# 会　社　案　内

ACCELERATION PARTNERS

良き理解者であり、伴走者でありたい

# CORPORATE

| | |
|---|---|
| 会社名 | ：アクセラレーションパートナーズ株式会社 |
| 代表者 | ：代表取締役　松下　弘司 |
| 設立日 | ：2020年10月19日 |
| 本社 | ：愛知県名古屋市中区錦1-10-12服部ビル10F |
| 東京支社 | ：東京都港区新橋6-4-3ル・グラシエルBILDG. 7-3F-A |
| 関連会社 | ：オラクルクローラー合同会社 |

ACCELERATION
PARTNERS

# CONCEPT.

# MISSION

## Grow your company

**持続的成長が可能な会社づくりのために**

企業全体の99.7%を中小企業が占めている日本。
しかし現在、その中小企業の休業や廃業が相次ぎ、
日本経済が停滞するという悪循環に陥っています。
世界に誇る高い技術力を持つ日本の中小企業が、
激変する世界経済の中で存続し、その存在感を発揮
するため、私たちは、そのアクセルとして中小企業の
成長を加速させます。

# BRAND VISION

## Acceleration.

変化に適応するスキルを学ぶ。

可能性を見出すメソッドを身につける。

革新させるビジネスを生み出す。

企業の成長が加速する。

# IDENTITY

良き理解者であり、伴走者でありたい

# MISSION CONE

## Mission

Grow your company

ー持続的成長が可能な会社づくりのためにー

## Function

中小企業の成長を加速させる。

高い専門性と高度な技術により
企業価値を向上させ、持続的成長が
可能な会社をつくる

## Emotion

良き理解者であり、

悲哀、苦労、遣り甲斐といった
中小企業に対する共通の想い

伴走者でありたい。

社長の良き理解者として、
教えるのではなく学びの場を提供し、
気づきを与える

## Evidence

各領域で様々な経験を積んだ、知見・実績共に豊富なエキスパートチーム

ACCELERATION
PARTNERS

# BUSINESS MODEL.

# 企業の成長を加速させ、持続的成長が可能な会社づくりをサポートする

1．経営戦略支援（ブランド経営）

2．マーケティング戦略（市場調査、Webマーケティング）

3．ブランド戦略（商品・サービス／採用）

4．新規事業戦略（新商品開発戦略・新市場開拓戦略）

5．コミュニケーション戦略（MA、販売促進・プロモーション、チャネル戦略）

6．インターナルブランディング（組織活性化、PMI）

| | |
|---|---|
| • 経営基盤の安定 | ・製品・サービスの差別化による付加価値の増大 |
| • 既存事業の強化 | ・事業の多角化 |
| • 取引拡大による規模の経済の獲得 | ・資産価値の向上 |

