

受 講 条 件

1. 現場力の強化を図るため、可能思考セミナー(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. (戦略策定会議付きコースの場合)「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。

- 受 講 料 (税込) 戦略策定会議付きコース(40社限定)

	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講座 110,000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。	

※アクティベーター訪問時の交通費等は別途必要です。

通常コース(講義+5つの経営診断)

	法人会員	一 般
1人目	1,430,000円	1,573,000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講座 110,000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。	

※法人会員の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。

お申し込み方法

NISSOKENホームページからお申し込みください

NISSOKEN 社長学

検索

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



- ※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。
※コロナウイルス感染症対策につきましては、NISSOKENのホームページをご確認ください。
※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などにより、開催方法の変更、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。

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



**セミナーの当日のご案内、回答やお手続き、
関係する資料の受け渡し等は、
「NISSOKENマイページ」で行います。**

※初回のみアカウント登録が必要です。
アカウント登録には個人のメールアドレスが必要です。
一つのメールアドレスで複数のマイページ登録を行うことが
できませんので、あらかじめご了承ください。
(例:「infoなどの代表アドレス」「店舗のアドレス」など)
※NISSOKENホームページから、ご利用ガイドが
ご覧いただけます。

この難局は長期戦
加速度的に環境は変わる 変革を急げ!!

— 第7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

古永 泰夫
NISSOKEN セミナー講師
中小企業診断士

末武 弘稔
NISSOKEN セミナー講師

松原 誠
NISSOKEN セミナー講師

田舞 富太郎
NISSOKEN セミナー講師

田舞 徳太郎
NISSOKENグループ 代表

杵渕 隆
NISSOKEN セミナー講師
キャリアコンサルタント



NISSOKENのセミナーは

全国**1万4,442社**の企業で導入され、これまでのべ**109万名**の皆様にご受講いただいています。

セミナー事業

- ・階層別、体系的なセミナーの開催
- ・ラーニングアプリGrowthCollege
- ・講演会、講師派遣
- ・海外視察

コンサルティング事業

- ・経営指導、経営コンサルティング
- ・財務診断、社風診断
- ・経営診断および指導

出版事業

- ・月刊『理念と経営』の出版、販売
- ・朝礼教材『13の徳目』の製作、販売
- ・ビジネス書籍の出版、販売
- ・各種教材の開発、販売

全員経営で イノベーションを巻き起こす

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

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
ロンドン大学SOAS 特別招聘教授

1974年大阪府生まれ。福島大学経済学部准教授などを経て、2012年兵庫県立大学経営学部教授、学部再編により現職。博士(経営学)。「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。専門はビジネスモデル、マネタイズ。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、日本公認会計士協会・第41回学術賞(MCS賞)を受賞。ビジネスの全体像を俯瞰する「ナインセルメソッド」は、規模や業種を問わずさまざまな企業で新規事業立案に用いられ、自身もアドバイザーとして関与している。また、講演活動や各種メディアを通してビジネスの面白さを発信している。著書に、『収益多様化の戦略』(東洋経済新報社)、『つながり』の創りかた』(東洋経済新報社)、『ビジネスモデル思考法』『マネタイズ戦略』(以上、ダイヤモンド社)、『儲ける仕組みをつくるフレームワークの教科書』『課金ポイントを変える利益モデルの方程式』(以上、かんき出版)などがある。

サントリーホールディングス株式会社 特別講演

2月13日(木)



「挑戦の歴史(ビール)」

3月13日(木)



「サントリーのマーケティング(飲料水)」

第3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。2017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。2023年Peter Drucker Society Europeより「名誉フェロー」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4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『グローバルメガトレンド10 -社会課題にビジネスチャンスを探る105の視点-』(BOW&PARTNERS)、『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。

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

リクロー株式会社 様 にお聞きしました！



代表取締役
西村 一夫 様
和洋菓子・パンの製造・販売業
(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。
5年前、社長学の説明会で「壁を打ち破る会議」や「経常利益10%を実現する」というようなタイトルを見て挑みたいと強く思いました。また、トータル経営戦略書の作成で長年NISSOKENで学んできた数々のセミナーを自分の中でまとめていくことができるのではと興味を持ち、受講しました。

