

次世代リーダー候補のみなさんへ

**2025年度
『次世代リーダー育成プログラム』
全体計画について**

2025年11月21日(金)



本プログラムでは、次世代リーダーに必要不可欠な能力として、
コンセプチュアルスキルとリーダーシップに重点を置き、設計、運営を行う。

1)コンセプチュアルスキル

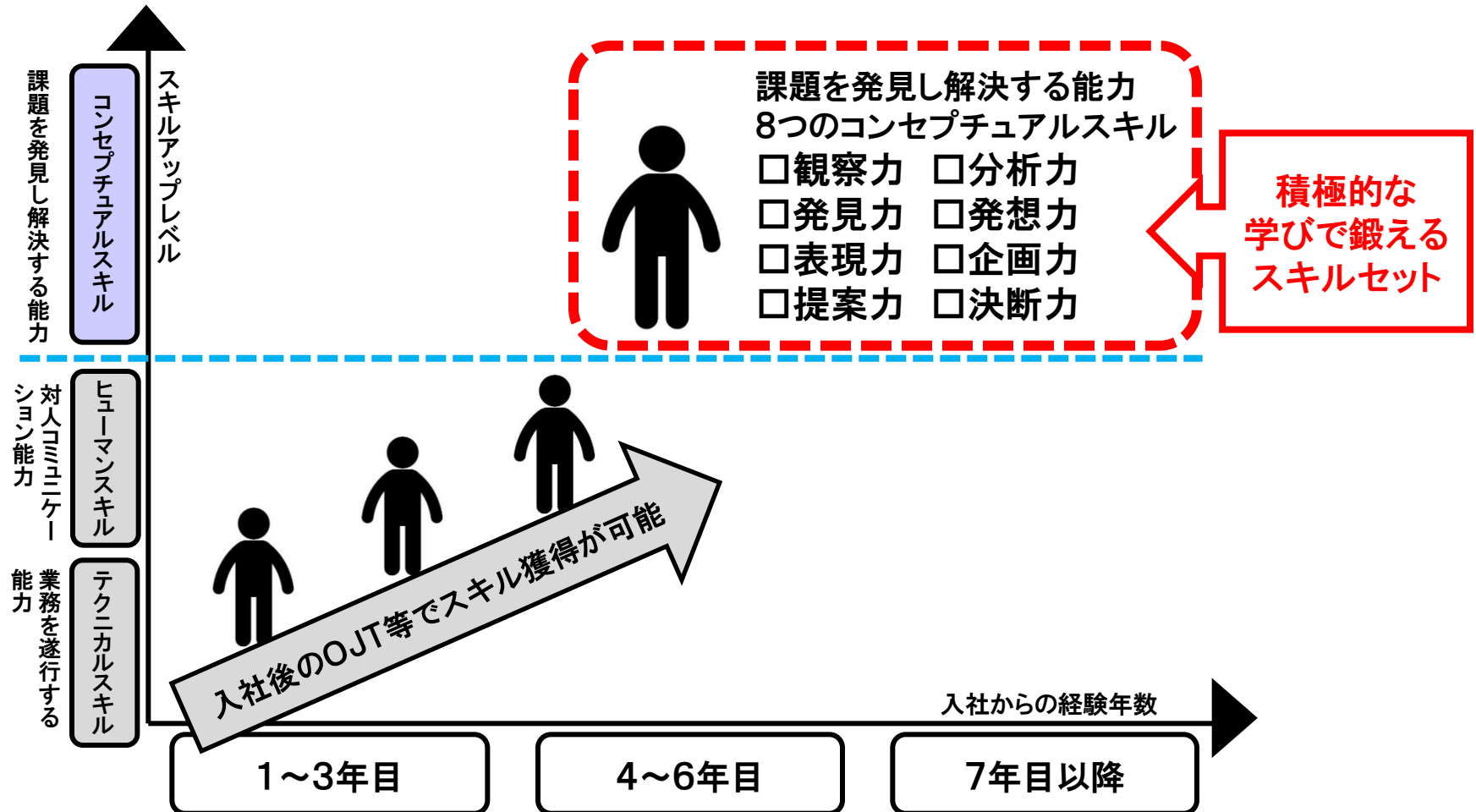
自ら課題を発見し、解決する方法を考え、実践する力

2)リーダーシップ

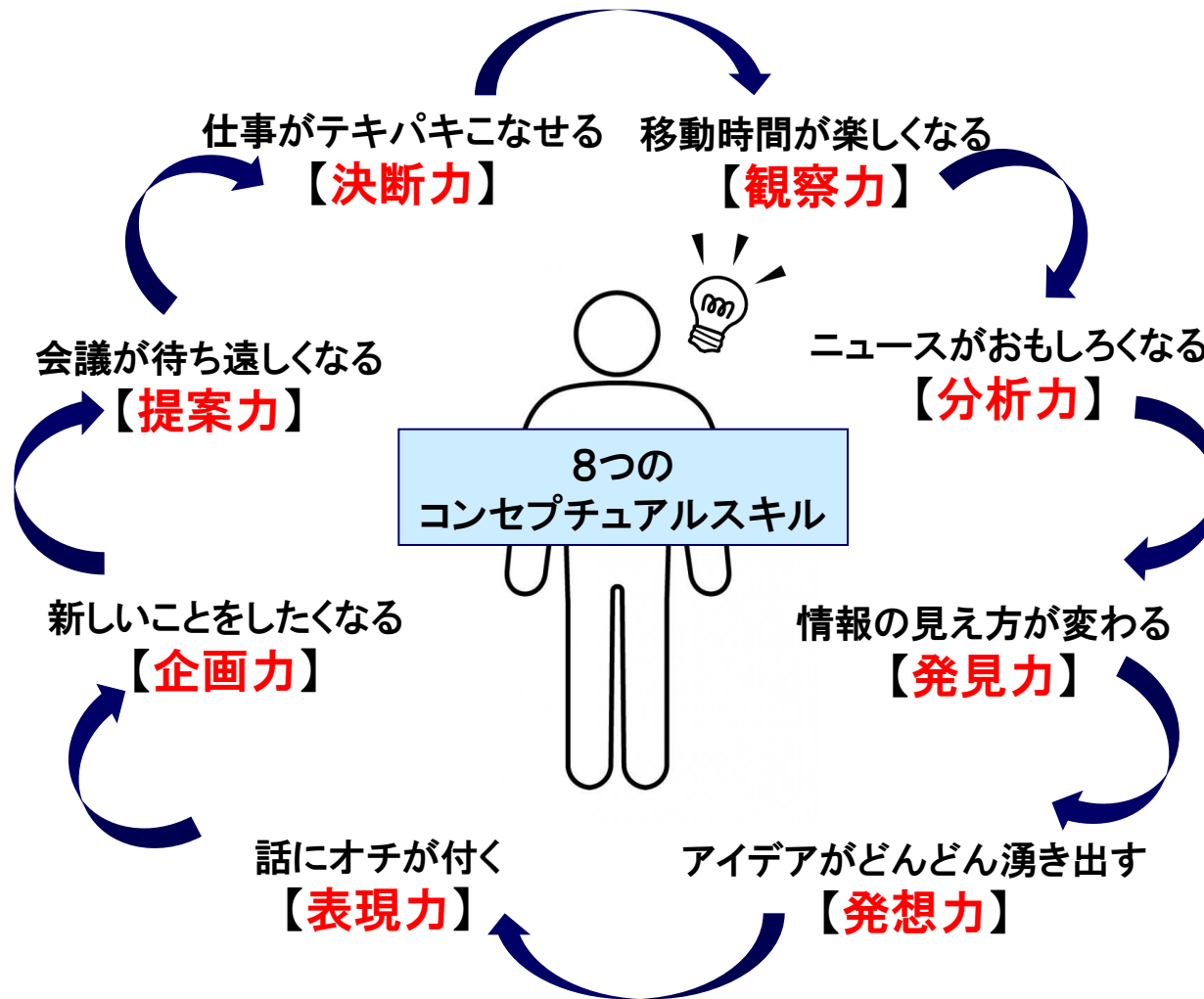
メンバーの力に着目し、最大限活用し、成果を生み出す力

1-1) コンセプチュアルスキルについて

ボトムアップ型で成長する組織を目指すためには、社員ひとりひとりのコンセプトualスキル(課題を発見して解決する力)を伸ばすことが課題となる。

