

社長も従業員も、
営業も購買も経理財務も、
全員経営！



公認会計士 実務補習所の教材

『戦略ビジネスゲーム』 解禁！

当法人の『戦略ビジネスゲーム』は、将来の公認会計士の育成機関である実務補習所で活用されています。公認会計士と聞くとハードルが高いと思われるかもしれませんが、意外にも市場の仕組みや会計のルールに精通していなくても最後までゲームの当事者として楽しむことができます。

世の中の多くのビジネスゲームと同様に本ゲームもシェア争奪戦です。販売、購買、在庫管理、マーケティング、人事、財務等の分野において経営者としての意思決定を疑似体験しながら、チーム一丸となり、最大シェアを目指しましょう！

1. 経営における“情報”の重要性を実体験する機会

本ゲームは、チームの意思決定内容をPCに入力し、ソフトウェアが処理して、各社のシェアを算定します。適切な意思決定のためには、市場調査（市場動向や競合他社の情報を探ること）も必要であり、本ゲームには市場調査の機会も組み込まれています。

2. “説明責任（アカウントビリティ）”の実践

企業経営者は不祥事などが発生した場合に株主や取引先等に対して説明責任を負っています。本ゲームでは、倒産に相当するケースの会社の社長さんに説明責任果たしていただきます。

3. 参加者の一体感を醸成

本ゲームはチーム対抗となります。チーム内で社長、販売、購買、在庫管理、資金管理等の役割分担し、対戦チームの情報を市場調査で収集し、相互に協力して意思決定していくことで、チーム内の一体感が醸成されます。