2、どのような学びや効果がありましたか？

1〜2年目は計画を立てることに精一杯でPDCAのPばかりでなかなか実行に移せませんでした。3年目から実行に移せる手応えを感じました。策定会議のメンバーを毎年少

ずつ入れ替えてきました。店長クラスより若い世代がメンバーに入ったり、オフタイムでオブザーブとして役職者は誰でも参加可能にしたことで、策定会議に出席する人が増えました。現場にもトータル経営戦略書がいよいよ動き出すというイメージが浸透していきました。自社では、上下関係を取り払ったアクションプランを実行する組織を作り、若い世代の活躍・質を高めていく活動に積極的に取り組んでいます。策定会議のメンバーもさらに若い世代を迎え入れ、約20名活動しています。我が社で3〜4年目でやっと動き出したというのが実感ですので、早い導入が良いのではないかと思います。

株式会社東洋 様 にお聞きしました！



代表取締役社長
中村 秀夫 様
アミューズメント業・リユース・IT業
(埼玉県)

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。
30数年間トップダウン経営をしておりましたが、自社の成長に伴い、トップダウン経営の限界を感じていました。これからの未来は幹部とともに一緒に考えていかなければいけないという部分に直面し、今までの私の経営を全てイノベーションしたいと思い受講しました。

2、どのような学びや効果がありましたか？

受講前はトップダウン経営で、私の指示したことをやればいいという社風でしたが、受講後の戦略策定会議では、みんなで考えみんなで行動する集団に変化しました。継続して学ぶ効果は、やはり全ての社員さんが自分で考えて行動できるようになってくると考えております。全員経営

という部分で全てできているわけではありませんが、継続して学ぶことで一人二人とできる人が増えていくのではないかと思います。

3、継続受講される理由をお聞かせください。

10年間学びを継続する大きな理由は、毎月、毎年参加することによって、共に参加した幹部が他の受講生と自身を比較し、色々な気づきを得られることがまず一つです。二つ目に、優秀な他社の発表を聞き、自社と比較し自社の課題を肌で実感できる、実践的なセミナーだと考えているからです。三つ目に、実際にこのセミナーに参加していない社員さんも社内での戦略策定会議でたくさんの学びができることも継続参加する理由です。

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
マーケティング業
(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志向・顧客思考のギャップを感じていました。社長学は、様々な戦略的視点でお客様の課題解決に向き合うことができ、今まで以上にお客様に貢献できる会社になれると感じたことが参加のきっかけです。

2、どのような学びや効果がありましたか？

様々な切り口で戦略について協議することにより、社内の課題を共有できるようになりました。その結果、お客様の課題を解決するために取り組むべき商品・サービス開発が当たり前の企業文化に変化したように感じています。また、短期的思考から中長期的な考え方に变化したことで、徐々に自社の経営理念やビジョン・使命や方針がミドル層からパワー層にまで浸透するようになってきました。

3、数あるプログラムの中で特にお勧めは何ですか？

「戦略策定会議とトータル経営戦略書」です。環境の変化と同時に会社も変化をしていきます。その際に経営者以外の主要なメンバーも一緒になって現状の課題や今後の方向性を共有していくことが重要だと考えています。戦略策定会議を未来経営会議の場と位置づけし、会社全体として学び、経営者の考え方や思考のプロセスを全社で共有できることが成長に繋がります。また、策定会議メンバー全員がPDCAを回して実践することで、会社全体の成長につながっています。さらに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。

山仁薬品株式会社 様 にお聞きしました！



代表取締役
関谷 康子 様
製造卸売業
マーケティング業
(本 社:滋賀県
営業所: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。
三代目として経営を引き継ぎ、古参メンバーと新参メンバーとのジェネレーションギャップを感じていました。また、先代から所属してくれている幹部の教育にも悩んでいたところ、世代を跨いだみんなと一緒に学び、価値観を共有できる研修はこれだと思い参加を決めました。

