

2004年度 経営戦略クラスター(大阪)主催セミナー

チェンジ・コーポレート実践セミナー

事例から学ぶ企業変革の方法論

いくら頑張っても、会社が望むように変わらないのは何故か？
「全体最適」という観点からの企業変革のススメ



参加のすすめ 「企業変革」に取り組んでおられるトップ・マネジメントの方々へ

企業が経営環境の変化に対応して永続的に存続・発展するためには、「企業変革」が不可欠であることは広く認識されています。その一方で、「企業変革」を実践できる企業とできない企業に分かれてしまい、競争市場における優勝劣敗が繰り返されているのも厳然たる事実です。

今般弊社では、日々「企業変革」に取り組んでおられる経営者層の方々を対象として、『チェンジ・コーポレート実践セミナー(全2回)』を企画致しました。

「企業変革の実践」をメイン・テーマとして、『なぜ(Why)』・『なにを(What)』・『どのように(How)』行うべきかを経営戦略の各分野を専門とする弊社コンサルタントが提言します。『コンサルティングの現場からの情報発信』という観点から、豊富な事例に基づいたケース・スタディが中心となります。

セミナー日程は2日に分かれていますが、いずれかご都合の良い日程でご参加頂いても、それぞれ完結した内容となるようにプログラムを構成しております。ご関心のあるテーマに合わせて、是非ご参加下さい。

プログラム

		【第1回】11月19日(金)		【第2回】11月26日(金)	
第1部	10:00	開 場		開 場	
	10:30～11:00	開会のご挨拶・オリエンテーション	経営戦略クラスター(大阪) クラスタール長 主席研究員 谷口 知史	開会のご挨拶・オリエンテーション	経営戦略クラスター(大阪) クラスタール長 主席研究員 谷口 知史
	11:00～12:30	社内での認識ギャップに気づかず改革に取り組んできたA社の事例	主任研究員 鈴木 和也	営業部門だけで「営業力強化」に取り組むことの限界～中堅メーカーC社の事例～	主任研究員 白石 宗基
		1. A社の現状と経営課題 ■ 業績不振(連続赤字)が続く ■ 業績改善に向けて努力はしているものの... 2. 思いどおりに行かない真の原因を探る ■ 会社がタテ、ヨコともバラバラ ■ やってもやらなくても同じであれば「やらない」! ■ モラルサーベイによって今まで見えなかった認識ギャップが明らかになる ■ 「伝えた」と「伝わった」の大きな違い 3. 従業員の意識改革に向けて ■ 「仕組み」で意識改革を促す ■ 「仕組み」の限界! 「仕掛け」の併用		1. C社の現状と経営課題 ■ 業務用部門の数字が伸びない ■ 経営者は商品に自信あり。「営業部門に厳しさが足りない」との認識 2. お客様はうちをどう見ているの? ■ 顧客調査の結果 - ー営業部門に厳しさが足りなかったのは事実 - ーしかし、お客様の期待は全く別のところにあった! ■ 経営者をはじめとする「全社的勘違い」の発覚! 3. 真の改革に向けて ～全社を変える～ ■ ビジネスモデルの大転換 ■ 「お客様を経営の真ん中に置く」とは?	
	12:30～13:15	昼 食		昼 食	
	13:15～14:45	企業変革に取り組む中堅生産財メーカーB社の事例	主任研究員 井原 準哉	物流改革からサプライチェーン改革への広がりをみせた菓子製造小売D社の改革事例	主任研究員 大畑 邦夫
		1. B社の課題 ■ 高い技術力を誇る『技術立社企業』 ■ 長期に亘る業績の低迷 ■ B社の経営課題 2. 課題に対する取り組みとその限界 ～個別最適の限界～ ■ 課題に対する社内での取り組み ■ 踊らない(踊れない)現場 3. “FACT”の収集と本質的原因の追究 ～“答え”は現場にある～ ■ 現状分析でわかったこと ■ 業績悪化の真の原因は“マネジメントの不在” 4. 全社改革の取り組み ～全社最適化に向けて～ ■ ビジョンの明示とそれに基づく戦略再構築 ■ 現在の取り組み		1. 物流改革からサプライチェーン改革へ ■ 物流部門のみの改革には限界がある ■ 二律背反する課題への取り組み 2. D社物流改革の概要 ■ 物流改革の狙いと取り組み範囲 ■ 物流を混乱させる要因 ■ 攪乱要因排除だけでは真の改革につながらない 3. ユニットロードの統一 ■ 発注ロットは本当に守れないのか? ■ 意匠とユニットロードのどちらを優先させるのか? 4. 賞味期限管理の徹底 ■ 物流における賞味期限管理の限界 ■ 全社のベクトルを合わせるキーワード『お客様に鮮度の高い商品をお届けする』	
	14:45～15:00	休 憩		休 憩	
第2部	15:00～17:15	「チェンジ・コーポレート」の実践のために～企業変革プロセスの方法論～	主席研究員 谷口 知史	「チェンジ・コーポレート」の実践のために～企業変革プロセスの方法論～	主席研究員 谷口 知史
		1. 「チェンジ・コーポレート」WHY? ■ 企業変革が今日なぜ必要なのか ■ 経営戦略の意義を再考する 2. 「チェンジ・コーポレート」WHAT? ■ 企業変革とは具体的に何をするのか ■ 全体戦略から事業戦略・機能戦略・組織戦略へ 3. 「チェンジ・コーポレート」HOW? ■ 企業変革は実際にはどのように行うのか ■ 経営戦略の策定から実行へ ■ 企業変革のプロセスとしての経営総合診断 4. コンサルティングの現場から ■ 「変わらない」のか「変わらない」のか ■ 「わかる」と「できる」の違いが生む大きな企業間格差		1. 「チェンジ・コーポレート」WHY? ■ 企業変革が今日なぜ必要なのか ■ 経営戦略の意義を再考する 2. 「チェンジ・コーポレート」WHAT? ■ 企業変革とは具体的に何をするのか ■ 全体戦略から事業戦略・機能戦略・組織戦略へ 3. 「チェンジ・コーポレート」HOW? ■ 企業変革は実際にはどのように行うのか ■ 経営戦略の策定から実行へ ■ 企業変革のプロセスとしての経営総合診断 4. コンサルティングの現場から ■ 「変わらない」のか「変わらない」のか ■ 「わかる」と「できる」の違いが生む大きな企業間格差	
	17:15～17:30	ご質問(全体)・閉会のご挨拶		ご質問(全体)・閉会のご挨拶	
	17:30～18:00	個別相談(ご希望者のみ) *個別スペースをご用意しております。	経営戦略クラスター(大阪) クラスタール長 主席研究員 谷口 知史	個別相談(ご希望者のみ) *個別スペースをご用意しております。	経営戦略クラスター(大阪) クラスタール長 主席研究員 谷口 知史

