

# 事例案内資料

住設機器メーカー様

## 【勝ち筋ストーリーづくりサポート】支援事例



2024年5月

マーケティング部

## 事例案内資料について

---

この度は、資料ダウンロードいただきまして、誠にありがとうございます。

本資料は、当社が扱った案件についての事例紹介資料となります。

**【勝ち筋ストーリーが見当たらない...!】** という  
**ご相談**に対し、当社が、どのようにプランニングし、こういったアウト  
プットを提供したかを解説しております。

当社へのご相談・お声がけのきっかけ、参考になれば幸いです。

※守秘義務の関係上、提示しているアウトプット及び内容については、実際の内容から変更している箇所がございます。  
※本資料についての転用、転載については禁止しております。ご理解くださいますようお願いいたします。

# プロジェクト概要

## 案件概要

- 以下取引先様より、お問合せをいただきました。

項目	内容
取引先	住宅/住設機器 総合メーカー
取引先部門	経営企画セクション・事業部セクション
案件背景	<ul style="list-style-type: none"><li>窓領域における事業強化を行う</li><li>同事業における市場構造が、上位数社で80%以上のシェアを占める寡占状態</li><li>上位企業の得意領域が明確化されている状況にあり、</li><li>自社の販売戦略拡大に向けての市場内の位置づけをどう設定するか の検討が必要</li></ul>