2、どのような学びや効果がありましたか？

若い人たちが上層部に意見を言いにくい雰囲気がありましたが、会議を重ねていく中で少しずつ価値観や意見の整理ができ、お互いにディスカッションできるようになりました。

特に会議のコーディネートをしてくださるNISSOKENさんの進め方には気づかされることが多く、学びが深いです。

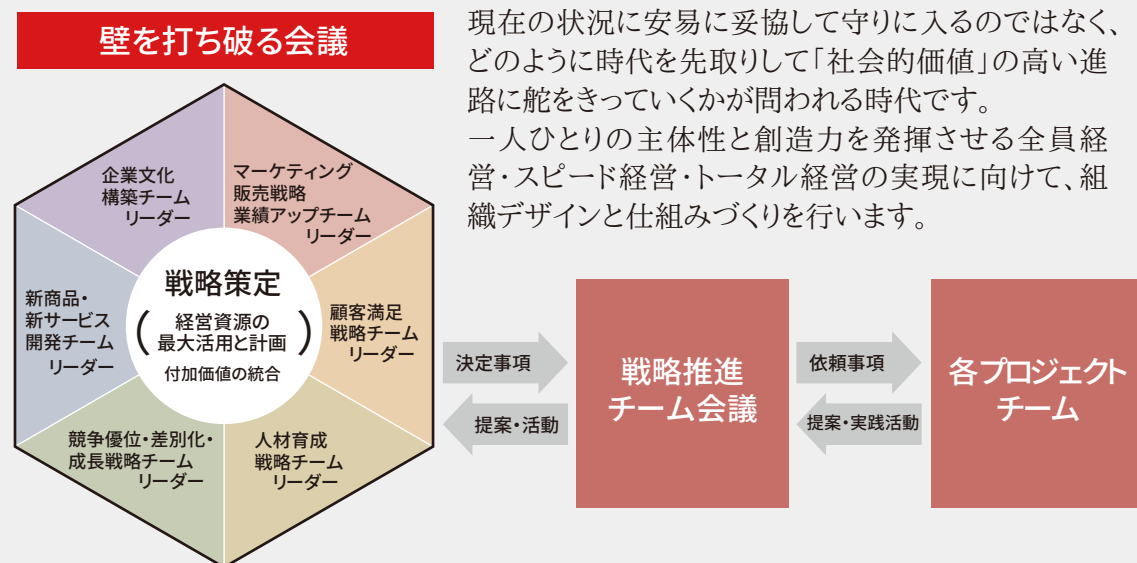
3、自分自身や会社にとどのように変化がありましたか？

会議メンバーの互いの距離が近くなりました。また若手メンバーも「この会社の次世代を担うんだ」という意識が高まり、話し合いやアイデアを出し合う機会が増えました。働くみんなが「入社して良かった」と思えるような職場にし、みんなが未来を感じる事ができる戦略を作ります。これらが楽しみで仕方ありません！

