

参加要領

◆受講スタイル：大阪研修センターまたは オンライン受講

※セミナースタート後、受講スタイルの変更はできません。
会場に定員を設定しておりますので、
会場希望の方はお早めにお申し込みください。

◆受講対象：「業績アップ6か月セミナー」を修了し、
自社を長期的に展望していくお立場の方
(経営者・経営幹部・幹部候補・後継経営者)

※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。

◆受講料：
(税込)

	法人会員	一般
1名	385,000円	440,000円
複数参加または継続参加	352,000円/名	

※「継続参加」割引は前年より継続して参加される場合に適用されます。
※複数参加の価格は、受講方法(オンライン・会場参加)が異なる場合でも
適用されます。

※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。
※受講生ご本人様の都合により受講を中断される場合は、
受講料の返金はいたしかねます。

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。

- ※ 新型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。
- ※ 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。
- ※ 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。
- ※ 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

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



■ 東京研修センター TEL(03)5632-3030
FAX(03)5632-3051

■ 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



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

業績アップ上級

検索

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



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**109万名**の皆様にご受講いただいています。

<p>セミナー事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 	<p>コンサルティング事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 	<p>出版事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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
---	---	---

「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。

対象：業績アップ6か月セミナーを修了された方

自社独自の強みを見出し、圧倒的な競争優位で
コア・コンピタンス経営を実践しよう！

業績アップ上級コース

会場受講
オンライン
受講スタイルが
選べる！

経営資源の少ない中小企業が
大企業に勝つためには「選択」と「集中」
フォーカス & ディープ

お客様が貴社から
購入する理由は何か

他社にはない、自社
独自の強みは何か

お客様のニーズに
応えているだろうか

外部環境の変化に
どう対応していくか

実
商品

幹
コア・コンピタンス
独自のスキル・技術・ノウハウ

根
経営理念

経営資源に限りがある中小企業だからこそ、
コア・コンピタンス経営が求められる！



講師
NISSOKEN セミナー講師
松原 誠

私たち中小企業にとって、ますます厳しい時代を迎えようとしています。新たな時代をたくましく
生き残っていくためには、中長期を見据えた顧客視点の「成功戦略」が必要です。どの業界も
顧客の価値観が大きく変わる中で、顧客に真の価値をもたらすことのできる「コア・コンピタ
ンス」が必須の条件になってきました。
「コア・コンピタンス経営」の実現のための戦略を打ち立てるのが業績アップ上級コースです。中
小企業は経営資源も少なく、「コア・コンピタンス経営」には不向きだという意見もあります。
しかし経営資源に制限のある中小企業こそ、コア・コンピタンスを明確にしなければならない
のです。わかりやすい講義とアドバイザーの懇切丁寧なアドバイスは、必ずや貴社の「業績
アップ」に貢献することでしょう。

2024年 開催日程

開催時間

第1講	1日目 13:00~19:00	2日目 9:00~19:00	3日目 9:00~17:00
第2講~第5講	1日目 13:00~19:00	2日目 8:30~17:00	
第6講	1日目 13:00~19:00	2日目 9:00~17:00	

	第1講	第2講	第3講	第4講	第5講	第6講
大阪研修センター オンライン	7月10日(水) ~12日(金)	8月5日(月) 6日(火)	9月 9日(月) 10日(火)	10月10日(木) 11日(金)	11月 5日(火) 6日(水)	12月12日(木) 13日(金)

コア・コンピタンス経営で 長期的な競争優位を確立する！

貴社はどの経営パターンですか？

- 顧客無視型** 企業とは言えない。しかし、知らず知らずのうちに現場がこうなっている企業
- クレーム対応型** その場のクレームに対処して、ニーズには応えられない(改善・改革できない)
- ニーズ(欲求)対応型** お客様のニーズを把握して、そこに対応する企業(これもできていない企業が多い)
- 価値創造型** 現在の既存の商品・技術・サービスで価値を付け加える企業
- コア・コンピタンス型** 顧客のベネフィットを提供する価値創造企業 = 競争優位を確立

Case. 株式会社王宮 道頓堀ホテル (ホテル業)

講師から「誰に、何を、どのように売るのか」を聞かれ考えたとき、他社と全く同じで結果価格競争になることに気づく。そこで、「誰に」「何を」「どのように」を3つとも変えることで価格競争から脱却。道頓堀ホテルを改革していった。

1 誰に 日本人のビジネスマン 東アジアの日本が好きだけど日本に詳しくない外国人の女性個人旅行者 他社とは異なるお客様に！	2 何を 寝るだけの客室 心に残る思い出 他社とは異なる商品！	3 どのように インターネットを通して 海外の旅行会社へ直接営業販売 他社とは異なる売り方で！
---	---	---

価格競争の渦から抜け出さないといけない

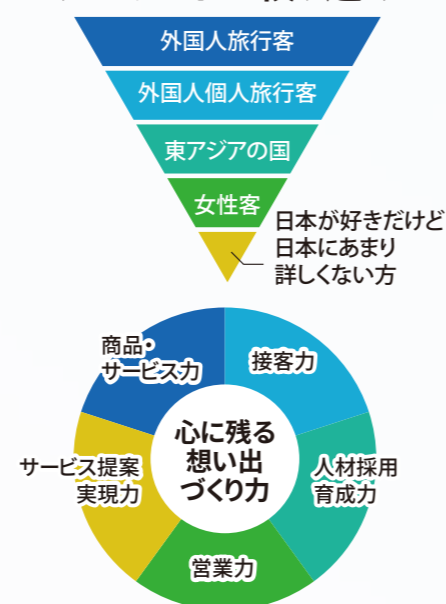
良い商品があると「誰に売ろうか」を考えてしまう。結果、誰にでも売ってしまい価格競争になる。何を売るかの順番も大事で、「誰に」売るか、ターゲットを明確にし、その方の困っていることを解決するという事から考えていった。

