

経営者の挑戦が、地域をけん引し雇用を生み出す原動力となる

ご好評につき

大阪会場での開催決定!

受託加工業

100億企業化 成長戦略セミナー in 大阪

100億企業を実現するロードマップが、
確かな成長へ導く



株式会社船井総合研究所
執行役員
片山 和也

方法1 新商品・新事業への投資

成長市場に合わせた製品・サービスを創出し、売上の新たな柱を築く

方法2 工場・設備・システムへの投資

生産キャパ増加、生産性向上、コスト最適化を実現する工場づくり

方法3 M&A・HD化への投資

垂直統合やグループ化によるシナジーで、収益性と市場シェアを飛躍させる

方法4 資金調達・補助金活用

中小企業成長加速化補助金、大規模成長投資補助金等、採択される企業の共通点

主 催
サステナブルな成長を促す。Funai Soken
株式会社船井総合研究所 〒104-0028 東京都中央区八重洲2丁目2番1号
東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階

受託加工業100億企業化成長戦略セミナー in 大阪 お問い合わせNo. S136811

2026年2月24日(火)

会場 船井総研グループ 大阪本社
サステナブルスクエア OSAKA
開催時間 13:00~17:00(受付時間:開催時間30分前~)

一般価格 10,000円(税別)
11,000円(税込) / 一名様
会員価格 8,000円(税別)
8,800円(税込) / 一名様

100億企業化は、経営者が地域の未来を創る力を持つということ

売上だけでなく、社会的価値をも高める経営のステージへ

~以下のお悩みを持つ皆様におすすめのセミナーです~

100億への売上が伸び悩み、
新しい収益の柱をつくりたい

自社製品を開発して、
メーカー化を進めたい

設備投資をしたいが、どこに・どの規模で
投資すべきか判断に迷っている

生産性を高めたいが、
人材不足や現場の負荷が限界にきている

M&Aを行いたい、
ポイントがわからない

取引先や市場の依存度が高く、
将来に不安がある

補助金を活用したいが、
採択率を上げる具体策を知りたい

資金調達の選択肢と
リスク管理に悩んでいる

自社の成長ロードマップを
明確に描けていない

地域をけん引する企業となり、
雇用創出で社会に貢献したい

第1講座

受託加工業が100億企業化を実現するための成長戦略

- 市場環境の変化に適応し、売上100億円を実現するための全体像
- 100億企業が共通して行っている投資パターン

株式会社船井総合研究所
上席執行役員 オフライン統括本部
本部長
杉浦 昇

第2講座

成長戦略①:新事業開発、新商品開発戦略

- 受託加工業の組織能力を生かした勝てる事業への進出方法
- 市場ニーズをとらえた商品開発、事業開発の方法

株式会社船井総合研究所
製造業商社支援部 シニアコンサルタント
中小企業診断士
金指 怜佑

第3講座

成長戦略②:工場・設備・スマートファクトリーへの投資戦略

- 生産能力を飛躍させるための工場投資、設備投資のポイント
- 生産性向上と生産キャパの拡大を実現するスマートファクトリーの方法

株式会社船井総合研究所
DXコンサルティング部
リーダー
徳竹 勇兵

第4講座

成長戦略③:M&A・HD化への企業戦略

- 同業他社のM&A、加工工程付加の垂直統合型の利点と注意点
- 受託型加工業がM&Aを成功させるための方法と共通点

株式会社船井総合研究所
製造業商社支援部
マネージング・ディレクター
藤原 聖悟

第5講座

成長戦略④:ROIを最大化する補助金戦略

- 受託加工業が中小企業成長加速化補助金、大規模成長投資補助金を活用するポイント
- 採択率を高めるための必須要素

株式会社船井総合研究所
補助金コンサルティング部
シニアコンサルタント
黒川 伸宏

第6講座

本日のまとめ:100億企業化ロードマップ策定のために

- 投資・人材・組織・事業ポートフォリオの最適化を通じた、達成への具体的ステップ
- 100億企業化を目指すために、経営者が取るべき決断と行動

株式会社船井総合研究所
執行役員 DX支援本部
副本部長
片山 和也

開催日程・場所

2026年
日程 2月24日(火) 13:00~17:00
(受付開始:開始時間30分前~)

