

一般社団法人 日本経営士会 主催

顧問企業獲得講座のご案内

— 31社との顧問契約、20年の実績のある講師が、ノウハウを大公開 —

日程： 2018年 7月7日(土)

10:00~16:45

場所： 水道橋 JDNセミナールーム
(TEL: 03-3234-2475)
(総武線)JR水道橋駅西口から
南へ徒歩3分 JDNビル3階

参加費： 7,000円 (経営士会会員)
10,000円 (非会員)

お申込み・お問い合わせ：
03-3239-0691 (事務局)



【午前講師とプロフィール】

(10:00~12:00 2時間)

講師： 川崎 隆夫 経営士/MBA

(株)デュアルイノベーション 代表取締役。シニア・コンサルタント。
経営学修士(MBA)。 経営士/経営支援アドバイザー。

大手印刷会社勤務を経て、外資系企業傘下の広告会社に参画。戦略プランナーとして数々のグローバル企業、上場企業などのマーケティング計画の策定やブランド開発等に関する企画立案、新規事業の創出支援等に携わる。1998年に独立し(株)デュアルイノベーションを設立。主に中堅・ベンチャー企業を対象とした事業開発、マーケティング戦略立案等に関するコンサルティングや人材育成等に従事している。主な著作に「観光マーケティングの実践と日本版DMOの創設」(2015年度日本経営士会最優秀論文賞受賞)などがある。某媒体社が運営している「土業・独立コンサルタント等の顧客開拓支援サービス」の開発を主導した経験を持つ。

【午後講師とプロフィール】

(13:00~16:45 3時間45分)

31社との顧問契約、20年の実績！



講師： 児玉 充晴

工学博士/経営士

中部大学 経営情報学部 教授

(株)アロートラストシステムズ
前社長

元 京都大学 教授
元 NTTコミュニケーションズ
部長

【児玉 充晴講師のプロフィール】

1978年 京都大学 工学部 電子工学科 大学院修士課程卒
日本電信電話公社(現NTT)に入社、
主に企業通信関係ビジネスを担当
1991年 ハーバード大学ビジネススクール卒(PMD)

電電公社からNTTコミュニケーションズに変革してゆく過程での、企業経験をもとに、経営手法を教えている。
また、NTT初のベンチャーキャピタルを設立し、300社以上の中小企業・ベンチャーに対してコンサルを実施した経験から、日本の企業におけるビジネス方法を研究し、利益獲得のための手法などを社会人を中心に教えている。
専門は、企業が利益向上体質に変革するための“技術の換金学”、“経営心理学”、“営業心理学”、“経営管理手法”、“情報化時代の組織学”、“社員のモチベーション向上方法”、“STAR手法による人材採用方法”などで、利益向上に努力する企業への研修や企業の顧問等を多数こなしている。

【午後の講義予定】 講師： 児玉 充晴

1 自分を広報するデータベースの作成（宿題として、作成事例と作業テンプレートを提供）

- (1) 過去の活動を振り返っての、自分の商品価値の棚卸が必須であり、自分の広報のデータベース構造と中身を、企業の知りたいことに答えを示すホームページの形で整理して作成する。
- (2) **自分の専門性の分類整理**と、困りごと解決の事例のビフォー／アフターの提示、および解決実績から見た費用対効果までの解説を行う。

【困りごと解決の専門性の分類例】

業績向上、コスト削減、リスクマネジメント、社員のモチベーション管理、企業変革、事業承継、情報化時代の営業改革、労務管理、社員教育、管理者の管理能力向上、業績評価・給与制度、……

2 顧問企業の獲得に向けての**人脈形成など基礎となる活動** → **多くの事例で実際の活動を解説。**

- (1) 経営者の心に刺さる、専門ノウハウの確固たる優秀性が明示できることが、この活動の前提条件として必須であることを解説する。
- (2) 優秀な専門ノウハウを、**経営者などに知らしめる契機**が重要。（カッコ内は顧問依頼の確率例）

契機の例1： 困った経営者が参加する商工会議所などの講演会（80%）

契機の例2： 顧問企業の経営者などからの口コミでの紹介（10%）

契機の例3： 自分の専門ノウハウホームページへの問い合わせ（5%）

契機の例4： 商工会議所の経営指導員などからの企業紹介（5%）

- (3) 講演会での、**専門ノウハウの優秀性紹介**が最も効果的！

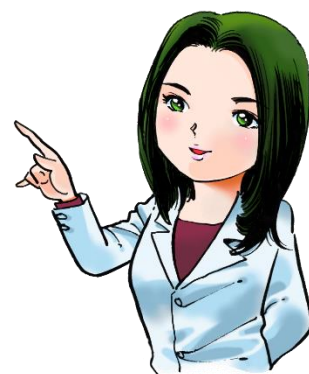
活動例1： 経営者の困りごととの多い順の把握と、自分の講演内容の整理

活動例2： 商工会議所などの講演設定担当役の特定と関係作り

活動例3： 事前の無料コンサル付き講演会などの、他にない価値の提案

活動例4： 講演費用捻出のための補助金取りなどの支援

活動例5： 集客容易な講演チラシの事前作成や、集客そのものの支援



3 顧問先からの問い合わせから、「顧問を頼みます」と言わせるまでの**契約に至るプロセスと顧問料や顧問内容などの契約上の留意点** → 顧問契約を結んだ多くの事例をもとに、下記の項目で解説。

- (1) 経営者以外の困りごとにかかわる**キーマンの見極めと協力関係づくり**
- (2) **課題解決のプロセスと進め方線表**の提示（標準テンプレートを提供）

① 定例会の設定（議長・事務局・参加者、会議開催方法の提示）

② 社員のヒアリングから始まる地に足を付けた社内の実態の把握

③ その会社で実施できる活動レベルと推進体制の設定

④ 課題解決順と、活動計画の提示（いつまでにだれが何をするか）

- (3) **顧問契約での留意点**（契約書のひな型を提供）

① 顧問活動の内容と、企業側で実施する内容の役割分担

② 月定額、成功報酬、月定額＋成功報酬の報酬支払内容の設定

③ 顧問活動の時間と、活動範囲に伴う旅費など諸費用の支出方法

④ 情報開示と守秘義務の設定、帳簿閲覧権の設定

⑤ 契約期間と契約延長・契約解除方法、紛争調停方法の事前設定



4 **実際の顧問活動の進め方と発生課題への対応方法** → **多くの事例で実態を解説！**

対応例1： 社長やキーマンの性格や、社内力学との整合を常に図ること。

対応例2： 変革を主導する定例会を軌道に乗せること。

対応例3： 共通認識の形成を粘り強く実施すること。

対応例4： 上滑りにならないための、社員の意識の変革を主導すること。

対応例5： 社内の、変革に対する抵抗勢力への対処方法を設定すること。