経営戦略クラスター(大阪)のご紹介

【クラスター長からのメッセージ】

企業の経営戦略の策定においては、経営ビジョン・経営目標の設定をはじめ、経営環境・経営資源の分析、全体戦略・事業戦略・機能別戦略および組織戦略の策定といった広範囲な視点が求められます。

私たちが目指すのは、企業としてのさらなる成長のために、環境分析と資源分析に基づいた経営戦略の見直し・再構築を検討することにより、『自社のあるべき姿』を追求することを意思決定された経営者の強力なサポーターとなることです。

【主要なコンサルティング・テーマ】

経営総合診断、中長期経営計画の策定、事業戦略の策定
ビジネス・プロセス革新、株式公開支援、IR戦略の策定
ISO認証取得支援

講師のプロフィール

経営戦略クラスター(大阪) クラスタール長
主席研究員 谷口 知史 (Satoshi Taniguchi)

大手都市銀行において主に投資銀行業務に従事後同社に勤務。
経営総合戦略を主領域とし、企業変革を目指した経営総合診断、中長期経営計画策定、事業戦略、組織革新等、多数のプロジェクトに従事。
「クール・ヘッドとウォーム・ハート」を基本ポリシーとする。

主な著書 「CKO-ナレッジを活かす経営」
(生産性出版) 共著

主任研究員 井原 準哉 (Junya Ihara)

大手航空測量会社、外資系コンサルティング会社を経て同社に勤務。
業務改革(BPR)を主領域に、中期経営計画策定、事業戦略策定、製品開発プロセス構築、製販プロセス構築、システム構築等、主にメーカー・卸を中心に多数のプロジェクトに従事。
「利益を実現するのはオペレーションである」というポリシーのもとに、ビジョン策定から業務改革までの一貫コンサルティングを追求する。

主任研究員 大畑 邦夫 (Kunio Ohhata)

省力機器メーカー、外資系コンサルティング会社を経て同社に勤務。
サプライチェーン改革・物流改革を専門領域とし、BPR、システム化構想立案等、多数のプロジェクトに従事。
「個社ニーズに対応するソリューションの提供」を日々追求している。

主な著書 「サプライチェーン・マネジメント」
(ひょうご経済戦略)

主任研究員 白石 宗基 (Muneki Shiraishi)

ビジネス系出版社、マーケティングリサーチ会社等を経て同社に勤務。
マーケティング戦略立案と実行支援を専門領域とし、商品開発プロセス再構築、営業力強化、事業戦略策定、中期経営計画策定等、多数のプロジェクトに従事。
「お客様の支持力のみが企業を存続させ成長させる」をモットーに、顧客起点のビジネス革新を探索し続ける。

主任研究員 鈴木 和也 (Kazuya Suzuki)

大手自動車メーカー、外資系コンサルティング会社を経て同社に勤務。
マネジメント(経営管理)を専門領域とし、企業構造改革、中期経営計画策定、業績管理制度構築、管理会計制度構築、グループ経営管理体制の整備等、多数のプロジェクトに従事。
「クライアント・ファースト」を基本ポリシーとする。

主な著書 「ミッションマネジメント」～価値創造企業への変革～
(生産性出版) 共著