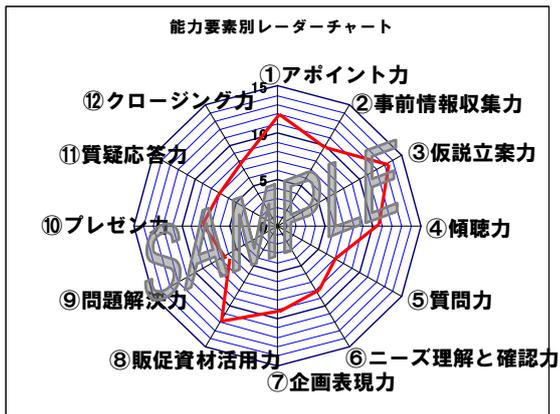


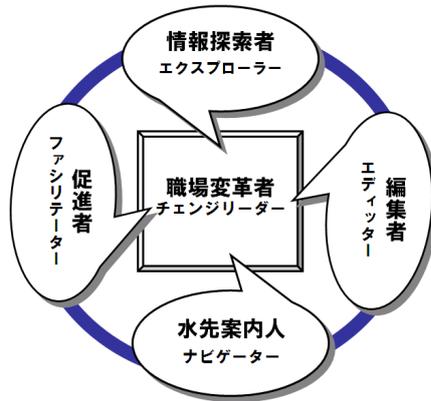
研修ツール・サーベイ・人材開発(研修)支援・コンサル  
NOMA 企業内教育支援コンテンツガイド



研修効果を高める研修ツール：EX) セールスパーソンスキル自己診断 LD-I



職場変革者を育成する！チェンジリーダープログラム



変革推進リーダーを育成する！ビジネスリーダープログラム



## 一般社団法人日本経営協会(略称：NOMA)とは？

NOMAは、昭和24年(1949年)に「日本事務能率協会」として設立、同年に通商産業省(現・経済産業省)から社団法人として公益法人認可を受け、昭和46年(1971年)に「日本経営協会」に名称変更しました。さらに、公益法人法制の改正に基づいて平成23年(2011年)4月に国の認可を受けて一般社団法人へ移行いたしました。

設立以来一貫して、わが国経営の近代化と効率化のための啓発・普及を活動の柱としており、「経営及びオフィス・マネジメントの革新及び社会資産の創出並びに新しい価値創造の推進」によって、わが国経済社会の発展と豊かな社会の実現に寄与することを理念・目的として、これを今後も継承してまいります。

わが国産業界は、少子・高齢化による社会構造の変化をはじめ、グローバル化する経済構造の変化、ITの進展による人間行動の変化、さらには地球規模での環境対策への取り組みなど、企業活動の新しいレジームの構築を図ることが強く求められています。

このような変化の潮流のなか、「事務能率」「経営効率」の概念に加え、経営活動がさらに社会との関わりを深め、その発展を担うべき役割機能が一層求められているとの認識に立ち、本会は「経営」と「社会」と「人間」の相乗性を追求した事業活動に進化させることによって公益的活動を基軸とした一般社団法人としての使命を果たしてまいります。

NOMAとは、NIPPON OMNI-MANAGEMENT ASSOCIATIONの略称です。

1959(昭和34年)  
P.F.ドラッカー教授を初めて日本に招聘、  
その後8回来日。



### 人材開発支援事業

高い業績をあげる人材の育成と組織変革を支援します！

企業の経営目標を実現し、高い業績をあげるためには「知識を中核とする学習する組織づくり」と「自律型人材の育成」及びそれらを支える「システムの構築」が重要です。私たちは企業のパートナーとして、組織変革や人事制度のコンサルティング、従業員サーベイ、人材育成プログラムなどをご提供することによりご支援します。

## 目次

知創経営と戦略行動型人材育成 … P 1

NOMA階層別マネジメント研修 モデルプログラム例) … P 2

NOMAテーマ別研修 モデルプログラム例) … P 6

研修をより効果的に実施するための研修ツール … P 14

ワーク・モチベーション測定調査 … P 17

コンサルティング 例) … P 18

講演会の協力 … P 19

# NOMAのご提供する階層別集合研修

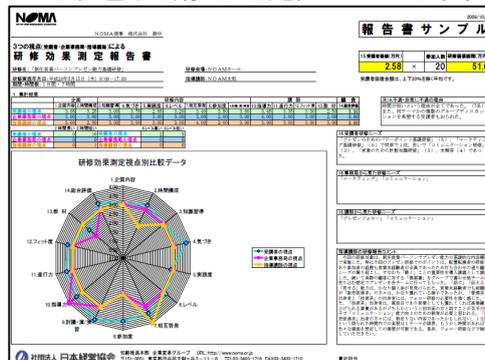
## 階層別研修には会社を元気にする力がある。

### NOMAは効果的な集合研修を考えます

管理職、中堅、新人 etc 様々な階層別研修は効果的に行うことで会社全体の活性化につながります。

「最近、社員のモチベーションが低い」「業績が上がらない」「研修内容を悩んでいる」など、NOMAは60年間のノウハウを活かし、さまざまなニーズに最適な研修をご提供いたします。

