

顧客創造モデル研究会

テーマ

自社・時代に合った顧客創造スタイルを描く

POINT
01

学びをその場で自社に
落とし込めるコンサルタンの
手厚いサポート

POINT
02

勉強熱心な経営者、経営幹部
との出会い

POINT
03

参加者に寄り添った運営による
高い満足度

顧客創造モデル研究会 テーマ設定の背景

Background

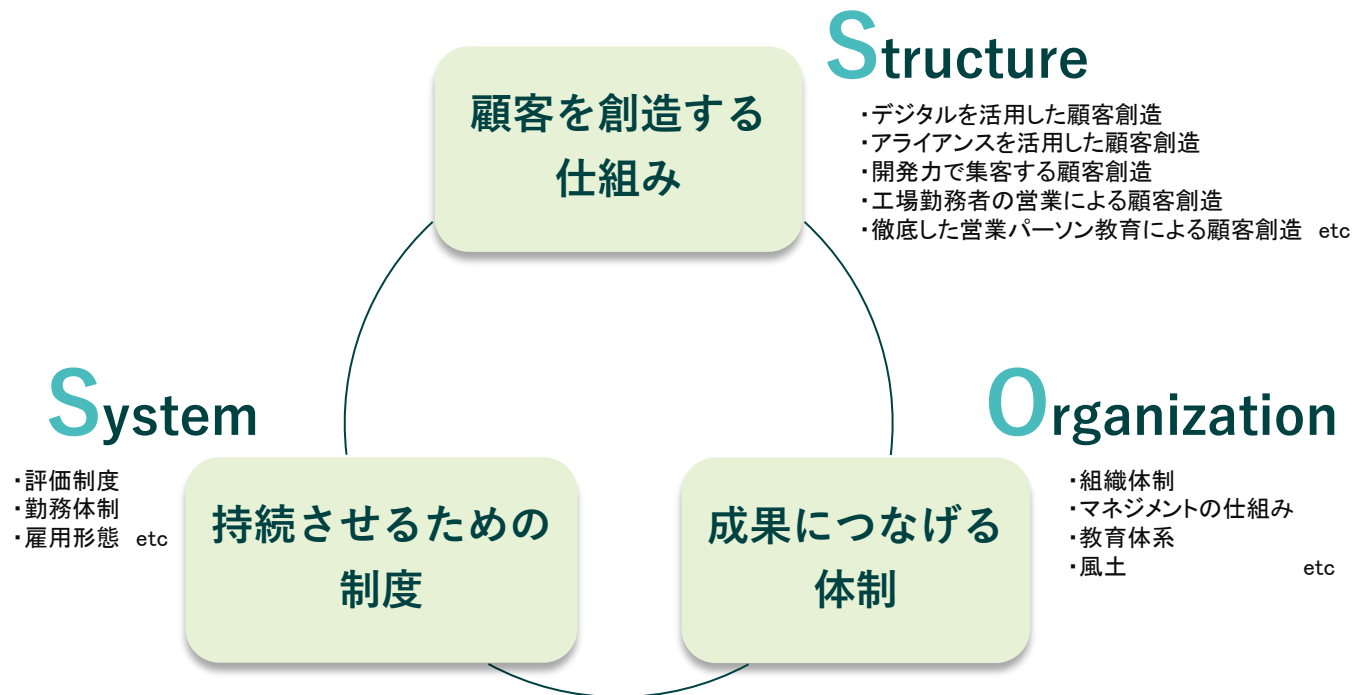
今こそ時代に合った顧客創造モデルを構築しよう

デフレからインフレへの転換や関税の変動等の様々な外的要因による市場の変化、顧客ニーズの多様化など、早く大きく環境が変化する昨今、変化に対応できなければ顧客が離れていき業績の低迷を招きます。

