

第12回 未来ウェブ経営セミナー

儲かる会社にしようじゃないか！
小さな会社で大きく稼ぐ！
目からウロコのビジネスモデル

2021年4月8日

未来事業株式会社

ビジネスモデルのバージョンアップ

中小企業を全く新しい場所に持っていくような根本的な変化

常務取締役 松本 長久

登壇者プロフィール

松本 長久

未来事業株式会社 常務取締役

早稲田大学政治経済学部経済学科卒業

メガバンク勤務並びに一部上場企業財務責任者を経て

2011年現在の事務所に入社

10年近いコンサルタント業務において幅広い業種・業態の指導を実施してきた。

赤字から黒字へ、リファイナンスの実施により経営の正常化、さらには成長戦略により企業価値を上げることに貢献してきている。

経営塾（経営セミナー）の講師として様々なテーマを紹介している。



起業家のバイブル 「はじめの一步を踏み出そう」

マイケルEガーバーは次のように言っています

現状を維持する為にわずかばかりの変化を加えるだけではなく、
会社を全く新しい場所に持っていくような根本的な変化が必要と
される

中小企業にとって必要な「論語と算盤」 正しい理念と儲ける手段

素晴らしい理念があるものの、ビジネスが伸び悩んでいる場合
儲ける手段が弱いといえます。

- 稼げる市場を対象にしているか
- 生産性が高いビジネスモデルになっているか
- 競合他社との差別化はあるか
- 利益率は業界水準より高いか
- コストを下げる工夫があるか

ビジネスモデルの4つの要素

1. 顧客はだれか(WHO)
2. 何の価値を提供するのか(WHAT)
3. どうやってその価値を生み出し、提供するのか(HOW)
4. なぜ利益が出るのか(WHY)

中小企業でも検討出来る ビジネスモデルの定番6パターン

1. 販売モデル
2. 小売モデル
3. 広告モデル
4. サブスクリプションモデル
5. フリーミアムモデル
6. マッチングモデル

良いビジネスモデルの3つの条件

1. 継続性

儲けのしくみが出来ていて、連続的に収益を上げることが出来る

2. 模倣困難性

オリジナリティがあり、その会社だからできるビジネス

3. 最大化された提供価値

とびぬけた商品を開発することより、様々な要素と組み合わせて「顧客の体験」を設計すること

中小企業でも是非参考にしたい Amazonのビジネスモデルバージョンアップ

1. もともと書籍の販売からスタート

2. プラットフォームビジネス（EC通販サイト）
売上の58%を占めるが利益率は低い

3. AWS (Amazon web Services)

大量のデータを保管するストレージと大量の情報をやりとりする
サーバを貸し出すサービス（売上8%、営業利益52%）

Amazon ビジネスモデル

1. Amazonプライム(会員制度の導入)
2. サブスクリプションビジネス
3. ロイヤリティビジネス

⇒「Amazonは利益を出さない」

成長モデルで得た利益を「将来への投資」
再成長モデルにつき込んでいる

中小企業の思い切った事業再構築を支援

新分野展開や事業転換

1. 任意の三か月の合計売上が
10%以上減少

2. 事業再構築に取り組む企業

3. 補助事業終了後3年から5年
付加価値年率平均3%以上
増加

中小企業の補助通常枠

補助額 100万円から6千万円

補助率 三分の二

未来事業のお手伝い

一年で儲かる会社にしようじゃないか！

～コロナなんてクソくらえ～

1. 未来事業って何をする会社？

中小企業を一年で儲かる会社に生まれ変わらせる会社

- ・ 中小企業の2/3には赤字決算（国税庁資料）
- ・ コロナで資金が回らない
- ・ 多額の借金を返済できない

⇒窮境状態脱出し**健全経営**に導く会社

社長と会社の将来を語り、**社長の夢を実現**させる会社

- ・ もっと会社を成長させたい
- ・ 新しいビジネスモデルに挑戦したい
- ・ ハッピーリタイアできるよう企業価値を上げたい

⇒将来に向けて**成長経営**に変身させる会社

2. 未来事業の経営支援内容とコミット

1) 収益力の改善支援コミット

- ・ 一年で赤字を黒字に
- ・ 売上を1.2倍に増加

2) 成長力の促進支援

- ・ 儲かるビジネスモデルに変革

3) 金融対策・資金繰り支援・資本対策

- ・ 金融機関からの支援体制構築
- ・ 借入に頼らない資本投入の実施

4) 事業再編・事業承継支援

- ・ M&A、事業提携による業容拡大
- ・ ハッピーリタイアできる事業承継

5) 人財育成支援

- ・ 経営幹部、後継者の育成
- ・ 人財導入戦略策定と人財紹介

3. どこが未来流なの？

中小企業に役立つコンサルタント会社の見分け方
(病院に例えると)

