

この難局は長期戦
加速度的に環境は変わる 変革を急げ!!

50社
限定

— 第5期 —

新しい時代の 社長学

全員経営による企業価値の最大化と経営戦略の策定と実践

新しい時代の社長学は、
『イノベーションを通して成功企業をつくる』ためのプログラムです。
有識者や実務経営者による講義や質疑応答、壁を打ち破る会議の
実践などを通して、経営資源の最大化と企業価値の統合を図ります。

企業は必ずビジョンどおり、社長の力量どおりになります。
だからこそ、激変の時代は、常日頃学び続けている企業にとって
大きなチャンスなのです。

永続する条件を備えてこそ企業は成功を遂げます。
どうぞ奮ってご参加ください。

村尾 謙次

NISSOKENグループ
パートナーコンサルタント

田舞 徳太郎

NISSOKENグループ 代表

末武 弘稔

NISSOKEN 専務取締役

松原 誠

NISSOKEN 取締役会長
カスタマーサクセス本部長

古永 泰夫

NISSOKEN 取締役
経営コンサルティング 主任研究員
中小企業診断士

杵渕 隆

NISSOKENグループ
パートナーコンサルタント

イノベーションを巻き起こし コロナ禍を乗り越える

なぜ今、『新しい時代の社長学』なのか？

「全員経営」体制の確立を急ぐ！

競争優位戦略の再構築

「壁を打ち破る会議」による
幹部の戦略思考の育成

企業価値を最大化する
トータル経営戦略の策定

機動的な「全員経営」の
組織づくり

ハードルを上げなければ、真の革新は得られない！

スペシャル講師による講演

(講演順)

第2講

かわ かみ まさ なお

川上 昌直 氏

兵庫県立大学 国際商経学部 教授

博士(経営学)。1974年大阪生まれ。2001年福島大学経済学部助教授などを経て、2012年より兵庫県立大学教授。「現場で使えるビジネスモデル」を体系づけ、実際の企業で「臨床」までを行う実践派の経営学者。初の単独著書『ビジネスモデルのグランドデザイン』(中央経済社)は、経営コンサルティングの規範的研究であるとして第41回日本公認会計士協会・学術賞(MCS賞)を受賞。その他の著書に『マネタイズ戦略』(ダイヤモンド社)『つながりの創りかた』『収益多様化の戦略』(東洋経済新報社)など多数。

第4講

の なか いく じ ろう

野中 郁次郎 氏

一橋大学 名誉教授

1935年東京都生まれ。一橋大学名誉教授・中小企業大学校総長。早稲田大学政経学部卒業。米カリフォルニア大学バークレー校経営大学院にてPh.Dを取得。知識経営の生みの親として知られる。2002年、紫綬褒章受章。17年、カリフォルニア大学バークレー校より大学最高賞の生涯功績賞を授与。主著に『失敗の本質』『知識創造企業』(各共著)など。近著に『野性の経営 極限のリーダーシップが未来を変える』(共著/KADOKAWA)など。

第3講

きし もと よし ゆき

岸本 義之 氏

武庫川女子大学 経営学部経営学科 教授

30年以上にわたり、マッキンゼー、ブーズ・アレン等で、金融・サービス・自動車・消費財・小売などの業界のマーケティング領域のコンサルティングに多く従事。金融機関に対してはリスク管理とマーケティング、サービス産業においては顧客リレーションシップ管理、自動車産業においては顧客行動の理解に基づく施策管理、消費財・小売においてはマーケティングROIの改善などを実践。武庫川女子大学経営学部には設置準備から参画。著書に『メディア・マーケティング進化論』(PHP研究所)、『金融マーケティング戦略』(ダイヤモンド社)など

第10講

さ とう みつる

佐藤 満 氏

株式会社佐藤満 国際経営・農業研究所 代表取締役社長

1967年大学卒業後、一年半の世界旅行で約40か国を放浪。1973年31歳で本田技研工業に途中入社後、すぐにブラジル勤務。中近東部勤務を経て42歳でホンダカーズ・タイランド社長。経営を実践で学び、タイでのホンダの乗用車シェアを5年で2.5%から22%に向上、タイ王国「経営者協会最優秀マーケティング賞」を受賞。その後ホンダからVW AUDi 日本へ社長で転進。また、VW AUDiの販売台数を1993年の2万5千台から1996年の6万台にさせるとともに、1995年にはVWを5年ぶりに輸入車No.1の地位に復活させる。2002年に日本GMを退社。(株)佐藤満国際経営・農業研究所を設立し、社長に就任。

