

2026年3月度コンサルティング業界 経営者セミナー

12:10~12:30 (希望者のみ) オフィスタワー

第1講座

13:00~14:20

特別ゲスト講座 ITコンサルティングを中堅・中小企業へ

「人と知識のシェアリング」で2桁成長・2桁営業利益を実現する経営戦略

ユナイテッドグロウ株式会社
代表取締役社長 須田 騎一朗 氏

14:20~14:40 グループディスカッション・休憩

第2講座

14:40~15:40

船井総合研究所講座 “経営者”コンサルティングを中堅・中小企業へ

「業種・テーマ特化型コンサルティング」で成長企業をつくる経営戦略

株式会社船井総合研究所 取締役専務執行役員 兼
株式会社船井総研あがたFAS 代表取締役社長 出口 恭平

15:40~16:00 グループディスカッション・休憩

第3講座

16:00~17:00

特別企画 パネルディスカッションと質疑応答

ユナイテッドグロウ株式会社の「会員型シェアードサービス」と船井総研グループの「経営者研究会 × 月次支援」で中堅・中小企業を固定客化するストック型経営の極意

ユナイテッドグロウ株式会社 代表取締役社長 須田 騎一朗 氏
株式会社船井総合研究所 取締役専務執行役員 兼
株式会社船井総研あがたFAS 代表取締役社長 出口 恭平

セミナー詳細

2026年 3月23日 (月)

開催時間 13:00~17:00
(受付開始: 開始時間30分前~)

開催日時

開催場所

船井総研グループ 東京本社 サステナグローススクエア TOKYO
〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目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
JR「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)、東京メトロ丸の内線「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)

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かねますので、ご了承ください。

お申込み
期日

・銀行振込み……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。

受講料
(1名様)

一般価格 税抜12,500円(税込13,750円)/1名様 会員価格 税抜10,000円(税込11,000円)/1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(旧: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。

※本セミナーのご参加は経営者限定とさせていただきます。
その他、弊社側の判断でお断りさせていただくことがありますのでその旨、ご承知おきください。

お申込み方法



【QRコードからのお申込み】

右記QRコードからお申込みください。



【PCからのお申込み】

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/137729>

船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) の
右上検索マークに「137729」をご入力し検索ください。



船井総研セミナー事務局

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

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。
※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。

コンサルティング業界 経営者セミナー

大手企業依存の不安定な経営体質から 中堅中小企業を顧客にした 継続性の高い経営体質に

ITコンサルティングを中堅・中小企業へ

「人と知識のシェアリング」で
2桁成長・2桁営業利益を実現する経営戦略

ユナイテッドグロウ(東証グロース)が実践する
「会員型シェアードサービス」と
「IT部門担当者の会員型ナレッジプラットフォーム」



特別
ゲスト
講師

ユナイテッドグロウ株式会社 東証グロース 4486
代表取締役社長

須田 騎一朗 氏

独自の「会員型シェアードサービス」を構築。
中堅・中小企業を主要顧客として「人材」と「情報」の高い顧客継続率と
固定客化によるストック型の高収益なビジネスモデルに。
2019年12月にマザーズ市場(現 グロース市場)に上場。
そのビジネスモデルの全貌を語っていただきます。

2026年3月23日(月) 13:00~17:00

@船井総研グループ 東京本社 サステナグローススクエア TOKYO

※本セミナーのご参加は経営者限定とさせていただきます。
その他、弊社側の判断でお断りさせていただくことがありますのでその旨、ご承知おきください。

主催

サステナグロースカンパニーをもっと。
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35F

2026年3月度コンサルティング業界 経営者セミナー

お問い合わせNo. S137729



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]右上検索マークにお問い合わせ「No.」を入力ください。) → 137729

謹啓

時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。日頃は、船井総研グループの活動にご理解ご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、この度、『中堅・中小企業向けコンサルティングの事業拡大』を主テーマとしたセミナー、「2026年3月コンサルティング業界 経営者セミナー」をご案内いたします。

今日のコンサルティング業界では、単発プロジェクト主体のフロー型から、安定的な継続収益を生み出すストック型(継続型)への転換が喫緊の経営課題です。その成否は、**継続性のある、強い顧客基盤の構築**にかかっており、本セミナーは、この中堅・中小企業向けコンサルティングをストック型で成功させるための戦略に焦点を当てます。

