

新規集客・売上アップ・事業拡大に悩む経営者へ
「MBAよりも実践的」「すぐ使える」と大好評

今、**売上**を伸ばす**経営者**の**秘訣**
成果に直結する

「三方よし」 マーケティング 特別セミナー

オンライン開催
参加無料

参加経営者



後発組から
業界最大手に成長!

SBCメディカルグループ
代表 相川 佳之 氏



社員3名から
売上250億を突破!

武蔵コーポレーション
代表 大谷 義武 氏



コロナ禍でも
80店開店!

GOSSO株式会社
代表 藤田 建 氏



新規集客
200%アップ!

ROSSONERO
代表 横山 宗生 氏

本プログラムに含まれるコンテンツは、著作権によって保護されています。無断の転用、転記などの商用利用は、法律により禁じられています。基本的には、「セミナーズによると…」または、「ラーニングエッジによると…」と出典を明らかにした部分的な引用までは可能です。その他の商用利用を含むコンテンツ利用や再販売を希望する場合は、弊社までお問い合わせください。

ごあいさつ

「三方よし」マーケティング特別セミナーへようこそ！

「理念」と「利益」を両立しながら進化成長し続ける会社へ

本セミナーは、世界トップクラス、本物、本質をお届けしてきたラーニングエッジ株式会社が、自信をもってお届けするマーケティングのセミナーです。MBS(絆徳の経営スクール)と呼ばれる 3 日間の本講座の内容を凝縮しエッセンスをお届けする速習セミナーです。

MBS(絆徳の経営スクール)とは、ラーニングエッジの 20 年にわたる検証で得られた事業成長のエッセンスをもとに開発され、湘南美容クリニック相川代表をはじめとした、7 万人以上の経営者、個人事業主によって成果が実証されているマーケティング/経営講座。

Google の口コミ 1,400 件以上、☆4.9 の高評価をいただくなど、多くのビジネスリーダーに好評をいただいています。

実践的なマーケティングで中小企業が理念と利益を両立し進化成長するために必要な内容を、解決します。



ラーニングエッジ株式会社

東京都新宿区西新宿 8 丁目 4-2 野村不動産西新宿ビル4階

4.9 ★★★★★ 1,419 件のレビュー

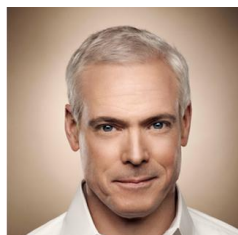


イントロダクション >

ラーニングエッジ株式会社について

ミッション: 教育を通じて人の幸せに貢献する

世界トップクラス、本物、本質的な学びを届ける、教育の流通会社



「ビジョナリー
カンパニー」著者
経営コンサルタント
ジム・コリンズ



「7つの習慣」
著者
スティーヴン・
コヴィー博士



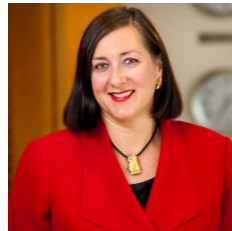
リーダーシップの権威
世界No.1コーチ
アンソニー・
ロビンズ



販売心理学の
世界的権威
ブライアン・
トレーシー



「エクセレント
カンパニー」著者
経営の神様
トム・ピーターズ



リッツカールトン
リーダーシップ
センター
ダイアナ・オレック



世界3大投資家
冒険投資家
ジム・
ロジャーズ



「金持ち父さん
貧乏父さん」著者
ロバート・
キヨサキ

【これまでの実績(一部)】

世界 No.1 コーチ、世界的指導者のメンター、アンソニー・ロビンズ氏の初来日セミナー
販売心理学の世界的な権威、「営業の神様」ブライアン・トレーシー氏の来日セミナー
「7つの習慣」著者、スティーヴン・コヴィー博士の来日セミナー
「ビジョナリーカンパニー」著者、ジム・コリンズ氏の日本初セミナー
「エクセレントカンパニー」著者、トム・ピーターズの来日セミナー
リッツカールトン、ダイアナ・オレック氏のホスピタリティ研修
世界3大投資家として著名なジム・ロジャーズ氏の来日セミナー
「影響力の武器」ロバート・チャルディーニ博士の日本初ビジネスセミナー
「ザ・ゴール」著者、制約理論の権威、エリヤフ・ゴールドラット博士の来日セミナー
「金持ち父さん、貧乏父さん」ロバート・キヨサキ氏の来日セミナー、など

