

製造未来モデル研究会

テーマ

未来に向けた6つの成長戦略モデルを研究する

POINT 01

先進的な企業の視察から
成長パターンを学び、自社の
強みを活かした成長モデル
を構築することができる

POINT 02

成長を志す共創仲間が増え、
成長モデルに共に取り組む
企業ネットワークを
構築することができる

POINT 03

製造業を取り巻く
未来の潮流を学び、
自社の中長期ビジョンに
取り入れることができる

Background

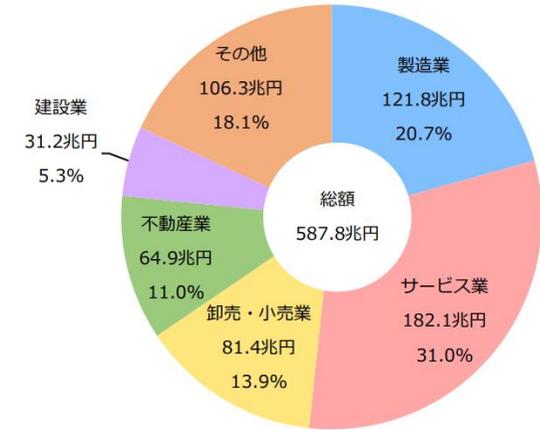
「モノづくり大国 日本」が失われつつある

製造業は、「モノづくり大国日本」と称されるようにいつでも日本経済を支える重要な基幹産業ですが、ジャパングオリティが世界から評価される時代は終焉を迎えつつあるかもしれません。

製造業に従事する若手労働者数は年々減少していることに加え、物価上昇や人件費高騰を価格転嫁できず成長軌道に乗れていない企業が増えています。結果として、過去25年間の製造業の売上規模は横ばいのままでした。

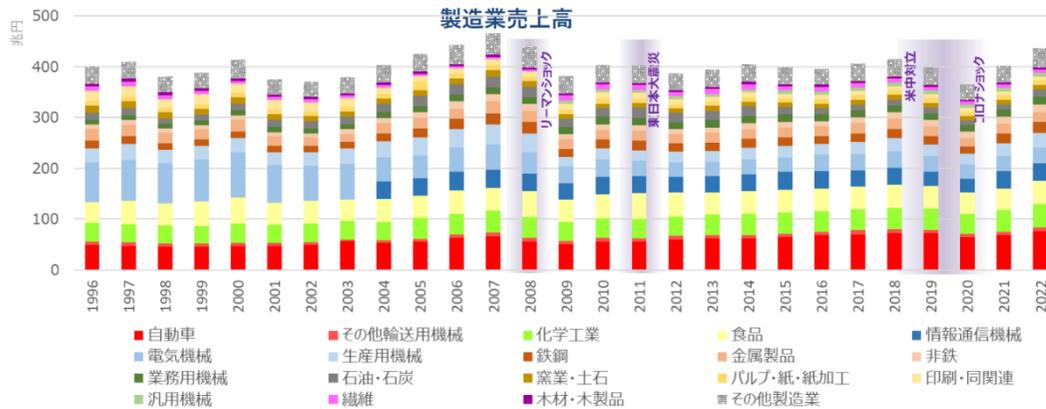
ただし、製造業は国内GDPの約2割を占める一大産業であり、**未来の日本を支えるポテンシャル**を秘めています。いまこそ製造業の全ての企業が **新たな長期成長戦略** を描き、**明るい未来づくり** に取り組んでいきましょう。

業種別GDPの構成比率
(製造業は全体の約2割)



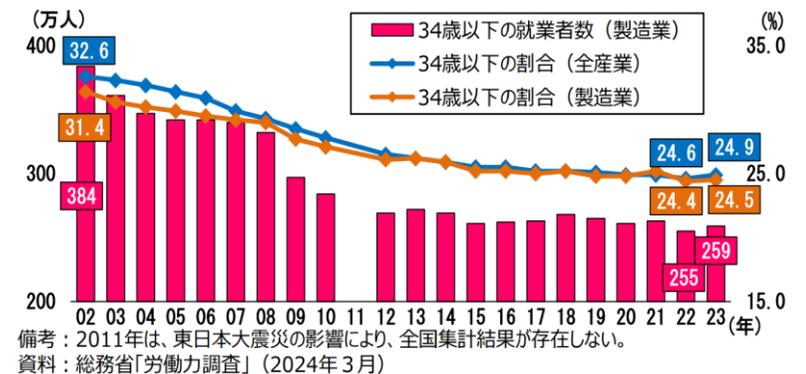
出典元: 経済産業省「ものづくり白書2025版」

製造業における売上高
(製造業界の売上推移は横ばい)