このような環境変化に対応していくためには、顧客創造の形も従来の形から大きく変革させていく必要があります。

営業パーソン任せの行き当たりばったりの顧客創造から、自社独自の哲学としての顧客創造モデルを構築するためにも、全国の優良企業の顧客創造に対する哲学、取り組みを学びます。

顧客創造を実現するモデル

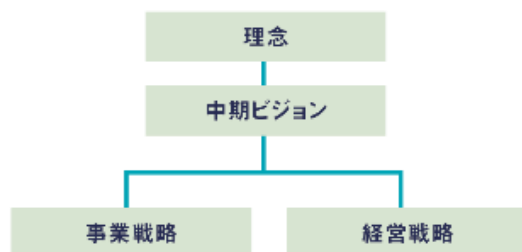


顧客創造の課題とこれからの形

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。



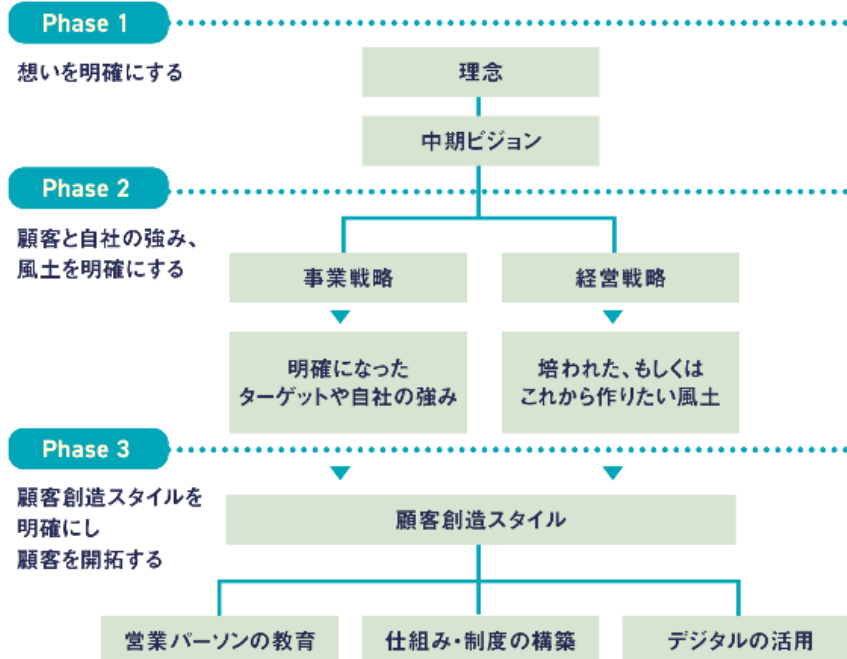
経営陣が考えるのはここまで

顧客創造は全て営業パーソンが考え、独自に動く

※この形ではすべてを営業パーソン任せになっており、顧客創造は限定的

これからの顧客創造の考え方

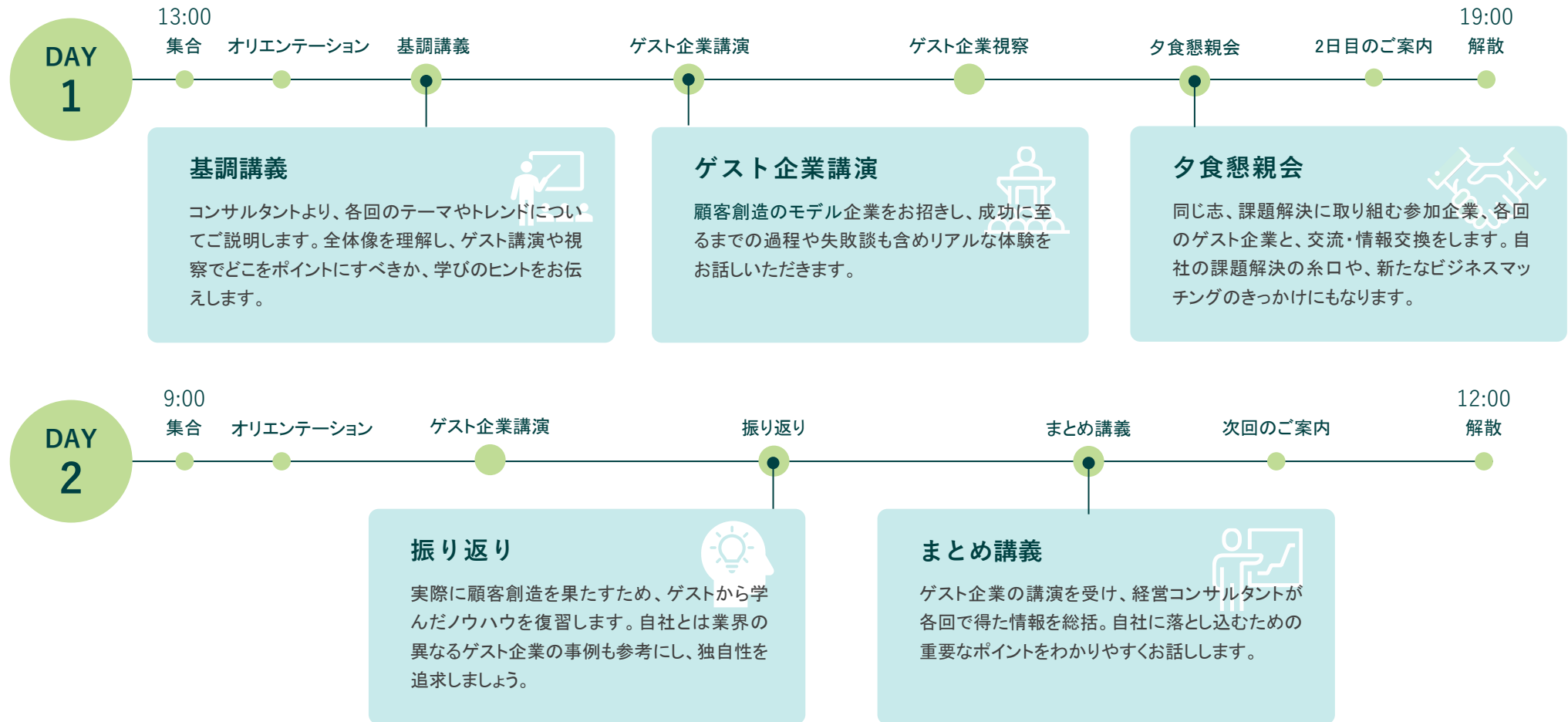
策定した戦略を実現させるためには、経営陣が顧客創造モデルを実行・継続可能なかたちまで描き切る必要があります。営業部はあくまで実行に移すのみの役割となることが理想です。



