

ABC MANAGEMENT

ARCHITECT PROGRAM



一般企業向け！ AI社員研修コース

THE
JV
PURPOSE



Architect

次世代の意思決定を設計する、構造設計者へ。

AIで人の知的能力を拡張し、
BigDataで意思決定に必要な事実を捉え、
Contextでその意味と方向性を定義する。

意思決定を、直感から確信へ。

AI

BigData

Context

ARCHITECT

構造者／洞察者の養成プログラム

AI/Big Data/Contextの解析と現場インサイトを統合し、顧客の声を可視化。
組織の使命を言語化し、戦略と実行をつなぐ。

認知・核心・逆算の三編で“問いを立てる力”を鍛え、
意思決定の羅針盤となる実践的インサイトを継続的に創出する。

【認知編】 名声を築く



ATTENTION
BRANDING
COMMUNICATION

圧倒的な認知を獲得し、
選び取った市場で、
最も選ばれるための
事業領域を3Cで定める。

【深層編】 核心を定める



AFFIRMATION
BELIEF
CORE

深層自己説得法で、
個人と組織が望む姿を
自由に描き、核となる
コアをぶれなく定める。

【逆算編】 未来を描く



ACTION PLAN
BACK CASTING
COMMITMENT

一次情報とデータで
未来を見通し設計する。
Backcastingで、今を
短中期目標に落とし込む。

PROGRAM



6-MONTH MASTERY

LESSON.1

商圈分析

「我々の活動の舞台はどこか？
そこにはどのような『人の流れ』
という生態系が存在するか？」

LESSON.2

市場・地域分析

「顧客にとっての『価値』とは何か？
データの向こう側にいる生活者は、
何に困り、何を求めているのか？」

LESSON.3

業界・競合分析

「我々の独自性は何か？ 競争するのではなく、
卓越することによって比較対象から脱却するか？」

LESSON.4

自社分析

「我々の強みは何か？ その強みを、
どの機会に集中投下すれば最大の貢献ができるか？」

LESSON.5

顧客分析

『顧客』という平均像ではなく、
『〇〇さん』という個人として理解が
できているか？ 彼らの感情の旅路
(ジャーニー) はどうか？

LESSON.6

事業計画の発表

「分析結果を、どのように組織の行動へ
変えるか？ それは『三方よし』を
満たす持続可能な計画か？」

PROGRAM

Environment Engineerを目指すなら、
AI・BigData・Contextを統合的に理解し、
構造設計者（Architect）を目指そう。

本プログラムは、経営の意思決定をナビゲートする
「構造設計者（Architect）」から
「洞察創造者（Insight Creator）」への進化を支援する。

ドラッカー哲学を基盤に、「鳥・虫・魚の眼」でデータを読み解き、
組織が向かうべき「物語」を紡ぎ出す力を養成する。



PROGRAM

市場・地域分析

商圏としているマーケットの顧客のニーズの調査・分析

我々は「誰に価値を提供すべきか」という外部の現実を知る。単なる人口統計や顧客数といったデータの向こう側にある、顧客とその周囲の「満たされない欲求」や「価値観の変化」を洞察することで、企業が応えるべき真のニーズを特定し、顧客創造の基盤を築く。

業界・競合分析

業界内の競争・協創すべき相手のニーズの調査・分析

我々は「いかにして独自の価値を発揮するか」というイノベーションの機会を見出す。他社との同質的な競争を避け、自社だけが提供できる「卓越した価値（ニッチ）」を確立する。予期せぬ成功や失敗、プロセスの歪みからイノベーションの種を発見し、知識労働者の創造性を最大限に引き出すことで、競争を無意味化する独自の地位を築く。

自社・貢献分析

自社が業界でリーダーシップを図れる領域の調査・分析

我々は「何のために存在するのか」というミッションを確立し、経営資源を集中させる。「三方よし」の精神に基づき、企業の社会的正当性を証明する。過去の慣習を体系的に見直し、不要なものを手放すことで資源を解放し、それを最大の価値創出につながる機会へ集中投下することで、企業と社会の健全な発展を同時に実現する。

市場・顧客

CLIENT

自社

COMPANY

地域社会

COMMUNITY

3HAPPY

三方よし
マネジメント

LESSON.1

商圈分析

SERVICE AREA ANALYSIS

ドラッカーが「すでに起こった未来」と呼んだ人口動態と、地域住民の生活動線を徹底的に解剖する。地図上の円ではなく、時間帯や曜日ごとの人の物理的な流れを可視化し、経営の前提となる「生態系としての地域」の現実と将来予測を把握する。



人口動態・増減分析

将来の年齢別推移からあらゆるニーズを逆算する。

時間帯移動分析

昼夜間人口のギャップや人の流れをヒートマップ化する。

来訪元・流入経路分析

行政区画を超えた実質的な生活圏（商圈）を特定する。

LESSON.2

市場・地域分析

MARKET & REGION ANALYSIS

「我々は誰に奉仕すべきか？」という問いに対し、統計データの背後にある顧客の「満たされない欲求」や「価値観の変化」を洞察する。検索トレンドから潜在的な不安や関心を読み解き、真の顧客ニーズを特定して顧客創造の基盤を築く。



トレンド・関心分析

個人・法人の興味関心「句」をGoogle Trends等で捉える。

共起語ネットワーク分析

検索ワードの組み合わせから、顧客の背景にある文脈を読み解く。

ステークホルダー分析

自社の存在できている理由を関係性から見つめ直す。

LESSON.3

業界・競合分析

INDUSTRY & COMPETITOR ANALYSIS

競合との同質化を避け、自社だけの「卓越した価値（ニッチ）」を確立する。検索シェアや市場の空白地帯（ホワイトスペース）からイノベーションの機会を見出し、競争するのではなく、競争そのものを無意味化する独自の地位を築く。



