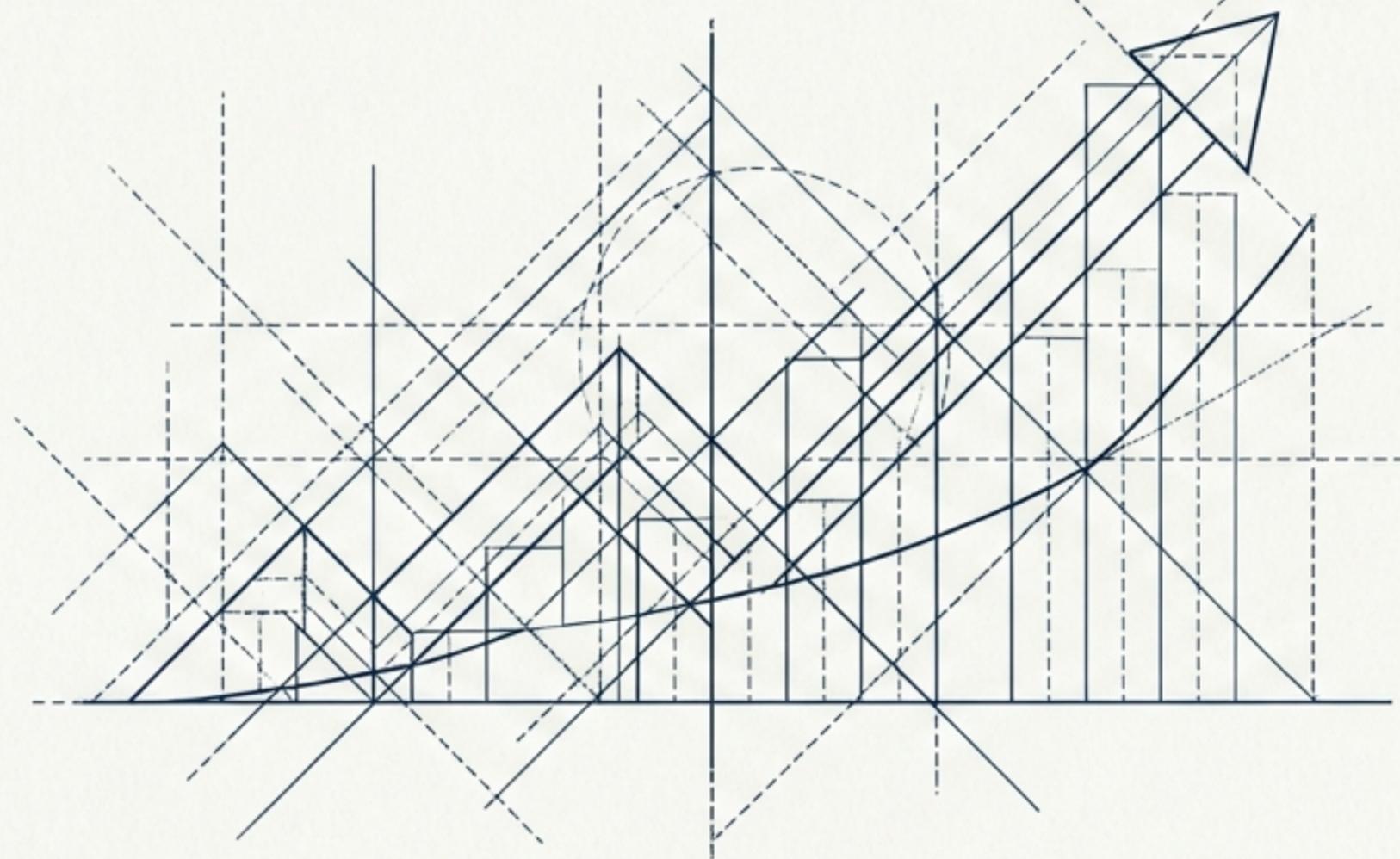


# プロジェクトビジネスの呪縛を解く

「請負」から「価値創造」へ。利益を劇的に変えるパラダイムシフトと次世代の管理会計  
「請負」から「価値創造」へ。利益を劇的に変えるパラダイムシフトと次世代の管理会計



