

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

機械工具商社 100億企業化 成長戦略セミナー

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 新規事業への投資

機械工具商社の組織能力を生かした新規事業で売上の新たな柱を築く

方法2 営業人材への投資

人が集まり組織を拡大させるための人材採用を実現する

方法3 M&A・HD化への投資

シェア拡大と機能強化を実現し、飛躍的な成長を実現する

方法4 AI・DXへの投資

部分的な業務効率化ではなく、持続的成長・競争優位性を確立する

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

機械工具商社100億企業化 成長戦略セミナー お問い合わせNo. S138316

2026年3月18日(水)

会場 船井総研グループ東京本社
サステナブルスクエア TOKYO
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

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 (右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。) → 138316

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ー

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

☑ 取引先への依存度が高く、
将来への不安を感じている

☑ デジタル投資を進めていきたいが
競争優位性を実現できていない

☑ 経営戦略と事業戦略を策定しているが、
最適な戦略策定ができていないのか不安がある

☑ AIの活用を始めてはいるが、
検索の代替にしかになっていない

☑ 労働生産性を向上させたいが、
何をすればいいのかわからない

☑ 営業人員が不足しているが
最適な採用戦略が描けない

☑ 自社の成長ロードマップを
明確に描けていない

☑ M&Aを行いたい、
ポイントがわからない

☑ 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

機械工具商社が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:新事業開発戦略

・機械工具商社の、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事業開発の方法

株式会社船井総合研究所
製造業支援部
マネージャー 中小企業診断士

高野 雄輔

第3講座

成長戦略②:人材・営業採用戦略

・人材戦略として、まず考えるべき営業採用戦略
・100億企業化に必要な次世代リーダー層および専門職人材を確保するための、
採用ブランディングと組織デザイン戦略

株式会社船井総合研究所
製造業支援部
リーダー

山川 雅生

第4講座

成長戦略③:M&A・HD化への企業戦略

・シェア拡大(エリア戦略)と機能強化(バリューチェーン拡大)を時間を短縮して実現するM&A戦略
・複数事業・複数拠点を統制し、グループ全体の企業価値最大化と持続的な経営承継を
実現するホールディングス体制への移行判断

株式会社船井総合研究所
製造業支援部
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:DX・AX戦略

・部分的な業務効率化ではなく、持続的成長・競争優位性を確立するためのDX投資戦略
・AI・データを活用して「属人化」を排除し、組織全体として生産性とスケールビリティを
担保する経営基盤の構築

株式会社船井総合研究所
製造業支援部
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 3月18日(水) 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 東京本社
サステナブルスクエア TOKYO

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
(IFUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みにご利用となります。
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と検索し
ご確認ください。



※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、交通費の戻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。

[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。

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。
外部環境の変化が激しい中、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、機械工 具商社は「100億企業 化」を目指すべきなのか

「国内の製造業を取り巻く環境は激変しています。その中で、機械工具商社が売上100億円という規模を目指すべき本質的な理由と、それ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、あらゆる業界で市場の二極化が進んでいます。機械工具商社の世界も例外ではありません。地域に根ざして売上30億円、50億円という規模で足踏みする企業がある一方で、戦略的に100億円という大台を突破し、さらなる高みを目指す企業が確実に現れています。当社にとって『100億』という数字は、単なる売上目標以上の意味を持ちます。それは『信用』そのものだからです。」

機械工具商社の「100億円」が持つ本質的価値



商社がユーザーに提供している本質的な価値は、単なるモノの流通ではなく、サプライチェーンにおける「安心と安全」です。特にお客様が大企業になればなるほど、取引先の年商規模や組織体制、経営の継続性を厳格に評価します。地域で圧倒的な一番店として100億円の規模を持つことは、製造業やサービス業以上に、当社にとって死活的に重要な戦略課題なのです。これは、日本の全企業の中で上位1%に該当するという事実以上に、実利としての『地域一番店』の地位を固めることを意味します。」

や競争激化の中で、じりじりと市場シェアを奪われていくリスクにさらされていると言っても過言ではありません。」

第二章…成長企業の投 資領域の共通点

「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成長企業には、どのような共通の投資パターンが見られるのでしょうか。」

片山

「大きく分けて3つの戦略的投資領域があります。一つ目が『新規事業戦略』、二つ目が事業時間を買う『M&A戦略』、そして三つ目がそれらを支える『DX戦略』です。特に新規事業においては、既存の物販だけでは限界があります。そこで成功企業が投資しているのが、『部品加工』『工事』『中古機械・設備』といった、より付加価値



