別添1

生産性向上支援訓練
カリキュラムモデル【概要版】

独立行政法人高齢・障害・求職者雇用支援機構
Japan Organization for Employment of the Elderly, Persons with Disabilities and Job Seekers

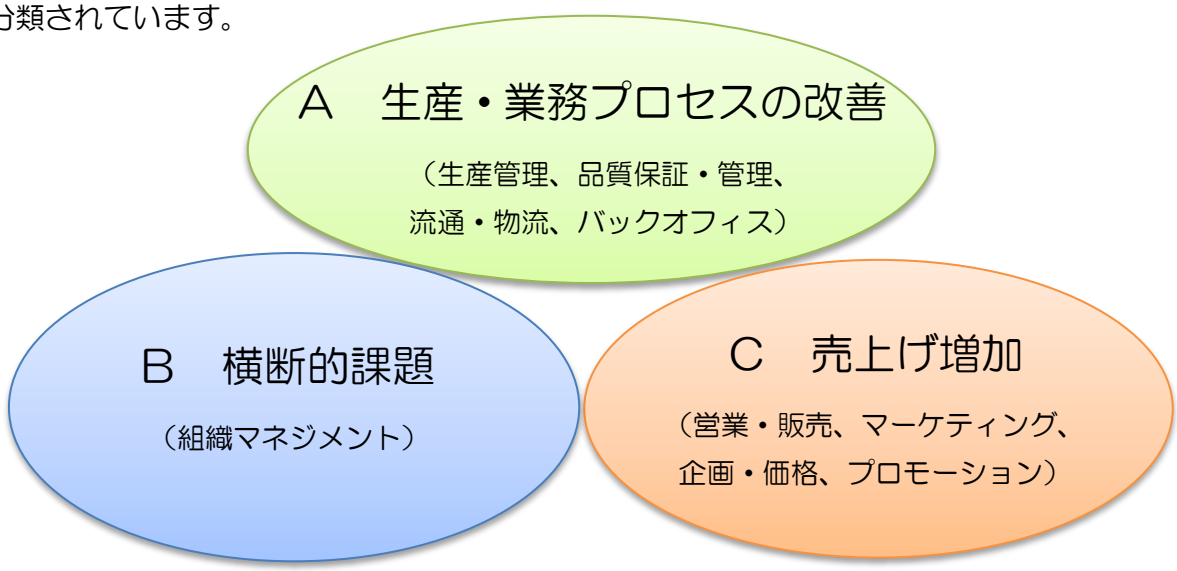
2019年2月版Ver.7.0

○　生産性向上支援訓練の訓練コースについて

生産性向上支援訓練は、企業・事業主団体の労働生産性を向上させるために、専門的な知見とノウハウを有する民間機関等に委託し、事業主ニーズに応じて、講義だけではなくグループワークなどの効果的な演習を取り入れて実施する職業訓練です。

事業主（受講者）が抱える課題やニーズに合わせてオーダーメイドで訓練コースを設定して実施することができます。

生産性向上支援訓練の訓練コースは、企業の生産性向上を実現するための以下の３つの目的に大きく分類されています。



上記３つのカテゴリに該当する企業・事業主団体の様々な課題の解決や現場力の強化を支援するカリキュラムをご用意していますので、ご要望に対応する各カテゴリの訓練コースをご覧ください。

現在抱えている課題やお悩みの例	訓練コースの対応カテゴリ
・生産性や品質管理について学びたい。 ・業務プロセスを改善して効率性を高めたい。 ・品質管理の考え方を正しく理解したい。 ・流通や物流の仕組みを学びたい。 ・IT を活用して業務を効率化したい。・・等々	A　生産・業務プロセスの改善 （３頁をご参照ください）
・従業員の仕事の効率化を促進したい。 ・業務改善の考え方を理解したい。 ・プロジェクトの管理手法を学びたい。 ・リスクを低減させる手法を学びたい。 ・経営戦略について学びたい。・・等々	B　横断的課題 （７頁をご参照ください）
・顧客の拡大や満足度の向上を図りたい。 ・顧客ニーズを的確につかみたい。 ・マーケティングや戦略について学びたい。 ・インターネットを活用して販売促進を図りたい。 ・新しい企画や開発について学びたい。・・等々	C　売上げ増加 （１１頁をご参照ください）

「Ａ　生産・業務プロセスの改善」に関するコースのご案内

本カテゴリは、生産管理方法や業務のプロセスに焦点を当てて「生産コストの削減」や「生産のムダを省く」といったこれまでの生産方式から更に生産性を向上していく上で必要となる工程管理のポイントや見直し及び改善を行う際の課題とその解決方法など、生産管理や生産現場の業務プロセスの改善に関する内容の習得を主な目的としています。

【ご要望別おすすめコース】

○　生産管理を基本から学びたい

- 生産性分析と向上

（生産方式と改善活動の基本を習得します。（17 頁））

○　納期を短縮するために工程管理を改善したい

- 生産性向上のための課題とラインバランシング

（生産現場の課題と工程手法の問題点を改善する手法を習得します。（18 頁））

- 生産計画と工程管理

（生産計画と工程管理の着眼点、納期管理の見直しポイントを習得します。（18 頁））

○　コストの削減に取り組みたい

- 原価管理とコストダウン

（原価管理をコストと生産性の観点から収益向上のポイントを習得します。（19 頁））

- 購買・仕入れのコスト削減

（購買・仕入業務について理解し、コスト削減に必要な知識・技能を習得します。（19 頁））

○　品質管理について学びたい

- 品質管理基本

（品質管理の考え方を理解し、ＱＣ７つ道具による課題への対処を習得します。（20 頁））

- 品質管理実践

（ＱＣ的問題解決による不良・クレームゼロ化のために必要な知識と技能を習得します。（20 頁））

生産性向上支援訓練コース一覧

目的：A.生産・業務プロセスの改善

分野：生産管理

A. 生産管理 生産・開発計画	ものづくりの仕事のしくみと生産性向上	推奨対象者 初任層	17 頁
A. 生産管理 生産・開発計画	生産性分析と向上	推奨対象者 中堅層	17 頁
A. 生産管理 生産・開発計画	生産現場の問題解決	推奨対象者 中堅層	17 頁
A. 生産管理 工程管理	生産性向上のための課題とラインバランシング	推奨対象者 中堅層	18 頁
A. 生産管理 工程管理	生産計画と工程管理	推奨対象者 中堅層	18 頁
A. 生産管理 管理手法	サービス業におけるIE活用	推奨対象者 管理者層	18 頁
A. 生産管理 原価管理	原価管理とコストダウン	推奨対象者 管理者層	19 頁
A. 生産管理 製品出荷・在庫管理	在庫管理システムの導入	推奨対象者 中堅層	19 頁
A. 生産管理 購買・原材料在庫管理・払出	購買・仕入れのコスト削減	推奨対象者 中堅層	19 頁
A. 生産管理 購買・原材料在庫管理・払出	POSシステムの活用技術	推奨対象者 中堅層	20 頁

分野：品質保証・管理

A. 品質保証・管理 品質保証・管理手法	品質管理基本	推奨対象者 初任層	20 頁
A. 品質保証・管理 品質保証・管理手法	品質管理実践	推奨対象者 中堅層	20 頁
A. 品質保証・管理 品質保証・管理手法	サービスマネジメントによる品質改善と向上	推奨対象者 中堅層	21 頁

分野：流通・物流

A. 流通・物流 流通・物流	3PLとSCM	推奨対象者 初任層	22 頁
A. 流通・物流 流通・物流	物流のIT化	推奨対象者 初任層	22 頁
A. 流通・物流 流通・物流	流通システム設計	推奨対象者 中堅層	22 頁
A. 流通・物流 流通・物流	物流システム設計	推奨対象者 中堅層	23 頁
A. 流通・物流 流通・物流	卸売業・サービス業の販売戦略	推奨対象者 中堅層	23 頁
A. 流通・物流 流通・物流	SCMの現状と将来展望	推奨対象者 管理者層	23 頁

