

なぜ戦略は正しいのに成果があがらないのか？

～楽天の急成長を支えたマーケターが明かす「やり抜く組織」の原理原則～

— 講師 —

株式会社データドリブン・コンサルティング 代表取締役 堀内 公博 氏

日 時 2026年9月17日(木) 午後1時～3時

受講方法 ライブ配信／アーカイブ配信(2週間、何度でもご視聴可)

〔対象者〕

特に、下記のような課題意識をお持ちの方におすすめします。

- ・組織の実行力に課題意識がある
- ・事業の急成長に組織整備が追い付かない
- ・事業成長に人材育成が追い付かない

〔重点講義内容〕

社内の精鋭や、外部のコンサルとともに作成した戦略には自信がある。しかし、思うように成果があがらない。このような課題に直面する多くの企業には共通する課題があります。それは、戦略を実現する実行力が足りていないことです。一方、一口に実行力を上げると言っても、営業、人材、組織、マーケティング・・・と複雑な要素が絡み合い、良い解決のガイドがありません。

本講演では、そのような悩みを持つ経営者、ミドルマネジメントに向け、誰でも実践しているはずのPDCAを徹底的に磨きぬき、圧倒的な実行力をもつ組織の構築法を紹介します。

1. 戦略は正しいのに、なぜ成果が実現しないのか？ — P<DCA
2. そのPDCAで、競争優位は作れるのか？
3. あなたは本当に「データドリブン」と言えるのか？
4. AI時代に差がつくのは「戦略」ではなく「DCA」である
5. 綿密な計画ほど、なぜ改善の精度を下げるのか？
6. あなたの数値目標は、改善を止めていないか？
7. 売上を追う営業組織ほど売上が伸びない理由
8. なぜ組織変更を繰り返しても業績は改善しないのか
9. なぜ日本企業はプロフェッショナルな人材を育成しないのか？
10. 質疑応答

PROFILE 堀内 公博(ほりうち きみひろ) 氏

一橋大学大学院在学中の1999年、社員数約20名の楽天に参画。11年半にわたり、同社の急成長フェーズを経営の中核で経験する。2002年には楽天グループ初となるマーケティング組織を単独で立ち上げ、グループのマーケティング基盤の構築を主導した。2012年より国内大手ゲーム会社にて、シリコンバレーを拠点にモバイル海外事業の立ち上げ責任者を務める。帰国後はグローバルマーケティング責任者として、マーケティングのデジタル化と組織のグローバル化を推進。創業50年企業の過去最高益の達成に貢献。2020年には医療福祉分野の人材紹介最大手トライトのCMOに就任。国内最大規模のデジタル広告運用組織の再構築を主導し、広告宣伝費率の大幅な改善とIPOの実現に寄与。2024年より現職。幅広い企業に対してマーケティングおよびデジタル戦略のコンサルティングを提供。25年にわたり、楽天、大手ゲーム会社、大手人材会社でマーケティング責任者として、組織づくり、組織改善を行い、業界トップクラスの組織を作り続けた中で実践した手法を整理して、メソッドを開発しています。

