



お申込み要項

申込締切日	講座 平成24年4月5日(木) 無料見学会3月8日(木) 平成24年3月7日(水)
対象者	後継者、若手経営者、経営幹部社員等
定員	15名(先着順)
受講料	全6回 105,000円(税込) 参加証および請求書は、開催1週間前を目安にお送りいたします。
申込方法	下記の受講申込書にご記入の上、FAXでお申し込みください。
お問い合わせ お申し込み先	税理士法人 三部会計事務所 経営者塾事務局 担当：薄井 〒963-8023 福島県郡山市緑町16-1 TEL024-922-1300 FAX024-922-6363

無料見学・受講申込書

※お申込者及び窓口ご担当者が下記の「個人情報の取り扱いについて」に同意した上でお申し込みをお願いいたします。

希望内容	無料見学会	受講
会社名		
住所	〒	
電話番号	FAX	
参加者氏名	ご所属	
	お役職	
メールアドレス		

■ 個人情報の取り扱いについて

- 参加申し込みによりご提供いただいた個人情報は、経営者塾事務局を担当する三部会計グループの個人情報保護方針に基づき、安全に管理し、保護の徹底に努めます。
- 個人情報は、「経営者塾」の事業実施に係る資料の作成、ならびに当事務所が主催・実施する各事業におけるサービス提供や事業のご案内、および顧客分析、市場調査のために利用させていただきます。
- 「経営者塾」の事業実施に関して必要な範囲で参加者名簿当の資料を作成し、関係者に限り配布させていただきます。ただし、前途の場合及び法令に基づく場合などを除き、個人情報を第三者に開示、提示することはありません。
- ご本人からのお求めにより、開示対象個人従応報の利用目的の通知、開示、訂正、追加また削除、利用の停止、消去及び第三者への提供の停止に応じます。この件については、経営者塾事務局までお問い合わせください。
- 本案内記載事項の無断転載をお断りします。

024-922-6363

経営者塾

受講生募集のご案内

第2期生

無料見学会

3月8日(木)

16:00~19:00

「経営者塾」に興味があり、内容や雰囲気を見学したい方や会社の後継者、若手経営者、経営幹部や幹部候補社員等の研修をお考え中の役員・人材教育ご担当の方を対象に、第1期受講生(第6回目)が受講中の経営者塾を無料でご見学いただく機会を設けました。全6回の内容となっております。

裏面の申込書にご記入の上、FAXでお申し込みください。



三部会計グループ
〒963-8023 福島県郡山市緑町16-1
TEL024-922-1300 FAX024-922-6363
URL : <http://sanbe.co.jp>
SANBE ACCOUNTING GROUP

中小企業の
知恵袋
あります

経営者塾開催にあたって

会社経営は、経営者の日々の判断の積み重ねです。それらの経営判断から導かれた結果が会社の業績にあらわれてくるのです。つまり会社の経営は、経営者がどんな考え方に基づいて経営判断をするかにかかっています。

今回の経営者塾は、単なる知識の習得ではなく、経営者が自社の経営にあたっての「考え方」を身につけ、具体的に自社に当てはめていただくことが目標です。

また、経営者にとっては、社員の力を最大限に引き出すことも重要な役割です。社員が社長の思いを共有し、自ら考え、話し合い、実行する風土を作るためのプロセス作りなどの内容もありますので、転換期にある会社の方々ぜひご参加ください。

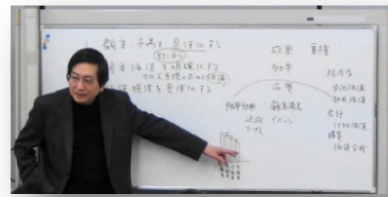
講師のプロフィール

経歴



岡本正耿氏
(おかもとまさあき)

株式会社マーケティングプロモーションセンター (MPC)
代表取締役
早稲田大学大学院客員教授、同ビジネススクール講師
日本経営品質賞制度検討委員長
日本能率協会マネジメントスクール専任講師
KAE 山城経営研究所経営道フォーラム・コーディネーター
秋田県・茨城県・岩手県・埼玉県・千葉県・新潟県・三重県の各経営品質協議会
中国地方経営品質賞委員会副委員長 会津若松市経営品質賞委員会委員長



著書

「マーケティング実務入門」
「新版経営品質入門」
「顧客価値マーケティング入門」
「ビジネスマンのためのCS入門」
「顧客満足創発のプロセス」
「消費社会の精神分析」
「長男長女の時代」
「従業員中心戦略」
「メインテイン」
「マーケティング・プラクティス」

