



Clear Wise・M,・Inc



想像を未来へのかたちにしていく
白いキャンパスを
いくつかの未来の色に変えて続ける

Clear Wise・M,・Inc Profile 2023



我々は、企業の中では見えない問題点
企業の中では解決しにくい課題を
客観的に可視化しワンチームで解決します。

我々の強みは、あらゆる業界での経験と、プロフェッショナルの集団であり、
企業での高く長い経験からの実践的なアドバイザーリーサービスと
実証できるスキルの行動に結びつくアシストです。
数ある企業と比較しても、これだけ変化に対応できる
コンサルファームは無いと自負しております。

人と人を結び繋ぐ
イメージを数字にする
ブレークスルーの実現



戦略的なマネージメントを経営に生かす
想像をかたちにしていく

これまでの経験と知識、実践、実績で解決に導きます



成功への全ての鍵は シナリオの正確性と行動力（実践）

新しいビジネスモデルの構築や既存のブラッシュアップは
デジタル&テクノロジーのスピードアップとマーケティングとクリエイティブの融合
そして、化学的な根拠のある実践力



企画を実現化する

真のコンペジターの対策
長く発展できる組立をする



シナリオの正確性と実践
新領域を発掘し開拓する

新規事業開発の再検討 既存事業のブラッシュアップ



企業調査分析、競合・事業・環境調査（調査）、企業・事業ビジョン骨子、推進力のポ
リシー確立…

マーケティング調査分析と クリエイティブ開発



ベンチマーキング分析、エリアマーケティング分析、インパクト分析とブランド認知分析
データマイニング…

ブランディングからMDラインナップ構築と ブランドの誘致戦略と市場価値の向上



コーポレートブランディング、ストアーブランディング、ファミリーブランディング、カ
テゴリブランディング、…

予測不可能領域からの 企業・事業・店舗の再構築



市場環境調査分析（SWOT分析・3Cの分析・シナリオ）、企業再構築ストーリー、長
期ビジョンの構築…

CI SI VIブランド アーキテクチャイメージの融合



コンセプトメイキング、店舗基本設計サポー
ト、レイアウトとゾーニング計画、空間イメ
ージとビジュアルの融合…

IT-CIO支援の常に進化する 変化対応型のテクノロジーの構築



ITデューデリジェンス、IT中長期ビジョン策
定、組織管理、アプリケーションチームワ
ークス、クラウドテクノロジー…

ベンダーコントロール・ システムコントロールからのDX推進



過去のメーカー・ベンダーシェア割、中期ビ
ジョンとシェア計画、発注支援対策、トレサ
ビリティーの確立…

コストカットからの 再生ストーリー



調達・購買・保守等々の調査分析、固定費・
変動費での可能項目の算出、優先順位の決定
とシミュレーション…

新規事業開発の再検討・既存事業のブラッシュアップ



- 事業の調査分析
- 競合・事業・環境調査(長期) 事業ビジョン骨子
- 推進力のポリシー確立
- 事業のバリュービジョン
- 段階的な人員配置と組織構想
- 中期経営計画の策定
- キャッシュフローサポート
- 国際会計基準サポート
- 連結決算情報の早期実現化
- ROE・ROI・EVA・MVAサポート
- P L・B S分析と問題点と対策
- コーポレートガバナンス
- ファイナンスの提携・助言

ブランディングからMDラインナップ構築とブランドの誘致戦略と市場価値の向上



- コーポレートブランディング
- ストアーブランディング
- ファミリーブランディング
- カテゴリーブランディング
- MDブランディング
- コラボレーションブランディング
- 全ての新規開発・リメイクング
- 品揃え管理・仕入発注管理
- 市場仕入管理 (適正売価・歩留・ロス)
- 販売管理(売上・レジ・決済管理)
- ロス管理 (鮮度管理・売変管理・廃棄)
- 定型表管理 (年間定型表、春夏秋冬定型)
- 際物計画 (祭事・イベント企画運営)
- 市場価値向上戦略

マーケティング調査分析とクリエイティブ開発



- ベンチマーキング分析
- エリアマーケティング分析
- インパクト分析とブランド認知分析データマイニング
- ライフスタイル分析
- トータルマーケティングプラン
- 顧客分析
- コンセプトワーキング
- コーポレート・PJネーミング開発クリエイティブ戦略
- トータルイメージ戦略
- ヴァリュープログラム
- アウトソーシングビジョン
- クリエイティブストーリー確立

予測不可能領域からの企業・事業・店舗の再構築



- 市場環境調査分析 (SWOT分析・3 Cの分析・シナリオ)
- 企業再構築ストーリー
- 長期ビジョンの構築
- 実現可能な具体的化
- 創造戦略
- 代謝戦略
- 知的財産の構築
- デューデリジェンス
- 企業分社化・ホールディングス化
- M & A・企業売却
- 管理リスクマネージメント
- I T関連リスクマネージメント環境会計基準

CI SI VIブランド、アーキテクイメージの融合



- コンセプトメイキング
- 店舗基本設計サポート
- レイアウトとゾーニング計画
- 空間イメージとビジュアルの融合
- アーキテクト イメージングの融合
- VIの追求
- ローコスト建設
- ストアプランニング
- イメージとMDの確立
- イメージとメニューの確立
- トータルビジュアル
- イメージと音
- インパクトの追求
- ファーストストーリー

ベンダーコントロール・システムコントロールからのDX推進



- 過去のメーカー・ベンダーシェア割
- 中期ビジョンとシェア計画発注支援対策
- トレサビリティの確立
- グループコラボレーションMD戦略
- 生産・製造計画とCK計画
- エリアマーケティング
- 現況システムの判断とシナリオ
- 基本システム構想企画（中期計画）
- ソフト開発コミュニケーション
- ハード導入計画と損益分岐店計画
- 導入オペレーションマニュアル
- 分析系システムの構築

IT-CIO支援の常に進化する変化対応型のテクノロジーの構築



- ITデューデリジェンス
- IT中長期ビジョン策定
- 組織管理
- アプリケーションチームワークス
- クラウドテクノロジー
- IT人材教育
- IT改革目標管理
- プロダクト開発
- スマートアプリの導入
- SaaS型プロダクト
- プラットフォームの開発
- プログラムのサービス化
- オムニチャンネル
- 定率定額

コストカットからの再生ストーリー



- 調達・購買・保守等々の調査分析
- 固定費・変動費での可能項目の算出
- 優先順位の決定とシミュレーション
- 優先順位項目ごとの最終調整
- オリンテーションの準備・実地
- 導入計画・導入・効果測定
- トータルカット推進
- K P I
- K G I
- K S P
- 考動指針作成と管理
- プレモーターシンキングの準備
- 退転シナリオ
- 投資額限度オーバーの譲渡方法

少しずつ売り上げが下がってる老舗和菓子店再編成

Acceptable

2

地域に根づく「おみやげ」の開発の依頼があり、会社に訪問した際に直営店舗の売上下降の方が重要な問題点と認識し、店舗コンセプト・ターゲット・商品開発から、最後はBRANDINGの変更を推進し、売上回復する。

Company

(株)千壽庵吉宗 様

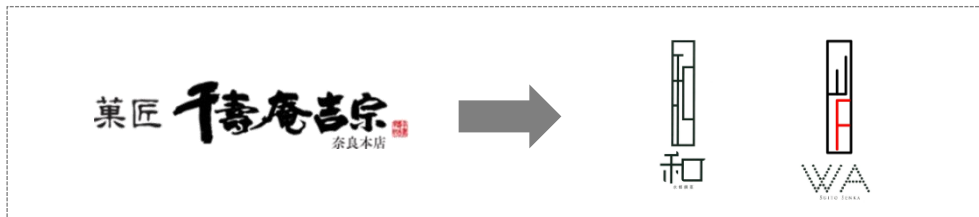
Category

新規事業開発

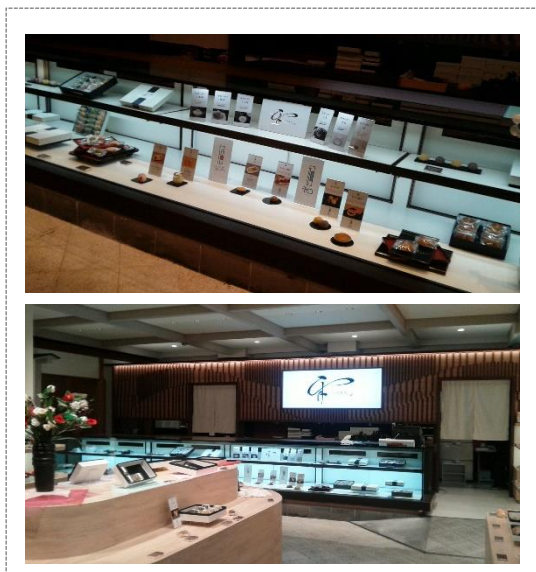
B-Type

メーカー・小売業

和 ラインナップ
4シリーズ



WA ラインナップ
4シリーズ



店舗コンセプト

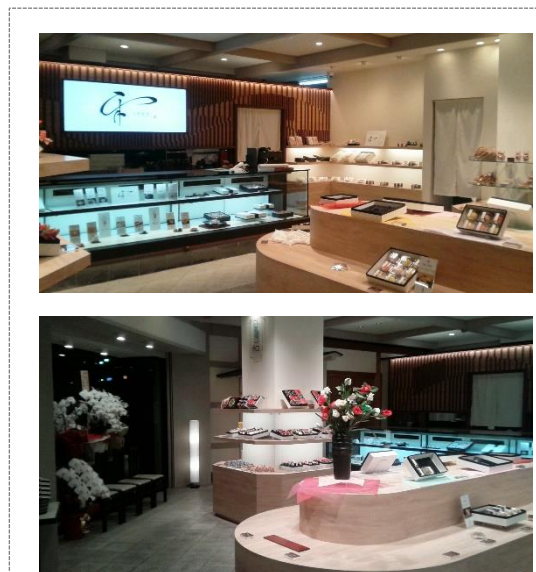
和(わ)のこころ
和は古くからの文化を誇り、和菓子、和食、和服など日本の文化を表す。日本には数百年前から和の文化があり、その「こころ」を大切に、日本人は和を愛用して生きてきました。和は心をつなぐ和のこころを大事に愛用して和の精神を大切に生きていきます。

水都から
大阪は水都と呼ばれます。1700年以前から「水」の文化として愛用され、和のこころを大切に生きています。水都から和のこころを大切に生きていきます。

饅頭(せんか)
和は古くからの文化を誇り、和菓子、和食、和服など日本の文化を表す。日本には数百年前から和の文化があり、その「こころ」を大切に、日本人は和を愛用して生きてきました。和は心をつなぐ和のこころを大事に愛用して和の精神を大切に生きていきます。

和
水都 饅頭
SUITO SENKA

和
水都 饅頭
SUITO SENKA



素材の拘り 粉	素材の拘り 卵	素材の拘り 米	素材の拘り 砂糖	素材の拘り 蜜	素材の拘り 豆	素材の拘り 抹茶	素材の拘り きな粉
Fatiduous food ingredients KONA	Fatiduous food ingredients ROOIB	Fatiduous food ingredients RICE	Fatiduous food ingredients SUGAR	Fatiduous food ingredients HONEY	Fatiduous food ingredients BEAN	Fatiduous food ingredients MATCHA	Fatiduous food ingredients KINAKO
丸利庵の選りすぐれた お米の品質を大切にして お米の品質を大切にして お米の品質を大切にして	丸利庵の選りすぐれた 卵の品質を大切にして 卵の品質を大切にして 卵の品質を大切にして	丸利庵の選りすぐれた お米の品質を大切にして お米の品質を大切にして お米の品質を大切にして	丸利庵の選りすぐれた 砂糖の品質を大切にして 砂糖の品質を大切にして 砂糖の品質を大切にして	丸利庵の選りすぐれた 蜂蜜の品質を大切にして 蜂蜜の品質を大切にして 蜂蜜の品質を大切にして	丸利庵の選りすぐれた 豆の品質を大切にして 豆の品質を大切にして 豆の品質を大切にして	丸利庵の選りすぐれた 抹茶の品質を大切にして 抹茶の品質を大切にして 抹茶の品質を大切にして	丸利庵の選りすぐれた きな粉の品質を大切にして きな粉の品質を大切にして きな粉の品質を大切にして



