

役員向け&部門長向けワークショップ開催支援プロジェクト

プロジェクト成果物の例

- 本資料は当社のコンサルティング支援のイメージをお伝えするための参考資料です。
- 内容は当社の実績をもとに作成しておりますが、あくまで一例であり、実際はお客様の与件によりまして成果物は異なります。
- お客様の成果につながる最適なアプローチで支援いたします。

プロジェクトの進め方

経営幹部、プロジェクトメンバーの皆様とミーティング・合宿を通じて、経営戦略・組織戦略を明確化する（プロジェクトメンバーの皆様は、全社員とのブリッジ役を担う）

実施形態

ミーティング：月1回
合宿：1泊2日形式、1回

参加者

- ・ 経営幹部の皆様
- ・ PJメンバーの皆様
- ・ リブ・コンサルティング



徹底した議論

ありたい姿の共有

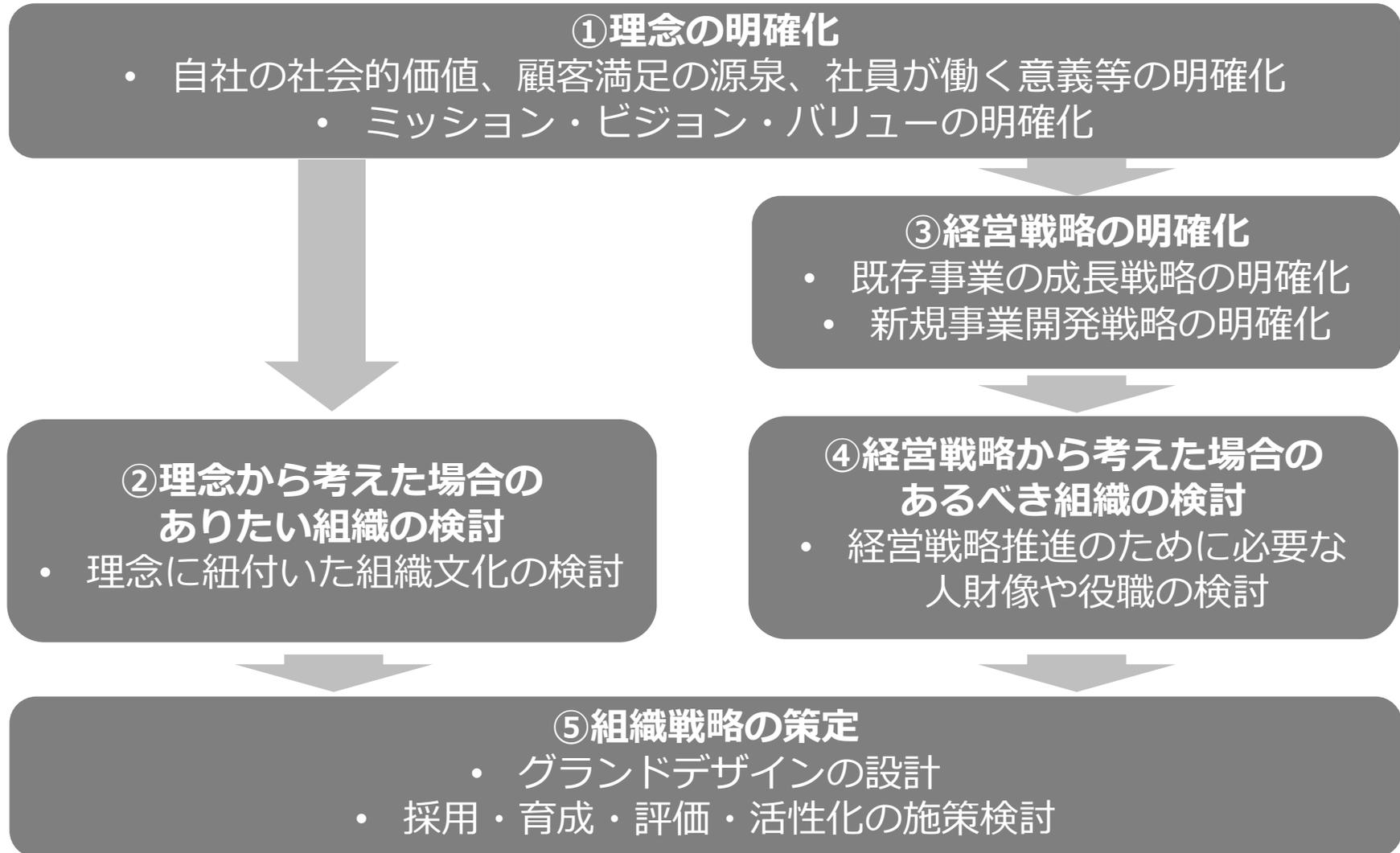
経営戦略の明確化

組織戦略の明確化



組織現状診断結果のまとめと着手すべき課題		
	現状	着手すべき課題
環境	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行
戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行
課題/業務	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行
構造	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行
人材	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行
文化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行
結果	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行 ・ 経営理念、経営方針、経営戦略、事業計画の策定と実行

- 経営幹部での合宿・ミーティングは下記の5つのステップで検討していく



検討の全体像（事例）

- 理念、外部環境、経営戦略、組織戦略が一貫するように検討していく

① 理念の明確化

② 理念から考えた