分野：バックオフィス

A. バックオフィス クラウド・IoT導入	クラウド活用入門	推奨対象者 中堅層	24 頁
A. バックオフィス クラウド・IoT導入	IoT活用によるビジネス展開	推奨対象者 中堅層	24 頁
A. バックオフィス クラウド・IoT導入	クラウドを活用したシステム導入	推奨対象者 中堅層	24 頁
A. バックオフィス クラウド・IoT導入	IoT導入に係る情報セキュリティ	推奨対象者 中堅層	25 頁
A. バックオフィス クラウド・IoT導入	クラウドを活用した情報共有能力の拡充	推奨対象者 中堅層	25 頁
A. バックオフィス IT活用	RPAを活用した業務効率化・コスト削減	推奨対象者 中堅層	25 頁
A. バックオフィス IT活用	ITツールを活用した業務改善	推奨対象者 中堅層	26 頁
A. バックオフィス 財務管理	企業価値を上げるための財務管理	推奨対象者 初任層	26 頁

A.生産・業務プロセスの改善

分野	ねらい ＼ 推奨対象者	初任層	中堅層	管理者層
生産管理	■生産・開発計画を学びたい	ものづくりの仕事のしくみと生産性向上 生産性分析と向上 生産現場の問題解決		
	■工程管理を学びたい	生産性向上のための課題とラインバランシング	生産計画と工程管理	
	■管理手法を学びたい		サービス業におけるIE活用	
	■原価管理を学びたい		原価管理とコストダウン	
	■製品出荷・在庫管理を学びたい	在庫管理システムの導入		
	■購買・原材料在庫管理・払出を学びたい	購買・仕入れのコスト削減 POSシステムの活用技術		
品質保証・管理	■品質保証・管理手法を学びたい	品質管理基本 品質管理実践 サービスマネジメントによる品質改善と向上		
流通・物流	■流通・物流を学びたい	3PLとSCM 物流のIT化 流通システム設計 物流システム設計	卸売業・サービス業の販売戦略 SCMの現状と将来展望	
バックオフィス	■クラウド・ＩｏＴを学びたい	クラウド活用入門 IoT活用によるビジネス展開 クラウドを活用したシステム導入	IoT導入に係る情報セキュリティ クラウドを活用した情報共有能力の拡充	
	■ＩＴ活用を学びたい		RPAを活用した業務効率化・コスト削減 ITツールを活用した業務改善	
	■財務管理を学びたい	企業価値を上げるための財務管理		

「Ｂ　横断的課題」に関するコースのご案内

企業の生産性向上の実現には、既存の業務の効率化や業務の改善、あるいは様々なリスク等の課題に対して組織的な対応や取組みが求められます。本カテゴリでは、上記の課題に対応するために必要となる知識や手法の習得を主な目的としています。

【ご要望別おすすめコース】

○　業務効率化や業務改善を行うための手法を学びたい

- 業務効率向上のための時間管理

（業務の効率化を促進できる仕組みづくりを行うための知識を習得します。（３０頁））

- 成果を上げる業務改善

（業務改善の目的と必要性を理解し、改善の着眼点と具体的な進め方を習得します。（３１頁））

- プロジェクト管理技法の向上

（仕事の段取り力を高めるとともに、的確な業務指示を行うための手法を習得します。（３２頁））

○　リスクを低減したい

- 事故をなくす安全衛生活動

（職場の安全衛生の改善をめざして、安全衛生の要点や企業における安全衛生活動、リスクを低減するための点検手法についての知識を習得します。（２７頁））

- 個人情報保護と情報管理

（企業における個人情報の活用と保護の両立をめざして、個人情報保護法について理解し、セキュリティ技術に関する知識・技能を習得します。（２７頁））

○　個別のノウハウを社内で見える化したい

- ナレッジマネジメント

（ナレッジを収集、活用できる知識、技能を習得します。（２９頁））

目的：B. 横断的課題

分野：組織マネジメント

B. 組織マネジメント 経営戦略	IoTを活用したビジネスモデル	推奨対象者 管理者層	27 頁
B. 組織マネジメント リスクマネジメント	事故をなくす安全衛生活動	推奨対象者 中堅層	27 頁
B. 組織マネジメント リスクマネジメント	個人情報保護と情報管理	推奨対象者 管理者層	27 頁
B. 組織マネジメント リスクマネジメント	リスクマネジメントによる損失防止対策	推奨対象者 管理者層	28 頁
B. 組織マネジメント リスクマネジメント	災害時のリスク管理と事業継続計画 *New*	推奨対象者 管理者層	28 頁
B. 組織マネジメント リスクマネジメント	eビジネスにおけるリーガルリスク	推奨対象者 管理者層	28 頁
B. 組織マネジメント リスクマネジメント	ネット炎上時のトラブル対応	推奨対象者 管理者層	29 頁
B. 組織マネジメント ナレッジマネジメント	ナレッジマネジメント	推奨対象者 管理者層	29 頁
B. 組織マネジメント ナレッジマネジメント	知的財産権トラブルへの対応（1）	推奨対象者 管理者層	29 頁
B. 組織マネジメント ナレッジマネジメント	知的財産権トラブルへの対応（2）	推奨対象者 管理者層	30 頁
B. 組織マネジメント 組織力強化	現場社員のための組織行動力向上	推奨対象者 初任層	30 頁
B. 組織マネジメント 組織力強化	業務効率向上のための時間管理	推奨対象者 中堅層	30 頁
B. 組織マネジメント 組織力強化	成果を上げる業務改善	推奨対象者 中堅層	31 頁
B. 組織マネジメント 組織力強化	組織力強化のための管理	推奨対象者 管理者層	31 頁
B. 組織マネジメント 組織力強化	管理者のための問題解決力向上	推奨対象者 管理者層	31 頁
B. 組織マネジメント 組織力強化	プロジェクト管理技法の向上	推奨対象者 管理者層	32 頁
B. 組織マネジメント 組織力強化	プロジェクトマネジメントにおけるリスク管理	推奨対象者 管理者層	32 頁

B.横断的課題

分野	ねらい ＼ 推奨対象者	初任層	中堅層	管理者層
組織マネジメント	■経営戦略を学びたい		IoTを活用したビジネスモデル	
	■リスクマネジメントを学びたい	事故をなくす安全衛生活動	個人情報保護と情報管理 リスクマネジメントによる損失防止対策 災害時のリスク管理と事業継続計画 New eビジネスにおけるリーガルリスク ネット炎上時のトラブル対応	
	■ナレッジマネジメントを学びたい		ナレッジマネジメント 知的財産権トラブルへの対応（1）	知的財産権トラブルへの対応（2）
	■組織力強化を学びたい	現場社員のための組織行動力向上 業務効率向上のための時間管理 成果を上げる業務改善		組織力強化のための管理 管理者のための問題解決力向上 プロジェクト管理技法の向上 プロジェクトマネジメントにおけるリスク管理

「C　売上げ増加」に関するコースのご案内

本カテゴリは、企業の収益力を向上するために必要となる「売上げ増加」の観点から、新規顧客を増やすために必要となるマーケティングや広報戦略、新商品の企画・開発やサービスの高付加価値化を実現するために必要となる知識や手法の習得を主な目的としています。

