

コンシューマービジネス 研究会

テーマ

インフレ時代の幕開け
勝ち続けるためのビジネスモデルとは
ーBtoC・BtoBtoCの成功実例を研究するー

POINT 01

新たな事業創造
各分野の新規事業開発の実践
例を学び、自社の新たな事業や
商品・サービスを創造する

POINT 02

グローバルシフト
海外進出の実践例よりその手法や
具体策を学び、自社の本格的な
グローバルシフトを検討する

POINT 03

ブランディング推進
自社の事業や商品・サービスの
価値を高めるためのブランディング
成功例を学び、実践する

コンシューマー産業のビジネスチャンス

Business Chance

150兆円の巨大産業における3つのチャンスを的確に捉える

CHANCE

1



インフレ経済への転換

日本経済がデフレを脱し、インフレ経済に移行することは緩やかな金融環境を醸成することができるため、不況をより早期に抜け出せる可能性が高まる。これまで日本は長引いたデフレ経済が起因しGDP成長率が伸び悩んできたが、インフレの定着と政策対応によってこれまでに上回るGDP成長率の実現されれば、日本の経済規模の低下を抑制でき、その結果として実質賃金が上昇し家計の購買力も高まることが期待できる。

CHANCE

2



変容する社会課題・顧客課題

COVID-19の発生により、日本国内の社会課題や顧客課題は大きく変容した。コンシューマー産業においては、消費者の購買動向とモノに対する志向が最たる変容である。WEBチャネルによる購買が当たり前となり、より一層消費者一人ひとりのニーズや課題を満たす製品・サービスが求められている。したがって、変容する社会課題や顧客課題をビジネスチャンスとして捉え、自社のビジネスモデルそのものを見つめ直す企業のみが生き残ると言っても過言ではない。

CHANCE

3



特定領域の成長機会

コンシューマー産業は日本国内の人口減少に伴い内需縮小が予測されるいわば「成長なきマーケット」である。一方、先述のWEBビジネスをはじめとするグローバルなどのチャネルおよびロケーション、製品・サービスにおいては「プレミアム消費」に代表される高級品などの特定領域においては市場拡大傾向にある。参入市場の中でマーケットを見究め成長機会に対してビジネスモデルを順応させていくことが肝要である。

コンシューマービジネス研究会のテーマ

Theme

インフレ時代の幕開け 勝ち続けるためのビジネスモデルとは ー BtoC・BtoBtoCの成功実例を研究する ー

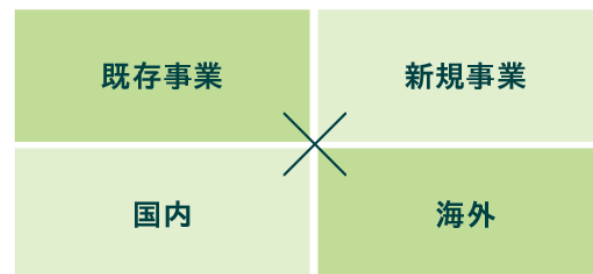
コンシューマービジネス(BtoC・BtoBtoC)の多くの領域では、国内の人口減少に連動し市場規模の縮小が予測されています。

コンシューマービジネスにおける共通課題は3点です。

- ❶ ビジネスモデルの疲弊
- ❷ 商品・サービスのコモディティ化
- ❸ 産業固有の低収益体質

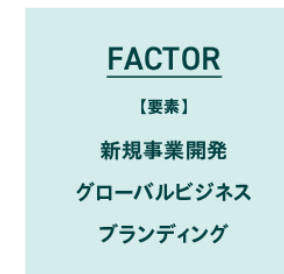
COVID-19発生以降の激変する経営環境においては、社会課題や顧客課題の変容をいち早く的確に掴み、自社のビジネスモデルそのものを見直していくことが求められています。インフレ経済に転換する今をチャンスと捉え、「新たな価値」を創造するために、高収益、高成長を遂げる優良企業から、ビジネスモデルの要諦を学び研究していきましょう。