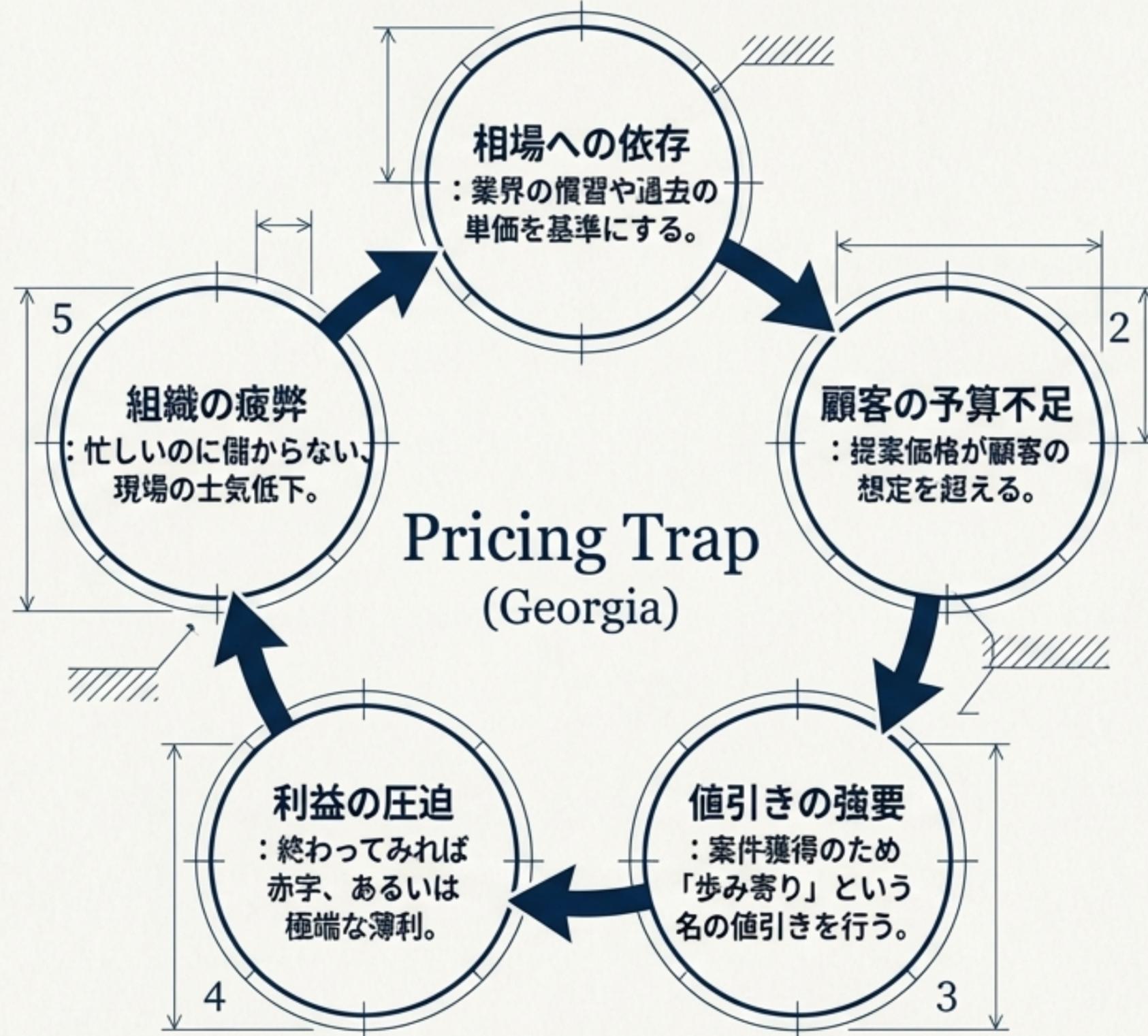
Project Budget Consulting | Yukiharu Furuya