【ご要望別おすすめコース】

○　顧客のニーズを把握して満足度を向上させたい

- 顧客分析手法

（様々なデータから有効なデータを見つけ出す手法を習得します。（34頁））

- 顧客満足向上のための CS 調査とデータ分析

（顧客満足の本質から現状の課題を把握するためのデータ分析手法を習得します。（34頁））

○　消費者の動向を営業に活用したい

- 実務に基づくマーケティング入門

（マーケティングに必要な視点や分析手法などの基礎スキルを習得します。（35頁））

- インターネットマーケティングの活用

（インターネットや SNS を使ったマーケティング手法を習得します。（36頁））

○　新しいサービスや商品企画の考え方を習得したい

- 新サービス・商品開発の基本プロセス

（商品づくりの基本プロセスを習得します。（３７頁））

○　インターネットを活用した効果的な広報を実施したい

- チャンスをつかむインターネットビジネス

（インターネットを活用した広告からコマースまでの基本を習得します。（３７頁））

目的：C.売上げ増加

分野：営業・販売

C. 営業・販売 顧客拡大	提案型営業手法	推奨対象者 初任層	33 頁
C. 営業・販売 顧客拡大	提案型営業実践	推奨対象者 中堅層	33 頁
C. 営業・販売 顧客拡大	マーケティング志向の営業活動の分析と改善	推奨対象者 中堅層	33 頁
C. 営業・販売 顧客拡大	統計データ解析とコンセプトメイキング	推奨対象者 中堅層	34 頁
C. 営業・販売 顧客情報	顧客分析手法	推奨対象者 中堅層	34 頁
C. 営業・販売 顧客情報	顧客満足向上のためのCS調査とデータ分析	推奨対象者 中堅層	34 頁

分野：マーケティング

C. マーケティング 概論	実務に基づくマーケティング入門	推奨対象者 初任層	35 頁
C. マーケティング 概論	マーケティング戦略概論	推奨対象者 中堅層	35 頁
C. マーケティング 顧客拡大	マーケット情報とマーケティング計画（調査編）	推奨対象者 初任層	35 頁
C. マーケティング 顧客拡大	マーケット情報とマーケティング計画（販売編）	推奨対象者 初任層	36 頁
C. マーケティング 顧客拡大	インターネットマーケティングの活用	推奨対象者 中堅層	36 頁

分野：企画・価格

C. 企画・価格 サービス・商品開発	製品・市場戦略	推奨対象者 中堅層	36 頁
C. 企画・価格 サービス・商品開発	新サービス・商品開発の基本プロセス	推奨対象者 中堅層	37 頁

分野：プロモーション

C. プロモーション 販売促進	プロモーションとチャネル戦略	推奨対象者 中堅層	37 頁
C. プロモーション 販売促進	チャンスをつかむインターネットビジネス	推奨対象者 中堅層	37 頁

目的：C.売上げ増加

分野	ねらい ＼ 推奨対象者	初任層	中堅層	管理者層
営業・販売	■顧客拡大を学びたい	提案型営業手法 提案型営業実践	マーケティング志向の営業活動の分析と改善 統計データ解析とコンセプトメイキング	
	■顧客情報を学びたい		顧客分析手法 顧客満足向上のためのCS調査とデータ分析	
マーケティング	■概論を学びたい	実務に基づくマーケティング入門 マーケティング戦略概論		
	■顧客拡大を学びたい	マーケット情報とマーケティング計画（調査編） マーケット情報とマーケティング計画（販売編）	インターネットマーケティングの活用	
企画・価格	■サービス・商品開発を学びたい	製品・市場戦略 新サービス・商品開発の基本プロセス		
プロモーション	■販売促進を学びたい	プロモーションとチャネル戦略 チャンスをつかむインターネットビジネス		

初任層対象研修のご案内

以下の訓練コースは、新入社員や若手社員におすすめする研修コースの一例です。ご要望により、複数のコースを組み合わせて設定して頂くことも可能です。

○　効率的な時間管理による仕事の進め方を学ばせたい

■　業務効率向上のための時間管理（B 横断的課題/組織マネジメント/組織力強化）

客観的に仕事の進め方を分析することで、仕事が進まない原因を取り除き、業務の効率化・スピード化を促進できる仕組みづくりを行うための知識を習得します。

○　品質管理の基本を学ばせたい

■　品質管理基本（A 生産・業務プロセス改善/品質保証・管理/品質保証・管理手法）

品質管理の基本を理解し、ＱＣ７つ道具の活用法を習得します。

○　職場における安全衛生活動の基本を学ばせたい

■　事故をなくす安全衛生活動（B 横断的課題/組織マネジメント/リスクマネジメント）

安全衛生の要点や企業における安全衛生活動、リスクを低減するための点検手法についての知識を習得します。

新人（初任層）研修の設定例

新人を対象として複数の訓練コースを組み合わせた場合の設定例です。特に重点的に強化したい内容の訓練コースを自由に組み合わせることで、ご要望に応じた研修の設定が可能です。

【組み合わせ設定例】（新人を対象に業務対応力の向上を目的とした例）

業務効率のための時間管理　＋　**事故をなくす安全衛生活動**

期間：	**２日間コース**	**４日間コース**
受講料（一名あたり）	**：５,４００円（税込）**	**６,４８０円（税込）**
	→	**計１１,８８０円（税込）**

基本項目	主な内容
■ タイムマネジメント手法	・タイムマネジメントとは ・時間管理と業務効率 ・業務効率を下げる要因 ・業務の優先度の考え方
■ 時間管理とタスク管理	・業務分析とタスク管理 ・スケジュール管理との違い ・タスクの達成目標と期限管理

＋

■ 安全衛生概論	・企業における安全衛生の意義 ・安全衛生関係法令 ・災害発生のメカニズム ・有害物質とエネルギーによる職業性疾病
■ 企業における安全衛生活動	・危険予知活動とヒヤリ・ハットの概要 ・安全衛生パトロールの概要 ・メンタルヘルスとストレスチェックの概要
■ 点検による管理	・リスクレベルに応じた点検 ・チェックリスト作成のポイント

■　上記以外の初任層の方におすすめコース

・実務に基づくマーケティング入門　・成果を上げる業務改善

・企業価値を上げるための財務管理　・生産性分析と向上　など

中堅層・管理者対象研修のご案内

以下の訓練コースは、中堅社員または管理者の方におすすめする研修コースの一例です。ご要望により、複数のコースを組み合わせて設定して頂くことも可能です。

○　目標達成するための管理者としての能力を向上したい

■　組織力強化のための管理（B 横断的課題/組織マネジメント/組織力強化）

組織における管理者の役割及び行動法や、組織力の強化のための具体的な手法を理解し、組織目標の達成に向けた強い組織の構築手法を習得します。

○　工程管理を活用して、納期管理を見直したい

■　生産計画と工程管理（A 生産・業務プロセスの改善/生産管理/工程管理）

工程管理の着眼点、生産計画・統制への柔軟な取り組み方について理解し、自社の納期管理を見直していくためのポイントを習得します。

○　社内外における個人情報の保護を徹底したい

■　個人情報保護と情報管理（B 横断的課題/組織マネジメント/リスクマネジメント）

企業における個人情報の活用と保護の両立をめざして、個人情報保護法について理解し、セキュリティ技術に関する知識・技能を習得します。

新任管理者研修の設定例

新任管理者を対象として複数の訓練コースを組み合わせた場合の設定例です。特に重点的に強化したい内容の訓練コースを自由に組み合わせることで、ご要望に応じた研修の設定が可能です。

【組み合わせ設定例】（管理職になる方を対象に業務推進力の向上を目的とした例）

組織力強化のための管理	＋	リスクマネジメントによる損失防止対策
期間：　２日間コース	＋	２日間コース
受講料　：５,４００円（税込）		５,４００円（税込）
（一名あたり）	→	計１０,８００円（税込）

「基本項目」	「主な内容」
■　目標達成における管理者の役割	・組織と組織における管理者の役割 ・組織目標と目標設定方法 ・ファシリテーション ・行動分析
■　組織力の強化	・組織の強みと弱みについて ・強い組織の条件 ・組織内の情報共有
＋	
■　リスクマネジメントとは	・リスクとリスクマネジメント ・リスクの予測 ・リスク分析とリスク評価 ・組織的な体制の構築
■　リスク分析手法	・リスクの優先順位付け ・リスクの定量化手法 ・シナリオ分析法 ・リスクマトリクス法

