

現場で奮闘するビジネスパーソンの強い味方!

# SmartOJTプログラム 『実践ハンドブック』



SmartOJT  
HANDBOOK

# 「はじめに」

本プログラムは、

1. OJTの手順がわかる「実践ハンドブック」(本書)
2. スマートフォンで学べる「ビデオライブラリ」で構成されています。

本書「実践ハンドブック」の冒頭では、

上司や先輩、受講者の皆さんへ、どんな場面で本プログラムを活用できるか、ビデオライブラリを活用したOJTの実践手順・ご利用方法を解説しています。

また、ビデオライブラリ「コンテンツラインナップ」のコーナーでは、各ビデオ教材でどのようなテーマ・内容が学べるか、確認することができます。

そして巻末には、OJTの現場で活用できる「実践テンプレート集」をご用意しました。

本プログラムの活用により、

- 部下に学習するビデオを指示するだけで、手軽にOJTを実践できる！
  - スキマ時間を活用して、スマートフォンなどの端末で手軽に学べる！
  - 手軽に学べるからすぐに業務に活かせる。明日の会議やプレゼンにも間に合う！
  - すぐに業務に活かせるから、学習意欲、達成感が沸く！
  - OJTの機会が増えるから、チーム力がアップする！
- などの効果が期待できます。

さあ、早速今日から積極的に取り組みましょう。

<b>SmartOJT 実践ガイド</b> .....	4-7
上司・先輩の方へ.....	4
受講者の方へ.....	6
<b>StepUp 情報</b> — 「仕事を通じて成長する」とは？ .....	8
<hr/>	
<b>ビジネスベーシック ライブラリ コンテンツラインナップ</b> .....	9-17
ビジネスマナー .....	10
仕事力.....	10
マインド・キャリア .....	12
人間力.....	13
ビジネスリテラシー .....	15
マーケティング .....	16
ケースドラマ .....	17
<b>StepUp 情報</b> — コーチングの基本スキル .....	18
<hr/>	
<b>ビジネススキルアップ ライブラリ コンテンツラインナップ</b> .....	19-28
ビジネスマナー.....	20
仕事力.....	21
コミュニケーション.....	22
人間力.....	23
創造力.....	25
ビジネスリテラシー .....	26
マーケティング .....	27

<b>リーダースキルアップ ライブラリ コンテンツラインナップ</b> .....	29-40
チームマネジメント.....	30
コミュニケーション.....	31
リーダーシップと組織マネジメント.....	34
ビジョンメイキング.....	37
部下の指導・育成.....	38
戦略立案.....	38

<b>マネジメントスキルアップ ライブラリ コンテンツラインナップ</b> .....	41-56
リーダーシップ.....	42
コミュニケーション.....	43
ビジョンメイキング.....	46
マーケティング戦略.....	46
経営分析.....	50
経営戦略.....	53
ケースドラマ.....	55

<b>実践テンプレート集</b> .....	57-63
------------------------	-------

「部下が育たない」「指導する時間がない!」と  
あきらめていませんか?

『ビデオライブラリ』を活用すれば、  
手軽にOJTが実践できます!



### → 新入社員の現場配属後の基礎教育に

「研修で教わったはずなのにできていない」、  
「研修で教えていないことが多い」、「最近の新人は…」  
そう思った時に、ビデオを見ておくように指示するだけでいいのです。  
ビデオライブラリを活用すれば、新人研修の復習はもちろん、  
現場で必要だと考える領域の教育まで手軽に実施できます。

### → 若手社員の戦力アップのために

「部下を指導するのも、上司の仕事。  
そんなことはわかっているけど、時間もノウハウもない!」  
日常の業務の中で、「もう少しスキルアップしてほしい」と感じる。  
そんな時がメンバーの戦力アップのチャンスなのです!  
学ばせたい時にすぐに使うことができ、成長のチャンスを逃しません。

### → メンバーの企画力・課題解決力アップのために

ソリューションがあらゆる場面で求められる今、企画力や構想力、コミュニケーション能力といったスキルやチームワークの強化が、ビジネスで勝ち抜くためには欠かせません。ビデオライブラリには幅広いテーマを収録。個人とチームの強化をサポートします。

### → メンバーの成長支援のために

「何がわからないかが、わからない」、これが若手社員が仕事を効率的に学べない大きな原因の一つです。仕事の様子を見ながら、ビデオ学習を指示するだけで、学びの支援が行えます。

また、状況に応じて対処法を変えていかなければならない、コミュニケーションやマナーの応用や、ディスカッションが必要な教育テーマでも、ビデオ教材を題材にすれば、勉強会の開催などにも簡単に取り組みます。



# 『ビデオライブラリ』を活用した SmartOJT実践手順 ～上司・先輩編～

## STEP 1 部下に必要な知識・スキルが学べるビデオをピックアップ

本書P.7以降のビデオライブラリ「コンテンツランナップ」を確認して、学ばせたいテーマを選びましょう。  
各ビデオでどんな内容が何分で学習できるか、などを確認できます。



## STEP 2 部下に、ビデオ学習を指示

部下に、ビデオ学習を指示しましょう。

- ※ 部下へ指示する際には、目的を伝えることが大切です。  
巻末付属の「実践テンプレート集」を活用しましょう。
- ※ ビデオライブラリ画面では、教材コード順にビデオが一覧表示されます。  
部下へビデオを指示する場合は、ビデオのタイトルに加えて「教材コード」を伝えましょう。



## STEP 3 ビデオ学習後、学んだ知識・スキルを業務に活用

ビデオライブラリは、スマートフォンで視聴することができます。  
外出先や作業の合間など、スキマ時間を活用して学習することができるため、すぐに業務に活かすことができます。

明日の会議やプレゼンにも間に合います！

- ※ パソコンやタブレット端末でも視聴可能です。



## STEP 4 部下の取り組み状況を把握。必要に応じてフォロー

部下の取り組み状況を確認し、  
必要に応じて、フォローを行いましょう。

- ※ 定期的に学んだことを振り返り、フィードバックすることが大切です。  
巻末付属の「実践テンプレート集」を活用しましょう。
- ※ ビデオライブラリの「上司メニュー」から部下がどのビデオを視聴したか、まとめて確認することができます。(上司メニューはオプションとなります)



「指導してくれる先輩がいない」「学習時間がない!」とあきらめていませんか?



『ビデオライブラリ』を活用すれば、手軽にスキルアップできます!

→ 苦手を克服したい ~ 困った時の虎の巻として ~

- “いまさら聞けない!” マナーや基礎知識の復習に。
- わからないことを先輩に聞く前に、まずビデオで確認!
- 仕事で失敗したら、その場で学習!
- PDCA や報連相の必要性やポイントがわからない。
- 上司から問題を指摘されたら、ビデオで克服!

→ 仕事をレベルアップしたい ~ 自分を磨くチャンスに活用 ~

- 明日のプレゼンは、成功させたい!
- 説得力のある提案書を作成したい。
- “マーケティング” ってどうやるの?
- プロジェクトをスムーズに進めたい。
- コミュニケーションスキルって、本で読んでもよくわからない。

→ 初めての部下指導に ~ できる先輩は後輩指導でも差をつける ~

- 後輩の指導を任された! 指導方法を知りたい。
- 後輩からの鋭い質問。指導に自信が無いときに。
- 後輩から聞かれる前に、マナーや基礎知識をこっそり復習!
- 部下を褒めたり、叱ったり…。コミュニケーションが苦手!
- 一緒にビデオで学習すれば、認識のギャップも最小限に。

→ 仕事のヒントやアクセントに ~ 個人やグループでの業務活性化に ~

- 業務改善のディスカッションを活性化したい。
- 会議を効率的に進めたい。
- 社内の常識に疑問を感じる。新しい視点がほしい!
- 自分のスキルをケーススタディでレベルチェック。
- スキマ時間を活用して、ライバルに差をつけたい!

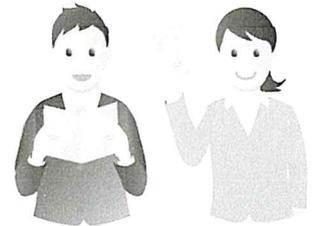


# 『ビデオライブラリ』を活用した SmartOJT実践手順 ～受講者編～

## STEP 1 あなたに必要な知識・スキルが学べるビデオを確認

本書 P.7以降のビデオライブラリ「コンテンツラインナップ」を確認して、必要なテーマを確認しましょう。各ビデオでどんな内容が何分で学習できるか、などを確認できます。

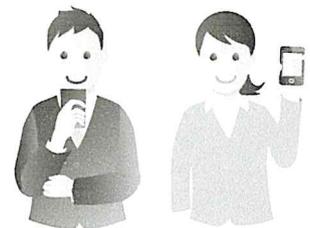
※上司や先輩からビデオを指示された場合は、「教材コード」を確認しましょう。ビデオライブラリ画面では教材コード順にビデオが一覧表示されます。



## STEP 2 ビデオライブラリへアクセスして、ビデオを視聴

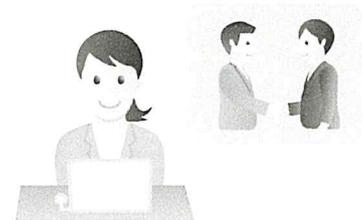
ビデオライブラリは、スマートフォンで視聴することができます。外出先や作業の合間など、スキマ時間を活用して学習することができます。

※パソコンやタブレット端末でも視聴可能です。



## STEP 3 ビデオで学んだ知識・スキルを、さっそく業務に活用

スキマ時間を活用して学習することができるため、すぐに業務に活かすことができます。明日の会議やプレゼンにも間に合います！



## STEP 4 必要に応じて、上司や先輩へ取り組み状況を報告

必要に応じて、上司や先輩へ取り組み状況を報告し、今後の課題やわからないところがあれば相談しましょう。

※定期的に学んだことを振り返り、今後の課題や改善点を整理することが大切です。巻末付属の「実践テンプレート集」を活用しましょう。



## Q 「仕事を通じて成長する」と聞きますが、 それってどういうことですか？

今は、仕事で新しく覚えることが多く、自分の成長を実感し、充実感のある毎日を過ごせているのですが、仕事をひと通り覚えてしまうと、成長している手ごたえを感じなくなるのではないかと不安になります。

## A 人間はザリガニやミカンでもないから、 ペリッと成長のときにひと皮むけて変化が見えるわけじゃない。

日ごろは足踏み状態に感じることも多いかもしれませんが、間違いなく成長の瞬間は存在します。例えば新卒で入社した場合、この会社でやっていけそうだとか前向きに社会人をやっていけそうだと思えるようになるのは、普通、入社後3年位たってからです。それまでは「本当にこの会社が合っているの?」「この会社が自分にとって良いの?」と自問しながら働くことになります。けれども、そう思いながら働いているうちに、仕事内容や配属や得意先が変わり、4年目位には上司に「ここの部署を任すよ」なんて言われはじめます。そこではじめて「仕事ができだしている自分」に気づいたり「喜んでいるお客さん」を見て、「ああ、ここでやっていけそうだ」と思ったりできるのではないのでしょうか。

学校みたいに毎年学年が上がったりしないから、成長の足音はそう簡単に聞こえてくるわけではありません。人間はザリガニやミカンでもないから、ペリッと成長のときに殻を脱ぎ捨てることもできないし、ミカンの皮をむいたりするように文字通りひと皮むけて変化が見えるわけでもありません。人間は動物に比べてはるかに成長が遅いのです。

大切なのは、仕事を通して「今まで見えなかった自分が見えてくる」「自分に自信がついてくる」といった気づきを体験し、その経験の前と後で、ひと皮むけたような感じ（成長）を実感すること。長い人生の中でもその実感の数は多くないかもしれませんが、その瞬間を大事にしていくことが、自分らしく生きていくことにつながります。「仕事を通じて人は発達していく」ということをキャリアの出発点から思っていた方が良いでしょう。



禁・複製

# ビジネスベーシック ライブラリ

[コンテンツラインナップ]

BB  
Business Basic Library

# ビジネスベーシック ライブラリ

Business Basic Library

## ビジネスマナー

社会人の身だしなみ 1	ビジネスで会う人たちと良好な関係を築く第一歩である「第一印象」。大切な出会いを円滑な関係づくりにつなげるために、服装、表情や姿勢などの基本的なポイントをマスターします。 ●第一印象 ●身だしなみ ●立ち居振る舞い ●見た目以外に大切なこと	10分	教材コード BB-A01
社会人の身だしなみ 2		10分	教材コード BB-A02
社会人の話し方と敬語の基本 1	職場ですぐに使えるビジネス基本用語や敬語など、相手に好感をもたれる話し方を学びます。学生言葉から脱却し、ビジネスを気持ちよくスムーズに進めるための正しい言葉づかいを習得します。 ●ビジネス基本用語 10 ●敬意を示す話し方 ●好感を持たれる話し方	7分	教材コード BB-A03
社会人の話し方と敬語の基本 2		11分	教材コード BB-A04
応対応接のマナー 1		13分	教材コード BB-A05
応対応接のマナー 2	お客様への応対・応接の良し悪しで、お客様の会社への印象や信頼感は大きく左右されます。“会社の代表”として望ましい応対・応接を身に付けます。 ●お出迎えとご案内 ●応接と名刺交換 ●訪問時のマナー	10分	教材コード BB-A06
応対応接のマナー 3		14分	教材コード BB-A07
電話対応のマナー 1	ビジネス電話は、お客様と会社を結ぶ大切なコミュニケーションの手段です。電話対応のマナーを徹底したロールプレイングで身に付けます。 ●電話を受ける ●名指し人が不在の場合 ●電話をかける ●携帯電話のマナー	8分	教材コード BB-A08
電話対応のマナー 2		10分	教材コード BB-A09
電話対応のマナー 3		15分	教材コード BB-A10

## 仕事力

仕事の鉄則 「ホウレンソウ」	仕事を円滑に進めるために欠かせないコミュニケーションスキル「ホウレンソウ」を学びます。どのような場面でどういうコミュニケーションを行えばよいか、基本的な考え方を学習します。 ●仕事の基本は「報告」「連絡」「相談」 ●報告・連絡はこまめに ●抱え込まずに相談	8分	教材コード BB-B01
仕事を動かす コミュニケーション 1	仕事と人を結び、新たな価値を紡ぎ出すビジネスコミュニケーションの考え方と実践のポイントを学びます。正しい情報の伝え方、ミーティングや議論の場でアイデアを広げるための思考法や話し方のコツを身に付けます。 ●正しく伝えるコミュニケーション ●アイデアを広げるコミュニケーション	8分	教材コード BB-B02
仕事を動かす コミュニケーション 2		10分	教材コード BB-B03

ビジネス会議の基本 1	ビジネス会議では、参加者の意識や関わり方によって生産性や創造性が大きく左右されます。ビジネス会議の基本的な流れと会議を円滑に進めるためのポイントを学びます。	16分	教材コード BB-B04
ビジネス会議の基本 2	●会議の事前準備をする ●会議に参加する ●会議の成果をまとめる	7分	教材コード BB-B05
PDCA ～成果をあげる仕事術～	成果をあげる仕事の基本「PDCA」の考え方について学びます。PDCAを実際の仕事に活かす流れを具体的な事例を通じて学びます。 ●できる人材とは ●成果をあげる仕事の進め方＝PDCA ●PDCAを仕事に活かす	11分	教材コード BB-B06
目標設定 ～成果をもたらす目標の条件～	仕事の成果をあげるための第一歩は、良い目標を立てることから始まります。成果につなげるための目標の立て方とポイントを学びます。 ●目標設定に必要な要素 ●目標設定のポイント ●良い目標の条件	9分	教材コード BB-B07
行動管理と時間管理 ～効率的に仕事を進めるために～	目標達成のカギとなる行動計画と時間管理について学びます。優先順位を考慮し、効率的に仕事を進めるための手順とポイントを学習します。 ●必要な作業を洗い出す ●優先順位をつける ●スケジュールに落とし込む	9分	教材コード BB-B08
ビジネス文書の基本	読みやすく、わかりやすく、また資料としても有用なビジネス文書を書くためのポイントを、具体的な事例を交えて解説します。読み手や目的にふさわしい文書作成のポイントをマスターします。 ●ビジネス文書の基本 ●社内文書の書き方 ●社外文書の書き方	10分	教材コード BB-B09
ビジネスメールの基本	eメールはビジネスシーンにおいて欠かせないツールです。eメールでのビジネスコミュニケーションのマナーやポイントを、具体的な事例を通じて学びます。 ●ビジネスメールの5つのルール ●メールコミュニケーションのポイント ●ビジネスメールの良い例、悪い例	12分	教材コード BB-B10
企画書作成の基本	企画書は、アイデアを伝え、説得し、相手を動かすためのドキュメント。企画書の基本要素とわかりやすく表現するためのポイントをマスターします。 ●企画書の構成 ●図解表現のポイント ●伝わる企画書作成のコツ	7分	教材コード BB-B11
ロジカルライティング 入門 1	企画書や提案書、メールや様々な資料など、ビジネスの中では文書での情報のやりとりやコミュニケーションは欠かすことができません。また、論理的で説得力のある文書が作れば、ビジネスをよりうまく進めていくことができます。ここでは、ロジカルライティングをテーマに、文章の組み立て方と書き方を学びます。	17分	教材コード BB-B12
ロジカルライティング 入門 2	●ロジカルに書くとは ●読み手と自分を分析する ●書く前に、思考を整理する ●ビジュアルを活用する	14分	教材コード BB-B13

