

2026年度『若手社員向け異業種交流研修』概要

ver.0.5

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、思考を構造化をする方法(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 (1/28)	DAY2 (1/29)	DAY3 (2/19)	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		<ul style="list-style-type: none"> ●オリエンテーション ●参加者による 自己紹介 	<ul style="list-style-type: none"> ● マーケティングの 基礎知識 ● ビジネスモデルの 基礎知識 	<ul style="list-style-type: none"> ● 問題発見 ● 問題解決 ● 因果関係ループ図 	<ul style="list-style-type: none"> ● プレゼンテーションの 注意事項 ● 発表準備 ● 発表 & FB
PM		<ul style="list-style-type: none"> ●事業戦略の 基礎知識 ●グループディス カッション 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 各社の課題 ● グループディス カッション ● ワールドカフェ 	<ul style="list-style-type: none"> ● 発表 & FB : 続き ● 研修全体の 振り返り
事前課題 / 事後課題	<ul style="list-style-type: none"> □ 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) 	<ul style="list-style-type: none"> □ 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) 	<ul style="list-style-type: none"> □ 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) <p>※:発表形式は参加 人数により調整</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	2027年1月～2027年3月 全3回、4日間(2日間(宿泊)、1日間、1日間)
日程・会場	第1回 DAY1 & DAY2(宿泊) : 2027年1月28日(木)10:00-18:00 -29日(金)9:00-17:00@TKP新宿(予定) 第2回 DAY3 : 2027年2月19日(金)10:00-18:00@都内近郊 ※会場のみ調整中、日時は確定※ 第3回 DAY4 : 2027年3月19日(金)10:00-18:00@都内近郊 ※会場のみ調整中、日時は確定※ ※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	※2025年度参加企業(順不同、敬称略) <ul style="list-style-type: none"> ● パナソニック コネクト株式会社 ● 株式会社日本製鋼所 ● 全国農業協同組合連合会 ● 三菱ガス化学株式会社 ● 株式会社カネカ ● サカティンクス株式会社

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) 1/3

PEST分析(マクロ環境分析) iDEA POINT
be creative, be happy

事業を取り巻く環境の『大枠』を理解するためのフレームワーク。その事業が関連する要素を4つに分類して記載する

- 政治(Politics)
- 経済(Economy)
- 社会文化(Social Trend)
- 技術(Technology)

© 2026 All rights reserved by IDEA POINT, Inc. 本資料の全部または一部の複写・複製・転載、当事者以外への本データの転送及び 漏洩または光媒体への入力等を禁じます 19

製品・サービスのPEST分析 iDEA POINT
be creative, be happy

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		

- みなさんが担当している『製品・サービス』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)

© 2026 All rights reserved by IDEA POINT, Inc. 本資料の全部または一部の複写・複製・転載、当事者以外への本データの転送及び 漏洩または光媒体への入力等を禁じます 18

5Forces分析とは? iDEA POINT
be creative, be happy

自分の事業がおかれている競争環境を理解するツール。マイケル・E・ポーターが『競争優位の戦略』の中で提唱

```

    graph TD
      NE[新規参入企業] -- 新規参入の脅威 --> IC[業界内の競合他社]
      S[売手/供給者] -- 売手の交渉力 --> IC
      B[買い手/ユーザー] -- 買い手の交渉力 --> IC
      D[代替品] -- 代替品の脅威 --> IC
      IC --- ER[敵対関係の強さ]
  
```

© 2026 All rights reserved by IDEA POINT, Inc. 本資料の全部または一部の複写・複製・転載、当事者以外への本データの転送及び 漏洩または光媒体への入力等を禁じます 21

製品・サービスの5Forces分析 iDEA POINT
be creative, be happy

氏名(よみ)	@@@ @@@	所属(会社名、部署名)	@@@ @@@
新規参入企業	● @@@@ ● @@@@ ● @@@@ ● @@@@		
売手の交渉力	● @@@@ ● @@@@ ● @@@@ ● @@@@		
業界内の競合他社	● @@@@ ● @@@@ ● @@@@ ● @@@@		
買い手の交渉力	● @@@@ ● @@@@ ● @@@@ ● @@@@		
代替品	● @@@@ ● @@@@ ● @@@@ ● @@@@		

- みなさんが担当している『製品・サービス』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

© 2026 All rights reserved by IDEA POINT, Inc. 本資料の全部または一部の複写・複製・転載、当事者以外への本データの転送及び 漏洩または光媒体への入力等を禁じます 20

参考：研修内で使用するコンテンツ(例) 2/3

SWOT分析とは？ iDEA POINT
be creative, be happy

実際の施策を考える際に頻繁に用いられるフレームワーク。3C分析をすると自社の『強み』『弱み』や市場における『機会』『脅威』が導かれる

Company	内部要因	強み (Strengths)	弱み (Weaknesses)
	Customer Competitor	外部要因	脅威 (Threats)
		機会 (Opportunities)	

