

対象者

- ・マネジメント層（管理職・リーダー）・非役職者層（一般社員・若手社員）
- ・各部門（営業・マーケティング・財務経理・人事総務・商品企画・開発・設計・施工・技術・店舗運営・製造・顧客サービス・配送部門）で専門スキルを強化したい方

費用

スタンダードコース

お一人様 **33,000** 税込 円 / 月

オプションの補足サービスをご利用することも！

- ◆ 実践サポートサービス
- ◆ 顧問・アドバイス契約

※本プログラムには入っておりません。別途お見積となります。

別途プレミアムコースもご準備しております。

※ 初期導入費 50,000円（税込）が人数に関係なく一律かかります。

プログラムの開発者・全体講師

実践できるドラッカーの7つの原則で業界首位をつくる／日本一分かりやすいドラッカー伝道師

日本リーダーシップ・オブ・マネジメント株式会社

代表取締役 村瀬 弘介



一橋大学法学部卒業。上場企業で人事採用・教育研修部門を担当後、日本経営理念研究所プロジェクトマネージャーとして日本精神（神道・仏教・武士道）・東洋哲学（中国古典）・人間学を経営に生かすセミナーを多数企画。その後小宮コンサルタンツ・ドラッカー専門コンサルタントを経て独立。

「ドラッカーの人が幸せになる経営・7つの原則」を用いたコンサルティング・講演・研修を行う。コンサルタントと世界標準の音楽家という経歴を生かし、理論だけではなく、感動・魂からドラッカーの精神・実践を伝える独自の講演は「難しかったドラッカーの本質が目から鱗のように、魂に入ってきた」「実践できる具体策を掴めた」「リーダーの使命、そして事業の使命に目覚めることができた」「自社にドラッカーの考え方が根底から定着した」と非常に評価が高い。クライアントには、業界首位企業を多く持ち、経営戦略策定・後継者・幹部教育等を専門とする。

著書：『ドラッカーが教えてくれる 人を活かす経営7つの原則』（産業能率大学出版部・Amazon【企業経営部門】第2位）

担当講師【財務・経理】

株式会社クリエーション

代表取締役 下田 康博



一明治大学政治経済学部卒業後、上場保険会社で23年間の営業と5年間の本社勤務を経験。代理店育成、経営戦略立案、人材育成を担当し、数多くの成功事例を築く。

研修の本質として大切にしているのは3つ。①講師の理解している内容以上の理解はクライアントには困難 ②理論は有益だが、現場では応用力が求められる ③研修の効果を持続させるには、仕組みや継続的な施策が不可欠。

自身の経験から、難しい内容でもわかりやすく伝え、実践に活かせるよう「肚落ち」させることを重視。決算書を読む力を養いたい初心者や人事担当者、中小企業経営者に向け、実務に役立つ知識を提供する。

尊敬するのは吉田松陰。座右の銘は「至誠にて動かざるものは未だこれあらざるなり」

担当講師【安全管理】

ドリームサポート株式会社

代表取締役 上田 英樹



建設業&製造業 経営支援COO&CFO代行 財務コンサルタント・銀行借入・資金調達参加者が眠らない！安全大会 講師（・安全大会の主なテーマは現在100テーマ！）

特別教育講師（職長・安責者、石綿、足場、フルハーネス、酸欠、等19種）

中小企業の経営支援として、経営支援COO&CFO代行として、営業支援、財務体質強化、銀行借入・資金調達のサポートを行い、企業の発展に寄与するために全国のクライアントを奔走している。

また、安全大会講師、特別教育講師として、年間50回程度の講演を行う。労災事故対応を積み重ねる中での現場と実体験に即したタイムリーな講演は机上の空論やジャンル違いの講演と違って身近な事例が多く、受講者が眠らないと好評を博している。

eラーニング教材

マネジメント層・非役職者層のための部門別・ビジネス専門力強化プログラム

サブスクリプションを活かした学び放題プログラムのご紹介

組織の各部門に求められる専門知識を強化し、業務遂行力が高まる、eラーニングの学習教材です。

本プログラムは、マネジメント層から非役職者層まで、各部門に求められる専門的なビジネス知識とスキルを強化することを目的としています。

実践的な教材を通じて、各自の職務に直結する知識を効率よく学ぶことができます。

役職者・非役職者双方の業務に関わる専門知識を強化できるプログラムです

- 【1】部門ごとの業務の専門性に応じたカリキュラム・各部門に特化したコンテンツを提供し、実践的な知識を習得できます。
- 【2】マネジメント層・非役職者層の両方に対応・経営戦略・マネジメントから日常業務まで、各層に応じた適切なプログラム構成です。