今回、このストック型ビジネスモデルを確立し、上場(東証グロース 4486)を果たされた**ユナイトアンドグロウ株式会社 代表取締役社長の須田 騎一郎氏**を特別ゲスト講師にお招きいたします。ユナイトアンドグロウ株式会社は、独自の「**会員型シェアードサービス**」というビジネスモデルを構築し、**中堅・中小企業を主要顧客として「人財」と「情報」のストック型収益**を実現されました。本講演では、ユナイトアンドグロウ株式会社が実践している「**人財と情報をサブスク化**」したビジネスモデルの全貌と、ナレッジプラットフォームを活用した顧客の継続性・固定客化戦略について余すところなくお話しいただきます。

船井総研グループも、長年にわたり「**経営研究会を軸にした業種・テーマ別コンサルティングビジネスモデル**」という会員型のストックモデルを成長の基盤としてまいりました。私、出口 恭平の講座では、「**経営者”コンサルティングを中堅・中小企業へ展開**」し、「**業種特化型コンサルティング**」で成長企業をつくる経営戦略を解説いたします。

さらに、本セミナーの特別企画として、中堅・中小企業を固定客化するストック型経営という共通のテーマを持つ **ユナイトアンドグロウ株式会社 須田氏**と、私、出口による**パネルディスカッション**を実施いたします。「**中堅・中小企業を固定客化するストック型経営の極意**」と題し、両社が実践する「**会員型ビジネス**」の強みと、今後のコンサルティング業界の未来を深く掘り下げます。事業拡大に直結する、具体的なヒントと戦略を持ち帰っていただける機会です。持続的な成長に向け、ぜひこの貴重な機会にご参加ください。

株式会社船井総合研究所 取締役専務執行役員 兼
株式会社船井総研あがたFAS 代表取締役社長

出口 恭平

誌上特別インタビュー

中小企業のITサポートから 上場までのストーリー

ユナイトアンドグロウ株式会社
代表取締役社長

須田 騎一郎 氏



1966年埼玉県生まれ。早稲田大学第一文学部中退後、出版社、マーケティングリサーチ会社、パソコン通信会社、広告代理店などで多岐にわたる経験を積む。
1997年に株式会社キューアンドエー(現キューアンドエー株式会社)を創業し代表取締役社長に就任。Eメール/電話/全国訪問を組み合わせたテクニカルサポート代行サービスで、大手メーカーや通信会社をメインターゲットとして事業拡大。
2005年、成長企業の人材難をITシェアリングという形で解決するため、ユナイトアンドグロウ株式会社を創業し、代表取締役社長に就任。
独自の「**会員型シェアードサービス**」といビジネスモデルを構築し、中堅・中小企業を主要顧客として「**人財**」と「**情報**」のストック型収益を実現。業績・業容を拡大。
2019年12月にマザーズ市場(現 グロース市場)に上場。

話し手： ユナイトアンドグロウ株式会社 代表取締役社長 須田 騎一郎氏
聞き手： 株式会社船井総研ホールディングス 宇都宮 勉

1. 独自戦略

「シェアード社員」に込めた採用とマーケティング戦略

聞き手： 本日はありがとうございます。
まず、御社のサイトを見た時に「**シェアード社員**」という言葉が目飛び込みます。コンサルティングサービスを提供されている御社が、あえて一般的な「**コンサルタント**」という言葉を使わないのは、どのような意図があるのでしょうか？

現在の
事業内容

【シェアード社員】

- 中堅・中小・成長企業のコーポレートIT部門に、
- 当社社員の知識・労働・人脈をシェアリングで提供して、
- 顧客の事業を繁栄させる

須田氏： はい、当社は「シェアード社員」というのをやっています。私たちはコンサルティングサービスを提供しているわけですが、**あえてコンサルティングという言葉を使わない**ようにしている、というところがあります。

