

カーディーラー 経営フォーラム

2017
新春

カーディーラーコンサルティングを
常時全国100社支援の
リブ・コンサルティング主催



ゲスト講師

竹中 平蔵氏
Takenaka Heizo

2/17 (金) 新春特別基調講演
限定 11:00~12:30

東京会場

2月2日(木)

11:00~17:00

2月17日(金)

11:00~17:30

各回限定**35**社様

2/2(木)、2/17(金) 共通プログラム

基調講演

第一部

2017年、2020年、2030年
カーディーラー経営の未来像
～変革の未来は今つくられる～

講師 株式会社 リブ・コンサルティング 代表取締役社長 関 巖 Iwao Seki



第二部



人が育たぬ組織の落とし穴！
戦略から人財育成を
捉え直すセミナー

講師

株式会社 リブ・コンサルティング
自動車事業本部
シニアコンサルタント
古川 裕康
Furukawa Hiroyasu



脱アナログ営業！
Webマーケティング
戦略セミナー
～IoT時代への架け橋～

講師

株式会社 リブ・コンサルティング
自動車事業本部
コンサルタント
傳 賢人
Fu Kent

第三部



“売れて喜ぶ”じゃなく“喜ばれて売れる！”
「組織も顧客も喜ぶ」
会社づくりセミナー

講師

株式会社 リブ・コンサルティング
自動車事業本部
マネージャー
柊 徹平
Hiiragi Teppei



経営戦略として使うNPS
実践型
戦略的紹介営業セミナー

講師

株式会社 リブ・コンサルティング
自動車事業本部
支援部長
南澤 徹
Minamisawa Tobru

総括会

個別質問会・相談会

カーディーラー 経営フォーラム

2017
新春

東京会場

2/2(木)
(11:00～17:00)

東京会場

2/17(金)
(11:00～17:30)

2/17(金)のみ

11:00
▼
12:30
(90分)



ゲスト講師
竹中 平蔵氏
Takenaka Heizo

新春特別基調講演 2月17日(金) 11:00～12:30

金融担当大臣、郵政民営化大臣、総務大臣などを歴任した
竹中平蔵氏が緊急登壇！

激動の日本経済の行方と、今後あるべきリーダーシップ

2/2(木)

2/17(金)

第一部

11:00
▼
12:30
(90分)

第一部

13:20
▼
14:20
(60分)

