

参加要領

◆受講スタイル：東京研修センターまたは 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。

◆受講対象：「業績アップ6か月セミナー」を修了し、  
自社を長期的に展望していくお立場の方  
(経営者・経営幹部・幹部候補・後継経営者)  
※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。

◆受講料：(税込)

	法人会員	一般
1名	385,000円	440,000円
複数参加または継続参加	352,000円/名	

- ※「継続参加」割引は前年より継続して参加される場合に適用されます。
- ※複数参加の価格は、受講方法(オンライン・会場参加)が異なる場合でも適用されます。
- ※法人会員のフレックスコースをご利用いただけます。
- ※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。
- ※恐れ入りますが振込手数料はご負担ください。
- ※受講生ご本人様の都合により受講を中断される場合は、受講料の返金はいたしかねます。

セミナーの当日のご案内、回答やお手続き、関係する資料の受け渡し等は、「NISSOKENマイページ」で行います。

- ※初回のみアカウント登録が必要です。  
アカウント登録には個人のメールアドレスが必要です。  
一つのメールアドレスで複数のマイページ登録を行うことができませんので、あらかじめご了承ください。  
(例：「infoなどの代表アドレス」「店舗のアドレス」など)
- ※NISSOKENホームページから、ご利用ガイドがご覧いただけます。

会場・お問い合わせ先

**東京研修センター**  
〒136-0076 東京都江東区南砂2-2-7  
TEL(03)5632-3030  
FAX(03)5632-3051



■大阪研修センター TEL(06)6388-7741 FAX(06)6388-7739

■福岡研修センター TEL(092)475-1466 FAX(092)482-8392

■名古屋研修センター TEL(052)483-0471 FAX(052)483-0500

■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

- ※講師は変更になる場合がございます。あらかじめご了承ください。
- ※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などにより、開催方法の変更、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。

お申し込み方法

NISSOKENホームページからお申し込みください

業績アップ上級  検索

<https://www.nisouken.co.jp/>



対象：業績アップ6か月セミナーを修了された方

# 業績アップ 上級コース

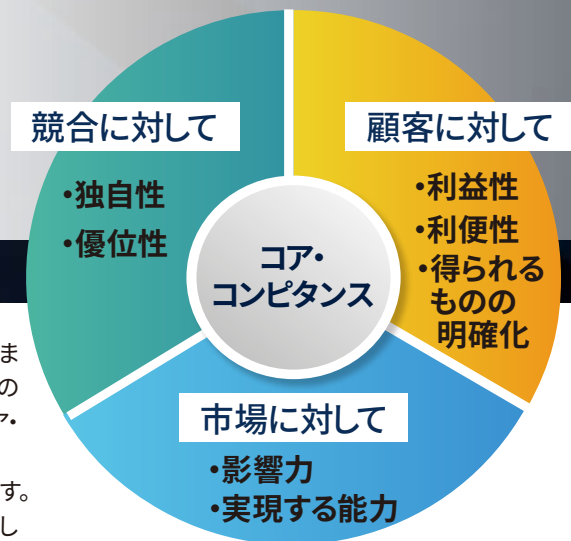
自社独自の強みを見出し、圧倒的な競争優位で  
コア・コンピタンス経営を実践しよう！

会場受講  
オンライン  
受講スタイルが  
選べる！

経営資源の少ない中小企業が  
大企業に勝つためには

focus 「選択」と deep 「集中」

私たち中小企業にとって、ますます厳しい時代を迎えようとしています。新たな時代をたくましく生き残っていくためには、中長期を見据えた顧客視点の「成功戦略」が必要です。どの業界も顧客の価値観が大きく変わる中で、顧客に真の価値をもたらすことのできる「コア・コンピタンス」が必須の条件になってきました。「コア・コンピタンス経営」の実現のための戦略を打ち立てるのが業績アップ上級コースです。中小企業は経営資源も少なく「コア・コンピタンス経営」には不向きだという意見もあります。しかし経営資源に制限のある中小企業こそ、コア・コンピタンスを明確にしなければならないのです。わかりやすい講義とアドバイザーの懇切丁寧なアドバイスは、必ずや貴社の「業績アップ」に貢献することでしょう。



お客様が貴社から購入する理由は何か

他社にはない、自社独自の強みは何か

お客様のニーズに  
応えているだろうか

外部環境の変化に  
どう対応していくか

講師  
NISSOKEN セミナー講師  
松原 誠



経営資源に限りがある中小企業だからこそ、  
コア・コンピタンス経営が求められる！

2025年 開催日程

第1講	1日目 12:00~18:00	2日目 9:00~18:00	3日目 9:00~17:00
第2講~第5講	1日目 12:00~18:00	2日目 8:30~17:00	
第6講	1日目 12:00~18:00	2日目 9:00~17:00	