業績の良い会社はさらに業績が良くなり、 業績の悪い会社はさらに業績が悪化する厳しい時代

『新しい時代の社長学』を導入された企業様の声

ゼオライト株式会社様にお聞きしました！



代表取締役社長
嶋村 謙志 様
設備工事業
(福岡県)

1. 新しい時代の社長学を導入されたきっかけを教えてください。
「新しい時代の社長学」に参加する以前の我が社には大きな課題が2つありました。1つ目は事業承継です。創業者ご夫妻が50年間牽引してきた組織をいかに引き継いでいくのか。2つ目は収益性の改善です。増収を続けていましたが、経常利益率は5%程でした。現場で頑張る社員さんに還元できる会社にするためには収益性の改善が不可欠でした。「新しい時代の社長学」の案内に触れ、この2つの課題を解決できるのではと思い、幹部を含めた3名で参加しました。

2. どのような学びや効果がありましたか？

初年度から4期連続で幹部と共に参加していますが、経営者、経営幹部としての戦略思考が養われていることを実感

しています。

2年前に創業者が他界しましたが、第2創業期を乗り越えることができました。また、コロナ禍の中でも素早く戦略を見直し実行することで、経常利益率10%を達成し、過去最高益を計上することができました。弊社は創業者の技術力と商品開発で成長してきましたが、幹部の考える力が養われたことで社員からの商品開発ができたことは大きな成果です。

3. 数あるプログラムの中で特にお勧めは何ですか？

毎回、著名な先生の講演を通し、視野が広がり、思考力が養われます。

第3期、第4期の特別講演のサントリーさんの商品開発に関する話は、同じメーカーとしてとても大きな学びとなっています。

株式会社ゼンリン東海様にお聞きしました！



取締役社長
前田 浩晃 様
工務店マーケティング
(静岡県)

1. 新しい時代の社長学を導入されたきっかけを教えてください。
今まで、トップ層のみで中期的計画やビジョンを共有していたため、ミドル層との経営知識や経営思考・顧客思考のギャップが課題でした。自社とお客様の課題解決を行い、今まで以上に貢献していくためには、全社が一枚岩となっていくことが必要だと感じ、戦略策定会議を活用した学びの場が必要だと感じました。

2. どのような学びや効果がありましたか？

自社の経営理念・ビジョン・使命をミドル層まで共有できるようになりました。また、戦略策定会議を通し、会社の進むべき中長期の方向性や現状の課題が明確になり、その課題を共有することでそれぞれのやるべき役割が明確になりました。会社として本来取り組むべき課題を戦略策定会議メンバーで共有し、進捗管理を行っています。毎月PDCAを確実に回

すことで、会社が良い方向に変わっていることがメンバー全員で実感できています。

3. 数あるプログラムの中で特にお勧めは何ですか？

「戦略策定会議とトータル経営戦略書」
個々での学びではなく、会社として学ぶため、経営者の考え方や思考のプロセスを全社で共有できます。また、自社の課題を浮き彫りにすることにより、今後自社は何を優先的に取り組むべきかが明確になります。それを参加メンバー全員がPDCAを回して実践することで、社員さんが成長し、会社全体の成長につながっています。さらに経営計画にプラスして経営戦略という概念も学びになっています。毎年作成している中期経営計画書の結果とトータル経営戦略書のプロセスをブラッシュアップし続けて、お客様と自社へ貢献し続けられる強い会社づくりを目指していきます。

株式会社マツザワ様にお聞きしました！



取締役営業部長
松澤 翔大 様
各種商品卸売業
(長野県)

1. 新しい時代の社長学を導入されたきっかけを教えてください。
世の中が目まぐるしく変化する中で、自社と自社を取り巻く環境に違和感があり、このままではいけないと感じていました。今後は、経営者・経営幹部の関係がますます重要になり、その点における人財育成に取り組む必要があると感じ導入しました。

2. どのような学びや効果がありましたか？

経営理念・ビジョンと外部環境を踏まえた戦略の立て方と全社を巻き込んだ実践の仕方を学びました。お客様に対しての貢献を深めて広げることができ、これからのビジネスモデルを再度見直すことができました。実践の中で、社内の問題が明確になると同時に、これからの

