

2025年度『若手社員向け異業種交流研修』概要

Ver.0.2

本研修を通じてお伝えすること、経験いただくこと

他社を知り、他社と比較することで、改めて自社を知る

- ▶ 戦略論やマーケティング論にて扱われるフレームワークを活用して、それぞれ参加している企業の自社分析を行う
- ▶ 自社分析を行った結果を全体で共有して、他社のビジネスに関心を持つ
- ▶ 他社のビジネスと自社のビジネスを比較することで、自社や自社の属している業界などの特徴（良い点・改善点）を改めて学ぶ

事業レベルで考えるフレームを学ぶ

- ▶ 戦略論やマーケティング、ビジネスモデルで扱われるフレームワークを学び、事業レベルでビジネスを理解する
- ▶ 『経営課題 / 事業課題』を説明する / 議論するプロセスを通じて、「自然と」事業レベルで思考する、議論することができるようになる

基礎的な思考法を改めて学び、実践的に、自社の課題を掘り下げて考える

- ▶ 基礎的な思考法として、問題発見・問題解決の考え方、思考を構造化する方法（システムシンキング）を学ぶ
- ▶ 学んだ思考法を活用しながらグループでディスカッションを行い、他社の受講生の客観的視点でのフィードバックを参考にしながら、自社の課題を掘り下げて考えて、自社・自分で取り組むべきことをまとめ・発表する

『若手社員向け異業種交流研修』全体の流れ

- 全3回、4日間の研修を通じて、他社と自社を比較しながら、自社/ 自事業に対する理解を改めて深めて、課題を検討いただきます
- 各回、設定されたテーマについて事前に動画で学び、自分の所属する会社 / 事業を対象とした分析を行います。研修では作成した分析結果をグループで共有し、他社と議論することで自社への理解を深めていただきます
- 最終日は、「自社への提言とアクションプラン」として、研修での学びを実際にどのように活用するのかを発表いただきます

	事前課題	第1会合(宿泊)		第2会合	第3会合
	実施の1ヶ月前	DAY1 (1/22)	DAY2 (1/23)	DAY3 (2/20)	DAY4 (3/19)
テーマ	事前学習 (基本的な知識の インプット)	自己紹介 / 事業戦略	マーケティング / ビジネスモデル	問題解決	発表会
AM		●オリエンテーション ●参加者による 自己紹介	● マーケティングの 基礎知識 ● ビジネスモデルの 基礎知識	● 問題発見 ● 問題解決 ● 因果関係ループ図	● プレゼンテーションの 注意事項 ● 発表準備 ● 発表 & FB
PM		●事業戦略の 基礎知識 ●グループディス カッション	● ビジネスモデル研究 ● リーダーシップと コミュニケーション ● グループディス カッション	● 各社の課題 ● グループディス カッション ● ワールドカフェ	● 発表 & FB : 続き ● 研修全体の 振り返り
事前課題 / 事後課題	□ 経営戦略 & 事業 戦略(動画視聴) □ マーケティング (動画視聴) □ ビジネスモデル (動画視聴) □ 自己 / 自社 紹介シートの作成 (ワークシート)	□ 研修の振り返り(気づき / 学びの整理) □ 問題解決(動画視聴) □ 問題発見(動画視聴) □ システムシンキング(動画視聴) □ 自社の『問題』を取り上げる(ワークシート)		□ 研修の振り返り (気づき / 学びの 整理) □ 発表準備 (研修の学び、会 社への提言、アク ション) ※: 発表形式は参加 人数により調整	□ 研修の振り返り □ 人事・上司への 報告

『若手社員向け異業種交流研修』概要

項目	概要
概要	● 基礎的な思考法及び代表的なフレームワークを学びます(事前学習) ● 全3回、4日間の集合研修では、実際に、自社 / 他社を比較しながら、事前学習の内容を深めると同時に、あらためて、自社のビジネスを理解します ● 異業種でのディスカッションを行うことで、自分・自社の視点の「特徴、長所」を理解するだけでなく、特有の「思い込み」に気がつき、枠にとらわれず考える場として活用していただきます
参加対象	● 大手企業の若手社員(20代後半から30代前半) ● 自社の事業 / 事業部 / 組織について自分の言葉で説明ができる方
期間、時間	2026年1月～2026年3月 全3回、4日間(2日間(宿泊)、1日間、1日間)
日程・会場 ※調整中※	第1回 DAY1 & DAY2(宿泊) : 2026年1月22日(木)10:00-18:00 -23日(金)9:00-17:00@都内近郊 第2回 DAY3 : 2026年2月20日(金)10:00-18:00@都内近郊 第3回 DAY4 : 2026年3月19日(木)10:00-18:00@都内近郊 ※DAY1実施後に懇親会を予定
担当講師	高松 康平 講師(株式会社スキルベース 代表取締役)
定員	各社5名まで
参加費用	30万円 / 名(テキスト代・e-Learning・宿泊費・懇親会費含む、消費税別)
参加企業	※2024年度参加企業 ● パナソニック コネクト社様 ● 花王様 ● 三菱ガス化学様 ● エフサステクノロジーズ様