数社の上場大株主の元に歴代の組織・経営が成されてきたが、一向に業績も向上しなく業界での位置付けもままならない状況下に、維新をかけた業務改革再編成のPJのもと、黒字化になり業界の地位も築く。

春

桜と抹茶のスイーツシリーズ

桜をモチーフにしたスイーツ

桜もちを使用したスイーツ

20~30代女性

120円

アイテム

- 桜もちを使用したスイーツ
- 桜もちを使用したスイーツ
- 桜もちを使用したスイーツ
- 桜もちを使用したスイーツ

冬

シリーズコンセプト

『あったか編』シリーズ

製品紹介

- 和風編
- 洋風編
- 和洋折衷編
- 季節限定編

和風編

洋風編

和洋折衷編

季節限定編

秋

秋の味覚シリーズ アイテム①

おいも蒸しパン購入

スイーツの定番お菓子

アイテム②

マロンあんぱん

りんごパイ

キャラメルりんご

夏

夏向け商品

発売製品 蒸しパン

コープあじろの蒸しパン

ストロベリーあじろの蒸しパン

New concept

旅するパンシリーズ

伊藤製パン株式会社 営業推進部 2014年3月発表

製品紹介

旅するパンシリーズ

旅するパンシリーズ

旅するパンシリーズ



赤字のイタリアンバーールの立て直し

Acceptable

日比谷にあるイタリアンバーール店舗（イタリアでは店舗展開されている）メニュー改善・オペレーション改善・品質改善・商品構成改善のご提案をしたが残念ながらコンサルには至らず。

Company

イノベックス 様

Category

新規事業開発

B-Type

飲食店経営

2016/11/15

ヒアリング シート から本契約までの流れ

カフェ ペリーニ
過去 PL/BS分析→2016年次月目標値→母子

昨年 平均1日客数 141名
今年 平均1日客数 192名 対前年比 137.7% アップする秘策

2月 1、ヒアリングで問題点を算出
2、ヒューマニズム教育PGを策定（社員・PA個人の力量見極め）

2月 3、メニュー分析
4、既存・新期メニュー小改竄

3月 5、準備

4月 6、店舗教育

接客のレベルアップ教育を4か月で終了
接客の完成度は社員・PSの資質

顧客満足度の向上→既存顧客のリピート率向上→新規顧客の獲得→新規顧客獲得→客単価アップ→黒字化

2nd LEVEL 6月以降
ヒアリング結果でのトータル的な改革をご提案します
事業の推進加速化は現店舗のリロケーション→立地選定からのトータル的な店造りの見直しです。

2016/11/15

カフェ ペリーニ
過去 PL/BS分析→2016年次月目標値→対策

見えない課題

顧客 コアユーザーの各層ハードユーザー構成比、顧客満足度を上げる為の接客客数をアップさせる為のメニューと価格

SP BP SNS FC CK 広告効果の是非

CK でのOPと食付管理・仕込み・衛生管理、原価率の明示、仕入メーカーの原価

社員 モチベーション、能力

賃料 改定交渉、リロケーション

中期計画 物販運動

他

見えてる課題

売上 分岐点 年間 40,000千円
月商 3,600千円

OP 多店舗化へのOPの確立、季節メニューの開発、改定頻度

MD 注文書の低い商品の改定、在庫の処理方法→棚卸し、物販の取組

SP 不足、可容納数、FC、CK

管理 人材費のコントロール、労務関連の費用計上内訳（改定・福利費等）、OKの人件費・経費削減、ロス率、廃棄率

2016/11/15

カフェ ペリーニ 日比谷店
オペレーション改善計画

①ホスピタリティ教育スケジュール

7日 経営理念の再確認、カフェペリーニの事業理念の再確認

7日 現状分析、ゴール設定、各種ツールの整備と連携確認

7日 社員教育完了（社員教育の中にはアルバイトスタッフ教育方法）

7日 アルバイトスタッフ面談完了、経営理念の全員共有完了

7日 セルフアフォーム実施（即対オリジナル教育ツール）

7日 セルフアフォーム完了及び、個人面談を通じてのFB

7日 店舗ミーティング実施、スマイルボード作成（意思表明）

7日 FPOK無料配布、及び「最高の接客」実施、アンケート実施

7日 アンケート結果を全スタッフへFB

14日 店舗指導実施1

21日 店舗指導実施2

28日 店舗指導実施3

37日 店舗指導実施4

44日 店舗指導実施5

51日 店舗指導の完了及び総括

58日後 お客様アンケート実施 次のコンサルティング活動提案

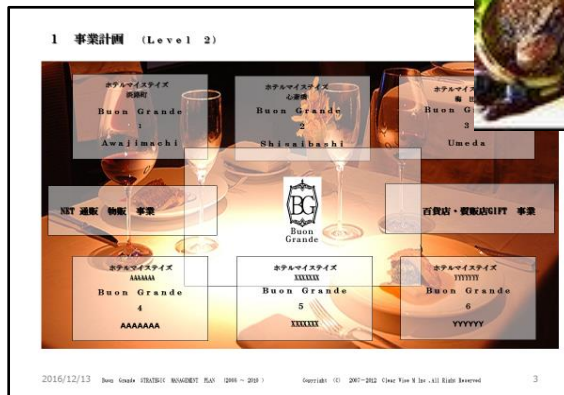
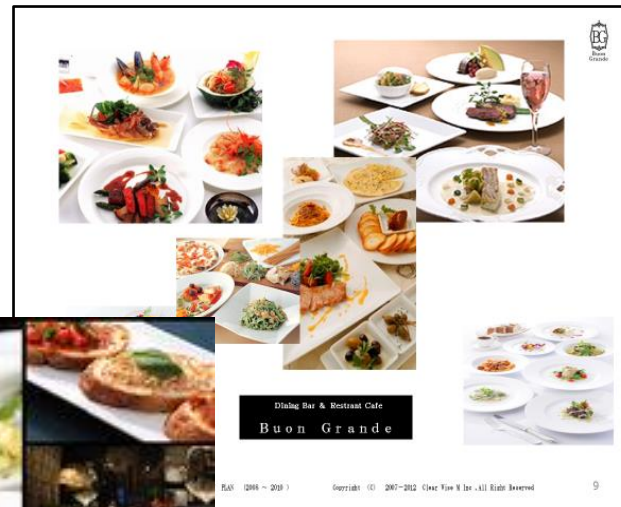
5月以降：最終：半年間の指導が必須、9月～12月は再度調整する。等

2016/11/15



和食レストラン運営企業の初のイタリアン立ち上げ

大阪北浜で、ヘルシー&スペシャリティーをコンセプトに、厳選素材のみをふんだんに使用した料理と世界各国から集めたワインを提供する本物志向のイタリアンレストランも運営。



設立当時、大手上場企業数十社からなる日本カード

Acceptable

プリペイドカード、ポイントカード、使いやすい顧客管理ソフトから、ASP管理型ギフトカードサービスシステム、ハウスカード、企業様向けポイントカード、更にはクレジット包括事業支援等、事業エリアを拡大させるためのコンサルティング。

Company

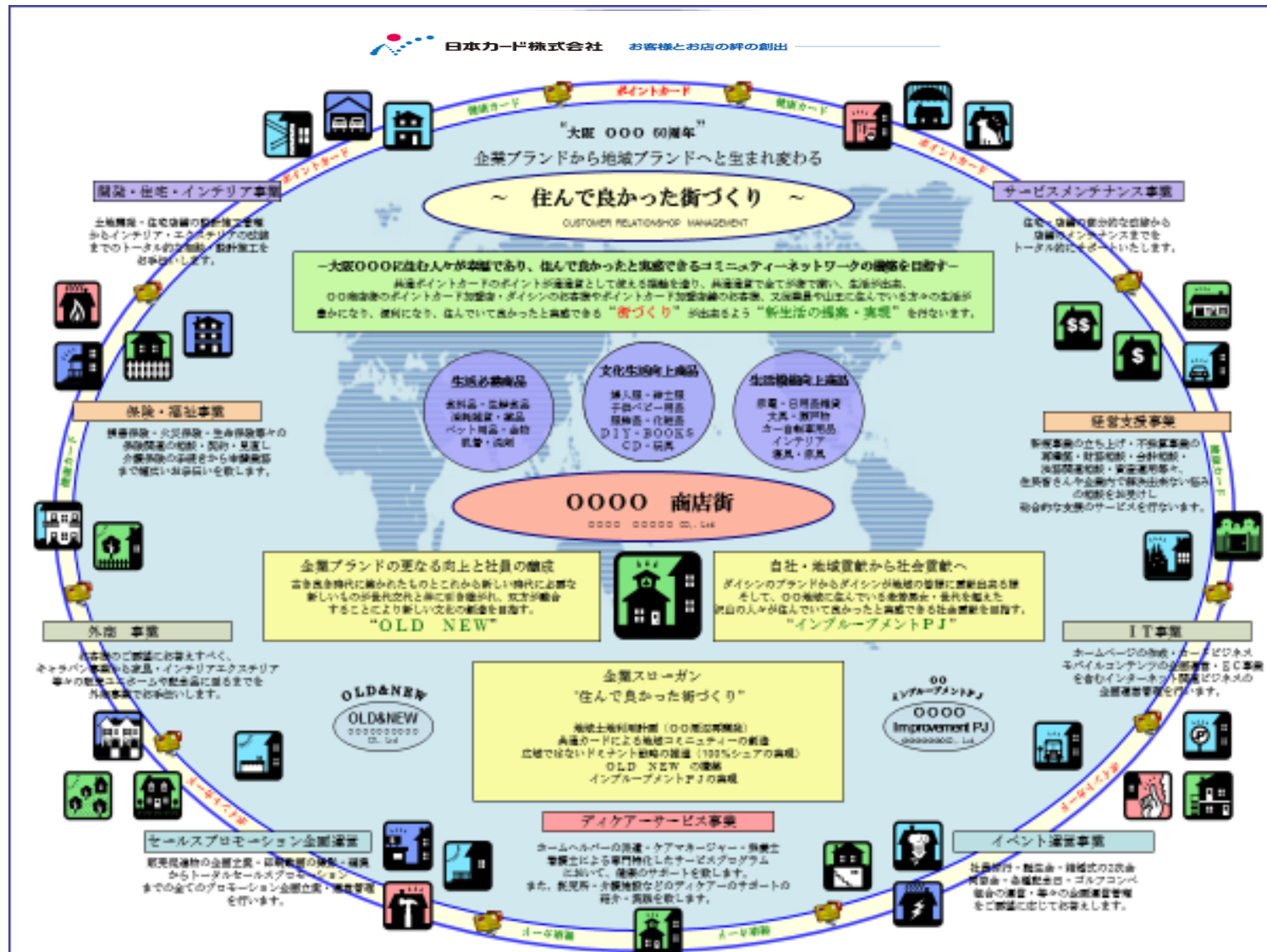
日本カード(株) 様

Category

新規事業開発

B-Type

サービス業





マンション1階の物販店舗と飲食店舗、サービスの充実したマンションオーナー専用のクラブを設立する準備を検討する。(特にコンプライアンスに絡むオーナー様との関係構築を中心に再検討する。