プログラムの効果

- ① 各部門の専門ビジネススキルを強化し、業務の質を向上することができます。
- ② 各部門の業務効率を向上させ、生産性を高めることができます。
- ③ 体系的な学習により、スキルの標準化を促進することができます。
- ④ 実践的な知識習得により即戦力となる人材が育ちます。
- ⑤ LMS（Learning Management System）学習マネジメントシステムにより管理者による進捗管理が可能です。
- ⑥ 受講修了後、修了証が発行されます。

プログラムで高めることのできる専門能力一覧

管 理 職・マ ネ ジ メ ン ト 層：マネジメント・リーダーシップ・経営スキル

営 業・カ ス タ マ ー 部 門：商談力・交渉力・顧客管理スキル

マ ー ケ テ ィ ン グ 部 門：市場分析・デジタルマーケティング・ブランド戦略

財 務 ・ 経 理 部 門：会社の数字の基礎的知識・財務三表の読み方

人 事 ・ 総 務 部 門：採用・人材育成・人事評価・組織管理

経 営 企 画・戦 略 部 門：経営戦略・財務戦略・人材戦略・マーケティング戦略・営業戦略

商 品 企 画・研 究・開 発 部 門：市場調査・商品開発プロセス・顧客の求める商品、サービスづくり

建 築・施 工・製 造・生 産 技 術 部 門：施工計画・プロジェクト推進・品質管理・安全管理

設 計・技 術・デ ザ イ ン 部 門：市場ニーズ分析・ユーザー視点の技術開発・プロジェクト管理

店 舗 運 営 部 門：接客・顧客分析・店舗マネジメント

製 造・サ ー ビ ス・配 送 部 門：業務改善・品質向上・生産性向上・安全管理

日本リーダーシップ・オブ・マネジメント株式会社

〒110-0016 東京都台東区台東1-9-4 松浦ビル5F

【電話】03-3833-3620（平日の9時～17時）【FAX】03-3832-2757 【mail】info@japanleadership.net

プログラムの特長

1 定額受け放題講義プログラム

自己のペースで仕事の合間に進めることができるオンライン上で、期間中に様々な端末から自分の仕事の合間にアクセス可能、好きな時間に、好きな講義を好きなだけ受講することができます。

2 LMS（ Learning Management System ）学習マネジメントシステム

管理者による学習管理・進捗管理が可能です。学習管理システム (LMS) により、組織の管理者が、受講者一人ひとりの進捗状況を管理でき、効果的な学習促進、成長へのアドバイス、モニタリングが可能です。