場合のありたい
組織の検討

経営理念

経営戦略

事業戦略

人事組織戦略

⑤ 組織戦略の策定

③ 経営戦略の明確化
(外部環境の分析を
含む)

バリューチェーン
(業務フロー)

KGI

KPI

人事制度

組織構造

採用

教育

評価
賃金

活性化

組織文化

④ 経営戦略から
考えた場合の
ありべき組織の
検討

① 理念の明確化～想定される論点

想定される論点

アプローチ

アイデンティティの明確化

- 自分たちの価値は何か？
- 私たちが働く価値は何か？
- 社会的意義は何か？

- 社員インタビューの実施
- 顧客インタビューの実施
- PJメンバーによるディスカッション
- PJメンバーによる社内討議会

理念の明確化

- 自社が目指すべきミッション、ビジョンは何か
- ミッション、ビジョンを実現するために求められるバリューは何か
- 競合にはない、自社のコアコンピタンスに繋がるバリューは何か

- PJメンバーによるディスカッション
- PJメンバーによる社内討議会

理念浸透の現状把握

- 現状の社員における理念の浸透度合いはどうか
- 理念を社員はどのように受け止めているのか
- 理念浸透における課題は何か

- 社員アンケートの実施
- 社員アンケート分析
- PJメンバーによるディスカッション

理念浸透方針の策定

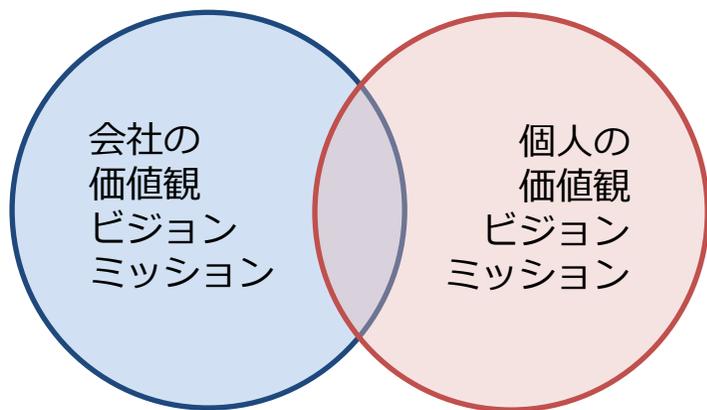
- 今度、浸透させていくべき理念は何か
- どのようにして自社の理念を社員に浸透させていくのか
- 理念が浸透した後の理想の状態は何か

- PJメンバーによるディスカッション

① 理念の明確化~アプローチ方法

- 企業の成長角度を変えるとき、企業の理念に基づいたミッション・ビジョン・バリューを組織の共通認識にし、会社と個人との方向性を一致させていくことが重要

ミッション	何のために会社が存在しているのか？
ビジョン	どんな会社になりたいのか？
バリュー	何を大切にして活動しているのか？



想定される論点

アプローチ

ありたい姿

- 目指すべき理念は何か
- 経営幹部の想いから導かれるありたい姿は何か
- どのような経営環境の変化があっても、変えたくないものは何か
- 自社の事業ドメインをどのように設定するか