出典元: 製造産業局「製造業を巡る現状と課題」

製造業における若手人材の就業率
(過去20年で約30%減)



備考: 2011年は、東日本大震災の影響により、全国集計結果が存在しない。
資料: 総務省「労働力調査」(2024年3月)

出典元: 経済産業省「ものづくり白書2024版」

製造業界の課題と成功例

Problem and Success case

製造業の抱える課題

CASE

1



人手不足と高齢化

現場人員の高齢化が進み、人材採用も競争が激化。熟練人材の技能承継を推進する必要性も高まり、中長期的な生産効率・品質低下のリスクが存在する。

CASE

2



顧客開拓・市場開拓

独自の技術力を活かしてきた歴史があるが、特定業種・特定企業を攻略してきた依存度が高く、新たな顧客・市場開拓が推進せず事業構造を変革できない状態が続いている。

CASE

3



多様化する顧客ニーズへの対応

多品種少量生産、パーソナライズ化/カスタマイズ製品需要の拡大、高付加価値製品への顧客ニーズの変化に柔軟に対応する必要性が発生。大量生産大量消費構造からの脱却が求められる。

成長企業の取り組み事例

CASE

1



「技能の見える化」による育成システム構築

技能を体系化してマニュアル化。技能伝承のための教育体制を整備し、若手人材が段階的にスキル習得可能な仕組みを構築。熟練人材が現場指導を行いながら、技能の継続的な改善・承継を推進。

CASE

2



既存技術の応用による新市場進出

既存の独自技術を異業種や新市場に応用することで、顧客層を拡大。次世代産業等の市場ニーズを調査し、技術の適応性を検証することで、新たな収益源を確保。異業種展示会や業界ネットワークを活用して潜在顧客を開拓。

CASE

3



高付加価値製品へのシフトとブランド戦略

大量生産から脱却し、付加価値の高い製品を開発。独自技術を活かした高精度部品や耐久性の高い製品等の付加価値を創出。製品の品質や性能を強調したブランド戦略を展開し、価格競争から価値競争へ転換。顧客の「品質重視」のニーズに応えることで、収益性を向上。