## 経営戦略（成長期）
Organic growth

- 財務戦略
- マーケティング戦略
- ブランド戦略
- 新商品開発戦略
- 採用戦略
- 組織戦略（人材確保）

## 成長戦略（安定・拡大期）
M&A growth

- 専門化戦略
- 外部連携戦略（業務提携）
- 投資の促進（M&A）
- 世界経済との結合（グローバル化）
- 新市場開拓戦略
- 組織戦略（人材の活躍）

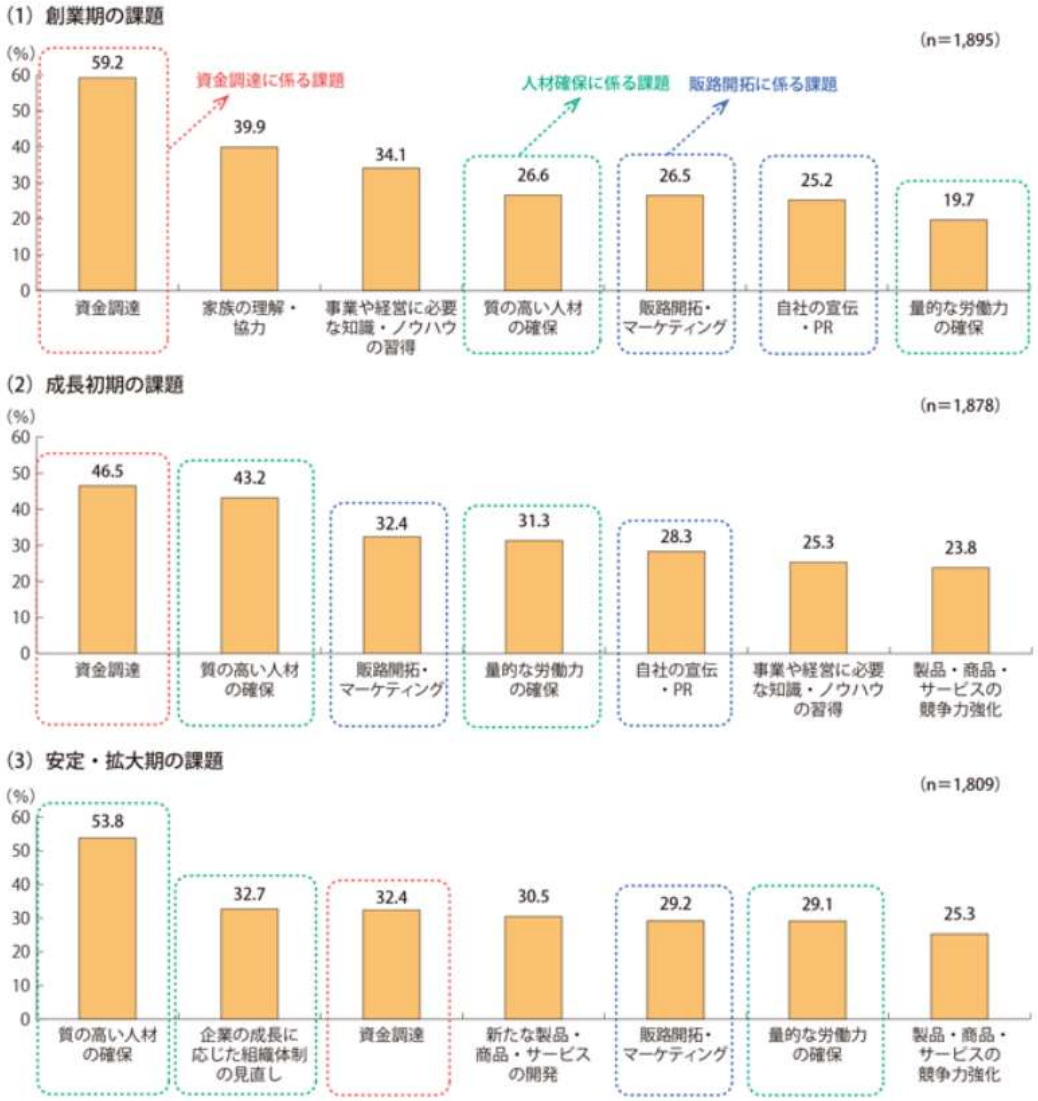
## 資産価値向上戦略（成熟期）
Value up

- 資金調達力の強化（IPO）
- 知名度・信用度の向上
- 標準化
- 内部管理体制の整備
- IR戦略
- 組織戦略（従業者の士気向上）

経営課題は組織外部から組織内部へ移行

ACCELERATION PARTNERS

# MANAGEMENT ISSUES.




## 持続成長型企業が各成長段階で直面している課題

1. 創業期・・・「資金調達」

⇒創業期は資金調達

2. 成長初期・・・「資金調達」、「質の高い人材の確保」、「量的な労働力の確保」、「販路開拓・マーケティング」、「自社の宣伝・PR」

⇒成長初期は資金調達、人材確保及び販売の確保

3. 安定・拡大期・・・「質の高い人材の確保」、「企業の成長に応じた組織体制の見直し」

⇒人材確保と組織体制の整備

＊販路開拓については、最も割合が高い課題ではないものの、成長初期を中心に、各成長段階共通の課題となっている。

段階別の経営課題について（中小企業庁）

**データから中小企業における主要経営課題を定義すると以下になる。**

| | |
|---|---|
| 1. 販路開拓・マーケティング | 各成長段階共通の課題 |
| 2. 自社の宣伝・PR | 成長初期 |
| 3. 質の高い人材の確保 | 成長初期及び安定・拡大期 |
| 4. 企業の成長に応じた組織体制の整備 | 安定・拡大期 |
| 5. 新規事業、主要事業の事業形態の転換 | 中小企業全体の課題 |