第一部

2/2(木)、2/17(金) 共通プログラム

基調講演

2017年、2020年、2030年
カーディーラー経営の
未来像

～変革の未来は今つくられる～

講師

株式会社 リブ・コンサルティング
代表取締役社長

関 巖 Iwao Seki



選択制セミナー

第二部は選択制となっております。貴社の経営課題に合わせ、1テーマをお選びください



人が育ため組織の落とし穴！
戦略から人財育成を
捉え直すセミナー

講師

株式会社 リブ・コンサルティング
自動車事業本部
シニアコンサルタント

古川 裕康
Furukawa Hiroyasu



第二部



脱アナログ営業！
Webマーケティング
戦略セミナー
～IoT時代への架け橋～

講師

株式会社 リブ・コンサルティング
自動車事業本部
コンサルタント

傅 賢人
Fu Kent



選択制セミナー

第三部は選択制となっております。貴社の経営課題に合わせ、1テーマをお選びください



“売れて喜ぶ”じゃなく“喜ばれて売れる！”
「組織も顧客も喜ぶ」
会社づくりセミナー

講師

株式会社 リブ・コンサルティング
自動車事業本部
マネージャー

柊 徹平
Hiiragi Teppei



第三部



経営戦略として使うNPS
実践型
戦略的紹介営業セミナー

講師

株式会社 リブ・コンサルティング
自動車事業本部
支援部長

南澤 徹
Minamisawa Tobru



第四部
16:10～16:30

第四部
16:45～17:00

第四部

総括会

第五部
16:30～17:00

第五部
17:00～17:30

第五部

個別質問会・相談会

金融担当大臣、郵政民営化大臣、総務大臣などを歴任した
竹中平蔵氏が緊急登壇！

激動の日本経済の行方と 今後あるべきリーダーシップ



ゲスト講師

竹中 平蔵氏 *Takenaka Heizo*

慶応義塾大学名誉教授、東洋大学教授

1951年和歌山県生まれ。博士（経済学）。

一橋大学経済学部卒業後、73年日本開発銀行入行、81年に退職後、ハーバード大学客員准教授、慶応義塾大学総合政策学部教授などを務める。

2001年、小泉内閣の経済財政政策担当大臣就任を皮切りに金融担当大臣、郵政民営化担当大臣、総務大臣などを歴任。04年参議院議員に当選。06年9月、参議院議員を辞職し政界を引退。

公益社団法人日本経済研究センター研究顧問、アカデミーヒルズ理事長、株式会社パソナグループ取締役会長、オリックス株式会社社外取締役、SBIホールディングス株式会社社外取締役などを兼職。著書多数。

「現代最高の知性」と言われる竹中平蔵氏が
激動する世界と日本の経済動向を読み解き、
これからの時代に必要な企業経営とリーダー像を語る。

- トランプ大統領就任後1カ月半、日本と自動車メーカーに与える影響
- アベノミクス第二ステージが成功に至るための道筋
- 2020年東京五輪の先にある本当の危機
- 今の日本と企業経営に必要なイノベーションと成長戦略
- 変化する者だけが生き残る。
イノベーションを起こすための強いリーダーシップ像

基調講演

2017年、2020年、2030年

カーディーラー

～変革の未来は今つくられる～

第一章

2017年、2020年、2030年

カーディーラー経営に起こること

～顧客・労働者・同業種競合・異業種競合の変化から見てくるもの～

第二章

同業種&異業種に学ぶ

勝ち残りのビジネスモデル

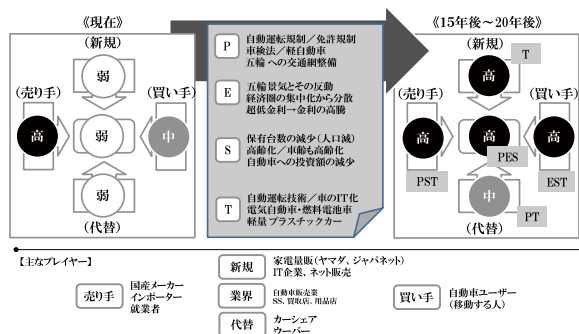
第三章

環境変化に対応できる

組織・人財づくりのポイント

カリキュラム Curriculum

■【車販】5FORCES (現在～2030年)



■エリア優良販社のES (社員満足) の特徴

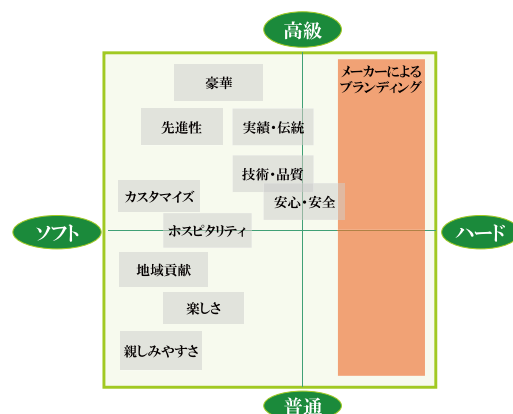
重要性 (どのくらい重視しているか)	高:労働条件 (うち仕事環境、福利厚生、労働時間) 低:特になし
満足度 (どのくらい満足しているか)	高:会社の体制 (うちルール・システムの整備、コンプライアンス) 低:仕事内容 (うちキャリアアップ、適度な刺激、仕事の適性) 低:報酬&待遇 (うち給与、役職)

