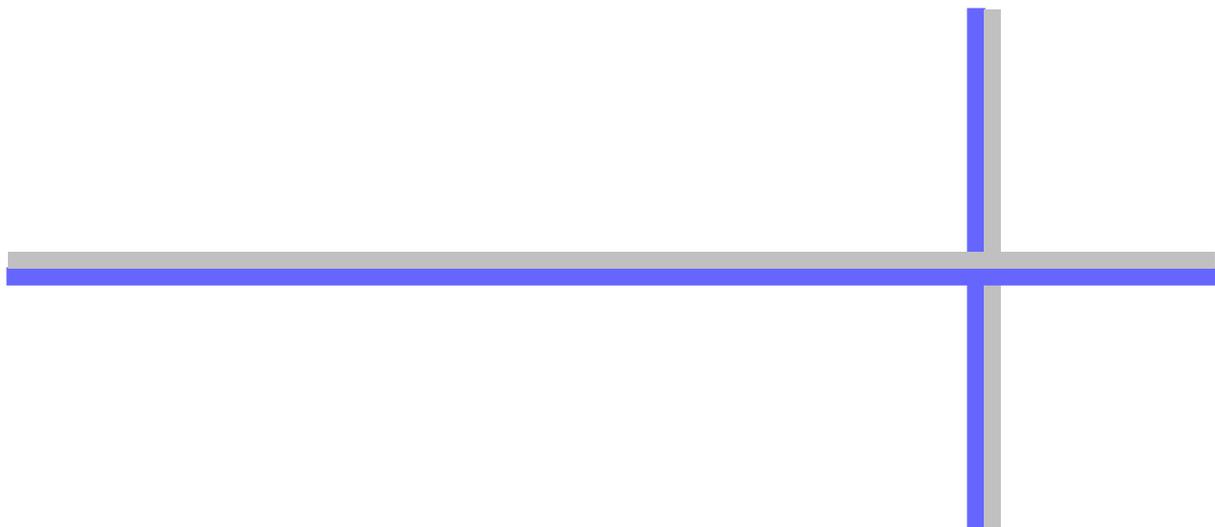


研 修 総 合 カ タ ロ グ

 Precena Strategic Partners



I n d e x

選抜コース型 幹部研修

問題解決型リーダー 育成研修	4
新規ビジネスプラン 策定研修	6
行動計画 策定・実行研修	8
次世代経営幹部 発掘研修	10

選抜コース型 リーダー研修

選抜 MBAコース 主要6科目版	12
次世代リーダー向け 課題解決 ワークショップ	14
ビジネス提案 コンテスト型 ワークショップ	16
次世代リーダー向け 課題設定・解決 ワークショップ	18

主任・係長級 選抜・推薦研修

中堅階層別 ロジカルシンキング&問題解決 2日版	20
中堅階層別 問題解決ケース&自社課題検討 2日版	21
中堅階層別 課題設定型 問題解決 2日版	22
中堅階層別 プレゼンテーションワークショップ 2日版	23

2~5年目 階層別研修

若手階層別 ビジネスライティング&プレゼンテーション 2日版	24
若手階層別 ロジカルシンキング&問題解決 2日版	25
若手階層別 ロジカルシンキング&仮説思考 2日版	26
若手階層別 財務分析基礎&問題解決 2日版	27

新入社員研修

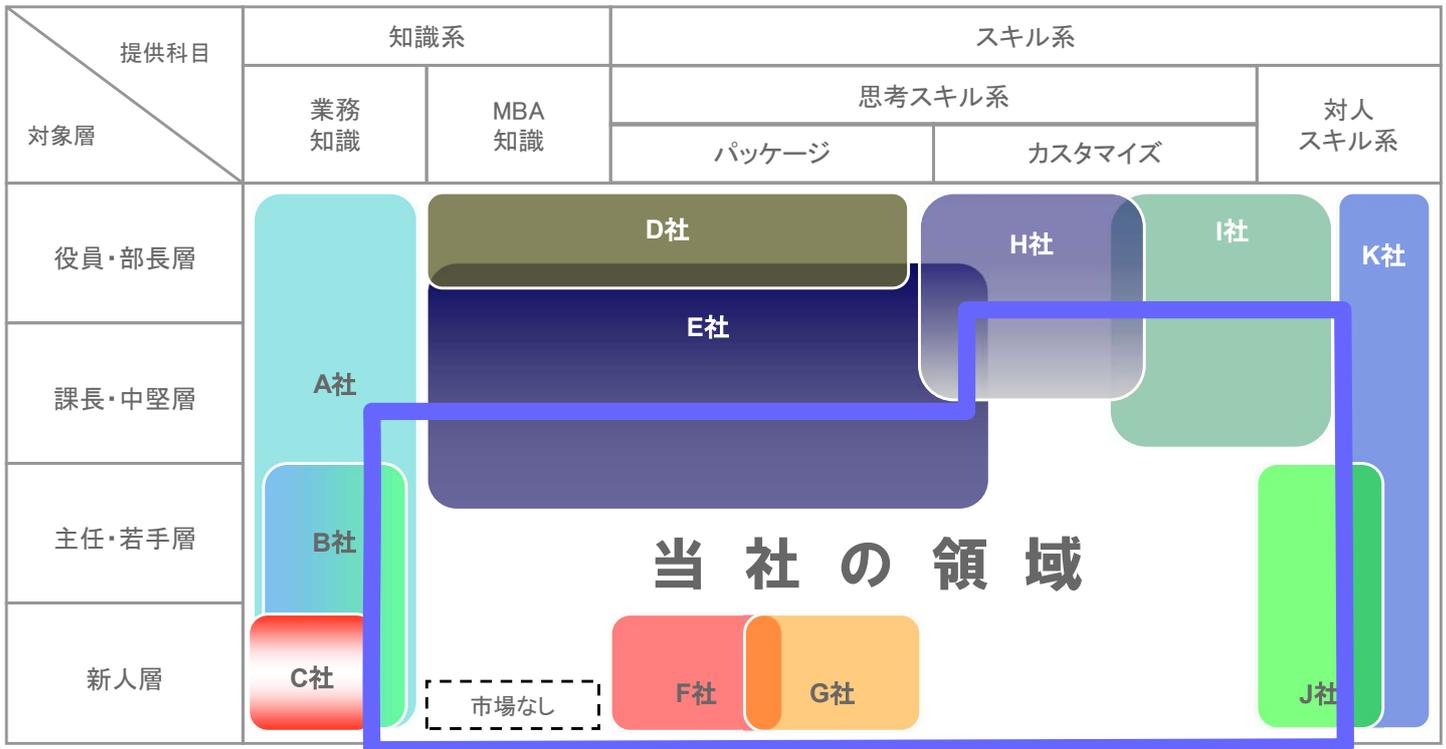
新入社員向け ロジカルシンキング 1日版	28
新入社員向け ロジカルライティング 1日版	29
新入社員向け 段取り 1日版	30
新入社員向け ロジカルプレゼンテーション 1日版	31
新入社員向け ビジネスライティング&プレゼンテーション 2日版	32
新入社員向け チームビルディング&ビジネスワークショップ 3日版	33

希望者研修

ロジカルライティング 1日版	34
ロジカルプレゼンテーション 1日版	35
問題解決 1日版	36
データスキル 1日版	37
合意形成・問題解決話法 1日版	38
インタビュースキル 1日版	39
課題設定型 問題解決 2日版	40
仮説思考 1日版	41
価値創造 1日版	42
デザイン思考 1日版	43
ピープルマネジメント 1日版	44
アカウンティング 2日版	45
経営戦略 2日版	46
マーケティング&プライシング 2日版	47
ファイナンス&収支予測 2日版	48
人事組織・リーダーシップ 2日版	49

業界における当社の位置付け

当社は思考スキル系・MBA知識系でのカスタマイズ研修を、新人・若手～部長クラスに提供している企業です。



当社研修の4つの特徴

1 正社員講師100%

当社の講師は100%社内講師です。私たちの本業は「教えること・教え方を考えること・教える内容を考えること」であり、「個々のお客様それぞれ」に合った人材育成のあり方を日々真剣に考えています。外注講師では、中長期で責任を持った人材育成は難しいと私たちは考えます。

2 問題解決をベースに全ての科目を体系化

「ビジネススキルの体系化と普及」を手掛ける当社では、「実務上の繋がり」を徹底して追求しています。その結果、当社で提供している豊富なスキル科目・MBA科目は全て「受講者がビジネスの現場で使う視点」で有機的に連携しており、「実際にビジネスで使えるようになった」と高い評価をいただいています。

3 お客様との対話を通じた研修カスタマイズ

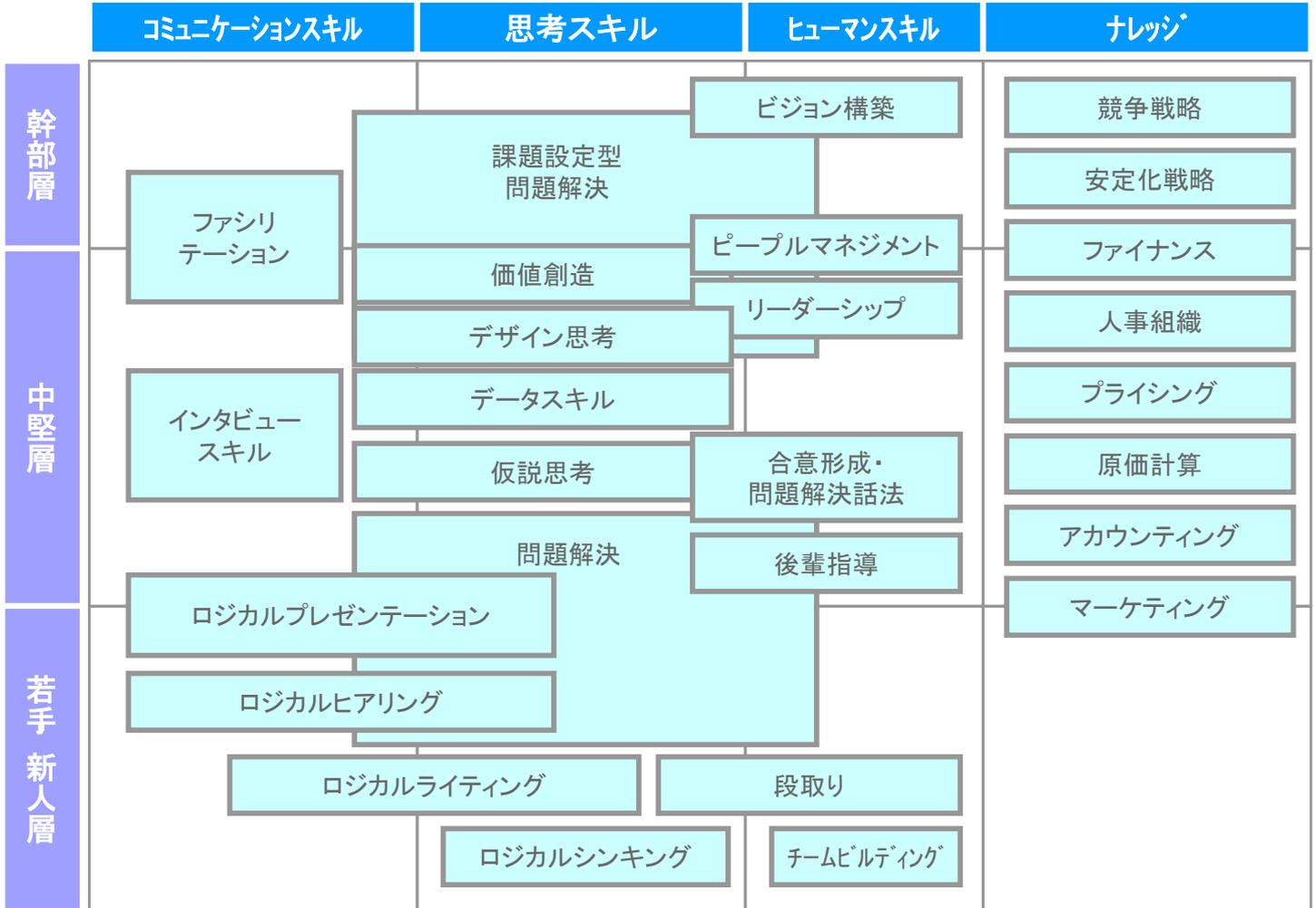
全ての企業には固有の仕事の進め方や価値観があるため、どんなに優れた教材であっても全企業に当てはまることはありません。当社は過去の研修データを元に、豊富なビジネス経験と高いスキルを持つ開発陣が、全てのお客様に対してより高い学習効果を提供すべく、教材内容や進め方について必ずカスタマイズを実施します。

4 効率と効果を実現するデジタルとアナログの融合

内容や階層によって最適な実施方法で研修をご提供します。対面で実施する集合研修はもちろん、オンライン会議ツールを用いたリモート型研修でも、独自のノウハウを有しています。また、全ての科目は特許取得済みの弊社eラーニングシステム(PLS)でのご提供も可能です。

当 社 保 有 の 「 ベ ー ス 科 目 」 一 覧

全ての研修プログラムは「ベース科目」の組み合わせ・カスタマイズによって構成されます。それぞれのベース科目の中にも、ケーステーマや難易度による派生バージョンが存在しており、多彩なラインナップを可能にしています。



本 カ タ ロ グ の ご 利 用 に つ い て

- 本カタログに掲載されているプログラムは、当社がこれまで実際に手掛けた研修の一部をまとめたものとなっております。
- お客様ごとのカスタマイズを前提としている当社では、他にも本カタログには書き尽くせない多数の事例がございます。ここに掲載されているものはあくまでも「一例」に過ぎませんが、プログラム検討の際のご参考にいただければ幸いです。
- ご検討中の研修プログラムとイメージが近いものがございましたら、お気軽にお問い合わせください。具体的な目的や状況等をお伺いして、カスタマイズプログラムを作成いたします。
- カスタマイズ内容によって、追加費用が発生する可能性があります。
- その他、詳細につきましては、当社営業担当までお問い合わせください。

問題解決型リーダー 育成研修

Problem Solving Skills & Leadership Training

期間	短期 1~2ヶ月	中期 3ヶ月	長期 6ヶ月
主な対象	中堅企業 ベンチャー	大企業 事業部	大企業 人事部

幹部
コ
研
修
型



部門の責任者を対象に、MBA知識・問題解決スキルを用いて、実際の業務課題を解決し、リーダーシップを発揮して課題解決を実行に移すための研修です

- 部下を持つ幹部職が、課題解決のための方針をうまく打ち出せない
- 打ち出した方針に「魂」が入っておらず、部下がついていけない



- 会社方針や社内外の環境を踏まえた、「取り組むべき課題と対応策」が打ち出せるようになる
- どのようなスタイルのリーダーシップを発揮すべきか明確になり、部下の指導力が向上する



ここがポイント

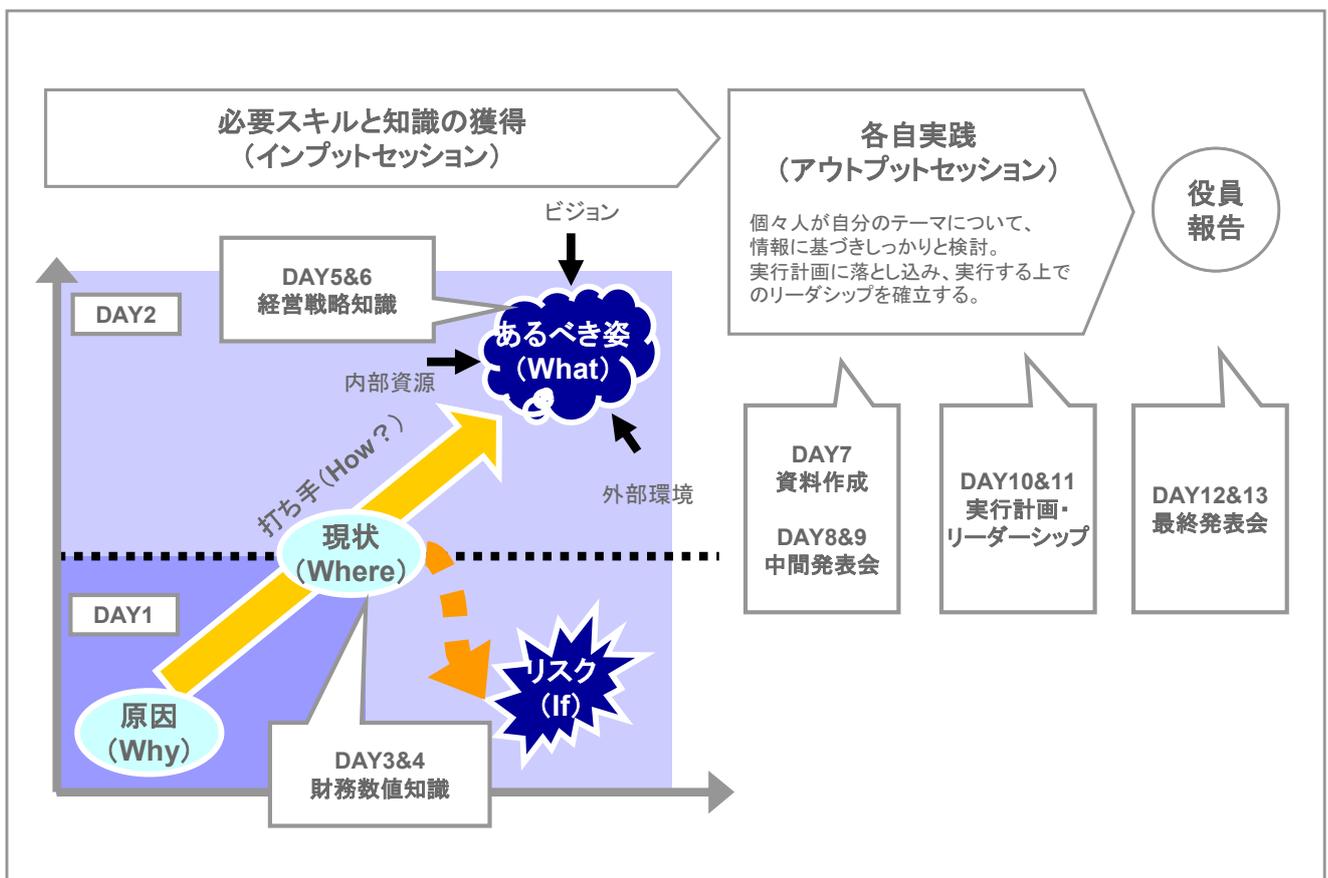
部門のマネジメント力をもっと強化したい。どの企業にもある大きな課題かと思えます。マネジメント力が低い理由の1つとして、幹部自身が「自分たちはどちらに進むのか」という、明確な方針を打ち出せていない場合があります。本講座では、ケーススタディを通じて組織を牽引する上で必要となる計画策定力を身に付け、実際の業務で解決すべき課題に対する方針を策定していただきます。また、方針だけが打ち出されても、魂がこもっていなければ人はついてきません。本講座の後半では、受講者自らがリーダーとして部下を引っ張っていくためのリーダーシップについて考察していただきます。



進め方イメージ

まず最初にインプットセッションがあり、思考のベースとなる課題設定型問題解決、並びに経営戦略、アカウンティング、人事組織等の関連MBA知識を体系立てて学びます。並行して事後課題等で自らの業務課題についての考察を行い、後半のアウトプットセッションでは「実際に自分はどのようにするのか、どうしたいのか」を徹底的に討議。リーダーシップの「型」を学び、組織の責任者として部下をどのように束ね、まとめていくかについて考え、決意を固めていただきます。

■ 講座の全体像／スケジュール



■ タイムテーブル（一部抜粋）

DAY1		DAY2	
9:00	問題の種類 発生型問題 課題設定型問題	9:00	課題設定型問題解決 ②短中長期の対策立案 - 定量化と具体化 - ケース演習
10:00	問題解決のステップ	10:30	
13:00	課題設定型問題解決 ①あるべき姿とリスク - あるべき姿の設定 - ケース演習	13:00	③自社課題検討
17:30	まとめ	17:30	まとめ

DAY3		DAY4	
9:00	財務会計分析とは	9:00	問題解決との繋がりを 抱えている問題の読み解き (財務分析結果から)
9:30	P/Lとは ①5つの利益 ②業界別特徴(利益と費用) ③収益性分析演習	10:30	<簡易ケース> ①財務指標分析
11:30	B/Sとは ①事業特性の把握	13:00	②抱えている問題点
13:00	②安全性分析演習	14:00	<企業ケース> ①時系列分析 ②比較分析
14:30	P/L・B/Sによる財務会計分析 ①成長性分析の指標 ②成長性分析演習 ③効率性分析の指標 ④効率性分析演習	17:30	まとめ
17:30	まとめ		

DAY10		DAY11	
9:00	対策立案の3要件	9:00	リーダーとは
10:00	各自の実行計画発表 フィードバック・討議	10:00	リーダーの持つべき特徴
13:00	チーム別討議 対策内容の見直し	13:00	リーダーシップ診断
15:00	実行計画への落とし込み	15:00	リーダーシップの発揮 ①状況の的確な把握 ②周囲の巻き込み ③リーダーシップスタイル選定
17:30	まとめ	17:30	まとめ

【課題設定型問題解決】

幹部としての明確な方向性を検討するに際し、まずは思考のベースとなる「課題設定型問題解決」を学びます。問題解決のフレームワークを理解した上で、今後学ぶMBA知識が「課題解決の、どこで使うものなのか」を理解すると同時に、自らが業務で抱える課題は「発生型」「課題設定型」「リスク回避型」のどれが重要かについても検討します。

【MBA知識 アカウンティング】

現状を把握するためには、企業経営の結果である「財務の数字」が読めなければなりません。B/S・P/Lで「数字が大きい・小さい」といったレベルの読み方ではなく、財務指標の持つ意味、経営に与える影響等も踏まえた上で、実際の企業ケースに取り組み、「どういった課題があるから、その財務状況となったか」まで深掘りして考察します。

【実行計画・リーダーシップ】

自らの業務で検討した「問題所在・原因・あるべき姿・リスク」等を元に、今後に向けた対策を発表します。同時に「良い対策が持つべき要件」について学び、チーム全員で議論しながら対策内容のブラッシュアップを行います。翌日はリーダーシップについて学び、自らの持つリーダーシップスタイルや改善点についての自己診断を実施。その上で、今後どのようにリーダーシップを発揮して対策を実行するかを検討します。

■ 講座の特長

- ・ 様々な知識を体系化して学ぶことで、使える形で理解することができる
- ・ 実行計画を全員で議論して煮詰め、リーダーシップスタイルを再認識することで、実行に向けたモチベーションが高まる

■ 講義形式 ワークショップ

■ 主な導入実績

- 大手SIer : シニアマネジャー研修
 - 大手SIer : シニアマネジャーフォロー研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「体系立てて学ぶことで、何となく個別には理解していた知識が、うまく使いこなせるようになった」
- ▶ 「同じ会社の同じ立場の同僚と、業務課題について真剣に議論できる機会はなかなかないので、非常に有り難い。色々な気づきや学びがあった」