## 時代遅れの公式：「積算 × 単価 = 金額」

~~積算 × 単価 = 金額~~

多くのプロジェクト型企業は、日々の積算業務を「金額の集計」と勘違いしている。これでは、未知の仕事に対して原価計算の立場から自らの首を絞めるだけである。

■ 価値は「かかるもの」で決まるのではない。



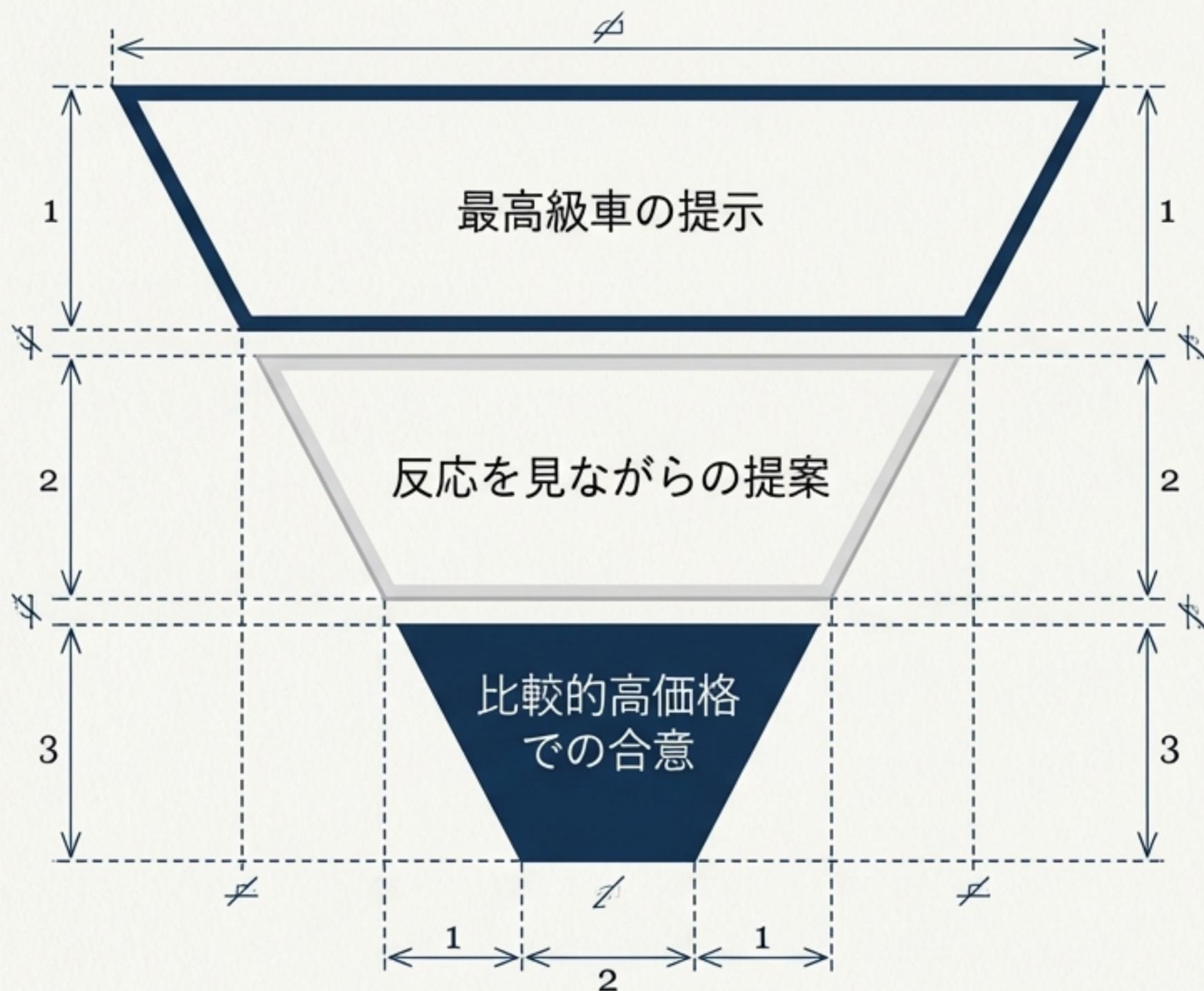
「請負」という受身の姿勢が、利益とプライドを削り取る。

予算が合わない時、価格を下げるな。価値を上げよ。



お客様の予算不足に対し、発注者の望むように価格を工夫する努力を怠り、値引きに逃げるのはプロではない。必要なのは「納得」という重りを足すこと。

# 価値のアンカリング：車のセールスマンに学ぶ心理学



## Rule 1:

始めから予算に合わせた低い提案はしない。

## Rule 2:

お客様のプライドを傷つけず、徐々に価格帯を下げる。

