



ワクコンサルティング 研修サービスのご案内

ワクコンサルティング株式会社

2022/ 4

会社概要



社名
設立
代表取締役会長
取締役社長
資本金

ワクコンサルティング株式会社
2003年1月
松林 光男
隈井 慶
3850万円



従業員
所在地
事業内容

7名（パートナーコンサルタント220名）
〒252-0804 神奈川県藤沢市湘南台6-33-16 神山ビル
コンサルティングサービス/ものづくりナビ（webサービス）/DXソリューションバンク/研修サービス
一般労働者派遣許可番号 派14-300419
有料職業紹介事業許可番号 14-コ-300226

役員

副会長 荒田 和之
最高顧問 吉田 雅彦
顧問 萱原 昇

次の2点に特長を持つコンサルティング会社です。

■ 製造業で実務を経験した平均40年以上のベテランコンサルタントにより、課題解決に即効性を持って対応いたします。

- ・製造業の研究開発・企画・生産・物流・販売・サービスまでトータルにあるいは部分的（例：品質マネジメント改善）にも課題解決をサポート
- ・業務とIT（SCM、ERP、PLM）の双方に強み
- ・220名のコンサルタントを擁し、課題解決のための最適な人材をアサイン
- ・コンサルタントによる220冊以上の執筆本



■ 他社にない、ONLY 1の研修サービス

- ・製造業業務に関する豊富な研修コース（42コース、162日間の研修コース）
 - － 製造業の業務プロセス
 - － サプライチェーンプロセス
 - － 改革改善手法（在庫削減、リードタイム短縮、など）
 - － 改革リーダー・コンサルタント育成
- ・豊富な研修実績

18年間で受講10,000名以上の豊富な研修実績と平均86%の高い受講者満足度

- ・製造業業務プロセスe-learning研修は多言語対応（日・英）全14コース

2016年より経産省の補助事業「スマートものづくり応援隊」を岐阜県の公益財団法人ソフトピアジャパンで製造業に対してIoTやロボットを活用し業務を改善できる指導者育成の支援をしています。

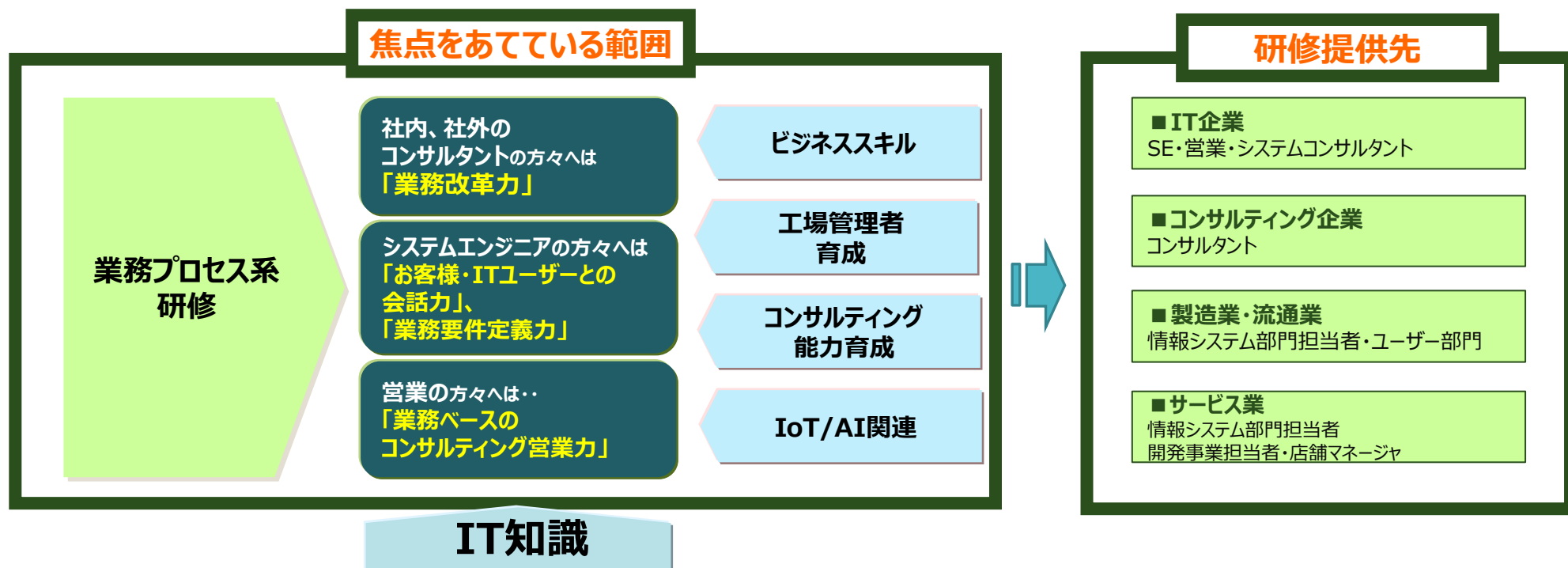


ワク研修サービスの概要

製造業や流通業のお客様は常に変革の必要に迫られています。市場も製品も変わるからです。それをお手伝いするコンサルタントやS E・営業はお客様の仕事の仕組みに通じている必要があります。しかし、業務の仕組みの全体像を体系的に理解することは、お客様の社員にとっても容易なことではなく、外部のコンサルタントやS E・営業にはさらに困難なことです。

ワクコンサルティングの「業務プロセス系研修」では、製造業や流通業の仕事の仕組みの全体像を業務視点で理解してもらうための研修と、業務やサービスを改革する方法や、改革の方向についての研修をご提供致します。また、「ビジネススキルアップ研修」では、ファシリテーション力、交渉力等、お客様との対話で必要な会話力を習得いたします。「コンサルティング系研修」では、コンサルタントの基本的な姿勢、マインド、技術、手法から、具体的なイノベーション手法を身につける研修をご提供いたします。

IoT/AI研修では最新のDX事例から、業務課題に対応したDX解決方法などの研修も取り揃えておりDX人材育成も目指しています。



研修サービス採用の動機

お客様の業種ごとの弊社研修サービス採用の理由は下記のとおり。研修の内容は、
製造業の業務基礎（生産管理、BOMなど）、業務課題解決手法（例；P S I ,在庫削減、AIなど）、
業務改革・IT改革のコンサルティング手法・ケーススタディ、など

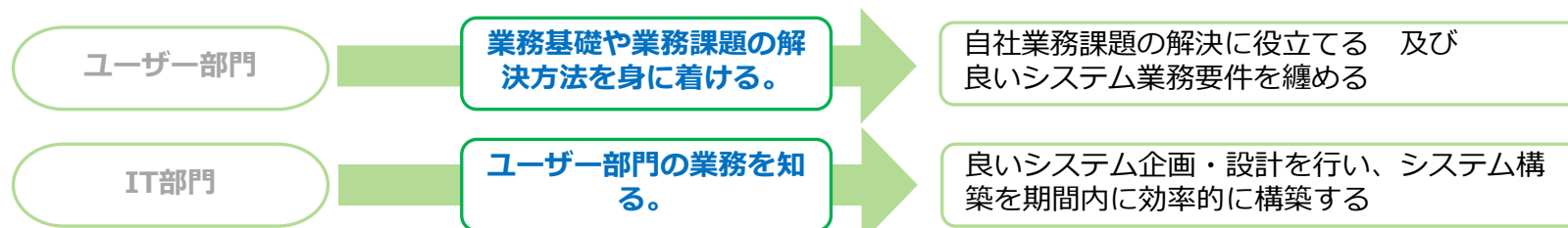


IT企業・コンサル企業の採用動機：



（顧客例：IBM、オラクル、SAP、日立システム、NECシステム、NTTデータ、野村総研、TIS、クオリカ、ABEAMコンサル、富士通、ベリングポイント（現PWC）、シグマックス 等）

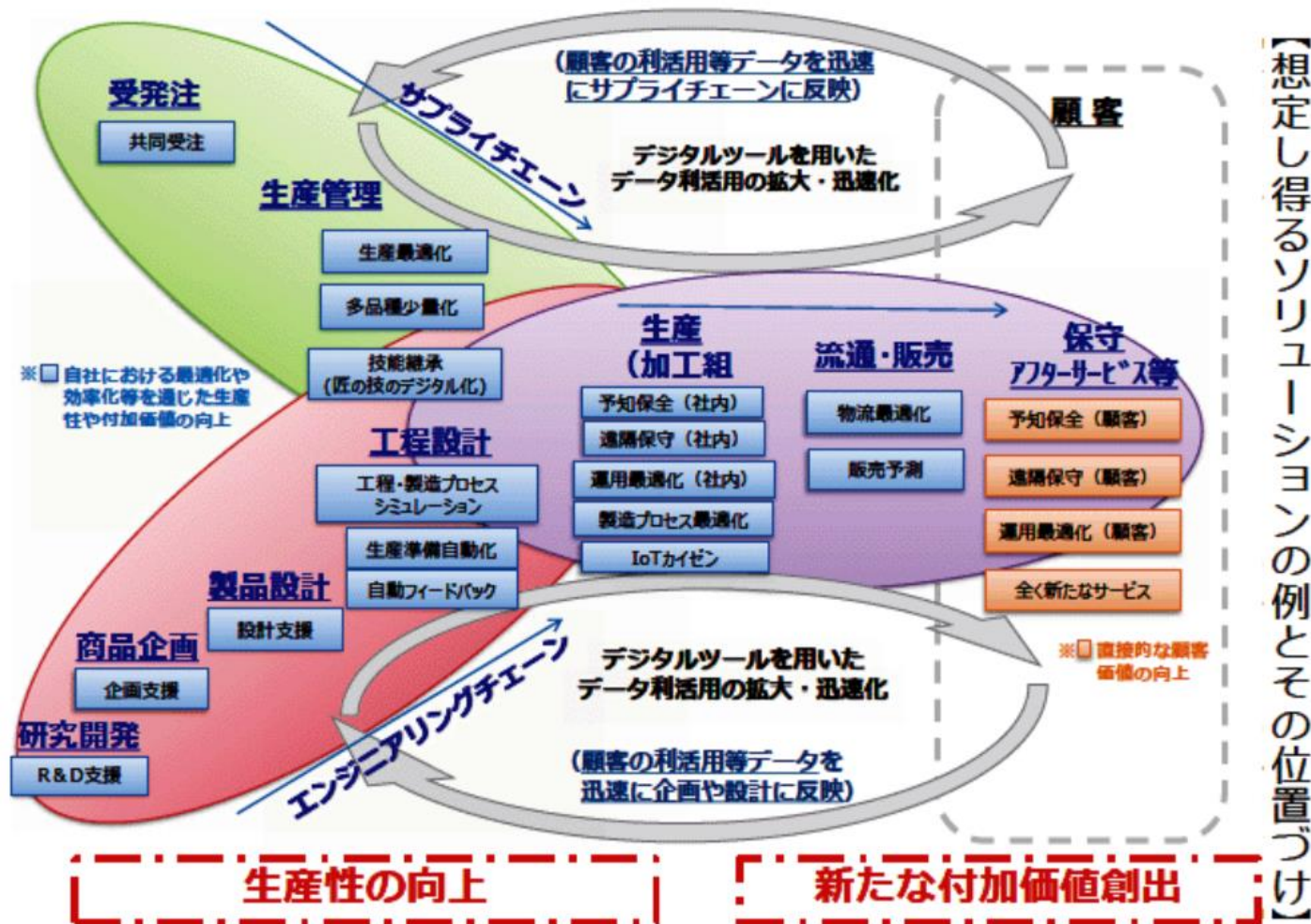
製造企業・製造企業のIT子会社の採用動機：



（顧客例：コマツ（関連会社含む）、川崎重工、三菱電機、富士ゼロックス、デュポン、矢崎総業、フォスター電気、パッファロー、ベニック（川崎重工IT子会社）、日鉄ソリューションズ、東芝インフォメーションシステムズ、ビジネスエンジニアリング、三菱電機インフォメーションシステムズ 等）

製造業のDXを支える人材育成について

DXを支える人物像として、各業務をバリューチェーンで捉えデジタル化を推進していく人材育成のニーズが高まっています。DX化を推進する上で業務知識補完の重要性を感じられる企業が増えており、弊社の研修サービスをご活用いただいております。



弊社の業種別研修対応一覧

弊社の強みは製造業／流通業に特化した実践的な研修をご提供しています

カテゴリー	対応可否	備考
製造業／流通業	◎	
鉄道	○	J R、私鉄（東急・京阪など）
金融／保険	×	協力研修会社のご紹介が可能です。
エネルギー	△	電力系の知見者が在籍
公共	○	公共事業における支援実績がある コンサルタントが在籍。 自治体へのアプローチを主体した構成

弊社がカバーする
研修範囲

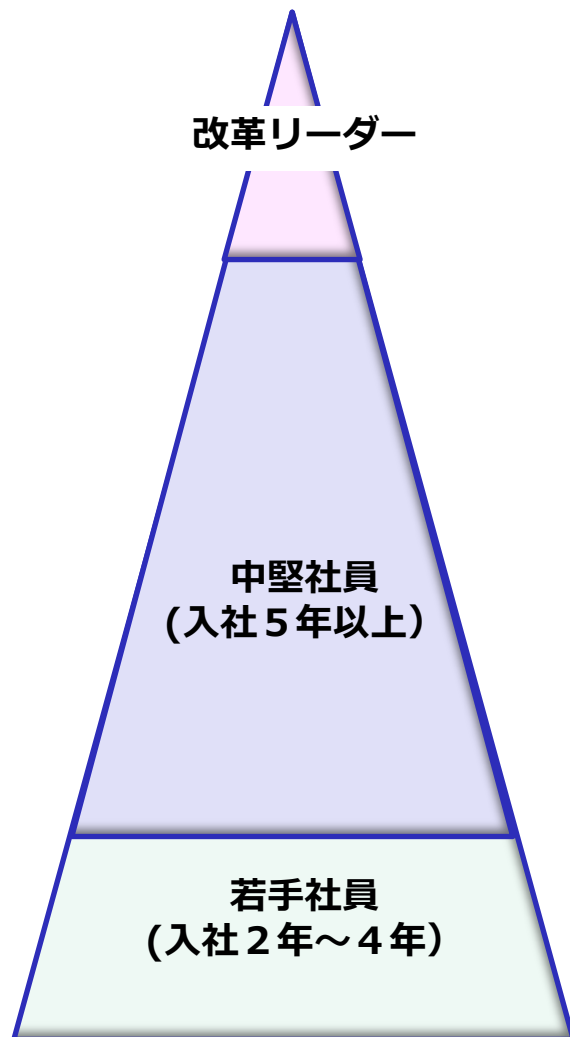
階層	階層別研修	専門教育（例：業務研修）	
		技術研修（固有技術）	業務研修（管理技術）
経営幹部	上級管理者研修		
リーダー	管理者研修		
中堅社員	中堅社員研修		
若手社員	若手社員研修		
新入社員	新入社員研修		

専門分野の知識を
生かし改善・改革
を遂行する。

専門分野
を学ぶ

業務の基礎
を学ぶ

専門教育の目的（業務研修）



改革リーダー

専門分野の知識を生かし改善・改革を遂行する。

業務改革に必要な改革手法や進め方をワークショップ方式の授業で実戦的に学び、自身で考え判断し行動出来る人材の育成を目指します。

中堅社員

専門分野を学ぶ

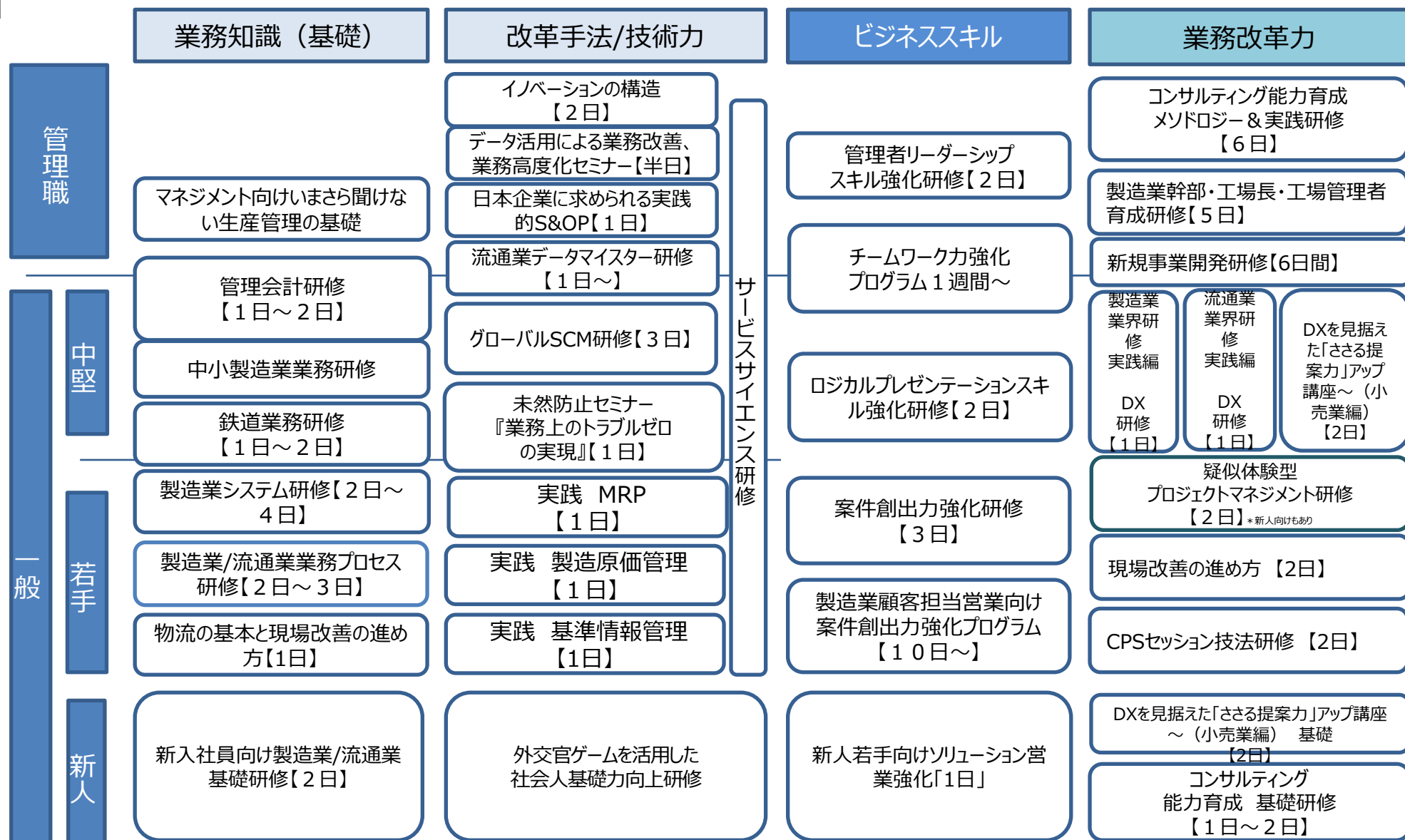
サプライチェーンを構成する業務プロセスを体系的に理解した上で専門領域を深掘しコアスキルを身につけ、より付加価値の高い業務を遂行できるプロフェッショナル人材の育成を目指します。