Phase1～3を経営陣が一気通貫で構築することが重要

顧客創造モデル研究会 当日のスケジュール

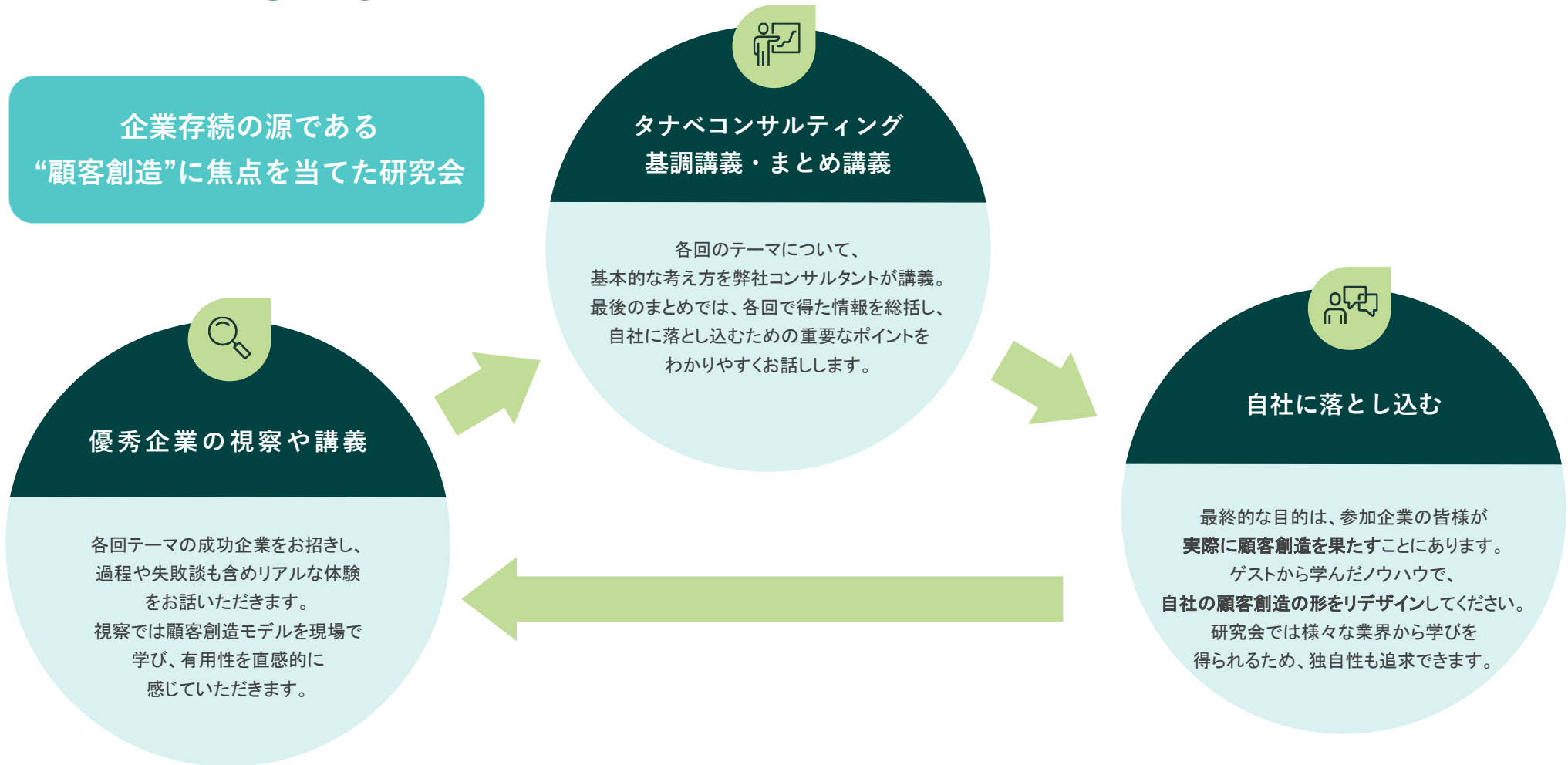
Schedule



※ 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 第1期 視察・ご登壇先

Past Company Inspection



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



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

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



SANWA

三和建設株式会社

代表取締役社長 森本 尚孝 氏



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



福田刃物工業株式会社

代表取締役社長 福田 克則 氏



株式会社ヤッホーブルーイング

よなよなピースラボ Unit Director 佐藤 潤 氏



株式会社 ズクトチエ

代表取締役 和田 寛 氏

顧客創造モデル研究会 第2期 過去視察・ご登壇先

Past Company Inspection

第1回 東京 2026年2月19日（木）

RICOH

リコージャパン株式会社

デジタルサービス営業本部 マーケティングセンター 小只 美菜子 氏

1. 経営トップの決断と「現場の困り事」の両輪が、変革を動かす
2. 「課題解決型」への転換が、案件単価1.8倍の価値を生む
3. AIが「個の知見」を「組織の力」に変え次世代の顧客創造を拓く

第2回 東京 2026年4月21日（火）

株式会社りらいぶ

代表取締役 佐々木 貴史 氏

第1回 東京 2026年2月20日（金）

SHIFT AI

Shift to AI era.