藤原



「片山さんの言う通りですね。私も多くの現場を見てきましたが、地方では年商30億〜50億円前後であれば地域一番店と呼ばれるケースが多いですが、主要都市圏や、複数の事業領域を持つ広域商社を目指すなら、100億円は一つの必須条件となります。ここ数年、山善さんやトラスコ中山さんのような大手卸各社も、規模のメリットを活かして売上をさらに伸ばしています。規模が大きくなれば、メーカーに対するバイイングパワーが強まるだけでなく、金融機関からの信頼も格段に高まります。さらに、後ほど触れるM&Aにおいても、『ストロングバィヤー』としての地位を確立できるため、優良な案件が自然と集まる好循環が生まれます。逆に言えば、この規模を目指さない企業は、採用難

の高い領域です。これらは従来の商社ビジネスに比べて粗利率が高く、売上規模を底上げする強力なエンジンとなります。」

藤原

「特に『部品加工』を新規事業として立ち上げ、成功させている商社が目立ちます。中には、商社でありながら加工品の売上だけで数十億円を積み上げ、グループ全体で100億円に到達した事例もあります。よく『設備を持たない商社が、なぜ加工業で勝てるのか』という疑

問を持たれますが、実はそこに商社ならではの勝機があります。部品加工の見積もりというのは、実は非常にブラックボックスで、同じ図面でも会社によって2万円、5万円、10万円と大きく金額が変わることがあります。これは各社が持つ設備の得意・不得意や稼働状況に依存するためです。商社は多数の外注先ネットワークを持ち、最適なマッチングを行うことで、マージンを乗せても十分に価格競争力を持てるのです。さらに、製造業の会社へ直接見積もりを頼むのは敷居が高いと感じるユーザーも多いため、『気軽に相談できる商社』としての立ち位置が非常に有利に働きます。最近ではキャディさんのようなITベンチャーのような企業もこの部品加工プラットフォーム領域に参入しており、市場としての魅力は非常に高いと言えます。」

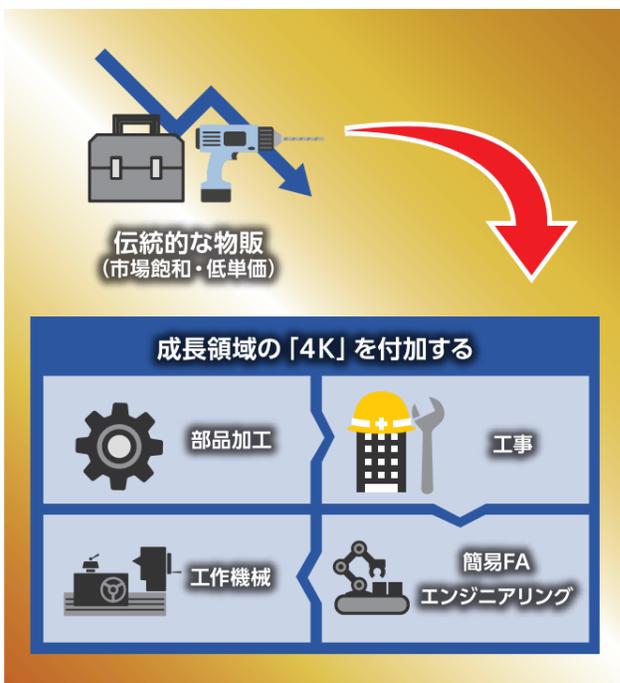


第三章..新事業開発のポイント

「機械工具商社が、自社の組織能力を活かして確実に勝てる事業を開発するための具体的なポイントを教えてください。」

藤原

「まず認識すべきは、切削工具や刃物の物販という伝統的なビジネスモデルだけでは、市場が飽和しており、大きな成長は望めないという現実です。客先が中小企業メインになりがちで、単価も安いからです。そこで注力すべきは、私たちが『4K』と呼んでいる4つの領域です。具体的には、①加工(部品加工)、②工事、③工作機械(特に中古)、④簡易FA・エンジニアリングです。特に『工事』や『エンジニアリング』は単価が大きく、競合他社が入り込みにくい領域です。最近では、建設業許可(機械器具設置、管工事、内装工事など)を新たに取得し、空調設備の更新や工場の営繕工事をワンストップで請け負う商社が急成長しています。」