若手社員

業務の基礎を学ぶ

製造業の仕組みや業務プロセスの基本を学ぶことにより、ものづくりの本質を理解し、手戻り無く効率的に業務をこなす改善活動にも取り組める若手人材の育成を目指します。

弊社研修体系図（コース抜粋版）



ご参考「人材育成プログラム」のご提案（１）

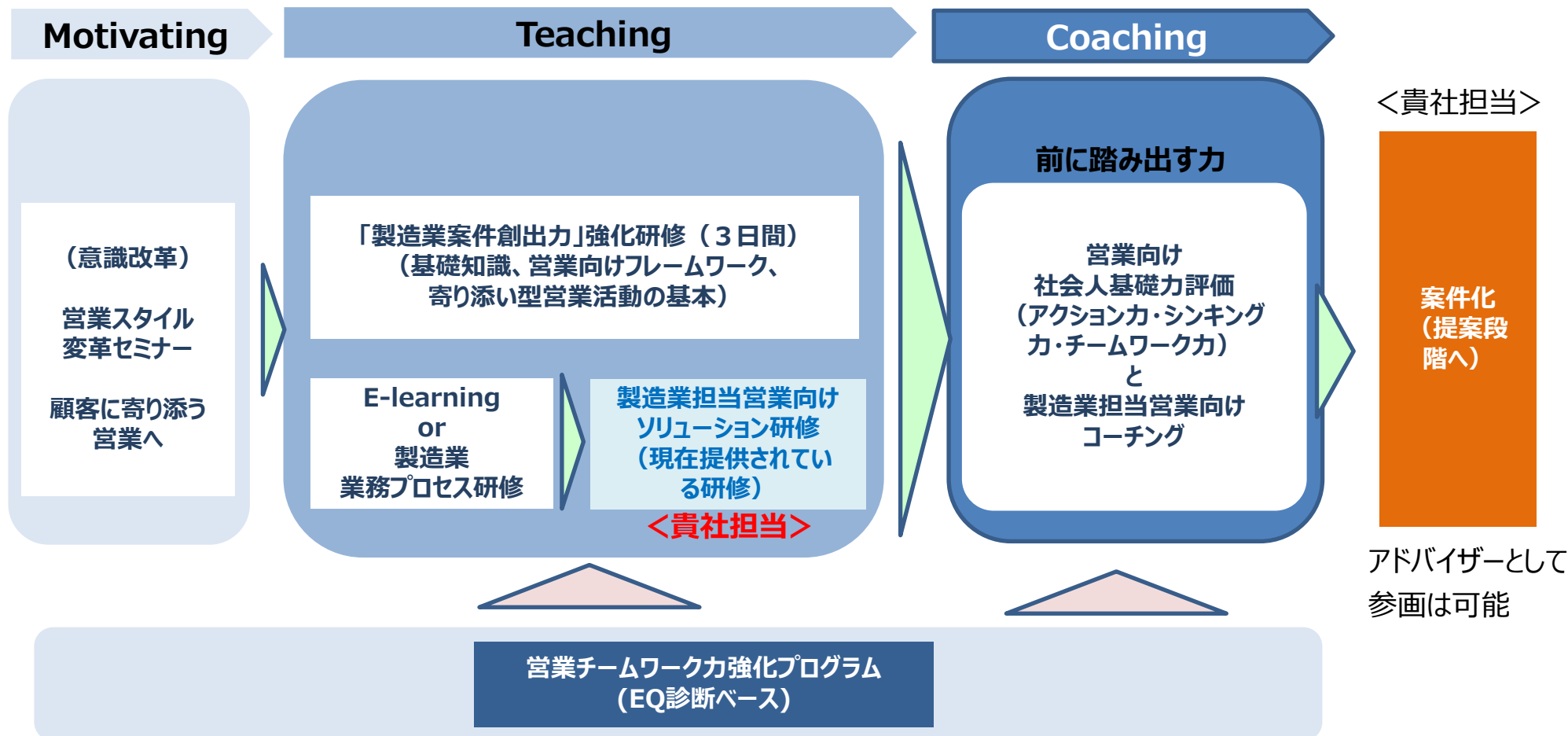
～顧客思考で考えられる人材を育成する～ 業務知識編 【ICT企業向け】

	入門（新人）	基礎編（若手）	実践編（中堅）	プロフェッショナル編
担当業	製造業	製造業 業務プロセス研修 製造業の業務と基幹システム研修	製造業業界研修 実践編（DX研修）	コンサルタント養成基礎研修
担当業	流通業	流通業 業務プロセス研修	流通業業界研修 実践編（DX研修）	
研修目的	<ul style="list-style-type: none"> ・社会人として必要なスキル ・これから担当するお客様の業務のしくみなどを習得する 	業務プロセスを俯瞰できる人材を育成。	DXの基本を習得し、お客様の課題からいかにDXで解決できるか考える礎を身に着ける	コンサルティング能力を身に着ける

進め方>>

ご参考：「人材育成プログラム」のご提案（２）【ICT企業向け】 ～製造業顧客担当営業向け「案件創出力強化プログラム」～寄り添い型営業編

「寄り添い型営業」育成し、案件創出力を強化するための、研修、コーチングを組み合わせたプログラムをご提供いたします。



ご参考「人材育成プログラム」のご提案（３）【製造業・ICT企業向け】 ～社内PM・改革リーダーを育成する～ 業務コンサルタント育成編

	基礎編（若手）	実践編（中堅）	プロフェッショナル編
研修目的	<div>製造業業務プロセス研修 または e-ラーニング</div> <div>製造業の業務と基幹システム研修</div>	<div>グローバルSCM研修 グローバル生販在計画とS&OP</div> <div>在庫管理と在庫削減の進め方 グローバルSCM研修</div> <div>リードタイム短縮の進め方 グローバルSCM研修</div> <div>製造業界研修実践編（DX研修）</div>	<div>コンサルタント養成基礎研修</div> <div>疑似体験型プロジェクトマネジメント研修</div> <div>コンサルティング能力育成 メソドロジー＆実践研修</div>
研修目的	<div>製造業の業務プロセスを俯瞰できる人材を育成します</div>	<div>グローバル サプライチェーンと、エンジニアリングチェーンの両方の視点から、それらを支える計画と管理業務とその業務改善・改革の基本を身に着ける</div> <div>DXの基本を習得し、業務課題からいかにDXで解決できるか考える礎を身に着ける</div>	<div>コンサルティング能力を身に着ける</div> <div>プロジェクトの進め方、（マネジメント技法）を学ぶ</div> <div>業務企画構想フェーズに焦点を置き、疑似体験を通して上流スキルを習得し業務改革力を身に着ける</div>

進め方>>

コース概要(1) 業務知識

レベル	研修コース名称	概 要	期間	対象		
				新人	若手	中堅
入門	外交官ゲームを活用した社会人基礎力向上研修	「外交官ゲーム」という演習を活用し、社会人基礎力や組織で働く上で必要となる様々なスキルを 体感します。	1 日	●		
	新入社員向け 製造業業務 基礎研修	製造業の主な仕事の仕組みを理解します。今後お客様をご対応されても困らないために用語と業務プロセスに関する幅広い知識の習得することで、お客様の言っていることが理解できる人材を育成いたします。	1 日	●		
	新入社員向け 流通業業務 基礎編	流通業の主な仕事の仕組みを理解します。今後お客様をご対応されても困らないために用語と業務プロセスに関する幅広い知識の習得することで、お客様の言っていることが理解できる人材を育成いたします。	1 日	●		
基礎	製造業業務プロセス研修	製造業の業務プロセスをEnd to Endで学ぶことにより、効率的な日常業務の推進、業務改革や情報システム構築を成功に導くための基礎知識を習得します。	2 日		●	●
	製造業業務と基幹システム研修	製造業システム（ITアプリケーション）の基本知識を習得します。業務とシステムとの関連、留意点や事例等を通して学びます。	2日		●	●
	中小製造業業務研修	中小製造業に多く見られる受注設計生産の業務形態の習得の目的を中心としたコースです。中小企業の各業務の役割や、独特な課題などを座学・ワークショップ・Q&Aを通して、実践的に学びます。演習を通して業務フォローを描ける人材の育成を目指します。	半日 ～ 1日		●	●
	流通業業務プロセス研修	流通業の業務プロセスをEnd to Endで学ぶことにより、効率的な日常業務の推進、業務改革や情報システム構築を成功に導くための基礎知識を習得します。	2 日		●	●
	鉄道業務研修	鉄道のサービス・技術・経営・政策その他に関する基礎事項を習得します。また新たな鉄道のビジネス機会の可能性を学習することも目的としています。	1 日 ～ 2 日		●	●

コース概要(2) 改革手法/技術力

STEP	研修コース名称	概 要	期間	対象	
				若手	入社 5年 目以 降
中級上級 (実践編)	管理会計研修	経理業務や関連業務に関する実践的な知識を修得して頂くコースです	2日	●	●
	実践 製造原価管理研修	原価は経営管理の基盤であり、その元となる情報の多くは、日常の全業務活動、そしてITシステムから収集され、どのような領域の業務改善やITシステム構築においても、原価との関わりを知ることは大切な要素となります。しかしながら、「原価はとっつきづらい」との先入観から、知識習得は敬遠されがち。当研修コースは、そのニーズに応えるもので、製造原価管理の視点と、ポイントとなる知識を習得します。原価管理構築、ITシステム構築にかかわる方々の入門として、また、他の業務改善・IT化を進める際、最低知っておきたい原価知識習得に焦点をおいた研修コースです。	1日	●	●
	実践基準情報管理	本コースはeラーニングの製造業業務プロセスシリーズの受講後のフォローアップ研修として位置付けております。 BOMの基本に加え、「製造業情報システムにおけるBOM」や「産業別BOMの特徴と今後の展開」などBOMを様々な視点から深堀します。	1日	●	●
	実践MRP	MRPは、企業の基幹システムであるにもかかわらず、理論のみに流れ、実践的な運用を学ぶ場は限られています。当研修コースはそのニーズに応えるもので、 ・MRPの理論のみならず、その運用についての課題やポイント ・MRPと製番方式、カンバン方式などとの違いや併用等について習得します。	1日	●	●
	未然防止セミナー 『業務上のトラブルゼロの実現』	トラブル・事故発生時の緊急対応、再発防止での根本原因の究明、そして未然防止におけるリスクの気付きを通して、業務上のトラブルゼロを実現する方法についてお伝えします。	1日	●	●

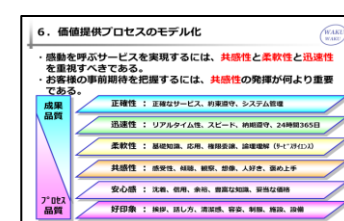
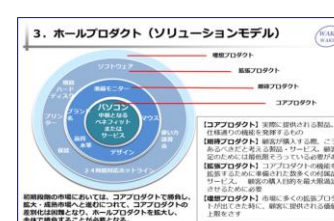
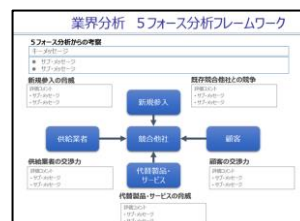
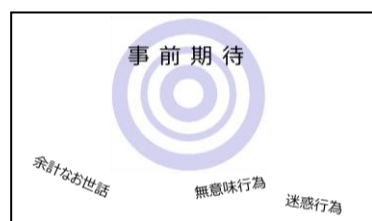
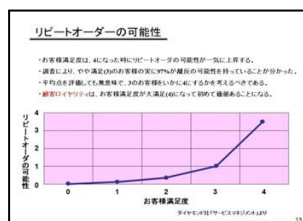
コース概要(3) 改革手法/技術力

	研修コース名称	概 要	期間	対象			
				新人	若手	中堅	プロジェクトリーダー
中級上級 (実践編)	グローバルSCM研修 グローバル生販在計画とS&OP	生販在計画の重要性とその仕組み、改革ポイントを、グローバルな視点を交えながら学びます。最近注目されているS&OPについても理解を深めていただきます。	1日		●	●	●
	グローバルSCM研修 在庫管理と在庫削減	在庫の功罪、在庫管理の仕組み、在庫管理のポイント、ABC管理、重要課題、在庫削減の進め方など、ケーススタディを交えながら実践的に学びます。	1日		●	●	●
	グローバルSCM研修 リードタイム短縮の進め方	リードタイム短縮はサプライチェーン改革や在庫削減の鍵となります。リードタイムを構成する要素を体系的に整理し、それぞれをどのように短縮するかを学びます。	1日		●	●	●
	データ活用による業務改善、 業務高度化セミナー	製造業におけるDX、データ活用の考え方、見える化のポイントを学ぶことにより、営業戦略や製造戦略（生産性向上、品質改善、事業継承など）のデータ活用の知見が身に付くことを目的としています。	半日			●	●
	流通業データマイスター研修	流通業の経営や業務をデータで改革・改善することとは実際にどういうことか？想定外事象（クライシス）を含めた具体的なゴールを設定し、それに必要なデータとその活用を経営目的・業務目的別に整理することを通じて、そのノウハウやストーリーを体験します。	1日 ～ 3日			●	●
	実践S&OP研修	国内におけるSCM導入の動きから20年近くが経過した今、企業各社が抱える新たな課題を示しながら、経営側からの事業計画と業務側からの実行計画を連動させるS&OPの概要と、その仕組みを実現するために必要な機能について学びます。	1日			●	●
	イノベーションの構造	本コースはイノベーションとは一体何なのか、どんな種類があるのか、そして、それらの特徴は何かを明らかにし、能力と気概のある新技術や新製品を開発する企業の研究者や技術者、管理者、あるいは新事業の企画担当者や管理者が、イノベーションに対して臆することなく、挑戦していくことを知識の面から支援することを目的としています。	2日		●	●	

コース概要(4) 改革手法/技術力



	研修コース名称	概要	期間	対象
中級上級 (実践編)	CS向上を科学する～サービスサイエンス研修	<p>コロナショックにより密から疎へとライフスタイルやワークスタイルが変化 する中で、新たな視点でのサービスの価値向上や顧客との関係性の 向上が課題になっています。</p> <p>そこで今、目に見えない“サービス”の本質を理解し直し、ポストコロ ナを見据えたサービスモデルの設計と変革にチャレンジする企業が 増えています。</p> <p>当研修では、サービスの本質論に加え、実際に新たなサービスの在 り方を推進するための方法論を、事例と共に学んで頂きます</p>	半日か ら 1日	<p>あらゆる業種のサービス開発やサービス向上 を推進するリーダーや組織長、サービス経営 人材の方</p> <p>* BtoB、BtoCは問いません。製造業の サービス化にも対応しております。</p> <p>* 実務経験年数は問いません。</p>
	新規事業開発研修	<p>新規事業開発において必ず押さえておく必要がある「お作法（方 法論）」を習得します。</p> <p>新規事業開発のためのアイデア創出を行うに当たっては、まずは世 の中の成功している事例を学んで、それを習得します。</p> <p>並行して、事業アイデアを創出する際の右脳領域における感性と、 具体的な事業計画に落とし込む際の左脳領域である論理思考を フル回転させることで、新規事業の成功確率を高める実践的な方 法論の習得を目指します。</p> <p>加えて、かかる習得と並行して実際に行動しPDCAサイクル（① 計画⇒②実行⇒③評価⇒④改善）を回す重要性を認識するこ とを狙いとしています。</p>	6日	<p>開発技術者中心として、開発に関連する企 画・生産・購買・営業・マーケティング各部門 の方々</p>



コース概要(5) ビジネススキル

	研修コース名称	概 要	期間	対象			
				新人	若手	中堅	管理職
スキル	管理者リーダーシップスキル強化研修	管理者・職場リーダーが、真に職場のリーダーとして機能するにはリーダーとして有るべき姿を明確にし、何が問題かを明確にし、自覚し、自己の改善点を明確にし、改善目標を立て、行動改善をコミットする	2日			●	●
	ロジカルプレゼンテーションスキル強化研修	1. 論理的にかつアイコンタクト・ボディランゲージを活用しながら聴衆を説得納得させる能力を磨く 2. ロジカルに相手を説得するプレゼンテーションを養う 3. どんな環境でも相手を納得させる力を養う	2日		●	●	●
	営業スタイル変革セミナー	ベテラン営業経験者を講師として、寄り添い型営業の行動スタイルへ行動変革が必要であることを理解し、意識改革を図ります	午後 半日		●		
	案件創出力強化研修	営業活動で必要となる組織・予算プロセス等の基礎知識、営業として活用できるフレームワーク、寄り合い型営業活動の基本を学びます	3日		●		
	チームワーク力強化プログラム	営業チーム単位でEQアセスメントを行い、チームワーク力を高めるための自己改善・強化ポイントを明確にし、改善計画を立案します	1週間～		●	●	●
	新人若手向けソリューション営業強化「1日」	製造業を顧客とする新入営業社員が自社製品・サービスをお客様に営業するために必要な基礎知識である、ITソリューション営業活動の基本知識を習得します。	1日 ～ 2日	●	●		

コース概要（6）業務改革力

レベル	研修コース名称	概 要	期間	対象		
				新人	若手	中堅
プロ フェッ ショナル	コンサルタント養成 基礎研修	コンサルティング営業の基本スキルのみならずコンサルタント志向の方々に向け、コンサル実施項目及びプロジェクト企画書、報告プレゼンテーションまで体系的に学べ、ビジネス実践力を実装したコンサルタント人材の育成を目差します。	1日 ～ 2日	●	●	●
	CPSセッション技法研修	コンサルタント（含：社内改革リーダー）にとっての基本手法であるセッション技法について学びます。セッションとは効率的に議論を進め、アウトプットにつなぐ手法です。現状の問題の洗い出し、解決策の検討などに力を発揮します。	1日 ～2 日		●	●
	IoT・AI時代のICT営業・SE研修 ～「ささる提案力」アップ講座～(実践営業力UPコース 2日)	小売企業の課題・問題点を的確にヒヤリング・分析した上で、自社製品・サービスを「ささる提案」（費用対効果を鮮明にして）仕立てる力の養成をめざします	2日			●
	疑似体験型 プロジェクトマネジメント研修	プロジェクトマネジメントの標準的なプロセスを理解しドキュメント作成、計画書が作成できるようになりPMの基本スキルを身に着けます。	2日		●	●
	製造業業界研修 実践編 (製造業DX研修)	製造業に対する DX 導入 の勘どころを学ぶと共に、企業での現場課題の抽出、課題解決のアプローチを学びます。そのために本コースでは、製造業業務体系を理解した上で、DX を実践する上でどのようなポイントが大切かを学んでいただく事を狙いとしています。	1日		●	●
	流通業業界研修 実践編 (流通業DX研修)	流通業業務の基本的要素と流通業全体を短期間で俯瞰でき、かつひとつひとつの業務目的やお客様の課題などを具体的にイメージし、解決方向性を創造できる知見を養うことを目的としています。	1日		●	●
	コンサルティング能力育成 メソドロジー & 実践研修	業務課題の発見力及び提案力をケーススタディを通して身に着けます。 業務改革を行うための基盤となる業務改革企画とその構想立案に焦点をあてたコースで、コンサルティングメソドロジーを体系的に理解できるとともに、ケーススタディによる疑似実践を通じて、業務改革力を身に付けることができます。 本講座は成果物のよしあしではなく、その作成過程を通じて、思考の仕方、論理性の組立て方を体得できます	6日			●

