

一般社団法人大阪府トラック協会 東北支部
経営者研修交流会

2030年を見据えた 物流会社の経営戦略

経営戦略コンサルティング
Office KITANO

配布用



本資料は2024年8月2日に開催されたセミナーで使用したスライドになります。

口頭で説明しているページが多い為、スライドのみではご理解頂きにくい事もあるかと存じます。

補足の説明やより詳しくお知りになりたい方、個別にご相談されたい方は、資料最終ページのアンケートにご回答頂きましたら、ご連絡させて頂きますので、宜しくお願い致します。

挙手でお応え下さい

- ①代表取締役（経営者）
- ②取締役 役員
- ③部長職
- ④その他管理職 一般職

126年



ある営業マンの話





【ジェネレーションギャップ】

ジェネレーションギャップ

価値観の違い

高度成長期を経験した世代（団塊の世代など）と、バブル経済崩壊後の不況期に成長した若い世代（ミレニアル世代やZ世代）では、職業観や成功の定義が異なります。若い世代は個性や自己実現を重視する傾向がありますが、年配の世代はしばしば安定と勤勉を価値観の中心に置いています。

ジェネレーションギャップ

テクノロジーの進化

デジタルネイティブな若者とテクノロジーに疎い高齢者との間で、コミュニケーションの方法や情報の取得方法に大きな違いが見られます。これにより、日常生活や職場での誤解やコミュニケーションの断絶が生じることがあります。

ジェネレーションギャップ

経済状況の変化

終身雇用の減少、非正規雇用の増加、低賃金問題など、経済環境の変化が若い世代の生活設計やキャリア観に影響を与えています。一方で、年配の世代は比較的安定した経済環境で成長してきたため、若者の不安定な労働状況に理解を示さないことがあります。

ジェネレーションギャップ

社会問題への意識の差

環境問題やジェンダー平等などの社会的な課題に対する認識にも世代間で差があります。若い世代はこれらの問題に対してより敏感で、積極的に声を上げることが多いですが、年配の世代は従来の価値観や方法を守る傾向にあります。

ある卸売業の話



中年期うつ病

今までのやり方が
通用しなくなっている

人間だけではなく、
企業活動そのものが
変わりつつある。

心の中で手を
上げてください

A : 俺は俺のやりかたでいく

B : 新しい考え方、
やり方も重要

どちらでしようか？

本日のセミナーでは

B : 新しい考え方、
やり方も重要

セミナー参加の 注意点

①ワークシート

②チラシ アンケート

③物流業界以外の話

④個別の質問 相談は大歓迎

⑤ トイレは我慢しない
認識能力が20%～30%低下

セミナーに参加する方
2つに分かれます。

得する人 損する人

得する人 当事者意識
積極的に参加

実際のセミナー参加者
得する人



創業50年 3代目
30代後半
ドライバー30名
年商4億

現状 仕事は回っている

しかし、このままでいいのか
漠然とした不安がある。

セミナーに参加

気づき

“みらい”が見えない

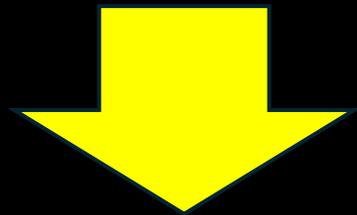
“みらい”が見えない

“みらい” 見えない

“みらい” → 3年～5年

見えなしい → 戦略がなしい

“みらい”が見えない



“3年～5年後”にむけた
経営戦略がなかった

“3年～5年後”経営戦略

人財 営業 組織

アライアンス（パートナー）

戦略を達成する

ために実行（戦術）

現在（3年後）

ドライバー55名
年商11億

重要なこと

①時代（今）を知る
（ジェネレーションギャップ）

外部
分析

②目的を明確にする

戦略

③打ち手を策定する

戦術

大阪府トラック協会一般社団法人大阪府トラック協会 東北支部
経営者研修交流会

2030年を見据えた 物流会社の経営戦略

経営戦略コンサルティング
Office KITANO



二人の経営者がいます。







Q：どちらになりたいですか？

ターニングポイント
何でしょうか？

①時代（今）を知る
（ジェネレーションギャップ）

日本の2030年問題

WORK (考えてみよう)

日本の2030年問題
(1分)

日本の2030年問題

日本の2030年問題は、急速な高齢化と労働力人口の減少がもたらす経済および社会的な課題を指します。2030年には、日本の人口の約30%が65歳以上になると予測されており、これにより労働市場に大きな圧力がかけられます。

日本の2030年問題

労働力不足 経済成長の鈍化

社会保障費の
拡大 消費行動の変化

自社はどうですか？

A : 自社は関係ない

B : 何かしら対策が必要

どちらでしようか？



日本の物流業界の 2030年問題



令和6年2月13日
物流・自動車局物流政策課
物流・自動車局貨物流通事業課
物流・自動車局安全政策課

「流通業務の総合化及び効率化の促進に関する法律及び 貨物自動車運送事業法の一部を改正する法律案」を閣議決定

2024年問題に対応し、物流の持続的成長を図るため、「流通業務の総合化及び効率化の促進に関する法律及び貨物自動車運送事業法の一部を改正する法律案」が、本日、閣議決定されました。