1. 独自の研修ツールを活用し、研修効果を**アップ**  
新人～管理職まで階層別に対応した研修ツールです。
2. 研修効果を視覚化し、次回の研修企画に**活かす**  
研修効果を反映した研修報告書を作成させていただきます。
3. 研修後、効果を継続するための**フォロー体制**  
講師による研修所感をフィードバックいたします。  
ご希望に応じて、研修実施後、受講者のレポートに講師がコメントをフィードバックいたします。



研修報告書 サンプル

## 知創経営と戦略行動型人材育成

知識創造活動が低くなっていると、戦略遂行・目標達成が困難であり、スピードについていけなくなります。つまり、時代に適合した企業価値を創造できない状態です。

知識創造活動を行うのは「人」です。学習する組織の基本単位も「人」です。企業内で行われる人材育成も個人のスキルアップに偏るのではなく、組織の学習能力向上に結びつく人材を育てる必要があります。

我が社の戦略とビジョンは何か？戦略とビジョンを達成するために求められる人材像とは何か？そのためにOJTで育成すべき点とは何か？off-JTで育成すべき点とは何か？変化する内外の環境変化の中で我が社の戦略とビジョン実現のための知識、態度、動機、気質などを統合した外部に見える行動（コンピテンシー）とは何か。

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。

能力開発領域(例)	コンピテンシー向上スキル項目(例)	階層	基礎領域	拡張領域	マインド領域	各種テーマ別研修例(集合・自己啓発)		
アドミニストラティブスキル	戦略思考・策定	経営幹部層 部門長層	事業戦略策定研修モデルプログラム	ビジネスリーダーモデルプログラム  チェンジリーダーモデルプログラム  プロジェクトマネジメント入門モデルプログラム  採用面接官トレーニングモデルプログラム	スリーシップ研修 TM®  リーダーシップ  フォロワーシップ  メンバーシップ	BCP 入門  実践ITソリューション・危機管理モデルプログラム  セールスマネージャー強化モデルプログラム  マーケティング基礎入門モデルプログラム  マーケティングセンサ強化モデルプログラム  セールスパーソン強化モデルプログラム  ビジネス交渉力モデルプログラム  プレゼンテーションスキルアップモデルプログラム		
	戦略実行	管理職層	目標による管理研修モデルプログラム			マネジメント力強化モデルプログラム	中堅社員層	
	プレゼン	新任管理者	中堅・職場リーダーモデルプログラム			社会人基礎力養成研修モデルプログラム	若手・新人層	
	折衝・調整	中堅社員層						
ヒューマンスキル	リスニングスキル、リーダーシップ、コミュニケーション等							
パーソナリティ	ストレス耐性、意思決定の責任感、人間的魅力、企業倫理等							
ウィル&バイタリティ	仕事への情熱、粘り強い実行力、自己啓発力、体力・気力 等							
テクニカルスキル	専門知識・技能、OA、IT、タスクマネジメント 等							
研修をより効果的に実施するための研修ツール ワーク・モチベーション測定調査 コンサルティング(例) 講演会の協力								

### その他階層別マネジメント研修 テーマ例)

キャリア・バリューアップ研修、人事考課者研修、アセスメント研修、コーチング、ファシリテーション能力養成プログラム、被評価研修、キャリア開発研修、ブラザーシスター養成研修

### その他テーマ別研修 テーマ例)

業務改善の進め方、タイムマネジメントプログラム、発想力開発、ロジカルシンキング、ロジカルライティング、リーダーシップとロジカルコミュニケーション力向上、チームビルディングとリーダーシップ強化、社内インストラクター養成、クレーム対応能力向上、メンタルヘルス、市場調査基本技法、ヒューマンエラー防止