■　上記以外の中堅層・管理者の方におすすめコース

・品質管理実践　・マーケティング志向の営業活動の分析と改善　・クラウド活用入門
・ナレッジマネジメント　・プロジェクト管理技法の向上　など

A. 生産管理	生産・開発計画	ものづくりの仕事のしくみと生産性向上	モデル番号	推奨対象者
			048	初任層

コースのねらい	製造業の業務の流れと各部門の役割について学び、製造業全体の基本的なしくみを理解するとともに、製造現場での仕事に対する考え方、自身の立場や責任を理解し、業務改善の考え方を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ ものづくりの仕事の流れ	・製造業を取り巻く環境 ・企業経営とは ・製造業全体のしくみ ・製造業における各部門の役割 ・製品のライフサイクル
	■ ものづくり現場の現状と課題	・製造業のQCD・SM ・生産管理のしくみ ・ものづくり現場の5S ・原価と利益
	■ ものづくりに関する業務改善	・改善活動の基本 ・問題発見・解決 ・改善と気づき

A. 生産管理	生産・開発計画	生産性分析と向上	モデル番号	推奨対象者
			001	中堅層

コースのねらい	生産方式を理解し、生産性向上のために現状分析と改善活動ができる知識、技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 生産方式と生産性	・生産方式の種類 ・人、もの、時間の管理 ・生産計画と生産統制
	■ 現状分析と効率化	・現状分析 ・生産設計 ・レイアウト
	■ 改善活動	・改善活動の基本 ・問題点発見

A. 生産管理	生産・開発計画	生産現場の問題解決	モデル番号	推奨対象者
			002	中堅層

コースのねらい	生産管理を理解し、生産現場の問題を発見、解決できる知識、技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 生産活動の基本	・生産活動の基本 ・生産現場の問題とは
	■ 現状分析とムダの発見	・ムダとは何か ・現状分析 ・ムダの発見
	■ 生産現場の改善	・改善の手順 ・効果的な改善のためのポイント

A. 生産管理 工程管理	生産性向上のための課題とラインバランシング	モデル番号	推奨対象者
		003	中堅層

コースのねらい	生産システムを活用した生産性最大化や納期遵守など、生産性向上・最適化をめざして、生産計画、加工計画、作業計画などを実行するためのものづくり生産工程改善等の手法と潜在化している現状の生産システムの問題点を把握し改善・検証する手法を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 生産現場の課題	・生産現場の課題 ・生産性向上のための課題
	■ 生産スケジュールと工程計画	・日程計画と投入規則 ・ガントチャートについて ・スケジューリングの分類 ・生産コントロールについて ・生産方式に応じたラインバランシングについて

A. 生産管理 工程管理	生産計画と工程管理	モデル番号	推奨対象者
		004	中堅層

コースのねらい	多品種少量化や短納期化など、顧客の多様なニーズに適した生産計画の策定を目指して、工程管理に必要な視点、生産計画・統制への柔軟な取り組み方について理解し、自社の納期管理を見直していくためのポイントを習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 工程管理の考え方	・工程管理の目的 ・工程管理の手法 ・工程管理表の種類 ・工程管理の実施のポイント
	■ 生産計画の立案と作成手順	・受注生産と見込み生産 ・需要予測に基づく生産計画 ・生産能力に合わせた負荷計画 ・在庫管理と生産リードタイムの関係 ・納期遅延への対応策の検討 ・多品種少量生産の課題

A. 生産管理 管理手法	サービス業におけるIE活用	モデル番号	推奨対象者
		005	管理者層

コースのねらい	サービス現場におけるIE（Industrial Engineering）に関する管理についての知識と技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ サービス業における改善活動	・改善活動の必要性 ・サービス現場における生産性 ・改善活動の到達目標
	■ サービスの現場改善の考え方	・プロセス改善の手順 ・IEによる作業分析 ・バックヤードの改善視点 ・作業プロセスと現場環境改善
	■ 運営責任者のマネジメント	・運営責任者のマネジメント ・従業員の意識と責任者の行動 ・生産性改善環境の構築

A. 生産管理	原価管理とコストダウン	モデル番号	推奨対象者
原価管理		006	管理者層

コースのねらい	低コスト化と生産性向上を目指して、原価管理をコスト（費用削減）と生産性（業務効率向上）の2軸で捉え、企業収益向上のポイントを習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 原価管理とは	・原価管理の基礎知識 ・原価を構成する要素 ・損益分岐点 ・財務諸表とその読み方
	■ コスト削減	・コスト削減の着眼点 ・コスト削減のための発注改善 ・職場の物理的ムダの改善
	■ IE手法による標準時間設定方法	・IE（Industrial Engineering）とは ・標準時間の設定手法 ・統計的時間資料の考え方 ・余裕率の設定方法

A. 生産管理	在庫管理システムの導入	モデル番号	推奨対象者
製品出荷・在庫管理		007	中堅層

コースのねらい	在庫管理システムを活用した在庫削減をめざして、在庫管理業務の意義と役割を理解し、在庫管理システムを正常に機能させるために在庫管理制度を維持する方法や他の管理システムの計画情報との連動について習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 在庫管理について	・在庫管理の対象と在庫管理業務の機能 ・在庫品の評価方法
	■ 在庫管理システム	・在庫管理システムによる在庫管理概要 ・システムを機能させるための在庫管理制度の維持 ・他の管理システムとの計画情報の連動について

A. 生産管理	購買・仕入れのコスト削減	モデル番号	推奨対象者
購買・原材料在庫管理・払出		008	中堅層

コースのねらい	製品の価格と売上に直結する購買・仕入れ業務の重要性とコストの関係を理解し、購買・仕入れ活動におけるコスト削減に必要な知識・技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 購買・仕入れ業務の理解とコストの関係	・購買・仕入れ業務の理解 ・購買・仕入れ業務の役割と重要性 ・購買・仕入れ業務における経費削減の実現方法
	■ VA（価値分析）活動による経費削減	・品質とコストの関係 ・現行製品の設計と材料の分析 ・仕入先の工夫による原価経費の削減 ・代替案の実行可能性の検討 ・再設計による原価削減

A. 生産管理 購買・原材料在庫管理・払出	POSシステムの活用技術	モデル番号	推奨対象者
		009	中堅層

コースのねらい	POS（Point of sale）システムのメリットを理解し、販売管理、販売戦略に活用できる知識・技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ POSシステムの概要	・小売業における情報化戦略 ・POSシステムの概要
	■ POSシステムの導入事例	・POS導入 ・POSデータ処理 ・POSデータを活用した販売管理

A. 品質保証・管理 品質保証・管理手法	品質管理基本	モデル番号	推奨対象者
		010	初任層

コースのねらい	品質管理の考え方を理解し、QC7つ道具を使って課題への対処ができる知識と技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 品質管理の考え方	・品質管理とは ・検査とは
	■ QC7つ道具	・QC7つ道具と使い方 ・QC的問題解決の進め方

A. 品質保証・管理 品質保証・管理手法	品質管理実践	モデル番号	推奨対象者
		011	中堅層

コースのねらい	品質管理の考え方を理解し、不良・クレームゼロを実践するために必要な知識と技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 品質管理の進め方	・品質管理と不良ゼロ ・品質管理と品質保証
	■ 品質管理活動の推進	・品質管理活動の基本 ・作業標準化
	■ 不良・クレームゼロの実践	・QC的問題解決法 ・不良・クレーム発生の原因分析とゼロにする対策 ・再発防止

A. 品質保証・管理 品質保証・管理手法	サービスマネジメントによる品質改善と向上	モデル番号	推奨対象者
		053	中堅層

コースのねらい	現場でサービスを提供する個々の従業員が、顧客視点に立つことにより提供しているサービスにおける課題・問題点を発見し、ボトムアップによりサービス品質の改善や向上に向けた具体的な行動に移すための手法を習得する。

	「基本項目」	「主な内容」
基本要素	■ サービスの理解	・サービスの特徴と誤解 ・サービスの性質（無形性、不均一性、同時性、消滅性） ・サービスの価値とコスト ・現場での問題発見・解決
	■ サービスマネジメント	・サービスの品質の再考 ・サービスマネジメントによる品質改善（マーケティング、オペレーション、人的資源管理） ・ボトムアップによる改善プロセス