①総合病院・大学附属病院

〇〇総研、××コンサルティングファーム・・・
大企業が対象（中小企業のコンサルティングはできない）
フィーが数千万円以上

②クリニック

△△会計事務所 □□経営コンサルタント事務所・・・
経営分析のみでほぼ終わる。具体的な改革指導はできない
企業経営の経験がないため十分な指導は難しい

③専門病院（癌専門 透析専門・・・）

未来事業が典型的な中小企業再生・成長指導のための専門病院
中小企業の実経営が豊富で具体的実践的に指導・支援で成果がでる



4. これまでどんな実績があるの？

40年以上の経験

中小企業再生・成長指導の草分け的存在

これまでに1,100社を超える指導実績

ハンズオンの指導としては、わが国最多の再生実績
1年・2年で再生した企業：約750社

多くの独特な再生手法の開発

- ・ 未来収益予測法
- ・ 経営力評価法
- ・ 経営改革推進スパイラルエンジン 他多数

* いずれも著作権所有

まずは気軽にZoomで経営相談しましょう！

<http://www.mirai-j.co.jp/keieisoudan.htm>

または、ヤフーで 未来事業経営相談

- 自社の**経営診断**をしてほしい
わが社の**経営力と課題**がわかります
- 赤字なのでもっと**収益力**をつけたい
- **売上**をもっと**増やしたい**
- 成長する**ビジネスモデル**に変革したい
- **事業承継**したい・成長につながる**M&A**をしたい
- **資金調達**をしたい



儲かる会社にしようじゃないか！

事例に学ぶビジネスの壁の破り方

代表取締役 **吉岡 憲章**
経営学博士(Ph.D.) MBA

<登壇者>

吉岡 憲章

未来事業株式会社 代表取締役 経営プロデューサー 経営学博士（Ph. D.）MBA
早稲田大学第一理工学部卒業 多摩大学院博士後期課程修了。日本経営学会員、
日本ドラッカー学会員。日本ビクター勤務を経て、経営コンサルタント会社を創業。
さらに経営を実体するために電子機器製造・販売業ほか13社を創業・経営を併行。



下請けからメーカーまで、工場から居酒屋まで、さらには起業から上場、倒産から再建と経営のあらゆる局面において陣頭に立ち指揮を取り続けてきた経験を持つオンリーワンの経営コンサルタント。

自らの経験に裏付けされた独特の改革手法により、1,100社余の中小企業の経営改革・成長を実践的指導・支援を行い、数多くの企業を“1年間で赤字脱却・健全経営”へと導びき「常識破りの経営コンサルタント」と称されている。

著書に『定年博士』（きずな出版）、『会社が赤字とわかったとき読む本』（PHP）、『社長の器』（PHP）、『一年で儲かる会社にしようじゃないか』（日本実業出版社）、『潰れない会社にするための12講座』（中公ラクレ）、『勝ち抜くための経費削減』（朝日新聞社）、『小さな会社が成功する法』（廣済堂出版）、他多数。さらに、経済専門誌にも多くの執筆や、経営者、金融マン、税理士、コンサルタントなど専門家を対象に講演・セミナーを行っている。

1. ビジネスモデル変革の壁

1) “ビジネスモデル” って何？

事業で収益を上げるための仕組み。事業として何を行ない、ターゲットは誰で、どのようにして利益を上げるのか、という「儲け」を生み出すための具体的なシステムのこと



「どうすれば会社がうまくいくかを語る筋書き」

「いかにして長期的に利益を上げるかの計画」



「儲けるための仕組み」



2) 経営者のビジネスモデルに対する壁

- (1) 今までの成功モデルから脱却できない
- (2) 既存事業により短期業績に注力しすぎている
- (3) 経営者の目が内向きで顧客やマーケットや取引先に向いていない
- (4) はなから「うちなんてビジネスモデルを変えることなんてムリムリ」



