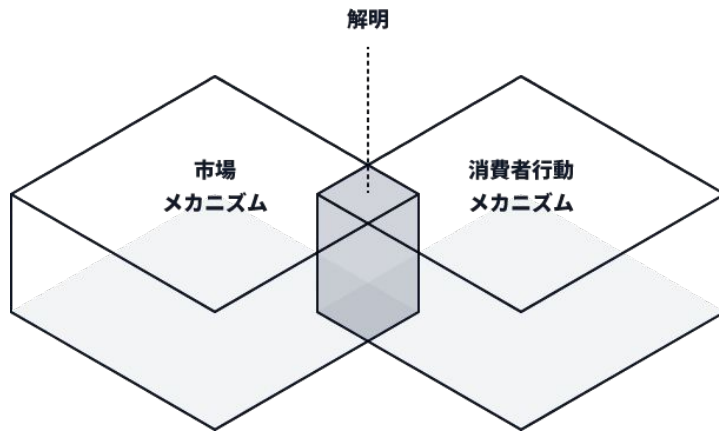

株式会社ホジョセン 会社案内



2022年10月改訂版

ホジョセンができること

ホジョセンは、サービス提供の根幹に「メカニズムの解明」をおこなっています。市場メカニズムと消費者行動メカニズムの両輪をもとに、メカニズムを変えるのか、メカニズムに則るのかの方針を定め、商品・サービスやブランドの価値創造に取り組みます。メカニズムに基づいた提供価値が定義されたのちは、具体的なマーケティング施策の立案、そしてその効果検証も含めてお手伝いさせていただきます。

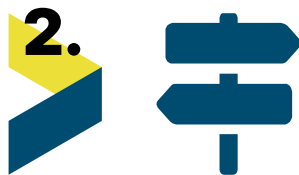


私たちは、この3つの切り口で発見と成果を追求します。



勝ち筋の発見と構築

競争環境においてコントロール可能な差別化要因（戦略変数）として何があり、それらをどう組み合わせて戦うべきかを、データをもとに検証し、実行施策へと展開します。「勝ち」の定義や自社の持つ資源・制約によって最適解は変化しますので、提供される「勝ち筋」は貴社独自のものとなります。



事業のトップリスク評価と対策

新事業への参入や新商品の展開、既存製品仕様の変更などすべての事業活動には常に売上リスクがつきまといま。想定される活動から発生しうる売上リスクを定量的に評価し、リスク発生確率に応じた対処プランを整備することで、売上リスクの最小化を図ります。