場所 船井総研グループ 大阪本社
サステナブルスクエア OSAKA

※諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場はマイページにてご確認ください。
また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。
尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしませんので、ご了承ください。
【年末年始休業のお知らせ】2025年12月26日(正午)~2026年1月6日まで
※休業期間中は電話がつかなくっております。
※Webからのお問い合わせには1月7日以降順次ご回答させていただきます。
※なお、受講申込はWebより24時間受け付けております。
ご不便をお掛けいたしますが、何卒ご了承くださいませようお願い申し上げます。

受講料
一般価格 税込 11,000円(税抜10,000円) / 一名様
会員価格 税込 8,800円(税抜8,000円) / 一名様
※会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン
(IF-FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。
申込期限
銀行振込 開催日6日前まで
クレジットカード 開催日4日前まで
※祝日や連休により変動する場合がございます。

お申込みはWEBから

右のQRコードを読み取り
いただきますとお申込み
フォームに繋がります

※お申込みに関してのよくある質問は
船井総研FAQ と 検索
ご確認ください。



[TEL] 0120-964-000 (平日9:30~17:30)
[E-mail] seminar271@funaisoken.co.jp

※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。
また、お問い合わせの際は「お問い合わせNo.とセミナータイトル」をお伝えください。

当社ホームページからお申込みいただけます。船井総研ホームページ www.funaisoken.co.jp (右上検索マークから「お問い合わせNo.」を入力ください。) → 136811

株式会社船井総合研究所
執行役員

片山 和也

株式会社船井総合研究所
マネージング・ディレクター

藤原 聖悟

本セミナーの開催にあたり、株式会社船井総合研究所 執行役員 片山和也と
マネージング・ディレクター 藤原聖悟にお話を伺いました。
国内製造業の激しい環境変化の中、100億企業化を目指すことの意義、
そしてその実現に向けた具体的な戦略について、深い洞察と実践的なアドバイスが示されています。

第一章..なぜ今、受託加工業は100億企業化を目指すべきなのか

「国内製造業の市場環境と競争構造の変化、そして100億企業化によって得られる競争優位性についてお聞かせください。」

片山

「現在の製造業では、市場の二極化が非常に進んでいます。愛知にある成長性という点で注目されている受託加工業のように売上高が60億円を超え、100億円を狙う会社がある一方で、廃業や倒産が増えているのが現状です。このような中で、100億企業化というビジョンを持つ会社とそうでない会社との間で、大きな格差が生まれています。」

藤原

「私も2000年から製造業で営業、そしてコンサルタントとして携わってきましたが、2000年頃は自動車産業をはじめ特定のお取引先の仕事が増え、設備投資や生産ラインの改善によって一定の売上増加が見られました。しかし、日本全体の仕事量の減少や価格競争の激化により、利益を確保することが難

しくなっています。

特に、売上10億円から20億円規模の企業では、何をすることも一個あたりの生産原価がかかりすぎてしまい、利益を確保できないという問題に直面しています。仕事量が足りない状況では、規模のメリットを享受できません。

一方、売上が100億円規模になれば、工夫次第で利益を大きく伸ばすことが可能です。例えば、新興自動車メーカーの金型を手がける企業では、150名で売上約100億円弱を達成しています。一般的な金型業で150名規模の企業が売上15億円から20億円程度なのに、上記の企業は、規模のメリットを最大限に活かし、利益を創出している良い例です。売上が増えることで、社内の効率化も進められます。」

片山

「100億企業化を目指す上で、特定の顧客や特定の業界に依存しているのは成功は難しいという前提があります。特に自動車産業は、マーケットとしては大きいですが、トラックやEVシフトなど、現在最も不安定な状況にあります。かつてないほど、特定の顧客や業界に依存することの不確実性が増して



いる時代だと言えるでしょう。」

第二章..成長企業の投資領域の共通点

「100億企業化を目指す成長企業には、どのような共通点や投資領域のパターンが見られますか。」

片山

「100億企業化を実現している、あるいはその射程に入っている会社には、大きく分けて二つのパターンがあると考えています。

1つ目に、M&Aやホールディングス化による拡大です。同業他社を傘下に収めるパターンも含まれます。例えば株式会社エージエンシーアシストや株式会社テルミックもこれに当たると考えています。これは、人的投資、拠点の増加、物流センターの拡大などを通じて、外部パートナーをうまく活用しながら事

