

報道関係各位

2025 年 10 月 30 日
株式会社 Groovement

【コンサルティング活用実態調査】成功の鍵は「脱・丸投げ」 企業側の”主体的関与”でプロジェクト満足度が3倍以上に

プロフェッショナルの新たな挑戦を支援する Groovement(本社：東京都渋谷区、代表取締役：浴野真志)は、企業におけるコンサルティングサービスの活用状況を把握するため、「コンサルティング活用実態調査」を実施しました。

「コンサルティング活用実態調査」の結果、プロジェクトの成果はコンサルティング会社への「丸投げ」をやめ、企業側が主体的に関与することで大きく向上することが明らかになりました。

プロジェクトへの関与度が低い企業の満足度が 14%にとどまる一方、主体的に関与した企業の満足度は 47%と 3 倍以上の差が見られ、コンサルティングを成功に導くためには発注企業自身の姿勢が重要であることが示唆されました。



Groovement独自調査

【コンサルティング活用実態調査】

成功の鍵は「脱・丸投げ」
企業側の”主体的関与”でプロジェクト満足度が3倍以上に

■コンサルティング活用実態調査の目的

現代の複雑で変化の激しいビジネス環境において、専門的な知見を持つコンサルティング会社の活用は、企業が競争優位性を確立し持続的な成長を遂げるための重要な経営戦略の一つとなっています。

しかし、その活用が必ずしも期待通りの成果に結びついていないケースも少なくありません。

発注金額に見合った効果が得られない、アウトプットの質に満足できないといった課題の声も聞かれます。

本調査は、企業におけるコンサルティング活用の実態を多角的に把握し、プロジェクトの成功と失敗を分ける要因を明らかにすることを目的としています。

特に、発注元である「企業側の関与」が

プロジェクトの成果に与える影響を分析することで、企業がコンサルティングをより効果的に活用し、投資対効果を最大化するための具体的な示唆を提供します。

※データのダウンロードは[こちら](#)から

※データの引用・転載について

本リリースの自社調査結果・画像をご使用いただく場合は、引用元として「Strategy Consultant Bank」(<https://strategyconsultant-bank.com/>)「IT Consultant Bank」(<https://itconsultant-bank.com/>)へのリンク設置をお願いいたします。

■「Strategy Consultant Bank (SCB) / IT Consultant Bank (ICB)」について

弊社の提供する「Strategy Consultant Bank (SCB)」は、厳しい審査を通過して厳選されたフリーランスの経営コンサルタントと、経営コンサルタントを活用したい企業をつなぐマッチングサービスです。

招待制を軸としつつ、主に外資系コンサルティングファームでのご経歴がある方にご登録いただいています。

また、姉妹サービスである「IT Consultant Bank (ICB)」は、フリーランスのIT・SAPコンサルタントと企業をつなぐマッチングサービスです。

大手のITコンサルファームやSIer出身の優秀なコンサルタントが多数在籍しており、IT戦略策定、設計、DX伴走、実装・運用支援といった幅広い領域でご支援させていただきます。

■コンサルティング活用実態調査エグゼクティブサマリー

企業におけるコンサルティング活用の実態調査の結果、プロジェクトの成功には企業側の「主体的な関与」が重要であることが示唆されました。

1. コンサルティング会社の発注実態

- 直近1年間で発注されたプロジェクトのテーマは「戦略」が最も多く(41件)、期間は「3ヶ月～6ヶ月未満」(57件)、発注金額は「2,000～3,000万円未満」(26%)が最多。
- コンサルティング会社として最も多く名前が挙がったのは「アクセンチュア」(43人)、次いで「デロイトトーマツ」(26人)、「野村総合研究所」(21人)。

2. 発注時の期待と成果のギャップ

- 発注を決定する際に最も重視する項目は「品質が高い」(49件)である一方、実際の成果に対しては28%が期待とのギャップを感じている。(「非常にギャップがあった」9%、「ややギャップがあった」19%)
- 課題としては、「提案内容とアウトプットにギャップがあった」(23件)、「コンサルタントの自社や業界への理解が浅かった」(22件)といった「質」に関する項目が多く挙げられた。