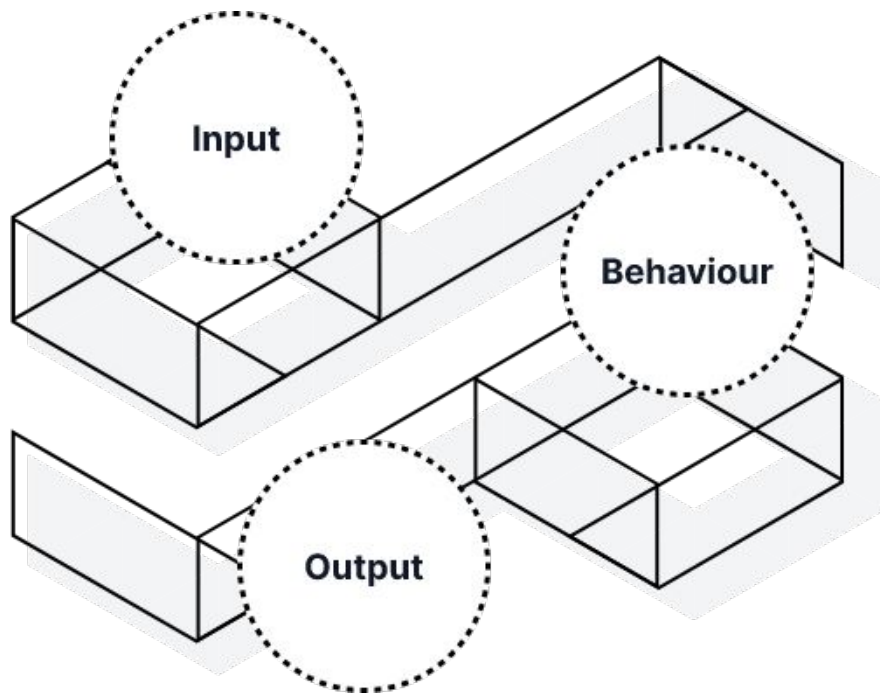
マーケティング組織の構築

マーケティングプロセスの設計や、マーケティング部門とその連携部門の果たすべき役割と責任の明確化などを通し、組織としてマーケティングに取り組む体制構築をサポートします。研修やケーススタディ、プロジェクトベースラーニングなど、多彩な学習支援も提供します。

ホジョセンの特長

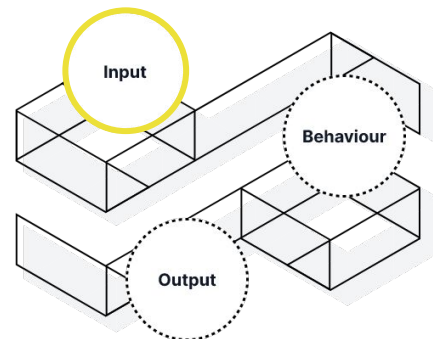
ホジョセンは、ビジネスインパクトのある問いを発見し、その問いを解くことでクライアントに貢献します。そのためには、データに誠実に向き合うフェアネスさや、結論ありきではなくゼロベースで物事を考えること、そしてリソースが許す限り考え抜くコミットメントが重要であると考えています。

これらの姿勢を守り抜くことでホジョセンの強みが形成されています。クライアントとのプロジェクトにおいては、Input・Behaviour・Outputの3つのシチュエーションでホジョセンは強みを発揮します。





Input



最先端の学説を学び続けることで、専門性を磨き続けています

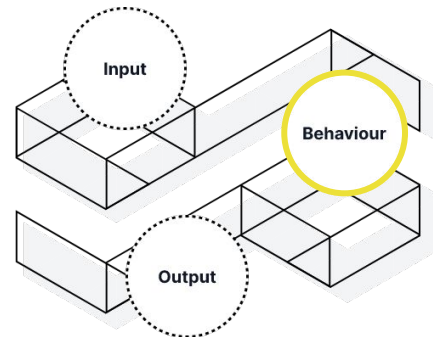
私たちは、業界知見や過去経験・ノウハウを切り出してサービスを提供する会社ではありません。分からないことを楽しみ、常に最先端の情報を学び続けることで、クライアントをリードする専門性を保っています。取り扱う領域こそマーケティング関連に限定していますが、エンドに消費者がいるビジネスモデルであればお任せください。

個別解へのこだわりから、クライアントをとりまく環境を本質的に理解します

ホジョセンは既存のパターンに当てはめたソリューションを提供するのではなく、個別解を追求します。だからこそ、クライアントが置かれている状況や消費者のニーズ、業界の競争構造についての理解を徹底しています。



Behaviour



クライアントのことを大切にしているから、反対することもあります

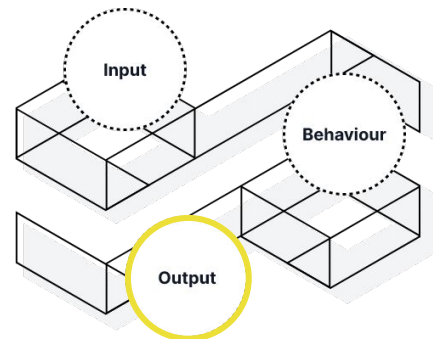
Do the right thing. これは文字通り「正しいことだけをやろう」という意味で、クライアントにとって何がthe right thingなのかを徹底的に考え抜き、もしクライアントが進もうとしている方向が正しくないと私たちが考えるのであれば、反対することに躊躇しません。ホジョセンは、クライアントのことを大切に考えています。ですから、時には反対もしますし、ご希望の手法を取り入れないこともあります。これはすべてクライアントのために良いことであると信じています。