コース概要（7）業務改革力

レベル	研修コース名称	概 要	期間	対象		
				新人	若手	中堅
プロ フェッ ショナル	現場改善の進め方	材料・素材の調達から始まり、製造、製品倉入れ、出荷に至るまでの日常の生産活動の重要管理項目はもとより、製造原価と損益、利益とキャッシュフローとの関係など、原価管理・管理会計やファイナンスの知識を活用した課題解決方法を学びます。	2 日		●	●
	製造業幹部・工場長・工場管理者育成研修	本研修は材料・素材の調達から始まり、製造、製品倉入れ、出荷に至るまでの日常の生産活動の重要管理項目はもとより、製造原価と損益、内製・外作の判断、利益とキャッシュフローとの関係、設備投資の意思決定、赤字製品や黒字製品への対応、工場変動要因への対処方法など、原価管理・管理会計やファイナンスの知識を活用した課題解決方法の学習に及びます。 また、理解を確実にするため、研修内容には実課題に対する演習を組み込んでおります。	3 日 ～ 5 日		● (管理者)	



研修サービス価格

研修 コース レベル	代表 研修コース	参加人数別受講者 1 人日あたりの単価（円）						備考
		6～8	9～11	12～15	16～20	21～25	26～30	
レベル0	<ul style="list-style-type: none"> ● 新入社員向け 製造業基礎研修 ● 新入社員向け 流通業基礎研修 ● 外交官ゲームを活用した 社会人基礎力向上研修 			34,500	31,500	28,500	27,500	参加人数が11名以下 の場合は、1 日あたり 41万円の固定価格で提 供させていただきます。
レベル1	<ul style="list-style-type: none"> ● 製造業業務プロセス ● 製造業の業務と基幹システム研修 							
レベル2	<ul style="list-style-type: none"> ● 実践 S&OP ● 実践 基準情報管理 ● 実践 MRP ● 実践 製造原価管理 ● 管理会計研修 	52,500	47,500	42,000	37,000	33,500	31,500	参加人数が5名以下 の場合は、1 日あたり 31万円の固定価格で提 供させていただきます。
レベル3	<ul style="list-style-type: none"> ● グローバルSCM研修 							
レベル4	<ul style="list-style-type: none"> ● ビジネススキルアップ研修 ● コンサルティング能力育成研修（全コース） ※メソドロジー＆実践コースは除く 	68,000	63,000	58,000	52,500	47,500		参加人数が5名以下 の場合は、1 日あたり 40万円の固定価格で提 供させていただきます。

- 1 日 7 時間の講義時間をベースにした価格です
- 各研修コースを基本とした研修コース設計をご了解頂いた後、上記単価×参加人数×開催日数にて提供価格を確定させていただきます
- [上記に記載のない研修に関しましてはご要望を確認させていただき別途ご相談とさせていただきます。](#)

各研修概要

業務知識 入門・基礎編

外交官ゲームを活用した社会人基礎力向上研修

	外交官ゲームを活用した社会人基礎力向上研修
コース概要	<p>「外交官ゲーム」という演習を活用し、社会人基礎力や組織で働く上で必要となる様々なスキルを 体感します。</p> <div> <ol style="list-style-type: none"> 1. 組織の一員として求められること <ul style="list-style-type: none"> ・立場と役割、必要な意識 ・ 職場の人間関係、仕事の進め方、人との触れ合い 2. 基本行動の確認 <ul style="list-style-type: none"> ・社会人としてのマナーの確認 ・ 基本動作の点検 ・挨拶、名刺交換、言葉づかい ・伝達力の向上「ロジカルスピーキング」 伝えたい内容の論理的な組み立て、説明技法を理解する 相手に伝えたいことを、論理的・簡潔に表現し、伝える 3. 外交官ゲームによる体験学習 <ol style="list-style-type: none"> 1) フェーズ1「設計書の作成」 伝達スキル、論理的思考 など 2) フェーズ2「資材の調達・製品の生産」 課題達成、交渉力、チームワーク、タイムマネジメント等 3) 実習の 振り返り 4) 社会人基礎力とは 4. 仕事を効率的に進めるためのポイント タイムマネジメントと仕事の改善 </div>
受講対象者	新入社員
受講前提	新入社員研修として
研修方法	座学＋グループワーク
期間	1 日
研修終了後のスキル 習得目標	<ul style="list-style-type: none"> ・基本行動を点検し、仕事をする上で必要となるスキルへの気づきを促す。 ・「外交官ゲーム」という演習を通じて、課題解決力、論理的思考、交渉力、チームワークなど様々な能力発揮の機会を体験します。 ・「社会人基礎力」の概要を理解し、今後、働く上で必要となる“3つの力”の重要性を認識する。

* グループ対抗の演習を中心に行いますので、新入社員同士の交流を作る機会としても、新入社員研修期間の導入から中盤あたりの講座としてお勧めしています。
またビジネスマナー研修などの導入研修の復習としても効果的です。

新入社員向け 製造業業務基礎研修

	新入社員向け 製造業業務基礎研修
コース概要	<p>製造業の主な仕事の仕組み（業務プロセス）を理解します。 今後お客様をご対応されても困らないために用語と業務プロセスに関する幅広い知識の習得することで、お客様の言っていることが理解できる人材を育成いたします。</p> <div> <p>オープニング</p> <p>1 章. 製造業とは 製造業に関する基本知識、分類と特徴、今後の課題</p> <p>2 章. エンジニアリングチェーン 製品開発、製品設計、試作、生産準備、保守サービス</p> <p>3 章. サプライチェーン 生産計画策定、購買管理、製造管理、在庫管理・物流管理</p> <p>4 章. 工場について 工場におけるマネジメントとICT 生産方式の進化とICT</p> <p>5 章. これからの製造業とICT デジタルトランスフォーメーション スマートファクトリー グロージング</p> </div>
受講対象者	新入社員
受講前提	特になし
研修方法	座学＋グループワーク
期間	1日
研修終了後のスキル 習得目標	製造業のしくみ及び、お客様の会話を理解できます。

新入社員向け 流通業業務基礎研修

	新入社員向け 流通業業務基礎研修
コース概要	<p>流通業の主な仕事の仕組み（業務プロセス）を理解します。 今後お客様をご対応されても困らないために用語と業務プロセスに関する幅広い知識の習得することで、お客様の言っていることが理解できる人材を育成いたします。</p> <div> <p>オープニング</p> <p>第1章：流通業とは</p> <p>第2章：業種・業態とは</p> <p>第3章：小売業業務の概要 A</p> <p>第3章：小売業業務の概要 B</p> <p>第4章：卸売業業務の概要</p> <p>第5章：流通業を複眼的に見る</p> <p>本日のまとめ（理解度チェック）</p> <p>理解度テスト</p> </div>
受講対象者	新入社員
受講前提	特になし
研修方法	座学＋グループワーク
期間	1日
研修終了後のスキル 習得目標	流通業のしくみ及び、お客様の会話を理解できます。

	製造業業務プロセス研修
コース概要	<p>製造業の業務プロセスを体系的に学ぶことにより、効率的な日常業務の推進、業務改革や情報システム構築を成功に導くための基礎知識を習得し、業務の全体像を描ける人材の育成を目的としています。</p> <div> <div> <p>< 1 日目 ></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 製造業業務プロセス概要 2. 基準情報管理 3. 需要予測と生販在計画 4. M R P と製番管理 <p>理解度テスト</p> </div> <div> <p>< 2 日目 ></p> <ol style="list-style-type: none"> 5. 購買管 6. 在庫管理 7. 工程管理 8. 原価管理 <p>理解度テスト</p> </div> </div>
受講対象者	<p>製造業：若手社員（基礎知識のため）、中堅社員（業務知識の整理のため） IT企業：製造業のお客様を持つ若手・中堅社員の営業、SE、システムコンサルタント</p>
受講前提	OJTは終了し、顧客と折衝している方。
研修方法	座学＋グループワーク または e-learning（全14コースあり）での受講
期間	2 日 （e-learningの場合は 1 コース単位は2カ月間 または 受け放題の6か月間）
研修終了後のスキル 習得目標	<ol style="list-style-type: none"> ①お客様が業界用語を交えて説明される話が理解でき、円滑なコミュニケーションがはかれる ②各業務プロセスの基本とお客様の課題を理解することで、客先の要求を的確に把握できるようになる

製造業業務プロセス研修 スケジュール（例）

スタンダード版

日程	講義内容	講師	タイムスケジュール
1日目	オープニング	弊社コン サルタント	09:30~09:40
	1章. 製造業業務プロセス概要		09:40~10:50
	2章. 基準情報管理 (含: 演習)		11:00~12:30
	昼休		12:30~13:30
	2章. 基準情報管理 (午前続き)		13:30~14:10
	3章. 生販在計画		14:15~15:35
	4章. MRPと製番管理 理解度チェック (1~4章)		15:45~17:15 17:25~17:45
2日目	5章. 購買管理	弊社コン サルタント	09:30~11:00
	6章. 在庫管理		11:10~12:30
	昼休		12:30~13:30
	6章. 在庫管理 (午前中の続き)		13:30~13:50
	7章. 工程管理 (含: 演習)		13:55~15:25
	8章. 原価管理		15:35~17:05
	理解度チェック (5~8章) クロージング		17:15~17:35 17:35~17:45

物流管理を追加したコース

日程	講義内容		タイムスケジュール
1日目	オープニング	竹内	09:30~09:40
	1章. 製造業業務プロセス概要		09:40~11:20
	2章. 基準情報管理 (演習あり)		11:20~12:30
	昼休		12:30~13:30
	3章. 生販在計画 (演習あり)		13:30~15:10
	4章. MRPと製番管理 (演習あり)		15:10~16:30
	5章. 購買管理 理解度チェック、Q&A (1~4章)		16:30~17:00 17:00~17:30
2日目	5章. 購買管理 (続き)	竹内	09:30~10:00
	6章. 在庫管理 (演習あり)		10:00~11:40
	7章. 工程管理		11:40~12:30
	昼休		12:30~13:30
	7章. 工程管理 (続き)		13:30~14:00
	8章. 物流管理		14:00~15:10
	9章. 原価管理 (演習あり) 理解度チェック、Q&A (5~9章) クロージング		15:10~16:50 16:50~17:20 17:20~17:30

プロセス産業にカスタマイズしたコース

日程	講義内容	講師	タイムスケジュール
1日目	オープニング	新堀	09:00~09:10
	1章. 製造業業務プロセス概要		09:10~10:40
	2章. 基準情報管理 (BOMとレシピ)		10:50~12:00
	昼休		12:00~13:00
	2章. 基準情報管理 (続き)		13:00~13:30
	3章. 生販在計画と資材所要量計画 (PSIとMRP)		13:40~15:20
	4章. サプライチェーン (SCM) 概要 理解度チェック (1~4章)		15:30~16:30 16:40~17:00
2日目	5章. 購買管理	新堀	09:00~10:30
	6章. 在庫管理		10:40~12:00
	昼休		12:00~13:00
	6章. 在庫管理 (続き)		13:00~13:30
	7章. プロセス産業と原価計算		13:40~15:10
	8章. スマート工場とICT		15:20~16:20
	理解度チェック (5~8章) クロージング		16:30~16:50 16:50~17:00

eラーニング 製造業業務研修シリーズの全体構成



当シリーズは製造業務を基幹業務単位に分割して14コース（英語版はコース1～12）の構成にしています。

各コースは多国語に対応  日本語版  英語版 詳細ご案内：<https://waku-con.com/training/e-learning/>

■ 製造業業務概要コース E01

1. いろいろな製造業
2. 製造業の基本課題
3. いろいろな生産形態
4. 製造業の基幹業務

■ 開発・設計コース E02

1. 開発・設計の位置付け
2. 開発・設計業務
3. 開発・設計の上流工程
4. 開発・設計の目標と対応策
5. 対応策の内容と要件

■ 基準情報管理コース E03

1. 基準情報とは
2. 部品表 (BOM)
3. 品目マスター
4. 製造工程表と設備台帳
5. その他の基準情報

■ 生販在計画コース E04

1. 生販在計画の位置付け
2. 需要予測
3. 販売計画
4. 生販在計画 (PSI 計画)
5. 生産計画と基準生産計画
6. 生販在計画の機能

■ MRPと製番管理コース E05

1. MRPの位置付け
2. MRPとは
3. MRP利用の業務領域
4. MRPの主要項目
5. MRPの計算手順
6. MRPと製番管理

■ 購買管理コース E06

1. 購買管理の位置付け
2. 購買管理の役割
3. 購買活動
4. 購買活動を支える仕組み
5. 購買関連の課題
6. 購買管理の機能

■ 工程管理コース E07

1. 工程管理の概要
2. 製造指示と進捗管理
3. かんばん方式
4. 工程管理の機能

■ 品質管理コース E08

1. 品質管理の位置付け
2. 品質管理の基本
3. 品質保証
4. 品質改善活動
5. 国際標準化機構

■ 物流管理コース E09

1. 製造業における物流について
2. 物流企画・物流設計
3. 物流実務
4. 物流技術・包装設計業務
5. 物流システム開発

■ 在庫管理コース E10

1. 在庫管理の位置付け
2. 在庫管理とは
3. 在庫精度向上活動
4. 在庫目標の設定と削減活動
5. 在庫管理の機能

■ 原価管理コース E11

1. 原価管理の位置付け
2. 製造原価の基本
3. 原価管理
4. 原価計算
5. 原価計算の種類
6. 原価差異分析
7. 原価低減活動
8. 製造原価の応用例
9. 原価管理の機能

■ 製造業の情報システムコース E12

1. 製造業の情報システム
2. 発展の歴史
3. 製造業の固有システム
4. 製造業のIoTの動向と今後の方向

■ プロセス産業の特徴コース E13

1. プロセス産業の概要
 2. プロセス型生産の特徴
 3. 設備保全と情報システム
- ※日本語版のみ対応

■ 保守サービスと保守部品管理コース E14

1. 保守サービスとは？
 2. 保守部品管理の仕組み
 3. 保守部品管理の課題と改善策
 4. 保守サービスのあり方と改善策
- ※日本語版のみ対応



サプライチェーン（計画・調達・生産・販売物流）とエンジニアリングチェーン（開発設計業務）およびその接点である
基準情報管理（品目マスター、BOM・配合表）、QCD（品質・コスト・納期）管理の全業務プロセスをカバーしています。

※各コースの最後には実力テストを用意しており80点を合格の目安としています。また特典としてテキストのダウンロードが可能です。

	流通業業務プロセス研修
コース概要	<p>流通業業務の基本的要素を、I T 提供者向けにわかりやすく整理し、短期間（2 日）で、流通業全体を俯瞰でき、かつひとつひとつの業務目的などを具体的にイメージできる知見を養うことが狙いです。</p> <div> <div> <p>< 1 日目 ></p> <p>オープニング</p> <p>第 1 章： 流通業の概要</p> <p>第 2 章： 流通業の業務プロセス</p> <p>第 3 章： 小売業業務の特徴（演習含む）</p> <p>本日のまとめ（理解度チェック）</p> </div> <div> <p>< 2 日目 ></p> <p>第 4 章： 卸売業業務の特徴（演習含む）</p> <p>第 5 章： ロジスティックスの特徴（演習含む）</p> <p>第 6 章： 一般消費財メーカー業務の特徴（演習含む）</p> <p>第 7 章： 最新テーマ演習</p> <p>本日のまとめ（理解度チェック）</p> </div> </div>
受講対象者	流通業のお客様を持つ若手・中堅社員の営業、SE、システムコンサルタント
受講前提	総合教養コースと呼べるものですので、流通業担当が未経験の方でも結構です。実際に、流通業の担当になったばかりの方に良い評価をいただいています。（G M S や専門店など特定の業種業態でしか通用しないようなピンポイントタイプをお望みの方は対象外となります。）
研修方法	座学＋グループワーク
期間	2 日
研修終了後のスキル 習得目標	流通業界を構成する業種業態、それぞれの機能、お互いの関係、外部環境の影響などを俯瞰視点で把握します。業種業態の特徴、具体的企業例を解説し、その中に存在する業務要素を整理します。重要な業務機能をピックアップし、目的・実務状況・問題点・課題などを理解します。

中小製造業業務プロセス研修

	中小製造業業務プロセス研修													
コース概要	<p>中小製造業に多く見られる受注設計生産の業務形態の習得の目的を中心としたコースです。</p> <p>ICT業界において、中小製造業をターゲットした営業、SEの方々、サービス企画の方々が、顧客の業務課題、ニーズや要望の把握等の役割を遂行する上で欠かせない基盤となる業務知識習得を図れます。</p> <p>多くの中小製造業が、個別受注生産、個別受注設計生産であることから、当方式に関連する部分を重点的に学習できる構成となっています。</p>	<table><tr><th>章</th><th>講義・演習内容</th></tr><tr><td>1章: 中小製造業の概要</td><td>製造業における中小製造業の概要及び特徴、生産形態のタイプ等を理解します。</td></tr><tr><td>2章: 受注設計生産の業務概要</td><td>多くの中小製造業で行われている個別受注設計生産タイプにおける中心となる業務全般を学びます。</td></tr><tr><td>① 受注と設計</td><td>取引先である大手製造業の設計段階から関与する営業活動、自社の設計活動につながる活動、それらの活動管理までを学びます。</td></tr><tr><td>② 生産管理(製番管理)</td><td>多くの個別設計生産製造業で採用されている製番管理の業務概要を学びます。</td></tr><tr><td>③ 在庫管理・購買管理</td><td>一般的な在庫管理、購買管理の業務を理解し、この領域における多くの中小製造業の実態を学習します。</td></tr></table>	章	講義・演習内容	1章: 中小製造業の概要	製造業における中小製造業の概要及び特徴、生産形態のタイプ等を理解します。	2章: 受注設計生産の業務概要	多くの中小製造業で行われている個別受注設計生産タイプにおける中心となる業務全般を学びます。	① 受注と設計	取引先である大手製造業の設計段階から関与する営業活動、自社の設計活動につながる活動、それらの活動管理までを学びます。	② 生産管理(製番管理)	多くの個別設計生産製造業で採用されている製番管理の業務概要を学びます。	③ 在庫管理・購買管理	一般的な在庫管理、購買管理の業務を理解し、この領域における多くの中小製造業の実態を学習します。
章	講義・演習内容													
1章: 中小製造業の概要	製造業における中小製造業の概要及び特徴、生産形態のタイプ等を理解します。													
2章: 受注設計生産の業務概要	多くの中小製造業で行われている個別受注設計生産タイプにおける中心となる業務全般を学びます。													
① 受注と設計	取引先である大手製造業の設計段階から関与する営業活動、自社の設計活動につながる活動、それらの活動管理までを学びます。													
② 生産管理(製番管理)	多くの個別設計生産製造業で採用されている製番管理の業務概要を学びます。													
③ 在庫管理・購買管理	一般的な在庫管理、購買管理の業務を理解し、この領域における多くの中小製造業の実態を学習します。													
受講対象者	中堅、中小製造業のお客様を持つ若手・中堅社員の営業、SE、システムコンサルタント													
受講前提	一般常識レベルの製造業知識を有していること (製造業に関連する一般向け新聞記事を理解できる)													
研修方法	座学 (※1日コースはワークショップが含まれます)													
期間	0.5日～1日													
研修終了後のスキル 習得目標	①お客様が業界用語を交えて説明される話が理解でき、円滑なコミュニケーションがはかれる ②お客様の要求を的確に把握できるようになる ③従って業務要件の確定が早く正確になりERP/ P D M導入やS C M/ P L M構築の上流工程の手戻りを無くすことを目的としています。													

