

JUSE SEMINAR GUIDE 2016

- TQM / 品質経営
- 部門別 / 階層別 / 目的別



ご興味のあるセミナーがございましたら、該当のページをコピーして、関係部署でご確認ください。



目次

はじめに	TQM とは?	1
	なぜ「総合的・全社的に」「品質を」「マネジメントする」必要があるのか? . . .	1
	QC から TQM へ	2
	TQM のしくみと効果	3
	TQM における“しくみ”と“組織的アプローチ”	4
	TQM における“しごと”と“プロセス重視”	4
	TQM における“ひと”と“科学的アプローチ”	5
	取り組みの相乗効果	5
	TQM を通じた企業価値の向上	6
	ISO から TQM へ	7
	TQM を導入・推進するコツ	7
TQM 関連セミナー一覧	8	
TQM / 品質経営 / マネジメント	役員のための品質経営セミナー	12
	TQM セミナー入門コース	14
	方針管理セミナー実践コース	16
	実践問題解決セミナーマネージャーコース	18
	係長・主任のための品質保証・品質管理セミナー	20
	管理者とリーダーのための業務の「見える化と改善」セミナー	22
組織力向上のためのリーダーシップ・マネジメントセミナー	23	
部門別 / 目的別	事業戦略立案セミナー	24
	「未来の顧客価値」を起点にした新製品・サービス開発手法セミナー	26
	新・商品企画七つ道具セミナー入門コース	28
	革新的課題解決法セミナー	30
	コストマネジメントセミナー	32
	高収益への転換のカギ「品質コストマネジメント」	34
業務効率向上のための論理的伝達力マスターセミナー	36	
未然防止	品質トラブルの未然防止セミナー	38
	失敗学と創造学セミナー	40
	設計開発における不具合未然防止のための知識活用セミナー	42
イベントほか	フォーラム・シンポジウム	44
	2016 年度 新規セミナーのご案内	45

※当ガイド中に表記されている所属・役職は、2015 年 12 月現在のものです。

セミナーに関するお問い合わせ先

一般財団法人 日本科学技術連盟

教育推進部 第一課 セミナー担当

〒166-0003 東京都杉並区高円寺南 1-2-1

Tel: 03-5378-1213 / Fax: 03-5378-9842

E-mail: tqmsemi@juse.or.jp / Website: <http://www.juse.or.jp/>

TQMとは？

TQMとはTotal Quality Managementの略で、日本語では「総合的品質管理（総合的品質経営、総合的品質マネジメント）」とされています。その成り立ちなど、概要については次ページ以降でご紹介しますが、大まかには以下のような意味を持っています。

Total：総合的・全社的

ここで言う「トータル：総合的・全社的」は、以下のような複数の意味で使われています。

- ①「全部門、すべての業務プロセス」という意味の“トータル”
- ②「全ての階層、役職」という意味の“トータル”
- ③狭義の製品品質だけでなく、企画から製造、提供までを含めた「幅広い品質を対象とする」という意味の“トータル”

Quality：品質

「品質」という単語のみで見ると、どうしても製造工程での品質、たとえば部品の精度や不良率などのイメージが強くなってしまいます。しかし、現在ではそれだけでなく、品質をもっと広い意味で捉え、顧客の幅広い要望への対応、求められている価値の提供、という意味合いが強くなっています。

Management：管理、経営、マネジメント

TQMの源流であるQC（Quality Control）、TQC（Total Quality Control）では、管理という言葉に“Control”という言葉が当てはめられていました。このコントロールと言う言葉には（上から下を）管理する、一定の範囲内に収める、という語感が強くありました。しかし、顧客のニーズが多様化し、それに応えるためにより高度な取り組みが必要となった現在では、（自律的、能動的、効果的に）維持・向上させていくという語感のある“Management”という言葉が当てられています。

なぜ「総合的・全社的に」「品質を」「マネジメントする」必要があるのか？

企業はそれ単体では成立しません。かならず顧客、お客様がいて、その関係の中で成立しています。そのため、企業として活動していくには、顧客の要求に応えられる製品・サービスを提供していく必要があります。また、ライバル企業との競争に勝ち残っていくには、より高いレベルで顧客の要求に応える必要があります。

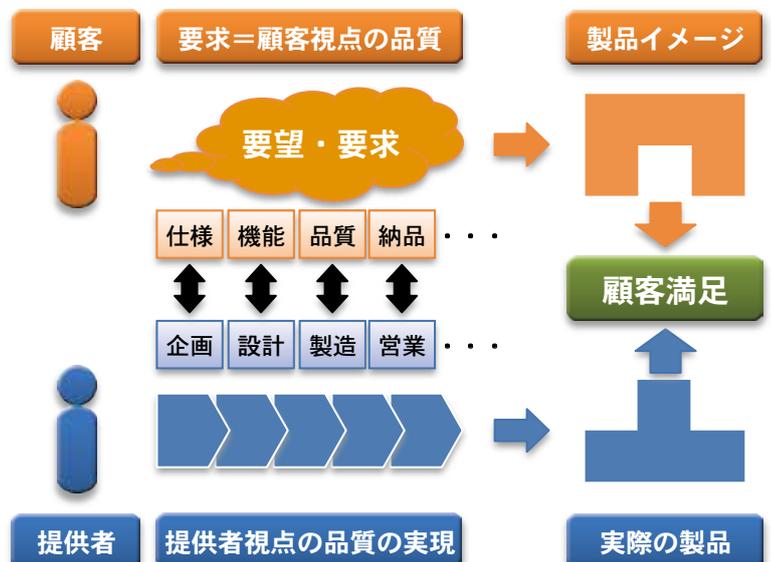
要求される製品について、スペックから何から全て細かく指示されているならともかく、大抵の場合の顧客の要求は、主観的であいまいなものになりがちです。また、製品だけでなく、納期やコスト、付加サービスなども差別化の要因になります。そういったさまざまな必要性に対応するためには、製造などの単一部門ではなく、企業の業務の流れ（プロセス）－企画、開発、設計、製造、流通、販売、サービスなどーの全体で対応する必要があります。

加えて、顧客の要求に応えるにせよ、一時的・瞬間的なものではなく、持続的・継続的に対応していきける体制がなければ、企業として利益を上げていくことはできません。そのためには、属人的な対応ではなく、科学的・組織的なマネジメントが必要になります。

たしかに顧客への価値提供という意味では、バリューチェーンやビジネスモデルなど他の概念もあります。しかしそれらは価値提供に対する枠組み（フ

レームワーク）は提示していますが、具体的かつ個別の手段までは提示していません。それに対してTQMIは、これまで積み重ねてきた考え方、しくみ（フレーム）、手法など具体的な道筋を提供しています。

今後、企業は顧客への価値提供をより深く・高いレベルで、より効率よく提供し、競争力を高めていくことが求められていきます。そのような時代だからこそ、いま改めてTQMが注目されているのです。



QCからTQMへ

TQM(Total Quality Management)の源流は品質管理(QC: Quality Control)にあります。かつて、戦後日本のものづくりの品質レベルは、決して高いものではありませんでした。そこで、品質管理に統計手法などによる「科学的アプローチ」を取り入れ、生み出される「結果(アウトプット)」(=製品)だけを見るのではなく、それを生み出す「プロセス」(=製造工程)を改善することで、日本製品の品質を格段に向上させることに成功しました。

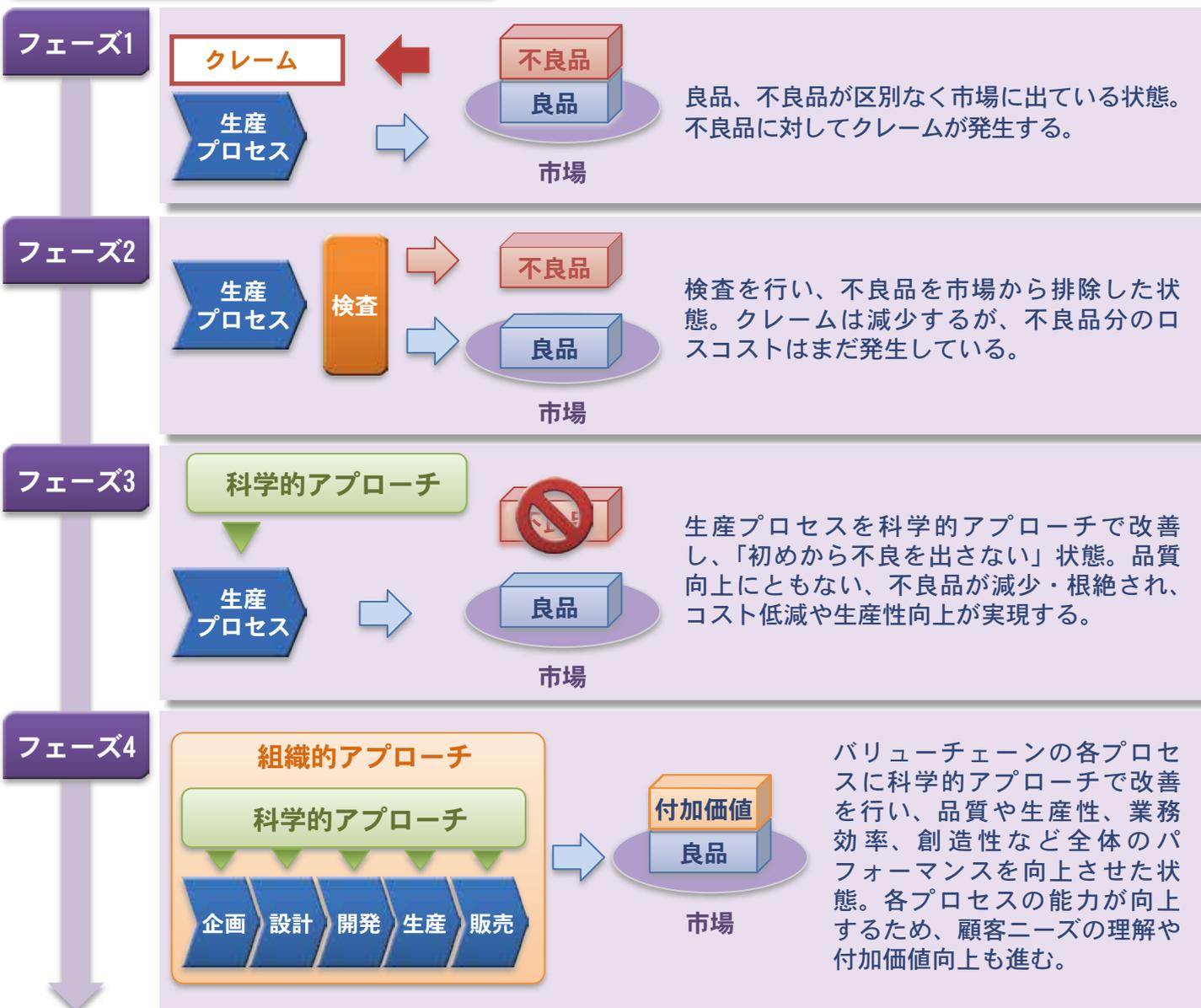
この「科学的アプローチ」や「プロセス重視」という基本的な考え方は、製造部門のみならず、他の部門の業務の改善においても適用可能なものでした。そして、この考え方に、個人の能力向上や組織的な活動を加え、全社的な取り組みに発展させたのがTQMです。

このTQMの実施により、さまざまな部門の水準が向上し、全社的なパフォーマンスや、製品・サービスの品質・価値の向上をはかることができるようになりました。

いまや、世界を相手にした競争の中では、ただ単に品質が良い、価格が安いというだけでは生き残れません。変化する市場の中で、いかにしてお客様に共感される価値を生み出すか、が重要なポイントになります。

そのためには、戦略・企画・設計・技術・製造・販売・サービスなど、全ての部門、全社において品質や価値を理解し、それらを生み出そうとする取り組みが必要になります。TQMは、全社で品質と価値を追求するための最適な取り組みです。

QCからTQMへの進化のフェーズ



総合的な企業力の向上

TQMのしくみと効果

はじめに

1) 3つの対象

TQMでは、企業の最小の構成要素である「ひと＝個人」レベルから、ひとが集まる実質的な事業レベルの「しごと＝業務プロセス」、それらを束ねる「しくみ＝組織・システム」までを対象としています。それぞれを対象にすることで、個人と組織が連動した、全体的な体質改善が可能になります。

2) 3つの視点

TQMでは「顧客志向」「人間性尊重」「利益確保」を基本的な視点にしています。この視点を軸にして、さまざまな取り組みを行うとともに、全社に対しての動機付け・意識の向上などをはかります。

3) 3つの特性

TQMでは「科学的アプローチ」「プロセス重視」「組織的アプローチ」という特性を持っています。統計学をベースにした各種手法、合理的・効果的に問題解決・課題達成を行う思考フレーム、最適な組織運用を可能にするシステムなど、個別～全体に対する具体的なツールを取りそろえています。

3つの対象	しくみ System	各プロセスに共通の取り組みや、部門間にまたがる取り組み、また会社の方向性の決定と業務への展開など「しくみ」のQualityを高めます。	個人から組織まで トータルな向上
	しごと Process	統計手法や言語データの整理法などを用いることで、それぞれのプロセスで最適な運用法を求め、その維持・向上を通じて「しごと」のQualityを高めます。	
	ひと Human resource	物事への視点や捉え方、思考フレームや手法の習得を通じて、合理的に物事を考え、行動できる人財を育成することで「ひと」のQualityを高めます。	
3つの視点	顧客志向 Customer-oriented	品質はもとより、安全性や信頼性、価格などお客様から求められる価値を追究し、提供します。	自律性・目的性・ 仕事意識の醸成
	人間性尊重 Respect for human nature	はたらく人に負荷をかけるのではなく、主体的な取り組みを助長することによって効率や安全性、企業としてのパフォーマンスを向上させます。	
	利益創出 Creation of profit	顧客志向による顧客関係性の強化、自律的な企業パフォーマンスの向上を通じ、企業の利益創出に貢献します。	
3つの特性	組織的アプローチ Systematic approach	標準化を通じた管理や、個別の取り組みの水平展開、企業方針との整合など、個別最適と全体最適のバランスを取った取り組みを進めます。	科学的な手法・ 方法論の活用
	プロセス重視 Process-oriented	結果のみを求めるのではなく、それを生み出すプロセスを重視し、その維持・改善を通して安定的かつ効果的に優れたアウトプットを得ます。	
	科学的アプローチ Scientific approach	物事を思い込みや思いつきで処理するのではなく、科学的な手法や考え方の手順、思考フレームを用いることで、より合理的かつ効果的な取り組みを実現します。	

TQMの効果

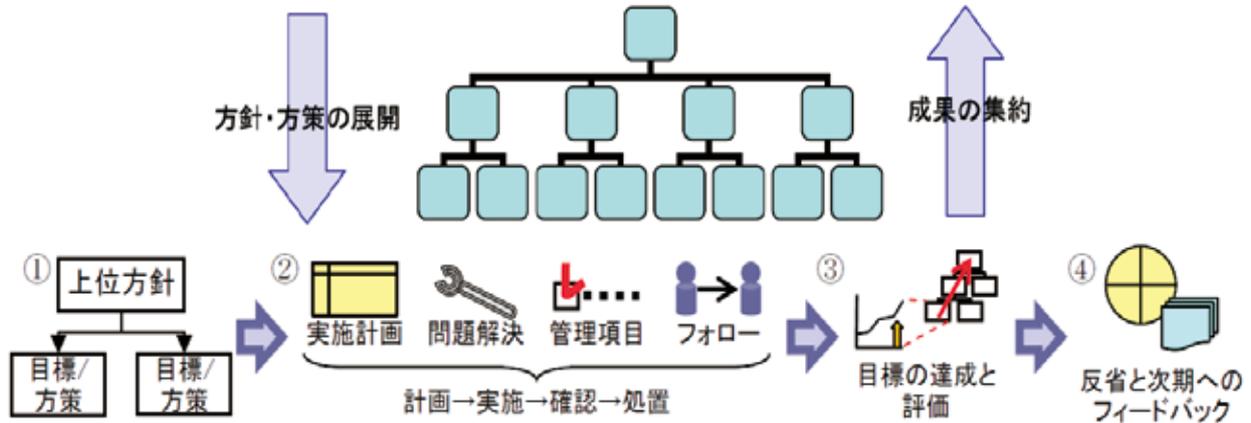
- ①科学的な取り組みの活用、問題解決力や目的意識の向上
- ②業務プロセスやマネジメント、組織体制のレベルアップ
- ③製品・サービスの品質や付加価値、競争力の向上

経営目標
への貢献

TQMにおける“しくみ”と“組織的アプローチ”

TQMにおいては、企業の“しくみ”に対して“組織的アプローチ”によって効果的な取り組みをします。最も有名でわかりやすい例は「方針管理」でしょう。方針管理では、企業全体の目標、あるいは経営計画などの大きな「目的」を、各部門、各部・課へと展開していき、より具体的な目標に落とし込みます。ただし、ただ単に数字を落とし込むのではなく、実行時点での

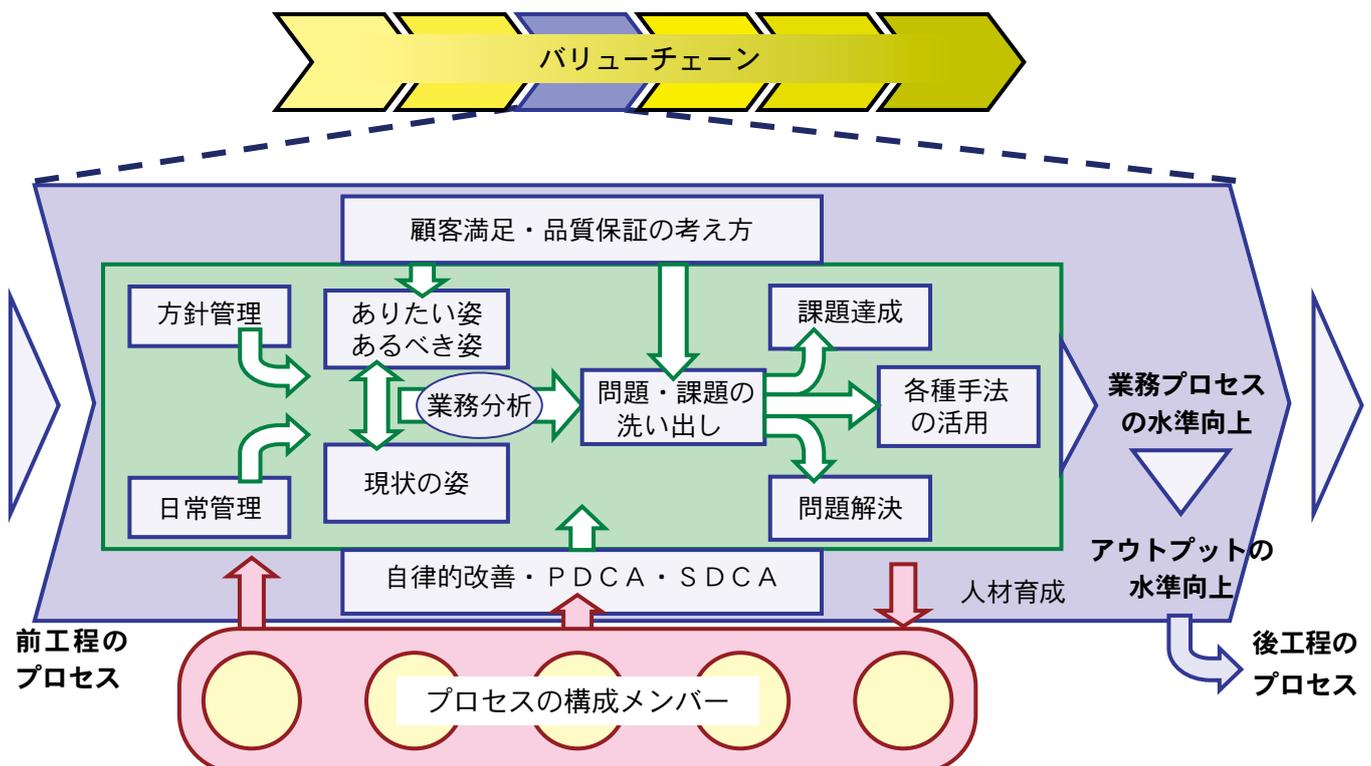
現場の取り組みを考え、重点課題や方策、管理項目などと併せて展開していきます。これにより、現場第一線はより効果的な活動に取り組むことができるようになります。また、これらの活動は大本の大きな目標を展開していったものですから、それらの現場の活動の成果を積み上げ、集約していくと、必然的に大きな目標＝経営目標の達成につながるようになります。



TQMにおける“しごと”と“プロセス重視”

TQMでは、バリューチェーンの考え方に代表される、全体の流れの中での各プロセス（＝部門、部・課）、またその各部・課の中でのしごとのプロセス（＝業務の進め方）の、両方の意味でプロセスを重視し、改善に努めています。業務プロセスの改善においては、SDCA・PDCA に基づいた日常的な業務管理、問題点を迅速に解消する活動、顧客満足の視点に立った業務の

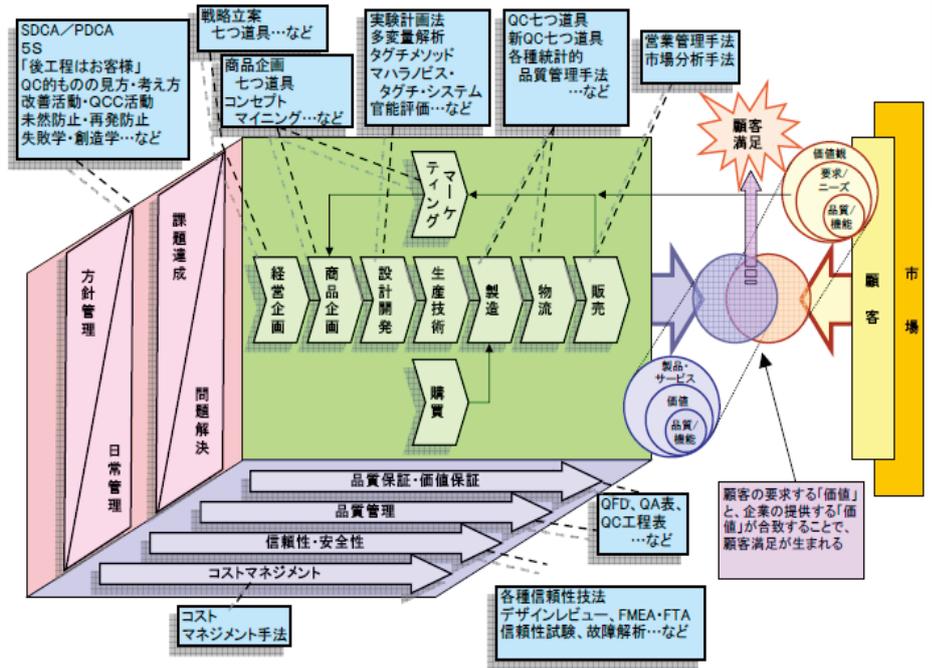
レベルアップを行います。「後工程はお客様」の意識でこれらの活動が各部門で行われることで、バリューチェーンのつながりも良くなります。また、全体のプロセスにおいては、品質保証やコストマネジメントといった部門の横軸を通した活動に加え、上記の“しくみ”の取り組みとの相乗効果により、全社的な目標の達成に寄与します。