「こうすべきだ」とスタンスを明確にします

マーケティングでは、データだけで答えが導かれることは稀です。会社やブランド、リソースの観点から様々な制約がかけられ、とるべき選択ができないこともあれば、データで明確な違いが出ないこともあります。私たちは、そういった状況において「どちらでもよい」と安易に結論を出すことをせず、リスクをとって白黒をはっきりと示します。



Output



量に逃げず、結論はシンプルかつ明確に語ります

社内ではよく「量に逃げない」という言い方をしますが、報告の質を「量」で判断し満足してしまうことは絶対にありません。難しい問題をシンプルに説明することこそプロフェッショナルに必要なスキルであると考えています。

売らねばならないソリューションを持たないからこそ、クライアントにとって最適な提案ができます

ホジョセンは手段ありきでクライアントの状況を分類し、既存の解決策に当てはめるといったアプローチは行いません。私たちの売り物は「頭脳」だけであり、広告枠や制作物、調査やデータ、システムなどのフォーマットの決まった売り物を持っていないからこそ、クライアントのためだけに正しいことを考え続けることができます。



こんなお悩み解決します

新しい市場に参入したいが、
産業構造が分からない…



自分たちのお客さんが
どういう人なのか分からない…



市場が縮小しており、
売上が伸びない…



何が悪いかわからないけど、
状況はよくない…



売上予測の精度が
上がらない…



消費者中心のマーケティングを
組織に定着させたい…



商品を出すのに拙速になりすぎ
ているので、きちんとしたい…



内外のステークホルダーを
巻き込んだビジョンを
作りたい…



若い人に受け入れてもらうために
何を訴求すべきか分からない…



市場が縮小しており、売上げが伸びない。



売上が伸びない理由を外部環境のせいにしていませんか？

売上の増減には、必ず理由が存在しています。それが景気やトレンド、競合の活動といった外的要因のみからきているケースは非常に稀です。ホジョセンは、売上の増減の理由として外的要因を積極的に評価しません。外的要因は、自社でコントロールできない変数です。売上の向上を狙うにあたっては、自社がコントロールできる範囲のみでプランニングをすることが肝要です。

ホジョセンは、市場メカニズムの構造把握から売上モデルの作成、売上予測まで十分な経験をもっていますし、必要とされる定性情報、定量データの分析のスキルを保有しています。一生懸命努力をしているものの売上が伸び悩んでいる、そんなブランドの方は、ぜひ一度、[お問い合わせ](#)ください。売上向上に関するホジョセンの取り組みについては、[弊社HP](#)をご参照ください。