**中小企業における主要経営課題を弊社の事業ドメインに当てはめた場合は以下になる。**

| | |
|---|---|
| ＊マーケティング戦略 | 販路開拓・マーケティング |
| ＊ブランド戦略 | 自社の宣伝・PR |
| ＊採用戦略 | 質の高い人材の確保 |
| ＊組織戦略 | 企業の成長に応じた組織体制の整備 |
| ＊新規事業戦略（新商品開発／新市場開拓戦略） | 新規事業、主要事業の事業形態の転換 |

**以上から、アクセラレーションパートナーズは、中小企業の成長期を中心に企業成長を促進させる役割を持つといえる。**

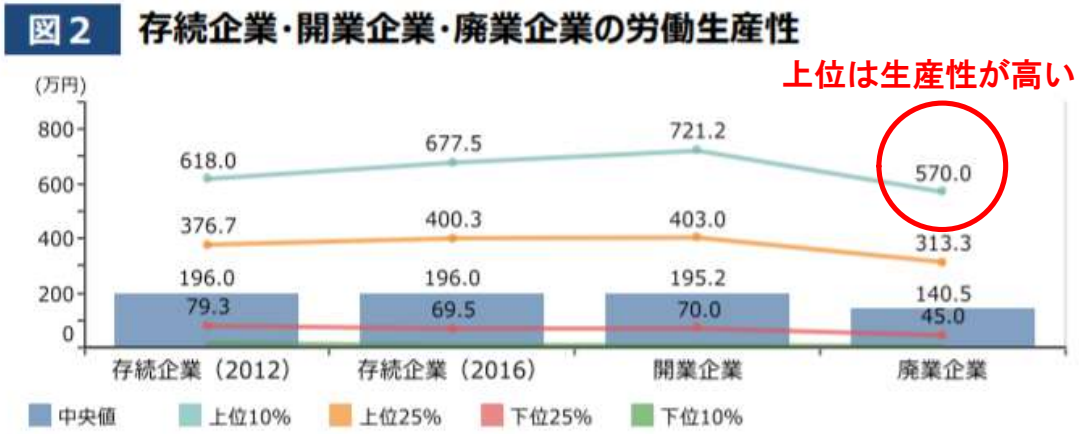
ACCELERATION PARTNERS

# ANALYSIS.

## 図1 企業規模別企業数の推移

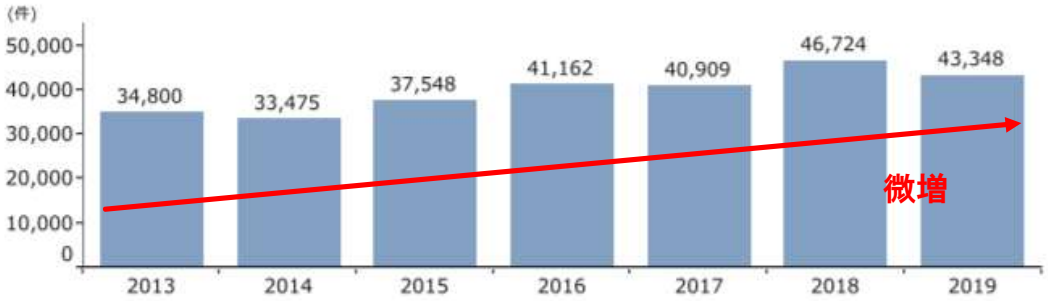
資料：総務省「平成11年、13年、16年、18年事業所・企業統計調査」、「平成21年、26年経済センサス-基礎調査」、総務省・経済産業省「平成24年、28年経済センサス-活動調査」再編加工