## Result:

「値段はお客様が決める」という納得感を引き出し、最終的に高い利益率を確保する。

66

「受注とは仕事を『貰う』ことだけではない。  
仕事を創り出す営業である」

元請け: 依頼されたモノを作る。

下請け: 待つ営業、価格決定権なし。

フル・ターン・キー・システム:  
土地探し、資金調達、テナント誘致、  
事業計画まで提案し、自ら  
「仕事(プロジェクト)を創り出す」。

# 時代の転換点：あなたの企業はどちらで戦うか？

工業社会（過去）

請負（受身の姿勢）

相場・原価積み上げ

コスト削減

過去を振り返る一般会計

知識社会（現在・未来）

提案・ターンキー（自ら創出）

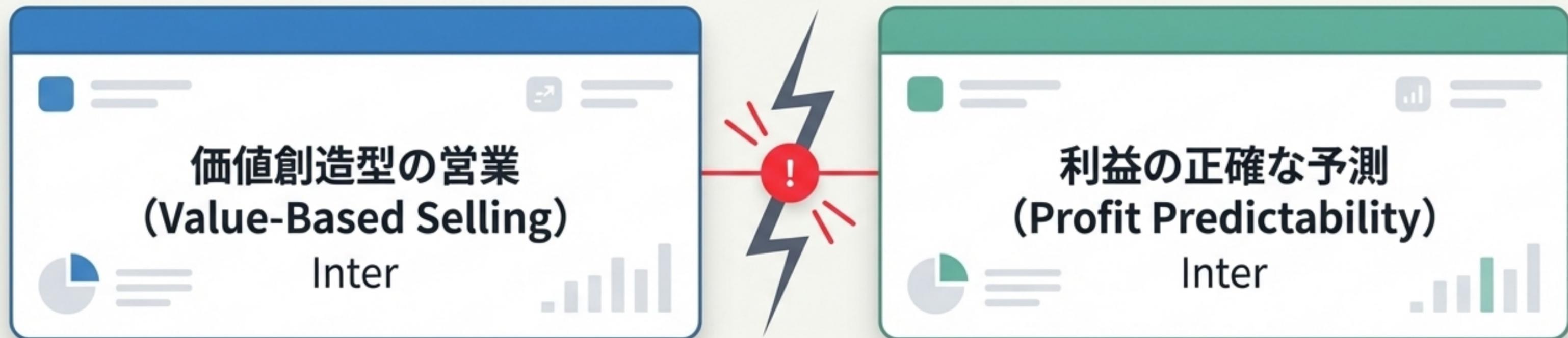
提供価値・ROI

知識労働者の生産性

未来を予測するプロジェクト管理会計