I. 背景

物流は国民生活・経済を支える社会インフラです。物流産業を魅力あるものとするため、働き方改革に関する法律が本年4月から適用される一方、物流の停滞が懸念される「2024年問題」に直面しています。こうした状況に対応するため、荷主企業、物流事業者、一般消費者が協力して我が国の物流を支えるための環境整備に向けて、商慣行の見直し、物流の効率化、荷主・消費者の行動変容について抜本的・総合的な対策が必要です。

また、軽トラック運送業において、死亡・重傷事故件数が最近6年で倍増しており、安全対策の強化が求められています。

2030年度に向けた政府の中長期計画（ポイント）

令和6年2月16日
我が国の物流の革新に
関する関係閣僚会議

主要施策のポイント

参考資料

(1) 適正運賃收受や物流生産性向上のための法改正等

- 以下について、通常国会での法制化 P2
 - ・一定規模以上の荷主・物流事業者に対する荷待ち・荷役時間短縮に向けた計画作成の義務付け
 - ・トラック事業における多重下請構造是正に向けた実運送体制管理簿作成、契約時の書面による交付等の義務付け 等
- トラックドライバーの賃上げ等に向けた貨物自動車運送事業法に基づく「標準的運賃」の引上げ及び「標準運送約款」の見直し P3
- 悪質な荷主・元請事業者への監視・指導の徹底（トラックGMによる集中監視） P4

(2) デジタル技術を活用した物流効率化

- 荷待ち・荷役時間短縮に向けた自動化・機械化設備・システム投資を支援 P5
- 物流標準化やデータ連携の促進等フィジカルインターネット・ロードマップを踏まえた取組を推進し、積載率向上に向けた共同輸配送や帰り荷確保を促進
- 自動運転やドローン物流等のデジタル技術を活用したサービスについて実装を加速

(3) 多様な輸送モードの活用推進

- 大型コンテナの導入支援等を通じたモーダルシフトの推進強化 P6
- 自動物流道路の構築（10年で実現を目指す。）
- 自動運航船の本格的な商用運航（2026年までに国際ルールを策定することにより、2030年頃の実現を目指す。）

(4) 高速道路の利便性向上

- 大型トラックの法定速度を2024年4月に90km/hに引上げ P7
- ダブル連結トラックについて、運行路線の拡充やダブル連結トラックに対応した駐車マス整備を含め導入促進
- 大口・多頻度割引の拡充措置を継続、法令を遵守しない事業者に対しては、割引制度を厳格に運用

(5) 荷主・消費者の行動変容

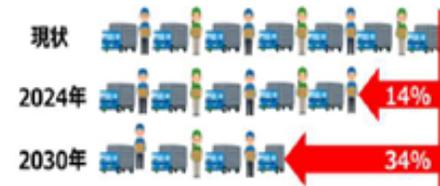
- ポイント還元実証事業等を通じた再配達削減の仕組みの社会実装 P8
- 「送料無料」表示の見直しについて、2023年度中にその見直し状況を確認するため、フォローアップ調査を実施

主要施策のポイント (1)

通常国会での法制化 (法改正案の概要)

背景・必要性

- 物流は国民生活・経済を支える社会インフラ。物流産業を魅力ある職場とするため、働き方改革に関する法律が本年4月から適用される一方、物流の停滞が懸念される「**2024年問題**」に直面。
 - ・何も対策を講じなければ輸送力不足の可能性 (右図)。
 - ・荷主企業、物流事業者 (運送・倉庫等)、一般消費者が協力して我が国の物流を支えるための環境整備に向けて、商慣行の見直し、物流の効率化、荷主・消費者の行動変容について、抜本的・総合的な対策が必要。
 - 軽トラック運送業において、死亡・重傷事故件数は最近6年で倍増。
- 以下の施策を講じることにより、**物流の持続的成長**を図ることが必要。



法案の概要

1. 荷主・物流事業者に対する規制的措置

【流通業務総合効率化法】

- ①**荷主***1 (発荷主・着荷主)、②**物流事業者** (トラック、鉄道、港湾運送、航空運送、倉庫) に対し、物流効率化のために**取り組むべき措置**について努力義務を課し、当該措置について国が**判断基準**を策定。
 - *1元請トラック事業者、利用運送事業者には荷主に協力する努力義務を課す。また、フランチャイズチェーンの本部にも荷主に準ずる義務を課す。
- 上記①②の者の取組状況について、国が当該判断基準に基づき**指導・助言、調査・公表**を実施。
- 一定規模以上の事業者を特定事業者として指定し、**中長期計画の作成**や**定期報告**等を義務付け、中長期計画に基づく取組の実施状況が不十分な場合、**勧告・命令**を実施。
- 特定事業者のうち荷主には**物流統括管理者の選任**を義務付け。
※法律の名称を変更。
- ※鉄道建設・運輸機構の業務に、認定「物流総合効率化事業」の実施に必要な資金の出資を追加。〈予算〉



2. トラック事業者の取引に対する規制的措置

【貨物自動車運送事業法】

- 元請事業者に対し、実運送事業者の名称等を記載した**実運送体制管理簿の作成**を義務付け。
- 運送契約の締結等に際して、提供する役務の内容やその対価 (附帯業務料、燃料サーチャージ等を含む。) 等について記載した**書面による交付**等を義務付け*2。
- 他の事業者の**運送の利用 (= 下請に出す行為) の適正化**について努力義務*3を課すとともに、一定規模以上の事業者に対し、当該適正化に関する**管理規程の作成、責任者の選任**を義務付け。*2-3 下請関係に入る利用運送事業者にも適用。