3. 成功の鍵は「脱・丸投げ」

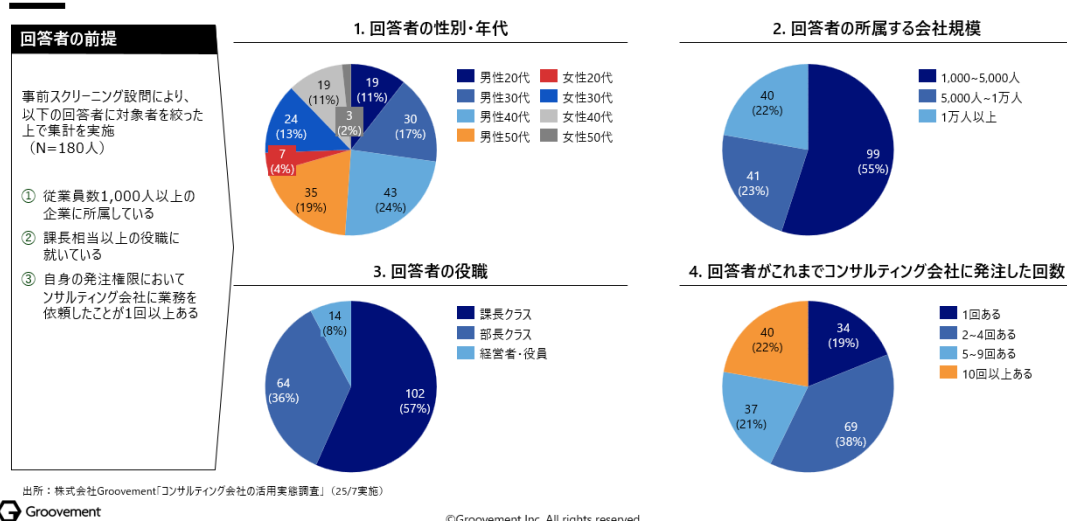
- プロジェクト推進時の自社の関わり方について、「コンサルにほぼ任せきりだった」(8%)、「定例会で必要な意思決定や確認のみ行った」(24%)を合わせると、約3割の企業がプロジェクトへの関与度が低い状態にあることが分かった。
- プロジェクトへの関与度と満足度には明確な相関関係が見られ、自社の関与度が高いグループの満足度(47%)は、関与度が低いグループの満足度(14%)の3倍以上という結果になった。

プロジェクトの成功確率を高めるためには、企業側が主体性を持ち、コンサルタントと密に連携してプロジェクトを推進する「脱・丸投げ」の姿勢が重要と言えます。

■回答者のプロフィール

回答者のプロフィール

事前スクリーニングによって抽出した下記の対象者を中心に調査を実施した



5

本調査は、従業員 1,000 名以上の大企業に所属し、自身の権限でコンサルティング会社への発注経験を持つ課長相当職以上の 180 名を対象としました。

■コンサルティング会社として最も多く思い浮かぶ会社は

回答結果

コンサルティング会社として最も多く思い浮かぶ会社は「アクセンチュア」

コンサルティング会社の純粋想起ランキング (N=180人)

*Q.「コンサルティング会社」と言えば、どこを思い浮かべますか？最大5つまでお答えください。※特に何も思い浮かばない場合は、「なし」とお答えください。

順位	コンサルティング会社名	回答人数
1	アクセンチュア	43
2	デロイトトーマツ	26
3	野村総合研究所	21
4	ボストン コンサルティング グループ	20
5	マッキンゼー・アンド・カンパニー	18
6	PwC	10
7	アビームコンサルティング	9
8	EY	6
9	バイカレント	5
10	KPMG	4
11	その他	32
12	特になし	78

出所：株式会社Groovement「コンサルティング会社の活用実態調査」(25/7実施)

©Groovement Inc. All rights reserved.