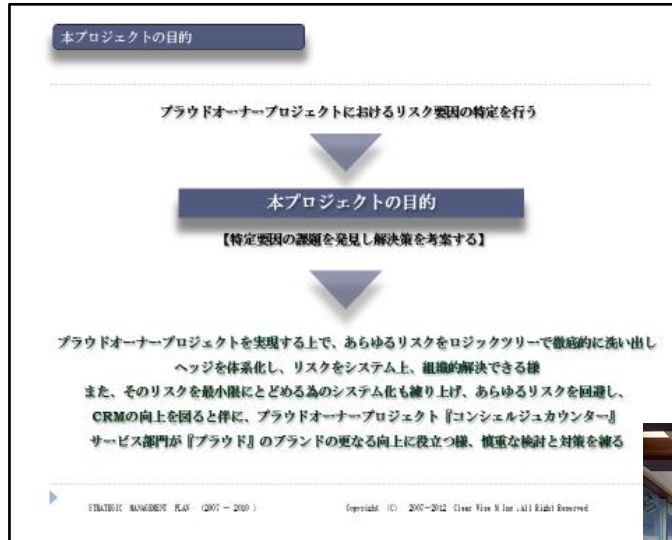
NOMURA REAL Estate Development ,Co.,LTD

PROUD Owners project STRATEGIC MANAGEMENT PLAN (2010～ 2014)
risk hedge management plan (Compliance)

2009年度 計画

LEVEL - 2-1

STATEGIC MANAGEMENT PLAN (2007 - 2009) Copyright (C) 2007-2012 Clear Wise M Inc .All Right Reserved



ステークホルダー別リスク

ステークホルダー項目	社外	顧客	取引先・競争会社	株主	従業員	会社・社説
公法上の企業活動	取引行為 法的訴訟発生	製品の不良発生	購入者上の違法取引 取引相手との不正 契約発生			利益侵害の発生
消費者の要求	品質向上の要求	商品仕様の遵守	取引先との遵守 下請仕向の遵守	契約取引上の遵守	品質基準遵守の遵守	
公益関係の発生				インテグライ 取引禁止		会社業務の 適切な遂行
社会の信頼獲得	商品品質向上の期待 心のゆだね	商品品質向上の期待		経営情報の開示		優良な商品提供 信頼獲得の確保
市場拡大への促進	競争拡大への期待					
グローバル展開	国際社会への対応 企業風土異なる環境 への対応		外債の返済確保			
関係強化	関係強化の遵守 契約の遵守				契約の遵守 取引先との関係 強化	
人権尊重 個人情報の取扱い		個人情報の取扱い			個人情報の取扱い プライバシー保護	

STATEGIC MANAGEMENT PLAN (2007 - 2009) Copyright (C) 2007-2012 Clear Wise M Inc .All Right Reserved



店舗コンセプト・商品コンセプト・デザインフォーメーション



サインコンセプトは「分かりやすさ!」

サイン計画をする上で、最初に考えることは「分かりやすさ!」です。そのお店が「何屋?」が単純明快に認識できなくては意味がない!。「酒」をイメージすると「日本酒」「焼酎」「ワイン」「ビール」が浮かびますが一般的に連想するのは「日本酒」ではないでしょうか? 「日本酒」を分かり易い別のモノに置き換えたとき浮かんだのが今回モチーフにした「とっくり」です。「とっくり」のカタチをディフォルメし濃紺からピンクへ移り変わる色はお酒を飲む「ほろ酔い」の気持ちを表現しています。また、ロケーションを考え、こういった多少「色気」のあるものの方が受け入れやすいようにも思います。「塩田屋」の文字は日本語表記ではなく英語表記として、若い客層、特に女性客に受け入れやすいものとなりました。「とっくり」のシルエットは女性の曲線美にも感じられ、その「色気」と酒の「魅惑」の部分を重ねたものとしています。



A type



B type

Wine Bag Design

A TYPE
ロゴマークの柔らかい曲線をバッグに表現し既知したデザイン、ワイン用のショッピングバッグ。

B TYPE
ロゴマークを印象づける濃紺からピンクのグラデーションをバッグ前面にプリントしたデザイン。このパッケージの適合ロゴマークはホワイトに専断使用しております。品質く感じるようにワンポイントに控えめに配置してあります。



Shop Bag

こちらは、通販販売用のビニール素材のショッピングバッグ。ホワイト色のビニール地にロゴをセンターに配置しています。

単店日本 売上 ダイシン百貨店の再建シナリオ

Acceptable



高齢者社会を見据えて社会的弱者に軸足を置いた小回りのきく経営、具体的には高齢者向け無料宅配サービス、「大森山王倶楽部」と呼ばれる健康支援サービス、他では扱わない製品の継続、地域一体となったイベント、自社のポイントカードでの地域への開放等、堅実にリピータを獲得する戦略で黒字経営に転換していた。

5 つの 経営革新課題

DAISHIN DEPARTMENT STORE COMPANY STRATEGIC MANAGEMENT PLAN (2007 ~ 2011)

I [企業概要]

- 企業名 株式会社 ダイシン百貨店
- 創業 昭和39年5月
- 業種 小売
- 親会社 1億2千万円
- 売上高 83億円 (平成18年度)
- 経常利益 2億円 (平成18年度)
- 代表者 代表取締役社長 西山 敏
- 従業員 300人(派遣含む・PA含む)
- 事業内容 株式会社 株式会社
- 関連会社 ダイシン百貨店第三販売株式会社
ダイシン百貨店三販売株式会社
株式会社長寿
立花株式会社

■決算期

1月末日
http://www.daishin.jp.com/

■社是

「著々の利益の母体は一人一人のお客様である。
 企業発展は即ち著々の発展である。
 長が利益の母体となる著々の発展に直結する。
 一人の生存競争は競争が激しいである。
 企業の競争は一人一人の競争である。
 安定した企業は、人生の幸福に繋がるものである。
 完全なチームワークの元、情熱的な熱意と努力と進取の精神で大きく売上を伸ばし、お互いの利益と幸福のために、競い合いつつ協力し合うことを旨とする。
 常に明朗、快活に活動し、正義を尊び、信義を重んじ、誠実に自己の使命を果して自己生存の権利義務を全うする。」

II [市場環境の変化]

***マクロの動向

高齢化・消費税率の安定・少子高齢化人口減
 健康志向の急進・健康意識の向上・安心安全
 電子マネーの普及・量販店への変化・安心安全
 デジタル・アナログの2極化・商品の多様化
 カラー・モノクロの集中と高次・低次の集中と分散

***ミクロの動向

小売業界は、この数年百貨店の売上は伸びず、ディスカウントストアの台頭、SMV-OSの前年割大幅Sの不振も続く中、高層階層に絞り込んだターゲットにおいては、強じて対峙する。
 従って、安心の土壌づくり、生産者選抜者指定とこだわりの商品のシェアが広がる。nicoo等の電子マネーとポイントとの相互交換もスムーズな動きとなり、その動向も見逃せない状況になっている。

III [自社の強み・弱み]

***強み

過去の店舗から年々、店舗閉鎖を行い、現在1店舗で運営している状況が保たれている。
 大森山王倶楽部が、客数減、客単価減が止る前に、売上高を回復することができている。
 商品・サービス部門での提案を促していかねば、未来への発展は見えない。

***弱み

売上高が前年を維持し続けても、依然として販売のペースは非常に高く、改めて売上増をアプする事は可能、但し利益・福利増進に社員の管理・教育・インセンティブの確保により、福利・賞与が確保される。給付も専業主婦の導入、従業員福利の給付もポイントカードの促進、などにより、より一層安心・貢献が図れる。経営革新を推進することに大きな期待がある。

DAISHIN DEPARTMENT STORE COMPANY STRATEGIC MANAGEMENT PLAN (2007 ~ 2011)

VII 強いダイシン像へとは...

0. リーダー販売と外部販売の融合

顧客・住居・インフラ等
 ダイバーシティ等
 外部販売
 セールスプロモーションの企画運営等
 イベント運営等
 IT活用
 顧客接点
 サービス・コンプライアンス

1. 新しい需要の獲得力

顧客を創り上げてきた歴史を守る
 最新のデジタルマーケティング
 あらゆるデジタル選定商品戦略の展開
 市場調査から新提案品のメーカ提案
 各年代へのカスタマイズ提案

2. 持続的な利益の獲得モデル

価格競争力からの脱却する體質
 強かな商品選定力(競合他社差別化へ)
 アルティママネジメントの構築
 事業別利益構造の見直し

3. 自主的に行動する社員の育成

社員の仕入れの確保
 1E7環境の充実によるデータからの意思決定
 トップダウン・ボトムアップの両輪
 アラジの積み重ね(成功事例の連続)

4. 組織構造の見直し

人材の確保(商品・MR他)
 通商海外の人材活用
 成果主義へのステップアップ
 人材の確保(商品・MR他)
 通商海外の人材活用

5. 企業風土を再構築しリバーレス

新契約社員制度・新PA制度
 社員報酬・インセンティブアップ
 毎年度生産性向上

6. 強いブランドの確立

地域密着ブランドとして1E7を目指す
 スピリット・ブランドの実現
 サービスの提供
 セールスマンの充実

7. 更なる発展ができる創造性の展開

商品開発等による1E7リバーレス
 次世代情報提供サービスの拡充

STRATEGIC MANAGEMENT PLAN (2007 ~ 2011)

A 更なる発展と目標 ~ 新5か年計画 ~

売上高 93億円 ⇨ 96億円
 経常利益 2億円 ⇨ 5億円
 株主配当 00円 ⇨ 50円

STRATEGIC MANAGEMENT PLAN (2007 ~ 2011)

B 今のダイシンを再評価し、いかにリバーレス

新展開ニーズへ答える仕組み作りが必要

STRATEGIC MANAGEMENT PLAN (2007 ~ 2011)

C 企業がシグナリングとして再生すべき!

ダイシンのビジネスモデルの成功要素に
 新しい需要を各々が主体的に創り出し
 10年先の事業を先行し行けるようにしたい

STRATEGIC MANAGEMENT PLAN (2007 ~ 2011)

D 各務の目標

年度	売上高	営業外利益	経常外利益	経常利益	営業外費用	営業外費用	経常外費用	経常外費用	経常外費用
2007	83	2	2	2	1	1	1	1	1
2008	93	5	5	5	2	2	2	2	2
2009	96	5	5	5	2	2	2	2	2
2010	96	5	5	5	2	2	2	2	2
2011	96	5	5	5	2	2	2	2	2

5 つの 経営革新課題

課題1: 顧客を創り出して売上を伸ばす

ダイシンが得意とする企業ブランドから競合ブランドへ
 生まれ変わるリバーレス
 NEW POINT CARD
 顧客接点の拡大
 ニック名を付けた商品やサービスの提供
 OLD ANEW 生まれ変わるリバーレス

課題2: 持続的な利益の獲得

社員のモチベーションを向上させる
 モーティブエーションの向上
 人材の確保
 成果主義へのステップアップ

課題3: 強いブランドの確立

地域密着ブランドとして1E7を目指す
 スピリット・ブランドの実現
 サービスの提供
 セールスマンの充実

課題4: 更なる発展ができる創造性の展開

商品開発等による1E7リバーレス
 次世代情報提供サービスの拡充

IV [組合の環境]

大森山王倶楽部は、3年前に1E7-7が出現
 1E7は、下流から上流へ発展する
 1E7は、下流から上流へ発展する
 1E7は、下流から上流へ発展する
 1E7は、下流から上流へ発展する

V [構造改革プログラム]

人事 組織の再編成
 業務 業務プロセスの再構築
 商品 商品の再評価
 顧客 顧客接点の拡大
 情報 情報システムの再構築
 環境 環境の整備

VI [アウトソーシング]

- 情報システム管理
- イベントプロデュース
- 人事労務管理
- 受託業務
- コールセンター

VIII では...強い企業へ進む為には...