## 図2 存続企業・開業企業・廃業企業の労働生産性



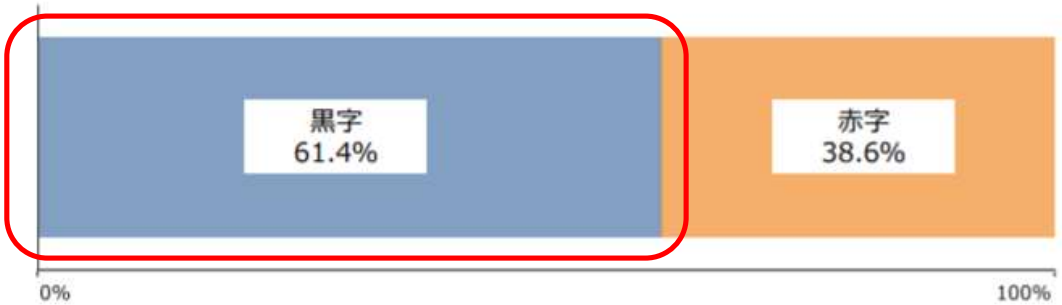

資料：総務省・経済産業省「平成24年、平成28年経済センサス-活動調査」再編加工

## 図3 休廃業・解散件数の推移




資料：(株)東京商工リサーチ「2019年「休廃業・解散企業」動向調査」

## 図4 休廃業・解散企業の損益別構成比（2019年に休廃業・解散した企業における、直前の決算期の当期純利益）




資料：(株)東京商工リサーチ「2019年「休廃業・解散企業」動向調査」

【中小企業の現状】

企業の新陳代謝が進む一方で、**生産性が高い企業の廃業も生じている。**

経営者の高齢化や後継者不足を背景に、年間４万社以上の企業が休廃業・解散しているが、　このうち、**約６割は黒字企業**。

培ってきた技術や従業員などといった**中小企業の貴重な経営資源を、次世代の意欲ある経営者に引き継いでいくことが重要**。

【新たな価値を提供】ARPS

賃上げと利益拡大の両立を図るために**付加価値を増大させる**。

**製品・サービスの差別化や新事業展開により、新たな価値を創造する。**

**製品・サービスの優位性を顧客に伝える。**

ACCELERATION PARTNERS

# RESULTS.

企業の健康診断ツール
ローカルベンチマーク

# 財　務　分　析　結　果

■基本情報

| | |
|---|---|
| 商号 | 0社 プラントエンジニアリング |

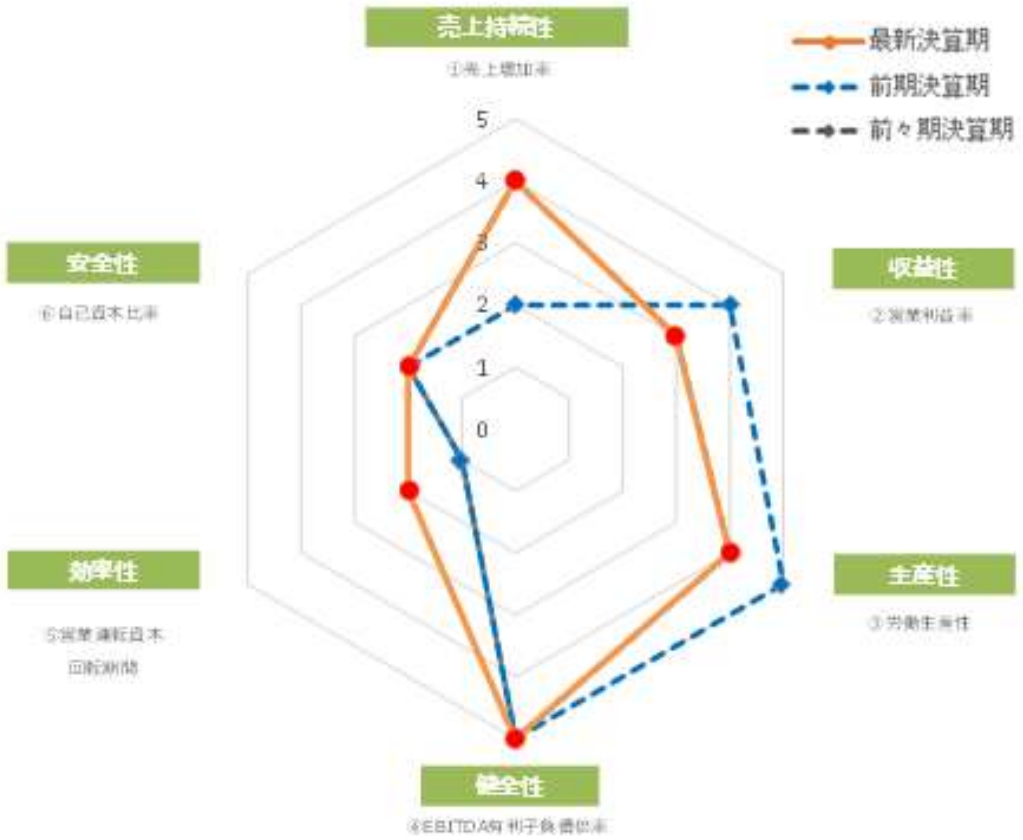
| | |
|---|---|
| 所在地 | |
| 代表者名 | |
| 業種_大分類 | |
| 業種_小分類 | |
| 事業内容 | |

