

企業成長の8割は正しい経営努力の方向付けにかかっている！

『経営のプロ』が教える、成長する企業経営の心得

日時： 2024. 3/7木 13:30～15:00 受講料：無料

講師

株式会社小宮コンサルタンツ 代表取締役会長CEO
経営コンサルタント

小宮 一慶 (こみや・かずよし) 先生

10数社の非常勤取締役や監査役、顧問も務める。
1957年大阪府堺市生まれ。京都大学法学部を卒業し、東京銀行に入行。84年から2年間米国ダートマス大学経営大学院に留学し、MBA取得。
帰国後、同行で経営戦略情報システムやM&Aに携わったのち、岡本アソシエイツ取締役に転じ、国際コンサルティングにあたる。
その間の93年初夏には、カンボジアPKOに国際選挙監視員として参加。94年5月からは日本福祉サービス(現セントケア・ホールディング)企画部長として在宅介護の問題に取り組む。96年に小宮コンサルタンツを設立し、現在に至る。2014年より、名古屋大学客員教授。



<連載>
ダイヤモンドオンライン(「小宮一慶の週末経営塾」)
プレジデントオンライン(「小宮一慶のメディア・ウォッチ」)
共同通信、他連載中

<テレビ出演>
「水曜日のハウマッチ？」/毎日放送/関西地方のみ放送
放送時間：毎週水曜 22:57～23:00

<2014年のNHK連続テレビ小説「半分、青い。」では、経済考証を担当>
「経済考証」というのは、事前に台本を読んで主人公が生きる時代の経済状況がきちんとドラマに反映されているかチェックする仕事です。
バブルの時代の景気の様子、商店街の雰囲気や銀行の融資姿勢、バブル崩壊の状況などとともに、その時々にあられる個々のビジネスの手法に関して情報提供します。

<著書>
『社長の教科書』(ダイヤモンド社)
『ドラッカーが「マネジメント」でいちばん伝えたかったこと。』(ダイヤモンド社)
『どんな時代もサバイバルする会社の「社長力」養成講座』(ディスカヴァー・トゥエンティワン)
『ビジネスマンのための「発見力」養成講座』(ディスカヴァー・トゥエンティワン)
『ビジネスマンのための「数字力」養成講座』(ディスカヴァー・トゥエンティワン)
『ビジネスマンのための「読書力」養成講座』(ディスカヴァー・トゥエンティワン)
『「1秒!」で財務諸表を読む方法』(東洋経済新報社)
『図解キャッシュフロー経営』(東洋経済新報社) 他、100冊以上



アンケートにご回答の参加者様

抽選で30名様 全員に書籍プレゼント!

成功するリーダーになるための考え方と行動

経営者の教科書

(著) 小宮 一慶

第1章 経営という仕事と経営に対する考え方

本章のねらい

「経営とは何か」を具体的に知ったうえで、何を勉強すればいいか、何が正しい努力かを理解することが大切です。

稲盛和夫氏が「考え方×能力×熱意」を「成功の方程式」としています。
彼は、「能力と熱意は0から100点までだが、考え方はマイナス100からプラス100点まである」とおっしゃっているように、正しい考え方を持つことが経営者には必ず必要です。
この正しい考え方というベースを持たない限り、経営者としての成功はありません。

本章では、「経営」とは何かの概略、経営に対しての正しい「考え方」の基礎的な部分について解説します。

主な内容

(1) 経営の3要素

- ①「企業の方向づけ」
- ②「資源の最適配分」
- ③「人を動かす」

(2) ダム経営を心がける

- ①松下幸之助が挙げた「ダム経営」
- ②利益よりキャッシュ
- ③利益とは何か

(3) 未来投資を行う

- ①既存の事業の業績向上
- ②機会の追求
- ③新規事業への進出

第2章 ミッション、ビジョン、理念が会社の根本

本章のねらい

会社が存続していくためには、まず「企業の方向づけ」が重要です。
他社との違いを出すための戦略を策定してそれを実行することが必要ですが、それだけでは十分ではありません。

ベストパフォーマンスを出すためには、「人を動かす」ということが十分にできなければならないからです。そのためには、「考え方」が大切です。

本章では、「方向づけ」と「人を動かす」こと双方の根幹をなす、「ミッション、ビジョン、理念」について解説します。

主な内容

(1) ミッション、ビジョン、理念の大切さ

- ①「儲けるだけの会社」は儲からない
- ②ビジョナリー・カンパニーとは
- ③存在意義や使命感といった、「働きがい」

(2) 自分の頭で考える

- ①「ミッション・ビジョン・理念」は、一生やり抜く信念をもって社員に発表する。
- ②人の信念を代わりに考えることなどありえない、あつてはならない
- ③戦略とは、ミッションやビジョンを追求するための手段

第3章 成果を出すための戦略立案

本章のねらい

経営で最も重要である「企業の方向づけ」は、「戦略」の立案と言い換えることができます。戦略が間違っていると、どんなに従業員が頑張っても結果が出ません。

場合によっては、会社をつぶしてしまうことにもなりかねません。

本章では、ミッション・ビジョン・理念を前提とした「外部環境分析」と「内部環境分析」が、戦略を考える際にいかに重要であるかを解説します。

主な内容

(1) 戦略とは何か

- ①戦略の最重要課題は「他社との違い」を明確にすること
- ②自社の強みを生かす
- ③「小さな日本一」を目指す

(2) 外部環境分析と内部環境分析

- ①外部環境分析～お客様・ライバル・代替品・マクロ経済について知る
- ②内部環境分析～自社の「強み」・「弱み」を知る

(3) 戦略立案を実践する

- ①3か年計画を毎年立て、その1年目を実施する
- ②PDCAサイクルを早くする
- ③オンリーワンではなくナンバーワンを目指す

第4章 働く人を活かすためにやるべきこと

本章のねらい

同じような戦略、同じような潜在能力の人がいる組織でも、両社ではパフォーマンスが大きく違うということよくあります。

そこには、「目的と目標の違い」や「ミッション・ビジョン・理念」などの考え方が従業員にどの程度浸透しているか、お客様第一の会社を作る「小さな行動」が従業員に徹底されているかなど、様々な要素が関係します。

本章では、「人を動かす」・「組織を動かす」ということについて、実践することを想定したうえで詳しく解説します。

主な内容

(1) 働く人の基礎力を高める組織づくり

- ①ビジネスパーソンに必要なのは「思考力」と「実行力」
- ②「意識」ではなく「行動」から入る
- ③規律と「考動」
- ④社員に教えるべきこと

(2) リーダーシップとリーダーの姿勢

- ①「リーダー」と「ティーチャー」は違う
- ②部下と同じ方向を向いて、なおかつ先頭に立つ「指揮官先頭」
- ③リーダーが語らなければならない「理念」・「現場」・「夢」
- ④成功者に素直に学ぶ～素直の3ステップ

お申込は
こちらから