## NOMA階層別マネジメント研修 モデルプログラム例)

研修モデル プログラム名	<b>新入社員研修モデルプログラム</b> ～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	<b>【理解度促進テストの活用】</b> 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。	
<b>モデルプログラム事例</b>		
	<b>1 日 目</b>	<b>2 日 目</b>
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	<b>社会人基礎力 CAMP モデルプログラム</b> ～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、経済産業省によって「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今後の自己啓発ポイントやキャリア形成に役立てます。	
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	<b>【社会人基礎力自己診断の活用】</b> 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。	
<b>モデルプログラム事例</b>		
	<b>1 日 目</b>	<b>2 日 目</b>
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	<b>中堅・職場リーダーモデルプログラム</b> ～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 <b>【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】</b> 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	<b>【理解度促進テストの活用】</b> 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。	
<b>モデルプログラム事例</b>		
	1 日 目	2 日 目
オリエンテーション	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	<b>チェンジリーダー・モデルプログラム</b> 次世代リーダー養成コース	
研修のねらい (到達目標)	従来の階層別研修を受講された方々、とりわけビジネスの基礎的な知識やスキルを土台として、さらに職場にイノベーション(変革)を起こす人材になるために開発されたプログラムです。 本プログラムは、職場リーダーが持っている“伸びしろ”を広げるために必要なRole(役割)を「5つの考動」として体系化し、実務で使いこなせるように設計されています。	
研修期間	標準：2日～3日	
有効対象	中堅社員、職場リーダー層(階層研修など)、ビジネスの基礎を履修された方。近い将来、管理者になる方・なることが見込まれる方)	
研修ポイント	職場変革という大きな展開のなかで、それぞれの考動は一つ一つが重要な働きを果たします。この5つの考動が相互に緊密に連携し合い、相乗効果生まれることによって、職場や集団は目指す姿に向けて大きく前進します。 チェンジリーダー・プログラムでは「5つの考動」をそれぞれ1. 考動診断、2. 考動の定義、3. 考動発揮のための思考ツール(道具)、4. 演習・実習・討議、5. 振り返りの構成で「考動の理解から実践での活用」を実現します。	
<b>モデルプログラム事例</b>		
	1 日 目	2 日 目
オリエンテーション	<b>Role1 情報探索者(エクスプローラ)</b> ・〈診断〉〈討議〉〈講義〉〈実習〉〈講義〉 <b>Role2 編集者(エディター)</b> ・〈診断〉〈講義〉 ・意味創りのための基本アプローチ〈講義〉 - 自社/競合マッピング〈討議〉 - 仕事のマッピング〈演習〉 <b>Role3 水先案内人(ナビゲーター)</b> ・〈診断〉〈演習〉〈講義〉 ・環境の変化動向を知る〈講義〉 ・上位概念を伝える〈講義〉 ・わが社のミッションを確認する〈討議〉 ・ビジネスの姿を理解する〈講義〉	<b>Role4 促進者(ファシリテーター)</b> ・〈診断〉 ・ファシリテーターの意義と4つの役割〈講義〉 ・ファシリテーターの工具箱〈講義〉 - アクティブ・リスニング〈演習〉 <b>Role5 職場変革者(チェンジ・エージェント)</b> ・チェンジ・エージェントの基本考動〈診断〉 ・チェンジ・エージェントの意義〈講義〉 ・喚起する〈講義〉 ・危機を認識し、識別する〈演習〉 ・根づかせる〈講義〉 ・部署の規範を変革する〈討議〉 全体の振り返り

研修モデル プログラム名	<b>マネジメント力強化モデルプログラム</b> ～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	<b>【理解度促進テストの活用】</b> 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。	
<b>モデルプログラム事例</b>		
	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	<b>目標による管理研修モデルプログラム</b> ～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	<b>【MRⅡ. リーダー職場活性化力評価の活用】</b> 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 当てはまらない) ◇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。	
<b>モデルプログラム事例</b>		
	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	<b>ビジネスリーダー・モデルプログラム</b> 次世代リーダー養成コース	
研修のねらい (到達目標)	従来の階層別管理者研修を受講された方々が、とりわけマネジメントの基礎的な知識やスキルを土台として、さらに組織にイノベーション（変革）を起こす人材になるために開発されたプログラムです。 本プログラムは、ビジネスリーダーが変革を実行していくために必要なスキルを「6つのパワー」として体系化し、実務で使いこなせるように設計されています。	
研修期間	標準：2日～3日	
有効対象	管理職層（新任管理職研修等、マネジメントの基礎を履修された方）	
研修ポイント	組織変革という大きな展開のなかで、それぞれのパワーは一つ一つが重要な働きを果たします。 この6つのパワーが相互に緊密に連携し合い、相乗効果が生まれることによって、組織は目指す姿に向けて大きく前進します。 ビジネスリーダー・プログラムでは「6つのパワー」をそれぞれ1. パワー診断2. パワーの定義3. パワー発揮のための思考ツール（道具）4. 演習・実習・討議5. 振り返りの構成で「パワーの理解から実践での活用」を実現します。	
<b>モデルプログラム事例</b>		
1 日 目		2 日 目
オリエンテーション (研修の目的とねらい、習得目標、進め方等) <b>Power1 内省力</b> ・〈診断〉〈講義〉〈演習〉 ・パラダイムを問い直す〈討議〉 —自社のパラダイムを問い直す〈討議〉 <b>Power2 先見力</b> ・〈診断〉〈講義〉 —先見力ある人物は？〈討議〉 ・シナリオ的発想で先見力を高める〈講義〉 ・A社の将来をシナリオ法で考える〈演習〉 <b>Power3 概念化力</b> ・〈診断〉〈講義〉 ・概念化力とは〈講義〉 —テーマを探索・構築・表現する ・テーマの究極の姿を描く〈演習〉	<b>Power4 発信力</b> ・〈診断〉〈講義〉〈演習〉 ・何を発信するか〈演習〉 ・どのように発信するか〈演習〉 <b>Power5 巻き込み力</b> 〈診断〉巻き込み経験を棚卸する〈討議〉〈講義〉 ・関係者のコミットメントを行動に変換する〈講義〉 ・ケーススタディ：ある自動車販売会社のケース〈演習〉 <b>Power6 組織変革力</b> ・〈診断〉〈講義〉 ・人々の不安・抵抗に誠実に向き合う〈講義〉 ・組織運営上の混乱にうまく対応する〈講義〉 ・パワーバランスの変化を見極める〈講義〉 ・ケース：組織変革を成功させる〈討議&演習〉 全体の振り返り	

