

「新規事業開発・ブランディング戦略なら『Leverage-Labo』 コンサルティングアプローチBook

実践できる方法・プロセスを。
多様な「経験」と「実績」が最大の武器

資金調達
助成金・補助金

コンサルティング
戦略プロセス設計

コンテンツ制作
PRツール制作



アパレル・小売・卸・流通業界等の戦略コンサルティングカンパニー
「戦略」×「クリエイティブ」×「デジタルサービス」

INDEX <目次>

- 1.会社概要・事業内容
- 2.事業の特徴・選ばれる理由
- 3.クライアント様の状況に合わせたご提案
- 4.助成金・補助金活用支援（資金調達支援）
- 5.成果が出ない原因は時流にあった正しいやり方を実践していないだけ
- 6.厳選したパートナーとの協業体制(個人・企業30社以上)
- 7.プロジェクトフロー
- 8.戦略立案の重点ポイント
- 9.ブランディングによる価値の創り込み
- 10.アプローチ方法と期待効果
- 11.各種コンテンツ制作実績（一部掲載）①
- 12.各種コンテンツ制作実績（一部掲載）②
- 13.Media事業とのシナジー効果 <<http://leverage-share.com>>
- 14.過去実績資料格納庫（一部掲載） <<http://leveragelabo.tokyo>>
- 15.あらゆる課題を想定したパッケージメニュー（例）
- 16.各種実績

■ CONSULTING
PLANNING
コンサルティング事業

3つの事業で
シナジーの最大化

■ MEDIA
メディア事業
『Leverage-Share』

■ DESIGN
各種販促物
PRツール制作

■ 商号

株式会社レバレッジラボ-研究所
-Leverage-Labo-

■ 設立

2014年4月

■ 代表取締役

山口 貴光

■ 取引銀行

三菱東京UFJ銀行 銀座通支店

■ 所在地

〒104-0061
東京都中央区銀座7丁目13番6号
サガミビル2階

■ TEL

03-6384-7380

■ E-MAIL

info@leveragelabo.tokyo

■ 公式HP

<http://leveragelabo.com>

NO.1を目指しています

国内や世界でNO.1のコンサルティング会社でも、クライアントの中で、NO.1かどうかは、また別の話。我々は常に、クライアントの利益に貢献できるように考え行動し「クライアントにとってNO.1」であり続ける姿勢を持ち続けたいと考えています。

事業内容

■ CONSULTING・PLANNING

- ・新規事業開発プロデュース
- ・ブランディング・戦略的マーケティング
- ・MD支援、インスタマーチャンドライジング

「戦略立案を手助けする」資料作成サービス

- ・助成金・補助金採択実績多数あり、
事業計画・セミナー資料等の作成・

<http://leveragelabo.net>

■ WEBプロデュース

- ・WEBマーケティング戦略、ディレクション
- ・Webサービス・デジタルソリューション推進
- ・各種コンテンツ・販促ツールの制作

■ MEDIA

- 「最新Webサービス」と「人財」の情報発信基地
- 『Leverage-Share』の運営
- 「知る」「学ぶ」「創る」ビジネス創発メディア
- ・異業種コラボレーション開発及びセミナーの企画運営

<http://leverage-share.com>

事業の特徴・選ばれる理由

5つの強み

1. 多様な経験と実績

新規事業開発、ブランディング

2. ハイブリッドポジショニング

業界内外のネットワークとノウハウの蓄積

3. 戦略プロセス特化型

最適な「手順」効率的な「仕組み」価値を生み出す「仕組み」

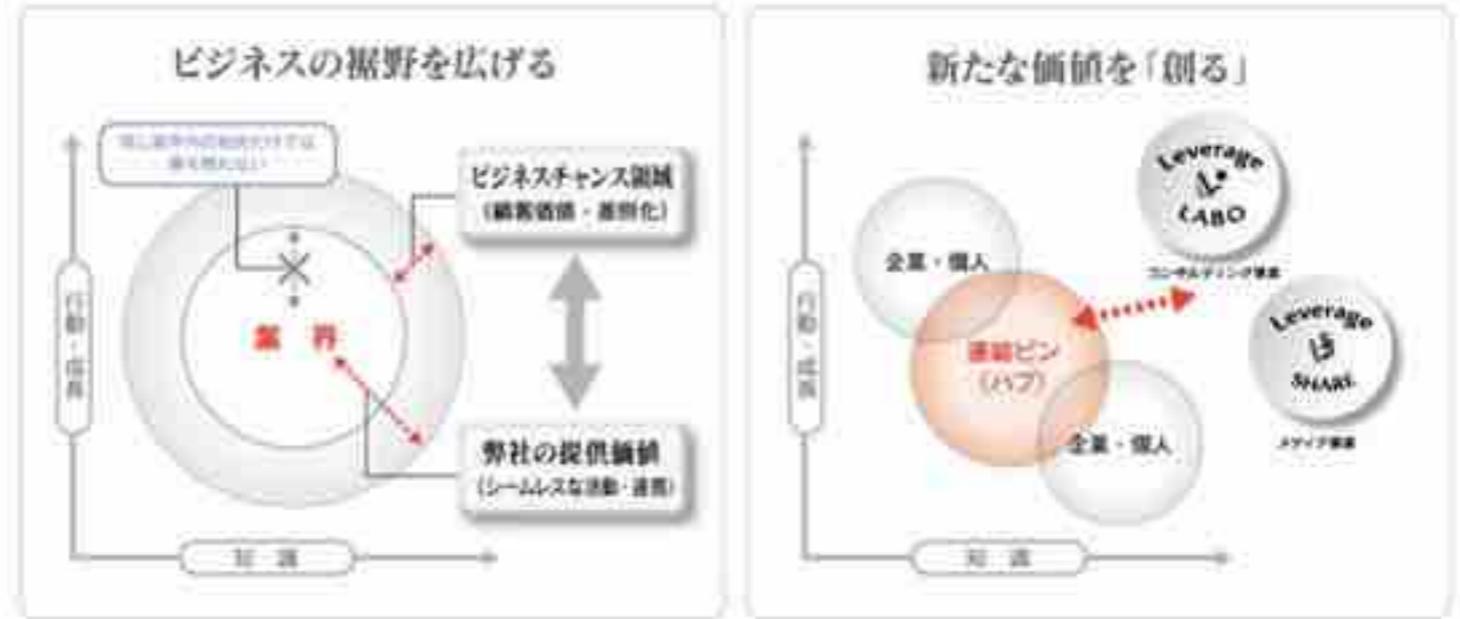
4. 独自メソッド (パッケージ)