検索ワードシェア分析

重要ワードでの自社と他社の露出度を比較し、立ち位置を把握する。

時系列マップ分析

競合の施策や市場変化を時系列で追い、シェア変動の要因を特定する。

競合・協創分析

業界内外の競合分析を3つの視点から行います。

LESSON.4

自社分析

SELF & CONTRIBUTION ANALYSIS

「何のために存在するのか」というミッションを再確認し、機能不全の慣習を「体系的に廃棄」する。Web解析等のデータから自社の現状を客観視し、空いた資源を最大の貢献を生む機会へと集中投下することで、社会的正当性を証明する。



Webサイト/アクセス解析

「見てほしい情報」と「見られている情報」のギャップを発見する。

ヒートマップ分析

ユーザーの視線や関心を可視化し、情報の優先順位を特定する。

MEQ・SEO分析

地域内での認知度・表示回数・クリック数・申込率・引用率などを自社の評判と共に調査する

LESSON.5

顧客分析

CUSTOMER & PERSONA ANALYSIS

「顧客は常に合理的である」という前提に立ち、マクロデータでは見えない個々の顧客の感情（Sentiment）と生活背景（Life）をペルソナとして具体化する。口コミや定性データから「個」の真実を理解し、共感に基づくロイヤリティ形成を目指す。



口コミ・感情分析

顧客の声から「感謝」「不安」などの感情を解析し、質的改善点を探る。

ペルソナの策定

具体的な属性、悩み、生活背景を設定した詳細な顧客像を作成する。

非顧客の分析

地域内での企業の認知度・評判・イメージなどを測定する。

LESSON.6

事業計画の発表

BUSINESS PLAN PRESENTATION

5回にわたる分析からのインサイトを統合し、顧客（買い手）、自社（売り手）、地域（世間）の「三方よし」を満たす事業計画へと落とし込む。データに基づく論理とミッションへの熱意を融合させ、翌日から実行可能な変革のアクションプランを策定する。