	第1講	第2講	第3講	第4講	第5講	第6講
東京研修センター	2月3日(月)	3月3日(月)	4月3日(木)	5月1日(木)	5月28日(水)	6月26日(木)
オンライン	~5日(水)	4日(火)	4日(金)	2日(金)	29日(木)	27日(金)

NISSOKENのセミナーは  
全国1万4,442社の企業で導入され、これまでのべ109万名の皆様に受講いただいています。

セミナー事業	コンサルティング事業	出版事業
<ul style="list-style-type: none"> <li>・階層別、体系的なセミナーの開催</li> <li>・ラーニングアプリGrowthCollege</li> <li>・講演会、講師派遣</li> <li>・海外視察</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経営指導、経営コンサルティング</li> <li>・財務診断、社風診断</li> <li>・経営診断および指導</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・月刊『理念と経営』の出版、販売</li> <li>・朝礼教材『13の徳目』の製作、販売</li> <li>・ビジネス書籍の出版、販売</li> <li>・各種教材の開発、販売</li> </ul>

「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~

- 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)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。
- 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。
- 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。

# コア・コンピタンス経営で 長期的な競争優位を確立する！

❓ 貴社はどの経営パターンですか？

- |               |  |
|---------------|--|
| 1. 顧客無視型      | 企業とは言えない。しかし、知らず知らずのうちに現場がこうなっている企業    |
| 2. クレーム対応型    | その場のクレームに対処して、ニーズには応えられない(改善・改革できない)   |
| 3. ニーズ(欲求)対応型 | お客様のニーズを把握して、そこに対応する企業(これもできていない企業が多い) |
| 4. 価値創造型      | 現在の既存の商品・技術・サービスで価値を付け加える企業            |
| 5. コア・コンピタンス型 | 顧客のベネフィットを提供する価値創造企業 = 競争優位を確立         |

## 企業事例 株式会社seed (エシカルチーズケーキ専門店運営・菓子製造業)

安心・安全な国産のこだわり食材を使用したエシカルチーズケーキ専門店を運営している株式会社seed。コロナ前までは南大阪で飲食店を5店舗経営していたが、2018年に関西を直撃した大型台風による被災とコロナ禍で大打撃を受ける。以前から経営理念に立ち返り、新しい業態を模索していたのが功を奏し、コロナの真っ只中に全国への卸売販売を開始することができた。「エシカル」をテーマにした商品開発を行い、現在は直営店2店舗、ECサイト、卸販売にて商品を販売。2023年は売上が前年比110%、経常利益も前年比116%となり、着実に業績を伸ばしている。