7

コンサルティング会社と聞いて最初に思い浮かぶ会社を尋ねたところ、「アクセンチュア」が43人で最も多く突出する結果となりました。

このほか「デロイトトーマツ」、「PwC」、「アビームコンサルティング」など、総合系コンサルティングファームが企業の認知度において多く名前が上がる結果となりました。

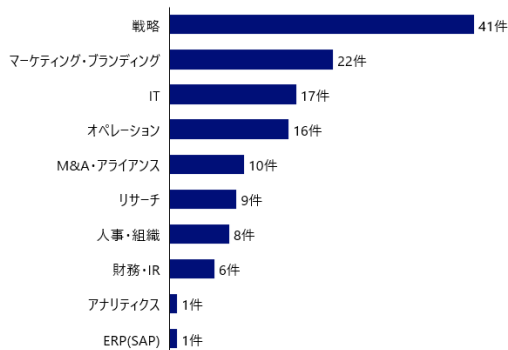
■直近1年以内に発注したプロジェクトのテーマと期間は

回答結果

直近1年以内に発注したプロジェクトは、「戦略プロジェクト」で、「3~6か月」で実施したものが多い

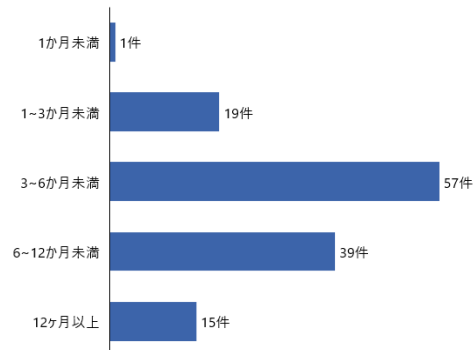
直近1年間で発注したプロジェクトの「テーマ」(N=131人)

※Q.「プロジェクトのテーマ」として、最もあてはまるものを1つだけお答えください。



直近1年間で発注したプロジェクトの「期間」(N=131人)

※Q.「プロジェクトの期間」として、最もあてはまるものを1つだけお答えください。



直近1年以内に発注したプロジェクトのテーマでは、「戦略」(41件)が最も多く、次いで「マーケティング・ブランディング」(22件)、「IT」(17件)となりました。

「戦略」関連のプロジェクトが他を大きく引き離して最多であることから、企業がコンサルティング会社に求める最大の役割は、依然として全社的な経営戦略や事業戦略の策定といった、経営の根幹に関わる部分であることがわかります。

市場の変化に対応するためのニーズが非常に強いと考えられます。

プロジェクト期間は「3ヶ月~6ヶ月未満」(57件)が最多で、「6ヶ月~12ヶ月未満」(39件)、「12ヶ月以上」(15件)など、中長期にわたるプロジェクトが多く見られました。

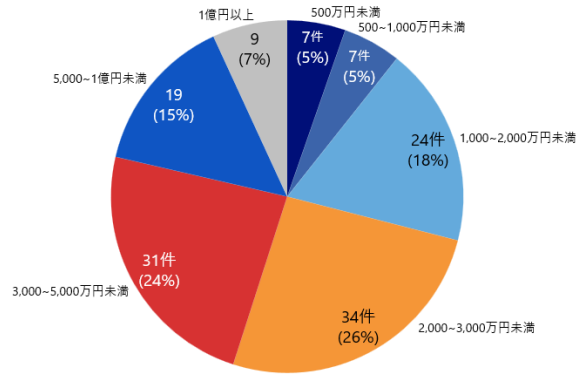
■直近1年間で発注したプロジェクトの「発注金額」は

回答結果

直近1年以内に発注したプロジェクトは、「2,000～3,000万円未満」が最も多く、全体の26%を占めている

直近1年間で発注したプロジェクトの「発注金額」(N=131人)

“Q.「プロジェクトの発注金額」として、最もあてはまるものを1つだけお答えください。”



出所：株式会社Groovement「コンサルティング会社の活用実態調査」(25/7実施)
Groovement

©Groovement Inc. All rights reserved.