© 2026 All rights reserved by IDEA POINT, Inc. 本資料の全部または一部の複写・複製・転記・転載、当事者以外への本データの転送及び 磁気または光媒体への入力等を禁じます 26

製品・サービスのSWOT分析 iDEA POINT
be creative, be happy

氏名(よみ) @@@ @@@ 所属(会社名、部署名) @@@ @@@

<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● @@@@ ● @@@@ ● @@@@ ● @@@@ 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● @@@@ ● @@@@ ● @@@@ ● @@@@
<p>機会 (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● @@@@ ● @@@@ ● @@@@ ● @@@@ 	<p>脅威 (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● @@@@ ● @@@@ ● @@@@ ● @@@@

● みなさんが担当している『製品・サービス』に関連してSWOT分析を記載してください

© 2026 All rights reserved by IDEA POINT, Inc. 本資料の全部または一部の複写・複製・転記・転載、当事者以外への本データの転送及び 磁気または光媒体への入力等を禁じます 25

マーケティングミックス(4P) iDEA POINT
be creative, be happy

マーケティング活動の全体像を整理するために、4つの『P』を整理する

Product (商品自体の特性)

Price (価格設定)

Place (マーケティングチャネル)

Promotion (宣伝広報活動)

© 2026 All rights reserved by IDEA POINT, Inc. 本資料の全部または一部の複写・複製・転記・転載、当事者以外への本データの転送及び 磁気または光媒体への入力等を禁じます 28

製品・サービスのマーケティング(販売方法、まとめ) iDEA POINT
be creative, be happy

氏名(よみ) @@@ @@@ 所属(会社名、部署名) @@@ @@@

<p>Product (商品自体特性)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● @@@@ ● @@@@ ● @@@@ <p>など</p>
<p>Price (価格設定)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● @@@@ ● @@@@ ● @@@@ <p>など</p>
<p>Place (マーケティングチャネル)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● @@@@ ● @@@@ ● @@@@ <p>など</p>
<p>Promotion (宣伝広報活動)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● @@@@ ● @@@@ ● @@@@ <p>など</p>

● みなさんが担当している『製品・サービス』の販売方法を4Pでまとめて説明してください

© 2026 All rights reserved by IDEA POINT, Inc. 本資料の全部または一部の複写・複製・転記・転載、当事者以外への本データの転送及び 磁気または光媒体への入力等を禁じます 27

参考：研修内で使用するコンテンツ(例) 3/3

問題解決のプロセス IDEA POINT
be creative, be happy

ビジネスの現場で起きる『困ったこと(問題)』に対しては、一定の手順で解決するのが定石

e-Learningテキストより

『手順を踏む』ことで正確に効率的、効果的に検討が可能

© 2026 All rights reserved by IDEA POINT, Inc. 本資料の全部または一部の複写・複製・転記・転載、当事者以外への本データの転送及び 漏洩または光媒体への入力等を禁じます 21

問題とは? IDEA POINT
be creative, be happy

問題とは困っている現象や事実。理想と現実のギャップ

e-Learningテキストより

正確に文章で書くと…

本来XXXであるものが(理想)、現状ではXXXであるので(現実)、XXXという事象が生じている(問題)

現実 理想

© 2026 All rights reserved by IDEA POINT, Inc. 本資料の全部または一部の複写・複製・転記・転載、当事者以外への本データの転送及び 漏洩または光媒体への入力等を禁じます 40

参考：因果関係ループ図とは? IDEA POINT
be creative, be happy

因果関係を表記した際に循環する(ループする)ものを『因果関係ループ(Causal Loop)』と呼ぶ

e-Learningテキストより

因果ループ(Causal Loop)

R：増強ループ(Reinforce Loop)

- 変化がより強化される
- 正/負のスパイラルと呼ばれるもの
- ループ内の『-』が偶数の場合

B：平衡ループ(Balance Loop)

- 変化が元に戻るもの
- 『系』が保たれるもの
- ループ内の『-』が奇数の場合

注：要素はいくつあってもよい

© 2026 All rights reserved by IDEA POINT, Inc. 本資料の全部または一部の複写・複製・転記・転載、当事者以外への本データの転送及び 漏洩または光媒体への入力等を禁じます 61

システムシンキングを活用した問題解決のイメージ IDEA POINT
be creative, be happy

働きやすい職場：働き

e-Learningテキストより

© 2026 All rights reserved by IDEA POINT, Inc. 本資料の全部または一部の複写・複製・転記・転載、当事者以外への本データの転送及び 漏洩または光媒体への入力等を禁じます 57

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・ブレイクスルーに入社。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)
 - 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日以上の登壇(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 : 『課題解決の思考法 「見えていない問題」を発見するアプローチ』(日本実業出版社、2025年7月)
『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。