(企業中間ビジョン)

(顧客接点)

(商品政策)

(自給自足)

(人材育成)

(販売促進)

IX シグナリングの企業として リバーレス... 更なる企業ととの差を差す

顧客接点の拡大
 商品政策
 自給自足
 人材育成
 販売促進

1. ダイシンのEコマerceに向けて

企業ブランドから競合ブランドへ
 生まれ変わるリバーレス
 NEW POINT CARD

2. 企業ブランドを再評価し、いかにリバーレス

ダイシンのブランドを再評価し、いかにリバーレス
 新展開ニーズへ答える仕組み作りが必要

3. 自社・他社顧客から社会を創る

ダイシンのブランドを再評価し、いかにリバーレス
 新展開ニーズへ答える仕組み作りが必要

4. 地域と地産地消(ダイシン周辺再開発)

地産地消の推進
 1E7-7の推進
 1E7-7の推進

5. 生まれ変わるリバーレス

生まれ変わるリバーレス
 生まれ変わるリバーレス

ベビーフードのリメイキング

Acceptable

創業から00十年の赤字事業を5年間で売上高240%営業利益、経常利益の黒字化の達成。商品分析、生産改革、新規商品開発、プロモーションの企画立案、実行を推進。

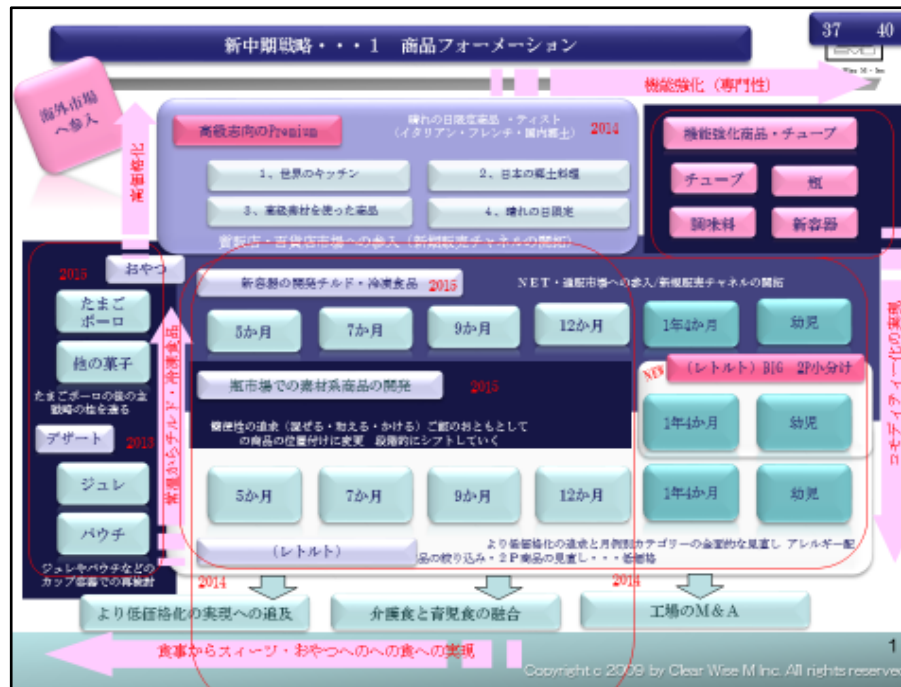
Company

キユーピー(株) 様

Category

既存事業の改革

B-Type



【駄詰シリーズ(9ヵ月頃から) 全14品

■レギュラータイプ



■アレルギー特定原材料品目不適用タイプ



Acceptable

調味料メーカーのケミカル事業がバルク素材販売から、今後のビジョンを飛躍させる為、B2C商品を発売することを決定し、そのPJの中で本商品ラインナップが完成した。

Company (株)キューピー 様

Category 新規商品カテゴリー開発
B-Type 食品メーカー

コンセプト

Hybrid Synergy Health Medicare
ハイブリットシナジー ヘルスメディケアー

Hybrid 食事・運動・予防・治療
Synergy 育児・家事・仕事・介護 = 子供 主婦・祖母 子
Health 健康を維持するために → ケア (Care)
Medicare 病気を治療するために → キュア (Cure)

K 愛
P 信頼
F 幸福
C 健康

キューピーブランド キューピーブランド 他のブランド
FC⇒ BtoB BtoBtoC BtoC



私たちの想い
Concept



Touch & Hug 戦略ドメイン1

40〜50歳を中心とするイキイキと生活する主婦
職業は、実習師・調理士・介護士などの水を使い手荒れが気になるという方

手荒れが気になる方へヒアルロン酸配合商品でガードしうるおいを保つ
毎日手荒れでの悩みの深刻化
顕在化している深刻な肌悩みに対応 潜在的な多数の手荒れ悩みに対応 (肌のお守り)

シリーズ名: Touch & Hug
コンセプト: 料理するための確かな手荒れ

SNSでのプロモーション強化・リアル店舗への導入・通販での販売



150億事業部の500億構想の構築

Acceptable

ファインケミカル事業構想の構築に伴う、事業部改革の英案と
中長期ビジネスプランの再編成。

今後の課題

- A...情報伝達の一元化
- B...300億への実感と推進
- C...【医薬に舵を切る】やさしい薬 → 医療への確立
- D...海外事業の推進
- E...コア事業のブラッシュアップ
- F...スピードとイノベーション

PLANT Plan 1 2016-2021

A国際戦略 170億

B国内戦略 160億

Cシナジー戦略 60億

X医薬分野 80億

Y新規分野 50億

330億 → 360億

115億

120億

130億 → 160億

M&A
BtoB 30億
BtoC 30億

PLANT Plan 1 2016-2021

A国際戦略 170億

B国内戦略 160億

Y BtoC 80億

X医薬分野 50億

Cシナジー戦略 60億

PLANT Plan 1 2016-2021

A国際戦略 170億

B国内戦略 160億

Y BtoC 80億

X医薬分野 50億

Cシナジー戦略 60億

PLANT Plan 1 2016-2021

A国際戦略 170億

B国内戦略 160億

Y BtoC 80億

X医薬分野 50億

Cシナジー戦略 60億

PLANT Plan 1 2016-2021

A国際戦略 170億

B国内戦略 160億

Y BtoC 80億

X医薬分野 50億

Cシナジー戦略 60億

PLANT Plan 1 2016-2021

A国際戦略 170億

B国内戦略 160億

Y BtoC 80億

X医薬分野 50億

Cシナジー戦略 60億

PLANT Plan 1 2016-2021

A国際戦略 170億

B国内戦略 160億

Y BtoC 80億

X医薬分野 50億

Cシナジー戦略 60億





Partenariat Business

- Consulting
- Catering
- Event Planning
- Others

2014年

ライセンスビジネス

10/31



Promotion Collection 1-6

12/31

ビジネスモデルの例

- Produit
- Catering
- Restaurant
- Cafe
- Others

4/31



山梨県 いちやまマートの活性化PJ

Acceptable

スーパーマーケット内でのインスタベーカリーの活性化を狙い外部テナントの撤退後の売り場を自社で運営するカフェ&レストラン事業に活性化する。食材はすべて自社所有の食材。

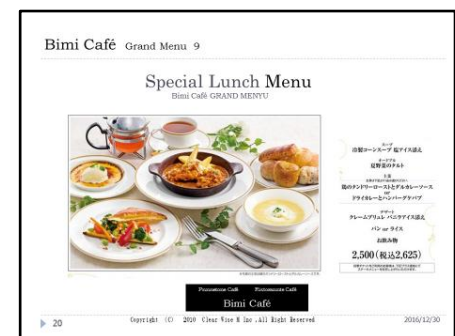
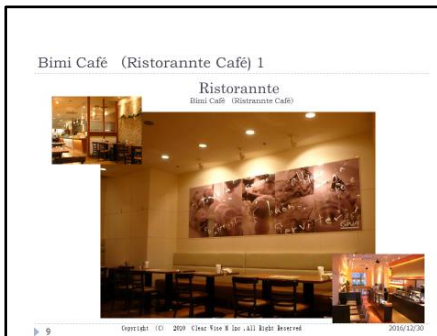
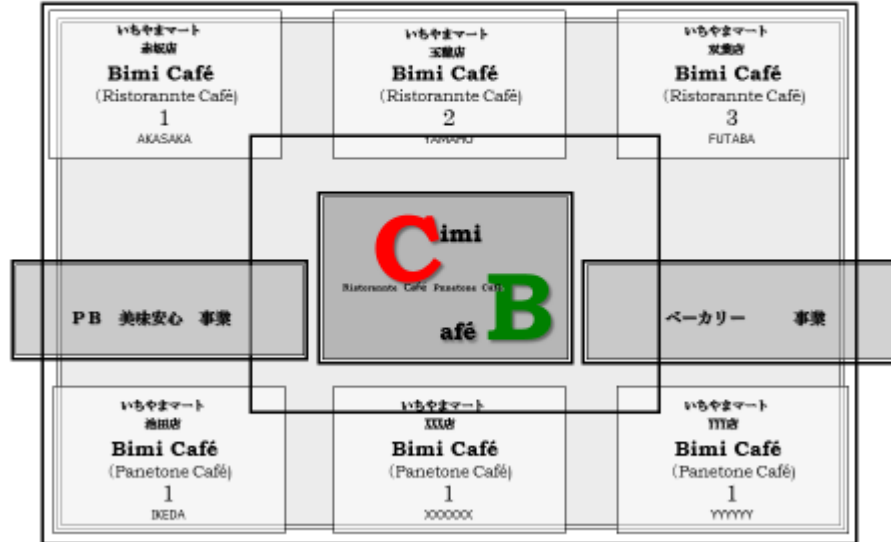
Company いちやまマート(株) 様