売り方に関しては、通常は日本の仲介旅行社に営業に行くが、その方法では自社の商品・サービスが現地の旅行会社へ伝わらない。仲介旅行社とはとにかく「安くしろ」と言ってくる。それでは結果価格競争になってしまう。そこで、仲介旅行社を bypass して直接現地の旅行会社の担当に営業し、商品・サービスを広げてもらった。結果、莫大にかかる広告宣伝費も0円にできた。現地旅行会社から直接指名が入るので価格競争になりにくい。

ビジネスモデルは必ず陳腐化する

LCCの出現でお客様が飛行機とホテルを別々に予約できるようになり、ホテル予約の流れは変化した。旅行会社がOTA (agoda・Expedia・Booking.comなど) に負けてしまい、自社の強みであった「海外の旅行会社から自社のホテルを紹介してもらうという営業力」が活かせなくなった。そこで売り方を変え、一つひとつのコアバリューを深掘りしている。他社が真似できない仕組みを考え、つくり、実践し、コア・コンピタンス経営の実現に向けて取り組んでいる。

ターゲットの絞り込み



他社が真似をしてきても追いつけないように考え実践する。
ライバル他社と絶対的な差をつけるには「やり続けること」

コア・コンピタンスは競争力の源泉(中核となる資源)です。中小企業が生き残るためには、いくつかの強みを束にして戦っていかないとはいけません。他社に先駆けて競争優位を創り出し、この厳しい経営環境に対応していきましょう。

コア・コンピタンス3つの条件

顧客に対する価値創出に繋がること

競合企業が模倣困難であること

多様な市場に対して展開可能であること

セミナーの流れ

講義 (具体策・事例の紹介など)

コア・コンピタンス経営を実践している経営者からのアドバイス

コア・コンピタンス委員会を社内設立し、討議する

コア・コンピタンス育成計画書の作成

コア・コンピタンスを育成するための3か年の計画書を作成します。



セミナーカリキュラム

第1講 コア・コンピタンスの概念 <ul style="list-style-type: none"> コア・コンピタンス経営実現の具体策(短期・長期) 競争時代に必要な3つの戦略ポイント 経営理念の設定と事業目的の理解 (顧客が見ているのは企業哲学) コア・コンピタンス経営と事業の戦略的なドメイン決定 	第4講 戦略の整合性の確認 <ul style="list-style-type: none"> 戦略マトリックスの検討 (ターゲット層顧客・商品・開発価格・販売) コア・コンピタンス経営の事例研究
第2講 コア・コンピタンスの育成 <ul style="list-style-type: none"> 戦略ドメイン(顧客軸と製品軸と資源軸の上手な組み合わせ) 外部環境分析と戦略課題の明確化 コア・コンピタンス経営の事例研究 コア・コンピタンス創出の具体的なプロセス 	第5講 3か年予測損益計算書の作成 <ul style="list-style-type: none"> 損益計算書を読みこなすポイント 収益性、生産性、採算性を徹底検証する 実践的利益計画はこうして作れ
第3講 販売戦略の基本は商品にあり <ul style="list-style-type: none"> 自社とライバルのコア・コンピタンスの比較分析 コア・コンピタンス強化戦略と3か年計画(定性・定量) 自社の顧客に与えるベネフィットと獲得すべきプロフィット 販売戦略の立案 	第6講 コア・コンピタンス経営の実践 <ul style="list-style-type: none"> コア・バリューと周辺バリューの組み合わせが重要 コア・コンピタンス経営に向けてプロジェクトを作る コア・コンピタンス育成計画書の完成と発表

受講生の声



株式会社 ケイ・イー・エス 代表取締役 飯野一義様
建設業・維持管理業 (福岡県)

どのような気づきや学びがありましたか？

以前は自社視点で商品やサービスを提供していましたが、業績アップ上級コースを受講して、顧客視点の重要性に気づかされました。特に顧客の利益・便益やお得感の最大化づくりをしていくことで自社の利益の最大化へつながることがコア・コンピタンス経営であることに気づかされました。

自分自身や会社にどのような変化がありましたか？

経営のフレームワークを意識して、戦略的な計画を立てています。さらに、顧客の調査やアンケートを実施し、他社との差別化を図るための仕組みを構築しました。これからも多くの社員さんを巻き込みながら、コア・コンピタンス経営を実践することでお客様の志に刺さる尖った商品・技術・サービス、人材の育成に挑戦していきます。



エースカーゴ株式会社 代表取締役会長 中嶋辰也様
物流業 (滋賀県)

参加されたきっかけを教えてください。

外部環境によって売り上げ・利益が上下する状況をどう打開すれば良いのか悩んでいました。そんな時、「他社が真似のできない競争優位を作り出せる！」というパンフレットを見て、即受講を決めました。

どのような気づきや学びがありましたか？

ビジネスとは、価値と価値の交換であり、「商品売りたい」ではなく「顧客が買いたい」という商品やサービスを提供すること。それを実現するためには、顧客の「お困りごと」、つまり「問題」を解決することだと学びました。

自分自身や会社にどのような変化がありましたか？

コロナ禍で環境が激変し、顧客の「お困りごと」や「問題」が変わりましたが、いち早く対応したことで、滋賀県から全国に事業を展開することができました。これも業績アップ上級コースで3年後の見えないものを見ようとする仮説検証を10年間続けてきたおかげです。顧客、社員、協力会社に喜んでいただく会社になるために、これからも社員の皆と共に学び続けます。