| | |
|---|---|
| 売上高 | |
| 営業利益 | |
| 従業員数 | |

■財務指標(最新期)

| 指標 | 2022年7月 | | |
|---|---|---|---|
| | 算出結果 | 貴社点数 | 業種基準値 |
| ①売上増加率 | 9.8% | 4 | 4.2% |
| ②営業利益率 | 2.5% | 3 | 2.5% |
| ③労働生産性 | 2,183(千円) | 4 | 487(千円) |
| ④EBITDA有利子負債倍率 | -1.2(倍) | 5 | 5.2(倍) |
| ⑤営業運転資本回転期間 | 2.5(ヶ月) | 2 | 1.1(ヶ月) |
| ⑥自己資本比率 | 15.4% | 2 | 30.2% |

| | | |
|---|---|---|
| 総合評価点 | 20 | B |



企業の健康診断ツール
ローカルベンチマーク

# 財　務　分　析　結　果

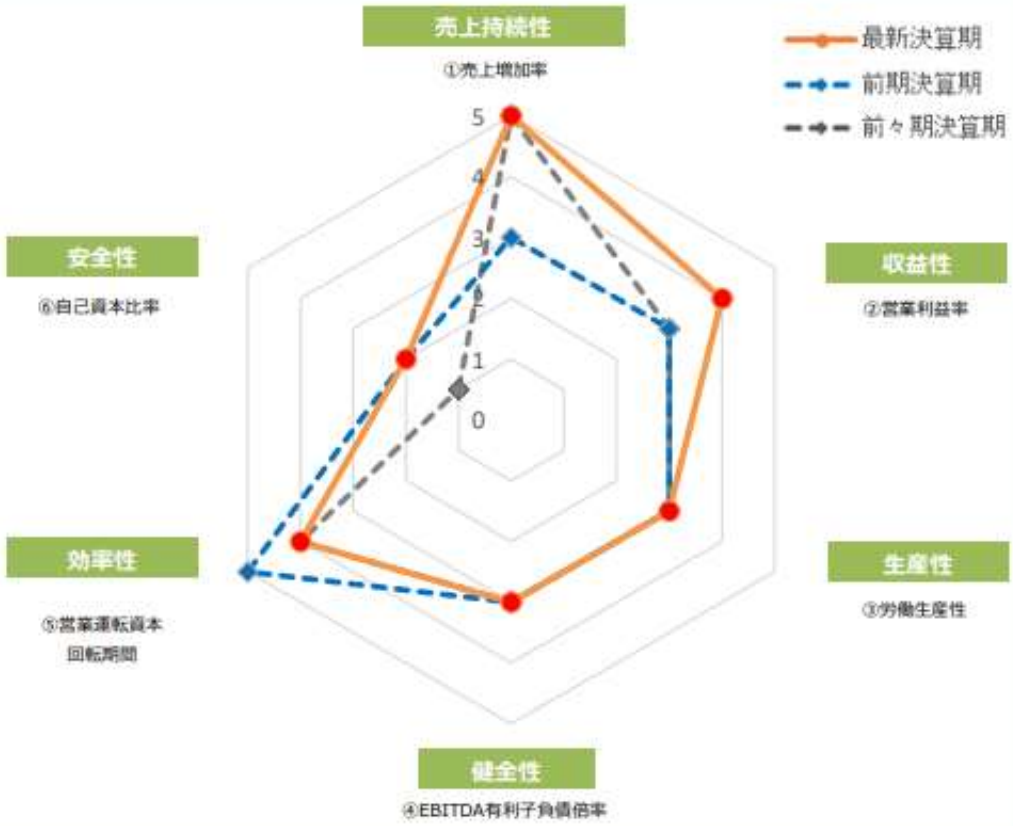
■基本情報

| | |
|---|---|
| 商号 | M社 電気設備 |

| | |
|---|---|
| 所在地 | |
| 代表者名 | |
| 業種_大分類 | |
| 業種_小分類 | |
| 事業規模 | |
| 売上高 | |
| 営業利益 | |
| 従業員数 | |