ほか

内容

テーマ

第1回	4月20日(金)	第1回：プロセスとは何か 前回の経営者塾では、「顧客理解」「顧客価値」などといった経営品質賞アセスメントのカテゴリーについて話し合っていました。今回は、このような話し合う内容(コンテンツといいます)から一歩離れて、こうしたことを考えたり話し合ったりするためには、どのようなプロセス～やり方、手順、作法が必要なのかを検討したいと思います。日本経営品質賞、アメリカのマルコム・ボルドリッジ賞、ヨーロッパ経営品質賞、その他各国の類似の表彰制度が共通して焦点化させているのが「プロセス」です。第1回目では、まずこの「プロセス」とはなにか、それはどのように分析したり検討することができるのか、についてご理解いただきます。
第2回	5月18日(金)	第2回：意識を高める 経営とは徹頭徹尾「考える」ことです。この「考える」と「教わる」とは違います。「教わる」気持ちでいると、どうしても受け身になり依存的になるので、考えることがしにくくなるのです。特に経営で「考える」というのは仮説を出すことです。はっきりしていない状況のなかで、こういう可能性はないか、こうしたらどうなるだろう、と想像するのが仮説的思考です。しかしこの仮説的思考というのは、「こうしたい」という意図や意思がなければできません。「こうしたい」という思いのことを問題意識といいます。これが低ければ意図や意思も漠然としますから、深く考えることができません。すべての根幹である、自分の「意識」について自己分析してみましょう。そして、もし低ければ、それをどうやって高めるかを検討していただきます。これが低ければ、元となる「考える」気持ちが湧いてこないのです。
第3回	6月15日(金)	第3回：対話プロセスをつくる 業務のプロセスは連絡や調整の対話で成り立っています。これはさほど難しくありません。しかし、管理や戦略のプロセスとなると、物事を短期と長期や大小、長短などで比較検討したり、多面的な側面から見たりすることが必要になります。こちらの対話は業務における調整・連絡とは比べ物にならないほどのテクニックが求められます。例えば想像や創造を交換する対話は、単なるブレン・ストーミングとは違います。ダーアローグ・ディビジョン・プロセスという、互いに相手の意見を尊重しながら発展進化させていくというプロセスをつくらなければなりません。また、想像も創造も会議の場で突然閃くというものではありません。普段から考え抜いていることが必要なのです。どのような対話プロセスが必要なのか、それはどうやってつくればいいのか、そのことを考えていただきます。

授業スタイル

自社をご自身で評価してみるチェックシートなどを用いて、自己分析を出来るだけ多く行います。

- ・知識を頭で「理解する」ことよりも、実際に話してみる、聴いてみるという行動を通じて「気づく(アウェアネス)」ことを実践していただきます。
- ・適宜、ケースによる個人研究、グループ研究、発表などビジネススクールのなやり方も取り入れます。



開催要項

期 日 平成24年4月20日(金)～平成24年9月7日(金)
定 員 15名(先着順)
会 場 税理士法人三部会計事務所 研修室
時 間 午後 16時～19時

(懇親会) 午後19時10分～
終了後、講師にも同席いただき、懇親会を行います。
情報交換の場としてご参加ください。



テーマ

第4回	7月13日(金)	第4回：思考プロセスをつくる 話し合い方がいくらうまくなくても、ユニークな視点、目のつけどころがなければ、何も新しい価値を生みません。USP(ユニーク・セリング・プロポジション)、ポジショニング、フォーカスから、最近では独自性やプランBなど、独特の視点はますます重視されています。また、ある着眼、着想を得ると、それをいくつかの要素で結び合わせて、いわゆるビジネス・モデル的にイメージすることが求められます。ネットワーク思考、好循環―悪循環思考からストーリー思考まで、これは多くの「思考法」を修得することによってできるようになります。「考える」ためには「考え方」をまず知らねばなりません。
第5回	8月10日(金)	第5回：経営の見直し方 経営革新をするためには、現在の経営状態を見直す必要があります。よく知られているのは財務数値による経営分析ですが、これだとプロセスが見えません。経営品質では、プロセスを「顧客理解」「戦略」「人材開発」「価値提供」「情報」「リーダーシップ」などのカテゴリーに分けています。それを例えば過去、現在、未来、あるいは考え方、方法、成果と検討します。例えば、「以前にはトップの独断でやっていたことが、今ではミドルに権限が委ねられている。将来は現場で判断できるようにしたい」というような来し方行く末の整理分析です。これをセルフ・アセスメントといいます。これを主要メンバーで話し合っていれば、改善革新が習慣化してしまいます。
第6回	9月7日(金)	第6回：チェンジ・リーダーへ 古臭い管理者のイメージは、規則・ルールに従って部下を統制する人というものです。さすがにこうした古いイメージの管理者はあまり見かけなくなりました。新しく求められているのは、所与の条件下で効率追求に勤しむ管理者ではありません。その条件自体をどのように変えれば、異なった目的を目指して新たな価値づくりを目指すことができるのか、と考えるチェンジ・リーダーです。このチェンジ・リーダーと従来の管理者とはほとんどすべての点で異なります。例えば管理者は権限と責任を根拠にしますが、チェンジ・リーダーは「自分のやりたいこと」を動力源にします。立場や役割ではなく、ビジョンをリーダーシップの根拠にするのです。