊 氏

【事業概要】「速さを追求し、世界の開発案件を支援する」をミッションに掲げる京都のハイテク企業。最先端の3Dエンジニアリング技術を用いて試作プロセスを短縮し、開発コスト削減と早期の問題解決を支援。工業から医療まで、幅広い分野で迅速な試作や精密なプロトタイプ製作を提供し、お客様の期待を超えるソリューションを追求し続けている。

最先端3Dエンジニアリングが拓く未来のものづくり
～ドロッカーが教えてくれた新事業創造とは？～

1. 「速さ」を追求した開発支援事業
2. 「信頼性」を重視した世界初の医療機器開発
3. 「革新性」を意識したデザイン事業



顧客創造モデル研究会 ゲストご紹介

Guest Companies

第5回 岐阜 2024年10月21日（火）



福田刃物工業株式会社

代表取締役社長 福田 克則 氏

【事業概要】年間16万種類の工業用機械刃物、工作機械・半導体製造装置向け部品を製造している企業であり、超硬合金包丁「KISEKI:」はクラウドファンディングMakuakeで包丁部門歴代1位、岐阜県で歴代1位を記録する等、様々な活動を通じて毎年2桁成長を実現している。

毎年300社以上の新規顧客を開拓し成長し続ける
福田刃物工業の社員主導體制による顧客創造を学ぶ

1. 経営理念や経営方針のない社員主導體制で、顧客創造と企業の成長を実現し続ける風土
2. ユニークな営業体制やマーケティング戦略、固有技術を活かしてBtoCマーケットへ参入
3. 少数精鋭の開発チームを組織し、18か月待ちの包丁を世に送り出したノウハウ



第5回 岐阜 2024年10月22日（水）

調整中

顧客創造モデル研究会 開催日程と申し込み要項

Event dates and application requirements

開催日時

第1回	2025年	02月 04日 (火)	・	02月 05日 (水)
第2回	2025年	04月 21日 (月)	・	04月 22日 (火)
第3回	2025年	06月 17日 (火)	・	06月 18日 (水)
第4回	2025年	08月 27日 (水)	・	08月 28日 (木)
第5回	2025年	10月 21日 (火)	・	10月 22日 (水)
第6回	2025年	12月 16日 (火)	・	12月 17日 (水)

開催時間／1日目 午後開始 2日目 午前終了

※日程・開催時間等は変更になる場合がございます。予めご了承ください。



研究会参加者(全回参加の方のみ)には
ファーストコールカンパニーフォーラムの
視聴アカウントを進呈！ 詳細は、弊社ホームページをご参照ください。

開催概要

受講対象 経営者・後継者・経営幹部・営業部長など

定員 30名様

会費 お1人様(全6回通し)

495,000円(税込)

1名様追加料金(同一企業様) 1回/66,000円(税込) 全6回通し/429,000円(税込)

同一企業内であれば
お申込みされた方以外の受講もOK！

【申込期限】 各研究会、開催日の1週間前までにお申込みください。

※事情により、お申込みをお受けできない場合がございます。予めご了承ください。

【受講取消】 1. お申込み期限日(第1回開催の1週間前、同一企業様からの追加お申込みの場合は

各回開催の1週間前)までの取消につきましては全額返金いたします。

2. お申込み期限日の翌日からの取消につきましては代理受講をお願いいたします。
代理受講が不可能の場合は以下の通り取消料を申し受けます。ご了承ください。

① お申込み期限日の翌日から第1回開催日の前日

(同一企業様からの追加お申込みの場合、各回開催日の前日)：会費の40%

② 第1回開催日以降(同一企業様からの追加お申込みの場合、各回開催日当日以降)：会費の全額

お申込み ホームページからお申込みください。詳細もこちらからご覧いただけます。

タナベ 顧客創造モデル研究会

E-mail | soken-lab@tanabeconsulting.co.jp

※ 弊社ホームページの研究会参加要項に掲載されている研究会規約をお読みの上、お申込みください。研究会規約 <https://www.tanabeconsulting.co.jp/t/lab> ※研究会の会費には教材費、懇親会費を含みます。交通費・宿泊費は各自手配・ご負担いただけます。※お申込み受付後、ご請求書をお送りいたします。会費の前納をもってお申込みとさせていただきます。※状況により懇親会が実施できない場合がございます。予めご了承ください。※ご希望回のみ参加されるには、必ず他に1名さま以上の全回参加のお申込みが必要です。

【個人情報のお取り扱いについて】タナベコンサルティングでは個人情報の保護に努めております。詳細は弊社ホームページ上に記載の「プライバシーポリシー」(<https://www.tanabeconsulting.co.jp/t/policy.html>)をご覧ください。なお、ご記入いただいたお客様の個人情報は、上記のお申込みに関する確認・連絡、および弊社発行のメールマガジンや商品・サービスのご案内などをお送りする際に利用させていただきます。