

研修ツール・サーベイ・人材開発(研修)支援・コンサル
NOMA 企業内教育支援コンテンツガイド

人材教育プログラム (P1~18)

- ◆人材教育プログラム（体系図等）・・・P 1
- ◆階層別マネジメント基礎教育・・・P 2
- ◆営業マーケティング力・CS向上教育・・・P11
- ◆その他研修・関連サービス・・・P15

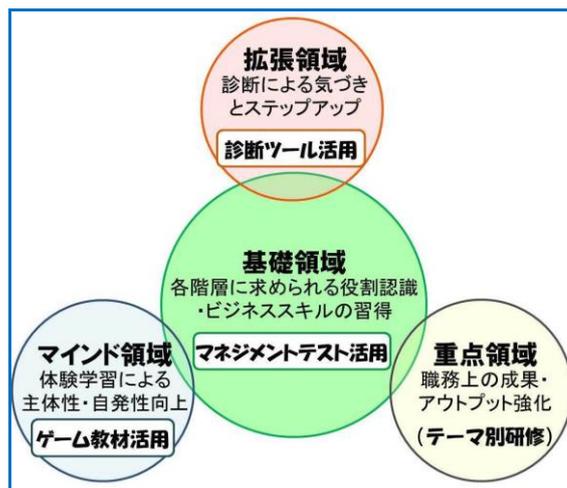
研修効果を高める「研修ツール」 (P19~22)

マネジメントテスト、自己診断ツール、多面評価ツール
マナーテキスト、教育訓練ゲーム

人材教育プログラム

管理職の能力向上、従業員のモチベーションアップ、若手の早期育成、各種テーマ別人材育成など、企業毎に抱えるさまざまな課題や時代のニーズにあわせた各種の教育研修プログラム、研修ツールのご提供をいたします。また企業の経営目標を実現し、高い業績をあげるためのプログラムやソリューションを提供し、新たな企業価値の創造に貢献します。

ここではOff-JTで気づきを促し能力開発すべき領域の一例と能力開発の一助となる代表的な教育研修プログラム例を掲載いたしますのでご参照ください。



階層別マネジメント基礎教育

◆代表的なプログラム例

階層	基礎領域	拡張領域	マインド領域	重点領域
経営幹部 部門長				事業戦略策定研修 実践コンプライアンス・危機管理
管理職 新任管理職	マネジメント力強化研修 (MTⅣ使用)	目標による管理研修 (MRⅡ使用)	チームマネジメント研修 (ゲーム教材使用)	論理的問題解決 プロジェクトマネジメント入門
職場リーダー 中堅社員	中堅・職場リーダー研修 (MTⅢ使用)	ビジネスコミュニケーション多面評価意識改革 (MRⅠ使用)	リーダーシップ&フォロワーシップ研修 (ゲーム教材使用)	職場の業務改善研修 OJT・メンター研修
若手社員 新入社員	新入社員研修 (MTⅠ使用)	社会人基礎力研修 (STⅠ使用)	チームビルディング研修 (ゲーム教材使用)	段取り力強化 タイムマネジメント研修

[注] マネジメントテスト (MTⅠ、MTⅢ、MTⅣ)、診断ツール (STⅠ、MRⅠ、MRⅡ使用)、ゲーム教材の詳細については、P19～22をご参照ください

◆その他の研修テーマ例・・・詳細についてはお問合せください

ロジカルシンキング、コーチング、ファシリテーション、アンガーマネジメント、ストレスマネジメント、コミュニケーション、キャリアマネジメント (若手・中堅向け)、キャリアバリューアップ (シニア向け)、アセスメント研修、次世代リーダー研修、女性リーダー研修

営業マーケティング力・CS向上教育

◆代表的なプログラム例

領域	研修	
営業力強化	診断ツール活用	セールスパーソン強化 (LDⅠ使用) セールスマネージャー強化 (LDⅡ使用)
	その他	プレゼンテーションスキルアップ ビジネス交渉力
マーケティング	マーケティング基礎入門	マーケティングセンス強化
CS向上	ホスピタリティ向上 (接客販売力強化)	クレーム対応

[注] 診断ツール (LDⅠ、LDⅡ) の詳細については、P20～21をご参照ください

階層別マネジメント基礎教育

新入社員・若手社員向け研修 モデルプログラム例)

研修モデルプログラム名	新入社員研修モデルプログラム ～理解度促進テスト『MT I. 仕事の基本理解テスト』を活用！～	
研修のねらい (到達目標)	1. 階層別に必須ビジネス知識を効率的に学習できます。 2. 身近なビジネスシーンを題材に原理原則を学びます。 理解度促進テスト領域【1) 社会人・組織人 2) ビジネス(IT)コミュニケーション 3) ストレスコントロール 4) ビジネスシーン 5) 仕事の進め方(PDCA) 6) 仕事の取り組み姿勢】 3. 「知る」⇒「分かる」⇒「できる」へ促す最適な研修です。	
研修期間	標準：2日	
有効対象	新入社員	
研修ポイント	【理解度促進テストの活用】 階層別に必須ビジネス知識を効率的に学習できます！ 「知る」⇒「分かる」⇒「できる」へ促す最適な研修ツールです。社内インストラクターの方にもご活用いただける身近なビジネスシーンを取り上げた題材です！ 階層に応じてテスト領域を変えておりますので新入社員から管理職までの階層でご活用いただけます。「個人で考える」⇒「グループ内で他の考え方も共有する」⇒「グループの統一見解をまとめる」⇒「グループ間で意見交換し切磋琢磨する」⇒「解説を聞いて分かる」⇒「討議を通じて組織力を学ぶ」の手順で進めます。	
モデルプログラム事例		
	1 日 目	2 日 目
オリエンテーション 1. 自己紹介 2. 学生から組織人、社会人へ 3. 職場を取り巻く環境変化 4. 『MT I. 仕事の基本理解テスト』の実施 テスト領域：6領域：YES, NO回答方式 【1) 社会人・組織人 2) ビジネス(IT)コミュニケーション 3) ストレスコントロール 4) ビジネスシーン 5) 仕事の進め方(PDCA) 6) 仕事の取り組み姿勢】 (1)個人研究 (2)グループ研究 (3)グループ発表 (4)グループ間意見交換 (5)解答と解説	(6)実習から学ぶこと	5. 各種対応のロールプレイング (1) 対応の重要性 (2) 電話対応 (3) 来客対応 6. 職場の人間関係 (1)コミュニケーションとチームワーク (2)よい人間関係をつくるために (3)相互理解のために (4)好感を持たれる人間の要素 (5)話し方 【講義と実習】 7. まとめ

研修モデルプログラム名	社会人基礎力CAMPモデルプログラム ～社会人基礎力自己診断ST Iを活用！～	
研修のねらい (到達目標)	「社会人基礎力」とは、経済産業省よって「職場や地域社会の中で多様な人々とともに仕事を行っていく上で必要な基礎的な能力」(「社会人基礎力」として定義された3つの能力、12の要素です。 「前に踏み出す力」、「考え抜く力」、「チームで働く力」の3つの能力とそれらを構成する12の要素の重要性を気づかせ「自己診断」で自己の強み弱みを知ることでの自己啓発ポイントやキャリア形成に役立っています。	
研修期間	標準：2日	
有効対象	若手社員～中堅社員	
研修ポイント	【社会人基礎力自己診断の活用】 新人・若手社員の育成過程において“共通”で“一環”した指標として「社会人基礎力の3つの能力・12の能力要素」を活用し、「自らが気づき、伸びる意欲を引き出す」研修プログラムです。 自己診断から明らかになった自己認識と他者からのフィードバックによって、「はたして自分の強みと考えていた点は本当に強みか?」「はたして自分の弱みと考えていた点は本当に弱みか?」をより深く考え、研修後に必要となる能力開発目標を明確にすることが可能になります。 入社時、数ヵ月後のフォローアップ時、さらには1年後や3年後といった時点において、自分自身の成長を“共通”で“一環”した指標から気づき、実感することが出来ます。	
モデルプログラム事例		
	1 日 目	2 日 目
導入講義とアイスブレイク 社会人基礎力の目的と意識 1. 社会人基礎力 自己診断 NOMA-ST Iの実施 2. 自立した社会人とは? 3. 考え抜く力 (シンキング) 《課題発見力》《計画力》《創造力》 4. チームで働く力 《柔軟性》《状況把握力》《発信力》《傾聴力》《規律性》 《ストレスコントロール力》 5. 《発信力》と《傾聴力》 6. 《規律性》と《ストレスコントロール力》		《ストレスコントロール力》続き 7. 前に踏み出す力 《主体性》《働きかけ力》《実行力》 8. 改めて問う! 3つの力は何故必要なのか? 3つの能力、12の要素 9. コンセンサス実習 10. 自己成長のアクションプラン策定・発表