片山

「藤原さんの言うエンジニアリング領域の中でも、最近私が特に推奨しているのが『設備メンテナンス』への特化です。工事全体を請け負うのはハードルが高いかもしれませんが、例えば『モーターの修理・メンテナンス』や『クレーンの点検』といった特定の設備に絞り込めば、ライバルは一気に減ります。ユーザー側も『どこに頼めばいいかわからない』と困っていることが多いので、そこを商社が解決することで、高い利益率と強固な顧客接点を獲得できます。さらに、メ

ンテナンスがらみの営業PRはマニユアル化しやすいため、新卒や未経験の営業担当でも比較的早期に戦力化できるといって、組織運営上のメリットも非常に大きいです。物販から脱却し、『お客様の生産現場の困りごとを解決するエンジニアリング商社』へ脱皮することが、100億への最短ルートになります。」

片山

「はつきり申し上げます。『人が採れない会社は、将来的に必ず衰退します』。人材が確保できないということは、既存客の対応で手一杯になり、新規顧客の開拓ができないことを意味します。成長している機械工具商社の共通点は、一様に平均年齢が若く、活気があることです。人が集まる会社になるためには、まず『魅力的な会社』に見えるためのブランディングが不可欠です。今の若手人材は必ずホームページを見ますから、採用専用のサイトを最低限作成することは必須条件です。そこに、自社がどのようなビジョン(例えば100億企業化)を持ち、どのような社会貢献をしているかを明示し、プロの手を借りても魅力的に見せる投資をすべきです。」

第四章..人材採用、営業採用の重要性

藤原

「100億企業化を目指す上で、最大のボトルネックは『人』だと言われます。人が集まり、活躍する組織を作るためのポイントはどこにあるのでしょうか。」

「案件面での整備も避けては通れませんよ。年間休日120日以上確保や、世間相場を上回る初任給・給与水準の提示が必要です。もちろん、そのためには会社がいかに儲けていなければなりません。高収益な新規事業を立ち上げ、その利益を人材投資に回す。そして優

活用することの意義と、成功させるための考え方をお聞かせください。」

藤原

「10年という短期間で100億企業化を目指すなら、M&Aは必須の戦略です。機械工具商社におけるM&Aの最大の目的は、『顧客(口座)と時間を買う』ことにあります。自力で大手企業の新規口座を開設するには膨大な時間がかかりますが、既に優良顧客と強固なパイプを持つ会社をグループに迎え入れることで、一気に商圏を拡大し、自社の付加価値の高い商材(部品加工や工

る市場構造をしています。」

片山

「M&Aを加速させる上で、ホールディングス化(HD化)も非常に有効です。HD化によって、採用や財務、DXといったバックオフィス機能を司令塔として集約でき、各事業会社は営業や技術サービスという現場の強みを発揮することに集中できます。また、M&A後のPMI(ポスト・マージン・インテグレーション)において最も重要なのは、『情報システムの統合』です。買収した先の企業の管理をスムーズに行うためには、自社に拡張可能で強固なIT基盤がなければなりません。共通の販売管理システムやCRM(顧客関係管理)を導入することで、グループ全体の数字を可視化し、ガバナンスを効かせることが100億企業としての組織運営の鍵となります。」



第六章..DX・AXで企業成長を実現する方法

「デジタルトランスフォーメーション(DX)は、商社経営においてどのように具体化すべきでしょうか。」

片山

「商社がまず取り組むべきは、『顧客接点のデジタル化』です。具体的には、マーケティングオートメーション(MA)を活用したメールマガジンの定期配信から始めるべきです。商社の営業担当者は、日々多くのお客



い商材(部品加工や工クロスセルすることが可能になります。食品業界ですが、豆腐メーカーの相模屋食料さんは、地域密着型の中小メーカーを次々とM&Aし、システム統合と近代化を進めることで、わずか10年で売上を数十倍に伸ばしました。部品加工や商社業界も、これと全く同じ文脈で語れ

今回の対談を通じて、機械工具商社が100億企業化を目指すことは、単なる売上への追求ではなく、激動の時代において生き残り、地域を牽引するリーダー企業としての責任を果たすことであると再確認しました。本セミナーでは、この対談で語られた戦略をより具体化し、「100億企業化」を実現するためのヒントを惜しみなく提供します。