新規ビジネスプラン 策定研修

New Business-model Planning Workshop

期間	短期 1~2ヶ月	中期 3ヶ月	長期 6ヶ月
主な対象	中堅企業 ベンチャー	大企業 事業部	大企業 人事部

幹
選
抜
部
コ
ー
ス
研
究
型



技術シーズやビジネスアイデアを元に、顧客提供価値を考え、ビジネスモデルを構築。実行体制を立案し収支計画まで落とし込む、アプリケーション型の研修です

- 技術の種やビジネスのアイデアはあるが、うまく事業に結び付かない
- 社内でビジネスコンテストや新事業のアイデア公募を行うが、その後の検討が続かない



- ビジネスアイデアを事業に結び付けるための検討手順やポイントが身に付く
- 実行体制や収支計画まで具体的に検討された事業計画が策定できるようになる



ここがポイント

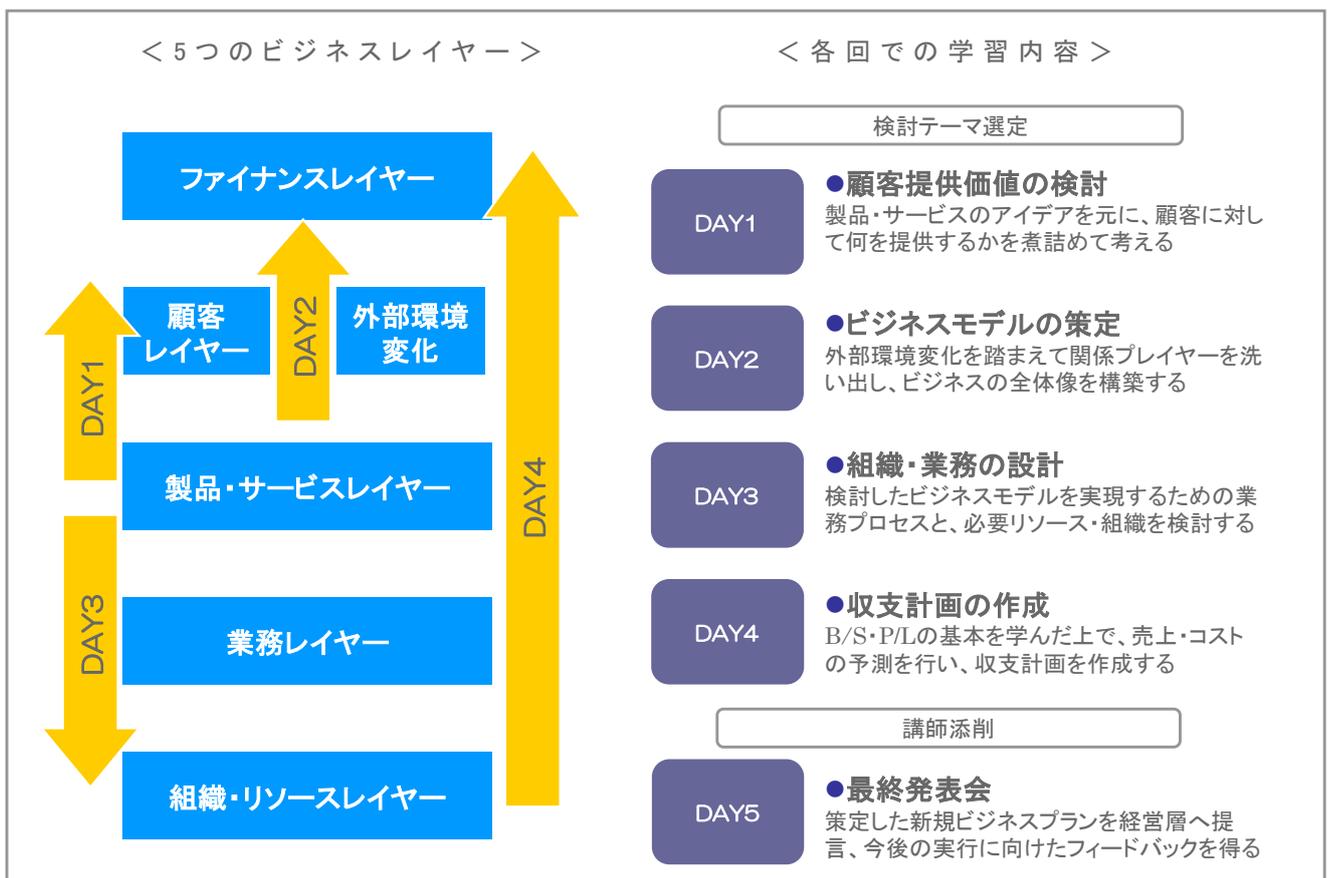
景気の先行きが不透明になった今日、多くの企業で次世代に向けた「新規ビジネス」の創出検討が行われています。その中で、「技術シーズやビジネスのアイデアはあるのに、うまく事業に結び付かない」という声をよく耳にします。ビジネスは、単純にモノを作る・サービスを作るだけではうまく回りません。その背後にある仕組み(=ビジネスモデル)をどう構築するか、具体的に社内の業務や組織をどう組んで、どう実行していくかを煮詰める必要があります。本講座では、顧客提供価値の検討に始まり、ビジネスモデル構築、業務・組織の設計、そして収支予測まで、一通りの考え方を履修しながら、新規ビジネスプランの策定を行います。



進め方イメージ

最初に技術やサービスの「ネタ」を元に、競争戦略の基本である「顧客提供価値・ドメイン・差別化の核」について検討します。その後、実在の企業を題材としたケーススタディで、ビジネスモデル構築の考え方を学びます。さらに、業務プロセス設計・組織設計を踏まえ、売上予測とコスト予測を実施。最終的には、簡単なPLでの収支計画、投資計画を立案します。事後課題を通じて、受講者1人1人が新規ビジネスプラン策定を行い、最終的には経営層にプレゼンテーションを行います。

■ 講座の全体像／スケジュール



■ タイムテーブル（一部抜粋）

DAY1		DAY2	
9:00	ビジネスプラン策定の考え方	9:00	ビジネスモデルとは
10:00	顧客提供価値とは 顧客価値が競争を決める —Key Buying Factor	10:30	ビジネスモデルを構築する —集める・捉える・儲ける
13:00	事業ドメインの検討 —顧客・機能・技術	13:00	商品を具体化する —5W1Hの検討
15:00	差別化の核の検討 —PL、OE、CI	15:00	簡易収支計算
		16:00	収益性を高める —アップグレード、水平展開、他
17:30	まとめ	17:30	まとめ

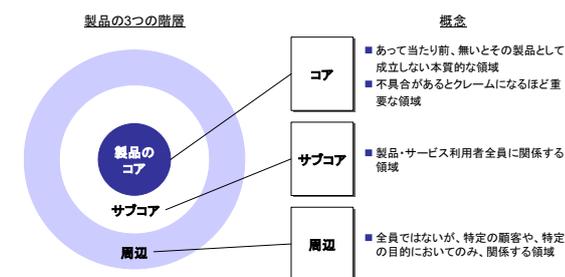
【DAY1:顧客提供価値の検討】

競争戦略論に基づき、顧客提供価値やKBF(Key Buying Factor、購入重視点)といった考え方を紹介。ケース事例を用いながら、事業ドメインや差別化の核を検討し、ビジネスアイデアの骨格を作ります。

【DAY2:ビジネスモデルの策定】

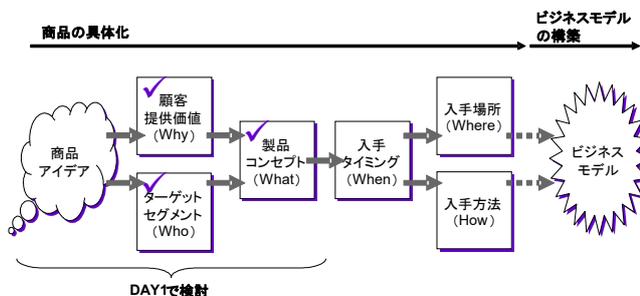
DAY1で作成した骨格を元に、ビジネスを支える裏側の仕組みまで含めたモデルを構築します。その後、簡易収支計算を行い、収益性を高めるための検討を行います。

■ 主要コンセプト（一部抜粋）



【DAY1:顧客ニーズの分類】

「顧客ニーズ」は大きく3つの段階に分かれます。「ないとクレームになる」、言い換えれば当たり前のニーズである「コア」。誰もが望む「サブコア」。一部の人が望まない「周辺」。事業化を行う場合には、「サブコアニーズ」をいかに的確に捉え、実現していくかが、勝負の分かれ目となります。



【DAY2:商品の具体化】

左記は商品アイデアを5W1Hのフレームワークで具体化するプロセスです。顧客提供価値、ターゲットセグメント等を検討した後、最後は「入手場所」「入手方法」を考えることで、より実社会での使用シーンがイメージできる、現実感のある商品となります。

■ 講座の特長

- ・「新規ビジネスプランを策定する」という目的に沿って、必要な知識とスキルが一式習得できる
- ・研修の流れに沿って事後課題を検討していくことで、実ビジネスに応用可能なビジネスプランが創出される

■ 講義形式 ワークショップ

■ 主な導入実績

- 大手SIer : 事業計画立案研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「目的に沿って全ての内容が順序立てられているため、非常にわかりやすく、検討しやすい」
- ▶ 「自分はビジネスプランを作る上での視点が、多々欠落していたことがわかり、非常に役に立った」

行動計画 策定・実行研修

Action Planning and Execution Workshop

期間	短期 1~2ヶ月	中期 3ヶ月	長期 6ヶ月
主な対象	中堅企業 ハンチャー	大企業 事業部	大企業 人事部

幹部
研修
コース
タイプ



実際の経営課題について、チームを組んで長期間かけて取り組む実行型の研修です。必要な知識やスキルの解説は行いますが、「研修」を越えた「実務」の議論を行います

- ミドルマネジメント以下に、トップの経営方針や会社の戦略等がうまく伝わらない
- 目標を与えてもうまく自部門に展開できず、会社としての課題解決が進まない



- ☑ ミドルマネジメントが議論を重ね、自ら主体的に考えることで、方針や戦略が浸透する
- ☑ 定期的なワークショップが進捗管理の場となり、外部講師の意見も踏まえた課題解決が進む



ここがポイント

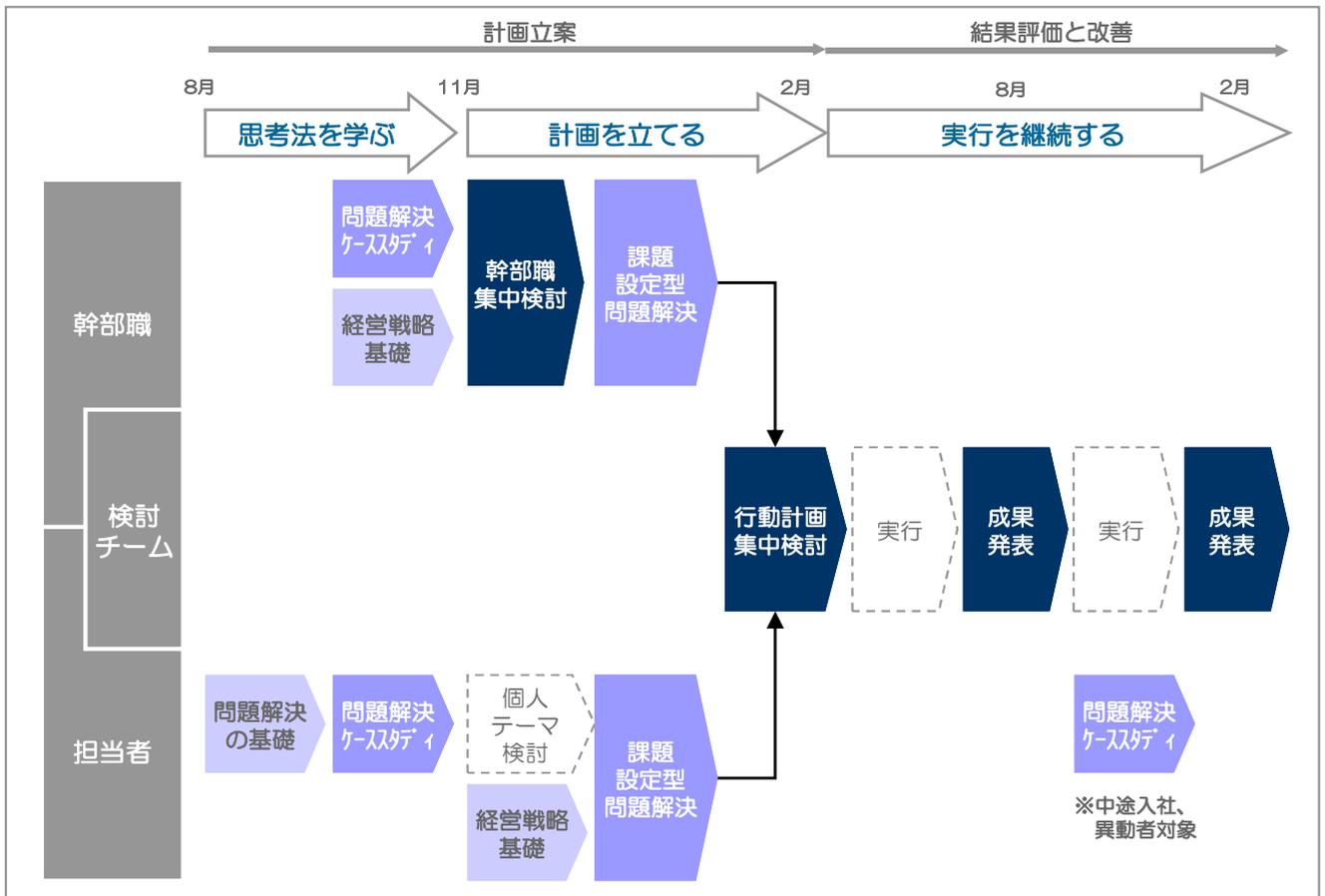
部門の中期計画や行動計画を立案する局面で、幹部職が中心となり、部下の担当者も交えて、実際の業務課題解決に取り組むためのワークショップです。仕事の会議に近いかもしれませんが、大きく異なるのは「考え方の基礎・共通言語となる体系を教えるから取り組む」という点、そして「講師も議論に参画し、知見に基づく様々な指摘を行う」という点です。幹部・担当者全員が問題解決、戦略立案等、必要となる知識・スキルのベースを揃えてから議論を行うことで、効率的・効果的な計画立案が可能となります。



進め方イメージ

最初にビジネスケースを用いたケーススタディを交えて、問題解決や戦略立案といった、中期計画立案のために知っておくべき知識・スキルを習得します。次に実際の業務課題を取り上げ、研修で学んだフレームワーク等も活かしながら内容を議論します。半年に一度レビュー会を行い、計画の進捗状況を確認すると同時に、次に向けてのアクションを話し合います。

講座の全体像／スケジュール



■ タイムテーブル（一部抜粋）

DAY1		DAY2	
9:00	問題解決とは 問題解決力チェック How思考の落とし穴	9:00	経営戦略とは
11:00	論理思考基礎 縦横の論理	9:30	競争戦略 安定化戦略 競争戦略<現状把握> ①外部環境分析 ②内部分析
13:00	問題解決の3ステップ Where/Why/How	11:30	13:00 競争戦略の3つの要件 ①顧客提供価値 ②事業ドメイン ③差別化の核
15:00	問題解決ケーススタディ	14:30	
17:30	まとめ	17:30	まとめ

【問題解決ケーススタディ・経営戦略基礎】

行動計画を立案する上で基本となる問題解決スキルを習得します。幹部職対象クラスでは実践に重きを置き、ありがちなミスの例示等により、職場での活用を具体的にイメージできるようにしています。一方で担当者クラスではわかりやすさに重きを置き、学習ポイントや取り組み手順を明確にすることで、初学者にも馴染み易くしています。また、後に「あるべき姿」を考える際に必要となる経営戦略の考え方を習得します。

DAY3		DAY4	
9:00	問題の種類 発生型問題 課題設定型問題	9:00	課題設定型問題解決 ②短中長期の対策立案 -定量化と具体化 -ケース演習
10:00	問題解決のステップ復習	10:30	
13:00	課題設定型問題解決 ①あるべき姿とリスク -あるべき姿の設定 -ケース演習	13:00	③自社課題検討
17:30	まとめ	17:30	まとめ

【課題設定型問題解決】

自らの業務課題をテーマに、課題設定型の問題解決スキルを習得します。問題を明確に定義することの重要性を学び、「あるべき姿」の設定と、その実現に向けた検討の進め方をケーススタディを通じて習得します。思考プロセスを明確に定義して幹部職・担当者間で共有することで、コミュニケーションを円滑にし、効率的な問題解決ができるようになります。

DAY5		DAY6	
9:00	問題解決ステップの確認	9:00	チーム別討議 -成功/失敗要因の洗い出し -あるべき姿の再確認 -問題の特定
10:00	行動計画の予実と評価発表 (1チーム:90分)		
13:00	行動計画の予実と評価発表 (続き) -チーム別の振り返り	13:00	検討内容発表
16:00	発表内容へのFB	17:00	発表内容へのFB/質疑応答
17:30	まとめ	17:30	まとめ

【行動計画策定】

実際の経営課題の解決に半年かけて取り組んだ結果を、チーム単位で発表します。持ち時間のうちの大半は中身の議論に充てられ、具体的に今どのような状況になっているのか、どこは想定通りでどこは想定通りではなかったのか、これからの半年間は何をしていくのか…等、メンバー全員で真剣に討議します。最後に講師がまとめを行い、次に向けてのアクションを確認します。

■ 講座の特長

- ・スキルや知識を体系化して学んだ後、実際の業務課題について検討を行うことで、実践できるようになる
- ・単発の研修ではなく、継続的に実行状況やその後の改善策についてもフォローを行う

■ 講義形式 ワークショップ

■ 主な導入実績

- 大手化学メーカー : 事業部 幹部研修
他、多数

■ 受講者の声

- ▶「部内の全員が、共通言語で議論ができるようになり、議論の効率が上がった」
- ▶「研修というよりは、仕事の一貫。講師が入って議論することで気分も引き締まって良い」

次世代経営幹部 発掘研修

Find & Select Executive Candidates Program

期間	短期 1~2ヶ月	中期 3ヶ月	長期 6ヶ月
主な対象	中堅企業 ベンチャー	大企業 事業部	大企業 人事部

幹部
コ
ー
ス
研
修
型



次世代経営幹部に必要な知識とスキルを付与した後に、アセスメントで合否を決定。合格者は「自社の経営課題に対する社長提言」を行う、人材発掘型の研修です

- 社内に優秀な人材がいるはずだが、どこにいるのかははっきりしない
- 現業で優秀な人材だが、経営幹部として登用できるかどうか疑問が残る



- 受講態度、知識やスキルの吸収力、研修成果物等により、優秀人材が浮き彫りになる
- 課題取り組み姿勢や解決力、研修内でのリーダーシップ発揮状況により、幹部適性が見える



ここがポイント

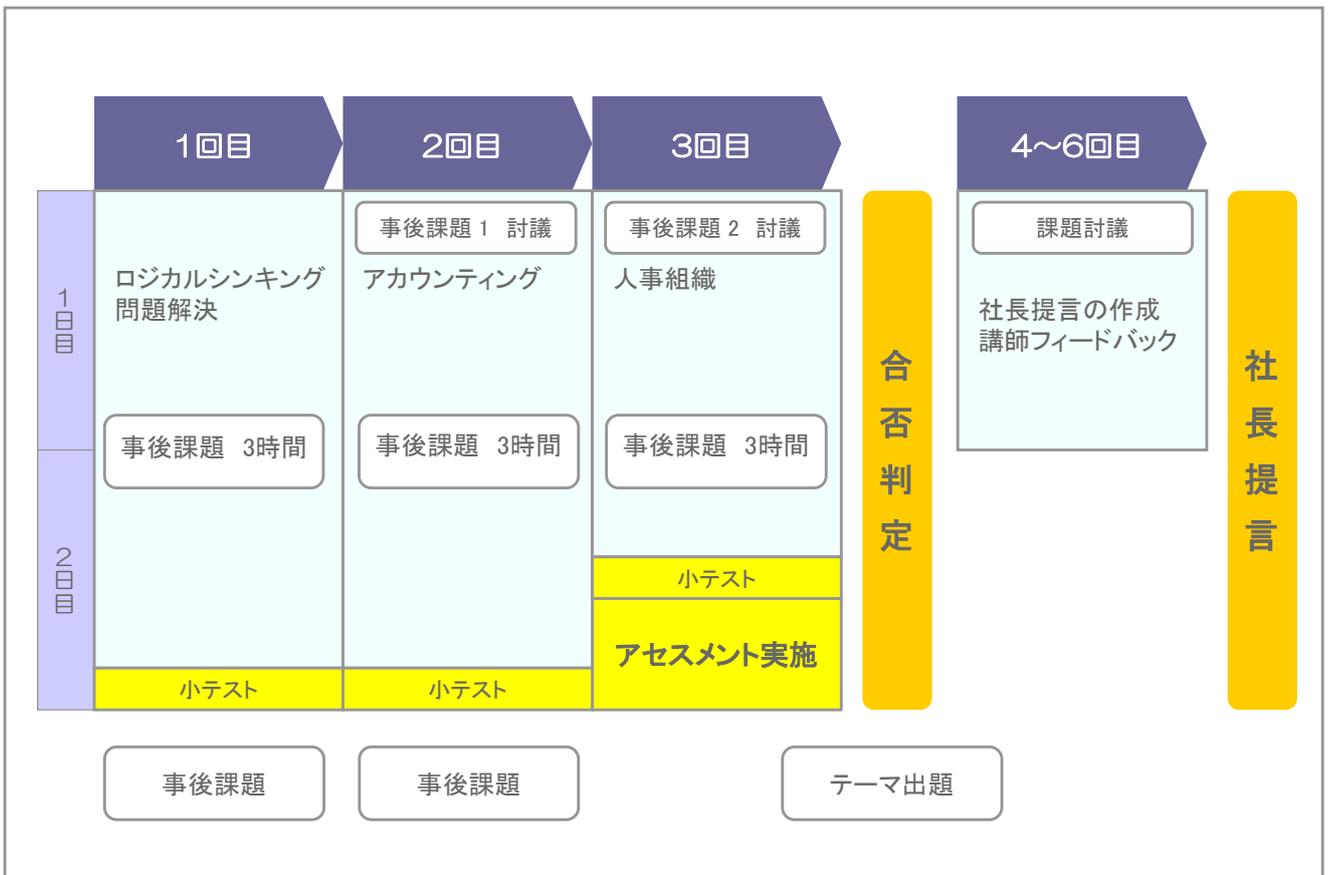
研修を「学習」として終わらせるのではなく、「幹部人材の発掘と登用」にまで結び付けるプログラムです。中長期の研修を行っている、「与えられた機会を最大限に活用しようと努力する人」、「グループでの討議を前向きにまとめる人」等、受講姿勢やアウトプットに歴然とした差が出てきます。本講座では知識・スキルのインプットセッションが終了した時点でアセスメントを実施して合否を決定。合格者に対しては経営幹部候補として、自社の経営課題の解決に取り組んでいただきます。「幹部選抜」を目的とするため、全体的に負荷が高く厳しいコースです。



進め方イメージ

前半セッションでは、経営幹部に必要とされるスキルとして、ロジカルシンキング・問題解決・アカウンティング・経営戦略・人事組織・リーダーシップ等、いくつかの科目の中から目的に合ったものを実施。1日目と2日目の間には「事後課題」を出題し、講義終了後には毎回「小テスト」を行うと同時に、講義終了後も「事後課題」を出題して、真剣に学習していただきます。3回目終了後のアセスメントで合格した受講者については、その後1~2ヶ月かけて、講師や他の合格者と議論しながら社長提言を作成していただきます。

■ 講座の全体像／スケジュール



■ タイムテーブル（一部抜粋）

DAY3		DAY4	
9:00	財務会計分析とは	9:00	問題解決との繋がり 抱えている問題の読み解き (財務分析結果から)
9:30	P/Lとは ①5つの利益 ②業界別特徴(利益と費用) ③収益性分析演習	10:30	<簡易ケース> ①財務指標分析
11:30	B/Sとは ①事業特性の把握	13:00	②抱えている問題点
13:00	②安全性分析演習	14:00	<企業ケース> ①時系列分析 ②比較分析
14:30	P/L・B/Sによる財務会計分析 ①成長性分析の指標 ②成長性分析演習 ③効率性分析の指標 ④効率性分析演習	17:30	まとめ
17:30	まとめ		

【2回目：MBA知識 アカウンティング】

現状を把握するためには、企業経営の結果である「財務の数字」が読めなければなりません。B/S・P/Lで「数字が大きい・小さい」といったレベルの読み方ではなく、財務指標の持つ意味、経営に与える影響等も踏まえた上で、実在の企業ケースに取り組み「どのような課題があるから、その財務状況となったか」まで深掘りして考察します。

