

クリティカル・ストラテジ ック・ ソリューションズ社

は

経営管理に関するグローバルなソリューション
および
営業開発に関する研修サービスを提供します。

Critical Strategic Solutions 社は、国内外の国際企業に過去約 20 年間に及ぶビジネス・コンサルティング経験、コンサルティング業界で最も徹底したビジネス理論の追求およびその蓄積に基づき、ビジネス・シーンで発生する様々な問題に対するソリューションを提案し、各従業員に見合った研修サービスを提供致します。

実際のビジネス研修では、実践面を重視するスタンスに基づき、教育を行います。これは、実践を通してビジネス理論を理解・体得すべきであるという弊社のビジネス・コンセプトを反映したものです。そのため、研修コースの内容は、可能な限り実践方式を採用しています。弊社で提供するコースは多岐に及びますが、以下にいくつかの代表的なコース内容をリストアップしてみました。

コース: グローバル・ビジネス戦略の立案

コース期間: 2日間

学習目標: 以下の項目を理解する。

- なぜビジネス・マーケティング戦略を考える上で、「グローバル化」がなぜ欠かすことのできない要素となったのか。
- グローバル化に伴う基本戦略の概説
- 成功する輸出プログラムの構築方法
- 国際貿易で発生する主な障壁およびかかる障壁がグローバル経済に与える影響
- 21世紀に向けて、海外貿易に対して最も強い影響力を持つ貿易協定
- 市場においてスモール・ビジネスが競争力を発揮できるマーケティング戦略とは
- インターネットがもたらすマーケティング機会の功罪および起業家のマーケティング機会の活用方法について
- マーケティング戦略における4つのP—Product, Place, Price, Promotion—および優れたマーケティング戦略を立案する上でこれらの要素が果たす役割
- SWOT分析とSTEP分析について
- グローバルなビジネス戦略をどう立案・展開するか

コースの狙い: 販売およびマーケティング能力により優れたマネージャーの育成。グローバルなビジネス戦略の立案が、理論的に何を意味するかを広範囲に渡って理解できるマネージャーの育成。

コース名: 国際市場調査

コース期間: 2日間

学習目標: 新規に海外市場の開拓を考えている会社は、事業に関していくつかの決断を迫られることになる。最初に曖昧なビジネス決定を下すと、(1) 必要のない市場調査までも実行または外部委託してしまい、多くの経費を無駄に使う、(2) 将来効率的に決定する際に欠かせない情報を得る機会を逃がすといったことになる。ある意思決定が必要であるか否かを見極めるためには、「この国へ市場参入すべきか」、「この国ではどの製品群を販売促進すべきか」、「事業展開する上でどの産業セクターを重視するのか」、「この市場に対する適切な投資額は」、「収益の回収が始るまでどれくらいの期間を見るべきか」、「どのような販売経路が弊社に最適か」、「弊社の製品およびサービスの販売促進をどのように進めるのか」、「事業をどのように展開方法すべきか」等、常に自問し続けることが大切である。換言すると、販売戦略を構成するそれぞれの要素と事業展開方法との関係を1つ1つ順番に検討する必要がある。本コースは、前述の疑問にすべて答えてくれる。

コースの狙い: 本コースを通して、市場参入の妥当性を支持し、市場参入による利益を最大限に高めるには、市場調査の必要性および市場調査の活用方法を理解する必要があることをマネージャーに体得させる。

コース名: 財務会計および財務諸表分析

コース期間: 2日間

学習目標: 本コースを通してマネージャーは以下の項目を理解する。

- 財務会計のコンセプト: 会計計算方法および複式簿記
- 3つの代表的な財務諸表ならびにこれらの財務諸表と会社の事業・財務状況との関係
- 主要な財務比率をコンピューター処理することが、会社の財務力を分析する際にどう役立つのか
- 会計事務所に所属する会計士が直面するいくつかの特殊な問題
- 業績の評価および予測

コースの狙い: マネージャーが会社の財務諸表に目を通し、検討できるようになること。諸表中の各数値の意味を理解し、会社の財務諸表を分析できるようになること。受講前よりもマネージャーの分析能力の向上に役立つだけでなく、顧客および供給者に関する情報の分析能力も身に付き、所属する会社の事業内容をより深く理解できるようになる。

コース名: 戦略的なビジネス成長

コース期間: 2日間~1週間(受講者の要求する達成レベルにより異なる)

学習目標: 本コースは、ある組織のビジネス計画書および事業成長に関する戦略を検討するために、基本ビジネス原理の策定期にイマジネーション、イノベーション、製品開発、マーケティング、市場調査および資金調達などの点を検討することで、基本ビジネス原理からどのようにしてビジネスが成長していくかを理解するのに役立つ。本コースは、受講者のイマジネーションをフルに活用して、新製品の設計を手掛けるチーム作りを行うセッションから始まる。本コースは、こうして開発した新製品を現実的にどのように販売していくのか検討する形で展開していく。最終的には、市場調査および予算編成に関する原理の学習または市場調査プログラムを実際に体験し、販売予測およびキャッシュ・フロー予算の分析を行うが、どの過程まで進むかは、受講期間に左右される。