研修モデル プログラム名	チームビルディング研修モデルプログラム
研修のねらい (到達目標)	1. 「チームはなぜ必要か」、「チームに必要な要素は何か」を理解します。 2. コミュニケーションのスキルと実践方法を学びます。 3. 職場のチームに対する当事者意識を持ち、主体的に行動する態度を醸成します。
研修期間	標準：1日
有効対象	新入社員、若手社員
研修ポイント	日本経営協会オリジナルのゲームを使い、体験学習を中心にすすめます。体験のなかで「自分はどんなことができ、できていないか」を振り返りながら、重要なポイントを学びます。
モデルプログラム事例	
1 日 目	
オリエンテーション	
◇チームワークについて学ぶ ・実習：「タワービルディング」 新聞紙1枚とハサミでいかに高いタワーをつくるかをチーム対抗で競いあう。 強いチームワークを作るための要素を学ぶ	
◇コミュニケーションについて学ぶ ・実習：「ペアコミTゲーム」 限られた時間内で、ペアとなる相手に情報を伝達できるかを確認する。 心の距離を縮める重要性、相手にきちんと伝える方法について学ぶ	
◇チームワークとコミュニケーションを実践する ・実習：「新協力Tゲーム」 教材である組合せ紙片をチーム内で交換しながら、“全員が同じ図形をつくる”というゲーム。 これまでに学んだチームワークやコミュニケーションを実践することを狙いとした総合実習	
◇総合振り返り お互いの研修の学びを交換し、研修効果の定着をはかる	

研修モデル プログラム名	タイムマネジメント研修モデルプログラム
研修のねらい (到達目標)	仕事の段取りを行うことで、時間を有効活用するための手法等を学び、「時間管理」の視点から自己管理能力の向上と仕事に対する生産性の向上につなげます。
研修期間	標準：1日
有効対象	全社員の方々
研修ポイント	実際に自分の仕事の分類チェック表に時間を記入し、ここ数日でどの内容に、どのくらい時間を使ったのかを棚卸しして、具体的な段取りのやり方や改善方法を検討します。
モデルプログラム事例	
1 日 目	
1. 導入講義 (1) 「段取り」はなぜ必要か？ (2) 「簡易診断」により現状を把握する	
2. 時間管理について考える (1) タイムマネジメントに関する悩みの共有 (3) ドラッカーから学ぶ時間管理 (2) タイムマネジメントとは何をすること？	
3. 自分のワークスタイルを知る (1) 自分の時間の使い方を分析する ※事前課題有り	
4. 自分の仕事を検証し段取り力を改善する (1) 仕事の種類を認識する (4) 「完全に時間を拘束されてしまう仕事」について (2) 「考える仕事」について (5) 「少しなら時間を自由に使える仕事」について (3) 「こなす仕事」について	
5. 仕事のやり方を工夫し段取りをする (1) 仕事着手前に確認する事(目的とゴール) (4) コミュニケーションの重要性 (2) 仕事の優先順位 (5) メール対応におけるタイムマネジメント (3) チームでの仕事を行う際の段取りの基本 (6) 整理整頓	
6. チームでの取り組み演習①②	
7. まとめと質疑応答	

研修モデル プログラム名	段取り力強化モデルプログラム ～チームを成功に導く段取り力とは？～	
研修のねらい (到達目標)	1. 段取り力を強化し、チームとしてどうすればより高い目標を達成できるかを習得する。 2. 段取り力を高めるために必要な5つの能力を身につけ、チームをより効果的に機能させる。	
研修期間	標準：2日	
有効対象	若手、中堅、リーダークラス	
研修ポイント	①段取り力を高めるために必要な5つの能力を体系的に学びます。 ②実習・演習を多く取り入れ、“考える力”を養成します。 ③明日からすぐに実践できる計画まで落とし込みます。	
モデルプログラム事例		
	1 日 目	2 日 目
1. 段取り力とは		4. マイベストジョブの共有化
2. 段取り力を高める～①目標設定力		5. 段取り力を高める～③周りを巻き込む力
3. 段取り力を高める～②問題解決力		6. 段取り力を高める～④コミュニケーション力
		7. 段取り力を高める～⑤計画力

中堅社員・職場リーダー向け研修 モデルプログラム例)

研修モデル プログラム名	中堅・職場リーダーモデルプログラム ～理解度促進テスト『MTⅢ. 職場活性化能力テスト』を活用！～	
研修のねらい (到達目標)	1. 階層別に必須ビジネス知識を効率的に学習できます。 2. 身近なビジネスシーンを題材に原理原則を学びます。 理解度促進テスト領域 【1)リーダーシップ 2)フォロワーシップ 3)問題解決 4)CS(顧客満足)行動 5)組織のコミュニケーション】 3. 「知る」⇒「分かる」⇒「できる」へ促す最適な研修です。	
研修期間	標準：2日	
有効対象	中堅・職場リーダー	
研修ポイント	【理解度促進テストの活用】階層別に必須ビジネス知識を効率的に学習できます！ 「知る」⇒「分かる」⇒「できる」へ促す最適な研修ツールです。社内インストラクターの方にもご活用いただける身近なビジネスシーンを取り上げた題材です！ 階層に応じてテスト領域を変えておりますので新入社員から管理職までの階層でご活用いただけます。「個人で考える」⇒「グループ内で他の考え方も共有する」⇒「グループの統一見解をまとめる」⇒「グループ間で意見交換し切磋琢磨する」⇒「解説を聞いて分かる」⇒「討議を通じて組織力を学ぶ」の手順を進めます。	
モデルプログラム事例		
	1 日 目	2 日 目
初回セッション	1. 経営環境の変化理解 2. 我々の役割・使命再確認 (対話講義) 3. 『MTⅢ. 職場活性化能力テスト』 の実施(個人ワーク→グループワーク) 4. 解答と解説：採点 5. 実習から学ぶこと 6. リーダーシップ・フォロワーシップの基本理解	7. 職場の問題解決の基本 問題解決の基本理解 ・問題とは ・問題意識 ・問題の種類と解決プロセスの基本 8. 研修のまとめ

研修モデル プログラム名	ビジネスコミュニケーション多面評価意識改革モデルプログラム ～マネジメントリサーチ『MRI. ビジネスコミュニケーション多面評価』を活用！～	
研修のねらい (到達目標)	ビジネスコミュニケーションについて「研修の事前に調査する」⇒「研修時に持参（配布）し集計する」⇒「領域ごとに本人の気づきをまとめる」⇒「グループ討議で本人の課題に対するヒントを得る」⇒「各領域についての基本知識を習得する」流れて「本人の気づき」から「行動変革」へと促します。 MRIの質問数は50問、5領域（1）上下の2）左右の3）フォーマル4）インフォーマル5）リーダーシップ：コミュニケーション）、調査対象は上司1名、同僚2名、部下・後輩3名、本人です。	
研修期間	標準：2日	
有効対象	中堅社員～管理者、職種転換者（意識改革）等	
研修ポイント	【MRI. ビジネスコミュニケーション多面評価の活用】 ビジネスコミュニケーションを多面的に評価し本人の「気づき」を促す！ ◇四者択一方式。（4非常に当てはまる→1あてはまらない） ◇日常行動を意識した質問構成。 ◇大掛かりなリサーチではなく本人の「気づき」を意識した開発（個人評価の題材とはしない）。 ◇他者評価は無記名、他者評価はシールで隠し記入者が他のメンバーの影響を受けないように配慮。 ◇企業内インストラクターにも活用可能。	
モデルプログラム事例		
	1 日 目	2 日 目
オリエンテーション	1. リーダーシップとコミュニケーションの基本理解 2. アイスブレイク 3. 『MRI. ビジネスコミュニケーション多面評価』の分析 分析領域：5領域【①上下の②左右の③フォーマル④インフォーマル⑤リーダーシップ：コミュニケーション】 (1)事前課題MRI. の集計分析 (2)5レーダーチャート作成 (3)本人の「気づき」記入 (4)グループディスカッション (5)グループ発表 (6)講師コメントと補足講義	4. 信頼関係を築くためのコミュニケーション エゴグラム エゴグラムの作成、分析と検討 ストロークの理解 人間関係分析 5. 面談スキル（講義とロールプレ） （講義） （ペア演習）等 6. 講義のまとめ