# ビジネスベーシック ライブラリ

Business Basic Library

ロジカル プレゼンテーション 1	さまざまな競争が激化する今、自分の考えを体系的に整理し、また相手のニーズを的確にとらえ、相手にわかりやすく効果的に伝えられることは、あらゆる仕事において重要です。ここでは、論理的思考の技術に応用したプレゼンテーションの技術を身に付けます。	7分	教材コード BB-B14
ロジカル プレゼンテーション 2	●プレゼンテーションとは ●結果を論理的に組み立てる ●ロジカルプレゼンテーションの進め方	20分	教材コード BB-B15
ロジカル プレゼンテーション 3		11分	教材コード BB-B16
仮説思考と ロジカルシンキング 1	問題が多様化、複雑化する今、問題の本質を把握し、解決策を検討し、意思決定をするためには、物事を体系的に筋道立てて考える論理的思考の技術が欠かせません。ここでは、論理的思考の技術と仮説思考、それを使った問題解決の手法を学びます。	9分	教材コード BB-B17
仮説思考と ロジカルシンキング 2	●「仮説思考」「ロジカルシンキングとは」 ●ロジカルシンキングの技術 ●仮説立案の進め方	18分	教材コード BB-B18
仮説思考と ロジカルシンキング 3		8分	教材コード BB-B19

## マインド・キャリア

社会人の心得 5つのルール 1	信頼されるビジネスパーソンとして、心得ておきたい5つの基本的なルールを学習します。ビジネスパーソンの第一歩として、きちんとけじめをつけ、相手を尊重したふるまいや行動を身につけます。	12分	教材コード BB-C01
社会人の心得 5つのルール 2	●時間を守る ●まずは挨拶 ●整理、整頓、清掃 ●公私の区別をつける ●法律や規則を守る	13分	教材コード BB-C02
心の健康の管理法 ～メンタル～	厳しく成果や結果が求められる現在のビジネス環境では、仕事の中で知らず知らずのうちにストレスが蓄積されていきます。心の健康管理は、いまやビジネスパーソンに必須のスキルだといえるでしょう。ここでは、ストレスを解消するための心の健康管理法として「心のエネルギーコントロール」の3つの視点を解説します。	6分	教材コード BB-C03
共感がビジネスを 成功させる ～共感力～	ビジネスを成功させるためには、「論理的思考」や「企画力」等よりも、「感じる力」の方が重要な場合がよくあります。相手が何を望んでいるのか、どうすれば相手に喜んでもらえるのか、人と人との関わり合いであるビジネスにおける「共感力」を高めるためのポイントを解説します。	4分	教材コード BB-C04
仕事を通じた 自己実現とは ～天職～	仕事のなかで自己実現すること、そのような仕事を「天職」ということができます。しかし会社では、好きな仕事だけをすればいいわけではありませんし、与えられている仕事が自分の「天職」とは限りません。ここでは、仕事を面白いものにし、「天職」と巡り会うための3つのポイントを解説します。	5分	教材コード BB-C05
逆境をバネにする方法 ～失敗力～	「失敗」には、ネガティブなイメージがある一方で、「成功の素」とも言われます。新しいことへの挑戦が求められる変化の激しい時代にあっては、仕事に失敗はつきものです。では、失敗を活かして成長につなげて行くにはどうしたらよいのでしょうか。ここでは、失敗にどう向き合えばよいのかその対処法を解説します。	4分	教材コード BB-C06

自分の力の引き出し方 ～モチベーション～	どんな仕事でも、やる気が高まらなければ生産的な仕事はできません。長所を伸ばし、モチベーションを自分自身の力で高めていくための秘訣を紹介します。	4分	教材コード BB-C07
ワクワクする 未来イメージの作り方 ～ビジョン～	会社にはビジョンが掲げられます。このビジョンは紙にかかれたものではなく、働く人が共感でき、わくわくするもので無ければなりません。ではもし会社のビジョンには共感できないという場合にはどうすればよいのでしょうか？そんな場合のポイントは、職場や仲間とビジョンをつくり共有することです。将来どうなりたいのか、どう成長したいのか、活きたビジョンの作り方を解説します。	5分	教材コード BB-C08
ハーバード流英語術： グローバル社会での 戦い方	グローバル社会の中で英語は必須の能力だと言われていますが、英語を学ぶ本当の意味を分かっている人はあまり多くいません。ここでは、語学を学ぶ価値や自身の考えを相手に伝えるための方法について学びます。 ●英語術 ●付加価値 ●グローバル人材に必要なスキル	13分	教材コード BB-C09
キャリアデザイン 1	「キャリア自律」という考え方を軸に、仕事への主体性、継続的自己学習という自分らしい良いキャリアを築くために必要なポイントを学習します。 ●キャリアと自律マインド ●良いキャリアを築くための視点 ●キャリアを磨くスキル	13分	教材コード BB-C10
キャリアデザイン 2		14分	教材コード BB-C11
キャリアデザイン 3		8分	教材コード BB-C12

人間力

時間を味方につける 1 ～時間資源の特徴～	万人に平等に与えられた時間という貴重な資源を効果的に使うにはどうすればよいのでしょうか。ここでは、時間という資源の3つの特徴を解説します。	4分	教材コード BB-D01
時間を味方につける 2 ～優先順位をつける～	時間という限られた資源を効果的に使うにはどうすればよいのでしょうか。ここではそのための重要なテクニックである「優先順位をつける」について学びます。	4分	教材コード BB-D02
時間を味方につける 3 ～時間のアナ活用～	時間という限られた資源を効果的に使うにはどうすればよいのでしょうか。ここでは時間活用のための重要なポイントである「時間のアナ」という考え方とその活用法について学びます。	4分	教材コード BB-D03
時間を味方につける 4 ～一時復事の法則～	時間という限られた資源を効果的に使うにはどうすればよいのでしょうか。ここでは時間節約のためのテクニックとして「一時復事の法則」という考え方を紹介します。	3分	教材コード BB-D04
ストレスと逆境を 乗り切る 1 ～ストレスマネジメント～	社会生活の中ではストレスはつきもの。ここではストレスをマネジメントしていくための基本的な考え方とテクニックを紹介します。	12分	教材コード BB-D05
ストレスと逆境を 乗り切る 2 ～逆境を乗り越える～	人の能力は逆境の中でこそ伸び、逆境の中でこそ成長に差が出ます。ここでは、仕事を巡る逆境を自分を磨く機会にするためのポイントを解説します。	6分	教材コード BB-D06

# ビジネスベーシック ライブラリ

Business Basic Library

生きた目標をもつ1 ～生きた目標の条件～	「人は考えた通りの自分になる」と言われています。「目標」を「縛られるもの」としてではなく、自分の成長の起爆剤として活かすにはどうすればよいか、自分を動機づけるための「目標」の3条件を解説します。	11分	教材コード BB-D07
生きた目標をもつ2 ～目標の5K～	目標は、自分にとって大事であること、意義や意味があると評価できることが条件です。ここでは、意義や意味を踏まえて目標を立てる際の5つの切り口を紹介します。	7分	教材コード BB-D08
生きた目標をもつ3 ～目標達成のために～	今日の自分は過去の自分の結果であるという表現があります。ここでは目標達成のために日々どう行動していくのか、目標を追いかけ積み上げていくためのテクニックを紹介します。	5分	教材コード BB-D09
自分を育てる1 ～成功の定義～	1日の大半を過ごす仕事の中で、自分らしく、充実して自らの力を発揮できるようになるにはどうすればよいでしょうか。そのためにここではまず、「成功」とは何かを考えます。	3分	教材コード BB-D10
自分を育てる2 ～機能的・専門的能力～	「成功」するため、また自分らしく働くためにビジネスパーソンに必要な3つの能力のうち、「機能的・専門的能力」を高める方法について解説します。	4分	教材コード BB-D11
自分を育てる3 ～マネジメント能力～	「成功」するため、また自分らしく働くためにビジネスパーソンに必要な3つの能力のうち、「マネジメント能力」を高める方法について解説します。	5分	教材コード BB-D12
自分を育てる4 ～人間的能力～	「成功」するため、また自分らしく働くためにビジネスパーソンに必要な3つの能力のうち、「人間的能力」について解説します。	5分	教材コード BB-D13
前向きに行動する1 ～自責と他責～	仕事が「できる」人の能力は人間的能力に優れています。ここではその一番重要なポイントである「自責と他責」という考え方を紹介します。	6分	教材コード BB-D14
前向きに行動する2 ～知識・見識・胆識～	人間的能力を考えていく上で必要な、知識、見識、胆識という3つの能力について解説します。	6分	教材コード BB-D15
前向きに行動する3 ～現状否定・対策肯定～	物事に肯定的な人の方が否定的な人よりも伸びると言われています。だめだと諦めて何もやらなければ、物事は絶対にうまく行きません。ここでは、人間的能力として肯定的に考え行動する際のポイントを解説します。	5分	教材コード BB-D16
仕事と自分を考える1	人生の多くの時間を過ごすことになる会社。その会社の中で自分の価値を高めながら、自己実現を図るにはどうすればよいのでしょうか。ここでは、自分の中で仕事をどう位置づけるかを考えます。 ●生き方6通り ●仕事の種類と幸せ ●「個立」のすすめ	10分	教材コード BB-D17
仕事と自分を考える2		10分	教材コード BB-D18
相場の立つ ビジネスマンとは1	会社への依存を脱却し、自己実現を図っていくには世間に通用する実力や実績を身につけ自分の「価値」を高めることが必要です。ここでは自分の商品価値を見つめ、その価値を高めていくためにはどうすればいいのかを考えます。 ●自分の能力を評価する ●ビジネスマンの人生はVSOP ●専門的能力を磨く～'才'テクのすすめ～	8分	教材コード BB-D19
相場の立つ ビジネスマンとは2		10分	教材コード BB-D20

自分の魅力を どう高めるか 1	一人でできる仕事には限界があります。組織の中で大きな仕事をするには周囲の人の協力が必要です。ここではそのために必要な「スキルを超えた人間的な能力」とは何か、その能力に磨きをかけるにはどうすればよいのかを考えます。 ●人間的能力の5K ●人間関係の原則	13分	教材コード BB-D21
自分の魅力を どう高めるか 2		10分	教材コード BB-D22

## ビジネスリテラシー

会社の仕組み 1	会社とは何でしょうか？会社で働くとはどういうことでしょうか？こういう質問をされたとき、あなたならどう答えますか？ここでは、会社の基本的な仕組みを「会社の役割」「価格と利益の仕組み」「価値を生み出す仕組み」という3つのテーマから見ていきます。これらのテーマを通じて、あなたと会社の関係をより良いものにしていくヒントをつかんでください。	14分	教材コード BB-E01
会社の仕組み 2		8分	教材コード BB-E02
会社の数字 1	会社は利益を出さなければなりません。その意味でも会社のお金に関する知識を身に付けることは重要です。ここでは、財務三表をどうとらえればよいのか、それらによって会社の何が読み解けるのかを学びます。	14分	教材コード BB-E03
会社の数字 2		16分	教材コード BB-E04
顧客中心主義	顧客が企業を選ぶ時代。顧客と企業の間をあらわすキーワード「顧客中心主義」について学習します。これからのビジネスパーソンとして必要なビジネスコンセプトを学びます。	11分	教材コード BB-E05
グローバリゼーション	国内の顧客を対象とした企業であっても、グローバリゼーションの影響を受けずにビジネスを展開することは困難な時代。これからの企業活動のあり方を示すキーワード「グローバリゼーション」について学習します。	9分	教材コード BB-E06
財務会計リテラシー	欧米のビジネスパーソンは、「財務会計の知識」に非常に優れていると言われていています。また、日本でも財務会計に関するリテラシーがあらためて注目をされています。ここでは、なぜ一般のビジネスパーソンに財務会計の知識が求められるのか、その重要性を考えていきます。	5分	教材コード BB-E07
情報管理と コンプライアンス	電子メールを初めとしたITツールは便利で幅広く使用されていますが、そのマナーやルールは、あまり知られていません。「情報流出」、「ウィルス感染」、「個人情報保護」や「コンプライアンス」の観点からも、リテラシーを高めていくことが必要となっています。ここでは情報管理とコンプライアンスについて解説します。 ●情報管理の責任とリスク～個人とコンプライアンス～ ●個人情報のプライバシー	11分	教材コード BB-E08
信頼されるEメールの マナーとルール 〈作成・送信編〉	電子メールを初めとしたITツールは便利で幅広く使用されていますが、そのマナーやルールは、あまり知られていません。「情報流出」、「ウィルス感染」、「個人情報保護」や「コンプライアンス」の観点からも、リテラシーを高めていくことが必要となっています。ここではeメールの作成・送信について解説します。 ●メールの作成・送信	12分	教材コード BB-E09

# ビジネスベーシック ライブラリ

Business Basic Library

ビジネスベーシック

ビジネスリテラシー／マーケティング

信頼されるEメールのマナーとルール (受信・返信編)	電子メールを初めとしたITツールは便利で幅広く使用されていますがそのマナーやルールはあまり知られていません。「情報流出」、「ウイルス感染」、「個人情報保護」や「コンプライアンス」の観点からも、リテラシーを高めていくことが必要となっています。ここではeメールの受信・返信について解説します。 ●メールの受信・返信	9分	教材コード BB-E10
今すぐ始める ウイルス対策	電子メールを初めとしたITツールは便利で幅広く使用されていますが、そのマナーやルールは、あまり知られていません。「情報流出」、「ウイルス感染」、「個人情報保護」や「コンプライアンス」の観点からも、リテラシーを高めていくことが必要となっています。ここではウイルス対策について解説します。 ●ウイルス対策	12分	教材コード BB-E11
FAXの マナーとルール	電子メールを初めとしたITツールは便利で幅広く使用されていますが、そのマナーやルールは、あまり知られていません。「情報流出」、「ウイルス感染」、「個人情報保護」や「コンプライアンス」の観点からも、リテラシーを高めていくことが必要となっています。ここではFAXのマナーとルールについて解説します。 ●FAXのマナー・ルール	10分	教材コード BB-E12
これだけは守ろう！ PC情報セキュリティの 基本	パソコンや情報の取り扱いについて、注意すべきポイントをわかりやすく解説しています。情報漏洩、会社資産の浪費、著作権違反といった問題の原因となる「してはならない行動」をケースを通じて学んでいきます。	17分	教材コード BB-E13
個人情報保護法の 基礎知識	個人情報保護法について、現場で起こりうる問題をドラマ形式でわかりやすく解説。ここでは個人情報保護法の基礎知識について解説します。	16分	教材コード BB-E14
個人情報の取得と利用 1	個人情報保護法について、現場で起こりうる問題をドラマ形式でわかりやすく解説。ここでは個人情報の取得と利用について解説します。	10分	教材コード BB-E15
個人情報の取得と利用 2		10分	教材コード BB-E16
個人情報の管理と監視 1	個人情報保護法について、現場で起こりうる問題をドラマ形式でわかりやすく解説。ここでは個人情報の管理と監視について解説します。	8分	教材コード BB-E17
個人情報の管理と監視 2		11分	教材コード BB-E18
情報の廃棄と流用対策	個人情報保護法について、現場で起こりうる問題をドラマ形式でわかりやすく解説。ここでは個人情報の廃棄流用対策について解説します。	12分	教材コード BB-E19

## マーケティング

不思議な経営学： スマートフォンに 隠された謎	企業はなぜ次から次へと新製品を出し続けるのか？莫大な投資をしてシェア獲得を目指すのか？ここでは、スマートフォンの販売戦略に着目し、企業の一見不合理に見える行動の意図や狙い、企業の経営戦略の原則について解説します。 ●製品ライフサイクル ●採用者カテゴリー	13分	教材コード BB-F01
-------------------------------	--	-----	-----------------

<p><b>不思議な経営学： “値下げ”の秘密と その仕組み</b></p>	<p>様々な製品やサービスで値下げ競争が行われていますが、値下げをすることにどんなメリットがあるのでしょうか？ここでは、企業が値下げをする理由、値下げをしても儲けが出る秘密を「規模の経済」と「経験曲線効果」という2つのキーワードで解説します。 ●規模の経済 ●経験曲線効果</p>	<p>12分</p>	<p>教材コード BB-F02</p>
<p><b>不思議な経営学： 企業の生き残り戦略</b></p>	<p>業界1位と2位の会社でおなじような製品を作っているのに、業界2位の会社が生き残れるのはなぜか、また業績に差が出るのはなぜか、など企業の競争と生き残りの戦略について解説します。 ●経営資源 ●競争地位</p>	<p>15分</p>	<p>教材コード BB-F03</p>