Category 新規事業開発

B-Type 小売業

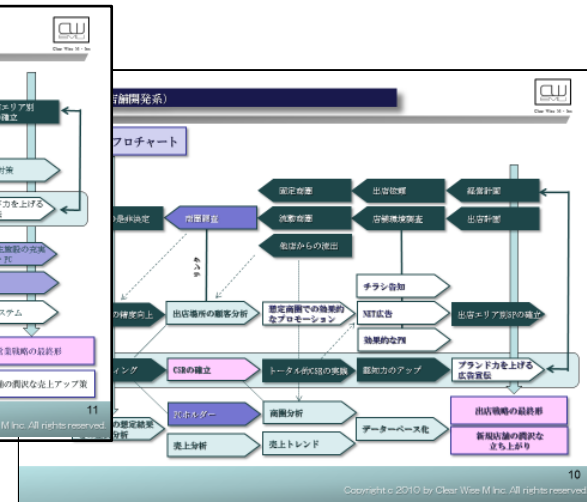
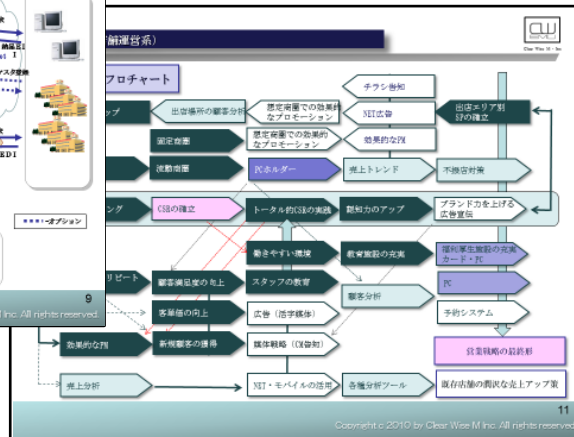
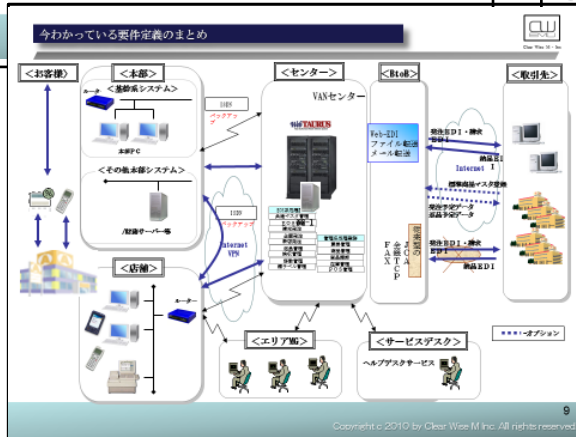
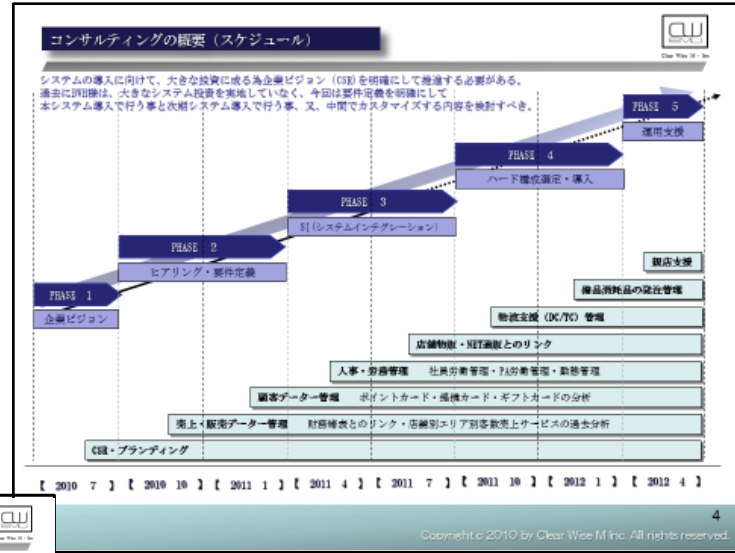
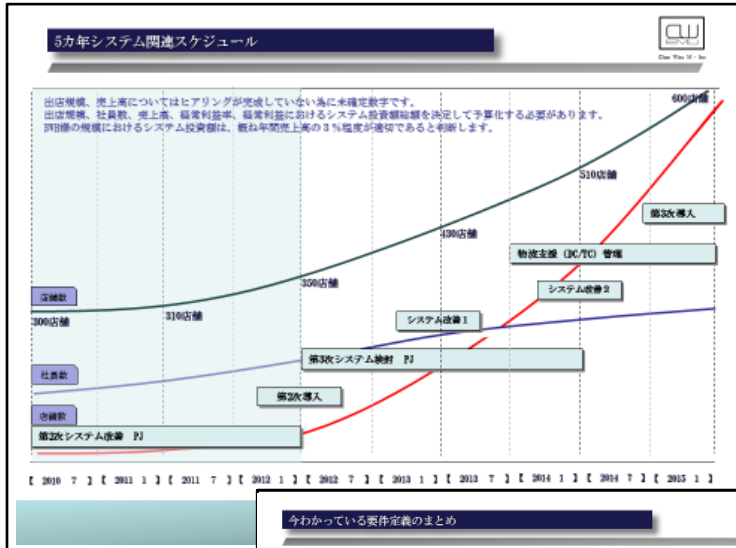


Bimi Café Brand CI





グループの中長期ビジョンに基づいてのシステム開発とグループを統合するカードビジネスの活性化を図り、売上アップを狙う計画と実行推進。



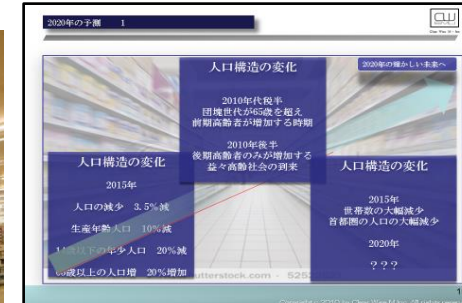
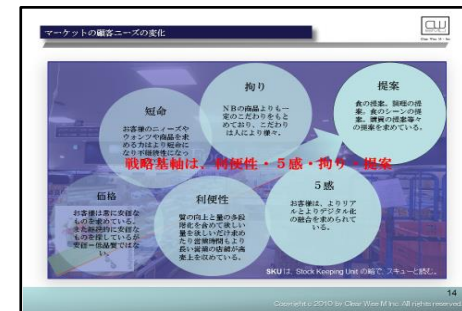
Acceptable



ナショナルチェーンや、上信越で展開している大手チェーンを相手に非常に貢献しているスーパーマーケットの商品開発、販売促進、不振店対策を手掛ける。会議体系化や年間のイベント計画から販売促進、給与体系化も構築する。

Company (株)キュービット 様

Category 事業内体系化造り
B-Type 小売チェーン業



Acceptable

周辺環境の調査をし、人口や世帯の変化を調べたところ、大きなインパクトを与える程の人口減少が見られなく、むしろ自社の事業改善を行う事で、競合に勝てる店造りを実現する事で経営改善が可能であるとの見解で改善する。

Company

(有)こいけ

Category

事業再構築

B-Type

小売チェーン業

CIの見直し

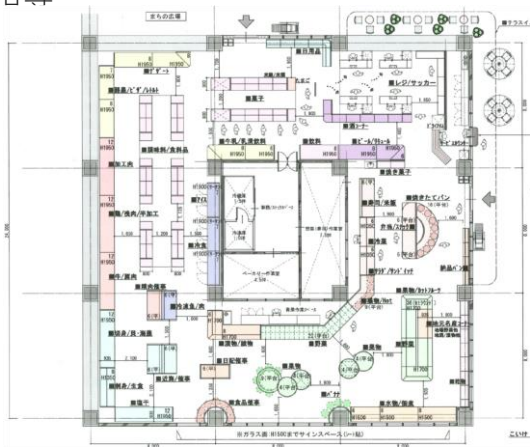


中長期構想からの財務面の強化策

店舗レイアウトの見直し



店舗OP改善指導



改装



本格イタリアパンの日本上陸！！

Acceptable



Company モリノオーログラノ(株)様

Category 新規事業開発

B-Type メーカー・卸売業



Corporate Profile

企業理念

イタリアの食文化を通じて健康でより豊かな食生活を

- 原産地や産、相手の立場になって考える "Marketing In Love"
- 顧客へのメリットは「自然の味覚、伝統の技術と手法、熟練の職人」
- 商品開発力、製造技術力、販売力の三身一体



お届けするパンの特徴

厳選されたイタリア産原料
 保存料・合成着色料・化学物質は一切使用しないナチュラルでやさしい商品
 誇った製法により、毎日、存念に焼き上げ、お客様にお届けする本格的なイタリアン
 高級感の小麦粉を日本に流通させ、本格イタリアンを実現。小麦も焼き上げる伝統工法

時を越えて受け継がれる伝統の「味覚」
 「持続の美観」の追求 しつまでも厳然として存続して行く



5



モリノオーログラノの商品

■ FROZEN PREMIUM PANINOTTO CORNETTI (冷凍パンノット・コルネッティ) イタリア産小麦粉を使用した、 100%小麦粉のパンノット・コルネッティです。 新鮮な生地をこねて、 200℃で焼くことで、 サクサクとした食感に仕上がります。	■ FROZEN PREMIUM CORNETTI (冷凍パンノット) イタリア産小麦粉を使用した、 100%小麦粉のパンノットです。 新鮮な生地をこねて、 200℃で焼くことで、 サクサクとした食感に仕上がります。	■ イタリア食パン クロコビーを巻くかき混ぜるパンノットと 同じく小麦粉を使用したパンノットです。 新鮮な生地をこねて、 200℃で焼くことで、 サクサクとした食感に仕上がります。
■ 冷凍パンノット 自家製小麦粉を使用した、 小麥粉の甘味料が 入れられていないので、 生地にサクサクとした 食感に仕上がります。 新鮮な生地をこねて、 200℃で焼くことで、 サクサクとした食感に仕上がります。	■ 冷凍パンノット 自家製小麦粉を使用した、 小麥粉の甘味料が 入れられていないので、 生地にサクサクとした 食感に仕上がります。 新鮮な生地をこねて、 200℃で焼くことで、 サクサクとした食感に仕上がります。	■ イタリア食パン クロコビーを巻くかき混ぜるパンノットと 同じく小麦粉を使用したパンノットです。 新鮮な生地をこねて、 200℃で焼くことで、 サクサクとした食感に仕上がります。

冷凍パンノット
 自家製小麦粉を使用した、
 小麥粉の甘味料が
 入れられていないので、
 生地にサクサクとした
 食感に仕上がります。
 新鮮な生地をこねて、
 200℃で焼くことで、
 サクサクとした食感に仕上がります。

冷凍パンノット
 自家製小麦粉を使用した、
 小麥粉の甘味料が
 入れられていないので、
 生地にサクサクとした
 食感に仕上がります。
 新鮮な生地をこねて、
 200℃で焼くことで、
 サクサクとした食感に仕上がります。

イタリア食パン
 クロコビーを巻くかき混ぜるパンノットと
 同じく小麦粉を使用したパンノットです。
 新鮮な生地をこねて、
 200℃で焼くことで、
 サクサクとした食感に仕上がります。

の大きさも近代的な再現し、その面白
 味を再現し、小麥粉に含まれる栄養素を
 再現し、小麥粉に含まれる栄養素を再現し、
 小麥の「味」「アロマ」「栄養」が
 再現し、小麥粉に含まれる栄養素を再現し、
 小麥の「味」「アロマ」「栄養」が

メーカー商品の仕上がりで現れ、口当たりがよく
 「サクッ」とした食感と味わい深い風味が得られる。
 ◎小麦粉白(グルテン)の特徴を生かしたベーকার商品に
 ◎自然乳化剤としての効果を持つ小麦胚芽のレシチンによって、
 ◎焼き上がった食感から立ちのぼる香り、口に含んだ時の香気も
 ◎焼き上がった食感から立ちのぼる香り、口に含んだ時の香気も

キースト、着色料、防腐剤は一切使用していません。

10





山梨県内の5店舗展開している焼肉チェーンのメニュー開発・原価計算
季節メニュー改廃・中期計画から毎月のPL・BSの指導をして売り上げを上げるための接客も指導する。