組織体制をどうやって構築していくかを再認識することができ、次世代の人財育成に繋げることができています。

3. 数あるプログラムの中で特にお勧めは何ですか？

戦略策定会議を通して、経営者・経営幹部の本音を共有することが増えてきました。また、アクティベーターとの関わりから客観的に必要なものが見え、より深みのある戦略を練ることができ、人財育成に繋がっていると思います。コロナ禍の非常に厳しい状況ではありますが、ようやくそれに対応でき得る流れが見えてきました。このセミナーでの学びを実践し続け、必ずこの逆境の時を乗り越えていき、持続企業の礎にしていきたいと思います！

株式会社堀内機械様にお聞きしました！



代表取締役会長
堀内 晋平 様
製造業
(大阪府)

1. 新しい時代の社長学を導入されたきっかけを教えてください。
社長に就任して10年が経過し、次の10年を見据えたいと考えている時期でした。ボトムアップ型の組織づくりと、信頼して任せることができる経営幹部の育成を目的に、幹部と共に参加しました。

2. どのような学びや効果がありましたか？

『理念＝私たちが本当にやりたいこと』『顧客視点＝お客様が本当に求めていること』この2軸が曖昧なまま経営をしていたことに気づきました。また、トップと幹部の視野の広さの違いも痛切に感じました。

3. 数あるプログラムの中で特にお勧めは何ですか？

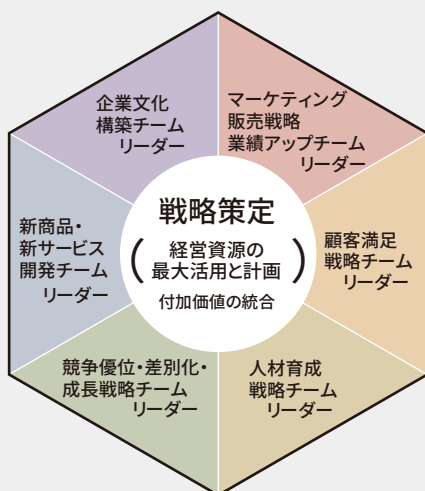
幹部が当事者意識を持って行動する様になりました。また、お飾りの経営計画ではなく、私たちの思いが詰まった経営計画となっています。2021年から取締役会のTOPとしての会長に就任しました。求められるのは結果のみです。経常利益10%を出し続けられる会社をつくり、『お客様、自社、従業員、仕入先、地域社会の幸せづくり』に貢献して参ります。

セミナーの3つの目的

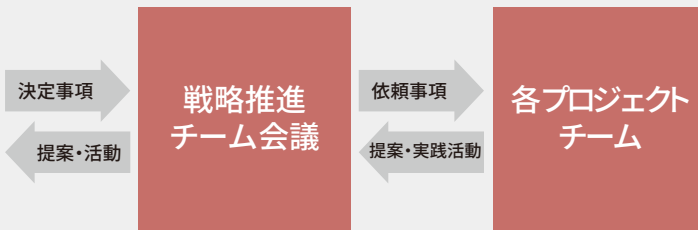
経営資源の最大化と 企業価値の統合

1 全員経営・スピード経営・トータル経営の実現

壁を打ち破る会議



現在の状況に安易に妥協して守りに入るのではなく、どのように時代を先取りして「社会的価値」の高い進路に舵をきっていくかが問われる時代です。一人ひとりの主体性と創造力を発揮させる全員経営・スピード経営・トータル経営の実現に向けて、組織デザインと仕組みづくりを行います。



2 中期戦略と短期戦略とのインタラクティブ（相互作用）を生むトータル経営戦略の策定と実践

理念・ビジョンなくして真の方針は生ぜず、基本方針なくして戦略も具体的目標も生まれません。目標なくして計画はなく、計画なくしてモチベーションは生まれず実践はありません。真に存在価値の高い企業になるための競争優位をつくり、具体的な成長戦略・差別化戦略を策定します。

3 社員様とお客様の幸せを実現するための高経常利益率を目指し、イノベーションを図る

働く人々や協力会社を犠牲にした利益は真の利益ではありません。それを追求した企業は間違いなく短命に終わっています。このセミナーではお客様の満足と社員のエンゲージメント(愛着度)向上のために、利益率を高める目標を設定し、全社でイノベーションを起こしていきます。



セミナーの3つの特徴

特徴1

全11回のアクティベーターによる訪問 戦略策定会議を実施

「壁を打ち破る会議」で幹部の戦略思考を一気に引き上げる!