研修モデル プログラム名	<b>事業戦略策定研修モデルプログラム</b>	
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。	
<b>モデルプログラム事例</b>		
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	

その他階層別マネジメント研修 テーマ例)

テーマ例)	研修期間	対象
キャリア・バリューアップ研修	標準：2日	シニアクラス(役職定年者)
人事考課者研修	標準：1日～2日	管理者(考課者)1次評価者
アセスメント研修	標準：1日～2日	管理者候補 1クラス10名程度(講師1名あたり最大20名)
コーチング	標準：2日	職場リーダー、管理者
ファシリテーション能力養成プログラム	標準：2日	職場リーダー、管理者
被評価研修	標準：1日～2日	被評価者
キャリア開発研修	標準：2日	中堅社員
ブラザーシスター養成研修	標準：1日～2日	ブラザーシスター
詳しくはお問合せください。E-maii： <a href="mailto:tiso@noma.or.jp">tiso@noma.or.jp</a>		

## NOMAテーマ別研修 モデルプログラム例)

研修モデル プログラム名	<b>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</b> ～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」流れで「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リ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	<b>スリーシップ研修™⑧「リーダーを支える力の育成」</b> <b>フォロワーシップモデルプログラム</b>
研修のねらい (到達目標)	リーダーに対する貢献力と前向きな批判力を身につけ、支持し、解釈し、補完することによってチームの力を高める方法を学びます。
研修期間	標準：2日
有効対象	部下力を身につけ、チームの中心でリーダーを支えようとする方々
研修ポイント	1. 受講生が自分で「場面ごとに変わる仕事上の役割」に対応でき、「成果につながりやすい周囲との関係」を構築し、「好ましい立ち位置と心構え」を持つように組立てられています。 2. 五つの柱「使命感と価値観」「チャレンジのスタイル」「支援のスタイル」「コミュニケーションのスタイル」「目標設定と学習/成長」によって、研修生が自分のスタイルを確立する支援をします。 3. 多様な演習によって、相互の支援、相互のフィードバック、相互の対話の実践をし、仕事の成果に結びつく姿勢を学びます。

### モデルプログラム事例

1 日 目	2 日 目
導入講義・チェックイン（フォロワーシップ/部下力の発揮） セクションⅠ 「使命感・価値観」…使命や目標の浸透をするために セクションⅡ 「チャレンジのスタイル」…フォロワーシップを活かした挑戦 1. 問題発見の基礎 2. ケーススタディと討議 セクションⅢ 「支援のスタイル」…リーダーを補佐・補完する行動 1. ワーク①自分役割の確定 2. ワーク②他者の強みを知る 3. フォロワーの支援「五つの条件」	セクションⅣ 「コミュニケーションのスタイル」…視点の違いに気づく 1. ワーク①責任共同体 2. ワーク②人の視点との違い体験  セクションⅤ 「目標設定と学習/成長」…能力を向上させる能力の獲得 1. ワーク①自立のPDCA 2. チームと組織への貢献を考える 研修全体のまとめ・チェックアウト

研修モデル プログラム名	<b>セールスパーソン強化モデルプログラム</b>	
	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	<b>セールスマネージャー強化モデルプログラム</b>	
	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	<b>ビジネス交渉力モデルプログラム</b> ～『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	<b>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</b>
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	