製造未来モデル研究会のテーマ

Theme

未来に向けた6つの成長戦略モデルを研究する

製造業の優秀企業には、それぞれの成長パターンがあります。

長年の業界研究と1,500社以上の支援実績から、業界特有の成長戦略として6つのパターンに整理できるとわかりました。

様々な製造企業の成長戦略モデルを研究し、自社の未来に最適な戦略を描きましょう。



製造未来モデル研究会 6つの成長戦略モデル

Six growth strategy models

各回のゲスト企業による講義や視察から、未来に向けた6つの成長戦略モデルを研究しましょう。



ファクトリーモデル

工場の運営、設備投資、労働力の最適化など製造業における技術力を高め効率的な生産プロセスを設計・管理することで競争力を高めるモデル。



事業・バリューチェーンモデル

価値を創造し、提供し、収益を得るためにバリューチェーンを拡大し、各段階での付加価値を最大化するモデル。



組織・経営人材モデル

組織構造や人材の配置、育成、評価を設計しリーダーシップを発揮するケイパビリティを強みとする人材戦略モデル。



高収益モデル

企業がどのように収益を得るか、利益率を向上させるか、そのために何に投資するかを戦略的に設計することでマネタイズポイントを明確にするモデル。



開発型モデル

製品やサービスの開発プロセスを設計・管理しイノベーションや市場ニーズに応じた積極的な開発を行い強みとするモデル。



ブランディングモデル

企業のアイデンティティや市場でのポジショニングを強化するためにブランド価値を構築し訴求するモデル。

製造未来モデル研究会 最終アウトプット

Output

全6回を通して、自社独自の成長戦略を構築する

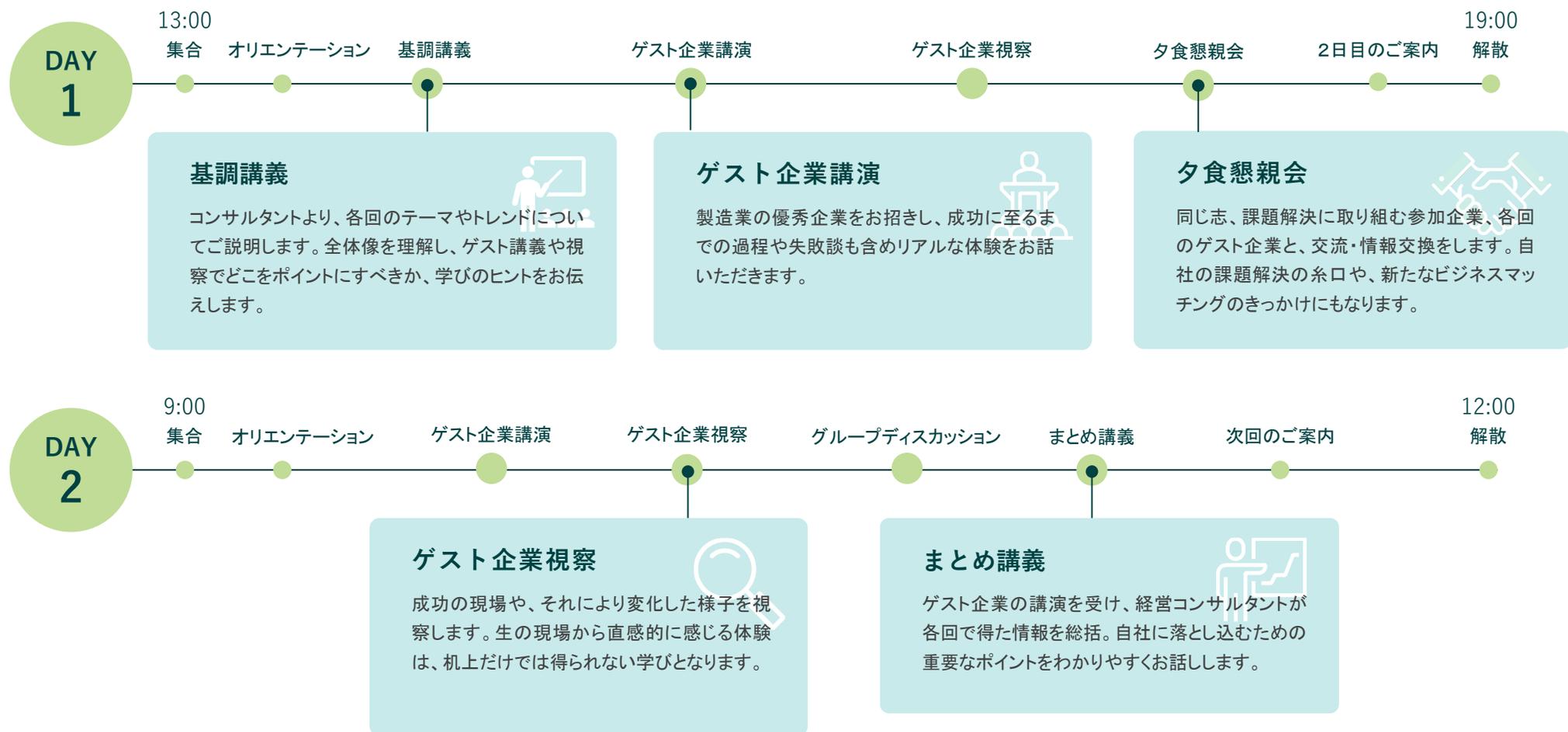
最終成果として、自社の強みを整理し活かすことを前提に
製造業の成功のポイントおよびNewMarket・NewTechnologyの動向から
自社独自の成長戦略を構築していただきます。