あらゆる課題を想定したSTEP方式のカスタマイズメニュー

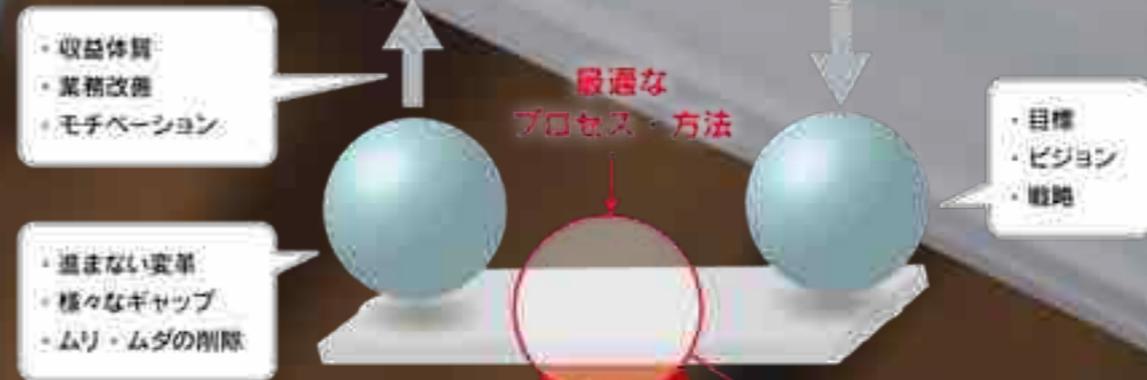
5. プラットフォーム型コンサルティング

優秀な個人・企業パートナーとの協業

業界の常識からはみ出した先に、ビジネスチャンスは存在する



レバレッジメソッドの考え方



レバレッジラボのポジション・役割

レバレッジ (テコの原理)

支点の位置さえ間違えなければ大きく跳ね上がる
①「手順」②「仕組み」③「仕掛け」の場所を見極める



クライアント様の状況に合わせたご提案

中小企業や個人事業主の悩みに応える

中小企業や個人が抱える本質的な課題は、「資金」「時間」「情報」この3つの資源の乏しさにあります。

レバレッジラボは、クライアント様の「夢や想い」を実現するため、活用可能な「助成金・補助金」の提案で資金面からバックアップする体制を築いています。

「実践」できる「方法・プロセス」を

弊社はコンサルティングという「目に見えにくいサービス」を提供する上で最も大事なポイントは「見える化」と「実働支援」であると考えています。

最小の労力（資金）で最大の効果（売上）を達成できる「方法・プロセス」にコミット



STEP1

助成金・補助金活用支援

原則返済不要（補助金・助成金）獲得支援

補助金・助成金は国や自治体が提供する、「原則、返済不要」の資金です。御社に最適な資金計画を提案します。

STEP2

コンサルティング

新規事業開発・ブランディングに「強み」

- ・ビジネス開発・コラボレーションプロデュース
- ・商品政策 (MD)・インスタMD
- ・WEBマーケティング、ディレクション
- ・研修・セミナーの開催・運営

STEP3

制作ツール

「低価格」「高品質」を実現

厳選したパートナーと連携し、ワンストップでブランディングに基づいた、販促ツール・PRツールなどコンテンツ制作を行います。

助成金・補助金活用支援（資金調達支援）

あなたの会社や個人の方も補助金・助成金がもらえる！
事業計画があれば銀行・公的融資にも優位！

<http://leverage-labo.net>



コンサルジュサービで提供できる6つの価値

1. 御社に当てはまる補助金・助成金をご提案
2. 募集から採択までの一連の流れを説明
3. 成功パターン、失敗パターンを実際の事業計画を見ながら解説
4. ヒアリングを通して方向性を提案
5. 事業計画・企画案作成サービス(オプション)
6. その他、課題に応じコンサルティング診断

期待効果(得られる3つの成長資源)