研修モデル プログラム名	リーダーシップ&フォロワーシップ研修モデルプログラム	
研修のねらい (到達目標)	1. チームで成果をあげるための、リーダーに必要な基本的思考・スキルを身につけます。 2. リーダーシップとフォロワーシップ（部下力）の連鎖を学びます。 3. 組織に貢献するための自己の役割、目標、行動を明確化します。	
研修期間	標準：1日	
有効対象	職場リーダー、管理職候補者、管理職	
研修ポイント	リーダーシップとフォロワーシップの役割について、日本経営協会オリジナルのゲームで体験し、それらを発揮するポイントを学びます。	
モデルプログラム事例		
	1 日 目	
オリエンテーション	◇チームについて考える ・討議：「良いチームとは」 チームで成果を上げる構造（GRIP）を理解し、自身のチームにおける課題を見つける ◇ゲームでリーダーシップとフォロワーシップを学ぶ ・実習：「メッシー君の散歩ゲーム」 リーダーとフォロワーの期待役割を確認 チームで成果をあげるための自身の期待役割に気づく ◇コミュニケーション ・実習：「聴く」「訊く」「伝える」をロールプレイで実践し、対人関係の基礎であるコミュニケーションをスキルとして理解する ◇セルフアセスメント ・実習：自己の行動・思考・感情パターンを把握し、強みの強化、弱みの啓発について自覚する。 周囲の行動パターンを理解する ◇振り返りとミッション（組織への貢献＝意欲） 組織で貢献するためのミッションの重要性を知り、意欲の源泉になることを理解する。 今後の自身の目標、行動を振り返りで明確にする	

研修モデル プログラム名	職場の業務改善研修モデルプログラム
研修のねらい (到達目標)	業務改善手法の習得だけでなく、実際の職場において問題点を見える化し、具体的に改善を進めて行くための考え方を習得します。
研修期間	標準：1日
有効対象	中堅～管理職、改善提案推進者
研修ポイント	見える化や5Sなどの改善手法は、従来製造部門を中心に組み込まれてきましたが、昨今は事務部門、営業部門など、さまざまな職種に取り入れられ、拡大しつつあります。 この研修では、参加者自身の身近にあるムダを見つけることから始めます。演習を交えながら、職場実態に即して業務改善をすすめるためのポイントを理解していただきます。
モデルプログラム事例	
1 日 目	
<p>1. 業務改善とは 業務改善とは何をすることなのか／業務改善の考え方／業務改善の目的 ＜演習＞業務改善の目的を整理してみよう</p> <p>2. ムダの理解と発見 業務におけるムダとは／ムダを見つける方法／ムラとムリをなくす ＜演習＞自職場のムダを見つけてみよう</p> <p>3. 業務改善の進め方 業務改善の手順／問題の真因をつかむには／マニュアルの作り方 ＜演習＞業務の問題点と改善策を考えてみよう</p> <p>4. 見える化の推進 見える化の意味と重要性／見える化実践のポイント</p> <p>5. 5S（整理・整頓・清掃・清潔・しつけ）の推進 5Sの意味と重要性／5S実践のポイント</p> <p>6. 業務改善の職場での展開 業務改善を職場へ定着させるには／業務改善を通じて人材育成する</p> <p>7. まとめと質疑</p>	

研修モデル プログラム名	OJT/メンター研修モデルプログラム
研修のねらい (到達目標)	OJTやメンタリングの正しいプロセスを理解し、実践力を身につけます。 相手の成長のために、どのような支援が必要なのかを具体的に学びます。
研修期間	標準：1日
有効対象	中堅～管理職、OJT指導者、メンター
研修ポイント	具体的な支援手法として、コーチング、ティーチングのスキルと、場面に応じた使い分け方を身につけます。また、相手のタイプに応じた効果的なコミュニケーション手法を学びます。
モデルプログラム事例	
1 日 目	
<p>1. 人材育成の基本的考え方 ・OJT/メンタリングが目指す成果と役割</p> <p>2. 信頼関係を育むコミュニケーションスキル ・傾聴、承認、質問技法 ・ティーチング、コーチングの特徴と使い分け ・フィードバック</p> <p>3. スタイルの違いと効果的な接し方 ・相手と自分の違いに気づく ・スタイル別の効果的な対話法</p> <p>4. 育成計画書の作成</p>	

新任管理職・管理職向け研修 モデルプログラム例)

研修モデル プログラム名	マネジメント力強化モデルプログラム ～理解度促進テスト『MTⅣ. マネジメント行動実践力テスト』を活用！～	
研修のねらい (到達目標)	1. 階層別に必須ビジネス知識を効率的に学習できます。 2. 身近なビジネスシーンを題材に原理原則を学びます。 理解度促進テスト領域 【1) マネジメントの基本(人・仕事) 2) 論理的思考法と問題解決 3) リーダーシップ 4) コミュニケーション・ファシリテーション 5) コーチング・OJT 6) ストラテジー(戦略)】 3. 「知る」⇒「分かる」⇒「できる」へ促す最適な研修です。	
研修期間	標準：2日	
有効対象	職場リーダー・管理者	
研修ポイント	【理解度促進テストの活用】階層別に必須ビジネス知識を効率的に学習できます！ 「知る」⇒「分かる」⇒「できる」へ促す最適な研修ツールです。社内インストラクターの方にもご活用いただける身近なビジネスシーンを取り上げた題材です！ 階層に応じてテスト領域を変えておりますので新入社員から管理職までの階層でご活用いただけます。「個人で考える」⇒「グループ内で他の考え方も共有する」⇒「グループの統一見解をまとめる」⇒「グループ間で意見交換し切磋琢磨する」⇒「解説を聞いて分かる」⇒「討議を通じて組織力を学ぶ」の手順を進めます。	
モデルプログラム事例		
	1 日 目	2 日 目
オリエンテーション	1. 経営環境の変化-(講義) 経営を取り巻く環境変化 2. 管理者の役割と使命の再認識 (対話講義) 3. 『MTⅣ. マネジメント行動実践力テスト』 (個人ワーク→グループワーク) 4. 解答と解説、採点チーム効率分析	5. 問題解決ステップの基本 6. リーダーシップ、コーチングの基本理解 7. 事例研究 (個人ワーク→グループワーク) 8. 自己革新のための行動目標 (シート作成)：個人ワーク など

研修モデル プログラム名	目標による管理研修モデルプログラム ～マネジメントリサーチ『MRⅡ. リーダー職場活性化力評価』を活用！～	
研修のねらい (到達目標)	リーダーとしての職場活性化力について「研修の事前に調査する」⇒「研修時に持参(配布)し集計する」⇒「領域ごとに本人の気づきをまとめる」⇒「グループ討議で本人の課題に対するヒントを得る」⇒「各領域についての基本知識を習得する」流れで「本人の気づき」から「行動変革」へと促します。 MRⅡの質問数は50問、5領域〔1)リーダーシップ 2)チームマネジメント 3)ヒューマンデベロップメント 4)目標管理 5)コンピテンシー〕、調査対象は部下・後輩(5名)、本人です。	
研修期間	標準：2日	
有効対象	職場リーダー・管理者	
研修ポイント	【MRⅡ. リーダー職場活性化力評価の活用】職場活性化力を多面的に評価し本人の「気づき」を促す！ ◇四者択一方式。(4 非常に当てはまる ← → 1 あてはまらない) ◇日常行動を意識した質問構成。 ◇大掛かりなリサーチではなく本人の「気づき」を意識した開発 (個人評価の題材とはしない)。 ◇他者評価は無記名、他者評価はシールで隠し記入者が他のメンバーの影響を受けないように配慮。 ◇企業内インストラクターにも活用可能。	
モデルプログラム事例		
	1 日 目	2 日 目
オリエンテーション	1. 経営環境の変化-(講義) 経営を取り巻く環境変化 2. リーダーの役割・使命再確認 3. 事前調査 『MRⅡ. 職場活性化力評価』の分析 平均点算出、レーダーチャート記入、 「気づき」の記入、GD 4. 講師コメントと補足講義	5. リーダーシップとは (1) リーダーシップの種類 (2) 事例研究 (講義と実習) 6. 目標による管理の理解促進 (1) 企業目標と個人目標の結合 (2) 目標設定段階でのポイント (3) 自己達成過程でのポイント (4) 自己評価段階でのポイント 等

研修モデル プログラム名	チームマネジメント研修モデルプログラム
研修のねらい (到達目標)	1. 管理職として、チーム力を高めるためには何が必要なのかを体験的に学びます。 2. 自己のマネジメントスタイルとコミュニケーションスタイルの変容・強化をはかります。 3. 職場実践に向けた行動目標を明確にします。
研修期間	標準：1日
有効対象	管理職、管理職候補者
研修ポイント	強いチームに必要なGRIP（目標の明確化、役割分担、仕事の段取り、対人関係の質）について、日本経営協会オリジナルのゲームで体験し、チーム力強化のポイントを学びます。
モデルプログラム事例	
1日目	
<p>オリエンテーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マネージャーとは ・自力の向上と他力の活用（成果を出す構造） <p>◇管理者の使命と役割を考える</p> <ul style="list-style-type: none"> ・討議：「マネージャーへの期待、役割とは何か」を討議し、自分自身に向き合う <p>◇チームマネジメント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実習：「新協力Tゲーム」 強いチームとは何か。チームを通して成果を出すにはどのような要素に注目すればよいかを学ぶ <p>◇マネジメントスタイルとコミュニケーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実習：自己の行動・思考・感情パターンを把握し、強みの強化、弱みの啓発について自覚する <p>◇部下指導とコミュニケーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実習：コミュニケーションスキル向上のための実習（聴く、伝える、訊く） <p>◇振り返りと行動計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実習：チームで成果を上げていくためのプランニングと相互アドバイス <p>まとめ</p>	