- 社員インタビューの実施
- PJメンバーによるディスカッション
- PJメンバーによる社内討議会

KGI・KPI

- ありたい姿を達成するために必要な要素は何か
- 目指すべきKGIは何か
- KGIを達成するためのKPIは何か

- PJメンバーによるディスカッション

中期ゴール設定

- あるべき姿の中でも優先すべきものは何か
- あるべき姿と照らし合わせた組織の現状はどうなっているか
- 3年後に目指すべき目標は何か

- PJメンバーによるディスカッション

② 理念から考えた場合のありたい組織の検討～アプローチ方法

- 自社のアイデンティティ→ありたい姿→優先目標を社長、経営幹部にて描く

	抽象度	時間軸	代替	連関	事例	社長におけるキーワード（例）
アイデンティティ DNA	抽象	普遍	価値観 信念 社是	<ul style="list-style-type: none"> ・組織文化との連関が強い ・社是の前提となるキーワードに近い 	<ul style="list-style-type: none"> ・【ファーストリテイリング】世界を良い方向に変えていく ・【クボタ】For Earth, For Life ・【小林製薬】“あったらいいな”をカタチにする 	<ul style="list-style-type: none"> ・野鍛冶の精神 ・「愚直」「真面目」「誠実」 ・流行り廃りではない ・日本人としてのプライド ・日本のモノづくり
“What” ありたい姿	やや抽象	10年程度	理想の姿・状態 10年後の提供価値	<ul style="list-style-type: none"> ・経営者・社員の信念や仕事観との結びつきが強い 	<ul style="list-style-type: none"> ・【アサヒグループ】『食の感動（おいしさ・喜び・新しさ）』を通じて、世界で信頼される企業グループを目指す ・【JVCケンウッド】「製造販売業」から「顧客価値創造企業」へ ・【小松電子株式会社】“Small But Excellent”（小さくとも、一流を目指す） 	<ul style="list-style-type: none"> ・品質に裏付けられたブランド ・新たなスタンダードを創る ・ポケットに入っていると安心感がある ・お客様とは長期の関係 ・各自・各事業が自走 ・ニッチNo.1 ・社員自身の熱狂度
“How” 優先目標	具体	3年程度	自社の強み 環境変化の認識	<ul style="list-style-type: none"> ・自社の競争優位性との結びつきが強い 	<ul style="list-style-type: none"> ・【ユニチャーム】世界シェアNo.1獲得の足がかりとなるプレゼンスを確立する ・【AGC】コア事業が確固たる収益基盤となり、戦略事業が成長エンジンとして一層の収益拡大を牽引する、高収益のグローバルな優良素材メーカーでありたい 	<ul style="list-style-type: none"> ・売上高と健全な利益 ・WTPを上げる ・No.1を目指せる価値ある物への投資

③ 経営戦略の明確化～想定される論点

想定される論点

アプローチ

既存事業の成長

- 現マーケットにおけるポジションはどの位置か
- 市場はどの程度の規模存在しているのか
- 今後3～5年間で、どの程度までシェア拡大が可能か
- 既存事業における事業拡大の限界値はどこか
- 新規顧客開拓スピードを加速するドライバーは何か
- 競合他社との差別化はどのように図るか

既存事業の維持

- 顧客感動満足を支える最大の要素は何か
- 顧客感動満足を高め続けるためには何が必要か
- 既存顧客の流出リスクはどこに存在するのか
- 競合他社への切り替えリスクは存在するのか
- 流出を最小限に抑え、カスタマーサクセスを実現するポイントは何か

新規事業開発

- 既存クロスセルすべき商品は何か
- 新規事業としてどのような事業が考えられるか
- その事業の市場の魅力度や自社の優位性はどの程度か
- 新規事業においてどのようにして顧客を開拓していくか