ワンストップ支援

STEP1

ヒアリング

カタチにならない
課題・想い
多様な視点で情報収集
専用ヒアリングシート

STEP2

コンサルアプローチ

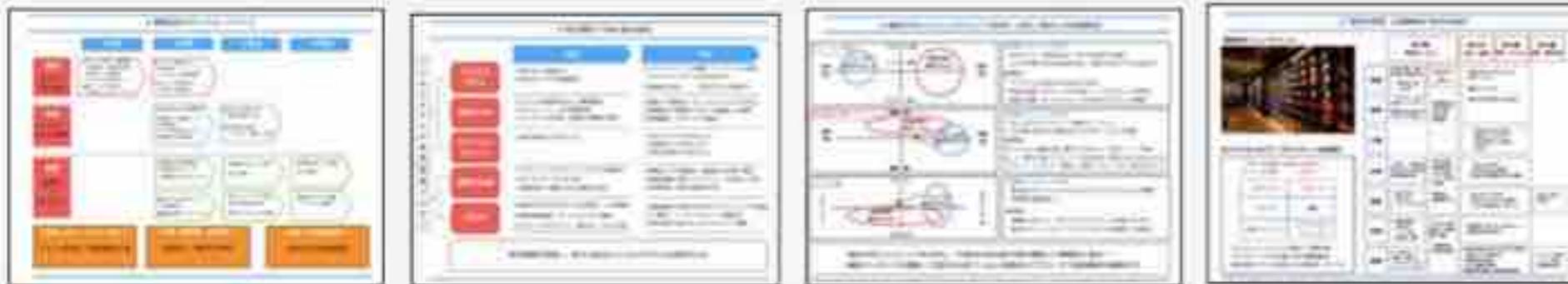
ブラッシュアップ
解決策
アイデア
付加価値をつける

STEP3

資料作成

効果を最大限表現
伝わる・通る・売れる
を追求

資料一部掲載 (コンサルティング+資料作成がセット)



成果が出ない原因は時流にあった正しいやり方を実践していないだけ

ビジネスを加速させる4つのポイント

共通して見られる企業の課題

弊社のアプローチ

そもそもの目標・目的設定が曖昧だから時間・労力がかかる

ビジネスイシュー
(本質)

最適なアプローチ方法を仕組化
少ない資金・労力で成果追求

顧客価値の認識不足
(表面的でリアリティに欠ける)

顧客価値

顧客経験価値を深掘り・理解
(リアリティな行動+心理)

課題の羅列、散財

課題の整理

課題エリアの構造化

単発且つ横運動のない施策
(もぐら叩き)

打ち手

網羅性・一貫性の施策

理屈が分かれば、「見えない価値」「最適な打ち手」が見えてくる

多くのコンサルティング会社は、現状課題の解決が大きなミッション。レバレッジラボは、**成長を後押しする「未来志向」**の考え方です。

- ・「もっと効果的なやり方があるんじゃないか？」
- ・「頭では分かっているんだがどうしたらいいんだ？」

常識に囚われず、これらの疑問にフォーカスした「ノウハウ」をパッケージで支援します。

物事を曖昧にではなく、

「つなぐ」「まとめる」「組み合わせる」
「クリエイティブな発想」で成功の**「カタチ」**をデザインするのがレバレッジラボ流のアプローチ。

多様な可能性を引き出しつつ最適な方法性に絞り込む

■ マインドフローで「消費者価値」を見極める

なぜお客様があなたの商品を買わないのか？見えない価値を見える化して、お客様の購買心理・行動を把握。タッチポイントに最適なアクションを「仕掛ける」

- ・「強み」「コンセプト」を尖らせて「アイデア」を「カタチ」に限られたリソースを最も適した「カタチ」に変換し、売上・収益の拡大を実現させる。



厳選したパートナーとの協業体制(個人・企業30社以上)

戦略立案から実践・定着までワンストップ支援

自社単独での競争優位・差別化の確立が困難な時代
課題・状況に応じて柔軟なネットワーク連携

3つの
期待効果

- ①シナジー(相乗効果)
- ②話題性(ブランド価値)
- ③業務効率・経費削減

クライアント様



価値創造
(差別化要因)

現状

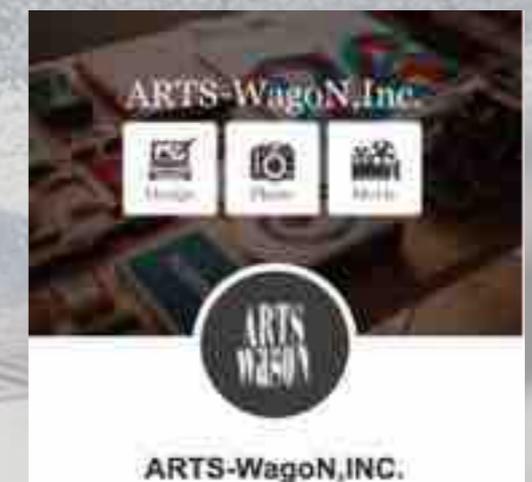
理想

厳選した
弊社パートナー企業・個人

- WEBデザイナー
- 映像制作・カメラマン
- イベント企画・開発
- 各種リサーチ
- NPO 団体
- モデル事務所
- 土業ネットワーク
- 営業代行
- 事務・秘書代行 など