**ケースドラマ**

<p><b>ケースドラマ 君ならどうする？ 仕事の基本と心構え 1</b></p>	<p>職場やチームで仕事をすすめていく中で、周囲の人たちとの誤解やすれ違いがどうして生じるのか、その原因となる考え方や価値観の違いをモデルケースをもとに考えていくプログラムです。 注意しておきたい周囲との関係を壊す思考パターンや、社会人としての望ましい姿勢や心構えについて考えていきます。</p>	<p>11分</p>	<p>教材コード BB-G01</p>
<p><b>ケースドラマ 君ならどうする？ 仕事の基本と心構え 2</b></p>		<p>13分</p>	<p>教材コード BB-G02</p>
<p><b>ケースドラマ 君ならどうする？ ビジネス電話 1</b></p>	<p>職場やチームで仕事をすすめていく中で、周囲の人たちとの誤解やすれ違いがどうして生じるのか、その原因となる考え方や価値観の違いをモデルケースをもとに考えていくプログラムです。 マニュアルにないようなビジネス現場での電話応対に対して、自分ならどう対処するか、それは何故かを考えていきます。</p>	<p>14分</p>	<p>教材コード BB-G03</p>
<p><b>ケースドラマ 君ならどうする？ ビジネス電話 2</b></p>		<p>15分</p>	<p>教材コード BB-G04</p>
<p><b>ケースドラマ 君ならどうする？ 応対応接 1</b></p>	<p>職場やチームで仕事をすすめていく中で、周囲の人たちとの誤解やすれ違いがどうして生じるのか、その原因となる考え方や価値観の違いをモデルケースをもとに考えていくプログラムです。 マニュアルにないようなビジネス現場での応対応接に対して、自分ならどう対処するか、それは何故かを考えていきます。</p>	<p>15分</p>	<p>教材コード BB-G05</p>
<p><b>ケースドラマ 君ならどうする？ 応対応接 2</b></p>		<p>14分</p>	<p>教材コード BB-G06</p>
<p><b>ケースドラマ 君ならどうする？ ビジネス コミュニケーション 1</b></p>	<p>職場やチームで仕事をすすめていく中で、周囲の人たちとの誤解やすれ違いがどうして生じるのか、その原因となる考え方や価値観の違いをモデルケースをもとに考えていくプログラムです。 マニュアルにないようなビジネス現場でのコミュニケーションに対して、自分ならどう対処するか、それは何故かを考えていきます。</p>	<p>9分</p>	<p>教材コード BB-G07</p>
<p><b>ケースドラマ 君ならどうする？ ビジネス コミュニケーション 2</b></p>		<p>12分</p>	<p>教材コード BB-G08</p>

## 新人・若手の可能性を引き出すコーチングのスキル

新人や若手の育成方法として有効な「コーチング」の4つのスキルをご紹介します。どれも日常業務の中で活用できる実践的なスキルです。積極的に使ってみてください。

### 聴くスキル

話をしっかり聴くことにより、部下に理解を促したり、部下との信頼関係を築いたりすることができます。

#### 【理解を促進する「聴く」】

人は会話のキャッチボールを交わすことで、あるテーマに対する理解が深まっていきます。部下に教えるときは、一方通行ではなく双方向の会話にすることが重要です。

#### 【信頼関係を築く「傾聴」】

相手とペースを合わせることで、相手に心を開いてもらい、安心して話してもらう状態をつくることを「ペーシング」といいます。部下のいった言葉を繰り返す、うなづく・相づちをうつ、話を促す接続詞を使う、まずは部下がいったことを肯定する、などがペーシングの実践ポイントとなります。

### 質問のスキル

部下の自発性を高めたいときに有効なのが「質問のスキル」です。

#### 【クローズ質問からオープン質問へ】

「この商品は知っていますか?」「どこにあるかわかりますか?」など、Yes/Noで答えられる質問を「クローズ質問」といいます。一方、「この商品のどんな点がお客様に喜ばれているのでしょうか?」「なぜそう考えるのですか?」など、5W1H(いつ・どこで・誰が・何を・なぜ・どのように)ではじまる質問のことを「オープン質問」といいます。クローズ質問はあまり考えずに答えられますが、オープン質問はそうではありません。クローズ質問だけでなく、オープン質問を使うことで新人は自分で考えはじめるようになります。

#### 【視点を与える質問】

質問には、思考を促す効果の他に、「気づきを促す」という効果があります。「お客様はどう感じるのでしょうか?」「半分の時間で終わらせるにはどうしたら良いのでしょうか?」などの質問で、部下にはない新しい視点を気づかせることができます。

### 承認のスキル

部下のモチベーションを高めたいときに有効なのが、「承認のスキル」です。ポイントは以下の2点です。

【存在を受け入れる】(例:目を配る、意見を求める、がんばっているねと労うなど)

【感謝を示す】(例:「ありがとう」「助かったよ」など)

### アドバイスのスキル

自分のこれまでの経験やノウハウを部下に効果的に伝えたいときに有効なのが「アドバイスのスキル」です。実践のポイントは以下の3点です。

【前置きを入れる】(例:「アドバイスなんだけど」「参考情報なんだけど」など)

【イメージがわく話で伝える】(例:登場人物や時間経過をストーリーに入れる)

【アドバイスを受け入れるかどうかは本人に選ばせる】

# ビジネススキルアップ ライブラリ [コンテンツラインナップ]

**BS**  
Business Skillup Library

# ビジネススキルアップ ライブラリ

Business Skillup Library

## ビジネスマナー

エクセレント電話対応： 電話を受ける	「ちょっとした一言を工夫して会話をつくる」ことから、マニュアルを超えた電話対応がはじまります。かけてきた相手に好印象をあたえる対応ノウハウを身につけます。	16分	教材コード BS-A01
エクセレント電話対応： 電話を取り次ぐ	『だれにどのように取り次げばよいか』を的確に判断するためには、「職場の情報を共有する」ことが重要になります。相手をお待たせすることなく、的確に、かつ迅速に取り次ぐための、対応ノウハウを身につけます。	15分	教材コード BS-A02
エクセレント電話対応： 電話をかける	「相手を引き込み、会話を弾ませるような雰囲気をつくる」ことが、電話をかける際の重要なポイントです。電話特有の緊張を解き、スムーズなコミュニケーションを図るための、対応ノウハウを身につけます。	14分	教材コード BS-A03
エクセレント電話対応： クレーム電話	“クレーム電話に対応する”ポイントは、「真摯な姿勢でお客さまの本音・希望を聴く」ことです。クレームを信頼に変える対応力を身につけます。	17分	教材コード BS-A04
エクセレント電話対応： 問い合わせ電話	「いかに迅速、正確、親切丁寧に、相手の求める情報を察知して対応できるか」が、“問い合わせ電話”対応のポイントです。お問い合わせをしてきたお客さまに、信頼感と安心感を与える対応ノウハウを身につけます。	15分	教材コード BS-A05
エクセレント電話対応： 代表電話	「全社の情報を日頃からひとつでも多く集め、どのような内容にもすぐに応えられる」ことが、代表電話に対応する際のポイントです。様々な人からの多種多様な電話に、臨機応変に対応できるノウハウを身につけます。	13分	教材コード BS-A06
エクセレント電話対応： テレマーケティング	電話がお客さまとの橋渡しとなる“テレマーケティング”。「いかに相手を理解するか」が、重要なポイントになります。お客さまの心をつかみ、顧客づくりへとつなげるコミュニケーションノウハウを身につけます。	19分	教材コード BS-A07
エクセレント電話対応： 電話で断る	「感謝とお詫びの気持ちを込めて、相手の納得が得られるように、理由をきちんと伝えること」が、電話で断るときの鍵といえます。相手の納得を引き出す、電話ならではの上手な断り方を身につけます。	14分	教材コード BS-A08
エクセレント電話対応： 電話で交渉する	電話で交渉する場合、相手と対面していないだけに「丁寧な態度で、抵抗感を与えずに、意思を伝える」ことが重要になります。ビジネスパートナーとしての関係を深め、交渉に成功するための対応ノウハウを身につけます。	13分	教材コード BS-A09
エクセレント電話対応： 電話で頼む	電話での依頼を成功させるコツは、「いかに相手本意で考え、どのような伝え方をするか」にあります。自らの仕事の幅を広げる、人を動かす話し方を身につけます。	17分	教材コード BS-A10

## 仕事力

仕事の鉄則 「ハウレンソウ」	仕事を円滑に進めるために欠かせないコミュニケーションスキル「ハウレンソウ」を学びます。どのような場面でどういうコミュニケーションを行えばよいか、基本的な考え方を学習します。 ●仕事の基本は「報告」「連絡」「相談」 ●報告・連絡はこまめに ●抱え込まずに相談	8分	教材コード BS-B01
仕事を動かす コミュニケーション 1	仕事と人を結び、新たな価値を紡ぎ出すビジネスコミュニケーションの考え方と実践のポイントを学びます。正しい情報の伝え方、ミーティングや議論の場でアイデアを広げるための思考法や話し方のコツを身に付けます。	8分	教材コード BS-B02
仕事を動かす コミュニケーション 2	●正しく伝えるコミュニケーション ●アイデアを広げるコミュニケーション	10分	教材コード BS-B03
ビジネス会議の基本 1	ビジネス会議では、参加者の意識や関わり方によって生産性や創造性が大きく左右されます。ビジネス会議の基本的な流れと会議を円滑に進めるためのポイントを学びます。	16分	教材コード BS-B04
ビジネス会議の基本 2	●会議の事前準備をする ●会議に参加する ●会議の成果をまとめる	7分	教材コード BS-B05
PDCA ～成果をあげる仕事術～	成果をあげる仕事の基本「PDCA」の考え方について学びます。PDCAを実際の仕事に活かす流れを具体的な事例を通じて学びます。 ●できる人材とは ●成果をあげる仕事の進め方＝PDCA ●PDCAを仕事に活かす	11分	教材コード BS-B06
目標設定 ～成果をもたらす目標の条件～	仕事の成果をあげるための第一歩は、良い目標を立てることから始まります。成果につなげるための目標の立て方とポイントを学びます。 ●目標設定に必要な要素 ●目標設定のポイント ●良い目標の条件	9分	教材コード BS-B07
行動管理と時間管理 ～効率的に仕事を進めるために～	目標達成のカギとなる行動計画と時間管理について学びます。優先順位を考慮し、効率的に仕事を進めるための手順とポイントを学習します。 ●必要な作業を洗い出す ●優先順位をつける ●スケジュールに落とし込む	9分	教材コード BS-B08
ビジネス文書の基本	読みやすく、わかりやすく、また資料としても有用なビジネス文書を書くためのポイントを、具体的な事例を交えて解説します。読み手や目的にふさわしい文書作成のポイントをマスターします。 ●ビジネス文書の基本 ●社内文書の書き方 ●社外文書の書き方	10分	教材コード BS-B09
ビジネスメールの基本	eメールはビジネスシーンにおいて欠かせないツールです。eメールでのビジネスコミュニケーションのマナーやポイントを、具体的な事例を通じて学びます。 ●ビジネスメールの5つのルール ●メールコミュニケーションのポイント ●ビジネスメールの良い例、悪い例	12分	教材コード BS-B10

# ビジネススキルアップ ライブラリ

Business Skillup Library

ビジネススキルアップ

仕事力／コミュニケーション

企画書作成の基本	企画書は、アイデアを伝え、説得し、相手を動かすためのドキュメント。企画書の基本要素とわかりやすく表現するためのポイントをマスターします。 ●企画書の構成 ●図解表現のポイント ●伝わる企画書作成のコツ	7分	教材コード BS-B11
ロジカルライティング入門 1	企画書や提案書、メールや様々な資料など、ビジネスの中では文書での情報のやりとりやコミュニケーションは欠かすことができません。また、論理的で説得力のある文書が作れば、ビジネスをよりうまく進めていくことができます。ここでは、ロジカルライティングをテーマに、文章の組み立て方と書き方を学びます。 ●ロジカルに書くとは ●読み手と自分を分析する ●書く前に、思考を整理する ●ビジュアルを活用する	17分	教材コード BS-B12
ロジカルライティング入門 2		14分	教材コード BS-B13
ロジカルプレゼンテーション 1	さまざまな競争が激化する今、自分の考えを体系的に整理し、また相手のニーズを的確にとらえ、相手にわかりやすく効果的に伝えられることは、あらゆる仕事において重要です。ここでは、論理的思考の技術を応用したプレゼンテーションの技術を身に付けます。 ●プレゼンテーションとは ●結果を論理的に組み立てる ●ロジカルプレゼンテーションの進め方	7分	教材コード BS-B14
ロジカルプレゼンテーション 2		20分	教材コード BS-B15
ロジカルプレゼンテーション 3		11分	教材コード BS-B16
仮説思考とロジカルシンキング 1	問題が多様化、複雑化する今、問題の本質を把握し、解決策を検討し、意思決定をするためには、物事を体系的に筋道立てて考える論理的思考の技術が欠かせません。ここでは、論理的思考の技術と仮説思考、それを使った問題解決の手法を学びます。 ●「仮説思考」「ロジカルシンキングとは」 ●ロジカルシンキングの技術 ●仮説立案の進め方	9分	教材コード BS-B17
仮説思考とロジカルシンキング 2		18分	教材コード BS-B18
仮説思考とロジカルシンキング 3		8分	教材コード BS-B19

## コミュニケーション

実践コミュニケーション術：表情から本音を読みとけ！	コミュニケーションは、言葉によるコミュニケーションと言葉を使わない「ノンバーバルコミュニケーション」からなります。そしてビジネスの世界では、相手が今どんな気持ちでいるのか、どのような感情でいるのか、言葉に出ないメッセージを察するスキルを身につけることができれば、非常に大きなメリットになります。ここでは、顔の表情から相手の気持ちや感情を見分ける「ノンバーバルコミュニケーション」のポイントを学びます。	16分	教材コード BS-C01
関係者の理解と協力を得るコミュニケーション術	ビジネスの場ではお互いの気持ちや意見を伝え合う、「意思疎通」という意味のコミュニケーションがとても重要なわけですが、さらに、相手に自ら動きたくなるような気持ちを起こさせることが出来たらどんなに素晴らしいことでしょう。ここでは、関係者の理解と協力を得るうえで大切なスキル、人を動かすコミュニケーションについて学びます。	5分	教材コード BS-C02

<b>関係者との“調整”を進める手順</b>	仕事が順調でも、計画に変更が生じた場合でも、仕事をスムーズにすすめるには、関係部門や関係者への迅速な情報提供と、さまざまな調整を通じた協力関係の推進が必要です。ここでは、関係者との調整の進め方について解説します。	6分	教材コード BS-C03
<b>交渉の基本技術 ～対立を合意に変える～</b>	私たちは、日ごろいろいろな人と交渉をしながら、仕事を進めています。「交渉」がうまくいかないと、お互いに不満を残したり、利益を減らすことになったり、自分の立場を不利にしまったりすることがあります。ここでは、相手と相互に満足できる妥協点を探る交渉の基本を解説します。	6分	教材コード BS-C04
<b>上司を動かすテクニック ～フォロワーシップ～</b>	上司は選ぶことはできません。また、完璧な上司というものも存在しません。しかし、彼らは組織や仕事を動かすためのさまざまな権限や経験、知識、人脈を持っています。たとえイヤな上司でも彼らをうまく動かせば、さまざまなリソースをあなたの仕事に利用することができるわけです。ここでは上司をうまく活用するためのポイントを解説します。	5分	教材コード BS-C05

人間力

<b>時間を味方につける1 ～時間資源の特徴～</b>	万人に平等に与えられた時間という貴重な資源を効果的に使うにはどうすればよいのでしょうか。ここでは、時間という資源の3つの特徴を解説します。	4分	教材コード BS-D01
<b>時間を味方につける2 ～優先順位をつける～</b>	時間という限られた資源を効果的に使うにはどうすればよいのでしょうか。ここではそのための重要なテクニックである「優先順位をつける」について学びます。	4分	教材コード BS-D02
<b>時間を味方につける3 ～時間のアナ活用～</b>	時間という限られた資源を効果的に使うにはどうすればよいのでしょうか。ここでは時間活用のための重要なポイントである「時間のアナ」という考え方とその活用法について学びます。	4分	教材コード BS-D03
<b>時間を味方につける4 ～一時複事の法則～</b>	時間という限られた資源を効果的に使うにはどうすればよいのでしょうか。ここでは時間節約のためのテクニックとして「一時複事の法則」という考え方を紹介します。	3分	教材コード BS-D04
<b>ストレスと逆境を乗り切る1 ～ストレスマネジメント～</b>	社会生活の中ではストレスはつきもの。ここではストレスをマネジメントしていくための基本的な考え方とテクニックを紹介します。	12分	教材コード BS-D05
<b>ストレスと逆境を乗り切る2 ～逆境を乗り切る～</b>	人の能力は逆境の中でこそ伸び、逆境の中でこそ成長に差が出ます。ここでは、仕事を巡る逆境を自分を磨く機会にするためのポイントを解説します。	6分	教材コード BS-D06
<b>生きた目標をもつ1 ～生きた目標の条件～</b>	「人は考えた通りの自分になる」と言われています。「目標」を「縛られるもの」としてではなく、自分の成長の起爆剤として活かすにはどうすればよいか、自分を動機づけるための「目標」の3条件を解説します。	11分	教材コード BS-D07