3. 軽トラック事業者に対する規制的措置

【貨物自動車運送事業法】

- 軽トラック事業者に対し、①必要な法令等の知識を担保するための**管理者選任と講習受講**、②国交大臣への**事故報告**を義務付け。
- 国交省HPIにおける公表対象に、軽トラック事業者に係る**事故報告・安全確保命令**に関する情報等を追加。

【目標・効果】 物流の持続的成長

【KPI】 施行後3年で (2019年度比)

- 荷待ち・荷役時間の削減 年間125時間/人削減
- 積載率向上による輸送能力の増加 16パーセント増加

主要施策のポイント (1) 貨物自動車運送事業法に基づく「標準的運賃」及び「標準運送約款」の見直し

- 検討会での議論を踏まえ、①荷主等への適正な転嫁、②多重下請構造の是正等、③多様な運賃・料金設定等の見直し方針を公表（令和5年12月15日）、運輸審議会に諮問（令和6年1月10日）

1. 荷主等への適正な転嫁

<運賃水準の引上げ幅を提示>

- 運賃表を改定し、**平均約8%の運賃引上げ**【運賃】
- 運賃表の算定根拠となる原価のうちの**燃料費を120円**に変更し、**燃料サーチャージも120円**を基準価格に設定【運賃】

<荷待ち・荷役等の対価について標準的な水準を提示>

- 現行の待機時間料に加え、**公共工事設計労務単価表**を参考に、荷役作業ごとの「**積込料・取卸料**」を加算【運賃】

待機時間料	→	1,760円	
積込料・取卸料	機械荷役の場合	→	2,180円
	手荷役の場合	→	2,100円

※金額はいずれも中型車（4トン）の場合の30分当たり単価

- 荷待ち・荷役の時間が合計2時間を超えた場合は、**割増率5割**を加算【運賃】
- 標準運送約款において、**運送と運送以外の業務を別の章に分離**し、**荷主から対価を収受する旨を明記**【約款】
- 「**有料道路利用料**」を個別に明記するとともに、「**運送申込書／引受書**」のひな形にも明記【運賃】【約款】

2. 多重下請構造の是正等

<「下請手数料」（利用運送手数料）の設定等>

- 「**下請手数料**」（運賃の**10%**を別に収受）を設定【運賃】
- 元請運送事業者は、**実運送事業者の商号・名称等を荷主に通知**することを明記【約款】

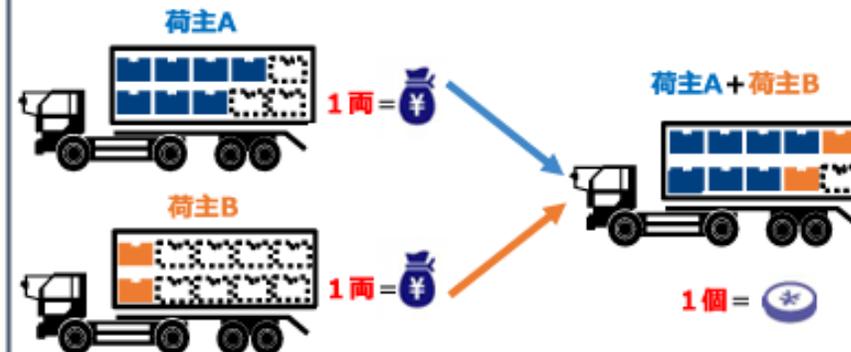
<契約条件の明確化>

- 荷主、運送事業者は、それぞれ運賃・料金等を記載した**電子書面**（運送申込書／引受書）を**交付**することを明記【約款】

3. 多様な運賃・料金設定等

<「個建て運賃」の設定等>

- 共同輸配送等を念頭に、「**個建て運賃**」を設定【運賃】



- リードタイムが短い運送の際の「**速達割増し**」（逆にリードタイムを長く設定した場合の割引）や、**有料道路を利用しないこと**によるドライバーの運転の長時間化を考慮した**割増し**を設定【運賃】

<その他>

- 現行の冷蔵・冷凍車に加え、海上コンテナ輸送車、ダンプ車等5車種の**特殊車両割増し**を追加【運賃】
- 中止手数料の**請求開始可能時期、金額を見直し**【約款】
- 運賃・料金等の店頭掲示事項について、**インターネットによる公表を可能とする**。【約款】

2. 施策の効果

「標準的運賃」の引上げによる賃上げ効果（推計）

「標準的運賃」の8%引上げを通じて波及する運賃改定の効果

これまで適正に収受しきれていない荷役作業の料金（積込み料・取卸し料）を収受できるようになる効果

大幅な賃上げを目指す

初年度賃上げ効果（推計）10%前後（約6~13%） ※次年度以降も効果拡大

政策パッケージの輸送力への効果（2030年度）

	輸送力試算		施策なし	施策あり(2024年度)	施策あり(2030年度)
	2024年度	2030年度			
必要輸送力 施策なしケース	100 ▲14	100 ▲34			
荷待ち・荷役の削減	+4.5	+7.5	年間750時間	年間75時間削減	年間125時間削減
積載率向上	+6.3	+15.7	38%	40%	44%
モーダルシフト	+0.7	+6.4	524億トンキロ	539億トンキロ	667億トンキロ
再配達削減	+3.0	+3.0	12%	6%	6%
その他(トラック輸送力拡大等)		+2.0			
	+14.5%	+34.6%			