■ 小テスト（一部抜粋）

アカウンティング 小テスト

氏名：	様
-----	---

問い	回答欄
1. 財務諸表を見るとき4つの視点には、何がありましたか？	
2. 売上高総利益率の算出式は？どんな特徴がありますか？	
3. 売上高営業利益率の算出式は、2の内容に加えて？高い会社には？	
4. B/Sの資産の構成比率は？P/Lの利益の占める比率が高いといわれている会社は？	
5. 当座比率が高い会社にはどんな特徴がありますか？	
6. P/Lの利益の増減はどのような関係にあるのか？簡単に説明してください	
7. 売上高営業利益率を見るときには、併せてどんな指標をチェックする必要がありますか？それはなぜですか？	

小テストは、研修で受講したラーニングポイントを振り返る簡単な設問となっており、15問の記述式です。小テストは自己採点し、個々人の振り返りに活用します。

■ アセスメント（一部抜粋）

●売上・原価明細

製品 売上明細		製品 原価明細	
売上高(億円)	12	費用項目	1個あたりの原価(円)
売上高総原価(億円)	9.6	変動費	材料費
粗利益(億円)	2.4	固定費	直接労務費
粗利率(%)	20%		間接労務費
数量(万台)	12		製造間接費
1個あたり売上高(万円)	1		総原価
1個あたり原価(万円)	0.8		
			9.6

- 問1. 粗利率がゼロになるのは、どのような状況ですか？
- 問2. 粗利益がゼロになった場合の損益分岐点売上高は幾らですか？
- 問3. 粗利益が0.8万円で、固定費全体が1.2万円の場合の損益分岐点売上高は幾らですか？

アセスメントは、研修で受講した内容が「実践できているか」を確かめるために、ケーススタディも含む記述問題となっています。講師が採点の上、受講状況や発言状況等も踏まえた総合評価で、合否判定を行います。

■ 講座の特長

- ・ 事後課題、小テスト、復習と、「みっちり」学習することで、飛躍的にスキル・知識レベルが高まる
- ・ 合格後の受講者は非常にモチベーションが上がっており、非常に質の高い経営提言が作成される

■ 講義形式 ワークショップ

■ 主な導入実績

- 中堅企業 : 選抜マネジャー研修
- ベンチャー企業 : マネジャー基礎研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「選抜テストがあるため、研修中も全く気が抜けない。緊張感を持って臨むことで、たくさんのことを吸収できた」
- ▶ 「予習をして研修を受けて、更に復習もあるので、苦手だと思っていた科目についても、自分でも驚くほど理解できるようになった」

選抜 MBAコース 主要6科目版

Mini MBA Program

期間	短期 1~2ヶ月	中期 3ヶ月	長期 6ヶ月
学習 レベル	初級	中級	上級



将来を担うリーダーのために、MBAで履修する6科目の内容を凝縮したプログラム。
「ミドルマネジメントに必要な内容」に厳選されている点に特徴があります

- リーダー層はこれまで現場の仕事を中心に組みんでおり、基本的な経営知識がなすすぎる
- 仕事の幅を広げるためにも、経営に必要な知識を一度体系立てて学ばせたい



- ☑ 全5回の集合研修と予習・復習課題を通じて、経営に必要な基礎知識が身に付く
- ☑ MBA知識の中でも「ミドルマネジメント」に必要な内容に厳選されており、現場で使える

選
抜
コ
ー
ス
研
究
型



ここがポイント

経営に関する知識を、MBAコースという形でまとめたプログラムです。一般的なMBAコースと大きく違うのは、「ミドルマネジメントに必要な知識」に厳選されているということです。例えばファイナンスで言えば、配当や資本政策を習ったところで、現場のリーダーが活用する局面はほとんどないでしょう。本講座は、小テストや復習課題も含めた内容となっており、短期間で必要な知識をしっかりと習得することが可能です。経営幹部になる一歩手前の、次世代を担うリーダー層に最適な研修プログラムです。



進め方イメージ

まずは、課題設定型問題解決を学習し、学んだMBA知識を「使いこなす」ための思考スキルを身に付けます。その後、あるべき姿(What)構築のための経営戦略、現状分析(Where)のためのアカウンティングを学びます。実行計画については、ヒト・モノ・カネの視点から「人事組織」「マーケティング」「ファイナンス」を学習。毎回の小テストに加え、最後は修了判定テストも実施します。

■ 講座の全体像／スケジュール

- ・MBA知識6科目を、3日×5回、5ヶ月かけて履修するコース
- ・各回の前後に、予習課題と復習課題に取り組む
- ・最終日に全科目の修了判定テストを受ける

	1回目	2回目	3回目	4回目	5回目
テーマ	基本的な考え方の習得	What あるべき姿構築に活かす	Where 現状分析・問題発見に活かす	How モノ・カネ視点からの打ち手	How ヒト視点からの打ち手
1日目	課題設定型 問題解決	経営戦略	アカウンティング	ファイナンス	組織 マネジメント・ リーダーシップ
2日目				マーケティング	
3日目				修了判定 テスト (全6科目)	
	小テスト	小テスト	小テスト	小テスト	

合
否
判
定

- 事後課題
- 事後課題
- 事後課題
- 事後課題

■ タイムテーブル（一部抜粋）

1回目 DAY1		2回目 DAY4	
9:00	発生型問題解決 問題解決力チェック How思考の落とし穴 論理思考基礎	9:00	経営戦略とは 競争戦略 安定化戦略
11:00	問題解決の3ステップ ①Where	10:00	競争戦略<現状把握> ①外部環境分析 ②内部分析
13:00	②Why ③How	13:00	競争戦略の3つの要件 顧客提供価値 事業ドメイン/差別化の核
14:30	課題設定型問題解決 ①問題とは何か ②あるべき姿(What)	15:30	安定化戦略の3つの要件
17:30	まとめ	17:30	まとめ

3回目 DAY7		4回目 DAY10	
9:00	財務会計分析とは	9:00	利益とキャッシュの違い
9:30	P/Lとは ①5つの利益 ②業界別特徴(利益と費用) ③収益性分析演習	10:00	企業による資金調達の基本 ①資金調達的手段と 選定の視点 ②資金調達コスト
11:30	B/Sとは(安全性)	13:00	企業による投資判断の基本 ①現在価値 ②NPV ③FCF
13:00	①事業特性の把握 ②安全性分析演習	17:30	まとめ
14:30	P/L・B/Sによる財務会計分析 ①成長性分析演習 ②効率性分析演習		
17:30	まとめ		

4回目 DAY11		5回目 DAY13	
9:00	マーケティングとは セールスとの違い	9:00	組織マネジメントとは ミクロの組織マネジメント マクロの組織マネジメント
9:30	マーケティング戦略の基本 ①顧客ニーズ ②セグメンテーション ③ターゲティング	10:30	マクロの組織マネジメント ①目標・行動への落とし込み
13:00	④ポジショニング	13:00	②目標管理体制の構築
13:30	マーケティングの具体的施策 ①Price ②Place & Promotion	14:00	ミクロの組織マネジメント ①業務配分 ②リーダーシップ
17:30	まとめ	17:30	まとめ

【課題設定型問題解決・経営戦略】

まずMBA知識の土台となる考え方として、問題解決スキルを身に付けます。既に発生している問題に対しての対策を立案する「発生型問題解決」と、将来のあるべき姿を達成するための検討を行う「課題設定型問題解決」を、ケーススタディを通じて学びます。そして、自社が発展・成長するための「あるべき姿」を描くために必要な「経営戦略」を学びます。競合と戦いながら収益を上げるための「競争戦略」と複数事業からなる全社収益を安定化させる「安定化戦略」の基礎的な理論を学び、戦略的な「ものの見方・考え方」を習得します。

【アカウントティング・ファイナンス】

問題所在の特定を行うために「アカウントティング」を学び、更に原価計算を習得した上でコストの深掘り検討を行い、企業課題の解決に役立てます。そして「あるべき姿」の実現方法を資金(カネ)視点から検討するために、「ファイナンス」を学びます。資金調達の基本を理解し、投資判断に役立てます。

【マーケティング・組織マネジメント】

「あるべき姿」の実現方法を商品・サービス(モノ)視点から検討するために「マーケティング」を学びます。マーケティングの基本を理解することで、自社の商品・サービスを買ってくれるお客様に辿り着ける仕組みの構築方法を習得します。そして「あるべき姿」の実現方法を組織・仕組み(ヒト)視点から検討するために「人事組織」を学びます。組織マネジメントの基本を学ぶことで、管理者に必要な仕組みと制度の設計・運営方法を身に付けます。

■ 講座の特長

- ・それぞれのセッションは、考え方・ケーススタディ・自社テーマの3段階で構成されており、理解が深まる
- ・事後課題を通じた検討により、「わかる」ではなく「できる」まで、定着化を図る

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー(ディスカッションを交えた問題演習形式)

■ 主な導入実績

- 大手金融機関 : 選抜ジュニアコース
他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「色々な経営知識を体系立てて学ぶことができた。現在の仕事に活かせる内容が多い」
- ▶ 「課題が多いため大変だったが、頭でわかったつもりでも実際に検討するとできないことも多く、手を動かして考えることの重要性を改めて認識した」

次世代リーダー向け 課題解決 ワークショップ

Problem Solving Workshop

期間	短期 1～2ヶ月	中期 3ヶ月	長期 6ヶ月
学習 レベル	初級	中級	上級



次世代リーダーがチームを組み、中期経営計画に掲げられるような、難易度の高い経営課題をテーマとして、課題解決を行うワークショップ型研修です

- 高い目線で実際の経営課題に取り組み、企画力・提案力を向上させたい
- 次世代の幹部候補者の連帯感やモチベーションを高めたい



- ☑ 大きな課題に対してチームで取り組むことで、企画力・提案力が高まる
- ☑ チームで継続的に議論を重ねることで、社内人脈も形成され、意識レベルが向上する

選
抜
コ
ー
ス
研
修
型



ここがポイント

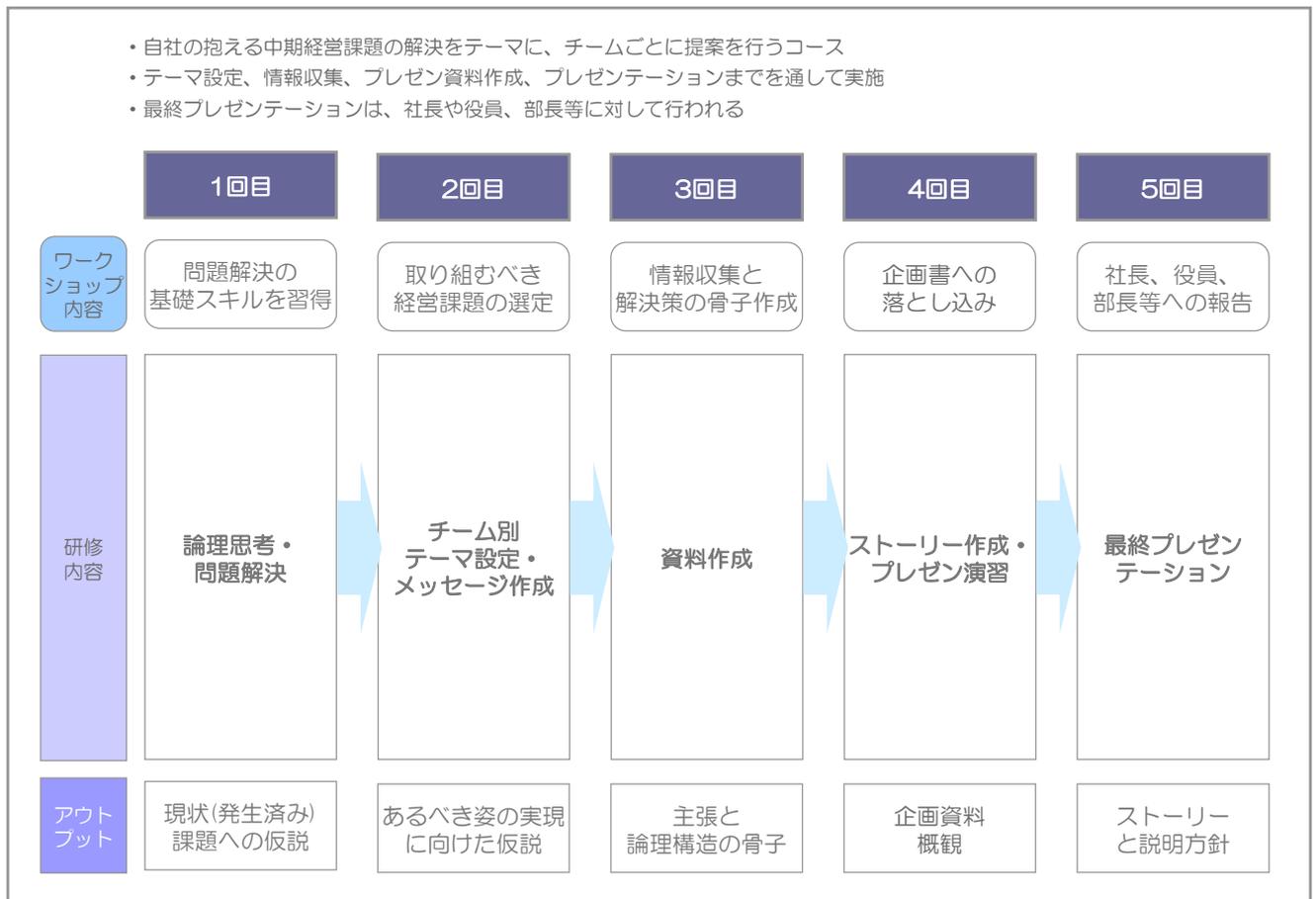
次世代を担うリーダー層の社員に、実際の経営課題の解決を検討させるワークショップ型の研修です。目先の業務課題ではなく、会社や事業部門の中長期的な競争力に影響するような大きな課題に対して、現在のポジションよりも、一段も二段も高い視座からの検討を行うことで、課題解決のみに留まらずリーダーとしての意識や目線の高さも醸成する点に特色があります。難易度の高い課題にチームとして真剣に取り組む中で、受講者同士の信頼関係が生まれ、その後も長く続く社内人脈が形成されます。ビジネス経験豊富な講師が内容に対しても鋭くフィードバックを行い、高いクオリティの検討成果物を創出します。



進め方イメージ

最初に思考の基礎となる「論理思考」講座や「問題解決」講座を実施。場合に応じて、必要となるMBA知識の補足も行います。その後、チームごとにテーマを設定して検討を開始。研修の場は主に、受講者同士の討議や講師からのフィードバックに利用され、下調べ等は業務の空き時間を利用して研修の場以外で行うことになります。最後に、経営層に検討内容の報告を行います。

■ 講座の全体像／スケジュール



- ・自社の抱える中期経営課題の解決をテーマに、チームごとに提案を行うコース
- ・テーマ設定、情報収集、プレゼン資料作成、プレゼンテーションまでを通して実施
- ・最終プレゼンテーションは、社長や役員、部長等に対して行われる

■ タイムテーブル（一部抜粋）

DAY1		DAY2	
9:00	論理思考力 論理的とは 要約力と縦横の論理	9:00	課題設定型問題解決
10:00	問題解決力 問題解決の考え方 3つのステップ	10:00	あるべき姿とリスク
13:00	問題解決の3ステップ ①Where ②Why ③How	13:00	中長期の対策を立案する
17:30	まとめ	16:00	自社課題の検討
		17:30	まとめ

DAY3		DAY4	
9:00	取り組み課題の発表 個人発表 グループ共有	9:00	チーム別検討内容発表 論理構造確認 修正ポイントFB
11:00	資料骨子の作成 ①How検討	10:30	情報による裏付け ①メッセージライティング
13:00	②背景・目的検討 ③現状分析 ④What/Where/Why検討	13:00	②空パッケージ作成 ③スライドライティング ④スライド作成
16:30	チーム内検討	16:30	空パッケージ分担
17:30	まとめ	17:30	まとめ

DAY5		DAY6	
9:00	資料の統合 作成資料の取りまとめ	9:00	資料修正
11:00	中間発表 修正ポイントFB	10:30	プレゼンテーション 話す順序 立ち居振る舞い 発表練習
13:00	チャートライティング 不要情報・文字・装飾の削除 ストーリーライティング ①主張の論理構造 ②話すタイミング・順番	13:00	検討内容発表
17:30	まとめ	17:00	発表内容へのFB
		17:30	まとめ

【1回目：論理思考・問題解決】

まず戦略立案の土台となる問題解決スキルや課題設定スキルを座学で学びます。問題解決に必要な思考と重要性を解説します。その後、既に発生している問題への対策を立案する「発生型問題解決」と、将来のあるべき姿を達成するための検討を行う「課題設定型問題解決」の体系を学ぶことで問題解決の検討ステップを習得します。最後にチームに分かれて取り組むべきテーマ(経営課題)を決めます。

【2回目：テーマ設定・メッセージ作成】

チームごとに設定したテーマに基づき、個人が事後課題で検討した内容を共有した上で、チームとしての主張の骨格を定めます。その後、提案の背景や目的、現状分析等の項目を確認し、提案の骨格となるメッセージを作成。資料作成の基礎を学んだ上で、主張を支えるための論拠等についても討議・検討を行います。最後に、次回以降に向けての分担を決めます。

【3回目：ストーリー作成・プレゼン演習】

各自が事後課題として作成したスライドの取りまとめを行い、内容についての中間発表を行った上でお互いに議論・フィードバックを行って内容を煮詰めます。その後、全体修正をかけた後に資料のストーリー再構成を行い、プレゼンテーションのリハーサルを行って、当日の発表に備えます。

■ 講座の特長

- ・ 随所に思考のベースとなる問題解決、資料作成、ストーリー作成等の研修を織り交ぜ、理解を促進する
- ・ 実際に下調べした情報を元に、グループ討議を行いながら検討を進めることができる

■ 講義形式 ワークショップ

■ 主な導入実績

- 大手金融機関 : 選抜ジュニアコース
- ベンチャー企業 : 問題解決ワークショップ
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「実際の経営課題を元に検討を行うため、非常に難しいがやり甲斐があった」
- ▶ 「メンバーと真剣に議論し、フィードバックをもらうことで、自分に足りなかったものが見えた」

ビジネス提案 コンテスト型 ワークショップ

Business Presentation Contest

期間	短期 1~2ヶ月	中期 3ヶ月	長期 6ヶ月
学習 レベル	初級	中級	上級



受講者個々人が持つ「ビジネスのアイデア」を資料に落とし込み、プレゼン・コンテストを行う研修です。新事業提案、職場改善提案等、様々なテーマにフィットします

- リーダー層の資料作成力、提案力が低く、言いたいことがうまく伝わらない
- 実際の業務に活かせる提案をリーダー層に考えさせたい



- ☑ 論理的に考え、資料に落とし込み、話すという流れの習得により、提案力が飛躍的に向上
- ☑ 受講者それぞれが持つテーマを自由に検討させるため、様々な提案が生まれる

リ
選
抜
コ
ー
ス
研
修
型



ここがポイント

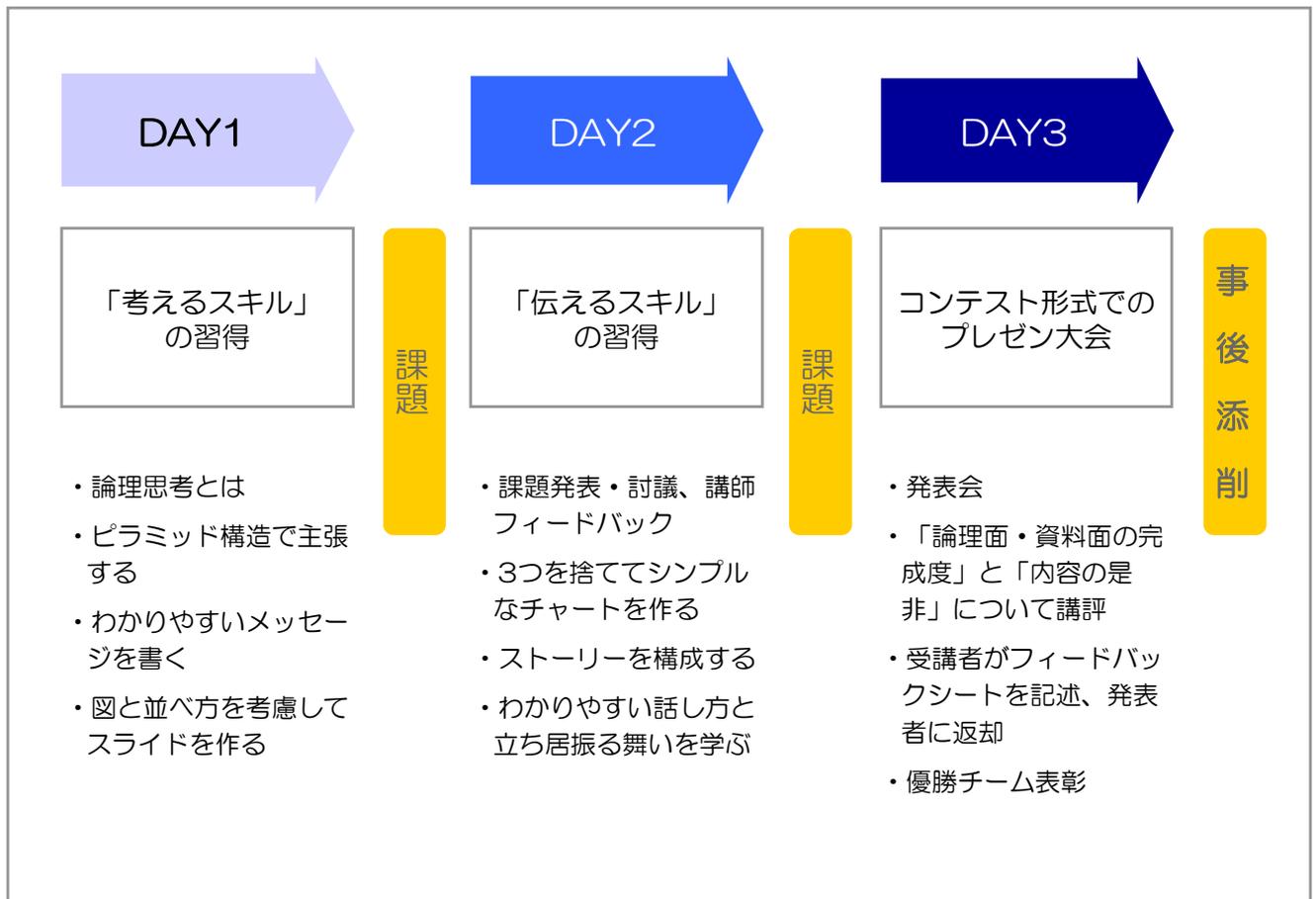
リーダー層に対し、自由なテーマで提案を作成させるワークショップ型の研修です。最後には受講者全員採点によるコンテストを行う点が特徴です。テーマを限定しない分、現場から様々な提案が生まれるため、最終発表会も非常に盛り上がります。テーマは自由ですが、考えるためのツールは一式トレーニングするため、「主張をまとめるための論理思考」、「わかりやすい紙をまとめるための資料化術」、「相手に伝えるための話し方」等、プレゼンテーションに必要なスキルが身に付きます。



進め方イメージ

初めの2日間は、提案のための基礎スキルである、論理思考、資料作成、プレゼンテーションの立ち居振る舞いを学びます。研修と研修の間には、自分なりの提案内容を練り上げて資料化する課題に取り組み、講師からのフィードバックを得てブラッシュアップさせます。最終日はプレゼン大会を行い、受講者全員の評価により優勝チームを決めます。

■ 講座の全体像／スケジュール



■ タイムテーブル（一部抜粋）

DAY1		DAY2	
9:00	導入 論理思考基礎 論理の構造化 ①縦の論理 ②横の論理	9:00	事前課題討議 フィードバック
13:00	ピラミッド構造	11:00	資料作成 ②チャートを作成する
14:30	資料作成 ①メッセージを書く	13:00	資料作成 ③ストーリーを作る
17:30	まとめ	15:00	立ち居振る舞い説明 プレゼンテーション実践演習
		17:30	まとめ

DAY1では、構造化、縦横の論理、ピラミッド構造等、主張を構成するための論理思考について学びます。その後、資料作成の考え方を解説します。課題では、「提案したい内容を、ピラミッド構造で整理し、スライドを作る」という内容を出題します。

DAY2では、それぞれが検討してきた提案内容を発表し、受講者と講師からフィードバックを受けます。その後資料作成の続きを学習。プレゼンテーションの方法を学び、最終発表に備えます。課題では、講座の内容を踏まえて発表資料の完成度を高めてもらいます。