本ビジネスゲームの
狙い

『戦略ビジネスゲーム』の概要

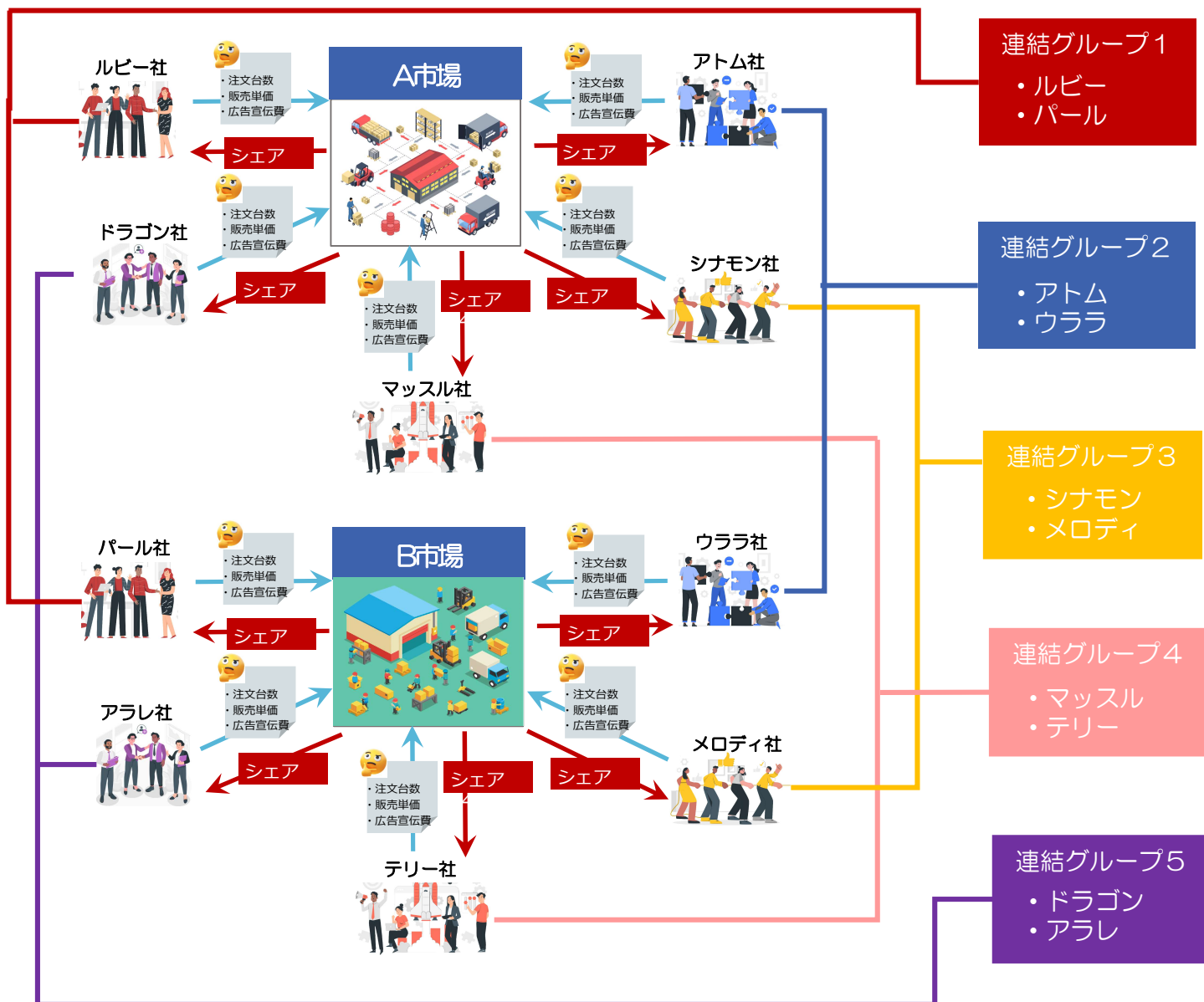
前提

- 市場におけるシェア争奪戦
- 特定製商品の販売会社の社員としてゲームに参加（※家電の販売業界）
- 1社を4-5名で設立するチーム戦
- ひとつの市場のなかで4-6社が競う
- ふたつ以上の市場とすることも可能、その場合、個々の会社別の勝敗に加え連結グループとしても勝敗を決定
- 相互に代替関係が無い3種類の商品（X商品、Y商品、Z商品）について意思決定
- 商品ごとに販売単価、注文台数、広告宣伝費などを意思決定
- 勝敗を決定する主要素は、各社の売上高から仕入高や人件費、広告宣伝などのコストを差し引いた利益等
- ゲームのサイクルは四半期ごと、つまり1期は3ヶ月、4期でひとつの事業年度
- 最終期は決めずにスタート、進行具合や終了時刻を鑑みながら最終期を決定

イメージ

市場別・個々の会社の競争

連結グループの競争



進め方

- ×年1期
 - ①各社で協議・意思決定
 - ②決定内容を“意思決定記入用紙”に記入
 - ③意思決定内容をPCに入力（PCは各市場に1台、各チームの代表者が直接入力）
 - ④全社の意思決定内容が入力完了すると“戦略ビジネスゲーム”でゲーム処理
 - ⑤ゲーム処理完了後に結果データを出力、自社の販売台数、利益、資金繰りの状況が判明
- 上記⑤結果データ：販売台数通知書（実績値）、市場調査報告書、財務諸表など
- ×年2期以降、同じ流れ

イメージ

①各社で協議・意思決定



②意思決定記入用紙に記入

市場	1期	2期	3期	4期	5期	6期	7期	8期	9期	10期
市場A	1000	1200	1500	1800	2000	2200	2500	2800	3000	3200
市場B	800	900	1000	1100	1200	1300	1400	1500	1600	1700
市場C	600	700	800	900	1000	1100	1200	1300	1400	1500

③意思決定内容をPCに入力



⑤販売台数通知書などを出力

項目	1期	2期	3期	4期	5期	6期	7期	8期	9期	10期
1 今年度の実績	1000	1200	1500	1800	2000	2200	2500	2800	3000	3200
2 次期意図決定予想	1100	1300	1600	1900	2100	2300	2600	2900	3100	3300

④戦略ビジネスゲームでゲーム処理



2期以降も同じ流れで
最終期まで実施

一言メモ



ゲームの流れは非常にシンプルです。ゲーム開始当初は1期の意思決定に10分ほど要しますが、期を追うごとに慣れてくるため、意思決定の所要時間が短縮化されていきます。

ゲームの勝敗の決定要素

- 経常利益累計額
- 売上高予測、経常利益予測、期末現金残高予測（それぞれの予測値と実績値の誤差の幅により予測点を加算）
- 更生会社（一定額以上の債務超過）ペナルティー
- 資金ショートペナルティー