戦略的事業計画書

3年後のビジョンと、そこに至るための具体的アクションプラン。

逆算思考によるKPI設定

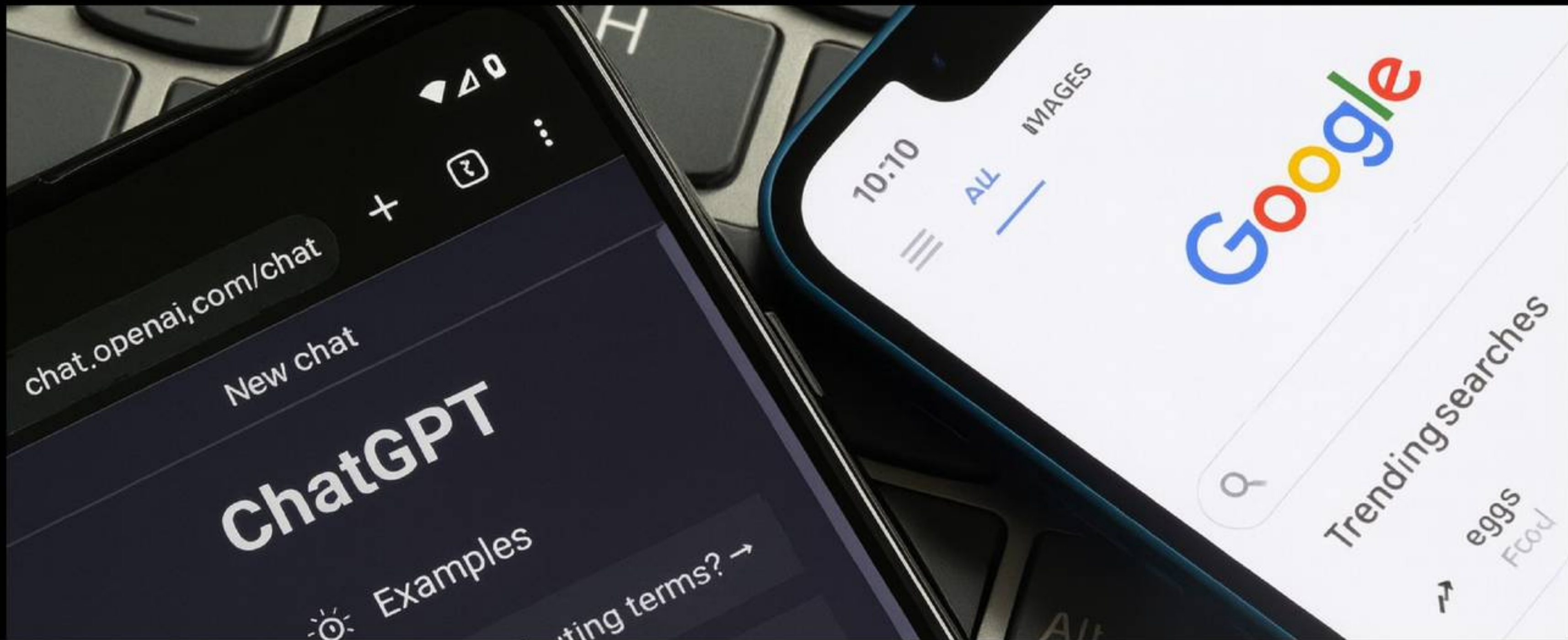
最終ゴールから逆算した、直近の指標策定。

ブランディング設定

選んだ市場（顧客）において、どのように憶えられたいか？

TRAINING

経営を行うために必要なAIの基本と原則、そして活用の仕方を知る

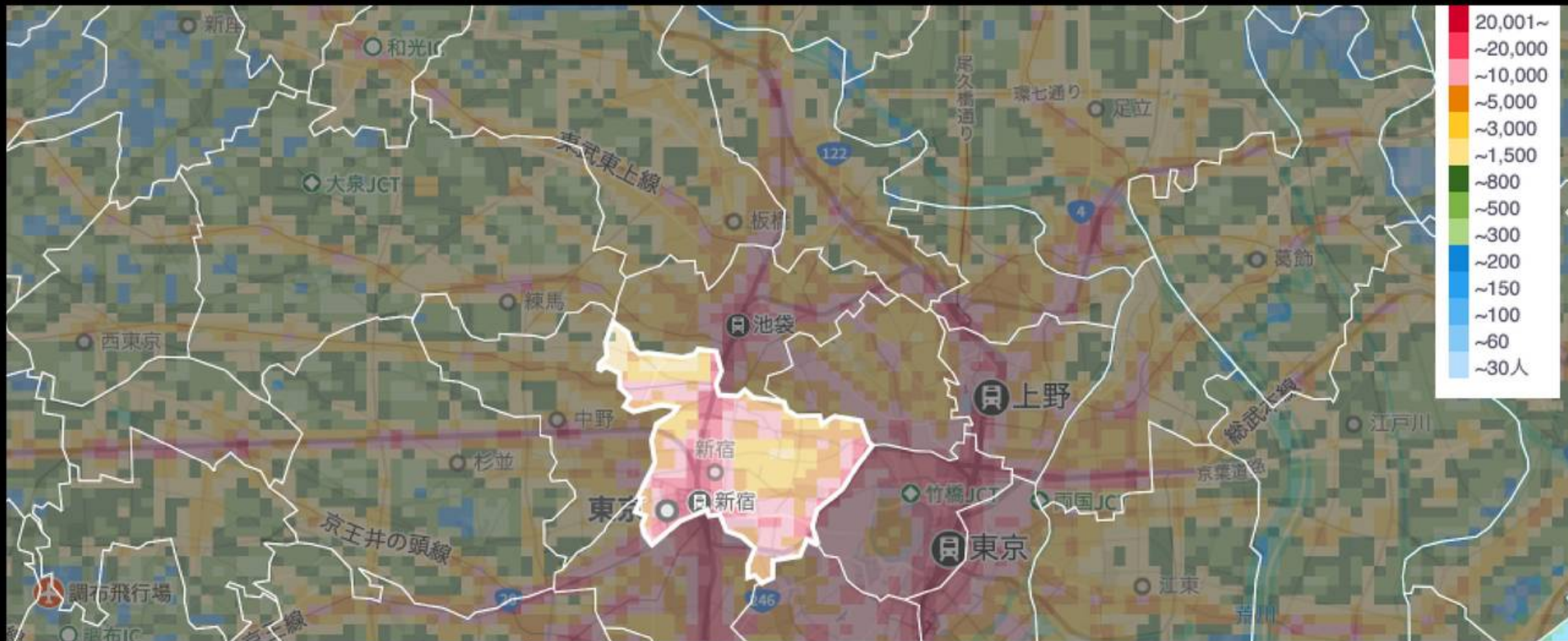


生成AIの活用法

主要な生成AI（ChatGPT、Gemini、Claude、Manus）などの特性を知り、時代・用途によって使い分けできるようになります。

TRAINING

商圈をあらゆる角度から分析して、マーケティングを考える



商圈の分析

指定した商圈の人口推移・マトリックス・人口総数/割合などを期間を設定して、分析することができるようになります。

TRAINING

過去・現在・未来において、人口増減を把握した上で、経営を考える



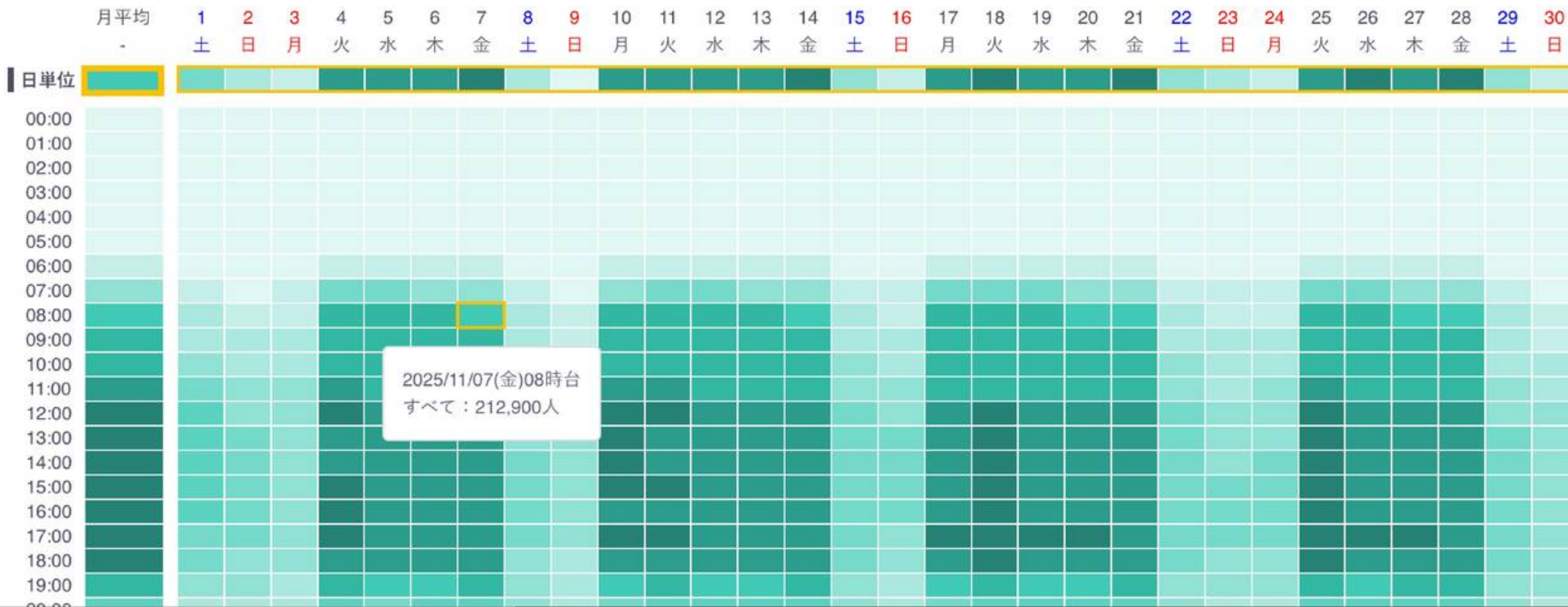
人口増減分析

指定エリアの人口規模を現在と将来にわたり把握・推計、人口動態の変化による経営リスクを予見し、適切な対策立案に活用します。

TRAINING

営業時間は、顧客の生活動線と同期していますか？ それとも慣習的に決めた時間ですか？

以下の人口マトリックスで気になる日や時間をクリックすると、下部に詳細が表示されます。



2025/11/07(金)08時台
すべて：212,900人

時間帯移動分析

指定したエリアの人口を時間帯・日時毎にマトリックス分析することができます。営業日時をデータから判断することが可能です。

TRAINING

地図上の距離ではなく、顧客にとっての『心理的距離』を測れているか？



来訪元分析

指定エリアへの来訪者がどこから移動しているかを、市区町村単位で分析し、自宅・職場など来訪目的の傾向を把握します。

TRAINING

検索から問い合わせ・来店（行動）までの平均的な検討期間とは？

順位	キーワード	検索ボリューム	重複ボリューム	特徴度	検索時間差	性別割合(%)	年代別割合(%)
1	サカイ引越センター	231,000人	490人	3.234	0.001日		
2	アート引越センター	199,000人	470人	3.356	-0.003日		
3	スーモ	779,000人	420人	1.865	-42.959日		