2. ビジネスモデルのタイプ（型）

1) フロー型とストック型ビジネス



フロー型ビジネス

「一度商品やサービスを売ってしまえばそこで終わってしまうビジネスのこと」
必要な時に必要な商品やサービスを提供し、一度売れば大きな収益となる
事業例

飲食店 コンビニエンスストア 小売店 請負型IT企業 建設業



ストック型ビジネス

「仕組みやインフラを作ることによって、継続的に収益が入るビジネスモデルのこと」
事業例

定期購入型（新聞・雑誌） 教室型（学習塾 英会話教室 スポーツジム）

サービス型（弁護士・税理士） 賃貸型（アパート マンション シェアオフィス）

2) 受注型ビジネスと造注型ビジネス

受注型ビジネス

「御用聞き」「待ち」のスタイルでの事業・営業展開
顧客が蛇口をひねるを待っている「蛇口商法」

- ・ 基本的に発注側が価格、日程、数量を抑えている
- ・ 売るモノが寝ている（活用していない）
- ・ いつ注文がくるか分からない
- ・ 顧客が来ないときは売上ゼロ
- ・ 在庫負担は少ない
- ・ 販売経費は小さい

造注型ビジネス

積極的な提案営業の実施

- ・ 計画的・効率的営業活動を通じて顧客に発注動機づけ要す
- ・ 顧客のニーズを確実につかむ
顧客が「売るために、集客のために、会社存続のために」に
自社は「何ができるか」「何をすればよいか」
- ・ 開発や設計を伴う費用が大きくなる
- ・ 販売経費は大きくなる

3. 典型的な受注産業としての限界 事例：印刷業

印刷業 ⇒ 日本標準産業分類では 「製造業」に分類されるが一般の製造業とは大きく異なる特性がある

印刷業の特性：「発注者の自社工場」であるかのような「外注・下請工場」的な完全受注型製造業

- ①そのため、主体的・計画的な製造ができないばかりか、**印刷物の仕様や数量、納期までも発注者の指示**で決まる。
- ②繁忙期に合わせて人員や設備を増強すると、閑散期にはそれらが**余剰**となる。
自社で計画生産や生産調整ができず、**人員や生産設備の効率的配置や運用は難しい。**
- ③DTPやCTPなどによる平準化によって、品質の差や特色が出しづらいため、**価格決定のイニシアチブがより発注者側**に移っている。
- ④Net印刷が急激に台頭して**売価を圧迫**している



従来の受注型製造業から脱皮し、受注を創りだす“**造注型製造業**”への変革が必要
単に待っているだけでは、以前のように“**仕事は向こうからやってこない**”

造注型ビジネスへの転換例として 「ワンストップサービスの推進」

印刷を核として、企画提案、発送、効果の測定、分析に至るまで
フルパッケージで対応する

発注側としても、一括発注により、コスト削減、納期の短縮に加え
マーケティング、サプライチェーンの改善につなげることができる

納品や発送業務の代行では、まず宛名や伝票の印字サービス、顧客
データベースの管理などは第一歩として比較的進めやすい

4. 受注型から造注型へ

事例1 経営の危機からの脱出

第一次 経営改革

緊急対策

金融機関のつなぎ融資拒否



緊急資金対策

- ・支払手形ジャンプ
- ・売掛金一部前倒し要請
- ・消費税、社会保険等の繰延べ支払要請

経営改革戦略計画書策定

会社名	A エンジニアリング
業種	機械設備機器設計製造業
資本金	10百万円
従業員数	17名
メイン銀行	信用金庫
営業形態	下請・受注生産
商圈	地域
年商	250百万円
経常利益	▲6百万円
借入金	220百万円
自己資本	▲48百万円

第一次 経営改革



10百万円
19名
信用金庫
下請・受注生産
地域
320百万円
16百万円
180百万円
▲17百万円

1 経営者の変革

2 収益対策

- ① 個別原価管理
- ② 内製化率のアップ
- ③ 人件費の合理化
- ④ 売価調整

3 金融・資金対策

- ① 経営計画書
資金繰り計画書策定
- ② リスケジュール

第二次 経営改革(成長戦略) 受注型から**造注型ビジネス**へのチェンジ (ジャッキアップ・システムの導入) **(J U S)**

1 商品戦略

- ・自動画像認識検査装置

2 ジャッキアップチーム

- | | |
|--------------|------------|
| ① 機械設計 完成品組立 | A エンジニアリング |
| ② 画像装置、画像ソフト | B社 |
| ③ 国内営業 | C社 |
| ④ 海外営業 | D社 |
| ⑤ 商品デザイン | E社 |
| ⑥ プロデュース | 未来事業 |