研修モデル プログラム名	<b>プレゼンテーションスキルアップモデルプログラム</b> ～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	<b>マーケティング基礎入門モデルプログラム</b>	
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
	1. マーケティング基礎 ○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  2. 商品・サービスを理解する ○討議 ○講義 ○演習：商品・サービスを分析する  3. チャンネル（流通）を理解する ○討議 ○ロジスティックミックス ○出店戦略の概要 ○演習	4. プロモーション（広告宣伝）を理解する ○討議 ○講義 ○演習  5. プライス（価格）を理解する ○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  6. マーケティング・ミックスを理解する ○講義 ○ケース研究

研修モデル プログラム名	<b>マーケティングセンス強化モデルプログラム</b>	
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
	1. 革新的マーケティングテーマの発見と開発 ○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  2. マーケティングテーマの構造化 ○事業ドメインの構成要素 ○どこ（市場）・誰（顧客）の明確化	-STP分析 -シナリオ・ライティング ○何の明確化  ○演習：富裕層を構造化する  3. マーケティング・ミックスのストーリー作り ○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

研修モデル プログラム名	BCP（Business Continuity Plan＝事業継続計画）入門
研修のねらい (到達目標)	1. BCPの基本的な考え方が理解され、そのメリットを活かせるようになる。 2. BCPを通して、自分たちのビジネスに対する理解を深める。 3. 中核事業、重要業務、ボトルネック資源の相互関係を正しく把握できるようになる。
研修期間	標準：1日
有効対象	危機管理者の方々 経営幹部の方々
研修ポイント	さまざまなリスク（自然災害、大火災など）に遭遇しても事業資産の損害を最小限にとどめ、中核となる事業の継続あるいは早期復旧を可能とする計画策定スキルを高める。
モデルプログラム事例	
1 日 目	
1. BCPが求められる背景・理由 2. BCP事前診断-あなたの企業は、こんなときに通常業務ができますか？ 3. BCPの基本 4. BCPサイクル ○自分たちのビジネス・事業を理解する ○事前対策を検討する ○BCPを作成する 5. BCP文化の定着と浸透 ○リスク感受性の高い組織文化 ○課題討議	

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	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、企業が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。 「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。 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。 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。
モデルプログラム事例	
1 日 目	
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は【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〉 〈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 ○対策チームに必要な人・もの・金・情報は何か (2) 会場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	

研修モデル プログラム名	<b>プロジェクトマネジメント入門モデルプログラム</b> -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 ○レスポンスビ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

研修モデル プログラム名	<b>採用面接官トレーニングモデルプログラム</b>	
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		
1. 面接官として、大切なこと ○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 2. 面接スキルの実践④ ○環境設定 ○傾聴のスキル 3. 質問のスキルの紹介 ○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 4. 面接の体験実習 ○講義と個人面接演習 5. 研修のふりかえりと質疑応答		

研修モデル プログラム名	<b>段取り力強化モデルプログラム</b> ～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	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 2. 段取り力を高める～①目標設定力 3. 段取り力を高める～②問題解決力	4. マイベストジョブの共有化 5. 段取り力を高める～③周りを巻き込む力 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

### その他テーマ別研修

テーマ例)	研修期間	対象
業務改善の進め方～業務効率を高める実践方法～	標準：1日～2日	中堅～管理職、改善提案推進者
タイムマネジメントプログラム～効率的な仕事の進め方～	標準：1日	全社員
発想力開発～アイデア・発想法を業務に活かす～	標準：1日	新入社員～管理者
ロジカルシンキング	標準：2日	全社員
ロジカルライティング	標準：1日	新人～中堅
リーダーシップとロジカルコミュニケーション力向上	標準：1日	新人～中堅
チームビルディングとリーダーシップ強化	標準：1日	中堅社員以上の方々
社内インストラクター養成～上手な講義の進め方～	標準：1日	社内インストラクター
クレーム対応能力向上	標準：1日	中堅～管理者
メンタルヘルス	標準：1日	全社員
市場調査基本技法	標準：2日	市場調査に関わる社員(CS推進、販売促進、経営企画)
ヒューマンエラー防止	標準：1日(3～5時間程度)	全社員
詳しくはお問合せください。E-mail： <a href="mailto:tiso@noma.or.jp">tiso@noma.or.jp</a>		

## 研修をより効果的に実施するための研修ツール

	名称	対象	価格 (税抜)/1部	消費税 (8%)	価格 (税込)/1部
マネジメント テスト	仕事の基本理解テスト MT-I	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	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 (補足資料付き)	管理職候補～新任管理職	¥1,000	¥80	¥1,080
自己診断 ツール	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
	セールス・マーケティング自己診断 LD-I	新人、若手営業パーソン	¥1,000	¥80	¥1,080
	セールスマネジメント自己診断 LD-II	営業マネージャー	¥1,000	¥80	¥1,080
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	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) 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。