森田悠介

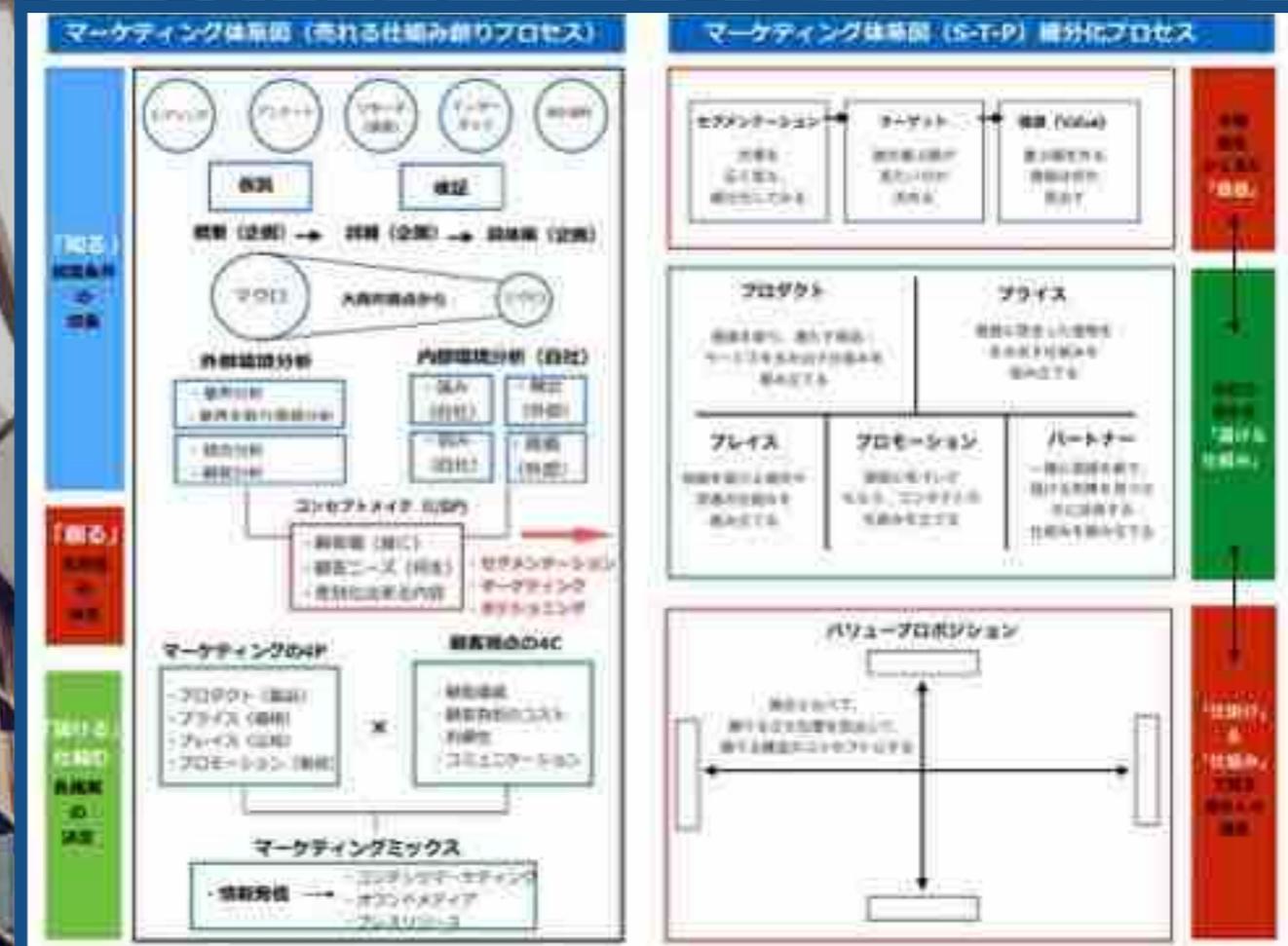


プロジェクトフロー

ブランディングプロジェクトフロー



マーケティングプロジェクトフロー



■ 戦略

- ・あるべき姿 (目標)
- ・全体最適 (打ち手のモレ)
- ・何をやるかやらないか

■ マーケティング

- ・顧客を知る
- ・価値を創る
- ・価値を届ける

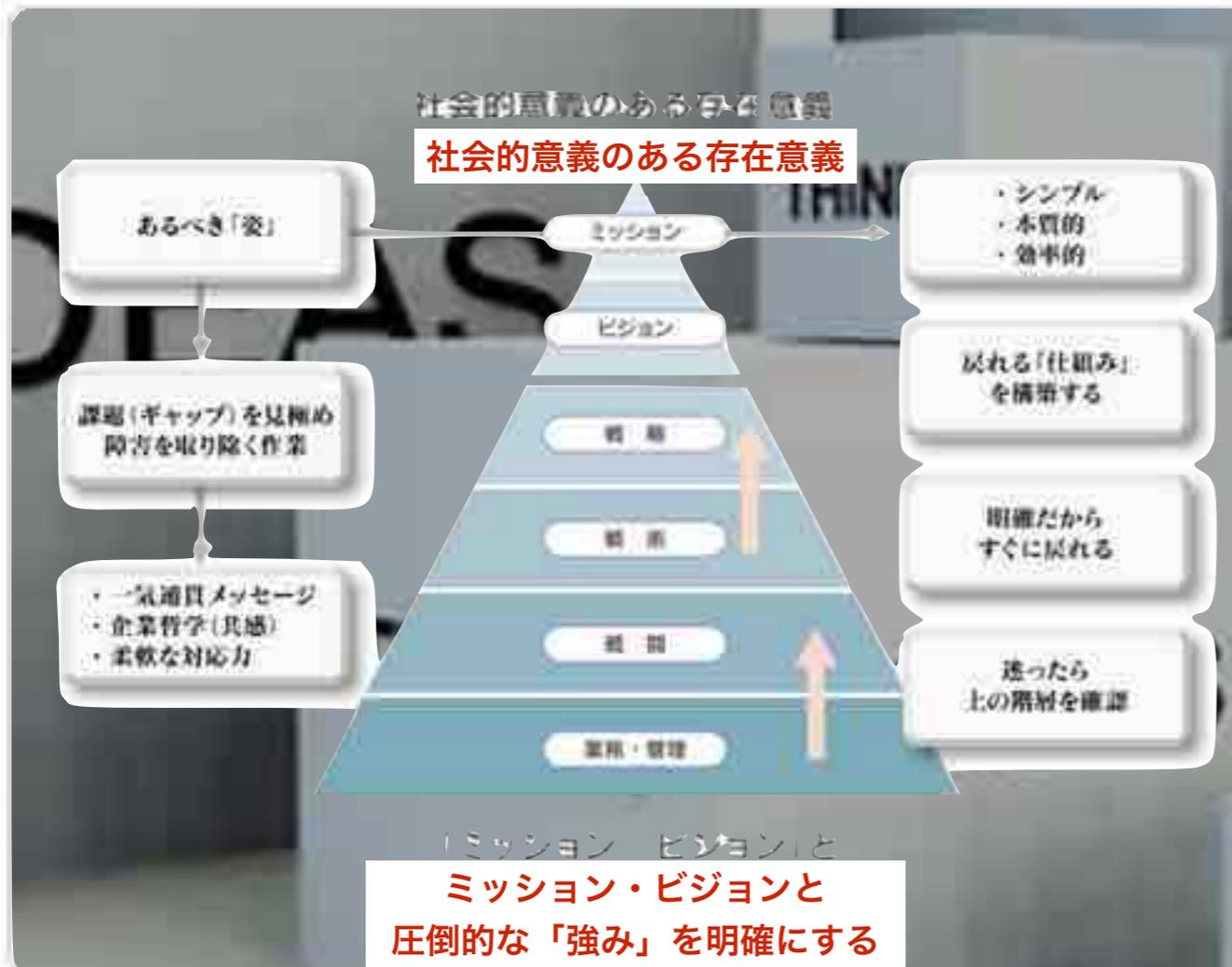
■ 人・組織

- ・固定概念、先入観の解消
- ・共通認識・ビジョンの整合性
- ・「成長環境」の構築

戦略立案の重点ポイント

ミッション・ビジョンを現場の行動指針まで一貫通貫

バリュープロポジションを実現する



■なぜ「ミッション・ビジョン」は必要か？

ミッション・理念 = 考え方(事業活動において最優先される考え方のベース)

ビジョン = 夢(将来のあるべき姿)

