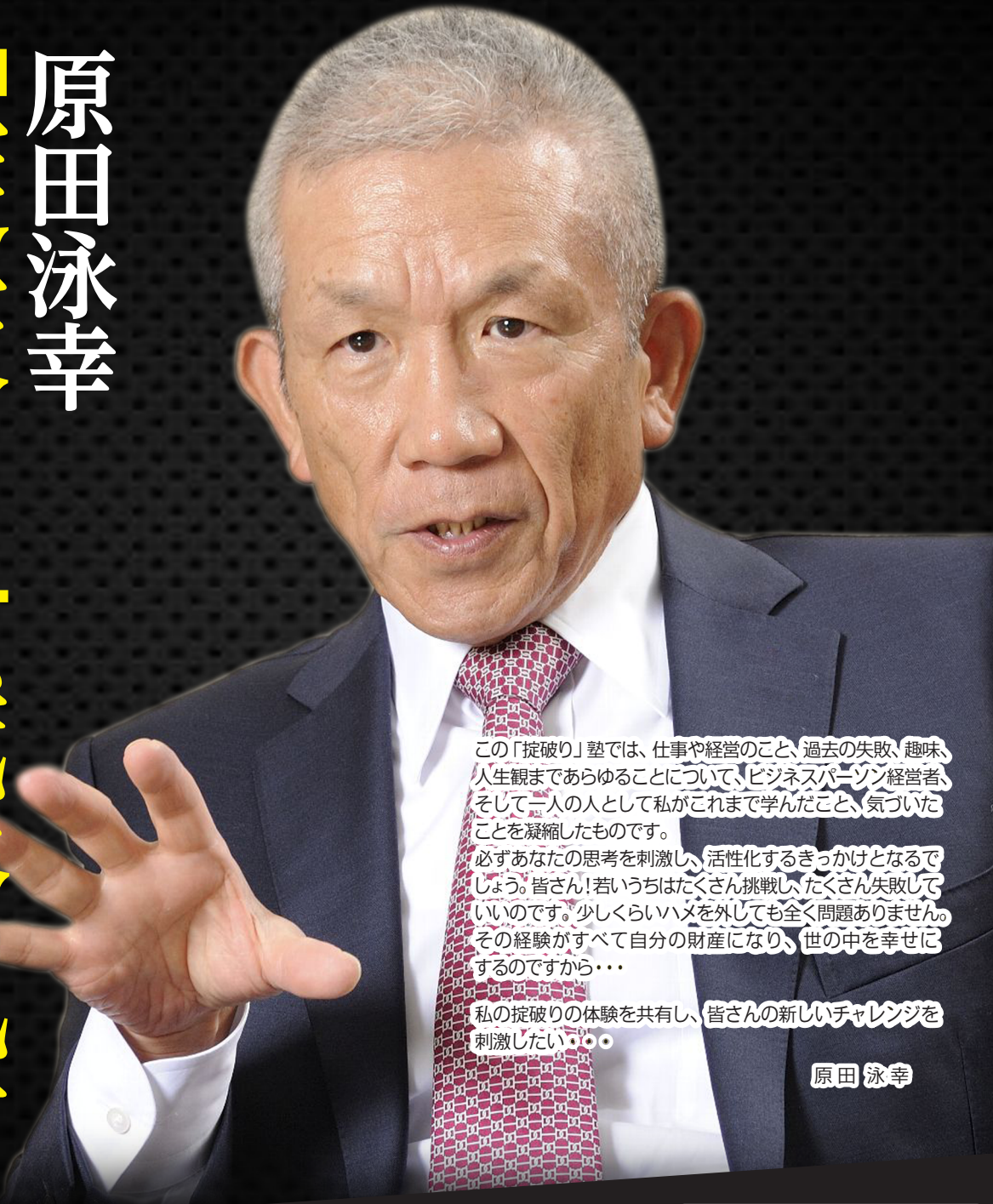


原田 泳幸 「掟破り」戦略塾

創造とは常識の否定から始まる

初級編



この「掟破り」塾では、仕事や経営のこと、過去の失敗、趣味、人生観まであらゆることについて、ビジネスパーソン経営者、そして一人の人として私がこれまで学んだこと、気づいたことを凝縮したものです。

必ずあなたの思考を刺激し、活性化するきっかけとなるでしょう。皆さん! 若いうちはたくさん挑戦し、たくさん失敗していいのです。少しくらいハメを外しても全く問題ありません。その経験がすべて自分の財産になり、世の中を幸せにするのですから・・・

私の掟破りの体験を共有し、皆さんの新しいチャレンジを刺激したい。

原田 泳幸

潰れる会社は全て、人事と財務管理の失敗である。
賢い会社はこの二つで成功している。
確実な成功を収める経営の真髄を皆様にお伝えします。

第1期生の受講の様子



開催日程

開始: 2019.6.17(月)

会場: EBIS303
東京都渋谷区恵比寿1-20-8
時間: 13:00 ~ 17:00

2期生

価格: 45万円 (税込486,000-)

第2回 7月8日(月)