■財務指標(最新期)

| 指標 | 2021年11月 | | |
|---|---|---|---|
| | 算出結果 | 貴社点数 | 業種基準値 |
| ①売上増加率 | 33.1% | 5 | 5.9% |
| ②営業利益率 | 3.8% | 4 | 1.7% |
| ③労働生産性 | 877(千円) | 3 | 604(千円) |
| ④EBITDA有利子負債倍率 | 3.6(倍) | 3 | 6.2(倍) |
| ⑤営業運転資本回転期間 | 0.2(ヶ月) | 4 | 0.7(ヶ月) |
| ⑥自己資本比率 | -7.1% | 2 | 24.0% |
| 総合評価点 | | 21 | B |



企業の健康診断ツール
ローカルベンチマーク

# 財　務　分　析　結　果

■基本情報

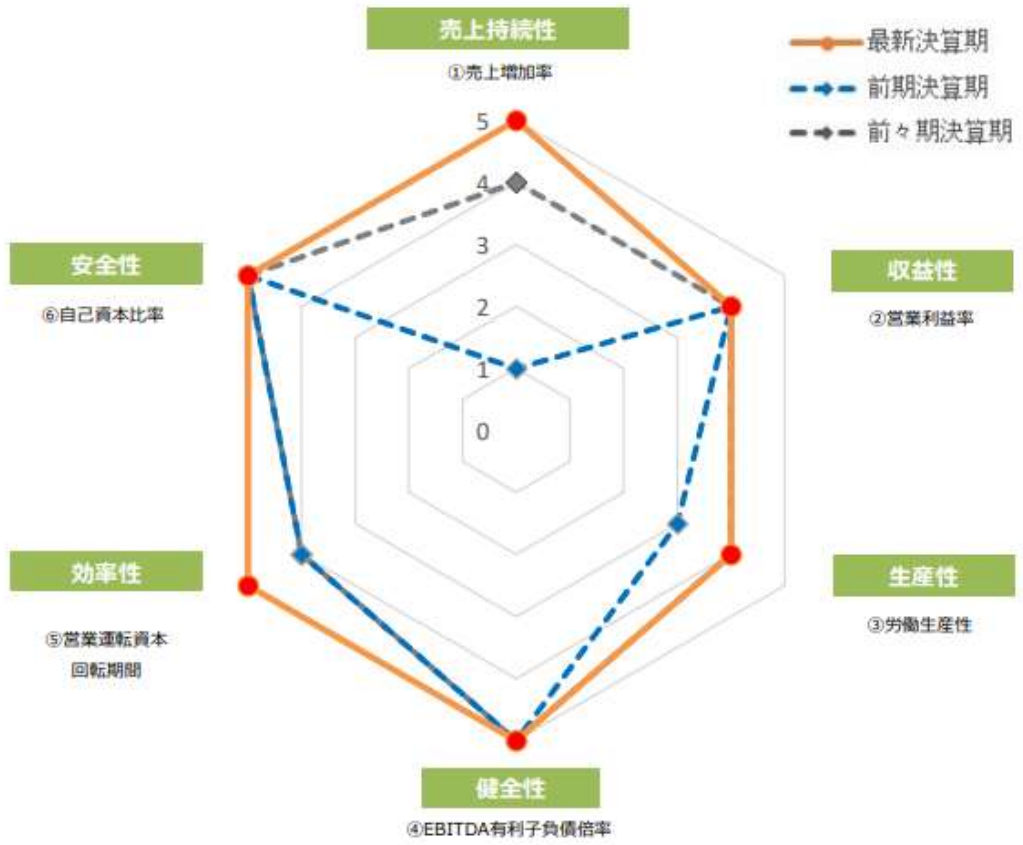
| 商号 | F社 部品商社 |
|---|---|

| | |
|---|---|
| 所在地 | |
| 代表者名 | |
| 業種_大分類 | |
| 業種_小分類 | |
| 事業規模 | |

| | |
|---|---|
| 売上高 | |
| 営業利益 | |
| 従業員数 | |

■財務指標(最新期)