プログラム開発者について

清水康一郎のプロフィール

ラーニングエッジ株式会社の創業者。「セミナーズ」の総合プロデューサー。ビジネス雑誌 Forbes のオフィシャルコラムニスト。「社長の教養」の主催者。「絆徳経営」、「集客フォーミュラ ($\Sigma CR \times V$)」、「マーケティング α と β 」、「FFMB モデル」、「プロダクトスフィア」、「ICCC」、「DPAS」、「円形欲求モデル」、「タイムリバーサル」、「W-PDCA」などの数多くの経営理論を提唱。日本人の経済教育、歴史教育、道徳教育をライフワークとして力を注いでいる。

1998 年、慶應義塾大学理工学部卒業後、人材業界のベンチャー企業に入社。2000 年、外資系コンサルティング会社に入社した後、2003 年会社を設立。「精神的にも経済的にも豊かな日本を作り上げたい」という思いから、業界最大のポータルサイト「セミナーズ」を立ち上げたほか、MBS の開発など、「絆徳」の普及に努めている。



スティーヴ・ウォズニアック氏
(アップル創業者)



ジミー・ウェールズ氏
(ウィキペディア創業者)



ビズ・ストーン氏
(ツイッター創業者)



チャド・ハーリー氏
(YouTube 創業者)



アンソニー・ロビンズ氏



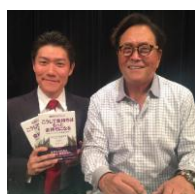
ブライアン・トレシー氏



ロバート・チャルディーニ氏



トム・ピーターズ氏



ロバート・キヨサキ氏



ダン・ケネディ氏



ジム・ロジャーズ氏



リチャード・バンドラー氏



元中華民国総統 李登輝氏

イントロダクション >

セミナーのポイント

本セミナーの中心的なテーマ：マーケティング

マーケティングとは何か？

【演習】 自己紹介

各グループで簡単な自己紹介をお願いします。

- ・ お名前、事業内容、社員数など
- ・ 本日聞いてみたいことなど



**グループシェアで意識の高い経営者、ビジネスリーダーと出会える
有名企業経営者、幹部、ドクター、など著名人と交流**

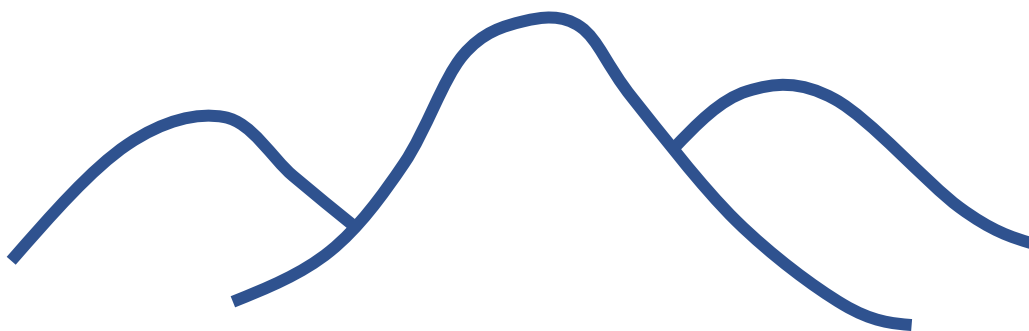
体系立てられたマーケティング 5 つのステップ

販売促進の 4 つの領域

1. 戦略 Strategy
2. _____ Tactics
3. 宣伝 Advertisement
4. _____ Experience

新しいマーケティングの哲学

5. 絆徳哲学(ばんとくてつがく)