## 案件概要

---

- 以下のようなご相談をいただきました。

**自社が置かれている環境を改善、市場内プレゼンスを高めたい**

Point

**1**

特定チャネルの目標再設定、販売戦略の見直しが必要

Point

**2**

市場内における自社シェア拡大に向けた勝ち筋がない

Point

**3**

旧態依然とした営業活動からの脱却ができない

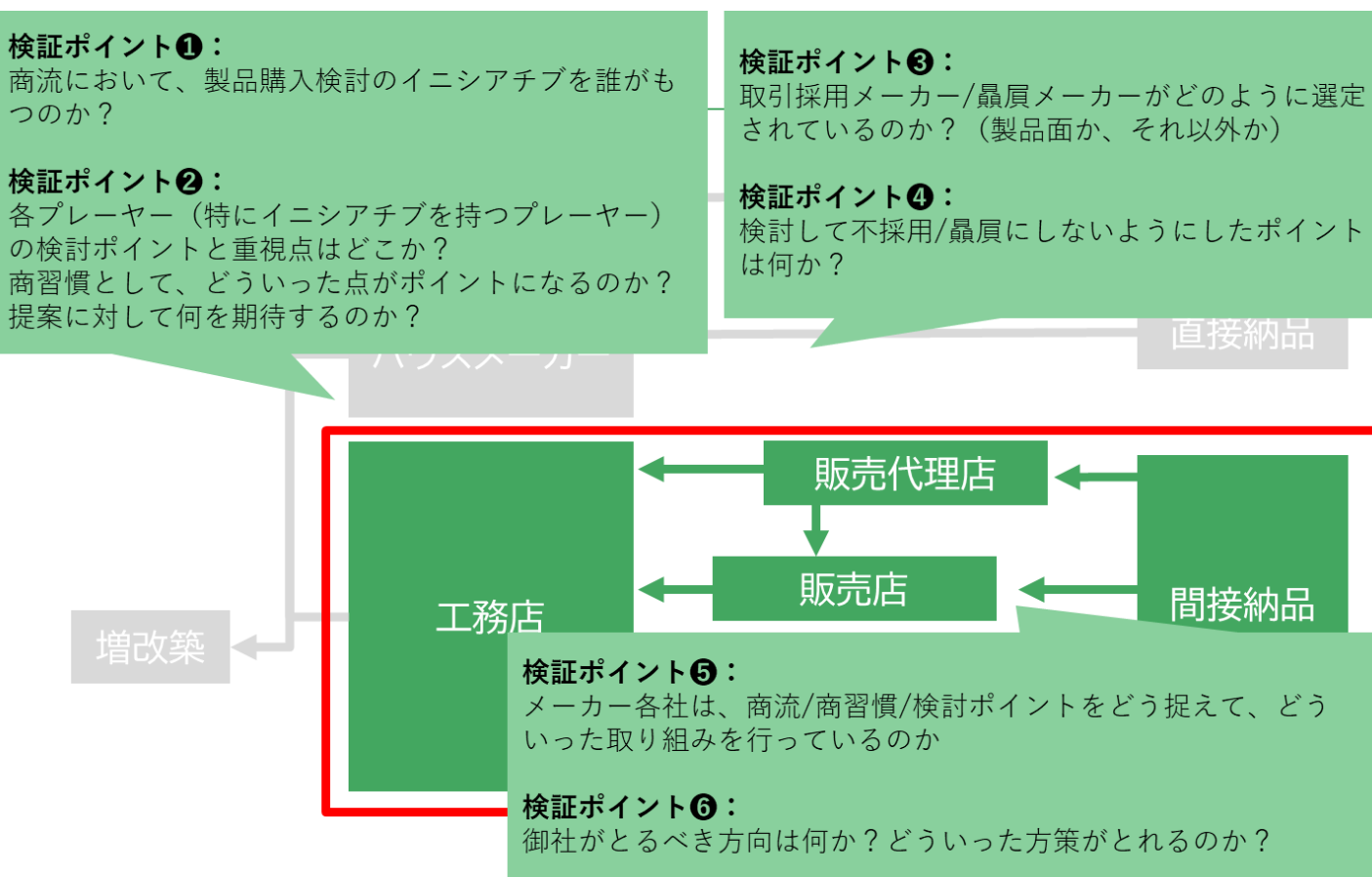
## セルウェルからの提案 全体像

- 課題状況に合わせ、以下内容の提案を行いました。

ご提案	内容
<b>1</b> 当該チャネルの現状及び問題点/論点の整理	チャネルにおける現状認識、競合環境など、既存情報及び現状の整理 戦略立案にあたり、どのあたりに問題点/課題点があるかを整理 どのポイントから整理していくべきかを定める
<b>2</b> BtoBtoCカスタマージャーニー分析	複雑な商流構造の中で、以下ポイントをカスタマージャーニーに合わせて分析 I. 商流上、誰がキーマンとなり商品導入が決定されるか II. 購買経路の中で、各プレーヤーがどういったことに悩んでいるのか（＝ペインとなるポイントはどこか） III. 各サッシメーカーがどういったサポートを行っているのか IV. どういったサポートが、サッシメーカー選定の決め手になっているのか
<b>3</b> 調査結果の考察を踏まえ、販売戦略立案	調査結果を踏まえ、目標設定を見据えた販売戦略ストーリーの構築 ストーリーに合わせて、製品軸、チャネル軸、販売価格軸、プロモーション軸について具体的な内容の検討
<b>4</b> 各ステークホルダーに向けての戦略説明資料作成	経営管理部門、営業部門、製造部門、プロモーション部門など、各所に向けての戦略説明ストーリーの構築&資料化サポートの実施

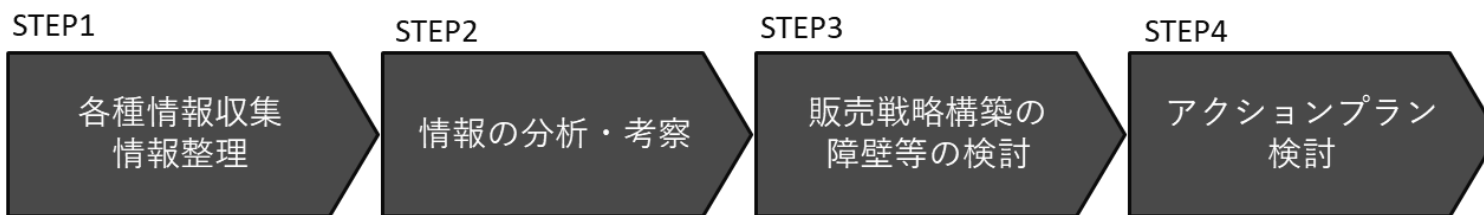
## セルウェルからの提案 【ポイント整理】

- まずは、こういった所に問題があり、何を解明・整理していく必要があるかについてのまとめを実施
- ご提案時に、こういったポイントの整理が必要かについてまとめました