理念が浸透している会社は、世の中から信頼、安心、期待を得られる。

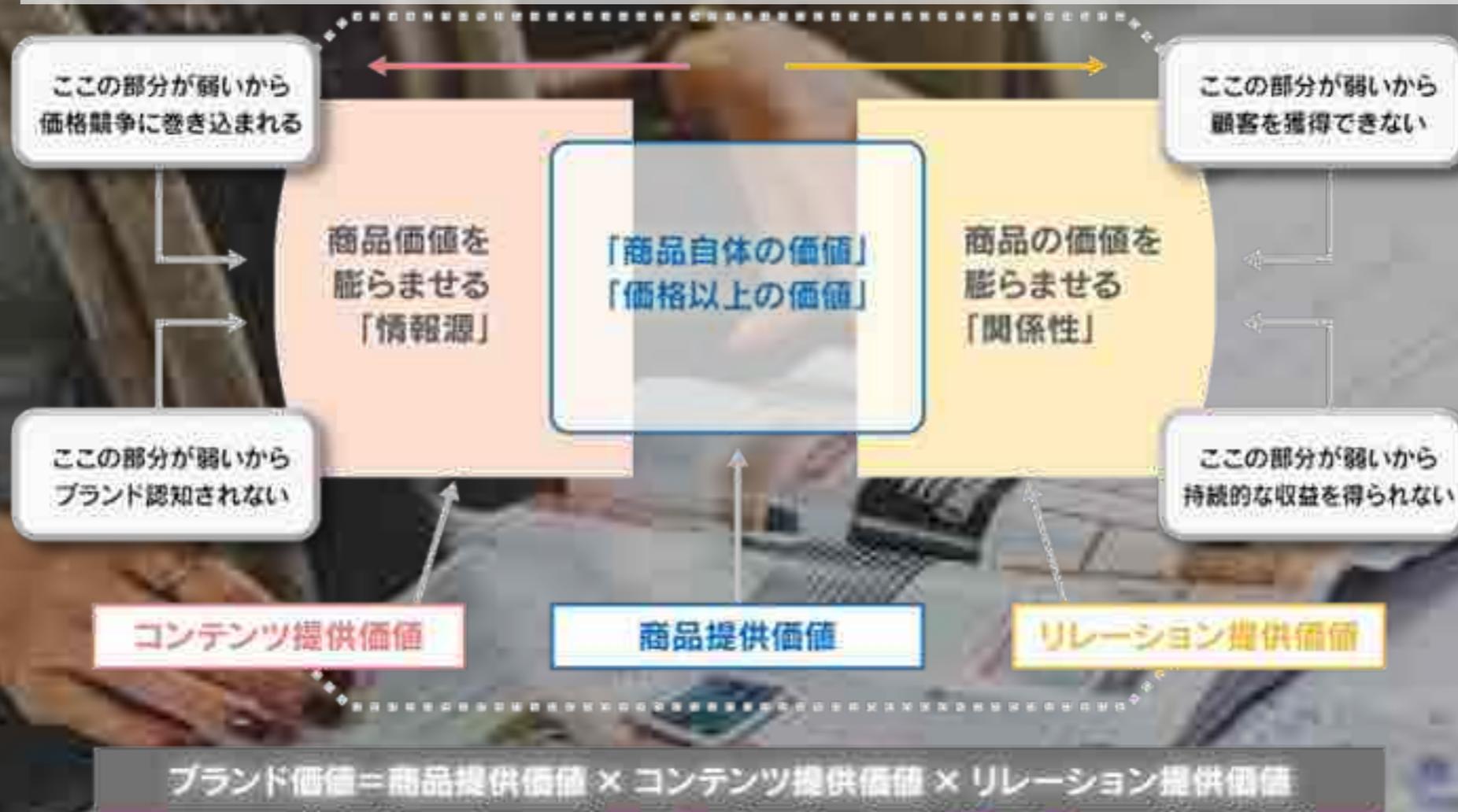
目指すべき明確なビジョンがあるからこそ、同じ志を持つ仲間が集まる。

■バリュープロポジション→顧客に提供する「価値」の組み合わせ

- ・お客様は誰なのか？
- ・お客様のニーズは何なのか？
- ・競合はどこなのか？
- ・競合の価値(価格・サービス・サポート・機能・etc)は何か？
- ・自社の製品・サービスの価値は何なのか？

