

ねらい

- 事業や業務の責任者が、他社に打ち勝ち、メンバーを牽引できる有効で魅力的な戦略を立案できる実践的な能力を強化することを目的とします。
 - ビジネスにおける戦略の重要性を認識します。
 - 戦略立案の基本ステップ(ビジョン定義→課題分析→計画策定)を理解する。
 - 各ステップで適用する思考技法(特に、バランススコアカード(BSC)の考え方)を習得する。

研修形式

- 講義 + 個人演習
 - 講義では、ビジネスにおける戦略の意義を説明した上で、戦略立案の基本ステップと各ステップにおける思考技法について解説します。
 - 個人演習では、各自が自分自身の事業や業務に対してビジョンを定義した上で、それを実現するための課題や施策を実際に立案します。
 - 各演習における成果はグループ内で共有するとともに、最終的に策定された戦略をクラス全体に発表します。

研修後の期待される効果

- 自身の強い思いに基づいてビジョン(=あるべき姿)の重要性を認識します。
- 事業戦略(定性目標)と経営計画(定量目標)とを架橋する思考方法を身に付けます。
- バランススコアカード(BSC)をより実務に適合した仕方で習得します。

戦略策定力 研修 プログラム

時間	第1日目		第2日	
	講義	演習	講義	演習
9:00	1. 戦略と戦略立案 <ul style="list-style-type: none"> 戦略とは？ 戦略の3要素(ビジョン、課題、行動計画) 戦略策定のステップ 競争を意識した競争戦略 2. ビジョン定義 (ビジョンの要件と形式) <ul style="list-style-type: none"> ビジョンはなぜ必要か？ ビジョンの満たすべき要件(明瞭性、独自性・魅力性、現実適合性・整合性) ビジョンとミッション ビジョンと利益目標 利益の因数分解と収益指標 KGIの選択 ビジョン・ステートメント 3. ビジョン定義 (ビジョンの定義) <ul style="list-style-type: none"> 事業の変革ビジョン = 事業の再定義 STPマーケティング 「顧客-商品」マトリクス 「強み」を活かして「機会」を捉える 現状分析の手法(4C分析 + SWOT分析→“4C ± 分析”) KGIへの落とし込み 		4. 課題分析 <ul style="list-style-type: none"> 課題 = 成功への鍵(CSF) KGIとCSFのリンク 課題分析の5つの視点(顧客、商品・サービス、内部プロセス、人材育成、組織変革) 「弱み」の克服と「強み」の更なる強化 戦略マップ <div style="background-color: #ccccff; padding: 5px;"> ■ グループ演習 <ul style="list-style-type: none"> 3年後のビジョンを実現するための戦略マップを作成する </div> <ul style="list-style-type: none"> CSFの「目標化」(KPIと成果物) 2種類の指標(成果指標と行動指標) 戦略目標と戦略展開表 	
17:30	<div style="background-color: #ccccff; padding: 5px;"> ■ グループ演習 <ul style="list-style-type: none"> 自部門の3年後のビジョンを作成する </div>		5. 計画策定 <ul style="list-style-type: none"> 課題から施策へ 実行計画の基本3要素(誰が、何を、いつまでに) WBS(作業分解図) マイルストーンスケジュール 実行体制の確立 <div style="background-color: #ccccff; padding: 5px;"> ■ グループ演習 <ul style="list-style-type: none"> 演習の成果を踏まえて、自部門の今後3年間の戦略をまとめ上げる </div>	