出典
国土交通省

日本の**物流業界**の
2030年問題
まとめると・・・

日本の**物流業界**の2030年問題

1.労働力不足

高齢化による労働人口の減少は、物流業界においても顕著な問題です。特に、トラック運転手などの現場の労働者が不足する傾向にあります。若者の物流業界への就職率が低いため、労働力の確保が難しくなっています。

日本の**物流業界**の2030年問題

2. 自動化・ロボット化の必要性

労働力不足に対応するためには、物流の自動化やロボット化が急務となります。自動運転車両、ドローン配送、自動倉庫システムなどの導入が進むことで、生産性向上とコスト削減が図られます。しかし、これには高額な初期投資が必要であり、中小企業にとっては資金調達が課題となります。

日本の**物流業界**の2030年問題

3.環境規制への適応

地球温暖化対策としてのCO2排出削減目標達成に向け、物流業界も環境に優しい運営が求められています。電動トラックへの切り替えや、物流プロセスの効率化を進める必要がありますが、これには新たな技術への適応や初期投資が必要です。

日本の**物流業界**の2030年問題

4. eコマースの拡大

2030年までにeコマース市場はさらに拡大し、消費者の期待も高まります。迅速な配送や柔軟な配送オプション、リアルタイムのトラッキングなど、高度なサービスが求められます。これに対応するためには、効率的なラストマイル配送システムの構築が不可欠です。

日本の**物流業界**の2030年問題

5. 地方物流の課題

地方では人口減少と高齢化が特に深刻であり、物流網の維持が難しくなることが予想されます。これに対応するためには、地方自治体との連携や地域特化の物流ソリューションが必要です。また、地域間の物流を効率化するためのインフラ整備も重要です。

日本の**物流業界**の2030年問題

6. テクノロジーの活用

IoT、ビッグデータ、AIなどの先端技術を活用することで、物流の効率化と最適化が可能となります。例えば、リアルタイムの在庫管理や予測分析による需要予測、ルート最適化などが挙げられます。これにより、コスト削減とサービス品質の向上が期待できます。

日本の2030年問題

日本の物流業界の
2030年問題

戦略を立てる上で、
外部環境の変化が
経営に大きな
インパクトを与える

外部環境の変化に
敏感な経営が重要になってくる。

外部環境分析

外部環境分析（PEST分析）

政治（Political）

規制の変化、貿易政策、環境規制。

経済（Economic）

経済成長率、消費者需要、原料価格。

社会（Social）

消費者の行動変化、人口動態、労働市場。

技術（Technological）

新技術の導入、デジタル化、オートメーション。

Politics 政治的要因

- ・法律 法改正 条例
 - ・税制
 - ・政権交代 など
- 市場競争の前提となる
【ルールそのものが変化】

Economy 経済的要因

- ・経済状況
 - ・経済成長 景気
 - ・為替 原油 株価
- 売上やコストなど利益に直結する
【価格連鎖に影響を与える】

PEST 分析

Society 社会的要因

- ・少子高齢化
 - ・流行 世論
 - ・宗教 教育 など
- 売上の元となる
【生活者の需要に影響を与える】

Technology 技術的要因

- ・イノベーション
 - ・特許
 - ・インフラ など
- 市場競争の
【成功要因に影響を与える】

WORK (考えてみよう)

外部環境分析 (PEST分析)

(3分)

Politics 政治的要因

【ルールそのものが変化】

Economy 経済的要因

【価格連鎖に影響を与える】

Society 社会的要因

【生活者の需要に影響を与える】

Technology 技術的要因

【成功要因に影響を与える】

政治 (Political)

1. 規制と法令:

1. 運輸業に関する規制強化 (例: 運転時間の制限、労働条件の改善要求)
2. 環境保護規制の強化 (例: 低排出ガス車両の導入義務、CO2排出削減目標)

2. 政府の物流支援政策:

1. 政府のインフラ投資 (例: 高速道路や港湾の整備)
2. 物流効率化のための補助金や税制優遇措置

3. 貿易政策:

1. 関税や輸出入規制の変動
2. 貿易協定 (例: TPP、RCEP) による国際物流の変化

経済 (Economic)

1. 経済成長率:

1. 日本経済の成長率や景気動向が物流需要に影響
2. 消費者支出や企業の生産活動の増減に伴う物流需要の変化

2. 労働市場:

1. 労働力不足による賃金上昇圧力
2. 高齢化社会による労働力の減少と、それに伴う自動化・ロボティクスの需要増加

3. エネルギーコスト:

1. 燃料価格の変動が物流コストに直結
2. 再生可能エネルギーの普及による影響

社会 (Social)

1.人口動態:

- 1.高齡化社会による労働力の減少
- 2.都市部への人口集中に伴う都市物流の需要増加

2.消費者行動の変化:

- 1.eコマースの普及による小口配送需要の増加
- 2.環境意識の高まりによるエコ物流の需要増

3.労働環境:

- 1.ワークライフバランスの重視による労働時間の短縮要求
- 2.女性や高齢者の労働市場参入促進

技術 (Technological)