絆徳とは何か？

あなたが、相手に_____を

することによって、

ずっと一緒にいられる関係性

(心がつながっている状態)



相手は、_____で、何を_____いるのか？

絆徳経営とは何か？

理念・社会性と、経済合理性を矛盾なく両立させる経営



5 ステップ > 戦略 > 3C 分析

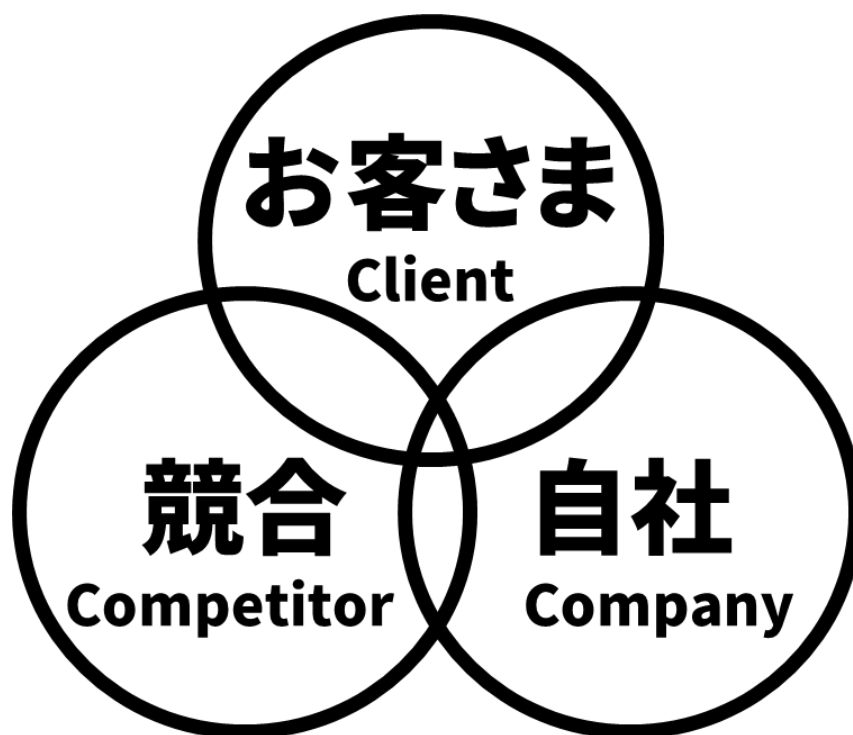
実践するための具体的な事例

CASE

差別化のための戦略

3C分析（サンシーぶんせき）

3 つの質問への答えを言語化する



CASE

湘南美容クリニック



事例 >

具体的な実践のヒント

どうしたら、絆を結び成果をあげられるのか？

成果ができる人3つの理由

① _____にすぐやる。

(「知っている」は危険、迷わずに即やる)