「アクティベーター」とは

専任のスタッフが『アクティベーター』として、各社を担当します。
戦略策定会議の進行・促進をする役割を担います。
「全員経営の仕組み」づくりを促進する役割を担います。

1. トータル経営戦略書作成のサポート
2. 朝礼指導・方針や計画書理解のためのOJT支援
3. 戦略策定会議の進行、促進
4. 企業事例の提供
5. セミナー資料を活用した、戦略思考の養成サポート
6. プロジェクトチームの作り方、運用のレクチャー

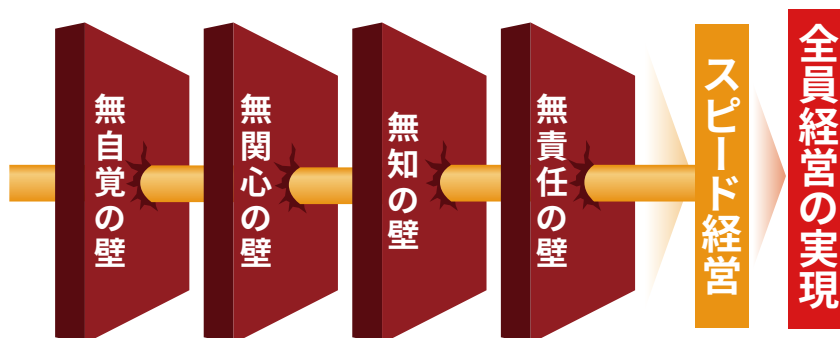


どの企業にも、自社の成功を阻む 4つの壁が存在する

壁を打ち破る会議がもたらす効果

- 第一の壁 無自覚の壁
- 第二の壁 無関心の壁
- 第三の壁 無知の壁
- 第四の壁 無責任の壁

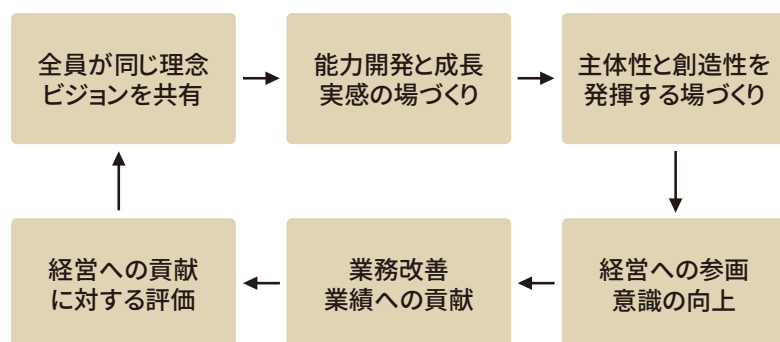
これらの壁を打ち破った会社が、
永続的な成功をつかんでいる!!



トップ判断ではもう遅い! その場で判断する『全員経営』で 経営革新のスピードを上げよう!