- 内部環境調査
- 外部環境調査
- 営業スタッフインタビュー
- 顧客インタビュー
- 失注顧客に向けたコール調査
- 営業プロセスデータ分析
- トップセールスへの商談同行
- 若手セールスへの商談同行
- PJメンバーによるディスカッション

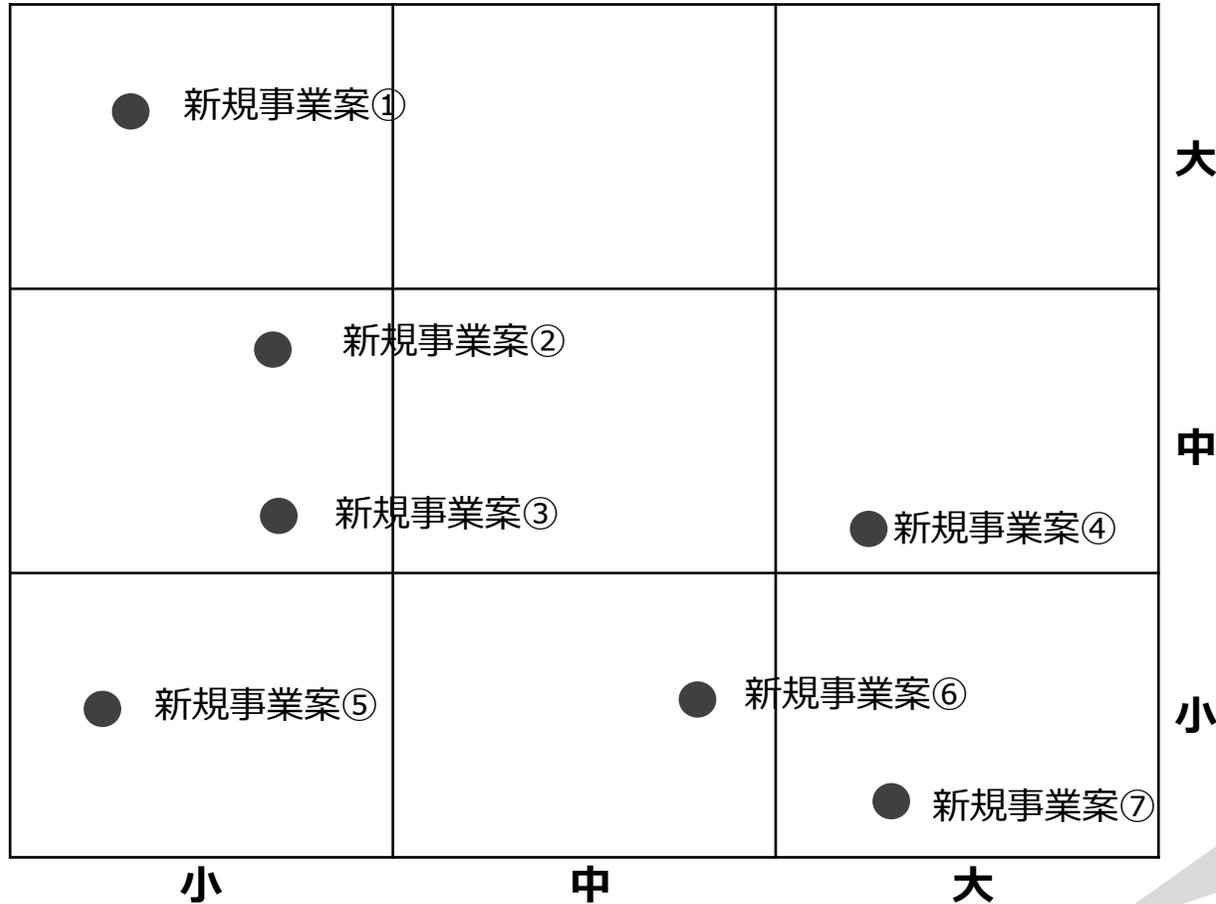
- 営業スタッフインタビュー
- 顧客インタビュー
- 失注顧客に向けたコール調査
- 営業プロセスデータ分析
- PJメンバーによるディスカッション