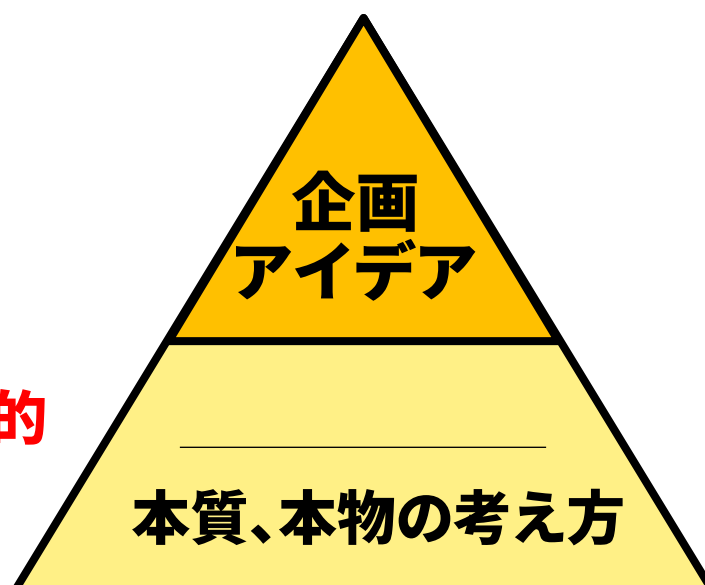
② 良い _____を持っている

③ _____やるか、を学ぶ。

**「考え方」(原理原則)を身につければ
アイデアなどいくらでも生み出せる!**

・短期的施策

・普遍性、長期的



リスクリバーサル

一般的にリスクは購入者が負うものだが、あえて、売り手側であるあなたが
負う_____と哲学

MBS1とは？

最強のマーケティング集中講座と呼ばれる 3 日間の経営者・経営幹部向け研修講座。
あなたの会社に本質的なマーケティングを導入できる研修講座。CEO、COO、CMO 等の
経営幹部、そして優秀なマーケターに求められる必要なスキルを短期間で習得し、お客
さまに喜ばれながら、収益をあげるための「経営の言語化」を行う。

世界トップクラスのマーケティングを初心者にも分かるように体系化したマーケティングの
集大成ともいえる講座です。

すぐに取り組み、結果を出せる刺激的な内容を学べます。これまでに 70,138 人※の
経営者、起業家、個人事業主、ビジネスパーソンに提供し、効果を検証済みの内容で
す。

※ 2024 年 11 月末時点の累計受講者数。

単なる理論ではなく、現実的な成果に向けた実践的な内容を、ゲームや各種の演習を
活用して楽しく学ぶことができます。



MBS1 経営の言語化

マーケティング基礎編【3日間】

うまくいく原理原則を手に入れて、収益をあげる

1. 哲学 ばんとく 絆徳哲学、新しい時代の経営哲学を知る

マーケティングの 4P と 4C

絆徳哲学、絆徳経営、IKIGAI

2. 戦略 戦略を構想する

戦略の言語化

ビジネスマップ（「現在地」の理解）

プロダクトライフサイクル、コーポレートライフサイクル、

人間理解、DPAS、パーソナルな SWOT 分析

コンパス（「ゴール」と「道のり」の理解）

何が正しいのか、どこに行きたいのか

経営課題の 5 次元と、課題の言語化

プロダクト（商品戦略）

ポジショニング(孫子の兵法)、3C 分析、フロントバック、ABC 理論

ビジネスモデル（事業戦略）

3. 戦術 戦術で前に進む

販売プロセスの言語化

セールスファネル、新規顧客獲得の 3 つの方法、4 つのタイプの見込顧客

マーケティング α と β 、FFMB モデル、ブライアン・トレーシーの販売心理学

集客の言語化

集客フォーミュラ $\Sigma CR \times V$ 、コンバージョンレート

セールスファネルを改善する方法

USP/UVP の言語化

SNS マーケティング

コラボ、ジョイントベンチャー

4. 宣伝 宣伝で広げる

ブランディング

ブランドの言語化、強いブランドの構築 3 ステップ

ストーリー、キャンペーン、見せ方アイデア、オグルヴィの法則

売上があがる 37 のアプローチ

ダイレクトメール、テレマーケティング、SNS、プロダクトローンチ

PR、ニュースレター、出版、イベントやセミナー、ウェブセミナー

YouTube、新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、など

5. 体験 顧客体験を設計する

顧客体験の言語化

喉がカラカラなのは誰か？、コラーの STP 分析と ABC 理論

感情的価値の言語化

購買の心理学、感情的価値の設計

コピーライティング(セールスレター)