研修モデル プログラム名	論理的問題解決モデルプログラム
研修のねらい (到達目標)	1. 論理的思考に基づく問題解決能力の向上をはかります。 2. 問題に対する当面の応急処置よりも、問題を発見し、問題の根本原因を解明し解決する能力を身につけます。 3. 現場の問題を環境変化や企業方針などと関連付けて、全社的な立場から考えられる能力を身につけます。
研修期間	標準：2日
有効対象	中堅～管理者
研修ポイント	2日目は、職場の問題、自己の問題をとりあげて個人研究と討議を行います。また、今後の実行計画書も作成し、実践的な研修内容とします。
モデルプログラム事例	
1日目	
2日目	
<p>1. 変化の時代こそ論理的問題解決が求められる</p> <p>2. 論理的(ロジカル)とは</p> <p>(1) 論理＝ロジカル、の組立て方</p> <p>(2) 論理構成のパターン</p> <p>(3) 論理の展開の仕方</p> <p>(4) 論理思考を身につける法</p> <p>3. 問題解決の理論</p> <p>(1) 問題とは何か (2) 問題の種類 (3) 問題の構造化</p> <p>4. 問題解決のための思考方法</p> <p>(1) 発散的思考</p> <p>(2) 収束的思考</p> <p>(3) 環境変化によるアイデアの策定</p> <p>①外部環境、内部環境の変化</p> <p>②テーマ(課題)の絞り込み</p> <p>③解決のためのアイデア策定</p> <p>5. 事例研究「新人育成」</p>	<p>6. 職場の問題を考える</p> <p>【個人研究、グループ討議、発表、全体討議】</p> <p>7. 自己の問題を考える</p> <p>・【個人研究、代表発表、全体討議】</p> <p>*ワークシート（戦略解決ストーリー）を使用</p> <p>8. 実行計画書の作成</p> <p>(1) 作成方法</p> <p>(2) 個人での作成</p> <p>9. 総まとめ講義</p> <p>～論理的問題解決を実践で活用するための方法</p>

研修モデル プログラム名	プロジェクトマネジメント入門モデルプログラム -5ゲートプロジェクト管理入門-プロジェクトを成功させる5つの視点を身につける-	
研修のねらい (到達目標)	1. テーママネジメントの基本を理解し、プロジェクトの全体像が把握できるようになる 2. 活動マネジメントの基本を理解し、プロジェクト計画を立てられるようになる 3. 責任マネジメントの基本を理解し、役割と権限の明確化ができるようになる 4. リスクマネジメントの基本を理解し、プロジェクト上のリスクに対応できるようになる 5. コミュニケーションマネジメントの基本を理解し、プロジェクトを円滑に進めるようになる。	
研修期間	標準：2日	
有効対象	管理者または管理者候補の方々、リーダーの方々	
研修ポイント	自らの業務を円滑に遂行し、業務目標を達成する為に、社内外関係者との役割分担、スケジュールリング、進捗管理などに必要な知識・スキルを身につけ、基本的なプロジェクトマネジメントを実行できるようになる。	
モデルプログラム事例		
1 日 目		2 日 目
1. PM（プロジェクトマネジメント）の基本プロセス 2. PM 指向性自己診断 3. 第1ゲート：テーマをマネジメントする ○講義 ○ケース研究 4. 第2ゲート：活動をマネジメントする ○講義 ○WBS（作業分解図） ○ネットワーク図 ○ガントチャート ○ケース研究・		5. 第3ゲート：責任をマネジメントする ○責任と義務と権限の関係 ○リスボンピリティチャート作成演習 6. 第4ゲート：リスクをマネジメントする ○講義 ○ケース研究 7. 第5ゲート：コミュニケーションをマネジメントする ○コミュニケーション・マネジメントの全体像を理解する ○講義 ○課題討議～私たちのPMの問題点と今後の課題

経営幹部・部門長向け研修 モデルプログラム例)

研修モデル プログラム名	事業戦略策定研修モデルプログラム	
研修のねらい (到達目標)	部門長クラスの方々に対して戦略思考ができるように仕向けること、そして戦略思考ができる各種、戦略フレームワークの知識を得ていただきます。実際に自社の経営戦略上の課題の抽出、自社の戦略策定を行っていただきます。 ①「戦術実行型」から「戦略思考型」への転換をはかります。 ②部門長クラスに必要な環境把握力、現状分析力、先見力等を習得します。 ③経営戦略の立案能力の養成をはかります。	
研修期間	標準：2日	
有効対象	部門長	
研修ポイント	部門長クラスの方々に対して戦略思考型リーダーへの転換を求めるばかりではなく、経営戦略の立案能力を高める戦略フレームワークをご紹介しますとともに実際に経営戦略を策定していただきます。 研修では「対話型講義」「ミーティング型討議」「事例研究」「質疑応答」「個人演習」等を交え学習効果を高めます。	
モデルプログラム事例		
1 日 目		2 日 目
☆オリエンテーション（研修のねらい・進め方、講師紹介） 1. 戦略思考型リーダーとは 2. 企業を取り巻く環境認識 ～「終焉させる」ことの重要性 3. 経営戦略に関する基本理解 (1) 戦略とは何か (2) 全社戦略の考え方 (3) 事業戦略の考え方 (4) 戦略の革新 (5) 戦略策定のプロセス（手順） 4. 経営戦略の事例研究①、②【グループ討議、発表、講師コメント】		☆前日の振り返り 5. マクロ・業界・自社の課題を明確化する (1) マクロ環境変化、業界動向、ライバル企業動向を捉える (2) 我が社の「強み」「弱み」を分析する (3) 我が社の課題の明確化 (4) 課題への対応策（≒戦略案）の策定 6. 我が社の課題とその対応策 発表 7. 自部門・自支店のビジョンと戦略の立案 ～3年後のビジョンを考える 代表者の何名かの発表 自部門・自支店のビジョンと戦略立案は後日、提出。 ⇒講師コメント<オプション>を付けて返却

研修モデル プログラム名	実践コンプライアンス・危機管理モデルプログラム
研修のねらい (到達目標)	コンプライアンス・危機管理の実践的推進に関する理解と、求められる仕組み・手段の弱点克服の気づき。
研修期間	標準：1日
有効対象	全職種の方々
研修ポイント	<p>組織およびその役職員・従業員におけるいわゆる「不祥事」が報道されない日がないほど、企業ガバナンスの脆弱性が強く指摘されています。いまや企業においてコンプライアンスを如何に浸透させるかにより、ガバナンスの有効性・確実性が評価されます。</p> <p>「内部統制を整備してあるのに、コンプライアンス研修を定期的実施しているのに…。不正・不祥事がまた発生した!!」残念ながらよく聞くクライシスフレーズです。</p> <p>まさか当社に、まさか当部(課)に限って、まさかあの人に限って、「まさか」を「またか」にしない為に、「しない・させない・許さない」の3ない企業体質構築と経営層、管理職、一般従業員各階層のコンプライアンス感性をより高め、危機管理意識醸成と気づきを目的とします。</p> <p>また、『模擬演習』体験を通し事後対応の重要性・大切さの気づきを促します。</p>
モデルプログラム事例	
1日目	
<ol style="list-style-type: none"> 1. 自己でわかる意識度!! 「自己点検、危機管理・コンプライアンス度」【個人ワークと自己評価】 2. なぜ、コンプライアンスが定着しないか 3. 「不正・不祥事はなぜ起こったか」・・・まさかをまたかにしない為に【事例研究・個人ワーク含む】 4. 思い出そう「合理的保証」の意味とは 5. コミュニケーションで不正は防止できる!! 6. クライシスマネジメントの実践〈コンプライアンスで押さえる危機管理の急所〉 <ul style="list-style-type: none"> 〈対策本部稼働とメディア対応の急所〉・・・【個人ワーク含む】 (1) 事後対応と説明責任の正しい対処法 ○想定クライシスシナリオの策定方法 ○対策チームで必要な人・もの・金・情報は何か (2) 会見場を第二の事故現場としない為に ○クライシスコミュニケーションの急所は何か ○記者会見で言っていないこと、悪いこと事例 7. 確実なクライシス対応ができますか?・・・【机上訓練の体験・グループワーク】 8. 模擬演習の振り返りと気づき 	

