

参加要領

◆受講対象：経営者・経営幹部・幹部候補
(経営理念を確立されていない方でもご参加いただけます)
※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。

◆受講スタイル：【ハイブリッド開催】
リアル(東京研修センター)または オンライン
※毎講、会場受講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)	法人会員	一般
1名	275,000円	308,000円
複数参加	250,800円/名	

※法人会員のフレックスコースのご利用またはTT特典の振替
(1枠につき1名)が可能です。
※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。
※恐れ入りますが、振込手数料はご負担ください。
※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。
※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。

**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。

※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 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

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

経営理念塾

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、これまでのべ**109万名**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
・ラーニングアプリグロースカレッジ
・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

「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)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。

今こそ理念に戻れ!!
会社の価値体系づくりを急ごう!!

経営理念塾

企業成功の要諦は
経営理念の確立にある

経営理念がない

無意識に働いている ▶ **理**に反した経営

時間の経過と共に

- ・企業経営の致命的な問題
- ・企業の不祥事
- ・企業の衰退が表面化する

表面化する前に気づくことが大事!

経営理念が浸透している

理とは「成功の原理原則」

経営に**理**が働き、
全員が**理**に適った仕事をする

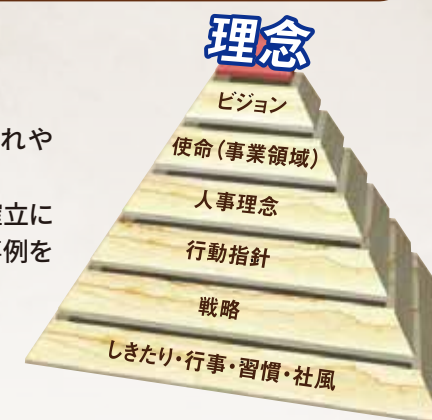
おも
念いが正しい形となって**顕在化**する
・共感 ・支援

『宇宙根源の法則』企業は必ず永続する



講師 **田舞 徳太郎** 日創研グループ 代表

経営理念や経営目的が不明確であれば、環境変化への対応の遅れや
意思決定の間違いを生みます。
企業規模の大小にかかわらず、企業成功の要諦は「経営理念の確立に
ある」と言っても過言ではありません。経営理念塾ではさまざまな事例を
参考にして、企業の成功要因と経営理念との関連性を検証します。
経営理念の確立と浸透のためにぜひご参加ください。



2025年開催日程 ◆12:00～18:30 ※第6講は任意参加の補講があります(18:30～20:00)

	第1講	第2講	第3講	第4講	第5講	第6講
東京ハイブリッド開催 リアル・オンライン	11月4日(火)	12月1日(月)	1月7日(水)	2月2日(月)	3月2日(月)	4月2日(木)

毎講、会場受講かオンライン受講を選択していただけます

企業の成功には「社会からの要請」と「内なる志」の一致が求められる

セミナーの特長

1. 経営理念の機能を基礎から学べる
2. 経営理念の浸透のさせ方を理解できる
3. 経営理念の検証を行える
4. 創業の精神を深められる
5. 全社を巻き込んで取り組める



効果性の高い経営理念とは

経営理念は、機能的であり、生み出す価値が明確になっていることが求められます。複合的に組み合わせる相乗効果により、機能的理念の価値体系となります。そのために重要なのが3つの視点です。

第二原理 経営の視点

企業はお客様のためにも**永続**しなければならない。

絶えずイノベーションが行われる企業であるために、新技術・新商品・新サービスに向ける**独自の経営の視点**が必要。

第一原理 顧客の視点

第一原理 顧客の視点

企業経営の最大の使命
お客様の**ペインポイント**(痛み・恐れ・不安)を**解決・解消**することこそが真の経営。

激変の今、やるべきこと

- ・お客様のニーズの変化に敏感になること
- ・顧客視点での経営理念が強く求められている自覚を持つこと
- ・お客様のペインポイント(痛み・恐れ・不安)に敏感な社風にする
- ・全社一丸となり、お困りごと解決の多様化に対応すること

経営理念の3つの視点

第二原理 経営の視点

第三原理 無私の視点

第三原理 無私の視点

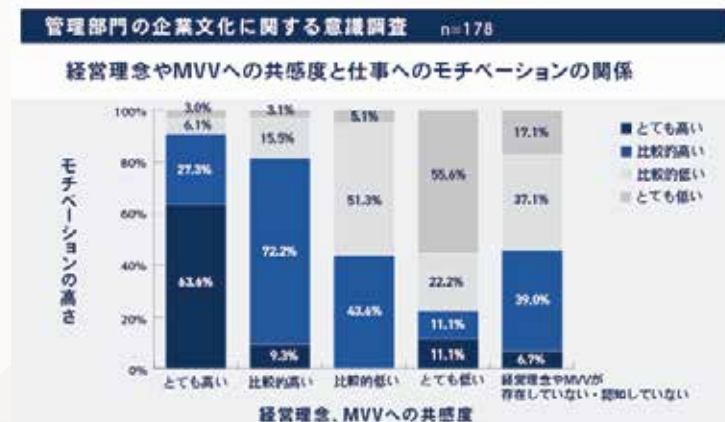
順調に行っている時ほど**原理原則**や**経営の基本**に戻らなければ、ぶれた方法に流される。