皆様のセミナーへのご参加を、心よりお待ちしております。

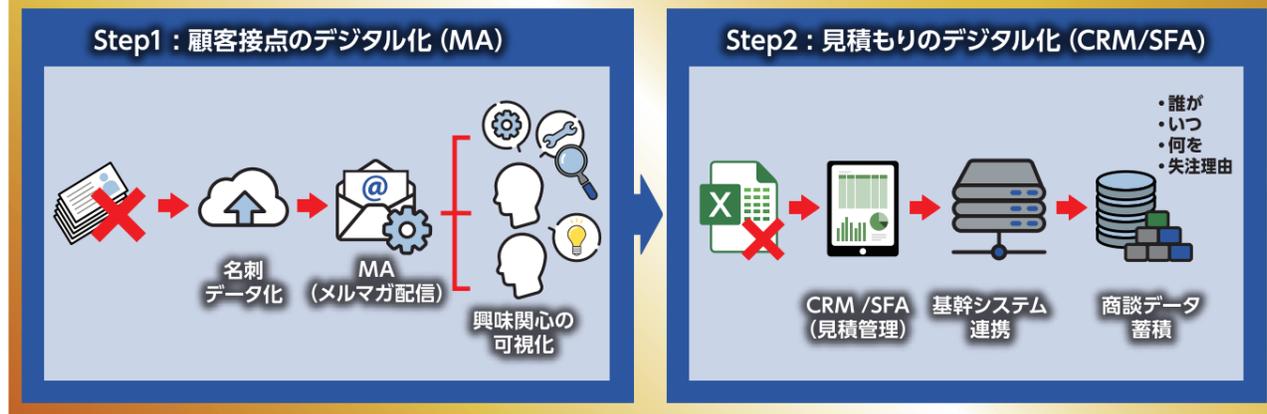
宣言」を行ってください。今、国も「中堅企業への成長」を後押ししており、大規模成長投資補助金などの強力な支援メニューが用意されています。100億を目指すという明確な意志があれば、こうした外部リソースも最大限に活用できるようになります。ロードマップは経営者一人です。抱え込む必要はありません。幹部を巻き込み、時には私たちのようなプロの知見を活用しながら、共に作り上げてください。そのプロセス自体が、会社をより強いプロ集団へと進化させるはずですよ。」



機械工具商社が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！

Business DM

商社DXの初手



様の名刺を交換してはいますが、その情報は個人の名刺入れに眠ったまま、会社の資産になっていないケースが多々あります。これらをデジタル化してリストにし、MAによってお客様の興味関心を可視化することで、営業効率は飛躍的に向上します。次に着手すべきは「見積りデータのデジタル化」です。未だにExcelで見積もりを作成している企業が多いですが、それは「重要な商談データを全て捨てている」と同じです。CRMやSFA（営業支援システム）上で見積もりを管理し、基幹システムと連携させることで、誰が、いつ、ど

こに、何を、いくらで提案し、失注したのかというデータを蓄積し、戦略に活かすことが可能になります。」

藤原

「船井総合研究所がDX支援で推奨しているツールの一つに『Zoho (ゾーホー)』があります。これは、世界的に有名なSalesforceと類似の機能を持ちながら、コストを4分の1以下、MA機能に関しては20分の1程度に抑えられる非常にコストパフォーマンスの高いプロダクトです。私たちは社内100名以上のエンジニアを抱えており、機械工具商社特有の業務プロセスに合わせたシステムのカスタマイズから、MAの導入、運用までをワンストップでサポートしています。DXは単なる効率化ツールではありません。100億企業化を目指す上での『組織的な戦闘能力』を高めるための投資だと捉えてください。」

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

「最後に、100億企業化という高

い目標を現実のものにするために、経営者が今すぐ決断し、行動すべきことは何でしょうか。」

藤原

「機械工具商社のビジネスは、一発逆転のヒット商品で売上が伸びるようなものではありません。パズルを一枚ずつ正確に埋めていくように、戦略的な施策を積み上げた結果として100億円という数字が見えてきます。ですから、今すぐ取り組むべきは「100億企業化ロードマップの策定」です。いつ、どの領域で、どのような事業を立ち上げ、何人採用し、いつM&Aを実行するのか。これらを「絵」にすることで、社員や協力会社と共通認識を持つことができます。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り、組織のスピードが上がります。」

片山

「イメージできないことは実現しません」。ロードマップを策定するプロセスでは、自社の現状を徹底的に分析し、優先順位を付ける必要があります。そして策定したからには、社内外に向けて「100億企業