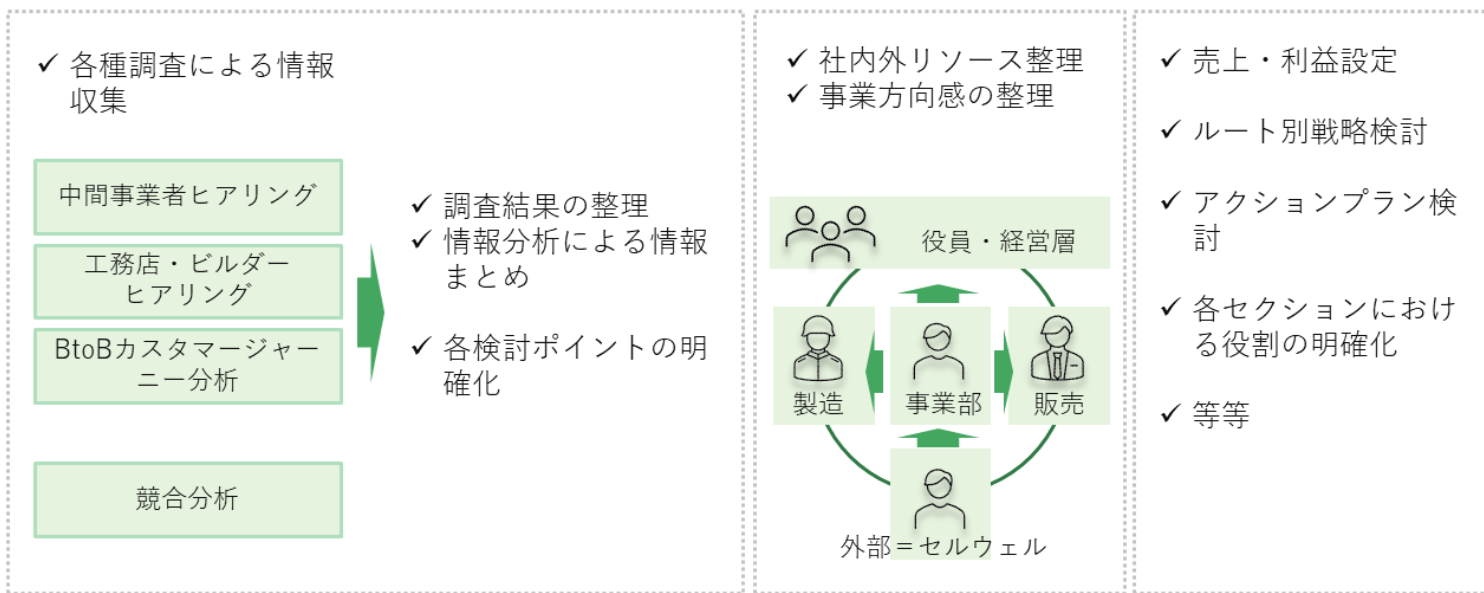


## セルウェルからの提案 【進め方】

- 整理した検討ポイントや、整理・考察、検討が必要なポイントをまとめ、どのように進めるかを整理しました
- プロジェクトの流れとして、大きく4つのフローで実施しました



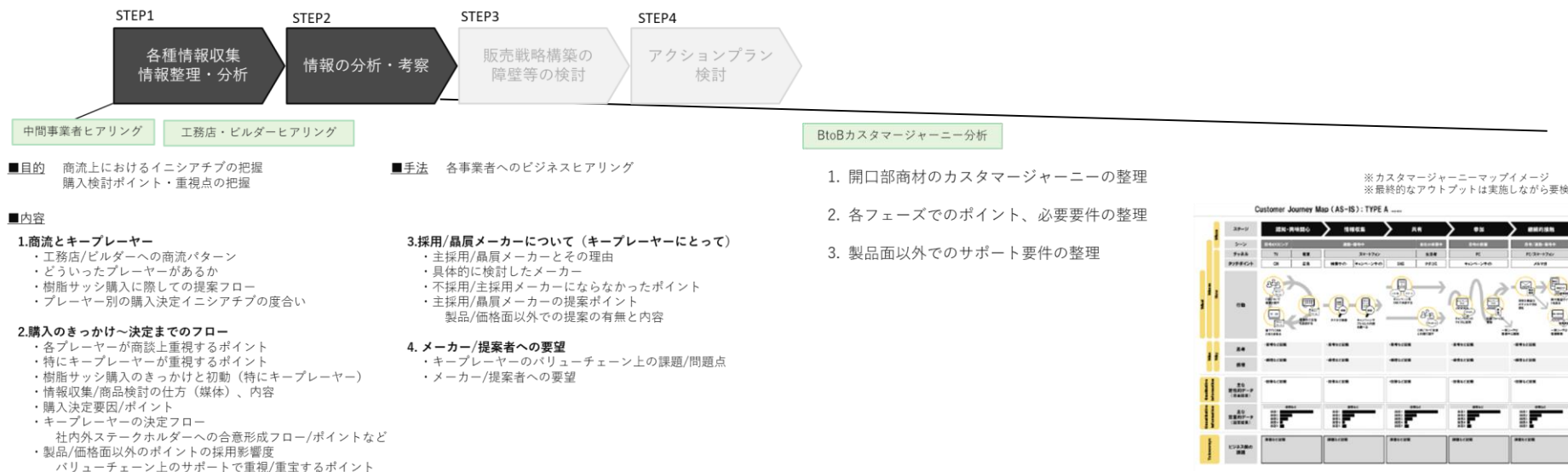
### やること





## セルウェルからの提案 【実施概要】

- 各ステップにおける進め方内容を確認し、実施内容及びイメージのすり合わせを行いました
- 過去実績や想定されるアウトプットイメージを共有することで、進め方の相違がないことを確認しながら、業務を進めていきます。