TQMにおける“ひと”と“科学的アプローチ”

TQMでは、各プロセス・目的に応じたさまざまなツール（手法）が活用されています。上記の“しくみ”“しごと”における取り組みのベースになるのは、そこで働く“ひと”です。人材育成を通じてこれらのツール（手法）を普及させ、活用することにより、“しくみ”“しごと”における取り組みの精度が向上し、さまざまな効果を得ることができます。たとえば、5SやPDCAなどの基本的な考え方や、統計学をベースにしたさまざまな手法に加え、それらの手法を組み合わせることで戦略立案や商品企画を効果的に行うツールセットや、問題解決や課題達成などの思考フレームなどがあり、さまざまな企業で活用されています。

このように、科学的アプローチと組織的アプローチをプロセスに適用することで、業務プロセスの効果・効率の向上や、品質の向上に絶大な効果を発揮します。



ひと・しごと・しくみを取り巻く各種手法・取り組み

取り組みの相乗効果

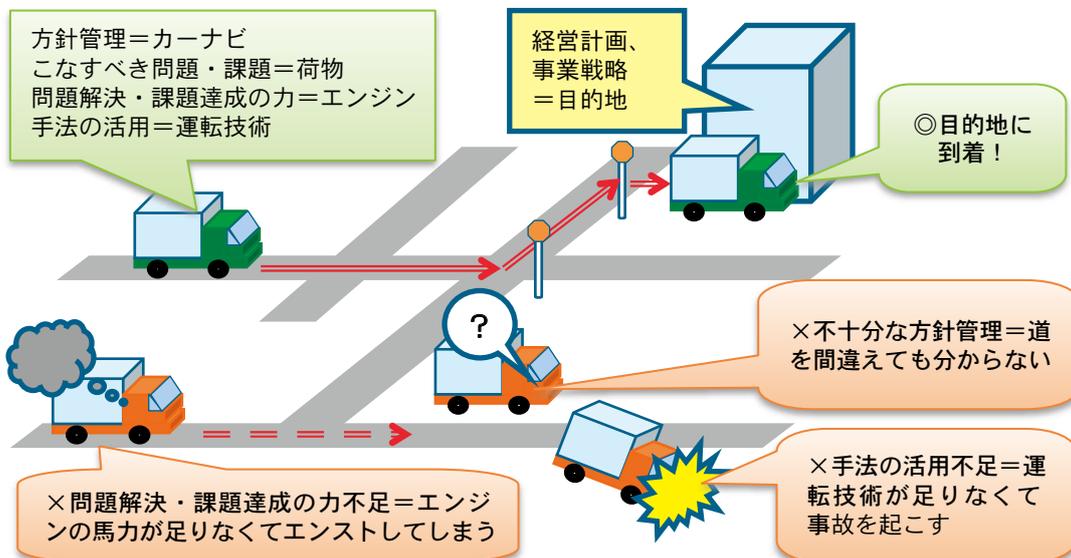
これまで述べてきたように、TQMにはさまざまな要素があり、それらは有機的につながりを持って活用されるものです。“しくみ”“しごと”“ひと”の連携、“組織的アプローチ”“プロセス重視”“科学的アプローチ”による効果の拡大により、“顧客志向”“人間性尊重”“利益創出”の視点が実現されることとなります。

これらの取り組みは、トラックで荷物を運ぶことに

例えられます。方針管理に代表されるしくみにより目標へのルートを決め、プロセスの改善力により業務をより効果的に進め、またさまざまな手法の活用がそれらの取り組みを支えます。

逆に言えば、TQMの取り組みを進めることにより、企業の目標に対して具体的かつ有効な達成手段を持つこととなります。

●方針管理、問題解決、課題達成が適切に行われている場合



●方針管理、問題解決、課題達成が適切に行われていない場合

TQMを通じた企業価値の向上

厳しい競争の中に置かれている日本企業では、いかにして自社の企業価値を向上させるか、という点が問われています。これは言い換えれば、いかにして自社の中に品質や価値などの面での「強み」を持つことができるか、という事です。

企業はそれぞれに特色を持ち、「強み」と呼ばれる部分を持っています。しかし、競合他社、特に近年でのアジア諸国やBRICSなどの企業の成長は目覚ましいものがあり、日本企業が持っているその「強み」が脅かされています。価格競争力は言うまでもなく、技術や商品企画、販売力などの面でも、一步一步、しかし確実に日本企業のレベルに近づいています。

このような中では、企業はどこか一ヶ所の「強み」に頼るのではなく、企業内の各プロセスで価値を創出できる「強み」

を構築し、それらを全体として積み重ねることで、企業としての「価値」を強化する必要があります。

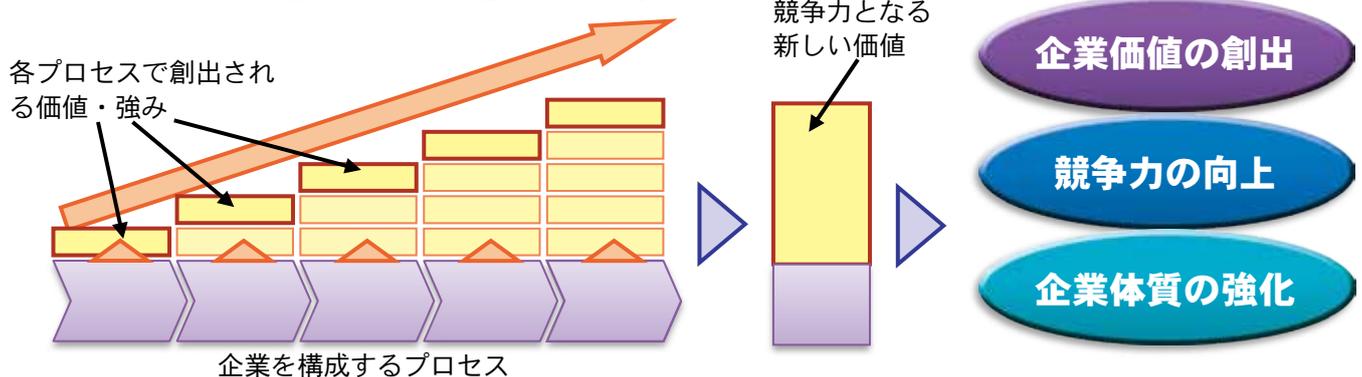
TQMでは、これまでに述べてきたように、企業の目指すべき方向性・目標に対し、組織・プロセス・個人のそれぞれにおいて科学的・組織的アプローチをすることで、さまざまな効果を得ることができます。いわば、各プロセスにおいて、プロセスとアウトプット双方の品質という観点から価値を創出すること、そしてそれらを全体としてマネジメントし、一つの大きな価値として連結させていくことが可能になります。

品質の向上、価値の創出、それらを通じた企業価値の向上。その実現のために、TQMをご活用下さい。

● TQMのしくみに基づいた取り組み



● 全体でベクトルを合わせた価値・強みの積み重ね



<TQMを通して得られる効果の例>

全体	経営目標・ビジョンの実現	企画	市場分析力、戦略立案力の向上
	マネジメント体制の確立	商品企画	データ分析力、企画力・創造性の向上
	品質向上・コスト低減・利益確保	設計開発	効率向上、信頼性・安全性の確保、技術整備
	企業体質改善・人材育成・意識向上	製造	生産性向上、品質向上、未然防止
	部門・機能の強化	営業	効率向上、受注・売上拡大

ISOからTQMへ

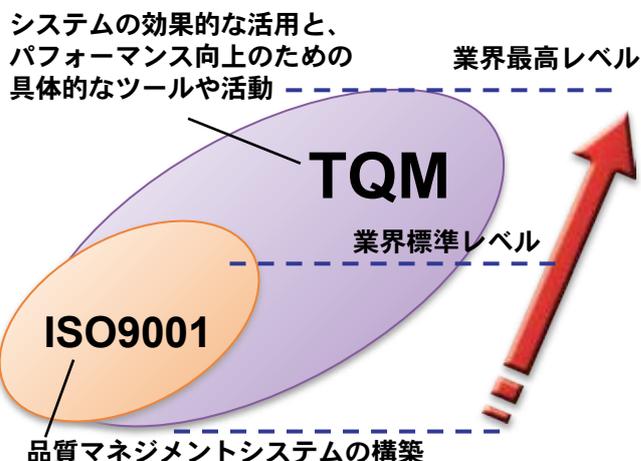
いま、さまざまな企業でISOが広く取り入れられています。ISO 9001を取得すると、顧客志向をベースとした品質マネジメントシステムを取り入れることになります。

それに対してTQMは、顧客志向と利益確保をベースに、戦略・人材育成・業務改善などの具体的な手段・取り組みを提示しています。

ISOによって構築したシステムの効果的な活用や、企業パフォーマンスの向上、利益創出できる体質への改善を考えるなら、ISOの取得を機会に、TQMへと進化させていくのが最適です。

日科技連では、日本品質奨励賞の活動の一環で、ISO 9001とTQM、それぞれの活動レベルを自己診断できる「ISO 9001からTQM活動への自己評価シート」を無料でダウンロード配布しています。この自己評価シートに自社の状況を記入していただくことで、自社の取り組みが、

ISOとTQMそれぞれでどのくらいのレベルにあるのか確認いただけます。また、記入したシートを日科技連にお送りいただくと、自社の現状と改善ポイントが分かる診断レポートを差し上げています。ぜひご活用下さい！



- 日本品質奨励賞：<http://www.juse.or.jp/jqa/>
- ISO9001からTQM活動への自己評価シート：<http://www.juse.or.jp/jqa/assessment/>
- 診断レポート申込み手順：<http://www.juse.or.jp/jqa/assessment/02.html>

TQMを導入・推進するコツ

1) 自社の活動状況を知る

TQMを導入・推進しようとするときに大切なのは、まず自社の活動状況・レベルを適切に把握することです。その中で自社の強みや弱みを知り、重点的に強化すべき点や、そのための方策・計画を確認することが、確実なレベルアップの近道です。

日科技連では「TQM活動・品質マネジメント活動 ステージアップ・ガイド」(セルフチェック用のガイド)や「企業の品質経営度調査」(他社との比較調査)などをご提供しています。



TQM活動・品質マネジメント活動
ステージアップ・ガイド
＜ダウンロードサイト＞
<https://www.juse.jp/qmsg/>

2) 段階的に推進する

特にTQMの導入期に高すぎる目標を設定してしまうと、息切れして高い意識を維持し続けるのが難しくなり、逆に活動の停滞を招いてしまいがちです。

そのような時には、活動に対して「マイルストーン＝一里塚、段階的な目標」を設定すると、やるべきことや目標が明確になり、活動が活性化します。



3) “賞”を活用する

一見、「賞」というとハードルが高く感じるかもしれませんが、明確で分かりやすい目標に挑戦することで「全社が一丸になる」「客観的な審査で強み・弱み分かる」「活動の大幅なレベルアップが図れる」などの効果が得られます。

日科技連では、TQM・品質経営に関する表彰活動を長年に渡り実施しています。ぜひご活用ください。

＜日科技連で行っている表彰活動＞

デミング賞
<http://www.juse.or.jp/deming/>

日本品質奨励賞
<http://www.juse.or.jp/jqa/>

各賞の詳細は、日科技連ウェブサイトでご覧いただけます。

TQM・SQC関連セミナー開催予定一覧<2016年度>

※下記の日程は2015年12月現在のものです。予告なく変更される場合がありますのでご注意ください。【ver2】

新規	セミナー名	日程		地域	参加費(税込)		役職			TQM/品質経営/マネジメント								
		回数	前期		後期	一般	会員	役員	部長 課長	係長 主任	一般	概論	推進	品質管理 品質保証	方針管理	日常管理 標準化	問題解決	課題達成
	役員のための品質経営セミナー	1	7/12(火)~13(水)	東京	一般	153,360円	◎											
		2	2/7(火)~8(水)															
	TQMセミナー入門コース	1	7/19(火)~21(木)	東京	一般	68,040円	○	○	○	○	○	○	○	△	△	○	○	△
		2	1/30(月)~2/1(水)	東京														
		3	2/16(木)~17(金)	大阪														
	実践問題解決セミナー マネージャーコース	1	6/15(水)~16(木)	東京	一般	96,120円	◎											
		2	10/19(水)~20(木)	東京														
	係長・主任のための 品質保証・品質管理セミナー	1	8/24(水)~25(木)	東京	一般	77,760円		○										
		2	11/1(火)~2(水)	大阪					◎									
	管理者とリーダーのための 業務の「見える化と改善」セミナー	1	7/25(月)	東京	一般	36,720円		○										
		2	12/2(金)	東京														
★	組織力向上のための リーダーシップ・マネジメントセミナー	1	10/26(水)	東京	一般	23,760円	○	◎										
★	自工程完結セミナー(仮)	1	未定	東京	一般													

スタッフ業務やマネジメント業務における「見える化」を進めることで、「業務目的とプロセス、ムダや重複などの可視化」業務レビューと改善「業務の品質保証」「部門間の連携強化」「方針管理の推進」「新規事業の円滑化」などに役立てていただきます。

「失敗学」伝達力の濱口哲也氏の贈る新セミナーです。
「あるべき」の精神論ではなく、近年みられる「定形型リーダー・マネージャー」の『現状』『悪さ』『対応策』を論理的に解説し、真のリーダーになるための目的付け所、行動原理を学んでいただけます。半日セミナーですので、お気軽にご参加いただけます。

企画検討中

↑◎：特に重点をおく項目 ○：講義する項目 △：講義内で触れる程度の項目

新規	セミナー名	回数	日程	地域	参加費(税込)		役職			部門別/目的別								
					一般	会員	役員	部長 課長	係長 主任	一般	経営企画	商品企画	設計・開発 技術	品質管理 品質保証	資材・購買	製造	営業・販売	
	事業戦略立案セミナー	1	10/13(木)~14(金)	東京	一般	72,360円	64,800円	○	○	○	○	○	△					
	新・商品企画七つ道具セミナー入門コース	1	7/27(水)~28(木)	東京	一般	70,200円	62,640円	○	○	○	○	○	△					
		2	1/18(水)~19(木)	東京														
★	「未来の顧客価値」を起点にした 新製品・サービス開発手法セミナー	1	8/29(月)	東京	一般	361,800円※1	324,000円※1	○	○	○	○	○	○					
	革新的課題解決セミナー	1	7/14(木)~15(金)	東京	一般	66,960円	59,400円	○	○	○	○	○	◎					
		1	9/14(水)~16(金)	東京														
	コストマネジメントセミナー	1	7/11(月)	東京	一般	54,000円	43,200円※2	○	○	○	○	○	○					
★	高収益への転換のカギ「品質コストマネジメント」	1	6/28(火)	東京	一般			○	○	○	○	○	○					
	業務効率向上のための 論理的伝達力マスターセミナー	2	8/30(火)	東京	一般			○	○	○	○	○	○					
		3	10/27(木)	東京														
		4	11/25(金)	大阪														
		5	2/24(金)	東京														

「あいまいさ」を許しやすい日本語の特徴に加え、メール等の非対面コミュニケーションの増加により、言葉の解釈の違い、意図の読み違え、伝達の不備が発生し、それがトラブルや効率の悪さにつながっています。本セミナーでは、論理的な思考力・伝達力を養成し、業務効率の向上を目指します。指導講師に「失敗学と創造学セミナー」の濱口哲也氏(東京大学)を迎え、理論と実務の両面から楽しく学んでいただきます。部門・役職に関係なく、ご活用いただけます。

※1：参加費は1チーム(標準5名/最低3名/最大7名)あたりの金額です。詳細はセミナーページをご参照ください。
※2：日経BP社との共催事業のため、日経BP社発行の雑誌定期購読者の方は会員価格でご参加いただけます。

↑◎：特に強い関連がある ○：関連がある △：間接的に関連がある

TQM・SQC関連セミナー開催予定一覧<2016年度>

※下記の日程は2015年12月現在のものです。予告なく変更される場合がありますのでご注意ください。【ver2】

新規	セミナー名	回数	日程	地域	参加費(税込)		役職			未然防止			セミナー内容の違い
					一般	会員	役員	部長 主任	一般	未然防止の 考え方	しくみ作り	情報整理 システム化	
	品質トラブルの未然防止セミナー	1	5/24(火)	東京	37,800円	32,400円		○			◎		品質トラブルの起こる原理や、未然防止の考え方や、取り組みを進めるしくみ作り
		2	7/26(火)	大阪			○						
		3	11/22(火)	東京									
	失敗学と創造学セミナー	1	5/17(火)~18(水)	東京									失敗の真の姿を理解すると共に、生じた技術課題などをクリアするための論理的な思考法
		2	7/12(火)~13(水)	大阪									
		3	9/27(火)~28(水)			52,920円	45,360円	○	○	○	◎	◎	
		4	11/1(火)~2(水)	東京									
		5	2/22(水)~23(木)										
	設計開発における不具合未然防止のための知識活用セミナー	1	7/14(木)~15(金)		72,360円	64,800円	○	○	○	○	◎		トラブル情報の収集・分類・整理や再利用等に威力を発揮するシステム/ツール
		2	2/2(木)~3(金)	東京									

新規	セミナー名	回数	日程	地域	参加費(税込)		概要		
					一般	会員	1965年に開設。毎年6月と12月に開催。品質管理・TQMの今後の発展のため、毎回時宜を得たテーマを設定し開催しています。品質経営のための先取性と次代の指針と最新情報を入手できます。	品質機能展開(QFD)を中心に、企画、設計、開発、開発、品質保証の各分野におけるツール群についての研究発表、QFDの融合モデルなどの最新情報の発信を行います。	2008年に開設。知識構造化、SSM(ストレス-ストレングスマodel)を中心に不具合の再発防止や未然防止、製品安全に役立つ最新情報を提供します。
	品質管理シンポジウム	102回: 6/2(木)~4(土) 103回: 12/1(木)~3(土)		箱根	下記をご覧ください※3				
	品質機能展開シンポジウム	22	11/24(木)~25(金)	東京	21,600円	20,520円			
	知識構造化シンポジウム	8	9/9(金)	東京	未定				
	クオリティフォーラム 2016	-	11/21(月)~22(火)	東京	38,880円	34,560円			

※3: ①シンポジウム賛助会員: 1口 187,920円 ②一般: 129,600円
 ・会員特典: 各回1口1名無料、2人目以降割引価格(43,200円)
 ・参加費には食事代を含みます。宿泊費、交通費はご自身いただきます。
 →シンポジウム賛助会員とは異なります。詳しくは担当にお問い合わせください。

■ TQM・SQC関連セミナー開催予定一覧<2016年度>

※下記の日程は2015年12月現在のものです。予告なく変更される場合がありますのでご注意ください。【ver2】

新規	セミナー名	回数	日程		地域	参加費(税込)		対象階層 レベル 前提知識	対象部門					備考			
			前期	後期		一般	会員		商品 企画	研究	設計・ 開発	製造	検査		品質保証・ 品質管理		
	早わかりコース	1	5/16(月)		東京	25,920円	20,520円	初心者～									
		2	9/30(金)														
	品質機能展開セミナー		基礎編	実践編													
		1	6/1(水)～2(木)	6/3(金)	東京	91,800円 ※4	84,240円 ※4	初心者～ ※基礎編：初心者～ ※実践編：基礎編または 旧・入門コース修了レベル		○	○	○				○	
		2	9/13(火)～14(水)	9/15(木)													
		3	10/26(水)～27(木)	10/28(金)	大阪												
		4	12/7(水)～8(木)	12/9(金)	東京												
	技術力で 差をつけるための 実験計画法実践 セミナー		エントリーコース ※①														
		1	5/19(木)～20(金)														
		2	8/3(水)～(木)														
		3	11/1(火)～2(水)														
		1	6/8(水)～9(木)	7/19(火)～20(水)	東京												
		2	9/6(火)～7(水)	10/11(火)～12(水)													
		3	12/13(火)～14(水)	1/18(水)～19(木)													
		1	10月～12月(2日×3ヶ月)														
			第1月：10/27(木)～28(金)														
			第2月：11/17(木)～18(金)														
			第3月：12/5(月)～6(火)														
	多変量解析法セミナー		入門コース		東京	98,280円	90,720円	初心者～									
		1	6/6(月)～7(火)	7/11(月)～12(火)													
		2	10/24(月)～25(火)	11/21(月)～22(火)													
	タグチメソッド		活用コース		東京	99,900円 ※5	92,880円 ※5	入門修了レベル 相関分析、回帰分析、主成分分析の 基礎知識		○	○	○				○	
		1	1/30(月)～31(火)	2/27(月)～28(火)													
		1	6/20(月)～21(火)		東京	52,920円	45,360円	直交表の基礎知識			○	○				○	
		2	10/13(木)～14(金)														
	マハラノビス・ タグチ・システム		入門コース		東京	69,120円	61,560円	多変量解析法の基礎知識									
		1	5/30(月)～31(火)														
		2	12/6(火)～7(水)														
	官能評価セミナー		1	5/31(火)～6/1(水)	7/5(火)～6(水)	東京	99,900円	90,720円	平均・分散・相関係数・検定・推 定の基礎知識	○	○	○	○	○	○	○	
		2	10/4(火)～5(水)	11/8(火)～9(水)													

※4：基礎編のみ：一般70,200円/会員62,640円 実践編のみ：一般32,400円/会員30,240円(税込)
※5：前期のみ・後期のみの場合各 一般54,000円/会員46,440円(税込)