リ
選
|
抜
ダ
コ
|
|
研
ス
修
型

■ フィードバックシート（一部抜粋）

ビジネス提案ワークショップ 採点表

発表者氏名			採点者
■論理面・資料面			
大項目	小項目	内容	5点評価
論理力	主張の明確さ	ピラミッド最上段のメッセージが主張の内容となっているか	
	縦の論理力	主張に対して、縦の論理が展開されているか	
	横の論理力	主張に対して、横の論理が展開されているか	
資料作成力	メッセージ	メッセージがはっきりとしている	
	図と表	図・表・論理構成に基づき、図が配置されている	
	3つを	余計な情報、文字、装飾などが施されておらずシンプルである	
■プレゼン面・内容面			
大項目	小項目	内容	5点評価
プレゼン力	立ち居振る舞い	立ち位置、目線、手の使い方、声のトーンなどが適切である	
	話す順序	スライドの位置付け、内容の順番が適切である	
	総合的なわかりやすさ	ユーザビリティ、プレゼンテーションの構成が適切である	
商売化力	テーマの興味	テーマが明確であり興味深い	
	検討	課題が明確であり、完成の度合いが高い	
	テーマ	課題を解決するための提案が明確であり、実行に移せるような内容となっている	
合計得点			／20点

■ 講座の特長

- ・ 全3日間の限られた日数の中で、提案書作りの基本を一通り習得することが可能
- ・ コンテスト形式で、対抗しながら学習するため、通常の座学や課題形式よりも深い学びが得られる

■ 講義形式 ワークショップ

■ 主な導入実績

- 総合商社 他、多数
- カンパニー選択型研修

■ 受講者の声

- ▶ 「日常的にビジネスにしたいと考えていたアイデアを、限られた期間で形にすることができた」
- ▶ 「最終発表で、講師のコメントだけでなく、他の受講者も全員採点し、フィードバックをくれるのが有り難い」

次世代リーダー向け 課題設定・解決 ワークショップ

Strategy Planning Workshop

期間	短期 1~2ヶ月	中期 3ヶ月	長期 6ヶ月
	初級	中級	上級



次世代リーダーへの意識付けとチームビルディング、課題設定、そして解決を行うワークショップ型の研修。昇格者研修等にも最適です

- リーダー層に対して、自社のビジョンや戦略をしっかりと認識させたい
- 自らの業務で、会社の方向性を踏まえた高い課題認識を持ち、解決に取り組んでもらいたい



- ☑ 経営理念、事業方針等のセッションを組み込むことで、リーダーとしての意識が浸透する
- ☑ 自社のビジョンや方向性を踏まえた課題の解決方法を検討させることができる

リ
選
抜
コ
ー
ス
研
修
型



ここがポイント

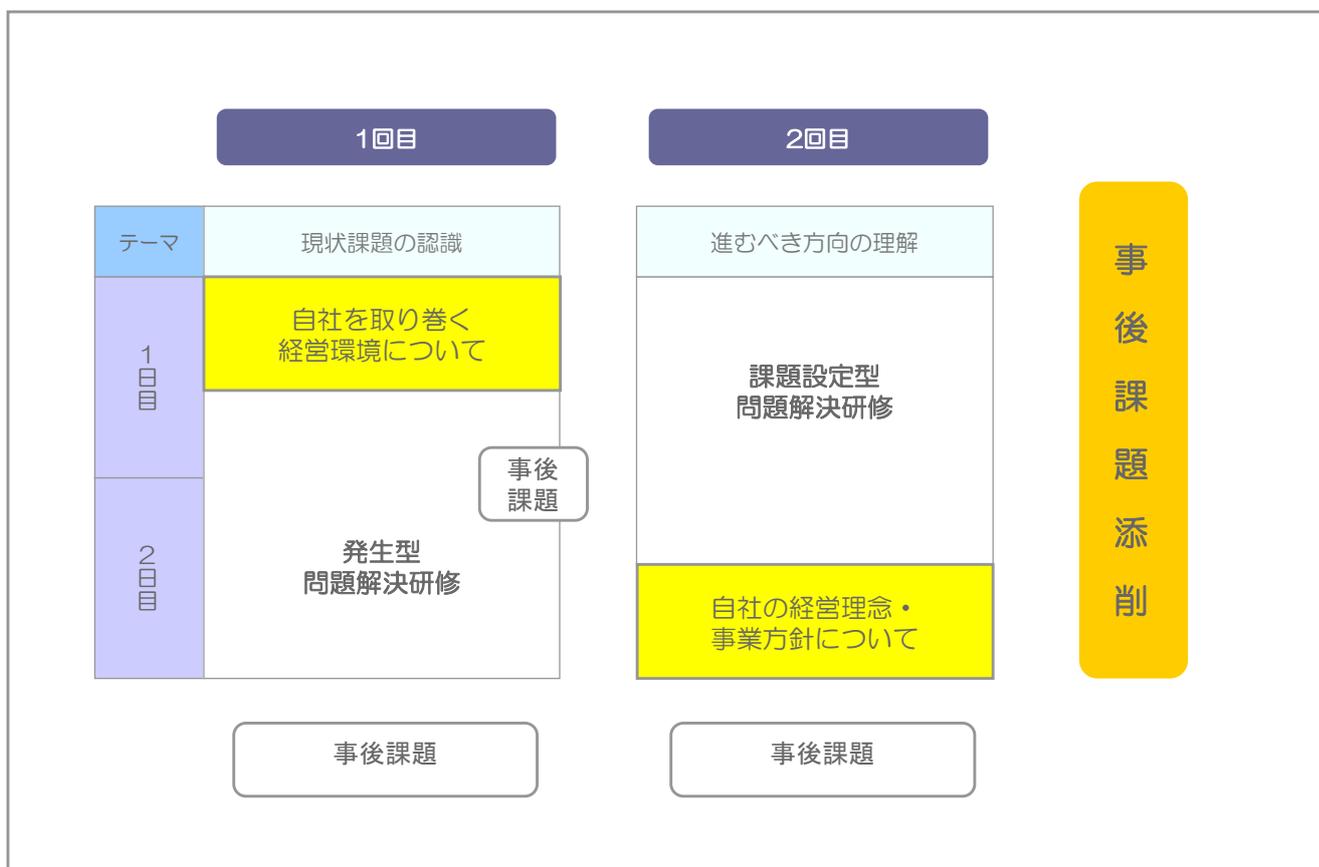
課題設定型問題解決研修の前後に、自社の経営理念や事業方針を組み込んで、当社とお客様が一体となってプログラムを構成するところに特色があります。課題設定型問題解決では、あるべき姿を設定するために「社外・社内環境分析」、並びに「ビジョン・価値観」の検討を行います。ここで、実際に自社の置かれている経営環境や、経営理念・事業方針を組み込むことにより、現実根差したテーマでの研修が可能となります。次世代リーダーにアウトプットをさせるだけでなく、リーダーとしての意識を浸透させることも可能です。



進め方イメージ

1回目は、自社の置かれている経営環境について、お客様企業内での共有を行います。その後、まず当社の発生型問題解決研修を実施。現状の課題、原因、そして対策を事後課題で検討させます。2回目は、事後課題の共有・レビューを行った後に、課題設定型問題解決研修を実施。その後、お客様企業の経営理念・事業方針等の解説を行い、事後課題ではそれらを踏まえたアクションプランを提示してもらいます。

■ 講座の全体像／スケジュール



■ タイムテーブル（一部抜粋）

DAY1		DAY2	
9:00	自社を取り巻く経営環境 ・経営状況 ・業績推移 ・コンプライアンス状況	9:00	事後課題発表
13:00	・重要経営課題 他	11:00	問題解決の3ステップ <簡易ケース> ①Where
14:30	問題解決 問題解決力チェック How思考の落とし穴	13:00	②Why
17:30	事後課題 説明 まとめ	14:00	③How <ビジネスケース> ①Where ②Why ③How
		17:30	事後課題解説 まとめ

1回目は、前半にお客様企業の該当部門の方より、自社を取り巻く経営環境や課題認識についての説明が行われます。その後、問題解決スキルについて学習した上で、事後課題に取り組みます。

DAY2は課題発表の後、問題解決ステップにつき、簡易ケースに則り解説。その後ビジネスケースで学習を行い、学びを深めます。最後に、次回に向けての事後課題を解説します。

事後課題は、この2日間で学んだ内容を活かし、自らの業務でのWhere・Why・Howを検討してもらいます。

DAY3		DAY4	
9:00	事後課題のレビュー	9:00	④阻害要因(If)
10:00	導入	11:00	⑤短中長期の打ち手整理
11:00	課題設定型問題解決 ①あるべき姿とリスク	13:00	実行計画立案
13:00	②内外環境分析	15:00	自社の経営理念について 事業方針について
14:30	③短中長期の対策整理	17:30	まとめ
17:30	まとめ		

2回目はまず、事後課題についてグループ全体で討議し、受講者同士でのフィードバックを行います。続いて講師から、改善点の多い答案・良い答案をそれぞれ紹介します。その後、課題設定型問題解決を学習し、あるべき姿の構築、環境分析について検討した後、事後課題に取り組みます。

DAY4は、阻害要因の検討を行った後に、打ち手と実行計画について学習します。最後に、あるべき姿を検討する上で必要となる「自社の経営理念」についてお客様企業の担当部門の方から話があります。

事後課題は、What・Ifも踏まえ、自らの業務で課題設定型の問題解決を検討してもらいます。

リ
選
抜
コ
ー
ス
研
修
型

■ 講座の特長

- ・ 研修開催日の期間をあけることで、事後課題を活用し、自業務での課題設定型問題解決を深く検討することが可能
- ・ 実際の自社の経営環境や、経営理念を織り込むことで、受講者ヘリリーダーとしての意識を浸透させることができる

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

■ 主な導入実績

- 総合商社 他、多数 : グループリーダー選抜研修

■ 受講者の声

- ▶ 「自社の置かれている経営環境や、これから進むべき方向性についての理解が深まった」
- ▶ 「色々と得た情報を元に課題設定型の問題解決を検討したことで、自分の業務の意義や目的を改めて考え直す良い機会となった」

中堅階層別 ロジカルシンキング & 問題解決 2日版

Logical Thinking & Problem Solving

対象
部署

技術系

営業系

管理系

学習
レベル

初級

中級

上級



ビジネスコミュニケーションの基礎言語となる「ロジカルシンキング」と、筋道を立てて正しく考えるための「問題解決」思考の体系を2日間で習得する講座です

- 体験ベースで指示を出し、論理的な説明や問題解決ができていない
- 単に理論を学ばせるのではなく、実際の職場で使えるスキルを学ばせたい



- ☑ 体験を元に筋道立った解決策を立案し、部下の理解に合わせた説明ができる
- ☑ 演習や、「ありがちなミス」の例示により、実際の職場での使い方をイメージできるようになる



ここがポイント

中堅層に対する階層別教育で最も好評をいただいているプログラムです。これからリーダーや幹部となっていく中堅層は、自分が仕事を確実に進めていくだけでなく、部下に対して的確な指示が出せることも必要となってきます。そのためには「問題解決スキル」をしっかりと身に付けておく必要があります。しかし、若手時代にロジカルシンキング研修を受けた受講者・受けていない受講者が混在してしまうのも現実です。本プログラムでは、前半でロジカルシンキングの基本について簡単に復習をした上で、後半の「問題解決」に重点を置いて講義を行う構成となっています。

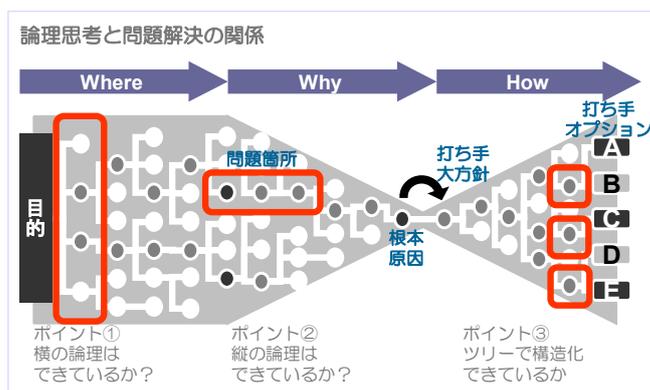
進め方イメージ

「営業には／エンジニアには／商社パーソンには／経営的な知識が必要だ」等、対象者の職種に合わせた例題を用い、論理思考のポイントを復習する演習を行います。その後ピラミッドストラクチャー等、ロジカルシンキングの基本についても学びます。後半では簡易ケースを用いて問題解決の流れとポイントについてしっかりと学んだ上で、ビジネスケースを元に実際の企業活動における問題解決を学習します。

主
任・
推
薦
研
修
級

タイムテーブル

DAY1		DAY2	
9:00	導入 論理思考基礎 論理の構造化 ①縦の論理 ②横の論理 ③要約力	9:00	問題解決の3ステップ <簡易ケース> ①Where ②Why
13:00	ピラミッドストラクチャー演習	10:30	
15:30	問題解決 問題解決力チェック How思考の落とし穴	13:00	③How
17:30	まとめ	14:00	<企業ケース> ①Where ②Why ③How
		17:30	まとめ



講座の特長

- ・ DAY1は論理思考に求められる3つの要素と、ピラミッドストラクチャーについて解説し、主張を構築する方法を学ぶ
- ・ DAY2は問題解決に必要な思考の手順とその重要性について解説。その後、各手順において、どのように検討を進めれば良いかをケーススタディを通じて習得する

講義形式

インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

主な導入実績

- 大手金融機関 : 中堅階層別研修
 - 大手電子部品メーカー : 新任主任研修
 - 大手化学メーカー : 中堅階層別研修
- 他、多数

受講者の声

- ▶ 「ロジカルシンキングに基づき、問題解決を進める方法が理解できた」
- ▶ 「自分もHow思考に落ちていると気付いたが、何よりも周囲をHow思考に落としてはならないと痛感した」

中堅階層別 問題解決ケース & 自社課題検討 2日版

Problem Solving Case Study & Workshop

対象 部署	技術系	営業系	管理系
学習 レベル	初級	中級	上級



ビジネスにおいて、筋道立てて正しく考えるための「問題解決」スキルの体系を、ケーススタディを通じて学び、自社の問題解決に当てはめて身に付ける講座です

- 日常業務の中で問題解決理論等のスキルは役立たないと思っている
- 問題解決の理論を理解していても、自社の課題に直面すると活用できていない



- 問題解決スキルの重要性と効果を実感し、日常業務に組み込む価値を理解できるようになる
- 自社の経営課題への活用を経験することで、職場での活用イメージも持てるようになる



ここがポイント

研修でケースを学んでも、実際に仕事で活用しようとしてつまづいてしまう、ということはよくあります。ケースは実在の企業をモチーフにしてはいるものの、問題解決をするにあたって必要な情報がコンパクトにまとまっており、検討が進めやすいように設計されているからです。自分の業務に当てはめて問題解決をする場合、必要な情報を収集するところから自力で始めなければなりません。本講座では問題解決の考え方を一通り学び、ケーススタディを行った後、自社で実際に起こっている課題をテーマに検討を行います。その過程で、うまく検討が進まない箇所について、講師がアドバイスをすることで、研修と実践の橋渡しをします。



進め方イメージ

まず最初は、「東京タワーの売上を伸ばすには？」といった身近な店舗や施設をテーマにした簡単な問題解決を通して、考え方の基礎を学びます。次に実在の企業をモチーフにしたケースを用い、解決策を検討してもらいます。ケースでは、主任・係長クラスの方が実際に解決に携わることのできるような大きさのテーマ（「ある事業部の売上不振」等）を扱います。最後に、自社で実際に起こっている課題を取り上げて、その解決方法を議論します。

主
任
・
推
薦
研
修
級

■ タイムテーブル

DAY1		DAY2	
9:00	導入 問題解決力チェック How思考の落とし穴 論理思考基礎	9:00	<企業ケース> ②Why ③How
11:00	問題解決の3ステップ <簡易ケース> ①Where	11:00	<自社課題> テーマ設定
13:00	②Why ③How <企業ケース> ①Where	13:00	<自社課題> ①Where ②Why ③How
17:30	まとめ	17:30	まとめ

自社課題検討フォーマット

テーマ 設定の背景	Where 問題はどこか	Why 原因はなぜか	How どう対処するか	具体的な 実行計画

■ 講座の特長

- ・ DAY1は問題解決に必要な思考の手順とその重要性について解説。その後、ケーススタディを通じて具体的な手順を習得する
- ・ DAY2は自社の抱える経営上の問題についてチームでテーマ設定を行った上で、問題解決の手順に沿って検討を行い、DAY1に学んだ問題解決スキルを、実体験を通じて体に染みこませる

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

■ 主な導入実績

- 総合商社 : 5~10年目 階層別研修
- 地方公共団体 : 主任研修
- 大手電子部品メーカー : 新任係長研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「ケースで学んでわかったつもりになっていたが、自社課題で考えると難しいことに改めて気付いた」
- ▶ 「色々な部署の人たちと、共通の考え方で自社課題についての討議ができて有意義だった」

中堅階層別 課題設定型 問題解決 2日版

Problem Definition & Solving

対象
部署

技術系

営業系

管理系

学習
レベル

初級

中級

上級



発生済み問題の対策を立案する「発生型問題」と、将来のあるべき姿の実現方法を検討する「課題設定型問題」、2つの問題解決をケーススタディを通じて学ぶ講座です

- 与えられた課題に対応するだけで、受動的な中堅層が多い
- 既存の問題解決手法は現状の改善ばかりで、将来の理想実現には役立たない



- ☑ 会社の将来像を理解し、自ら課題を設定して、能動的に動けるようになる
- ☑ 発生済み問題だけでなく、将来の理想像実現のための方法を導き出せるようになる



ここがポイント

問題解決には2つの種類があります。1つは明らかな問題を解決する「発生型」。もう1つは、明らかな問題がない状況においても、自らが目指すべき「あるべき姿」を設定し、その実現のための方法を考える「課題設定型」です。主任・係長クラスの方に特に求められるのが後者の「課題設定型」。このクラスの方々は、与えられた課題や、目の前で発生している問題を解決することにはある程度慣れていています。一方で、与えられることに慣れてしまい、自らが進むべき方向性を自分で設定する力に欠ける方を多く見かけます。本講座では、2つの問題解決の相違点を意識しつつ、将来部門を率いる立場として、自分なりのあるべき姿を描く力を養います。

主
任・
推
薦
研
究
修
級

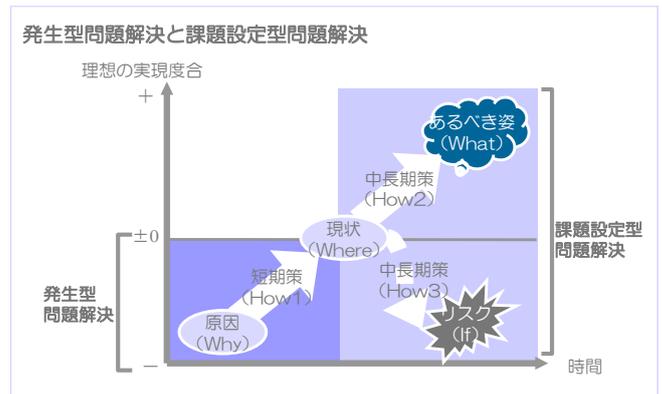


進め方イメージ

DAY1は、「東京タワーの売上を伸ばすには？」といった簡単なケースから入り、その後、実在の企業をモチーフにしたケースを用いて、発生型問題の解決策を立案します。DAY2は、DAY1で用いた企業のケースを引き続き用い、発生型問題を解決した後、どのような「あるべき姿」を目指すべきなのか、その「あるべき姿」に到達するにはどうすれば良いのか、を引き続き検討します。ケースは、主任・係長クラスの方が実際に解決に携わることのできるような大きさのテーマ（「ある事業部の売上不振」等）を扱います。

■ タイムテーブル

DAY1		DAY2	
9:00	発生型問題解決 問題解決力チェック How思考の落とし穴 論理思考基礎	9:00	<企業ケース> ②Why ③How
11:00	問題解決の3ステップ <簡易ケース> ①Where	10:30	課題設定型問題解決 ①問題とは何か
13:00	②Why ③How <企業ケース> ①Where	13:00	②あるべき姿(What) ③阻害要因(If) ④打ち手(How)
17:30	まとめ	17:30	まとめ



■ 講座の特長

- ・ DAY1は発生型問題解決の思考手順や手順ごとの検討の進め方を、ケーススタディを通じて習得する
- ・ DAY2は問題を認識することの重要性を伝え、問題認識の上で重要な「あるべき姿」の設定と「あるべき姿」に向かうための検討の進め方をケーススタディを通じて体得する

■ 講義形式

インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

■ 主な導入実績

- 大手通信会社 : 問題解決アドバンス研修
- 自動車部品メーカー : 階層別 問題解決研修
- 総合商社 : 5~10年目 階層別研修
他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「問題解決には発生型と設定型の2つの異なるタイプがあることがわかり、自分の課題への取り組み方法がわかった」
- ▶ 「自分の発想は設定型に偏っており、逆に発生型もしっかりと考えなければならぬと気付かされた」

中堅階層別 プレゼンテーション ワークショップ 2日版

Presentation Workshop

対象
部署

技術系

営業系

管理系

学習
レベル

初級

中級

上級



プレゼンテーションの基礎を学んだ上で、「実務に役立てる」ことを目的に、
業務での資料作成から立ち居振る舞い、話し方にまで踏み込んで学ぶ講座です

- 見た目がきれいで情報量が多いが、わかりにくい資料が多い
- 話し方や立ち居振る舞いに個人の癖が出てしまい、わかりにくい提案になっている



- ☑ シンプルだが、主張内容が要約されており、相手にわかりやすい資料が作れるようになる
- ☑ 効果的な話し方、落ち着いた立ち居振る舞いによって、提案をより引き立てられるようになる



ここがポイント

主任・係長クラスともなると、顧客や取引先、多くの部下の前で資料を説明する機会も増えてきます。そこで使われる資料も、一人で全てを作成するのではなく、部下に指示しながら分担して作成し、最後に統合するような、大掛かりなものも出てくる頃でしょう。しかし体系的な研修を受けていないために、部下に適切な指示ができなかったり、話し方で損をしてしまっている方が多いのも実情です。本講座では、提案で何を伝えるのか、中身をしっかりと作る場所からスタートし、資料作成や、プレゼンテーションの立ち居振る舞いを基礎からしっかり身に付けます。講義と実践を組み合わせたワークショップ形式で、すぐに実務で役立つスキルを習得できます。



進め方イメージ

まずはプレゼンテーションに必要な3つのスキル、「伝えたい中身を考える」「資料を作る」「わかりやすく説明する」、のそれぞれについて演習を交えつつ講義を行います。その後グループに分かれ、業務を想定した資料を作成し、最後に前でも実際に発表してもらいます。テーマは、主任・係長クラスの方が実際にプレゼンテーションを経験するような内容（「顧客へのビジネス提携提案」や、「自部門の業務改善提案」等）を扱います。

選
抜
任
・
推
薦
研
修
級

■ タイムテーブル

DAY1		DAY2	
9:00	導入 論理思考基礎 論理の構造化 ①縦の論理 ②横の論理	9:00	立ち居振る舞い説明 プレゼンテーション実践演習
13:00	資料作成 ①メッセージを書く ②チャート表現する ③ストーリーを作る	11:00	「業務上の提案資料」の 課題内容確認
17:30	まとめ	13:00	「業務上の提案資料」の 課題内容発表 & 個別採点
		17:30	まとめ

提案は全て「相手ありき」

- 言いたいことが伝わるメッセージ
- 一目でわかり誤解が出ないチャート
- 聞いていて眠くならない説明

自分の主張、自分のスタンスを明確に。
単なる「事実」ではなく、意思を持った
「示唆」を相手に伝えること！！

■ 講座の特長

- ・ DAY1にプレゼンテーションの基礎である、メッセージ、見せ方、ストーリー構成等を、演習を通して学習
- ・ DAY2は、更に「実務で役立つ」ことを目指し、「業務で実際に使う提案資料」をチーム別に作成。DAY1で学習したポイントを元に修正した上で、実際に「プレゼンテーション」を実施