営業マーケティング力・CS向上教育

営業力強化研修 モデルプログラム例)

研修モデル プログラム名	セールスパーソン強化モデルプログラム	
	NOMA- LD(LEAD) I 自己診断を活用！既存客・潜在顧客を導き(LEAD)深耕・開発する！	
研修のねらい (到達目標)	見込み客を創出(Lead generation)し受注につなげる、そのためのプロセスとは？能力とは？数字を残し続けるセールスパーソンに求められる日常の行動特性を、その場でチェックし振り返っていただくことで自己の「気づき」を促します。セールスプロセスを4つのステップ12の要素に分けてそれぞれのポイントを伝授し、ソリューション型営業パーソンを育成します。	
研修期間	標準：2日	
有効対象	法人営業パーソン	
研修ポイント	【NOMA- LD(LEAD) I 自己診断の活用】60問の質問に回答し、その場で集計・分析。営業プロセスに対応した12の要素(スキル)の強みと弱みを自己診断。短時間で視覚化(レーダーチャート)します。また、12の要素から、4つの能力も視覚化し取り組むべき課題が明らかになります。	
モデルプログラム事例		
	1 日 目	2 日 目
	1. 「自己診断分析」 (4つのSTEP、12の要素) 2. 「状況把握力」 (1)アポイント力 (2)事前情報収集力 (3)仮説立案力 講義、GD、シナリオライティング、ロープレ、講評 等 3. 「課題把握力」 (1)傾聴力 (2)質問力 (3)ニーズの理解と確認力 講義、GD、シナリオライティング、ロープレ、講評 等	4. 「ソリューション」 (1)企画表現力 (2)販促資材活用力 (3)問題解決力 講義、GD、シナリオライティング、ロープレ、講評 等 5. 「プレゼン・クロージング」 (1)プレゼン力 (2)説明力 (3)クロージング力 講義、GD、シナリオライティング、ロープレ、講評 等

研修モデル プログラム名	セールスマネージャー強化モデルプログラム	
	NOMA- LD(LEAD) II 自己診断を活用！部下を導き(LEAD)強いチームを創造する	
研修のねらい (到達目標)	見込み客を創出(Lead generation)し受注につなげるための管理能力を高める。そのための能力とは？チームの成果を上げるセールスマネージャーに求められる日常の行動特性をその場でチェックし振り返っていただくことで自己の「気づき」を促します。部下に対するマネジメント力とお客さまに対するマネジメント力6つの能力と12の要素を強化します。	
研修期間	標準：2日	
有効対象	法人営業マネージャー	
研修ポイント	【NOMA- LD(LEAD) II 自己診断の活用】60問の質問に回答し、その場で集計・分析。強いチームをつくるための12の要素(スキル)の強みと弱みを自己診断。短時間で視覚化(レーダーチャート)します。また、12の要素から、6つの能力も視覚化し取り組むべき課題が明らかになります。	
モデルプログラム事例		
	1 日 目	2 日 目
	1. 「自己診断分析」 (二つの切り口・三つのマネジメント項目、12の要素) 2. 『対部下マネジメント「戦略・計画」』 (1)戦略・計画・ストーリー (2)MBO(目標による管理) 3. 『対部下マネジメント「営業体制」』 (1)チームビルディング (2)チームマネジメント 4. 『対部下マネジメント「ファシリテーション能力」』 (1)コーチング(傾聴・承認・質問) (2)会議(ミーティング) 講義、GD、シナリオライティング、ロープレ、講評 等	5. 『対お客さま「顧客創造力」』 (1)得意先管理 (2)CS(お客様満足) 6. 『対お客さま「提案営業力」』 (1)社会動向、業務知識 (2)ソリューション(問題解決) 7. 『対お客さま「対外交渉力」』 (1)説得話法 (2)クレーム対応力 講義、GD、シナリオライティング、ロープレ、講評 等

研修モデル プログラム名	プレゼンテーションスキルアップモデルプログラム ～今日から相手を説得する力が 150%アップします～
研修のねらい (到達目標)	1. プレゼンテーション力、論理構成力、問題解決力が身につきます。 2. 相手の問題やニーズを的確に捉えることができ、自信をもって話ができます。 3. これだけは押さえておきたいプレゼンテーションの基本を習得します。
研修期間	標準：1日～2日
有効対象	全社員
研修ポイント	講義、演習を通して相手を説得する力を 150%アップ！
モデルプログラム事例	
1 日 目	
1. なぜプレゼンテーション能力が必要なのか 2. プレゼンテーションの基本 (講義) 聴く・話すポイント等(演習①) 3. プレゼンテーション力が 150%アップする方法 (講義) PDCA 等(実習) 4. プレゼンテーションの事例研究 (1) 自己の成功事例・失敗事例の整理 (2) その原因分析 (3) グループ内での共有化、代表者発表 5. プレゼンテーション計画・ワンシートの作成 (1) プレゼンテーションの状況・背景について (2) プレゼンテーションの目的・目標は何か (3) プレゼンテーションの相手は誰か、どのようなタイプか (4) 説明のストーリーを組み立てる (5) プレゼンテーションの演習②	

研修モデル プログラム名	ビジネス交渉力モデルプログラム ～『ハーバード流 交渉術』から学ぶ～
研修のねらい (到達目標)	Win-Win の交渉術に関する知識とメカニズムを理解できるようになる。
研修期間	標準：1日
有効対象	入社 8 年目以上の中堅社員-管理職、役員クラスの方々まで。また、仕事上、社内外での交渉機会が多い方々
研修ポイント	さまざまなビジネスプロセスの中で、最も利益に直結するタスクが交渉です。交渉の運び方ひとつで、大きく利益が増減することも珍しくありません。そこで、みなさんがたった1日でプロフェッショナル・ネゴシエーターの基礎技術を学習できるよう、ハーバード流交渉術の考え方から Win-Win 交渉をいかに仕事へ適用するかを講義と演習を通して学んでいきます。
モデルプログラム事例	
1 日 目	
1. 交渉の基本構造 2. 現金争奪ゲーム 3. 姉妹のオレンジ争奪戦 4. 統合型交渉と分配型交渉 5. 中古車売買の交渉演習 6. 原則立脚型と交渉戦術 7. 組織間交渉演習 総仕上げ演習	

マーケティング研修 モデルプログラム例)

研修モデル プログラム名	マーケティング基礎入門モデルプログラム	
研修のねらい (到達目標)	1. マーケット・インの発想とは何かを知り、マーケットを捉える本質的な意味と求められるレベルを理解する。 2. 課題を多面的に捉える際に有効なマーケティングのフレームを学ぶ。 3. 自らのポジショニングを考え、現状の課題を再認識するとともに、新たな課題の形成に有効な観点・視点を学び、実務で活用できるきっかけをつかむ。・	
研修期間	標準：2日	
有効対象	入社3-5年の方々	
研修ポイント	マーケティングの基礎的なスキルを習得することにより、自社の置かれている環境を認識し、さらにお客さまが何を求めているのかを理解し、顧客価値の視点で事業を考えられる人材となる。	
モデルプログラム事例		
	1 日 目	2 日 目
	<p>1. マーケティング基礎</p> <ul style="list-style-type: none"> ○マーケティングとは ○マーケティング概念の変遷 ○お客様視点のマーケティング <p>2. 商品・サービスを理解する</p> <ul style="list-style-type: none"> ○討議 ○講義 ○演習：商品・サービスを分析する <p>3. チャンネル（流通）を理解する</p> <ul style="list-style-type: none"> ○討議 ○ロジスティックミックス ○出店戦略の概要 ○演習 	<p>4. プロモーション（広告宣伝）を理解する</p> <ul style="list-style-type: none"> ○討議 ○講義 ○演習 <p>5. プライス（価格）を理解する</p> <ul style="list-style-type: none"> ○討議 ○価格戦略の源泉-コスト戦略と差異化戦略 ○価格戦略バリエーション ○演習：ファーストフード業界の戦略分析 <p>6. マーケティング・ミックスを理解する</p> <ul style="list-style-type: none"> ○講義 ○ケース研究