参考:n=40/エリアの優良企業が中心

■カーディーラーで求められる人財像の違い

	マネージャー(管理者)	リーダー
成立	チーム・組織からの指示	メンバーからの主体性
基本概要	業務・組織の「運営」「管理」	業務・組織の「革新」
役割	計画立案・資源の割り当て	ビジョンと戦略立案
基本姿勢	受動的、上向き、内向き	能動的、下向き、外向き
部下に求めるもの	依存、服従	自主性、自立性
スタイル	業務遂行型・問題解決型	起業家型・現状改革型

■カーディーラーブランドメッセージの傾向



経営の未来像

「経営者には日々目の前にやるべき仕事如山ほどある。意識的に視点を上げて将来のことを考える時間を取らなければならない」とは、多くの経営者が口にしていて言葉かと存じます。

経営者の仕事とは、「自社が将来に向けて進むべき道」を社員に示していくこと。それは事業戦略であり、組織戦略でもあります。

そのためには、より高い視点から全体像を見ることと、より先を見据えることが必要です。

より高い視点から全体像を見るためには、顧客の変化、労働者の変化、同業界内の競争の変化、異業種からの新規競争の変化を見渡すことが必要であり、後者のためには、1カ月、1年単位ではなく、3年、5年、10年、15年単位での変化を見据えることが必要となります。

昨今、カーディーラービジネスにはかつてない変化が起きています。自動運転、シェアリングエコノミー、IoTといった最新テクノロジーによる変化はいずれも自動車業界に関与し、加えて少子高齢化、若年世代の貧困化、グローバル経済圏と乖離したローカル経済の独自の発展など、マクロ視点から見ても大きな変化が訪れています。

本セミナーでは、新春という1年のスタートとなるタイミング

に日常とは違う視点・時間軸の情報を提供することによって、経営者の皆様が将来を見据えた戦略的構想のヒントを得る時間としていただきます。

第一章では、カーディーラー経営に多大な影響をもたらす顧客、労働者、業界内競争、異業種からの競争が、今後5年～10年単位でどのように変化していくかを考察し、それを踏まえてカーディーラー経営の中で変えていくべき点、維持していくべき点について触れてまいります。

第二章では、年々競争環境が厳しくなるカーディーラー経営の将来の方向性を同業種・異業種の両方の観点から類推いたします。異業種として、「エリアビジネス」×「販売業」×「環境変化による競争激化を経験した」業界の事例を紹介することで、経営戦略の参考にしていただけると存じます。

第三章では、変化の激しい経営環境に適応していくために必要なポイントを環境・戦略・組織・人財の観点から触れてまいります。

本セミナーで日常とは違う視点・時間軸の情報を提供することによって、カーディーラー経営者の皆様が将来を見据えた戦略的構想を考える機会としていただければ幸いです。

講師プロフィール

愛知県豊橋市出身。東京大学卒業後、大手経営コンサルティング会社入社。住宅・不動産、自動車、電機メーカー、卸売など幅広い業界のコンサルティング支援に関わり、その多くが増収増益を実現。経営再建支援にも取り組み、赤字体質の企業に対して1年で黒字化を実現するなどの実績も持つ。入社6年目に全社400名中トップ賞を獲得。翌期には12名のメンバーをマネジメントし、全社50チームの中でトップマネージャー賞を受賞。その後、同社史上最年少で取締役、その後専務取締役に就任し、コンサルティング部門の責任者として活躍。

2012年、同社を退職し、株式会社リブ・コンサルティングを設立。「100年後の世界を良くする会社」を増やす」を理念に掲げ、トップコンサルタントとして幅広い業界のコンサルティング支援に携わる。コンサルティング活動以外にも多くの業界団体向け講演活動も行っており、年間約5,000名を動員。一昨年末出版した著書「経営戦略としての紹介営業」は東京・大阪の大型書店にてランキング1位を獲得。

【著書】



『経営戦略としての紹介営業』
自動車業界で累計発行部数10,000部の
大ベストセラー!! 売れる営業・できるマ
ネージャーの「当たり前」を徹底分析。

第1位
各書店ビジネス部門

- 紀伊國屋書店 大手町ビル店 第1位
- 丸善ジュンク堂書店 梅田店 第1位
- 旭屋書店 なんばシティ店 第1位
- ブックファースト デュー阪急山田店 第1位