造注ビジネスの成果

第二次改革 (JUS)

資本金	10百万円
従業員数	17名
メイン銀行	信用金庫
営業形態	下請・受注生産
商圈	地域
年商	250百万円
経常利益	▲6百万円
借入金	220百万円
自己資本	▲48百万円

10百万円
19名
信用金庫
下請・受注生産
地域
320百万円
16百万円
180百万円
▲17百万円



60百万円
35名
地銀・信金
メーカー(一部下請)
東南アジア 全国
1,290百万円
120百万円
320百万円
180百万円



事例2 部品・ユニットから完成品メーカーを目指して

会社名：特殊電機株式会社

本社：東京都稲城市

創業：1973年2月27日

資本金：2,000万円

従業員：16名

事業内容：小型電子部品、各種電源装置等
の開発設計、製造販売



代表取締役 島倉 秀之 社長

特殊電機の強み

海外からも材料を調達

材料調達は国内、海外と幅広く行なっておりますので、今までに無かったもの、国内では手に入りにくいもの等の製品作りが可能です。

代替相当品のご提案

廃番になった部品や、他社で購入できなくなった製品など出来るだけ近い形で代替相当品をご提案致します。

特殊電機
3つの強み



経験×実績=信頼

創業以来40年以上の実績と経験は、幅広い業界のお客様に信頼され弊社の技術が様々な製品としてお役立てしております。

主力電子部品・電源ユニット（一部）

— セクション巻タイプ



分割巻線により、安定した高い信頼度の小型低背型の高圧トランスが製作可能です。
主にUVランプ、HID、冷・熱陰極管点灯用、静電気発生用、マイナスイオン発生用のトランスとして幅広い採用実績がございます。

— オゾン発生用電源



脱臭、殺菌装置用、電子スクリーン用等のオゾン発生装置です。入力AC・DCタイプ、出力も1KV～20KVと様々な用途別カスタム対応が可能です。また、この電源にタイマー回路を組み合わせ、オゾンの間欠発生、時限発生を可能にしたオプション仕様もございます。

— トロイダル（アモルファス系）



素材はアモルファスリボン、アモルファスダストがございます。
リッツ線や複数本の平行巻線が可能です。
コアの形状も様々そろえております。

— 珪素鋼板素材



カットコア、OIコア、EIコアなどの珪素鋼板素材を使用した商用周波から高周波まで、高調波抑制用、平滑用、力率改善用等のチョークコイル、リアクトルです。

島倉社長の社長の悩みと経営課題

経営を成長軌道に乗せたい
会社の知名度を上げたい

受注に対応するだけで精いっぱい
一日中一生懸命頑張っているがそれで終わりがたくない
受注状況によって生産の波が大きい

もっと付加価値が取れるようにしたい
自分で売価を決めたい
ユーザーと直接触れたい
人材を育てたい



解決の道 下請けから 完成品メーカーへ

コロナ感染拡大長期化

三密（密閉・密接・密集）



生活・業務空間の改善



オゾン発生電源ユニット



小型・軽量オゾン発生器
(TOT-X の開発・製造・販売)

ウイルス除去対策商品をお探しの方に！！



超小型・軽量オゾン発生器

TOT-X^{O₃}

5月より
先行発売開始！



空間除菌
消臭・防カビ

新登場



飲食店や高齢者施設、オフィス内、自宅内など、小型なのであらゆる場所に設置可能。

強・弱切替え可能な2種類の低濃度オゾン発生により、室内の広さで使い分けが出来ます。
さらにファンによりオゾンを拡散させ、隅々までウイルス除去や脱臭をすることが可能です。



お問合せは

TEL:042-378-7490

FAX:042-378-7422

mail: sales@tokusyu-d.co.jp

www.tokusyu-d.co.jp

仕様・定格

製品名 型式	TOT-X O3 (仮)
製品寸法	120×85×25H (mm)
定格入力電圧	DC5V 2A
消費電力	2.5W (強) 2.0W (弱)
オゾン発生量	強: 約9mg/h 弱: 約5mg/h
オゾン濃度	強: 約0.04ppm 弱: 約0.03ppm
カラー	ブラック・ホワイト・ピンク
本体重量	135g