1. 成長戦略の元となる自社の強みを整理する
2. 6つの成長モデルで自社の向かうべき方向性を明確にする
3. チャンスとなりうる未来の動向を理解する
4. 自社オリジナルの未来モデルを構築する

企業名 [] 氏名 []		製造未来モデル戦略構築フォーマット			
自社の強み	Technology: 得意技術	ファクトリーモデル	チャンスとなりうるNew Market	自社オリジナルの未来モデル	
	Market: 顧客・市場	事業・バリューチェーンモデル		未来モデル実現に向けた3つの視点	
	Man: 人材・組織	組織・経営人材モデル		①	
	Money: 収益・財務・投資	収益モデル	チャンスとなりうるNew Technology	②	
	Management: 経営システム、仕組み	開業型モデル		③	
		ブランディングモデル			

製造未来モデル研究会 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。

製造未来モデル研究会 学びのサイクル

Learning Cycle



製造未来モデル研究会 ゲスト企業候補

Guest Candidate

独自の成長戦略をもつ優秀企業が登壇

01 共創による新市場参入を実現した企業

強みである技術力を活かし、自社だけでは開拓が困難であった新市場参入を実現した企業を視察。共創による技術の新たな価値を再発見し、高収益なビジネスモデルを確立した戦略設計と共創手段について学ぶ。

02 スマートファクトリー化による生産性向上を実現した企業

製造現場の様々な課題に対して、効率化・最適化を推進している企業の現場を視察。中長期的な視点でのDX実装や設備投資等を推進し、コアの技術力を活かした成長を続けている工場運営手法を学ぶ。

03 エンゲージメント経営を取り入れた企業

組織・人材モデルの必須キーワードが「エンゲージメント」。働きやすさと働きがいと両立させ、一人ひとりが顧客価値の最大化を体現する企業を視察。エンゲージメントを軸に組織・人材モデルをブレイクスルーする手法を学ぶ。

04 データ活用による開発プロセス改善を推進している企業

競争力のある製品・サービスを開発するには、市場ニーズを的確かつタイムリーに把握し、開発に活かすことが重要となる。データを取り入れた開発体制の実現手法や効果について学び、自社への実装方法を具体化する。

05 マネタイズポイントを明確化し高収益性を実現している企業

自社の強み・ポジショニングを明確に捉え、マネタイズする領域を明確化し、戦略的に投資を継続している企業を視察。環境変化に対応しつつも、明確な価値判断基準を持ち、高収益性を維持している企業のビジネスモデルを学ぶ。