株式会社 SHIFT AI

共同創業者 石井 雄介 氏

第2回 東京 2026年4月22日（水）

MiSUMi

株式会社ミスミ

モデリング事業グループ ID企業体 執行役員 柳沢 将人 氏

1. 社会課題を起点に「時間価値」を再定義し事業の大義へ昇華する
2. 顧客側の革新と生産側の革新を同時実現することで、新たな価値を生む
3. 価値創造を実現するのは、Why・Who・Howを揃えた組織づくり

顧客創造モデル研究会 第2期 過去視察・ご登壇先

Past Company Inspection

第3回 岩手 2026年6月23日（火）



株式会社小友木材店

代表取締役CEO 小友 康広 氏

1. 危機感を起点に、競争軸を変えるブランド再設計
2. 偶然を必然に変える実験と投資の規律
3. 「任せ、頼り、支援する」組織運営でファンを増やす

第4回 大阪 2026年9月8日（火）

TOMORROWGATE

トウモロゲート株式会社

代表取締役 最高経営責任者 西崎 康平 氏

第3回 岩手 2026年6月24日（水）



和同産業株式会社

代表取締役社長 三國 卓郎 氏

第4回 大阪 2026年9月9日（水）



JR西日本SC開発株式会社

執行役員 カンパニー統括本部 副本部長 兼 経営戦略部 部長 舟本 恵 氏

1. 「立地」を起点に稼げる事業領域を広げる
2. 顧客起点でテナントとのマッチングを実現
3. データを蓄積し「知的資産」を事業化する

顧客創造モデル研究会 参加者の声

User's VOICE



想像を超える講義内容で、
経営者として
自分に足りないものが見えました

明和工業株式会社
代表取締役社長 土本 謙吾 様

研究会には毎年数人の社員が参加しており、参加した社員は、会社の数字に興味を持ったり、私にも意見をくれるようになったり、経営者視点が養われていると感じます。

毎回学びや気付きを持ち帰ってくる社員の成長には目を見張るものがありますね。

私自身も、他の参加者と話すことで刺激を受け、ビジネスのアイデアが膨らみました。本研究会の開催 1 回目を終えたいま、経営者として自分に足りないものが見えたので、自社に戻ったら何から取り組もうか考えを巡らせています。



未来を見据えた顧客創造を学び、
自社に取り入れたい

株式会社加藤機業場
専務取締役 加藤 佳樹 様

当社は創業 95 年の老舗織物製造会社です。3 年前、大企業の受託業務から自社販売にかじを切りました。現在はまだ経営が成り立っていますが、10 年、20 年先を見据えたときに、自社で顧客を創造・開拓するための戦略や戦術を学んでいく必要があると感じ、顧客創造モデル研究会に参加しました。業種や立場が異なる参加者とのコミュニケーションから、思いがけないニーズを見つけられるのではないかと期待しています。

第 1 回目ゲストのオープンハウス様では、「お客さま第一」「スピード重視」「一気通貫のサービス」が強みだと感じました。お客さまが抱える本質的課題を起点とした差別化を目指し、また、それを社員と共にやり抜くことのできる環境を整備して、新たな顧客創造につなげていきたいです。

顧客創造モデル研究会 参加者の声

User's VOICE



ゲスト企業からの学びや
経営者同士の交流が
経営に大事なことを教えてくれました

中橋システム株式会社
代表取締役社長 中橋 佑実子 様

第1回でゲスト企業の強い文化に触れ、第2回では人づくりのお話を聞き、経営理念を経営の中心に置く重要性を改めて認識しました。

これまで経営理念について社員へ語ることに遠慮がありましたが、研究会に参加したことで、積極的に理念浸透へ働きかけることを決意。月初の朝礼で、理念が誕生した経緯や意味を共有し、毎日社員に唱和してもらうことで定着を図っています。