第3回 8月19日(月)

第4回 9月9日(月)

定員: 20名

※業種や目的内容によっては受講をお断りさせて頂く場合がございます。

※ お申込み最低定員が、10名以下の場合には、塾開催を延期。もしくは中止する場合がございますので、予めご了承下さい。

お申込方法

運営
会社

株式会社 最強軍師

・FAX用紙にご記入の上、FAXにてお申し込みください。
東京都渋谷区恵比寿西2丁目11-16 グランディ代官山B1

FAX. 03-6712-7829



原田 泳幸

株式会社原田泳幸事務所 代表取締役

経歴

1997年
アップルコンピューター(株) 代表取締役社長
兼米国アップルコンピューター社副社長就任

2004年
日本マクドナルドホールディングス(株)
代表取締役会長兼社長兼CEO就任

2014年
(株) ベネッセホールディングス
代表取締役会長兼社長就任

経験

- グローバル企業44年、IT業界33年、
外食産業11年、教育・介護事業2年の経験。
- アップル、マクドナルド、ベネッセで20年間
社長・会長歴任。
- アップルとマクドナルドで大変革とV字事業
回復に成功。
- 事業変革、マーケティング戦略、人事変革、
フランチャイズ事業変革、様々な危機管理に
ついて多くの講演実績。

講演実績

トヨタ自動車、日立製作所、日本テレビ、日経新聞
GCA、日本M&A、財務省、日本郵政、教育委員会
慶応大学三田祭、慶応大学経営学部、
早稲田大学MBA、立命館大学大学院
神戸大学経営学部、青山学院大学
私立医科大学同窓会、企業研究会
日経新聞フランチャイズショー基調講演
日本橋ロータリークラブ
ジャパンソサエティ・ニューヨーク
他多くの企業・団体からの講演。

主な著書

『とことんやれば必ずできる』	かんき出版
『大きくしぶとく考え抜く』	日本経済新聞出版社
『ハンバーガーの教訓』	角川書店
『マクドナルドの経済学』	PHP
『101の言葉』	かんき出版
『原田泳幸の仕事の流儀』	角川書店
『勝ち続ける経営』	朝日新聞出版
『掟破り』	かんき出版

4ヶ月コース 掟破り戦略塾 初級編 カリキュラム

講義の進行上、テーマや講義内容が変わる場合がございますので、予めご了承ください。



第1章

らしさを取り戻せ×人事戦略

(経営とは、人事と、らしさが、競争力!)

- ① ビジョンステートメント
- ② 5P (プロダクト・プライス・プロモーション・プレイス・ピープル)
- ③ スタッフのやる気に火をつける! 人事戦略 (採用・教育・キャリアアップ)

ビジネスの競争力それは、全て人事力! といっても過言ではないでしょう。
そして、独自の顧客価値が価格競争の回避に不可欠です。らしさをどう創るか? 人事力をどう高めるか?
これらの実践的、経験を紹介し皆様の思考に火をつけます。

第2章

ビジョンステートメント

(顧客価値創造と価格戦略)

※ 前回の振り返りを行います。

- ① ビジョンステートメント
- ② 商品戦略・価格戦略 (新規顧客・購買頻度・客単価)
- ③ マーケティング戦略

有形・無形の価値創造と価格戦略! そして継続的成長を図る為の経営戦略的、ナビゲーション。
これらについてお話しします。
マーケティングとは何か? 基本的マーケティングフレームワークプラン。資産構築の話をしします。

第3章

ビジネスモデルの創り方

(賢い投資戦略とキャッシュフローマネジメントとは)

※ 前回の振り返りを行います。

- ① 投資戦略 (選択と集中・統廃合・キャッシュフローマネジメント)
 1. やると決める前に、まず徹底的にやらない事を決める。やるべき事の中に、ヒト・モノ・カネの全てを投資する。
 2. 赤字の時にする事。
- ② 5つのステイクホルダーに対しての価値を上げる
(株主・お客様・従業員・取引先企業・地域社会)
- ③ リスクマネジメント×ガバナンス
(業務リスク・金融リスク・外部環境リスク・災害リスク・情報リスク・組織・労務リスク・戦略リスク)
- ④ マーケティング経営戦略

多店舗展開の成功事例と失敗事例をケーススタディから投資戦略課題のヒントを発見する
セッションを行います。

第4章

自社の成長戦略

(経営は企画力より実行の質の管理)

※ 前回の振り返りを行います。

- ① ダッシュボードマネジメント
 1. 売上・利益管理
 2. 生産性
 3. 市場/顧客開拓
 4. 店舗開発
 5. 店舗運営
 6. 本社人材
 7. 顧客クレーム/コールセンター
 8. 危機管理
 9. 企業価値
- ② マーケティング・経営戦略

運転席のダッシュボード、それがなかったら運転は不可能です。効率よく安全に運転する為には、
どんな計器盤を必要としますか?
経営の実行とナビゲーションと管理にもダッシュボードが不可欠です。
世の中の教科書にない、45年の経験から生まれた実践的ダッシュボードマネジメントを紹介します。