4	引越し 見積もり	162,000人	360人	3.273	-0.069日		
5	引越し やることリスト	162,000人	300人	3.11	-0.002日		
6	郵便番号	576,000人	270人	1.715	-3.551日		
7	suumo	458,000人	270人	1.974	-38.005日		
8	東京電力	467,000人	250人	1.877	12.742日		
9	スーモ 賃貸	482,000人	230人	1.753	-37.003日		
10	引越し 相場 料金	124,000人	230人	3.099	-2.339日		

キーワード分析

関連キーワードの検索動向を分析し、利用者の関心領域やニーズの特徴を把握できます。

TRAINING

共起分析とは、顧客の声であり、戦略・戦術に活用できる。



共起分析

共起分析とは、特定のキーワードと一緒にスペースをあけてよく検索されているキーワードのことを指します。

TRAINING

口コミをあらゆる角度から分析し、経営を考える

☆ 平均評価

4.2

5点満点中

📄 総口コミ数

102

取得済み: 80件

📈 最終更新

2025/12/6

概要

ワードクラウド

単語出現頻度

共起キーワード

2次元マップ

係り受け解析

階層的クラスタリング

感情分析

< タブをスクロールして表示 >

評価分布



口コミ分析

自社・他社のGoogle の口コミを自動収集し、SWOT分析、PEST分析を行えるようになります。

TRAINING

社員・顧客のペルソナを設計し、経営に活かしているか？

診療科: 内科

主訴: 風邪

作成目的: 患者数を増やす



金子 啓太

性別: 男性

年齢: 48歳

都道府県:

長野県

市区町村:

上田市

家族構成: 複雑な関係

職業: 店舗スタッフ (販売)

ペルソナ分析

タイムライン分析

生成されたペルソナ

性格 (価値観・人生観)

仕事では大胆な決断力とリーダーシップでチームを牽引する一方、「和を以て貴しとなす」を信条とし調和も重んじる。常に自己成長を求め、経済動向にも敏感。培った経験や知恵を次世代に繋ぐことを自身の使命と考えている。

通院理由

販売職で顧客と接するため、風邪の症状は仕事に直結する。自己判断で悪化させ、貴重な休日や転職活動の時間を無駄にしたくない。仕事の合間に素早く受診し、的確な薬を処方してもらい、一日でも早く全快したいと考えている。