9

直近1年以内にコンサルティング会社に発注した金額は、「2,000万円～3,000万円未満」(26%)が最も多いボリュームゾーンでした。

次いで「3,000万円～5,000万円未満」(24%)、「1,000万円～2,000万円未満」(18%)と続き、企業が発注するプロジェクトの半数以上が、年間2,000万円を超える大規模なものであることがわかりました。

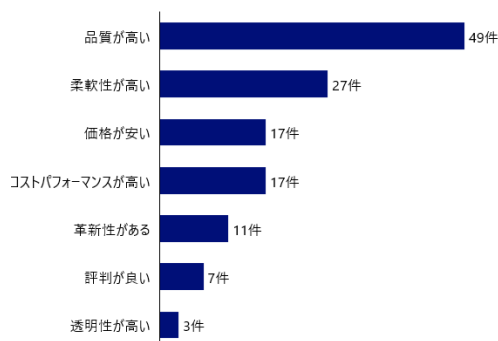
■発注を決定する際に重視したことと期待値と成果に対するギャップ

回答結果

発注時に「質」を最も重視するものの、期待通りの成果を産み出す結果にはなりにくい

発注を決定する際に重視した項目 (N=131人)

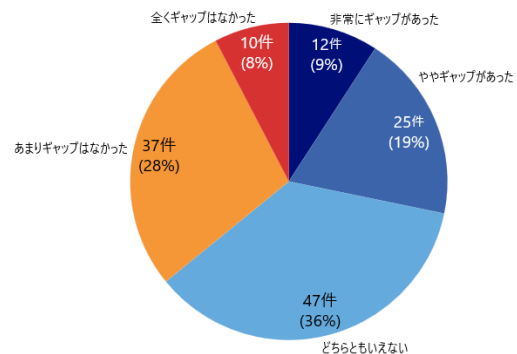
“Q.コンサルティング会社への「発注を意思決定する際に重視した項目」はどれですか？最もあてはまるものをお答えください。”



出所：株式会社Groovement「コンサルティング会社の活用実態調査」(25/7実施)
Groovement

期待値と成果に対するギャップ (N=131人)

“Q.発注先のコンサルティング会社に対する「期待値と成果に対するギャップ」として、あてはまるものはどれですか？最もあてはまるものをお答えください。”



©Groovement Inc. All rights reserved.

10

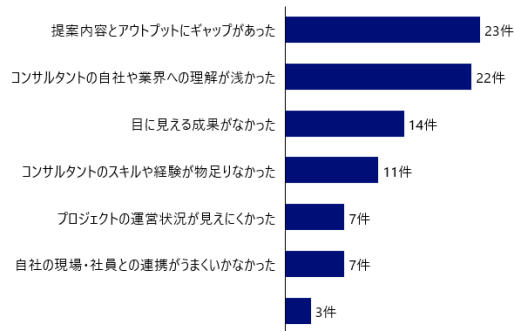
■課題に感じた(物足りなかった)項目、プロジェクトを推進した際の「自社の関わり方」

回答結果

「質」に関する課題指摘が多いものの、実働はコンサルに任せきりのプロジェクトが多い

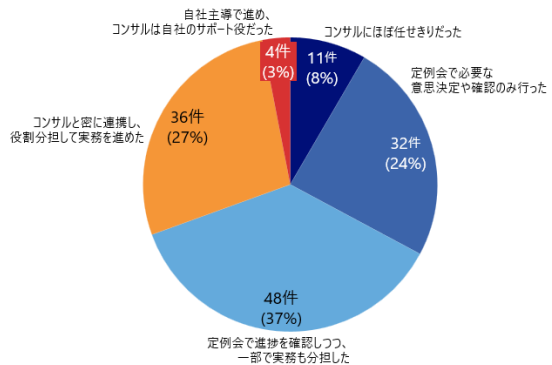
課題に感じた（物足りなかった）項目（N=84人）

(*期待値と成果に対するギャップに「どちらともいえない」未満の回答者のみ)
*Q.発注先のコンサルティング会社が実際にプロジェクトを推進した際に、「課題に感じた（物足りなかった）項目」はどれですか？最もあてはまるものをお答えください。



プロジェクトを推進した際の「自社の関わり方」（N=131人）

*Q.発注先のコンサルティング会社が実際にプロジェクトを推進した際の「自社の関わり方」として、最もあてはまるものを1つだけお答えください。



出所：株式会社Groovement「コンサルティング会社の活用実態調査」（25/7実施）
Groovement

©Groovement Inc. All rights reserved.