本オン管放電式のため、基本メンテナンスフリー。
面倒なお手入れが要りません。
テーブルやデスクに置いて使用できます。
また、オプション品使用で壁掛けも可能。
容量目安として、強で約10畳まで、弱で6畳まで
(オゾン濃度0.04ppm以下、1台あたり)
電気代は1ヶ月あたり25円以下
(1日12時間使用時 発生量: 強 1kwh=27円)

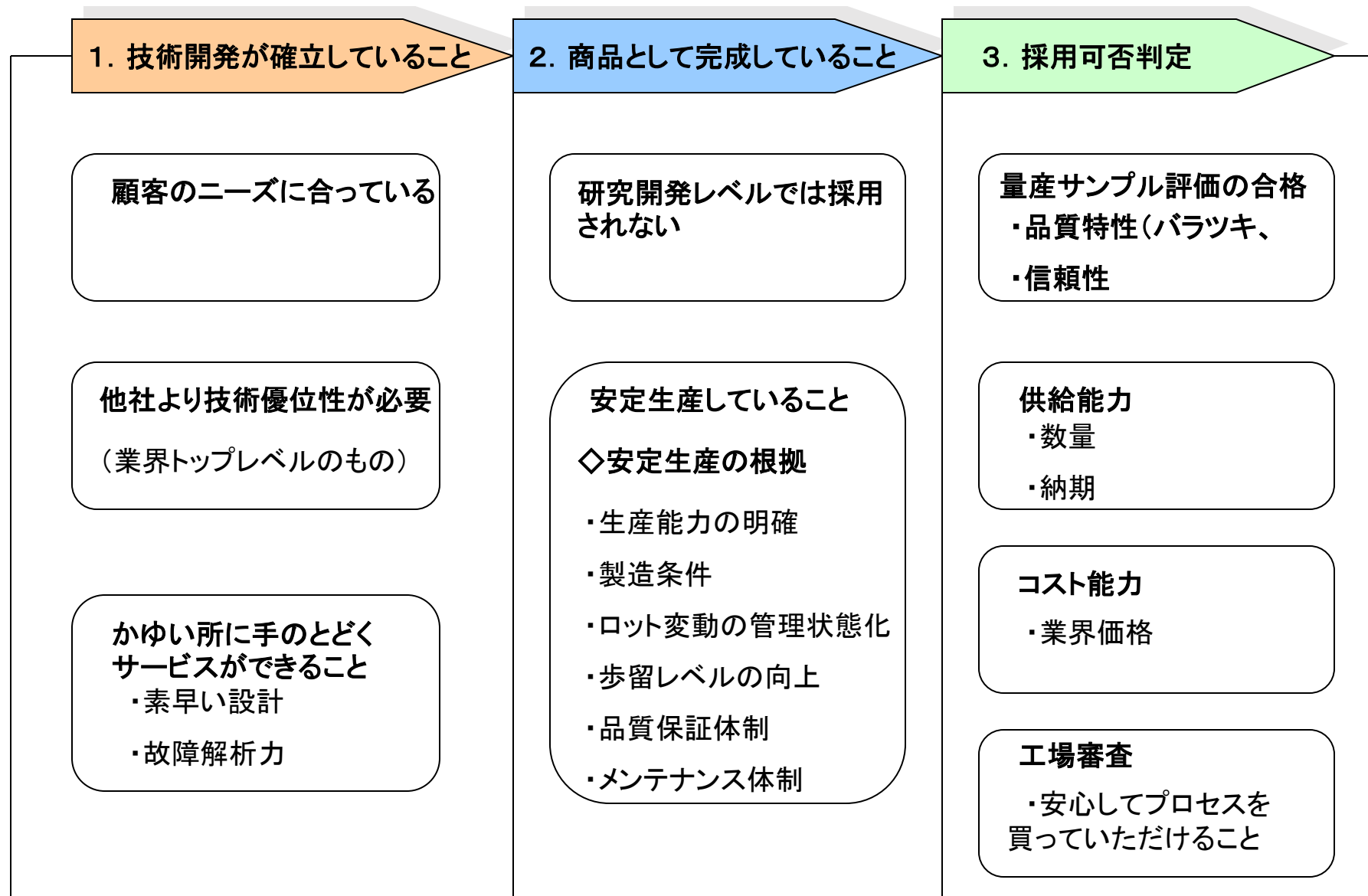
製造販売元

TOKUSYU OZONE

特殊電機株式会社

東京都稲城市東長沼2119-9 〒206-0802

メーカーとして認められるには



T0T-Xの優位性検討

オゾン発生器他社との比較

		特殊電機製	A社	B社	C社
各社の製品					
特徴		重要なオゾン発生量はこのクラス最大9mgを実現した。ネオン管が発生体のため、湿度に強く長時間の使用が可能となった。 (製造元は国内)	オゾン発生プレートの立体型技術による3Dコロナ放電方式により、発生量と濃度が得られる。 (製造元は中国)	振動0 静穏設計が特徴 手のひらサイズで場所を選ばず効果を発揮。 (製造元は中国)	高濃度下での運転を可能にし 耐久性に優れている。 (使用温度 0° C~40° C可能) (製造元は国内)
性能比較	製品寸法	W120×D85×H25mm	W50×D110×H23mm	W120×D40×H80mm	W90×D70×H170mm
	定格電力電圧	DC5V 2A	DC3.5V~5V	DC3.7V~4.7V	専用ACアダプター
	消費電力	2.5W(強) 2.0W(弱)	2.0W	リチウム電池内臓	1.2W
	オゾン発生量	強: 約9mg/h 弱: 約5mg/h	3Dコロナ放電方式(オゾン量微弱)	5mg/h	1mg/2mg/h(強弱2段階切替)
	オゾン濃度	強: 約0.04ppm 弱: 約0.03ppm			
本体重量		135g	100g	175g	265g
評価		◎	△	△	△
使用比較	使用広さ	6畳~12畳	3畳~9畳	6畳	2畳~12畳
	車搭載	可能	可能	可能	不可
	使用の用途	・ネオン管放電のため、基本メンテナンスフリー。面倒なお手入れが不要である。	・レストラン、リビングなどに主に使用されている。気になるニオイ、花粉、ウィルスにも効果がある。	・室内、車内、会議室、下駄箱などプラズマイオンオゾンにより効果を発揮している。	・主に介護などの病院向き ・ネコや犬などの動物の介護にも好評を得ている。