# ビジネススキルアップ ライブラリ

Business Skillup Library

ビジネススキルアップ

人間力

生きた目標をもつ2 ～目標の5K～	目標は、自分にとって大事であること、意義や意味があると評価できることが条件です。ここでは、意義や意味を踏まえて目標を立てる際の5つの切り口を紹介します。	7分	教材コード BS-D08
生きた目標をもつ3 ～目標達成のために～	今日の自分は過去の自分の結果であるという表現があります。ここでは目標達成のために日々どう行動していくのか、目標を追いかけ積み上げていくためのテクニックを紹介します。	5分	教材コード BS-D09
自分を育てる1 ～成功の定義～	1日の大半を過ごす仕事の場で、自分らしく、充実して自らの力を発揮できるようになるにはどうすればよいでしょうか。そのためにここではまず、「成功」とは何かを考えます。	3分	教材コード BS-D10
自分を育てる2 ～機能的・専門的能力～	「成功」するため、また自分らしく働くためにビジネスパーソンに必要な3つの能力のうち、「機能的・専門的能力」を高める方法について解説します。	4分	教材コード BS-D11
自分を育てる3 ～マネジメント能力～	「成功」するため、また自分らしく働くためにビジネスパーソンに必要な3つの能力のうち、「マネジメント能力」を高める方法について解説します。	5分	教材コード BS-D12
自分を育てる4 ～人間的能力～	「成功」するため、また自分らしく働くためにビジネスパーソンに必要な3つの能力のうち、「人間的能力」について解説します。	5分	教材コード BS-D13
前向きに行動する1 ～自責と他責～	仕事が「できる」人の能力は人間的能力に優れています。ここではその一番重要なポイントである「自責と他責」という考え方を紹介します。	6分	教材コード BS-D14
前向きに行動する2 ～知識・見識・胆識～	人間的能力を考えていく上で必要な、知識、見識、胆識という3つの能力について解説します。	6分	教材コード BS-D15
前向きに行動する3 ～現状否定・対策肯定～	物事に肯定的な人の方が否定的な人よりも伸びると言われています。だめだと諦めて何もやらなければ、物事は絶対にうまく行きません。ここでは、人間的能力として肯定的に考え行動する際のポイントを解説します。	5分	教材コード BS-D16
仕事と自分を考える1	人生の多くの時間を過ごすことになる会社。その会社の中で自分の価値を高めながら、自己実現を図るにはどうすればよいのでしょうか。ここでは、自分の中で仕事をどう位置づけるかを考えます。 ●生き方6通り ●仕事の種類と幸せ ●「個立」のすすめ	10分	教材コード BS-D17
仕事と自分を考える2		10分	教材コード BS-D18
相場の立つ ビジネスマンとは1	会社への依存を脱却し、自己実現を図っていくには世間に通用する実力や実績を身につけ自分の「価値」を高めることが必要です。ここでは自分の商品価値を見つめ、その価値を高めていくためにはどうすればいいのかを考えます。 ●自分の能力を評価する ●ビジネスマンの人生はVSOP ●専門的能力を磨く～‘オ’テクのすすめ～	8分	教材コード BS-D19
相場の立つ ビジネスマンとは2		10分	教材コード BS-D20

自分の魅力を どう高めるか 1	一人でできる仕事には限界があります。組織の中で大きな仕事をするには周囲の人の協力が必要です。ここではそのために必要な「スキルを超えた人間的な能力」とは何か、その能力に磨きをかけるにはどうすればよいのかを考えます。 ●人間的能力の5K ●人間関係の原則	13分	教材コード BS-D21
自分の魅力を どう高めるか 2		10分	教材コード BS-D22

## 創造力

創造性開発： 創造性とは何か？ 1	『創造性』の発揮に必要な考え方を身につけます。 ●今は、どういう時代なのか ●今、必要とされる創造性とは、何か？ ●創造性は、どうしたら身につけることができるか？	12分	教材コード BS-E01
創造性開発： 創造性とは何か？ 2		12分	教材コード BS-E02
創造性開発： 反対にしてみる 1	実際の企業事例をもとに『情報変換技術』を理解し、『ウラ・オモテドリル』を使って、日々の仕事へおきかえて考えます。 ●「反対にしてみる」とは？ ●情報の意味をウラ返して捉え直す ●関係を逆転させる	5分	教材コード BS-E03
創造性開発： 反対にしてみる 2		16分	教材コード BS-E04
創造性開発： 立場を変えてみる 1	実際の企業事例をもとに『情報変換技術』を理解し、『立場の違いドリル』を使って、日々の仕事へおきかえて考えます。 ●「立場を変えてみる」とは？ ●様々な人の立場に立つ ●相手の環境からイメージする	6分	教材コード BS-E05
創造性開発： 立場を変えてみる 2		12分	教材コード BS-E06
創造性開発： 分割・分類する 1	実際の企業事例をもとに『情報変換技術』を理解し、『テーマ分割ドリル』を使って、日々の仕事へおきかえて考えます。 ●「テーマを分割・分類する」とは？ ●基準を考え、テーマを分割・分類する ●さらに具体的な項目に分割する	7分	教材コード BS-E07
創造性開発： 分割・分類する 2		15分	教材コード BS-E08
創造性開発： 置き換えてみる 1	実際の企業事例をもとに『情報変換技術』を理解し、『知ってる・知らないドリル』を使って、日々の仕事へおきかえて考えます。 ●「他の情報に置き換えてみる」とは？ ●テーマから連想できるモデルを出す ●モデルからヒントを見つけ、新たなアイデアを生む	6分	教材コード BS-E09
創造性開発： 置き換えてみる 2		15分	教材コード BS-E10

# ビジネススキルアップ ライブラリ

Business Skillup Library

## ビジネスリテラシー

会社の仕組み 1	会社とは何でしょうか？会社で働くとはどういうことでしょうか？こういう質問をされたとき、あなたならどう答えますか？ここでは、会社の基本的な仕組みを「会社の役割」「価格と利益の仕組み」「価値を生み出す仕組み」という3つのテーマから見ていきます。これらのテーマを通じて、あなたと会社の関係をより良いものにしていくヒントをつかんでください。	14分	教材コード BS-F01
会社の仕組み 2		8分	教材コード BS-F02
会社の数字 1	会社は利益を出さなければなりません。その意味でも会社のお金に関する知識を身に付けることは重要です。ここでは、財務三表をどうとらえればよいのか、それらによって会社の何が読み解けるのかを学びます。	14分	教材コード BS-F03
会社の数字 2		16分	教材コード BS-F04
顧客中心主義	顧客が企業を選ぶ時代。顧客と企業の間関係をあらわすキーワード「顧客中心主義」について学習します。これからのビジネスパーソンとして必要なビジネスコンセプトを学びます。	11分	教材コード BS-F05
グローバル化	国内の顧客を対象とした企業であっても、グローバル化の影響を受けずにビジネスを展開することは困難な時代。これからの企業活動のあり方を示すキーワード「グローバル化」について学習します。	9分	教材コード BS-F06
財務会計リテラシー	欧米のビジネスパーソンは、「財務会計の知識」に非常に優れていると言われていています。また、日本でも財務会計に関するリテラシーがあらためて注目をされています。ここでは、なぜ一般のビジネスパーソンに財務会計の知識が求められるのか、その重要性を考えていきます。	5分	教材コード BS-F07
情報管理と コンプライアンス	電子メールを初めとしたITツールは便利で幅広く使用されていますが、そのマナーやルールは、あまり知られていません。「情報流出」、「ウィルス感染」、「個人情報保護」や「コンプライアンス」の観点からも、リテラシーを高めていくことが必要となっています。ここでは情報管理とコンプライアンスについて解説します。 ●情報管理の責任とリスク～個人とコンプライアンス～ ●個人情報のプライバシー	11分	教材コード BS-F08
信頼される Eメールの マナーとルール 〈作成・送信編〉	電子メールを初めとしたITツールは便利で幅広く使用されていますが、そのマナーやルールは、あまり知られていません。「情報流出」、「ウィルス感染」、「個人情報保護」や「コンプライアンス」の観点からも、リテラシーを高めていくことが必要となっています。ここではeメールの作成・送信について解説します。 ●メールの作成・送信	12分	教材コード BS-F09
信頼される Eメールの マナーとルール 〈受信・返信編〉	電子メールを初めとしたITツールは便利で幅広く使用されていますが、そのマナーやルールは、あまり知られていません。「情報流出」、「ウィルス感染」、「個人情報保護」や「コンプライアンス」の観点からも、リテラシーを高めていくことが必要となっています。ここではeメールの受信・返信について解説します。 ●メールの受信・返信	9分	教材コード BS-F10

今すぐ始めるウイルス対策	電子メールを初めとしたITツールは便利で幅広く使用されていますが、そのマナーやルールは、あまり知られていません。「情報流出」、「ウイルス感染」、「個人情報保護」や「コンプライアンス」の観点からも、リテラシーを高めていくことが必要となっています。ここではウイルス対策について解説します。 ●ウイルス対策	12分	教材コード BS-F11
FAXの マナーとルール	電子メールを初めとしたITツールは便利で幅広く使用されていますが、そのマナーやルールは、あまり知られていません。「情報流出」、「ウイルス感染」、「個人情報保護」や「コンプライアンス」の観点からも、リテラシーを高めていくことが必要となっています。ここではFAXのマナーとルールについて解説します。 ●FAXのマナー・ルール	10分	教材コード BS-F12
これだけは守ろう！ PC情報セキュリティの 基本	パソコンや情報の取り扱いについて、注意すべきポイントをわかりやすく解説しています。情報漏洩、会社資産の浪費、著作権違反といった問題の原因となる「してはならない行動」をケースを通じて学んでいきます。	17分	教材コード BS-F13
個人情報保護法の 基礎知識	個人情報保護法について、現場で起こりうる問題をドラマ形式でわかりやすく解説。ここでは個人情報保護法の基礎知識について解説します。	16分	教材コード BS-F14
個人情報の取得と利用 1	個人情報保護法について、現場で起こりうる問題をドラマ形式でわかりやすく解説。ここでは個人情報の取得と利用について解説します。	10分	教材コード BS-F15
個人情報の取得と利用 2		10分	教材コード BS-F16
個人情報の管理と監視 1	個人情報保護法について、現場で起こりうる問題をドラマ形式でわかりやすく解説。ここでは個人情報の管理と監視について解説します。	8分	教材コード BS-F17
個人情報の管理と監視 2		11分	教材コード BS-F18
情報の廃棄と流用対策	個人情報保護法について、現場で起こりうる問題をドラマ形式でわかりやすく解説。ここでは個人情報の廃棄流用対策について解説します。	12分	教材コード BS-F19

## マーケティング

マーケティングの基礎 知識：マーケティング とは	いつの時代にあっても、社会・経済・消費者・トレンドなどの変化の流れをキャッチして、それに対応するという、マーケティング思考がビジネスには求められています。ここでは、マーケティングとは何かについて見ていきます。	9分	教材コード BS-G01
マーケティングの基礎 知識：マーケティング プランニング	市場調査に始まって、販売促進活動、そして地域計画と時間計画にいたる、マーケティングプランの概要を解説します。	3分	教材コード BS-G02

# リーダースキルアップ ライブラリ

Leader Skillup Library

マーケティングの基礎 知識：ベネフィットとは	商品やサービスの「ターゲットが満足するような効用」であるベネフィットについて、概要を解説します。	2分	教材コード BS-G03
マーケティングの基礎 知識：マーケティング 管理	マーケティングを効率的に、また効果的に行う上で、重要なマーケティング管理の考え方を紹介します。	1分	教材コード BS-G04
マーケティングの基礎 知識：マーケティング の目標	マーケティングの最終目標のゴールとは何なのか、視点と考え方を紹介します。	1分	教材コード BS-G05
マーケティングの実践： 市場調査	マーケティングを実践していくうえで、第1のステップとなる「市場調査」のポイントを解説します。	4分	教材コード BS-G06
マーケティングの実践： 問題点と機会の発見	マーケティングを実践していくうえで、第2ステップとなる「問題点と機会の発見」のポイントを解説します。	3分	教材コード BS-G07
マーケティングの実践： ターゲットの設定	誰に商品を利用してもらうのか、マーケティングを実践していくうえで、第3ステップとなる「ターゲットの設定」のポイントを解説します。	3分	教材コード BS-G08
マーケティングの実践： 商品コンセプトの開発	商品の市場における位置付けはどうなるのか、マーケティングを実践していくうえで、第4ステップとなる「商品コンセプトの開発」のポイントを解説します。	4分	教材コード BS-G09
マーケティングの実践： 商品化計画	マーケティングを実践していくうえで、第5ステップとなる「商品化計画」のポイントを解説します。	4分	教材コード BS-G10
マーケティングの実践： 価格の設定	マーケティングを実践していくうえで、第6ステップとなる「価格の設定」のポイントを解説します。	3分	教材コード BS-G11
マーケティングの実践： 流通経路の決定	商品を消費者に届ける経路はどうするのか、マーケティングを実践していくうえで、第7ステップとなる「流通経路の決定」のポイントを解説します。	2分	教材コード BS-G12
マーケティングの実践： 販売促進活動	広告、SP、PRといったマーケティングを実践していくうえで、第8ステップとなる「販売促進活動」のポイントを解説します。	4分	教材コード BS-G13
マーケティングの実践： 地域計画・時間計画	商品、価格、流通、販売促進のマーケティングミックスを効果的に実施するには、綿密な地域計画と時間計画が必要です。ここではマーケティングを実践していくうえで、第9ステップとなる「地域計画・時間計画」のポイントを解説します。	2分	教材コード BS-G14

# リーダースキルアップ ライブラリ

[コンテンツラインナップ]

LSL  
Leader Skillup Library

# リーダースキルアップ ライブラリ

Leader Skillup Library

## チームマネジメント

PDCA	仕事の目標達成に向け、着実に業務を遂行し、成果を上げ続けるための行動原則である「PDCA」という考え方について解説します。	14分	教材コード LS-A01
優先順位	多くのやるべきことに対して、適切な優先順位をつけて効率的に業務を遂行するための基本的な考え方をご紹介します。	8分	教材コード LS-A02
時間管理	“時間”は万人に共通に与えられた限りある資源です。目標達成に向けて、効率的に業務を遂行するために貴重な時間をどのように管理していけばいいのか、その基本的な考え方と技術を紹介します。	9分	教材コード LS-A03
目標設定	「仕事」にはどんな小さなものでも、必ず「目標」があります。そして、「正しい目標」を設定できていなければ、仕事で周囲から期待されている成果をあげることはできません。ここでは、「正しい目標設定」のポイントを解説します。	14分	教材コード LS-A04
行動計画	仕事においては目標達成に向けて、“計画”をうまく立てられるか否かが、成功への重要な鍵となります。ここでは、計画立案のポイントについて解説します。	10分	教材コード LS-A05
報連想	どんな職場、職種でも、全ての仕事は、コミュニケーションが基本です。ビジネスにおけるコミュニケーションを考える上で欠かせない報告・連絡・相談について解説します。	14分	教材コード LS-A06
業務改善	仕事の改善やチームの生産性向上に、どのように取り組んでいけばよいのか、仕事の中でより高い成果を出していくための業務改善の進め方について解説します。	13分	教材コード LS-A07
交渉の基本	お客様との交渉、ビジネスパートナーとの交渉、関連部門との交渉など、仕事には様々な交渉が伴い、仕事の成果は交渉の結果に大きく影響されます。ここでは様々な交渉の中で相手との利害関係を客観的に把握し、意見が対立しても双方が納得できる結論を導き出すための交渉の基本技術について解説します。	7分	教材コード LS-A08
問題解決	企業内で働く個々人が担っている仕事は、程度の差こそあれ、すべてが問題解決に向けた行為であるということです。したがって、企業の中で成果を出すこと＝問題を発見し解決すること、といっても過言ではありません。ここでは、問題解決の基本技術について解説します。	9分	教材コード LS-A09
組織調整のポイント	仕事が順調でも、計画に変更が生じた場合でも、仕事をスムーズにすすめるには、関係部門や関係者への迅速な情報提供と、さまざまな調整を通じた協力関係の推進が必要です。ここでは、関係者との調整の進め方について解説します。	8分	教材コード LS-A10