ブランディングによる価値の創り込み

ブランディングでストレッチされた状態を創りこむ



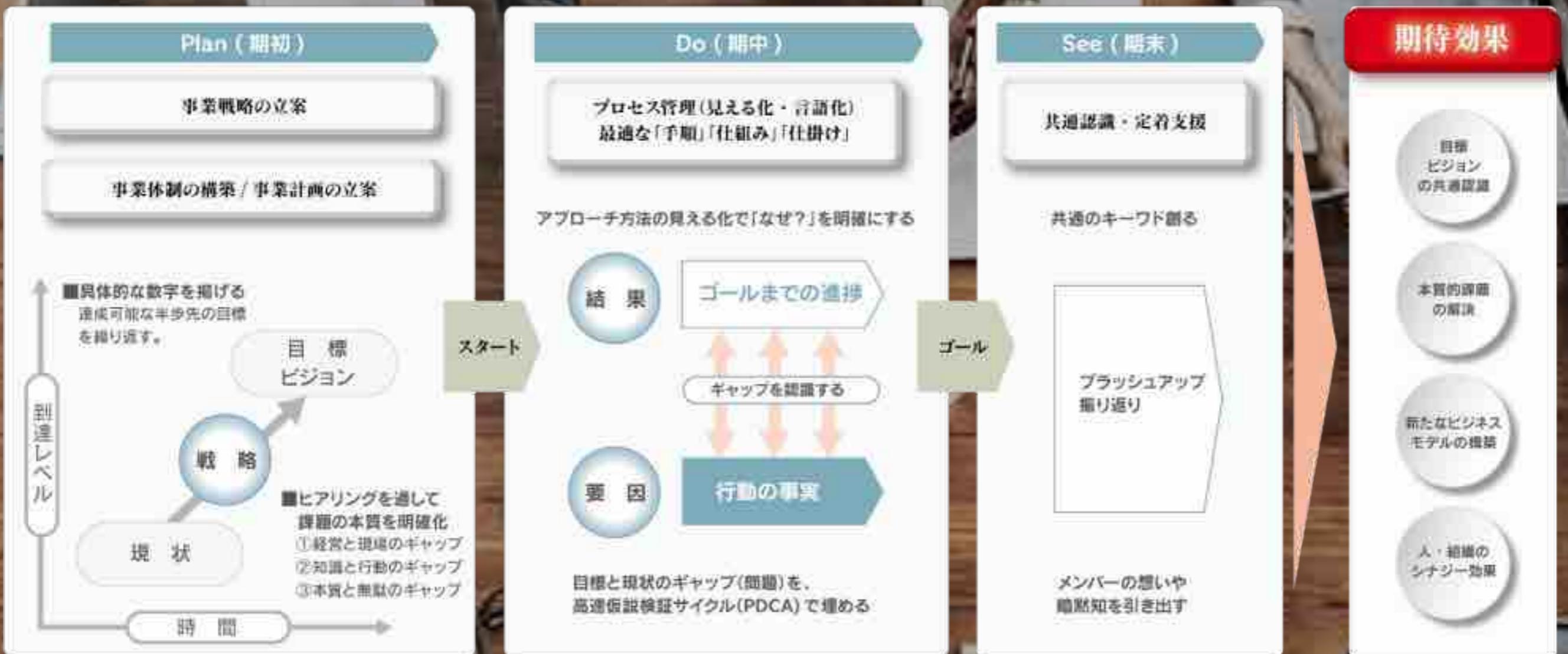
■ブランディングとは？

- 消費者にとってブランドは「トーナメント戦のシード権」
「○○といえば、あなた！」とイメージさせる「仕掛け」を創る
- ・ブランド・ロイヤルティ (ex: 「やっぱビールはアサヒに限る」)
 - ・ブランド認知 (ex: 「あ、資生堂の新しい化粧品が出てる」)
 - ・知覚品質 (ex: 「ナイキのスポーツシューズならまず間違いないだろう」)
 - ・ブランド連想 (ex: 「ジャガー＝高級車」)

■ブランディング6つの期待効果

1. 競合との差別化→他社とは違う存在だと知らしめる行為
2. 価格競争の回避→選ばれる理由・価値がある
3. 顧客の囲い込み→顧客の固定化することで収益の安定が可能
4. プロモーションコストの削減→顧客が顧客を呼び環境が築かれる
5. 長期的利益の創出→築かれる価値は一過性のトレンドではない。
6. 情報収集の簡易化→購入前に比較検討されることがなくなる。

アプローチ方法と期待効果



定めるだけでは意味がない。「見える化・言語化」し行動指針まで落とし込む

■クライアント様のメリット

- ・情報の整理と可視化で意思決定のスピードアップ
- ・社内や業界の常識に縛られて実践できない戦略の推進
- ・他業界の知見を組み合わせた新たな成長機械の創出
- ・多様なノウハウを自社に蓄積、社員の育成強化
- ・新入社員一人雇う料金で最短距離の成長導線を獲得

各種コンテンツ制作実績（一部掲載）①



Softsoel

DOMY



PRINT SERVICE

- 広告
- 雑誌
- カタログ
- パンフレット
- DM
- ステーションナリー
(封筒・名刺・文具等)

ETC

- シンボル・ロゴマーク制作
- プレスリリース作成
- 編集・コピーライティング
- カメラワーク
- ネットショッピング出品代行
(Amazon・楽天市場・Yahoo!オークション・食料ロゴ)

WEB SERVICE

- ホームページ
- アクセス解析
- CMS・Blog構築
- スマートフォン
- Eコマース
- バナー制作



THE ICE BARISTA'S ICE 事務用ポスター。店舗用ポスター
 本日のポスターを毎日メールマガジンで送るの、少しだけ楽しく、
 「シェア」機能でSNSに共有して、来店客の目を惹きつけて



各種コンテンツ制作実績（一部掲載）②



VALUE

「機能美」と「意匠」本物の美しさを求めて。



- 独自の育成システムや技術に裏付けされた高い品質
- 世界中のアスリートからも評価される快適な使用感
- アパレルブランドからも認められる高いデザイン性

YUPOONGは2004年（創設）からデザイン性を追求してきた、世界でも類を異にするメーカーです。

主にアメリカやヨーロッパを中心とした市場をターゲットとしており、日本市場は2010年以降に本格参入し、現在は日本でも多くの

店舗を展開し、多くのファンを獲得しています。また、日本市場でも多くの店舗を展開し、多くのファンを獲得しています。

BRANDS



VIEW ALL BRANDS

STRONG POINT



全ての人に愛されるために。

サイズが揃っていない、多くの店舗にあるCAPとは異なり、YUPOONGのCAPは30〜XXLサイズにまで細かくフィットするサイズを実現しました。今までにない新しい社会と、肩こりや首の痛みを軽減する為に、世界的なCAPを開発しました。

これひとつで全ての人へ。

サイズ調整装置付きの最高のキャップ。

誰もが、サイズは人によって異なります。それら全てに対応するために、YUPOONGでは独自の調整装置を開発し、ひとつのアイテムから多くのサイズ調整が可能な画期的なソリューションを実現させてきました。



Media事業とのシナジー効果

共に学び共に創り共有する

「シェアする時代」のビジネス創発メディア



NEW MEDIA

「最新Webサービス」と「人財」の情報発信源

『Leverage-Share』

<http://leverage-share.com>

過去実績資料格納庫（一部掲載）

<<http://leverage-labo.tokyo>>



実務資料で見る「アプローチ方法」

- 事業戦略<戦略立案>まとめ
- 事業戦略<実務編まとめ>
- アパレル「BtoB」戦略立案から顧客獲得まで
- VMD戦略プロセスまとめ
- ブランド事業の再構築支援
- 新規ブランド立ち上げ支援
- Webマーケティング実務支援
- ブランドプロモーション
- 「仕組み」構築マニュアル
- 新規事業開発（メディア構築）
- 事業創造100の実践チェックリスト
- 新規事業開発（WEBサービス）
- 「売れる仕組み」構築講座
メルマガ全8回



あらゆる課題を想定したパッケージメニュー（例）

「結果が出ない原因は、
時流に合った正しいやり方を実行していないだけ!!!」

次世代型ハイブリッドコンサルティング

STEP1 小規模スタート
基本は標準採用!