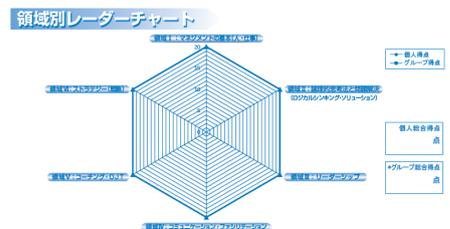
問題	解答の理由(ポイント)	解答
1 計画立案は、まず方針や目標が明確になっていなければならない。		1) はい <input type="checkbox"/> いいえ <input type="checkbox"/> 31
2 計画立案において、代替案を立案しては効率が悪いので、ひとつの案を作ったら即実行に移したほうがよい。		2) はい <input type="checkbox"/> いいえ <input type="checkbox"/> 32
3 組織における管理には、仕事の管理と人間の管理がある。仕事の管理は合意性を追求し、人間の管理は合理性を追求するものである。		3) はい <input type="checkbox"/> いいえ <input type="checkbox"/> 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 <input type="checkbox"/> いいえ <input type="checkbox"/> 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、あまり精密に計画を立てる必要はない。		5) はい <input type="checkbox"/> いいえ <input type="checkbox"/> 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。

問題	解答
1	はい <input type="checkbox"/> いいえ <input type="checkbox"/>
2	はい <input type="checkbox"/> いいえ <input type="checkbox"/>
3	はい <input type="checkbox"/> いいえ <input type="checkbox"/>

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(ジョックワリー等)を使う必要がある。
3	仕事の管理は、仕事の論理、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: 論理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/ファシリテーション	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	( )	( )	( )



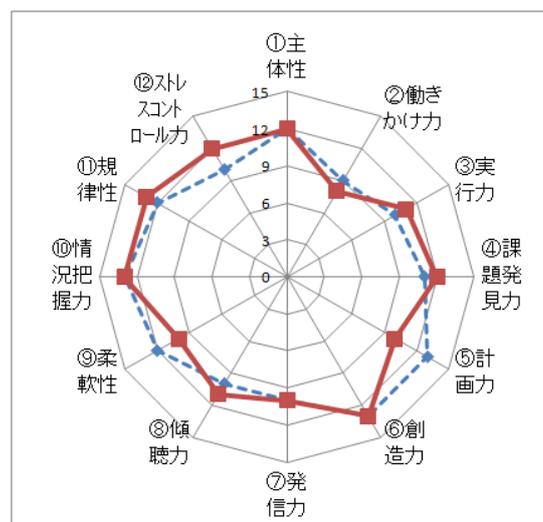
### MTシリーズ実施例 (約3時間半程度)

時間	内容
約5分	<b>1. オリエンテーション</b> ・目的の共有 ・実施の際の諸注意
約60分	<b>2. 回答記入</b>
約60分	<b>3. グループディスカッション</b> ・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	<b>4. グループ発表&amp;解説</b>
約15分	(ミシン目を切り取る)
	<b>5. 集計</b>
約10分	<b>6. 振り返り</b>

## 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。

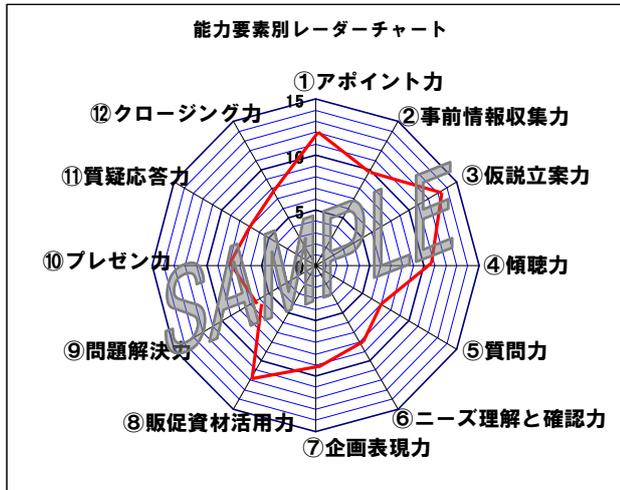


### 内部インストラクターによる実施例

時間	内容
約5分	<b>1. オリエンテーション</b> ・目的の共有 ・実施の際の諸注意
約15分	<b>2. 解答記入</b> ・全員が終了するまで時間をとってください。
約15分	<b>3. 集計&amp;チャート作成</b> ・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	<b>4. 社会人基礎力解説</b> ・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	<b>5. 自己分析と振り返り（個人ワーク）</b> ・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	<b>6. グループディスカッション</b> ・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	<b>7. 発表とまとめ（アドバイス）</b>