仕事の任せ方	会社組織では、常に周囲の人と協力し、人を動かしながら仕事を進めていきます。ここでは、仕事を通じて周囲の人を効果的に動かす指示の出し方や仕事の任せ方について解説します。	13分	教材コード LS-A11
進捗管理	どんなに素晴らしく緻密な計画が立案できても、それにそって着実に仕事をすすめ、計画を実行できなければ個人も組織も目標達成はできません。もし部下がいるのであれば、その部下に任せた仕事も計画通りに実行されるように手を貸し、管理する必要があります。ここでは、目標達成に向けた仕事の進捗管理法について解説します。	14分	教材コード LS-A12
チームワークとリーダーシップ	仕事は、自分一人で完結することではなく、多くの仕事は、チームで取り組まなければならないものです。つまり仕事で成果を上げるには、強いチームを作り、そこでのチームワークを高めることが必要です。ここではチームとは何か、そしてリーダーとメンバーの役割の違い、チームワークとは何か、について解説します。	7分	教材コード LS-A13
強いチームを作る	仕事は、自分一人で完結することではなく、多くの仕事は、チームで取り組まなければならないものです。つまり仕事で成果を上げるには、強いチームを作ることが必要です。ここではそのための手順とポイントを解説します。	13分	教材コード LS-A14
フォロワーシップを引き出す	チームや組織で仕事に取り組むと、一人ひとりが独力で仕事をするよりも、さまざまな強みやメリットがえられます。しかし、チームで働くことの強みやメリットが発揮されるかどうかは、メンバー一人ひとりが、きちんと役割を果たせるかどうかにかかっています。ここでは、チームや組織として目標を達成するために、リーダーはメンバーへどう働きかけていけば良いのかを解説していきます。	11分	教材コード LS-A15

## コミュニケーション

コミュニケーション力： 成果を生み出す思考の しくみ 1	コミュニケーションの質を上げることは、仕事に対するモチベーションの向上、よりよい人間関係の構築、そして仕事の成果につながる大切な要素です。そして良いコミュニケーションのためには、人が何を考えているのかを知ること、つまり発言や行動の背景にある相手の考え方を理解することが必要です。しかし、人は1日に5万回思考するといわれており、さらに、その90%は無意識のうちに行われています。つまり「人間」を理解するには、「無意識」のうちにされる思考の仕組みを理解することが必要です。ここでは、良い人間関係、良いコミュニケーションを可能にするために、人間の行動を支配する「無意識」と「思考」の特性を解説します。	8分	教材コード LS-B01
コミュニケーション力： 成果を生み出す思考の しくみ 2		20分	教材コード LS-B02

# リーダースキルアップ ライブラリ

Leader Skillup Library

共感の技術 1	[共感]とは「話す相手の感情に同意を示すこと」です。「共感」することで相手は「この人は自分を理解してくれている」と感じ、自己防衛を解いて、より深い話ができるようになります。そしてそうすることで、相互の信頼が高まり、良い人間関係が築けるばかりでなく、新しいアイデアを出し合うことも可能になります。しかし、相手の感情を読み取ることも、これに「同意する」ということも、大変難しいことです。ここでは、相手の感情を理解し、共感を示すための技術を解説します。	6分	教材コード LS-B03
共感の技術 2		10分	教材コード LS-B04
聴く技術 1	自分が思っていること、考えていることをすべて正確に伝えるには高い能力が必要です。つまり、良いコミュニケーションのためには、相手の話の表面、言っていることを聴くだけでなく、その裏にある相手の本音やその背景、言葉にできていないことを聞き取ることが大切です。それにより相互の信頼関係は深まり、人間関係がよりよいものになるだけでなく、水面下の見えない問題を発見することもできます。ここでは、相手の本音や背景を聞き出すための傾聴の技術を解説します。	8分	教材コード LS-B05
聴く技術 2		9分	教材コード LS-B06
ほめる技術 1	「ほめる」とは、相手を「甘やかす」とか「持ち上げてやる」ということではありません。相手を「認めること」であり、「承認すること」です。人にはもともと、周囲に認められたい、承認されたいという欲求があります。そして「自分は周囲から重要な存在だと思われる」、その気持ちが、相手の自発的な行動を生み出します。ここでは、自発的に行動しようという意欲を引き出すための「ほめる技術」を解説します。	5分	教材コード LS-B07
ほめる技術 2		6分	教材コード LS-B08
質問の技術 1	ビジネスの中で、聞き手（上司）が発する質問の多くは、相手（メンバー）の「状況や事実、情報を把握するため」のものです。質問する人（上司）にとっては、有益なことですが、すでに答えを知っている相手（メンバー）にとっては、このような質問はどんな意味があるのでしょうか？ 実は、質問には、聞き手が情報を得ることの他に、相手の思考力を高め、新しいアイデアを出したり、気づきを促し、自発的な思考・行動を引き出すという使い方があります。ここでは、このような相手の思考を深めるための「質問の技術」を解説します。	6分	教材コード LS-B09
質問の技術 2		10分	教材コード LS-B10
アドバイスの技術 1	仕事で問題に直面したときにリーダーからもらう的確なアドバイスは「若手がリーダーに望むもの」などの調査ではつねに上位に入っています。 しかし、一方的な押し付けのアドバイスは、相手（メンバー）に、自分自身の考えを否定されたと感じさせ、アドバイスを受け入れない心理状態にさせてしまいます。ここでは、アドバイスする側が、それまでに積み上げてきたナレッジ（知恵）を相手に上手に伝えるための「アドバイスの技術」を解説します。	7分	教材コード LS-B11
アドバイスの技術 2		10分	教材コード LS-B12

しかる技術 1	人を叱ることはとても難しく、叱られる相手（メンバー）にも叱る側（リーダー）にも大きなストレスがかかります。しかし、「叱る」ことによって、相手（メンバー）に正しく意図を伝え、問題行動を直すことができます。	6分	教材コード LS-B13
しかる技術 2	上手に叱れば、相手（メンバー）は反省し、行動が改善され、成長へとつながります。相手（メンバー）も「自分のために叱っている」と理解すれば、そのことを受け入れやすくなります。ここでは、相手の反省を促し改善を図るための、ビジネスにおける正しい「叱る技術」を解説します。	10分	教材コード LS-B14
フィードバックの技術 1	フィードバックとは、相手（メンバー）が無意識に行っていて認識していないが、周りの人は気づいている癖や行動を伝えること。フィードバックする内容には、相手の「良い行動」と「悪い行動」の両方があります。そのうち、仕事に悪影響を及ぼす行動を改善するのは、リーダーや上司の務めであり、メンバーの成長には欠かせない大切な仕事です。ここでは、相手（メンバー）の成長を阻害する要因を取り除くために覚えておくべき、「フィードバックの技術」を解説します。	5分	教材コード LS-B15
フィードバックの技術 2	フィードバックとは、相手（メンバー）が無意識に行っていて認識していないが、周りの人は気づいている癖や行動を伝えること。フィードバックする内容には、相手の「良い行動」と「悪い行動」の両方があります。そのうち、仕事に悪影響を及ぼす行動を改善するのは、リーダーや上司の務めであり、メンバーの成長には欠かせない大切な仕事です。ここでは、相手（メンバー）の成長を阻害する要因を取り除くために覚えておくべき、「フィードバックの技術」を解説します。	7分	教材コード LS-B16
やる気を高める技術 1	人は目標に対すると、「達成したい」という成功願望と「失敗してはいけない」という失敗恐怖の2つを感じ、行動をとります。本人にとって挑戦的だが達成可能な目標を設定し、達成のたびにきちんと評価することで次の目標へのやる気を引き出し、レベルUPすることができます。ここでは、メンバーが自発的かつ積極的に行動するようになるための「やる気を高める技術」を解説します。	7分	教材コード LS-B17
やる気を高める技術 2	やる気を高める技術とは、メンバーが自発的かつ積極的に行動するようになるための「やる気を高める技術」を解説します。	12分	教材コード LS-B18
セルフコーチング 1	日々の仕事のなかで、リーダーや管理者は、「経営からの難しい要望」、「失敗して成果が出せない状況」、「思いがけないアクシデントやトラブル」など、様々な困難な状況に遭遇し、それらへの対応を求められます。ここでは、困難な状況に直面しても、リーダーとして状況に屈することなく最善の対応がとれるように自分自身を導く技術、「セルフコーチング」の技術を解説します。	10分	教材コード LS-B19
セルフコーチング 2	セルフコーチングとは、リーダーや管理者が自分自身を導く技術、「セルフコーチング」の技術を解説します。	9分	教材コード LS-B20
チームコーチング 1	チームリーダー、とりわけ新しいチームのリーダーにとって、メンバー一人一人と人間関係を築き、さらには、チーム全体として、プラスの人間関係を築いていくことは、大きな課題です。そして目的に向かってメンバーがイキイキと働き、高い付加価値を生み出せる、一体感のあるチームを作る必要があります。ここでは、メンバー一人一人へのコーチングをさらに発展させて、チーム全体を活性化させるテクニック、「チーム」という人間関係の中に生まれがちなマイナスのパワーを排除して、チームの業績向上にむけたグッドサイクル（好循環）を生み出すための「チームコーチング」の技術を解説します。	7分	教材コード LS-B21
チームコーチング 2	チームコーチングとは、メンバー一人一人へのコーチングをさらに発展させて、チーム全体を活性化させるテクニック、「チーム」という人間関係の中に生まれがちなマイナスのパワーを排除して、チームの業績向上にむけたグッドサイクル（好循環）を生み出すための「チームコーチング」の技術を解説します。	11分	教材コード LS-B22

# リーダースキルアップ ライブラリ

Leader Skillup Library

ファシリテーション 1	変化の早い現代においては、お客様が求めるサービスを企画したり、トラブルを回避するアイデアなどは、現場の第一線にいるメンバーが握っています。そのため、リーダーには、積極的なメンバーからの発言を引き出し、そこからメンバー全員が納得・合意する結論を導き出すという会議のマネジメントの技術が求められます。ここでは、メンバーから積極的に情報を引き出し、会議の決定事項を、メンバーが自発的に取り組むように導く、会議における「ファシリテーション」の技術を解説します。	12分	教材コード LS-B23
ファシリテーション 2		18分	教材コード LS-B24
関係者の理解と協力を得る コミュニケーション術	ビジネスの場ではお互いの気持ちや意見を伝え合う、「意思疎通」という意味のコミュニケーションがとても重要なわけですが、さらに相手に自ら動きたくなくなるような気持ちを起こさせることが出来たらどんなに素晴らしいことでしょうか。ここでは、関係者の理解と協力を得るうえで大切なスキル、人を動かすコミュニケーションについて学びます。	5分	教材コード LS-B25
論理的コミュニケーションの技術 ～相手を納得させる論理的話法の組立て方～	自分の考え方と同じ考え方を相手がしていることはほとんどありません。また、相手の知識レベルや理解度に応じて、使う言葉や論理の組み立てを調整することも大切です。ここでは、自分の考えを分かり易く相手に伝え、理解し、納得してもらうための論理的なコミュニケーションの方法や考え方、論理展開の基本パターンである演繹法と帰納法を解説します。	7分	教材コード LS-B26
人脈	ビジネスにおける「人脈」は、情報収集や課題解決のための貴重な資産です。古くから「人脈」の重要性は説かれていますが、最近の研究報告を交えて、この古くて新しい「人脈」という考え方を、ネットワーク時代の今、どう捉え直せばよいのか、どのようにマネジメントしていけばよいのかを解説します。	4分	教材コード LS-B27
信頼関係	ビジネスだけでなく社会全体に生じているコミュニケーションの世代間ギャップや人間関係のあり方の変化はなぜ生じているのか。「安心」と「信頼」という切り口からその原因と今起こっている変化を紐解きます。	4分	教材コード LS-B28

## リーダーシップと組織マネジメント

会社の数字 1	会社は利益を出さなければなりません。その意味でも会社のお金に関する知識を身に付けることは重要です。ここでは、財務三表をどうとらえればよいのか、それらによって会社の何が読み解けるのかを学びます。	14分	教材コード LS-C01
会社の数字 2		16分	教材コード LS-C02
コンセンサスからアコモデーションへ	ビジネスの現場で、様々なステイクホルダーの利害関係や思惑をうまく一致させることは大変難しいことです。ここでは、「アコモデーション」という、ある方向へ向けてうまく合意を導き出すための考え方を紹介します。	3分	教材コード LS-C03

マネジャーズ・タスク	マネジャーにはその役割として、新しい課題やタスクに取り組むことが求められます。そしてこのときマネジャーの仕事に対するアプローチは5つのスタイルに整理することができます。ここでは、成果を上げるために今のような仕事の仕方が必要になっているのかを解説します。	5分	教材コード LS-C04
マネジャーの5W1H	マネジャーには、目標達成に向けて課題を解決するためのノウハウを知っていることが求められます。しかし、課題が多様化、複雑化する今、過去のノウハウが通用しない未経験の問題状況に取り組まなくてはならないことが増えています。ここでは、今、マネジャーに求められる条件を5W1Hに整理して解説します。	3分	教材コード LS-C05
合理・合気・合意	リーダーシップは、合理、合気、合意の3つの側面から考えることができます。ここでは、メンバーのやる気を高め、動かしていくためにどうすれば良いのか、2つの側面から考えていきます。	3分	教材コード LS-C06
会議のマネジメント	会議を進行し意見をとりまとめたり、合意を導くこともマネジャーの重要な役割です。ここでは対立する意見をまとめ、会議を生産的にするためのポイントを解説します。	4分	教材コード LS-C07
‘まず’のマネジメント	マネジャーの仕事の取り組み方は、3つのタイプに分類できます。ここでは、この3つのマネジメントスタイルのうち、スピードが求められる今、必要とされるものはどれなのか、解説していきます。	4分	教材コード LS-C08
問題解決シンδροーム	ビジネスで成果を上げるためには、自分から問題を発見したり、問題を設定できる能力が必要です。しかし、ほとんどの日本人は学校教育を経て「課題は与えられるものである」という思考パターンに陥っています。ここでは、ビジネスを創造的に展開していく際に妨げとなる「問題解決シンδροーム」について解説します。	4分	教材コード LS-C09
プロジェクト マネジメント入門： プロジェクト・ マネジメントとは	様々な目的で立ち上げられるプロジェクトでは、個人の経験や勘など属人的なものに頼るだけでは、効率的に進めることはできません。ここでは、プロジェクトマネジメントとはどのようなものか、プロジェクト体制で仕事を進めていくうえで前提となる基礎知識を学びます。 ●プロジェクトとは？ ●プロジェクト ●マネジメントの必要性 ●プロジェクト・マネジメントとは	13分	教材コード LS-C10
プロジェクト マネジメント入門： Phase1 問題把握 1	プロジェクトは、問題点の解決や新たなビジネスの実現など、何らかの目的があって初めて立ち上げられるものです。したがって、まず、そのプロジェクトがなぜ立ち上げられたのかをしっかりとつかんでおくことが大切です。プロジェクト立ち上げに至る問題を把握することによって、プロジェクトが達成すべき課題が何なのか、成果物は何のためのものか、など、プロジェクトに期待されている「成果」と「解決すべき問題」を明確に見極めることができます。 ●背景・経緯を把握する ●現在の状況を把握する ●現在の問題点を把握する	5分	教材コード LS-C11
プロジェクト マネジメント入門： Phase1 問題把握 2	プロジェクトは、問題点の解決や新たなビジネスの実現など、何らかの目的があって初めて立ち上げられるものです。したがって、まず、そのプロジェクトがなぜ立ち上げられたのかをしっかりとつかんでおくことが大切です。プロジェクト立ち上げに至る問題を把握することによって、プロジェクトが達成すべき課題が何なのか、成果物は何のためのものか、など、プロジェクトに期待されている「成果」と「解決すべき問題」を明確に見極めることができます。 ●背景・経緯を把握する ●現在の状況を把握する ●現在の問題点を把握する	6分	教材コード LS-C12