	使用面の特長	・車に搭載することやあらゆる場所に可能			
評価		◎	○	△	△
価格		18,000円(税込)	19,800円(税込)	16,280円(税込)	17,600円(税込)
総合評価		オゾン発生量が最大9mgとトップクラス 容積は12畳まで、車にも搭載できる。 ◎	3Dコロナ放電方式のため、オゾン発生プレートの交換が1か月毎に必要となる ○	手のひらサイズでどこにも設置できるが、6畳までと限られる △	耐久性には優れているが、オゾン発生量が少ない難点がある △

販売力・生産力の構築

(JUSの支援)

販売力：これまでは、営業担当は社長一人なので、積極的に販売をする力が少ない

①既存顧客からの受注

②Net（ホームページ）を通じた受注

これらに加えて、TOT-Xの販売代理店と契約

デビュー戦略の策定

広報、宣伝の展開

生産力：①金型、射出成型、組立関係の外注を開発

②MFG（製造原価）管理システム構築

③QAシステムの構築

5. まとめ

1. いつもわが社のビジネスモデルを見つめ、修正・追加・変革すること
に尻込みしない
2. フロー型にストック型ビジネスを追加すると成長につながる
3. 受注型から造注型へと前進したい
4. 自社だけのビジネスモデルチェンジには限度がある。
外部の力も活用する **(JUS)**



第13回 未来ウェブ経営セミナー

2021年4月22日（木）16:00-17:00

儲かる会社にしようじゃないか！

Part 1

激変時代の営業のあり方をブラッシュアップする！



代表取締役

吉岡 憲章

経営学博士（Ph.D）MBA

第1部 講師 吉岡 憲章

"変化"というハードルを
越えるための営業戦略

講師 石黒 和男 第2部

"激変時代"の営業戦術とは

オンライン開催 参加費無料



執行役員

石黒 和男

上級コンサルタント

ご視聴ありがとうございました

次回の未来ウェブ経営セミナーは右記URLよりアクセスのうえお申込ください。 http://www.mirai-j.co.jp/web_seminar.htm