A. 流通・物流	3PLとSCM	モデル番号	推奨対象者
流通・物流		015	初任層

コースのねらい	物流のアウトソーシングの実態を理解し、3PL（third－party logistics）とSCM（Supply Chain Management）との関連についての知識と技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 物流のアウトソーシング	・物流の内容 ・物流のアウトソーシング
	■ SCM（Supply Chain Management）との関連	・サプライチェーン・マネジメント ・3PLとSCMとの関連

A. 流通・物流	物流のIT化	モデル番号	推奨対象者
流通・物流		016	初任層

コースのねらい	宅配と通販の関係及び物流のIT化の進展、関連する情報技術を知り、流通物流ネットワークの構築について提案することができる知識と技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 流通・物流ネットワークの構築と情報技術	・流通ネットワーク ・物流ネットワーク
	■ 物流のIT化の進展	・物流のIT化 ・物流革新

A. 流通・物流	流通システム設計	モデル番号	推奨対象者
流通・物流		013	中堅層

コースのねらい	流通システムとその進め方及び新たな流通システムの事例を知り、流通システム設計を進めるための知識と技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 物流コスト管理と生産性向上	・自社物流コストの算定 ・物流ABC準拠による物流コストの算定
	■ システム分析とシステム設計手順	・システム分析とその進め方 ・システム分析とシステム設計との関係
	■ SCM（Supply Chain Management）のシステム	・SCMシステム概要 ・SCM取組み事例

A. 流通・物流	物流システム設計	モデル番号	推奨対象者
流通・物流		014	中堅層

コースのねらい	物流の生産性向上とコスト管理を理解し、物流システムの設計に関する知識・技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 物流の生産性向上とコスト管理	・物流コストと標準化 ・物流の生産性向上
	■ 物流システム設計	・物流システム設計の概要 ・物流システム設計の手法

A. 流通・物流	卸売業・サービス業の販売戦略	モデル番号	推奨対象者
流通・物流		012	中堅層

コースのねらい	サービス業の経営上の特質を知り、卸売業・サービス業の販売戦略を構築できる知識及び技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 卸売業の活性化と流通機構	・経営戦略の転換による活性化 ・流通機構システムと卸売業 ・流通機構の近代化への役割分担 ・充足戦略　・販売促進機能
	■ 組織化活動	・機能と活動体系 ・組織化活動と連携意識 ・VC（ボランタリーチェーン）組織の一般的な機構内容
	■ サービス業の経営上の特徴	・一般サービス業のビジネス活動 ・ニューサービスの経営特性 ・マーケット開拓のポイント ・サービス活動の付加価値

A. 流通・物流	SCMの現状と将来展望	モデル番号	推奨対象者
流通・物流		017	管理者層

コースのねらい	サプライチェーン・マネジメントの概要及び現状と将来展望を知り、サプライチェーン・マネジメント経営手法についての知識と技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ SCM（Supply Chain Management）	・サプライチェーン・マネジメントの概要 ・基本コンセプト ・経営環境の変化とSCM
	■ 現状と将来展望	・メーカーにおける現状と将来展望 ・小売業における現状と将来展望

A. バックオフィス クラウド・IoT導入	クラウド活用入門	モデル番号	推奨対象者
		018	中堅層

コースのねらい	クラウドに関する基本的な知識、サービス及び利用方法を理解し、クラウドを活用した業務展開の企画提案の知識と技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ クラウド	・クラウドコンピューティング ・クラウドの定義と特徴 ・クラウド活用のメリット ・クラウドの利用モデル
	■ クラウドサービス	・クラウドサービスの概要 ・ストレージサービス ・ネットワークサービス ・データベースサービス
	■ クラウドの利用	・クラウドサービスの利用方法 ・ビッグデータの活用

A. バックオフィス クラウド・IoT導入	IoT活用によるビジネス展開	モデル番号	推奨対象者
		019	中堅層

コースのねらい	IoTに関する基本的な知識、技能・技術を理解し、IoTを活用したビジネス展開手法を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ IoT（Internet of Things）とビッグデータ	・IoTの概要 ・ビッグデータの歴史と特徴 ・ビッグデータの影響力 ・データの収集方法
	■ IoTを活用したビジネス展開	・制約条件 ・スマートファクトリー ・クラウド（インターネット回線）利用時のリスク

A. バックオフィス クラウド・IoT導入	クラウドを活用したシステム導入	モデル番号	推奨対象者
		020	中堅層

コースのねらい	クラウドに関する知識、技能・技術を理解し、クラウドを活用したシステム導入に係る知識を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ クラウド技術	・クラウドサービスの概要 ・クラウドを実現する技術とは ・分散処理 ・データベース
	■ クラウドサービスとシステム導入	・サービス提供事業者 ・システム導入

A. バックオフィス クラウド・IoT導入	IoT導入に係る情報セキュリティ	モデル番号	推奨対象者
		021	中堅層

コースのねらい	情報セキュリティ対策の適正化を目指して、IoT導入の有用性及び情報セキュリティに関するリスク及びセキュリティチェック等の必要な対策についての知識及び技術を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ IoT（Internet of Things）導入	・導入の背景と利便性及び危険性 ・ネットワークの利用方法
	■ 情報セキュリティ	・ファイヤーウォールによる防衛 ・パスワード解読によるアカウント乗っ取りと防衛 ・ウィルスによる攻撃とアンチウィルスソフトの導入 ・セキュリティリスクの洗い出し方法

A. バックオフィス クラウド・IoT導入	クラウドを活用した情報共有能力の拡充	モデル番号	推奨対象者
		054	中堅層

コースのねらい	部門や拠点間の情報共有・調整コストの軽減をめざして、クラウドの技術概要や活用事例、活用検討にあたってのポイントを理解し、クラウドを活用した自社業務における情報共有の課題解決に繋げるための能力を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 情報共有方法とクラウドの活用	・業務における情報共有の必要性 ・情報共有方法の現状 ・情報共有ツールの活用 ・クラウドを活用した情報共有方法
	■ クラウドを活用した情報共有能力の拡充	・情報共有プロセスの分析 ・業務の見える化と課題の洗い出し ・クラウドを活用時の長所と留意点 ・導入に係る課題解決策立案

A. バックオフィス IT活用	RPAを活用した業務効率化・コスト削減	モデル番号	推奨対象者
		055	中堅層

コースのねらい	業務の効率化とコスト削減をめざして、RPAの技術概要や活用事例、活用検討にあたってのポイントを理解し、RPAを活用した自社業務の課題解決策立案に繋げることができる能力を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 業務を自動化するRPA（Robotic Process Automation）	・RPAの機能の概要 ・RPAの特徴（活用の向き／不向き） ・RPAを導入するメリット ・RPAの活用事例
	■ RPAを活用した業務効率化とコスト削減策の立案	・RPA活用のための業務の見える化 ・RPA活用による業務効率化の検討 ・RPA導入コストと削減コストの比較 ・導入に係るコスト削減策立案

A. バックオフィス	ITツールを活用した業務改善	モデル番号	推奨対象者
IT活用		056	中堅層

コースのねらい	業務の省力化や効率化を目指して、ITツールを活用することで、業務改善を実現するためにITツールの特徴と種類を理解し、自社業務に適切なITツールを選定するための知識を習得する。

	「基本項目」	「主な内容」
基本要素	■ ITツールの種類と活用	・ITツールの種類について ・ITツール導入による失敗パターン ・業務改善のためのITツール導入の考え方 ・ITツール活用時におけるリスクと対応
	■ ITツールの業務適用	・ITツールの業務適用範囲の検討 ・ITツール使用者のフォロー ・必要機能の選定と導入・運用コスト ・ITツール適用後の改善効果検証