道理に通じるためには**人欲のコントロール**が必要となり、経営理念が大きな役割を果たす。

「経営理念への共感」と「仕事へのモチベーション」の相関関係

MS-Japan が調査した「管理部門の企業文化に関する意識調査」において、自社の経営理念や MVV などを知っている人は比較的多く、併せて仕事へのモチベーションが高い人も約 6 割いることがわかりました。

■「経営理念への共感」と「仕事へのモチベーション」の相関関係 MVV(ミッション・ビジョン・バリュー)



【調査サマリー】

- ・所属企業の経営理念、6割が「知っている」
- ・うち7割が、経営理念へ共感している。
- ・「経営理念への共感」と「仕事へのモチベーション」は相関関係がある。
- ・モチベーションが高い人の中で、共感度が「とても高い」「比較的高い」と答えた人は9割を占めている。
- ・「経営理念が存在しない／知らない」層は、共感度が低い層よりもモチベーションが高い。
- ・転職で「7割」が経営理念を重視している。
- ・15人に1人が、給与よりも経営理念を重視している。

カリキュラム

第1講 なぜ、経営理念が必要か



- ① 経営機能を統合させる経営理念の深耕
- ② 経営理念の3つの視点
- ③ 思考の三原則
- ④ 理念的モチベーション
- ⑤ 経営理念の重要性と役割
- ⑥ 事業成功の条件
- ⑦ 経営理念の3つの条件

第2講 理念とは理に合った念いでなければならない

- ① 正しい経営理念とは人生観、事業観、企業観、経営観、創業の精神
- ② 経営理念とは何か
- ③ 経営理念の機能
- ④ 価値前提による意思決定「社の危機」
- ⑤ 事例研究

第3講 経営理念は真実を語ることから始まる

- ① 企業を成功発展させる6つの条件
- ② ステートメント(声明文)
- ③ 価値体系の理解
- ④ 従来の社是・社訓の特徴
- ⑤ 経営理念が浸透しない理由
- ⑥ 経営理念の作成方法

第4講 経営とは形のない精神活動から始まっている

- ① 経営理念に求められる3つの視点
- ② 経営理念の影響
- ③ 経営理念と事業領域の明確化
- ④ 事業領域の定義
- ⑤ なぜ事業領域を確定し公表するのか
- ⑥ 事例研究「社の経営理念とビジネス・コンダクト・ガイドライン」

第5講 現場が企業の真実の姿



- ① 事業ドメインと戦略ドメインの必要不可欠性
- ② 経営理念作成の三面等価論
- ③ 経営理念は現場に息づいているか
- ④ 事例研究
- ⑤ 経営者の責任
- ⑥ 経営理念のチェック

第6講 経営理念の発表と検証



- ① 経営理念をピラミッド型にして検証する
- ② 社長のミッションステートメント
- ③ 経営理念の機能
- ④ 事業成功の条件
- ⑤ 経営理念の3つの条件
- ⑥ 理念発表と検証
- ⑦ 経営理念の浸透方法

受講生の声



株式会社本設備
代表取締役
本山 良太 様
管工事業
(熊本県)

セミナーに参加されたきっかけをお聞かせください
経営理念は数年前に経営陣だけで作成したものでした。しかしその理念は社員さん皆が理解できるものではないと感じるようになりました。そこで社員さんたち(理念委員会メンバー)と一緒に理解を深めていこうと考え、参加を決めました。

セミナーの中で得た気づきや学びを教えてください
1回目は私一人で、2回目は社員さんたちと一緒に参加しました。一緒に受講することで会社についてどのように考えてくれているのかを知ることができました。

会社にどのような変化がありましたか

「なぜ経営理念が必要なのか」「自分たちの仕事で世の中でどのように役立っているのか」を改めて考え、メンバーと共有することができました。一つ一つの言葉をみんなで考える時間はとても意味のあるものでした。現在では、何か行事を計画する際「理念に沿っているか」意見を言い合うようになっています。これからも理念を大切に、社員さんやお客様を大切にしながら、今以上に世の中に貢献できる会社をつくってまいります。



株式会社まごころプランニング
代表取締役
米井 義浩 様
保険代理店業
(奈良県)

セミナーに参加されたきっかけをお聞かせください
経営理念は10年以上前に作成しましたが、35TTの学びの中で十分に機能していないことに気づきました。理念体系を一から学びたいと思ったのが受講のきっかけです。

セミナーの中で得た気づきや学びを教えてください
理念体系の一番上に位置する『創業の精神』を深掘りしていく中で、自分が何のためにこの仕事を始めたのかを再認識することができました。『創業の精神』を動画に

してグロースカレッジにアップし理念の浸透につなげています。

会社にどのような変化がありましたか

受講から1年以上経ちましたが、今でも理念委員会を継続しています。毎月2時間の委員会が経営理念浸透の良い時間になっています。社員も「今の経営理念の方が自社にあってますね」と言ってくれています。自社の経営理念『縁を大切に、円に繋げる』をこれからも追求していきます。