# アウトプットイメージ

## 調査・分析パート アウトプットイメージ

### 工務店インサイトの整理

- 工務店へのヒアリングをベースに、工務店ビジネスの課題や工務店属性別で特徴を整理
- メーカー→販売店→工務店→施主 までのカスタマージャーニーマップを作成

### 調査結果からのアインザイグツ

#### 課題と解決

1. 期待していたような「施工現場のデジタル化」が実現しない
2. 一貫したデジタル化の推進体制が構築できていない
3. 現場でのデジタル化は「現場作業員」のスキル不足が課題となっている
4. システム導入後の運用・保守が現場作業員に負担となっている
5. 現場作業員は「デジタル化」が現場作業の効率化やコスト削減につながることを期待している
6. 現場作業員は「デジタル化」が現場作業の効率化やコスト削減につながることを期待している

#### ユーザー体験

1. デジタル化による現場作業の効率化やコスト削減が期待されている
2. 現場作業員は「デジタル化」が現場作業の効率化やコスト削減につながることを期待している
3. デジタル化による現場作業の効率化やコスト削減が期待されている
4. 現場作業員は「デジタル化」が現場作業の効率化やコスト削減につながることを期待している

### 工務店の仕事と課題

#### 工務店のセグメント分類（調査ベース）

##### セグメントA（調査ベース）

1. 業種別別業種別
2. 業種別別業種別

11. 業種別別業種別
12. 業種別別業種別

##### セグメントB（調査ベース）

1. 業種別別業種別
2. 業種別別業種別

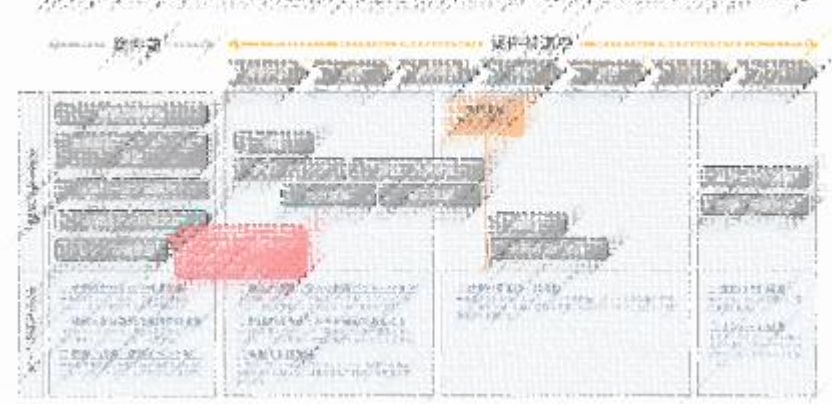
※上記「B」への課題は他のセグメントとは異なり、現場作業員が現場作業により解決が期待される

セグメント	特徴	課題	解決策
A	業種別別業種別	業種別別業種別	業種別別業種別
B	業種別別業種別	業種別別業種別	業種別別業種別

### ＜参考＞セグメント別別業種別カスタマージャーニーマップ：B



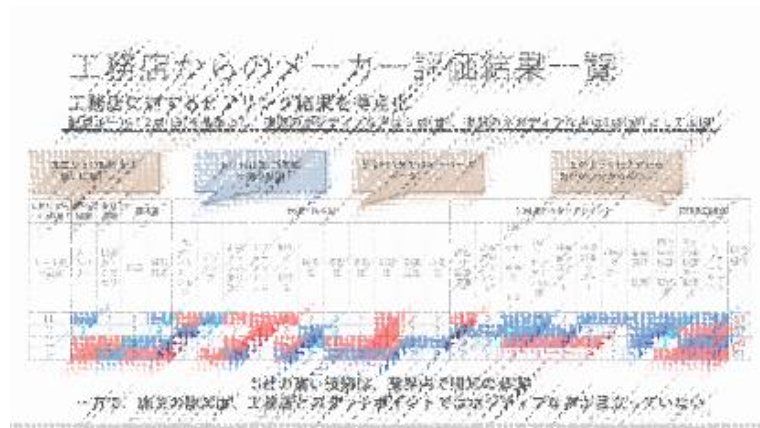
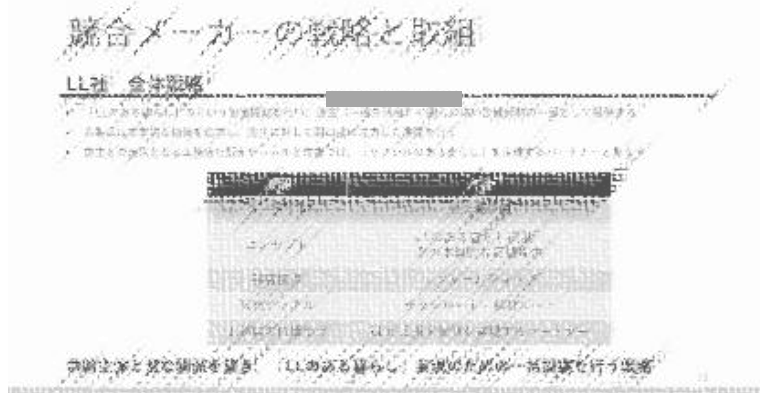
### カスタマージャーニーにおける快進撃のニーズ（オンラインメーカーへの要望）