業を成長させるという特徴があります。

2つ目に、工場増設とODMへのシフトです。部品加工だけでなく、設計段階からの受託(ODM)や、組み立て品、装置品の受託まで、事業領域を広げていくパターンです。京都で現在医療機器メーカーのODMを行っているテック・ワーク株式会社もこれに該当すると思います。」

藤原

「私も全く同じように考えています。片山さんが挙げた2つのパターンに加えて、いくつかの側面から成長企業の共通点を見ています。

新規事業・自社商品開発...船井総合研究所で多くの部品加工業の企業と出会ってきましたが、ある企業では150人以上いて試作中心だと売上20〜30億円にとどまるケースがあります。一方、現在私がコンサルティングをしている四国の会社では、自社商品を開発したことで、売上が20億円から一気に50億円、80億円、そして150億円と大きく伸びています。これは太陽光という時流に乗った側面もありますが、常に新しい分野で自社商品の特許を取得し、開発を続けているからこそ、売上100億円弱を維持できていま

す。神戸大学と船井総合研究所の共同研究でも、自己資本比率が高い優良企業でも売上が伸び悩むのは、新規事業や新商品開発に取り組んでいないことが原因とされています。

生産キャパシティの最大化(外部リソースの活用含む)...テルミックやエージエンシーアシストの例は、外部委託というよりも、自社の生産キャパシティを最大限に広げるために外部リソースを活用するという考え方だと思います。株式会社キーエンスのように完全にファブレスで事業を行うことで、経営判断を迅速にする選択肢もあります。不安定な市場環境の中でも、工場への大規模投資を実行し、仕事量を獲得できた企業も売上を大きく伸ばしています。また、「メーカー化」と呼ばれる、例えば歯車のような特定部品に特化した専門メーカーになることで、100億円の実現がしやすくなるケースもあります。重要なのは、リスクを減らし、営業力を強化して工場投資に見合う利益を上げることです。

M&A・ホールディングス化による事業規模の急速な拡大...工場設備への投資は時間と費用がかかりますが、M&Aやホールディングス化は、既に確立された領域の会社をグルー

第三章..新事業・自社商品開発のポイント

「受託加工業が新たな事業や自社商品を開発する際の具体的なポイントを教えてください。」

藤原

「受託加工業における新事業・自

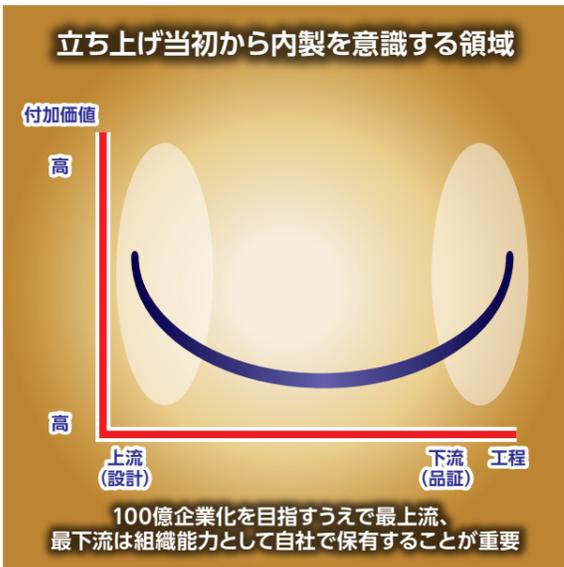


片山 「設備投資や工場新設を成功させるためのポイントは、主に二つあると考えています。

生産技術のプロが企画すること…中小企業では、生産技術の専門能力が不足しているか、あるいは自社特有の狭い知見の中で生産技術が行われ

「中期的なスパンで100億企業化

第五章 M&A・HD化で一気に事業規模を拡大するには



ているケースが多く見られます。その結果、「なぜこのような工場にしたのか」「なぜこのようなラインレイアウトにしたのか」といった疑問が生じるケースが非常に多いです。今は、期間限定で外部の生産技術のプ