ヘッドラインとボディ、先人に学ぶ、スワイプファイル

サックハイムの困った事実、売れる文章の基本設計書

感情を動かすオファー

断れないオファー、買う理由と買わない理由、FAB 分析

セールスピーチ、顧客の本音

※ 参加者の皆さまの成果を最大化させるために、
プログラムの構成は継続的に更新されており、
予告なく変更される場合があります。



お客さまの声 >



湘南美容クリニック

創業者 相川佳之さま

ラーニングエッジ社のマーケティング講座は、非常に大きな変化をもたらしました。

業績アップについては、ここ数年で、売上 20 億円程度から、1,600 億円を超えるまで、会社を成長させることができました。

会社を成長させたい企業の経営者は、是非とも導入すべきだと推奨します。



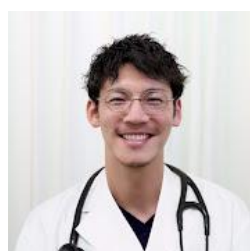
医療法人

梅華会グループ

理事長 梅岡比俊さま

3 日間現場を離れて集中講座に参加することはとてもハードルの高いことです。しかし、しっかりと学習し体に落とし込めば、その効果は一ヶ月のみならず一生身に付く価値となります。その価値が、この講座にはあります。

私自身がこの集中講座を受講し社員数・売り上げ共に2倍になり、さらに地域に貢献できる日本でも随一の医療法人グループに発展したと実感しています。この講座なくしてこの成果が無かったです。



医療法人インテグレス

理事長伊勢呂哲也さま

これまで MBA を取得しマーケティングの知識としてはあったと思います。ただ、実際の経営となると何をすればいいかわからないと思っていた時に信頼する先生の紹介で MBS1 に受講しました。

MBS のテキストを見ながら実直に実践しました。テキストはコンパスのような役割になり変な努力をしなくて済んだように思います。

成果としては売上 2 億円から 4 年で 12 億まで伸ばすことができ、スタッフも 5 名から 50 名を超えるまで成長しました。

もし、MBS を受講していなかったらどうなっていたか想像すると怖いです。

お客さまの声 >



EMP 税理士法人
代表 あべき 光司さま

クライアントさまに更なる価値を提供できないか、お役に立てないことはないか模索する中で MBS1 を受講しました。

マーケティングだけでなく、経営全体を学ぶことが出来たのが良かったです。受講後は組織作りにフォーカスし、実践することで売上は 4 年で 700%、社員数も 7 名～120 名まで成長出来ました。



株式会社セカンドマインド
代表取締役 佐々木隆之さま

売上に伸び悩んでいる中小零細企業のお客さまを目の前で見て自分に出来ることはないか、その一心で MBS1 に参加しました。

頭の中にあった理念・経営計画や戦略、戦術が言語化出来たことで、お客さまに対して売上アップの提案や質の高い情報発信もできるようになり、お客さまの成果に貢献できるようになりました。
結果として前年比売上 200%アップしました。



株式会社
ソロンコンサルティング
代表取締役 大竹泰さま

自分のサービスに自信があり起業したものの、集客に苦労し MBS1 を受講しました。受講料は安くはないですが、それに見合う価値があると思い決断しました。受講中、テキストが真っ黒になるほど 3C 分析を行い、競合との違いや自社の強みを明確に言語化できました。

さらに、MBS の受講生とのコラボにより、広告費をかけずに 500 人のセミナー集客に成功しました。また、受講中に知り合った経営者とも継続的に交流しており、意識が高い仲間と共に学べる環境が形成されたことも大変価値がありました。

一人で悩んでいる方には、MBS1 の受講を強くおすすめします。

お客さまの声 >



株式会社ライズグループ 代表
黒沢 勉さま

MBS で一番良かったのは土台の部分です。
理念や土台は自分自身追求し、大切にしたい部分でもありましたが、
そこから始まった MBS は今まで学んでいたものとは違いました。

MBS1 を受講したことで社内にマーケティングが浸透していきました。
会社のスピード感が上がりました。経営者の方筆頭に、マーケティングが分からなくてマーケティング無しに集客とか苦労している会社が沢山あると思います。経営者の方は必ず受けるというほどの価値がある講座なのでおすすめです。



センチュリー21
大分ベスト不動産
代表取締役社長 坂井史明さま

ラーニングエッジでマーケティングや経営を毎月学び続けています。
社内で、社員と共に、集中講座で頂いたマーケティングのテキストを何
度も読み返し、勉強会もしています。