## 調査・分析パート アウトプットイメージ

### 競合メーカー 戦略分析①

- オープン情報やヒアリング情報などを踏まえ、競合メーカー各社の工務店に向けた販売戦略と取組み実態を整理
- 工務店からのメーカー各社の評価を点数化し、各社比較により強みと弱みを整理



## 調査・分析パート アウトプットイメージ

### 競合メーカー 戦略分析②

- 各社の強み/弱みを、「製品軸」「営業戦略軸」「プロモーション軸」で比較整理
- カスタマージャーニーマップとメーカー施策を整理し、どのメーカーのどの施策が効果的に作用しているかを抽出



# 勝ち筋ストーリー作り アウトプットイメージ

## 戦略ストーリー構築①

- 調査結果の考察より、自社の勝ち筋ストーリーを整理

### 現状：S社の勝ち筋が不明

#### 調査結果を踏まえると・・・

① 競合の強みは「価格競争力」にあるため、価格競争に勝つことは難しい。  
 ② 競合の弱みは「顧客対応」にあるため、顧客対応を強化することで競争優位性を築ける。  
 ③ 競合の強みは「ブランド力」にあるため、ブランド力を強化することで競争優位性を築ける。  
 ④ 競合の弱みは「商品力」にあるため、商品力を強化することで競争優位性を築ける。

① 価格競争に勝つことは難しい。  
 ② 顧客対応を強化することで競争優位性を築ける。  
 ③ ブランド力を強化することで競争優位性を築ける。  
 ④ 商品力を強化することで競争優位性を築ける。

① 競合の強みは「価格競争力」にあるため、価格競争に勝つことは難しい。  
 ② 競合の弱みは「顧客対応」にあるため、顧客対応を強化することで競争優位性を築ける。  
 ③ 競合の強みは「ブランド力」にあるため、ブランド力を強化することで競争優位性を築ける。  
 ④ 競合の弱みは「商品力」にあるため、商品力を強化することで競争優位性を築ける。

① 価格競争に勝つことは難しい。  
 ② 顧客対応を強化することで競争優位性を築ける。  
 ③ ブランド力を強化することで競争優位性を築ける。  
 ④ 商品力を強化することで競争優位性を築ける。

スグさまのやり方で、価格競争力アップには勝てない

### 勝ち筋への突破口は4つ

#### 調査結果を踏まえると・・・

① 競合の強みは「価格競争力」にあるため、価格競争に勝つことは難しい。  
 ② 競合の弱みは「顧客対応」にあるため、顧客対応を強化することで競争優位性を築ける。  
 ③ 競合の強みは「ブランド力」にあるため、ブランド力を強化することで競争優位性を築ける。  
 ④ 競合の弱みは「商品力」にあるため、商品力を強化することで競争優位性を築ける。

① 価格競争に勝つことは難しい。  
 ② 顧客対応を強化することで競争優位性を築ける。  
 ③ ブランド力を強化することで競争優位性を築ける。  
 ④ 商品力を強化することで競争優位性を築ける。