JR東海 新幹線のホーム⇒車内売上アップ

Acceptable

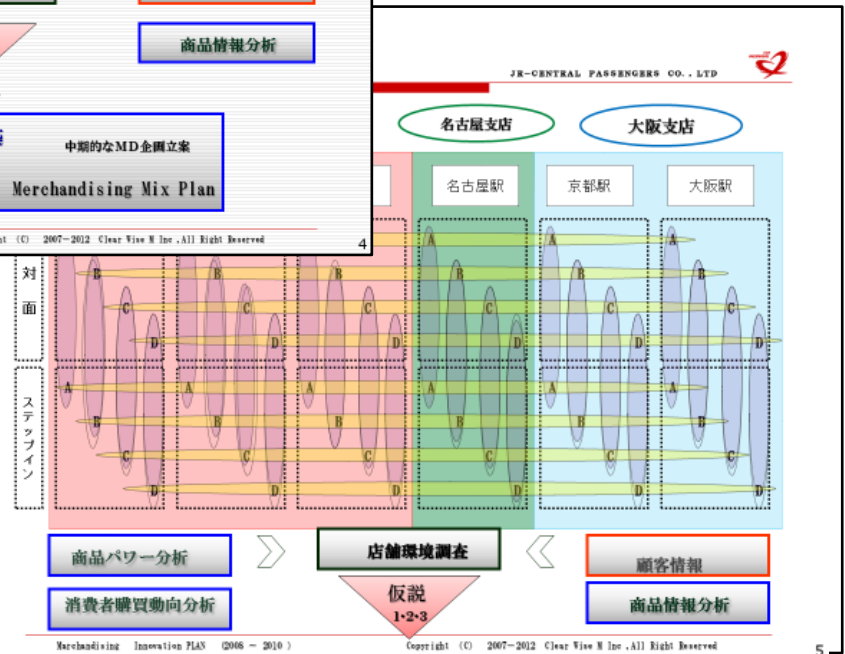
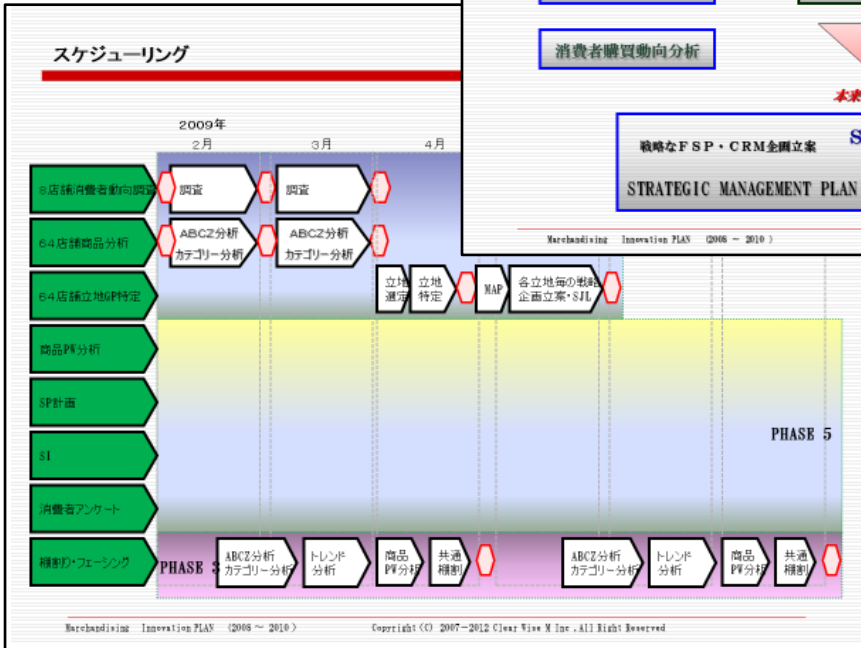
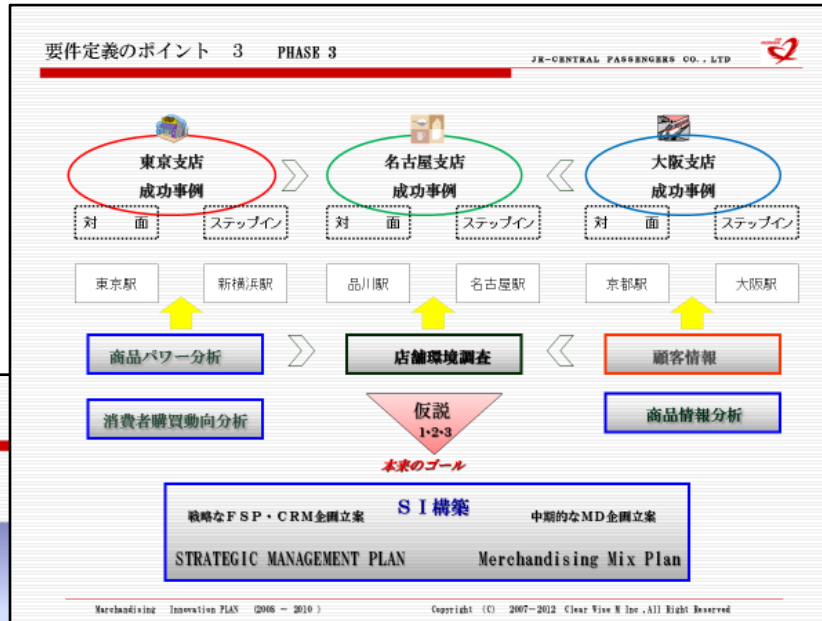


JR東海 駅構内の売り上げ分析から、朝昼夜の売れ筋調査をして新商品を開発すること、売り場レイアウトの変更をして売上アップを狙う戦略と分析、改装工事。

Company (株)ジェイアール東海
 パッセンジャーズ様

Category 新規事業開発

B-Type メーカー



Acceptable



周辺環境の調査をし、人口や世帯の変化を調べたところ、大きなインパクトを与える程の人口減少が見られなく、むしろ自社の事業改善を行う事で、競合に勝店造りを実現する事で経営改善が可能であるとの見解で改善する。

Company

(株)ユミーズ 様

Story

事業再構築

B-Type

食品メーカー



LEVEL-2
2009. 11. 10
YUMYS co., Ltd
STRATEGIC MANAGEMENT PLAN (2016-2018) Copyright © 2016-2018 Clear Wise M Inc. All Right Reserved

企画提案 1-1

Hiroo Macaron

3アイテム：オアシス・パニラ・抹茶・ショコラ・シトロン

商品名：Natural Hiroo Macaron 5 (ナチュラル・広尾マカロン)

販売価格：¥1,500 (税抜価格)

マカロン 1

【広尾マカロンのコンセプト】
広尾で誕生！？した広尾マカロン Hiroo Macaron 2
従来のマカロンというと、甘さがきつい、甘さが残るなど、
甘いだけのイメージがありませんか？
広尾マカロンは生地の表面のサクリ感、
その裏に有るしっとりふわとした食感、
そして、テイストごとにたっぷりとした果実やリーフ、パウダーが入った
照味豊かなバタークリームは口だけの良さと、甘さが気にならず、ひとつ食べたら、
もうひとつ・・・と、ついひとつが停まらなくなる美味しさです！
紅茶、コーヒー、お茶などにはもちろん、シャンパン、ワインなど、
アルコールのお供としても、とても良く合う風味に仕上げています！



企画提案 5

Hiroo Collection Gateau Series

商品名：広尾コレクション6-1冊

アナンシユ パニラ糖 ココア糖 抹茶1層
レアアイズ(パニラ糖) ココア糖(抹茶) 抹茶1層(2層)

販売価格：¥1,500 (税抜価格)

企画提案 9

Hiroo Macaron Gift Set Version (OEM)

広尾マカロン化粧箱10個入り
Hiroo Macaron 10
パニラ ショコラ シトロン 抹茶 フランボワーズ さくら
キャラメル 生熟 コーヒー セサミ

販売価格 ¥ 3,150

W-21cm
D-6cm
H-6.5cm

STRATEGIC MANAGEMENT PLAN (2016-2018) Copyright © 2016-2018 Clear Wise M Inc. All Right Reserved



Italian Gelato



history クレマモーレの歴史

イタリア最大の食品チェーンのひとつであるIPER(イーペル)グループの創業社長であり、イタリアのフード業界に大きな功績を残してきたブルネル氏。多くのイタリア人と同様、それ以上に彼のジェラートへの思い入れは深く、自身のフードビジネスの集大成として、大人から子供まで安心して楽しむことのできる最高品質の「ジェラート」をつくりたいと考えました。

同氏はフード業界での豊富な経験と人脈を生かし、製造技術や原材料の面でイタリアのジェラート業界において最高峰の品質と技術を誇る各社の協力を受け、Cremamore社を2004年4月にスタートしました。

現在、ヨーロッパでは、イタリアに18店舗、フランスに2店舗、スイスに4店舗を展開し、世界中で愛されています。



how to enjoy
ジェラートの楽しみ方

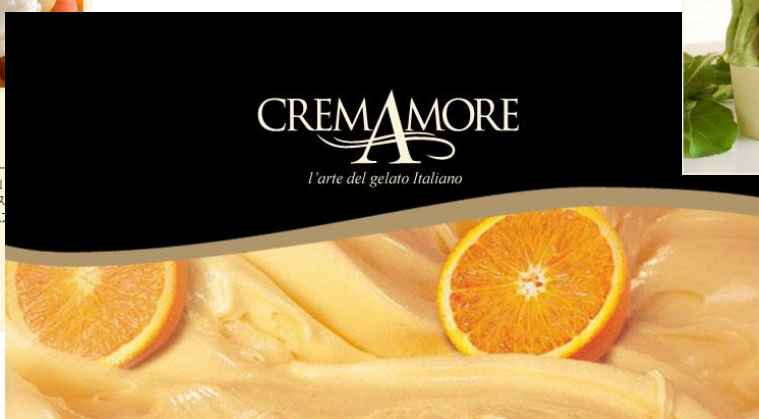
工夫次第で無限に広がるおいしさ

新鮮なフルーツと共に
マチャドニア

たくさんの種類の新鮮なフルーツをカットしフレッシュなシモ果汁に少し甘さを加えて仕上げたヘルシーなイタリアンデザートです。お菓子里りのジェラートとあわせるとさらに美味しく、ライトミールとしても最適です。

エスプレッソをかけて
アッフォガート

アッフォガートとは「濡れる」ジェラートにイタリアンエスpressoをかけるジェラートとエスpressoが、最高です。



our gelato
クレマモーレのジェラート

our gelato
クレマモーレのジェラート

ジェラートの質

クレマモーレのおいしさのひみつは、その製造方法にあります。国産の生クリームを丁寧に攪拌する製法が味と香り、お口の触り、しっとりとした口当たり、アイスクリームに比べてほのかに酸味があることが感じられる点です。その秘密はクレマモーレ独自の製法にあります。

バラエティ豊かなフレーバー

クレマモーレ最大の強みは、その多彩なフレーバーです。作り立てのフレッシュな生クリーム、ストロベリー、ミルクのリッチな濃厚なチョコレート、ラズベリー、イチゴのトロトロのツグツグな濃厚シフォンケーキや代表的なフレーバーの他、トマト、パンプキンなどのジューシーなフルーツやアスパラガスなどの野菜、ブルボンソースなどのソース系まで、どれも業界トップクラスのこだわりの製法がもたらしています。

会社名	クリアーワイズ・エム 株式会社									
設立日	平成17年7月7日									
本社	〒233-0016	神奈川県横浜市港南区下永谷	3-50-16	コンサル先	2007年	4社	2013年	14社	2019年	20社
決算	2月	http://www.clearwise-m.co.jp			2008年	6社	2014年	14社	2020年	22社
代表者	代表取締役	牛勝 透	社員数	7名	2009年	8社	2015年	14社	2021年	24社
業務内容	経営戦略/事業戦略/グループ経営/事業ポートフォリオ構築 新規事業開発/営業/マーケティング/販促費マネジメント 商品開発/物流システム支援/広告宣伝/販売促進/SNSプロモーション FC化事業展開支援/CI/SI/ブランド構築支援				2010年	10社	2016年	15社	2022年	
	組織/人事/人材開発	オペレーション/業務改革(BPR)		企業再生/事業再生/PE支援	2011年	10社	2017年	16社		
	企業財務/資本市場/IPO/IR	ITガバナンス/IT戦略		M&A支援	2012年	12社	2018年	18社		
									店舗設計支援/システム開発支援	
									オペレーションマニュアル	