【メディア掲載】



雑誌
「ビジネスチャンス」
2015年注目の100人
に掲載されました。



株式会社 リブ・コンサルティング
代表取締役社長

関 巖 Iwao Seki

全日本能率連盟マスター・マネジメント・コンサルタント
国際公認経営コンサルティング協議会認定CMC



人が育ため組織の落とし穴！ 戦略から人財育成を 捉え直すセミナー

カリキュラム Curriculum

第一章

自社にとっての定義は何？
人事マネジメントのトレンドから見る「人財」の捉え方

第二章

場当たり的な人材育成はもう限界！
理念なくして戦略は立たず、戦略なくして人は育たず

第三章

期待の若手を辞めさせない！
競争優位性をもたらす戦略的人財育成の構築ステップを大公開

「教育には力を入れているものの、本当に欲しい人財が育ってこない」「人財育成をしても、すぐ辞めてしまう」。こんなお悩みを持たれている経営者・経営幹部は少なくないでしょう。

厚生労働省が毎年実施をしている「能力開発基本調査」によると、能力開発や人財育成に関して何らかの「問題がある」とする事業所は、全体の71.6%に上っています。

自社の人財育成を考える上で大事なのは、「どのような人財を育てるべきか」「どういう力を発揮してもらうか」を明確にすることです。

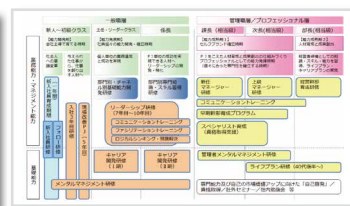
そしてさらに、現在の自社内の状況からの判断だけではなく、「将来の自社はこうありたいが、そのためにはこのような人財が必要になる。だから社員にはいつまでにこのような能力を身に付けてほしい」といった長期的な視点も必要です。

今後、自動車ディーラーのビジネスモデルはますます変化を早めていくでしょう。これまでは見えなかった自社の問題も、厳しい環境下では浮き彫りになってきます。

大きな変革期にある今こそ、自社の「あるべき姿」を再度見直し、その実現に向け必要な人財像とその

育成方針を明らかにして、具体的な育成計画を策定する必要があるのです。

本セミナーでは、貴社が競合企業に差をつけるための人財育成の視点とそのポイントをお伝えいたします。



講師

株式会社 リブ・コンサルティング
自動車事業本部
シニアコンサルタント

古川 裕康 Furukawa Hiroyasu

大学卒業後、総合証券会社にてリテール営業に従事。その後、政府関連団体、厚生労働省、ベンチャー起業、国内大手コンサルティング会社を経て株式会社リブ・コンサルティングに入社。コンサルティング領域は幅広く、特に「マネジメント力強化」「組織開発」「営業力強化」に定評があり、数多くの支援実績を有する。



脱アナログ営業！ Webマーケティング 戦略セミナー ～IoT時代への架け橋～

カリキュラム Curriculum

第一章

顧客の購買行動変化への対応が遅れるカーディーラー
～顧客の3人に2人はクルマ購入時に1店舗しか来店しない～

第二章

**既存マーケティングとシナジーを生む
Web戦略構築のポイント**
～Web×アナログの統合なくして、マーケティングは成功しない～

第三章

Webマーケティング戦略取り組み事例
～先進的取り組み事例から学ぶ～

「Webマーケティングが大事なのはわかるが、何から始めたらいいかわからない」

「会社ホームページをとりあえず作ったが、思うように効果が出ていない」

「SNS活用にも取り組みたいが、どうすればいいかわからない」

このようなお悩みをお持ちではありませんか。

これらの問題の本質は、「顧客の購買行動の変化」に対応ができていないことにあります。

すでにアメリカでは、クルマ購入にかかる時間の60%がWeb上での購買行動に充てられています。日本でも、クルマ購入時の情報収集手段は、Webが1位となっており、購買行動のWebへの移行はどんどん加速化しています。