症状通院頻度・行動パターン

フレイル予防に取り組むなど健康意識は高く、普段から体調管理に努めているため、受診頻度は高

ペルソナ分析

各事業部門×顧客課題ごとに、ペルソナを自動で作成することが可能です。ペルソナを軸に、マーケティング・イノベーションを検討します。

TRAINING

口コミの向き合い方で、経営が変わる。組織が変わる。



MEO分析

Google Map上で、どのくらい上位表示され、閲覧されているかを把握します。また口コミ×検索順位などの推移を把握し対策をする。

TRAINING

SEOだけでなく、有料ツールで、市場・競合・自社分析まで行う

The screenshot shows the Ahrefs interface for analyzing the website kosazukari.com. The top navigation bar includes 'ahrefs', 'All tools', and various tool categories like 'Dashboard', 'Social Media Manager', 'MCP Server', 'Brand Radar', 'AI Content Helper', 'Site Explorer', 'Competitive Analysis', and 'Batch Analysis'. The main header shows the URL 'http + https | kosazukari.com/' and a search bar. The left sidebar contains navigation options such as '概要', 'ページ検査', 'サイト構成', 'カレンダー', 'ビジネスチャンス', '競合分析', 'コンテンツギャップ', 'リンク交差', '被リンクプロフィール', '被リンク', 'リンク切れの被リンク', '参照ドメイン', 'アンカー', 'リンク作成者', '参照元 IP', 'オーガニック検索', 'オーガニックキーワード', and '上位ページ'. The main content area displays several key metrics: 'AI 引用' (AI Citations) for Google (18 +3), ChatGPT (7 +1), Perplexity (0 -1), Gemini (0), and Copilot (5 +4); '被リンクプロフィール' (Backlink Profile) showing DR 22 (+1), UR 13 (-6), and AR 6,997,851 (-10,791); and '検索' (Search) metrics including Organic Keywords (1.5K +207), Organic Traffic (3.7K -11.2K), Paid Keywords (0), and Paid Traffic (0). Below these are tabs for '一般', '被リンクプロフィール', 'オーガニック検索', and '有料検索'. At the bottom, there are filters for '指標', '競合', 'ロケーション', '年数', '全期間', '日次', and a table for 'パフォーマンス' with columns for '地域', 'トラフィック', '共有', and 'キーワード'.

SEO分析

Search Engineで、どのくらい上位表示され、閲覧されているかを把握します。最近では、AIからの引用数なども調査が可能です。

TRAINING

ヒートマップ分析を行い、顧客の興味関心を可視化させる



ヒートマップ分析

自社が管理しているサイトが、どのように利用され、閲覧されているかをヒートマップを活用し、分析・改善することができます。

TRAINING

GA4とあらゆるデータを紐付けて、経営に活かす



Webサイト分析

Google Analyticsを活用して、自社のサイトの訪問者の分析を行います。Webサイトの改善・計画立案を行えるようにします。

TRAINING

SNSを経営に活かせるように、データ分析を行えるようになる

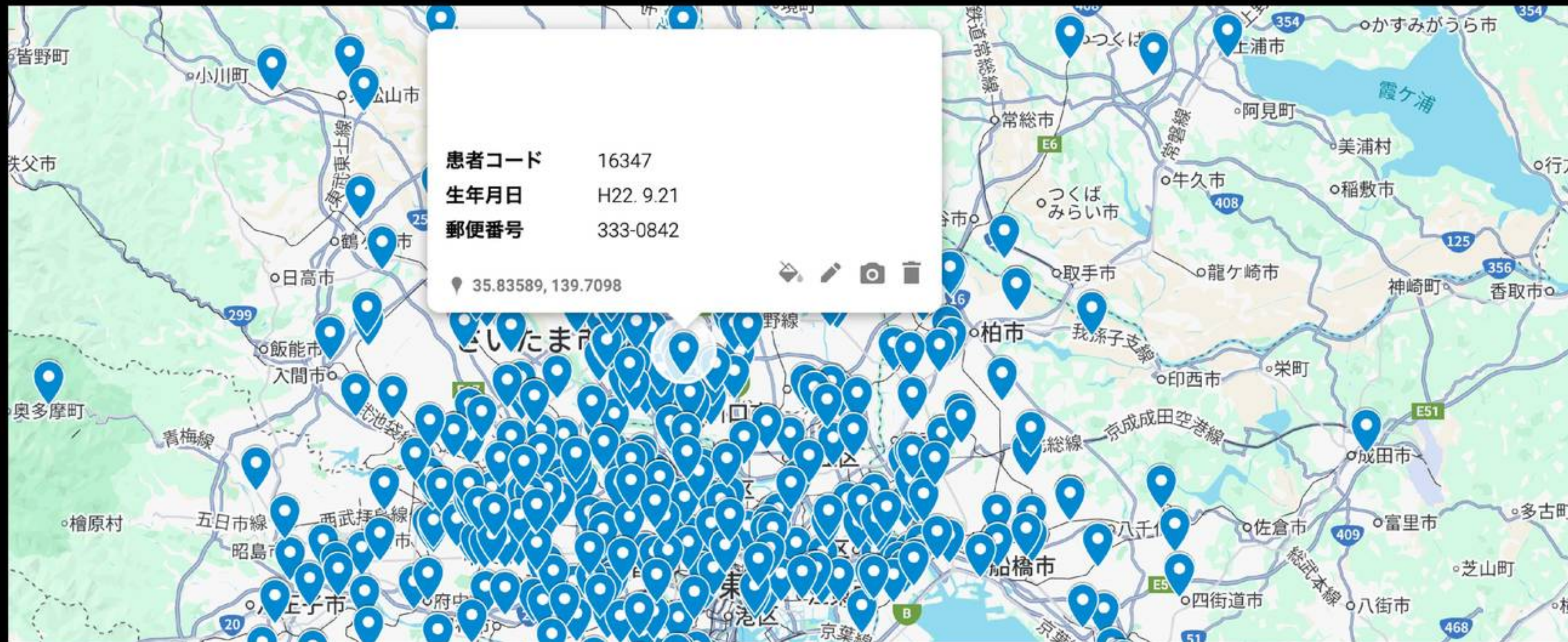


SNS分析ツール

SNS (X・Instagram・TikTok) の投稿を多角的に分析し、コンテンツとフォロワーの傾向を可視化。経営判断に活かします。

TRAINING

Google Mapを活用して、あらゆるデータから経営を考える



マップ分析

顧客データをGoogleMapに流し込むことによって、あらゆる角度から、経営分析を行えるようになります。

TRAINING

あなたの会社は、どのくらい認知されているのか？



認知度調査

自社の認知度の調査を行います。地域社会から、どのように憶えられているか？自社・他社との違いなどを知り、経営に役立てます。

MESSAGE



TAKUYA KOISO

2026年は、丙午（ひのえうま）で、新しい挑戦をしなければいけない年です。多くのメディアはこれを「危機」と報じますが、ドラッカー氏の視点に立てば、構造的な変化は常に最大の「イノベーションの機会」でもあります。