牛勝 透	経 歴
1984	桑沢デザイン研究所 卒業
1984	株式会社 商業建築研究所 入社
1986	株式会社 匠建社 創業
1998	株式会社 スリーエフ (フジシティオGP) 取締役商品本部長就任
2003	株式会社 ドトールコーヒー 商品本部長就任
2005	クリアーワイズ・エム 創業

原田 浩二	経 歴
1986	英国国立ノッティンガム大学大学院卒業
1986	セコム入社
1998	パンタングループ 新規事業開発 英・米・豪編入システム構築
2002	N T Tソフトウェア株式会社 入社
2004	株式会社 ドトールコーヒー 運営本部
2012	クリアーワイズ・エム株式会社 入社 現在は非常勤

平井 未葉	経 歴
1996	国立音楽大学卒業
1996	株式会社ドトールコーヒー 入社
2000	株式会社ドトールコーヒー エクセル事業部秘書
2006	株式会社ドトールコーヒー 社長秘書
2014	クリアーワイズ・エム株式会社 入社

鴻上まつよ	経 歴
1985	上智大学卒業
1985	株式会社富士ゼロックス
1991	株式会社キジマ
2000	アクト・アズ創業
2018	クリアーワイズ・エム株式会社 いくつかのPJ参画

岡本 裕二	経 歴
1973	一橋大学卒業
1973	三井物産株式会社入社
2004	日本ユニコム株式会社
2007	キュービー株式会社7入社
2015	クリアーワイズ・エム株式会社 入社 現在はPJ参画

大沢 裕子	経 歴
1994	慶應義塾大学 文学部卒業
1998	ロンドンゴールドスミス大学卒業
1998	富士電機株式会社 入社
2008	慶應義塾大学 産学官連携チーム コーディネーター
	クリアーワイズ・エム株式会社 入社 現在はPJ参画

武田 修	経 歴
1996	慶應義塾大学 経済学部 卒業
1996	株式会社 イトーヨーカドー 入社
2011	クリアーワイズ・エム株式会社 入社

鴻上淳夫	経 歴
1985	上智大学卒業
1985	日本電気株式会社
	日本電気情報サービス株式会社
2020	クリアーワイズ・エム株式会社 PJ参画



Clear Wise・M, Inc

Clear Wise・M, Inc

コンサル経歴 1

2005	株式会社 ダイシン百貨店 経営全般コンサルテーション	IFのSM不振店対策・全館PR・中期計画実行・金融機関交渉 建物立替設計施工管理実地・M&A⇒ドンキホーテへ
2005	株式会社 M&I 慶茶ブランドブランディング	静岡県との取り組みで新ブランド構築を行う。『慶茶』BRAND BRANDING,県の各種イベント参加、売り上げを上げる施策。
2005	株式会社 ICM ホールディング経営コンサルテーション	子会社(4社)の一括化をしてホールディング化実地。 HLDG設立後に新規ビジネス構築を提案し実行し軌道修正。
2005	ラボ株式会社 飲食店コンサルティグ	M&Aをして 3店舗展開する飲食店舗のBRANDING実地。 各店コンセプト・メニュー開発・内外装デザインをしオープン。
2005	株式会社 日本カード 企業チームコンサルテーション	マーケティング全般と新規開拓企業のマーケティングサポート 上場企業への支援、新規導入のカスタマイズして導入する。
2005	株式会社 シナプス 健康管理サービスコンサルテーション	健康管理支援カードをJCB、近畿日本ツーリズムと組合融合。 各国への入管がスムーズに出来る一体型システムの開発
2006	静岡県茶業会議所 月刊誌マーケティング 執筆	静岡県商工会議所発行の月刊誌の『お茶のマーケティング』 の掲載12か月(月1回原稿用紙10枚)
2006	キュービー 株式会社 東京支店 中期経営計画	東京支店はキュービーの中で一番大きな売り上げの支店。 ここを皮切りに全支店の中期計画を策定し、支店会議にも参画。
2006	東芝テック株式会社 企業チームコンサルテーション	マーケティング全般と新規開拓企業のサポート 大手企業への営業支援、新規導入のカスタマイズプラン実行。
2006	株式会社 CSKシステム マーケティングチームコンサルテーション	CSKの抱えている食品メーカー、日曜品、雑貨メーカーの新規 商品開発のサポートを実地。8年間で25社の商品開発を行う。
2006	株式会社 三菱電機ビジネスシステム 流通支援チームコンサルテーション	マーケティング全般と新規開拓企業のサポート 上場企業営業支援、東北のスーパーの上場PJに外部参画。
2006	LA TOUR D'ARGENT ブランディングコンサルテーション	ホテルニューオータニ 中のレストランブランディングを フランス本社とのプレゼン・ネゴシエーションの全般担当する。
2006	株式会社 いちやまmart 経営全般コンサルテーション	15店舗のSMチェーン。中期計画の策定と毎月の会議と管理。 売上高280億、各店舗の中に中核のテナント管理と見直し。
2006	株式会社 ミナト商会 経営全般コンサルテーション	キュービーグループの貿易輸出入会社。麻布10番シリーズ メゾンボワールブランディング、ワイン輸入拡大貢献、60億売上
2007	株式会社 サンユー 経営全般コンサルテーション	宇都宮中心の16店舗経営スーパーマーケット。中期計画策定。 既存店舗の売り上げアップのプログラム、レイアウト変更実地。
2007	株式会社 DNC 経営全般コンサルテーション	247億円、店舗数226店舗。50ブランドあり、弊社は新BRAND 構築のアドバイザーと不振店舗のアドバイザー業務。
2007	リ・パンブ株式会社 経営全般コンサルテーション	コールドストーン、ファンケル、アクシア、ANAP、他の企業 又は新規M&Aの案件の社外コンサルとして活動。

*本資料は弊社が担当させていただいた企業様の事例です。
年数は契約時の年次を表しております。
複数年契約継続企業様は初年度の契約時の年度のみ記載しております。
未掲載企業様は守秘義務上、未公開のご依頼があった企業様です。



Clear Wise・M, Inc

Clear Wise・M, Inc

コンサル経歴 2

2007	株式会社 食色四季 経営全般コンサルテーション	山梨県の4店舗展開の焼肉チェーン。店长教育、従業員教育 接客からメニュー開発等々を実地。3年で120%アップ。
2007	興和 株式会社 経営全般コンサルテーション	医薬品、医薬部外品の商品開発。 商品により長く携わり開発する。日用品のスペンは1品6か月間。
2007	伊藤製パン 株式会社 経営全般コンサルテーション	長年累積赤字会社を3年で解消、5年で単年黒字、7年で債務 超過解消。財務、商品開発、ブランディング、大手企業営業。
2008	株式会社 ジェイアール東海パッセンジャーズ 店舗総合コンサルテーション	新幹線ホーム内テナント管理、売店改革、不採算事業の撤退。 米飯事業再構築。賞味期限の打刻違い問題より工場改革開始。
2008	野村不動産 株式会社 クラウドブランディング コンサルテーション	クラウドオーナーズプロジェクトにて、マンションオーナー様の ケア、新規サービスの開発運用の計画実行をしている。
2008	キュービー 株式会社 健康機能事業 全般コンサルテーション	キュービーウエルネス事業の事業開発商品開発中長期計画 実行、月に4日間プロジェクトに参画。介護食、ベビー食。
2008	パラディーゾジャパン 株式会社 全般コンサルテーション	イタリアの水、炭酸水の水仕入れ販売。売上高を10倍にする。 当初はイタリアのブランドでのレストラン販売がうまくいかず苦戦。
2008	株式会社 ハットリック 全般コンサルテーション	3イン1のシャンプーの開発とデザインやコンセプトマーケティング 販売促進に関わるプロデュース(顔、頭皮、体の3イン1)
2009	シャロンテック 株式会社 経営全般 アドバイザー	太陽光発電15箇所、物流センター12箇所、洗車場8か所 設計、建設、クライアントとの交渉。新規事業の拡大。
2009	株式会社 プロフェッショナルネットワークス 新規事業開発	社員140名売上高22億。ネットワークサービス運営事業 モバイルネットワーク、サービスプロダクト事業、要件定義開発
2009	株式会社 オリジナルA 経営全般 アドバイザー	ワンハンドインテリングの商品開発 片手でPIZA トッティーピザの開発・出店 2店舗まで出店後退転
2009	株式会社 ユミーズ 経営全般 アドバイザー	マカロン、スイーツの商品開発、『HIROOMACALON』のブラン ディングとMD企画、デザイン、店舗開発、店舗出店。
2009	株式会社 OTENTO 経営全般 アドバイザー	田園調布に和合園の実験店舗として出店。和合園の農産物と 食材を使った『まんぷくDJ』も併設。店舗設計~OPEN
2009	株式会社 メディケア総研 経営全般 アドバイザー	介護施設の展開事業で他施設のM&Aを事業と事業の拡大。 1事業を3年で4事業所にして事業の安定性を確立。
2009	株式会社 河治屋 経営全般 アドバイザー	新潟県のスーパー 5店舗。計画、ゾーニング、改装、MD実地。 金融機関経由での事業再建依頼。年商4億2千万円。
2010	伊藤製パン 株式会社 直営店事業 アドバイザー	マルセリーノ、ボンデセール他のブランドで64店舗展開中。 月一度の店長会議開催。全店共通の商品を開発し展開した。
2010	ファーストキッチン 株式会社 経営全般 アドバイザー	既存の店舗の不振要因を探り、ビジネス、ALL、女性、男性の 4つの切り口で女性向け店舗をインテリア、メニュー改定実地。

*本資料は弊社が担当させていただいた企業様の事例です。
年数は契約時の年次を表しております。
複数年契約継続企業様は初年度の契約時の年度のみ記載しております。
未掲載企業様は守秘義務上、未公開のご依頼があった企業様です。