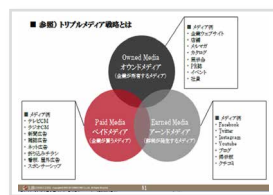
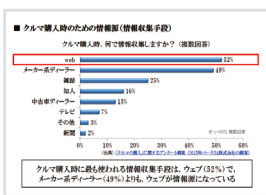
また、顧客の86%がカーディーラー店舗に来店する前に、購入の意思決定・車種・メーカーなど何かしらの意思決定をしています（※何も決めずにカーディーラーに来店する顧客はたったの14%しかいません）。

クルマ購入時に来店する店舗の数は、1店舗のみが66%を占めており、昔ほど買い回りはされません。

来店前にWeb上で情報収集をして、購入車種を決めて来店し、初めに来店した店舗でクルマを買って

く、このような購買行動が主流になりつつあります。はじめに来店する店舗にならなければ、競合と戦わずして敗戦してしまうのです。

本セミナーでは、デジタル化が進む時代におけるWebマーケティング戦略について、具体的事例を交えて解説してまいります。



講師

株式会社 リブ・コンサルティング
自動車事業本部
コンサルタント

傅 賢人 *Fu Kent*

東京大学卒業後、外資系の市場調査会社に入社。アナリスト兼営業として、グローバル企業のマーケティング支援に従事。その後、リブ・コンサルティングに入社。日本全国の自動車メーカー、自動車ディーラーの支援に携わる。主な支援テーマは、営業力・マーケティング強化、サービス収益改善、バリューチェーン強化、人事評価制度構築など多岐にわたる。



“売れて喜ぶ”じゃなく “喜ばれて売れる!” 「組織も顧客も喜ぶ」 会社づくりセミナー

カリキュラム Curriculum

第一章

日本のサービス業の課題は生産性
自動車ディーラーはサービス業!?

第二章

平均点(基準)を満たす経営の功罪
「ここで買いたいお店(会社)」へつなげる基準とは

第三章

「組織も顧客も喜ぶ」会社づくりには“好循環サイクル”が大事

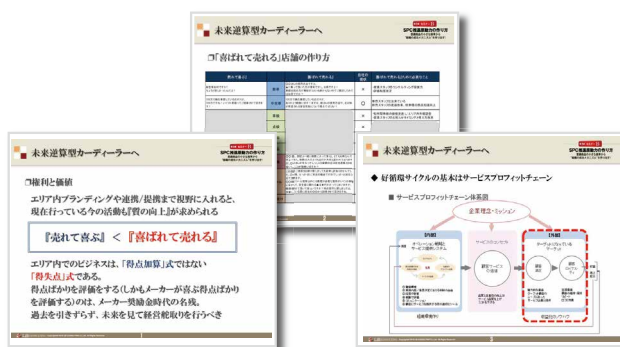
日本のサービス業の生産性が低いと騒がれて、はや数年。抜本的な改革はなかなか進まない・・・これが日本の実情です。同じく、新車ディーラーの収益モデルの将来性が危ぶまれてはや数年。貴社の抜本的な改革は進みましたでしょうか?

本セミナーでは、貴社で販売する商品の“価値”をESの向上を通じて高める手法を紹介いたします。

一般的に新車ディーラービジネスは、マーケティングの4P(プロダクト/プライス/プレイス/プロモーション)のうち3Pがほぼ固定されているビジネスモデルといわれ、差別化戦略が難しいといわれております。しかし、工夫次第で固定されていたはずのプロダクトの価値を高めることができるのです。しかも、シンプルで原始的な方法で・・・

それは、『お客様の喜び』を『組織の活力』に変換することです。こう書いてしまうと「当たり前のこと」に見えてしましますが、これを実現できている企業は決して多くありません。そのコツは“売ることを目指す”のではなく、“喜ぶことを目指す店舗づくり”の実現にあるのです。