創業10周年を迎える当社は、この大きな変化の中で、自らの事業定義を根本から見直しました。労働人口が激減するこれからの時代、企業経営における最大のリスクは、経営者/幹部の「時間」と「意思決定」のリソース不足です。経営を維持しながら、複雑化する採用、集客、AI・DX対応を全て一人で行うことは、もはや物理的に不可能です。

そこで我々は、これまでのクライアント様の成功事例を分析し、一つの解に辿り着きました。成長し続ける企業には、必ず経営者のビジョンを戦略に落とし込み、実行する「右腕」が存在します。我々はこの機能を体系化し、経営者の代わりに「CMO（Chief Management Officer）」を育成すると決意しました。また本プログラムは、単なるスキル提供ではありません。自社・他社・業界・地域・社会・国家など、企業を取り巻く、全てのステークホルダーの幸せを満たす「三方よし」の経営を実現するための育成プログラムです。



募集要項

01

SCHEDULE

日程：第4 or 5 水曜日

時間：13時00分 - 17時00分

回数：全6回コース

02

PLACE

場所：東京駅近辺（検討）

※卒業発表は、文京区を予定しております。

03

PEOPLE

募集：6社

職種：ビジネスパーソン / 経営コンサルタント

04

SELECTION

6月11日(木)：商圈分析

7月09日(木)：市場・地域分析

8月13日(木)：業界・競合分析

9月10日(木)：自社分析

10月15日(木)：顧客分析

11月12日(木)：事業計画の発表

3つの入会条件

Grounded in Drucker's philosophy, it cultivates the ability to interpret data, define meaning, and design the narrative organizations must follow.

THE J.V.株式会社と、過去に取引があること

今回、少数制とさせて頂いており、また目的を受講でなく、養成としているため過去に当社と取引がある企業のみと、初回に限りさせていただきます。

学ぶ時間、実践する時間が充分にある方

全6回のコースでは、多くの課題があります。全ての課題を行うためには、週2日以上は、課題に取り組む時間を確保していただくことが必要となります。

社内に、経営チームをつくりたい法人

未来の企業経営のために、社内に経営チームをつくりたい法人である必要があります。養成講座を卒業できれば、外部コンサルタントは不要になります。



OUR PRICING

次世代のアーキテクトを養成する
プログラムの提供価格です。

Architect養成コース

価格 **900,000** 円

全6回習得コース

特典サービス

一院で契約すると250万円以上
するAIと分析ツールを活用する
ことが可能となります。

DXツール持参コース

価格 **450,000** 円

全6回習得コース

特典サービス

自社・競合・市場データを
分析できるツールを独自契約
されている方のプランです。

この養成講座の内容・提供価格で、クリニック経営に特化した
次世代のArchitectを養成するプログラムを受講することができます。
この特典サービスを受け取ることができるのは、日本で当社のみです。
このサービスがあったら、私でも100%受講したいと思う内容・料金となっております。

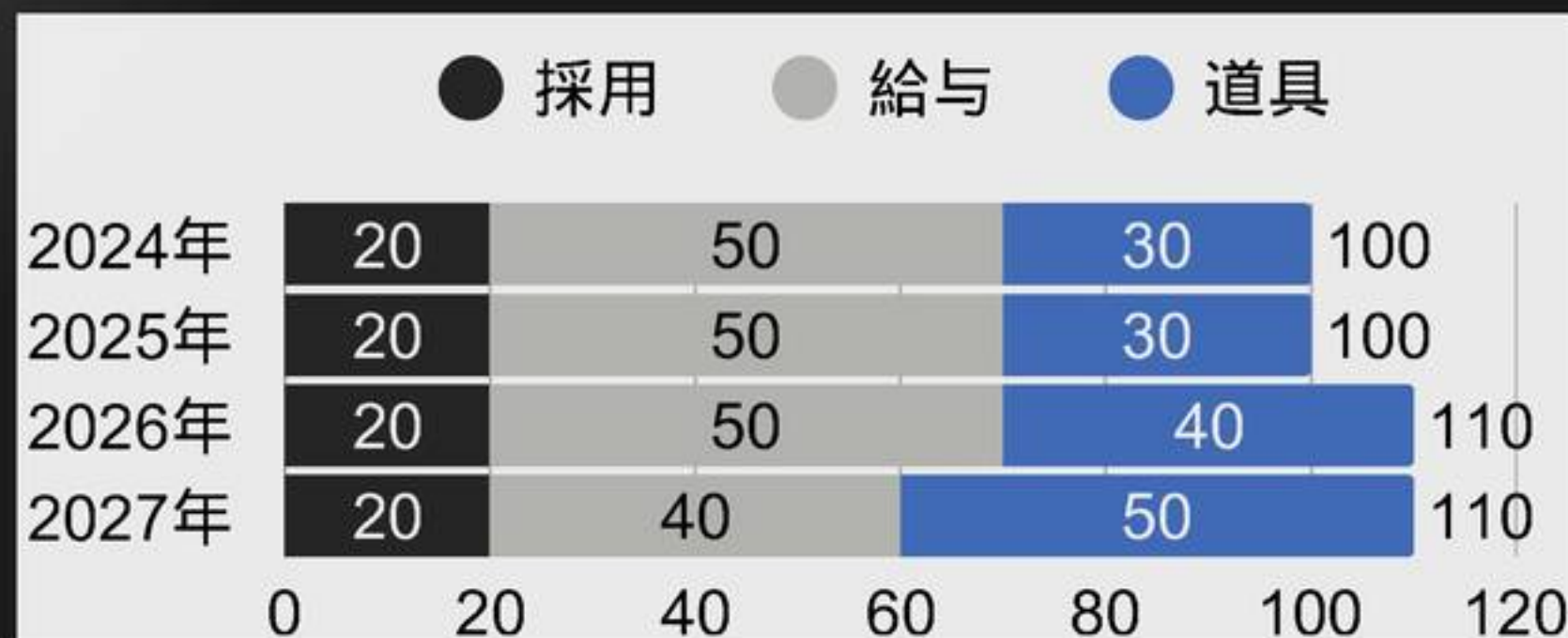


市場における適正価格を目指して

提供価格の定義

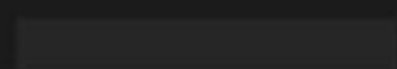
PLANNING

私は800名以上の経営者幹部と接してきましたが、優秀な人材は、会社を選んでくれないと、エージェント・経営者は断言します。それならAI時代においては、人の価値が、どんどん下がるなら、優秀な人材をゼロから育てようという発想が生まれそこから市場価値×提供価値から逆算をしました。

