参加要領

■受講スタイル：会場受講 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。
※3密を避けるため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。
※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のみの開催へ変更させていただく場合がございます。

■持 参 物：◎3期分の決算書（または確定申告書）
※経営分析に使用します。提出することはありません。
◎桁数の多めの電卓
※自社の現状分析を行います。売上高の桁数が入るものをご持参ください。
◎その他、各講にて指定された物

■受 講 料：（税込）

	法人会員	一　般
1名	256,300円	282,700円
複数参加	234,300円／名	

※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。
※フレックスコースのご使用およびオーナー会員のTT特典の振替が可能です。
※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。

■ご 案 内：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。
※ 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・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。

会場・お問い合わせ先

1月開催
大阪研修センター MAP
〒564-8555　大阪府吹田市豊津町12-5
TEL（06）6388−7741
FAX（06）6388−7739

2月開催
名古屋研修センター MAP
〒453-0018　名古屋市中村区佐古前町17-25
TEL（052）483−0471
FAX（052）483−0500

■ 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

■ 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

- 個室でお一人で
- カメラとイヤホン
- 仮想背景を使用しない
- 周りの方の聴講禁止
- 録画・録音の禁止

会場受講の際のお願い

- ワクチン接種 または PCR陰性
- 抗原検査
- 検温
- マスクの着用
- 手消毒

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/　業績アップ6か月　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〜
〇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。
〇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。
〇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。

2022年版

業績を上げる企業体質に！
業績アップ6か月セミナー

セミナーの平均実績
（2020年上半期 223名）

- 売上目標 105.4% UP
- 変動費削減額 254.45万円 DOWN
- 固定費削減額 193.80万円 DOWN

業績アップに直結の実践型セミナー

このセミナーでは流行の経営手法や戦略を導入するのではなく、経営の基本に立ち返って、業績アップの手法を体得していただきます。理論を学ぶだけでなく、6か月の職場での実践を通して、利益の上がる企業体質へ構造変革をしていきます。

セミナーを受講すると

- 自社が何にコストを使うのかがわかる
- 6か月でコストコントロールができる
- 顧客から選ばれ続ける仕組みができる
- コスト意識の高い人材育成ができる
- 顧客満足経営ができる

経営環境の変化
対応　挑戦
経営情報
経営知識
知恵 → 差別化 → 独自化

2022年 セミナー日程
●第1講　1日目 13:00〜19:30／2日目 9:00〜19:30／3日目 9:00〜18:00
●第2講以降　1日目 13:00〜19:30／2日目 9:00〜18:00
※当セミナーの中で、リーダー役をされる方は第2講以降 1日目11:00〜12:00で全体経営会議があります。
※各講の間にご受講生同士で任意参加のミーティングを行う場合があります。

	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	1月26日（水） 〜28日（金）	2月21日（月） 22日（火）	3月24日（木） 25日（金）	4月27日（水） 28日（木）	5月23日（月） 24日（火）	6月23日（木） 24日（金）
・名古屋研修センター ・オンライン	2月 7日（月） 〜 9日（水）	3月 7日（月） 8日（火）	4月 7日（木） 8日（金）	5月10日（火） 11日（水）	6月 6日（月） 7日（火）	7月 4日（月） 5日（火）

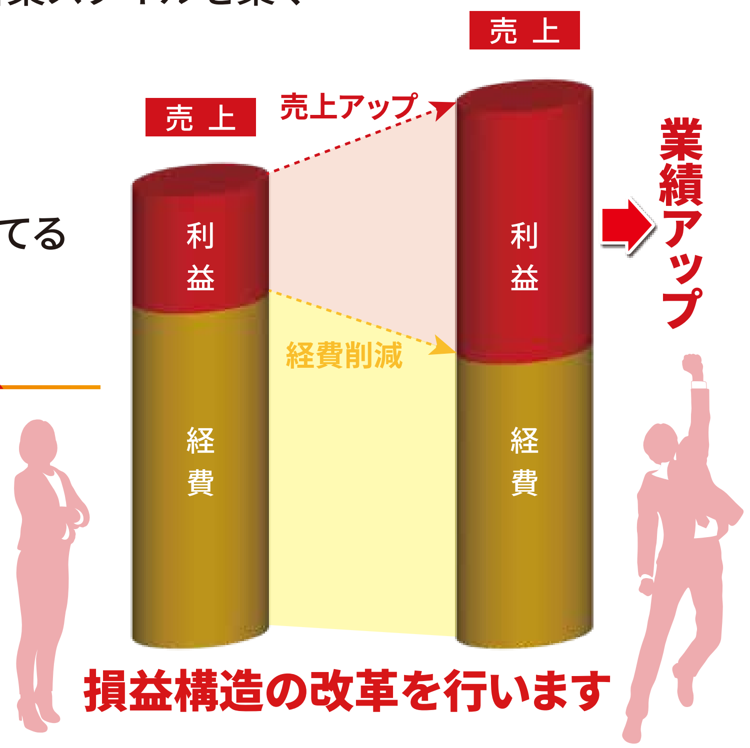
※感染拡大状況により、ご受講生の安全を第一にオンラインのみの開催へ変更させていただく場合がございます。

NISSOKEN
日創研

損益構造を改革し、利益の上がる体質をつくろう！

セミナーの8つのポイント

1. なぜ売上や利益が必要なのかを学ぶ
2. 自社商品の分析と販売戦略を立案する
3. 顧客から愛される企業へと変革する
4. 「あなたから買いたい」と言われる営業スタイルを築く
5. 新規開拓で顧客を増やす
6. 業績アップの仕組みをつくる
7. 少数精鋭の組織をつくる
8. 数字が読め、結果をつくる人材を育てる