これら勝ち筋へのアプローチを踏まえた顧客、ビジネスモデルを新たに構築することが必要

### 想定事業規模（※売上）を算出するための基本図（リファレンス）

#### 1〜4のグラフに、想定ターゲット数から想定売上規模を把握

ターゲット数	1人あたり売上	2人あたり売上	3人あたり売上	4人あたり売上	5人あたり売上	6人あたり売上	7人あたり売上	8人あたり売上	9人あたり売上	10人あたり売上
100人	100万円	200万円	300万円	400万円	500万円	600万円	700万円	800万円	900万円	1000万円
200人	100万円	200万円	300万円	400万円	500万円	600万円	700万円	800万円	900万円	1000万円
300人	100万円	200万円	300万円	400万円	500万円	600万円	700万円	800万円	900万円	1000万円
400人	100万円	200万円	300万円	400万円	500万円	600万円	700万円	800万円	900万円	1000万円
500人	100万円	200万円	300万円	400万円	500万円	600万円	700万円	800万円	900万円	1000万円
600人	100万円	200万円	300万円	400万円	500万円	600万円	700万円	800万円	900万円	1000万円
700人	100万円	200万円	300万円	400万円	500万円	600万円	700万円	800万円	900万円	1000万円
800人	100万円	200万円	300万円	400万円	500万円	600万円	700万円	800万円	900万円	1000万円
900人	100万円	200万円	300万円	400万円	500万円	600万円	700万円	800万円	900万円	1000万円
1000人	100万円	200万円	300万円	400万円	500万円	600万円	700万円	800万円	900万円	1000万円

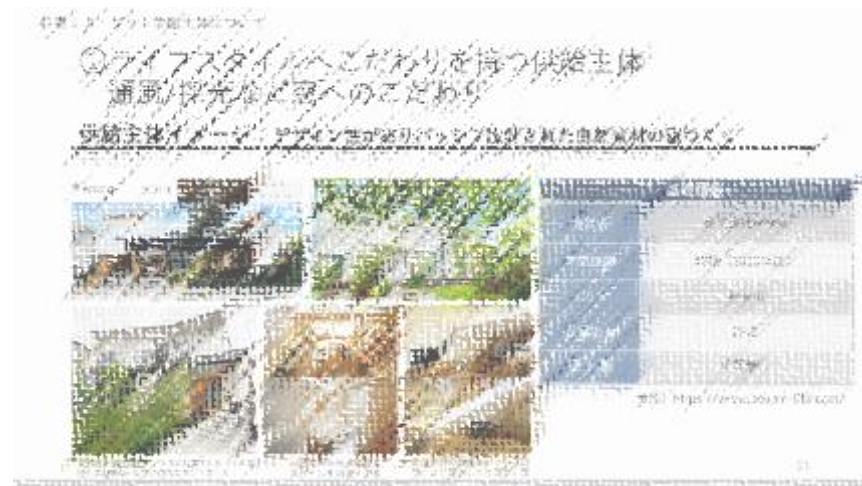
### 戦略サブストーリー一覧

サブストーリー	内容	効果	リスク
顧客対応強化	顧客対応を強化することで競争優位性を築ける。	顧客満足度の向上、リピート率の向上。	コストの増加、人材不足。
ブランド力強化	ブランド力を強化することで競争優位性を築ける。	ブランド認知度の向上、価格競争力の向上。	広告費の増加、競合の模倣。
商品力強化	商品力を強化することで競争優位性を築ける。	商品力の向上、顧客満足度の向上。	開発コストの増加、競合の模倣。
価格競争力強化	価格競争力を強化することで競争優位性を築ける。	価格競争力の向上、顧客満足度の向上。	利益率の低下、品質の低下。

## 勝ち筋ストーリー作り アウトプットイメージ

### 戦略ストーリー構築②

- 目標売上に向けた事業規模推定を実施
- 戦略ストーリーに合わせ、製品、チャネル、価格、プロモーション別での戦略アクションの策定



## プロジェクト概要

プロジェクト費用

一式 800万円

プロジェクト期間

プロジェクトスタートより 約5カ月

- 1：現状整理・問題点整理 : 約2週間
- 2：BtoBtoCカスタマージャーニー分析  
工務店インタビュー・ユーザーインタビュー : 約1.5カ月
- 3：競合分析  
オープンデータまとめ・ビジネスヒアリング : 約1.5カ月
- 4：調査結果の考察・戦略ストーリー構築 : 約1カ月
- 5：戦略説明資料作成 : 約2週間