A. バックオフィス	企業価値を上げるための財務管理	モデル番号	推奨対象者
財務管理		037	初任層

コースのねらい	財務の概念と財務諸表の構造を知り、コスト、資金管理、財務分析の手法を理解することで、企業価値を上げるための財務管理に関する知識を習得する。

	「基本項目」	「主な内容」
基本要素	■ 財務の概念と財務諸表	・ 財務管理と財務諸表の概要 ・ 貸借対照表 ・ 損益計算書 ・ キャッシュフロー計算書
	■ コストと資金管理	・ 概念とコストコントロール ・ 資金管理の概要 ・ 設備投資 ・ 資金計画
	■ 財務分析と財務計画	・ 財務分析の概要 ・ 財務分析方法 ・ 財務分析の活用 ・ 財務計画の概要

B. 組織マネジメント	IoTを活用したビジネスモデル	モデル番号	推奨対象者
経営戦略		022	管理者層

コースのねらい	自社におけるIoTを活用したビジネスの展開をめざして、IoTやビッグデータ活用の進展によるビジネス環境の変化や動向を理解し、IoTビジネスを具体的に検討するためのポイントを習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ IoTとビッグデータ活用	・IoTやビッグデータによる環境変化と動向 ・企業におけるIoT利活用
	■ IoTを活かした事業戦略	・バリューチェーンに沿って各業種にIoTが及ぼす影響 ・IoTを活用したビジネスを展開するための制約及び注意点 ・スマートファクトリーの現状

B. 組織マネジメント	事故をなくす安全衛生活動	モデル番号	推奨対象者
リスクマネジメント		038	中堅層

コースのねらい	職場の安全衛生の改善をめざして、安全衛生の要点や企業における安全衛生活動、リスクを低減するための点検手法についての知識を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 安全衛生概論	・ 企業における安全衛生の意義 ・ 安全衛生関係法令 ・ 災害発生のメカニズム ・ 有害物質とエネルギーによる職業性疾病
	■ 企業における安全衛生活動	・ 危険予知活動とヒヤリ・ハットの概要 ・ 安全衛生パトロールの概要 ・ メンタルヘルスとストレスチェックの概要
	■ 点検による管理	・ リスクレベルに応じた点検 ・ チェックリスト作成のポイント

B. 組織マネジメント	個人情報保護と情報管理	モデル番号	推奨対象者
リスクマネジメント		023	管理者層

コースのねらい	企業における個人情報の活用と保護の両立をめざして、個人情報保護法について理解し、セキュリティ技術に関する知識・技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 個人情報保護	・法令の概要と事業者の義務 ・法令に対する対応
	■ プライバシーマークの運用	・プライバシーマーク制度の運用 ・認定取得の手続きおよび留意点
	■ セキュリティ技術	・オフィストータルでの情報管理の最適化 ・情報管理の具体的活用方法

B. 組織マネジメント	リスクマネジメントによる損失防止対策	モデル番号	推奨対象者
リスクマネジメント		039	管理者層

コースのねらい	リスクマネジメントに関する考え方や方法を理解することで、リスクによる損失の回避及び損失拡大の防止を行い、不確定要素の軽減及び排除を目指す。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ リスクマネジメントとは	・リスクとリスクマネジメント ・リスクの予測 ・リスク分析とリスク評価 ・組織的な体制の構築
	■ リスク分析手法	・リスクの優先順位付け ・リスクの定量化手法 ・シナリオ分析法 ・リスクマトリクス法

B. 組織マネジメント	災害時のリスク管理と事業継続計画	モデル番号	推奨対象者
リスクマネジメント		059	管理者層

コースのねらい	災害は突発的に発生するため、緊急時の対応力が求められるが、想定通りに発生するはずもなく緊急時の対応・判断は難しい状況がある。そうした状況が発生した際にも復旧の遅れや自社のサービスが供給できないことによる顧客離れを防ぎ、事業への被害を最小限に抑えるためのリスク管理と事業継続計画に関する知識を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 災害におけるリスクマネジメント	・災害の種類と損害 ・初動対応の重要性 ・災害リスクの洗い出しと分析 ・リスクコントロール
	■ 事業継続計画の策定	・事業継続計画とは ・事業継続計画策定の流れ ・事業継続計画の導入と実施体制 ・手順・計画マニュアルの作成
	■ 事業継続計画の周知と改善	・従業員への周知と教育 ・事業継続計画の点検・評価方法 ・継続的な改善プロセス

B. 組織マネジメント	eビジネスにおけるリーガルリスク	モデル番号	推奨対象者
リスクマネジメント		040	管理者層

コースのねらい	eビジネス活動に関する法律及びリスクの分析方法を理解し、リーガルリスクの察知及びリスク対応ができる知識を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ eビジネス法務の体系と取引法務	・eビジネス活動と法律との関係 ・企業取引の法務 ・債権の管理と回収
	■ 企業活動に関する規制	・企業活動を規制する法律の種類と内容 ・取引に関する規制 ・ビジネスと犯罪
	■ リスクマネジメントの役割	・リスクマネジメントとは ・eビジネスにおけるリスクマネジメントの必要性 ・リスク調査と分析

B. 組織マネジメント リスクマネジメント	ネット炎上時のトラブル対応	モデル番号	推奨対象者
		057	管理者層

コースのねらい	企業や従業員のインターネットによる投稿を発端に事業継続が困難な状況にまで発生させる事態が起こり得るリスクへの対策として、ネット炎上時のトラブルに対応するための知識について習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ ネット炎上とその被害	・ネット炎上の発生プロセス ・ネット投稿者の心理と状況 ・ネット炎上による被害事例
	■ ネット炎上時の対応	・ネット炎上状況の把握 ・社としての対応体制 ・ネット炎上の状況悪化の事例 ・ネット炎上に伴う法的対応
	■ ネット炎上の予防と対策	・社内ルールの整備 ・ネットリテラシーに係る従業員教育 ・ネット投稿のモニタリング

B. 組織マネジメント ナレッジマネジメント	ナレッジマネジメント	モデル番号	推奨対象者
		024	管理者層

コースのねらい	ナレッジマネジメントの重要性を理解し、ナレッジを収集、活用できる知識、技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ ナレッジマネジメントの必要性	・ナレッジマネジメントとは ・個人の知的資産の活用 ・情報、知識の共有
	■ 形式知と暗黙知	・表出化している知と隠れた知 ・ナレッジ経営の基礎概念 ・個人知から組織知への創造

B. 組織マネジメント ナレッジマネジメント	知的財産権トラブルへの対応（1）	モデル番号	推奨対象者
		025	管理者層

コースのねらい	知的財産権（著作権、特許・実用新案法）を理解し、知的財産上のトラブルの可能性を察知、対処できる知識、技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 法と法律	・法令用語解説 ・私法制度の基本原理
	■ 著作権法	・著作権法の目的と性質 ・著作権法解説
	■ 特許・実用新案法	・特許制度の目的 ・特許・実用新案法解説 ・特許の効力、出願手続き ・ビジネスモデル特許

B. 組織マネジメント ナレッジマネジメント	知的財産権トラブルへの対応（2）	モデル番号	推奨対象者
		026	管理者層

コースのねらい	知的財産権（意匠法、商標法、不正競争防止法等）を理解し、知的財産上のトラブルの可能性を察知、対処できる知識、技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 意匠法	・意匠制度　・意匠法解説　・意匠権の効力、登録手続き
	■ 商標法	・商標制度の目的　・商標法解説　・商標出願の審査、手続き
	■ 不正競争防止法	・不正競争防止法の目的　・不正競争とは
	■ その他の無体財産権と周辺法令	・肖像権、パブリシティー権等 ・独占禁止法、下請法、不当景品類及び不当表示防止法 ・プロバイダ責任制限法