参考：2024年度 実施の様子

- 2024年度は、パナソニック コネクト様、花王様、三菱ガス化学様、エフサステクノロジーズ様の4社、14名で研修を実施しました。各社より20-30代のみなさまにご参加いただき、戦略フレームワークを学ぶと同時に、各社の事業に関して情報交換、議論をいたしました



参考：研修内で使用するコンテンツ(例) 1/2

PEST分析

氏名(よみ) @@@@ @@@@ 所属(会社名、部署名) @@@@ @@@@

政治 (Politics)	● @@@@@ ● @@@@@ ● @@@@@ など
経済 (Economy)	● @@@@@ ● @@@@@ ● @@@@@ など
社会文化 (Social Trend)	● @@@@@ ● @@@@@ ● @@@@@ など
技術 (Technology)	● @@@@@ ● @@@@@ ● @@@@@ など

● みなさんが選択したテーマに関連してPEST分析を記載してください
 ● 解答欄には限りがあるので、『影響が大きいもの』を中心に記載してください
 ● 解答欄の大きさの調整はお任せします(きれいに見えるように調整してください)

【ご参考】製品・サービスの5Forces分析

氏名(よみ) @@@@ @@@@ 所属(会社名、部署名) @@@@ @@@@

新規参入企業	● @@@@@ ● @@@@@ ● @@@@@ ● @@@@@
売手手の交渉力	● @@@@@ ● @@@@@ ● @@@@@ ● @@@@@
業界内の競合他社	● @@@@@ ● @@@@@ ● @@@@@ ● @@@@@
買い手の交渉力	● @@@@@ ● @@@@@ ● @@@@@ ● @@@@@
代替品	● @@@@@ ● @@@@@ ● @@@@@ ● @@@@@

● みなさんが選択したテーマに関連して5Forces分析を記載してください
 ● 具体的な競合名(会社、製品)を記載してください

『顧客』と『Decision Making Unit (DMU)』

一言で『顧客』と呼んでも、必ず一人とは限らない。購買にあたっての意思決定関与者(Decision Making Unit: DMU)を意識する

ユーザー
商品 / サービスを実際に使用する人

ゲートキーパー
他者への情報の流れをコントロールする人のこと。情報を取捨選択し購買者やユーザーに伝える人など

インフルエンサー
購買意思決定に影響を与える立場の人。製品使用の決定や評価の段階での情報提供等で関与する

意思決定者
購入の可否や購買基準や条件、供給業者を選択し、条件を決める正式な権限のある人

購買者
商品 / サービスの実際の購買者

共感マップ(Empathy Map)とは？

Xplane社が開発したシンプル顧客分析ツール。環境や行動、関心、願望を理解するのに役立つ

③What does she THINK AND FEEL ?
(顧客は何を考え感じているのか?)
大きな関心事、心配、願望

②What does she HEAR ?
(顧客は何を聞いているのか?)
友人、上司、インフルエンサーが言っていること

①What does she SEE ?
(顧客は何を見ているのか?)
環境、友人、市場が提案するもの

④What does she SAY AND DO ?
(顧客はどんなことを言い、どんな行動をしているのか?)
公の場での態度、様子、他人へのふるまい

⑤PAIN
(痛みを与えるもの)
おそれ、フラストレーション、障害物

⑥GAIN
(得られるもの)
ウオングレニーズ、成功の基準

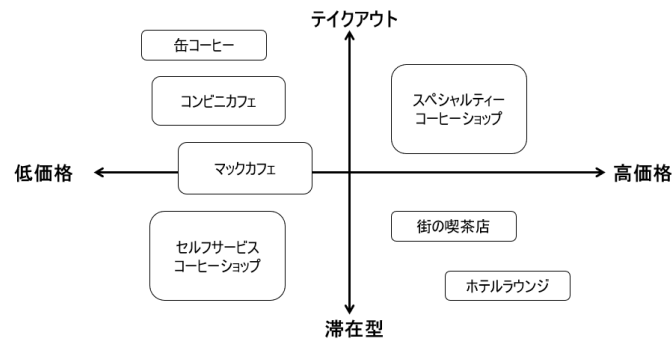
Source : ビジネスモデル・ジェネレーション ビジネスモデル設計書(アレックス・オスターワルター、イヴ・ピニョール、翔泳社)より抜粋、加筆

参考：研修内で使用するコンテンツ(例) 2/2

ポジショニングマップ(例)