LIFE STYLE



SPORTS

FASHION



BEAUTY

持続的成長を遂げるためには、既存事業を革新し売上高の拡大と収益改善を実現するか、新たな収益の柱となる新規事業を開発するか、あるいはいずれも推進する両利きなのか。

事業区分: 既存事業、新規事業と販路: 国内、海外の4つの組み合わせから最適解を選択し、ビジネスモデル自体のアップデートが求められます。

コンシューマービジネス研究会で学ぶ3つのポイント

Point

BtoC・BtoBtoCの成功事例を通しコンシューマービジネスを研究

POINT

1



新規事業開発

先行きが不透明な時代においては、事業・製品・サービスの短命化がますます加速する。企業が1つの事業のみで永続的に発展を続けていくことは困難な状況にあり、新たな事業開発に取り組み、次の柱を生み出すことの必要性が高まっている。新規事業の開発に挑み事業の多角化・複合化を遂げたゲスト企業より、新規事業のビジネスモデルや事業開発の仕組み、体制などの要諦を学ぶ。

POINT

2



グローバル展開

国内市場が縮小する日本において、持続的成長を続けるためにはグローバル戦略は必須である。自社のビジョンをアップデートし、それに基づく長期視点のグローバル戦略をデザインすることが成長の鍵となる。国内でビジネスを成功させた後、海外展開へとシフトされたゲスト企業より、日本国内ビジネスとの違いや海外展開のステップ、国の選定基準、成功条件などのポイントを学ぶ。

POINT

3



ブランディング

日本企業はものづくり一流、ブランディング二流・三流と言われて久しいが、コモディティ化が進行する時代においては、自社の製品やサービスの価値を顧客への確に届け、結果として企業そのものの価値を高めていくことが求められる。国内外問わずブランディングに秀でたゲスト企業や高い付加価値を持つ商品・サービスを展開するゲスト企業より、ブランディング戦略のポイントや投資、推進体制などを学ぶ。