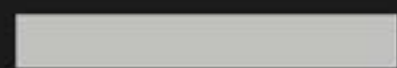


データアナリストの給料は、平均年収約600万円～800万円で、経験やスキルにより年収1000万円超となっている。

採用費・教育費



給与・福利厚生・社会保険等



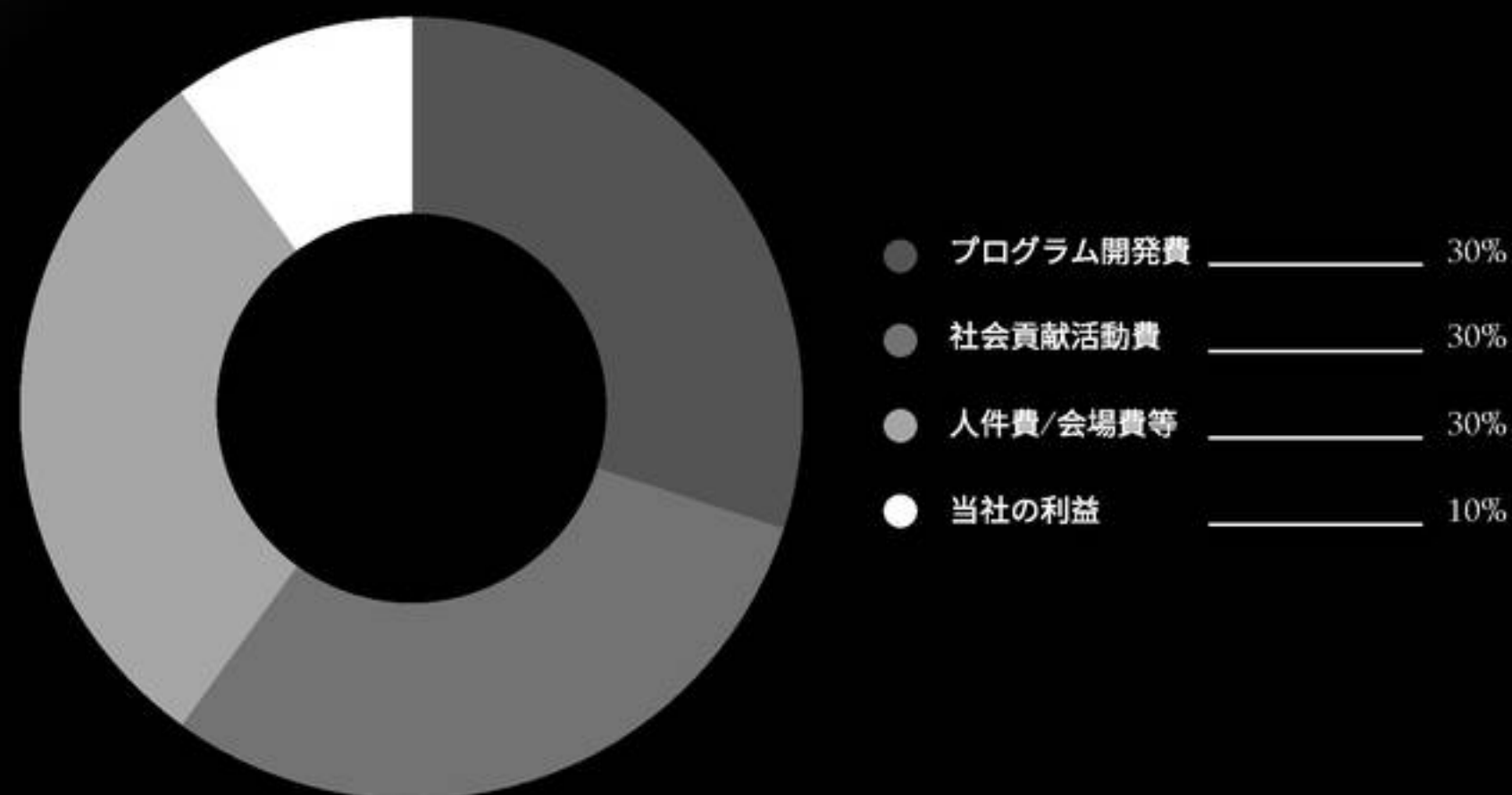
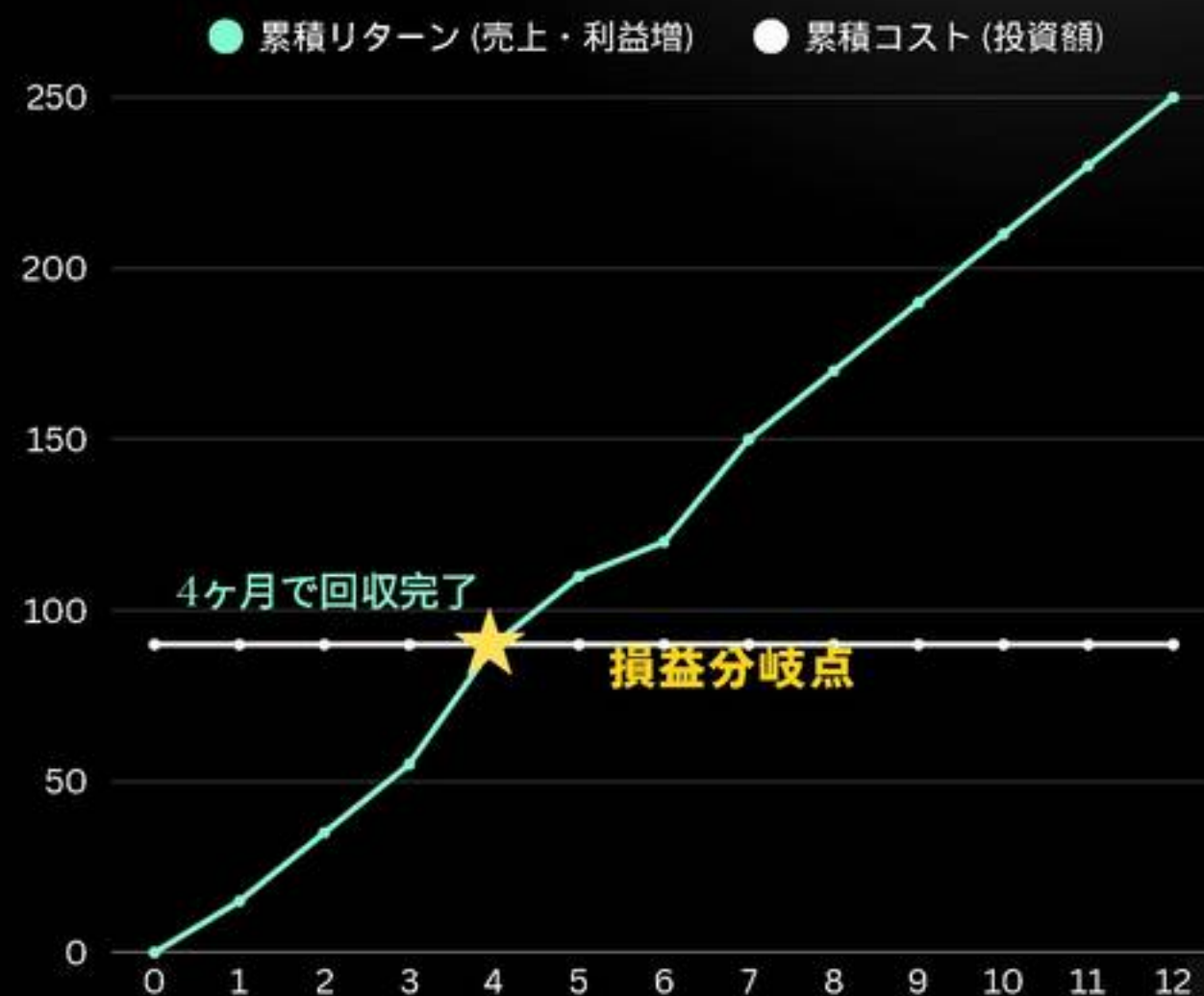
AI・ツール費



