

◆事例 10： 課長選抜研修

・業種： 製造業／印刷・同関連業

A.課題： 商品でもサービスでも、

①どう造るか（HOW）というオペレーションよりも、

②何を創るか（WHAT）という「イノベーション」のウエイトが高くなっている時代です。

この時代の転換期（パラダイムチェンジ）に管理職に求められるのは、従来の常識や価値観を超える「ものの見方・視座」であり、それを実感できる事例を交えた研修にしたい。

B.提案： ヒアリングにより、別々に扱われていたマーケティングとイノベーションを統合して、人々を幸せにする需要創造、市場創造を具体的事例・演習により習得する研修を検討。

①枠を外す力（魅力的な価値創出のために、過去に縛られない「飛躍」する能力）

②つなげる力（情報・知識を意味あるもの、自分や他人にとって優位なものに変える能力）

③幸せの市場づくり（上記①②を統合して、人々を幸せにする市場創造の方法（能力）

というホップ・ステップ・ジャンプをご提案します。

C.結果： 100人の課長選抜研修となった。①「枠を外す力」②「つなげる力」の演習をもっと知りたい、やりたい、という受講者からの強い要望により、複数回の研修となった。複数年ご支援しています。