聞き手： 御社もコンサルティング会社だと思んですけども、これを言葉として使わないというのは何かあるんですか？

須田氏： まず一つは、**お客様にお気軽に利用を開始していただきたい**わけですね。「コンサルティング」って言っちゃうと、どうしてもお客様に身構えられちゃいますからね。営業戦略上は、なるべく警戒心を持たずに接していただきたいという考えがあります。二つ目は、**完全にお客様の会社の一部になりたい**というのが基本的な思いですので、**距離が空いちゃうのを避けたい**んです。当社のスタッフが「外部のコンサルタント」として振る舞うのではなく、お客様の中に溶け込み、簡単なことからどんなことでもお手伝いして、真剣にその会社と一体化したいと考えています。そして三つ目は、これが非常に重要なんですが、**従業員を採用するのが最重要の課題**だったからです。ITの領域、特にコンサルという看板を掲げると、**なんか勘違いした人がたくさん面接に来ちゃって**、面接官がヘトヘトになっちゃうという現実があるんですね。私たちが求めているのは、本当に**気合の入った、ユニークな人材**です。だからこそ、**尖ったメッセージ**がないと面白い人、有能な人にはなかなか当たりません。「シェアード社員って何だろう？怪しいから確認しに来た」というような人材の中に、実はすごく**有能な人が混じっている**んですね。この一本にキーワードを絞っているのが、**採用とマーケティングを一挙に担う**作戦となっております。

聞き手： なるほど。採用戦略にまで深く関わるキーワードだったのですね。

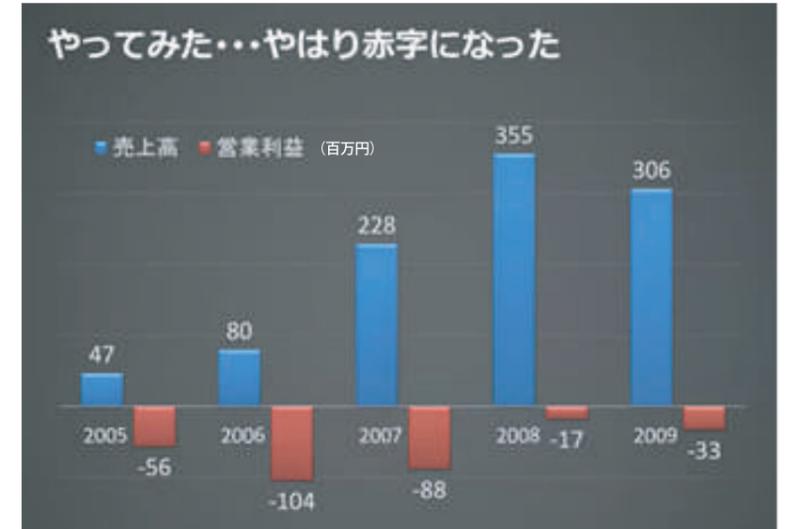
初期のころは…



2. 創業期の苦悩

5年間の赤字と「儲からない」領域への固執

聞き手： 資料を拝見すると、御社は**創業から5年間は赤字**だったんですね。この期間を乗り越えるのは、並大抵の苦労ではなかったと思います。



須田氏： はい、これ単純に**人件費**です。集まってくれたスタッフが、残念ながら当時はなかなか**売り切れない**んですよね。中小企業のお客様は、週に数時間だけ、午前中だけ、といった具合で不定期なサポートを求めることが多いので、スタッフの空き時間が生まれ、それが人件費として赤字になっていきました。しかし、私たちはここで、**安易にSESや大手企業の下請けで黒字になる道は一切やらず、ひたすら我慢**を貫きました。この私たちが余っている時間を、どうすれば中小企業様を買っていただくことができるのか、という**ビジネスモデルの根幹**に関わる部分を、赤字でもずっとやり続けたんです。

聞き手： 当時の状況を考えると、目先の利益を確保するために、一時的にでもSES的な契約形態を取ろうという誘惑はなかったのでしょうか？

須田氏： **SESは一回もやってない**です。大手企業からの受注というのも一つもやってないし、創業当初から**中小企業に特化し続けました**。なぜそうできたかという、以前の会社で私自身が優秀なコーポレートITの担当者が見つからず苦労した経験からです。「これは**他の会社も同じように苦労しているに違いない**」という**確信めいた潜在ニーズへの読み**がありました。当時はまだ「このくらいお金をかけるべき」という常識ができてなかっただけで、必ずこのニーズは顕在化するだろう、と。

須田氏： ですから、初めのうちはとにかく**断れないぐらいに安くしよう**と決めていました。まずは**とにかく受注して経験を積まさせていただく**という発想があったんですね。その結果、**創業から20年間で13回、価格改定**を行って、お客様の成長や私たちの付加価値向上に合わせて、適切なところに少しずつ引き上げてまいりました。