3 各部門の業務遂行能力を高めるための専門知識を学べる総合プログラム

業務専門性強化のためのテーマ別のコンテンツを収録

1 単元も 10 ～ 20 分程度で、効果的に専門知識を高めることができます。

プログラムの内容

管理職から、非役職者の方まで、組織の各部門の業務に関する専門知識を学ぶことが出来る内容です。 【 】の中は収録時間数です。

【マネジメント層向け】 【96 講】

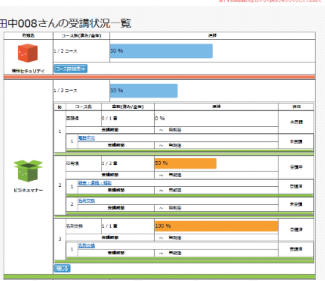
No.1 経営の神様、ドラッカーの本質とは 【11:30】 No.2 正しい質問とは【7:00】
No.3 経営において成果をあげるとは【7:15】 No.4【ドラッカーと論語】人中心の経営【6:38】
No.5 人を活かすマネジメント【9:37】 No.6 リーダーシップの本質とは【10:09】
No.7 事業の目的は顧客の創造である【7:48】 No.8 ビジョンこそ経営躍進の鍵【9:55】
No.9 顧客第一を貫く重要性【7:29】 No.10 マーケティングの本質【6:48】
No.11 マーケティングとセールスの違い【7:08】 No.12 わが社は顧客を理解しているか【8:47】
No.13 マーケティングの4つの条件-前編-【9:59】
No.14 マーケティングの4つの条件-後編-【9:01】
No.15 顧客を先生とするノート【6:20】 No.16 顧客が買っているものは何か【7:28】
No.17 全社員がマーケティングの文化を創る【6:10】 No.18 創造的模倣戦略【10:51】
No.19 マーケティングはテストである【8:01】 No.20 組織のマーケティング感性を高める【8:41】
No.21 マーケティング会議でマーケティングを習慣にする【13:16】
No.22 事業をマーケティングカンパニーと定義する【8:48】
No.23 コラボレーションで提供価値を増大させる【8:05】
No.24 究極の差別化 (USP) を確立する【13:59】
No.25 マーケティングカンパニーの実績事例【10:04】
No.26 顧客をモチベーション源とする【8:24】 No.27 採用はマーケティングである【10:51】
No.28 雇用もマーケティングである【8:52】 No.29 イノベーションの本質【9:37】
No.30 成功体験に囚われる危険性【5:49】 No.31 イノベーションの3つの領域【4:35】
No.32 イノベーションの7つの機会【16:58】 No.33 イノベーション担当は社長直轄とせよ【8:08】
No.34 組織変革のポイント【8:00】
No.35 イノベーションを推進するリーダーの在り方 (マインド)【5:45】
No.36 未来の断絶を超え イノベーションを引き起こす【6:10】
No.37 イノベーションワークシートからイノベーションを引き起こす【12:32】
No.38 イノベーションの組織創り【7:40】
No.39 知識労働者と肉体労働者の成果の上げ方【6:53】 No.40 成果を上げる5原則【10:57】
No.41 成果の上がる人と上がらない人の違い【8:43】
No.42 成果志向の組織を創る経営者の2つの質問【6:32】
No.43 時間生産性を最大化するドラッカーのアクションプラン (時間とコスト意識の明確化)【4:59】
No.44 価値向上会議【6:16】 No.45 事業領域を集中する【5:03】
No.46 事業を定義することで新たな機会を創出する【8:51】
No.47 バランススコアカードによる戦略の棚卸しと集中【10:54】
No.48 アウトプットノート 知識ではなく行動のみが力である【6:52】
No.49 ビジネスの時間4つのコンセプト【6:02】
No.50 全社員が目標を持つ重要性 (目標設定の意義とは)【6:54】
No.51 組織の優劣は何で決まるのか？ (学習する組織を創る)【4:44】
No.52 組織の強みの源は何か？ (組織強化の方法とは)【7:47】
No.53 メンバーのセルフイメージを高め誇りあるものとする【6:10】
No.54 仕事をフロー型からストック型に変える【8:35】
No.55 学習する組織を創る3つの実践アイデア【8:00】

【営業・カスタマー関連部門】 【25 講】

No.1 営業とは何か？ (営業の本質)【12:25】
No.2 営業パーソンがお客様の信頼を得る「第一印象」の作り方【9:48】
No.3 営業商談がスムーズに進む「アイスブレイクの技術」【9:24】
No.4 売れる営業の「ヒアリング力」～お客様の本音を引き出す技術【9:02】
No.5 営業トークを磨く「ストーリーテリング」の活用法【8:04】
No.6 営業中に、お客様の「本当の課題」を見抜くための洞察力の磨き方【9:38】
No.7 営業強化、競合と差をつける「価格ではなく価値で売る」方法【10:12】
No.8 売れる営業は「商品説明の仕方」が違う！伝え方の基本【10:12】
No.9 営業パーソンが短時間で効果的に伝える「エレベーターピッチの技術」【7:16】
No.10 営業で負けない！競合調査の方法と差別化ポイントの見つけ方【11:54】
No.11 営業パーソンが値引きを求められたときの「価格交渉」のコツ【9:55】
No.12 営業の商談成功率を高める、営業×マーケティングという考え方【9:43】
No.13 トップセールスと普通の営業パーソンの時間管理の違い【9:51】