| 指標 | 2021年2月 | | |
|---|---|---|---|
| | 算出結果 | 貴社点数 | 業種基準値 |
| ①売上増加率 | 17.7% | 5 | 1.5% |
| ②営業利益率 | 3.7% | 4 | 1.3% |
| ③労働生産性 | 1,983(千円) | 4 | 902(千円) |
| ④EBITDA有利子負債倍率 | -3.6(倍) | 5 | 8.0(倍) |
| ⑤営業運転資本回転期間 | -0.5(ヶ月) | 5 | 0.9(ヶ月) |
| ⑥自己資本比率 | 68.3% | 5 | 26.7% |
| 総合評価点 | | 28 | A |



ACCELERATION
PARTNERS

# EXPERT TEAM.

**経営戦略／マスターコンサルタント／ターンアラウンド・マネージャー／ブランド・マネージャー**

**松下　弘司**

外資系戦略コンサルティングファームでプロジェクト・リーダーとして幅広い分野のプロジェクトを経験。
現在は、ブランディングを切り口に、クライアントの独自の戦略的なインサイトを生み出し、付加価値を提供するための革新的なアイデアを見出すという取り組みを、クライアントと二人三脚で行っている。

**成長戦略／M&Aマネージャー／ファンド・マネージャー**

**大倉　章敬**

大和証券系ベンチャーキャピタルの投資グループにて、未上場企業（投資見込み先）の開拓と投資実行業務及び、VCファンド販売業務に従事。その後、ベンチャー企業と東証１部大手企業との合弁会社のCEOとして就任し、事業拡大に貢献。現在は、不動産事業を通じて、幅広い業種や人材のネットワーク構築を進めている。

**資産価値向上戦略／ファイナンシャルストラテジー・マネージャー／インディペンデント・コントラクター**

**垰本　泰隆**

大和証券系ベンチャーキャピタルを経て、ベンチャー企業2社のCFOとして2社連続で株式上場（IPO）を実現。
現在は、株式上場（IPO）実現のための支援を中心に、M&Aや企業再生などの手段を通じて幅広くクライアントの資本戦略や財務戦略のサポートをハンズオンで行っている。

**成長戦略・資産価値向上戦略／弁護士／公認会計士／企業危機管理士**

**取締役　尾高　雅美**

トヨタ自動車にて自動車内装部品の調達・原価企画・生産管理等を担当した後、監査法人トーマツにて、会計監査・ＩＰＯ準備・内部統制構築等に従事。その後、弁護士・公認会計士として、Ｍ＆Ａ、国際取引、海外進出プロジェクト、ファンド関連取引、全社的リスクマネジメント等の先端的・戦略的企業法務等に幅広く従事している。

**成長戦略・資本政策戦略／ファンド・マネージャー／ファイナンシャルストラテジー・マネージャー**

**取締役　洲崎　智広**

ベンチャーキャピタルにて、ベンチャー投資の実行、ＩＰＯを実現する。その後独立し、ベンチャー企業のサポートを行なう一方で、上場企業の社外取締役、監査役を歴任。主にＢ２Ｃの通販事業などの事業戦略の構築、Ｍ＆Ａの実行を行なう。現在は、東証1部上場企業の社外取締役を兼任しつつ、複数のベンチャー企業の社外役員を務める。

**組織戦略／産業能率大学教授／経済学士／政治学士**

**横井　真人**

リクルートにて海外勤務と新規事業開発を担当し、アクセンチュアにて経営戦略構築、業務改善、組織変革、人事制度設計などのプロジェクトをマネージ。その後、複数のベンチャー企業の取締役として経営に参画する。現在は、産能大の教授として、感情という側面から個人と組織の研究を行っている。

**組織戦略／日本心理学会員／日本テスト学会員／産業組織心理学会員／日本コミュニケーション学会員**

**佐々木　研一**

人事系コンサルティング会社で、心理的アセスメントの研究・開発を通じて、大手からベンチャーまでの採用・育成の支援を行う。現在は、アセスメント開発やパートナー企業と共同で適正検査の開発やアセスメントを用いたコンサルティングを行う傍ら、研究活動（大学との共同研究及び学会活動）に従事している。