1. 物流の自動化・ロボティクス:

1. 自動運転車両やドローンの導入による効率化
2. 倉庫内作業の自動化 (例: ロボットピッキングシステム)

2. デジタルトランスフォーメーション (DX) :

1. IoTやビッグデータの活用による物流管理の高度化
2. ブロックチェーン技術によるトレーサビリティの向上

3. 持続可能な技術:

1. 燃費効率の高い車両や電気自動車の導入
2. 再生可能エネルギーの活用

2030年問題に対する
外部環境分析は
非常に重要である。

2030年問題

約5年後

約5年後

中期（3年～5年）

経営計画

中期（3年～5年） 経営計画

実現する
ためには？ **戦略**

自己紹介

自己紹介

生き残る企業の 戦略と戦術

officeKITANO

代表 北野英明



主な活動内容

- ①企業の外部環境分析
- ②中期経営戦略の立案
- ③戦略達成のための戦術策定

大切にしている事

人のよさ、企業のよさを最大化させ
世の中に価値提供する仕組みを作る

戦略的な経営が 有効であることの証明

1. マッキンゼー・アンド・カンパニーの研究

マッキンゼー・アンド・カンパニーの研究によると、戦略的に経営を行う企業は、以下のような成果を上げる傾向があります。

- **収益成長**: 戦略的に計画された企業は、他の企業よりも収益成長が20%以上高い。
- **株主価値**: 戦略的経営を行う企業は、株主価値の増加率が30%以上高い。

2. ハーバード・ビジネス・レビューの調査

ハーバード・ビジネス・レビュー（HBR）の調査では、戦略的計画を持つ企業が持たない企業に比べて長期的に成功する確率が高いことが示されています。

- **成功率**: 戦略的計画を持つ企業の約70%が長期的に成功している。
- **市場シェアの拡大**: 戦略的計画を持つ企業は、市場シェアの拡大に成功する確率が他の企業の2倍以上である。

3. ボストン・コンサルティング・グループ (BCG) の分析

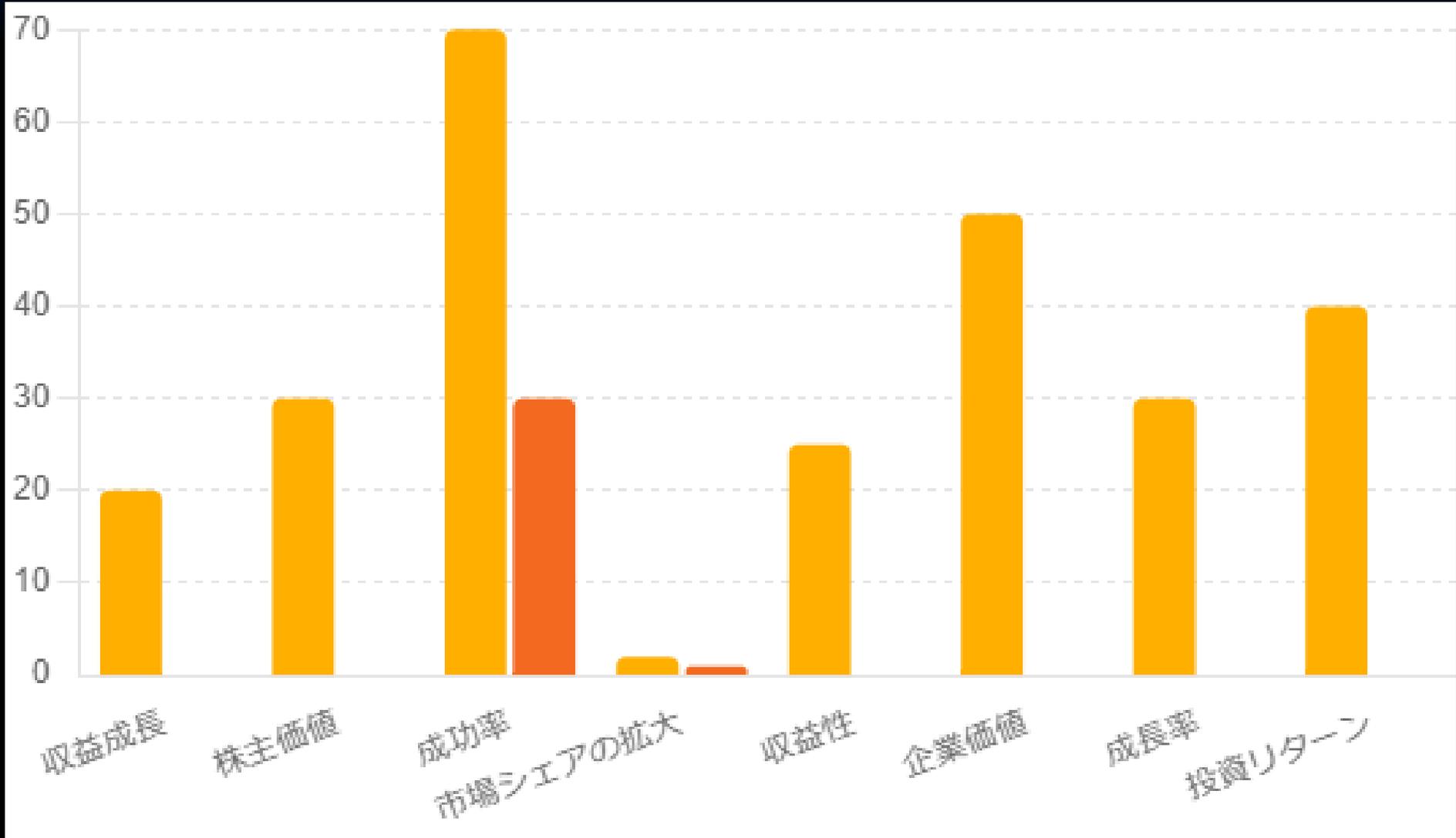
ボストン・コンサルティング・グループ (BCG) は、戦略的経営の効果を示すために、経営の質と企業のパフォーマンスを分析しました。