コースの狙い: 事業管理と経営戦略に関する基本原理を十分に理解できるようになる。

コース名: 製品の本質を理解しない従業員のための製品コース

コース期間: 2日間

学習目標: 本コースを通して、製品とは顧客のニーズを満たした結晶であり、会社が市場に投入したい物質でないことをマネージャーに学習させる。製品のいろはから、消費者のニーズおよび製品の価格、市場における位置、ライフサイクルなどの要因に到る製品プロセスをマネージャーに理解させる。

コースの狙い: 製品のビジネス・コンセプトに関する理論的な側面を幅広く理解できる、より能力の高いマネージャーを育成する。

コース名: マーケティングを理解しない従業員のためのマーケティング・コース

コース期間: 2日間

学習目標: 本コースを通してマネージャーは以下の項目を理解する。

- マーケティングを左右する外部環境
- 市場細分化および市場細分化の特化マーケティングへの活用方法
- 消費者の購買過程を左右する主要因
- 法人市場の分類および法人の購買行動と個人の購買行動の違いについての解説
- ブランド設定および梱包の重要性
- 製品 (Product)、場所 (Place)、価格 (Price)、販売促進 (Promotion)
- 宣伝広告およびその他の販売促進ツール、ツールの活用方法

コースの狙い: マーケティングに関する理論的な側面を幅広く理解できる、より能力の高いマネージャーを育成する。

コース名: 職場の人間関係に無頓着な従業員のためのコース

コース期間: 2日間

学習目標: 職場における心理的契約とは、従業員が会社へ貢献する程度（貢献度）と、その見返りとして会社が従業員に対して提供するもの（報酬）の関係、すなわち両者が抱く一連の期待感によって構成されている。過去 10 年間で心理的契約の中味は、大きく変化している。すなわち、会社側は従業員に対して雇用の安定度を下げる反面、給付面での待遇を充実させる傾向にある。一方、従業員は、残業を進んで受け入れることが多くなってきている反面、より責任ある職務を期待するようになってきている。良好な人間関係（雇用者と被雇用者が積極的に関わること）が存在すると、従業員の仕事に対する満足感とやる気が高くなる。本コースの狙いは、自分以外の人間ならびに相手の欲求と要求を理解する上でのヒントを提供し、受講者が良好な人間関係を実現できるよう手助けすることにある。これらを達成すると、従業員の生産性ならびに会社に対する忠誠度がアップし、会社に対する不満が少なくなり、無断欠席および人事異動の発生率も下がってくる。本コースを通してマネージャーは以下の項目を理解する。

- 職場における心理学的契約の意味と重要性
- 仕事に対する満足感およびやる気、職場の人間関係の中において各自が果たす役割
- 従業員の動機付けに関する理論
- 従業員の仕事に対する満足感とやる気を向上させるために会社が取るべき戦略
- リーダに見られる様々な管理スタイルとこれらが職場の人間関係に及ぼす影響
- 「ピーターの法則」
- 「ゼリー・ビーンズを狙え」
- 「会社を活性化させる」

コースの狙い: 人的資源管理に関する理論的な側面を幅広く理解できる、より能力の高いマネージャーを育成する。

コース名: 財務畑でない従業員のための財務

コース期間: 2日間

学習目標: 会計士の役割は、会社のマネージャーおよび投資家に対し、財務情報の収集・分析・報告作業を通して会社の財務状況を正確に提供することにある。ビジネスマンおよびマネージャーは、経営効率を可能な限り高めるながらも、できるだけ最小限の努力で最大限の利益を得ようとして、かかる財務情報を活用する。これは、経営効率に優れた会社の古典的な例である。本コースを通して、財務情報の活用方法、会計士の財務勘定の準備・報告方法、会社の過去および将来の事業展望を分析する際に財務諸表および予算計画をどのように活用すべきか、受講生に理解させる。

コースの狙い: 適切な財務情報の必然性を理解できるようになる。マネージャーが、社内において自ら所属する部門の役割について考え、コースの受講前よりも経営効率に優れた人物になる。

コース名: 管理会計・予算編成・販売予測

コース期間: 2日間

学習目標: 以下の項目を理解する。

- 基本予算の長所およびその特徴
- 基本予算の作成時に取るべきステップ
- 損益予算および付属明細書の準備
- スプレッドシートを用いて、財務予算、資本収支、キャッシュ・フロー予算を表形式で一
緒に表す。
- 販売予測の難しさを理解する
- 予算編成によって職場で生じる可能性のある人間関係のもつれを予想する

コースの狙い: 本コースは、会社オーナーおよびマネージャーが自ら予算編成および販売予測を準備する際に役立つ。これらを準備することで、会社オーナーおよびマネージャーならびに管理会計士が、社内の部門および従業員1人1人の業績を評価しやすくなることを理解する。

弊社では以下のコースも実施しています。

時間管理 就業時間内で従業員がこなす業務に費やす時間の有効活用および無駄遣いについて、従業員の理解を深める。

リーダーシップおよび経営管理 自分自身と他の社員についての理解を深める、プロジェクト・チームの経営効率の向上およびチームの管理方法

EU（欧州連合）EU の仕組み、各組織と意思決定、改革、加盟エリア拡大と方針

経営管理における意思決定 効率的な意思決定を活用したビジネス効率に優れた経営