06 ブランドアイデンティティを取り入れた企業

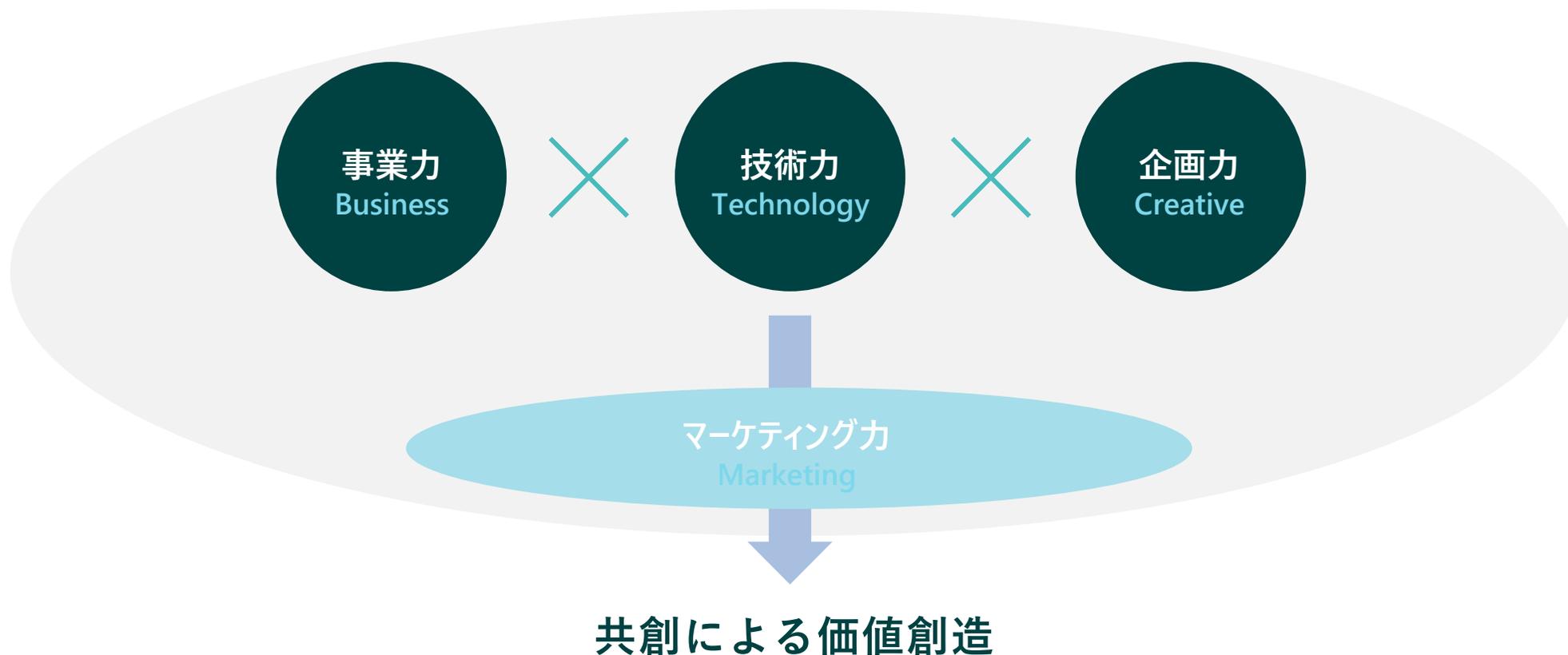
ブランディングモデルは企業・サービスの価値を磨き、顧客に正しく魅せるかが大切。自社の価値を言語化し、ファンづくりに成功している企業を視察することで、製造業における独自ブランドの確立手法を学ぶ。