「全員経営」とは

一人ひとりが経営者意識を持ち、主体性と創造性を発揮する経営。



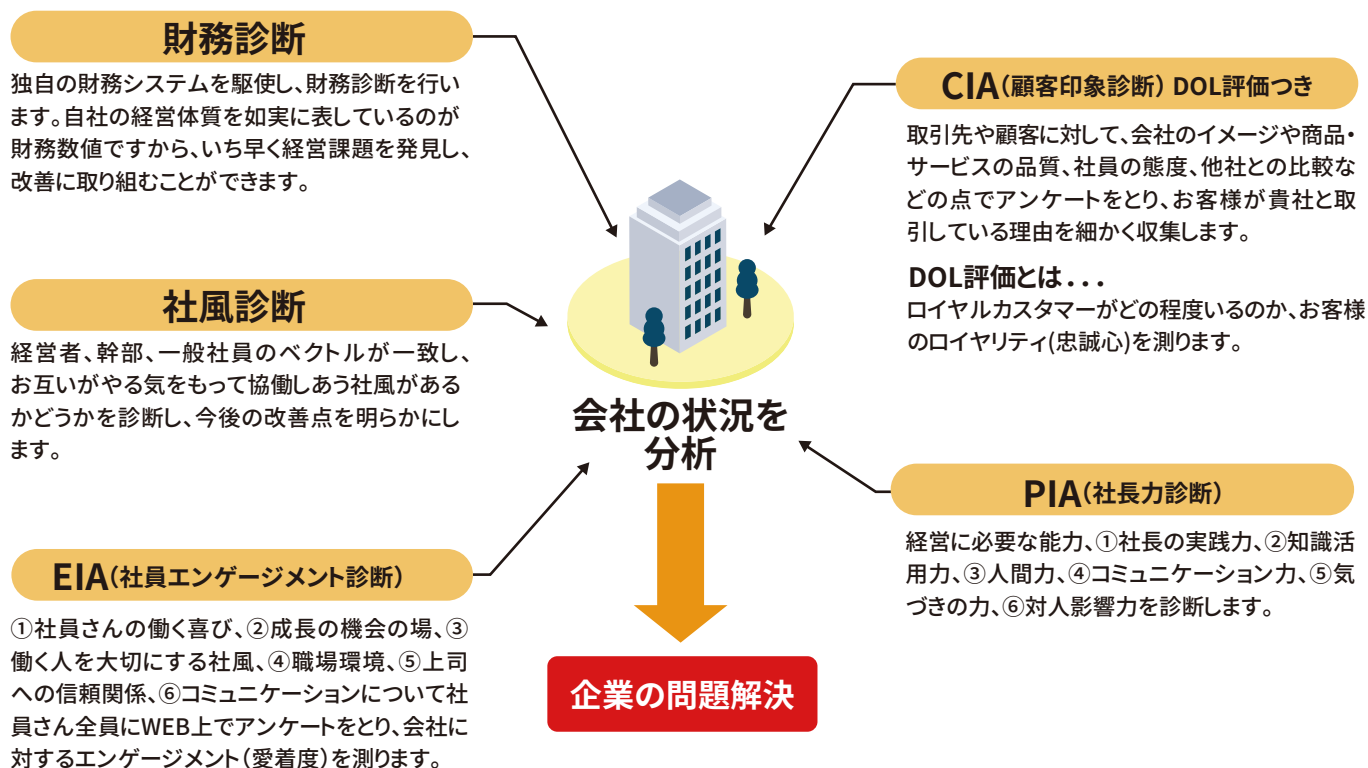
特徴2

5つの経営診断ツールを実施

Total Corporate Impression Analysis(TCIA)

TCIA(Total Corporate Impression Analysis)とは、企業を他者視点で見て分析、判断するオリジナルのトータル診断のことです。大きな特徴は、他者視点であるということです。他者にどのように映っているのか(Impression)をアンケート方式で収集し、自社の問題解決に活かすためのものです。