	製造業業務と基幹システム研修	
コース概要	<div> <div> 1日目 オープニング 受講者からのコメント 1章 製造業の基幹業務と基幹システム全体像 2章 開発設計システム (PDM)、CAD/CAMシステム (昼休) 2章 開発設計システム (続き) 3章 コードの基本、品目コード採番システム、品目マスタ管理システム 4章 BOM (部品表)・配合表システム (グループ演習 BOM) Q & Aとアンケート記入 (1~4章) </div> <div> 2日目 5章 S C P の概念と S & O P システム、販売計画・販売管理システム 6章 需要予測システムと、生販 (P S I) 計画システム (P S I 演習問題) (昼休) 7章 M R P (資材所要量計画) システムと製番管理システム (M R P 演習問題) 8章 購買管理システム Q & Aとアンケート記入 (5~8章) </div> </div>	<div> <div> 3日目 9章 在庫管理システム 10章 製造指示システム (SCHEDULER) (昼休) 11章 工程管理システム (MES)、 (カンバン模擬演習) 品質管理システム (Q) 12章 原価管理システム (C) (原価計算演習問題) Q & Aとアンケート記入 (9~12章) </div> <div> 4日目 13章 物流管理システム (配送計画・送実績・倉庫管理システム) (D) 14章 保守サービス管理システム 15章 ERP (ERPの基本、導入のポイント) (昼休) 15章 ERP導入事例(成功事例・失敗事例) 16章グローバルITシステム ワークショップ 課題の説明 グループ討議 まとめ 発表 Q & Aとアンケート記入 (13~16章) クロージング </div> </div>
受講対象者	製造業のお客様を持つ若手・中堅社員の営業、SE、システムコンサルタント	
受講前提	製造業業務プロセス受講者（またはe-learning受講者）、または同等の知識を保有している方、	
研修方法	座学 + 演習	
期間	2日～4日	
研修終了後のスキル 習得目標	製造業システム（ITアプリケーション）の基本知識を習得し、製造業 I T アプリケーションおよび業務プロセスの鳥瞰図を理解した人材が育ちます。	

スマート工場の実現に向けて製造業システム（ITアプリケーション）の基本知識を習得します。業務とシステムとの関連、留意点や事例等を通して学びます。各自の業務プロセスの最適化だけでなく全体最適の意識を認識し、大きな成果が期待できるような人材育成を目指します。

	鉄道業務研修「鉄道の基礎理解とビジネス機会」						
コース概要	<p>鉄道のサービス・技術・経営・政策その他に関する基礎事項を学び、鉄道のビジネス機会の可能性を学習します。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>日程</th><th>講義内容</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1日目</td><td> <p>オープニング</p> <p>第1部 鉄道の基礎理解</p> <p>1章. 鉄道の社会的位置付けと法体系</p> <p>2章. 首都圏の鉄道の特徴</p> <p>3章. 鉄道を構成する各分野</p> <p>昼休み</p> <p>第2部 鉄道のビジネス機会</p> <p>1章. 鉄道の未来を開く有人自動運転</p> <p>2章. 5つの鉄道イノベーション</p> <p>①中速新幹線</p> <p>鉄道のビジネス機会の構想 (その1)</p> </td></tr> <tr> <td>2日目</td><td> <p>②貨物新幹線と貨物DMV</p> <p>③寝台新幹線</p> <p>昼休み</p> <p>④満員電車解消</p> <p>⑤地方鉄道の高頻度化・多駅</p> <p>鉄道のビジネス機会の構想 (その2)</p> <p>まとめ</p> </td></tr> </tbody> </table> <div> <div> <p>1-1 鉄道の社会的位置付けと法体系</p> <p>1) 鉄道の社会的位置付け</p> <p>2) 鉄道の法体系</p> <p>1-2 首都圏の鉄道の特徴</p> <p>1) 首都圏の人口集積と鉄道ネットワーク</p> <p>2) 首都圏の鉄道の各場面</p> <p>3) 首都圏の鉄道の歴史</p> <p>1-3 鉄道を構成する各分野</p> <p>1) 営業</p> <p>2) 運転・車両</p> <p>3) 線路・土木・建築・機械</p> <p>4) 電力・信号・通信</p> <p>5) その他</p> <p>2-1 鉄道の未来を開く有人自動運転</p> <p>1) 鉄道の自動運転の検討状況</p> <p>2) 有人自動運転の提案</p> <p>2-2-① 中速新幹線</p> <p>1) 新幹線建設の実績と見通し</p> <p>2) フル規格新幹線から中速新幹線へ</p> <p>3) 山形・新潟・鳥取の動き</p> <p>4) 走行試験線</p> </div> <div> <p>2-2-② 貨物新幹線と貨物DMV</p> <p>1) 貨物新幹線</p> <p>2) 貨物DMV</p> <p>3) 新たな鉄道物流体系</p> <p>2-2-③ 寝台新幹線</p> <p>1) 東海道・山陽・九州ルート</p> <p>2) 東北・北海道ルート</p> <p>3) 寝台車両の構造</p> <p>2-2-④ 満員電車解消</p> <p>1) 5方策による時短短縮</p> <p>2) 着席割増料金</p> <p>3) 時間帯別運賃</p> <p>4) 日暮里・舎人ライナーでの取組み</p> <p>5) 総2階建て車両</p> <p>2-2-⑤ 地方鉄道の高頻度化・多駅</p> <p>1) 高頻度化・多駅による利用増の実例</p> <p>2) 余市・小樽での取組み</p> </div> </div>	日程	講義内容	1日目	<p>オープニング</p> <p>第1部 鉄道の基礎理解</p> <p>1章. 鉄道の社会的位置付けと法体系</p> <p>2章. 首都圏の鉄道の特徴</p> <p>3章. 鉄道を構成する各分野</p> <p>昼休み</p> <p>第2部 鉄道のビジネス機会</p> <p>1章. 鉄道の未来を開く有人自動運転</p> <p>2章. 5つの鉄道イノベーション</p> <p>①中速新幹線</p> <p>鉄道のビジネス機会の構想 (その1)</p>	2日目	<p>②貨物新幹線と貨物DMV</p> <p>③寝台新幹線</p> <p>昼休み</p> <p>④満員電車解消</p> <p>⑤地方鉄道の高頻度化・多駅</p> <p>鉄道のビジネス機会の構想 (その2)</p> <p>まとめ</p>
日程	講義内容						
1日目	<p>オープニング</p> <p>第1部 鉄道の基礎理解</p> <p>1章. 鉄道の社会的位置付けと法体系</p> <p>2章. 首都圏の鉄道の特徴</p> <p>3章. 鉄道を構成する各分野</p> <p>昼休み</p> <p>第2部 鉄道のビジネス機会</p> <p>1章. 鉄道の未来を開く有人自動運転</p> <p>2章. 5つの鉄道イノベーション</p> <p>①中速新幹線</p> <p>鉄道のビジネス機会の構想 (その1)</p>						
2日目	<p>②貨物新幹線と貨物DMV</p> <p>③寝台新幹線</p> <p>昼休み</p> <p>④満員電車解消</p> <p>⑤地方鉄道の高頻度化・多駅</p> <p>鉄道のビジネス機会の構想 (その2)</p> <p>まとめ</p>						
受講対象者	鉄道に興味のある方、営業上必要と感じる方、鉄道の新たなビジネス機会を創出したい方						
受講前提	特になし						
研修方法	座学 + 演習						
期間	2日						
研修終了後のスキル 習得目標	<ul style="list-style-type: none"> ● 鉄道業界のお客様に提案営業を行う際に会話できるスキルを習得する。 ● 鉄道業界のお客様の困りごとを理解しソリューションにつなげる。 ● 鉄道のビジネス機会の可能性を踏まえ、自らの担当業務での貢献を構想する。 						

改革手法/技術力 実践編

	管理会計研修
コース概要	<p>システムや連携 B I ソリューションなどを顧客の要望に応じて、的確に提案し受注、導入支援できるように、経理業務や関連業務に関する実践的な知識を修得します。</p> <div> <div> <p>< 1 日目 ></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 管理会計と制度会計・業務会計の領域区分 2. 管理会計と制度会計の共通要素と差異および統合化傾向と要因を知る 3. 管理会計に要求される情報機能要件 4. 管理会計の基礎となるキャッシュフロー指標の活用 5. 業績評価に有効な K P I の体系と情報リソース 6. 固定費、変動費分解と意思決定への活用 7. 責任会計に必要な標準/予算差異分析の活用 8. 第 1 日の理解度テスト </div> <div> <p>< 2 日目 ></p> <ol style="list-style-type: none"> 9. 予算編成有効化、効率化のために活用する管理会計 10. 業績変化シミュレーションモデル作成(管理会計) 11. 設備投資の回収評価を行うモデルの計算練習 12. I T 投資の定量効果分析 13. 第 2 日の理解度テスト </div> </div>
受講対象者	中堅社員以上
受講前提	(製造業業務プロセス研修を受講した方、または同等の知見を有する方)
研修方法	座学 + グループワーク
期間	2 日
研修終了後のスキル 習得目標	経理業務や関連業務に関する実践的な知識を習得します。

	実践 製造原価管理研修
コース概要	<p>原価は経営管理の基盤であり、その元となる情報の多くは、日常の全業務活動、そしてITシステムから収集され、どのような領域の業務改善やITシステム構築においても、原価との関わりを知ることは大切な要素となります。しかしながら、「原価はとっつきづらい」との先入観念から、知識習得は敬遠されがち。当研修コースは、そのニーズに応えるもので、製造原価管理の視点と、ポイントとなる知識を習得します。原価管理構築、ITシステム構築にかかわる方々の入門として、また、他の業務改善・IT化を進める際、最低知っておきたい原価知識習得に焦点をおいた研修コースです。</p> <div> <ol style="list-style-type: none"> 1. 原価管理の目的や役割 2. 製造原価の見方 3. 製造原価の計算ルール 4. 経営が原価から知りたい目線 5. 製造原価管理システム構築のための基盤整備 クロージング </div>
受講対象者	若手以上の営業・SE または製造原価を学びたい方
受講前提	(製造業業務プロセス研修を受講した方、または同等の知見を有する方)
研修方法	座学＋グループワーク
期間	1日
研修終了後のスキル 習得目標	製造業における業務改善・IT化を進める際の原価知識習得

	実践 基準情報管理
コース概要	<p>B O Mの基本に加え、「製造業情報システムにおけるB O M」や「産業別B O Mの特徴と今後の展開」などB O Mを様々な視点から深堀します。</p> <p>オープニング</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 製造業業務プロセス研修（基準情報管理）の復習 2. 様々なB O M +【演習】 3. 製造業情報システムにおけるB O M活用 +【演習】 4. 工程表 +【演習】 5. B O Mの管理 +【演習】 6. 設計変更と工程マスター 7. HDD量産工場における工程管理の事例紹介 <div> <p>「実践BOM」</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 製造業業務プロセス研修（基準情報管理）の復習 <ol style="list-style-type: none"> 1-1. 基準情報とは 1-2. 部品表 (BOM)、品目マスター、 1-3. 工程表、設備台帳、その他のマスター 2. 様々なBOM <ol style="list-style-type: none"> 2-1. BOMの概念 2-2. PLMとBOM (BOMの一生) 2-3. 設計・生産統合BOM (演習) 2-4. BOMの工夫 (派生BOM、モジュールBOM) 3. 製造業情報システムにおけるBOM活用 <ol style="list-style-type: none"> 3-1. 販売とBOM 3-2. MRPとBOM (演習) 3-3. 製造指示とBOM 3-4. 原価計算とBOM (演習) 4. 工程表 <ol style="list-style-type: none"> 4-1. 工程表の概念 4-2. TAKT Timeについて (演習) 4-3. スケジューリングと工程表 4-4. 生産の平準化 (PULL Modeのために) (演習) 5. BOMの管理 <ol style="list-style-type: none"> 5-1. BOMの階層化 (演習) 5-2. 設計変更管理 5-3. E-BOMとM-BOMの整合性管理 6. 設計変更と工程マスター <ol style="list-style-type: none"> 6-1. 設計部門と製造部門の情報交換 6-2. PCN (Process Change Notice) 発行手順 6-3. ワークフローによるグローバル生産統制 7. HDD量産工場における工程管理の事例紹介 <ol style="list-style-type: none"> 7-1. BOMと工程表 7-2. 工程管理システムからERPへのインターフェース 7-3. 工程管理システム設計上の考慮点 </div>
受講対象者	中堅社員以上（製造業業務プロセス研修を受講した方、または同等の知見を有する方）
受講前提	製造業業務プロセス研修受講者
研修方法	座学＋グループワーク
期間	1日
研修終了後のスキル 習得目標	・製造業情報システムにおけるB O Mを深く理解します。

	実践 MRP
コース概要	<p>MRPは、企業の基幹システムであるにもかかわらず、理論のみに流れ、実践的な運用を学ぶ場は限られています。当研修コースはそのニーズに応えるもので、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・MRPの理論のみならず、その運用についての課題やポイント ・MRPと製番方式、カンバン方式などとの違いや併用等について習得します。 <div> <div> <p>オープニング</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. MRPの基本機能 2. MRPとBOM/設計変更管理 3. MRPの機能と業務への適用 4. MRP利用技術の向上 5. グループ討議 <p>クロージング</p> </div> <div> <p>第1章 MRPの基本機能 (基礎研修のおさらい)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) S&OP MRPとは 2) MRPと他システムとのI/F 3) MRP計算ロジック <p>第2章 MRPとBOM/設計変更管理 (MRPとBOMの関係理解)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 製品構成マスタ(P/S)と品目マスタ(P/N) 2) 部品表検索機能 3) LIGとは 4) 設計変更管理 <p>第3章 MRPの機能と業務への適用 (MRP機能と業務の関係理解)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) MRP本体機能 2) オーダのステータスとリコメンデーション 3) 在庫と発行済みオーダの取り扱い 4) 各種パラメータの機能と目的 <p>第4章 MRP利用技術の向上 (MRP機能の活用事例)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) MRPと製番管理の混在 2) MRPとカンバンシステム 3) MRP運用管理組織の必要性 <p>第5章 グループ討議</p> <p>～MRPはわが社には適用できない 本当か？～ MRP活用のための課題検討【グループ討議】【まとめ】【発表+Q&A】</p> </div> </div>
受講対象者	中堅社員以上（製造業業務プロセス研修を受講した方、または同等の知見を有する方）
受講前提	製造業業務プロセス研修受講者
研修方法	座学＋グループワーク
期間	1日
研修終了後のスキル 習得目標	MRPの本質と運用上の課題などを理解します。

	未然防止セミナー ～ミスしても、トラブルをゼロにする方法とは？～ 『業務上のトラブルゼロの実現』	
コース概要	<p>私たちの周りでは、さまざまなトラブルや事故が起こっています。そのたびに再発防止が叫ばれていますが、再発は一向に止まりません。</p> <p>それは、「未然防止」ができていないからです。本セミナーでは、トラブル・事故発生時の緊急対応、再発防止での根本原因の究明、そして未然防止におけるリスクの気付きを通して、業務上のトラブルゼロを実現する方法についてお伝えします。</p>	<div> <div> 1.業務上のトラブル・不祥事・事故の現状 (1) 業務上のトラブルとは (2) 事故の現状 (3) なぜ、すべてのトラブル・事故の未然防止が可能か </div> <div> 2.なぜトラブル・事故が起こるか 原因は人間のミス（ヒューマンエラー） (1) ミスを誘発する人間の習性と脳のクセ (2) ミスの4つのパターン (3) ミスする人間の行動心理 (4) ミスはなくせるか </div> <div> 3.未然防止の概要 </div> <div> 4.未然防止3ステップ対策 4-1. 第1ステップ：緊急対応 4-2. 第2ステップ：再発防止 4-3. 第3ステップ：未然防止 </div> <div> 5.未然防止の留意点 (1) 現場の無理を見逃すな (2) リスクに気づく習慣は日ごろの訓練から (3) プロジェクトマネジメントは最強の未然防止ツール (4) 業務マニュアルの作成方法 (5) 失敗学を活用した将来リスクに気付くワザ (6) コミュニケーションミスによるトラブル防止 (7) 「結果良ければすべてよし」の間違い (8) 鳥の目、蟻の目、第三者の目（業務執行と監査の分離） </div> <div> 6.未然防止のPDCAサイクルの回し方 </div> <div> 7.未然防止の目標設定とプロセス評価 </div> <div> 8.未然防止で働き方改革（生産性向上と残業削減） </div> <div> 9.失敗事例と成功事例からの学び方 </div> <div> 10.グループ討議による事例演習（未然防止3ステップの体験） </div> </div>
受講対象者	・業種を問わず、全部門が対象で実務を管理されている方。 （対象：部長、課長、リーダー、主任クラス）	
受講前提	特になし	
研修方法	座学＋グループワーク	
期間	1日	
研修終了後のスキル 習得目標	<input checked="" type="checkbox"/> トラブルを起こさないコミュニケーションが身に付きます。 <input checked="" type="checkbox"/> トラブルの根本原因を追究する手法が学べます。 <input checked="" type="checkbox"/> 問題を解決する人材を育成できます。 <input checked="" type="checkbox"/> トラブル処理がなくなり、残業削減で働き方改革が実現します。 <input checked="" type="checkbox"/> トラブルのない組織を構築できます。	

グローバルSCM研修 グローバル生販在計画とS&OP

	グローバル生販在計画とS&OP研修
コース概要	<p>生販在計画はSCMの出発点であり、生販在計画の良し悪しが企業の収益性を大きく左右します。更には、それがグローバルな生販在計画となると、その影響は世界中の拠点にまで及ぶことになり、精度の低さは失注（売上減）、欠品、納期遵守率低下、顧客満足度低下、在庫増、無駄の増加、生産性低下、コストアップ等、様々な問題を引き起こします。本講座では、生販在計画の重要性とその仕組み、及び昨今急激に注目を集めているS&OPや改革ポイントについて、グローバルな視点を交えながら学びます。</p> <div> <div> 1. 生販在計画の進め方 <ul style="list-style-type: none"> ・生販在計画の定義と重要性 ・生販在計画の位置づけ ・生販在計画 </div> <div> 2. 生販在計画の進め方 <ul style="list-style-type: none"> ・生販在計画（続き） ・グローバル生販在計画の発展系(S&OP)とは ・改革事例 ・グループ演習 </div> </div>
受講対象者	<p>製造業：入社2年目以降の情報システム部門・ユーザー部門でSCMに関わる方 IT企業：入社5年目以降の営業、SE、システムコンサルタント</p>
受講前提	<p>製造業業務プロセス研修受講者、 または 製造業の業務全般（生産管理、工程管理、購買管理など）の基礎を理解している方</p>
研修方法	座学＋グループワーク
期間	1日
研修終了後のスキル 習得目標	<p>生販在計画の重要性とその仕組みや改革ポイントを理解し、客先の課題に提言できます。</p>