No.56 経営におけるリーダーシップの本質【10:35】
No.57 経営の基本機能とリーダーシップの関係 (リーダーに必要とされる3つの要素)【9:25】
No.58 ドラッカーがリーダーに求めた条件【6:10】
No.59 ドラッカーと松下幸之助が求めた経営成功の条件【6:29】
No.60 中国古典に見る人を活かすリーダーシップ【6:00】
No.61 リーダーシップとは質問の力である【7:31】
No.62 リーダーシップとは一貫した価値観である (リーダーシップを高める方法)【7:45】
No.63 リーダーは話すな聞け！ (リーダーシップはマーケティングである)【5:22】
No.64 社長の役割とは？ (穴熊社長になってはいけない)【6:30】
No.65 ビジョナリーリーダーシップを確立する【10:11】
No.66 ビジョンを明確にする | 社長の決意表明を行う |【10:47】
No.67 チェンジリーダーシップを確立する3つの条件【6:19】
No.68 チェンジリーダーとして変化をマネジメントする【4:30】
No.69 ビジネスの成功とは何か？ | 人格的成功を求める |【8:54】
No.70 起業家的リーダーシップを確立する方法【11:13】
No.71 人事評価で組織を起業家的に変える【5:32】 No.72 リーダーシップの真の目的とは【7:43】
No.73 リーダーの直感力を鍛える【10:00】
No.74 人間中心の経営リーダシップに求められる資質とは【8:57】
No.75 組織にインスピレーションを与え立命させる【8:26】
No.76 経営理念・行動指針を策定するポイント【7:00】
No.77 経営理念・行動指針の確立実 践編①【6:14】
No.78 経営理念・行動指針の確立実 践編② (ドラッカーの7つの原則で再構築する)【11:16】
No.79 リーダーの使命を明らかにするワーク (遺書を書く)【10:15】
No.80 人間中心の経営の本質 (ドラッカー経営の歴史的考察)【11:17】
No.81 人が活かされる会社・人間中心の経営【5:55】
No.82【人間中心の経営】リーダーの本質とチームの本質【6:07】
No.83 強みを活かす組織を創る人材計画表【5:58】
No.84 部下の強みと成果を明確化する面談方法【8:21】
No.85 人材登用の原則【価値観>有能さ】【5:26】
No.86 採用力を上げるポイント【8:16】
No.87 CS (顧客満足度) と ES (従業員満足度) の関係性を明示する【7:37】
No.88 リーダーは大義を明確にする【6:59】 No.89 真摯さとは一貫性である【8:02】
No.90 ドラッカー経営チェックリスト【原則1】マーケティング編 前半【11:57】
No.91 ドラッカー経営チェックリスト【原則1】マーケティング編 後半【15:43】
No.92 ドラッカー経営チェックリスト【原則2】イノベーション編【15:09】
No.93 ドラッカー経営チェックリスト【原則3】成果編 前半【12:46】
No.94 ドラッカー経営チェックリスト【原則3】成果編 後半・【原則4】学習する組織編【13:22】
No.95 ドラッカー経営チェックリスト【原則5】リーダーシップ編【原則6】ミッション編【9:21】
No.96 ドラッカー経営チェックリスト【原則7】マネジメント編【13:00】

No.14 営業パーソンが定例的な見直し行動で成果を量産できる方法【15:31】
No.15 初回営業でお客様の「人脈の作り方と活かし方」【7:50】
No.16 営業パーソンのための「お客様の購買決定を後押しする心理学」【8:42】
No.17 トップセールスになるための4つの自信とは【8:24】
No.18 営業に「感謝の気持ち」を活かす技術【9:25】
No.19 営業におけるオンライン商談の基本と対面営業との違い【8:32】
No.20 営業パーソンが商談後に必ず行うべき商品先、商品は後【9:41】
No.21 売れる営業パーソンの「紹介依頼」成功の方針【8:32】
No.22 営業のストレスを減らすための自己内コミュニケーション術【9:13】
No.23 営業パーソン必須！成果を上げ続けるための「ストレス管理・メンタル強化法」【14:59】
No.24 営業とマーケティングの基本的な違い【8:50】
No.25 営業パーソンに必要な業務改善・イノベーションの考え方【9:57】