11

発注先を選定する際に最も重視した項目は「品質が高い」（49件）、「柔軟性が高い」（27件）でした。

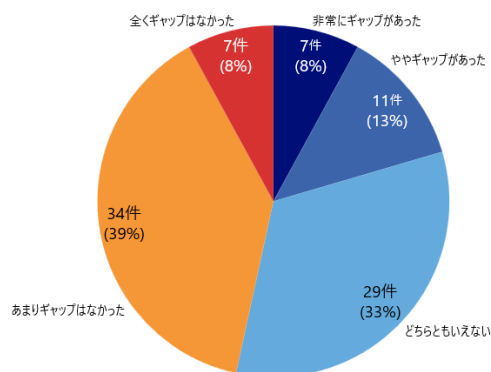
一方で、プロジェクト完了後に課題として感じた(物足りなかった)項目を尋ねると、「提案内容とアウトプットにギャップがあった」（23件）、次いで「コンサルタントの自社や業界への理解が浅かった」（22件）、「目に見える成果がなかった」（14件）となりました。企業は高い専門性を求めて高額な投資を行うものの、そのコストに見合うだけの成果や対応が得られていないという期待と現実のギャップが浮き彫りになりました。

■プロジェクトへの主体性と満足度は相関しており、自社関与度が高い企業の満足度は低関与企業の3倍以上。すなわち、プロジェクト失敗は「コンサルへの”丸投げ”」が要因と見える

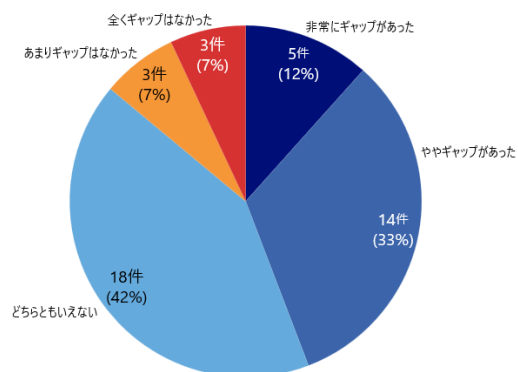
回答結果(クロス集計)

プロジェクトへの主体性と満足度は相関しており、自社関与度が高い企業の満足度は低関与企業の3倍以上。
すなわち、プロジェクト失敗は「コンサルへの”丸投げ”」が要因と見える

プロジェクトへの「高関与」グループの満足度 (N=88人)



プロジェクトへの「低関与」グループの満足度 (N=43人)



出所：株式会社Groovement「コンサルティング会社の活用実態調査」（25/7実施）
Groovement

©Groovement Inc. All rights reserved.

12

プロジェクトの推進方法と満足度の関係を分析したところ、企業の関与度が満足度に決定的な影響を与えることが明らかになりました。

コンサルティング会社主導で進めたプロジェクト(いわゆる”丸投げ”)で「満足」と回答した割合が14%だったのに対し、自社が主導して進めたプロジェクトでは47%と、その差は3倍以上に達しました。

この結果は、企業がプロジェクトのオーナーシップを持ち、主体的に関与することが成功の最大の鍵であり、「コンサルに任せきり」の状態がプロジェクトの失敗を招く大きな要因であることを強く示唆しています。

■今後の展望

本調査により、コンサルティング活用の成果は、企業側の「主体性」に大きく左右されるという実態が明らかになりました。

今、企業とコンサルタントの関係は、単なる「発注者」と「受注者」という従来の関係から、共に事業目標を追求する「共創パートナー」へと進化する転換期を迎えています。

私たちはこの新しい関係性を戦略提案にとどまらず、実行支援を通じて成果にコミットし、最終的にはクライアントの自走化(内製化)までを支援する「コンサルティング 4.0」と定義しています。