グローバルSCM研修 在庫管理と在庫削減

	在庫管理と在庫削減研修
コース概要	<p>在庫削減は製造業の定常的な課題であり、その解決のためには在庫に関する正確な知識が不可欠です。在庫の持ち過ぎは、資金繰りを悪化させ、コスト増につながり利益率を落とします。本講座では、企業のキャッシュフローを大きく左右する在庫管理の仕組みや在庫削減の進め方を、ケーススタディを通して体験的に学ぶとともに、在庫削減の課題やポイントについても習得します。</p> <div> <div> 1. 在庫管理の概要 2. 在庫管理のポイント 3. 在庫削減のポイント (ABC分析演習含む) </div> <div> 4. グループ演習 I 5. グループ演習 II (ケーススタディ) 6. まとめ </div> </div>
受講対象者	製造業：入社2年目以降の情報システム部門・ユーザー部門でSCMに関わる方 IT企業：入社5年目以降の営業、SE、システムコンサルタント
受講前提	製造業業務プロセス研修受講者、グローバル生販在計画とS&OP研修受講者
研修方法	座学＋グループワーク
期間	1日
研修終了後のスキル 習得目標	在庫管理の仕組みや在庫削減の進め方を習得します。 顧客（自社）へ在庫削減の課題点や改善提案など提言できる。

グローバルSCM研修 リードタイム短縮の進め方

	リードタイム短縮の進め方
コース概要	<p>製造業は、需要の変動に機敏に対応できる態勢を整える必要に迫られています。それにより、変動の激しい顧客の要求に対応してビジネスを確保すると共に、需要に合わないモノを造るムダを省いて利益率を向上させることが出来ます。リードタイムの短縮は、そのような仕組みを築くための重要なキーとなります。本講座では、エンジニアリング チェーンとグローバルなサプライ チェーンの両方からリードタイムの構成要素を理解し、どのようにそれを短縮できるかを学びます。</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. S C Mの考え方 <ul style="list-style-type: none"> ・ S C Mとは ・ 生産のおおまかな仕組み 2. サプライ チェーン リードタイム短縮 <ul style="list-style-type: none"> ・ 業務スピード改革の意義と考え方 ・ サプライ チェーンのリードタイム短縮 ・ 計画リードタイム <ul style="list-style-type: none"> ・ 調達リードタイム ・ 製造リードタイム 3. エンジニアリング チェーン リードタイム短縮 <ul style="list-style-type: none"> ・ 開発リードタイム 4. グローバル S C Mのリードタイム短縮とまとめ <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本企業の課題： グローバル S C M ・ まとめ： リードタイム短縮の効果 （演習）
受講対象者	<p>製造業：入社2年目以降の情報システム部門・ユーザー部門でSCMに関わる方</p> <p>IT企業：入社5年目以降の営業、SE、システムコンサルタント</p>
受講前提	製造業業務プロセス研修受講者、グローバル生販在計画とS&OP受講者、在庫管理と在庫削減研修受講者
研修方法	座学＋グループワーク
期間	1日
研修終了後のスキル 習得目標	各リードタイム短縮方法を習得し、顧客（自社）に対し課題や改善提案など提言できる。

データ活用による業務改善、業務高度化セミナー

	データ活用による業務改善、業務高度化セミナー			
コース概要	<p>1. 製造業におけるDX スマート工場をはじめとする製造業のデジタル化の動向</p> <p>2. データ活用の考え方 データを有効に活用するための2つのアプローチを紹介</p> <p>3. 見える化のポイント DX推進のキーである見える化と、データ活用の視点を紹介</p> <p>上記を学ぶことにより、営業戦略や製造戦略（生産性向上、品質改善、事業継承など）のデータ活用の知見が身に付きます。</p>			
	区分	内容	時間	備考
	講演	1. 製造業におけるDX 2. データ活用の考え方 3. 見える化のポイント	60分	
	グループ討議	製造業のDXでどんなものが見える化できたら有益か？	50分	1グループは5～8人
	質疑応答		10分	
受講対象者	製造業の経営者、幹部、管理者			
受講前提	特になし			
研修方法	座学＋グループワーク			
期間	半日			
研修終了後のスキル習得目標	営業戦略や製造戦略（生産性向上、品質改善、事業継承など）のデータ活用の知見が身に付きます。			

グループ討議

- 「製造業のDXでどんなものが見える化できたら有益か？」をグループ討議することで、
- ・講演で得た机上知識に他人との討議を加えることで、**業務適用へ向けて自分の頭を整理**できる
 - ・他部署の人と意見交換することで、**異なる見方や新たな刺激を受ける**
 - ・新たな**疑問や心配事を整理し質疑応答へ繋げる**

流通業データマイスター研修

	データ活用による業務改善、業務高度化セミナー
コース概要	<p>データが最も重要な資産と言われて久しいですが、実際にそれらを活かしきって改革・改善に繋げた例はまだ少数でしょう。流通業の経営や業務をデータで改革・改善することとは実際にどういうことか？ 想定外事象（クライシス）を含めた具体的なゴールを設定し、それに必要なデータとその活用を経営目的・業務目的別に整理することを通じて、そのノウハウやストーリーを体験します。</p> <p>統計学を基礎にデータ解析を突き詰めて「データ⇒有効な知見」に導くのがデータサイエンティストとすれば、データマイスターは、「ゴール・目的⇒データ活用」となり、スタートが違います。必要なデータや活用方法を、業務改革 & 改善に活用できるように逆算で求めるカタチを目指します。</p> <div> <div> <p>第1章：流通業のゴールと要素</p> <p>五方よし：元手・売手・買手・世間・仲間とは 五方の構成と関係 五方とゴールと経営方針 代表的ゴールと要素とデータ</p> <p>第2章：現状プロセスとデータ</p> <p>川上⇒川下：サプライチェーンとデータ 店舗運営⇒経営管理：組織・業務レイヤーとデータ 商・物・金流としてのデータ 機能別：各機能特有のデータ 演習：想定企業（自社）のデータを棚卸してみよう</p> </div> <div> <p>第3章：未来ゴール設定とデータ</p> <p>延長上の未来とデータ 改革ありきの未来とデータ 現存データと必要データ 入手可能データと代替データ</p> <p>第4章：想定外事象とデータ</p> <p>想定外事象：とはいえ過去事例 リスク分析：要素明確化＝何が、いつ、ダメになる リスク回避：明確な切り分け＝何を受け入れ、何を代替える BCPとモニタリング：どのデータを見るのか</p> </div> <div> <p>第5章：GAPと解決策</p> <p>見たい未来と現状とのGAP 現存データと必要データのGAP 入手・代替データの可能性 〇〇データ⇒新解決策・新プロセス＝DX</p> <p>演習：DXのためのデータとモニタリング</p> <p>想定企業（自社）にとって、DX達成のためのデータとは何か？ 現存・新規入手・代替を設定してみよう BCP用も含め、最適なモニタリングに必要なデータ項目を洗い出してみよう</p> </div> </div>
受講対象者	流通業内部で経営・業務改善をリードする職種の方々（経営者・幹部・管理者）
受講前提	特になし
研修方法	座学＋グループワーク
期間	1日～3日
研修終了後のスキル習得目標	現状・未来・改革・想定外（BCP）を範囲としてゴールを仮定し、達成への仕組みに必要な・現存する・入手必須・入手すべきデータを洗い出し、活用できるカタチで実務に供給できる人材育成を目指します。

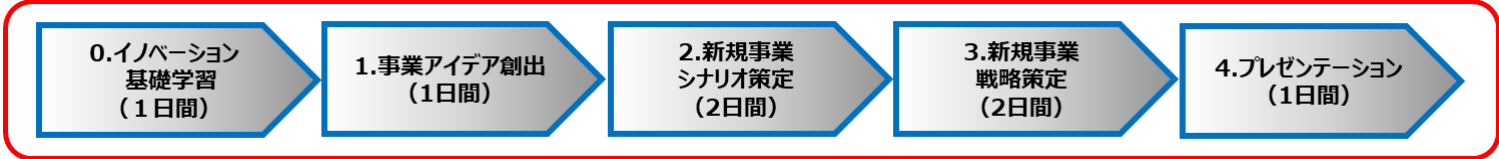
	実践 S & O P 研修
コース概要	<p>国内におけるSCM導入の動きから15年以上が経過した今、企業各社が抱える新たな課題を示しながら、経営側からの事業計画と業務側からの実行計画を連動させるS&OPの概要について学びます。</p> <div> <div> <p>1. はじめに</p> <p>1-1. 業務プロセスについて</p> <p>1-2. SCMについて</p> <p>1-3. 計画プロセスについて</p> </div> <div> <p>2. 企業活動におけるSCMの現状と課題</p> <p>2-1. 日本企業におけるSCMの現状</p> <p>2-2. 日本企業におけるSCMの課題</p> <p>2-3. 課題解決の方向性とは</p> </div> <div> <p>3. S&OPとは</p> <p>3-1. S&OPのはじまり</p> <p>3-2. S&OPの変遷</p> <p>3-3. S&OPの位置づけ</p> </div> <div> <p>4. S&OPによる施策</p> <p>4-1. 企業におけるPDCA</p> <p>4-2. S&OPの目的</p> <p>4-3. S&OPの評価指標</p> </div> <div> <p>5. S&OPプロセス</p> <p>5-1. S&OP全体プロセス</p> <p>5-2. S&OPサブプロセス</p> <p>5-3. S&OPの組織</p> </div> <div> <p>6. S&OP実現の仕組み</p> <p>6-1. One Plan の考え方</p> <p>6-2. S&OPのDB構造例</p> <p>6-3. シナリオ マネジメント</p> <p>6-4. ナレッジ蓄積</p> </div> <div> <p>6-5. S&OPにおける金額と数量の一元管理</p> <p>6-6. S&OPにおける自動按分</p> <p>6-7. S&OPにおけるメッシュ変換</p> </div> <div> <p>7. S&OP成熟度</p> <p>7-1. S&OPのレベル</p> <p>7-2. SCMの成熟度</p> <p>7-3. 成熟度毎のS&OP</p> </div> <div> <p>8. S&OP事例</p> <p>8-1. PCメーカーの事例</p> </div> <div> <p>9. 演習 (S&OP初期アセスメント)</p> </div> <div> <p>10. まとめ</p> </div> </div>
受講対象者	<p>製造業：入社3年目以降の情報システム部門・ユーザー部門でSCMに関わる方</p> <p>IT企業：入社5年目以降の営業、SE、システムコンサルタント</p>
受講前提	グローバルSCM研修受講者
研修方法	座学＋グループワーク
期間	1日
研修終了後のスキル 習得目標	<p>このコースでは下記を学びます：</p> <p>1. 企業の抱える新たな課題を理解します。</p> <p>2. S&OPとは何か、従来の方法との違いを理解します。</p> <p>3. S&OPによる効果を理解します。</p>

イノベーションの構造

	イノベーションの構造
コース概要	<p>本コースはイノベーションとは一体何なのか、どんな種類があるのか、そして、それらの特徴は何かを明らかにし、能力と気概のある新技術や新製品を開発する企業の研究者や技術者、管理者、あるいは新事業の企画担当者や管理者が、イノベーションに対して臆することなく、挑戦していくことを知識の面から支援することを目的としています。</p> <div> <div> <p>1 日目</p> <p>オープニング</p> <p>講義 1. イノベーションとは</p> <p>講義 2. 破壊的イノベーションと持続的イノベーション (1)</p> <p>講義 2. 破壊的イノベーションと持続的イノベーション (2)</p> <p>講義 3. 破壊的イノベーションが難しい理由</p> <p>講義 4. 破壊的イノベーションを推進するには</p> <p>講義 5. ビジネスモデル・イノベーション (1)</p> <p>(ブルー・オーシャン戦略)</p> <p>クロージング・セッション (質疑など)</p> </div> <div> <p>2 日目</p> <p>オープニング (前回の振り返り)</p> <p>講義 6. ブルーオーシャン戦略の議論と発表</p> <p>講義 7. ビジネスモデル・イノベーション (2) - 1</p> <p>講義 7. ビジネスモデル・イノベーション (2) - 2</p> <p>講義 8. 製品イノベーションと工程イノベーション</p> <p>講義 9. サービス業のイノベーション</p> <p>講義 10. イノベーションを起こす人と環境</p> <p>クロージング・セッション (全体討議)</p> </div> </div>
受講対象者	<ul style="list-style-type: none"> ・企業において、新技術や新製品を開発する研究者、技術者およびその管理者、 ・あるいは新事業を企画する担当者、あるいはその管理者を対象とする。
受講前提	企業において、新技術や新製品の開発に携わった経験、あるいは新事業の企画に携わった経験のあること。
研修方法	座学 + グループワーク
期間	2 日
研修終了後のスキル 習得目標	イノベーションを体系的、論理的に理解し、目標とする革新技术や製品を定めて、臆することなくイノベーションに立ち向う人材育成を目指します。

CS向上を科学する～サービスサイエンス研修

	CS向上を科学する～サービスサイエンス研修																		
コース概要	<p>いまや全ての産業においてサービスは競争優位そのものだと考えなければならない時代になりました。しかし企業におけるサービス開発・設計やCS向上活動は、勘や経験に頼っている部分が多く、どの企業でも実践できる理論として確立されていないのが現状です。そこで、論理的かつ実践的な方法として、サービスサイエンスが注目されており、企業変革の新たな方法論として成果を出しています。このコースでは、サービスの本質を理解した上で、演習を通してサービス改革の手法を実践し、自社のサービス設計やCS向上活動で活躍できる人材を育成します。</p> <div><p><カリキュラム></p><table><tr><td>1. サービスサイエンスへの誘い</td><td>3. 顧客満足(CS)を科学する</td><td>【演習】</td></tr><tr><td>・全ての産業で進むサービス化</td><td>・顧客満足を定義する</td><td>自社のサービスを分析する</td></tr><tr><td>・サービスで満足して頂くには</td><td>・顧客満足の仕組みを理解する</td><td>自社サービスの努力のポイントは何か？</td></tr><tr><td>2. サービスを科学する</td><td>4. CS向上の努力のポイント</td><td>顧客満足を得るサービスを設計する</td></tr><tr><td>・サービスを分類・分解・モデル化する</td><td>・CS向上の考え方</td><td></td></tr><tr><td>・サービスを定義する</td><td>・リピートオーダーを得るには</td><td></td></tr></table></div>	1. サービスサイエンスへの誘い	3. 顧客満足(CS)を科学する	【演習】	・全ての産業で進むサービス化	・顧客満足を定義する	自社のサービスを分析する	・サービスで満足して頂くには	・顧客満足の仕組みを理解する	自社サービスの努力のポイントは何か？	2. サービスを科学する	4. CS向上の努力のポイント	顧客満足を得るサービスを設計する	・サービスを分類・分解・モデル化する	・CS向上の考え方		・サービスを定義する	・リピートオーダーを得るには	
1. サービスサイエンスへの誘い	3. 顧客満足(CS)を科学する	【演習】																	
・全ての産業で進むサービス化	・顧客満足を定義する	自社のサービスを分析する																	
・サービスで満足して頂くには	・顧客満足の仕組みを理解する	自社サービスの努力のポイントは何か？																	
2. サービスを科学する	4. CS向上の努力のポイント	顧客満足を得るサービスを設計する																	
・サービスを分類・分解・モデル化する	・CS向上の考え方																		
・サービスを定義する	・リピートオーダーを得るには																		
受講対象者	<ul style="list-style-type: none">・顧客接点での業務の担当者 (営業部門、サービス提供部門、コンタクトセンター部門、代理店管理部門など)・サービス開発・改善業務の担当者 (サービス開発・改革部門、CS調査部門、教育部門など) <p>* 実務経験年数は問いません。</p>																		
受講前提	特になし																		
研修方法	講義・ワークショップ																		
期間	1 日																		
研修終了後の スキル習得目標	<ul style="list-style-type: none">・サービスの本質を理解し、サービスを論理的に議論できるようになる。・サービスでお客様に満足して頂くために、実務として何を努力すべきか明確にイメージできる。・現場を巻き込むための「納得感」のあるサービス開発やCS向上活動を設計できる。																		

	新規事業開発研修
コース概要	<p>事業特性に応じて柔軟に、且つ的確・迅速に新規事業開発を実践的に指導することができるように、新規事業開発において必ず押さえておく必要がある「お作法（方法論）」を習得します。新規事業開発のためのアイデア創出を行うに当たっては、まずは世の中の成功している事例を学んで、それを習得します（今回の範囲外）。並行して、事業アイデアを創出する際の右脳領域における感性と、具体的な事業計画に落とし込む際の左脳領域である論理思考をフル回転させることで、新規事業の成功確率を高める実践的な方法論の習得を目指します。加えて、かかる習得と並行して実際に行動しPDCAサイクル（①計画⇒②実行⇒③評価⇒④改善）を回す重要性を認識することを狙いとしています。</p>  <p>ビジネスモデルの具体的な構築方法や、新規事業創出プログラムの「お作法」を学ぶところにフォーカスしています。最終日に役員会で社長含むマネジメント層への新規事業計画書発表・評価 をGoalとしています。</p>
受講対象者	開発技術者中心として、新規事業に関連する企画・生産・購買・営業・マーケティング各部門の方々 ＊ BtoB、BtoCは問いません。製造業のサービス化にも対応しております。
受講前提	特になし
研修方法	講義・ワークショップ
期間	6 日
研修終了後のスキル習得目標	新規事業の成功確率を高める実践的な方法論の習得します。

ビジネススキル研修

管理者・リーダーシップ研修

	管理者・リーダーシップ研修
コース概要	<p>本研修は、一般論・座学を廃し、実践的ワークを通じて、気づきを重ね、管理者としての自己改善の目標を明確にし、行動計画を立てる。管理者・リーダーとしての実践的ビジネススキルを理解演習し、さらなる実力をつける為の意識付けをする。</p> <div> <div> <p>< 1 日目 > 開講オリエンテーション</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 講義：「今管理者のおかれた環境と求められる条件」 2. グループワーク：「生き残る為の管理者・リーダーの条件」 3. グループワーク「生き残る為の管理者・リーダーになる為には何を改善すべきか？」 4. 講義と演習「生き残る為の管理者に求められる考え方・態度・スキル要件」 <p>★1日目のまとめ</p> </div> <div> <p>< 2 日目 > 1 日目振り返り</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. 講義と演習（管理者に必要なビジネススキルの理解と習得）Ⅰ 6. 講義と演習（管理者に必要なビジネススキルの理解と習得）Ⅱ <p>★まとめ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 質疑応答 ・ 参加者改善目標設定 </div> </div>
受講対象者	管理職
受講前提	新任課長レベルから部長級まで
研修方法	ワークショップ
期間	2日
研修終了後のスキル 習得目標	管理者・職場リーダーが、真に職場のリーダーとして機能するにはリーダーとして有るべき姿を明確にし、何が問題かを明確にし、自覚し、自己の改善点を明確にし、改善目標を立て、行動改善をコミットいたします。

ロジカルプレゼンテーションスキル強化研修

	ロジカルプレゼンテーションスキル強化研修
コース概要	<p>本研修は、徹底的な演習およびビデオによるフィードバックかつ問題点の矯正を通じて短時間にどこでも通用するプレゼンテーションスキルおよびディベートスキルの基本を身につけさせ、かつ参加者個々のフォローアップのポイントを徹底理解させます。</p> <div> <div> <p>< 1 日目 ></p> <p>開講オリエンテーション</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 講義：ビジネスパーソンとプレゼンテーションスキルの重要性 2. グループワーク 「プレゼンテーションの現状分析」 3. グループワーク 「自己のプレゼンテーションの改善点の明確化」 4. 講義と演習：「効果的プレゼンテーションのポイント」 5. 講義と演習「ロジカルプレゼンテーションのポイント」 6. プレゼンテーション演習準備 7. プレゼンテーション演習 I <p>★1日目のまとめ</p> </div> <div> <p>< 2 日目 ></p> <p>1 日目振り返り</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. プレゼンテーション演習 II 9. プレゼンテーション演習 III <p>★まとめ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 質疑応答 ・ 改善目標設定 </div> </div>
受講対象者	若手社員、中堅社員、管理職
受講前提	特になし
研修方法	座学・ワークショップ
期間	2日
研修終了後のスキル 習得目標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 論理的にかつアイコンタクト・ボディランゲージを活用しながら聴衆を説得納得させる能力を磨きます。 2. ロジカルに相手を説得するプレゼンテーションを養います。 3. どんな環境でも相手を納得させる力を養います。