お客様に「ここで買いたい!」と思っていただけるお店づくりに欠かせない、組織の喜びとお客様の喜びの“好循環サイクル”について、詳しくお伝えいたします。



講師

株式会社 リブ・コンサルティング
自動車事業本部
マネージャー

柊 徹平 Hiragi Teppei

自動車業界特化コンサルティング部隊で10年間のキャリアを持つ。生命保険の営業マン経験を活かし、リブ・コンサルティングが持つノウハウと行動心理に基づいた理論をわかりやすい切り口で営業現場へ伝えていく。参加する人全てを巻き込んで進めていく独特な空気感が人気を呼び、リピート続出の売れっ子講師。2012年・2014年コンサルタント・オブ・ザ・イヤー(社内表彰制度における最優秀コンサルタント)獲得。



リブ・コンサルティング主催 カーディーラー経営フォーラム これまでの開催内容

2016
09



- 1 2016年秋・業界の展望&カーディーラーに求められる二つのブランド戦略
- 2 国内自動車産業のこれまでと今後の展望
～外部環境の変化がカーディーラー業界に与える影響とは～
株式会社ナカニシ自動車産業 リサーチ代表 兼 アナリスト 中西 孝樹氏
- 3 元ハーレー社長が語る価値を伝えるマーケティング戦略
元ハーレーダビッドソンジャパン 代表取締役 アンクル・アウル コンサルティング 代表 奥井 俊史氏
- 4 エリアNo.1の「働きがいのある会社」をつくる採用戦略×評価制度構築セミナー
- 5 競合ディーラーと差をつけるウェブブランディング戦略セミナー
- 6 売り方で差をつけ「生涯ファン」をつくるセールスブランディングセミナー

2016
03



- 1 【基調講演】「持てる力」を呼び覚ませ! ～現場からはじまる成果の連鎖～
- 2 自社の潜在能力に問いかけるサービスプロフィットチェーン実践研究会
- 3 本部のミッションに新たな価値を ～ポテンシャルを最大限に引き出すのは本部～
- 4 SPC推進原動力の作り方
意識商品の小さな歯車から“組織の成功メカニズム”を作り出す!

2015
09



- 1 【基調講演】先んずれば人を制す
- 2 これからの時代を生き抜くためのファンづくり 最強の「エリアマーケティング」
- 3 店舗営業力「覚醒」作戦II【実戦編】～覚醒した連続達成マネジメントの秘訣～
- 4 お客様の“感動”が連続する仕組みと仕掛け
～“気付く”人に支えられる顧客満足、“気付く”全社員による顧客感動価値
- 5 マーケティング効果最大化!“戦略的全社紹介活動”
～“棚ぼた紹介（偶然）”を“戦略型紹介（必然&持続）”へ変える

2015
03



- 1 【基調講演】百戦危うからず ～顧客、競合、そして自社を知る～
- 2 顧客「創造力」研究会 ～企業経営の目的「顧客の創造」を考える～
- 3 「店舗力」増強研究会 ～全方位営業時代の新たな店舗力の高め方考える～
- 4 店長次第はもうやめた!組織を変える「最強」のNo.2育成のススメ
- 5 「お客様の気持ちを動かす店づくり」セミナー ～成果を出す店は まとう「空気」が違う～

2014
09



- 1 【基調講演】「進取果敢」～新たな挑戦のとき～
- 2 CRMの「M」は、Managementか、Marketingか ～CRM戦略の大きな誤解～
- 3 エリアNO.1マーケティングへの挑戦
- 4 ビジネスの「肝」～LiBの成果創出Do Howダイジェスト～
- 5 店舗営業力「覚醒」作戦 ～販売組織化を食い止める営業部隊マネジメント～
- 6 ～幹部までもが仕事のステージを1つ上げる～人が「どんどん」育つ組織の仕組みと仕掛け