- **収益性**: 戦略的に優れた企業は、収益性が平均で25%高い。
- **企業価値**: 戦略的経営を行う企業の企業価値は、他の企業に比べて50%以上高い。

4. コーポレート・エグゼクティブ・ボード（CEB）の研究

コーポレート・エグゼクティブ・ボード（CEB）の研究によると、戦略的計画を持つ企業は、以下のような成果を上げています。

- **成長率**: 戦略的計画を持つ企業の成長率は平均で30%高い。
- **投資リターン**: 戦略的計画を持つ企業は、投資リターンが他の企業に比べて40%以上高い。



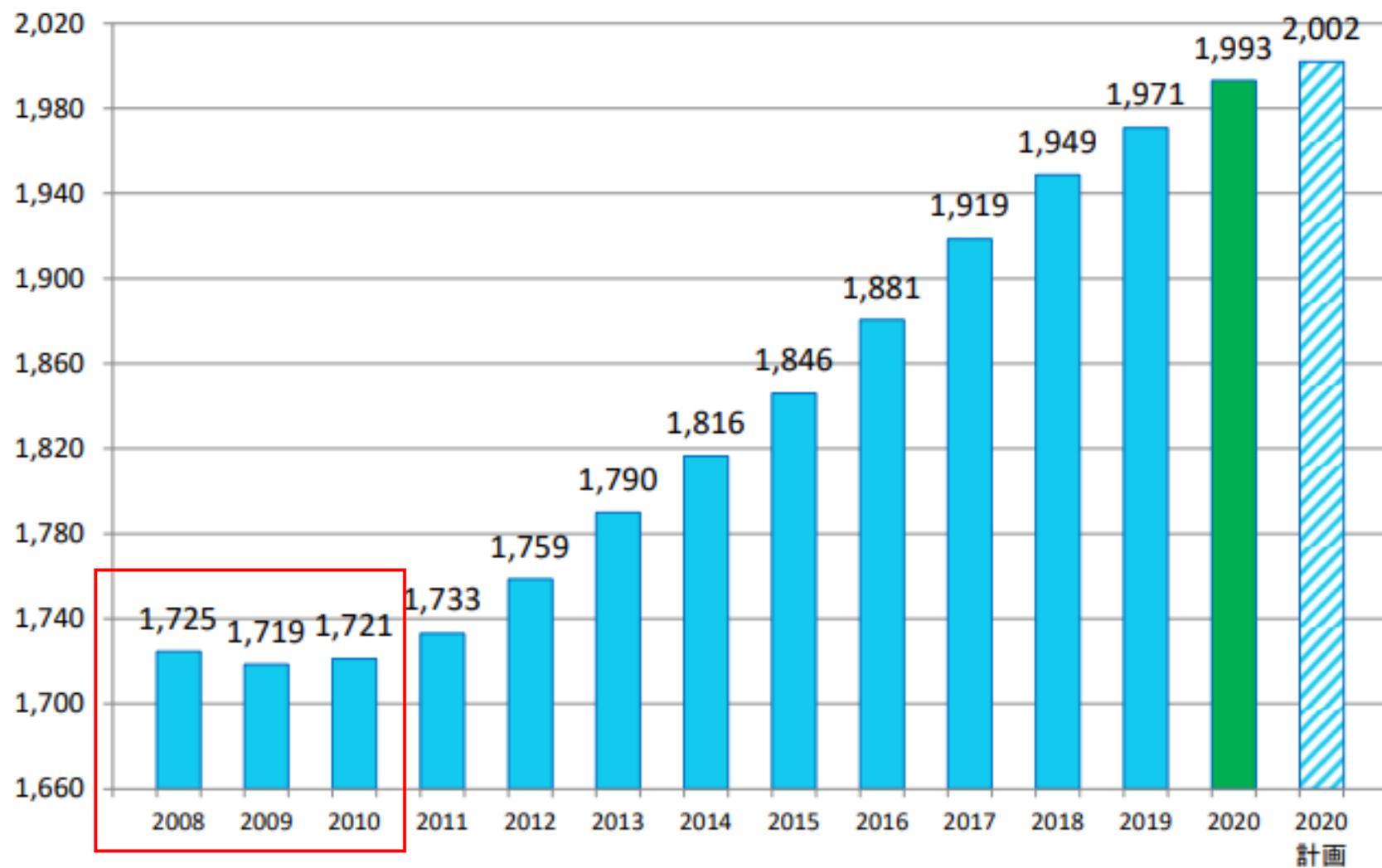
過去の事例

実績

日本を代表する
ロードサービス
一般社団法人の場合

(万名)

