

	講演タイトル
	<p>すぐ黒字、より黒字にするための ドラッカーの黒字戦略</p>
	<p>藤屋伸二（ふじや しんじ） 差別化戦略コンサルタント 藤屋ニッチ戦略研究所 □株式会社 所長</p>
■ 想定する対象者	
<ul style="list-style-type: none"> ・ すぐにでも黒字経営にしたい経営者および後継者 ・ 黒字は確保しているが、もっと利益率をあげたい経営者および後継者 	
■ コンセプト／メッセージ	
<p>日本ほど、きびしい要求をする顧客がいる国はありません。そうした国でビジネスをしながら売上があるのは、あなたの会社、あなたの商品には、何らかの魅力があるに違いありません。</p> <p>それは、私が言っているのではなく、購入という形で顧客が言っているのです。多くの競争相手、競合商品のなかから選択して買ってくれる。これほど明確な評価はありません。その理由は何か。</p> <p>買ってくれる理由を上得意客層に聞いてみる。その答えが「あなたの会社の顧客にとっての魅力」であり、もっとも強化すべきものです。その魅力を「あなたの会社の魅力」として打ち出していけば、同じ魅力を望んでいる顧客たちに支持され、売上げは伸びていきます。</p> <p>そのための市場への伝え方の3ステップが「言える化」「見える化」「魅せる化」です。</p> <p>そうして、黒字を実現できれば、次のステップとして既存の事業を見直します。ほんとうに買って頂きたい顧客層だけに絞り込み、その顧客たちが望むもの（低価格を除く機能、品質、納期、柔軟さ、アフターサービス、受注・販売数量など）のうち、「2つ」あるいは「3つ」だけを集中的に強化します。</p> <p>それが差別化（競争優位性）の強化になります。このように考え方を考えるだけで既存事業の業績は、見違えるように短期間で向上します。</p> <p>その黒字化のポイントを本講演で習得しましょう。</p>	

■ 内容

はじめに

1. ドラッカーで体質を改善する

～顧客の視点から商品を見ると売れる仕組みがわかる～

- (1) ドラッカーのマーケティングの実務
- (2) ドラッカーのイノベーションの実務
- (3) 商品・サービスを市場や顧客から見直す

※ 良い商品が売れるとはかぎりません。そもそも、「どんなものが良い商品か」は顧客が決めるもの。その考え方を理解してもらいます。

2. 商品・サービスの見せ方・伝え方を変える

～現在の商品やサービスの見せ方・伝え方を変える～

- (1) 自社の顧客から見た魅力を知る
- (2) 「3つの魅力」を決める
- (3) 魅力を言える化・見える化・魅せる化する

※ 市場に訴えるための「言える化する」「見える化する」「魅せる化する」方法を、事例をまじえて分かりやすく解説します。

3. 商品・市場・流通ルートを見直す

～商品の魅力を強化し、対象市場・流通ルートを見直す～

- (1) 現在の事業を総点検する
- (2) No. 1になるまでニッチ市場に絞り込む
- (1) ニッチ市場に合わせた商品や流通ルートに変更する

※ 売上高と利益率から、「力を入れるべきもの」「可もなく不可もないもの」「撤退・廃棄すべきもの」にわけて、利益が上がるように事業を再構築するための簡単な方法を、事例をまじえて分かりやすく解説します。

■受講者の感想

- ・考えさせていただくことが多かった。自社に置き換えて考えます。
- ・“できるかもしれない” “やってみよう” という気持ちにさせていただけるお話しです。
- ・中小企業であることが、逆に強みに感じられました。ありがとうございました。
- ・従来とは違った視点で新しい発見ができた。
- ・売上を上げる手法を学べた。あとはどこまで実行できるかです。
- ・ドラッカーの説明を初めて聞いて、すごくわかりやすかった。
- ・わかりやすく、当社の業界でも活用できる様なことを説明してくれたから。
- ・ドラッカーを中小企業向けにわかりやすく説明していただいた。
- ・面白かった。ヒントがたくさんあった。機会があれば、またお話を聞きたい。
- ・藤屋先生のセミナーは2度目ですが、とても参考になり取り組みやすい。
- ・具体例が多く、スライドの内容が充実していて良かった。
- ・モチベーションの持ち方、事業展開の切り口とやり方⇒視点を変えると、これ程判りやすく、計画を立てやすくなるのだと実感した。従業員の説明に活用したい。

■主宰者様の声

- ・御礼が遅くなってしまいましたが、先日は貴重なお話をいただき、誠にありがとうございました！ お陰さまで、受講された皆さまからも、お話に満足された旨のアンケートの回答を数多くいただき、事務局としても大変嬉しく思っております。
(某社お客様向け全国大会での基調講演 M様)
- ・集客の方ですが、会場の定員(96名)に達しましたので、早々に募集打ち切りをさせていただきました。
(某商工会議所 A様)
- ・先日のアンケート集計ができましたので、結果をこのメールに添付させていただきます。参加された方の満足度が非常に高く、ぜひまたご講演をお願いしたいと考えております。
(某公的機関 S様)

■セミナー実績

新生銀行、広島銀行、十八銀行、西武信用金庫、愛媛信用金庫、凸版印刷、三菱自動車、佐世保重工業、お仏壇のはせがわ、SMBC コンサルティング、九州生産性本部、労働金庫、イセデリカ、東京・大阪をはじめとする各地の商工会議所、東京・埼玉・福岡などの中小企業家同友会、中小企業大学校(仙台、広島、直方、人吉)、JA 熊本果実連・JA 福岡などの農業団体、法人会、工業会、中小企業団体中央会など(敬称略)

■プロフィール

藤屋 伸二（ふじや しんじ）

- ・1956年福岡県生まれ。1996年 民間企業の勤務を経て藤屋マネジメント研究所を設立。1998年からドラッカーをコンサルティング理論のベースに置くようになる。以後、200回以上も読み込んで独自のコンサルティング手法を編み出し、200社を超える中堅・中小企業の業績伸長やV字回復を支援してきたドラッカー活用のスペシャリスト。
- ・著書・雑誌・メディア・講演・コンサルティング・社員研修などを通じて藤屋式ドラッカー活用法の普及活動をしている。このようなことから「日本でもっともドラッカーをわかりやすく伝える男」と言われている。
- ・現在、中小企業経営者を中心に、「必要なことだけをわかりやすく、おもしろく、実践に役立つ」をモットーにした、藤屋式ドラッカー活用法で業績アップの手法を学ぶ会員制の【藤屋伸二の創客塾】を主宰している。
ホームページ <http://fujiya-management.jp/>

【著書・監修書】

- 『ドラッカーの黒字戦略』
 - 『図解で学ぶドラッカー入門』
 - 『図解で学ぶドラッカー戦略』
 - 『20代から身につけたいドラッカー思考法』
 - 『20代から身につけたいドラッカーのマーケティング思考法』
 - 『20代から身につけたいドラッカーのリーダー思考法』
 - 『48の成功事例で読み解くドラッカーのイノベーション』
 - 『図解雑学ドラッカー経営学』
 - 『まんがと図解でわかるドラッカー』
 - 『まんがと図解でわかるドラッカー・リーダーシップ論』
 - 『まんがでわかるドラッカーのリーダーシップ論』
 - 『まんが元自衛官みのりドラッカー理論で会社を立て直す』
 - 『まんがでわかるD. カーネギーの「人を動かす」「道は開ける」』
- など22冊（うち4冊は海外でも発行）の累計発行部数は193万部を超える。