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

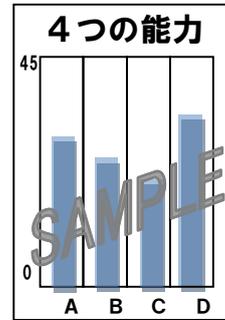
見込み客を創出(Lead generation)し受注につなげる、そのためのプロセスとは？能力とは？  
数字を残し続けるセールスパークソンに求められる日常の行動特性をその場でチェックし振り返る！



～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。

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。



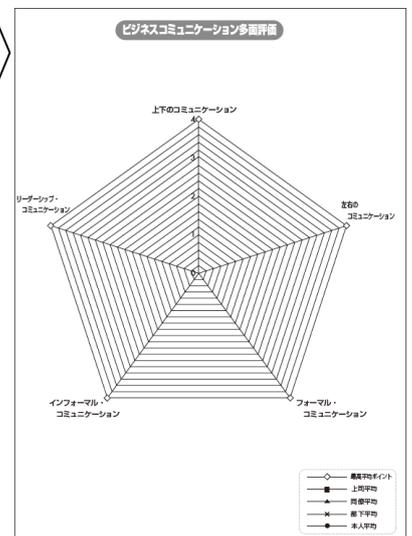
□ 上司(記入欄)	□ 同僚1(記入欄)	□ 同僚2(記入欄)	□ 部下-後輩1(記入欄)	□ 部下-後輩2(記入欄)	□ 部下-後輩3(記入欄)	□ 本人(記入欄)
1 26	1 26	1 26	1 26	1 26	1 26	1 26
2 27	2 27	2 27	2 27	2 27	2 27	2 27

(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。



## 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

⇒これ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

(※本会は公益法人法制の改正に伴い、平成23年4月に国の移行認可を受けて、法人格が「一般社団法人」になりました。)

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

## コンサルティング 例)

コンサルティング・サービステーマ	<b>ワークモチベーションサーベイ</b> ～組織の目標と社員の働きがいをつなぐ、組織診断ツール～
コンサルティング・サーベイのねらい	1.働く意欲が正しく把握できる唯一の調査です 2.専門性の高さや科学的な根拠に基づいた分析を行います 3.信頼性の高い他企業データベースとの比較が可能です
期間	標準：～4ヶ月～(お申込みからサーベイ報告会まで) その後、ソリューション研修等(オプション)。
有効対象	全社的
コンサルティング・サーベイポイント	1.本調査は、企業で働く <b>従業員の意識を正確に数値化し、組織の意識実態を把握</b> するために開発された、ワーク・モチベーション測定のための調査プログラムです。これまでのモラル・サーベイでは、回答者に質問者の意図がわかってしまい、本音の回答が得られず間違った判断をしかねません。ワーク・モチベーション測定調査には、この問題を解決する測定技術が導入されています。 2.ワーク・モチベーション測定調査は、組織行動を専門分野とする社会心理学(動機づけ領域)の学術知見と、過去15年にわたる <b>全国約200組織(140万人)の意識データ</b> の蓄積をもとに研究・開発されました(*注)。 調査項目の単純・クロス集計を確認するのみならず、動機づけ要因の <b>因果関係を多変量解析によって数値化</b> し、モチベーションの観点から <b>組織の構造的な課題を明らかに</b> します。またこのような専門性に基づき、人事制度など貴社のご要望に応じた独自の設計プラン、分析を盛り込むことも可能な調査です。 3.比較データは <b>多様な業種を含む全国規模データベース</b> です。“他社の一般的な社員像”と比較することで、組織のモチベーションの位置づけが明確になります。さらに時系列で調査を行えば、前回からの変化の分析によりその間の制度導入や政策変更の効果を確認することも可能です。 (*注 社団法人国際経済労働研究所、株式会社応用社会心理学研究所が近畿大学経営学部 山下京 准教授らとともに共同開発)

コンサルティング・サービステーマ	<b>人事制度再構築コンサルティング</b>
コンサルティング・サーベイのねらい	1.継続的發展のために、戦略的な「人事諸制度」の見直しと再構築 2.平等な考課から、公正な考課システムへの移行 3.研修会実施で制度の運営へ導く
期間	標準：6ヶ月～12ヶ月
有効対象	全社的
コンサルティング・サーベイポイント	1.貢献度重視人事制度を基軸とした職能資格制度の見直し、改訂 2.複線型新賃金体系の確立(総合職・一般職・専門職など) 3.貢献度を重視した人事考課のフォームの見直しと策定 4.研修体系の見直し 5.定員管理および組織編成に対する提言 6.公的・準公的資格取得制度の策定 7.昇進・昇格制度の策定 等の再構築