在籍会員数



外部環境分析

マーケティング戦略

営業戦略

顧客満足度向上戦略

リソースの活用戦略

BPO戦略

実績

大手百貨店事業
ホールディングス会社
の場合



実績

売上0円 → 売上4億円

外部環境分析

営業戦略

商品戦略

顧客満足度向上戦略

リソースの活用戦略

実績



売上が毎年減少
ドライバー応募0人
社内人間関係悪化

品質低下 = 荷主離れ

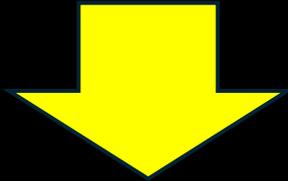
**自社が最も得意な領域に
事業を絞り込み、磨き上げる**

売上毎年 15%増
ドライバー応募30名
(リファラル採用5名)

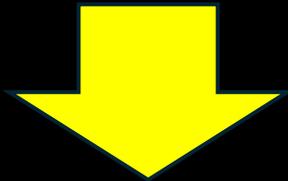
外部環境分析

營業戰略 商品戰略
顧客満足度向上戰略
人財戰略 組織戰略

外部環境分析



目標を決めて



実行する

CSO

Chief
Strategy
officer

最高戦略責任者

先ほど考えた

外部環境分析（PEST分析）

Politics 政治的要因

【ルールそのものが変化】

Economy 経済的要因

【価格連鎖に影響を与える】

Society 社会的要因

【生活者の需要に影響を与える】

Technology 技術的要因

【成功要因に影響を与える】

WORK (考えてみよう)

5分

自社の戦略と戦術とは？

- ① 営業戦略と戦術
- ② 人材戦略と戦術
- ③ 組織戦略と戦術

A : 戦略戦術が明確である

B : はっきりとは難しい

どちらでしようか？

B : はっきりとは難しい

たった、ひとつ
重要な事が
抜けている可能性

課題の 見える化

外部環境分析



課題の
見える化

目標を決めて



実行する

課題の見える化

- ① データの収集と分析
- ② ビジュアルツールの活用
- ③ KPI（重要業績評価指標）の設定
- ④ プロセスマッピング

①データの収集と分析

定量データ（数値データ）や定性データ（アンケート結果やインタビュー内容）を収集し、統計分析やテキスト分析を行うことで課題を明確にします。

②ビジュアルツールの活用

グラフ、チャート、ダッシュボードなどの視覚的なツールを用いて、データを一目で理解できる形にします。これにより、複雑な情報も直感的に把握できます。

③KPI（重要業績評価指標）の設定

企業の目標達成に向けて重要な指標を設定し、その進捗状況を定期的にモニタリングします。KPIを通じて、具体的な課題や改善点を明らかにします。

④プロセスマッピング

業務プロセスをフローチャートやプロセス図として可視化し、どの部分に問題があるかを特定します。ボトルネックや非効率な部分を見つけるのに役立ちます。

どの様な企業が
課題の見える化に
取り組んでいるか

1. トヨタ自動車株式会社成功事例

トヨタ生産方式 (TPS)内容: トヨタは「カイゼン (改善)」の概念を中心に、製造プロセスのあらゆる面で課題を見える化しています。具体的には、ジャストインタイム (JIT) 生産、アンドンシステム、カンバン方式などを導入しており、これにより生産プロセスの効率性を大幅に向上させています。

成果: トヨタ生産方式により、在庫の最小化、無駄の削減、品質の向上を実現しています。これにより、トヨタは高い競争力を維持しています。

2. 株式会社リクルートホールディングス成功事例

リクルートのデータ活用内容: リクルートはデータ分析とデジタルツールを駆使して課題を見える化し、ビジネスプロセスの改善を行っています。特に、人材採用においてはビッグデータを活用し、求職者と企業のマッチング精度を向上させています。

成果: データ駆動型のアプローチにより、効率的かつ効果的なサービス提供を実現し、業界内での競争優位性を確保しています。

3. ユニクロ（ファーストリテイリング） 成功事例

サプライチェーンの可視化内容: ユニクロは、サプライチェーン全体のデータを可視化し、リアルタイムで在庫管理や生産計画を行っています。これにより、需要の変動に迅速に対応し、在庫の過不足を防いでいます。

成果: 効率的なサプライチェーン管理により、低コストで高品質な商品を提供し続けることができ、世界的なブランドとしての地位を確立しています。

4. パナソニック株式会社成功事例

製造ラインのIoT化内容: パナソニックは、製造ラインにIoTセンサーを導入し、リアルタイムでデータを収集・分析しています。これにより、機器の稼働状況や生産効率を可視化し、予防保全やプロセス改善を行っています。

成果: IoTの活用により、ダウンタイムの削減や生産効率の向上を実現し、競争力の強化に貢献しています。

外部環境分析



課題の
見える化

目標を決めて



実行する

事業活動における「見える化」とは、企業が業務プロセスやデータ、成果などを可視化し、明確に理解しやすくする手法やプロセスを指します。このアプローチは、組織内の透明性を高め、意思決定を迅速かつ効率的に行うために用いられます。

WORK (考えてみよう)

5分

自社の課題の見える化

- ① 営業戦略の課題
- ② 人材戦略の課題
- ③ 組織戦略の課題

最優先で取り組むべき

課題の 見える化



二人の違いは何でしょうか？

① 時代の流れを分かっている (2030年問題)