研修モデル プログラム名	マーケティングセンス強化モデルプログラム	
研修のねらい (到達目標)	1. 革新的なマーケティングテーマを発見・開発する感受性を高める。 2. マーケティングテーマを考え抜き、魅力あるコンセプトとして構造化する概念化力を高める。 3. つながりと流れのなかでマーケティング・ミックスを考え、ストーリーにするセンスを高める。 4. マーケティング戦略を適切に評価する分析力を高める。	
研修期間	標準：2日	
有効対象	管理者、リーダー、マーケティング担当者の方々	
研修ポイント	マーケティングの基礎的なスキルを応用・活用・実践することにより、新しい市場と顧客を創造し、ビジネスにイノベーションを起こすマーケティングセンスの高い人材となる。	
モデルプログラム事例		
	1 日 目	2 日 目
	<p>1. 革新的マーケティングテーマの発見と開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ○イノベーションとは ○イノベーションの源泉（WHO・WHAT・HOW） ○ケース研究 ○市場機会の発見とマーケティングテーマの開発 ○マーケティング機会の案出 <p>2. マーケティングテーマの構造化</p> <ul style="list-style-type: none"> ○事業ドメインの構成要素 ○どこ（市場）・誰（顧客）の明確化 	<ul style="list-style-type: none"> -STP 分析 -シナリオ・ライティング ○何の明確化 <p>○演習：富裕層を構造化する</p> <p>3. マーケティング・ミックスのストーリー作り</p> <ul style="list-style-type: none"> ○マーケティング・コアミッション ○ケース研究：コアミッションを読み解く ○マーケティング目標の設定

CS向上研修 モデルプログラム例)

研修モデル プログラム名	CSマインド向上（接客販売力強化）モデルプログラム
研修のねらい (到達目標)	1. 顧客満足度を高める、CSマインドとスキルを身につけます。 2. お客様に信頼されるための基本動作について実習を行います。 3. 実際に扱う商品をテーマにロールプレイングを行い、セールストークを強化します。
研修期間	標準：1日
有効対象	販売、受付、営業、保守など接客業務に携わる方々
研修ポイント	実際に扱う商品や現場の課題にあわせて、研修内容をカスタマイズしたうえで実施します。 また、研修実施だけにとどまらず、サーベイ（事前調査や覆面調査）、コンサルティング（マニュアル作成等）と組み合わせることにより、より実践的な取り組みとすることができます。
モデルプログラム事例	
1 日 目	
<p>1. CS（顧客満足）について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客満足とは何か ・好感の持てる対応と持てない対応 ・顧客の不満足を理解する ・顧客との接点の見直しと改善 <p>2. CS（顧客満足）に必要な基本動作</p> <ul style="list-style-type: none"> ・信頼を得るためのステップ ・笑顔と挨拶の重要性～印象管理 ・身だしなみ ・立ち居振る舞い <p>3. セールストーク</p> <ul style="list-style-type: none"> ・心をつかむ会話とはく共感力とストローク ・伝わるセールストーク～クロスセル、プラスワンの販売 ・ロールプレイング 	

研修モデル プログラム名	クレーム対応能力向上モデルプログラム	
研修のねらい (到達目標)	1. クレームの重要性を理解する 2. クレーム対応のプロセスを学び、技法を修得する 3. クレームに対して適切に対応し、サービスを高められるようになる	
研修期間	標準：2日	
有効対象	中堅～管理者	
研修ポイント	演習やロールプレイを取り入れ、クレームへの適切な対応力を身につけます。クレームについての考え方や知識を学び、クレームを「お客様の生の声」ととらえ、今後の業務に活かしていくための方策を考えていきます。	
モデルプログラム事例		
1 日 目		2 日 目
<p>1. クレーム対応の基礎知識 ◇クレーム対応の体験談（演習）</p> <p>2. クレーム対応の心構え ◇クレーム対応ケースから学ぶ（ロールプレイ）</p> <p>3. ヒアリングの技法</p> <p>4. 納得を引き出す技法</p>		<p>5. クレーム対応の基本フロー ◇ケース設定とシナリオシートの記入（演習） ◇シナリオ発表（ロールプレイ）</p> <p>6. 困難なクレームへの対処法</p> <p>7. クレームに強い組織づくり</p> <p>8. 顧客対応能力をさらに高めるために</p>

その他研修・関連サービス

研修モデル プログラム名	採用面接官トレーニングモデルプログラム
研修のねらい (到達目標)	採用環境の現状を把握し、面接スキルの基本を身につける
研修期間	標準：1日
有効対象	採用担当の方々
研修ポイント	採用にあたって、面接者のその人らしさや、本音をヒアリングするための「面接スキル」について、傾聴・質問のスキルを中心に実践的に学びます。模擬面接のロールプレイングを体験していただくことで、面接者の気持ちを理解するとともに、場面場面に応じた対応の重要性を体感していただきます。
モデルプログラム事例	
1 日 目	
<p>1. 面接官として、大切なこと</p> <ul style="list-style-type: none"> ○最近の学生の就職観 ○面接の位置づけと求める人材像の設定と共有 ○面接官の役割と心構え <p>2. 面接スキルの実践4</p> <ul style="list-style-type: none"> ○環境設定 ○傾聴のスキル <p>3. 質問のスキルの紹介</p> <ul style="list-style-type: none"> ○質問の種類 ○【演習と解説】 ○質問の組み立て方、掘り下げ方 ○行動特性を引き出し、将来の行動を予測する手法 <p>4. 面接の体験実習</p> <ul style="list-style-type: none"> ○講義と個人面接演習 <p>5. 研修のふりかえりと質疑応答・</p>	

コンサルティング

企業および団体（病院・私学・JA等）において様々な指導経験をもつ、豊富なコンサルタントネットワークから、貴社の課題に合わせて最適な講師とソリューションを提供します。

コンサルティングのテーマ（例）

➤ トップマネジメントの意思決定支援

P.F.ドラッカー教授の方法論をもとに、意思決定を目的とした経営チームの会議を支援します。ミーティングを通してチームで共通の経営意思を創り出し、経営をチームの仕事として組み立て、次世代の経営人材を育成する実践的な取り組みをコンサルタントが支援します。

➤ 人事制度構築・改定の支援

貴社の人材が期待されるパフォーマンスを発揮するための人事制度の設計・運用を支援します。アプローチとしては、①コンサルタントが課題をヒアリングしたうえで、資料を含めすべてを作成する「設計サポート型」、②貴社のご担当者様が制度設計をする際のポイントを指導する「指導サポート型」の2種類があります。

➤ 業務改善・生産性向上活動の支援

TPS（トヨタ生産方式）の考えに基づき、現場での業務改善・生産性向上の活動を支援します。工場・物流等の現場のほか、オフィスにおける事務系業務の指導にも対応します。アプローチとしては、①診断・コンサルティング、②研修による人材育成、の2種類があります。

➤ CS（顧客満足度）の向上支援

接客サービス・窓口サービス等におけるCS向上策をトータルに支援します。指導メニューとしては、①CS基準の開発・ツール作成、②覆面調査の設計・実施、③研修の実施（社内トレーナー養成を含む）があり、それらを組み合わせながらCS活動の社内定着を図ります。

➤ 社内サーベイ・人材アセスメント等の実施

チームパフォーマンス状況の診断（サーベイ）、基幹人材の能力診断（アセスメント）など、人と組織の現状について分析し、効果的な対策を講じるためのデータや報告書をご提供します。