B. 組織マネジメント 組織力強化	現場社員のための組織行動力向上	モデル番号	推奨対象者
		058	初任層

コースのねらい	企業の仕組みや、業界の背景について理解を深め、一般社員のうちから経営者の視点を理解し、上司の補佐や後輩の育成を行い、生産性向上のためのビジネス感覚を養うことにより、自ら主体的に社内の問題発見、業務改善を現場から発信するために必要な知識、技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 企業組織と生産活動	・企業経営の仕組み ・生産活動の目的と目標 ・経営者の視点とコスト感覚
	■ 状況変化に対応する現場力	・現場力を高めるための要素 ・現場の問題発見と改善姿勢 ・現場力の継承と人材育成 ・専門性向上の必要性
	■ フォロワーシップと組織行動力	・フォロワーシップとは ・組織行動力に直結するフォロワーとしての役割 ・管理者への提案方法

B. 組織マネジメント 組織力強化	業務効率向上のための時間管理	モデル番号	推奨対象者
		041	中堅層

コースのねらい	限られた人員で最大限の成果を上げることによる労働生産性の向上をめざして、客観的に仕事の進め方を分析することで、仕事が進まない原因を取り除き、業務の効率化・スピード化を促進できる仕組みづくりを行うための知識を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ タイムマネジメント手法	・タイムマネジメントとは ・時間管理と業務効率 ・業務効率を下げる要因 ・業務の優先度の考え方
	■ 時間管理とタスク管理	・業務分析とタスク管理 ・スケジュール管理との違い ・タスクの達成目標と期限管理

B. 組織マネジメント	成果を上げる業務改善	モデル番号	推奨対象者
組織力強化		042	中堅層

コースのねらい	生産性向上に資する業務改善の目的と必要性を理解し、改善の視点と具体的な進め方を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 業務改善と業務の可視化	・業務を改善する目的とは ・業務改善の取組みとその成果 ・業務の可視化の必要性と可視化手法
	■ 業務改善手法	・業務プロセス上のムリ・ムダの洗い出し ・問題の発見と改善プランの検討 ・対策の立案・実施 ・改善成果の検証

B. 組織マネジメント	組織力強化のための管理	モデル番号	推奨対象者
組織力強化		043	管理者層

コースのねらい	組織における管理者の役割や、組織力の強化のための具体的な手法を理解し、組織目標の達成に向けた強い組織の構築手法を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 目標達成における管理者の役割	・組織と組織間における管理者の役割 ・組織目標と目標設定方法 ・ファシリテーション ・行動分析
	■ 組織力の強化	・組織の強みと弱み ・強い組織の条件 ・組織内の情報共有

B. 組織マネジメント	管理者のための問題解決力向上	モデル番号	推奨対象者
組織力強化		051	管理者層

コースのねらい	組織課題に対し、業務の問題の本質を的確に捉え、業務の問題解決を図るための手法を学び、管理者として必要となる問題解決を実行するための知識と技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 組織の課題と対応策	・仕事の問題と問題解決のプロセス ・問題の明確化 ・問題の本質の見極めの必要性
	■ 問題の発見と見える化	・問題発見のプロセス ・問題発見手法 ・真の問題の究明
	■ 問題解決に向けた取組み	・解決策の立案 ・アクションプランの策定 ・取組みの実施と評価

B. 組織マネジメント		プロジェクト管理技法の向上	モデル番号	推奨対象者
	組織力強化		044	管理者層

コースのねらい	プロジェクト管理技法を理解することで、仕事の段取り力を高めるとともに、的確な業務指示を行うための手法を習得する。

	「基本項目」	「主な内容」
基本要素	■ プロジェクトの進め方	・プロジェクトの定義と現状 ・プロジェクトの管理方法とポイント ・プロジェクトマネージャに必要となるスキル ・チームビルディング
	■ プロジェクト管理技法のポイント	・プロジェクトの設定 ・プロジェクトの目標と成果物の明確化 ・タスクの設定と進捗把握 ・ガントチャートとマイルストーン ・成果物の品質確保

B. 組織マネジメント		プロジェクトマネジメントにおけるリスク管理	モデル番号	推奨対象者
	組織力強化		052	管理者層

コースのねらい	プロジェクトにおけるリスク管理やリスクに対応する方法を学び、プロジェクトで陥りやすく、発生しやすい問題に対応するために必要となるプロジェクトマネージャとしての知識と技術を習得する。

	「基本項目」	「主な内容」
基本要素	■ プロジェクトとリスクマネジメント	・プロジェクトリスクマネジメント計画 ・プロジェクトの遅延とその原因 ・プロジェクトにおけるリスク分析
	■ プロジェクトのリスクコントロール	・スケジュールと進捗管理 ・計画変更に伴うコストと対応 ・プロジェクトの監視とリスクコントロール
	■ プロジェクトのリスク管理手法	・プロジェクトの問題の特定分析 ・解決すべき優先順位 ・対応策の選定と決定

C. 営業・販売 顧客拡大	提案型営業手法	モデル番号	推奨対象者
		049	初任層

コースのねらい	新規顧客、新商品・サービスの開拓ができる提案営業の手法を学び、実際の顧客を想定し営業側から能動的（自発型）な提案ができる営業手法を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 提案型営業とは	・営業を取り巻く環境の変化 ・売る力と価値を提案する力 ・提案型営業の基礎知識 ・提案型営業の要素（仮説設定の考え方、提案に求められるスキル、課題の特定と対策）
	■ 顧客ニーズと自社商品・サービスの強み分析	・3C（Customer、Competitor、Company）分析 ・市場・顧客の変化を知るファイブフォース分析 ・自社の強み・弱み（SWOT分析など） ・成功するための要因（Key Success Factor）

C. 営業・販売 顧客拡大	提案型営業実践	モデル番号	推奨対象者
		050	中堅層

コースのねらい	自社もしくは自身の営業スタイルを認識し、顧客の不満や問題点、要望など、顧客の立場に合わせた提案書作成から顧客への提案実施・説明ができる能力を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 営業スタイル	・営業スタイルの種類とその特徴 ・営業データの分析 ・顧客のタイプ ・顧客タイプに合わせたクロージング方法
	■ 顧客の問題発見・解決の支援手法	・顧客満足度のポイントとレベル ・PMI法（PLUS、MINUS、INTEREST） ・フェルミ推定 ・オズボーンのチェックリストとSCAMPER法
	■ 実践的提案のポイント	・提案の企画・設計のポイント ・提案書作成のポイント ・提案実施・説明のポイント

C. 営業・販売 顧客拡大	マーケティング志向の営業活動の分析と改善	モデル番号	推奨対象者
		027	中堅層

コースのねらい	マーケティングの本質とマーケティング志向の営業活動を理解し、自社の商品又はサービスの価値を提供するに当たってのマーケティング志向の営業活動について、分析し、改善策の検討方法などを習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ マーケティングの本質	・マーケティングの基礎　・マーケティングの考え方 ・顧客とニーズ　・マーケティングの本質
	■ マーケティング志向の営業活動	・顧客が求める商品とサービスの提案 ・ニーズと自社商品をつなぐ営業の役割 ・営業プロセスの標準化 ・ITを活用した購買行動の分析 ・顧客の信頼獲得と広報の活用
	■ 営業活動の分析と改善	・営業活動の現状把握と分析 ・顧客が求める価値の分析 ・営業活動の改善策の検討

C. 営業・販売	統計データ解析とコンセプトメイキング	モデル番号	推奨対象者
顧客拡大		028	中堅層

コースのねらい	統計的データの解析法と活用方法、コンセプトメイキングの方法を理解し、各種エビデンスに基づく、営業企画書作成方法を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 統計的データ解析法と活用	・1次元データ分析 ・2次元データ分析 ・多変量解析
	■ コンセプトメイキング	・情報収集・分析 ・コンセプトメイキング
	■ 営業企画書作成	・企画書の作成手順 ・ターゲットの設定 ・各種表現技法 ・企画書の作成法