# リーダースキルアップ ライブラリ

Leader Skillup Library

プロジェクト マネジメント入門： Phase2 立ち上げ 1	企業の中には、つねに多くの問題点や課題が存在しているものです。プロジェクトの立ち上げでは、混沌とした問題状況の中から、プロジェクトの目標を明確に設定していきます。プロジェクトを実施して「何のために」「何を」「どこまで」行なうのかを定義するのです。ここではプロジェクトの達成すべき目的、成果物を明確にする「立ち上げ」のポイントを学びます。	8分	教材コード LS-C13
プロジェクト マネジメント入門： Phase2 立ち上げ 2	●具体的な目標の設定 ●導入効果の予測 ●必要な資源の算出 ●プロジェクト・ファイルにまとめる	8分	教材コード LS-C14
プロジェクト マネジメント入門： Phase3 計画 1	プロジェクトでも、計画を立てるプロセスが極めて重要です。プロジェクトの目標にどうやって近づいていくのか、その道筋を明らかにすることが大切です。ここではプロジェクト・マネジメント独自の手法・ツールを使いながら、5つのプロセスでプロジェクトの基本計画を策定していきます。	13分	教材コード LS-C15
プロジェクト マネジメント入門： Phase3 計画 2	●タスクの洗い出し ●タスクの階層化 ●スケジュールへの落とし込み（ガントチャートの作成） ●役割分担と所用時間の見積り ●成果物の定義	11分	教材コード LS-C16
プロジェクト マネジメント入門： Phase4 実行・管理 1	プロジェクトの計画が策定できたら、役割分担に沿って、プロジェクト活動をスタートさせ実際の作業に着手します。実行・管理のフェーズでは、WBS、ガントチャートなどを活用して、作業状況が順調に進んでいるか、進捗確認をしっかりと行なうことが大切です。ここではプロジェクト活動を効果的に実行・コントロールするためのポイントを学びます。	6分	教材コード LS-C17
プロジェクト マネジメント入門： Phase4 実行・管理 2	●進捗の管理 ●問題発生時の対応 ●運用テストの実施 ●運用準備	7分	教材コード LS-C18
プロジェクト マネジメント入門： Phase5 終結 1	プロジェクトが完了し、最終成果物が完成したら、その導入（現行のものからの切り替え）を行います。しかし、プロジェクトはこれで終わりではありません。プロジェクトの目標が達成できたか、効果算定を行ない、さらに結果やプロセスの「振り返り」を行なってはじめてプロジェクトは完了します。ここではプロジェクト終結の際のポイントを解説します。	5分	教材コード LS-C19
プロジェクト マネジメント入門： Phase5 終結 2	●最終成果物の導入 ●効果算定 ●改善策の明確化	6分	教材コード LS-C20
リーダーシップ	プロジェクトやチームで仕事を進めることが多い今日、ビジネスにおける「リーダーシップ」のあり方は、成果に影響を及ぼす大きな要因として重要性を増しています。しかしその一方で、課題の複雑化、メンバー一人一人の仕事観や就労形態の多様化が進む中、効果的に組織を動かす「リーダーシップ」のあり方は、新しいスタイルへの見直しが必要となっています。ここでは「セルフリーダーシップ」をキーワードに、新しい「リーダーシップ」のとらえ方を紹介します。	4分	教材コード LS-C21
人間力	「人間力」を高めるにはどうすればよいのか、また魅力的な人の条件とは何か、今求められる人材像やリーダー像を解説します。	6分	教材コード LS-C22

東洋的思考	ビジネスでは、物事を論理的に考えることは非常に大切です。しかし分析型の仕事の仕方、西洋的論理思考だけでは、複雑さをまず現在の社会環境のなかで、問題の本質を把握することは難しいということも事実です。ここでは、「東洋的論理思考」をキーワードに、本質を見抜く力を伸ばすポイントを考えます。	6分	教材コード LS-C23
-------	---	----	-----------------

## ビジョンメイキング

経営改革のアプローチ	リストラ、リエンジニアリングという構造面、機能面からの経営改革のアプローチに加えて、今、意味面からのアプローチを考えることも必要になっています。ここでは、構造、機能、意味という経営改革の3つのアプローチを解説します。	4分	教材コード LS-D01
リ・オリエンテーション	リストラ、リエンジニアリングという構造面、機能面からの経営改革に対して、意味の面からのアプローチである「リオリエンテーション」について、その概要や重要性を詳しく解説します。	4分	教材コード LS-D02
意思決定から意味生成	「意志決定」はマネジャーの重要な役割ですが、変化の激しい現在、ある限られた枠の中でどれを選ぶかということだけではビジネスをうまく動かすことはできなくなっています。ここでは、意志決定に対するマネジャーの新たな役割である「意味生成」とはどのようなことかを解説します。	3分	教材コード LS-D03
調査分析から探索学習へ	マネジャーに求められる重要な能力の一つに、顧客や競合を調査分析する能力があります。しかし、状況に合わせて変化し、動き方を変える顧客や競合を的確に把握することは調査や分析だけではうまくいきません。ここでは探索学習という新しいアプローチ方法を解説します。	4分	教材コード LS-D04
ビジョンをつくる素質	マネジャーとして、あるべき姿やビジョンを描き、示すにはどのような能力が必要なのでしょうか。ここでは、ビジョン構築に必要な能力や素質とはどのようなものかを解説します。	2分	教材コード LS-D05
意味づけの力	仕事に対して部下を動機付け、やる気を高めるためには、その仕事にどんな意味を持たせやりがいを高めるかということが重要です。ここでは、マネジャーに求められる力として「意味づけ」に着目し、解説します。	3分	教材コード LS-D06
商品をどう意味づけるか ～商品コンセプトの力～	新たな商品を開発する際には、商品コンセプトが非常に重要です。そしてそれは商品をどう捉えるか、どう意味づけるかによって変わります。ここでは、商品開発における商品コンセプトの重要性を解説します。	3分	教材コード LS-D07
意味づけで商品開発が変わる	たとえば、PCをコミュニケーションツールとして捉えるか計算機として捉えるかによって、商品開発の方向は大きく異なります。ここでは、商品のとらえ方や意味づけの重要性を解説します。	4分	教材コード LS-D08

# リーダースキルアップ ライブラリ

Leader Skillup Library

## 部下の指導・育成

実践コーチングシリーズ 基礎編 1	新人/若手の能力を引き出すコーチング(3つの原則・4つのスキルとその実践)が学べます。具体的にありがちな場面を使い、コーチングのステップを順を追って、さらに良い例・悪い例を対比させながら学んでいける実践的な内容です。 ●新人/若手育成コーチングの3原則 ●コーチングスキル1「聞く」「質問する」 ●コーチングスキル2「承認する」「アドバイスする」	15分	教材コード LS-E01
実践コーチングシリーズ 基礎編 2		15分	教材コード LS-E02
実践コーチングシリーズ 実践編 1	新人/若手の能力を引き出すコーチング(3つの原則・4つのスキルとその実践)が学べます。具体的にありがちな場面を使い、コーチングのステップを順を追って、さらに良い例・悪い例を対比させながら学んでいける実践的な内容です。 ●ステップ1 信頼感と安心感を築く ●ステップ2 知識を伝え、考えさせる ●ステップ3 やっているところを見させる ●ステップ4 新人なりのやり方でやらせてみる ●ステップ5 振り返る ●ステップ6 次の課題を発見する	12分	教材コード LS-E03
実践コーチングシリーズ 実践編 2		9分	教材コード LS-E04
研修デザイン入門 1	インストラクショナルデザインの考え方を紹介。効果的なトレーニングを行うために研修の目標を明確に言語化し、その目標達成のための内容と方法論を的確に選択できるようになります。	11分	教材コード LS-E05
研修デザイン入門 2		16分	教材コード LS-E06
研修・勉強会の 実践テクニック 1	OJTの計画の立て方と具体的な進め方を紹介。日常業務の中で効果的に教育指導を行えるような計画を立て、それを実践するためのスキルを学ぶことができます。	15分	教材コード LS-E07
研修・勉強会の 実践テクニック 2		12分	教材コード LS-E08
職場を強くする OJTの実践テクニック 1	OJTの計画作成から、実践的な進め方を紹介します。また、計画に従ってOJTを具体的に進めていくために、コーチングの考え方を使っていきます。日常の業務の中でどのように部下や後輩とコミュニケーションをとり、育てていけばよいのか実践的に解説します。	14分	教材コード LS-E09
職場を強くする OJTの実践テクニック 2		18分	教材コード LS-E10

## 戦略立案

ゲーム理論と企業競争	新しい時代の企業間競争に必要な戦略発想を学び、会社の強みをどう活かすか、総合的に判断できる力を習得します。ここでは、ゲーム理論の概要と企業競争における考え方を解説します。	6分	教材コード LS-F01
ランチェスターの法則	新しい時代の企業間競争に必要な戦略発想を学び、会社の強みをどう活かすか、総合的に判断できる力を習得します。ここでは、ランチェスターの法則の概要を解説します。	5分	教材コード LS-F02

市場競争3つの基本戦略	新しい時代の企業間競争に必要な戦略発想を学び、会社の強みをどう活かすか、総合的に判断できる力を習得します。ここでは、市場競争の3つの基本戦略、原則を解説します。	10分	教材コード LS-F03
エクスピリエンス理論	新しい時代の企業間競争に必要な戦略発想を学び、会社の強みをどう活かすか、総合的に判断できる力を習得します。ここでは、市場シェアとエクスピリエンス理論の概要を解説します。	9分	教材コード LS-F04
価格戦略	新しい時代の企業間競争に必要な戦略発想を学び、会社の強みをどう活かすか、総合的に判断できる力を習得します。ここでは、低価格戦略と高価格戦略の概要を解説します。	9分	教材コード LS-F05
製品市場の差別化	新しい時代の企業間競争に必要な戦略発想を学び、会社の強みをどう活かすか、総合的に判断できる力を習得します。ここでは、製品市場のセグメンテーションによる差別化戦略の概要を解説します。	4分	教材コード LS-F06
プロダクト ポートフォリオ戦略	新しい時代の企業間競争に必要な戦略発想を学び、会社の強みをどう活かすか、総合的に判断できる力を習得します。ここでは、プロダクトポートフォリオ戦略の概要を解説します。	13分	教材コード LS-F07
成長戦略と縮小戦略	新しい時代の企業間競争に必要な戦略発想を学び、会社の強みをどう活かすか、総合的に判断できる力を習得します。ここでは、プロダクトポートフォリオをもとに、企業の成長戦略と縮小戦略の概要を解説します。	6分	教材コード LS-F08
イノベーション	革新技術は、「次世代」技術と「破壊的」技術という2つの側面から考えることができますが、破壊的技術に対しては「優秀な経営者や企業ほど革新的な技術の進歩に対応できない」といわれています。ここでは、技術革新とは何か、なぜ技術革新が企業にとっての落とし穴になるのか解説します。	5分	教材コード LS-F09
ベネフィット	顧客は、多くの場合、製品そのものが欲しいわけではなく、何かの目的を達成するために製品を購入します。ここでは、企業が考えるべき「価値」とは何かを解説します。	3分	教材コード LS-F10
コモディティ	マーケティングにおける「コモディティ」とはどのようなことか、製品のコモディティ化に対応するため、あるいはこれを避けるために、メーカーやサプライヤーといった企業がとる戦略や方策にはどのようなものがあるのかを解説します。	4分	教材コード LS-F11
ロングテール	インターネット時代のマーケティングの成功要因とは何なのか、新たなビジネスモデルである「ロングテール」の概要を解説します。	5分	教材コード LS-F12
マーケティング ミックス	「マーケティング・ミックス」とは、顧客の購買行動を引き起こすためにマーケティング活動をコントロールするための視点です。ここでは、そのいくつかのフレームワークと、最も代表的な「マッカーシーの4P」を事例を交えて解説します。	5分	教材コード LS-F13

# リーダースキルアップ ライブラリ

Leader Skillup Library

コンシューマ・ インサイト	消費者を“客観的”にとらえようとする従来の「消費者分析」というマーケティングの考え方では、消費者の購買行動を説明できないケースが増えています。ここでは最近重視されている「コンシューマ・インサイト」という、消費者を“主観的”にとらえる新しいマーケティングコンセプトを解説します。	5分	教材コード LS-F14
バズ・マーケティング	インターネットを利用して誰でも情報発信と収集ができる今、広告宣伝による売り手の言葉よりも「口コミ」を重視する消費者が増えています。ここでは、新たなマーケティング手法として注目されている「バズ・マーケティング」を効果的に展開するポイントと、その際の注意点を解説します。	6分	教材コード LS-F15
アドボカシー マーケティング	企業と顧客の力関係は、インターネットの登場によって完全に逆転し、これまでのマーケティングでは顧客の心をつかみきれなくなっています。これから重要なのは、パワーを持った顧客から信頼されるためのマーケティングであり、そこで提唱され始めた新たなコンセプトが「アドボカシー（支援）」です。ここでは顧客を「支援する」マーケティングとはどのようなものかを解説します。	5分	教材コード LS-F16
ソーシャル・ マーケティング	企業の営利追求ではなく、社会全体の利益向上のためにマーケティングの考え方を適応することをソーシャルマーケティングといいます。そこでは「利益を最大化する」という考え方とは、全く異なるマーケティングのスタイルが求められます。ここでは、公共サービスだからこそ求められるマーケティングとは何かを解説します。	6分	教材コード LS-F17

# マネジメントスキルアップ ライブラリ [コンテンツラインナップ]

**MMS**  
Management Skillup Library

# マネジメントスキルアップ ライブラリ

Management Skillup Library

## リーダーシップ

リーダーシップと チームマネジメント 1	メンバーの多様化が進み、チームをとりまく環境も、さまざまに変化しています。このようなビジネス環境の中で、いまリーダーに求められていることは、チームマネジメントの基本をしっかりと行い、チームとメンバーを導いていくリーダーシップを発揮することです。ここでは、リーダーに求められる基本的な役割とチームマネジメントのポイントを解説します。	7分	教材コード MS-A01
リーダーシップと チームマネジメント 2		13分	教材コード MS-A02
ビジョンメイキングと タスクの見極め 1	リーダーには、しっかりとした基軸を持ち、それを明文化してメンバーに示すこと、そしてチームが目指す姿（ビジョン）を示すことが求められています。「リーダーとしての基軸」とは、リーダーがチームをマネジメントしていく際の「基準」「拠りどころ」となるものです。ここでは、基軸作りと共有の手順を解説します。	4分	教材コード MS-A03
ビジョンメイキングと タスクの見極め 2		12分	教材コード MS-A04
チームビルディング 1	「チームビルディング」とは、チームを人の集まりから、課題や目標をメンバー全員で共有し、その実現を目指して、協力して行動する集団へと進化させることです。ここでは、チームの組織能力を高めていくチームビルディングの手順を解説します。	5分	教材コード MS-A05
チームビルディング 2		13分	教材コード MS-A06
モチベーション・ マネジメント 1	リーダーが、適切にチームの課題や目標を設定したとしても、メンバーが「その気」にならなければ、成果は得られません。ここではメンバー一人ひとりのモチベーションをどう引き出すか、仕事の着手段階、遂行途上、完了・結果段階のそれぞれのプロセスでのリーダーの働きかけ方を解説します。	5分	教材コード MS-A07
モチベーション・ マネジメント 2		14分	教材コード MS-A08
コンピテンシー・ マネジメント 1	同期に入社して、同じ教育研修を受け、同じ職種についているのに、着実に成果を上げる人とそうでない人がいます。この両者は、どこが違うのでしょうか。その鍵が、成果につながる「行動能力」の獲得を支援する、コンピテンシー・マネジメントです。ここでは、仕事を通じてコンピテンシーをどう高めていくのか、メンバー育成の手順を解説します。	10分	教材コード MS-A09
コンピテンシー・ マネジメント 2		10分	教材コード MS-A10

## コミュニケーション

成果を生み出す 思考のしくみ 1	コミュニケーションの質を上げることは、仕事に対するモチベーションの向上、よりよい人間関係の構築、そして仕事の成果につながる大切な要素です。そして良いコミュニケーションのためには、人が何を考えているのかを知ること、つまり発言や行動の背景にある相手の考え方を理解することが必要です。しかし、人は1日に5万回思考するといわれており、さらに、その90%は無意識のうちに行われています。つまり「人間」を理解するには、「無意識」のうちに行われる思考の仕組みを理解することが必要です。ここでは、良い人間関係、良いコミュニケーションを可能にするために、人間の行動を支配する「無意識」と「思考」の特性を解説します。	8分	教材コード MS-B01
成果を生み出す 思考のしくみ 2		20分	教材コード MS-B02
共感の技術 1	「共感」とは「話す相手の感情に同意を示すこと」です。「共感」することで相手は「この人は自分を理解してくれている」と感じ、自己防衛を解いて、より深い話ができるようになります。そしてそうすることで、相互の信頼が高まり、良い人間関係が築けるばかりでなく、新しいアイデアを出し合うことも可能になります。しかし、相手の感情を読み取ることも、これに「同意する」ということも、大変難しいことです。ここでは、相手の感情を理解し、共感を示すための技術を解説します。	6分	教材コード MS-B03
共感の技術 2		10分	教材コード MS-B04
聴く技術 1	自分が思っていること、考えていることをすべて正確に伝えるには高い能力が必要です。つまり、良いコミュニケーションのためには、相手の話の表面、言っていることを聴くだけでなく、その裏にある相手の本音やその背景、言葉にできていないことを聞き取ることが大切です。それにより相互の信頼関係は深まり、人間関係がよりよいものになるだけでなく、水面下の見えない問題を発見することもできます。ここでは、相手の本音や背景を聞き出すための傾聴の技術を解説します。	8分	教材コード MS-B05
聴く技術 2		9分	教材コード MS-B06
ほめる技術 1	「ほめる」とは、相手を「甘やかす」とか「持ち上げてやる」ということではありません。相手を「認めること」であり、「承認すること」です。人にはもともと、周囲に認められたい、承認されたいという欲求があります。そして「自分は周囲から重要な存在だと思われている」、その気持ちが、相手の自発的な行動を生み出します。ここでは、自発的に行動しようという意欲を引き出すための「ほめる技術」を解説します。	5分	教材コード MS-B07
ほめる技術 2		6分	教材コード MS-B08