「中期的なスパン、例えば5年から10年で100億企業化を目指す上で、M&Aとホールディングス化が最も期間を短縮できる手段であることは間違いありません。

実際に、株式会社技術承継機構は創業わずか7年で売上110億円、営業利益15億円、EBITDA 21億円を達成し、2025年2月にはIPOも実現しました。創業7年で売上110億円を超える受託加工業の企業は、他にほとんど見られません。

と「リスク」が伴うことも事実です。受託加工業が自力で100億企業化を目指す場合、広大なスペースと大規模な設備投資が不可欠となり、長期的な期間が必要となるでしょう。

国もまた、地域に100億円規模の企業を多く創出しようと政策を進めています。これまでのものづく



社商品開発の最も重要なポイントは、「機械寸法以外の性質」を徹底的に追求し、自社で試験できる体制を整えること

例えば、東海エリアにある歯車専門メーカーや、屋外筐体に特化した企業、あるいはアルミフィンなど、成功している受託加工業の企業には共通点があります。それは、単に形状や寸法精度を出すだけでなく、金属の性質、筐体としての防塵防水性、歯車の強度や摩擦係数など、本来顧客が行うべき品質・性能試験を自社で実施していることです。これが自社商品開発のスタート地点となります。

「メーカー化の最大のメリットは、「これを売ります」ということを自社で決められるため、自社が得意な仕事だけを集めることができる点です。受託型製造業の新規開拓では、自社の得意分野ではない仕事や、現場に過度な負担がかかる仕事を受注してしまうリスクがあります。メーカー化は、そういった問題を解消し、得意な仕事に集中できる環境を整えます。

ただし、注意点として、B to B企業がB to C商品を作って売り出し、うまくいったケースは少ないということです。一時的には売上があがっても、蓋を開けてみれば儲かっていなかったり、ビジネスの特性が全く異なるため、成功にはつながりにくいのです。ここで言う自社商品開発は、あくまでもB to B企業が法人向けのB to B商品を開発するということになります。」

「工場や設備、システムへの投資を成功させるための具体的なパターンや注意点についてお聞かせください。」

藤原 「投資の判断は、仕事の内容によって変わります。例えば、データセンター関連の仕事のように「3年間、毎月200件の仕事を発注する」といった契約書が発生するよう

「工場や設備、システムへの投資を成功させるための具体的なパターンや注意点についてお聞かせください。」

10年以上で数億の成長なら...
オーガニック
(今、自社が保有するリソース)で可能

10年以内で100億企業化を目指すなら...
M&A・HD化による成長の加速化が必須!

第四章 工場・設備・システム投資の成功パターン

このような背景から、メーカー化、M&A、自力での受託加工業の成長、どのケースにおいても、のちにお話しする補助金を活用するとは必須であると私は考えています。」

第六章 ROⅠを最大化させるために補助金活用は必須？

「ROⅠを最大化させるために、補助金の活用は本当に必須なのでしょうか。」

藤原

「補助金を活用することは絶対に必要です。例えば、仮に5億円の補助金が採択されたとします。日本の

製造業の平均営業利益率が4〜5%であることを考えると、100億企業の年間付加価値が大体4〜5億円程度です。つまり、補助金で得られる5億円というインパクトは、100億企業が年間で生み出す付加価値に匹敵するほど大きいのです。」

申請書類の作成が難しいなど、プロの助けが必要な部分があります。そのインパクトを考えれば、活用しない手はありません。国もそれだけのインパクトを提供することで、企業に100企業を目指すことを促しているのです。」

片山

「私自身、以前は補助金に対してネガティブなイメージを持っていま



ロードマップを「絵」にすることで、社員や関係者全員が共通認識を持ち、自社に何が足りないのかを明確にすることができます。小難しいシंकタンクのようなものではなく、製造業に特化した、実務的なポイントを押さえたロードマップが必要です。実際に多くの企業で100億プロジェクトを進めてきました