おかげさまで、業績も伸びていて、九州圏のセンチュリー21 受取の総額が4年連続で第1位になりました。



株式会社 Noah
代表取締役 内山陽平さま

MBS1 では採用にフォーカスして、3C 分析を徹底的に行いました。一つ一つのマーケティング手法で「これならできそう！」「やってみよう」と思える事を実践しました。

結果社員数が1年半で12名→22名へと倍に。万年人手不足に悩まされていたのですが、今は募集をかけなくても「面接をしてほしい」「企業見学をさせてほしい」と声がかかるまでになりました。

お客さまの声 >



『やる気のスイッチ！』
累計 150 万部の
ベストセラー作家 山崎拓巳さま

今以上の結果を出すには、自分を変化させる情報が必要だと思い参加しました。

想像していた以上の内容、情報でシビレました！！ アイデア満載です。

「お金」と「時間」をこのセミナーに使わないと仮定して何に使うと人生がどう変わるのか？！と考えてみてください。受講をオススメします！！



株式会社 CITTA
代表取締役 青木千草さま

改めてマーケティングを学ぼうと思い、ラーニングエッジのセミナーに参加しました。7 年間、手帳販売を我流で行いでしたが、今までやってきたことが正しかったという確認ができました。参加後は、ひらめきやアイデアも湧いてきてます！参加者は女性も多く、「起業したてで、何をすればよいか

分からない」という方もいたので、敷居が低く、参加しやすかったです。他の経営者さんと知り合い、話せるだけでも参加の価値があると感じました。



株式会社 little amulet
株式会社 絆助
代表取締役 山口竜生さま

起業した当初は、どこで、どんな勉強をして、ビジネスモデルを構築したらいいのか、分からない…、こんな思いでした。

お客さまを創り出し続けることが、マーケティングと理解していたのですが、この絆徳セミナー(MBS1)を受けて、お客さまを創り出すことはもちろん、創り出すだけではなく、お客さまと“絆”で繋がり、数字を伸ばしていくビジネスの本質を知ることが出来ました。起業 1 年で売上 1 億円を達成できました。

お客さまの声 >

GOSSO 株式会社



代表取締役 藤田建さま

飲食店約 50 店舗、売上 45 億ぐらいの会社でしたが、コロナ禍で売上が半分になり危機的状況になっているときにラーニングエッジの学びを入れていたのが今日の良い結果に結びついています。

現在では新しいブランドがコロナ禍においても 3 年弱で 80 店舗増え、今後 100 店舗まで増えていく見込みがあります。スタッフと一緒に参加することで社内の共通言語もあり非常に進みやすく、成果も上がります。弊社では上位役職者 30 名ほど受講しています。



株式会社てっぺん

取締役会長

NPO 法人居酒屋 甲子園設立者

大嶋啓介さま

マーケティングを学ぶのは初めてだったので、今後の講演事業のビジョン実現に役に立てたいと思い参加させていただきました。結果、最高に学びになりました。いかに今まで勿体ないことをしてきたか、がよくわかりました。会社の業績が確実に変わると確信したため、まずは一度、受講されることを強く薦めたいです。



株式会社セブンイノベーション

代表 澤田州平さま

新ブランド尾立ち上げたものの、オープン時から赤字続きでした。

そんな中、MBS1 で学んだ内容、特に SNS マーケティング 12 の視点を実践した結果、たった 2 か月半で黒字に転換しました。

「売上・利益がなかなかでない」その壁を突破することが出来ました。

お客さまの声 >



株式会社ブレイシング
代表取締役 栗山健さま

「売上に直結するような学び、現場で出来ることは何かないかな」とマーケティング不足を感じていた時に MBS を知り、参加しました。マーケティングのセミナーと聞いていたのでテクニカルな部分だけかと思ったら、それだけでなく三方よしの考え方が土台にあることに共感しました。経営者として売上だけでなく社員を幸せにすること、患者さんを幸せにすること、三方よしの実現できてこそ経営が持続していくことを感じています。受講後 1 年たった時、コロナの第一波が来ましたが、学んでいたおかげで戻りが早く前年よりも売り上げを伸ばすことができ前期は過去最高益となりました。