- 外部環境調査
- 有識者インタビュー
- PJメンバーによるディスカッション

③ 経営戦略の明確化～アプローチ方法

- 新規事業立案に向けた方針の立案

【市場の優先順位付けマトリクス】



競争優位性評価

- ・コスト優位性
- ・ブランド認知度
- ・資金元
- ・技術力
- ・研究開発、特許
- ・販売チャネルなど

市場の魅力度評価

- ・市場規模
- ・成長率
- ・競争の厳しさ
- ・サイクル、季節性
- ・参入障壁
- ・規制環境

想定される論点

アプローチ

組織構造

- 経営戦略を実現する上で求められる3年後の想定組織図はどのようなものか
- 新たに新設すべき組織の機能は何か
- 想定組織図を実現するために求められる役職ポスト数は
- 想定組織を実現する上で求められる人財の数は
- そのために、どの程度の人を採用し、育成する必要があるのか

- PJメンバーによるディスカッション
- PJメンバーによる社内討議会

人財育成方針

- 経営戦略を実現する上で求められる人財像はどのようなものか
- 想定組織図を実現するための重点的に採用すべき人財は誰か
- 想定組織図を実現するために狙って育てる人財は誰か
- そのためにどのような採用、教育制度が必要か
- 必要人財を評価するため、どのような評価制度を設計すべきか
- あるべき組織に近づけるため、どのような組織文化を構築するか
- あるべき組織文化を構築するため、どのような活性化施策が必要か

- PJメンバーによるディスカッション
- PJメンバーによる社内討議会

● 経営戦略推進のために、各役職がどのような役割を担うかを明確化する

役職	期待する役割
マネージャー	<ul style="list-style-type: none"> • 数値目標、育成目標、重点取組事項に対して適切なマネジメントが実施できる • 次期マネージャーを育成することができる • 新規事業（ビジネスモデル、マネタイズの仕組み）を構築できる
ビジネスプランナー	<ul style="list-style-type: none"> • 経営戦略に照らし合わせた新規事業を創出・推進できる • 社内情報を集約・活用して新たな挑戦を積極的に行い、新たなナレッジを社内に蓄積することができる
リーダー	<ul style="list-style-type: none"> • 担当社員の数値管理、人財育成、活動フィードバックができる • 次期マネージャー候補として、マネージャー業務の一部を担当できる • 既存事業において新規アカウントの開拓ができる • 次期リーダーを育成することができる
一般	<ul style="list-style-type: none"> • 業務遂行を着実に進めることができ、職種間、部門間で適切なコミュニケーションを取ることができる • 自身の担当業務においては問題解決をしながら進めることができる • 得意領域において新規顧客の開拓ができる
一般 (見習い)	<ul style="list-style-type: none"> • 上司、先輩に指導を受けながら業務を推進できる • 自社に即した仕事の仕方を身に付けている • 個人の業務管理および時間管理を行うことができる

⑤ 組織戦略の策定～想定される論点

想定される論点

アプローチ

組織戦略

- あるべき姿・ありたい姿から導かれる、求める人財像とは何か
- 理想のキャリアステップはどのようなものか
- 社員感動満足をどのように描くか
- 社員に浸透して欲しい理念はどのようなものか
- 狙って構築すべき組織文化はどのようなものか