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

■ 主な導入実績

- 大手消費財メーカー : プレゼンテーション研修
- 大手化学メーカー : プレゼンテーション研修
- 総合商社 : 中堅階層別研修
他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「実際の業務をテーマとした資料作成・プレゼンテーションなので、他チームの発表内容等も参考になった」
- ▶ 「連続2日間ではなく、間にもう少し検討する時間があれば、発表内容をもっと精査できたのではないかな」

若手階層別 ビジネスライティング & プレゼンテーション 2日版

Business Writing & Presentation

対象
部署

技術系

営業系

管理系

学習
レベル

初級

中級

上級



ビジネスコミュニケーションの基礎言語となる「ロジカルシンキング」の体系をベースに、実務での「文書作成」「プレゼンテーション」を2日かけて学ぶ講座です

- 言葉足らずだったり、長くて要領を得ない文章になってしまふ
- 考えがまとめられないのか、せっかくの良いアイデアも相手にうまく伝えられていない



- ☑ 若手社員が、きちんと内容の整理されたわかりやすい文章で報告できるようになる
- ☑ 主張すべき内容を要約し、要点を押さえた上で相手にわかりやすい提案を行えるようになる



ここがポイント

入社して数年たち、仕事が一通りできるようになっても、きちんとした文章を書くのが苦手な若手社員は多いものです。自分用のメモや、関係者にしかわからないようなメールはあつという間に書けても、社外の顧客や取引先にも通用するような提案書、記録として残すべき議事録となると、押さえるべきポイントがわからず時間がかかってしまうのです。しかし2~5年目ともなれば、自分の下に新入社員が入ってくることも珍しくなく、文書や資料作成においても適切な指導をするべき立場になります。本講座では、若手社員が身に付けておくべきビジネス文書・ビジネス資料作成の基本を習得できます。



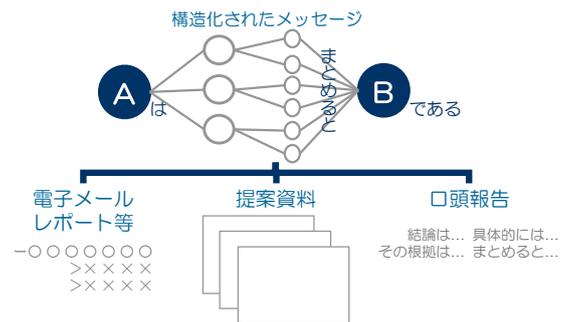
進め方イメージ

DAY1は、「ある若手社員が書いた、わかりにくいメール」を読んで、どこがどのような理由でわかりにくいのか、を考えるとところから始まり、文書作成の基本を学びます。午後は、会議内容を1枚の資料にわかりやすくまとめたり、次の会議に向けて議題を整理する、といった若手社員に実際に求められる場面を想定した演習を行います。DAY2は資料作成を学びます。上司に報告するための1枚の資料を実際に作成したり、提案する相手に合わせて資料の順番を並び替える演習を行ったりする実践的な内容です。

■ タイムテーブル

DAY1		DAY2	
9:00	導入 論理思考基礎 論理の構造化 ①縦の論理 ②横の論理 ③要約力	9:00	ピラミッドストラクチャー演習 ①要約力 ②解釈力 ③縦の論理 ④横の論理
13:00	論理思考実践演習 ①情報の整理 ②提案に活かす ③議事録をまとめる	13:00	論理思考実践演習 資料作成 ①メッセージライティング ②チャートライティング ③スライドライティング プレゼンテーション ①ストーリーライティング ②話す順番と振る舞い
17:30	まとめ	17:30	まとめ

構造化が活かされたライティング/プレゼンテーション



■ 講座の特長

- ・ DAY1は「論理的とはいったい何か」を考えるとところから始まり、論理思考に求められる3つの要素を体系的に解説。その後、論理思考の実践として、論理整理や議事録の作成等の「文書作成」の実務を学ぶ
- ・ DAY2は論理思考の発展系であるピラミッドストラクチャーについて解説し、論点(相手が知りたいこと)に応える主張を構築する方法を学習する。さらに、主張をわかりやすく伝えるための「資料作成」と「プレゼンテーション」を学ぶ

■ 講義形式

インタラクティブ・レクチャー(ディスカッションを交えた問題演習形式)

■ 主な導入実績

- 大手化学メーカー : 課題解決力養成講座
- ITベンチャー企業 : プレゼンテーション研修
- 大手SIer : 若手階層別研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「資料作りの原則等がわかって良かった」
- ▶ 「論理思考を用いてプレゼンテーション資料を作成する方法がわかった」
- ▶ 「説得力のある話し方がわかった」

若手階層別 ロジカルシンキング & 問題解決 2日版

Logical Thinking & Problem Solving

対象
部署

技術系

営業系

管理系

学習
レベル

初級

中級

上級



ビジネスコミュニケーションの基礎言語となる「ロジカルシンキング」と、筋道立てて正しく考えるための「問題解決」。2つの思考科目の体系を2日間で習得する講座です

- 上司の指示に盲目的に従う等、自分で考えられない若手が増えた
- 新しい仕事を任せると、悩みすぎて袋小路に入ってしまう若手が多い



- ☑ 物事を筋道立てて考え、上司の指示にも背景を理解した上で柔軟な対応ができるようになる
- ☑ 問題解決の手順を理解することで、無駄な議論や手戻りをなくせるようになる



ここがポイント

若手向け階層別教育で、最も多くの導入実績をもち、高い評価をいただいているプログラムです。慣れた業務や上司からの指示は器用にこなせるものの、新しい仕事には対応できない、指示した内容以上のことはできない…業務に慣れ始めたころに多く出てくる課題の一つです。本講座で学ぶ「問題解決」は、仕事の手順そのものです。新しい仕事に直面しても、周囲の状況が変わっても、この手順さえ押さえておけば、迷わず仕事を進めることができるようになります。そして、問題解決を正しく進めるにはロジカルシンキングの基礎知識が欠かせません。この2つのスキルをセットにして効果的に学習できるのが本講座の特徴です。

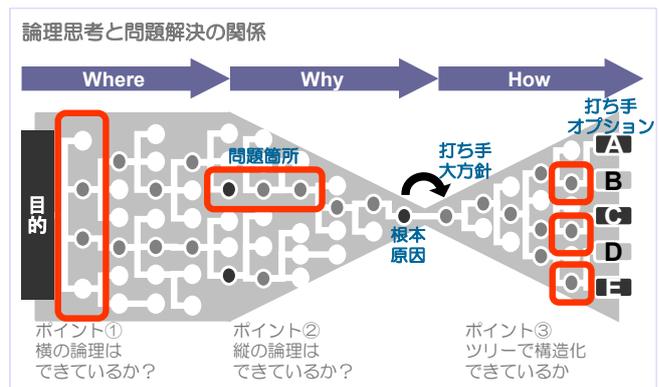


進め方イメージ

DAY1はロジカルシンキングを学びます。まずは「若手社員には経営的な知識が必要」といったテーマについて書かれた「論理的ではない文章」を読み、論理的とはどのようなことなのかを考えるとところからスタート。ポイントがわかったら、あとは自在に使いこなせるようになるまで1日かけて様々なテーマで演習を行います。DAY2は問題解決。身近な店舗や施設をテーマにした簡単な問題解決から始め、最後は実在の企業を事例に、ケーススタディ形式で解決策の検討を行います。

■ タイムテーブル

DAY1		DAY2	
9:00	導入 論理思考基礎 論理の構造化 ①縦の論理 ②横の論理 ③要約力	9:00	問題解決 問題解決カチェック How思考の落とし穴
13:00	ピラミッドストラクチャー演習 ①要約力 ②解釈力 ③縦の論理 ④横の論理	10:30	問題解決の3ステップ <簡易ケース> ①Where ②Why ③How
16:00	ピラミッドストラクチャー総合演習	13:00	<企業ケース> ①Where ②Why ③How
17:30	まとめ	14:30	まとめ
		17:30	



階 2
層 5
別 5
研 年
修 目

■ 講座の特長

- ・ DAY1は「論理的とはいったい何か」を考えるとところから始まり、論理思考に求められる3つの要素を体系的に解説。その後、論理思考の発展系であるピラミッドストラクチャーについて解説し、論点(相手が知りたいこと)に応える主張を構築する方法を学ぶ
- ・ DAY2は問題解決に必要な思考の手順とその重要性について解説。その後、各手順において、どのように検討を進めれば良いかをケーススタディを通じて習得する

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー(ディスカッションを交えた問題演習形式)

■ 主な導入実績

- 大手金融機関 : 階層別 問題解決研修
- 総合/専門商社 : 若手階層別研修
- 大手事務用品メーカー : 問題解決研修
- 大手食料品メーカー : 若手層 問題解決研修
他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「仕事で行き詰まりを感じていた時期だったので、この研修で学んだ内容を業務に活かしたい」
- ▶ 「論理思考の基本と問題解決の双方が学べて良かった」
- ▶ 「内容が盛り沢山でついていくのにも苦労したが、非常に学びが多かった」

若手階層別 ロジカルシンキング & 仮説思考 2日版

Logical & Hypothetical Thinking

対象
部署

技術系

営業系

管理系

学習
レベル

初級

中級

上級



ビジネスの基礎言語となる「ロジカルシンキング」、効率を上げる「仮説思考」、筋道立てて正しく考える「問題解決」の3つの思考スキルの基礎を2日かけて習得する講座です

- しっかりと考えるのは良いが悩みすぎて仕事のスピード感が遅い若手が多い
- 既存の情報だけに基づいて検討をすすめてしまい、ありきたりな意見しか出ない



- ☑ 仮説を立てて考えることで、仕事を効率的に進められるようになる
- ☑ ありきたりではない目新しい意見を言うだけでなく、きちんと検証もできるようになる



ここがポイント

ロジカルシンキングを新入社員研修に取り入れる企業の増加にともなって、最近では「若手が斬新な意見を言わなくなった」「考えすぎて、なかなか動き出せない若手が増えた」といった声が聞かれるようになってきました。ロジカルシンキングはビジネスの基礎言語として非常に重要なものの、実際に仕事を効率良く進めていくためには、それだけでは不十分なのです。「自分の力でビジネスを前に進めることができる若手社員」を育成するには、思考のスピードを上げて、素早く答えにたどり着くための力である「仮説思考」、そして発生している問題の解決法を筋道立てて考える「問題解決」を併せて学習するのがおすすめです。

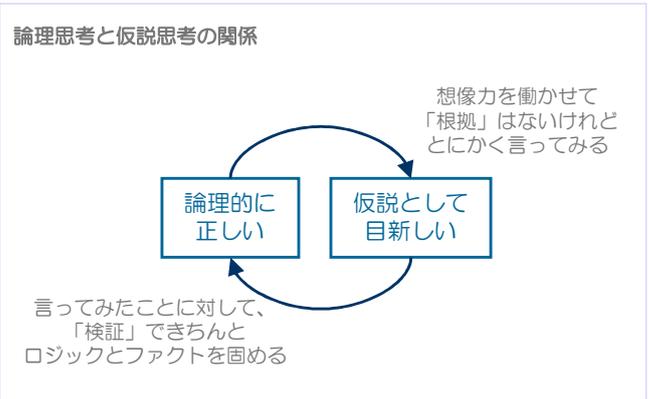


進め方イメージ

DAY1はロジカルシンキングと仮説思考を学びます。仮説思考では、「本を売るにはどうすれば良いか？」という誰でも考えやすいテーマを用いて、自分なりのオリジナリティのある仮説を出す演習を行います。DAY2は問題解決を学びます。最初は「身近な店舗や施設の売上を伸ばすには？」といった簡単な例題から入って、最後は実在の企業を事例に、ケーススタディ形式で解決策を検討します。ケースでは、若手社員が実際に解決に携わることのできるような大きさのテーマ（納期遅延等）を使います。

タイムテーブル

	DAY1	DAY2
9:00	ロジカルシンキング 論理の構造化 ①縦の論理 ②横の論理 ③要約力	9:00 問題解決 問題解決力チェック How思考の落とし穴
13:00	仮説思考 ①論点とは ②論点抽出と仮説立案 ③大胆な仮説作り ④検証	10:30 問題解決の3ステップ <簡易ケース> ①Where 13:00 ②Why ③How <企業ケース> 14:30 ①Where ②Why ③How
17:30	まとめ	17:30 まとめ



講座の特長

- ・ ロジカルシンキングだけを学んでも、実際の仕事では役立つ機会は少ない。実際のビジネスで直面する様々な問題や課題を正しい手順で効率的に効果的に解決するには「ロジカルシンキング」「仮説思考」「問題解決」の3つのスキルが必要
- ・ 本講座では、その3つの思考スキルの基礎を2日間で学ぶことで、仕事に役立つレベルでのスキル習得を目指す

講義形式

インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

主な導入実績

- 大手Sier : 3年目研修
- 大手通信事業者 : 仮説思考研修
- 大手石油会社 : 仮説思考研修
- 他、多数

受講者の声

- ▶ 「仮説思考と論理思考の関係がよくわかった」
- ▶ 「論理的に全て考えようとすると時間がかかるが、仮説思考と組み合わせることで、効率的に仕事が進められることが実感できた」

若手階層別 財務分析基礎 & 問題解決 2日版

Problem Solving & Accounting

対象 部署	技術系	営業系	管理系
学習 レベル	初級	中級	上級



若手ビジネスパーソン of 新たな必携スキル「財務分析」を、問題解決スキルとセットで2日間で学ぶ講座です

- 数字に苦手意識を持っている若手社員が多い
- 財務諸表は見たことがない、見方も知らないという若手社員が多い



- ☑ 売上やコストといった自社の重要な財務数値について苦手意識なく向き合うことができる
- ☑ 自社や競合他社、取引先の財務諸表から、その企業の抱える問題を見抜くことができる



ここがポイント

昔から「読み・書き・そろばん」とよく言いますが、ビジネスパーソンにとっての「そろばん」に当たるのが、この財務分析です。昨今では、ロジカルシンキングや問題解決といった「読み・書き」系のスキルに加えて、若手社員に財務分析を身に付けさせる企業が増えました。当社のプログラムの最大の特徴は、財務分析と問題解決が密接に絡み合い、実務で非常に活用しやすい状態になっているということです。問題解決と財務分析を別々の研修業者に依頼する場合に比べて、受講者への定着度が高く、実務での活用イメージがわかりやすいと、多くの導入企業からご好評をいただいているプログラムです。ぜひセットでの導入をご検討ください。

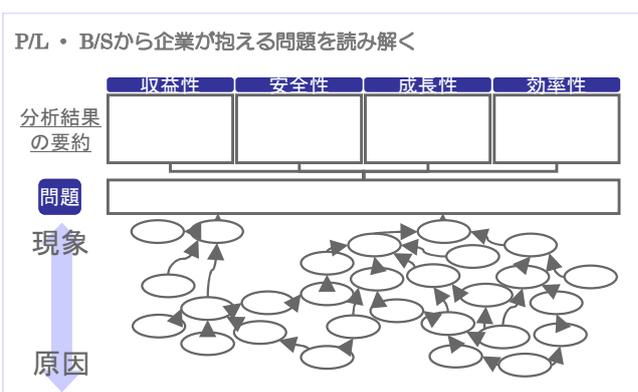


進め方イメージ

財務分析は、初めて財務諸表を見る方を対象に、P/Lとは何か、B/Sとは何かといった基礎から順を追って解説します。同じ業界に属する2つの企業の財務諸表を見比べながら分析を進めていくと、単なる数値だった財務諸表から、2つの企業の事業特性がどんどん明らかになっていきます。最後に分析結果をまとめて、「数値から読み取れる、この企業が抱える問題」を明らかにし、その問題が発生している原因を、問題解決の手法を使って深掘りします。

■ タイムテーブル

DAY1		DAY2	
9:00	問題解決 問題解決力チェック How思考の落とし穴	9:00	財務会計分析とは P/Lとは ①5つの利益 ②業界別特徴(利益と費用) ③収益性分析演習
10:30	問題解決の3ステップ <簡易ケース>	11:30	B/Sとは
13:00	①Where ②Why ③How	13:00	①事業特性の把握 ②安全性分析演習
14:30	<企業ケース> ①Where ②Why ③How	14:30	P/L・B/Sによる財務会計分析 ①成長性分析 ③効率性分析
17:30	まとめ	16:00	分析のまとめと原因の深掘り
		17:30	まとめ



階 2
層 5
別 5
研 年
修 目

■ 講座の特長

- ・ 財務分析単独では、実務での活用イメージがわからず、せっかく研修で学んでもすぐに忘れてしまいがちである
- ・ 本講座は問題解決とセットで学習することによって、財務数値から問題を発見したり、その問題を引き起こしている原因を検討するのに財務数値を使ったりして、財務分析の有用性を実感してもらえる内容になっている

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー(ディスカッションを交えた問題演習形式)

■ 主な導入実績

- 大手化学メーカー : 若手階層別研修
- 大手SIer : 3年目研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「P/L・B/Sには苦手意識があったが、どうやって読めば良いのかよくわかった」
- ▶ 「財務諸表の読み方は本で読んだことがあったが、問題解決に使えるというのは初めて知った」

新入社員向け ロジカルシンキング 1日版

Logical Thinking

対象
職種

総合職

一般職

技能職

学習
レベル

初級

中級

上級



新入社員に必要となる、ビジネスコミュニケーションの基礎言語としての「ロジカルシンキング」の初歩を1日かけて習得。配属後すぐに仕事で使えるスキルを身に付けます

- 学生の時の癖が抜けず、要領を得ない話し方や文章の書き方しかできない新入社員が多い
- 学生時代に色々な知識を仕入れているものの、頭でっかちで職場では活用できそうにない



- ☑ 新入社員が、上司や顧客と話す際に、話したい内容をきちんと整理できるようになる
- ☑ 演習や、「ありがちなミス」の例示により、実際の職場での使い方をイメージできるようになる



ここがポイント

新入社員研修といえば、基本的なマナーや会社規則、業務知識等を教えるのが一般的ですが、最近はロジカルシンキングを導入する会社が増えています。新人のうちからしっかりと「論理的に」物事を考える習慣を身に付けておくと、配属された後の業務の立ち上がりが大きく変わってくるからです。当社の研修は、初学者に馴染みにくい専門用語は極力使わないようにし、新入社員でもすっと理解できるよう、演習レベルやラーニングポイント(学習すべき要点)を調整してある点で、多くの導入企業からご好評をいただいております。



進め方イメージ

「若手社員には経営的な知識が必要だ」という例題を用い、「論理的とはいったいどのような状態なのか？」を具体的に考えさせる演習を行います。まずは、出来の悪い文章を読ませて、論理的でないと思う部分を指摘させ、「どのような理由でわかりにくいのか？」をじっくり考えてもらいます。挙がったポイントを、ロジカルシンキングで押さえておくべき3つのルールにまとめ上げ、それぞれの解説・演習へと進みます。

■ タイムテーブル

9:00	導入 論理の構造化 3つのルール ①要約力 ②縦の論理 ③横の論理(MECE)
13:00	ピラミッドストラクチャーとは ④解釈力 ロジカルシンキング総合演習
17:30	まとめ

	普通の日本語	ロジカルシンキング語
通用範囲	日本人が通常話す言語で、日本国内では最も広く通用する	上層ビジネスパーソン間で話される言語
メリット	婉曲的に表現をしたり、感覚的に表現をしたりするのに最適	自らの頭の中を整理したり、深く考えたり、端的に伝えたりするのに最適
デメリット	ストレートな表現、議論等には向かない	相手もこの言語が話せない、通じない

■ 講座の特長

- ・「論理的とはいったい何か」を考えるとところから始まり、ロジカルシンキングの3つのルールを体系的に解説
- ・その後、ロジカルシンキングの発展系である「ピラミッドストラクチャー」について解説し、相手が知りたいと思っていることに、的確に、わかりやすく応えるには、どのように論理を構築すれば良いかを学ぶ

■ 講義形式

インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

■ 主な導入実績

- 総合商社 : 新入社員研修
- 大手消費財メーカー : 新入社員研修
- 大手電子部品メーカー : 新入社員研修
- 事務用品 販売会社 : 新入社員研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「論理的に話すことの大切さ、やり方がわかった」
- ▶ 「難しそうイメージだったが、グループワーク中心で進んだので、理解しやすかった」
- ▶ 「講師の説明に事例が多くて、実際の職場での使い方をイメージできた」

新入社員向け ロジカルライティング 1日版

Logical Writing

対象
職種

総合職

一般職

技能職

学習
レベル

初級

中級

上級



新入社員が業務上「書く」局面を想定した1日型研修。ロジカルシンキングを応用し、情報整理、議事録まとめ等、ビジネス実感のある演習を行います

- ごちゃごちゃと長文を書いている割に、何を主張したいかわからない
- 会議の場でうまく話をまとめたり、要領を得たレポートを作成したりすることができない



- ☑ メールやレポート等、多くの場面で構造化されて要領を得た文章が書けるようになる
- ☑ 多数の情報をうまく整理しながら、次のアクションに繋がるよう、まとめることができる



ここがポイント

ロジカルシンキング研修を更に実務レベルに落とし込んだのが、この「ロジカルライティング」研修です。まずはしっかりと考えを構造化し、ピラミッドストラクチャー等を用いてまとめることが基本となりますが、基本ができたからといってすぐに業務で使えるかというとなかなか難しいものです。特に新入社員については、社会人としての実務実感が無いために、「仕事とはこういうものだ」という補足をしながら教えていく必要があります。本講座では、ロジカルシンキングを用いて、情報を整理したり、話をまとめたり、議事録を作成したり、といった新入社員に求められる業務を題材として扱っており、新入社員の「即戦力化」に貢献します。



進め方イメージ

ロジカルシンキングの基本を学んだ上で、まずは様々な情報を与えて、それらをどのような軸で、どう要約して、どうまとめて、どう結論付けるかという演習を行います。次に荒れた会議の場面を想定した文章に基づき、そこで議論されている内容、議論されていないが議論すべき内容等について検討。最後に、実務的な補足も付け加えながら「議事録の書き方」について学んだ上で、実際に議事録の作成を行い、講師が詳細なフィードバックを行います。

■ タイムテーブル

9:00	ロジカルライティングとは 論理思考基礎 論理の構造化 3つのルール ①縦の論理 ②横の論理 ③要約力
13:00	論理思考応用演習 ①情報を整理する ②提案に活かす ③議事録をまとめる
17:30	まとめ

モレなくダブリなく問題を整理

	A	B	C	
あ	?		×	大きな見落としはないか？
い	情報不足 はないか？		×	
う			まとめると 何が問題？	
大きな見落としはないか？				

■ 講座の特長

- ・「論理的とはいったい何か」を考えるとところから始まり、ロジカルシンキングの3つのルールを体系的に解説
- ・その後、新入社員が実際の会社生活や業務において遭遇しそうな場面を想定したケーススタディを用いて、議論の整理や議事録まとめ等の演習を行う

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

■ 主な導入実績

- 大手専門商社 : 新入社員研修
- 総合化学メーカー : 新入社員研修
- 大手SIer : 新入社員研修
- 大手電機メーカー : 新入社員研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「職場においてどのような場面でロジカルシンキングが使えるのかがよくわかった」
- ▶ 「議事録の書き方等は習ったことがなかったため、とても参考になった」
- ▶ 「自分はできているつもりだったが、グループワークを行う中でできていないことに気付かされた」

新入社員向け 段取り 1日版

Self Management

対象
職種

総合職

一般職

技能職

学習
レベル

初級

中級

上級



コンスタントに成果を出すために、目標を明確に捉え、周囲をうまく巻き込みながらPDCAサイクルを回すためのポイントを学びます

- 仕事の成果物イメージが明確でなく、言われたこと以外は自発的に動くことができない
- 自分だけで抱え込んで悩んでしまい、なかなか行動に踏み切れていない



- ☑ 指示されたことだけではなく、自ら仕事の目的や成果物を考えて行動するようになる
- ☑ 自分がやるべきことと上司や周囲を頼ることがうまく区別できるようになり、行動力が増す