■ TQM・SQC関連セミナー開催予定一覧<2016年度>

※下記の日程は2015年12月現在のものです。予告なく変更される場合がありますのでご注意ください。【ver2】

新規	セミナー名	回数	日程		地域	参加費(税込)		対象階層 レベル 前提知識	対象部門					備考		
			前期	後期		一般	会員		商品 企画	研究	設計・ 開発	製造	検査		品質保証・ 品質管理	
	品質管理セミナー	1	5/24(火)~27(金)	6/21(火)~24(金)	東京	151,200円	129,600円	初心者~								
		2	6/7(火)~10(金)	7/5(火)~8(金)	大阪											
		3	7/19(火)~22(金)	8/23(火)~26(金)	東京											
		4	10/4(火)~7(金)	11/8(火)~11(金)	大阪											
		5	11/8(火)~11(金)	12/5(月)~8(木)	東京											
		6	1/24(火)~27(金)	2/20(月)~23(木)	東京											
	ベーシックコース	129回	5月~10月※6(5日×6ヶ月)		東京	581,040円	516,240円	実務経験3年以上								
		130回	10月~3月※6(5日×6ヶ月)		東京 大阪											
	Excelによる予測と要因解析のための 回帰分析活用セミナー	1	8/29(月)		東京	34,560円	29,160円	回帰分析の基礎知識								
	新QC七つ道具セミナー	1	6/8(水)~10(金)		大阪											
		2	7/11(月)~13(木)		東京	68,040円	58,320円	初心者~								
		3	11/29(火)~12/1(木)		東京											
★	層別図解法マスター1日コース	1	9/28(水)		東京	34,560円	29,160円	初心者~								
	モノづくりにおける 問題解決のための データサイエンス	1	予備コース：5/16(月)		東京	〈予備+基礎+活用〉 154,440円/140,400円		〈予備コース〉 初心者~ 〈基礎編・活用編〉 大学教養程度の行列、重回帰分析、 主成分分析等								
			基礎編：5/17(火)~18(水)													
		活用編：6/20(月)~21(火)														
		予備コース：11/7(月)														
	2	基礎編：11/8(火)~9(水)			96,120円/86,400円											
		活用編：12/1(木)~2(金)			72,360円/64,800円											
★	設計コース	1	3/7(火)~9(木)		東京	108,000円	97,200円	応答曲面法の知識								

※6：詳細は日科技連ウェブサイトにてご確認ください

役員のための品質経営セミナー

— 競争優位実現のために必要な品質教育の決定版! —

キーワード	品質経営、TQM														
対象	対象階層：取締役、執行役員もしくはそれに準ずる方 / 対象部門：全般														
概要	<p>品質経営・TQMの基本的な考え方から、その効果や導入・推進、役員の役割などについて学んでいただけます。</p> <p>品質経営・TQMの導入・推進、自社のレベルアップや現状打破、役員または担当部門への就任にともなう知識習得、などを望まれる方にお勧めのセミナーです。</p>														
特長	<ul style="list-style-type: none"> 大学の専門家の講義を通し、TQMとはなにか、またTQMが企業経営にどのようなインパクトを与えるのか、基礎から学んでいただけます。 企業の実務経験者（3名）をお招きし、企業の経営者の立場から、企業におけるTQMの実際をご講演いただきます。 グループ討論とQ&Aにより、実際に品質経営をどのように役立てるか、討論いただきます。 さまざまな企業からの参加者同士で異業種交流をはかれます。 														
カリキュラム	<table border="1"> <tr> <th>1日目 (10:00~21:00)</th> <th>2日目 (9:00~16:00)</th> </tr> <tr> <td> 講義1：「企業経営に貢献するTQM」 「経営戦略と方針管理」など 企業講演1/企業講演2 夕食懇談会、グループ討議、情報交流会 </td> <td> 企業講演3 講義2：「企業における品質経営」 Q&A </td> </tr> </table> <p>※各講義・講演タイトルは、講演者が決定してから確定します。</p>	1日目 (10:00~21:00)	2日目 (9:00~16:00)	講義1：「企業経営に貢献するTQM」 「経営戦略と方針管理」など 企業講演1/企業講演2 夕食懇談会、グループ討議、情報交流会	企業講演3 講義2：「企業における品質経営」 Q&A										
1日目 (10:00~21:00)	2日目 (9:00~16:00)														
講義1：「企業経営に貢献するTQM」 「経営戦略と方針管理」など 企業講演1/企業講演2 夕食懇談会、グループ討議、情報交流会	企業講演3 講義2：「企業における品質経営」 Q&A														
日程・会場・参加費 (税込)	<table border="1"> <thead> <tr> <th>回数</th> <th>日程</th> <th>会場</th> <th>参加費※3</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>7/12(火)~13(水)※1</td> <td>東京※2</td> <td>一般：174,960円</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>2017.2/7(火)~8(水)※1</td> <td>東京※2</td> <td>会員：153,360円</td> </tr> </tbody> </table>	回数	日程	会場	参加費※3	1	7/12(火)~13(水)※1	東京※2	一般：174,960円	2	2017.2/7(火)~8(水)※1	東京※2	会員：153,360円		
回数	日程	会場	参加費※3												
1	7/12(火)~13(水)※1	東京※2	一般：174,960円												
2	2017.2/7(火)~8(水)※1	東京※2	会員：153,360円												
セミナー・データ & 参加された方々の声	<p>参加目的は達成されましたか？</p> <p>達成できた 96.1%</p> <p>参加者層</p> <table border="1"> <caption>参加者層</caption> <thead> <tr> <th>役職</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>会長・社長・副社長</td> <td>47.3%</td> </tr> <tr> <td>事業所長・支社長・工場長</td> <td>38.5%</td> </tr> <tr> <td>専務・常務・取締役</td> <td>11.5%</td> </tr> <tr> <td>部課長</td> <td>8.7%</td> </tr> <tr> <td>事業本部長・事業部長</td> <td>3.8%</td> </tr> </tbody> </table>	役職	割合	会長・社長・副社長	47.3%	事業所長・支社長・工場長	38.5%	専務・常務・取締役	11.5%	部課長	8.7%	事業本部長・事業部長	3.8%	<ul style="list-style-type: none"> TQC、TQMのあるべき姿が再認識できた。また、発表のあった各社の考え方、実施例は非常に参考になった。 社内にTQMを展開するときの基本的な考え方や、経営としてのリーダーシップの取り方など大いに参考になった。 品質という内容がいかに経営に必要なものを理解できた。自らの職場に活かせる内容も多く、改善活動を継続することができ、勉強になった。 TQM推進を主体的に行おうという役員にはベストフィットと思う。 	
役職	割合														
会長・社長・副社長	47.3%														
事業所長・支社長・工場長	38.5%														
専務・常務・取締役	11.5%														
部課長	8.7%														
事業本部長・事業部長	3.8%														
備考	<p>※1：本セミナーは宿泊研修になります。</p> <p>※2：セミナーハウス・フォーリッジ（東京都世田谷区）</p> <p>※3：参加費には宿泊代（シングル）、食事代、テキスト資料代などを含みます。2週間前からキャンセル料が発生します。会場への前泊（朝食付き）を希望される場合は、別途料金（11,524円・税・サービス込み）がかかります。</p>														

■ 充実した講師陣… [講義×2件]



**企業における
品質経営の進め方**

狩野 紀昭 氏
(東京理科大学
名誉教授)



**経営に貢献する
TQM**

長田 洋 氏
(文教大学 情報学部
教授
東京工業大学
名誉教授)

■ 過去の企業講演者… [講演×3件] (※講演者の所属・役職は講演当時のものです)

■ 2015年度 第2回コース



**継続的改善の風土
とデミング賞・デ
ミング賞大賞への
挑戦**

長谷川 裕恭 氏
(株)メイドー
代表取締役社長)



**『SKYACTIV』と
『マツダモノ造り
革新』**

金井 誠太 氏
(マツダ株
代表取締役会長)



**ダイキンのグロー
バル戦略と人基軸
の経営**

十河 政則 氏
(ダイキン工業株
代表取締役社長
兼 CEO)

■ 2015年度 第1回コース



**セキソールのTQM
活動
～お客様から必要と
される企業を目指し
て～**

林 新一 氏
(株)セキソー
取締役社長)



**コニカミノルタに
おける品質経営の
取り組み
～お客様と社会に対
し新しい価値の創造
にチャレンジ～**

家氏 信康 氏
(コニカミノルタ株
常務執行役)

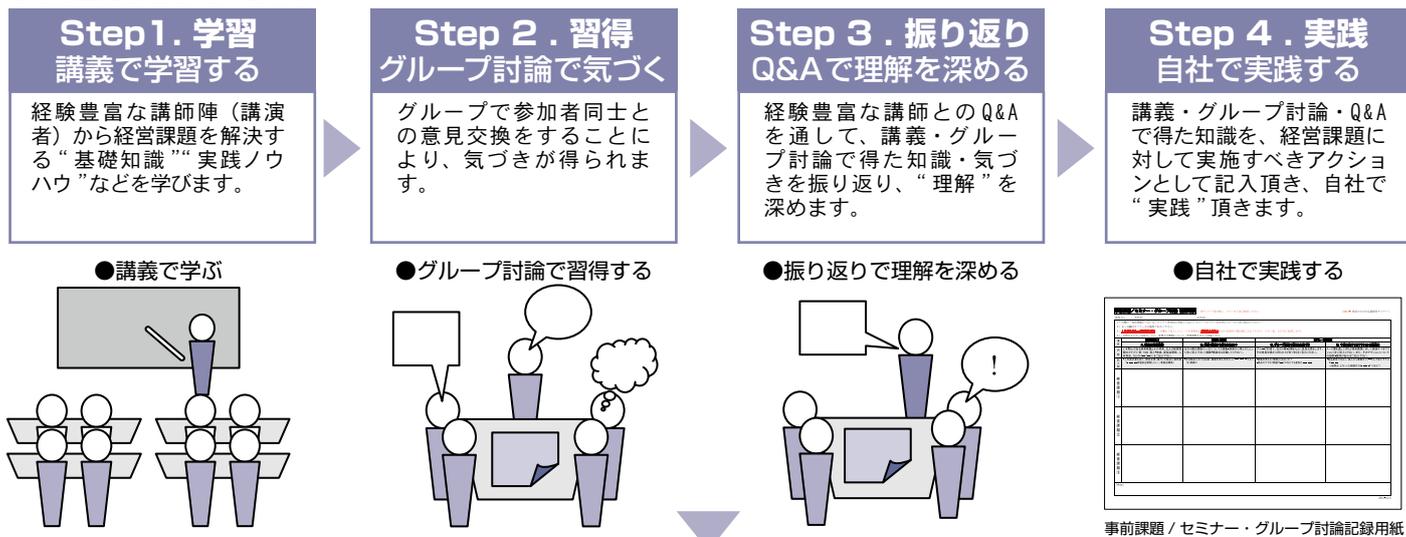


**コマツのモノづくり
～グローバル企業を
支える現場力とコマ
ツウェイ～**

野路 國夫 氏
(株)小松製作所
代表取締役会長)

4ステップによる “実践力” の向上

本セミナーでは、「講義」「グループ討論」「全体のまとめ(Q&A)」「事前課題」の4ステップを踏むことにより、知識の習得と実践力の向上をはかっています。



**この4ステップを通して知識を身につけ、経営幹部として
経営課題を解決するヒントが得られます！**

過去のグループ討論カテゴリ (経営課題)

- 人材育成
- 品質の確保
- 新製品開発
- 組織の活性化
- コストの低減
- CSの向上
- TQMの推進

TQMセミナー入門コース

— TQMの考え方、活動内容、進め方を基本から学べます —

キーワード

TQM、総合的品質管理、基礎、考え方、導入・推進、改善活動

対象

対象階層：一般～役員 / 対象部門：全般

- ・ TQMの導入を検討されている企業の方
- ・ TQMを推進される方、また自社 TQMの活性化をねらう方
- ・ 新しく TQMの推進部門に携わられる方
- ・ 新任マネージャーの方

概要

TQM・品質管理の基本的な考え方や、経営における位置づけ・役割、導入・推進のノウハウと、実施企業の事例をご紹介します。TQM（総合的品質管理）の導入を考えている企業の方、もう一度TQMの推進について見直したい方、新たにTQM または品質管理の担当になられた方、スタッフ・マネージャーとして基礎知識を習得したい方などにお勧めのセミナーです。

特長

- ・ TQMに初めて触れる方、または、今まで何となくはTQMを理解していたがきちんと学んだことがなかった方、新任マネージャーの方などにお勧めの内容です。
- ・ ①TQMの考え方や位置づけ・役割・効果／②改善活動など実際の取り組み／③TQMの導入・推進のコツ／④TQM実践事例（2件）などを学んでいただけます。

カリキュラム

1日目 (9:20~18:30)	2日目 (9:30~18:15)	3日目 (9:30~16:30)
経営におけるTQMの役割、顧客満足・品質保証と品質の考え方、TQM実践事例1（全社推進事例）	TQMにおける改善活動、TQM実践事例2（部門推進事例）	管理の考え方と進め方、部課におけるTQMの考え方、総合質疑

日程・会場 ・参加費（税込）

回数	日程	会場	参加費
1	7/19(火)～21(木)	東京	一般：77,760円
2	2017.1/30(月)～2/1(水)	東京	会員：68,040円

セミナー・データ & 参加された 方々の声

参加目的は達成されましたか？



社内に勧められるセミナーですか？



- ・ TQMの基本について解り易く理解できた。また、ケーススタディを交えて事例や他社の取り組みについて見る事ができ、有益であった。
- ・ TQMを推進していくうえでの基本的な考え方、活動方法、他社事例等、広範囲にわたり細かくご指導頂き今後全社展開していく上での基礎となる部分を理解できた。
- ・ それぞれの組織、会社にあった進め方があり、管理の考え方、進め方について学ぶことができたのでよかった。
- ・ 社内のISO 9000及びQC活動との整合性を理解することができ、製品開発時の今までの疑問点を解決出来る。
- ・ TQMの全体像が理解でき、改善活動の思考の道筋を身に付けられた。これらは当社のどの部門でも役に立つ知識だと思われるので、勧める事ができる。
- ・ 継続的な全社活動としていく為には基本となる部分の理解が重要だと考える。上司よりの教育でもまかなえない部分があると思われるため、本セミナーのような場で指導頂く事が重要であると感じている。

セミナーで学べること

本セミナーでは、TQMの基本を以下のポイントを通して学んでいただけます。

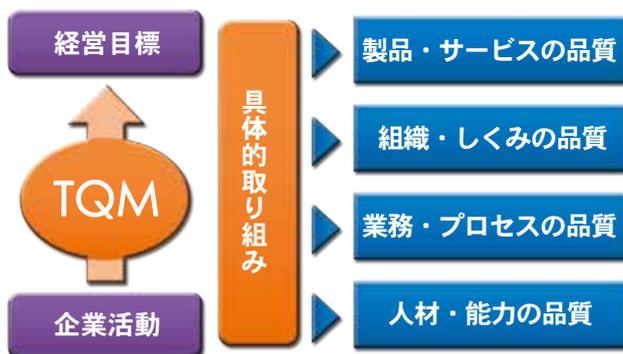
- ① TQMの概要（基本的な考え方、経営における位置づけ・役割）
- ② 顧客満足・品質保証（TQMを通して何を求め、実現していくのか）
- ③ TQMにおける改善活動（実際の活動の一端）
- ④ TQMの導入・推進（うまく進めていくノウハウ）
- ⑤ 管理の考え方・進め方（マネジメントの要点）
- ⑥ TQM実践事例



こんな方にお勧めです

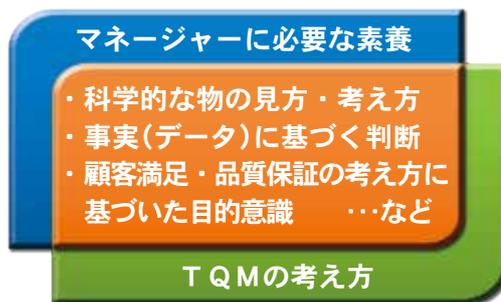
① TQMの導入・推進に携わられる方

TQMの基本や導入・推進のノウハウを学びたい方にお勧めです。



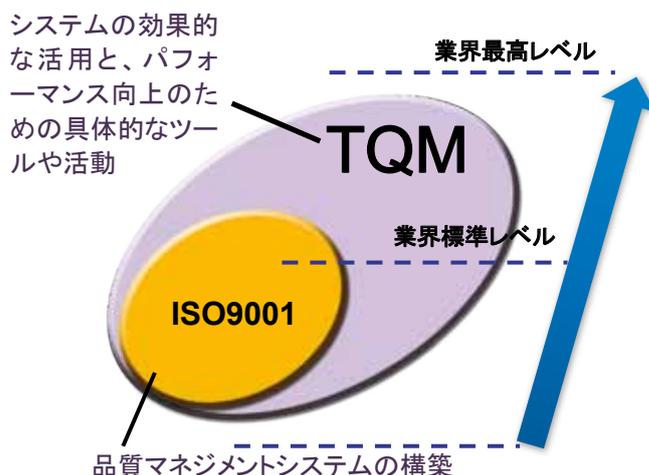
② 新任マネージャーの方

TQMでは、科学的な物の見方・考え方や、事実（データ）に基づく判断など、合理的な考え方を重視します。実は、これはマネージャーに必要な基礎素養と同じです。マネージャーの方々の基礎教育としても本セミナーは有効です。



③ ISO取得後、さらなる改善をお考えの方

本セミナーは、ISO取得企業の方へもお勧めです。ISOによって構築したシステムの効果的な活用や、企業パフォーマンスの向上、利益創出できる体質への改善を考えるなら、ISOの取得を機会に、TQMへと進化させていくのが最適です。



実践事例を通して学ぶ効果とノウハウ

本セミナーでは、TQM実践企業の事例発表を2件お聞きいただけます。発表するのはいずれも、日本を代表するTQMの表彰である「デミング賞」「日本品質奨励賞」の受賞企業の導入・推進担当者です。経験者だからこそ語れる生のノウハウをお聞きください。

[2015年度事例発表企業]

- ① 株セキソー（デミング賞 受賞会社）
- ② オージー技研株（日本品質奨励賞 受賞企業）

方針管理セミナー実践コース

－ 目標達成のためのマネジメントと人材育成 －

キーワード 方針管理、管理項目、目標達成、業務マネジメント、マネージャー育成

対象 対象階層：課長～役員 / 対象部門：全般

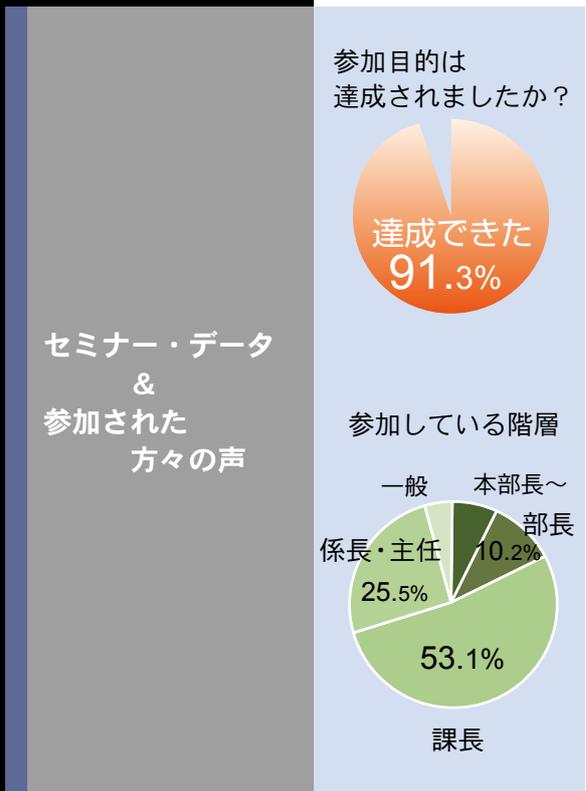
概要 経営目標達成のための実践的なマネジメント手法である方針管理について、基本・概要から実践手順（方針の設定・展開・実施・評価・処置）、導入・推進ノウハウなどを学んでいただけます。方針管理を実践される方、導入・推進をされる方はもちろん、マネージャーの人材育成にもお勧めのセミナーです。

特長

- ・講義と演習、ケーススタディを組み合わせ、知識と実践の両面から学べます。
- ・実践企業の担当者による、事例発表を聞くことができます。
(2015年度発表企業：アイシン精機株、サンデンホールディングス株)
- ・日科技連オリジナル「方針管理に関する帳票類」「Q&A集」を配付します。

	1日目 (9:20～19:00)	2日目 (9:30～17:00)
カリキュラム	講義：方針管理の基本事項、方針の設定、展開 演習1：方針の設定 演習2：管理項目 ケーススタディ1：方針展開	講義：方針の実施・評価と処置、 方針管理の導入と推進 ケーススタディ2：評価と処置 事例発表、総合質疑、まとめ
	※JSQC規格「方針管理の指針」が2016年はじめに発行予定です。研修内容は、JSQC規格に対応してリニューアルを予定しています。	

日程・会場 ・参加費 (税込)	回数	日程	会場	参加費
	1	9/29(木)～30(金)	東京	一般：72,360円 会員：64,800円
2	11/1(火)～2(水)	大阪		
	3	2017.2/16(木)～17(金)	東京	