コンサルティング・サービステーマ	<b>業務改善 TPS(トヨタ生産方式)ワークショップ①管理者</b> ～研修と実践の繰り返しによる活動～
コンサルティング・サーベイのねらい	1.社員全員が共通の問題意識、目標を持てる。 2.業務改善の手法を身に付け、自ら考え、自ら行動できる人材になる。 3.研修で学んだことや問題点が研修テーマに取り入れられるので問題解決のスキルが身に付く。 4.会社の理念や方針、目標を共有化し、達成する為の具体的な活動に落とし込める。 5.『改善』意識を根付かせ自立的に進化させる風土の基盤となる。
期間	標準：6ヶ月
有効対象	リーダー・管理者育成
コンサルティング・サーベイポイント	本ワークショップは、職場に「改善」意識を根付かせる管理者育成と自立型若手社員育成の2つのワークショップがあります。双方の健全な育成が、現場に継続的な『改善』意識を根付かせていきます。

その他ボードメンバー(最高経営責任者、経営幹部、事業にコミットメントできる方、上位5名)支援 等

## 講演会の協力

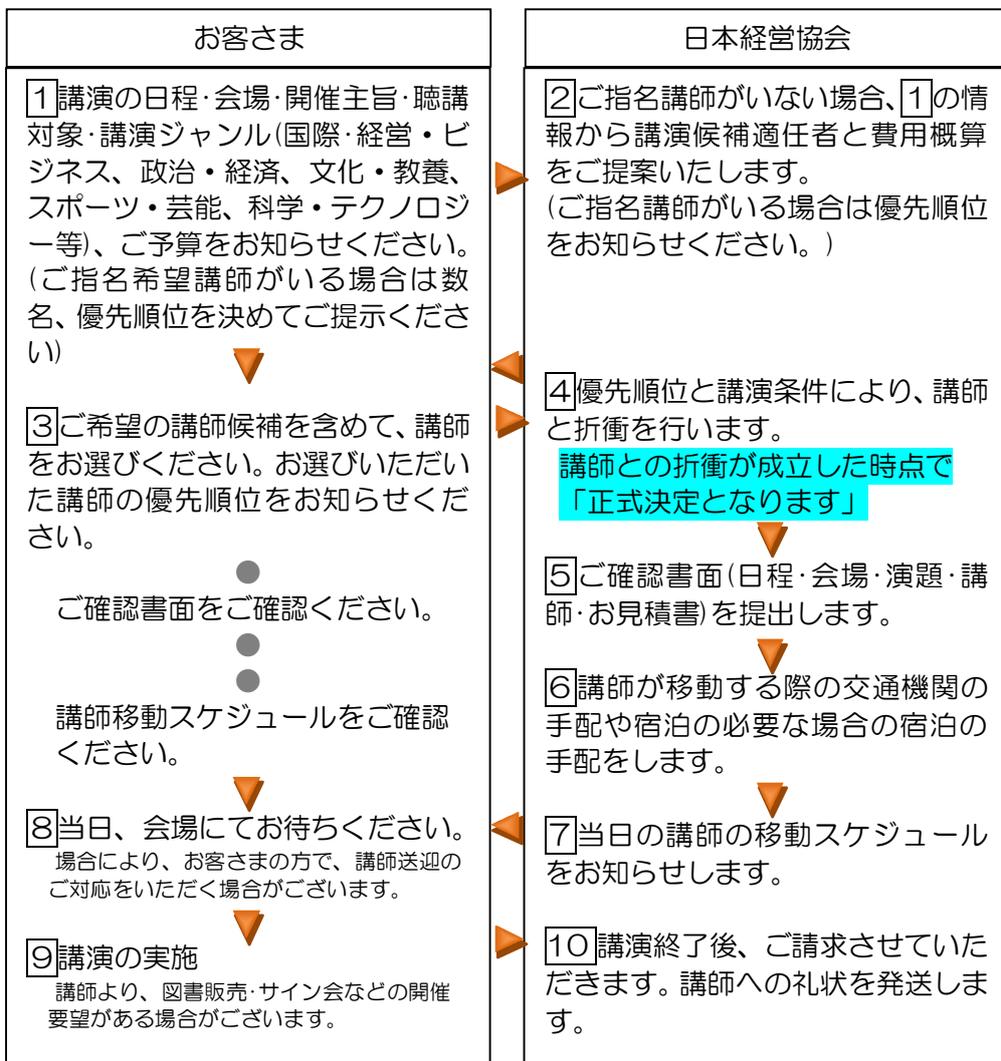
### 講演会の決め手は講師の選択です

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

(※本会は公益法人法制の改正に伴い、平成23年4月に国の移行認可を受けて、法人格が「一般社団法人」になりました。)

経営開発グループ

〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷3-1-1-8

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



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

(※本会は公益法人法制の改正に伴い、平成23年4月に国の移行認可を受けて、法人格が「一般社団法人」になりました。)

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