ここがポイント

新入社員研修で、ロジカルシンキングと並んで導入が増えているのが、この「段取り研修」です。新入社員の学生気分が抜けていないと、指示された内容について指示された通りにしか動けない・・・ということがよくあります。この場合は社会人としての意識付けを行い、そもそも仕事とは何か、働くとは何か、その目的とは何か、を考えさせることが大切です。それによって、自ら成果創出に向けた意識を持つようになり、自発的に行動するようになります。併せて、「上司や周囲の力をうまく使う」という考え方を習得させ、周囲を巻き込んでPDCAを回しながら成果を創出できるような新入社員を育成します。



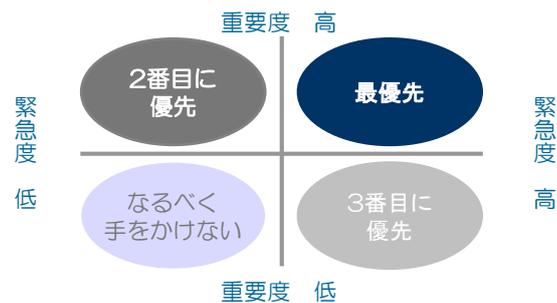
進め方イメージ

まず自らの仕事のゴールを考える演習を行います。上司に指示されたことをそのまま受け取るのではなく、その背後にある意図や会社としての意味合いを考えながら、「自分の仕事の目的」をしっかりと認識させます。その上で、PDCAという考え方を紹介し、PDCAサイクルを回す上で必要となる様々なポイントを伝えます。最終的には、チーム単位で時間内に与えられた業務を成し遂げるという体験型演習を行い、段取りの重要性を認識させ、ポイントを体得させます。

■ タイムテーブル

9:00	段取りの重要性
10:00	タスクプランニング ①タスクの洗い出し ②タスクの優先順位付け ③プランの作成
13:00	ハウレンソウ
14:30	PDCAサイクル
16:00	総合演習
17:30	まとめ

タスクの優先順位の考え方



■ 講座の特長

- ・ コンスタントに成果を出せる人と出せない人の違いは、仕事の進め方にある
- ・ 本講座では、まず目標を明確に捉えることの重要性和、PDCAサイクルを回す際のポイントをケースワークを通じて学んだ後、実際の仕事を想定した総合演習を行う

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

■ 主な導入実績

- 大手電子部品メーカー : 新入社員研修
- 大手専門商社 : 新入社員研修
- 大手事務用品メーカー : 新入社員研修
他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「仕事とは何か、自分に求められていることは何か、についての意識が変わった」
- ▶ 「学生時代とは違い、他人の力をうまく使って成果を出していくことが必要、という考え方はとても印象に残った」
- ▶ 「グループワークが多く、同期と仲良くなれた」

新入社員向け ロジカルプレゼンテーション 1日版

Logical Presentation

対象
職種

総合職

一般職

技能職

学習
レベル

初級

中級

上級



業務上の「伝える」局面にフォーカスした1日型研修。主張をまとめ、資料に落とし込み、相手にわかりやすく伝える「提案の流れ」の全てを、1日かけて体得できます

- 学生時代の論文作成でパワーポイントには慣れているようだが、資料の中身が薄い
- 緊張するのか、考えがまとまっていないのか、自分の考えていることがうまく説明できない



- ☑ 見た目だけではなく、しっかりと主張すべき内容が要約された資料を作れるようになる
- ☑ 単に資料を読むだけではなく、要点を押さえたプレゼンテーションができるようになる



ここがポイント

最近の新入社員の中には、学生時代から論文等でパワーポイントの操作に慣れている人もおり、一見すると要領良く資料をまとめるスキルに長けているように見えます。しかし実際にビジネスで求められるレベルまで、内容を深く考え、主張すべき内容を適切に主張できる人は非常に稀であり、大半は「見た目は良さそうだが、よく読むと中身がない」という傾向があります。本講座では、まずロジカルシンキングを元に「主張すべき内容」をしっかりと固め、次に「主張をわかりやすく表現した資料」に落とし込み、最後に「相手にわかりやすい方法」で実際のプレゼンテーションを行うことで、必要なスキルを一通り習得することができます。



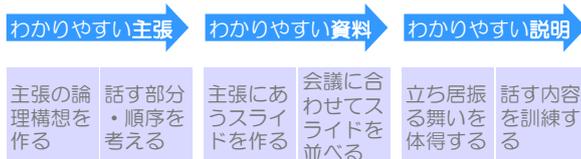
進め方イメージ

まず、プレゼンテーションの基本として、わかりやすい主張を作る、わかりやすい資料を作る、わかりやすく説明する、の3つのポイントがあると説明。わかりやすい主張の部分では、ロジカルシンキングに基づき「メッセージ」をしっかりと書かせる演習を行います。資料作成では、長々とした文章を元に実際にスライドを書かせて講師が添削します。説明の部分では、「13枚のスライドを並べ替えてストーリーを作る」という演習を行い、実際に前に立ってプレゼンテーションの実践も行います。

■ タイムテーブル

9:00	ロジカルプレゼンテーションとは 論理思考基礎 論理の構造化 ①縦の論理 ②横の論理
11:00	構造化と縦横の論理のまとめ
13:00	資料作成 ①メッセージを書く ②チャートを表現する ③ストーリーを作る
16:00	プレゼンテーション実践演習
17:30	まとめ

提案の技術の全体像



当社ロジプレ研修は全てをカバー

資料作成部分

は特に独自性が高く実績アリ

■ 講座の特長

- ・「見た目」ではなく「そもそも何を言うべきか」という部分からロジカルに考える
- ・すぐに使える「見せるプレゼンテーション資料の作り方」を学ぶことができる
- ・実際に舞台上に立ち「プレゼンテーション」を実践

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

■ 主な導入実績

- 総合商社 : 新入社員研修
- 大手専門商社 : 新入社員研修
- 総合化学メーカー : 新入社員研修
- 大手SIer : 新入社員研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「プレゼンテーションの話し方や立ち居振る舞いの方法は初めて習った。今後は緊張せずに話ができると思う」
- ▶ 「資料は学生時代からよく作っていたが、確かに我流でわかりづらかったと反省することが多かった」
- ▶ 「論理的に資料を作るのは難しそうだが、これからの業務の中で頑張っていきたい」

新入社員向け ビジネスライティング & プレゼンテーション 2日版

Business Writing & Presentation

対象職種	総合職	一般職	技能職
学習レベル	初級	中級	上級



ビジネスコミュニケーションの基礎言語となる「ロジカルシンキング」の体系を基に、実務での「文書作成」「プレゼンテーション」を2日かけて学ぶ講座です

- 知識だけを重視した頭でっかちで実践的に考えることのできない新入社員が多い
- 見た目をきれいにすることには長けているが、内容は要領を得ない資料が多い



- ☑ 演習や「ありがちなミス」の例示等により、実際の職場での考え方をイメージできるようになる
- ☑ 見た目だけでなく、主張すべき内容が明確な資料を作れるようになる



ここがポイント

文書や資料の作成は、入社してすぐに必要になるスキルです。いずれも自分だけが読んでわかれば良いのではなく、社内の上司や同僚、社外の顧客や取引先等、誰が読んでわかりやすく書くことが必要になります。しかし学生時代の名残で、「誰にでもわかりやすく」が意識できていなかったり、体裁だけは整っているものの中身のないものしか書けなかったりする新入社員は多いものです。本講座ではまずはロジカルシンキングの基本から入り、文書・資料で何を伝えたいのかを、しっかりと固めるところからスタートします。その後、実際に議事録を書いたり、資料を作る演習を通じて、「社会人に求められる文書作成能力」を養います。



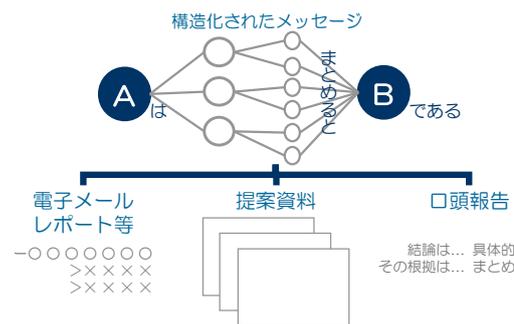
進め方イメージ

DAY1は、「ある新入社員が書いたわかりにくい文章」を読んで、どこがどのような理由でわかりにくいのか、を考えるとところから始まり、文書作成の基本を学びます。午後は、会議風景を文章化したものを読んで、その内容をわかりやすくまとめたり、次の会議に向けて議題を整理する、といった演習を行います。DAY2は資料作成を学びます。上司に報告するための1枚の資料を実際に作成したり、プレゼンテーションする相手に合わせて資料の順番を並び替える演習を行ったりする実践的な内容です。

■ タイムテーブル

DAY1		DAY2	
9:00	導入 論理思考基礎 論理の構造化 ①縦の論理 ②横の論理 ③要約力	9:00	ピラミッドストラクチャー演習 ①要約力 ②解釈力 ③縦の論理 ④横の論理
13:00	論理思考実践演習 ①情報の整理 ②提案に活かす ③議事録をまとめる	13:00	論理思考実践演習 資料作成 ①メッセージライティング ②チャートライティング ③スライドライティング プレゼンテーション ①ストーリーライティング ②話す順番と振る舞い
17:30	まとめ	17:30	まとめ

構造化が活かされたライティング/プレゼンテーション



■ 講座の特長

- ・ DAY1には「論理的とはいったい何か」を考えるとところから始まり、論理思考に求められる3つの要素を体系的に解説。その後、論理思考の実践として、論理整理や議事録の作成等の「文書作成」の実務を学ぶ
- ・ DAY2は論理思考の発展系であるピラミッドストラクチャーについて解説し、論点(相手が知りたいこと)に応える主張を構築する方法を学習する。さらに、主張をわかりやすく伝えるための「資料作成」と「プレゼンテーション」を学ぶ

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー(ディスカッションを交えた問題演習形式)

■ 主な導入実績

- 総合商社 : 新入社員研修
- 大手電子機器メーカー : 新入社員研修
- 大手機器メーカー : 1年目社員フォローアップ
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「自分の書いた文章のできていないところを、講師や他の受講者に指摘してもらえて、非常に勉強になった」
- ▶ 「学生時代によく作っていたカラフルな資料と、ビジネスで求められる資料の違いがよくわかった」

新入社員向け チームビルディング & ビジネスワークショップ 3日版

Team Building & Business Workshop

対象
職種

総合職

一般職

技能職

学習
レベル

初級

中級

上級



チームビルディングを行った後、入社時の会社説明で聞いた内容を踏まえて、上司への提言を作成する研修です。先輩社員とのやり取りもあり、会社理解が深まります

- 入社時に各部から説明を行うが、新入社員が真剣に聞いていない、理解が浅い
- 配属されるまでの間、新入社員同士で、または先輩社員と、仕事で交流する機会がない



- 「上司への提言を行う」前提となるため、高い意識で真剣に各部説明を理解するようになる
- 受講者同士で議論し、先輩社員から情報収集を行うことで、業務的な交流の場が増える



ここがポイント

多くの企業で、新入社員に対して入社時に各部門の業務内容等を説明する機会があると思いますが、「聞くだけ」の説明会では新入社員もだらけがちです。本講座では、入社時の各部説明で聞いた内容を元に、会社のホームページや会社概要資料を分析し、先輩社員へのヒアリングを通じて情報収集も行って、人事部長等の上司に相当する方への提言を行います。アウトプットすることが前提となることで、新入社員の取り組み状況がガラリと変わるところが大きな特色です。



進め方イメージ

チームビルディングセッションでは、身体を動かす簡単なゲームで共同作業の重要性について理解を促します。その後、「ビジネスライティング&プレゼンテーション」等の論理思考、資料作成セッションを受講し、アウトプット型のビジネスワークショップを行います。1クラスを4~5チームに分けて、テーマはチームごとに自由に設定します。資料の読み込み、先輩社員へのヒアリングも行いながら、講師の指導の下にアウトプットの質を高め、最後は上司の前でプレゼンテーションを実践します。

■ タイムテーブル

DAY1		DAY2		DAY3		別日程にて
9:00	導入 チームビルディング	9:00	前回の振り返り 課題内容の発表	9:00	前回の振り返り 課題内容の発表	9:00 チーム別発表会 フィードバック・総評
10:00	テーマ設定	10:30	メッセージの検討	10:30	スライド仕上げ ストーリー構築	
13:00	情報収集・読み込み	13:00	空パッケージの作成 手書きスライド作成	13:00	ストーリー最終確認 スライド微修正	
15:00	ピラミッド構造で 主張の骨格をまとめる	15:00	情報収集 バックデータの作成	15:30	プレゼンテーションリハーサル	
	グループ発表、レビュー 次回に向けての課題説明		グループ発表、レビュー 次回に向けての課題説明	16:00	グループ発表、レビュー	
17:30	まとめ	17:30	まとめ	17:30	まとめ	

■ 講座の特長

- ・ チームで分担し、共同作業を行いながらアウトプットを作る、新入社員としての「初めての仕事」となる
- ・ 情報収集等も自ら行う非常に動きのあるアクティブな研修であるため、受講者が主体的に参加する傾向が強い

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー(ディスカッションを交えた問題演習形式)

■ 主な導入実績

- 大手専門商社 : 新入社員研修
- 大手電子部品メーカー : 新入社員研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「実際にプレゼンテーション資料を作るところは、非常に勉強になった」
- ▶ 「同期と分担しながら検討を行ったため、非常に充実した3日間だった」

ロジカルライティング 1日版

Logical Writing

対象
業種

メーカー系

流通系

サービス系

学習
レベル

初級

中級

上級



業務経験を積んだだけでは上達しにくい、「書く」スキルに特化した1日型研修。
わかりやすい文章の書き方を、会議のまとめ、提案作成等の演習を通して身に付けます

- 言葉足らずなメモか、長い割に何を主張したいかわからないような文章しか書けない
- 会議をリードしてうまく話をまとめることができず、誰が見てもわかりやすい文章を書けない



- ☑ 多くの人にとってわかりやすい文章を、短時間でまとめられるようになる
- ☑ パラバラの情報をうまく整理しながら、次のアクションに繋がるよう、まとめることができる



ここがポイント

誰が読んでもわかりやすい文章を書くというのは、業務経験を長く積んでも、意外と苦手な方が多いものです。普段、自分用に矢印や記号を多用したメモは書くものの、いざきちんとした文章を書こうとすると、どうまとめて良いかわからず、時間がかかってしまう。そんな方を対象に、わかりやすい文章とはどのようなものなのかを基本から学ぶプログラムです。基礎をしっかりと身に付けた後は、実際の仕事の場面を想定した演習を通じて応用力を養います。自分の書いた文章を客観的に見直したり、他の受講者からフィードバックを受ける機会を設けることで、自分の文章の良いところ、足りないところを明らかにすることができます。



進め方イメージ

まずは講師が配る「わかりにくい文章」を読んで、どこがどのような理由でわかりにくいのか、を考えてもらいます。そこで挙げたポイントこそが、普段自分が文章を書くときに気を付けるべきポイントなのです。一方的に講義をするのではなく、受講者自身の「気付き」を大切にすることで、スキルの習得に繋がります。後半は、様々なシチュエーションの会議の様子を文章にしたものを読み、自分だったらどのように収束させるか、どのように内容をまとめるかといった演習を通じて、実践力を養います。

■ タイムテーブル

9:00	ロジカルライティングとは 論理思考基礎 論理の構造化 3つのルール ①縦の論理 ②横の論理 ③要約力
13:00	論理思考応用演習 ①情報を整理する ②提案に活かす ③議事録をまとめる
17:30	まとめ

モレなくダブリなく問題を整理

	A	B	C
あ	?		×
い	情報不足 はないか?		×
う			まとめると 何が問題?

大きな見落としはないか?

■ 講座の特長

- ・「論理的とはいったい何か」を考えるとところから始まり、ロジカルシンキングの3つのルールを体系的に解説
- ・その後、実際の会社生活や業務において遭遇しそうな場面を想定したケーススタディを用いて、議論の整理や議事録のまとめ等の演習を行う

■ 講義形式

 インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

■ 主な導入実績

- 総合商社 : 一般職向け希望者研修
- 総合商社グループ : 社内カレッジ
- 大手出版社 : 希望者研修
- 総合化学メーカー : 希望者研修
- 中堅SIer : 希望者研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「議事録を書くのは簡単だと思っていたが、いかに独りよがりのわかりにくい文章を書いていたか思い知った」
- ▶ 「いざきちんとした文章を書こうとすると、いつも時間がかかっていた。今回の研修でチェックすべきポイントがわかったので、今後はもっと短時間で書けるようになると思う」

ロジカルプレゼンテーション 1日版

Logical Presentation

対象
業種

メーカー系

流通系

サービス系

学習
レベル

初級

中級

上級



年々増加するプレゼンテーションの機会に対応するための1日型研修。プレゼンに必要な3つのスキル、「何を伝えるか、どう資料にまとめるか、いかに話すか」を学びます

- ❑ 見た目の綺麗な資料は作成できるが、読んで何を伝えたいかわからない
- ❑ 資料の棒読みプレゼンテーションから脱却できず、聞き手を退屈させてしまう



- ☑ 見た目だけでなく、しっかりと主張すべき内容が要約された資料が作れるようになる
- ☑ 単に資料を読むだけでなく、要点を押さえ、アピール力のあるプレゼンができるようになる



ここがポイント

ビジネスの中で自分の意見を主張する機会、すなわちプレゼンテーションをする機会は、年々増加しています。顧客に自社の特徴を説明する、上司に業務の改善提案をする、協力会社にプロジェクトの進捗を説明する、これら全てがプレゼンテーションです。資料作成ソフトの普及により、「見た目が綺麗な資料」を作成できる方は増えました。しかし、「見た目が綺麗」=「伝えたいことが100%伝わる」わけではありません。本講座では、プレゼンで最も重要な「そもそも何を伝えるべきか」について、ロジカルシンキングを元に戻すはしっかりと固めます。さらに、その内容を資料に落とし込み、わかりやすく伝えるための技術を身に付けていきます。

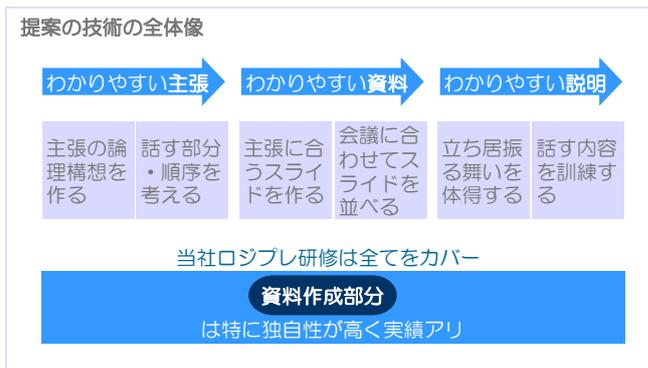


進め方イメージ

プレゼンテーションに必要なスキルは、わかりやすい主張を作る、わかりやすい資料を作る、わかりやすく説明する、の3つです。わかりやすい主張の部分では、伝えたい内容の構造を作る演習を行うことで、全体の骨組みを固めます。資料作成では、実際に1枚のスライドを作成してもらい、どうすればよりわかりやすい資料になるのかを、講師からフィードバックします。説明の部分では、「13枚のスライドを並べ替えてストーリーを作る」という演習を行い、前に立ってプレゼンテーションの実践も行います。

■ タイムテーブル

9:00	ロジカルプレゼンテーションとは 論理思考基礎 論理の構造化 ①縦の論理 ②横の論理
11:00	構造化と縦横の論理のまとめ
13:00	資料作成 ①メッセージを書く ②チャートを表現する ③ストーリーを作る
16:00	プレゼンテーション実践演習
17:30	まとめ



■ 講座の特長

- ・「見た目」ではなく「そもそも何を言うべきか」という部分からロジカルに考える
- ・すぐに使える「見せるプレゼンテーション資料の作り方」を学ぶことができる
- ・実際に舞台上に立ち「プレゼンテーション」を実践

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

■ 主な導入実績

- 総合商社 : 希望者研修
- 総合商社グループ : 社内カレッジ
- 大手文具メーカー : 希望者研修
- 大手総合電機 : 事業部内 希望者研修
- 地方銀行 : 希望者研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「資料を作るとき、どこから手を付けるべきか悩むことが多かったが、教えてもらった手順どおりに進めれば、悩まずに作成できそうだった」
- ▶ 「これまで何となく選んでいたグラフや図の使い方や、レイアウトの基本法則を知ることができて、大変有用だった」

希望者研修



問題を特定し、原因を究明して、対策を立案するという問題解決の基本手順を習得し、あらゆる職場で共通して必要とされる「仕事の進め方」を体得します

- すぐに対策に飛びついてしまい、色々取り組んでいるが無駄が多く成果が上がってこない
- 関係者それぞれの仕事の進め方がバラバラで、手戻りが多く、効率が悪い



- ☑ 問題の所在や原因を踏まえて、真に問題解決に効果がある打ち手を考えられるようになる
- ☑ 関係者全員の仕事の進め方が揃い、無駄な議論や手戻りがなくなる



ここがポイント

問題解決とは、ビジネスパーソンが仕事を円滑に進めていく上で必要となる「仕事の手順」であると当社は考えています。然るべき手順を踏まなければ、いきなり対策に飛びついてしまい、「闇夜の鉄砲」状態でいくら乱発してもなかなか当たらない……といった状況にもなりかねません(=当社ではHow思考®の落とし穴、と呼んでいます)。まずは問題を特定する。次に原因を考える。そして対策を立案する。この基本的な「手順」が組織の中で統一されていれば、会社全体としての業務効率が向上します。当社はトヨタ自動車の教材開発パートナーとして、問題解決研修には豊富な実績があります。

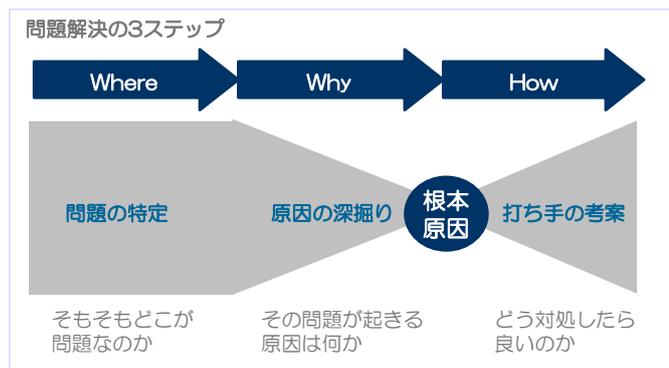


進め方イメージ

まず、「ある施設の売上が下がっているが、売上アップのためにはどうするか」というテーマを取り上げ、問題解決の3ステップをしっかり身に付けます。個人ワークを取り入れることで「自分は特にどこができていなかったのか」という、自分の思考の癖に気付かせる点にも特徴があります。その後は、お客様の業種や受講者の部署に合ったビジネスケースを用いたケーススタディで、問題解決の流れを更に深く学びます。

■ タイムテーブル

9:00	問題解決導入 How思考®の落とし穴 論理思考基礎 問題解決の3ステップ <問題解決簡易ケース>
12:00	Where
13:00	Why How
15:00	<問題解決企業ケース> Where Why&How
17:30	まとめ



■ 講座の特長

- ・ 問題解決に必要な思考の手順とその重要性について研修の中で解説。自分はどこができていなかったのかといったタイプ分けも行い、今後重点的に学習すべき点がどこなのかを把握できる
- ・ ビジネスケースを用いたケーススタディを行い、仕事における問題解決の活用イメージをもってもらう

■ 講義形式

 インタラクティブ・レクチャー (ディスカッションを交えた問題演習形式)

■ 主な導入実績

- 総合商社 : オープンカレッジ
- 地方銀行 : 希望者研修
- 大手鉄道会社 : 希望者・部門推薦研修
- 大手化学メーカー : 希望者研修
- 大手電機メーカー : 希望者研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「自分がいかに、How思考®の落とし穴に落ちていたかを思い知らされた」
- ▶ 「問題解決の理論だけではなく、実際に検討する上でのツール等も学べるため、業務でも使えそう」
- ▶ 「同じ演習でも人によって様々な考え方があることに、グループワークを通じて気付いた」