セミナーで行う自社の改革点

- 損益構造の見直し
- 商品のラインナップ・販売方法
- 顧客視点からの自社の強みと弱み
- 問題点・課題の抽出方法
- 進捗管理の方法

セミナーの4つの特徴

※会場（ライブ）とオンライン、両方開催しています。

1 職場で実践し、業績を上げる

業績アップの理論や具体的なノウハウをセミナー会場で学び、職場で実践します。職場での実践を通してセミナー内容への理解を深めながら、自社の業績アップを図ります。

職場での取り組みを発表してアドバイスが得られます

2 目標設定をして、業績アップに取り組む

決算書をご持参いただき、自社分析を行います。自社発展に必要な利益の額や、各経費の割合を分析します。これらの分析をもとに売上と経費削減の目標を設定し、業績アップに取り組みます。

講義での説明をもとに自社分析を行います

3 異業種から学べる

全国からさまざまな業種の方がご参加されます。異業種の皆さんと学ぶことにより、今まで気づかなかった経営のヒントや発見が多くあり、いわゆる自社や業界の固定観念を打破していきます。

ディスカッションを通して新しい発見が得られます

4 アドバイザーからの実践的なサポートがある

※アドバイザーとは実際に会社を経営している現役の経営者です

セミナー期間中、各グループには担当のアドバイザーがつき、受講生をサポートしていただけます。実務に役立つアドバイスや具体的な方法など、受講生に合わせたサポートがあり、業績アップに大いに役立ちます。

アドバイザーが親身になってサポートします

セミナーカリキュラム

第1講 損益構造の改革

- 自社の損益分岐点売上高を知る
- 売上アップ6つの特性要因とポイント
- 売上の具体的な上げ方
- 変動費と固定費の削減方法
- パレート図を使った固定費・変動費の分析
- 決算書で行う経営分析

第2講 商品力が業績を決める！ 商品コンセプトとは何か？

- 自社はどんな商品を売っているか
- 商品寿命と商品開発
- 創客の具体的方法
- 商品とは何か
- 自社で可能な得意先獲得法
- 顧客の4分類

第3講 ライバルは利益を出す戦略を持っている

- 重要度の高い経営資源は何か
- 自社商品の市場性（成長・順調・低迷・没落）
- 自社とライバル企業比較、市場での位置づけ
- 企業体力×戦略で決まる企業の脅威
- これからの戦略思考は何か
- ライバルから学ぶベンチマークの仕方

第4講 経営資源の集中戦略

- 赤字から1億の経常利益を出したS社の事例
- 次の商品を育てなかった悲劇
- 守るための戦略
- 捨てることが固定費と変動費を下げる
- 販売力を身につける
- 売上獲得ゲーム（実習）

第5講 顧客サービスの戦略

- 「育てる・攻める・守る・捨てる」の次に打つ手
- 顧客満足とは何か
- 顧客満足検討表
- 顧客不満足の60%は“顧客対応”が原因
- 顧客満足で業績を上げる事例研究
- 特性要因図…その作り方と活用法

第6講 顧客価値を最大化する戦略

- 昨日・今日・明日の経営とは
- 業績アップのための特性要因と具体的事例
- マーケティングの5つの機能
- 中小企業にできるマーケティング
- 人に光をあてる経営
- 人材育成を急げ

6か月で業績アップを実現した受講生の声

有限会社　福伸急送
取締役専務
佐藤　政信 様
運送業
（大分県）

セミナーに参加されたきっかけを教えてください。

売上至上主義で、動けど動けど利益の出ない体質でした。自社の損益構造の改革と、マンパワーに頼らない体質を作るため、人材育成を兼ねて経営幹部と2人で参加させていただきました。

どんな気づきや学びがありましたか？

一つひとつの勘定科目をミクロ視点で分析していくことがいかに重要であるかに気づきました。会社全体を巻き込んで経費の削減に取り組むことによって成果の共有ができ、達成感にもつながりました。共に学ぶ仲間からも沢山の取り組みのヒントを得ました。それが固定観念の打破につながり、私自身の提案力が向上し、社内の協力体制が増えました。

会社にどのように変化がありましたか？

会社全体を巻き込むことによって、日々の積み重ねが大きな成果へとつながり、幹部に権限委譲したことで幹部一人ひとりの可能思考能力が向上し、削減効果が大幅に増加しました。また、継続する事によりコストコントロールの意識が社内に浸透してきています。
仕組み化されてきているとはいえ、やはり毎年受講し続けることで損益構造の変革が進化していくと感じています。今後も継続して学び続ける体制を構築していきます。

株式会社阪井金属製作所
代表取締役
阪井　博史 様
製造業
（大阪府）

セミナーに参加されたきっかけを教えてください。

TTコースを修了後、一緒に参加していたTT仲間や経営研究会の仲間に誘われて幹部社員と共に参加しました。

どんな気づきや学びがありましたか？

今まで頭で思い描いたことを、形として社内に落とし込めたセミナーです。損益構造を見直したことで、適切な発注量であったり、理念に基づいたお客様にとって価値を上げるための発注が社内全体でできるようになりました。
ベネフィットを全社で考える機会や仕組みを整えることができました。

会社にどのように変化がありましたか？

業績アップセミナーでは組織についても学びます。改めて自分自身の社長としての役割とは何かが明確になりました。
セミナーを受講する前は、業績アップの内容はすでに自社でやっていると思っていましたが、仲間の知恵を絞った様々な取り組みに触れることができるので、想像以上の結果を出すことができました。
お客様に対する価値を追求する上でも、自分にない部分を補うことができます。ぜひ受講をお勧めしたいセミナーです。