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.「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。
各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。

■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。
※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。

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
MAP

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
MAP

■ 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ません。
代表アドレスや役職アドレスは登録でき
（例：「info@」「postmaster@」「ceo@」など）

NISSOKENのセミナーは
全国1万4,260社の企業で導入され、これまでのべ106万607名の皆様に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

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。

2023年版

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６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。

NISSOKEN 日創研

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

「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１講

野中 郁次郎（のなか いくじろう） 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

岸本 義之（きしもと よしゆき） 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５講

川上 昌直（かわかみ まさなお） 氏

兵庫県立大学 国際商経学部教授

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。

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

株式会社共栄様 にお聞きしました！

代表取締役
栫 浩多郎 様
住環境事業
（鹿児島県）

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。

セミナーに参加した目的は「学びの統合」です。自分や社員様も様々な研修を受講させていただき、個々のスキルアップにつながってきましたが、組織として活かしきれていないことがあり、トップダウンでの意思決定が多かったと思います。社長学を継続受講することで、トータル経営戦略書をつくるだけでなく、実践し組織としてのPDCAサイクルが回るようになってきました。

2、どのような学びや効果がありましたか？

「顧客がどこにいるか？」を考え、全員が意識するようになりました。以前は、どちらかというと「顧客」よりも「社内」に目が向きがちでしたが、現場からもお客様に喜んでいただくための提案が増えてきました。

3、数あるプログラムの中で特にお勧めは何ですか？

策定会議をお勧めしたいです。立てた戦略に基づき、優先順位も考えながら実行・検証をし、結果を踏まえて更なる戦略が立てやすくなりました。
また、アクティベーターに会議に入ってもらう事で、参加しているメンバーが客観的な視点に気づき、意見やアイディアの幅が広がりました。これからも理念やビジョン、ミッションの実現に向け学び続けていきます。

株式会社エイム様 にお聞きしました！

代表取締役
小山 慎吾 様
製造業
（東京都）

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。

2018年から受講しています。弊社は、半導体業界を主軸とした製造業ですが、それまでの業績は波があり経営状態も安定していませんでした。社内に様々な壁を感じており、自社でも全員経営、スピード経営、トータル経営を実現したいと思い、受講しました。

2、どのような学びや効果がありましたか？

経営幹部と方向性のすり合わせができるようになりました。互いに感じている壁や、将来の事業戦略を真剣に議論することで、理念－戦略－アクションプランに一貫性が生まれました。それまで日創研の研修に対し消極的だった幹部社員さんも研修受講を推進してくれる存在となり、学習する組織づくりに大きく貢献してくれています。

3、数あるプログラムの中で特にお勧めは何ですか？

戦略策定会議と毎講の講義です。
毎月行う戦略策定会議では次年度以降の戦略策定を行っています。顧客づくりに繋がるよう戦略立案やプロジェクトチームを統括しています。
また、毎講の講義を社員さんと考えることによりビジョンや課題の共有が図れます。自社の優位技術を生かし成長することで、更に世の中に貢献できる企業を目指します。

株式会社ベストライフ様 にお聞きしました！

代表取締役
岩本 元熙 様
リユース・
フィットネス事業
（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。

第1期に受講する前の売り上げは25億円でしたが、経常利益は500万円という厳しい状況でした。そんな時に、田舞代表からお声がけをいただきました。現状打破と社内に変革を起こすため、この研修にかけることにしました。
同じ学ぶのであれば、目指す方向やありたい状態を共有できる良い機会なので、幹部含め3人で参加しました。

2、どのような学びや効果がありましたか？

1年目はセミナー内容についていくので必死でした。
NISSOKENさんの様々なセミナーを受講し、幹部ともども勉強してきたと思っていたのですが、まだまだ知らないことがあることを知りました。2年目になると学び直しができるので、頭に入りやすくなりました。特に、自分ではなく幹部の成長に驚きました。「自分たちが戦略を練って今後の会社を運営するんだ」という意識改革がされ、私が指示しなくても幹部が自分たちで考えて決め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？

戦略策定会議です。
次期幹部候補6名で構成することで意識に変化がでました。これまでは幹部が決めたことを実行するだけでしたが、アクティベーターが毎月来社してくれることでPDCAを回そうとする習慣がうまれました。現在では自分たちで作り上げた戦略の項目をミーティングするようになり、確実にPDCAが回せるようになりました。
第5期からはフィットネス事業部も参加しています。リユース事業部のように自分たちで戦略を練りPDCAが回る組織へと改革し、全社で全員経営できるようにしていきます。今期は売上が60億円弱まで伸び、経常利益率が7.5%までいきました。3年後は135億円、経常利益率8%を目指してまいります。