3. 赤字を最大のチャンスに変えた経営判断と効率化

須田氏： ちょうど**黒字化直前にリーマンショック**になりまして。本来であれば黒字になるはずが、**経済危機**で大きく後退しました。大変お恥ずかしいことに、そこからやむなく**リストラ**をかけたり、**賃金カット**、**役員報酬カット**と、あらゆるものを削っていきました。

しかし、この**赤字の時**だとか、**経済が悪くなった時**ってというのが、実は**最重要のチャンス期間**だったと、今では振り返って断言できます。なぜなら、黒字になった後って、**新しいことや痛みを伴うイノベーション**って起こしにくいですから。この危機的状況の中でこそ、私たちは**ビジネスモデル**を徹底的に見直し、**赤字だからこそ、思いつく方法は全部試した**上で、本当に一点に絞り込むことができました。追い詰められることで結果として**斬新な指標**ができるのです。

具体的な改革として、営業部門、スタッフィング部門を廃止し、**全従業員が営業的な動きを自らやる、自分の仕事は自分で探す**という組織風土を構築しました。

また、中小企業のお客様を相手にする上で、**定価販売**、**前払い**で**一つの契約に完全統一**し、**価格交渉や契約調整の時間をゼロ**にすることで徹底的に効率化を図りました。私たちは**一種の人間クラウドモデル**で、スタッフの時間という商品を効率的に提供しなければなりません。そして、お客様と一度お会いしたら、**商談したら必ず受注して関係性を作る**ということに集中してきました。

「赤字なんだからこうしよう」→組織の基礎に

- 営業やスタッフィングの部署を廃止
→ 全員が営業兼務。自分の仕事は自分で探す
- 前払い・定価販売・1つの契約で完全統一
- 給料を一律カットして変動給を導入
- 商談したら絶対に受注する、お困りごとには何にでも対応する
- 研修ではなく現場でお金をいただきながら学ぶ
- 捨て身の採用面談で採用力が向上
「今より所得は下がるけど転職しませんか？」 etc.

4. 経営者の資質と一点集中戦略の効用

須田氏： これは神田昌典氏(アルマ・クリエイション株式会社 代表取締役社長)から教わったことですが、**社長の資質や性格をそのままビジネスモデルにした方がうまくいく**よと。他人のビジネスモデルを真似して構築しても、根付かない。

私自身は、学生の頃から**不人気な職業**とかあんまり目立ってない人たちに**スポット**を当てて、輝ける職業に変えていくのが自分の体質なんです。だから、儲かりそうで人が群がるところには行かず、**儲からない仕事**が大好きだし、**中小企業のITサポート**という**不人気領域**にこそ徹底的に行くしかないな、と腹を括りました。

須田氏： この「儲からない仕事」にフォーカスしたおかげで、実は**儲かりやすい状況が簡単に作れる**ということに気づきました。他の会社がやらないので、大手の参入もなく、**容易に価格の決定権が手に入り、利益が出しやすい**。誰も来ないことで、**参入障壁を作る長い時間的余裕**も得られました。

「中小企業のITサポートは儲からない」が業界の常識

- 受注金額が小さい、仕事も小さい
- 社員の時間が余る
- ITの問題課題が多様すぎる
- そもそも職業として不人気
- どうやって顧客を探す？
- SaaSの販売などのほうが儲かる（誘惑）
- 顧客の倒産リスク、未回収のリスク
- 労働集約型でレバレッジ要素がない etc.

また、大口の顧客はゆっくりと撤退しながら、この**小口のお客様を大事にしてきた**ことで、営業コストがかからなくなり、結果として**利益率が上がりました**。そして、あるコンサル社長に「**7人以上には増やさない**」と言われ、「**多角化はするなど。一点集中して突破するまでは、一つのことをやり続ける**」と教えを乞い、自社のビジネスモデルのあり方を再認識しました。

やらないことの決定

- ① ソフトやハードは売らない
- ② 製品紹介の謝礼をもらわない
- ③ 遠方のお客様とは取引しない
- ④ 大企業とはつきあわない
- ⑤ 下請けはしない、使わない
- ⑥ 値引きには応じない (初めから安く)
- ⑦ お客様を評価選別しない
- ⑧ 誰とも競合しない (ベンダー中立)