製造未来モデル研究会 展開イメージ

Business Matching

ゲスト企業や参加企業との繋がりで、新たなビジネスマッチングを実現

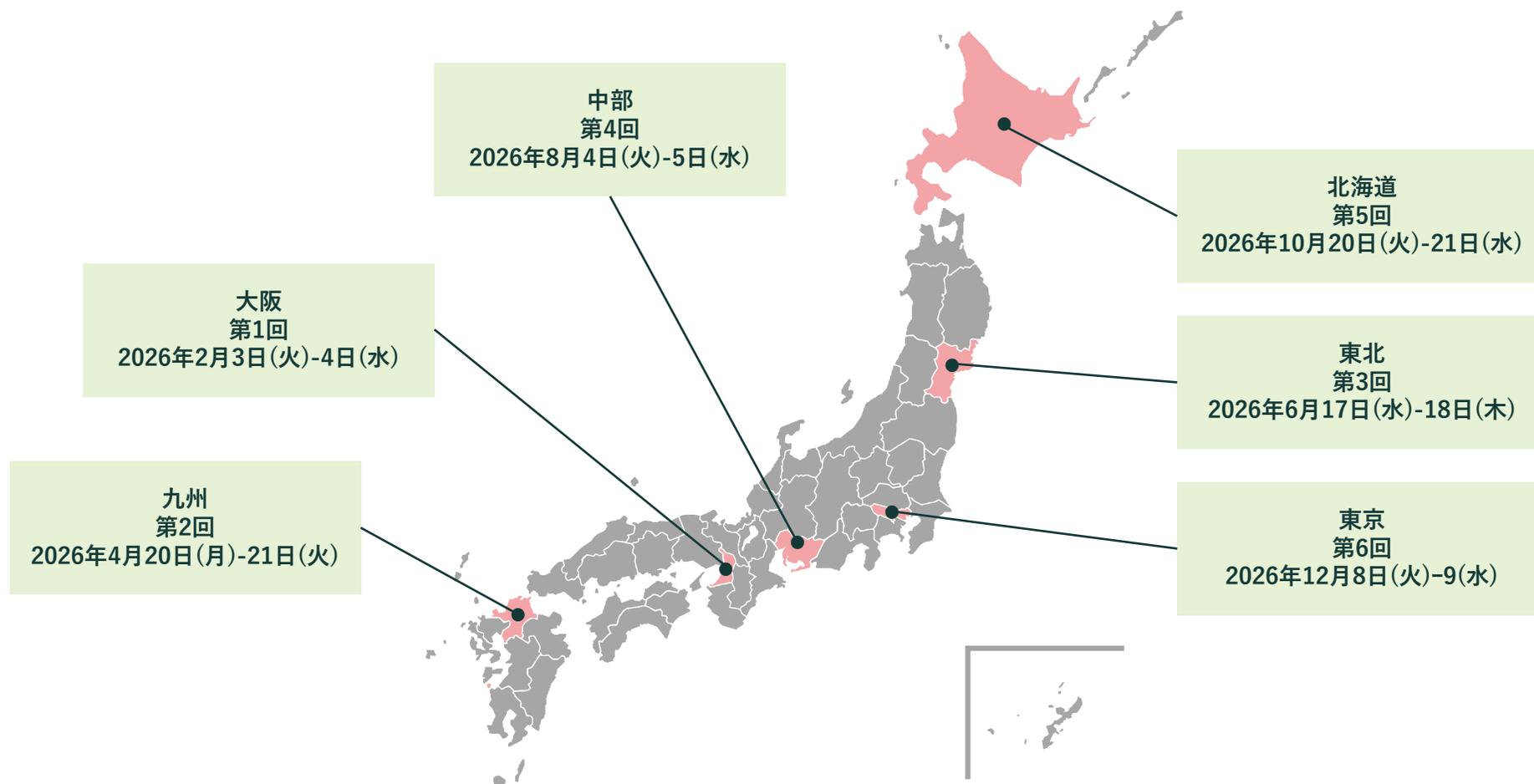
自社の得意領域を活かし、不足要素を補う関係性を構築することで新たな価値創造を促進する



製造未来モデル研究会 開催日程と場所

Event dates and places

全国の企業から先進事例を学ぶ



製造未来モデル研究会 リーダー紹介

Leader Introduction

製造未来モデル研究会リーダー 巻野 隆宏

モデルとなる製造企業には、いくつかの成長パターンがあります。

その成長パターンを知り、整理することで勝つための戦略が見えてきます。

“成長パターンの研究を通して自社がとるべき戦略を明確化する”ことが当研究会の目的です。

6つの成長戦略モデルごとの優良企業から学び、自社独自の成長戦略である製造未来モデルを構築しましょう。

Profile

専門分野は事業戦略の立案をはじめ開発・マーケティングなど多岐にわたる。企業の持続的な変化と成長のサポートに取り組み、志ある企業・経営者のパートナーとして活躍中。「高い生産性と存在価値の構築」を信条とし、明快なロジックと実践的なコンサルティングを展開。製造業、建設業を中心に中・長期ビジョン構築において事業の選択と集中で高収益ビジネスモデルへの変革を数多く手掛けてきた。

こんな方はぜひ
ご参加ください

- ✓ 自社の成長戦略を描くにあたって他社の成功事例から学びたい
- ✓ 同じ志を持った製造業の企業と共創ネットワークを構築したい
- ✓ 中長期ビジョン実現のための具体策を明確に構築したい



製造未来モデル研究会 開催日程と申し込み要項

Event dates and application requirements

開催日時

第1回	2026年	2月 3日 (火) ・ 2月 4日 (水)
第2回	2026年	4月 20日 (月) ・ 4月 21日 (火)
第3回	2026年	6月 17日 (水) ・ 6月 18日 (木)
第4回	2026年	8月 4日 (火) ・ 8月 5日 (水)
第5回	2026年	10月 20日 (火) ・ 10月 21日 (水)
第6回	2026年	12月 8日 (火) ・ 12月 9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。

FCC FORUM
ファーストコールカンパニーフォーラム

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
視聴アカウント付き！

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 製造業の経営者・経営幹部など

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 製造未来モデル研究会

| 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。