ご照会先

一般社団法人日本経営協会 東京本部

経営開発グループ

〒151-8538 東京都渋谷区千駄ヶ谷3-11-8

TEL：03-3403-1716 FAX：03-3403-8417

講演会の協力

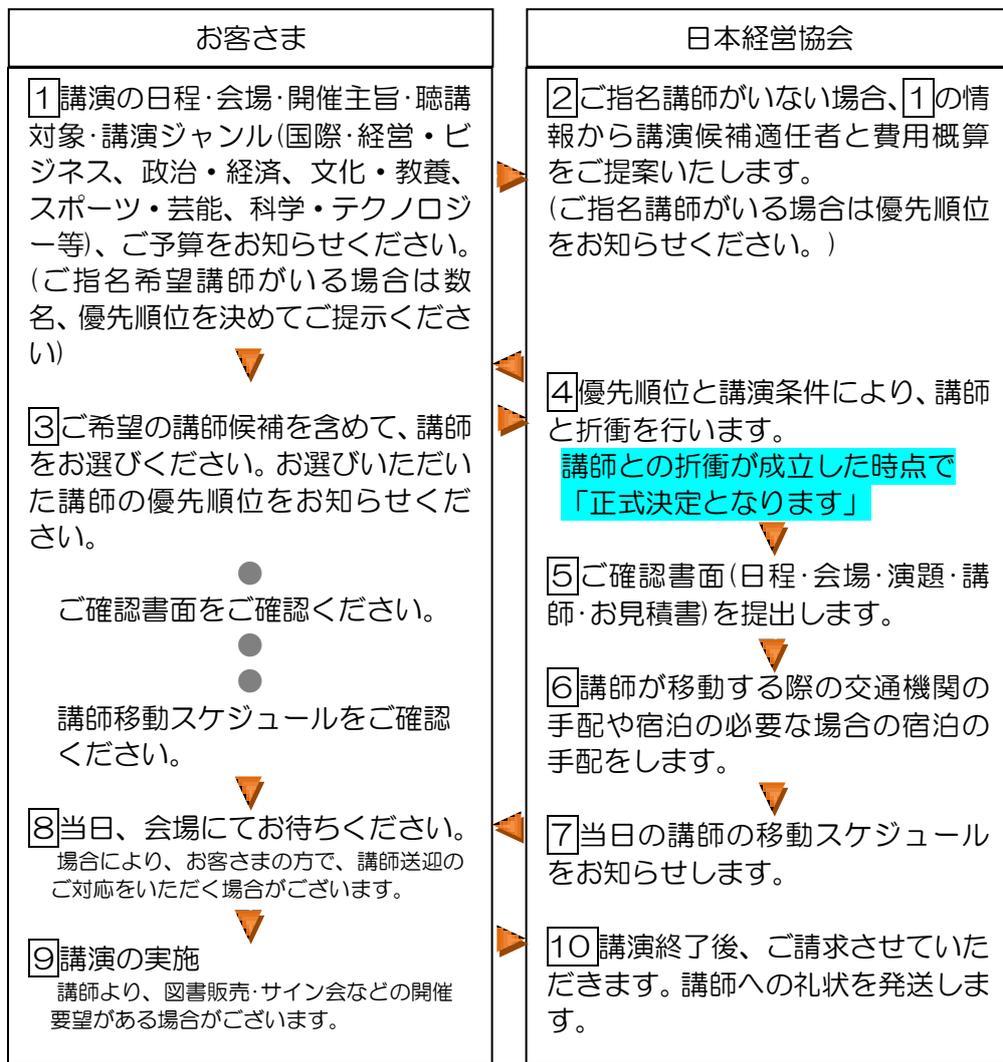
講演会の決め手は講師の選択です

講演会は華やかなイベントですが、裏方の事務手続きは煩雑なものです。

本会では、従業員や顧客を対象とした講演会の事務手続きを代行する「講演会講師派遣事業」を展開しています。

ご連絡いただければすぐに担当者が出向き、講演会の目的、趣旨、日程、地域、対象などをお伺いしたうえで、厳選した講師陣リストから適切な講師候補を数名ご推薦します。ご検討いただきご了承が得られれば、さっそく講師折衝などの事務手続きに入り、煩瑣になりがちな作業の一切を代行いたします。ご依頼者は当日、会場にてお待ちいただくだけでOKです。便利でコスト・パフォーマンスに優れた「NOMA 講演会講師派遣」をどうぞご活用ください。

進め方と手順



ご照会先

一般社団法人日本経営協会 東京本部

経営開発グループ

〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷3-11-8

TEL : 03-3403-1716 FAX : 03-3403-8417

ワーク・モチベーション測定調査

調査活用のお勧め

主催： 一般社団法人 日本経営協会

協力： 株式会社 応用社会心理学研究所

自社の人事制度や教育制度・人材育成計画等の見直しや策定にあたり、従業員意識調査を実施する企業が多くあります。

「ワーク・モチベーション測定調査」は従業員の意識を正確に測定することができるため、貴社のワーク・モチベーションの特徴を分析することが可能になり、より効果的に人事制度や教育制度・人材育成計画の見直しや策定・構築に反映させることができます。

本調査では、事業状況、職場状況、課題意識などに応じた調査票を作成することができますので、貴社のご要望に沿った調査が可能です。

「ワーク・モチベーション測定調査」のご活用を是非ご検討ください。

こんなことでお悩みの企業のお役に立つ調査です。



1. 従業員の意識を正確に測りたいが、どのようなアンケートをすればいいかわからない
2. 今後の人事制度・教育制度に役立つ従業員意識調査を行いたい
3. 従業員意識調査を行ったが、本当に知りたいことがわからなかった
4. 従業員意識調査結果を制度・施策にどう活かしていいかわからない
5. 組織課題を把握し、研修体系の見直しや能力開発に取り組みたい

⇒今までの従業員意識調査の問題点

◆本当に知りたい結果が出ない・・・

◆バロメーターがない

⇒心理学的な研究から

ワーク・モチベーションを定量的に測ることが可能になりました

ご照会先

一般社団法人日本経営協会 東京本部

経営開発グループ

〒151-8538 東京都渋谷区千駄ヶ谷3-11-8

TEL：03-3403-1716 FAX：03-3403-8417

研修効果を高める「研修ツール」

マネジメントテスト

名称	対象	価格 (税抜)/1部	消費税 (8%)	価格 (税込)/1部
仕事の基本理解テスト MT-I (補助教材付き)	新入社員～3年目程度	¥1,000	¥80	¥1,080
職場活性化能力テスト MT-III (補助教材付き)	中堅社員、職場リーダー	¥1,000	¥80	¥1,080
マネジメント行動実践カテスト MT-IV (補助教材付き)	管理職候補～新任管理職	¥1,000	¥80	¥1,080

EX) マネジメントテストツール：マネジメント行動実践カテスト MT-IV

① 解答をつけ、解答の理由(ポイント)を記入する。

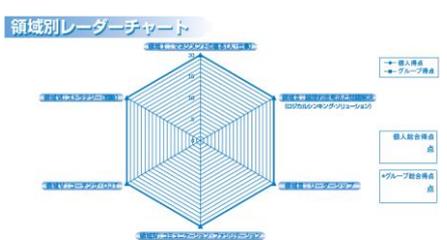
問題	解答の理由(ポイント)	解答
1 計画立案は、まず方針や目標が明確になっていなければならない。		1 はい 111え 31
2 計画立案において、代替案を立案しては効率が悪いので、ひとつの案を作ったら即実行に移したほうがよい。		2 はい 111え 32
3 組織における管理には、仕事の管理と人間の管理がある。仕事の管理は合意性を追求し、人間の管理は合理性を追求するものである。		3 はい 111え 33
4 計画立案は、上司の重要な仕事であるから、部下を参加させることは避けるべきである。		4 はい 111え 34
5 業務は必ずしも計画通りに進行しないものであるから、あまり細密に計画を立てる必要はない。		5 はい 111え 35

- ② 解答の確認と解説を読み理解を深める。
- ③ 個人得点(グループ得点)を集計する。
- ④ レーダーチャートを作成し、強み・弱みを認識する。
- ⑤ グループ討議実施の場合相乗効果の理解を深める。

解答
1 はい 111え
2 はい 111え
3 はい 111え

ワンポイント解説	
1	計画は方針や目標に沿ったものでなくてはならない。方針とは目標達成のためである。
2	ラフ案ですぐに実行するのではなく、複数案(代替案)を考える習慣をつける(ジャックツリー等)を使う必要がある。
3	仕事の管理は、効率の論理、費用の論理のことで、合理性を追求している。こに基づいている。人間の管理は合意性を追求している。

集計表と集計レーダー				
質問No.		1	2	合計得点
領域 I : マネジメントの基本(人・仕事)	個人得点	()	()	()
	グループ得点	()	()	()
質問No.		11	12	合計得点
領域 II : 協働的思考法と問題解決(ロジカルシンキング・ソリューション)	個人得点	()	()	()
	グループ得点	()	()	()
質問No.		21	22	合計得点
領域 III : リーダーシップ	個人得点	()	()	()
	グループ得点	()	()	()
質問No.		31	32	合計得点
領域 IV : コミュニケーション・ファンリレーション	個人得点	()	()	()
	グループ得点	()	()	()
質問No.		41	42	合計得点
領域 V : コーチング・OJT	個人得点	()	()	()
	グループ得点	()	()	()
質問No.		51	52	合計得点
領域 VI : ストラテジー(戦略)	個人得点	()	()	()
	グループ得点	()	()	()



MTシリーズ実施例 (約3時間半程度)

時間	内容
約5分	1. オリエンテーション ・目的の共有 ・実施の際の諸注意
約60分	2. 回答記入
約60分	3. グループディスカッション ・回答が分かれた問題を話し合い、グループ回答を導く。
約60分	4. グループ発表&解説
約15分	(ミシン目を切り取る)
	5. 集計
約10分	6. 振り返り

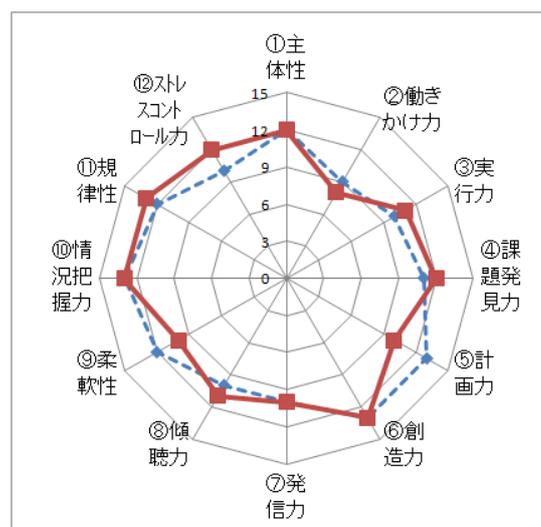
自己診断ツール

名称	対象	価格 (税抜)/1部	消費税 (8%)	価格 (税込)/1部
社会人基礎力自己診断 ST-I	新入社員～5年目程度	¥1,000	¥80	¥1,080
セルフマネージャースキル自己診断 LD-I	新人、若手営業パーソン	¥1,000	¥80	¥1,080
セルフマネージャースキル自己診断 LD-II	営業マネージャー	¥1,000	¥80	¥1,080