- PJメンバーによるディスカッション
- PJメンバーによる社内討議会

各種人事制度 方針

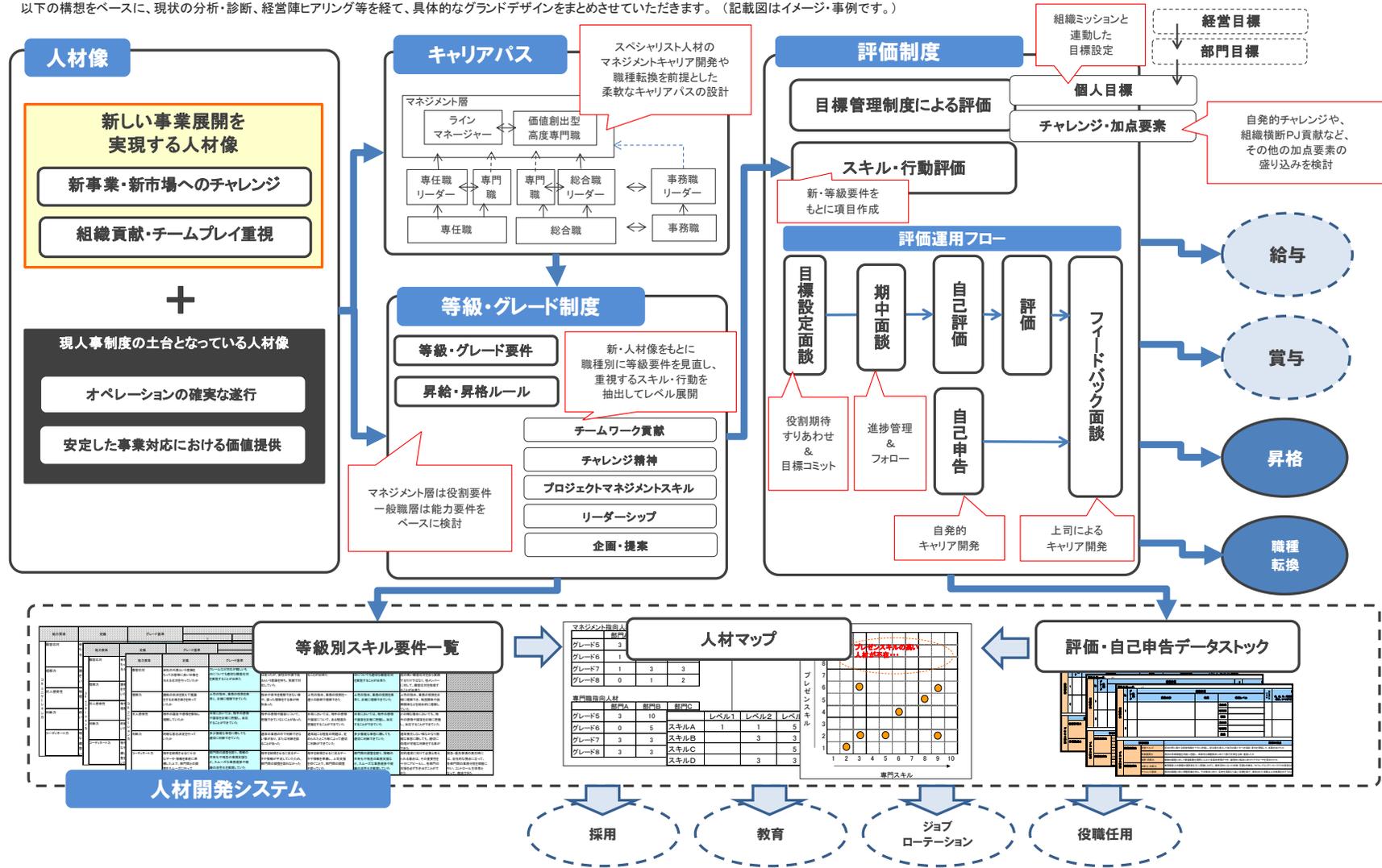
- 求める人財像を獲得するための採用戦略はどのようなものか
- 求める人財像を育成していくための教育体系はどのようなものか
- 求める人財像に適した評価制度はどのようなものか
- 活性化施策としてはどのようなものを実施していくべきか

- PJメンバーによるディスカッション
- PJメンバーによる社内討議会

⑤ 組織戦略の策定～アプローチ方法

● 組織戦略全体のグランドデザインを設計する

以下の構想をベースに、現状の分析・診断、経営陣ヒアリング等を経て、具体的なグランドデザインをまとめさせていただきます。（記載図はイメージ・事例です。）



【本件資料・当社サービスについてのお問合せ先】

メールにてお願いします。 info@libcon.co.jp

お名前、所属企業名、ご連絡先などを添えて、
お気軽にお問合せくださいませ。