自社のイノベーションを妨げる壁は何か？



特徴3

経営の原理原則に基づくトータル経営戦略書の完成

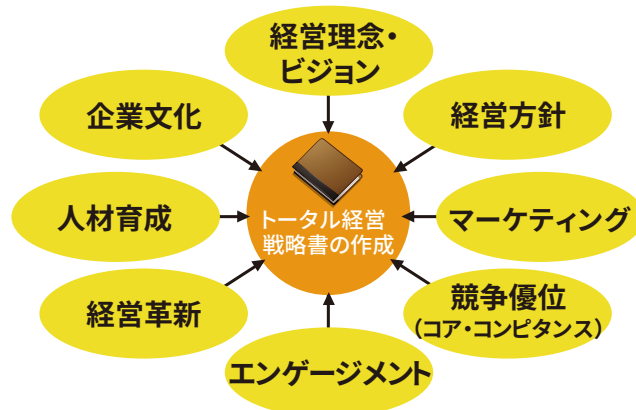


イメージ

- ①経営理念・ビジョン・使命・目的の整合性
- ②成長戦略・差別化戦略の具体策
- ③人間主役の全員経営の企業文化
- ④そのための人材育成の仕組みづくり



8つの企業価値の統合



日程とカリキュラム

※ 毎講、受講スタイルを選択できます。 **会場受講** **オンライン**

	日程	会場	カリキュラム
第1講	8月24日(水) 25日(木) 26日(金)	東京	理念・ビジョン・使命と短期戦略と中期戦略のつながり ● 何故、今新しい時代の社長学か・一年間のゴール ● 理念・ビジョン・事業目的・使命の明確化と大戦略 ● アクティベーターの企業派遣とTCIAの必要性 ● 戦略策定には壁を打ち破る会議力が不可欠
第2講	9月21日(水) 22日(木)	東京	中戦略の策定と戦略ストーリー ● 大戦略から中戦略のコンテキスト ● 戦略ストーリーの明確化 ● 中戦略のアクションプラン ● 積み上げ思考と逆算思考 特別講演 川上 昌直 氏 兵庫県立大学 国際商経学部 教授
第3講	10月17日(月) 18日(火)	東京	マーケティング方針と戦略と具体的実践 ● 時代の変遷による「マーケティング」のあり方を概観する ● 「マーケティング・ミックスの最適化」を考える ● 「統合型マーケティング」の体系について ● マーケティング予算とマーケティング組織について 特別講演 岸本 義之 氏 武庫川女子大学 経営学部経営学科 教授
第4講	11月17日(木) 18日(金)	東京	販売方針と営業戦略と具体的実践 ● マーケティングと販売・営業の違い ● カスタマージャーニーを包括的に捉えて差別化する ● 販売・営業でLTV(顧客生涯価値)を高める ● パーソナライズCX戦略を急げ 特別講演 野中 郁次郎 氏 一橋大学 名誉教授
第5講	12月14日(水) 15日(木)	東京	顧客満足づくり ● CIAによる現状分析 ● 顧客の継続的な取引とリピート率強化戦略と具体的計画 ● VOC戦略 ● CSからCTへ、顧客エンゲージメントと社員エンゲージメントの関係
第6講	'23 1月19日(木) 20日(金)	東京	競争優位戦略(コア・コンピタンス)と再構築 ● 新しい時代の競争力とニーズ対応力の源泉 ● 価格決定権を持つにはコア・コンピタンスで価値をつくれ ● コア・コンピタンス感覚なくして競争優位は作れない ● 市場縮小にこそ商機はある。異質化戦略でイノベーションを急げ
第7講	2月20日(月) 21日(火)	大阪	商品・技術・サービスの革新計画と新規事業 ● 戦っている武器は何かを分析・陳腐化は必ずおきる ● 三つの革新(改善策・組み合わせ策・創造策) ● 経営革新と新規の事業(商品・技術・サービス)戦略 ● 新しい時代のプロダクトイノベーション
第8講	3月23日(木) 24日(金)	大阪	三か年中期財務計画 ● 理念・ビジョンに応じた貸借対照表の作成とC/F計画 ● 戦略的な三か年のP/L・B/S・C/F計画と実践 ● 人時生産性の向上と目標賃金の向上計画と方針
第9講	4月20日(木) 21日(金)	大阪	人材育成とキャリア・アップ ● 企業の永續の決め手となる人づくり戦略 ● 真のキャリア・アップを実現するエンゲージメント ● 働く人の成長のための10年ビジョンと ● モチベーション向上のための脳科学的アプローチ法 ● 年度計画・目標の自主設定
第10講	5月18日(木) 19日(金)	大阪	社風改善と企業文化づくり ● 「社風診断」による現状分析 ● 「社風」と「企業文化」の違い ● 経営戦略を実現するための社風・企業文化づくり ● 「企業文化」は社長の念いと行動がつくる 特別講演 佐藤 満 氏 株式会社佐藤満 国際経営・農業研究所 代表取締役社長
第11講	6月22日(木) 23日(金)	大阪	顧客エンゲージメントと社員エンゲージメント ● 顧客エンゲージメントはビジネス成功の鍵 ● 顧客を感動させるサービスは何によって生まれるか? ● 社員エンゲージメントの重要性 ● EIA診断の最大活用方法
第12講	7月20日(木) 21日(金)	大阪	具体的経営方針と戦略案、具体的実践計画の完成 ● 1年間の業績結果と来期の損益構造改善 ● コア・コンピタンスの強化の具体策の検証 ● 明確な成長戦略と具体的計画と実践 ● 自社の経営戦略の発表とアドバイス

開催時間 毎講 1日目 12:00~19:30 2日目 9:00~18:00 3日目 9:00~18:00 ※第1講のみ

受講条件

1. 現場力の強化を図るため、可能思考・メソッドを導入していただきます。
2. 企業文化のさらなる健全化を図るため、指定するOJT(「理念と経営」共に学ぶ会・「13の徳目」朝礼・委員会活動)を実施していただきます。
3. 現状・課題・経営資源を把握するため、5つの診断を実施していただきます。
4. 「壁を打ち破る会議」を開催していただきます。

