

経営ビジョン・中計のつくりかた

●プログラム●

【開催主旨】

先の読めない社会は、Volatility（変動性）、Uncertainty（不確実性）、Complexity（複雑性）、Ambiguity（曖昧性）の頭文字を冠して、VUCA ワールドと呼ばれるようになりました。VUCA な環境で、変化をいち早く捉え、脅威を機会に変えていく必要性を痛感し、一方で中期経営計画（中計）を中核とする従来のマネジメント手法では、変化に対応するための大胆な変革はできません。

本セミナーでは、非連続な未来を読み解き、プロアクティブに自社の未来像を創造するための「未来洞察」の手法とその活用事例をご紹介します。経営ビジョン・中計の策定、あるいは、マネジメント・サイクルそのもののあり方について、問題意識をお持ちの皆さまにご出席いただけましたら幸いです。

◆日時：2019年9月27日（金） 14:00～17:00

◆会場：東京・表参道 「アイビーホール」

◆講師：栗田 恵吾氏（株）日本総合研究所 リサーチ・コンサルティング部門ディレクター

【略歴】

- ・九州大学経済学部卒業後、株式会社博報堂に勤務（マーケティング）
- ・2003年博報堂フォーサイト、2007年博報堂イノベーションラボを発足
- ・2015年、日本総合研究所に新設された未来デザイン・ラボに合流

【書籍等】

- ・「VUCA時代を乗り切る2030経営ビジョンのつくりかた」（共著）（2019年、日経出版）
- ・「新たな事業機会を見つける「未来洞察」の教科書」（共著）（2016年、KADOKAWA）

坂本 謙太郎氏（株）日本総合研究所 リサーチ・コンサルティング部門シニアマネジャー

【略歴】

- ・2000年、英国国立サリー大学経営大学院（MBA）修了
- ・2001年より日本総研にて経営コンサルティングに従事

【書籍・講演等】

- ・「VUCA時代を乗り切る2030経営ビジョンのつくりかた」（監修）（2019年、日経出版）
- ・セミナー「海外展開におけるマネジメントの潮流と実際」（2013年7月）
- ・講演「中期経営計画は本当に必要か？」（2012年9月）
- ・『業界地図2011』（監修）成美堂出版（2010年9月）
- ・セミナー「変革を実現する経営戦略・中期経営計画の作り方」（2010年7月）

●参加要領●

一般社団法人 企業研究会 セミナー事務局宛

*当会ホームページ（<https://www.bri.or.jp>）からもお申込みいただけます

●受講料● 1名（税込み、資料代、書籍代含む）

正会員	36,720円	本体価格 34,000円
一般	39,960円	本体価格 37,000円

- 申込書に所定事項ご記入の上、下記担当者あてに FAX いただくか、当会ホームページからお申し込みください。後日（開催日1週間～10日前までに）受講票・請求書をお送り致します。
- 申込書をFAXにてご送信いただく際は、FAX番号をお間違えないようご注意ください。
- 会員企業のご確認、その他セミナーに関するご不明な点につきましては、当会ホームページより【TOP】→【公開セミナー】→【よくあるご質問】をご参照下さい。
- 最少催行人数に満たない場合は、中止とさせていただきます。ご了承下さい。

一般社団法人企業研究会

担当：村野 E-mail murano@bri.or.jp

〒102-0083 東京都千代田区麹町 5-7-2

MFP R麹町ビル 2F (IB 麹町 M-SQUARE)

TEL 090-6797-1982(直通)・03-5215-3511(代表)

FAX 03-5215-0951

191574-0106	※ 2019.9.27 経営ビジョン・中計のつくりかた		
会社名			
住所	〒		
TEL	FAX		
部課 役職		フリガナ お名前	
e-mail			
部課 役職		フリガナ お名前	
e-mail			

※DMの停止・登録情報変更は、①当会ホームページ右下「変更フォーム」、又は、②専用ダイヤル【03-5215-3512】にてご連絡ください。

申込書にご記入頂きました個人情報、本研究学会に関する確認・連絡及び弊会主催のご案内をお送りする際に利用させていただきます。

経営ビジョン・中計のつくりかた

1. なぜ長期ビジョンが必要か？

- (1) VUCA ワールド～激変する外部環境
- (2) 日本企業における意思決定と変革の難しさ
- (3) 中計だけでは変革は起こせない
- (4) 長期ビジョンは何の役に立つのか？
- (5) ESG 経営を実現するための長期ビジョン

2. ビジョン・中計策定の体制と手順

- (1) 多様な可能性を経営に取り込む手法
- (2) 求められるスキル
- (3) 検討体制の作り方
- (4) コンサルタントが嫌がるコンサルタント活用法

3. 未来洞察の手法

- (1) 知らないことすら知らない世界に目を向ける
- (2) 未来予測との違い
- (3) 未来洞察の手順
- (4) 「未来年表」で社内を刺激する

4. 企業事例

- (1) 経営ビジョン・中計に未来洞察を活用している企業
(自動車・食品・建設・システム・電鉄) の事例紹介