稼働メンバー

シニアマネジャー ×1名  
コンサルタント ×2名  
リサーチャー ×1名



なぜセルウェルなのか

## セルウェルが選ばれる理由

---

Point

1

### 伴走型支援により課題解決を徹底サポート

幅広い調査業務、コンサルティング業務、プロモーション企画業務等の実績より、最適な提案を行います。

伴走型支援を評価いただくことが多く、徹底したサポートを行います。

---

Point

2

### 抽象度の高い課題にも 高品質で対応

プロジェクトのゴール設定、実行目的をしっかりと捉えたプランニング、実行サポートを高品質で対応いたします。

幅広い企業様と、幅広いセクションとの取引実績あり

\* 経産省が定義する業種区分 45業種/89業種との取引実績

\* 事業部、経営企画、新規事業開発、マーケティング、営業企画、生産管理、商品企画、情報システム、人事など  
様々なセクションとの取引実績あり

比較的抽象度の高い課題にも、論点整理・課題化・解決アイデアのプランニング対応いたします。

---

Point

3

### BtoB領域におけるプランニングにも対応

BtoB領域における各種情報整理、戦略プランニングにも対応しています。

事業性検証、参入ポテンシャル検討、戦略ストーリー作成、アクションプラン立案と実行サポートまで、伴走型で対応いたします。

## 実績件数

# 従事プロジェクト66件

市場調査

企業ベンチマーク

ユーザー調査

新規事業創出

PR/運営支援

その他



17件

22件

10件

7件

6件

4件

26%

33%

15%

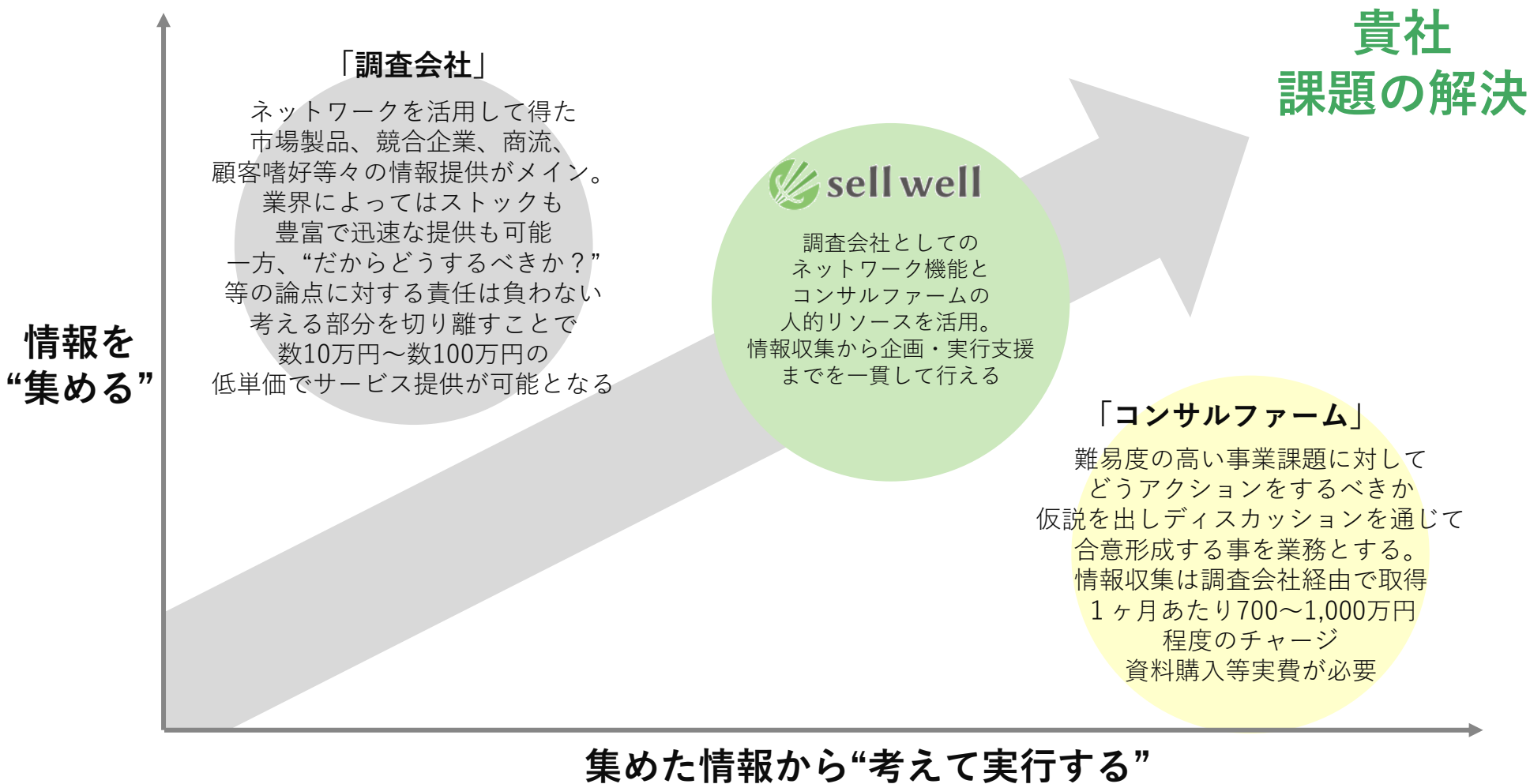
11%

9%

7%

\* 2023年度に取り組んだ弊社実績の一覧 一部重複

情報を集める & 考えて実行する機動力で、課題解決をフォローします。



# 会社概要

# プロヴェナンスグループ概要

国内外における戦略・マーケティング開発から、実行支援まで。  
クライアント企業様の事業課題に応じた複数の組織体で構成



グループ各社のソリューションを  
集約&各サービスの拡大戦略を企画

海外領域における  
戦略構築・進出支援サポート



グローバルを身近にする企業

[海外事業推進支援]

- 進出事業戦略立案
- 海外現地代理店提携支援
- 海外企業M&Aサポート
- グローバル人材研修
- 海外現地アテンド
- 海外現地プロモーション支援 等

日本国内領域における  
ビジネス開発・マーケティング支援



付加価値を追求し、売るチカラを創造する企業

[国内事業推進支援]

- 次世代市場開発
- マーケティング支援
- 付加価値支援
- 新規事業推進サポート
- 成長市場開発
- リサーチソリューション

デジタル領域における  
戦略構築・導入支援・運用代行



デジタルを通じてグローバルを身近にする事業

[デジタルマーケティング支援]

- Webサイトのグローバル化
- MA・CRM導入・運用
- 海外SEO対策・広告運用
- 各種Web施策支援・代行



バックオフィスから可能性を育む企業

[バックオフィス支援]

- 営業事務業務
- 調達業務
- 収計業務