Clear Wise・M, Inc

Clear Wise・M, Inc

コンサル経歴 3

2010	株式会社 モリノオーログラノ 経営全般 アドバイザー	* 本資料は弊社が担当させていただいた企業様の事例です。 年数は契約時の年次を表しております。 複数年契約継続企業様は初年度の契約時の年度のみ記載しております。 未掲載企業様は守秘義務上、未公開のご依頼があった企業様です。 ファミリーマート通販用のイタリアペーパーの販売戦略強化策 後にマツコのTV紹介されてブレイク、後に姉妹店も開店す。
2010	有限会社 かんだスター 経営全般 アドバイザー	新潟のスーパーマーケット。売り上げ不振で返済に困っていて 金融機関経由での事業再建依頼。年商1億8千万円。再建中
2011	有限会社 エイエムアイ 経営全般 アドバイザー	千葉のスーパーマーケット。売り上げ不振で返済に困っていて 金融機関経由での事業再建依頼。年商1億6千万円。再建中
2011	株式会社 フードステージ 経営全般 アドバイザー	千葉のスーパーマーケット。売り上げ不振で返済に困っていて 金融機関経由での事業再建依頼。年商1億9千万円。再建中
2011	ル・コルドン・ブルー・ジャパン株式会社 事業展開 アドバイザー	ルコルドンブルーのライセンス契約と商品開発(ドライ商品) 日本初の商品を世界に拡大する事も重要な役割。
2011	株式会社 キュービット 経営全般 アドバイザー	新潟のスーパーマーケット。売上高120億円。16店舗展開。 中期計画策定し売上利益を向上させる。内規フォーマット完成。
2011	株式会社 東芝テック 経営全般 アドバイザー	新しいクライアントの開拓と共に新規のビジネスモデルの開発 特にストコン分析システムの見直しをしローチンする。
2011	株式会社 LOUPE 経営全般 アドバイザー	バンケーキレストランテの開発、出店、リメイク、GPで5店舗 横浜元町で1~2時間待たなければ入れないお店として有名
2012	有限会社 小池 経営全般 コンサルテーション	群馬県沼田市のスーパーマーケット5店舗経営、赤字脱却 コストコフェア、新規惣菜開発、銀行交渉、新店舗出店
2012	株式会社 大川 ブランディング コンサルテーション	パン粉、他の商品開発とプロモーション計画(Web)の実地。 5工場6営業所 売上高11億円を6年間で3%アップさせる。
2012	キュービー 株式会社 家庭用事業部 コンサルテーション	介護、ベビーフード、加工食品事業の商品開発と販売促進 デザイン関連のサポートを行った。また売れる立地戦略MNGも
2012	キュービー 株式会社 ファインケミカル事業 全般コンサルテーション	ヒアルロン酸、卵由来(レシチン、卵白、卵殻膜)から医薬品、 医薬部外品、サプリメント、食品の開発までを行うコンサル。
2013	株式会社 JR東日本リテールネット コンサルテーション	ニューデイズの商品開発、新規カテゴリーの創出や新商品開発 の会議に月に2度参画して販売売判断をする。
2014	HNJ 株式会社 新規NETサイト構築プロジェクト	NETで構築した設計のシステムアシストを行いローチンする 初年度10件、2年度15件の受注をし、人件費を含むコスト軽減
2014	LCB 株式会社 ル・プティック事業展開 アドバイザー	世界18カ国へ料理学校を出店展開中。弊社はコルドンブルー ブランドでの商品開発をし、日本から世界へ発信している。
2014	株式会社 SJA 商品開発 コンサルテーション	創業80年の老舗和菓子屋のリメイク。千寿庵吉宗を『和』にし 商品も和洋菓子店として『どらやき』『フルーツ大福』を入れる
2015	KB 株式会社 新規事業計画	久原本家の商品ラインナップのコンサル。漬け肉、漬け魚と 新たな調味料のラインナップの開発を行う。



Clear Wise・M, Inc

Clear Wise・M, Inc

コンサル経歴 4

2015	株式会社 MYK 六次化事業の構築	* 本資料は弊社が担当させていただいた企業様の事例です。 年数は契約時の年次を表しております。 複数年契約継続企業様は初年度の契約時の年度のみ記載しております。 未掲載企業様は守秘義務上、未公開のご依頼があった企業様です。 中条たまごの6時化産業のコンサル。商品開発、素材選定。 デザイン、インテリア、メニュー構成までコンサルティングを行う。
2016	有限会社 茂久兵衛食品 経営全般 コンサルテーション	長年赤字店舗の黒字化再生計画を行い実行。3年で黒字化。 2019年からは2桁成長を果たす。レイアウト変更、ゾーニング等。
2016	有限会社 FZR 経営全般 コンサルテーション	介護施設の事業再構築。3社のM&Aを実行し企業の拡大を して、2社との企業の融合を実行。(主に規則、規定集修正)
2016	株式会社 HSN 事業再編成	みやげ食品の子会社。M&A企業様の構築。新商品、ライン設計 月次、PL&BS管理、商品在庫管理、製造工程の見直し管理。
2016	株式会社 MGN 飲食店事業	ドールコーヒー子会社、今までの親会社の事業の延長から脱却 新規ビジネスの開発、構築、展開。
2016	株式会社 APJ SM事業全般	内外装の設計アドバイザー。神奈川県のスーパ、飲食店舗 物販店舗のレイアウト、設計、デザイン、状況下で出店計画まで
2017	株式会社 ICM セールスプロモーション計画	物販店舗のNET配信プロモーションの事業ローチン 今までの紙媒体からの融合とNET、POINT、QRコードでのSP
2017	株式会社 BCP HACCP事業開始	HACCPが飲食、物販の導入法案で議決され、SM、物販事業 への導入のコンサルティングをBCPと行う。
2017	株式会社 IYG 旅館業・カレーチェーン事業全般	旅館業のM&A、金融機関との調整、購入条件交渉等々 ジョイアルカレーの多店舗化と店長会議開催
2017	株式会社 SYP 経営全般	キュービーの子会社の物流会社。年商380億を5年で500億の 構想を中期計画。(実地に向けて全国営業部門へ訪問)
2017	群馬県中小企業再生支援協議会 企業支援指定アドバイザー	コロナ禍の事業再構築補助金事業の申請と予算の確保。 食品メーカー。800万円の申請が通り、実行し、売り上げを拡大。
2017	JC 株式会社 経営全般	月夜野ビードロパーク、上越クリスタルガラス2社の事業再構築 テーマパーク事業は完全に復活出来ないが硝子事業は黒字化。
2018	株式会社 SMZ 企業支援室指定アドバイザー	群馬県スーパーマーケット。中期計画を策定し、事業の再構築 を目指し、最終的にはイオンへ売却 8店舗展開
2018	株式会社 SE 経営全般	栃木県スーパーマーケット。中期計画を策定し、事業の再構築 を目指し、現在も経営再建中。12店舗展開。
2019	東京都中小企業基盤機構 企業支援指定アドバイザー	コロナ禍の事業再構築補助金事業の申請と予算の確保。 食品メーカー。800万円の申請が通り、実行し、売り上げを拡大。
2019	TK 株式会社 経営全般	だるま弁当で有名な高崎弁当。経営不振で金融機関より要請 があり、再建事業を実施。志半ばで計画が中断となる。
2019	株式会社 KC 経営全般	栃木県商工会議所よりのご相談で、当店舗の事業再建 6店舗あるお店の事業再建(計画書作り、改装、レイアウト変更)



コンサル経歴 5

2019	株式会社 PN 貿易全般	* 本資料は弊社が担当させていただいた企業様の事例です。 年数は契約時の年次を表しております。 複数年契約継続企業様は初年度の契約時の年度のみ記載しております。 未掲載企業様は守秘義務上、未公開のご依頼があった企業様です。 新社長就任における世代交代と新組織改革 中期計画企画実行
2019	株式会社 H 商品開発・経営全般	八海山販売拡大に関するSP・BRANDING 新MDの再構築(甘酒、化粧品等々)
2019	株式会社WT 企業再構築	業務用食肉販売企業の事業拡大に関するシステム構築 新規企業登録と新規企業の販売促進、納品計画、物流関連。
2020	HJ 株式会社 経営全般	神戸の物流、貿易会社。医療雑貨の開発、輸入、貿易を主に活動。マスク、医療用防護服、体温計、出入口自動体温測定器
2020	埼玉県中小企業基盤整備機構 経営アドバイザー	埼玉県の不採算企業の黒字化PJの構築。 計画⇒実行計画⇒会議⇒評価⇒採算事業への格上げ。
2020	D コンサルティング株式会社 事業再構築	新潟県の不採算企業の黒字化PJの構築。 計画⇒実行計画⇒会議⇒評価⇒採算事業への格上げ。
2020	株式会社 K 事業再構築	全国にチーズガーデンを26箇所営業。創業者から投資ファンドが受け継いで販売店を53箇所まで拡大。弊社は主に仕組作り。
2020	株式会社 V 事業再構築	サプリメント商品開発のコンサル。QPでの経験を活かして8ブランドの開発を行い、プロモーションを実行中。
2020	社団法人 J推進機構 事業再構築	スーパーオイル、介護食、ベビーフードの商品開発のコンサル マーケティングからコンセプトを造り、販売先の要望を取り込む
2021	J Wep流通株式会社 経営全般	物流会社としてスタートし、全国配送をする上で帰りで地方商品を購入し全国販売するワンツーワンビジネスを開始する。
2021	I 株式会社 経営全般	移転価格文書日英日英翻訳のドラフト作成サービスのコンサル 専門辞書を備えたAI Translation 自動翻訳ツールローンチ
2021	コロナ禍事業再構築A社 事業再構築	コロナ禍の事業再構築補助金事業の申請と予算の確保。 食品メーカー。800万円の申請が通り、実行し、売り上げを拡大。
2021	コロナ禍事業再構築B社 事業再構築	コロナ禍の事業再構築補助金事業の申請と予算の確保。 食品メーカー。480万円の申請が通り、実行し、売り上げを拡大。
2021	株式会社SKL 経営全般 乳酸菌事業開発	京都大学松井三郎名誉教授と石油化学排水処理の基礎となる、「活性汚泥分解性試験法」による乳酸菌を使った事業の構築
2022	SH 東京株式会社 マーケティング	積水ハウス不動産8営業所の月間マーケティング会議用PP作成。 作成中に中期計画や、新しいマンションの改革を提案する。
2022	株式会社C社 ハーブ農園経営	千葉県ハーブ農園経営。ハーブ畑の拡大や県、市との土地確保 手伝い、取引先拡大の為に紹介をし売上高を150%とした。
2022	P社(オーストラリア) オーストラリアNO1ヨーグルト輸入事業	ヨーグルトの輸入販売、日本への輸入の手続きや輸入関税 輸入後の導入企業の選定、倉庫の手配、問屋の選定



コンサル経歴 6

2022	SK ライブラリー株式会社 冷凍弁当事業開発	* 本資料は弊社が担当させていただいた企業様の事例です。 年数は契約時の年次を表しております。 複数年契約継続企業様は初年度の契約時の年度のみ記載しております。 未掲載企業様は守秘義務上、未公開のご依頼があった企業様です。 YKの新規事業として冷凍弁当宅配配事業の開始に向けて 市場マーケティング調査から競合調査、メニュー開発を手掛ける
2022	JH サービス株式会社 BCP構築	事業再構築の取りまとめを実地。全国に300箇所ある保育園 幼稚園の自然災害、人工災害からの再構築プロチャートの纏め。
2022	S 株式会社 商品開発全般	新たなマーケット創出のウィスキーの研究考案と、海外向けの 商品開発、研究、年に12本のコンテナの輸出事業の構築
2023	株式会社 LB 海外貿易	中国への洋服輸出。コンサル開始。NET通販事業として年高 10億を目指し開始する。
2023	E 商事株式会社 貿易事業	USA、中国、韓国へのPB菓子の輸入事業のコンサルティング。 市場調査後にターゲットを決めてPB商品を開発。
2023	株式会社 S 海外貿易	Sの取り扱い米の海外事業展開。香港、中国、アメリカ、 他の国への輸出事業のクライアント探しから輸出業務全般。
2023	大手J SC開発株式会社 天王寺ミオ販売促進計画	天王寺ミオの集客力アップ計画を策定して、優先順位を決める 現在に至る
2023	BC 株式会社 海外事業商品開発	海外展開している事業のMDを実地、国外からの輸出事業と 海外展開事業を実地。
2023	NS 株式会社 国内アッセンブリー事業	国内での商品輸入事業と商品のアッセンブリーを行い、 各営業所、支店への輸送業務を行う。
*	株式会社 FM 最終発売商品会議ADZ	FMの前社長からのご依頼で最終発売デブリー商品のアドバイ ザリー業務を月に2日間2年間行った
*	KGM 株式会社 社長直結相談	K氏様のアドバイザーを月に1度行っていた。スリーエフ、 富士シティオ、トール時代からお取引に関わりご厚意になる。
*	日本政策金融公庫 A氏	弊社のご依頼で融資案件を絡めてお世話になり、現在も年に1件 2件の企業再建のご依頼がありコンサルをさせて頂いている。
*	YZP 株式会社 I氏	20年来の友人で、YZPの関連業務や新組織等々の相談に 現在でも受けている。月に1度のアドバイザー業務。
*	SSK F 株式会社 S氏	現会長だが、社長時代よりお取引しており、現在も定期的に 会食し色々な相談を受けている