# 致命的な矛盾

もし、すべてのプロジェクトが「一品モノの事業」となるなら、どうやって予算超過を防ぎ、正確に利益を予測するのか？



**価値創造型の営業には、プロジェクト型の管理会計 (Project-Based Accounting) が不可欠である。**

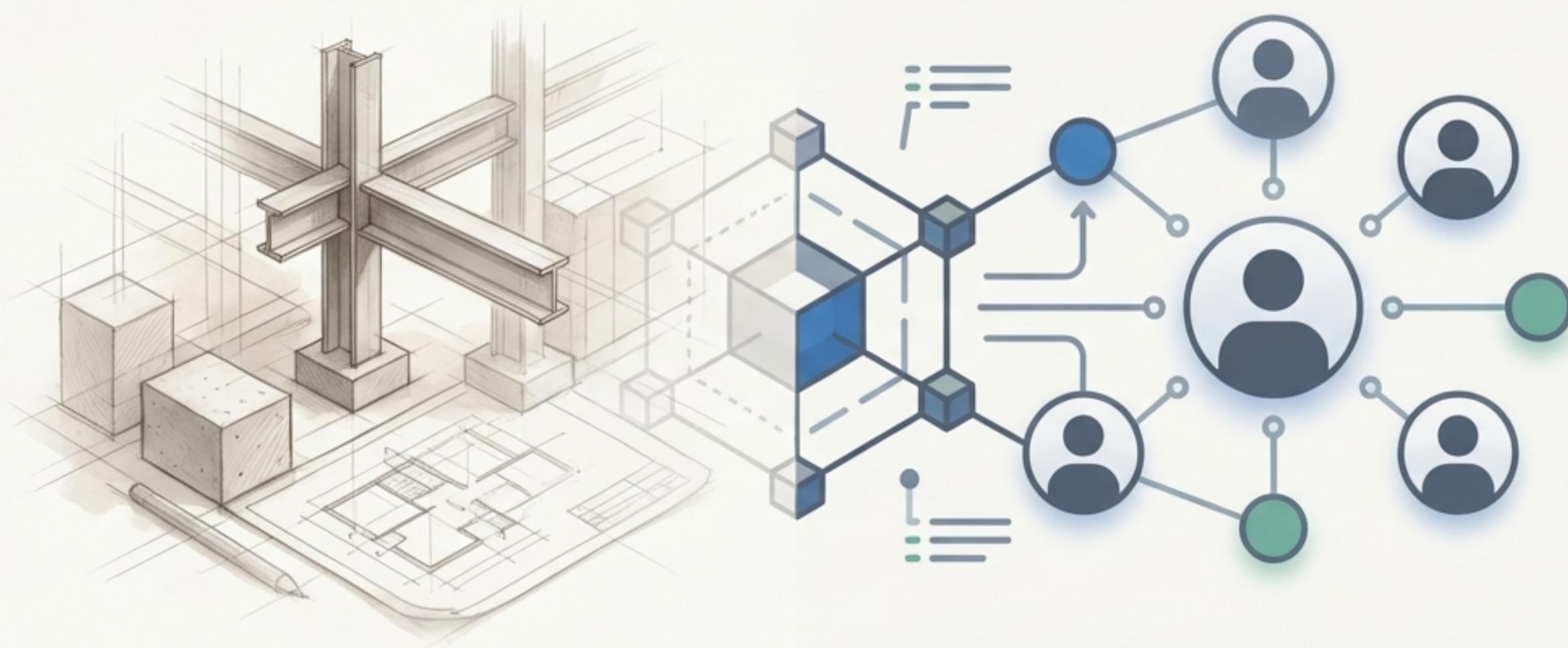
どんぶり勘定のまま知識社会へ移行することは、羅針盤なしで航海に出るに等しい。

# プロジェクト管理会計士：古谷 幸治



建設、IT、イベント、エンタメ。あらゆる「プロジェクト型ビジネス」を知り尽くした、知識社会における生産性測定の伝道師。

# プロジェクト型ビジネス = 知識創造サービス



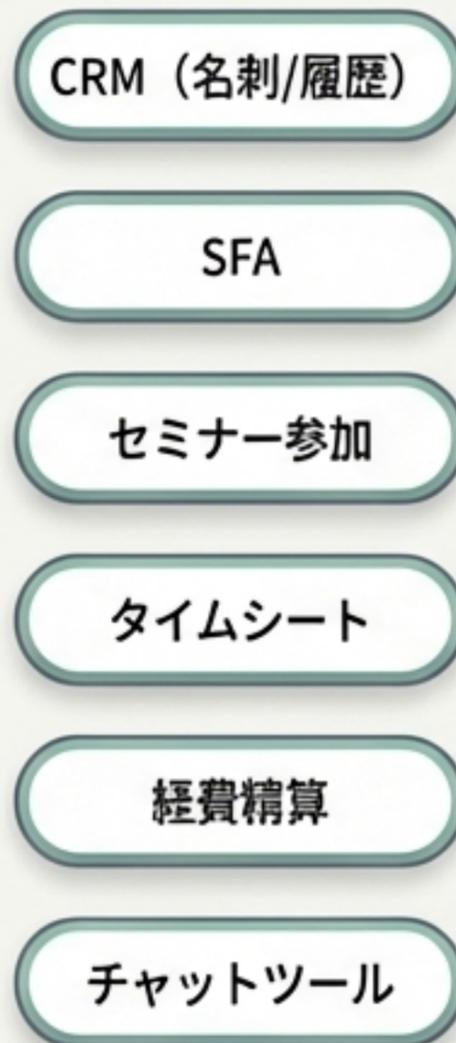
ソフトウェア開発、ITコンサルティング、  
Web制作、イベント企画。これらはすべて、  
かつての建設業と同じ「プロジェクト」である。