- システム運用業務
- 経理・労務業務
- 契約業務

## セルウェル会社概要



企業名	セルウェル株式会社
代表者	代表取締役 森 英朗
設立	2015年4月
事業内容	マーケティング視点からのコンサルティング支援
資本金	9,900,000円
従業員数	10名

## 【本社】

〒105-0004

東京都港区新橋6-14-3 御成門PREX6F

Tel : 03-6435-7544 Fax : 03-6435-9044

## 【大阪オフィス】

〒541-0047

大阪府大阪市中央区淡路町2-5-16 淡路町ビル2F

Tel : 06-6224-0786 Fax : 06-6224-0738

## 所在地

## 【盛岡オフィス】

〒020-0021

岩手県盛岡市中央通り1-9-11 CUBE映画館通り3F-F

TEL : 019-613-5881 FAX : 019-613-5882

## 【福岡オフィス】

〒810-0073

福岡県福岡市中央区舞鶴2-2-6 MAiZURU PLACE9F

Tel:092-753-6340 Fax:092-753-6341

関連会社	プルーヴ株式会社 rain株式会社	海外進出支援・マーケティング バックオフィス業務支援
------	----------------------	-------------------------------



# セルウェル 事業領域

調査  
情報収集

分析・考察・示唆  
仮説立案

アクション立案  
KPI策定

ビジネス構築  
タスク化

戦略・企画立案

実行&サポート

## マーケティングコンサルティング

- ・ 事業推進における問題点の整理と解決企画案の提案/実施

## 新規事業開発コンサルティング

- ・ 新規事業開発に関わる各種コンサルテーション

## リサーチコンサルティング

- ・ マーケティングリサーチに関わる各種コンサルテーション

## 調査・分析サービス

- ・ 各種調査/分析の実行
- ・ 市場調査
- ・ 流通/店頭調査
- ・ 生活者調査
- ・ 競合/産業調査
- ・ BtoB/法人調査
- ・ テストマーケティング
- ・ PEST分析
- ・ 3C/4P分析
- ・ 市場参入可能性検証
- ・ ブランドロイヤリティ分析 (toC/toB)
- ・ 取引先攻略分析
- ・ カスタマージャーニー分析 (toC/toB)
- ・ 顧客インサイト分析 (toC/toB)

## ビジネス プロデュース サービス

- ・ **ビジネスプロデュース/体制構築**  
販売戦略策定、営業体制構築、外部連携、販売代理店体制構
- ・ **リード獲得体制構築**  
WEBサイト、WEB施策構築  
SEO対策/運用、広告・展示会展開
- ・ **販売検証支援**  
テストマーケティング検証
- ・ **プロモーション支援**  
イベント、広告、PR等の企画、設計、運用  
動画企画及び制作、運用  
インフルエンサー施策 等





セルウェルは、“Always being Unique & Innovative”をミッションとするPROVENANSグループの会社です。  
事業ドメインの垣根を超えた組織変革&マーケティング支援に取り組んでおります。