**ブランド戦略／ブランド・ディレクター／ビジネスデザイナー**

**林　寛樹**

国内・海外IT／SIベンダー出身。 現在は、経営とデザインの掛け合わせ、特に「右脳と左脳の融合」の必要性を提唱し、多くの経営者にデザイン経営、ブランディングの推進を強く提案。独自のブランディング理論とともに多くのブランディングやデジタルマーケティングを成功に導く。

**ブランド戦略／クリエイティブ・ディレクター／コピーライター／CMプランナー**

**森　健**

総合広告代理店で、コピーライター・クリエイティブディレクターとして活躍。現在は、クリエイティブオフィスを立ち上げ、愛知広告協会賞、ACC賞、CCN賞など数々の各賞を受賞し、以後はノミネートを辞退。
ポリシーは、どんな仕事も自分で企画を考え、多くの人に共感される、ユニークでクリエイティブな仕事をする。

**コミュニケーション戦略／映像クリエイター／ブランド・ディレクター**

**八幡 清信**

経営者の「おもい」に寄り添うブランドデザインを目指す。社会貢献活動「南三陸ねぎ応援プロジェクト」を創設。その活動は新聞、ラジオ、テレビでも紹介され注目を集めている。ブランディング事例コンテスト2018大賞。ロンドンで開催されたPENTAWARD 2019入賞。動画で応募！ 地方創生大賞優秀賞。

**コミュニケーション戦略／クリエイティブ・ディレクター／ウェブ・ディレクター**

**中村　清隆**

フィレンツェへ美容師として渡伊。帰国後は、デザイン／Web会社を創立し、500社以上のWebサイトを構築。
全国十数エリアのポータルサイトシステム構築を手掛けその実績により、複数広告代理店会社の社外取締役を歴任。
現在は、ブランド戦略中心に企業コンセプト・ビジョン作りから企業繁栄のサポートを行っている。

**採用戦略／採用コンサルタント／コピーライター**

**名引 佑季**

求人広告会社にコピーライターとして入社し、1000件以上の求人広告制作を手掛ける。その後、ブランディングエージェンシーに転職し、数々の企業のブランディングや採用プロモーションを手掛けた後、株式会社テングッドを設立。
【受賞歴】日本BtoB広告賞（経済産業大臣賞）、FCC賞、CCN賞、宣伝会議賞、販促会議賞、ピンクリボンデザイン大賞

**ブランド戦略／フォトグラファー／グラフィック・ディレクター**

**石塚　実貴**

出版社や広告代理店、写真スタジオに勤務後、フリーランスフォトグラファーとして独立。
現在は、中部地方を中心とし、企業の商品広告やパンフレットなど多数撮影。企業や医療施設など年間150社以上の撮影を行う。また、写真を中心に動画制作やパンフレット等のディレクターとしての活動も行う。

**ブランド戦略／グラフィックデザイナー／造形作家**

**大西　美恵子**

百貨店宣伝部勤務・デザイン事務所勤務を経て、グラフィックデザイン事務所『ベーシック』を設立。その後、自社でのデザイン活動に加え、愛知県立芸術大学白木デザイン室にてデザイン実務及びグラフィックコミュニケーション研究を兼任。作家活動も並行し、作品制作を通じてデザインとモノづくりの関係性を考察している。

ACCELERATION
PARTNERS

# CLIENT.

## 2019 -

高島屋、辻本組、西尾商事、ニッセイ、アイシーソフト、鈴茂器工、アルファ、下徳、共同、原真堂、菰野東部交通、山忠運輸、小澤製作所、大興不動産、大隅鉄工、長田産業、津ドライビングスクール、平中サービス、ジンテック、チョイスホテルズジャパン、コンフォートホテルズ、ジゼル、丸七住宅、エムエムシー、NEXCO中日本、宮本工業所、マルハン、F.R.K、共栄、INBプランニングス、カフカ、F-ZERO、NTTレゾナント、ダスキン、中部マーケティング協会、東濃信用金庫、百五銀行　他（同不順、敬称略）