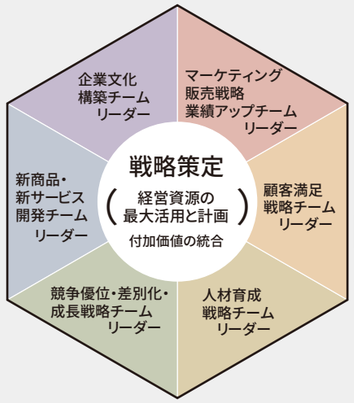
現場重視の全員経営へ

セミナーの3つの目的

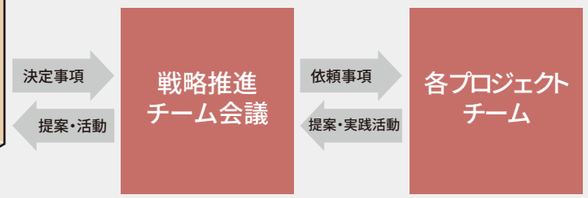
経営資源の最大化と企業価値の統合

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。

■過去に登壇していただいた講師陣

野中 郁次郎 氏　一橋大学 名誉教授

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3つの特長

特長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。

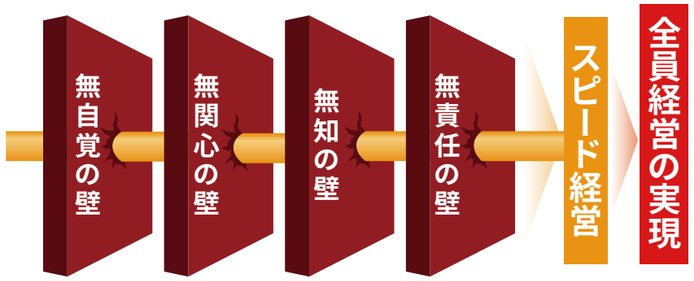
1. トータル経営戦略書作成のサポート
2. 朝礼指導・方針や計画書理解のためのOJT支援
3. 戦略策定会議の進行、促進
4. 企業事例の提供
5. セミナー資料を活用した、戦略思考の養成サポート
6. プロジェクトチームの作り方、運用のレクチャー

どの企業にも、自社の成功を阻む4つの壁が存在する

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

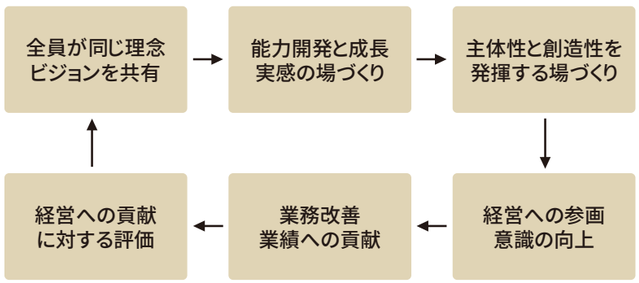
これらの壁を打ち破った会社が、永続的な成功をつかんでいる！！

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。



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？

財務診断

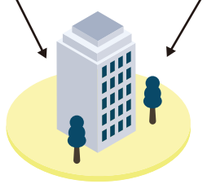
独自の財務システムを駆使し、財務診断を行います。自社の経営体質を如実に表しているのが財務数値ですから、いち早く経営課題を発見し、改善に取り組むことができます。

社風診断

経営者、幹部、一般社員のベクトルが一致し、お互いがやる気をもって協働しあう社風があるかどうかを診断し、今後の改善点を明らかにします。

EIA（社員エンゲージメント診断）

①社員さんの働く喜び、②成長の機会の場、③働く人を大切にする社風、④職場環境、⑤上司への信頼関係、⑥コミュニケーションについて社員さん全員にWEB上でアンケートをとり、会社に対するエンゲージメント（愛着度）を測ります。



会社の状況を分析

企業の問題解決

CIA（顧客印象診断）DOL評価つき

取引先や顧客に対して、会社のイメージや商品・サービスの品質、社員の態度、他社との比較などの点でアンケートをとり、お客様が貴社と取引している理由を細かく収集します。

DOL評価とは...

ロイヤルカスタマーがどの程度いるのか、お客様のロイヤリティ(忠誠心)を測ります。

PIA（社長力診断）

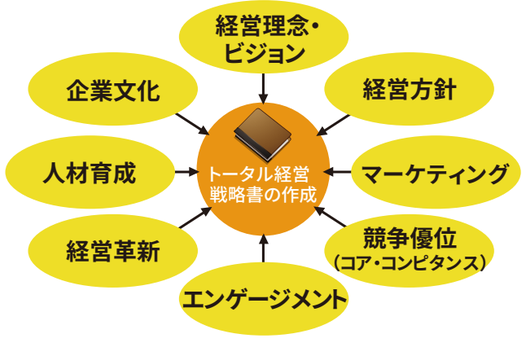
経営に必要な能力、①社長の実践力、②知識活用力、③人間力、④コミュニケーション力、⑤気づきの力、⑥対人影響力を診断します。

特長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

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28日（月） 29日（火） 30日（水）	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 特別講演　野中 郁次郎 氏　一橋大学 名誉教授
第2講	9月21日（木） 22日（金）	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
第3講	10月23日（月） 24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21日（火） 22日（水）	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
第5講	12月14日（木） 15日（金）	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 特別講演　川上 昌直 氏　兵庫県立大学 国際商経学部教授
第6講	'24 1月11日（木） 12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15日（木） 16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
第8講	3月14日（木） 15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22日（月） 23日（火）	大阪	**人材育成とキャリア・アップ** ● 企業の永続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年ビジョンと年度計画・目標の自主設定　● モチベーション向上のための脳科学的アプローチ法
第10講	5月13日（月） 14日（火）	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
第11講	6月20日（木） 21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診断の最大活用法
第12講	7月18日（木） 19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