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



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。

■過去に登壇いただいた講師陣



丹羽 宇一郎氏 伊藤忠商事株式会社名誉理事



嶋口 充輝氏 慶應義塾大学名誉教授



内田 和成氏 早稲田大学名誉教授

セミナーの特長

特長1

経営の原理原則に基づく トータル経営戦略書の完成

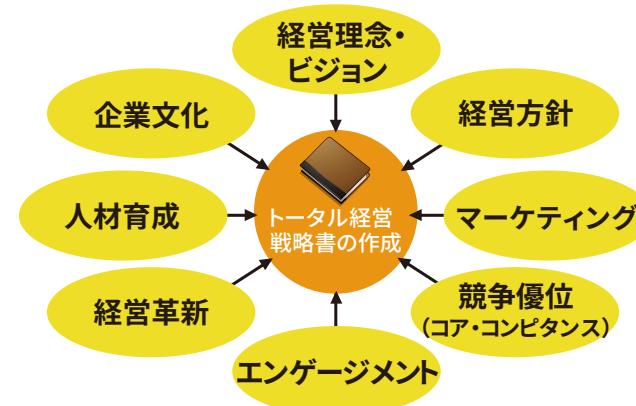


イメージ

- 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



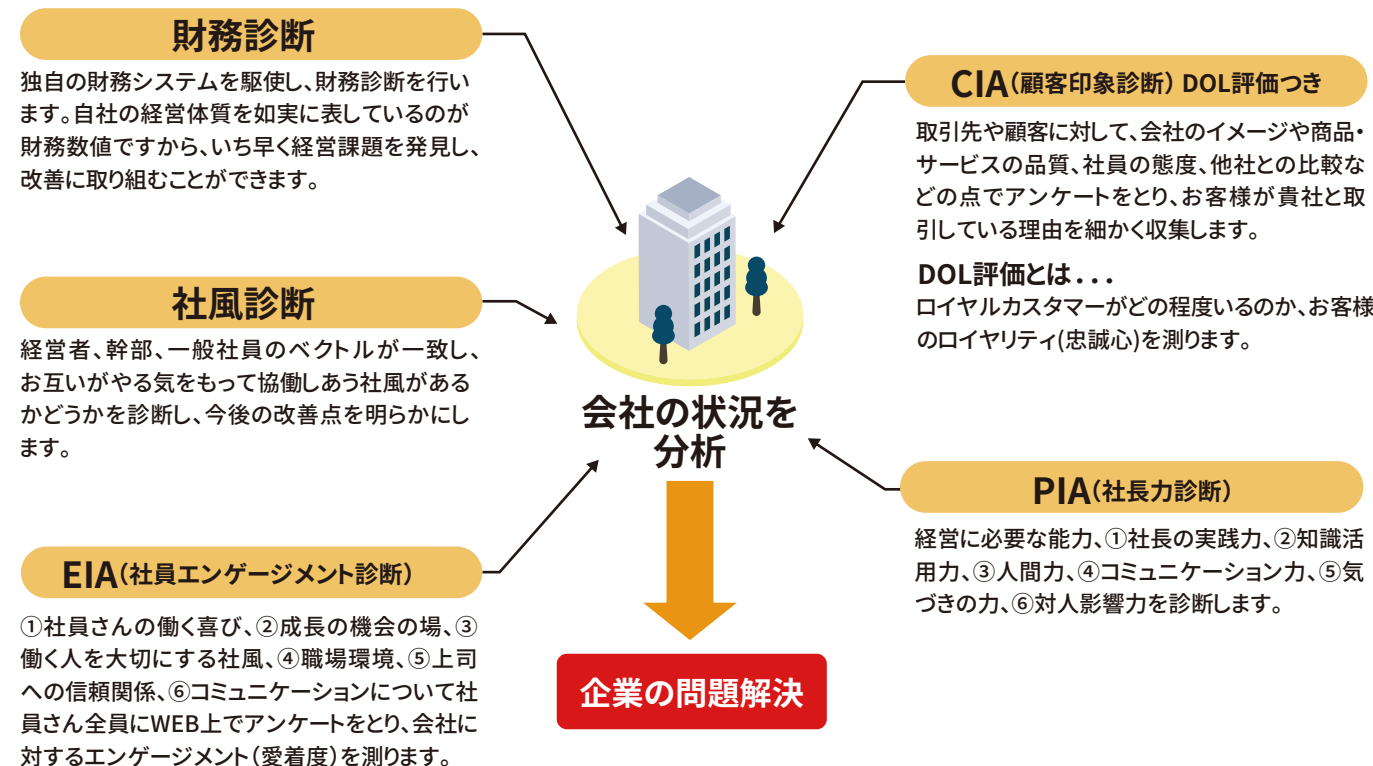
特長2

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？



戦略策定会議付きコース
40社限定

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

第一の壁 無自覚の壁

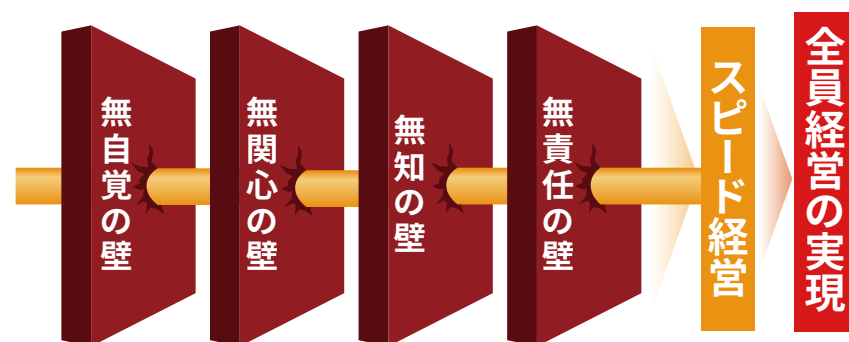
第二の壁 無関心の壁

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!!

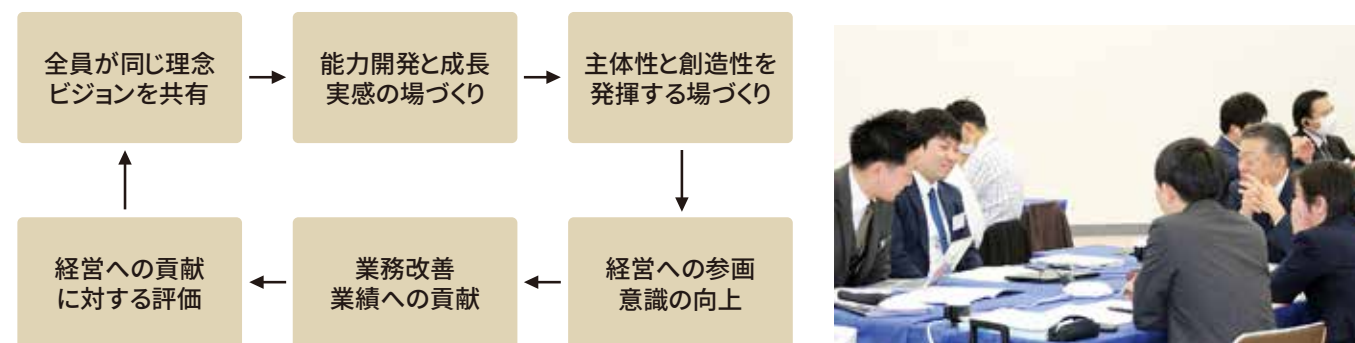
壁を打ち破る会議がもたらす効果



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。



日程とカリキュラム

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)
※毎講、「会場受講」か「オンライン受講」を選択できます。

	日程	会場	カリキュラム
第1講	8月26日(月) 27日(火) 28日(水)	大阪	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24日(火) 25日(水)	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 / ロンドン大学SOAS 特別招聘教授
第3講	10月23日(水) 24日(木)	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 野中 郁次郎 氏 一橋大学 名誉教授
第4講	11月25日(月) 26日(火)	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 岸本 義之 氏 武庫川女子大学 経営学部経営学科 教授
第5講	12月16日(月) 17日(火)	大阪	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	'25 1月 8日(水) 9日(木)	大阪	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13日(木) 14日(金)	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 特別講演 サントリーホールディングス株式会社「挑戦の歴史(ビール)」
第8講	3月13日(木) 14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・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 特別講演 サントリーホールディングス株式会社「サントリーのマーケティング(飲料水)」
第9講	4月21日(月) 22日(火)	東京	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診断の最大活用法
第10講	5月19日(月) 20日(火)	東京	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
第11講	6月19日(木) 20日(金)	東京	人材育成と組織開発コミュニケーション ● 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 ● 働く人の成長のための10年ビジョンと ● マネジメントコーチング ● スキルアップシート ● モチベーション向上のための脳科学的アプローチ法
第12講	7月 7日(月) 8日(火)	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