今年はさらに発展させ、自社の経営理念について深く考えてもらう研修を行う予定です。研究会での学びや、同じ悩みを持つ経営者との交流が、取り組みを後押ししてくれました。



お客さまづくりの新しい発見を得ることができました

株式会社ビジラボ
代表取締役 坂中 匠太朗 様

「顧客創造」を最初は小難しい概念だと捉えていましたが、顧客創造モデル研究会で学ぶうちに、それが「お客さまづくり」と「ブランディング」の具体的な取り組みだと腹落ちしました。

自社で経営している商店の主なお客さまは50～70歳代ですが、同じ年代でも特性・ニーズは時代とともに変化します。例えば20年前の60歳代はスマホもPCも使えませんでした。今は違います。ターゲットが同じでも、アプローチは常にアップデートしていく必要があると研究会に参加して気づかされました。

ゲスト講師が懇親会に参加されることが多く、講義以外で直接交流できる場が持てるところも魅力です。

顧客創造モデル研究会 参加者の声

User's VOICE

第1～2期企画の満足度：97.9%

※第2期第4回までの開催後アンケートで「非常に満足」「満足」と回答いただいた割合

建設業
(執行役員)自社の文化では考えられなかった
取り組みに気づけた。

ゲスト講義を受けて、当社では失敗や事故に対する原因追及の習慣が根付いていますが、営業の現場においては失敗よりも成功の原理・メカニズムを追求・解明し勝ちパターンを社内に広げ再現性を高めていく取り組みが必要だと感じました。社内の仕組みの見直しに着手したいと思います。

卸売業
(主任)基調講義のおかげで
キーとなる点を意識して参加できた。

基調講演は非常にコンパクトで、前回参加していなかった私でも、今回はこういうところが”キー”となるという点がハッキリとわかりました。2日間の開催の中で、当社の独自性って何だろう？と常に考えながら参加できてよかったです。

情報通信業
(代表取締役社長)時間をかけて社員に向き合うことが
ブランド認知へ繋がると知った。

効率化すべきこと(単純作業)は効率化する。時間をかけるべきこと(ブランドを社内外に知られる場を作る)は時間をかけて遠回りしてでも取り組む。そこに向き合っコソコソと取り組まれてきたゲストのお話を聞き、感銘を受けました。当社でも自社のブランドを社員が語れるように、まずは社員に伝える場を作ることを長期的に取り組んでいきます。

製造業
(代表取締役副社長)顧客を理解し、意味のある営業活動を
徹底したいと感じた。

時代や業界を理由に売り上げの浮き沈みを容認するのではなく、顧客・エンドユーザーを理解し、視点を変え、課題の源流を探ることが大切と学びました。意味・理由のある営業活動を自社内で実践すると同時に、各営業担当がそれを徹底できる環境を構築していきたいと思っています。

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』を持ってい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

- ✓ 成長が止まっている企業
- ✓ 新規顧客開拓が止まっている企業
- ✓ 業績が一部の営業に依存している企業



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	2027年	02月 08日 (月)	・	02月 09日 (火)
第2回	2027年	04月 20日 (火)	・	04月 21日 (水)
第3回	2027年	06月 08日 (火)	・	06月 09日 (水)
第4回	2027年	09月 02日 (木)	・	09月 03日 (金)
第5回	2027年	10月 12日 (火)	・	10月 13日 (水)
第6回	2027年	12月 21日 (火)	・	12月 22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FCC SUMMIT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、建設業、運送業の経営者・経営幹部など

定員 30名様

会費 お1人様(全6回通し)

561,000円(税込)

1名様追加料金(同一企業様) 1回/77,000円(税込) 全6回通し/495,000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。