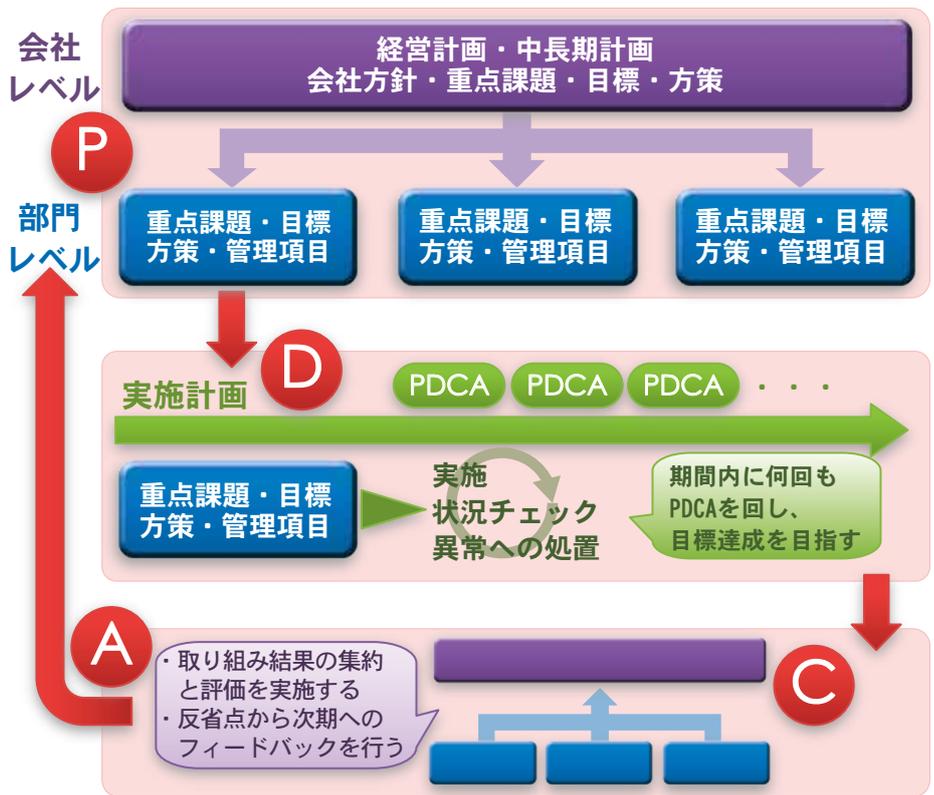
- ・方針管理の一連の流れ、施策、評価のポイントを学ぶことができました。また、事例を紹介いただけた点は大変良かった。
- ・マネジメントが自分たちの業務にどう関わっているのか、また、関わるべきかが良く理解でき、見え方が変わった。
- ・営業部の目標管理について、方針管理を積極的に導入していきたい。
- ・方針管理を全社に推進する事務局という立場で参加したが、方針管理基本から現場に踏み込んだ内容まで学習・確認することができた。今回の内容を各事業部に広めたいと考えている。
- ・TQMを実施している部署に限らず、日常管理の大切さも含めて、本セミナーの受講による気づきがたくさん得られると思う。
- ・資料も豊富であり、予備知識が少なくても受講することにより知識の理解ができる
- ・方針管理をしっかり学ぶことにより、会社の力が強くなると感じられた。「部課長のあるべき姿」を勉強してもらいたい。
- ・参加者のモチベーションが高い。講師の方々がいずれも経験豊富で説得力がある。

目標達成のための実践的マネジメント

方針管理は以下のような特徴を持っています。

- ①経営目標の展開と具体化
- ②現場業務の明確化
- ③業務レベルのPDCA
- ④上司と部下の業務目線を合わせる
コミュニケーションツール
- ⑤振り返りによるマネージャーの育成
- ⑥全社レベルのPDCA

これにより、目標達成だけでなく、現場業務の明確化や、部門内のコミュニケーションの円滑化、マネージャーの自己成長などをはかることができます。



TQM/品質経営
マネジメント

方針管理 自己診断チェック表

1. 方針管理を適切に導入・推進していますか？

- 方針管理を進めようとしても、面倒くさいと言ってやらない人がいる
- 方針管理が単独で扱われ、改善活動や日常管理と関連づけられていない
- 方針管理のしくみ・進め方が昔から変わっておらず、特に改善点が見えない
- マンネリ化しているという陰の声がアチコチから聞こえてくる
- フォーマットなどの形は整っているが、方針の中身が希薄で形式のみ先行している

2. 方針管理について、適切な普及・教育を行っていますか？

- 新任マネージャーに対する方針管理教育を特に行ってない
- 各マネージャーに対し「方針管理を適切に進めているか」など、反省させることはない
- 方針管理も目標管理も似たようなものだと思われている

3. 方針管理のしくみを適切に運用していますか？

- 経営ビジョン、中期経営計画、年度会社方針の関係が適切に連動して展開されていない
- 方針を展開する際に、目標だけが降りてきて、方策には触れられていない
- 上位の目標が、何も変わらずそのまま下にスライドしてくる
- 重点課題を設定していない
- 管理項目＝目標項目と考えられている
- 方策系の管理項目（方策を実施する際の評価基準）が設定されていない
- 実施計画があいまいで5W1Hが明確になっていない
- 進捗状況が定期的に確認されない
- 上位者の関心が薄く、進捗状況をチェックしない
- 目標値の達成状況は見られるが、方策の内容についてはあまり気にされない
- 達成状況について計画と実績にずれがあっても、特に処置は取られない
- 目標が未達の場合でもその年限りの話になってしまい、特に未達原因や重点施策の検証を行って次期に活かすような事はない
- 結果ばかり見て、プロセスはあまり気にされない

4. 方針管理の成果は出ていますか？

- 成果以前に、目標を設定しても活動が放置され、その結果も確認されていない
- 目標が厳しすぎて現実的ではなく、目標達成に至らない
- 目標自体がそこそこのレベルで止まっているため、成果もあまり期待できない

〔チェック表の使い方〕

自社の実態に当てはまるチェック項目にレ点を付け、その数をカウントしてください。

<1~4個>

多少問題はありませんが、概ね順調と言えます。とりあえず、チェックの入った問題点を見直してみましょう。

<5~9個>

問題が表面化し、方針管理の運営に支障が生じていませんか？早急に原因を調べて全体的な対策を打つことをお勧めします。

<10~15個>

かなり問題が多いようです。もう一度、方針管理のしくみから見直すことをお勧めします。

<16個以上>

かなり深刻な状況と思われます。根本から見直す必要があります。

実践問題解決セミナーマネージャーコース

－ 状況に対処し、自律的な改善・向上を実践するための問題解決・課題達成の思考と技術 －

キーワード 顧客満足、品質保証、方針管理、日常管理、問題解決、課題達成、マネージャーの役割

対象 対象階層：課長～部長 / 対象部門：全般

概要 マネージャーに必要とされるさまざまな能力要件の基盤となる視点やスキル、その実践能力を短期間で養成します。マネージャーとしての力量の向上はもとより、部下育成のベースとなる問題解決・課題達成の基本と実践を学んでいただけます。また、異業種交流によるマネージャーとしての意識向上も狙えます。

特長

- ・講義と演習により、知識と実践の両面からマネージャー育成を図れます。
- ・「グループ研究」では、実際に自分の問題・課題を持ち寄って相互検討します。(秘密保持誓約による情報保護あり)
- ・グループごとに専任講師を置き、密度の高い指導を実施します。また、期間後も専任講師によるアフターフォローが受けられます。

	1 日目 (9:20～19:00)	2 日目 (9:30～17:00)	3 日目 (9:30～16:30)
カリキュラム	「顧客満足向上への品質保証」 「経営目標を達成するための方針管理、業務目的を効率的に達成するための日常管理」 グループワーク「マネージャーの役割」 参加者交流会	「マネージャーとしての問題解決力、課題形成・達成力の向上」 ケーススタディ	問題解決・課題達成のグループ研究

日程・会場 ・参加費 (税込)	回数	日程	会場	参加費
	1	前期：6/15(水)～16(木) ・ 後期：8/23(火)	東京	一般：96,120 円
2	前期：10/19(水)～20(木) ・ 後期：12/15(木)	東京	会員：86,400 円	

セミナー・データ & 参加された方々の声

参加目的は達成されましたか？



達成できた 95.0%

社内に勧められるセミナーですか？



勧められる 95.0%

- ・講師の方の知識+実践から来る内容はとても聞きとりやすく、自身を考える良い機会にできたと思う。
- ・課題達成のアプローチとして、できていること/できていないことを明確に認識でき、改善ポイントのイメージができた。
- ・マネージャーとして、ありがたい姿、めざす姿、達成する方策の立案をする訓練ができた。
- ・シートを使用して整理ができる。他社の方との意見交換ができる。
- ・GDで他社の方の考え方などを聞き、当社が足りない所がいくつかあった。当社に反映できればと思う。
- ・ビジョンを明確にすることが大事。日常管理と方針管理を明確にし、実行していきたい。
- ・現在はまだマネージャーではないが、問題解決に対しどうすればよいか、常に具体的な姿、対応方法を明確にし、部下の指導にもあたっていきたい。
- ・自ら動き、部下に方向性を示せるマネージャーになりたい。

主要指導講師 (順不同)

- ・永原 賢造 氏 ((一財) 日本科学技術連盟 嘱託 (元 リコー株 経営品質管理本部 顧問・技師長))
- ・高橋 富男 氏 (東北大学 高度教養教育・学生支援機構 キャリア育成センター 高度イノベーション博士人財育成ユニット 事業推進主幹 (元 日本照射サービス株代表取締役社長))
- ・下條 佑一 氏 (元 NEC通信システム株 代表取締役社長)
- ・角 忠夫 氏 (松蔭大学大学院 教授)
- ・西野 武彦 氏 (前田建設工業株 顧問)

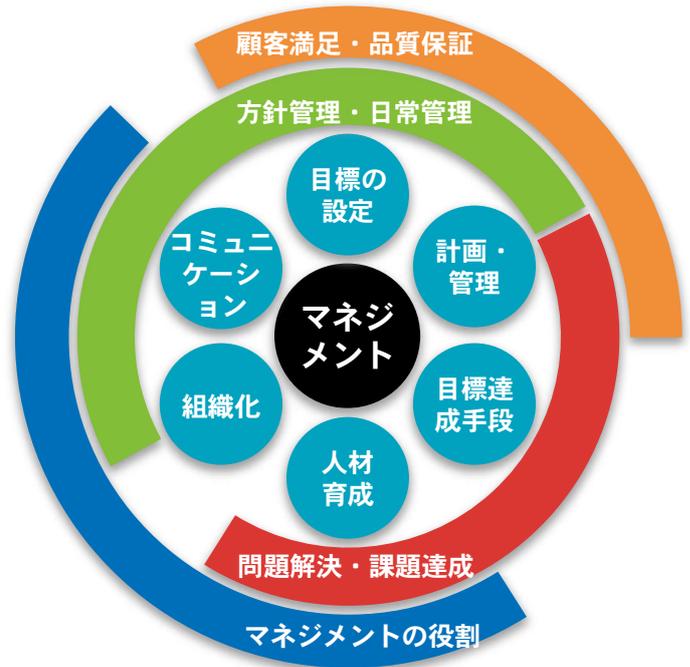
マネージャーに求められる要件をいかにして育成するか？

マネージャーにはさまざまな要件、能力が求められます。目標の設定をはじめ、その計画立案と管理、さらには問題解決・課題達成などの具体的な手段を持つ必要があります。また、部門内のコミュニケーションを活性化させて動機づけを行い、またその活力を組織的に収束させて、チームをうまく率いていく能力も必要です。もちろん、人材育成の取り組みも重要です。

そして成果を上げるためには、それらの取り組みを個別に為すのではなく、連携させ、目標達成へと結実させていく必要があります。

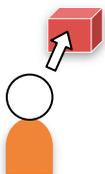
本セミナーでは、これらの要件を満たしていくための具体的な視点・手段として「顧客満足・品質保証」「方針管理・日常管理」「問題解決・課題達成」「マネージャーに求められる役割」を軸にカリキュラムを構成しています。

また、グループ研究や参加者交流会による異業種交流＝他流試合を通し、マネージャーとしての意識の醸成を図っています。



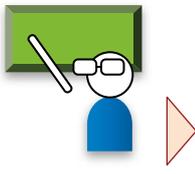
問題解決・課題達成の 実践力を養成する“グループ研究”

経験豊富な指導講師による個別指導、グループ内での相互討論を通じ、より実践的な問題解決力、課題達成力を養成します！



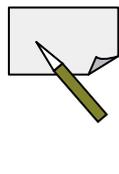
①課題テーマの設定と実施

自分の身近な問題・課題を選択し、テーマに設定。



②セミナー受講(前期)

問題解決・課題達成に必要な知識やスキルを学習する。



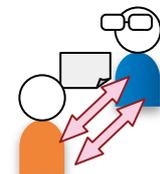
③課題の実施・ブラッシュアップ

学んだ知識・スキルを基に、①で作成したシートを改訂する。



④グループ研究(指導と討論)

専任講師の指導とグループ討論で実力を深化させる。



⑤通信添削による指導(2往復)

改善活動を継続し、専任講師から通信添削・指導を受ける。



⑥課題の完成とスキル修得

課題の完成と、問題解決・課題達成の実践能力の修得。

■グループ研究の目的と効果

- 1) 自分自身のテーマ*を通じた、問題解決・課題達成の体験による個人の成長の促進 (※秘密保持誓約により、提出された宿題情報は保護されます)
- 2) 限られたスペース(問題解決シート/課題達成シート)・期間でポイントを簡潔にまとめる能力の養成
- 3) 問題解決・課題達成のステップの習得
- 4) QCのフィロソフィー、手法を習得
- 5) 異なる立場・業種である他の参加者との意見交換を通じた広い視点・視野の獲得



●過去の研究テーマ例

- ・ A 製品不良クレームの20%減少
- ・ B 製品の共有プラットフォーム化
- ・ シミュレーション活用による開発費用と時間の削減
- ・ システムリリース後のバグ発生原因究明と再発防止
- ・ 現場コスト強化に向けた原価構成の見える化推進
- ・ ○○地区の新規顧客獲得による売上高確保
- ・ ××による予備在庫の削減
- ・ 在庫品の適正管理水準の構築と実施(お客様のニーズに臨機応変に対応可能な組織・職場づくりを含む)
- ・ 製品品質向上に向けた品質教育体系の再構築
- ・ … など

係長・主任のための品質保証・品質管理セミナー

— 係長・主任に必要なエッセンスを短期間で修得できます！ —

キーワード 係長・主任、監督職、品質保証・品質管理、日常管理、標準化、問題解決

対象 対象階層：係長・主任、監督職、リーダー、職組長 / 対象部門：全般

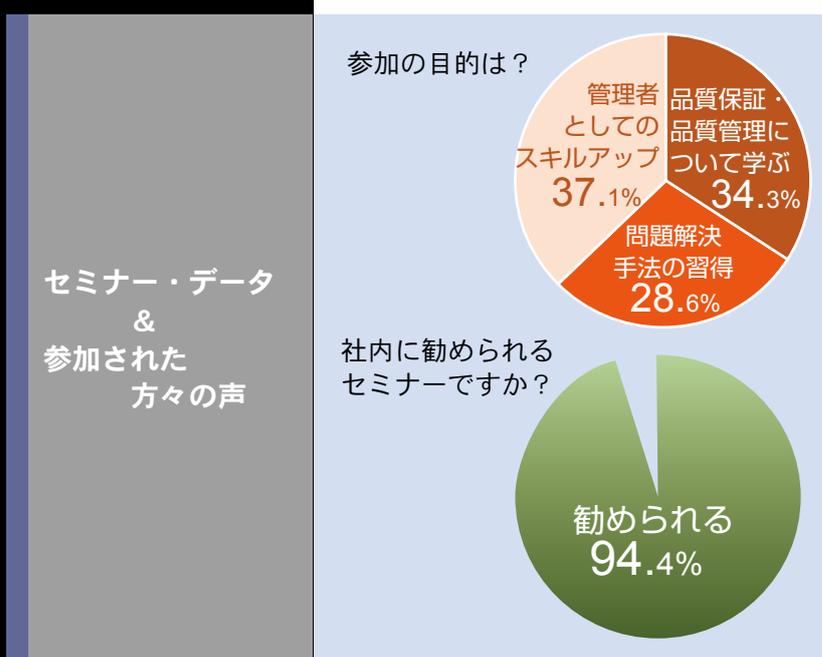
概要 現場の中核となる係長・主任（監督職）の方々を対象に、現場をマネジメントするために必要とされる ①品質保証・品質管理 ②標準化の進め方と日常業務の安定化 ③問題解決 の3点を基軸として、講義とグループディスカッション（GD）を通じた基礎知識の習得と、職場の問題を解決する「個人テーマ改善」による実践能力の習得を目的としたセミナーです。

特長

- ・係長・主任にとって重要なポイントを3つに絞り、必要なエッセンスを凝縮。短期間でしっかり学んでいただけます。
- ・講義と演習を組み合わせ、知識と実践の両面から研修内容を理解していただけます。
- ・「個人テーマ改善」では、前期日程（1日目・2日目）で学んだことをベースに実際に改善活動を実施します。自分の課題を題材とするため、より実践的な学習を進められ、また理解も深まります。
- ・グループでの討論を通して異業種交流を進められます。自社とは違う考え方・進め方に会うことにより、社内では得られない新鮮な気づきを得ていただけます。

	1日目 (9:20~18:15)	2日目 (9:30~17:00)	3日目 (9:30~17:00)
カリキュラム	講義：品質保証と品質管理 問題解決 1 GD1：問題解決 1（要因解析）	講義：問題解決 2 GD2：問題解決 2（対策立案） 講義：事例紹介と 個人テーマオリエンテーション	講義：標準化の進め方と 日常業務の安定化 演習：個人テーマ改善

日程・会場 ・参加費（税込）	回数	日程	会場	参加費
	1	前期：8/24(水)～25(木) ・ 後期：9/30(金)	東京	一般：77,760円
2	前期：11/1(火)～2(水) ・ 後期：12/2(金)	大阪	会員：68,040円	



- ・改めてQC手法を学ぶことができたため、業務の問題改善に活用したいと思う。
- ・工場内、これから成長していくであろう部下に学習してもらいたい。
- ・他業種の方との交流ができ、各々が持ち寄る問題を聞くことができる良い機会となった。
- ・講師の話や、他社の人との話が出る場があるので勉強になる。
- ・品証業務以外の部署の方もQCツールの運用から業務改善に取り組めると思う。
- ・色々な意味で自分の意識改革ができたと思う。係長としての役割を改めて確認できた。

主要指導講師 ・岩崎 日出男 氏（近畿大学名誉教授）ほか、産学の経験豊富な講師が指導にあたります。

係長・主任に代表される中堅社員の方々には、実質的な現場のリーダーとして、現場の維持・管理、また改善を通して、日常業務を円滑に遂行することが求められています。本セミナーでは、自律的に現場を守っていくリーダーに求められる「3つのポイント」を中心に学んでいただけます。



〈現場を守る3つのポイント〉

- ①品質保証・品質管理の基本とその考え方
- ②問題解決の技術
- ③標準化と日常管理の進め方

「講義-演習-実践-振り返り」の4段階の学習による確実なレベルアップ

本セミナーでは ①講義 ②演習 ③実践 ④振り返り の4段階でカリキュラムを編成しています。これにより、ただ受け身で知識のみを修得するのではなく、その知識を技術・スキルとして実際に活用する力を身に付けていただけます。



経験豊富な講師陣による充実した講義により、ねらいとする“3つのポイント”についての“基礎知識”を学びます。



グループで演習テーマに取り組み、講義で学んだ知識を自分の“技術”として習得します。



講義と演習で得た知識と技術を基に、自職場のテーマを「個人テーマ改善」として実際に改善し、“実践力”を身につけます。



自分のテーマを基にした意見交換と講師の指導で、実践内容を振り返り、気づきを得て“理解”を深めます。

グループ演習

「グループ演習」では、「係長・主任として、自分の職場で問題・課題になっていること」をグループメンバー同士で持ちよって検討します。これにより、問題解決の進め方を学習すると同時に、係長・主任としての立場・役割、他社でのあり方や問題・課題を互いに知り、係長・主任としての意識の醸成をはかります。

〈グループ演習・サンプルテーマ〉

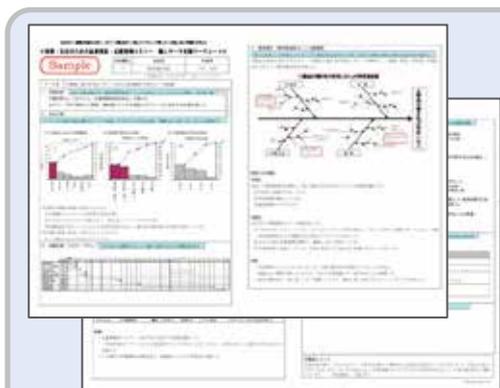
- A. グループ内の情報伝達・共有を徹底する
- B. 業務知識・技術の伝承のために人材を育成する
- C. グループメンバーの業務意識を向上させる
- D. 自職場の業務標準化を徹底する
- E. 業務の変更点管理を徹底する

個人テーマ改善

「個人テーマ改善」では、前期日程で学んだことをベースに、自分の持つテーマについて自職場で実際に改善・問題解決を実践していただきます。また、その結果を後期日程の「個人テーマ改善」検討会で検討することで、社内では得られない新たな“気づき”を得ることができます。

「個人テーマ改善」のテーマ例

- ・○○作業準備のためのA部品取り外し時間の削減
- ・新製品検査業務での担当者間のバラツキ撲滅
- ・修理生産性の30%向上
- ・担当製品の客先報告実施率アップ
- ・B部品の欠品撲滅
- ・●●ライン ×× 異常停止の削減
- ・パッケージ作業時の印字不良撲滅
- ・C材の手直し作業率低下による、D工程のムダ削減
- ・業務内の間接作業時間の削減
- ・グループウェア導入における操作性の問題に対する問い合わせ件数の低減・・・など



〈「個人テーマ改善」用ワークシート〉

管理者とリーダーのための業務の「見える化と改善」セミナー

－ スタッフ業務・マネジメント業務を「見える化」します！ －

キーワード	見える化、スタッフ業務、マネジメント業務、新規業務、方針管理			
対象	対象階層：マネージャー、プロジェクトリーダー / 対象部門：全般			
概要	<p>業務機能展開という考え方に基づいて、以下の3つのポイントを軸に「業務内容を見える化する」ことを学んでいただけます。</p> <p>①自部門の業務内容を関係者全員が理解できる取り組み方 ②「業務の見える化」を目指すときに、重要となる「場」の考え方、取り組み方 ③管理者として守らなければならない考え方、取り組み方</p>			
特長	<ul style="list-style-type: none"> あえて演習を行わず、「講義と質疑応答」に強くこだわってカリキュラムを編成しています。セミナー中に参加者自身で自分の職場に当てはまる業務機能の活用方法、取り組み方を見出し、理解していただくことを主眼としています。 参加者全員から質問や疑問を受け付ける取り組みにより、参加者が感じた疑問点をセミナー中に解消しています。これにより、多くの参加者から高い評価を得ています。 			
カリキュラム	<p>1 日目 (9:20~17:30)</p> <p>業務の見える化と改善のねらい / 基本的な考え方（業務機能展開とは） / スタッフ部門におけるマネジメントの進め方 / 新規事業の円滑な進め方 / 方針管理の効率的な進め方 / 総合質疑</p>			
日程・会場 ・参加費（税込）	回数	日程	会場	参加費
	1	7/25(月)	東京	一般：36,720円
	2	12/ 2(金)	東京	会員：31,320円

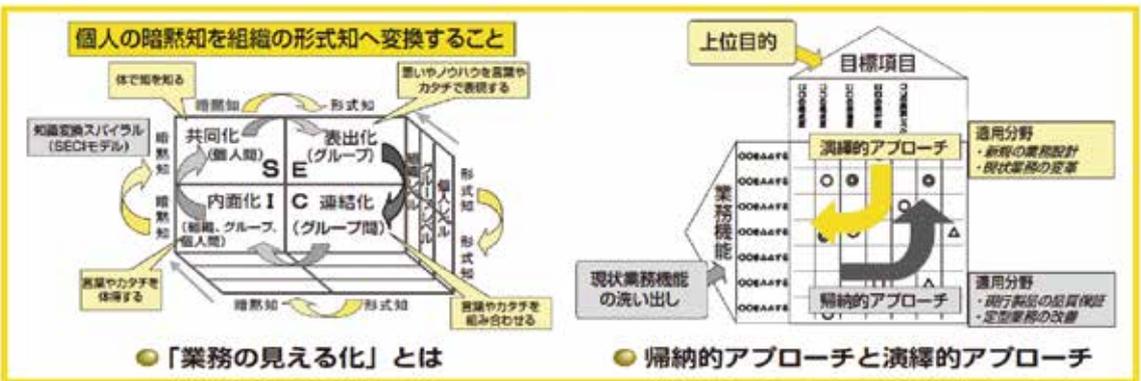
セミナー・データ：「参加の目的は何ですか？」

- ①業務の目的・目標とプロセスの関係を明確にして、目標達成をはかるため
- ②業務のムダや重複などを可視化し、業務の効率化をはかるため
- ③業務で保証すべき項目を明確にし、業務のレベルアップをはかるため
- ④業務のつながりを明確にして、自部署内あるいは関連部署との連携を強化するため
- ⑤業務のレビューに活用し、その具体的改善につなげるため
- ⑥方針管理の推進に活用するため
- ⑦新規事業について、その進め方や保証項目などを設計するため

＜参加された方々の声＞

- ・ 共通認識をつくるということが「見える化」であるという考え方は、業務が多岐に渡り、標準工程を作りにくいスタッフ部門でも導入しやすく大変有益であった。
- ・ 思考方法であるので、場合と職場の関心に応じてコンパクトなものからフルサイズまでいろいろ使えそうだ。

セミナー・データ & 参加された 方々の声



New!