営業スタイル変革セミナー

	営業スタイル変革セミナー		
コース概要	ソリューション営業が、基礎として必須となる営業マインド、考え方、必要な能力等スタイル（メンタル面）に関する面と営業の具体的な手順を学ぶことにより、 ①今までの自身の営業活動を振り返り、改善点の気づきを得ることにより、自己変革の動機付けを得る。 ②お客様の心理面も意識した会話の必要性を知り、円滑なコミュニケーションがはるための気づきを得る。 ③顧客に寄り添う営業ステップの概観を知ること、目指すべき営業の姿を知ることを目指します。	日	項目
		午後半日	第1部：顧客に寄り添う「営業スタイル」（ツウウェイのディスカッション形式） ● 営業スタイルの種類と変遷 ● 既存顧客の価値、顧客心理と営業心理 ● やり手営業とダメ営業の分岐点 ● 顧客の企画活動に入り込む価値 等
			< 休憩 >
			第2部：顧客に寄り添う「営業活動」 【講義】 ● 営業活動で必須の基本ステップ ● 顧客の企画～導入までの流れの中での営業の関わり方 ● 案件創出で重要なこと：BANT 【ワークショップ】 （個人演習）営業活動の振り返り、改善点の気づき
			クロージング（ディスカッション等）
受講対象者	ICT企業の若手営業担当		
受講前提	特になし		
研修方法	座学・ワークショップ		
期間	半日		
研修終了後のスキル習得目標	寄り添い型営業としての考え方を理解します。		

「案件創出力」強化研修

	「案件創出力」強化研修																																																																			
コース概要	<p>案件を創り出し、提案につなげるために必要な知識、フレームワーク（考え方）、アプローチ（具体的な手順）を講義と演習を通して学ぶことで、営業力の強化を図ります。</p> <p>顧客を知るための基礎知識、営業活動に役立つフレームワーク、寄り添う型営業の基本ステップを段階的に学びます。</p> <table><tr><th>日</th><th>項目</th><th>日</th><th>項目</th><th>日</th><th>項目</th></tr><tr><td rowspan="6">1日目</td><td>オープニング（自己紹介等）</td><td rowspan="6">2日目</td><td>1. 経営課題から業務改革、システム企画までの基本手順</td><td rowspan="6">3日目</td><td>1. 寄り添い型営業活動（5ステップ）</td></tr><tr><td>1. 製造業の顧客を知るための基礎知識 （予算編成/企画の構造/投資効果の考え方/製造業の組織）</td><td>1)戦略－管理－統制－実行 サイクル</td><td>2. 顧客を知る・案件候補の切出し</td></tr><tr><td>2. 営業活動での仮説活用法 （仮説検証とは/営業活動における仮説の活用法）</td><td>2)課題と業務体系の関係</td><td>1)コミュニケーションの基本</td></tr><tr><td>（昼食）</td><td>3)解決策（ソリューション）の整理方法</td><td>2)ヒヤリングの進め方</td></tr><tr><td>3. 組織の想定の仕方（実習） web情報から組織を想定する</td><td>4) BANT（予算、決裁権、必要性、導入時期）の重要性</td><td>3)ヒヤリング（演習）</td></tr><tr><td>4. 顧客業務の想定の仕方（実習） web情報から業務を想定する</td><td>＜お昼休み（昼食）＞</td><td>＜お昼休み（昼食）＞</td></tr><tr><td rowspan="3">クロージング</td><td>5. 業務課題の想定の仕方（実習） Web情報から業務課題を考える</td><td>2. 課題解決の基本</td><td>3. 案件の確定活動</td></tr><tr><td></td><td>2.1 課題解決の進め方</td><td>1)案件の確定活動の進め方</td></tr><tr><td></td><td>1)活用するフレームワーク： ・5 Forceモデル、SWOT分析 ・バリュチェーンモデル（業務体系） ・その他フレームワーク紹介</td><td>2)課題・解決策の進め方・整理方法</td></tr><tr><td></td><td></td><td>2.2 事例紹介・ディスカッション</td><td>3)課題分析・解決策検討（演習）</td></tr><tr><td></td><td></td><td>3. まとめ(研修内容整理、振り返り)</td><td>4)適用ソリューションの確認</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td>4. 案件の最終化・提案への合意</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td>1)効果期待の確認（演習）</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td>2) BANTの最終化</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td>3)経営課題との整合性確認</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td>クロージング(研修内容整理、振り返り)</td></tr></table>			日	項目	日	項目	日	項目	1日目	オープニング（自己紹介等）	2日目	1. 経営課題から業務改革、システム企画までの基本手順	3日目	1. 寄り添い型営業活動（5ステップ）	1. 製造業の顧客を知るための基礎知識 （予算編成/企画の構造/投資効果の考え方/製造業の組織）	1)戦略－管理－統制－実行 サイクル	2. 顧客を知る・案件候補の切出し	2. 営業活動での仮説活用法 （仮説検証とは/営業活動における仮説の活用法）	2)課題と業務体系の関係	1)コミュニケーションの基本	（昼食）	3)解決策（ソリューション）の整理方法	2)ヒヤリングの進め方	3. 組織の想定の仕方（実習） web情報から組織を想定する	4) BANT（予算、決裁権、必要性、導入時期）の重要性	3)ヒヤリング（演習）	4. 顧客業務の想定の仕方（実習） web情報から業務を想定する	＜お昼休み（昼食）＞	＜お昼休み（昼食）＞	クロージング	5. 業務課題の想定の仕方（実習） Web情報から業務課題を考える	2. 課題解決の基本	3. 案件の確定活動		2.1 課題解決の進め方	1)案件の確定活動の進め方		1)活用するフレームワーク： ・5 Forceモデル、SWOT分析 ・バリュチェーンモデル（業務体系） ・その他フレームワーク紹介	2)課題・解決策の進め方・整理方法			2.2 事例紹介・ディスカッション	3)課題分析・解決策検討（演習）			3. まとめ(研修内容整理、振り返り)	4)適用ソリューションの確認				4. 案件の最終化・提案への合意				1)効果期待の確認（演習）				2) BANTの最終化				3)経営課題との整合性確認				クロージング(研修内容整理、振り返り)
日	項目	日	項目	日	項目																																																															
1日目	オープニング（自己紹介等）	2日目	1. 経営課題から業務改革、システム企画までの基本手順	3日目	1. 寄り添い型営業活動（5ステップ）																																																															
	1. 製造業の顧客を知るための基礎知識 （予算編成/企画の構造/投資効果の考え方/製造業の組織）		1)戦略－管理－統制－実行 サイクル		2. 顧客を知る・案件候補の切出し																																																															
	2. 営業活動での仮説活用法 （仮説検証とは/営業活動における仮説の活用法）		2)課題と業務体系の関係		1)コミュニケーションの基本																																																															
	（昼食）		3)解決策（ソリューション）の整理方法		2)ヒヤリングの進め方																																																															
	3. 組織の想定の仕方（実習） web情報から組織を想定する		4) BANT（予算、決裁権、必要性、導入時期）の重要性		3)ヒヤリング（演習）																																																															
	4. 顧客業務の想定の仕方（実習） web情報から業務を想定する		＜お昼休み（昼食）＞		＜お昼休み（昼食）＞																																																															
クロージング	5. 業務課題の想定の仕方（実習） Web情報から業務課題を考える	2. 課題解決の基本	3. 案件の確定活動																																																																	
		2.1 課題解決の進め方	1)案件の確定活動の進め方																																																																	
		1)活用するフレームワーク： ・5 Forceモデル、SWOT分析 ・バリュチェーンモデル（業務体系） ・その他フレームワーク紹介	2)課題・解決策の進め方・整理方法																																																																	
		2.2 事例紹介・ディスカッション	3)課題分析・解決策検討（演習）																																																																	
		3. まとめ(研修内容整理、振り返り)	4)適用ソリューションの確認																																																																	
			4. 案件の最終化・提案への合意																																																																	
			1)効果期待の確認（演習）																																																																	
			2) BANTの最終化																																																																	
			3)経営課題との整合性確認																																																																	
			クロージング(研修内容整理、振り返り)																																																																	
受講対象者	ICT企業の若手営業担当																																																																			
受講前提	特になし																																																																			
研修方法	座学・ワークショップ																																																																			
期間	3日間																																																																			
研修終了後のスキル 習得目標	<p>①寄り添い型営業で必須のスキル、ノウハウを総合的、網羅的に体得する。</p> <p>②具体的な演習を通じて、実践に役立つスキルを身につける。</p> <p>③フレームワークを理解することにより、課題整理等におけるロジカルシンキング力を身につけることを目的としています。</p>																																																																			

営業向けチームワーク強化プログラム

	営業向けチームワーク強化プログラム																																		
コース概要	<p>営業組織の“チーム力強化”を通して、チームで案件創出力を高めます。集団とチームとの違い、理想のチーム、集団化したチームの抱える課題、の振り返りを通して</p> <p>① 自身のチームへの 意識を振り返り、自身の課題を設定する。</p> <p>② チーム課題に気づき、チームの問題解決活動を推進、働きやすい職場をつくる。</p> <p>③ 個人の成長のみならず、互いの行動変容をフィードバックし合い、チーム全体で成長する。</p> <div><table><tr><th>日</th><th>項目</th><th>進行形式</th></tr><tr><td rowspan="8">1日</td><td>オープニング（オリエンテーション アイスブレイク）</td><td>レクチャー</td></tr><tr><td>チームが求められる背景・メリットを考える</td><td>レクチャー/ワーク</td></tr><tr><td>チームとは何か 集団とチームの違いを知る</td><td>レクチャー</td></tr><tr><td>EQ診断結果を元に 意識の背景を振り返る ・ポジティブ / ネガティブ分析</td><td>レクチャー 個人ワーク</td></tr><tr><td>（昼食）</td><td></td></tr><tr><td>EQ診断結果を元に 意識の背景を振り返る（続） ・チームへの意識を変えるアクション・プランをつくる</td><td>個人ワーク チーム共有</td></tr><tr><td>チームに必要な 軸・ルール をつくる： ・チーム軸 ： ビジョン ゴール パリュー ・チームルール ： 問題解決 / 報連相</td><td>レクチャー 個人ワーク チーム共有</td></tr><tr><td>アクティビティーに取り組みチーム状態を客観的に知る ： 成果・プロセスを振り返る</td><td>チーム アクティビティー</td></tr><tr><td>クロージング （全体振り返り、セッション2への事後課題）</td><td>全体共有 レクチャー</td></tr></table><table><tr><th>日</th><th>項目</th><th>進行形式</th></tr><tr><td rowspan="4">午後 半日</td><td>オープニング（オリエンテーション フォロー研修の目的）</td><td>レクチャー</td></tr><tr><td>事後課題を振り返る その① チームへの行動を振り返る</td><td>個人ワーク チーム共有 全体発表</td></tr><tr><td>事後課題を振り返る その② チームの課題解決活動を振り返る</td><td>個人ワーク チーム共有 全体発表</td></tr><tr><td>クロージング（全体振り返り）</td><td>全体共有</td></tr></table></div>	日	項目	進行形式	1日	オープニング（オリエンテーション アイスブレイク）	レクチャー	チームが求められる背景・メリットを考える	レクチャー/ワーク	チームとは何か 集団とチームの違いを知る	レクチャー	EQ診断結果を元に 意識の背景を振り返る ・ポジティブ / ネガティブ分析	レクチャー 個人ワーク	（昼食）		EQ診断結果を元に 意識の背景を振り返る（続） ・チームへの意識を変えるアクション・プランをつくる	個人ワーク チーム共有	チームに必要な 軸・ルール をつくる： ・チーム軸 ： ビジョン ゴール パリュー ・チームルール ： 問題解決 / 報連相	レクチャー 個人ワーク チーム共有	アクティビティーに取り組みチーム状態を客観的に知る ： 成果・プロセスを振り返る	チーム アクティビティー	クロージング （全体振り返り、セッション2への事後課題）	全体共有 レクチャー	日	項目	進行形式	午後 半日	オープニング（オリエンテーション フォロー研修の目的）	レクチャー	事後課題を振り返る その① チームへの行動を振り返る	個人ワーク チーム共有 全体発表	事後課題を振り返る その② チームの課題解決活動を振り返る	個人ワーク チーム共有 全体発表	クロージング（全体振り返り）	全体共有
日	項目	進行形式																																	
1日	オープニング（オリエンテーション アイスブレイク）	レクチャー																																	
	チームが求められる背景・メリットを考える	レクチャー/ワーク																																	
	チームとは何か 集団とチームの違いを知る	レクチャー																																	
	EQ診断結果を元に 意識の背景を振り返る ・ポジティブ / ネガティブ分析	レクチャー 個人ワーク																																	
	（昼食）																																		
	EQ診断結果を元に 意識の背景を振り返る（続） ・チームへの意識を変えるアクション・プランをつくる	個人ワーク チーム共有																																	
	チームに必要な 軸・ルール をつくる： ・チーム軸 ： ビジョン ゴール パリュー ・チームルール ： 問題解決 / 報連相	レクチャー 個人ワーク チーム共有																																	
	アクティビティーに取り組みチーム状態を客観的に知る ： 成果・プロセスを振り返る	チーム アクティビティー																																	
クロージング （全体振り返り、セッション2への事後課題）	全体共有 レクチャー																																		
日	項目	進行形式																																	
午後 半日	オープニング（オリエンテーション フォロー研修の目的）	レクチャー																																	
	事後課題を振り返る その① チームへの行動を振り返る	個人ワーク チーム共有 全体発表																																	
	事後課題を振り返る その② チームの課題解決活動を振り返る	個人ワーク チーム共有 全体発表																																	
	クロージング（全体振り返り）	全体共有																																	
受講対象者	ICT企業の若手営業担当																																		
受講前提	特になし																																		
研修方法	座学・ワークショップ																																		
期間	1.5日間 + EQアセスメント診断																																		
研修終了後のスキル 習得目標	<ul style="list-style-type: none">・ 診断ツールを用いてチーム意識を客観的に測り、チーム意識の適正化に向けて行動計画を立てます。・ アクティビティー・ワークを取り入れプログラムを進行、体感を通してチームのつくりかたに気づきます。・ チーム意識を高めるために、チーム全員で自己変革のアクション・プランを共有し成長過程をチームで共有します。																																		

ソリューション営業力強化研修

	ソリューション営業力強化研修												
コース概要	<p>最近、多くのお客様では、画一的な製品の購入でなく、お客様の課題を解決する製品・サービスの提案が求められており、営業に求める基本的なスキルもITの基礎、製品知識、課題解決に関連した提案力等、多くが必要になっています。そこで、この研修では新入社員が貴社の提供する製品・サービスをお客様に営業するために必要な基礎知識である、①IT営業の基礎知識、②ITソリューション営業活動の知識を習得します。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>項 目</th><th>内容の主旨・解説</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. IT 営業の役割 (1日目：9:00-10:00)</td><td> (1) IT ソリューションとは ・IT ソリューションの定義、事例 (2) IT ソリューションを販売する理由 ・お客様のニーズの拡大 ・IT ソリューション需要の必要性 ・IT ソリューションを販売する理由 (3) IT ソリューションを販売するために必要な知識 ・IT ソリューションを販売するために必要な知識・範囲の明確化 ・IT ソリューションを販売するために必要なスキルの明確化 </td></tr> <tr> <td>2. IT の基礎（振り返り） (1日目：10:00-10:30)</td><td> ・IT 基礎研修で説明した内容について振り返り、不明点・質問の追加解説を行う。 (1) IT の基礎 (2) ネットワークの基礎 (3) システム用語 (4) IT トレンド </td></tr> <tr> <td>3. システム開発の基礎 (1日目：10:30-12:00)</td><td> (1) システム開発手法 ・ウォーターフォール型、アジャイル開発等の開発手法の説明 (2) プロジェクト管理 ・プロジェクト管理の必要性 ・プロジェクト管理に必要な要素 ・ファンクションポイント法等の一般的な作業見積もり手法の説明 【演習】 開発見積りの作成 </td></tr> <tr> <td>4. IT ソリューション営業活動 (1日目：13:00-16:30)</td><td> (1) IT ソリューション営業活動とは ・IT ソリューション営業活動に求められること ・お客さまニーズを収集することの重要性 ・お客さまと IT 営業の良好な関係を構築した上で提案することの重要性 【演習】 ヒヤリング対象システムへの質問事項の洗い出し（グループ討議） (2) IT ソリューション営業活動7ステップ ・必要な作業ステップの説明（別紙1 参照） ・7 ステップの作業詳細、成果物の説明 【演習】 顧客ヒヤリング（ロールプレイ） 【演習】 提案書に必要な項目の洗い出し（グループ討議） </td></tr> <tr> <td>5. まとめ (1日目：16:30-17:00)</td><td>●研修を踏まえたアクションプランの作成</td></tr> </tbody> </table>	項 目	内容の主旨・解説	1. IT 営業の役割 (1日目：9:00-10:00)	(1) IT ソリューションとは ・IT ソリューションの定義、事例 (2) IT ソリューションを販売する理由 ・お客様のニーズの拡大 ・IT ソリューション需要の必要性 ・IT ソリューションを販売する理由 (3) IT ソリューションを販売するために必要な知識 ・IT ソリューションを販売するために必要な知識・範囲の明確化 ・IT ソリューションを販売するために必要なスキルの明確化	2. IT の基礎（振り返り） (1日目：10:00-10:30)	・IT 基礎研修で説明した内容について振り返り、不明点・質問の追加解説を行う。 (1) IT の基礎 (2) ネットワークの基礎 (3) システム用語 (4) IT トレンド	3. システム開発の基礎 (1日目：10:30-12:00)	(1) システム開発手法 ・ウォーターフォール型、アジャイル開発等の開発手法の説明 (2) プロジェクト管理 ・プロジェクト管理の必要性 ・プロジェクト管理に必要な要素 ・ファンクションポイント法等の一般的な作業見積もり手法の説明 【演習】 開発見積りの作成	4. IT ソリューション営業活動 (1日目：13:00-16:30)	(1) IT ソリューション営業活動とは ・IT ソリューション営業活動に求められること ・お客さまニーズを収集することの重要性 ・お客さまと IT 営業の良好な関係を構築した上で提案することの重要性 【演習】 ヒヤリング対象システムへの質問事項の洗い出し（グループ討議） (2) IT ソリューション営業活動7ステップ ・必要な作業ステップの説明（別紙1 参照） ・7 ステップの作業詳細、成果物の説明 【演習】 顧客ヒヤリング（ロールプレイ） 【演習】 提案書に必要な項目の洗い出し（グループ討議）	5. まとめ (1日目：16:30-17:00)	●研修を踏まえたアクションプランの作成
項 目	内容の主旨・解説												
1. IT 営業の役割 (1日目：9:00-10:00)	(1) IT ソリューションとは ・IT ソリューションの定義、事例 (2) IT ソリューションを販売する理由 ・お客様のニーズの拡大 ・IT ソリューション需要の必要性 ・IT ソリューションを販売する理由 (3) IT ソリューションを販売するために必要な知識 ・IT ソリューションを販売するために必要な知識・範囲の明確化 ・IT ソリューションを販売するために必要なスキルの明確化												
2. IT の基礎（振り返り） (1日目：10:00-10:30)	・IT 基礎研修で説明した内容について振り返り、不明点・質問の追加解説を行う。 (1) IT の基礎 (2) ネットワークの基礎 (3) システム用語 (4) IT トレンド												
3. システム開発の基礎 (1日目：10:30-12:00)	(1) システム開発手法 ・ウォーターフォール型、アジャイル開発等の開発手法の説明 (2) プロジェクト管理 ・プロジェクト管理の必要性 ・プロジェクト管理に必要な要素 ・ファンクションポイント法等の一般的な作業見積もり手法の説明 【演習】 開発見積りの作成												
4. IT ソリューション営業活動 (1日目：13:00-16:30)	(1) IT ソリューション営業活動とは ・IT ソリューション営業活動に求められること ・お客さまニーズを収集することの重要性 ・お客さまと IT 営業の良好な関係を構築した上で提案することの重要性 【演習】 ヒヤリング対象システムへの質問事項の洗い出し（グループ討議） (2) IT ソリューション営業活動7ステップ ・必要な作業ステップの説明（別紙1 参照） ・7 ステップの作業詳細、成果物の説明 【演習】 顧客ヒヤリング（ロールプレイ） 【演習】 提案書に必要な項目の洗い出し（グループ討議）												
5. まとめ (1日目：16:30-17:00)	●研修を踏まえたアクションプランの作成												
受講対象者	ICT企業の新人・若手営業担当												
受講前提	特になし												
研修方法	座学・ワークショップ												
期間	1 日												
研修終了後のスキル習得目標	<ul style="list-style-type: none"> ・IT営業の役割について理解します。 ・お客様の業務（製造業を想定）の流れ、お客様に導入されているシステム概要について理解することで、お客様と会話時に最低限必要となる業務知識、用語について理解します。 ・製品・サービスをお客様に提案するため必要な活動の概要、作業ステップについて理解することで、今後IT営業で行う基本動作について理解します。 												