受講手続きのご案内

■ 受講スタイル 会場受講(東京・大阪) または オンライン受講

- ※ 毎講、会場またはオンライン受講をお選びいただけます。
- ※ 3密を避けるため会場受講は定員を設定しております。
- ※ 会場希望の方はお早めにお申し込みください。
- ※ 感染拡大状況により、ご受講生の安全を第一にオンライン開催に変更させていただく場合がございます。

■ 定員 50社限定

■ 受講料 (税込)

	法人会員	一般
1人目	1,980,000円	2,200,000円
2人目以上	1,100,000円/名	1,210,000円/名
3人目以上 選択受講	1講座 99,000円/名 1社2名以上のお申し込みの企業様に限り、3人目以降から各講座ごとの選択受講が可能です。各講の内容に携わる専門職の社員様と一緒にご参加ください。	1講座 110,000円/名

- ※ フレックスコースをご利用いただけます。
- ※ お申し込み受付後、お支払いが必要な場合、請求書をお送りいたします。
- ※ 恐れ入りますが振込手数料はご負担ください。
- ※ 受講者ご本人様の都合により受講を中断された場合、受講料の返金はいたしかねます。
- ※ アクティベーター訪問時の交通費等は別途必要です。

■ ご案内 セミナー当日のご案内や資料はメールでお送りします。 ただし、必要に応じて、お電話・郵送・FAXをさせていただくこともあります。

- ※ コンサルティング業関連・セミナー教育業関連等、同業の方の参加はご遠慮ください。
- ※ 講師は変更になる場合がございます。あらかじめご了承ください。
- ※ セミナー中の撮影・録音は、お断りさせていただきます。
- ※ 駐車場はございませんので、公共の交通機関をご利用ください。
- ※ 暴力団関係者(準構成員等も含む)・暴力団関係企業・団体、その他反社会的勢力に属する方の参加はご遠慮ください。
- ※ 申込数が一定数に達しない場合や自然災害・感染状況により、開催方法を変更したり、延期・中止を行う場合がございます。あらかじめご了承ください。
- ※ セミナー中に新型コロナウイルスの陽性が判明した場合、直ちにオンラインに切り替えさせていただきます。その際、交通費や宿泊費などは各自負担となりますので何卒ご了承ください。

会場・お問い合わせ先

東京研修センター

〒136-0076 東京都江東区南砂2-2-7
TEL (03) 5632-3030
FAX (03) 5632-3051



大阪研修センター

〒564-8555 大阪府吹田市豊津町12-5
TEL (06) 6388-7741
FAX (06) 6388-7739



■ 福岡研修センター

TEL (092) 475-1466
FAX (092) 482-8392

■ 名古屋研修センター

TEL (052) 483-0471
FAX (052) 483-0500

■ 札幌研修センター

TEL (011) 729-2141
FAX (011) 729-2145

■ 広島営業所

TEL (082) 502-6281
FAX (082) 502-6282

■ シリコンバレーオフィス



メールアドレス ご入力の際 ご注意ください



個人のメールアドレスをご入力ください。
代表アドレスや役職アドレスは登録できません。
(例:「info@」「postmaster@」「ceo@」など)

オンライン受講の際のお願い



会場受講の際のお願い



お申し込み方法

セミナー情報、
お申し込みはコチラ



QRコードまたはNISSOKENホームページからお申し込みください

ホームページ

<https://www.nisouken.co.jp/>

NISSOKEN 社長学

検索

「個人情報のお取り扱いについて」～下記の内容に同意の上、お申し込みください～

- 本セミナーにお申し込みの際に、お客様よりいただきました個人情報は、NISSOKEN グループ((株)日本創造教育研究所・(株)コスモ教育出版・(株)COD コンサルタント・(株)企業研修・Webinar Japan (株))のサービス内容のご案内に利用させていただくことがあります。
- お客様からいただきました個人情報に関して、修正、利用停止、削除などの必要が生じた場合、ご本人様から直接ご連絡いただくことにより、適宜、ご要望に沿った対応をさせていただきます。
- NISSOKEN グループは、ご案内の発送業務において契約している委託業者に、当グループが保有する個人情報を開示することがあります。これらの契約業者とは機密保持契約を締結しており、当該業務以外の目的で情報を使用することを禁じています。