組織力向上のためのリーダーシップ・マネジメントセミナー

－「失敗学」「伝達力」の濱口 哲也 氏が、すべてのリーダー・マネージャーに贈る新セミナー！－

キーワード

リーダーシップ、マネジメント力、組織力、行動原理

対象

対象階層：一般～部課長 / 対象部門：全般

概要

近年、リーダーシップやマネジメントが形骸化・マニュアル化し、仕事の設計も想定も創造もできない「定形型人材」が増えていると言われています。しかし、精神論ベースのリーダーシップ研修では、その「悪さ」が見えないため、根本を変えることができません。本セミナーでは、定形型人材の増えた背景と原因を論理的に解き明かし、そこからリーダーに必要なこと（考え方、行動）を3つの視点から導き出します。聞く人が納得することが、明日のリーダーの行動を変える一番の特効薬となります！

特長

- ・「リーダーとは斯くあるべし」から入るのではなく、リーダーシップやマネジメントについて論理的に『現状』『悪さ』『対応策』を解説します。
- ・定形型人材から脱し、真のリーダーになるための目の付け所、行動原理を、「主導者」「教育者」「上司」の視点で学んでいただけます。
- ・半日セミナーですので、お気軽にご参加いただけます。

カリキュラム

1日目 (13:00~17:00)

- ・いま、日本で何がおきているか（リーダーシップ、マネジメントの問題点）
- ・これからのリーダーシップに求められること（3つの視点から導く行動原理）

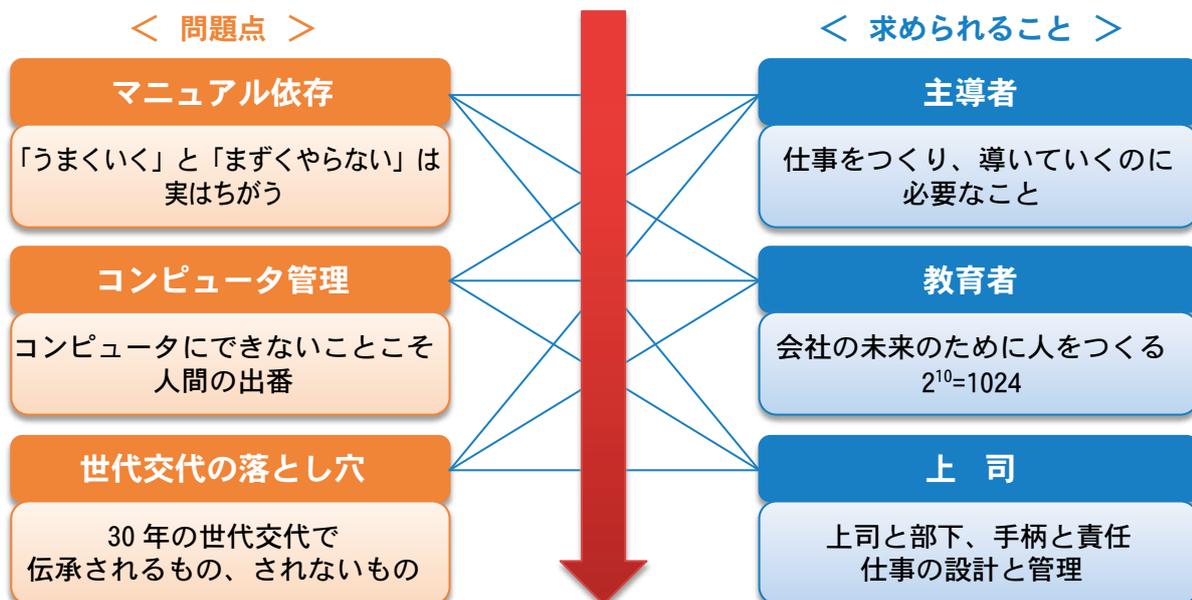
日程・会場
・参加費(税込)

回数	日程	会場	参加費
1	10/26(水)	東京	一般：29,160円 会員：23,760円

指導講師

・濱口 哲也 氏（東京大学大学院特任教授）

濱口 哲也 氏が、リーダーに起きていること、そして真に求められることを、“論理的”に語ります！



真のリーダーシップは人を育て、組織力を向上させます！

事業戦略立案セミナー

－ 戦略立案を合理的に実施するための「7つの手法」－

キーワード

戦略立案、環境・市場・製品分析、プロダクト・ポートフォリオ、戦略要因、資源配分

対象

対象階層：係長・主任～部長 / 対象部門：経営企画、戦略・マーケティング、営業など/ 戦略を受け、製品の企画・開発・販売に携わる方

このような方におすすめです

情報収集・分析や戦略立案に携わる方

経営企画、戦略・マーケティング、情報、営業など

戦略

戦略の背景や意図を理解し、製品の開発や販売に携わる方

研究、商品企画、設計開発、品質管理・品質保証、営業など

概要

方針の立案時に必要となる事業分析・戦略立案について、全体のフレームワーク、戦略的思考法や分析ツールを学んでいただけます。市場や製品の分析、戦略の立案に関わる方はもちろんのこと、戦略の意図を理解し、製品の企画・開発・販売に反映させていく立場の方にもお勧めです。

特長

- ・ 講義と演習を通して、戦略立案の手順、そのための戦略的思考法、分析ツール（戦略立案のための7つの手法）を、知識と実践の両面から習得することができます。
- ・ 特別講演1・2では、講義で紹介する手法・ステップとは別に、戦略立案に関して知っておくべきトピックスを紹介します。

カリキュラム

1日目 (9:20～18:50)

講義：戦略立案のフレームワーク
講義・演習：環境分析、製品分析、市場分析、製品市場分析
特別講演1：「オープンイノベーション戦略」

2日目 (9:00～16:30)

講義・演習：プロダクト・ポートフォリオ分析、資源配分分析、戦略要因分析
特別講演2：「ブルーオーシャン戦略」

日程・会場
・参加費（税込）

回数	日程	会場	参加費
1	10/13(木)～14(金)	東京	一般：72,360円 会員：64,800円

セミナー・データ
&
参加された
方々の声

参加目的は
達成されましたか？

達成できた
91.0%

- ・ 新商品開発に必要な知識として技術的手法を学ぶことができた。戦略を導くストーリーを体感できる。
- ・ 演習・発表を通じて練習でき、経験となった。グループで考えをまとめるプロセスで、考え方の練習ができ、レベルアップを実感できた。
- ・ これまで書物である程度理解していたつもりでのフレームワークとその活用方法が、本セミナーで実務に活用できるかもしれないレベルに近づいたように思える。
- ・ 商品開発プロセスを体系的・戦略的に行えるので、営業や企画部門だけでなく、事業に関わりのある部署の人が参加しても価値ある内容だと思った。
- ・ ビジネスプラン～方針展開の一連の流れを体系的に理解できた。特に日常業務の中では意外に理解する機会が少ないので参考になった。
- ・ 自社だけでなく、他社の方々とディスカッションしながら戦略を立案することで、異なった視点からの意見を聞くことができた。

主要指導講師
(順不同)

- ・ 長田 洋 氏 (東京工業大学大学院 名誉教授/文教大学 教授)
- ・ 南 稔 氏 (株国際社会経済研究所 企画グループ長 主幹研究員)
- ・ 内田 章 氏 (東レ株 常務取締役
CSR全般統括 総務・法務部門・IR室・広報室・宣伝室統括 東京事業場長)
- ・ 長島 牧人 氏 (オフィスN 代表) …ほか、企業実務経験者が指導講師として指導にあたります。

戦略立案の7つの手法

変化の激しい現在。企業の描く将来像へと向かうには、変化に対応できる有効な戦略・戦術を立案・具体化し、実行へと移さなければなりません。

そして有効な戦略を立案するには、企業をとりまく環境（経済動向や法制度、顧客の意識や生活）や製品、市場、技術、流通、競合他社など、さまざまな要因を考慮しつつ、それらを適切に分析し、戦略に取り込む必要があります。

以下にあげる“戦略立案の7つの手法”は、戦略を立案するための情報の収集・分析と戦略の具体化をサポートするツールです。“7つのステップ”をたどることにより、必要なファクターを戦略に取り込み、現実性を持った戦略立案を支援します。

1. 環境分析

事業をとりまく環境予測（マクロ分析）と、その変化がおよぼす影響の分析（事業構造分析）

2. 製品分析

製品の競争力向上のための競合分析、ベンチマーキング、製品特性の比較

3. 市場分析

市場動向、ニーズの分析、市場のセグメンテーション

4. 製品・市場分析

製品のポジショニングなどをもとにした参入市場と製品の組み合わせの検討

5. プロダクト・ポートフォリオ分析 (PPM)

市場における製品の優位性、市場の成長性などによる製品間の順位付け

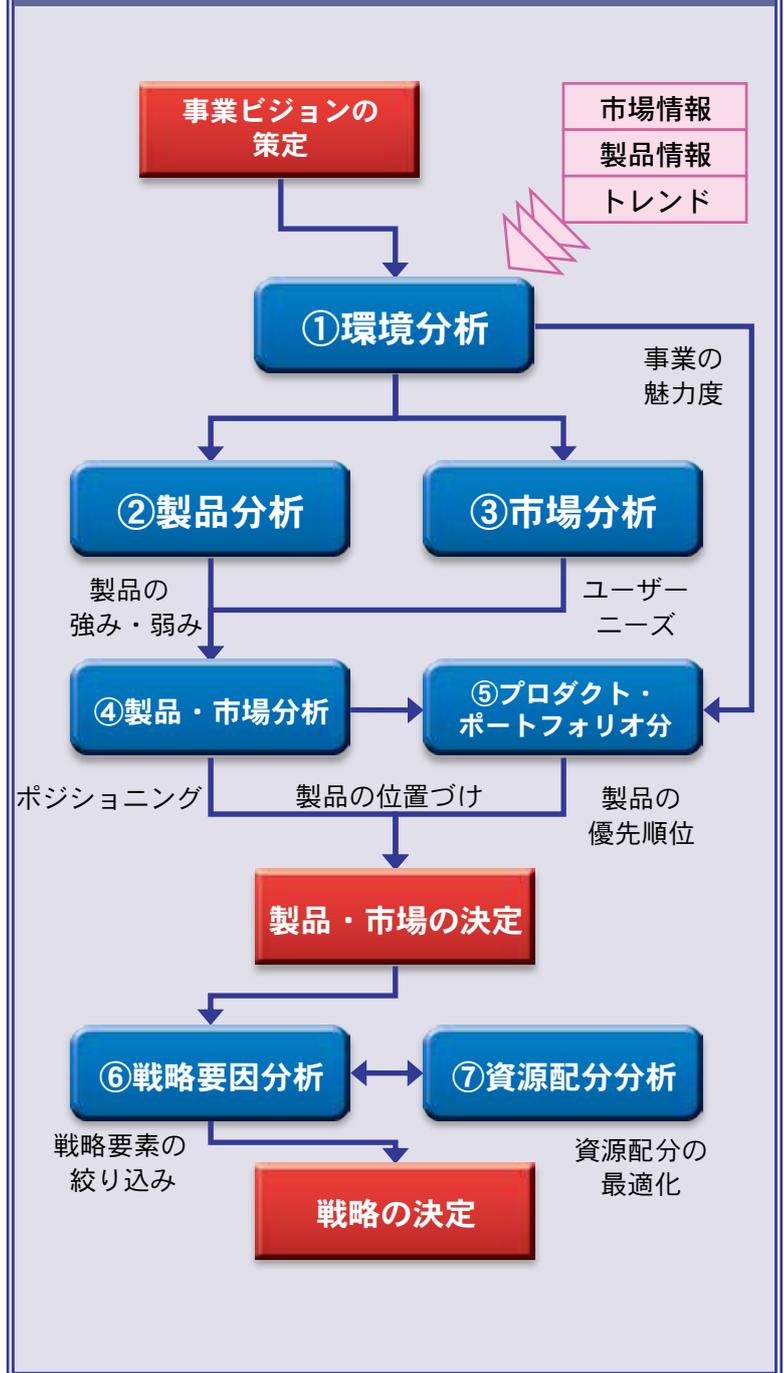
6. 戦略要因分析

環境、製品、市場等の情報による、競争優位を生み出すための戦略の機能・要素の絞り込み

7. 資源配分分析

戦略要因から導かれた目標に対する経営資源配分の評価と最適化

7つの手法の流れ



セミナーの特長



本セミナーでは、戦略立案に必要な「戦略的思考」「七つの分析ツール」「戦略立案の手順」などを学んでいただけます。

カリキュラムでは、より実践的な戦略立案の力をつけていただくため、「講義による概念の理解」「演習による実践力養成」を組み合わせ、戦略立案のフレームワークと手法を基礎から効果的に習得いただけます。

また、「特別講演1・2」により、“オープンイノベーション戦略”“ブルーオーシャン戦略”といった最新情報にも触れていただけます。

New!

「未来の顧客価値」を起点にした 新製品・サービス開発手法セミナー

ー 競争軸のパラダイムシフトを生む製品・サービスの価値共創 ー

キーワード

価値共創、価値次元、商品企画、バックキャストिंग、未来の顧客価値、イノベーション

対象

- ・製造業・サービス業／BtoB・BtoCの区分は特にありません。
 - ・チーム内の役割に応じた効果的な演習を行うため、以下の各部門から、チーム（標準5名／最低3名～最大7名）でのご参加をお願いしております。
 - ①事業全体のベクトルを示す：経営企画部門
 - ②新製品の企画・開発を行う：A. 商品企画部門
B. 技術開発・研究開発・R&D部門
C. 営業部門
 - ③関係部門の今後のあるべき姿を社内システムとして支える：人材開発・能力開発部門
- ※個人でのお申し込みは受け付けておりません。

概要

近年、「価格競争→コスト削減→商品力低下→コモディティ化→さらなる価格競争」という『負の連鎖』に悩む企業が多く見受けられます。その状況に対して「イノベーション」や「価値創造」が声高に叫ばれていますが、実際には「何をどのように取り組めばよいのか分からない」のが現実です。本セミナーでは、「未来の顧客価値」を起点にすることで企業と顧客の価値共創を促し、既存の価格競争から脱し、全く新しい視点からの競争力を獲得するための、新製品・サービス開発手法をご紹介します。

特長

- ・セミナーの効果、参加後の継続性を向上させるため「3～7名のチーム型参加」「自社テーマによる演習」など、特徴的な演習スタイルを取っています。
- ・開発手法のストーリーを1日目（概要）と2日目（詳細）で二巡する形式を取ります。これにより、全体像を理解したうえで効果的なストーリーの実践をねらいます。

カリキュラム

1日目 (10:20～18:00)	2日目 (10:20～18:00)
講義：概論 実践演習①：Step0～8（一巡目：概要づくり）	実践演習②：Step0～8 （二巡目：詳細検討、項目の補間・調整）

日程・会場 ・参加費（税込）

回数	日程	会場	参加費※
1	前期：8月29日(月)・後期：10月11日(火)	東京	一般：361,800円 会員：324,000円

※参加費はチーム（3～7名）全体の合計金額です。一人当たりの金額ではありません。

セミナー・データ & 参加された 方々の声 (2015年臨時コース)

セミナーに参加して
新しい気づきや
発見・体験が
ありましたか？



- ・現状にとらわれず、広い枠組みで考えていくことを体験できた。
- ・直近の仕事の内容を頭から切り離し、別次元のことを考え出すことが興味深かった。
- ・漠然とこの先のモノづくり産業に閉塞感というか行き詰まり感を感じていた。この手法がその突破口になるのではないかという希望が見えた気がした。
- ・新価値を商品ベースで考えていたのが、顧客ベースに意識を変えられたと思います。
- ・中長期の技術戦略検討での視点が広がった。
- ・グループワークをそのまま継続活用していきける。
- ・今回の検討を進めることができる。違うカテゴリの商材にもこの手法を応用できる。
- ・日本のエンジニアは、通常業務においてもこういった考え方を取り入れるべきだ。

主要指導講師

・加藤 雄一郎 氏（名古屋工業大学 特任教授）

なぜ、新しい製品・サービス開発の考え方が必要なのか

「新しい事業やビジネスの機会を見出したい」「魅力的な製品やサービスを開発したい」—これらは、どの企業でも持っている願いだと思います。しかし、実際には「価格やコストばかりに争点が行ってしまう」「競合と同じような製品になる」「画期的なアイデアが出てこない」「魅力的な事業機会など簡単には発見できない」というのが実際ではないでしょうか。

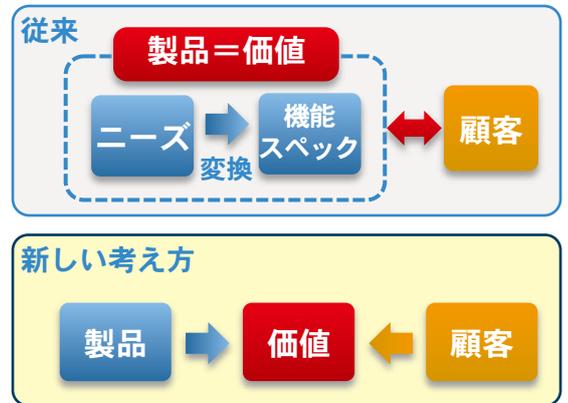
特に近年では、製品のコモディティ化・熾烈な価格競争に始まる製品・サービス開発の「負の連鎖」に対し、企業から疲弊の声が聞こえてきます。がんばっているのに成果につながらない。技術はあるのに勝つことができない。それはとても苦しいことです。



「価値」に関する考え方の変化

従来の製品開発では、機能やスペックをニーズの代用変数とし、それらを高めることで価値を『創造』してきました。これに対し、近年のマーケティング研究では、『価値は“製品そのものの中にある”のではなく、“製品を道具とし、その道具を顧客が使用する時にはじめて生み出される”』という新しい考え方が提唱されています。

これらは一見、似たような物に見えて、大きな違いがあります。新しい考え方においては、製品はあくまで脇役・道具であり、より顧客の姿、使い方、価値観などにフォーカスし、製品と顧客がクロスオーバーする=価値を『共創』するポイントをいかに見つけ出すか、そしてそのポイントを実現するために必要な製品・サービスをいかにして設定するか、に焦点を当てています。したがって、従来のような競合分析や大規模な顧客アンケートなどを起点にするのではなく、顧客に対する洞察の深さが重要になってきます。



部門別
目的別

手法の特長

上記のような考え方に加え、近年に見られる価値観の多様化・個別化への対応や、長期的な顧客関係性の構築も考えていく必要があります。そう考えると、製品・サービスの企画・開発のすすめ方自体を変えていく必要があることが分かります。顧客への視点をより深化させ、価値へとフォーカスする。未来を起点に、製品・サービスを通じて長期的な顧客関係性を築く。そして、それらの集大成として、新しい価値次元の創造へと結実させる。こういった取り組みが必要となります。

本手法では、それらの点を考慮し、製品・サービスの企画・開発プロセスを考えています。企画・開発のプロセスをその段階に応じて12のステップに分け、ツール（ワークシート）を用い、顧客の姿、自社の変化、それによりクロスオーバーする価値共創の場の設定などを行います。そうすることで、新しい価値次元の創造、他社が追従できない競争軸の構築、そして新しい製品・サービスの実現を可能にしているのです。

セミナーの特長

従来にない視点での企画・開発への取り組みになるため、手法のステップも独特のものになっています。そのため、セミナーではその内容を効果的・効率的に習得いただくため、以下のような独自のセミナー形式をとることになりました。