(株)Comrade
代表取締役 大瀧勇也さま

専門領域の治療技術だけ学んでいれば、自然にお客さまは増えると思っていました。しかし、当時売上がいいわけでもなく体験セミナーを聞いて「これしか私にはないな」という思いで MBS1 に申し込みました。受講後は「これをもっと早く学びたかったな」と思いました。5 年くらい早く学んでいたら、どれくらい業績伸びていたんだろうという風に思いました。チラシの反応率がアップし 1 ヶ月で 100 名の新規集客ができました。サブスク制度も確立でき売上は 1 年で 1.5 倍になりました。



(株)天使のたまご
代表取締役社長 藤原亜季さま

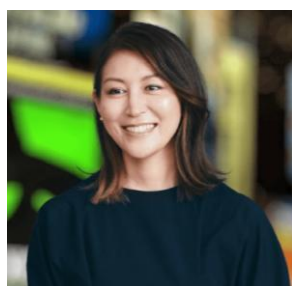
今までは「社長の感覚」だけでやっていましたが、10 年過ぎた頃、感覚だけでは次のステージに行けないと思いラーニングエッジで経営を学びました。ずっと知りたかったことがたった 3 日間の MBS でわかりやすく論理的に体系立てて仕組みを学ぶことができることに衝撃を受けました。感覚が言語化されることで社員にもわかるように伝えることができ、感覚だけでは超えなかった壁を越え次のステージが見えるようになりました。

お客さまの声 >



株式会社フロンティアエデュケーショナルパートナー
家庭教師のトライ FC 加盟校
代表取締役 鈴木美由紀さま

3年連続で講習売上全国1位を獲得できたのはラーニングエッジのおかげです！塾での指導経験はあったものの、経営/マーケティング/マネジメントなどについては無知のなかでスタート。そんななか、知人に強く薦められてラーニングエッジでマーケティングを学ぶことに。学んだことを実践しただけで、全校の平均の倍以上を集客でき、また単価も上がり、学んだ翌年から、3年連続で講習売上全国1位になりました！特に意識したのは、戦略部分です受講後も、テキストを何度も読み返し、学んだマーケティング用語一つ一つの意味を腑に落とし愚直にやり続けたことが、成果に繋がったのだと思います。



78WORKS(株)
代表取締役 小島亜衣子さま

建築業界で相見積もりや下請け工事が多く、将来の売上見込みが立たず不安でした。安価な受注と夜勤で忙しい毎日でしたが、給料は上がらず、ミスやクレームが増え、スタッフとの関係も悪化していました。MBS1を受講し、「もっと早く出会いたかった」が一番です。成果として、1年で売上が2倍になり、働く幸せを感じ、スタッフとの関係も改善され、経営が楽になりました。継続して学ぶことで2年目には労働時間が減り、一人当たりの生産性が1.6倍になりました。



株式会社タオトンヴィラ
代表取締役 呉羽みわ子さま

フォトスタジオをオープンしたものの、1年半なかなかお客さまが来ず、どうしたらいいものかやり方が全くわかっていませんでした。薫にもすがる思いで、MBSを受講したところ、3C分析や販売システムなど、マーケティングの基本を理解することができ、自分に足りない視点がよく分かりました。具体的に何をしたらいいのかが明確になり、それもお金をかけずに取り組めることばかりで、目から鱗でした。成果としては新規顧客の集客に加えて、リピート率は70%、毎年のように記念日に撮影に来られる方もいらっしゃいます。顧客視点で考えていくことで、お客さまに喜ばれながらスタジオ運営をすることができています。

2025 年 5 月 12 日初版発行

発行 ラーニングエッジ株式会社

お問合せ 絆徳の経営スクール 事務局

本テキストの個別販売はしていません