### こだわりのエシカル素材

- ・農業・化学肥料不使用米の玄米粉
- ・国産無添加チーズ
- ・鹿児島県産粗糖
- ・NON-GMOのエサで育った鶏の卵



### 規格外フルーツのアップサイクル

変形や少しの傷で販売できない規格外フルーツや野菜などを全国の生産者から仕入れ、価値ある商品へとアップサイクルする取り組み



### 生産者・取引先との繋がり

全国の生産者さんを定期的に訪問。取引先は課題解決を共に取り組むパートナー。



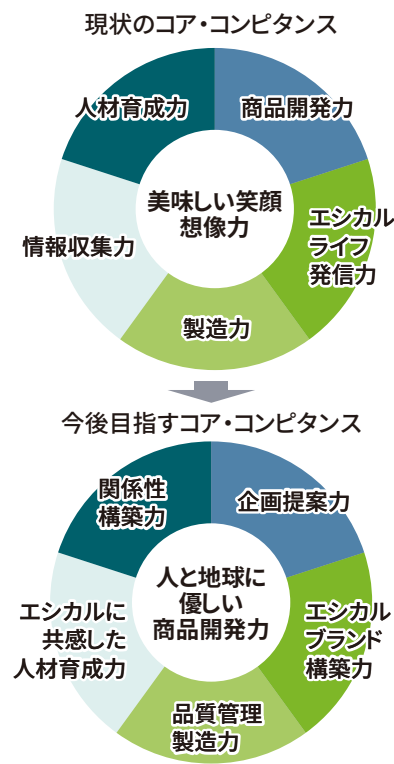
### 産学官連携

農林水産省が参画する企画への参加。大学のエシカルマーケティング授業で教材に。



### エシカルスイーツとは

食べる人の健康、地球環境、生産者さんや社会に配慮したスイーツのこと。エシカル (ethical) = 論理的な、道徳的などという意味がある



**コア・コンピタンス**は競争力の源泉(中核となる資源)です。中小企業が生き残るためには、いくつもの強みを束にして戦っていかないとけません。他社に先駆けて競争優位を創り出し、この厳しい経営環境に対応していきましょう。

### コア・コンピタンス3つの条件

顧客に対する  
価値創出に  
繋がること

競合企業が  
模倣困難で  
あること

多様な市場  
に対して  
展開可能で  
あること

## セミナーの流れ

講義 (具体策・事例の紹介など)

コア・コンピタンス経営を実践している  
経営者からのアドバイス

コア・コンピタンス委員会を  
社内で設立し、討議する

## コア・コンピタンス育成計画書の作成

コア・コンピタンスを  
育成するための  
3か年の計画書を  
作成します。



## セミナーカリキュラム

第1講

### コア・コンピタンスの概念

- コア・コンピタンス経営実現の具体策(短期・長期)
- 競争時代に必要な3つの戦略ポイント
- 経営理念の設定と事業目的の理解 (顧客が見ているのは企業哲学)
- コア・コンピタンス経営と事業の戦略的なドメイン決定

第4講

### 戦略の整合性の確認

- 戦略マトリックスの検討 (ターゲット層顧客・商品・開発価格・販売)
- コア・コンピタンス経営の事例研究



第2講

### コア・コンピタンスの育成

- 戦略ドメイン(顧客軸と製品軸と資源軸の上手な組み合わせ)
- 外部環境分析と戦略課題の明確化
- コア・コンピタンス経営の事例研究
- コア・コンピタンス創出の具体的なプロセス

第5講

### 3か年予測損益計算書の作成

- 損益計算書を読みこなすポイント
- 収益性、生産性、採算性を徹底検証する
- 実践的利益計画はこうして作れ

第3講

### 販売戦略の基本は商品にあり

- 自社とライバルのコア・コンピタンスの比較分析
- コア・コンピタンス強化戦略と3か年計画(定性・定量)
- 自社の顧客に与えるベネフィットと獲得すべきプロフィット
- 販売戦略の立案

第6講

### コア・コンピタンス経営の実践

- コア・バリューと周辺バリューの組み合わせが重要
- コア・コンピタンス経営に向けてプロジェクトを作る
- コア・コンピタンス育成計画書の完成と発表

## 受講生の声



東洋計測株式会社  
代表取締役社長  
和田 厚 様  
エンジニアリング業  
(茨城県)

セミナーに参加されたきっかけをお聞かせください  
業績アップセミナーの初級で学んだことによって業績が向上したものの、頭打ちになっていました。さらに業績を向上させたいという思いで、業績アップ上級コースに参加しました。

セミナーの中で得た気づきや学びを教えてください  
このセミナーでの大きなテーマである、お客様のベネフィットと自社のプロフィットという概念を学び、自社のコア

バリューや周辺バリューを決定していきました。その中でそれらを今後どのように強化していくのか、具体的な行動計画をたてることができました。

### 会社にどのような変化がありましたか

常にコアバリューを意識するようになりました。他社との差別化や自社の強みを強化していくことができるようになり、結果的に業績の向上につなげることができました。



株式会社  
セントラルフーズ  
代表取締役  
秋山 裕一 様  
食品製造業  
(岡山県)

セミナーの中で得た気づきや学びを教えてください  
特に印象に残っているのは「ベネフィット」(便益)です。ターゲット顧客を明確にし、お客様に対して私たちが提供できる商品やサービスが何かを常に考えるようになりました。経営資源が限られている自社にとってターゲット顧客を絞ることの重要性を学びました。

### 会社にどのように変化がありましたか

これから数年かけて全社員に受講してもら予定です。当然、私も一緒に受講します。このセミナーは顧客志向に脳を切り替えてくれます。徐々にではありますが、自社の強み

がどのようにお客様にとってベネフィットとして提供できるのか、また会社全体が社会にどのように貢献できるのかを考える社風になってきていると思います。

### 今後の決意を一言お願いします

二十数年仕事をさせていただいておりますが、いつの時代も変わるものと変わらないものがあると実感しています。創業の精神や人財育成・顧客提供価値は変わらないものであり、変わり続けるためには、マインド・イノベーションとプロダクト・イノベーションが必要だということを忘れずに社員とお客様、社会と共に会社を成長させていきます。