- ①チーム制：同じ会社からチームを編成して参加することで、「自社の製品をテーマにすることで、より効率的・実践的な取り組みができる」「帰社後の相互フォローや実践を促すことができる」といったメリットがあります。
- ②前期・後期の二巡型演習：価値共創の場を考えていく場合、直線的なストーリーよりも、非線形の「擦りあわせ」型の取り組みが必要となります。セミナーを前期・後期に分け、前期（一巡目）で全体像を流す仮の検討、前後期間で情報収集、そして後期（二巡目）で詳細を詰める、という段取りを取ることで、より実際の企画・開発の姿に近い取り組みを行うとともに、内容の理解度を高めていきます。

新・商品企画七つ道具セミナー入門コース

－ ヒット商品を生み出すツール、P7（商品企画七つ道具）を短期間で効率的に習得できます！ －

キーワード

商品企画・開発、マーケティング、ヒット商品、感動商品、定量的手法・定性的手法

対象

対象階層：一般～部長 / 対象部門：商品企画、設計開発など

概要

ヒット商品を生み出すために考案され、統計手法とマーケティング手法をバランスよく融合したツールである『商品企画七つ道具（P7）』を効率的に習得いただけます。
本年度よりセミナーをリニューアルし、ユーザーの隠れたニーズを仮説として探り出す新手法を取り入れた“Neo・P7”を学んでいただけます！

特長

- ・グループ演習を特に重視し、P7手法のステップを踏んで現実の企画プロジェクトをシミュレーションします。
- ・セミナー終了後にも、希望者を対象に「無料フォローアップ指導（指導費は無料!!）」を実施します。御社にお伺いし、実務・実践の中で指導をします（交通費・宿泊費などは別途必要になります）。

リニューアルのポイント

「ユーザーを調査しても、同じような意見しか出てこない」「ニーズに基づいて商品化したのに、なかなかヒットにつながらない」といった経験はないでしょうか？ それは、ユーザーが無意識に持っているも自覚できていない「隠れたニーズ」を汲み取れていない証拠です。
新しい商品企画七つ道具“Neo・P7”では、『仮説発掘法』という新手法を導入。インタビューやアンケートでは抽出できなかったユーザーの隠れたニーズを引き出し、新商品の企画につなげていきます！

P7の特長

- ①ステップに従って作業を進めると、企画案をアウトプットできる
- ②データ分析の“5つのポイント”がすべて組み込まれている
- ③アイデア発想法など創造性を引き出す手法が組み込まれている
- ④グラフなどを用い、目で見て分析結果の把握・考察ができる
- ⑤専用ソフトウェアにより、高度な専門知識がなくても作業できる
- ⑥データに基づいた説得力のある企画を作成できる

カリキュラム

1日目 (9:20～18:30)	2日目 (9:00～17:30)
講義：Neo P7 概論 講義・演習：仮説発掘法 講義・演習：アイデア発想法 講義・演習：インタビュー調査	講義・演習：アンケート調査 講義・演習：ポジショニング分析 講義・演習：コンジョイント分析 講義：品質表 グループ演習発表，事例発表，総合質疑

日程・会場 ・参加費（税込）

回数	日程	会場	参加費
1	7/27(水)～28(木)	東京	一般：70,200円
2	2017.1/18(水)～19(木)	東京	会員：62,640円

セミナー・データ & 参加された 方々の声

参加目的は
達成されましたか？



- ・P7手法を使うことで、課題の解決方法が見えてきた。
- ・商品をあらたに開発するやり方、それを定量化する方法を理解できた。
- ・商品企画担当者として従事する人にはとても有益なセミナーだと思う。
- ・新しいニーズを開拓するのに積極的に活用できると思う。

主要指導講師 (順不同)

- ・神田 範明 氏 成城大学 教授 経済学部 経営学科
- ・石川 朋雄 氏 有企画システムコンサルティング 取締役
- ・小久保雄介 氏 成城大学経済研究所 研究員

「商品企画七つ道具」とは？

「商品企画七つ道具」とは、商品企画に必要な調査や分析、アイデア発想などの手法を、商品企画の流れにそってまとめた商品企画の支援ツールです。数値データを扱う「定量的手法」と、言語データを扱う「定性的手法」をうまく組み合わせ、バランスよく活用する点に特徴があります。これにより、ユーザーの求めるものを多面的に把握し、商品企画に活かせるようになっていきます。



ユーザーは、自分が本当にほしいものを知らない

It's really hard to design products by focus groups. A lot of times, people don't know what they want until you show it to them. - Steve Jobs

「フォーカスグループによって製品をデザインするのはとても難しい。多くの場合、人はそれを目にするまで、自分が何を欲しいのか分からないものだ。 - スティーブ・ジョブス」

ユーザーは、企画者の調査に対して常に的確に回答できるとは限りません。自分でも無意識のうちに、製品に対する固定観念、イメージや思い込みといったバイアスをかけてしまっています。しかし、世に出たヒット商品は、必ずといって良いほど、ユーザーが自分でも気づいていない、しかし目にすればその欲求に気付く『隠れたニーズ』を具現化しています。逆に言えば、その『隠れたニーズ』と製品をつなぐ『ミッシングリンク』を探し出し、企画に取り込むことができれば、ヒットの可能性は格段に上がります。

より進化した、リニューアル版「商品企画七つ道具」

私たちは「どうすればミッシングリンクを見つけ出し、商品企画に取り入れられるか」を考えてきました。そして、この度「商品企画七つ道具」の構成をリニューアルし、新しい「商品企画七つ道具」としてご紹介することができるようになりました。

今回のリニューアルの最大の特徴は、ユーザーの行動観察、あるいは対話形式の調査から導き出されたポイントに注目し、そこからさまざまな「仮説」を数多く引き出す点にあります。より広い視野でユーザーを理解し、その要望を「仮説」という形で企画に取り込むことで、以前よりも独創的な商品企画につなげていくことに成功しました。

もちろん、従来の「商品企画七つ道具」の良さ—“データ分析能力”や“目で見る考察”、また“アイデア発想の技術”などの特徴—も健在です。新しい力が加わることで、より魅力的な商品企画を実現できるようになりました。

リニューアルされた「商品企画七つ道具」の“流れ”と“手法”

発想	① 仮説発掘法	“フォト日記”や“仮説発掘アンケート”などを通し、隠されたニーズの仮説を大量に導き出します。
	② アイデア発想法	たくさんのアイデアを発想するための手法を用い、仮説から企画アイデアを発想します。
検証	③ インタビュー調査	少数ユーザーに対して対話形式で調査を行い、企画アイデアを深掘りします。
	④ アンケート調査	ユーザーにアンケートを実施し、データ分析を行うことで、企画の方向性・有効性などを分析します。
	⑤ ポジショニング分析	これまでのデータを元に、競合製品との比較分析や優位点を明確にします。
最適化	⑥ コンジョイント分析	より具体的な企画サンプルについて市場調査を行い、企画の検証と最適なコンセプトを決定します。
リンク	⑦ 品質表	決定企画の内容を、製品設計に落とし込みます。

革新的課題解決法セミナー

－ ブレークスルー発想を獲得するための最適アプローチ探索 －

キーワード

矛盾、トレードオフ、技術課題の解決、TRIZ、統合発明原理、新矛盾マトリックス、課題の抽象化

対象

対象階層：一般～部長 / 対象部門：全般（特に設計開発エンジニア、品質管理・品質保証スタッフなど）

概要

私たちが解決すべき課題の中には、時に解決困難な矛盾（二律背反）を抱えるものがあります。そのような時には、その解決のための革新的な“ブレークスルー発想”が必要となります。しかし、従来のアプローチ方法では、どうしても過去の経験や固定観念に縛られてしまい、なかなかブレークスルーを実現することができません。

本セミナーでは、課題に対する適切なアプローチ方法を導き出す問題解決手法“TRIZ”をベースに、エンジニアの方々にとって扱いやすいように大幅に改良し、初心者にも活用可能で、より実践的な課題解決ツールとして整備しました。設計開発をはじめ現場第一線の方々にもご活用いただき、実践の場でお役立ていただけることを期待しております。

特長

- ・革新的課題解決法のフレームワークから具体的なツールー統合発明原理と新矛盾マトリックスーまでを、講義と演習を通して実践的に学んでいただけます。
- ・従来の設計上流段階での製品機能にフォーカスした方法に加え、設計が進み、形状や設計パラメータなど具体的な実現手段にフォーカスした方法をご紹介します。

カリキュラム

1日目 (9:20～17:00)	2日目 (9:30～17:00)
革新的課題解決法のフレームワーク 革新的課題解決法の構成 矛盾解決法 ー統合発明原理と新矛盾マトリックスの活用ー 革新的課題解決法の適用方法 グループ演習／演習発表・解説 総合質疑・まとめ	革新的課題解決法のフレームワーク 革新的課題解決法の内容と構成 矛盾解決アプローチ 革新的課題解決法の活用方法 グループ演習／演習発表・解説 事例研究 総合質疑・まとめ

日程・会場

・参加費（税込）

回数	日程	会場	参加費
1	7/14(木)～15(金)	東京	一般：66,960円 会員：59,400円

参加された 方々の声

- ・今までは課題から要求機能を出し、その中での矛盾などを解決していた。解決の前に本来の課題を見いだす必要があるということを知ることができた。
- ・これまで敷居が高いと思って敬遠してきた人たちにも、「簡易版マトリックス」に触れることで「自分たちにもできるかも」という入り口になると感じました。
- ・設計部門の人や、技術に近い商品企画部門の人が聞くと良いと感じました。
- ・機器の開発だけでなく、いろいろな課題に応用できる可能性がありそう。

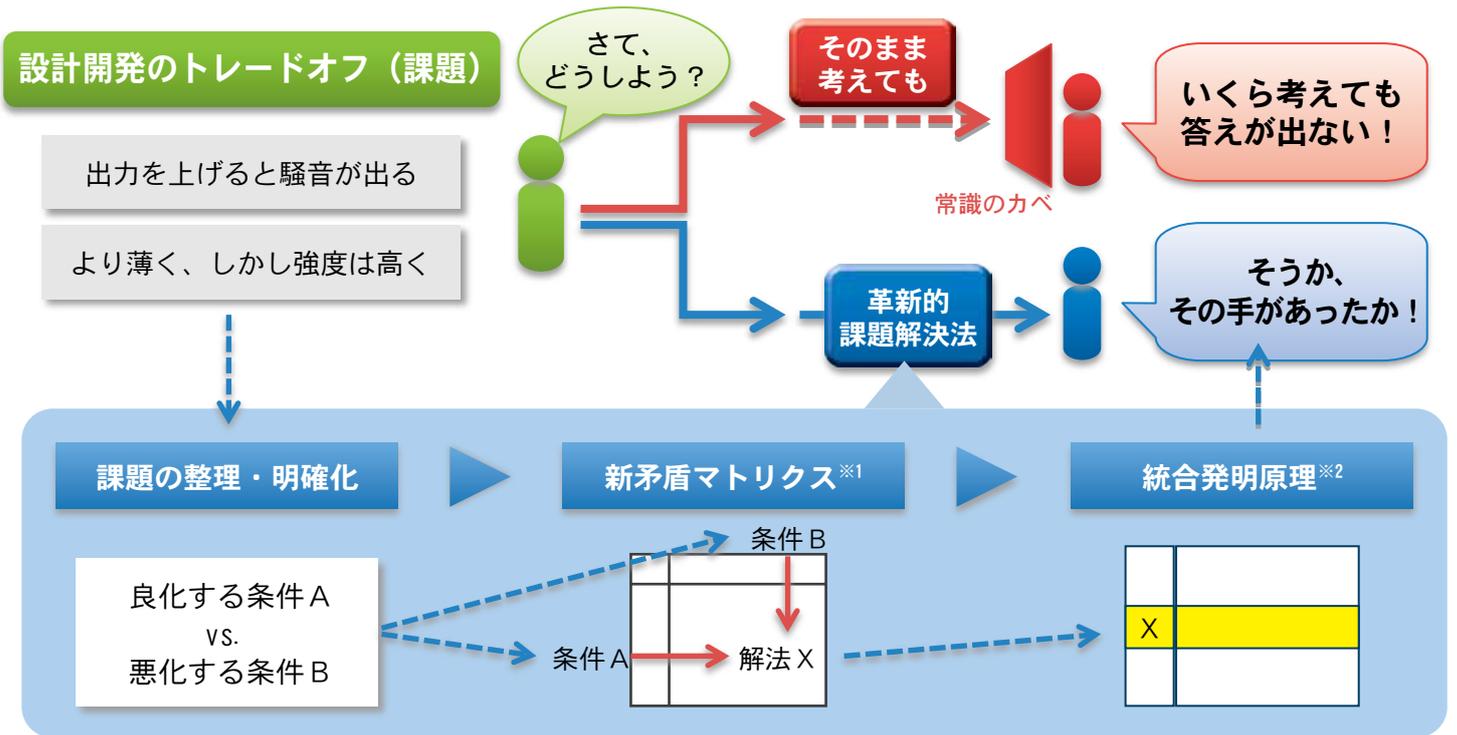
主要指導講師 (順不同)

- ・長田 洋 氏（東京工業大学 名誉教授）
- ・三原 祐治 氏（株創造性工学研究所）
- ・澤口 学 氏（早稲田大学大学院教授）
- ・福嶋 洋次郎 氏（(公財)科学技術交流財団 国際連携コーディネータ
(日本 TRIZ 協会 執行委員、元パナソニック))

設計開発の“トレードオフ”を解消する

製品の設計・開発の際には、どうしてもトレードオフ（矛盾・二律背反）が発生しがちです。“Aという条件を満たそうとすると、Bという悪条件が発生してしまう”あるいは“相反するCとDを両立しなければならない”というような難題のことです。短い開発期間の中で、どこまでこの課題に取り組めるか。これは設計・開発に携わる方々にとっての永遠の課題です。

通常、トレードオフ（二律背反・矛盾）を解決するには、何らかの“ブレークスルー（突破口）”が必要になります。しかし、ただ真正面からぶつかっても、なかなか解決できるものではありません。その難しさの理由の一つは、“常識のカベ”がエンジニアの発想を妨げてしまい、突破口にたどり着きにくくしてしまう点にあります。



部門別／目的別

※1：「統合発明原理」対応版の矛盾マトリクスです。
 ※2：TRIZの「40の発明原理」を使いやすく25個に整理・統合し、「統合発明原理」としました。

本セミナーでご紹介する「革新的課題解決法」は、問題解決手法TRIZをベースにした手法です。TRIZはロシアの科学者アルトシュラーが、250万件もの特許から「どのような課題に対して、どのようなブレークスルーを用いているか」を分析・分類したものです。トレードオフになる2つの項目を一覧表に当てはめると、過去の特許でどのような解決策が用いられているか、を参照することができます。この「革新的課題解決法」では、そのTRIZの手法を改良し、よりエンジニアにとって使いやすく整理したものです。

「革新的課題解決法」を活用することで、客観的に突破口に至るヒントを得ることができます。そのヒントを起点にすることで、エンジニアに発想の柔軟さを取り戻し、トレードオフを解消するブレークスルーを得ていただくことができるようになります。

こんなケースでも役立ちます！

- ・製品の性能を上げたいが、そうすると騒音や振動などの障害が発生する
- ・工程上は必要なものが、製品としては邪魔になる
- ・革新的な製品をつくりたい（「今までにないくらい小さい」など）
- ・未然防止の取り組みの中で、どうしても解決できない障害がある
- ・・・・など

コストマネジメントセミナー

－ 総合的なコストマネジメントのための管理と技術 －

キーワード

コストダウン、原価管理、ベンチマーキング、V E、クロスファンクション

対象

対象階層：一般～役員
対象部門：原価管理、資材・購買・調達、製造、企画、設計開発、品質管理など

概要

コスト「ダウン」のみではなく、コストを「マネジメント」するためのセミナーです。利益・価値を生み出す「コスト（原価）」と非生産的な「ロス（損失）」の区別、部門別のアプローチ法、各種の手法などの面から、全社トータルな『コストマネジメント』について学んでいただけます。コスト管理に携わる方、今までとは違った視点でのコスト管理を狙う方にお勧めのセミナーです。

特長

- ・総論に加え、コストダウンの技術、部門別の取り組み事例など、コストに関するさまざまな場面に応じた知識・技術を習得していただけます。
- ・講義と事例の組み合わせにより、具体的・実践的に学んでいただけます。
- ・産学からの経験豊富な講師が指導にあたります。

カリキュラム

1 日目 (9:20～16:30)	2 日目 (9:30～17:45)	3 日目 (9:30～16:45)
<ul style="list-style-type: none"> ・総論／コストマネジメントにおける開発段階からの統合アプローチ ・コストマネジメントの技術～顧客価値を基軸にした「コスト創りこみ」の視点で～ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ベンチマーキングの原価管理への活用 ・事例： <ol style="list-style-type: none"> ①資材・購買（調達）のコストマネジメント ②クロスファンクショナルで進めるコストマネジメント活動 	<ul style="list-style-type: none"> ・製造部門のコストダウンと生産革新（事例含む） ・総合質疑

日程・会場 ・参加費（税込）

回数	日程	会場	参加費
1	9/14(水)～16(金)	東京	一般：74,520円 会員：64,800円

セミナー・データ & 参加された 方々の声

参加目的は達成されましたか？



社内に勧められるセミナーですか？



- ・我が社の方式（やり方）は間違いではないが、グローバルな視野や1歩先を行く方法などが学習できて良かった。特にコストを創り込むことの大切さ、変える事の大切さが理解できた。
- ・自社でも原価企画活動を行っているが、自分の知識として足りないところ、他社の内容と比較できたことで今後やるべきことの方が見えた。
- ・会社の中の従来からある考え方が“良い”とされていたが、他社は先を進んでおり、グローバルの中で勝ち抜くためには新しい知見、知識が必要と思われる。そういった内容の話が聞け、勉強になった。
- ・異業種の具体的なコストマネジメント手法を学ぶ事によって、改善すべき問題点が明確になる。
- ・原価企画活動を行う上で、best of best、ベンチマーク等、科学的手法がふんだんに活用されていて参考になった。
- ・これからコストダウンマネジメントを社内で行なっていく上で、よい目標ができました。また、その実施方法も多種多様にあることがわかり、よい検討材料となりそう。

主要指導講師

・伊藤 和憲 氏（専修大学 教授／セミナー運営委員会委員長）ほか、企業の実務経験者や企業の指導経験を持つコンサルタントなど、経験豊富な講師陣が指導にあたります。

本セミナーで学んでいただけること

本セミナーでは、コストマネジメントについて、基礎的な考え方から、コストダウンの技術、部門ごとの運営方法、実践事例など、多面的に学んでいただけます。

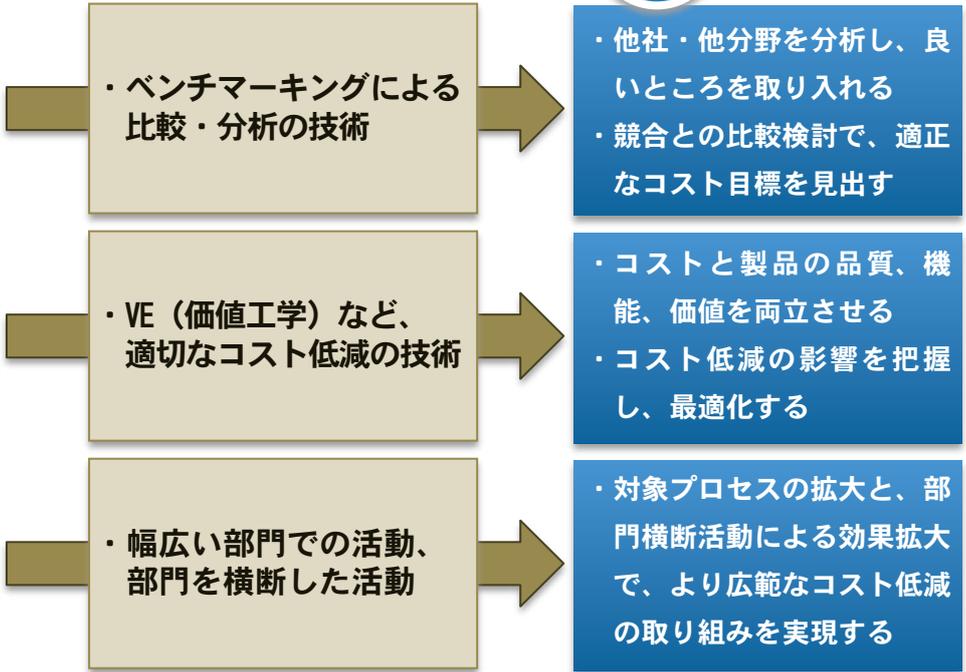


部門別
目的別

× 悩み・課題

- ・他社のコストにどうしても勝てない
- ・コストの目標設定の仕方が分からない
- ・コストダウンの方策が、製品品質や他の工程などに影響を与えてしまう
- ・部門ごとにコストの取り組み方に差がある
- ・今のやり方では限界があるが、有効な方策がない

◎ 解決法



New!