IDEA POINT
be creative, be happy

『違い』を説明するために、『軸』を組み合わせる表現する

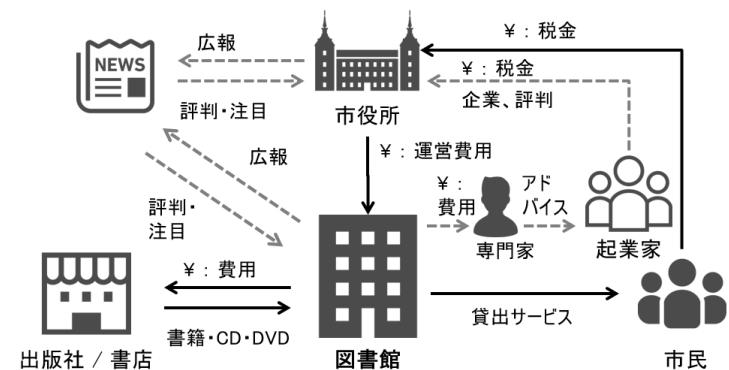


Source: 「成功の型」を知る 起業の技術(兵口隆則、かんき出版)より抜粋

「ビジネスモデル」の書き方 - 事例

IDEA POINT
be creative, be happy

ニューヨーク市の図書館で、インキュベーション機能を持たせて、図書館の収益化に成功した



問題を見つける3つの視点

IDEA POINT
be creative, be happy

抽象度や時間軸など、様々な観点から「何か問題があるのではないかと考えることが重要

アリ目



「細かく」見る / 具体的にみる

- 事実、情報
- 分解する
- 具体化
- ...

トリ目



高いところから見る / 抽象度が高く理解する

- 全体
- 目的
- 意味
- 一般化
- ...

サカナ目

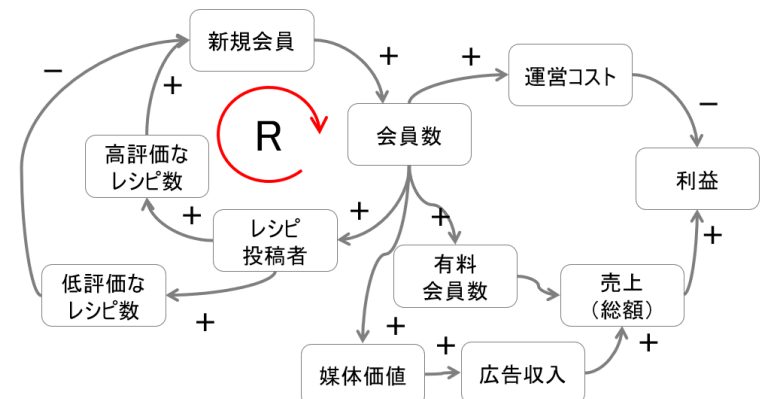


流れを見る / 前後関係を見る

- 過去-現在-未来
- 原因
- 社会 / 歴史
- ...

因果関係ループ図(説明用)

IDEA POINT
be creative, be happy



高松 康平（たかまつ こうへい） 株式会社スキルベース 代表取締役



【略歴および職務内容】

- 慶應義塾大学経済学部卒業
- 2005年McKinsey&Companyに入社。ビジネスアナリストとして各種プロジェクトに従事
- その後、株式会社リクルートに入社。新卒・キャリア採用領域において企画および営業などを担当
- 2012年より株式会社ビジネス・ブレークスルーに入社。以来10年間に渡り問題解決カトレーニングプログラムの講座責任者を務めた。年間5000名以上に教育サービスを提供。新サービスの開発も行う。2015年には、日本の人事部「HRアワード」の「プロフェッショナル教育・研修部門 優秀賞」を受賞
- 2018年からは同社執行役員を務め、教育コンテンツ開発室長となる。自ら教材開発を行いながら講師登壇も行う。年間登壇数は100日を超え、BBTNo.1講師となる。BBT大学専任講師も務める
- 2022年独立し、株式会社スキルベースを設立。企業研修および人材開発コンサルティング事業を行う

【専門分野および講師経験】

- 専門分野：問題解決/戦略/ロジカルシンキング/クリティカルシンキング/アイデア発想力/新規事業立案/ビジネスプランなど
 - 事業成長を実現する ビジネスリーダー向け問題解決研修（中堅～幹部まで）
 - 経営者の視点で未来を考える 戦略立案研修（中堅～幹部まで）
 - DX時代の新規事業を創造する ビジネスプラン立案研修（若手～幹部まで）
 - 業務ミスをなくす なぜなぜ分析研修（若手～中堅）
 - 物事の本質を見極める クリティカルシンキング研修（若手～中堅）
 - 売上目標を達成する 営業向け問題解決研修（若手～幹部まで）
- 講師経験：年間100日以上登壇（製造、運輸、物流、製薬、住宅、食品、小売、金融、IT、Sier、モバイルなど多数）
- 著書：『会社の問題の9割は4つの武器で解決できる』（朝日新聞出版社、2023年3月）
『筋の良い仮説を生む 問題解決の「地図」と「武器」』（朝日新聞出版社、2019年3月）



<本資料に関するお問い合わせ>

株式会社アイディアポイント

〒141-0031 東京都品川区西五反田2-4-2 東海ビルディング3F

TEL : 03-6421-7305 FAX : 03-6421-7307

MAIL : education@ideapoint.co.jp

<本資料の取り扱いに関して>

本資料は、著作権法及び不正競争防止法上の保護を受けております。

資料の一部あるいは全部について、株式会社アイディアポイントから許諾を得ずに、複写、複製、転記、転載、改変、ノウハウの使用、営業秘密の開示等を行うことは禁じられております。