業務改革力 プロフェッショナル編

	コンサルタント養成基礎研修
コース概要	<p>コンサルタントとして最低限必要なスキルとして、既存顧客の課題を聞き出す、または顧客に問題だと認識させる手法、或いは新規顧客へのアプローチとしての3ステップアプローチやシナリオライティング等極めて実践的な内容の研修になります。まずはコンサルタントの基本的なスキルセット、マインドセットを理解した上で、後半の事例研究及びワークショップを通じて、顧客の定義方法、顧客への提供価値、価値提供のプロセスを検討し提案シナリオを作成します。具体的なコンサル実施項目やその想定成果物、コンサル手法等、コンサルタントとして基礎力が習得できます。</p> <div> <p>オープニング・事項紹介</p> <p>1章.コンサルティング基礎力について</p> <p>2章. コンサルタティブアプローチ（実践手法）について</p> <p>3章. コンサルタティブアプローチの実践事例紹介</p> <p>4章. グループ別ワークショップ・発表</p> <p>テーマ：</p> <p>顧客価値創造モデル提案シナリオの策定</p> <p>Q&A・総評</p> <p>クロージング</p> </div>
受講対象者	IT企業の営業担当者 ・ 顧客常駐されているSE等 、1 からコンサルティングスキルを学びたい方
受講前提	業務プロセス研修を受講済みの方、または同等の知識をお持ちの方
研修方法	講義・ワークショップ
期間	1 日
研修終了後のスキル 習得目標	コンサル実施項目やその想定成果物、コンサル手法等、コンサル営業としての基礎力を習得いたします。

CPSセッション技法研修

	CPSセッション技法研修
コース概要	<p>問題全体の構造を明確にし、的確な解決策を策定するまでを、セッションを通じて行う技法を学びます。連想力を活用し、問題を掘り下げる「タテの質問」×問題の全体像を描く「ヨコの質問」で、問題の全体構造と解決策を見える化します。効果的な問題解決への導き方を「感性やセンス」でなく、シンプルでロジカルな「セッションスキル」として体得します。</p> <div> <p>オープニング 習 受講生自己紹介</p> <p>1. セッションマネジメント (CPS) CPSとは？</p> <p>2. 問題抽出セッション CPSの進め方と要点</p> <p>3. 問題抽出セッション実践演習</p> <p>4. 解決策策定セッション CPSの進め方と要点</p> <p>5. 問題抽出セッション実践演習</p> <p>クロージング</p> </div>
受講対象者	若手社員、中堅社員、プロジェクトリーダー等
受講前提	特になし
研修方法	座学・ワークショップ
期間	2日
研修終了後のスキル 習得目標	シンプルでロジカルな「セッションスキル」を体得します。

IoT・AI時代の I C T 営業・SE研修～「ささる提案力」アップ講座～ (実践営業力UPコース 2日)



	IoT・AI時代の I C T 営業・SE研修～「ささる提案力」アップ講座～(実践営業力UPコース 2日)	
コース概要	<p>研修の特徴： 小売企業の課題・問題点を的確にヒヤリング・分析した上で、自社製品・サービスを「ささる提案」（費用対効果を鮮明にして）仕立てる力の養成をめざします</p> <div> <div> <p><1日目></p> <p>オリエンテーション</p> <p>第1部 講義：小売業界動向と今後の展望</p> <p>第2部 講義：「ささる提案」のセオリー</p> <p>第3部 ワークショップ（ケーススタディ）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客ヒヤリング ・問題・課題分析、改善テーマの設定 </div> <div> <p><2日目></p> <p>ワークショップ（ケーススタディ）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・問題、課題構造の分析結果と改善テーマの発表 ・提案構想、提案書の作成 ・提案プレゼンテーション <p>プレゼン、1組あたり約30分＋質疑5分</p> <p>・ラップアップ</p> </div> </div>	
受講対象者	小売業をお客様に持つ営業職（営業・営業支援・提案企画）、S E 職（営業提案支援・業務分析・外部設計）入社4年目以降の方など	
受講前提	流通業業務プロセス研修受講済みの方 または同等の知識を有する方	
研修方法	講義・ワークショップ	
期間	2日	
研修終了後のスキル 習得目標	<ul style="list-style-type: none"> ・小売業界動向＋提案プロセスを短時間で研修し、小売業への提案のイメージが掴めるようになる。 ・ヒヤリングから問題分析、提案プレゼンまでのプロセスを疑似体験し、提案のポイントや改善点を体得します ・費用対効果を意識した提案ができるようになる。 	

疑似体験型プロジェクトマネジメント研修


	疑似体験型プロジェクトマネジメント研修																							
コース概要	チームごとにバーチャル(実際のプロジェクトでも可)のプロジェクトを立ち上げます。それをケースとして10のステップに沿って講義し、重要なステップは実習、発表を行います。プロジェクトを疑似体験することで、業務適用を可能にします。																							
	<table><tr><th>日程</th><th>講義内容</th></tr><tr><td rowspan="5">1日目</td><td>オープニング</td></tr><tr><td>序章 プロジェクトマネジメント概論</td></tr><tr><td>Step1. プロジェクトの成果物を明確にする (含：演習)</td></tr><tr><td>昼休</td></tr><tr><td>Step2. プロジェクトの作業を洗い出す (含：演習)</td></tr><tr><td>Step3. 作業の役割を決め、所要期間を見積る</td></tr><tr><td>Step4. スケジュールを計画する</td></tr></table>	日程	講義内容	1日目	オープニング	序章 プロジェクトマネジメント概論	Step1. プロジェクトの成果物を明確にする (含：演習)	昼休	Step2. プロジェクトの作業を洗い出す (含：演習)	Step3. 作業の役割を決め、所要期間を見積る	Step4. スケジュールを計画する	<table><tr><th>日程</th><th>講義内容</th></tr><tr><td rowspan="10">2日目</td><td>1日目の振り返り</td></tr><tr><td>Step4. スケジュールを計画する</td></tr><tr><td>Step5. 要員の負荷を調整する</td></tr><tr><td>昼休</td></tr><tr><td>Step6. 予算を見積る</td></tr><tr><td>Step7. 品質を保証する</td></tr><tr><td>Step8. リスクに備える</td></tr><tr><td>Step9. 変更を管理する</td></tr><tr><td>Step10. プロジェクトを終結させる</td></tr><tr><td>クロージング</td></tr></table>	日程	講義内容	2日目	1日目の振り返り	Step4. スケジュールを計画する	Step5. 要員の負荷を調整する	昼休	Step6. 予算を見積る	Step7. 品質を保証する	Step8. リスクに備える	Step9. 変更を管理する	Step10. プロジェクトを終結させる
日程	講義内容																							
1日目	オープニング																							
	序章 プロジェクトマネジメント概論																							
	Step1. プロジェクトの成果物を明確にする (含：演習)																							
	昼休																							
	Step2. プロジェクトの作業を洗い出す (含：演習)																							
Step3. 作業の役割を決め、所要期間を見積る																								
Step4. スケジュールを計画する																								
日程	講義内容																							
2日目	1日目の振り返り																							
	Step4. スケジュールを計画する																							
	Step5. 要員の負荷を調整する																							
	昼休																							
	Step6. 予算を見積る																							
	Step7. 品質を保証する																							
	Step8. リスクに備える																							
	Step9. 変更を管理する																							
	Step10. プロジェクトを終結させる																							
	クロージング																							
受講対象者	製造業：新人・若手、PM候補となる方 IT企業・コンサルティング企業：新卒、若手、今後PM候補となる方																							
受講前提	特になし																							
研修方法	座学・ワークショップ																							
期間	2日																							
研修終了後のスキル 習得目標	① プロジェクトマネジメントの標準的なプロセスを理解する ② プロジェクトの基本的なドキュメントを理解し、計画書が作成できる ③ プロジェクトの進め方、ルール、使用するツールを理解する ④ プロジェクトマネジャー・チームメンバーとして活動ができる																							

製造業業界研修 実践編 DX研修

	「製造業のためのデジタルトランスフォーメーション」～IoT、データ解析、AIによる変革の進め方～
コース概要	<p>本コースでは I C T の基礎技術を持つ方を中心に、製造業デジタルトランスフォーメーション（DX）固有の環境構築や技術導入の方法を習得してもらい製造業の各業種に対するDXの勘どころを学ぶと共に、企業での現場課題の抽出、課題解決、導入提案に至るアプローチを学びます。そのために本コースでは、I o T、AIに関する最新動向を整理し、DXを実践する上でどのようなポイントが大切かを学んでいただく事を狙いとしています。</p> <p>I o T、AIについては、日ごろ多くの話題が上がっていますが、実は体系だった整理があまりされておらず、断片的な情報が散在している状態かもしれません。そのため、製造企業が I o T、AI技術によるものづくりの変化や対策を読み解くことができず、手をこまねいている現状があります。また、I T 企業側も製造企業が必要とする適切な I T ツールや I o T、AI化を提案する事が出来ずに普及の障害要因になっているとも考えられます。</p> <p>ここでは、取り巻く環境の理解、DXの基本的な考え方や実践事例、最新動向に加え、実機を使った I o T のプロトタイプング、実際のツールを使ったビックデータ解析を体験していただき、さらに複数のメンバーの協業により、スマートファクトリーの構想策定の演習を行っていきます。演習では、実際の企業を想定し、現場の状況から課題を抽出し、改善案を導出することに注力していきます。さらに、その結果をDX導入提案の形にまとめ上げるところまでをスコープにしています。</p> <p>本コースでは若手・中堅の営業やSE・コンサルタントの方々により実践的なDX化を実践していただけるための礎となることを目指します。</p>
受講対象者	製造業のお客様を持つ若手社員・中堅社員
受講前提	<ul style="list-style-type: none"> ・製造業のスマートファクトリーを支援できる I C T の基礎技術力、およびコミュニケーション能力を有していること。 ・製造業業務プロセス受講者又は同等の知識を理解していること。
研修方法	講義・ワークショップ
期間	1 日
研修終了後のスキル習得目標	製造業のスマートファクトリーを考え、現場課題から企業経営者の課題までに応え提案できる礎を築きます。

	I Tで小売業業務の課題を解決する研修 ～（業務+IoT）×A I＝課題解決設計～
コース概要	<p>研修の特徴： 小売業の業務課題をI Tで解決する手法にフォーカスしています。現状から近未来までの小売業務を把握しなおし、発生しうる課題を確認、それらをI Tで解決するためにどのような手法が設計可能かを検討できます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 主要業務（MD・OPE・LOGI・CRM）ごとに、I T活用の現状を整理し、重要要素（IoT・ビッグデータ・A I・AR・VR）と業務課題との関係性を明らかにした上で今後の展開を予測します。 ● 演習を通して具体的な解決手法を仮想で設計します。＜対象の業態・業務・課題を設定、もしくは選択して解決手法を導き出す実戦的演習です。＞
受講対象者	<ul style="list-style-type: none"> ・流通業をお客様に持つ営業職（営業・営業支援・提案企画）、S E職（業務調査・外部設計）、運用サポート（常駐・運用代行）など、お客様の業務に直接関わる内容を日常業務とする方で、流通業ならびに客先業務について、課題設定・解決手法に興味をお持ちの方 ・客先を担当して3年目以降で小売業業務全体を把握し、客先課題解決に必要な視野・視点を持ちたい方。
受講前提	流通業・小売業についての基礎的な知見や、同業を客先とした経験があることが望ましいです。
研修方法	講義・ワークショップ
期間	1日
研修終了後のスキル習得目標	小売業の機能、顧客や他業種との関係、外部環境の影響などを考慮し、業務課題を「現状⇒近未来視点」で把握します。

コンサルティング能力育成 メソドロジー & 実践コース

	コンサルティング能力育成 メソドロジー & 実践コース																
コース概要	<p>経営戦略を支える業務改革計画策定までを対象とし、この一連の活動で必要となるスキル修得を研修目的としています。実践に役立たせることができるように、技法の基本とともに、ケースをもとにその技法の応用力を身に付けていただきます。実施にあたっては、実践に近い状態でのプレゼンテーション、グループディスカッション、顧客へのインタビュー、入手した大量の情報を読み砕くなど、実践に近い状態となるように配慮しています。</p> <p>講師の指導・ガイドは、基本的な説明を行うとともに、徹底したQ&Aを実施致します。また、各発表に対する指導だけでなく、グループディスカッションの討議状況をみつつ、答えを説明するのではなく、答えを見つけたための「コツ」に力点を置いて指導します。</p> <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p>メソドロジーのテキスト及びケーススタディの事前配布を行い、セルフスタディを行っていただくことで、集合研修内容をコンパクトに組み立てていますので、受講しやすいコースで、メソドロジー編を1日、実践編を5日間の計6日間の構成としています。</p> <p>事前学習は個人学習となりますが、理解の定着化に差がでやすい学習方法であるため、下記の工夫をしています。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 事前にご質問を収集、集合研修初日に、しっかり時間をかけて回答します 2. 「説明できてはじめて習得」という考えから、学習したメソドロジーを自分の言葉で発表していただきます。 </div> </div> <table border="1" style="margin-top: 20px; width: 100%;"> <thead> <tr> <th colspan="2">＜カリキュラム＞</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第一日(メソドロジー)</td><td> 研修概要 <ul style="list-style-type: none"> ● オープニング(自己紹介、チームビルディング等) ● メソドロジーQ&A ● (理解定着のための)メソドロジー発表 </td></tr> <tr> <td>第二日(実践①)</td><td> <ul style="list-style-type: none"> ● WEBSの確認 ● 配布資料からの問題抽出～重要課題の整理 </td></tr> <tr> <td>第三日(実践②)</td><td> <ul style="list-style-type: none"> ● 配布資料からの問題抽出～重要課題の整理(続) ● インタビューの準備 </td></tr> <tr> <td>第四日(実践③)</td><td> <ul style="list-style-type: none"> ● インタビューの実施(ロールプレイ:部門責任者) ● インタビュー結果を含めた問題抽出～重要課題の整理 ● 改革の方向性検討 ● 検討結果発表(社内レビューロールプレイ) </td></tr> <tr> <td>第五日(実践④)</td><td> <ul style="list-style-type: none"> ● 改革テーマ(案)検討 ● 改革テーマイメージの作成 ● 中間報告(ロールプレイ:部門責任者) ● 改革テーマの絞り込みとプロジェクト化の検討 ● 改革テーマごとの改革目的、改革イメージ、関連図の作成 ● 最終報告シナリオ作成 </td></tr> <tr> <td>第六日(実践⑤)</td><td> <ul style="list-style-type: none"> ● 最終報告シナリオ作成(継続) ● 最終報告(ロールプレイ:部門責任者) ● 業務改革構想書の作成 </td></tr> <tr> <td>第六日(実践⑥)</td><td> <ul style="list-style-type: none"> ● 業務改革構想書の作成(続) ● 業務改革構想書発表(社内レビューロールプレイ) ● ラップアップ </td></tr> </tbody> </table>	＜カリキュラム＞		第一日(メソドロジー)	研修概要 <ul style="list-style-type: none"> ● オープニング(自己紹介、チームビルディング等) ● メソドロジーQ&A ● (理解定着のための)メソドロジー発表 	第二日(実践①)	<ul style="list-style-type: none"> ● WEBSの確認 ● 配布資料からの問題抽出～重要課題の整理 	第三日(実践②)	<ul style="list-style-type: none"> ● 配布資料からの問題抽出～重要課題の整理(続) ● インタビューの準備 	第四日(実践③)	<ul style="list-style-type: none"> ● インタビューの実施(ロールプレイ:部門責任者) ● インタビュー結果を含めた問題抽出～重要課題の整理 ● 改革の方向性検討 ● 検討結果発表(社内レビューロールプレイ) 	第五日(実践④)	<ul style="list-style-type: none"> ● 改革テーマ(案)検討 ● 改革テーマイメージの作成 ● 中間報告(ロールプレイ:部門責任者) ● 改革テーマの絞り込みとプロジェクト化の検討 ● 改革テーマごとの改革目的、改革イメージ、関連図の作成 ● 最終報告シナリオ作成 	第六日(実践⑤)	<ul style="list-style-type: none"> ● 最終報告シナリオ作成(継続) ● 最終報告(ロールプレイ:部門責任者) ● 業務改革構想書の作成 	第六日(実践⑥)	<ul style="list-style-type: none"> ● 業務改革構想書の作成(続) ● 業務改革構想書発表(社内レビューロールプレイ) ● ラップアップ
＜カリキュラム＞																	
第一日(メソドロジー)	研修概要 <ul style="list-style-type: none"> ● オープニング(自己紹介、チームビルディング等) ● メソドロジーQ&A ● (理解定着のための)メソドロジー発表 																
第二日(実践①)	<ul style="list-style-type: none"> ● WEBSの確認 ● 配布資料からの問題抽出～重要課題の整理 																
第三日(実践②)	<ul style="list-style-type: none"> ● 配布資料からの問題抽出～重要課題の整理(続) ● インタビューの準備 																
第四日(実践③)	<ul style="list-style-type: none"> ● インタビューの実施(ロールプレイ:部門責任者) ● インタビュー結果を含めた問題抽出～重要課題の整理 ● 改革の方向性検討 ● 検討結果発表(社内レビューロールプレイ) 																
第五日(実践④)	<ul style="list-style-type: none"> ● 改革テーマ(案)検討 ● 改革テーマイメージの作成 ● 中間報告(ロールプレイ:部門責任者) ● 改革テーマの絞り込みとプロジェクト化の検討 ● 改革テーマごとの改革目的、改革イメージ、関連図の作成 ● 最終報告シナリオ作成 																
第六日(実践⑤)	<ul style="list-style-type: none"> ● 最終報告シナリオ作成(継続) ● 最終報告(ロールプレイ:部門責任者) ● 業務改革構想書の作成 																
第六日(実践⑥)	<ul style="list-style-type: none"> ● 業務改革構想書の作成(続) ● 業務改革構想書発表(社内レビューロールプレイ) ● ラップアップ 																
受講対象者	中堅社員～（入社5年目以上）/改革リーダー候補者																
受講前提	製造業業務プロセス研修受講者、グローバルSCM研修受講者 または 顧客の経営課題、部門課題など、ICT部門以外のお客様の悩みに接した経験が多少でもある方、もしくはイメージできる方																
研修方法	講義・ワークショップ																
期間	全6日																
研修終了後のスキル習得目標	成果物のよしあしではなく、その作成過程を通じて、思考の仕方、論理性の組立て方を体得できます ICTから企業を見る目に加え、経営、業務から企業を見る目まで視野が拡大していることを期待しています。																