日経BP共催

高収益への転換のカギ「品質コストマネジメント」

— 利益を生む品質管理への変革を実現する —

キーワード

品質コスト、失敗コスト、予防コスト、評価コスト、品質コストマトリクス、Return on Quality

対象

対象階層：トップマネジメント、品質管理・品質保証・生産管理部門の管理者の方々

概要

品質コストは、TQC および TQM の生成当初からシステムの成否を占う主要なスケールであったものの、日本ではあまり注目されてきませんでした。その背景にはわが国固有の組織風土が考えられますが、日本企業は世界に冠たる品質を実現させた一方で、低収益を余儀なくされてきました。品質コストはこの壁を打ち破り、品質の向上のみならず、品質管理を通じてきちんと利益 (Return on Quality) を生み出す仕組みの構築を支援します。当セミナーでは、わが国の組織風土に適した品質コストの活用のあり方を、事例を紹介しつつつきめ細かく解説していきます。

特長

- ・ 品質コストの実態を把握し、効果的に管理することがいかに重要かを、とくに失敗事例を参照しながら学習していきます。
- ・ 内外の先進企業の取組事例を紹介し、わかりやすく解説します。
- ・ 品質コストの測定、分析、活用の場面で生じる様々な疑問に応えます。
- ・ 品質コストとくに失敗コストを効果的に低減するための手法について解説し、その活用方法を体験的に学習していただきます。

カリキュラム

1日目 (9:30~17:00)

<午前>

- ・ メーカーにとって最も重要なリスクマネジメントツールとしての品質コスト
- ・ 品質コストが示唆する「品質管理に優る投資はない」
- ・ 事例から学ぶシステムとしての品質コスト

<午後>

- ・ 失敗コストの低減のための品質コストドライバー分析
- ・ 品質コストマトリクスを活用した品質改善計画の立案 (グループ演習)

日程・会場
・ 参加費 (税込)

回数	日程	会場	参加費
1	7/11 (月)	東京	一般：54,000円 会員：43,200円※

※本コースは、日科技連と日経BP社との共催事業です。

「日経ものづくり」などの日経BP社発行雑誌の定期購読者の方は、会員価格でご参加いただけます

指導講師

・ 伊藤 嘉博 氏 (早稲田大学商学大学院 教授)

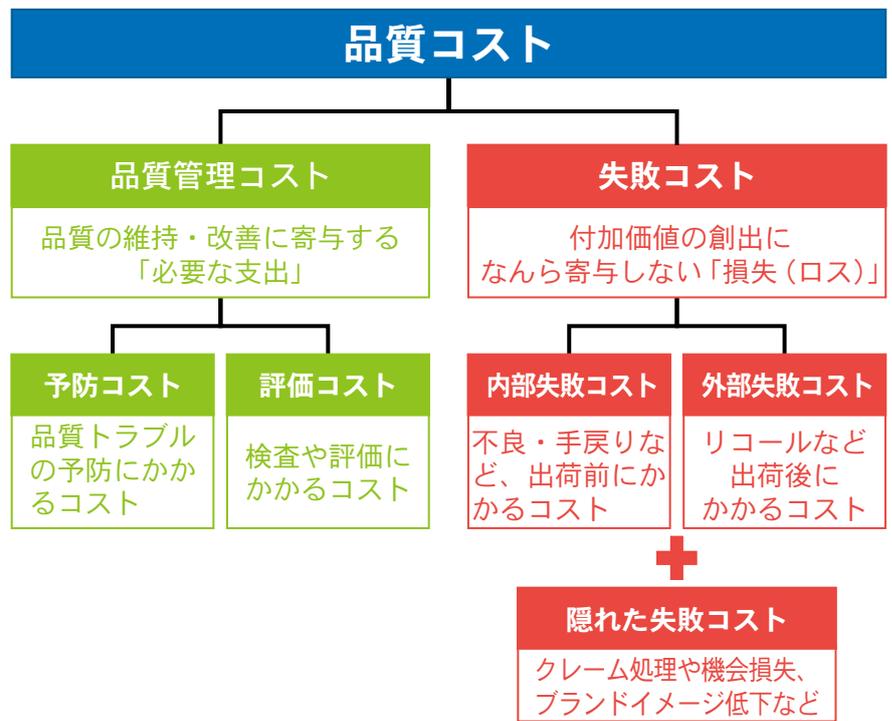
こんな方に
おすすめです

- 品質の維持・向上にかかる費用と、工程内の失敗や出荷後のクレームなどにかかる費用のバランスを適正化したい
- 品質トラブルによる損失や、連鎖的に発生するリスクを効率的に回避したい
- 直接的なコストだけでなく、クレーム処理など見えない費用が増大している
- 過剰なコストダウンが、製品の品質レベルに影響を与えてしまっている
- コストダウンを要求されているが、製品品質への影響を最小限に抑えたい
- 品質管理・品質保証の取り組みを、より効率よく、適正な姿にしていきたい

品質コストとは？

品質コストとは、品質管理・品質保証に関わるコストの総称です。品質コストは、予防コスト（品質トラブルの予防にかかるコスト）・評価コスト（検査や評価にかかるコスト）・内部失敗コスト（出荷以前にかかるコスト）・外部失敗コスト（製品が顧客の手に渡った後にかかるコスト）の4つに大別できます。

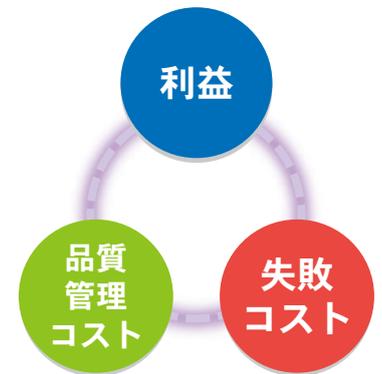
このうち、前者2つの予防コスト・評価コストは「品質管理コスト」として品質の維持・改善に寄与する「必要な支出」であるのに対し、後者2つの内部失敗コスト・外部失敗コストは「失敗コスト」として付加価値の創出になんら寄与しない「損失（ロス）」とみなされます。さらに、この“見える”失敗コストのほかに、その失敗から引き起こされるクレーム処理や機会損失、計画遅延、ブランドイメージ低下など、“隠れた”失敗コストも発生します。



品質管理コストと失敗コストのバランス

事前に品質管理コストをしっかりとかけた活動をすれば、そのぶん、失敗コストを削減することは可能ですが、それが過剰になれば今度は得られるはずの利益を圧迫し始めます。しかし、逆にそこにかかる費用を惜しみ、無理に品質管理コストを圧縮すれば、今度は思わぬトラブル＝損失を引き起こすことになります。日本企業は品質を重視し、造り込む文化を持っている一方、過剰なコストダウンに走った結果、重大な品質問題を発生させ、リコール等の莫大な損失や企業の存続に関わるほどのイメージダウンを引き越してきた一面もあります。

そこで問題となるのが、『必要なコストと避けたい損失をどのように捉え、バランスを取っていくか』という点であり、さらに言えば『そのバランス取りの中で、どう利益を最大化するか』という点です。もし、それらのどちらかに極端に振り過ぎてても、結局はデメリットが発生するため、最適な形で利益の拡大につなげることはできなくなります。



品質コストを“投資”と考え、適正化する

この時、助けになる考え方が「品質にかかるコストを“投資”とみなす」というアプローチです。投資は利益を得るために行うものですが、投資額は大きすぎても、小さすぎても、適正で効率のよいものとはなりません。少なすぎる投資では十分な利益を得られませんし、しかし、いたずらに投資額を増やしたところで単純に利益が増える訳でもありません。少ない投資で大きな利益を得るためには「何に、どのくらい投資すれば効率が良いのか」をきちんと見極める必要があります。それは品質コストも同じで、品質に関して、何に、どのくらいのコストを投下することで、損失をどれだけ最小化し、また利益を最大化できるか、という視点で考えていく必要があります。いわば、品質にかかるコストを結果論として見るのではなく、能動的・意識的にマネジメントすることで、適正な利益（Return on Quality）を得るのです。

本セミナーでは、そのための考え方や手法についてご紹介していきます。

業務効率向上のための論理的伝達力マスターセミナー

— あの「失敗学と創造学」の濱口哲也氏(東京大学大学院特任教授)がおくる新機軸セミナー —

キーワード ことば、論理性、コミュニケーション、文章作成、報告書・仕様書・営業・業務連絡・トラブル

対象 対象階層：新入社員～役員 / 対象部門：全般

概要 仕事の中で「報告書で部下が何を言いたいのか分からなくて困った」「お客様との言葉の解釈の違いが、後でトラブルになった」というような経験はないでしょうか？日本語には「あいまいな」表現が多いことに加え、メール等の「顔を合わせないコミュニケーション」が増加した結果、“言いたいことが伝わらない・伝えられない”といったことが増え、それが仕事のトラブルに結びついています。本セミナーは、我々が日常業務で使っている「言葉」に改めて着目し、論理的な思考能力・論理的な伝達力を養成することで、コミュニケーションや業務の効率を向上させることを目的としています。

特長

- ・つい“あたりまえ”で済まされてしまう日本語のしくみ・用法を見直し、実務に必要な要件が確実に伝達できるよう、論理的な言葉の組み立て方・伝達の仕方と、そのために必要な論理的な考え方を習得していただけます。
- ・1日で、必要な内容をコンパクトに学んでいただけます。
- ・指導講師に濱口哲也氏（東京大学大学院特任教授／「失敗学と創造学セミナー」指導講師）を迎え、「論理・理屈だけではなく、多くの場面を想定したケーススタディにより、実際の仕事に役立つ実践的なセミナー」として企画しています。

カリキュラム 日程・会場 ・参加費（税込）	1日目（9:20～17:00）		
	回数	日程	会場
1. 目的と背景－社内のすべての文章には論理性が必要である 2. 単語－少しの違いが概念まで壊してしまう 3. 文－単語と単語の関係を正しく築く 4. 文章－文を論理的に接続し、意味を正しく導く 5. 論旨－最初から最後まで素直に読めるようにする 6. より伝わりやすい文章を書くために ※各講義にはケーススタディを含みます	1	6/28(火)	東京
	2	8/30(火)	東京
	3	10/27(木)	東京
	4	11/25(金)	大阪
	5	2017. 2/24(金)	東京
	参加費		
	一般：37,800円/会員：32,400円		

セミナー・データ & 参加された方々の声

社内に勧められるセミナーですか？
勧められない…0.0%

内容を変更すれば勧められる…5.5%

勧められる 42.9%

積極的に勧められる 51.6%

94.5% が「勧められる」と回答！

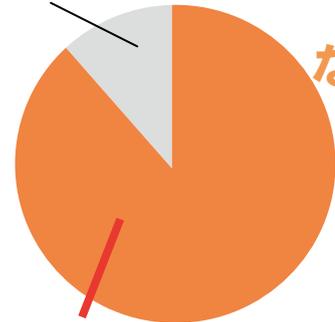
- ・いかに普段からあいまいなことばを使っていたかに気づかされました。
- ・報告書、指示書の「不明点」やメールでの「暗黙の了解」を考えなおすきっかけになる。
- ・すべての部門で役立つと思う。むしろすべての部門に受講してほしい。
- ・客先へのプレゼン、上司への報告で、大いに役に立つと思う。
- ・若い社員に聞かせたい内容だと思った。
- ・いわゆる管理者層にこの考え方を持って（伝える力を身につけて）ほしい。
- ・社内にも、報告書作成や議事録作成に苦手意識を持っていて、改善したいと思っている人が多いと感じる。
- ・ビジネス文書の最大のポイントである「100人が読んで100人同じ理解をする」ことの具体的な説明がされている。
- ・各科目において具体例を示しての講義であり、すべて実践に結びつくものであった。
- ・気をつけるべきポイント、今後自分を鍛えるトレーニングポイントが分かり、非常に良かった。
- ・このような切り口で考えたことがなく、皆が知らない（考えていない）事と思える。
- ・このセミナーの良さ・メリットは、参加した人でないと分からない。

指導講師 ・濱口 哲也 氏（東京大学大学院 特任教授）

1. なぜ、いま“伝達力”が必要とされるのか？

Q 仕事において自分の考えが人にうまく伝わらないことがある

ない：11.6%



ある：88.4%

出典：産業能率大学調べ(2011.3)

なぜ？

世界で最も文脈依存性の高い日本語文化

すべてを明確に表さなくても、文脈から意図を汲み取ってくれる

・思考まであいまいになっていることに気づいていない
・「暗黙の了解」に気づいていない

誤った言葉や文、造語・新語の氾濫

概念を共有できていないカタカナ言葉やバイト敬語の氾濫、マスコミの影響大

・あまり意味も考えずに直感的な言葉を用いている

対面コミュニケーションの減少

業務効率向上、IT技術の進化→メールでの伝達が爆発的に増加

・雰囲気を読めない、一方通行のメールで伝達している

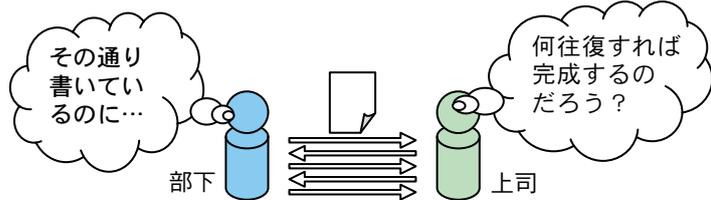
伝えたい論旨がまっすぐ通っていない

コミュニケーションに齟齬(そご)が生じている

人間は言葉を使って思考し、言葉を使って伝達する
→言葉は思考と伝達の両方に大きく関与している

2. たとえば、こんな経験はありませんか？

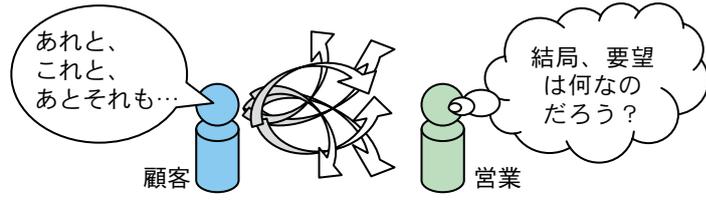
Case1: 「部下から提出された報告書、何を言いたいのかさっぱり分からない」



類似ケース

「問い合わせを入れても、見当違いの回答ばかり返ってくる」
「過去トラを見ても、当時の状況がまったく分からない」

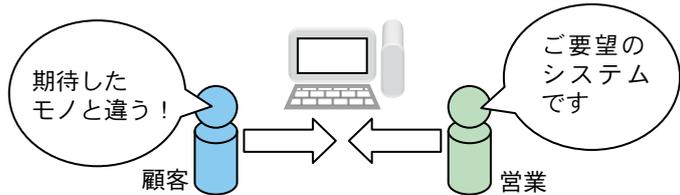
Case2: 「顧客の話が分からない。何度質問しても要領を得ない」 → 聞く側にも伝達力が必要!



類似ケース

「長々と続いた会議。結局、何が決定事項なのか分からない」
「顧客と打ち合わせたはずが、納品時に勘違いが発覚した」

Case3: 「お客様の要望をきちんと実現したはずなのに！出来上がったのは見当はずれのシステムだった」



類似ケース

「打合せをする度に仕様変更が発生する」
「同じ書類を見ているはずなのに、なぜか解釈が違う」

問題は、コミュニケーションやビジネス文書のテクニックではなく、そもそも「伝えたい内容が論理的に整理されているか」「相手に確実に伝わる言葉で表現できているか」「文章を、論理に沿って、分かりやすく組み立てられているか(素直に読めるようになっているか)」といった『論理的伝達力』が不足していることにある。

3. 本セミナーで目指すもの

論理的思考に基づく
論理的な論旨

伝えたい中身自体がしっかりしている

論理的で明快な
言葉や文章

伝えたい内容が的確に表現できている

論理的伝達力

本セミナーで目指すのは、

- ・内容が正しく表現されている
- ・論旨が素直につながっている
- ・100人読んで100人も勘違いを起こさない

文や文章であり、その正しい論理性である。

人は、言葉を使って思考し、言葉を使って伝達する
→論理は言葉で構成され、言葉は概念を表し、概念は行動となって表れる

論理性を高めるには、言葉の訓練が最適

品質トラブルの未然防止セミナー

－ 品質トラブルを組織的に撲滅するための組織づくり・風土づくり －

キーワード

未然防止、リスク管理、安全文化、システム・しくみ作り

対象

対象階層：係長・主任～部長 / 対象部門：全般

概要

『トラブル未然防止の基本原則』と『7つのステップ』を通して、「未然防止の考え方」「安全文化の構築」「トラブルを組織的に撲滅するシステムづくり」を理解していただけます。未然防止活動に携わる方、未然防止の体制づくりをねらう方にお勧めのセミナーです。

特長

- ・「未然防止7つのステップ」を通して、トラブルの起こる原理と未然に防ぐための取り組み、そしてそれらを組織・システムとして運用するための知識・ノウハウを効果的に学べます。
- ・ステップ別に具体例を入れて論理的に解説します。

未然防止
7つの
ステップ

- ①未然防止への動機付け
- ②リスクの事前抽出（ハザードの列挙）
- ③リスクの事前評価
- ④リスク評価後のアクション（事前の安全確保）
- ⑤万一の事故発生に向けての事前対策の策定
- ⑥リスク管理の仕組みのさらなる改善
- ⑦仕組みの定着化と安全文化の確立

カリキュラム

1日目（9:20～17:00）

未然防止の原理とそのシステムー未然防止への7ステップとそのシステム（概論）－
実際例によるエラー防止のノウハウ（ステップ別）
総合質疑

日程・会場
・参加費（税込）

回数	日程	会場	参加費
1	5/24(火)	東京	一般：37,800円 会員：32,400円
2	7/26(火)	大阪	
3	11/22(火)	東京	

セミナー・データ
&
参加された
方々の声

参加目的は
達成されましたか？



- ・トラブルの未然防止と言っても何から手を付ければよいのか分からなかったが、順を追って学習することにより、自社に還元できると思う。
- ・品質トラブルの未然防止に関する「考え方」「手法」など理解することができ、品質トラブルの事前抽出の重要性とFMEAの活用、主旨を理解することができた。
- ・今回は品質保証の立場で来ているが、設計者等の製造工程の源流の担当者も聞くべき内容を多く含み、有益であると感じた。
- ・いろいろな業界のデータを見ながらの説明を聞いたので、業界の動向なども知ることができてよかった。

主要指導講師
（順不同）

- ・鈴木 和幸 氏（電気通信大学 教授）
- ・大石 修二 氏（埼玉工業大学 教授、株インテグレイト 代表取締役）

なぜ未然防止が必要なのか？

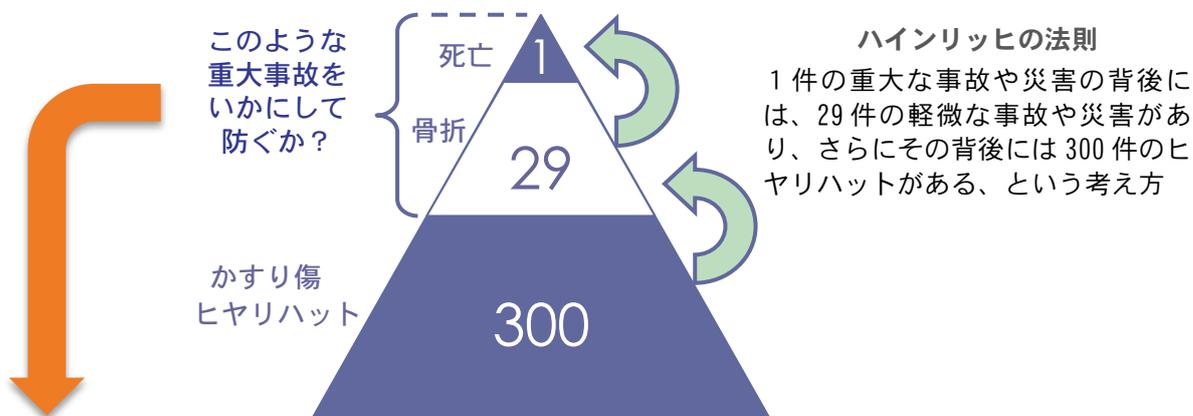
品質危機を取り巻く経営環境

- ・企業のグローバル化にともなう環境の変化
 - ・コスト競争の激化
 - ・海外生産における品質の造り込み
 - ・海外調達における品質の確保
 - ・新興国市場の拡大

- ・変化のスピードアップへの対処
 - ・短納期開発：納期・コスト>品質
- ・人財・技術面の変化
 - ・技術伝承のあり方（固有技術のアウトソーシング傾向）
 - ・雇用形態の変化

非常にタイトで厳しい環境での製品開発・ものづくり

重大事故・致命的欠陥の可能性
～重大事故のタネを見逃していませんか？～



かすり傷やヒヤリハットの経験を、未然防止へ活かす取り組みが必要！

- 1 日常的な小さなトラブルから、重大事故の予兆を捉え、未然防止につなげられる**人財育成**
- 2 **安全**を重視し、企業の**文化**として定着させられる**風土**
- 3 未然防止の取り組みを有効に実践できる**組織・しくみ**



このような課題への有効な取り組みが「未然防止の7つのステップ」です！

未然防止の7つのステップ

1. 未然防止への動機付け
2. トラブルの事前抽出（トラブル情報の共有と予測）
3. リスクの事前評価
4. リスク評価後のアクション（事前の安全確保）
5. 万一の事故発生に向けての事前対策の策定
6. リスク管理のしくみのさらなる改善
7. ステップ1～6の定着化と安全文化の確立

「未然防止の7つのステップ」は、品質トラブルの未然防止に向けた具体的な取り組みと、それらが企業・業務にきちんと定着し、効果をあげられる風土づくりを支援する進め方です。

失敗学と創造学セミナー

— 品質問題を解くヒントがここにある！失敗に学び創造性を伸ばす！ —

キーワード

失敗学、創造学、思考の谷、上位概念、未然防止、要求機能、技術課題の解決

対象

対象階層：一般～役員 / 対象部門：全般

概要

畑村洋太郎氏（東京大学名誉教授）の提唱された「失敗学」を、創造性を伸ばすための「創造学」とともに、畑村氏と共に研究されてきた濱口哲也氏（東京大学大学院特任教授）からご指導いただきます。「失敗のとらえ方と有効活用」「視点・思考の転換による『気づき』と『創造』」「技術・発想のブレークスルー」を学びたい方にお勧めのセミナーです。

特長

- ・失敗学：失敗に対し、視点・思考を転換することにより俯瞰的にとらえ、有効活用する方法を学べます。
- ・創造学：要求のとらえ方と記述方法、解決案を発想する7つの法則などを通し、創造性を高める方法を学べます。
- ・実際に企業人として製品開発に携わった経験も踏まえた知識と実践、対話を重視した体験的な講義により、失敗学と創造学を効果的に習得できます。

カリキュラム

1日目 (9:20~18:30)	2日目 (9:00~17:00)
失敗学 <ul style="list-style-type: none">・プロローグ・問題提起「今日本で何が起きているか」・失敗学のすすめ・リスクマネジメントのための失敗学	創造学 <ul style="list-style-type: none">・思考展開図・要求機能を記述する・解決案を考える

日程・会場 ・参加費 (税込)

回数	日程	会場	参加費
1	5/17(火)~18(水)	東京	一般：52,920円 会員：45,360円
2	7/12(火)~13(水)	大阪	
3	9/27(火)~28(水)	東京	
4	11/1(火)~2(水)	東京	
5	2017. 2/22(水)~23(木)	東京	