BUSINESS PERFORMANCE

少子高齢化の時代において、優秀な人材の多くは、先行き見えない時代×人間の価値が下がる時代だから副業・複業・起業を選択せざる得ない状況となると考えております。
あなたは、経営資源をどこに集中しますか？

投資対効果と売上内訳



当社は三方良しの考えを大切に、売上の内訳もあらかじめ明確にしています。「architect program」では、APIや外部システムの利用に加え、マネジメントをしやすい独自のシステムも取り入れているため、原価率が高く設定されています。先行投資となる点でご不安がある方に向け、4ヶ月での損益分岐を目安にした設計とし、安心して導入いただける形に整えています。また、受講費用の3分の1を社会貢献に活用し、人と社会にプラスとなる取り組みを進めていきます。

SUCCESS GOAL

卒業後も、6ヶ月は、当社のシステムが一部利用できます。
また当社は一時的ではなく一生涯の付き合いを目指しています。
受講生は、門下生でもあるため、卒業後も継続したコミュニケーションが図れる場所も、別途ご用意したいと考えております。

少数制のコミュニティだからこそ
できることを大切にしたいと考えております。

どうぞよろしくお願い申し上げます。

卒業後も、ツールが利用可能*です

*第三者の外部ツールも活用していることから、6ヶ月は無料とさせていただきますが、その後も利用を希望される場合は、有料とさせていただきます。(価格などは市場価格に合わせて)



市場分析ツール

ヤフーのデータソリューション (年: 150万円~)



競合分析ツール

SEO分析ツールAHREFS (年: 120万円~)



顧客分析ツール

MEOツール (年: 60万円~)
口コミ自動収集分析ツール (非売品)



その他分析ツール

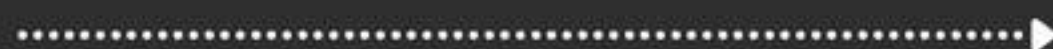
P.F.DRUCKER 経営相談診断ツール
カスタマージャーニー生成ツール (開発中)

...

ANALYSIS PROGRAM

TIMELINE

01



02



入会募集開始

4月中旬から、一般申し込みを開始します。



面談・書類選考

簡単なヒアリングシートを記入いただき、
それをもとに面談をさせていただきます。

ARCHITECT PROGRAM

TIMELINE

03



審査・入金

当社が、受講生に貢献できることを分析し
確信が持てた方だけ、合格とさせていただきます。

04



開講スタート

開講に備えて、事前課題等をお渡しますので
あらかじめ、進めておいて頂きます。



THE
JV
PURPOSE