工業社会の指標（労働時間や資材）ではなく、  
「知識労働者の生産性」をリアルタイムで測るダッ  
シュボードを持たなければ、利益は確保できない。

# PBM データ・アーキテクチャ

## INPUTS (データ入力)

Inter



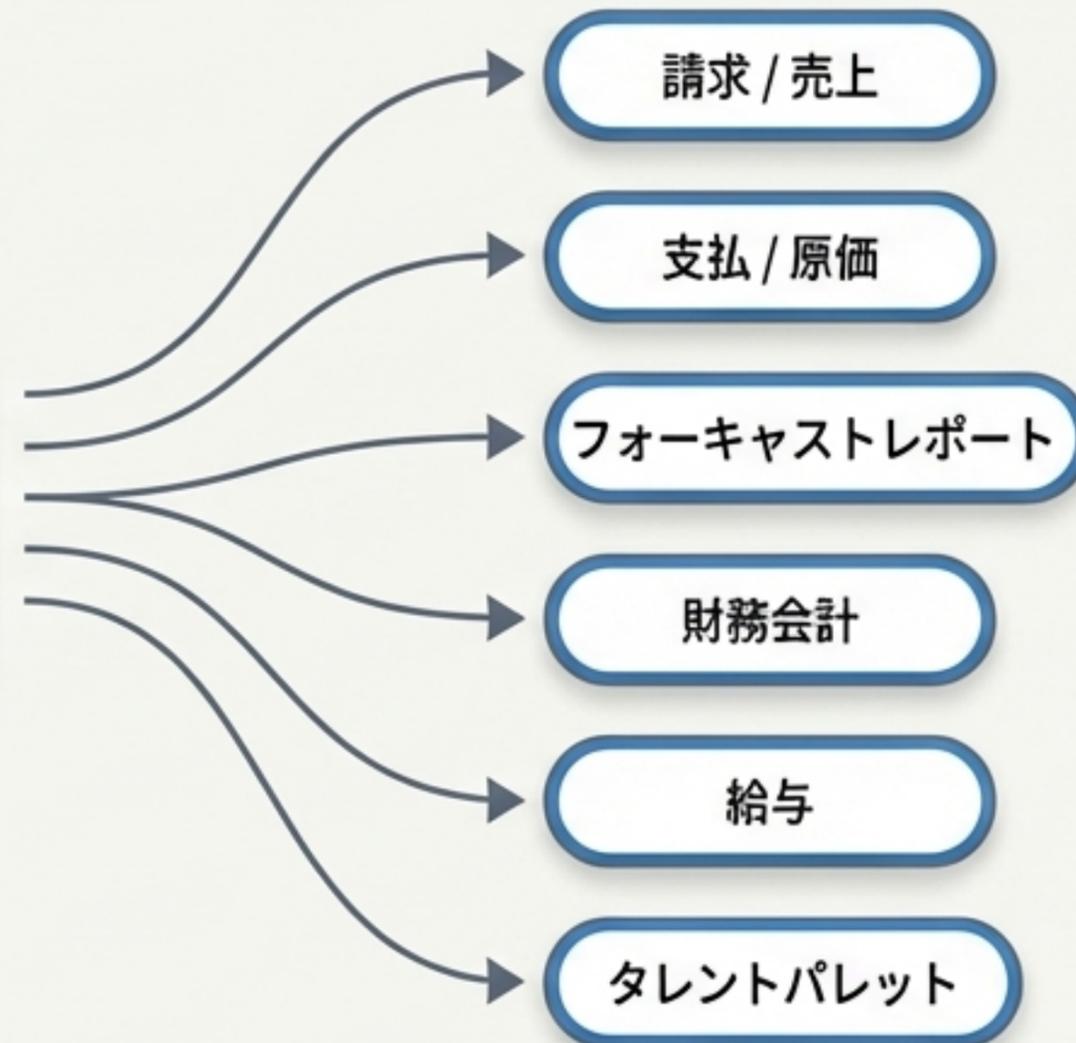
## CORE ENGINE

Inter



## OUTPUTS (財務・連携)

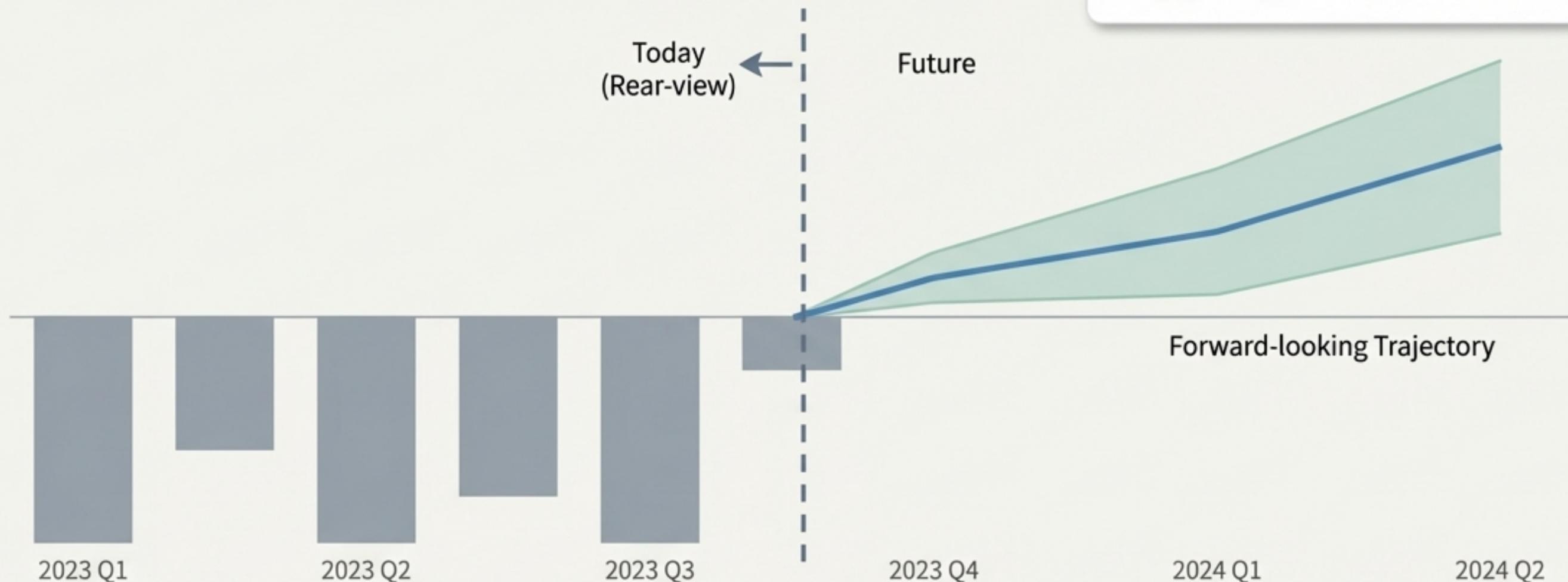
Inter



個人の活動データ（名刺、チャット、タイムシート）をシームレスに統合し、プロジェクト単位の収益性に変換するエコシステム。