セミナー・データ & 参加された 方々の声



- ・多くの失敗データの有効な活用法を見つけられる感じがする。創造学は、開発チームと接する機会の中で、考え方を活かせる。
- ・ものづくりの開発現場で、開発プロセスにおいて技術者がいかに知恵を出すか、仕組みとしかけがあるように思う。今回の講義により、知恵を出すしかけについてヒントを得られた。
- ・失敗のとらえ方、失敗を活用する事の重要性、また活用するための手法を分かりやすく解説していただいた。また受講してみたいと思う内容である。
- ・ロジカルシンキング等よりはるかに現実的かつ实际的で、仮に同じテーマでも技術者に受け入れやすい内容だと思う。
- ・特定の部署に限らず、どこの部署でも活用できる内容だと思う。

指導講師

・濱口 哲也 氏（東京大学大学院 特任教授）

「失敗学」と「創造学」とは

一目に見えない「思考の谷」を越えること。その先に、創造的発想につながる〈新しい領域〉があります。

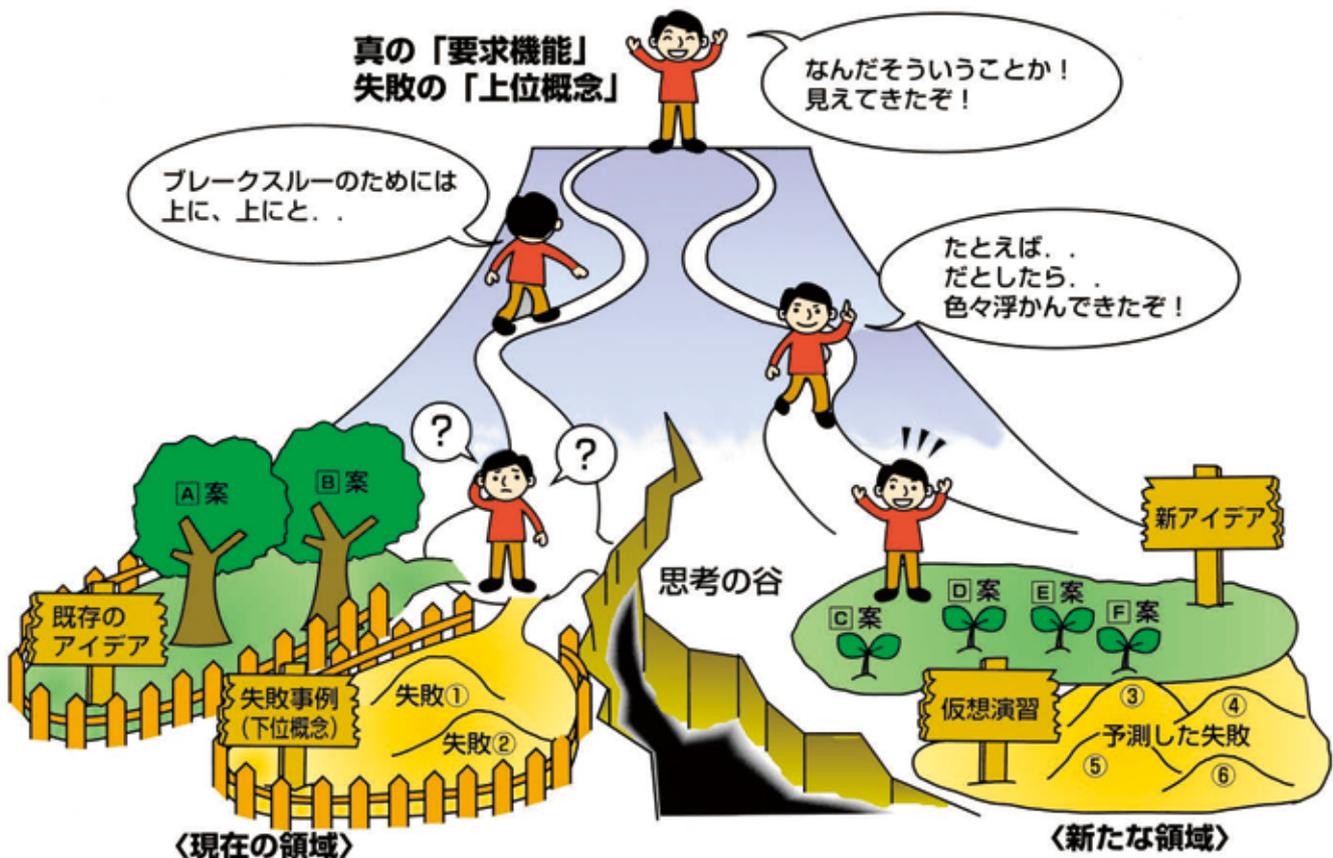
失敗学とは

人は失敗に対して、まず「なぜそれが起きたのか」「誰が失敗したのか」という点に着目します。しかし、単に「なぜ」「誰が」と問うだけでは、どうしても視点や思考が起きた事象から離れることができません。そのため、失敗の「本質」をきちんと理解し、そのうえで有効な再発防止・未然防止を行うのに必要な発想にたどり着けないケースがよく見られます。失敗に対して的確な再発防止・未然防止を進めるには、失敗に対する論理的なアプローチを通し、失敗情報を普遍的な知識へ昇華させ、起こりうる失敗の予測へと役立てることが必要です。失敗学は、論理的な思考によって〈現在の領域〉から離れ、「失敗の上位概念」を得ることで〈思考の谷〉を越え、そして〈新たな領域〉=失敗の「真の原因追究」や「有効な未然防止」へとたどり着くための考え方です。セミナーでは、豊富な事例を交えながら、失敗の理解や分析、本当の未然防止に至るために必要な取り組み方などをご紹介します。

創造学とは

昔から、画期的な発明や製品には、独創性を持った発想がつきものです。しかし、構造を理解できることと、ゼロからそこまで思いつけることは別のものです。これは、発想できる可能性があっても、実際には既存概念に囚われて〈思考の谷〉を越えることができず、「新しい発想」「適切な解」へたどり着くことができないためです。ここでも重要となるのは、いかにして〈思考の谷〉を越えて〈新しい領域〉にたどり着くか、です。創造学は、「真の要求機能」=「要求機能の上位概念」に着目し、〈現在の領域〉から〈思考の谷〉を越え、〈新しい領域〉=「画期的な発想」や「最適な解決法」にたどり着く道筋を示す物です。セミナーでは、思考展開図や逆演算発想などの具体的な方法論にもとづき、単に発想の数を稼ぐのではない、深く考えられる創造的発想法をご紹介します。

未
然
防
止



設計開発における不具合未然防止のための知識活用セミナー

－ トラブル情報（過去の不具合事例やFT図、FMEA表など）を活用できていないと感じておられる方必見！－

キーワード

未然防止、経験・情報の構造化・体系化・知識化、知識の再利用、ストレス・ストレングスモデル

対象

対象階層：一般～役員 / 対象部門：設計・開発、技術、品質管理など

概要

製品や工程の設計ミスによるトラブルに対して、その未然防止がうまく行かない理由として、組織が保有する過去の経験や情報が、設計に再利用可能な知識になっていないことや、忙しい現場業務において、知識を活用した効果的な未然防止活動の仕組みや、FMEA・FTAなどの信頼性手法がうまく組み込まれていないことが挙げられます。

当セミナーでは、ストレス・ストレングスモデル（SSM）という不具合に関する知識の構造化表現モデルを用いて、不具合事例、試験・解析報告書などに眠っている失敗経験や情報を構造的・体系的に知識化し、その知識を設計現場におけるトラブル未然防止活動に効果的に活用する手法を具体的に分かりやすく説明します。

特長

- ・SSMを用いた知識の整理・活用方法について解説します。
- ・実際の設計現場におけるSSM実践時例を紹介します。
- ・基本演習、本格演習を通じて、知識の整理・活用方法やトラブル未然防止手法を理解できます。

カリキュラム

1日目 (9:20～18:00)	2日目 (9:30～16:30)
構造化知識工学とははじめ 不具合に関する設計知識とその運用モデル 構造化知識の獲得方法 構造化知識の活用方法 構造化知識マネジメント実践例 SSM化基本演習	構造化知識の獲得方法 SSM化基本演習 SSM化本格演習 総合質疑応答とまとめ

カリキュラムの特長

- ・講義：SSMについて、基本（考え方）から実践的な手法まで学んでいただけます。
- ・実践事例：SSMを活用し、どのように設計・開発における不具合の未然防止に役立っているか、実際にSSMを活用している実践企業の担当者の方からお話しいたします。また、同時に導入・推進ノウハウについてもお聞きいただけます。
- ・基本演習：SSMの特長である知識の構造化（不具合の情報などを体系立てた形に整理すること）について、基本的な演習問題を通して学んでいただけます。
- ・本格演習：基本演習から発展し、不具合事例から有用な知識（情報）を引き出す方法を学びます。

日程・会場 ・参加費（税込）

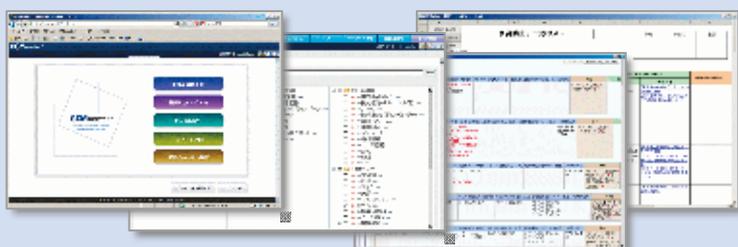
回数	日程	会場	参加費
1	7/14(木)～15(金)	東京	一般：72,360円
2	2017.2/2(木)～3(金)	東京	会員：64,800円

主要指導講師

- ・田村 泰彦 氏（株構造化知識研究所 代表取締役） ほか

専用ソフト “SSM Master”

- ・SSMをシステムの・効果的に活用する専用ソフトウェア“SSM Master”をセミナー会場でご紹介します。デモ機でソフトを実際に触りながら、その効果を確認していただけます。

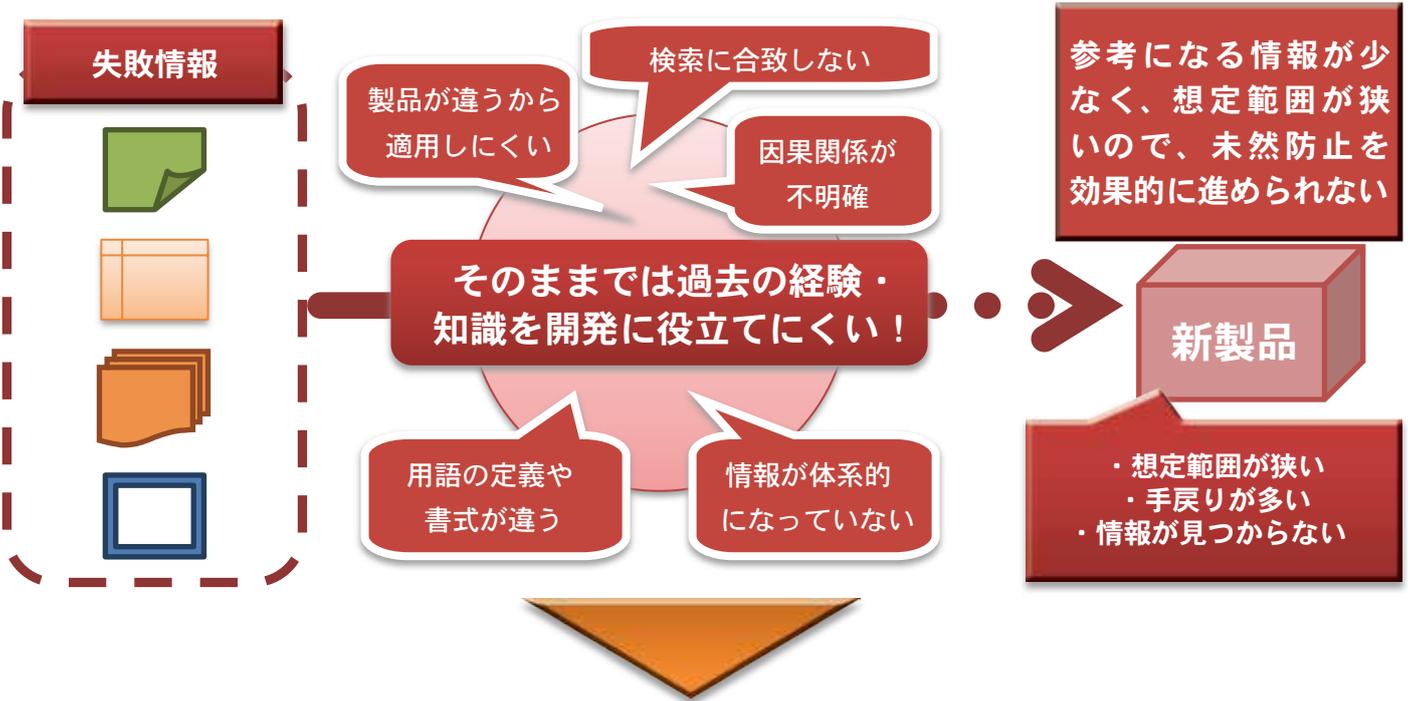


未然防止に有効なSSM

未然防止とは「まだ起きていない・起こりうるトラブル」を事前に想定し、防ぐ取り組みです。再発防止と違って「その製品にとって未経験のトラブル・知られていないトラブル」を防止する訳ですから、まずはそれらのトラブルを『いかに幅広く想定できるか』がカギになります。知らない事をゼロから想定するのはとても困難なため、過去のトラブルを参考にしていって訳ですが、「製品の違い」や「情報の粒度（細かさ）」「用語の違い」「因果関係の不明瞭さ」などが障壁になり、実際には過去のトラブル情報資産をうまく活用できていないのが現実です。

そこでそれらの情報資産を分類・整理し、うまく製品開発に活用できるようにするのが“SSM”です。

■ 従来の未然防止活動



■ SSMを活用した未然防止活動



“SSM”を活用することにより、過去のトラブル情報資産を有効活用し、製品開発における未然防止活動をより効率よく、効果的に進めることができるようになります。これにより、手戻りや見落としを防ぎ、スムーズかつ質の高い製品開発を実現できます。

フォーラム・シンポジウム

— 最新の事例や研究成果、第一人者の講演などをお聴きいただけます —

1965年に開設され、毎年6月と12月に開催しています。品質管理、TQMの今後の発展のため、毎回時宜を得たテーマを設定し開催しています。品質経営のための先取性と次代の指針、最新情報が入手できます。

■シンポジウム概要

日 程：第102回 6月2日（木）～4日（土）／第103回 12月1日（木）～3日（土）

会 場：箱根・ホテル小涌園

参加費：①シンポジウム賛助会員：1口 187,920円^{※1}／②一般：129,600円（ともに税込）

※1：各回1口1名無料／2人目以降割引価格（43,200円）

→上記参加費には食事代を含みます。宿泊費、交通費はご自弁いただきます。

→シンポジウム賛助会員は日科技連賛助会員とは異なります。詳しくは担当にお問い合わせください。

■過去のテーマ

第101回：日本の製造業再強化のために品質世界一の確立

— サプライチェーンで作る「安全・安心・信頼」のモノづくり —

第100回：日本の成長戦略を支える品質管理の役割

～これから求められる価値ある品質を考える～

第99回：バリューチェーンと組織の改革による持続的成長

～経営資源の価値化と企業活動の構造～

第98回：グローバル時代におけるダイバーシティを取り込んだ品質経営の実践

■過去情報：<http://www.juse.or.jp/qcs/>

品質管理 シンポジウム

2008年に開設、知識構造化、SSM^{※2}（ストレス-ストレングスモデル）を中心に、不具合の再発防止や未然防止、製品安全に役立つ最新情報を提供いたします。

※2：SSM：トラブルの経験・ノウハウを広くトラブル未然防止に活用できるように、知識を構造化するモデルです。

■シンポジウム概要

日 程：9月9日（金）

会 場：東京（会場未定）

参加費：未定

■過去の概要：7SSM-S（2015.9.11）

「製品・部門・拠点の壁を超えるSSM実践各社の工夫」

企業講演（3件）／特別解説／総合討論

■過去情報：

<http://www.juse.or.jp/src/seminar/voice/24/66>

第8回 知識構造化 シンポジウム

品質機能展開を中心に、企画、設計、開発、品質保証の各分野におけるツール群についての研究発表、QFDの融合モデルなどの最新情報の発信を行います。

■シンポジウム概要

日 程：チュートリアル 11月24日（木）^{※3}

シンポジウム 11月25日（金）

会 場：東京・日科技連東高円寺ビル

参加費：一般・21,600円（税込）

賛助会員・20,520円（税込）

※3：シンポジウム参加者のみ、要別途料金

■過去の概要：21QFD-S（2015.11.12-13）

「進歩を続けるQFD

～最新の実践事例に学ぶ」

チュートリアル（2件）／

特別講演（1件）／講演（6件）

■過去情報：

<http://www.juse.or.jp/src/seminar/detail/page/21qfds>

第22回 品質機能展開 シンポジウム

クオリティフォーラムは、2000年に「クオリティフォーラム2000」として従来の大会を総合して第1回を開催しました。それ以降、製造業・非製造業・サービス業の方々を対象に時流にあった研究事例発表を行っています。主に部課長および職場管理・監督者の方々の実践事例をお聞きいただけます。

■フォーラム概要

日 程：11月21日（月）～22日（火）

会 場：東京・日本教育会館

参加費：一般・38,880円（税込）

賛助会員・34,560円（税込）

■過去の概要

クオリティフォーラム2015（2015.11.19-20）

□企画 session・特別 Session

【企業理念（3件）／人材育成（3件）／TQM（4件）／新商品開発・品質保証（3件）／安全／スキル（2件）／これからのモノづくり（2件）】

□一般事例発表（19件）

□日本品質奨励賞受賞報告講演会（1件）

■過去情報：

<http://www.juse.or.jp/src/seminar/detail/page/qf2015>

クオリティ フォーラム 2016

2016年度 新規セミナーのご案内

自工程完結セミナー（仮）

品質は工程で造りこむ！ トヨタ流仕事の進め方

トヨタ自動車に取り組んでいる仕事の進め方「自工程完結」をわかりやすく、実践的に解説するコースです。仕事を定義していくうえで重要となるのは、「確認する作業」と「決定する作業」の連鎖を明確にし、ゴールから遡って手順を作成することです。そして、その手順に従い仕事を進め、自分の仕事が正しいのか、そうでないのかを判断しながら遂行できるようにします。「品質は工程で造りこむ」ということをキャッチフレーズではなく、実践していくためにも上手に準備し、確実な作業を行っていくことが必要となります。当コースでは、トヨタ自動車の自工程完結の本質から、考え方を含め、自社に展開しやすいよう、演習を交えながら理解していただきます。生産性の向上、スタッフの意欲向上に役立つ考え方です。

〔自工程完結の総括〕

- ①科学的なアプローチによる品質保証
- ②工程ごとの良品条件を整備・改善していく

〔自工程完結を進める上で大切なこと〕

- ①リーダーシップの発揮
- ②本当の現地現物

- 日 程：2016年度上期予定
- 開催地：東京
- 参加費：未定
- カリキュラム：詳細検討中

層別図解法マスター1日コース

スピードある問題整理・解決に最適な、図形思考の新手法です！

データの共通点や特長に着目していくつかのグループに分ける「層別」は、品質管理の基本的な考え方として、多くの場面で活用されています。また、言語データを親和性によって統合することで問題の構造を明らかにする「親和図法」は、新QC七つ道具の一つとして品質管理はもちろん、言語データを活用するシーンで幅広く活用されています。

「層別図解法」は、この層別の考え方と親和図法のいわばハイブリッド手法であり、言語データの真意を読み取りながら、スピード感をもって図形化することを可能とします。これにより、品質管理はもちろん、あらゆるビジネスシーンで、各階層職位の方々の問題整理・解決やアイデア発想にご活用いただけます。ぜひ当コースをご利用ください。

- 対象：
 - ・言語データを活用して問題解決をはかりたい管理者・スタッフ・経営者の方など
 - ・QCサークルなどの小集団改善活動のリーダー、メンバーの方

- 日 程：2016年9月28日（水）

- 開催地：東京・日科技連 東高円寺ビル
- 参加費：一般 34,560円/会員 29,160円（税込）
- 講師：斯界の経験豊富な講師が指導にあたります。
- カリキュラム（1日）：
 - 図形思考について/言語データ論/層別について/層別図解法の解説/作図演習とまとめ/質疑応答

モノづくりにおける問題解決のためのデータサイエンス設計コース

応答曲面法を超える新兵器：多目的設計探査！

ビッグデータ（大規模コンピューティング）の活用は、経営やマーケティングの分野にとどまらず工業の分野でも見られるようになりました。そして、ビッグデータをモノづくりの設計段階で活用することにより、一部の先進企業が市場を席巻するという傾向は、今後強まりを見せられると思われまます。

当コースでは、モノづくりに携わる技術者向けに、ビッグデータをモノづくりの設計段階で活用する手法である「多目的設計探査」を平易に解説いたします。設計開発に携わる技術者の方はもちろん、自社のビッグデータ活用方法にお悩みの方、データサイエンティストを目指している方に当コースをおすすめします。

- 対象：
 - ・モノづくりに携わる実務者で、ビッグデータを業務に活用したい方
 - ・製造業に携わる技術者で、自社のビッグデータの活用方法にお悩みの方
 - ・データサイエンティストを目指している方で、解析スキルを身に付けたい方
 - ・前提知識として応答曲面法の基本知識をお持ちの方

- 日 程：2017年2月27日（月）～3月1日（水）

- 開催地：東京・日科技連 東高円寺ビル

- 参加費：一般 108,000円/会員 97,200円（税込）

- 講師：大林 茂（東北大学）
- 吉野 睦（株デンソー・工学博士）
- 相沢 健実（元太平洋セメント株・工学博士）

●カリキュラム：

日	午 前	午 後
1	多目的設計探査の概要	計算点配置（空間充填計画での特性値採取）、コンピューティング（CAE）
2	ノンパラメトリック回帰（予測）、遺伝的アルゴリズム	遺伝的アルゴリズム（午前の続き）、自己組織化マップ（技術的解釈）、ラフ集合
3	総合演習	総合演習（午前の続き）、質疑応答

※前提知識（応答曲面法の基本知識）が不安な方は、オプションとして「技術力で差をつけるための実験計画法実践セミナー エキスパートコース」の当該講義に、特別価格（一般 19,440円/会員 14,740円）で参加いただけます。