2014
03



- 1 【基調講演】「実践躬行」～信念を体現するは今～
- 2 「働きがいのある会社づくり」研究会
～トップマネジメントだけが作り出せる「働きがい」を生み出す風土と文化～
- 3 「自社のやりきる力」研究会
～“塩漬け課題”を動かす プロジェクトマネジメントの肝を探る!! ～
- 4 店長“を”マネジメントせよ! ～十人十色・十店舗十課題への共創アプローチ～
- 5 営業センスを磨き上げろ! ～センスの原石を与え・鍛え・磨く

2013
09



- 1 【基調講演】「未来への布石」～きたるべき刻（とき）に備えて～
- 2 顧客増≠新規客開拓 真・顧客を増やす3つのステップ
- 3 サービス大改革!在庫量アップの先を実現 ～「在庫満足度」&「収益性」のダブル改善実践策!～
- 4 LiB流 未来への布石事例大公開!
●戦略的人事評価制度のススメ! ●若手=会社の宝 育ため環境=会社の責任
●CSスコア改善はゴールにあらず! 店舗一丸CS強化で業績直結!!
●敗戦理由は、クルマじゃない!? 教えてくれなかった女性のホンネ
- 5 「定石を学び、布石を打つ」

2013
03



- 1 【基調講演】「100年企業」～その進化の礎～
- 2 偶然から必然へ! 店長候補の確かな育て方
- 3 「イマドキ若手…」が大変身! 店舗をリードするその躍進の秘密
- 4 組織に刺激と活力を! カーディーラーの組織戦略
- 5 実行力～革新スピードが全てを決す～

過去フォーラム 参加者の声

(経営者・経営幹部様)

2016年秋フォーラム満足度



中期ビジョンを考える上で、今後の業界の動きなどが大変参考になった。ESからCS、そして収益向上につながることでできる仕組みを考え、顧客ロイヤリティを上げていきたい。(関西地方・役員)

広い視点からさまざまな情報を得ることができた。それらの情報をカーディーラーとして活かしていくためのヒントが多くあり、今後の中期的な戦略を考えていく上で大変ためになった。(関西地方・経営者)

他社事例や多くのデータを基にした講演によって頭の中で描いていた将来像がより鮮明になった。明確な企業理念がないことが全ての自社課題に影響を与えていることを理解した。(関東地方・役員)

今後のシェア拡大に必要な女性と高齢者に向けたブランド構築が必要であることがわかった。一貫したブランドコンセプトの構築ができていないことがわかったため、対策につなげたい。(九州地方・経営者)

カーディーラー業界は10年後には取り返しが付かないほど企業格差が生じてしまう可能性が高い。商品に頼るだけでなく自社のブランドを高めることに取り組んでいくことが必要であることがわかった。(関西地方・経営者)

魅力ある会社をつくるのが人の集まる会社になる。まず何から手を付けるべきかがハッキリした。10年後に生き残るため、お客様との関係強化が普遍的に大切である。(中国地方・経営者)

予想より早く業界に変化が訪れることがわかり、将来の厳しさを知った。自社の投資計画を再考する必要を感じた。(東北地方・役員)