コンシューマービジネス研究会 当日のスケジュール

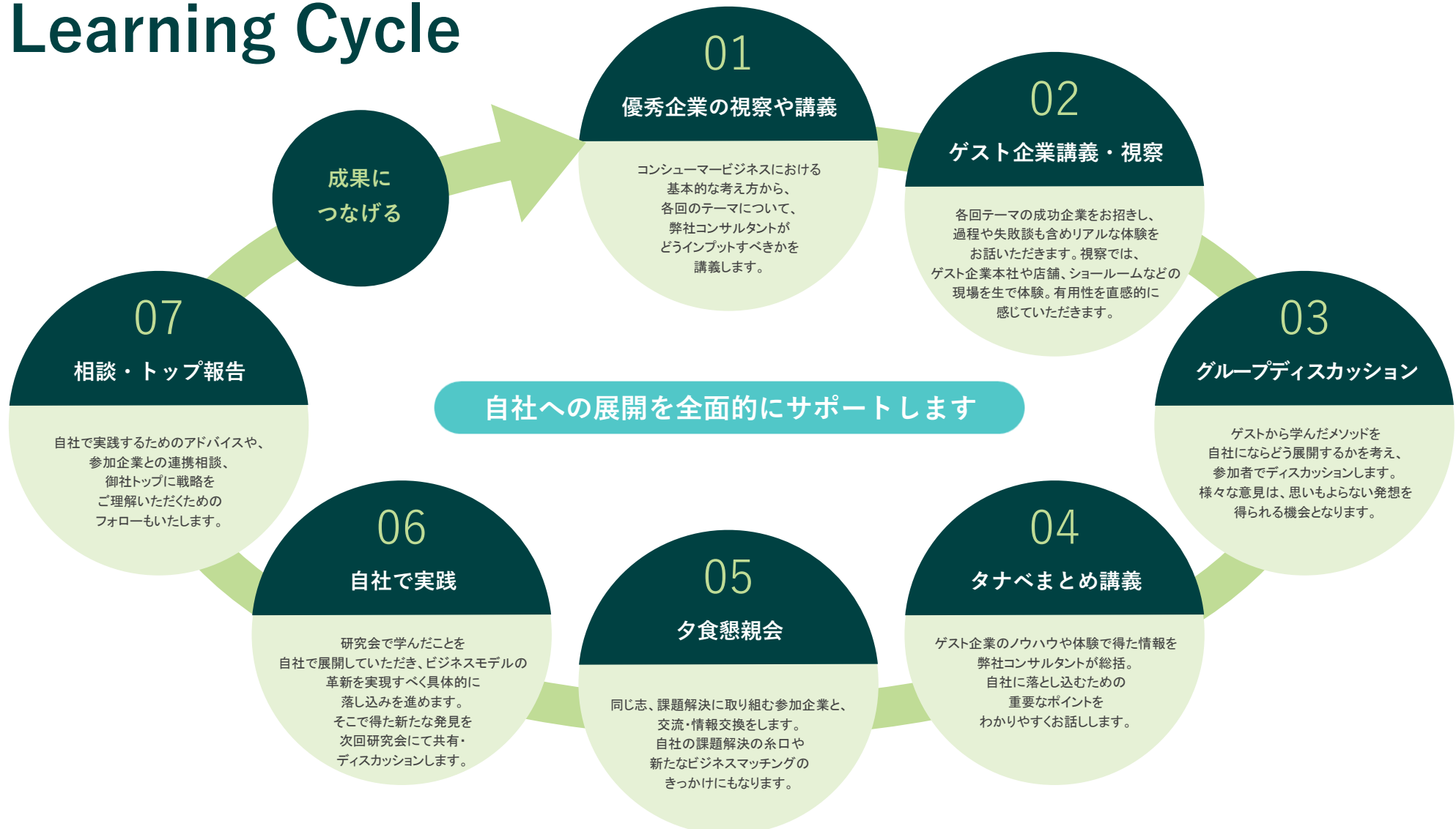
Schedule



※ 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。

コンシューマービジネス研究会 学びのサイクル

Learning Cycle



コンシューマービジネス研究会 リーダー紹介

Leader Introduction

コンシューマービジネス研究会リーダー 森田 裕介

コンシューマービジネス(BtoC・BtoBtoC)の多くは、国内の人口減少に連動し市場規模の縮小が予測される「成長なきマーケット」です。covid-19発生以降の今日においては、社会課題や顧客課題が変容し、いまだ例を見ない産業構造の劇的な変化が生じています。未来の変化を的確に捉え、自社のビジネスを見直した企業のみが成長していくと言えるでしょう。持続性の高いビジネスモデルを再構築することを目的に、成功企業からその要諦を学び研究を進めて参ります。

Profile

大手アパレルSPA企業を経て、当社へ入社。ライフスタイル産業の発展を使命とし、アパレル分野をはじめとする対消費者ビジネスの事業戦略構築、新規事業開発を得意とする。理論だけでなく、現場の意見に基づく戦略構築から実行まで、顧客と一体となった実践的なコンサルティング展開で、多くのクライアントから高い評価を得ている。

こんな方はぜひ
ご参加ください

- ✓ さらなる成長を遂げるために新たな事業を開発したい
- ✓ 海外への本格的なシフトを検討している
- ✓ コンシューマービジネスへの参入を検討している



コンシューマービジネス研究会 開催日程と申し込み要項

Event dates and application requirements

開催日時

第1回	2024年	09月 12日 (木)	・	09月 13日 (金)
第2回	2024年	12月 05日 (木)	・	12月 06日 (金)
第3回	2025年	01月 27日 (月)	・	01月 28日 (火)
第4回	2025年	03月 24日 (月)	・	03月 25日 (火)
第5回	2025年	05月 22日 (木)	・	05月 23日 (金)
第6回	2025年	07月 24日 (木)	・	07月 25日 (金)

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

アパレル、美容、生活日用品などのBtoC・BtoBtoCに関心のある
経営者・経営幹部・事業責任者・経営企画責任者など

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 コンシューマービジネス研究会



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。