※小さく試してみて、その後に順次廃止していった。

5. 上場の決断と今後の成長ビジョン

聞き手： 一時は赤字で苦勞され、ようやく安定したにもかかわらず、**上場という大きな決断**をされました。上場しようと思われたきっかけってというのは何かあったんですか？

須田氏： 一つは、やっぱり**信用が欲しかった**というのがあります。そして、順調になってきたときに、**自分自身がだんだん慣れてきちゃうなという危機感**を感じまして。社員が頑張っているのに、私が安定に甘んじてしまうと会社を潰しかねない。だから、**自分に向かってムチをくれたい**ので、「上場チャレンジさせてくれ」と幹部にお願いしました。

上場は、信用信頼が確実に上がりますし、**コーポレートガバナンスが強化**されて管理部門がしっかりとしていきます。また、**お客様が上場を志向されているところが多い**ため、上場企業となることで、お客様の**IT整備という極めて重要なお仕事に繋がる**、というメリットも大きく見込みました。

経営的な強みも増した

① 顧客の年間継続率80%

年	継続率 (%)
2017	54%
2018	78%
2019	72%
2020	77%
2021	82%

② 大口顧客なし、
下請け案件ゼロ

顧客別売上シェア

③ 営業は自然集客100%

①②③が持続するようにカルチャーをつくる

須田氏： 中小企業を助ける会社ですから、**私たち自らがちゃんとした中小企業じゃないとお話にならない**ので。多角化をせず、一つのことに集中して小さくてもきちっとしている状態を目指しました。

そして、**成長しなくてもいいやって思っている社長がいたら、それはアウトですよ**。適切なゴールをその**社長の器に応じて決めていきましょう**。それを無理やり追っかけるんじゃないで、お祈りしながらそうならいいなと願うのが社長の役割かなと思っています。現在、**創業30周年までに売上100億円、従業員1,000人**というのをきちっと達成していくということを今ビジョンとしております。

Vision 30th

中堅・中小の成長企業向け
情シス支援No.1企業となる

2035（創業30周年）までに順次達成：

売上100億
営業利益20億
時価総額300億
従業員1,000人

本セミナー統括

株式会社船井総合研究所 取締役専務執行役員 兼
株式会社船井総研あがたFAS 代表取締役社長

出口 恭平
でぐち きょうへい

1977年 奈良県生まれ。関西大学社会学部社会学科卒業
大手コンサルティング会社を経て、2004年に株式会社船井総合研究所に入社。
2005年から「プロフェッショナルサービス」、特に法律事務所のコンサルティングの立ち上げを開始。
現社長の真貝とともに、土業分野のコンサルティングを拡大し、船井総合研究所の主力3分野の1つとなった。
2014年から、「プロフェッショナルサービス」のジャンルを拡大・確立していくために、
「医療・福祉・教育分野」の責任者として、同部門を主力部門に成長させた。
2020年3月、株式会社船井総合研究所 取締役 専務執行役員に就任。Webマーケティング会社、
土業事務所、補助金コンサル会社、金融機関等、パートナーとの連携強化を推進。
2022年より、M&A部門の統括責任者を務め、成熟産業の成長戦略型M&A、共生型M&Aを推進をしている。
2025年1月に総合FAS会社として「株式会社船井総研あがたFAS」が設立し、
その代表取締役社長も務める。



今回のセミナーでお伝えしたいこと

Point 1 中堅・中小企業をターゲットにした コンサルティングモデルの作り方

大手企業へのコンサルティング市場がレッドオーシャンになりつつあり、受注の先細りと単価ダウンになっている中で、裾野の広い、中堅・中小企業の領域にどのようにアプローチしていくのかの具体的な実践方法が学べます。

Point 2 持続性のある コンサルティングモデルの作り方

「会員制度」を中軸においての持続性のある強い顧客基盤作りと収益力の高いビジネスモデルの作り方の秘訣を学べます。

Point 3 競合他社と差別化できる コンサルティングモデルの作り方

より狭属性で業種特化、テーマ特化することで競合他社と差別化ができ、価格主導権が取れるコンサルティングモデルの構築の秘訣を学べます。

Point 4 社員の定着率の高い コンサルティングモデルの作り方

職人気質の高いコンサルティング会社において離職率の高さは大きな課題です。代表者や一部のコンサルタントの受注力や顧客との関係性に依存しないコンサルティングモデルの構築の秘訣を学べます。