が、ロードマップがあるだけで、やるべきことが格段に明確になったと実感しています。」

片山

「戦略とは計画である」という言葉がありますが、ロードマップを策定している会社とそうでない会社が競合した場合、ほぼ100%ロードマップを策定している会社が勝利し

ます。それは、計画しているからこそ、実現への道筋が見えているからです。」

ロードマップには、自社がどのような戦略で業績を伸ばすのか、自社商品開発、自社技術をどの領域に展開していくのかといった、これまでに議論してきた全ての内容が内包されます。」

「100億宣言」につながるロードマップをしっかり策定することが極めて重要です。そして、このロードマップは、トップ経営者だけでなく、幹部も一緒になって作り上げるプロセスを踏むべきです。そうすることで、より強い会社、より強いプロ集団へと組織を進化させることができます。」

100億宣言には、補助金だけで

した。補助金で購入した設備が現場で活用されずに放置されるケースも多かったからです。しかし、100億円を目指す、あるいは工場を新設するといった大規模な話になれば、補助金は100%検討すべきだと考えを改めていきます。これはもはや当然のことです。」

現在、日本が国策として推進しているラピダスのような大規模プロジェクトでさえ、ほぼ補助金で実施されています。大企業ですら補助金を活用して事業を進めているのに、中小企業が自力だけで行うのは現実的ではありません。」

大規模補助金には専門のプロがいるので、そういったプロに相談することを強くお勧めします。」

第七章 経営者が今すぐ取り組むべきこと…100億企業化ロードマップの策定

「100億企業化を実現するために、経営者が今すぐ取り組むべきこと、特にロードマップの策定の重要性についてお聞かせください。」

藤原

「製造業、特に受託加工業は、非常に格式が高く、難しいビジネスモデルなく、金利優遇や税制優遇といった実利的なメリットも検討されています。これらも含めて、社内的一体化や事業承継といった視点も視野に入れ、ぜひロードマップを策定されることをお勧めします。」

ロードマップ策定にあたっては、第三者的なファシリテーターを活用したり、その手法論を学ぶ機会を設けることも有効です。今回のセミナーは、まさにこうした受託型製造業で100億宣言を考えている企業の皆様にとって、非常に良い機会になるはずです。ぜひご参加をご検討ください。」

藤原

「最後に、現在売上が20億円から40億円、あるいは10億円といった企業が100億円を目指すとした場合、現実的には「取引先を変えるか」または「自社商品を持つか」の二択しかないと考えています。そして、その具体的な方法がM&Aや商品開発なのです。」

自動車部品の受託加工など、特定の巨大市場では100億円を超える企業も存在しますが、それ以外の分野で受託加工のみで100億企業化を達成するのは非常に難しいのが現状です。それを達成するには、やはりM&Aやメーカー化という方法が

ルと感じています。タピオカのような突発的なヒット商品で一気に売上が上がるような業種ではありません。例えるなら、バズルのように一つのパーツを正確に埋めていくことで、初めて100億円という目標が確実に実現できる業種です。」

- どの分野に参入するのか。
 - どのように取引先を開拓するのか連携。
 - 市場ニーズの徹底的な調査。
 - 新商品の研究開発と、それを推進する人材の確保。
 - 効果的なプロモーション戦略。
 - 現場の自動化やDX化の推進。
 - 採用、人材の定着、適切な評価制度の構築。
- これらの要素のどれか一つでも欠けたり、ずれてしまえば、目標とする売上は達成できません。

非常に有効だと言えるでしょう。どの領域を狙うのが、100億円達成の最大のポイントになります。」

また、最近強く感じるのは、機械加工業が板金加工業や研磨、塗装、表面処理といった領域に事業を広げるだけでなく、電気配線や電気機器を取り扱う「電気組み立て・ユニット品」の領域まで踏み込むことで、単価が飛躍的に上がり、一気に売上を伸ばす可能性が高まるということです。これは顧客代行が進むという点でも非常に重要です。」

片山

「私たち船井総合研究所は、この15年間で60社以上の受託型製造業のお客様をコンサルティングし、その中には100億円を達成した企業グループも多数存在します。自社だけで考えるのではなく、実績のある参謀役、プロの専門的知見を活用することも、一つの有効な方法ではないでしょうか。」

受託加工業が100億企業を実現するための具体的な方法をセミナーでお伝えします！