●自動車事業本部メンバー



関 徹
Seki Inao



南澤 徹
Minamisawa Tobra



柊 徹平
Hiragi Teppei



酒井 健介
Sakai Kensuke



内海 良介
Utsumi Ryosuke



窪谷 隆志
Kuboya Takashi



古川 裕康
Furukawa Hiroyasu



西木 勝陽
Nishibiki Katsunaki



井上 幸乃
Inoue Yukino



平田 敦士
Hirata Atsushi



小林 彩香
Kobayashi Ayaka



金原 正尚
Kanehara Masayoshi



傅 賢人
Fu Kent



小平 拓実
Kodaira Takumi



谷口 永利子
Taniguchi Eriko



西口 恒一郎
Nishiguchi Kouichiro



玉田 雅行
Tamada Masayuki



葛澤 和也
Tsutagawa Kazuya



飯田 清香
Iida Sayaka



切通 英樹
Kiritoshi Hideki



大矢 雅人
Ohta Masato



町田 凌輔
Machida Ryosuke



小椋 圭人
Ogura Kaito



小林 陽介
Kobayashi Yosuke



松井 佳
Matsui Kei

カーディーラー経営フォーラム 2017年新春

対 象 カーディーラー経営者・経営幹部様限定
1社2名様まで

開催プログラム、参加料金が
日程によって異なりますのでご注意ください

1

東京

2月2日(木) 11:00~17:00

丸ビルホール&コンファレンススクエア
JR東京駅丸の内南口より徒歩1分

参加料金 20,000円/名(税込)

2

東京

2月17日(金) 11:00~17:30

丸ビルホール&コンファレンススクエア
JR東京駅丸の内南口より徒歩1分

参加料金 30,000円/名(税込)

2/17 (金) 新春特別基調講演
限定 11:00~12:30

激動の日本経済の行方と
今後あるべきリーダーシップ

ゲスト講師 竹中 平蔵氏
Takenaka Heizo



2/2(木)、2/17(金) 共通プログラム

2017年、2020年、2030年
カーディーラー経営の未来像
~変革の未来は今つくられる~

講師

株式会社 リブ・コンサルティング
代表取締役社長

関 厳 Inao Seki

基調講演

選択制セミナー

A 人が育ため組織の落とし穴！
戦略から人財育成を捉え直すセミナー

B 脱アナログ営業！
Webマーケティング戦略セミナー
~IoT時代への架け橋~

C “売れて喜ぶ” じゃなく “喜ばれて売れる！”
「組織も顧客も喜ぶ」会社づくりセミナー

D 経営戦略として使うNPS
実践型 戦略的紹介営業セミナー

リブ・コンサルティングは
自動車メーカー7ブランド、常時約100社のカーディーラー様、
輸入車・中古車ディーラー様の皆様と共に
業界の未来創造に取り組んでいるコンサルティング会社です。



カーディーラー経営者向け情報レポート

LiB経営Automobile
CAR DEALER BUSINESS REVIEW



発刊中

LiB CONSULTING

株式会社 リブ・コンサルティング



会社名 株式会社 リブ・コンサルティング (英名: LiB Consulting co.,Ltd.)
事業内容 総合経営コンサルティング業務
企業経営に関する教育・研修プログラムの企画・運営
代表者 代表取締役社長 関 厳
企業理念 “100年後の世界を良くする会社”を増やす
社員数 110名(2016年7月時点)
設立 2012年7月
事業所

東京本社 〒100-0004 東京都千代田区大手町1丁目5番1号
大手町ファーストスクエアウエストタワー20F
TEL.03-5220-2688 FAX.03-5220-2689

大阪オフィス 〒532-0003 大阪府淀川区宮原4丁目1-45
新大阪八千代ビル10階

韓国支社 〒150-945 IFC 15F, 10 Gukjegeumyung-ro,
Yeongdeungpo-gu, Seoul, Korea

タイ支社 Level 29, 388 Exchange Tower, Sukhumvit Road,
Klongtoey Subdistrict, Klongtoey District,
Bangkok, 10110

メディア掲載



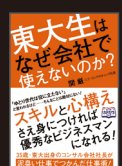
「働きがいのある会社ランキング」
ベストカンパニーに
2015年・2016年、2年連続で選出

生産性向上の実現へ



- 日本経済新聞に掲載されました
- 産経新聞に掲載されました
- 日刊工業新聞に掲載されました
- 日経産業新聞に掲載されました
- ワールドビジネスサテライトで紹介されました

書籍



- 『日本企業が韓国企業に勝つ4つの方法』
著者: 香月 義嗣 / KADOKAWA 中経出版
- 『東大生はなぜ会社で使えないのか?』
著者: 関 厳 / KADOKAWA 中経出版
- 『経営戦略としての紹介営業』
著者: 関 厳 / あさ出版

[文書番号 05-701-0278]