今後は、企業側が「脱・丸投げ」の姿勢でプロジェクトの当事者となり、コンサルタントが持つ専門知見やノウハウを積極的に吸収・内製化していく動きが加速するでしょう。同時にコンサルタントにも、顧客の組織能力向上までを見据えたより本質的な価値提供が求められます。

企業とコンサルタントが我々の提唱する「コンサルティング 4.0」の思想に基づいたパートナーシップを築くことこそが、不確実性の高い時代において企業の変革を成功させ、日本の産業全体の競争力強化に繋がるものと確信しています。

■代表取締役 浴野 真志 コメント

多くの企業が変革の必要性を感じながらも、コンサルティングを十分に活かしきれていない現状に、私たちは強い問題意識を持っていました。

その根幹にある課題を明らかにすべく、本調査を実施いたしました。

結果は、私たちが常々提唱してきたことの重要性を裏付けるものでした。

それは、「プロジェクトの成果は、外部の専門家の力だけでなく発注元である企業自身の熱量と当事者意識によって決まる」という事実です。

この調査で明らかになった「脱・丸投げ」の先にある理想的な関係こそ、私たちが掲げる「コンサルティング 4.0」です。

これは、コンサルタントが一方的に答えを示すのではなくクライアントと一体となって汗を流し、実行を支援し、最終的にはその組織にノウハウが定着し自走できる状態をゴールとするという新しいコンサルティングの在り方です。

今回の調査結果が、企業の皆様にとって、コンサルティング会社との向き合い方を見つめ直す一助となれば幸いです。

株式会社 Groovement は、これからも「コンサルティング 4.0」を体現するパートナーとして、日本企業の持続的な成長と変革を全力で支援してまいります。

<コンサルティング活用実態調査の概要>

1. 調査目的：

- コンサルティング会社を活用する企業の視点から、コンサルティング会社を取り巻く環境や企業の活用実態を明らかにする。特に、発注時の KBF ならびに満足度について、企業のプロジェクトへの関与度合いを比較することで特徴を明らかにする。

2. 調査主体：株式会社 Groovement

3. 調査手法：インターネットリサーチ

4. 調査期間：スクリーニング調査：2025 年 7 月 18 日(金)～7 月 19 日(土)、 本調査：2025 年 7 月 22 日(火)～7 月 30 日(水)

5. スクリーニング調査：

- 以下の対象者を中心に 10,000 名の回答を回収
 1. 20 歳～59 歳男女
 2. 首都圏(東京、神奈川、千葉、埼玉)在住
- そのうち下記の該当者を本調査の対象とした
 1. 所属企業の従業員数が 1,000 人以上
 2. 役職が課長相当以上(経営者・役員、部長クラス、課長クラス)
 3. 過去に自身の発注権限にてコンサルティング会社に発注した経験が 1 回以上ある

6. 本調査：

- スクリーニング調査にて抽出した対象者 180 名に対して、下記項目の回答を回収
 1. コンサルティング会社の純粋想起
 2. 直近 1 年間に発注したプロジェクトの概要(テーマ、期間、予算)
 3. コンサルティング会社に依頼するにあたって重視したポイントと満足度合い
 4. コンサルティング会社に依頼したプロジェクトへの自社の関与度合い

<株式会社 Groovement について>

会社名：株式会社 Groovement

代表取締役：浴野 真志

住所：東京都渋谷区神南 1 丁目 23-14

設立：2021 年 2 月

事業内容：

1. フリーランスコンサルタント向けの案件紹介マッチングサービスの運営
 - ・ Strategy Consultant Bank：<https://strategyconsultant-bank.com/>
 - ・ IT Consultant Bank：<https://itconsultant-bank.com/>
2. 経営コンサルティングサービスの提供
 - ・ Groovement Consulting：<https://consulting.groove-ment.com/>
3. 法人向け研修サービスの提供
 - ・ Pro Essence：<https://pro-essence-training.com/>

会社 HP：<https://groove-ment.com/>

■お問い合わせ先

広報担当

Tel：03-4500-1800

E-mail：info@groove-ment.com