【マーケティング・商品企画・店舗・部門】 【36 講】

No.1 マーケティングとは何か？【9:45】
No.2 マーケティングとお客様第一【11:57】
No.3 マーケティングを仕事に活かすには？【8:39】
No.4 マーケティングとセールスの違い【10:25】
No.5 プロダクトアウト vs. マーケットイン【10:23】
No.6 マーケティングの3つの定義【10:12】
No.7 ドリルを売るな穴を売れ (ジョブ理論)【7:19】
No.8 顧客ニーズとは？ (顕在ニーズと潜在ニーズ)【8:18】
No.9 マーケティングの3つの視点 (3C 分析)【8:17】
No.10 ビジネスのアイデア・ヒントの見つけ方【8:45】
No.11 機能価値と感性価値の時代【6:59】
No.12 USP で差別化する【14:07】
No.13 バリュエプロポジション (独自の価値提案) とは？【5:57】
No.14 ポジショニングマップで差別化する【8:15】
No.15 ニッチ戦略で差別化する【8:41】
No.16 予期せぬ成功・予期せぬ失敗に注意する【9:20】
No.17 お客様は一人ではない (お客様の価値を知る)【9:42】
No.18 顧客の解像度を上げるベルソナ設定【9:26】

【財務・経理部門】 【12 講】

No.1 決算書とは何か？全体構造を理解する【12:18】
No.2 損益計算書の基本を学ぶ【13:22】
No.3 損益計算書を図解する (お金のブロックパズル)【11:07】
No.4 減価償却の考え方を知る【13:02】
No.5 利益の定義と分析方法【11:59】
No.6 貸借対照表の基本とは【9:06】

【人事・総務部門】 【20 講】

No.1 人事・総務部の役割の本質 企業運営を支える仕事【7:28】
No.2 人事・総務部員の電話・メール対応 対応時のマナーポイント【11:04】
No.3 人事・総務部が社内・社外の信頼を得る「第一印象」の作り方【10:28】
No.4 プロフェッショナルな人事・総務部員になるために必要なスキルとは【11:49】
No.5 人事・総務部の視点で考える「情報整理・報告」スッキリとは【15:50】
No.6 人事・総務部員向け、対人関係がスムーズに進む「コミュニケーションの秘訣」【13:39】
No.7 人事・総務部が社内の問い合わせをうまく対応し完了させる方法【9:31】
No.8. 人事・総務部員が理解しておくべき「管理部門特有の考え方」【16:20】
No.9. 「人事評価」で必要な「才能検出」できる人事・総務部員になること【13:49】
No.10. 人事・総務部が経営に貢献する「戦略的人事」の考え方【14:40】

【技術・設計・デザイン・開発・研究部門】 【20 講】

No.1 なぜ設計・技術・研究・開発部門にマーケティング思考が必要なのか？【9:14】
No.2 技術者がマーケティング・営業と協力することで生まれる価値【13:09】
No.3 設計・技術・研究・開発部門が、顧客の本当のニーズを引き出す方法【12:02】
No.4 技術者のための顧客インタビューの実践方法【13:31】
No.5 技術者のための、顧客心理を深堀するための共感マップの活用法【12:29】
No.6 技術者のための、顧客の階層の捉え方、顧客は何を価値とするか？【10:55】
No.7 技術者が理解すべき、商品・サービスの持つ2つの価値【12:31】
No.8 技術者が提案力を強化する方法 (提案にストーリーを持たせる)【14:07】
No.9 競合との差別化、競合分析は技術提案の武器になる！【13:07】
No.10 顧客は技術を買うのではなく、未来 (効用) を買っている【14:12】

【安全管理：建築・施工・製造・生産技術部門】 【12 講】

No.1 安全は全てに優先する哲学である【8:51】
No.2 KY (危険予知) 活動の進め方【10:15】
No.3 法令遵守は自分自身と安全協力会を守る【12:48】
No.4 高所作業からの墜落・転落防止【6:55】
No.5 化学物質規制、危険有害物質の安全対策【13:48】
No.6 高齢労働者への安全配慮義務【12:10】