事業領域

ホジョセンが得意とする業務領域のリストです。

経営計画

中期経営計画策定
事業計画策定
新規事業計画
Where to play & How to win

市場環境

市場規模算出
市場成長性
成長ドライバー
リスク評価
PEST
ブランド評価

競争環境

競合企業特定
成功要因評価
事業経済性評価
ベンチマーク分析
競争力評価
バリューチェーン分析

顧客・消費者動向

市場特定
購買メカニズム特定
需要変化要因評価
消費者トレンド研究

STP

消費者セグメンテーション
ターゲット選定
ポジショニング定義
ポジショニング変更
ブランドポートフォリオ・マネジメント

ブランド構築

ブランド現状理解
ブランド定義
ブランドマネジメント体制構築
リブランディング
ブランド拡張
ブランドイメージ評価



事業領域

ホジョセンが得意とする業務領域のリストです。

コンセプト開発

インサイト探索
キーメッセージ開発
コミュニケーションコンセプト開発

マーケティング・ミックス

ターゲット適合性検討
4P間整合性検討
投資優先度設定

効果測定

KPI設計
ビジネストラッキング
広告効果検証

リスク評価

売上予測
予測モデル作成
Devil's Advocate
コンティンジェンシープラン
シナリオ・プランニング
競合活動評価

Product

新製品ローンチ
既存製品改修
ライン拡張

Place

配荷獲得
対小売店インセンティブ設計
接客方針策定

Price

最適価格検討
値上げ実施
特売価格検討
戦略的レベニューマネジメント

Promotion

メディアミックス検討
広告予算最適化
プロモーション企画立案



事業領域

ホジョセンが得意とする業務領域のリストです。

4P変更リスク

売上リスクの算定
消費者評価の変化理解
最適シナリオの検討

組織力向上

消費者マーケティング力向上
消費者志向の浸透
プロジェクトベースラーニング
キーパーソン研修
経営層研修
若手・新人研修

インナーブランディング

クレド開発・浸透
ブランド浸透度評価
ブランドブック作成
レギュレーション策定

組織設計

マーケティングプロセス設計
Role & Responsibility (職掌) 設計
人事評価制度設計

業界

消費財
耐久消費財
無形財・サービス
官公庁・独立行政法人等
BtoB

海外進出

アジア
アメリカ
ヨーロッパ
日本進出

クライアントの声

ホジョセンの課題特定や課題へのアプローチ、提言にはクライアントからも高い評価をいただいております。



グローバルITプラットフォーム企業様

ホジョセンさんは一言で言うと「インサイトをアイデアとビジネスの種に変えてくれるエキスパート」だと思います。**リサーチや分析の専門性**をもちつつ、**事業会社としての感覚とプロセスを熟知**しており、**明らかになったインサイトをアイデアに変えて**くれます。



豊岡市役所様

前提をゼロベースで一度覆して分析や提案してもらえるのが、自分たちにはない視点でありがたかったです。物事の整理の仕方、見方、考え方、具体化抽象化の方法などが確立されていて、任せている方からみても安心感がありました。



アドビ株式会社様

調査を通してマーケティング活動を行う上での**新たな気づきを得る事ができました**。一回目の調査に関しても、**上手く結果が出なかった事実を率直に共有**していただき、かつ次の**改善策までをご提案**いただけて非常に好感が持てました。全員がプロフェッショナルで、**調査設計から結果の考察まで非常に考え抜かれたアウトプットを出していただき**、感謝しております。



リピート率
92.6%



ピップ株式会社様

弊社のもつ資源や、弊社のビジネスプロセス上の制約条件などを加味した上で、**弊社が勝ちやすい市場はここだ、といった結論が消費者データや財務情報などと合わせて論理的に導かれたことは、非常に心強**かったです。



小岩井乳業株式会社様

ビジネスだけでなく、育成の観点でも、目的の達成における優先順位やワークショップのデザインにおける配分提案を頂いたこと。加えて、**個々のメンバーの顔や特性を活かした事務局側への議題提起など、提案性をもって進めていただいたこと**。

* 2022年10月時点から過去3年内で集計。全クライアントのうち複数プロジェクトを実施もしくは契約更新のあったクライアントの割合



プロジェクトやクライアントについて



プロジェクト期間

5ヶ月前後

中には1ヶ月程度で完了するプロジェクトもありますが、ほとんどのプロジェクトはご相談時から3ヶ月以上の期間が設定されており、プロジェクトの平均期間は長いです。



ご相談内容

**約7~8割が
戦略立案**

市場の定義やブランディングなど、企業やブランドの方向性を決めるようなご相談を承ることが多いです。



発注窓口

**約7~8割が
事業部や経営企画室**

マーケティング活動全般に関するご相談をいただくことが多く、消費者行動や市場メカニズムの理解から施策の立案、効果検証まで広範な領域でお手伝いできます。

主要実績

🏠 ブランドづくり

- ・ ITサービス コーポレートブランドリニューアル
- ・ 専門小売店 コーポレートブランドリニューアル
- ・ 商社 プロダクトブランディング戦略立案
- ・ 製造小売業 コーポレートブランド戦略立案
- ・ ITサービス サービスブランドポジショニング戦略立案
- ・ 教育 コーポレートブランド戦略立案
- ・ 専門サービス 採用ブランディング戦略立案
- ・ 企画業 ブランド拡張戦略立案