② 自社の課題が見える化できている

③ 中期的な目標（中期計画）がある

④ 中期計画達成のための戦略がある

⑤ 戦略達成のための戦術がある

⑥ 戦術が確実に実行されている

- ① **時代の流れ**を分かっている（2030年問題）
- ② 自社の課題が**見える化**できている
- ③ 中期的な目標（**中期計画**）がある
- ④ 中期計画達成のための**戦略**がある
- ⑤ 戦略達成のための**戦術**がある
- ⑥ 戦術が確実に**実行**されている



実現するためには・・・

CSO

Chief
Strategy
officer

最高戦略責任者

代表取締役

取締役 役員

社外CSO

社外CSOの役割

社外CSO

戦略の策定と実行支援

- 企業のビジョンやミッションに基づいた中長期的な戦略を策定し、実行計画を立てます。
- 市場分析、競合分析、トレンド予測を行い、企業の強みと弱みを評価し、機会と脅威を特定します。

社外CSO

経営層への助言

- 経営層に対して、戦略的な意思決定に関する助言を提供します。
- 企業の成長戦略や新規事業の開発に関する提案を行います。

社外CSO

変革の推進

- 組織変革やプロジェクト管理を推進し、変革のプロセスを監督します。
- 企業文化の改革や組織の柔軟性を高めるための施策を導入します。

社外CSO

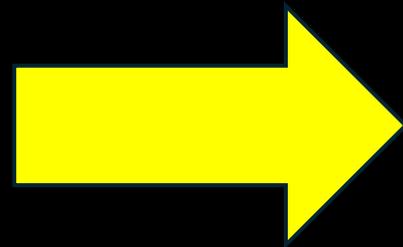
外部の視点の導入

- 外部の専門知識やベストプラクティスを企業に取り入れ、内部の視野を広げます。
- 産業界のトレンドや技術革新に対応するための戦略を提供します。

社外CSO

会社の規模にもよりますが

3カ月から半年で、
企業の課題を明確化



戦略の作成

CSOの報酬

CSOの報酬

中堅企業でも年間 数千万円

社外CSOの報酬

事業規模に応じて

月数万円～支援可能（サブスク型）

活用も検討してみてください。

本日のまとめ

戦略的経営のメリット

戦略的経営のメリット

1. 持続的な**競争優位**の確立
2. 長期的な**目標達成**
3. **リソース**の最適配分
4. **環境変化**への適応
5. **ステークホルダー**に対する価値の最大化
6. **リスク管理**と**コンプライアンス**遵守
7. **イノベーション**の推進

よくあるご質問

Q：何かから始めればよいですか？

Q：取組める役員が居ないのですが？

Q：進め方など参考資料はありますか？

本日のセミナー参加者 限定プレゼント

- ① 本日のセミナー資料
- ② 経営戦略 世界の成功事例100
- ③ CSOやることリスト100

チラシのQRコードから
アンケートにお答え下さい。

セミナー特典

【世界企業の戦略経営 成功事例 100】

Office KITANO

1. アップル (Apple Inc.)

戦略: イノベーションとエコシステムの構築

- **内容:** iPhone、iPad、Mac など革新的な製品の開発と、iOS エコシステムを通じたシームレスなユーザー体験の提供。
- **成果:** 世界的なブランド価値の向上と高い顧客ロイヤルティの獲得。

2. アマゾン (Amazon.com Inc.)

戦略: 顧客中心主義と物流インフラの整備

- **内容:** 顧客満足度の向上を最優先にし、巨大な物流ネットワークと Amazon Prime を通じた迅速な配送サービスを提供。
- **成果:** オンライン小売市場での圧倒的なシェアと多角化事業の成功。

3. グーグル (Google LLC)

戦略: データ駆動型のビジネスモデルと広告収益

- **内容:** 検索エンジンの優位性を活かし、Google Ads を通じたターゲティング広告で収益を最大化。
- **成果:** 広告市場での圧倒的な地位と多様なデジタルサービスの展開。

セミナー特典【CSO（最高戦略責任者）やることリスト100】

officeKITANO

戦略の策定	メモ 現状を記入
1. 企業のビジョンとミッションを再定義する	
2. 長期的な戦略目標を設定する	
3. SWOT分析を実施する	
4. 市場調査と競合分析を行う	
5. 新規市場参入戦略を策定する	
6. 製品ポートフォリオ戦略を見直す	
7. コストリーダーシップ戦略を策定する	
8. 差別化戦略を立案する	

最後に質問です。

自社の中期経営計画
ならびに戦略・戦術は
どなたが取組みますか？

貴社が新しい挑戦を続け、
さらなる飛躍を遂げる事を
願っております。

- ①セミナー詳細資料
- ②経営戦略成功事例100
- ③CSOやる事リスト
- ④各種お問合せ



以下のURLにアクセスして頂くか、
右のQRコードをカメラで撮影しアンケートに
ご回答ください。

<https://forms.gle/zovQBxpP2xGjrwMj7>

セミナー講師

生き残る企業の戦略と戦術 戦略コンサルタント(社外CSO)

Office KITANO 代表 北野 英明 (090-9870-5567)

大阪府大阪市北区梅田1丁目2番2号大阪駅前第2ビル12-12

Office123kitano@gmail.com