C. 営業・販売	顧客分析手法	モデル番号	推奨対象者
顧客情報		029	中堅層

コースのねらい	データマイニング手法の活用方法を理解し、ITを活用した営業、マーケティングのための予測方法を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ データマイニングの適用効果	・売上高向上（販促効果分析、売上予測、併せ買いパターン） ・コストダウン（適正在庫、ロスの削減） ・顧客満足向上（アンケート分析、顧客囲い込み）
	■ 顧客分析（セグメント、購買パターン、バスケット、販促効果）	・顧客セグメンテーション　・顧客購買パターン分析 ・ショッピングバスケット分析 ・販売促進効果測定　・棚割、レイアウト変更
	■ 分析手法（クロス集計、相関・回帰分析、要因分析）	・クロス集計分析 ・相関、回帰分析 ・予測、要因分析

C. 営業・販売	顧客満足向上のためのCS調査とデータ分析	モデル番号	推奨対象者
顧客情報		045	中堅層

コースのねらい	顧客満足の本質を理解することで、顧客満足度の把握とデータ分析とその活用方法についての知識と技能を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 顧客満足の本質	・ CS（Customer Satisfaction）経営の背景と必要性 ・ 顧客満足の意義 ・ 顧客の定義
	■ 顧客満足のための社内体制	・ CS経営の進め方 ・ CSと企業文化 ・ 権限委譲 ・ 苦情対応
	■ 顧客満足度の把握とデータ活用	・ CS度把握の方法 ・ CS調査の実施と調査表の作成 ・ CSデータ分析と活用 ・ 企業理念とビジョン

C. マーケティング 概論	実務に基づくマーケティング入門	モデル番号	推奨対象者
		030	初任層

コースのねらい	実務に基づいたマーケティング活動を行うため、マーケティングの基礎知識、マーケティング業務の流れを理解し、企業内での自部署だけでなく、企業全体で顧客を満足させるマーケティング手法を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ マーケティングの基礎知識	・マーケティングの意義　・マーケティング用語
	■ 市場調査・分析	・マーケットリサーチ　・市場分析　・顧客満足（価値）の向上
	■ 商品・サービスの開発・販売	・製品開発戦略　・コンセプトメイキング　・プロモーション　・セールス
	■ 価値を高める商品戦略	・ブランドマネジメント ・サービスマーケティング ・売上向上、競合他社

C. マーケティング 概論	マーケティング戦略概論	モデル番号	推奨対象者
		031	中堅層

コースのねらい	マーケティングの意義、CSR（企業の社会的責任）とマーケティングの結びつきについて理解し、マーケティング戦略の概要を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 消費者主義のマーケティング	・消費者問題とコンシューマリズム ・サービス化の進展 ・消費者対策
	■ CSR（企業の社会的責任）	・流通と消費者への責任 ・エコロジカルマーケティングへの対応 ・情報化の進展と企業の責任
	■ マーケティング戦略	・企業のマーケティング戦略と対応　・マーケティング戦略の意義　・プッシュ戦略とプル戦略 ・市場の細分化　・マーケティングミックスの構成要素

C. マーケティング 顧客拡大	マーケット情報とマーケティング計画（調査編）	モデル番号	推奨対象者
		032	初任層

コースのねらい	マーケティングコミュニケーション、市場・商圏調査、商勢圏を理解し、市場調査等の計画策定方法を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 情報とマーケティングコミュニケーション	・情報の条件　・情報の双方向性 ・マーケティングミックスと情報管理 ・マーケット情報の収集と活用 ・調査の方法と計画、実施、分析評価
	■ 市場調査と商圏調査	・市場調査の調査手順 ・実地調査の方法 ・市場調査の展開
	■ 市場調査と地域情報	・都市間商勢圏の認定とハフモデルを活用した商勢圏設定 ・来街者調査

C. マーケティング 顧客拡大	マーケット情報とマーケティング計画（販売編）	モデル番号	推奨対象者
		033	初任層

コースのねらい	市場調査等の結果に基づく、販売予測と販売政策の立案手法を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 市場調査と商圏調査	・市場調査の概要 ・商圏調査の概要 ・市場調査と地域情報
	■ 販売予測と販売政策の立案	・販売計画策定のプロセス ・販売計画・販売目標の設定
	■ 販売計画と販売予算	・販売計画の意義と立案 ・販売計画の設定 ・販売計画の策定手法

C. マーケティング 顧客拡大	インターネットマーケティングの活用	モデル番号	推奨対象者
		046	中堅層

コースのねらい	インターネットマーケティングの概要を理解し、インターネット、ソーシャルメディア等を効果的に活用することで、顧客獲得のための施策を検討できる知識を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ インターネットマーケティング	・ マーケティング活動としての位置づけ ・ インターネットビジネスの流れ ・ インターネットビジネスのポイント
	■ 顧客とのリレーションシップ	・ 顧客データベース ・ ユーザ情報の収集、分析、活用 ・ FSPデータとRFM分析 ・ 個人情報保護とセキュリティ
	■ インターネット調査と活用	・ 効果測定方法の分類 ・ アクセス分析 ・ クッキーを使用したアプローチ ・ インターネット広告

C. 企画・価格 サービス・商品開発	製品・市場戦略	モデル番号	推奨対象者
		034	中堅層

コースのねらい	製品計画、製品戦略及び市場戦略の概要について理解し、製品（サービス）の製品戦略の立案方法について習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 製品計画と製品戦略	・製品計画と製品戦略とは ・製品ラインと製品ミックス ・製品開発戦略と新製品開発の進め方 ・製品の改良と既存製品の新用途開拓　・製品多角化 ・製品ライフサイクルと製品差別化戦略 ・計画的な陳腐化　・ブランドの役割　・製品市場戦略の概要
	■ 市場戦略	・市場競争戦略の4類型 ・企業ドメインと市場細分化戦略 ・エリアマーケティング ・競争優位戦略の概要 ・市場開拓戦略と撤退戦略

C. 企画・価格	新サービス・商品開発の基本プロセス	モデル番号	推奨対象者
サービス・商品開発		035	中堅層

コースのねらい	ヒット商品の考え方、アイディアの出し方及び自社資産の活用方法を理解し、企画書の作成を行い、サービス、商品づくりの基本プロセスを習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ 新商品開発プロセス	・事業戦略と商品開発 ・市場ニーズと商品コンセプト ・販売戦略と企画提案
	■ 売れる新商品に向けた企画手順	・新商品企画の狙いとは ・顧客の対象層と要望分析 ・アイディアの整理と検討 ・既存商品の整理とビジネスチャンス
	■ 新商品企画とコストの検討	・企画書作成のポイント ・開発コストと利益見込 ・スケジュールと製造方法 ・新商品の将来性

C. プロモーション	プロモーションとチャネル戦略	モデル番号	推奨対象者
販売促進		036	中堅層

コースのねらい	チャネルの機能とチャネル政策のポイント、コミュニケーションのモデルとコミュニケーション戦略のポイント、従来型生産システムの課題とサプライチェーンマネジメント構築上の留意点について理解し、販売チャネル、プロモーション戦略の策定方法について習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ チャネル戦略	・マーケティングチャネルの機能 ・チャネル政策
	■ プロモーション戦略	・コミュニケーションプロセス ・コミュニケーション戦略
	■ SCM（Supply Chain Management）	・経営環境の変化とサプライチェーンマネジメント ・ロジスティクス戦略

C. プロモーション	チャンスをつかむインターネットビジネス	モデル番号	推奨対象者
販売促進		047	中堅層

コースのねらい	インターネットを活用した広告及びコマースの現状を理解することで、インターネットを活用したビジネスチャンスの拡大を検討できる知識を習得する。

基本要素	「基本項目」	「主な内容」
	■ インターネットビジネス概論	・ 現状と今後の展開 ・ 顧客満足度向上 ・ 新店舗の創造
	■ インターネット広告	・ インターネット広告とは ・ 特徴と利点 ・ インターネット広告の基礎知識 ・ 広告効果を高めるデータ活用法
	■ 電子商取引（eコマース）	・ eコマースの概要 ・ eコマースのメリット ・ 電子決済方法の種類 ・ eコマースモデル