一言メモ



ゲームの勝敗の決定要素のうち難易度が高いものとして売上高予測などの算定があります。予測点の比重を調整することにより、本ビジネスゲームは、幅広い層に飽きずに取り組んでもらうことができます。

本ゲーム参加者の声

- 本ゲームを受講した実務補習生からは、「財務数値とビジネスのつながりを実感できた」、「P/L、B/S、C/Fのつながりの理解が深まった」と声が届いており、戦略BGは机上の学習では体験できない、現実のビジネスの動きが損益や資金繰りにどのように影響するのかを実感できる体験型コンテンツといえます。
- 実務補習生は大学在学者も多く、ビジネス経験がない者が大多数ですが、生の声からはリアル感に溢れた意思決定により多くの学びがあったことが窺えます。

経営者の視点 <ul style="list-style-type: none">● 会社がどのように機能しているか実践的に知ることができ、経営判断のために大量の情報を整理する難しさを実感した● 意思決定の重み、長期視点、資金管理、在庫管理等、経営者が考えることが多い	販売戦略 <ul style="list-style-type: none">● シェアを拡大させていたから販売単価を上げて売れた● 価格の決定の方法が難しく、価格競争になり市場が縮小した● 安易な価格競争に持ち込まず、市場全体の維持盛り上げも大事と気付いた
購買・在庫（サプライチェーン）戦略 <ul style="list-style-type: none">● 在庫切れと余剰を繰り返し、在庫管理の重要性を実感● 総需要予測と仕入れ予測が難しく、突然の市場成長に対応できずに機会損失が発生した● リードタイムについて考えるのが難しかった	市場動向・市場調査/マーケティング <ul style="list-style-type: none">● シェア率が他社との相対的な関係から決まり、企業業績が市場や他社の動きに大きく影響されることを実感● 市場調査費を出し惜しみしてしまい市場動向を見逃し周りの変化に気づけなかった、市場調査は大事
人事・人財戦略 <ul style="list-style-type: none">● 人事は単に給料水準を決めれば良いわけではなく企業の戦略等も考慮して採用計画を立てる必要がある● 人を雇わずに経営していたので伸びしろがなかった● 人的資本の大切さを知った	管理会計/資金管理・資金繰り <ul style="list-style-type: none">● 商品の販売予測により仕入れ財務等の他部門にも影響を及ぼすことから予測を慎重に行うことが大切● 資金繰りサイクルに気付くのが遅く何度か資金ショートし、翌期の資金需要や売上の予測をたてることの大切さを実感
内部統制・仕組み <ul style="list-style-type: none">● 必要な事項を入力し自動計算することにより計算ミスを防げることと、関数等の数式に誤りがないことを確認することにより効率的に業務を行えると実感● 経営者の内部統制無効化リスクは必ずある	その他 <ul style="list-style-type: none">● 情報収集して分析するのは一人では難しく、チームで分担して意見を交わすのが大事だと気付いた● 赤字が続くと粉飾したくなる経営者の気持ちを理解できた

一言メモ



本ゲームはビジネス界に不慣れな新人さんへの研修に最適です。また、ゲームに市場規模や景気動向も組み込まれているので、管理職やマネジメントにとっても手応えのあるゲームと言えます。

開催形態

本ビジネスゲームの開催にあたりましては、「Ⅰ. 個別の企業等の社内研修として実施するパターン」と「Ⅱ. 特定の企業等ではなく、様々な企業等から参加していただくパターン」を想定しております。

Ⅰ. 個別の企業等の社内研修として実施するパターン

参加者の属性、経験値、人数等に応じて、市場数、市場ごとの企業数、連結グループを組成するかなどを研修担当者様と相談させていただきます。会場は、企業等の会場、あるいは当法人の会場のいずれでもOKです。詳細につきましては、下記にお問い合わせください。

Ⅱ. 特定の企業等ではなく、様々な企業等から参加していただくパターン

当法人の会場（金融ビレッジ）において、様々な企業等の方々を対象として、ビジネスゲームを開催します。比較的規模の小さな企業等における人財育成の機会、他社の方々との交流の機会として御活用ください。開催が決定しましたら、セミナー概要を公表いたします。