「基本」をいかに活用し、
近頃人気の教育における
「基本」の「標準」の活用

STEP2 発展的成長のスタート
「付加価値」をいかに出す!

「基本」「付加価値」をいかに
「組み込み」し「導入」し「組み合わせ」
るかを「付加価値」の「標準」アプローチ

メニュー詳細

「結果」に合わせた
「付加価値」メニュー

セミナーを通して
「標準」メニューも
組み合わせで活用します。

「標準」メニューの活用
「付加価値」メニューの活用
「標準」メニューの活用
「付加価値」メニューの活用

「標準」メニューの活用
「付加価値」メニューの活用
「標準」メニューの活用
「付加価値」メニューの活用

「標準」メニューの活用
「付加価値」メニューの活用
「標準」メニューの活用
「付加価値」メニューの活用

コンサルティング
アプローチ(手順)

あらゆる課題を想定した
実践型コンサルティングプログラム
お近くの3ヶ月で最終レポートの成果報告をご実施します。

フェーズ	アクション	期間	説明
診断フェーズ	初期アラインメント コンサルティングの選択	(無料)	1. 貴社の課題を明確にし、その解決に向けた最適なアプローチを選択します。
	初期プランニング	2週間 5,000円	2. 貴社の課題を明確にし、その解決に向けた最適なアプローチを選択します。
計画フェーズ	方向性のすり合わせ	4週間	3. 貴社の課題を明確にし、その解決に向けた最適なアプローチを選択します。
	コンサルティング 実施費	7週間	4. 貴社の課題を明確にし、その解決に向けた最適なアプローチを選択します。
実行フェーズ	実行フェーズ 第一回実施(実施費)	1ヶ月	5. 貴社の課題を明確にし、その解決に向けた最適なアプローチを選択します。
	実行フェーズ 第二回実施(実施費)	1ヶ月	6. 貴社の課題を明確にし、その解決に向けた最適なアプローチを選択します。
最終フェーズ	成果報告	1ヶ月	7. 貴社の課題を明確にし、その解決に向けた最適なアプローチを選択します。

各種実績

現在

■国内アパレル企業/ブランディング・マーケティング支援

新規事業戦略の立案・QR型MD戦略への転換、業務フローの改善
ECサイトとリアル店舗を結ぶO2O施策の提案・実施
＜コンサルティングファームとの共同プロジェクト＞

■「知る」「学ぶ」「創る」成長支援型シェアードメディア

「Leverage-Share」を2016年5月12日リリース開始

■小児医療服・BAGブランドの新規立ち上げ支援

セルフブランディングの立案と実践支援
クラウドファンディング企画策定、応募→目標額クリア

■デジタル家電小売企業/事業再構築支援

「現状把握」「課題の見極め」「解決策」の提案
戦略プロセスの改善、業務ロードマップ策定と定着支援

■新規事業開発「戦略立案を手助けする」資料作成サービス

- ・「課題・アイデア」をカタチに・「戦略」をクリエイティブに
- ・「意思決定」にスピードを

■国内新規雑貨ブランドの立ち上げ支援

新規事業計画、ビジネスモデルの策定、ブランディングプロデュース
WEBプロデュース・ディレクション、ECサイト及び各種コンテンツの制作
小規模事業者持続化補助金/事業計画策定/採択決定！

■カタログギフトに関する市場リサーチ/ヒアリング

大手セレクトショップ・インテリアショップ・百貨店など
各種サプライヤーのギフトニーズ動向調査

■海外老舗ライセンスブランドの事業再構築/リブランディング支援

戦略的マーケティング・WEBマーケティング
カンパニーサイトの制作、
＜コンサルティングファームとの共同プロジェクト＞

■100億規模ヤングレディースブランド/リブランディング支援

マーケットの分析及びブランド再構築に基づくリブランディング戦略
コンセプトの立案・MDロジック最適化・部門間連携推進

■大手百貨店、自主運営売り場のコンセプトプロデュース

ライフスタイル型ショップへターゲット/コンセプト転換
郊外小型店ショップのモデル店舗構築、現在も多店舗展開中

■老舗セレクトショップ/事業再生支援 MD・PR政策

不採算店舗の撤退と新規チャネルへの出店（スクラップ&ビルド）
MD再構築支援、業務フロー、経費削減、店舗開発支援

2014年4月

株式会社レバレッジラボ-研究所 設立

業界大手4社のビジネスモデルを融合して独自メソッドを開発

代表経歴

ムーンバット株式会社

「リテール事業」の新規立ち上げプロジェクト
事業本部 新規業態開発事業部 事業部長

キャンデラインターナショナル株式会社（オンワード樫山）

セレクトショップ＜CROON A SONG＞

事業統括部長 マネジメント業務全般

株式会社 ワールド

デザイナーズセレクトショップ ＜40CARATS&525＞

新規事業開発 プロジェクトリーダー兼MD

株式会社 ジュン

セレクトショップ ＜アダムエロペ＞

・MD統括責任者 ・生産管理

＜IFIビジネススクール1期生＞ MDプロフェッショナルコース

過去