# マネジメントスキルアップ ライブラリ

Management Skillup Library

質問の技術 1	ビジネスの中で、聞き手（上司）が発する質問の多くは、相手（メンバー）の「状況や事実、情報を把握するため」のものです。質問する人（上司）にとっては、有益なことですが、すでに答えを知っている相手（メンバー）にとっては、このような質問はどんな意味があるのでしょうか？	6分	教材コード MS-B09
質問の技術 2	実は、質問には、聞き手が情報を得ることの他に、相手の思考力を高め、新しいアイデアを出したり、気づきを促し、自発的な思考・行動を引き出すという使い方があります。ここでは、このような相手の思考を深めるための「質問の技術」を解説します。	10分	教材コード MS-B10
アドバイスの技術 1	仕事で問題に直面したときにリーダーからもらう的確なアドバイスは「若手がリーダーに望むもの」などの調査ではつねに上位に入っています。 しかし、一方的な押し付けのアドバイスは、相手（メンバー）に、自分自身の考えを否定されたと感じさせ、アドバイスを受け入れない心理状態にさせてしまいます。	7分	教材コード MS-B11
アドバイスの技術 2	ここでは、アドバイスする側が、それまでに積み上げてきたナレッジ（知恵）を相手に上手に伝えるための「アドバイスの技術」を解説します。	10分	教材コード MS-B12
しかる技術 1	人を叱ることはとても難しく、叱られる相手（メンバー）にも叱る側（リーダー）にも大きなストレスがかかります。しかし、「叱る」ことによって、相手（メンバー）に正しく意図を伝え、問題行動を正すことができます。	6分	教材コード MS-B13
しかる技術 2	上手に叱れば、相手（メンバー）は反省し、行動が改善され、成長へとつながります。相手（メンバー）も「自分のために叱っている」と理解すれば、そのことを受け入れやすくなります。ここでは、相手の反省を促し改善を図るための、ビジネスにおける正しい「叱る技術」を解説します。	10分	教材コード MS-B14
フィードバックの技術 1	フィードバックとは、相手（メンバー）が無意識に行っていて認識していないが、周りの人は気づいている癖や行動を伝えること。フィードバックする内容には、相手の「良い行動」と「悪い行動」の両方があります。そのうち、仕事に悪影響を及ぼす行動を改善するのは、リーダーや上司の務めであり、メンバーの成長には欠かせない大切な仕事です。	5分	教材コード MS-B15
フィードバックの技術 2	ここでは、相手（メンバー）の成長を阻害する要因を取り除くために覚えておくべき、「フィードバックの技術」を解説します。	7分	教材コード MS-B16
やる気を高める技術 1	人は目標に対すると、「達成したい」という成功願望と「失敗してはいけない」という失敗恐怖の2つを感じ、行動をとります。本人にとって挑戦的だが達成可能な目標を設定し、達成のたびにきちんと評価することで次の目標へのやる気を引き出し、レベルUPすることができます。	7分	教材コード MS-B17
やる気を高める技術 2	ここでは、メンバーが自発的かつ積極的に行動できるようになるための「やる気を高める技術」を解説します。	12分	教材コード MS-B18

セルフコーチング 1	日々の仕事のなかで、リーダーや管理者は、「経営からの難しい要望」、「失敗して成果が出せない状況」、「思いがけないアクシデントやトラブル」など、様々な困難な状況に遭遇し、それらへの対応を求められます。ここでは、困難な状況に直面しても、リーダーとして状況に屈することなく最善の対応がとれるように自分自身を導く技術、「セルフコーチング」の技術を解説します。	10分	教材コード MS-B19
セルフコーチング 2		9分	教材コード MS-B20
チームコーチング 1	チームリーダー、とりわけ新しいチームのリーダーにとって、メンバー個々人と人間関係を築き、さらには、チーム全体として、プラスの人間関係を築いていくことは、大きな課題です。そして目的に向かってメンバーがイキイキと働き、高い付加価値を生み出せる、一体感のあるチームを作る必要があります。ここでは、メンバー個々人へのコーチングをさらに発展させて、チーム全体を活性化させるテクニック、「チーム」という人間関係の中に生まれがちなマイナスのパワーを排除して、チームの業績向上にむけたグッドサイクル（好循環）を生み出すための「チームコーチング」の技術を解説します。	7分	教材コード MS-B21
チームコーチング 2		11分	教材コード MS-B22
ファシリテーション 1	変化の早い現代においては、お客様が求めるサービスを企画したり、トラブルを回避するアイデアなどは、現場の第一線にいるメンバーが握っています。そのため、リーダーには、積極的なメンバーからの発言を引き出し、そこからメンバー全員が納得・合意する結論を導き出すという会議のマネジメントの技術が求められます。ここでは、メンバーから積極的に情報を引き出し、会議の決定事項を、メンバーが自発的に取り組むように導く、会議における「ファシリテーション」の技術を解説します。	12分	教材コード MS-B23
ファシリテーション 2		18分	教材コード MS-B24
関係者の理解と協力を得る コミュニケーション術	ビジネスの場ではお互いの気持ちや意見を伝え合う、「意思疎通」という意味のコミュニケーションがとても重要なわけですが、さらに相手に自ら動きたくなくなるような気持ちを起こさせることが出来たらどんなに素晴らしいことでしょうか。ここでは、関係者の理解と協力を得るうえで大切なスキル、人を動かすコミュニケーションについて学びます。	5分	教材コード MS-B25
論理的コミュニケーションの技術 ～相手を納得させる論理的話法の組立て方～	自分の考え方と同じ考え方を相手がしていることはほとんどありません。また、相手の知識レベルや理解度に応じて、使う言葉や論理の組み立てを調整することも大切です。ここでは、自分の考えを分かり易く相手に伝え、理解し、納得してもらうための論理的なコミュニケーションの方法や考え方、論理展開の基本パターンである演繹法と帰納法を解説します。	7分	教材コード MS-B26
人脈	ビジネスにおける「人脈」は、情報収集や課題解決のための貴重な資産です。古くから「人脈」の重要性は説かれていますが、最近の研究報告を交えて、この古くて新しい「人脈」という考え方を、ネットワーク時代の今、どう捉え直せばよいのか、どのようにマネジメントしていけばよいのかを解説します。	4分	教材コード MS-B27

# マネジメントスキルアップ ライブラリ

Management Skillup Library

信頼関係	ビジネスだけでなく社会全体に生じているコミュニケーションの世代間ギャップや人間関係のあり方の変化はなぜ生じているのか。「安心」と「信頼」という切り口からその原因と今起こっている変化を紐解きます。	4分	教材コード MS-B28
------	---	----	-----------------

## ビジョンメイキング

混沌とした状況から チャンスを創り出す 1	問題が定かでない混迷の時代、手探りでマネジメントをしていても現状は変わらず成果もあがりません。仕事の意味を問い直し、方向づける＝リオリエンテーションの方法論を学び、『構想力』と『リーダーシップ』を身につけます。	14分	教材コード MS-C01
混沌とした状況から チャンスを創り出す 2		17分	教材コード MS-C02
ネットワーク時代の リーダーシップ 1	異質な個性を集めて独創的な意味とコンセプトを創造しようとするネットワーク型の組織における、リーダーシップの考え方と方法論を学びます。 ●プロデューサー型リーダーシップ ●人を動かす3つのエンジン	15分	教材コード MS-C03
ネットワーク時代の リーダーシップ 2		15分	教材コード MS-C04
既存の枠組みを 創造的に革新する 1	従来の枠組みを越えた新しい取り組みをするための近道である、リオリエンテーションの意味と進め方を学びます。 ●リオリエンテーション ●探索・学習アプローチ	15分	教材コード MS-C05
既存の枠組みを 創造的に革新する 2		15分	教材コード MS-C06

## マーケティング戦略

ニーズ・ウォンツ・デ マンド	ビジネスシーンで「ニーズ」という言葉がよく使われますが、どのような意味で使っているのでしょうか。よく使われる言葉だけにそのとらえ方にズレがあると誤解や混乱につながってしまいます。ここでは「ニーズ」に加えてこれとよく混同して使われる「ウォンツ」、「デマンド」について解説していきます。	5分	教材コード MS-D01
3C 分析	自社の強みを活かした戦略を策定するためには、自社の顧客や競合、内部環境を整理しておく必要があります。ここでは企業やその事業を取り巻く内外の環境を整理し、分析するための3C分析について解説します。	9分	教材コード MS-D02
RSTP+4P	消費者に自社の商品を選んでもらうためには、どのような市場に対して「何を」「いくらで」「どこで」「どのようにして」売るのが決めていく必要があります。ここでは、これらの意思決定を行うための基本的となる「RSTP-4P」という考え方について解説します。	6分	教材コード MS-D03

セグメンテーション	市場と一言でいってもそのなかには特性の異なる様々な消費者が存在します。そのため商品を市場に投下する際には、消費者をニーズや特性毎にいくつかのグループにわけとらえ、市場を細分化しておくことが必要です。ここでは、市場を細分化するさいの考え方である「セグメンテーション」について解説します。	6分	教材コード MS-D04
ターゲティング	効率的にビジネスを展開するには、市場をある特徴ごとにいくつかのグループ（セグメント）にわけとらえ、そこから自社商品の市場となる標的とすべきセグメント（年齢層・性別など）を絞り込む必要があります。ここでは標的となる市場セグメントを決める際のポイント、「ターゲティング」について解説します。	5分	教材コード MS-D05
ポジショニング	消費者に自社の製品を選んでもらうには、自社の商品と他社の商品と比較した際に、“違い”が明確である必要があります。そしてこの“違い”を明確にすることをポジショニングといいます。ここでは、消費者の購買行動を左右する大きな要因であり、自社の商品の優位な地位を築くことにもなる「ポジショニング」について解説します。	7分	教材コード MS-D06
ポジショニングの失敗パターン	他社商品との違いを明確にすること、「ポジショニング」ができたとしても必ずしもビジネスが成功するとは限りません。ここではポジショニングの際に、気をつけたいポイントと失敗パターンを紹介します。	3分	教材コード MS-D07
プロダクト3層モデル	自社の商品を企画する際、あるいは他社の商品を分析する際にどのような箇所に注目しているのでしょうか。商品を構成する要素は目に見える部分だけでなく目に見えない部分もあることを認識しておく必要があります。ここでは、商品を企画・分析する際に参考になる「プロダクト3層モデル」という考え方について解説します。	6分	教材コード MS-D08
プロモーション戦略	商品やサービスを開発したり、消費者に自社の商品を選んでもらうためにどんな活動をするのか、これらの意思決定の際には、商品やサービス・価格設定・流通・プロモーションといった4つの視点で考える必要があります。ここでは、この中の「プロモーション」について解説します。	10分	教材コード MS-D09
プロモーション・ミックス	自社の商品をプロモーションする方法には様々なものがあります。こうしたプロモーションの手法を組み合わせ、ターゲットを消費行動に向かわせる活動を「プロモーションミックス」といいます。ここでは「プロモーションミックス」のポイントと注意点について解説します。	13分	教材コード MS-D10
流通戦略	商品やサービスを開発したり、消費者に自社の商品を選んでもらうためにどんな活動をするのか、これらの意思決定の際には、商品やサービス・価格設定・流通・プロモーションといった4つの視点で考える必要があります。ここでは、この中の「流通」について解説します。	8分	教材コード MS-D11

# マネジメントスキルアップ ライブラリ

Management Skillup Library

<b>価格戦略</b>	商品やサービスを開発したり、消費者に自社の商品を選んでもらうためにどんな活動をするのか、これらの意思決定の際には、商品やサービス・価格設定・流通・プロモーションといった4つの視点で考える必要があります。ここでは、この中の「価格」について解説します。	8分	教材コード MS-D12
<b>価格弾力性</b>	商品の価格が上げれば需要は減少し、価格が下がれば需要は増加します。商品やサービスを売る立場からすればどのくらい価格を下げるとどのくらい売り上げが伸ばせるのか、あるいは売り上げが最大になる価格はいったいいくらなのかということは最大の関心事ではないでしょうか。ここでは、価格の変動によって商品やサービスの需要が変化する度合い（需要の価格弾力）とその決定要因について解説します。	8分	教材コード MS-D13
<b>規模の経済</b>	「規模の経済：エコノミック・オブ・スケール」とは、「ある一定の生産設備のもとなら、生産量を増加させれば単価あたりのコストが下がる」という現象のことです。そしてこれは企業の経営戦略を考える上で非常に重要であり、大前提のひとつでもあります。ここでは、「規模の経済」が発生する仕組みと重要性について解説します。	5分	教材コード MS-D14
<b>経験曲線効果</b>	「経験曲線効果：エクスペリエンス・カーブ・エフェクト」とは、「企業がその時点までに作った製品の合計数が倍増するごとに、製品の製造コストが一定の割合の割合で下がる」という現象のことです。そしてこれは企業の経営戦略を考える上で非常に重要であり、大前提のひとつでもあります。ここでは、「経験曲線効果」が発生する仕組みと重要性について解説します。	6分	教材コード MS-D15
<b>採用者カテゴリー</b>	「新製品にすぐに飛びつく」という人と、これまでにない新しい製品が発売されても、「ある程度普及してから」でないと買わないという人の違いはどのように考えることができるのでしょうか？ここでは、消費者の特性を分析する際の代表的な考え方のひとつである「採用者カテゴリー」について解説します。	5分	教材コード MS-D16
<b>製品ライフサイクル</b>	これまでに無かった新しい製品が、開発され、販売され、市場に浸透し始めると、徐々に売り上げを伸ばしていきませんが、やがて普及が進むと売り上げは衰退し、一般的には徐々に市場から姿を消してきます。このような製品の誕生から衰退までのプロセスを「製品ライフサイクル」といいます。ここでは、「製品ライフサイクル」の概要について解説します。	12分	教材コード MS-D17
<b>競争地位</b>	ある特定の業界内に、いくつもの企業がビジネスを展開している場合、儲かっているか儲かっていないか、マーケット・シェアの大小、人材・モノ・カネ・情報といった経営資源の保有量や質に応じて、業界内での立場の強弱、立場の違いというものが生じます。これを「競争地位」といいます。ここでは「競争地位」について解説します。	6分	教材コード MS-D18

競争地位と基本戦略	業界1位と2位の会社で同じような製品を作っているのに、業績に差が出るのは何故か、また永遠に競争が続くビジネス環境のなかで、業界1位の“強い会社”と戦ってもそれ以外の会社は何故生き残ることができるのでしょうか。ここでは競争地位ごとの基本的な戦略について解説します。	9分	教材コード MS-D19
競争地位とビジネスシステム	業界2位や3位の会社が業界1位の企業に対抗するにはどのような戦略が必要でしょうか。ここでは、会社全体のシステムの側面から企業の競争戦略について解説します。	8分	教材コード MS-D20
ブランド	同じような商品でも、「ブランド」が強ければ価格をより高く設定しても消費者から受け入れてもらえます。そして様々な有名ブランドの製品を実際に使っていると思いますが、ではこの「ブランド」とはいったい何なのでしょう。ここではブランドの概要とその機能について解説します。	8分	教材コード MS-D21
ブランディング	同じ製品であっても、製品名やパッケージなどのブランド要素を変えるだけで、信頼性やイメージを高くとらえられたり、より高い価格で消費者に受け入れられるようにできることがあります。こうしたブランド要素を強化して、競合企業との違いを明確にすることを「ブランディング」といいます。ここでは、「ブランディング」の基本戦略について解説します。	8分	教材コード MS-D22
ブランド認知	ある製品やブランドが知られていることを「ブランド認知」といいます。自社のブランドのブランド認知を高めていくためにはどのような方策が必要なのでしょう。ここでは「ブランド認知」の概要とこれを高める方策について解説します。	3分	教材コード MS-D23
AIDMA ～購買意思決定プロセス～	どんなに優れた製品であっても、発売すれば消費者がすぐに飛びついてくれる訳ではありませんし、お客様に商品を勧めてもその場で買ってくれるとは限りません。ここでは、消費者が製品を買うという、「購買意思決定のプロセス」や仕組みについて解説します。	8分	教材コード MS-D24
法人の購買意思決定プロセス	企業間の取引において「顧客企業の担当者や現場の使用者が“欲しい”と言っているのに、製品を買ってもらえない」ということをこれまで経験されたことはないでしょうか？ 彼らの購買意思には何がどういった影響を与えているのでしょうか？ ここでは、「法人の購買意思決定」について解説します。	8分	教材コード MS-D25