データスキル 1日版

Data Skills

対象
業種

メーカー系

流通系

サービス系

学習
レベル

初級

中級

上級



定性・定量データの活用方法を、「主張する場面」「分析する場面」の2局面に分けて学び、論理思考力を実務に活かすための応用力を強化します

- 論理思考はできているはずなのに、論拠の1つ1つがあやふやで、主張に説得力がない
- データは山ほどあるはずなのに、新しい発見がなく、結論がいつも同じで面白くない



- ☑ 定性・定量データを的確に組み込んで、説得力のある主張が行える
- ☑ データを有効活用し、それまでに気付かなかった課題や施策を分析によって発見できる



ここがポイント

ビジネス書や集合研修で「ロジカルシンキング」「仮説検証思考」を学ぶことで、論理構造を意識して主張したり、仕事において問題解決を活用し始められる社員は多いです。しかし、実務で論理思考を応用していくためには、更にもう一段階のスキルアップが求められます。正しい主張や検討を行うためには、お客様の声・数値等の「データ」、すなわち定性・定量情報を正しく扱うことが必要不可欠だからです。ビジネスで頻繁に見られる2つの場面、「データを用いて主張する」「データから問題を発見する」を想定して、具体的にデータを扱う力を養っていく本講座は、類似した書籍や研修が少ない人気研修の1つとなっています。



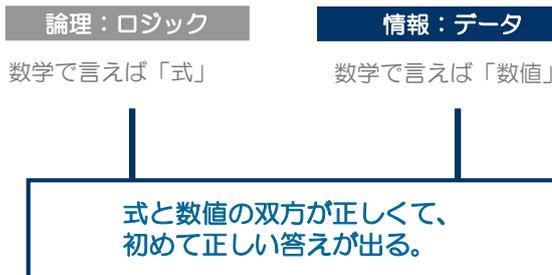
進め方イメージ

前半では、組織改革に関連した例題を用い、「説得力のある論拠とは何か？」を具体的に考えさせる演習を行います。複数の小演習を通して、「説得力のある論拠」と「説得力のない論拠」の差異を具体的に考えていきます。後半では、実際の小売店のPOSデータを元に、「データから事業戦略を導く」ための一連の分析を行っていきます。効果と効率性を両立させるために、データをどのような方法で加工・比較するかを演習を通して学びます。

■ タイムテーブル

9:00	データスキルの必要性
9:30	データを用いて主張する
	インパクトのある要素 強い情報 わかりやすい出し方
13:00	データから問題を発見する <ケース分析> データを揃える データを読み解く
17:30	まとめ

ロジックとデータの関係



■ 講座の特長

- ・ 本講座では、ビジネスで特にデータや情報を扱う2つの局面、「意見の主張」と「問題の発見」を取り上げる
- ・ それぞれケーススタディを通して、データを扱う際に必ず知っておかなければならないポイントや留意点、さらに、データからいかにビジネス上の示唆を読み取るか、という活用方法までを学ぶ

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

■ 主な導入実績

- 総合商社 : オープンカレッジ
- 大手SIer : 希望者研修
- 大手製薬会社 : 希望者・選抜研修
- 総合電機 : 事業部内 希望者研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「主張をするときに、データで裏付けると説得力が飛躍的に増すことを実感できた」
- ▶ 「四則演算レベルで、数字からここまで色々な内容が読み取れるのかと驚いた」
- ▶ 「統計分析等を行う講座かと思ったが、そうではなくもっと実務的・実践的な内容で業務に活かせそうだと思う」

希望者
研修

合意形成・問題解決話法 1日版

Consensus Building

対象
業種

メーカー系

流通系

サービス系

学習
レベル

初級

中級

上級



自分の考えを「押し付ける」のではなく、対話を通じて相手の問題意識を引き出すことで合意形成に至るテクニックを習得。問題解決スキルのコミュニケーション応用講座

- ❑ 顧客に対して「売り込み」ばかり行ってしまう、相手のニーズを引き出すことができない
- ❑ 考えの正当性を主張するものの、利害が対立してしまい関係者間での調整がうまく進まない



- ☑ 顧客の問題意識にうまくマッチさせることで、こちらの売り込みたいものを受け入れさせる
- ☑ 関係者の問題意識を洗い出し、ずれを解決することで、合意を形成する



ここがポイント

問題解決の考え方をコミュニケーションに応用した実践的講座です。コミュニケーションの局面で言えば、問題解決講座で教えている「How思考の落とし穴」とはまさに「自分の考える対策を相手に押し付ける」こと。押し付けの対策では相手は納得してくれません。本講座では、問題解決の流れに沿って相手の状況をうまくヒアリングすることで、相手の問題意識を高め、自然とこちらの提案する対策を受け入れてくれるように持って行くための「話法」を訓練します。

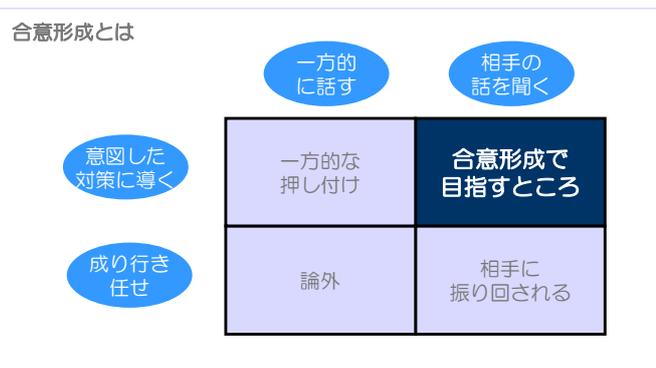


進め方イメージ

まず簡単な事例を元に、クラス全体で合意に至る「話法」と至らない「話法」の違いについて考察を行います。問題解決の流れを軽く学んだ後、コミュニケーションにおいてどのように相手に質問を行っていくかの流れを学習。同時に、相手とのコミュニケーションを円滑に進めるためのTIPSも学習します。その後2人1組となり「顧客の説得」「関係部署との調整」「部下の指導」等、様々なシーンを想定したロールプレイを実施。学んだポイントを実践すると同時に、実務における留意点についても学習します。

■ タイムテーブル

9:00	合意形成とは
10:30	問題解決の流れ ①Where ②Why ③How
12:00	
13:00	問題解決話法の手順
14:00	ロールプレイ 「関係部署との調整」
15:30	ロールプレイ 「部下の指導」
17:30	まとめ



■ 講座の特長

- ・ 問題解決の流れと相手を説得するための話法を、2人1組で演習を通して効果的に学習できる

■ 講義形式

インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

■ 主な導入実績

- 総合商社 : 社内ビジネスカレッジ
 - 大手サービス企業 : 希望者研修
 - 大手メーカー : 希望者研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「これまで自分がいかに、相手の話を聞かずに『押し付け』の話し方をしていたかに気が付いた」
- ▶ 「非常に実践的。問題解決の考え方を実際の仕事にうまく活用するイメージがわいた」
- ▶ 「社内で調整する機会が多いため、今後実際の業務で活用していきたい」

インタビュースキル 1日版

Interview Skills

対象
業種

メーカー系

流通系

サービス系

学習
レベル

初級

中級

上級



相手から話を聞き出すという場面において、素早くポイントを押さえたインタビューを実現するために、インタビュアーに求められるスキルを習得します

- 人の話をただ聞かしてしまい、時間がかかる上、肝心なことが聞けていない営業が多い
- 社員が「話を聞き出す」というスキルを習ったことがなく、見よう見まねでやっている



- ☑ お客様の話を構造化して捉え、ポイントを押さえた話ができるようになり、社内外のコミュニケーションが円滑に進む
- ☑ 座学と演習を通じインタビューを体系的に理解でき、コミュニケーションスキルが底上げされる



ここがポイント

「インタビュー」というと馴染みが薄い言葉かもしれませんが、「営業がお客様から話を聞く場面」や「技術開発が大学教授等から話を聞く場面」等、ビジネスにおいて「話を聞き出す」という場面は多く存在します。当社の研修では、「テーマを明確に」「質問項目を作成する」「インタビューを依頼する」等の手順を学ぶのではなく、実際に話を聞く際にどのような頭の使い方をすれば、ポイントを抜け漏れなく押さえて話を聞き出し、議論を深めていけるのかというところに重点を置いて学んでいきます。話を聞き出す場面だけでなく、社内ミーティング等、他の場面でも活用できる思考方法を学べるということで、特に商社等からご好評をいただいております。



進め方イメージ

まず2人1組になり聞く側・聞かれる側を決めた上で、「相手が自分の部署で活躍できるか？」というテーマでインタビューを体験してもらいます。体験を通じて「ストレートに聞けない難しさ」「何を聞いたら良いのかわからない難しさ」を理解し、その後インタビューに必要な論理思考力・仮説思考力について説明していきます。午後は「不振事業の状況把握」というケースでインタビューを行い、実際のビジネスの現場でもスキルを活用できるようにしていきます。

■ タイムテーブル

9:00	インタビューに必要な振る舞い
10:30	インタビューに必要な思考 (=仮説思考)
13:00	インタビューの実践 <ケースインタビュー> 論点ヒアリング 仮説ヒアリング 検証ヒアリング
17:30	まとめ

インタビュースキルの3つのポイント

- 1 議論のポイントを探る
- 2 相手と議論することで自分の考えを深める
- 3 主張の裏付けとなる情報を得る

インタビュースキルとは
「仕事を効率良く進めるためのスキル」

■ 講座の特長

- ・「人の話を聞く」と捉えれば同じように見える「インタビュー」を3つに分類。それぞれのインタビューにおける「頭の使い方」を学んだ上で、実際にケースインタビューを行い、相手の話を効率良く引き出すための実践的な技法を身に付ける
- ・2人1組のペアワークを多く取り入れた、インタラクティブなセッション内容

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

■ 主な導入実績

- 総合商社 : オープンカレッジ
- 大手製薬企業 : 希望者・選抜研修
- 大手SIer : 希望者研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「仕事柄、実際に取引先にインタビューをする機会が多いため、今回のセッション内容は非常に役に立った」
- ▶ 「これまで満遍なくインタビューをしていたが、インタビュー中も頭の中で仮説検証を繰り返すことで、より多くの深い情報が得られることを実感できた」

希望者
研修

課題設定型 問題解決 2日版

Problem Definition & Solving

対象
業種

メーカー系

流通系

サービス系

学習
レベル

初級

中級

上級



目の前で発生している問題を解決するだけでなく、自ら高い「あるべき姿」を設定し、そこに向かって進むためにはどうすれば良いかを考える、問題解決の上級講座です

- 差し迫って解決すべき問題がないと、自発的に動けない社員が多い
- 自部門や自社が将来どうあるべきか、長期的な視点で考えられる社員が少ない



- ☑ 自ら将来目指すべき「あるべき姿」を設定し、その達成のために邁進できるようになる
- ☑ 短期的な成果創出に留まらず、長期的な視野をもって仕事に臨めるようになる



ここがポイント

問題解決には2種類存在することをご存知ですか？ 1つは目の前で発生している、明らかな問題を解決する「発生型問題解決」。そしてもう1つは、明らかな問題がない状況においても、自らが将来目指すべき「あるべき姿」を設定し、その実現のための方法を考える「課題設定型問題解決」です。特に後者は、業務経験を積み、多くの関係者と協力して仕事を進める立場にある、幅広い年代・業種の方に今後求められる重要なスキルです。2つの問題解決は、考える過程で共通の内容も多く、併せて学習することが効果的。本講座では、2日間を通じて共通の企業ケースを用い、2つの問題解決の相違点を意識しながら学習することが可能です。

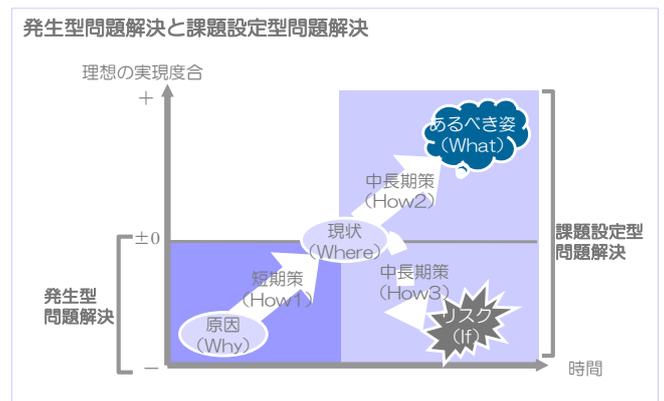


進め方イメージ

DAY1は発生型問題解決を学びます。最初は「東京タワーの売上を伸ばすには？」といった簡単なケースから入り、その後、実在の企業を事例に、ケーススタディ形式で問題の解決策を立案します。DAY2は課題設定型問題解決を学びます。DAY1で用いた企業のケースを引き続き用い、発生している問題を解決した後、この企業はどのような「あるべき姿」を目指すべきなのか、その「あるべき姿」に到達するにはどうすれば良いのか、について引き続き検討します。

■ タイムテーブル

DAY1		DAY2	
9:00	発生型問題解決 問題解決力チェック How思考の落とし穴 論理思考基礎 問題解決の3ステップ <簡易ケース> ①Where	9:00	<企業ケース> ②Why ③How
11:00	問題解決の3ステップ <簡易ケース> ①Where	10:30	課題設定型問題解決 ①問題とは何か
13:00	②Why ③How <企業ケース> ①Where	13:00	②あるべき姿(What) ③阻害要因(If) ④打ち手(How)
17:30	まとめ	17:30	まとめ



■ 講座の特長

- ・ DAY1は発生型問題解決に必要な思考の手順とその重要性について解説
- ・ DAY2は問題を認識することの重要性を伝え、問題認識の上で重要な「あるべき姿」の設定と、「あるべき姿」に向かうための検討の進め方をケーススタディを通じて体得する

■ 講義形式

インタラクティブ・レクチャー(ディスカッションを交えた問題演習形式)

■ 主な導入実績

- 大手通信事業者 : 希望者研修
- 総合商社 : 希望者研修
- ネットベンチャー : 希望者研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「問題解決というと、クレームやトラブルを想像していた。あるべき姿と現状のギャップを問題と捉える『課題設定型』の考え方は、日々の業務の中でも非常に有用」
- ▶ 「常に『あるべき姿』を考え続ける重要性がわかった」

仮説思考 1日版

Hypothetical Thinking

対象
業種

メーカー系

流通系

サービス系

学習
レベル

初級

中級

上級



検討の目的に対して、どのような論点を優先的に検討すべきかを明確にし、それら論点に対して仮説を設定することで、効率的に検討を進めるための考え方を学びます

- スピーディーな業務遂行を求められているが、検討に時間がかかり、効率的に進められない
- 求められていることを捉えることができず、相手を納得させることができない



- ☑ 時間をかけた「ベストな答え」ではなく「ベターな答え」で、効率的に業務遂行ができる
- ☑ 検討の目的や論点を捉え、相手が納得する答えを出すことができる



ここがポイント

変化が大きく、予測が難しいビジネスの場では、目的と論点を正しく捉え、効率的・効果的に業務を進めることが求められます。何か業務を任せられたときに、じっくり正確に情報収集や分析を行ってしまい、結局何をすべきかの結論に至るまでに時間がかかりすぎてしまう。業務の目的や相手の論点を正しく把握することができず、少しずつ結論をもってきてしまう。そんな方を対象に効率的に業務を進めるための思考法をお伝えするプログラムです。本講座で学ぶ仮説思考は、ベストな答えを追い求めるのではなく、短時間でベターな答えを狙うという考え方であり、特に「新しいこと」に取り組むときに必須となるスキルを身に付けることができます。



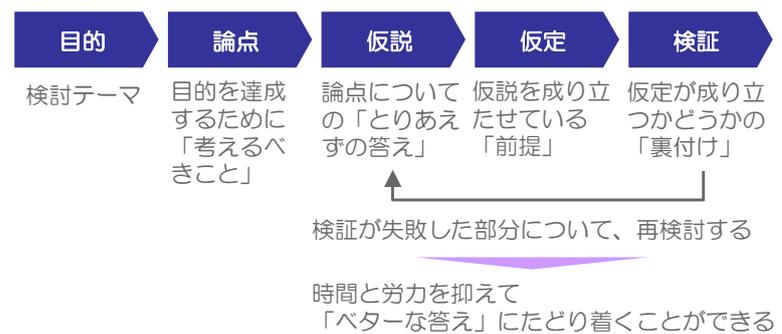
進め方イメージ

仮説思考の重要性を理解いただいた上で、「目的・論点・仮説・仮定・検証」の各ステップでのポイントをケーススタディを通じて学んでいただきます。目的・論点のパートでは「正しい問い」を考えることの重要性とその手法を学んだ上で、検討していることの「そもそもの目的」と「考えるべき論点」を見極める演習を行います。仮説・仮定構築のパートでは論点に対する仮説の立て方と仮定の置き方を学び、検証のパートでは仮説を確かめるための事前検証と実行検証の違いや、検証を進めるための計画の立て方、仮説思考のサイクルの回し方を学びます。最後にリアルなビジネスシーンを想定したケーススタディによって実務での活用に繋がります。

■ タイムテーブル

9:00	仮説思考とは
10:00	目的・論点の把握
11:00	仮説と仮定の検討
13:00	仮説と仮定の構築
14:00	検証とワークプランの策定
15:00	仮説思考実践演習
17:30	まとめ

仮説思考の流れ



■ 講座の特長

- ・ 効率的に業務を進めるために、ただの「あてずっぽう」ではなく、目的・論点を捉えた上での仮説構築の重要性を理解する
- ・ 本講座では、仮説思考の流れと要点を理解した後、「目的・論点の把握」「仮説構築」「検証プラン策定」の各要素を演習を通して学ぶ

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

■ 主な導入実績

- 大手コンサルティング会社 : 若手社員研修
- 大手証券会社 : 中堅社員研修
- 大手製薬会社 : 仮説思考研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 仮説思考の流れを理解することができ、効率的に仕事を進めることが実感できた
- ▶ 情報や時間が限られる中で、仮説を構築し、生産性高く業務を進めることの重要性とその思考法を理解することができた

希望者
研修



顧客に対する深い観察や考察によって、具体性や実効性がありつつも「新しいビジネス」を考えるための方法論を学びます

- 新しいビジネスのアイデアが求められているが、どのように考えるべきかわからない
- ビジネスのアイデアはたくさんあるものの、どのように検討を深めていくべきかわからない



- ☑ 顧客の深い観察によって、新しい価値に気付くための考え方がわかる
- ☑ 新たな価値に合わせて、戦略やビジネスモデルを考えるための第一歩が踏み出せる



ここがポイント

既存事業の問題解決も大切ですが、それだけでは事業が頭打ちになる可能性があります。かといって、ゼロから戦略やビジネスモデルを描き、新規事業を立ち上げることも容易ではありません。本研修では新たなビジネスの種を見つけるための第一歩として、自社、または世の中にある既存サービス・事業の顧客を見つめ直すことで、新たな価値に気づき、実効性のあるビジネスを考えていくための方法論を学びます。「実効性のある新しいビジネスの種を見つけるためにはどのような考え方が必要か？」を学べる研修です。

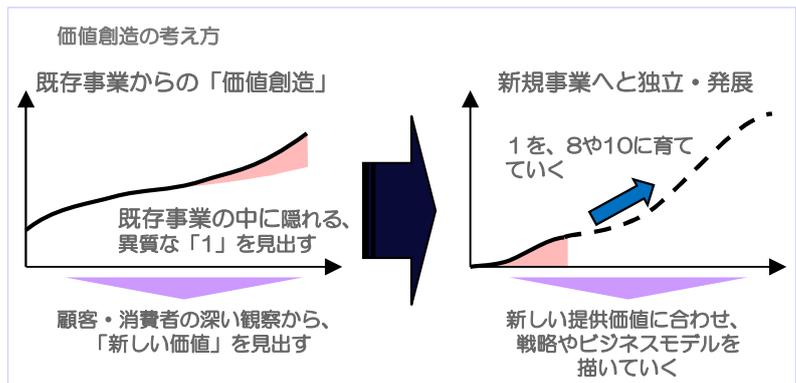


進め方イメージ

価値創造の必要性を理解した上で、新たな価値を見つけるための具体的な考え方を学びます。「価値創造の必要性」のパートでは、企業のケースを元に「既存事業の改善」と「全く新しいビジネスの創出」で求められる考え方が異なることを学びます。「価値創造の考え方」のパートでは3つのキークエスチョン「①顧客はだれか？」「②新しいか？」「③核心的か？」に沿って、身近なケースやビジネスを元にしながら、具体的な考え方を学びます。実際の企業における「価値創造の事例」にも触れながら、ケーススタディで新たな価値を見つけるための考え方を実践的に理解します。

■ タイムテーブル

9:00	価値創造の必要性
10:00	価値創造の前提スキル
11:00	価値創造の考え方
13:00	午前中の続き
14:00	ケーススタディ
15:00	事例考察
17:30	まとめ



■ 講座の特長

- ・ 新しいビジネスの種を考えるための「価値創造」のプロセスを理解する
- ・ 新たな価値に合わせたビジネスを考えるための具体的な方法論やポイントについて、身近なケースを使いながら理解を深める

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

■ 主な導入実績

- 大手化学メーカー : 中堅社員研修
 - 大手設計会社 : 希望者研修
 - 大手鉄道会社 : 役職者研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 価値創造の仕組みとプロセスを学び、顧客視点からの価値を考えるべきことに気付いた
- ▶ わかりやすい身近な事例を交えた研修だったためイメージが湧きやすく、実務にも活かしたいと感じた

デザイン思考 1日版

Design Thinking Training

対象
業種

メーカー系

流通系

サービス系

学習
レベル

初級

中級

上級



ヒトが抱える困りごとやニーズに焦点を当て、その解消法を考えます。プロダクトデザイン/サービス開発だけでなく、組織課題も含む様々なテーマに対応できる思考法です

- 論理的な解決策は導き出せるが、柔軟性に乏しく前例踏襲になりがち
- 検討に時間を要することが多く、環境変化に対応できない



- ☑ 論理だけでは導き出せない、非連続な解決策を導き出せるようになる
- ☑ ヒトの気持ちを重視した解消法が導き出せるため、実行フェーズでの手戻りが起こりにくい



ここがポイント

何かしらの問題や困りごとを解決するための思考方法は、一つとは限りません。デザイン思考はヒトの感情に耳を傾け、困りごとやニーズの本質を明らかにした上で、相手が満足・安心する解消法を導き出す思考方法です。弊社が提供している問題解決思考と併せて習得することで、コトやヒトに対応できる真の問題解決パーソンを育成することができます。

また、デザイン思考はトライ&エラーを繰り返しながら解消法の精度を上げるため、沈黙思考よりも行動を好む方に適した思考方法です。



進め方イメージ

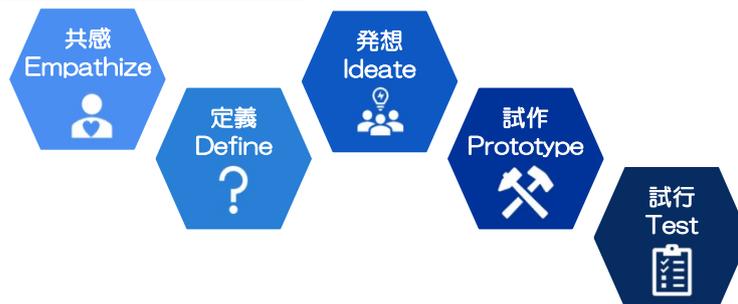
デザイン思考の5フェーズ(共感・定義・発想・試作・試行)と4スタンス(人を中心にする・周囲とともに進める・手を動かす・冒険する)を理解した上で、弊社作成のケース教材を用いて習得を進めます。ケース検討を進める中で、フェーズごとのポイントを学び、講師との対話や受講者議論を通じてデザイン思考の理解を深めます。

研修終盤では、デザイン思考を用いて実務課題を検討します。時間の都合上、子細な検討は行いませんが、研修後の継続検討を見据えた検討プラン作りを行います。

■ タイムテーブル

9:00	デザイン思考の全体像
10:30	共感フェーズ
11:30	定義フェーズ
13:00	定義フェーズ(続き)
14:00	発想フェーズ
15:30	試作/試行フェーズ
16:30	自業務課題検討
17:30	まとめ