No.19 お客様を深く理解する共感マップの使い方【9:43】
No.20 商品・サービスの機能とベネフィットを理解する【8:53】
No.21 自然に商品が売れるようになる AIDMA の法則【11:08】
No.22 自然に商品が売れる！お客様の心を動かす「販売心理学」の技術【16:09】
No.23 デキる販売員は知っている！販売のコツ【12:54】
No.24 売上の成否を分ける！選ばれる店・商品の共通点とは？【12:50】
No.25 店舗・事業の成否に！顧客視点をとらえ商品を生み出すマーケティング【11:23】
No.26 お客様の「欲しい!」を引き出す心理トリガーとは？【20:27】
No.27 売上に直結する「お客様の声」の活かし方【16:09】
No.28 感情に訴えるストーリーテリングの力！売れる文章の法則【13:01】
No.29 売上の方程式、安易な値引きをしてはいけない理由【7:15】
No.30 顧客はどこで買うのか？売れる販路チャネルの選び方【10:12】
No.31 ターゲットをしばって売れ！USP (独自の売り) を見つける方法【9:12】
No.32 卓越の戦略とライフタイムバリュー【9:30】
No.33 非顧客こそ宝だ！顧客創造戦略【8:50】
No.34 事業を再定義することで顧客の新サービスが生まれる【9:03】
No.35 イノベーションの7つの機会で事業チャンスを見つける【15:54】
No.36 価格戦略を理解する【11:22】

No.7 貸借対照表の詳細な分析方法【11:20】
No.8 財務指標とその活用方法【19:09】
No.9 キャッシュフロー管理の基本と実践【14:43】
No.10 数字を読む力が未来を切り拓く【9:04】
No.11 与信判断のための財務諸表の3つのポイント【12:30】
No.12 融資にかかわる基礎知識を学ぶ【11:34】

No.11 人材育成の PDCA サイクルを回す方法【10:55】
No.12 心理的安全性とは？人事・総務部が理解すべき社員が成長しやすい職場環境の作り方【11:23】
No.13 エンゲージメントとは？人事・総務部が理解すべき考え方【10:39】
No.14 人事・総務部として押さえるべき、CS と ES の違いとは【11:45】
No.15 人事・総務部がサポートする社内エンゲージメント向上施策とは【13:01】
No.16 人事・総務部が創る！社員のアイデアを形にする仕組み (社内提案制度)【11:21】
No.17 社員のキャリア開発を支える人事・総務部がつくる社員が成長する育成制度とは【12:47】
No.18 離職率を下げるために人事・総務部ができること【12:53】
No.19「企業文化」を競争力に変える人事・総務部が創る企業文化形成戦略【17:47】
No.20「知識労働者の生産性向上」と人事・総務部の役割【16:13】

No.11 イノベーションを起こせる技術者になる方法【8:32】
No.12 クレームをチャンスに変える 技術部門のクレーム対応の心得【12:21】
No.13「技術部門の孤立」を防ぐ！チームで成果を出すための考え方【10:55】
No.14 技術者が生産性を上げるための5つの原則【20:36】
No.15 技術部門の生産的な時間の使い方 (4つの時間を理解する)【12:55】
No.16 技術者のイノベーション・予期せぬ成功に注目する【17:00】
No.17 イノベーションの7つの機会で技術者の事業チャンスを見つける【24:38】
No.18 設計・技術・研究・開発部門が、イノベーションを起こせる創造的模倣戦略【10:50】
No.19 コラボレーションせよ (技術系部門がはまる自社製品絶対主義のワナ)【10:51】
No.20 技術者のための、価格競争に巻き込まれない「高付加価値設計」の考え方【14:39】

No.7 熱中症対策【10:12】
No.8 通勤・交通災害と企業への影響【13:45】
No.9 職場におけるハラスメント・メンタルヘルス対策【13:39】
No.10 外国人労働者向けの安全教育・コミュニケーションと安全文化【12:02】
No.11 労働災害発生時の対応と報告【13:28】
No.12 安全衛生管理体制の構築、安全大会の企画・運営【14:05】