# マネジメントスキルアップ ライブラリ

Management Skillup Library

## 経営分析

経営分析とは	規模や業種の異なる企業の比較はどのように行えば良いでしょうか、またいま会社がどういう状況にあるのか、どこに問題があるか、適切に備かっているのか、効率はいいのかといったことを、分析するにはどうすれば良いでしょうか？ここでは経営分析の方法、代表的な指標の概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E01
売上高総利益率	「売上総利益率」は、売上総利益の売上高に対する構成比を表す収益性分析の指標です。販売している商品の利益率が高いかどうか、つまり商品自体の収益力を表しています。ここでは売上高総利益率とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E02
売上高営業利益率	「売上高営業利益率」は、売上高に対する営業利益の構成比を表す収益性分析の指標です。企業の本業からの収益力を表します。ここでは売上高営業利益率とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E03
売上高経常利益率	「売上高経常利益率」は、売上高に対する経常利益の構成比を表す収益性分析の指標です。会社本来の総合的な収益力を表す指標であり、日本では投資家が企業の業績を判断する際に最も重視する指標のひとつです。ここでは売上高経常利益率とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E04
売上高当期純利益率	「売上高当期純利益率」は、売上高に対する当期純利益の構成比を表す収益性分析の指標です。「売上高当期純利益率」は会社の全活動の収益力を表すともいえます。	10分	教材コード MS-E05
ROA： 総資産利益率	「ROA：総資産利益率」は、当期純利益を総資産で割って求められる値で、企業が総資産でどれだけ当期純利益を出せたか、あるいは利益を得るために総資産がどれだけ有効活用されているかを示す指標です。ここでは「ROA：総資産利益率」とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E06
ROE： 自己資本利益率	「ROE：自己資本利益率」は、当期純利益を自己資本で割って求められる値で、企業が株主から預かったお金と過去からの利益の累積とを使って、どれだけ当期純利益を出せたか、あるいは利益を得るためにこれらの自己資本がどれだけ有効活用されているかを示す指標です。ここでは「ROE：自己資本利益率」とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E07
効率性分析	会社の資産がどれだけ有効に活用され、売上高の獲得に貢献しているか、つまり会社の活動の効率性を判断するのが、「効率性分析」です。効率性は回転率と回転期間で表しますが、ここでは、それぞれの考え方と概要を解説します。	10分	教材コード MS-E08

総資産回転率	「総資産回転率」は、売上高を総資産で割った値で、会社全体の資産を使ってどれだけ効率的に売上を獲得しているかを示す効率性分析の指標です。総資本回転率とも呼ばれます。ここでは「総資産回転率」とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E09
固定資産回転率	「固定資産回転率」は、売上高を固定資産で割った値で、固定資産がどれだけ効果的に売上の獲得に結び付いているか、言い換えれば固定資産の活用や設備投資が効率的に行われているかどうか、適切かどうかを示す効率性分析の指標です。ここでは「固定資産回転率」とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E10
棚卸資産回転期間	「棚卸資産回転期間」は、「棚卸資産」を「売上高」で割った値で、いわゆる在庫である、「棚卸資産」の平均的な在庫期間を表わす効率性分析の指標です。ここでは「棚卸資産回転期間」とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E11
売上債権回転期間	「売上債権回転期間」は、売上債権が売上高の何日分残っているか、逆に言うと何日分の売上で売上債権が回収できるかを表す効率性分析の指標です。ここでは「売上債権回転期間」とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E12
仕入債務回転期間	「仕入債務回転期間」は、仕入債務が売上高の何日分残っているか、逆に言うと何日分の売上で仕入債務が支払えるかを表す効率性分析の指標です。ここでは「仕入債務回転期間」とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E13
安全性分析	安全性分析は企業の安全性を評価し、高めるためだけに使うのでは無く、収益性や成長性とのバランスの取れた財務体質をつくるために適切な水準を考えることも必要です。ここでは、安全性分析の概要を解説します。	10分	教材コード MS-E14
流動比率	「流動比率」は、流動資産と流動負債の割合を比べたもので、仕入債務が売上高の何日分残っているか、逆に言うと何日分の売上で仕入債務が支払えるか、企業の短期的な支払い能力を表す安全性分析の指標です。ここでは「流動比率」とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E15
当座比率	「当座比率」は、当座資産と流動負債の割合から企業の短期的な支払い能力を表す安全性分析の指標です。流動資産のうち現金・預金・受取手形・売掛金・有価証券などの換金性が高い資産を「当座資産」と言い「当座比率」は当座資産と流動負債の割合から求めます。ここでは「当座比率」とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E16

# マネジメントスキルアップ ライブラリ

Management Skillup Library

固定比率	「固定比率」は、固定資産と自己資本の割合から企業の長期的な支払能力を表した安全性分析の指標です。もし固定比率が同業他社よりも高いような場合には、過大なIT投資、店舗の過剰な増加、不必要な機械の購入など、資金調達能力を超えて投資が行われていないか注意を払う必要があります。ここでは「固定比率」とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E17
固定長期適合率	「固定長期適合率」は、固定資産が長期資金でどれだけまかなわれているかを見るための安全性分析の指標です。自己資本と固定負債の合計に占める割合から企業の長期的な支払能力を表したものです。ここでは、「固定長期適合率」とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E18
自己資本比率	「自己資本比率」は、総資産にしめる自己資本の割合を見るための指標です。返済の必要の無い自己資本の割合が高く、返済や金利負担の生じる負債の割合が低い方が企業の安定性は高いといえるため、自己資本比率が高いほど安定性が高いと言えます。ここでは、「自己資本比率」とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E19
売上高伸び率	「売上高伸び率」は、前期からどれだけ売上が伸びたかを示す成長性分析の指標です。当期と前期の売上高の差額を前期の売上高で割って求められる値です。売上高伸び率については、少なくとも競合と同程度の水準を確保していなければどんどんシェアを奪われ引き離されてしまうことになります。ここでは、「売上高伸び率」とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E20
経常利益伸び率	「経常利益伸び率」は、前期からどれだけ経常利益が伸びたか、言い換えると企業の総合的な収益力の伸びを示す成長性分析の指標です。当期と前期の経常利益の差額を前期の売上高で割って求められる値です。会社の成長性を評価する際は、売上高伸び率だけでなく、利益の伸び率も分析する必要がありますが、そのための指標となるのが「経常利益伸び率」です。ここでは、「経常利益伸び率」とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E21
純資産伸び率	「総資産伸び率」は、前期からどれだけ会社の規模が大きくなったかを示す成長性分析の指標です。当期と前期の総資産の差額を前期の総資産で割って求められる値です。ここでは、「総資産伸び率」とは何か、その概要と数値比較の考え方を解説します。	10分	教材コード MS-E22
会社の数字 1	会社は利益を出さなければなりません。その意味でも会社のお金に関する知識を身に付けることは重要です。ここでは、財務三表をどうとらえればよいのか、それらによって会社の何が読み解けるのかを学びます。	14分	教材コード MS-E23
会社の数字 2		16分	教材コード MS-E24

## 経営戦略

戦略と戦術	非常によく使われる言葉で有りながら明確に区別されることが無い、「戦略」と「戦術」について、その違いとその意味を解説します。	11分	教材コード MS-F01
全社戦略と事業戦略	企業の経営戦略は、全社戦略と事業戦略で構成されると考えることができます。ここでは、経営戦略とは何か、全社戦略と事業戦略の概要について解説します。	10分	教材コード MS-F02
事業ドメイン	全社戦略とは、どこでどう戦うかという「事業ドメイン」、どう成長していくかという「成長の方向性」、どの事業に力を入れるかという「事業ポートフォリオ」の3つのことを決めることだといえます。ここでは、「事業ドメイン」とはなにか、その設定の考え方を解説します。	5分	教材コード MS-F03
PPM ー事業ポートフォリオー	成長している企業であっても、手がけているすべての事業が好調だとは限りません。また経営資源も有限であるため、会社全体としてどのような事業をどう組み合わせる展開していくのか、どの事業に経営資源をどう配分するのか、という判断を行う必要があります。この時の事業の組み合わせを事業ポートフォリオといいます。ここでは、事業ポートフォリオ検討ツールとして最も有名な、「プロダクト・ポートフォリオ・マネジメント」という考え方を解説します。	11分	教材コード MS-F04
事業戦略の 4つのアプローチ	企業の戦略は、何に注目するかによっていくつかの異なる考え方、アプローチ方法に分類して整理することができます。ここでは、戦略を策定の4つのアプローチ方法とその概要について解説します。	8分	教材コード MS-F05
ポジショニング ～ポーターの戦略類型～	企業が市場での競争に勝つにはどうすれば良いのか、どうすれば持続的な競争優位が得られるのか、競争戦略の考え方には、「ポジショニングアプローチ」と、「資源アプローチ」という大きく2つの方向性があります。ここでは利益の源泉を企業の外部にもとめる、「ポジショニングアプローチ」の概要について解説します。	10分	教材コード MS-F06
資源アプローチ	企業が市場での競争に勝つにはどうすれば良いのか、どうすれば持続的な競争優位が得られるのか、競争戦略の考え方には、「ポジショニングアプローチ」と、「資源アプローチ」という大きく2つの方向性があります。ここでは利益の源泉を企業の内部にもとめる「資源アプローチ」の概要について解説します。	11分	教材コード MS-F07
ビジネスモデル	「ビジネスモデル」という言葉は、よく使われる言葉ですが、その意味を答えることはなかなか難しいのでは無いでしょうか。しかし、ビジネスで良く使われる言葉だからこそ、意味するところを共有しておくべきでもあります。ここではビジネスモデルとは何か、その概要について解説します。	12分	教材コード MS-F08

# マネジメントスキルアップ ライブラリ

Management Skillup Library

参入障壁と移動障壁	携帯電話や自動車といった産業は、きわめて規模の大きなビジネスなのに、新しく参入する会社がほとんど登場しないのはなぜでしょうか？また、ハンバーガー業界で最大のマクドナルドは、なぜ利幅の大きな高級ハンバーガーを作ってライバルの市場を奪おうとしないのでしょうか？それは、ある業界をみたときに参入障壁とか移動障壁と呼ばれるものがあるためです。ここでは、企業の戦略を考える上でも重要な参入障壁と移動障壁について概要を解説します。	5分	教材コード MS-F09
環境分析	「環境分析」とは、どういったことを何のために分析するのか、分析の大まかな流れと方法、分析の内容を解説します。	6分	教材コード MS-F10
5 フォース分析	5つの競争要因から、ある業界の収益性や魅力度を考察し、業界構造を分析するためのフレームワークである、「5フォース分析」の概要を解説します。	13分	教材コード MS-F11
PEST 分析	政治や経済、文化、技術と言った、企業とその業界を取り巻くマクロな外部環境を分析するためのフレームワークである「PEST 分析」の概要を解説します。	10分	教材コード MS-F12
バリューチェーン分析	なぜあの会社は製品やサービスを低価格にできるのか、あるいは特徴的な製品を開発できるのはなぜなのかなど、企業の競争優位がどこから生まれているのかを明らかにするためのフレームワークである「バリューチェーン分析」の概要を解説します。	11分	教材コード MS-F13
VRIO 分析	ある企業の経営資源や組織能力を強みと考えて良いのか、その価値を評価するためのフレームワークである「ブリオ分析」について概要を解説します。	7分	教材コード MS-F14
SWOT 分析	様々な環境分析の結果を統合的に分析し、課題や問題を整理し、目標達成に向けた意思決定をするためのフレームワークである「SWOT 分析」について概要を解説します。	7分	教材コード MS-F15
アンゾフの成長マトリクス	企業は常に成長する機会を探さなければなりません、新しい市場を開拓するのか、それとも今の市場を深掘りするのか、限られた経営資源の中で、企業成長の方法はどのように考えれば良いのでしょうか。ここでは企業の成長の方向性を分析・評価するための代表的な考え方である「アンゾフの成長マトリクス」について解説します。	10分	教材コード MS-F16
企業の成長オプションと資源	企業が成長を実現していくには、新たな経営資源を調達し、それを投資する必要があります。ここでは、成長のために必要な経営資源をどのように調達すれば良いのか、その方法について解説します。	5分	教材コード MS-F17
ブルーオーシャン	市場が飽和し、競争が激しい業界で業績を上げるにはどうすれば良いのでしょうか。「競争優位をどう築くか」という、従来の事業戦略に対して、競争自体のない新市場を開拓しようというフレームワークである「ブルーオーシャン戦略」の概要を解説します。	5分	教材コード MS-F18

イノベーション	ドラッカーは「企業の目的が顧客の創造であることから、企業には2つの基本的な機能が存在することになる。すなわち、マーケティングとイノベーションである。」と述べています。ここでは、企業の機能としてイノベーションはなぜ重要なのか、また経営におけるイノベーション戦略の原則について解説します。	6分	教材コード MS-F19
イノベーションのジレンマ	デジタルカメラとカメラ付き携帯電話、PlayStation3とwiiなどに見られるように、ハイエンドの顧客のニーズを満たすためにイノベーションを繰り返した高性能な製品よりも、ローエンド製品の方が消費者に受け入れられ、市場シェアを奪ってしまうという事態が起きる事があります。必ずしも高性能な製品が売れるとは限らないという事なのですが、これはどうしてなのでしょう。ここではこのような事態がなぜ起きるのかを解説します。	8分	教材コード MS-F20

## ケースドラマ

マネジメントケースドラマ: 部下との コミュニケーション 1	ケースドラマの舞台となるチームでは、目標達成に向けて、全員が自分なりに一生懸命に取り組んでいますが、その努力がうまく成果につながりません。一方、リピート率アップのための調査や会議まで増えて、メンバーは迷惑そうにしています。ここでは、部下とのコミュニケーションと情報共有をテーマに、問題を考えていきます。	11分	教材コード MS-G01
マネジメントケースドラマ: 部下との コミュニケーション 2		14分	教材コード MS-G02
マネジメントケースドラマ: 権限委譲 1	ケースドラマの吉村課長は権限委譲について自分なりの考えを持っていて、その考え方に基いて行動しています。しかし、現実にはその考え方と行動が部下の不満を呼び起こし、職場の活力を失わせてしまっています。ここではケースドラマを、吉村課長のマネジメントの問題点を権限委譲という切り口で振り返りながら、解説します。	9分	教材コード MS-G03
マネジメントケースドラマ: 権限委譲 2		12分	教材コード MS-G04
マネジメントケースドラマ: 組織の活性化 1	ケースドラマでは、RX IIの販売不振の打破、業績アップのために佐野課長はチームの営業力アップに取り組んでいました。しかし、チームのメンバーは冷ややかで、せっかくの勉強会にも積極的に参加するという姿勢ではないようでした。ここではメンバーとチームの消極性と活性化について、解説します。	13分	教材コード MS-G05
マネジメントケースドラマ: 組織の活性化 2		12分	教材コード MS-G06
マネジメントケースドラマ: 退職を申し出た 新入社員 1	ケースドラマでは、石田課長は、非常に気を遣って新人に対応していましたが、それにも関わらず、新入社員は、退職を申し出ることになってしまいました。ここでは石田課長の新入社員への対応について、ケースを振り返りながら解説します。	18分	教材コード MS-G07
マネジメントケースドラマ: 退職を申し出た 新入社員 2		15分	教材コード MS-G08

# マネジメントスキルアップ ライブラリ

Management Skillup Library

マネジメントケースドラマ: まとまらない会議 1	会議は時間も、費用もかかってくるため、会議の運営は非常に重要です。また会議で決めることはキチンと決めて成果をあげないと、会議自体が無駄になります。当然、大切になってくるのは、メンバーの発言、それからそのメンバーの発言をリードする、リーダーの役割となります。ここでは、坂井課長の会議の進め方について、ケースを振り返りながら解説します。	18分	教材コード MS-G09
マネジメントケースドラマ: まとまらない会議 2		15分	教材コード MS-G10
マネジメントケースドラマ: 中堅社員への OJT1	ケースドラマの三国主任は管理者候補として、部下育成をという課題を与えられ、一方、谷丘君はスペシャリストとして、これから一人立ちをしていくという状態でした。ここでは、坂井課長の中堅社員への指導と育成、OJTについて、ケースを振り返りながら解説します。	15分	教材コード MS-G11
マネジメントケースドラマ: 中堅社員への OJT2		15分	教材コード MS-G12