🔧 商品・サービス開発

- ・ 製造業 新規事業開発
- ・ 商社 新規ブランド立ち上げ
- ・ 教育 新規サービス開発

✍️ 戦略立案

- ・ 豊岡市役所 外国人観光客受入体制整備戦略立案
- ・ 製造業 事業戦略立案
- ・ ITサービス 中期事業計画策定
- ・ ITサービス マーケット構造分析からの戦略立案
- ・ 製造業 セグメンテーションモデルの立案・作成
- ・ ITサービス ビジネスドライバー分析からの戦略立案

📊 効果測定・検証

- ・ 製造業 マーケティング施策効果検証
- ・ 製造業 新規商品売上予測
- ・ 製造業 新規サービス売上予測
- ・ ITサービス サービス利用予測
- ・ ITサービス ベイズ統計による訴求パス解析
- ・ ITサービス プロダクト浸透推移予測
- ・ ITサービス キャンペーン効果測定
- ・ 企画業 売上予測モデル構築サポート

代表者略歴



代表取締役
高橋 孝之

 京都大学卒
グラスゴー大学大学院卒

モットー

定性情報と定量情報をバランスよく
駆使し、シンプルに本質を明らかに
すること

得意なこと

複雑な市場構造やマーケットにおけ
る「ゲームのルール」を可視化する
こと

外資系コンサルティングファームのアクセンチュア官公庁本部にて、G2Cサー
ビスの設計、業務フロー改善のコンサルティングに従事。

英国グラスゴー大学大学院への留学を経て、日系シンクタンクにて新規ITサービ
スのコンサルティング、市場分析等に従事。

P&Gにて、消費者の声を経営・戦略に反映させる業務を担当。ブランドの立て
直しや、消費者行動のモデル化、売上ポテンシャルの最大化、ROIの改善などに
従事。

ハンズオンの事業再生コンサルティング会社にて、投資先の経営本部長・マー
ケティング本部長として海外投資家との折衝、マーケティング、営業、広報、
制度設計、人材育成など幅広く対応。

当社を設立。徹底した消費者理解に基づき、大手一部上場企業から地域企業、
中小ベンチャー企業、国立大学法人まで幅広くコンサルティングしている。



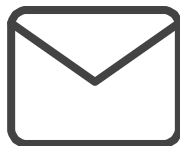
会社概要

社名	株式会社ホジョセン Hojosen Co. Ltd.
本社	〒650-0012 兵庫県神戸市中央区北長狭通4丁目4-18 富士信ビル5階 F-1 Google Mapで見る
代表者	高橋孝之
設立	平成24年（2012年）10月5日
資本金	3,000,000円
決算日	9月30日
事業内容	<ol style="list-style-type: none">1. 地域活性化事業・まちづくり事業・観光計画等に関する企画、制作、調査、研究、分析およびコンサルティング2. 経営戦略・事業戦略・マーケティング・販売促進・企業の社会的責任等に関する企画、制作、調査、研究、分析およびコンサルティング3. 地域活性化・地域文化交流、調査分析等を目的とした事業の企画、運営およびコンサルティング4. 日本文化の普及を目的とした事業の企画、運営およびコンサルティング5. 地域活性・企業経営・マーケティング・販売促進・日本文化などにおける人材育成のためのセミナー・研究会等の企画、運営、販売および執筆、書籍の出版6. 地域活性・企業経営・マーケティング・販売促進・日本文化などに関する情報発信7. 前各号に附帯する一切の業務

ご連絡お待ちしております。



<https://www.hojosen.co.jp/>



hello@hojosen.jp

受付時間 平日10:00-18:00



078-599-5082

受付時間 平日10:00-18:00