デザイン思考の「フェーズ」



■ 講座の特長

- ・ 理論だけでなく、ケースや実務課題を通じて実践できるデザイン思考を学べる
- ・ BtoCのみに有用と考えられているデザイン思考を、組織課題を含めた様々な課題に利用できるようになる
- ・ 講師は受講者の思考に共感しつつ、課題を定義して適切なフィードバックを行うため、学びの深度が深い

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー(ディスカッションを交えた演習形式)

■ 主な導入実績

- 大手メーカー : 希望者向け研修
- 大手SIer : 役職者向け研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「デザイン思考という言葉はよく聞かすが、具体的にどのような考え方が必要なのか理解できた」
- ▶ 「営業活動に従事しているが、顧客にソリューション提供する際の参考になった」
- ▶ 「自分が抱えている課題について、デザイン思考を利用することで光明が見えた」

希望者
研修

ピープルマネジメント 1日版

Management of members

対象
業種

メーカー系

流通系

サービス系

学習
レベル

初級

中級

上級



役員・マネジャー・リーダーなど、組織目標達成とメンバー育成の両方を求められる方にその実現方法をお伝えする内容です

- 組織目標達成とメンバー育成のバランスが悪く、時間や手間が膨大になっている
- 組織目標達成できる管理者はいるが、メンバー育成がおざなりで、組織力が高まらない



- ☑ 組織目標達成とメンバー育成は別物ではなく、共に経験学習サイクルに含まれることを学習
- ☑ コーチングやティーチングの違いを理解し、場面に応じて使い分けられる



ここがポイント

自らの経験から学ぶ、「経験学習サイクル」の重要性が叫ばれています。経験学習サイクルは4つのステップから構成されており、各ステップについては解説されているものの、具体的にどのようなスキルが必要でどう用いれば良いかを体系的に学べる書籍や研修は少ないようです。

本講座では、ティーチングパート(実践・経験)とコーチングパート(内省・概念化)のそれぞれに必要なスキル習得を図るだけでなく、組織としてピープルマネジメントを行うためのポイントについても学習します。



進め方イメージ

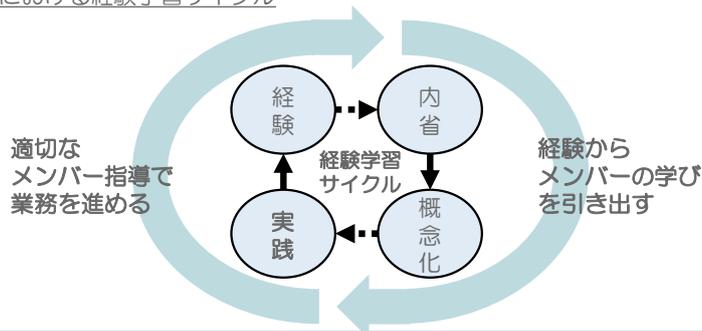
ティーチングパート(実践・経験)で重要なことは、メンバーに応じたコミュニケーションです。本講座では、メンバーの状態を見極める方法とコミュニケーションの種類を学ぶことで、「メンバーに応じた」コミュニケーションの実践を促します。コーチングパート(内省・概念化)では、メンバーの経験内容と認知度合いに即したコーチング方法を習得します。

また、組織全体でピープルマネジメントを行う際には、作業分担や情報連携の仕組み作りを行う必要があります。研修後半では組織で行うためのポイントについても学びます。

■ タイムテーブル

9:00	ピープルマネジメントの全体像
10:00	ティーチングパート ①メンバーの状況を見極める
11:00	②適切なコミュニケーションとは
13:00	ティーチングパート ②適切なコミュニケーションとは(続き)
14:30	コーチングパート
16:30	組織で実践する際のポイント
17:30	まとめ

仕事における経験学習サイクル



■ 講座の特長

- ・ 経験学習サイクル実践に必要な、ティーチングとコーチングのスキルを習得できる
- ・ 受講者同士でのペアワークを含め、より実務に近い演習を実施
- ・ 個人対個人だけでなく、組織でピープルマネジメントを行う際のポイントも学べる

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー (ディスカッション及びペアワークを実施)

■ 主な導入実績

- 大手総合商社 : 課長層向け
- 大手金融機関 : 主任向け
- 経営コンサルティングファーム : マネジャー向け
他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「経験学習サイクルの書籍は読了していたが、具体的なアクションがイメージできていなかった。研修内容を活かして実践したい」
- ▶ 「『できる人』に仕事を任せてしまい、組織力が高まっていなかったが、ティーチングとコーチングを使い分けて組織力を高めたい」

アカウンティング 2日版

Accounting

対象業種	メーカー系	流通系	サービス系
学習レベル	初級	中級	上級



事業を牽引するリーダーが知っておくべき会計知識について、分析方法だけでなく、分析結果を企業活動や経営方針にまで結び付ける力を養う講座です

- ❑ 財務分析の方法は知っているが、分析結果を使って何をすれば良いのかわからない
- ❑ 財務諸表からは経営状態の良否しか判断できず大手競合の分析には活用していない



- ☑ 財務分析を活用して、現状の問題点を探り出し、発生原因を考えることができるようになる
- ☑ 競合の経営戦略を、自社の財務諸表と時系列に比較して読み解くことができるようになる



ここがポイント

アカウンティングという、ROEやROA等の指標計算をイメージする方が多いと思います。もちろん指標計算はアカウンティングの中で重要な要素ですが、計算して数字を出して、それを比較して終わり、という書籍や研修が多いのが実情です。しかし本当に重要なのは、計算結果の数値から、数値の背後にある事業活動や、問題の発生原因を探ることです。この「数値を読み解く」スキルを身に付けているかどうかで、同じ財務諸表を見ても、読み取れる情報量や考察する内容に大きな違いが出てきます。本講座では、「読み解き」に重点を置き、普段の仕事や問題解決を行う中で、財務数値をいかに活用していくかまで踏み込んで学習します。

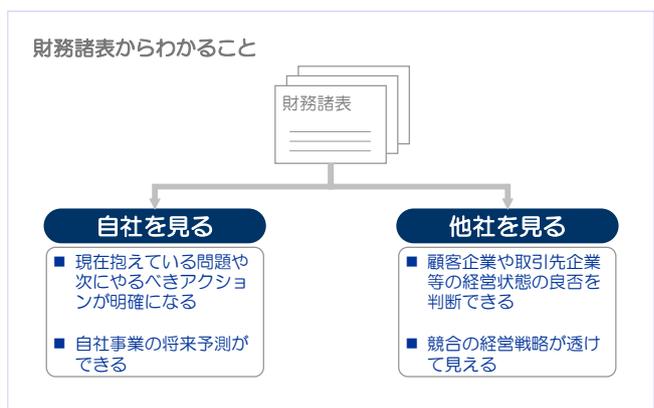


進め方イメージ

財務諸表を見る視点を、収益性、安全性、成長性、効率性の4つと定義し、同じ業界に属する2つの企業の財務諸表を見比べながら分析を進めていきます。分析が進むにしたがって、単なる数値だった財務諸表から、2つの企業の事業特性がどんどん明らかになっていき、最後にはこの2つの企業がどの会社なのかのわかるまでになります。演習で用いるケースの業界は、ソフトウェア会社やビール会社、乳業メーカー等、企業の特徴をイメージしやすいものを使用しています。

■ タイムテーブル

DAY1		DAY2	
9:00	財務会計分析とは	9:00	問題解決との繋がり
9:30	P/Lとは ①5つの利益 ②業界別特徴(利益と費用) ③収益性分析演習		抱えている問題の読み解き (財務分析結果から)
11:30	B/Sとは ①事業特性の把握	10:30	<簡易ケース> ①財務指標分析
13:00	②安全性分析演習	13:00	②抱えている問題点
14:30	P/L・B/Sによる財務会計分析 ①成長性分析の指標 ②成長性分析演習 ③効率性分析の指標 ④効率性分析演習	14:00	<企業ケース> ①時系列分析 ②比較分析
17:30	まとめ	17:30	まとめ



■ 講座の特長

- ・ 企業の生の財務諸表を4つの視点で分析し、最後に分析結果から導かれる「企業が抱えている問題」と「その問題の発生原因仮説」をまとめることで、「背後の因果」までを含めて考えることを体感できる

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー(ディスカッションを交えた問題演習形式)

■ 主な導入実績

- 大手SIer : 希望者研修
- 中堅サービス業 : 希望者研修
- 大手化学メーカー : 希望者研修
- 総合商社 : 社内カレッジ
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「財務分析には苦手意識があったが、一つずつ順に学習することで、自分にもできそうだと感じた」
- ▶ 「最初は数字の羅列だった財務諸表から、最後はその企業がどこなのかまでわかるようになった」
- ▶ 「もっと多くの財務諸表を自分で見てみようと思った」

希望者研修



経営戦略立案に必要な基礎的理論や分析・検討方法、考え方をケースを踏まえながら学び、実際に自社の経営戦略に当てはめて身に付ける講座です

- 将来的に自部署の戦略立案に関わらなければならないが、何を学べば良いかわからない
- 経営戦略について知識は持っているが、いざ立案しようとしてもやり方がわからない



- 経営戦略立案に必要な知識・スキルが明確になり、不足分を自分で磨けるようになる
- 実際に自部署の戦略立案が行えるだけでなく、全社戦略への提言もできるようになる



ここがポイント

「戦略」という言葉を聞いてイメージする内容は人によってバラバラです。ビジョン、戦術、施策等、似て非なる概念も巷にあふれています。本講座では、戦略とは「目指すべき“あるべき姿”とそこへ至る大きな道筋である」と定義し、あるべき姿をどのように設定すれば良いのか、大きな道筋とはどのように考えれば良いのかを、わかりやすくステップに則って学びます。分析のためのフレームワークも多数紹介しますが、「実際の仕事の中でどのような場合に使えるのか」「分析した結果をどのように戦略に繋げるのか」まで掘り下げて検討・学習する点が、他社の研修と一線を画し、多くの導入企業から評価されています。



進め方イメージ

経営戦略とは、事業単位でいかに競争に生き残るかを考える「競争戦略」と、複数の事業を統合し、いかに収益を安定させるかを考える「安定化戦略」に分かれます。企業のケースを用いて戦略を検討した後、最終的には自社の事業の競争戦略や、自社全体の安定化戦略の検討までを行います。学んだ内容を自社の状況に当てはめることで、より深い学びを得るとともに、自社の経営を身近に感じることができるようになったと、受講者の方々からも好評です。

■ タイムテーブル

DAY1		DAY2	
9:00	経営戦略とは 競争戦略 安定化戦略	9:00	<自社ケース> 競争戦略立案
10:00	競争戦略<現状把握> ①外部環境分析 ②内部分析		
13:00	競争戦略の3つの要件 ①顧客提供価値 ②事業ドメイン ③差別化の核	13:00	安定化戦略の3つの要件 ①全社ドメイン ②事業の多角化 ③投資のバランス
15:00	<企業ケース>	15:00	<企業ケース>
17:30	まとめ	16:00	<自社ケース> 安定化戦略立案
		17:30	まとめ



■ 講座の特長

- ・ 企業の持続的な発展・成長のために立案される経営戦略を、競合と競いながら事業の収益性を上げるための「競争戦略」と全社収益を安定させるための「安定化戦略」の2つに分けて、まずこの2つの戦略立案に必要な基本的な理論を解説
- ・ その後、企業ケースの分析・検討を行い、最後に自社・自部門に対する提言を作成する

■ 講義形式

インタラクティブ・レクチャー(ディスカッションを交えた問題演習形式)

■ 主な導入実績

- 大手電子機器メーカー : 事業部内 希望者研修
- 大手機器メーカー : 希望者研修
- 大手SIer : 希望者研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「これまで曖昧だった戦略というものについて、体系的に学ぶことで理解できた」
- ▶ 「自社の経営を考えることで、会社の目指すべき方向性や、そこへどのように向かおうとしているのか、何となくが見えてきた」

マーケティング 2日版

Marketing & Pricing

対象業種	メーカー系	流通系	サービス系
学習レベル	初級	中級	上級



顧客提供価値の検討から、セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニングというマーケティングの基本を検討。その後、製品戦略やプライシングについても考察します

- マーケティングという言葉はよく耳にするが、体系立ててしっかりと学んだことがない
- 製品戦略や価格戦略といった、マーケティングの4Pに踏み込んだ内容までは理解していない



- ☑ 経営戦略や問題解決との関連性も理解でき、マーケティングを実務で使えるようになる
- ☑ 顧客提供価値、製品コンセプト、最適価格帯等、具体的な対策を考えられるようになる



ここがポイント

マーケティングという言葉は世の中に溢れていますが、その定義は研修会社によりかなり違いがあります。マーケティングという講座でも、内容が経営戦略だったり、具体的なBtoC向けの広告手段であったりと、千差万別です。当社の「マーケティング」では、前半で経営戦略論と通じる「セグメンテーション」「ターゲティング」「ポジショニング」について解説を行い、後半は具体的な販売活動に入る前の「プロダクト」と「プライス」に焦点を絞った講座を提供します。

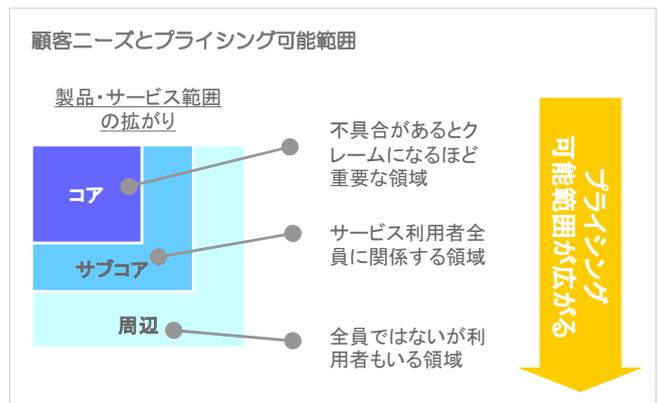


進め方イメージ

DAY1は顧客ニーズの理解から講義を行います。顧客ニーズのコア・サブコア・周辺等を検討した後に、顧客ニーズに基づいて狙いを定める「セグメンテーション」を解説。さらに、狙える切り口で対象を捉え直す「ターゲティング」、競合他社との違いを浮き彫りにする「ポジショニング」についても解説します。一連の内容は、ある食料品メーカーのヒット商品を取り上げた事例で解説します。DAY2は「プロダクト」と「プライス」にフォーカスし、さらに、具体的に理論とケースで理解を深めます。

■ タイムテーブル

	DAY1	DAY2
9:00	マーケティングとは セールスとの違い	9:00 マーケティングの具体的施策 10:00 ①Product KBFと製品コンセプト
10:00	マーケティング戦略の基本 ①顧客ニーズ	
13:00	②セグメンテーション	13:00 ②Price プライシングの考え方 課金範囲を広げる
14:30	③ターゲティング	15:30 ③Place & Promotion 流通チャネルの検討 プロモーション策の検討
16:00	④ポジショニング	
17:30	まとめ	17:30 まとめ



■ 講座の特長

- ・ 体系立てて学ぶことで、経営戦略、問題解決等、関連する知識領域との関係性がよく理解できる
- ・ 製品戦略、価格戦略等を立案する際に必要となる、踏み込んだ検討が可能

■ 講義形式

インタラクティブ・レクチャー(ディスカッションを交えた問題演習形式)

■ 主な導入実績

- 大手通信会社 : 希望者研修
- ベンチャー企業 : マネジャー研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「マーケティングという言葉はよく耳にしていたが、具体的にどのような内容かがよく理解できた」
- ▶ 「プライシングでの『こっそり値上げ』『課金範囲を広げる』といった発想は目からウロコが落ちるほどのインパクトがあった」

希望者研修

ファイナンス&収支予測 2日版

Finance & Income Estimate

対象業種

メーカー系

流通系

サービス系

学習レベル

初級

中級

上級



ファイナンスのうち、事業会社の社員に必要な「キャッシュフロー」「現在価値」「投資評価」等にフォーカスした講座です。併せて簡単な収支予測も実施します

- キャッシュフロー、NPV、WACC等、ファイナンス用語を理解していない
- 理論は理解したが、実際の業務でどのような局面でどのように使えるのかがわからない



- ☑ ビジネスでよく目にする主要なファイナンス指標の考え方や意味合いがわかるようになる
- ☑ 投資判断・収支予測等、実務的な局面を想定した演習により、業務での使い方を理解できる



ここがポイント

ファイナンスは取っ付きにくい・・・そう感じている方が多いかもしれません。なぜならば、ファイナンスという学問はそもそも「投資家のための学問」であり、一般事業会社の社員にはあまり関係しない内容が多く含まれるからです。しかし、だからといって事業会社の社員にファイナンスは不要かという、そうではありません。キャッシュフロー、現在価値、投資評価といったお金に対する基本的な考え方は広くビジネスに共通するものであり、習得の必要があります。本講座は、事業会社のミドルマネジャーに関係する内容にフォーカスし、ファイナンスをわかりやすく解説します。



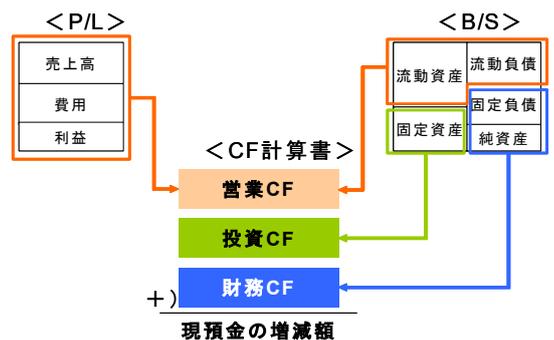
進め方イメージ

DAY1はキャッシュフローの考え方を解説した後、簡単なケーススタディを用いてキャッシュフロー計算を行い、理解を深めます。その後、企業の資金調達方法についても考察し、CAP-M、WACC等、基本的な指標の考え方と計算方法についても学習します。DAY2は、現在価値、正味現在価値(NPV)等についての考え方を解説。簡単な投資計画を元に、プロジェクトの採算性を判断します。最後に実際の企業ケースを用いた演習を行い、企業の財務戦略の違い等について考察を行います。

■ タイムテーブル

DAY1		DAY2	
9:00	利益とキャッシュの違い	9:00	企業による投資判断の基本 ①現在価値 ②NPV ③FCFを使ったNPV
10:00	キャッシュフロー計算 -営業CF、財務CF、投資CF	10:30	
13:00	企業による資金調達の基本 ①資金調達的手段と選定の視点	13:00	簡易ケース 事業投資判断
14:30	②資金調達コスト ベータ値とは CAP-M WACC	15:00	企業ケース 財務戦略の違い
17:30	まとめ	17:30	まとめ

財務3表の関連性



■ 講座の特長

- ・ キャッシュフロー、WACC、NPV等、理解されにくいファイナンスの理論をわかりやすく解説
- ・ 実際の企業ケースを用い、ファイナンスの考え方が企業経営にどのように役立つかについても理解を深めることができる

■ 講義形式

インタラクティブ・レクチャー(ディスカッションを交えた問題演習形式)

■ 主な導入実績

- 総合商社 : 社内カレッジ
- コンサルティングファーム: 希望者研修
他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「本を読んでもなかなか理解できなかったファイナンスの理論について、理解が深まった」
- ▶ 「仕事で何となく目にする機会があったが、初めて体系立てて学ぶことができた」

組織マネジメント・リーダーシップ 2日版

Human Resource Management & Leadership

対象
業種

メーカー系

流通系

サービス系

学習
レベル

初級

中級

上級



現場の管理者・マネジャー向けに、部内の目標展開、意思決定、人材育成の仕組みを設計するための基礎知識を提供する研修です

- 課せられた目標があるものの、具体的に何をどう指示すれば、目標達成できるかわからない
- 部下からの信頼や協力を得られておらず、仕事が円滑に遂行できていない上司が多い



- ✓ 目標を確実に達成するための、具体的な活動方法や指示の仕方がわかるようになる
- ✓ 部下から適切なタイミングで必要な情報収集ができ、滞りなく業務が遂行できるようになる



ここがポイント

目標展開や意思決定、人材育成といった課題は、現場で仕事をしている管理者やマネジャーの多くが抱える悩みでもあります。本講座の大きな特徴は、現場の管理者をターゲットとして、いかに仕事を円滑に進めるための仕組み作りを行うか、いかにリーダーシップを発揮して部内の求心力を高めていくか、に焦点を当てたプログラムになっています。多くの職場でよく起きている問題を取り上げ、自分が上司だったらどのように対処するのかを検討する中で、必要な知識・スキルを身に付けていただけます。

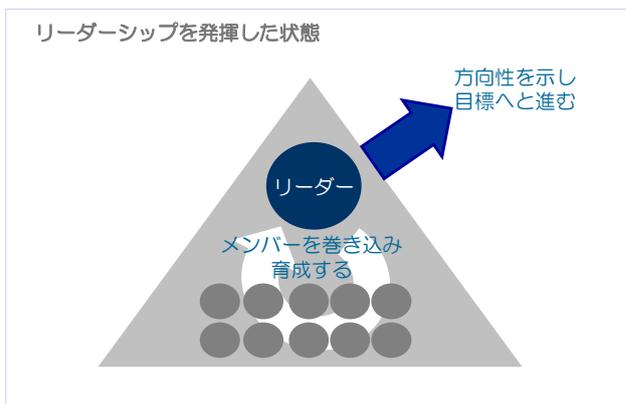


進め方イメージ

10名弱の部下をもつ、ある支店長のケースを扱います。本社からチャレンジングな売上目標を課されたり、自分の知りたい情報が部下からタイミング良く報告されていなかったり、部下のモチベーションが下がっていたり、突如転職になりそれまでのやり方が通用しなくなったり…といった、実際の職場でよく起こりがちな問題がケースの中で次々と発生し、それらへの対処方法を学んでいきます。

■ タイムテーブル

DAY1		DAY2	
9:00	組織マネジメントとは 戦略を目標・行動に落とし込む	9:00	組織力強化のための 業務分担をする
9:30			
11:30	①数値目標を行動に変える ②行動を個人に割り振る ③行動目標を設定する	11:30	①業務と目標の付与 ②組織内の最適配分
13:00		13:00	状況に応じてリーダーシップを 発揮する
14:30	目標管理の体制を構築する ①レポートライン、責任・権限 ②会議体の設計	14:30	①状況把握 ②リーダーシップスタイルを 使い分ける
17:30	まとめ	17:30	まとめ



■ 講座の特長

- ・ 人事向けではなく、現場の管理者・マネジャー層向けに特化したプログラム
- ・ 部内の目標管理、意思決定、人材育成の仕組み作りにあたって必要な知識・スキルを提供する

■ 講義形式 インタラクティブ・レクチャー（ディスカッションを交えた問題演習形式）

■ 主な導入実績

- 大手化学メーカー : 希望者研修
- 中堅サービス業 : 希望者研修
- 中堅SIer : 希望者研修
- 官公庁 : 希望者研修
- 他、多数

■ 受講者の声

- ▶ 「マネジメントについては、本を読んでも一般論すぎてわかりにくいと思っていた。この研修はケースを中心に進んでいくので、自分の立場に置き換えて考えることができ、非常に有用だった」
- ▶ 「部下の業務内容がわかっていないと、適切な指示ができない、ということに改めて気付かされた」

希望者
研修

株式会社 プレセナ・ストラテジック・パートナーズ

<http://www.precena.com/>

〈ジャパン オフィス〉

〒102-0072 東京都千代田区飯田橋4-7-10 飯田橋セントラルビル 9F
TEL : 03-5856-8859 (代表)

〈シンガポール オフィス〉

Precena Strategic Partners Asia Pacific PTE. LTD.
298 Tiong Bahru Road, #05 - 01, Central Plaza, Singapore 168730
TEL : +65-6513-4869

〈インドネシア オフィス〉

PT. Precena JAC Strategic Partners
INTILAND Tower, 19th Floor,
Jl. Jend. Sudirman Kav. 32, Jakarta 10220, Indonesia

〈マレーシア オフィス〉

Precena Strategic Partners Pte. Ltd.
Unit 39-02 (East Wing), Q Sentral 2A Jalan Stesen Sentral 2,
Kuala Lumpur Sentral, 50470 Kuala Lumpur



Precena Strategic Partners

©Precena Strategic Partners Co., 2024, all rights reserved