EX) 自己診断ツール：社会人基礎力自己診断 ST-I

No.	質問
1	自らやるべき行動を見つけ、自発的に取り組むことができる
2	周囲に遠慮してしまい、なかなか支援やアドバイスを求めることができない
3	たとえ困難な状況にあっても、いつも前向きに物事に取り組んでいる
4	必要となる情報を収集・分析し、現状を正しく把握することができる
5	その場の思いつきで行動するほうだ
6	前例や常識にとらわれないで発想するほうである
7	相手の立場や周囲の状況に気を配りながら、自分の意見を伝える

※「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義する「組織や地域社会の中で多様な人々とともに仕事を行っていく上で必要な基礎的な能力」（職場や地域社会で活躍する上で必要となる能力）です。

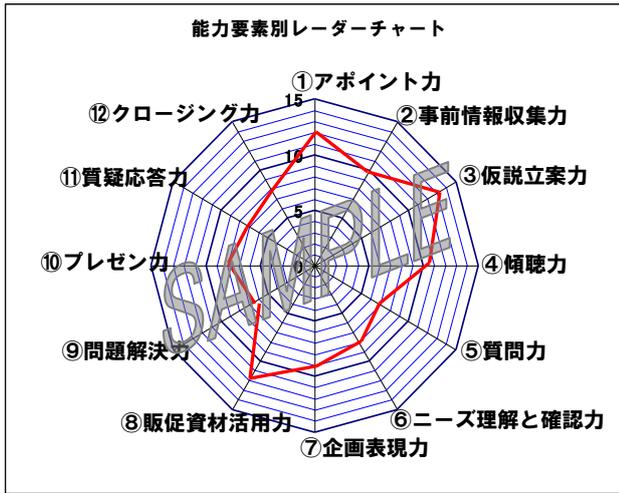


内部インストラクターによる実施例

時間	内容
約5分	1. オリエンテーション ・目的の共有 ・実施の際の諸注意
約15分	2. 解答記入 ・全員が終了するまで時間をとってください。
約15分	3. 集計&チャート作成 ・ツールの手順に沿って集計とチャートの作成をします。 ・全員が終わるまで時間をとってください。
約10分	4. 社会人基礎力解説 ・ツールの内側にある社会人基礎力の解説をします。
約15分	5. 自己分析と振り返り（個人ワーク） ・結果について、自己分析を行います。 分析の着眼点について説明します。 分析した内容をツール内の振り返り欄に記入します。
約20分	6. グループディスカッション ・用意したテーマ(ex○○力を高めるには?)に沿ってグループディスカッションを行います。
約10分	7. 発表とまとめ（アドバイス）

EX) 自己診断ツール：セールスパークソンスキル自己診断 LD-I

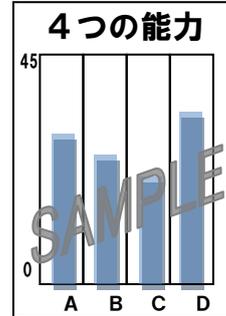
見込み客を創出(Lead generation)し受注につなげる、そのためのプロセスとは？能力とは？
数字を残し続けるセールスパークソンに求められる日常の行動特性をその場でチェックし振り返る！



～特徴～

60問の質問に回答し、その場で集計・分析。営業プロセスに対応した12の要素(スキル)の強みと弱みを自己診断。短時間で視覚化(レーダーチャート)します。

また、12の要素から、4つの能力も視覚化。



A: 状況把握力
B: 課題把握力
C: ソリューション
D: プレゼンテーション & クロージング
取り組むべき課題が明らかになります。

多面評価ツール

名称	対象	価格 (税抜)/1部	消費税 (8%)	価格 (税込) / 1部
ビジネスコミュニケーション多面評価 MR-I	職場リーダー～管理職	¥1,000	¥80	¥1,080
リーダー-職場活性化力評価 MR-II	管理職	¥1,000	¥80	¥1,080

EX) 多面評価 ツール：ビジネスコミュニケーション多面評価 MR-I (気づき・行動変容に！)

(研修前)

①受講生の上司1名、同僚1～2名、部下1～3名を選出し、協力を依頼する。

質問は50問⇒

質問	
1	メンバーへの指示が明確である。
2	方針、戦略といった重要な話は繰り返して伝えている。

②承認してくれた上司、同僚、部下に、調査票を順番に渡し、所定の欄に記入をしてもらう。

(回答が終わったら、回答欄にシールを貼り、見えないようにしてから、次の回答者へ渡す。：無記名)

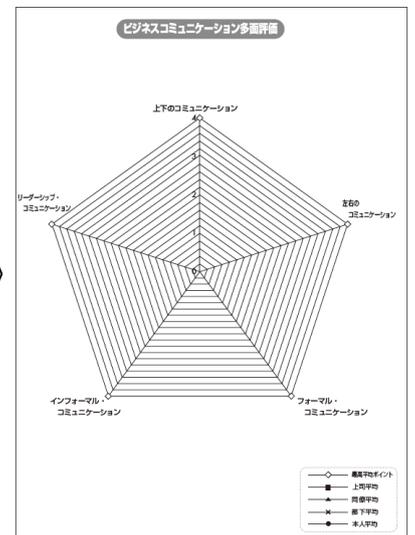
③最後に本人欄に回答し、封を切らずに研修へ持参する。

↓

上司(記入欄)	同僚1(記入欄)	同僚2(記入欄)	部下-後輩1(記入欄)	部下-後輩2(記入欄)	部下-後輩3(記入欄)	本人(記入欄)
1 26	1 26	1 26	1 26	1 26	1 26	1 26
2 27	2 27	2 27	2 27	2 27	2 27	2 27

(研修実施)

- ①ミシン目を切り開くと、多面評価レーダーチャートが作成できます。
- ②研修の中で多面評価とのギャップから気づきを得ることができる。
- ③グループ討議で気づきを深め今後の行動計画を考える。



マナーテキスト

名称	内容	価格 (税抜)/部	消費税 (8%)	価格 (税込)/1部
なっとく身につくビジネスマナーブック (A4版 全36ページ)	ビジネス社会におけるマナーをイラスト入りでわかりやすく解説	¥900	¥72	¥972
病院職員のためのマナーテキスト (A4版 全39ページ)	病院職員として必要な「マナー」と「コミュニケーション」等についてイラスト入りでわかりやすく解説	¥900	¥72	¥972

教育訓練ゲーム

名称	内容	価格 (税抜)/セット	消費税 (8%)	価格 (税込)/1セット
新協力Tゲーム	「組合せ紙片」を使って、チームで協同作業に取り組むゲーム。よいチームワークを築くには何が大切かを発見・確認し、チームビルディングのポイントを学習する。 5人～7人単位のチーム実習として実施。 *4 チーム分の教材を1セットとして販売中。	¥18,000	¥1,440	¥19,440
メッシー君の散歩ゲーム	「情報手帳」をもとに集団思考し、問題解決の「答え」を導き出していくゲーム。情報を効果的に交流しながら、協力のあり方、知恵の出し方、あるいはリーダーシップやフォローアップのとり方を学習する。 5人～7人単位のチーム実習として実施。 *4 チーム分の教材を1セットとして販売中。	¥18,000	¥1,440	¥19,440
ゼロサムゲーム	トランプに似たカードを使ってチーム行動を体験するゲーム。全員が協力・協調できているかどうかを確認する。チームメンバーの親近感を高め、またチームワークを高めるうえで相互の気配りが大切であることを学習する。 5人～7人単位のチーム実習として実施。 *4 チーム分の教材を1セットとして販売中。	¥5,000	¥400	¥5,400
ペアコミTゲーム	「情報カード」の内容を相手に正しく伝えられるかを体験するゲーム。連絡や報告などに必要なコミュニケーションの基本を学習する。 2人1組のペアワークで実施。 *10ペア分の教材を1セットとして販売中。	¥8,000	¥640	¥8,640



マークの3つの楕円は、NOMAの経営理念の基本である「経営・人間・科学」を表し、それを囲む大きな円はその3要素を調和よく包含しながら統合し、高度情報社会のさまざまな局面に対応できる柔軟な形を表現したものです。

一般社団法人日本経営協会 東京本部
経営開発グループ
〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷3-11-8
TEL：03-3403-1716 FAX：03-3403-8417
E-MAIL tiso@noma.or.jp