# 独自のフォーキャストレポート： 未来の利益を可視化する

1. 事業別レポート（売上・粗利益・粗利益率）
2. プロジェクト収支実績レポート
3. フォーキャストレポート（着地見込み予測）
4. 稼働分析レポート



終わってから赤字に気づく「過去会計」を脱却し、  
軌道修正が可能なタイミングで未来の数値を提示する。

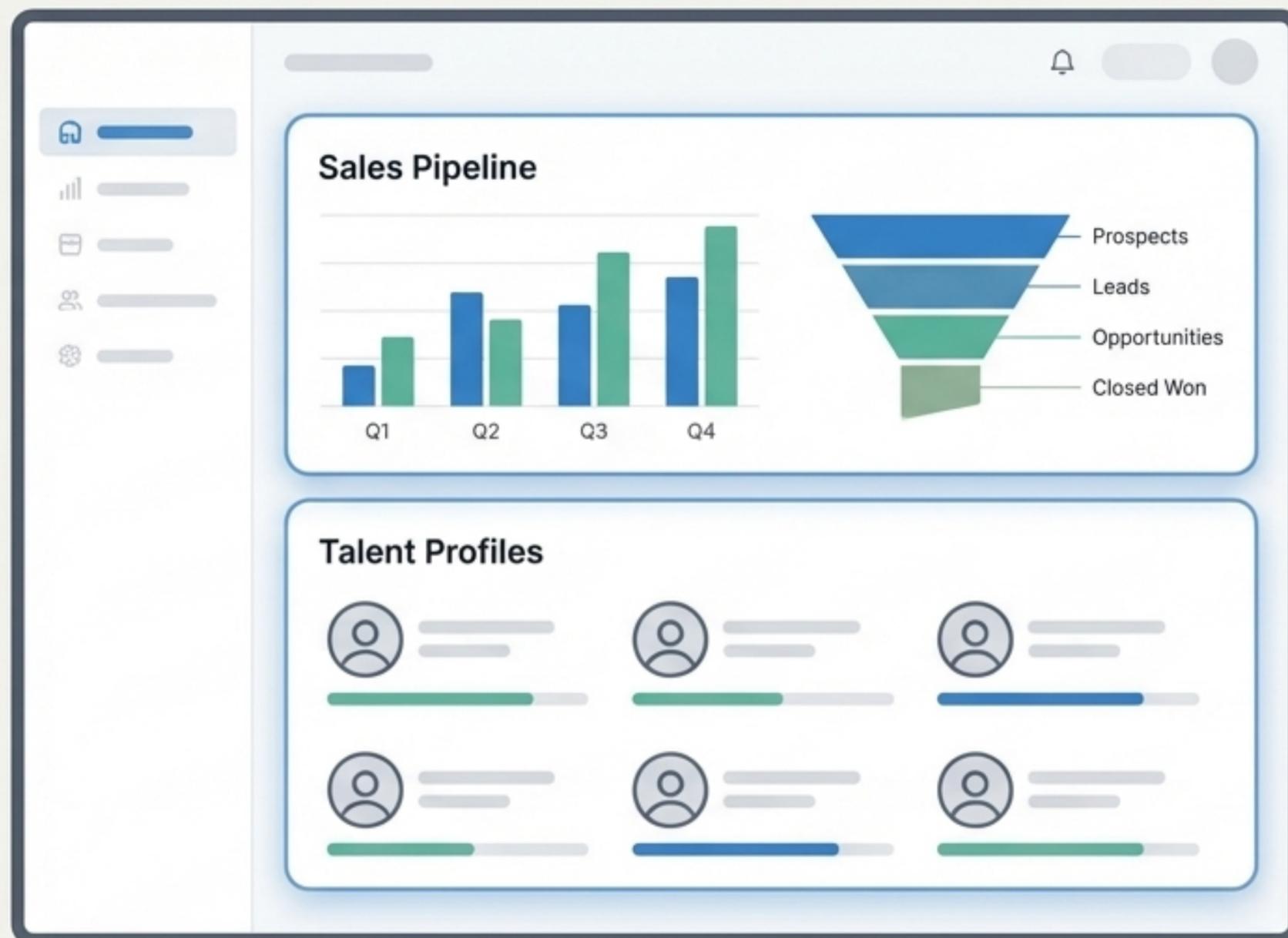
# データを「次のビジネス」へ繋ぐ

## 5) 名刺を起点とした営業支援の仕組み

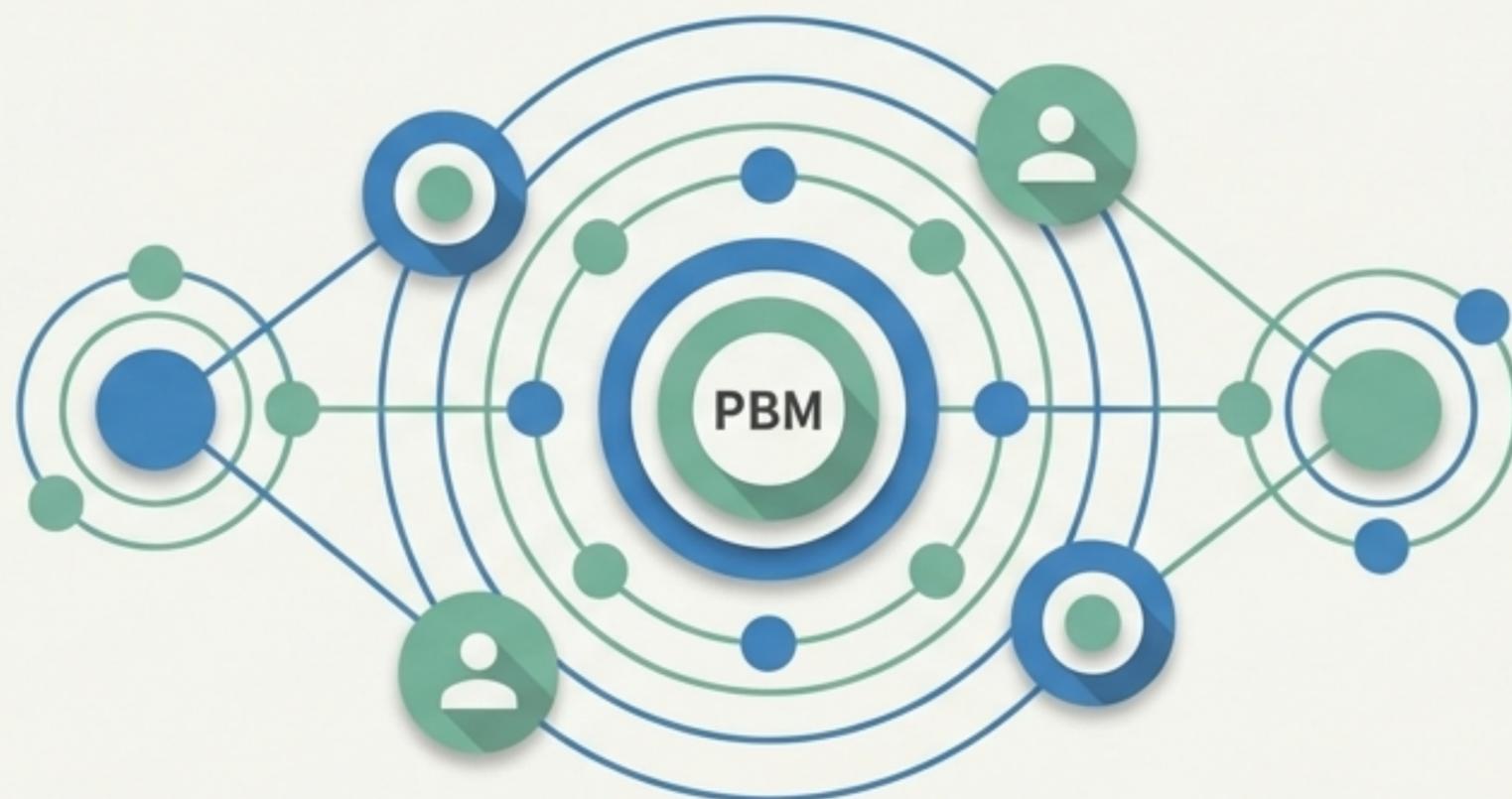
個人の人脈を組織の資産に変え、次の「ターンキー・プロジェクト」を生み出す種をまく。

## 6) タレントマネジメント

PBMのデータ連携により、誰が高収益プロジェクトを創出しているか、真の知識創造者を特定・育成する。



# プロジェクトを軸とした、カッコ良くクリエイティブな世界観



## 「プロジェクト型ビジネス = 知識創造サービス」

名刺、MA、SFA、PBM。すべてのデータを横断し、経営者向けダッシュボードを構築する。  
受身の「請負」から脱却し、自ら価値を創り出す企業だけが、これからのBtoB市場を勝ち抜く。