現場改善の進め方

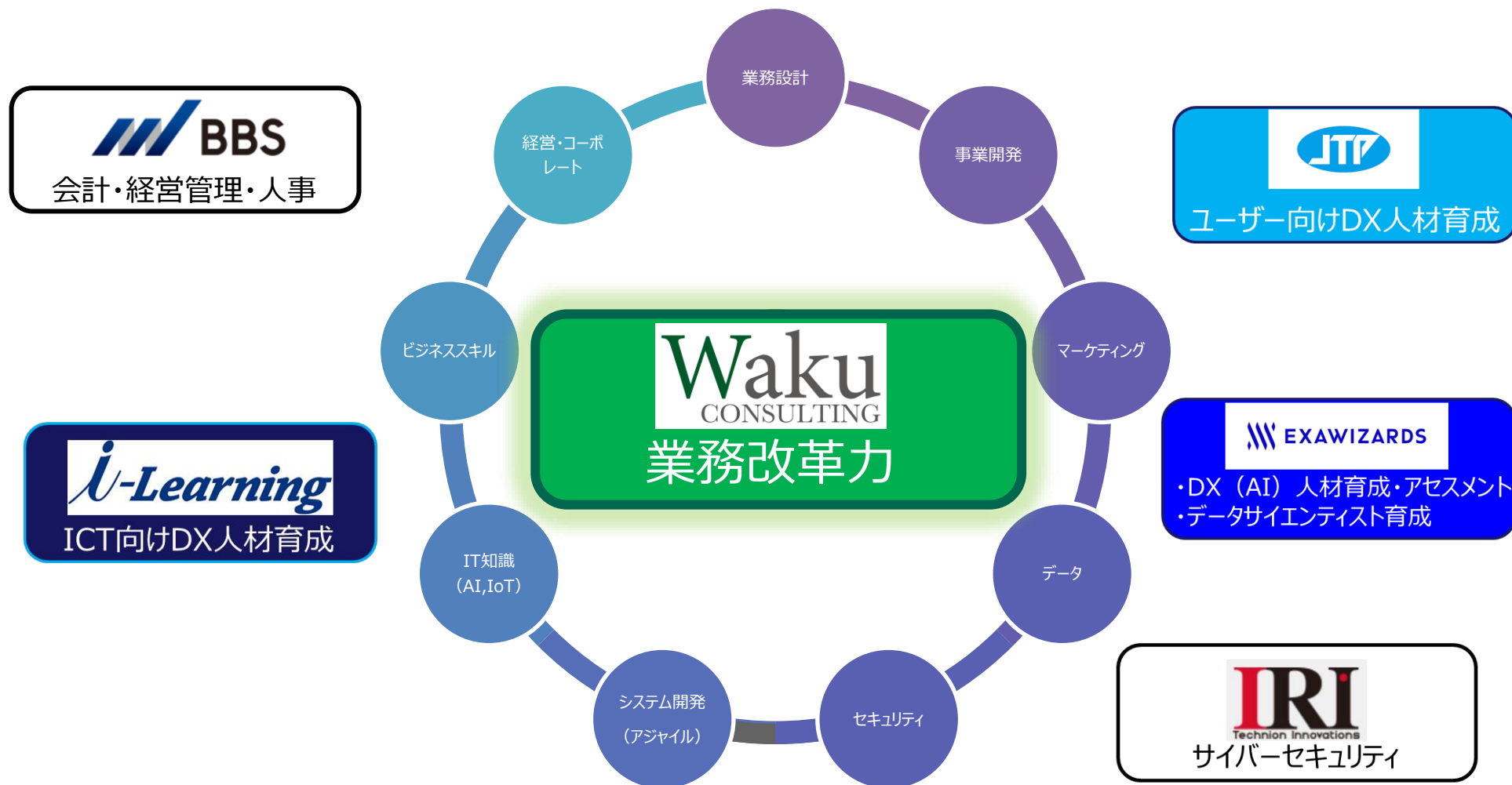
	現場改善の進め方																		
コース概要	材料・素材の調達から始まり、製造、製品倉入れ、出荷に至るまでの日常の生産活動の重要管理項目はもとより、製造原価と損益、利益とキャッシュフローとの関係など、原価管理・管理会計やファイナンスの知識を活用した課題解決方法を学びます。																		
	<table><tr><td>日程</td><td>講義内容</td></tr><tr><td rowspan="5">1日目</td><td>オープニング（講師挨拶/参加者自己紹介）</td></tr><tr><td>1．現場のムダの発見と排除</td></tr><tr><td>昼食</td></tr><tr><td>現場のムダの発見と排除（続き）</td></tr><tr><td>2．管理のムダ</td></tr><tr><td>クロージング（まとめ、アンケート）</td></tr></table>	日程	講義内容	1日目	オープニング（講師挨拶/参加者自己紹介）	1．現場のムダの発見と排除	昼食	現場のムダの発見と排除（続き）	2．管理のムダ	クロージング（まとめ、アンケート）	<table><tr><td>日程</td><td>講義内容</td></tr><tr><td rowspan="5">2日目</td><td>3．製造原価と損益</td></tr><tr><td>昼食</td></tr><tr><td>製造原価と損益（続き）</td></tr><tr><td>4．利益とキャッシュフロー</td></tr><tr><td>クロージング（まとめ、アンケート）</td></tr></table>	日程	講義内容	2日目	3．製造原価と損益	昼食	製造原価と損益（続き）	4．利益とキャッシュフロー	クロージング（まとめ、アンケート）
	日程	講義内容																	
	1日目	オープニング（講師挨拶/参加者自己紹介）																	
1．現場のムダの発見と排除																			
昼食																			
現場のムダの発見と排除（続き）																			
2．管理のムダ																			
クロージング（まとめ、アンケート）																			
日程	講義内容																		
2日目	3．製造原価と損益																		
	昼食																		
	製造原価と損益（続き）																		
	4．利益とキャッシュフロー																		
	クロージング（まとめ、アンケート）																		
受講対象者	工場経営に携わる管理者																		
受講前提	特になし																		
研修方法	講義・ワークショップ																		
期間	1日～2日																		
研修終了後のスキル習得目標	現場改善の進め方における基本スキル身に着けます。																		

製造業幹部・工場長・工場管理者育成研修

	製造業幹部・工場長・工場管理者育成研修								
コース概要	<p>本研修は材料・素材の調達から始まり、製造、製品倉入れ、出荷に至るまでの日常の生産活動の重要管理項目はもとより、製造原価と損益、内製・外作の判断、利益とキャッシュフローとの関係、設備投資の意思決定、赤字製品や黒字製品への対応、工場変動要因への対処方法など、原価管理・管理会計やファイナンスの知識を活用した課題解決方法の学習に及びます。</p> <p>また、理解を確実にするため、研修内容には実課題に対する演習を組み込んでおります。</p> <table><tr><td><p>1. 現場のムダの発見と排除</p><p>製造現場には多くのムダがあります。何がムダか、何故ムダか、ムダをどのように排除するのか。素材・原材料調達から始まり、素材・原材料受入れ、素材・原材料倉庫格納、払出、加工、プロセス、検査、梱包、出荷、物流に至るまで工場全体のムダの認識とムダ排除の方法を学びます。</p></td><td><p>2. 管理のムダ</p><p>企業活動には多くのムダがあります。これらのムダは製造現場の改善だけでは解決しないものが多いです。</p><p>企業活動を営業部門の引き合いから始まり、PSI、生産管理、生産活動(調達・製造・製品倉入れ・出荷)、販売に至るまでを対象とし、管理者が解決すべき課題を学びます。</p></td><td><p>5. 設備投資と採算性判断</p><p>設備投資は企業の将来の基盤を構築します。一方でリスクも内在し。また、設備投資には新規事業、新製品開発、増産、合理化、3 k 対策、インフラ投資など様々な投資目的がある。設備投資の実行にあたって目的、資金調達、採算性評価において何を考慮すべきなのか、設備投資とその採算性判断のあり方を学びます。</p></td><td><p>6. 赤字事業（製品）と黒字事業（製品）</p><p>会社には赤字事業（製品）と黒字事業（製品）、さらには疑似赤字事業（製品）が混在しています。これらをどのように見分け、どのような行動を起こすべきかを学びます。</p><p>事業あるいは製品の変動費、固定費、限界利益、営業利益などコスト構造と損益の関連を学びます。</p></td></tr><tr><td><p>3. 製造原価と損益</p><p>製造原価要素と製造原価、損益との関連を学びます。</p><p>さらに、固定費、変動費、生産高と利益との関連を学びます。</p><p>製造益を確保するために製造現場、資材・外注管理などの各部門は如何なる行動をとるべきかを学びます。</p></td><td><p>4. 利益とキャッシュフロー</p><p>生産活動と P L、B S、C F の関連を理解します。</p><p>例えば、在庫と利益・キャッシュフローの間にはいかなる関連があるのか。『売れるは“スト”で作る』とはどういうことか、販売に連動しない生産は P L、B S、C F にどのような影響を及ぼすのか、これらを正しく知って行動できるようにします。</p></td><td><p>7. 利益感度分析</p><p>工場経営をしていると予期せぬ事態に遭遇します。例えば、サプライヤーからの値上げ要求、最低賃金の上昇、お得意様からの値下げ要求、買い取り数量の削減要求など。これらの外的変動要因は利益にどのようなインパクトを与えるのか。管理者はその影響を速やかに把握し、適切な行動を起こさなければなりません。ここでは各種変動要因が損益に影響を及ぼす影響を学びます。</p></td><td><p>8. グループ演習</p><p>研修テーマの 1. 現場のムダの発見と排除をテーマに実際の現場で課題の抽出から解決方法までをグループで討議し発表いただきます。</p><p>このテーマは大変重要なテーマで、できればどこか工場を選定し、その工場で、素材・原材料の受入れから始まり、倉庫への格納、払出、製造、製品倉庫倉入れ、出荷に至る一連の工程を対象とした研修を行うと現実感があって研修効果が上がります。</p><p>これは座学事前学習、工場現場実習、実習を通した問題点の抽出、改善方法のグループ討議、発表などのプロセスを行うことができると研修の効果は大きくなります。</p><p>大きな工場の場合、半日程度で課題を抽出することは困難である場合は、課題抽出は特定の部門（例えば、素材・原材料の受入れ、格納や完成品倉庫や製品出荷など）に限っても結構です。</p></td></tr></table>	<p>1. 現場のムダの発見と排除</p> <p>製造現場には多くのムダがあります。何がムダか、何故ムダか、ムダをどのように排除するのか。素材・原材料調達から始まり、素材・原材料受入れ、素材・原材料倉庫格納、払出、加工、プロセス、検査、梱包、出荷、物流に至るまで工場全体のムダの認識とムダ排除の方法を学びます。</p>	<p>2. 管理のムダ</p> <p>企業活動には多くのムダがあります。これらのムダは製造現場の改善だけでは解決しないものが多いです。</p> <p>企業活動を営業部門の引き合いから始まり、PSI、生産管理、生産活動(調達・製造・製品倉入れ・出荷)、販売に至るまでを対象とし、管理者が解決すべき課題を学びます。</p>	<p>5. 設備投資と採算性判断</p> <p>設備投資は企業の将来の基盤を構築します。一方でリスクも内在し。また、設備投資には新規事業、新製品開発、増産、合理化、3 k 対策、インフラ投資など様々な投資目的がある。設備投資の実行にあたって目的、資金調達、採算性評価において何を考慮すべきなのか、設備投資とその採算性判断のあり方を学びます。</p>	<p>6. 赤字事業（製品）と黒字事業（製品）</p> <p>会社には赤字事業（製品）と黒字事業（製品）、さらには疑似赤字事業（製品）が混在しています。これらをどのように見分け、どのような行動を起こすべきかを学びます。</p> <p>事業あるいは製品の変動費、固定費、限界利益、営業利益などコスト構造と損益の関連を学びます。</p>	<p>3. 製造原価と損益</p> <p>製造原価要素と製造原価、損益との関連を学びます。</p> <p>さらに、固定費、変動費、生産高と利益との関連を学びます。</p> <p>製造益を確保するために製造現場、資材・外注管理などの各部門は如何なる行動をとるべきかを学びます。</p>	<p>4. 利益とキャッシュフロー</p> <p>生産活動と P L、B S、C F の関連を理解します。</p> <p>例えば、在庫と利益・キャッシュフローの間にはいかなる関連があるのか。『売れるは“スト”で作る』とはどういうことか、販売に連動しない生産は P L、B S、C F にどのような影響を及ぼすのか、これらを正しく知って行動できるようにします。</p>	<p>7. 利益感度分析</p> <p>工場経営をしていると予期せぬ事態に遭遇します。例えば、サプライヤーからの値上げ要求、最低賃金の上昇、お得意様からの値下げ要求、買い取り数量の削減要求など。これらの外的変動要因は利益にどのようなインパクトを与えるのか。管理者はその影響を速やかに把握し、適切な行動を起こさなければなりません。ここでは各種変動要因が損益に影響を及ぼす影響を学びます。</p>	<p>8. グループ演習</p> <p>研修テーマの 1. 現場のムダの発見と排除をテーマに実際の現場で課題の抽出から解決方法までをグループで討議し発表いただきます。</p> <p>このテーマは大変重要なテーマで、できればどこか工場を選定し、その工場で、素材・原材料の受入れから始まり、倉庫への格納、払出、製造、製品倉庫倉入れ、出荷に至る一連の工程を対象とした研修を行うと現実感があって研修効果が上がります。</p> <p>これは座学事前学習、工場現場実習、実習を通した問題点の抽出、改善方法のグループ討議、発表などのプロセスを行うことができると研修の効果は大きくなります。</p> <p>大きな工場の場合、半日程度で課題を抽出することは困難である場合は、課題抽出は特定の部門（例えば、素材・原材料の受入れ、格納や完成品倉庫や製品出荷など）に限っても結構です。</p>
<p>1. 現場のムダの発見と排除</p> <p>製造現場には多くのムダがあります。何がムダか、何故ムダか、ムダをどのように排除するのか。素材・原材料調達から始まり、素材・原材料受入れ、素材・原材料倉庫格納、払出、加工、プロセス、検査、梱包、出荷、物流に至るまで工場全体のムダの認識とムダ排除の方法を学びます。</p>	<p>2. 管理のムダ</p> <p>企業活動には多くのムダがあります。これらのムダは製造現場の改善だけでは解決しないものが多いです。</p> <p>企業活動を営業部門の引き合いから始まり、PSI、生産管理、生産活動(調達・製造・製品倉入れ・出荷)、販売に至るまでを対象とし、管理者が解決すべき課題を学びます。</p>	<p>5. 設備投資と採算性判断</p> <p>設備投資は企業の将来の基盤を構築します。一方でリスクも内在し。また、設備投資には新規事業、新製品開発、増産、合理化、3 k 対策、インフラ投資など様々な投資目的がある。設備投資の実行にあたって目的、資金調達、採算性評価において何を考慮すべきなのか、設備投資とその採算性判断のあり方を学びます。</p>	<p>6. 赤字事業（製品）と黒字事業（製品）</p> <p>会社には赤字事業（製品）と黒字事業（製品）、さらには疑似赤字事業（製品）が混在しています。これらをどのように見分け、どのような行動を起こすべきかを学びます。</p> <p>事業あるいは製品の変動費、固定費、限界利益、営業利益などコスト構造と損益の関連を学びます。</p>						
<p>3. 製造原価と損益</p> <p>製造原価要素と製造原価、損益との関連を学びます。</p> <p>さらに、固定費、変動費、生産高と利益との関連を学びます。</p> <p>製造益を確保するために製造現場、資材・外注管理などの各部門は如何なる行動をとるべきかを学びます。</p>	<p>4. 利益とキャッシュフロー</p> <p>生産活動と P L、B S、C F の関連を理解します。</p> <p>例えば、在庫と利益・キャッシュフローの間にはいかなる関連があるのか。『売れるは“スト”で作る』とはどういうことか、販売に連動しない生産は P L、B S、C F にどのような影響を及ぼすのか、これらを正しく知って行動できるようにします。</p>	<p>7. 利益感度分析</p> <p>工場経営をしていると予期せぬ事態に遭遇します。例えば、サプライヤーからの値上げ要求、最低賃金の上昇、お得意様からの値下げ要求、買い取り数量の削減要求など。これらの外的変動要因は利益にどのようなインパクトを与えるのか。管理者はその影響を速やかに把握し、適切な行動を起こさなければなりません。ここでは各種変動要因が損益に影響を及ぼす影響を学びます。</p>	<p>8. グループ演習</p> <p>研修テーマの 1. 現場のムダの発見と排除をテーマに実際の現場で課題の抽出から解決方法までをグループで討議し発表いただきます。</p> <p>このテーマは大変重要なテーマで、できればどこか工場を選定し、その工場で、素材・原材料の受入れから始まり、倉庫への格納、払出、製造、製品倉庫倉入れ、出荷に至る一連の工程を対象とした研修を行うと現実感があって研修効果が上がります。</p> <p>これは座学事前学習、工場現場実習、実習を通した問題点の抽出、改善方法のグループ討議、発表などのプロセスを行うことができると研修の効果は大きくなります。</p> <p>大きな工場の場合、半日程度で課題を抽出することは困難である場合は、課題抽出は特定の部門（例えば、素材・原材料の受入れ、格納や完成品倉庫や製品出荷など）に限っても結構です。</p>						
受講対象者	製造業幹部・工場長・工場管理者育成研修								
受講前提	特になし								
研修方法	講義・ワークショップ								
期間	5 日								
研修終了後のスキル習得目標	工場経営に必要な基本スキル身に着けます。								

ご参考：DX人材育成に関わる弊社協業スキーム

弊社は業務改革力を身に着ける人材育成をご支援いたします。その他のDX人材育成につきましては貴社課題に合わせて協業パートナー研修企業をご紹介します。



End Of File