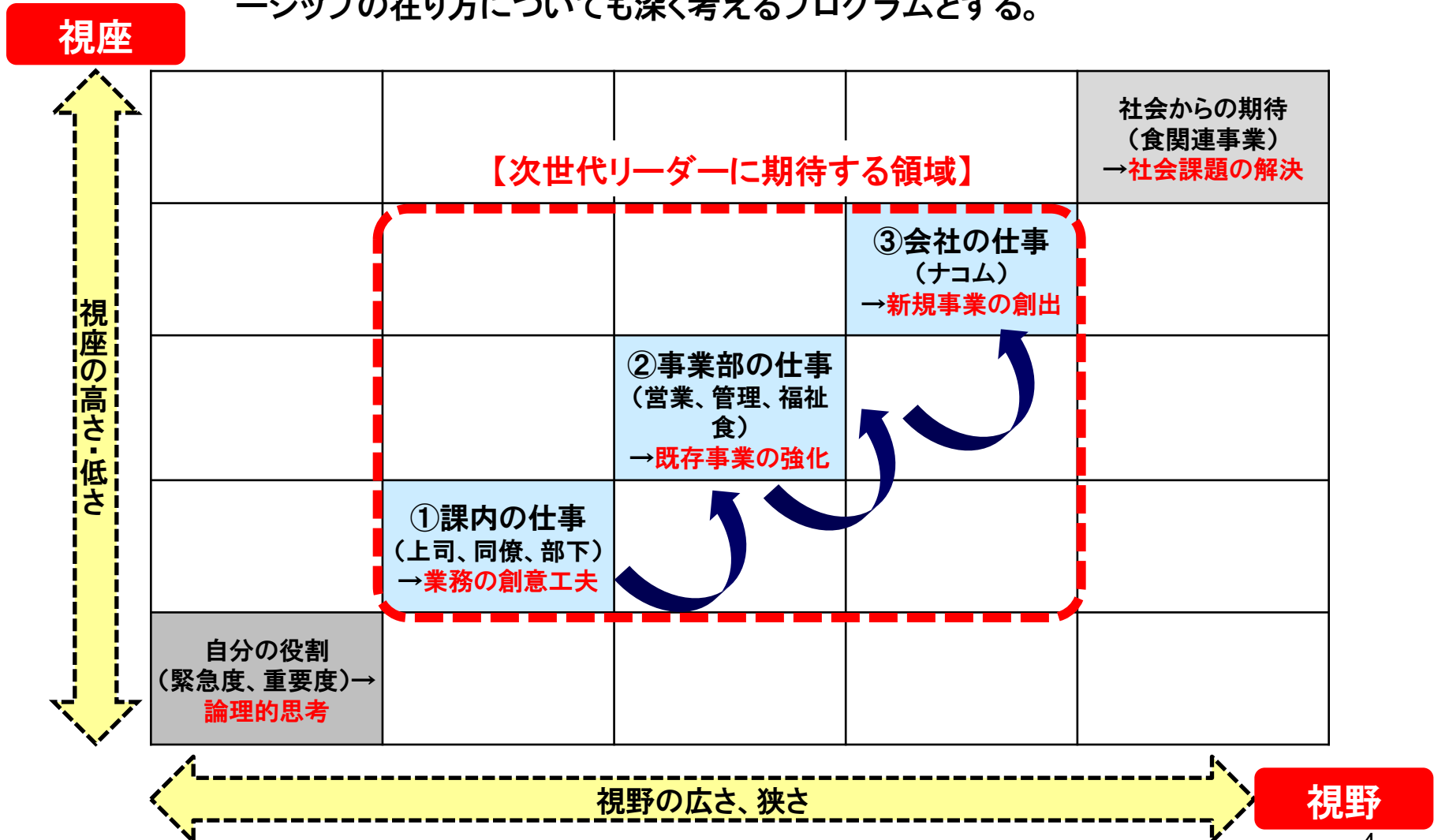


期間中は継続的にコンセプチュアルスキル(自ら課題を発見し、解決する能力)を鍛えるためフレームワーク思考を活用する。



2-1) リーダーシップについて

次世代リーダーに期待する領域として、1)課内の仕事。2)事業部内の仕事。3)会社全体の仕事。を想定し、それぞれの段階で必要とされるリーダーシップの在り方についても深く考えるプログラムとする。



2025年度研修プログラム



リーダーシップ、マーケティング、イノベーションをテーマに2ヶ月に1回の頻度で研修を実施。受講者は毎回振り返りレポートを提出し、実務の改善に活かす。また2月、5月にはチームメンバーで成長戦略をプレゼンする

回	月	テーマ	講師・ゲスト 講師	プログラム	ラーニングポイント
1	11月21日(金)	フォロー シップとリー ダーシップ	嶋田 崇孝 高橋 健三	課内で、部内で、社内で仕事をする際に求められるリーダーシップの在り方について、ケーススタディを通して理解を深めます	ナコムの次世代リーダー候補として自覚を持つ
2	1月23日(金)	マーケティ ング発想	高橋 健三	マーケティングの4Pフレームワークを理解すると共に、プロダクト(商品)、プロモーション(販促)のポイントを学びます	マーケティングのフレームワークを理解して日頃のアンテナを高める
	2月15日まで	チームプレゼン作成～提出～評価(テーマ:既存事業の成長戦略について)			
3	3月6日(金)	プライス戦 略	清水 憲彦 高橋 健三	4Pの内からプライス(価格)戦略に焦点を当て戦略的な価格設定により、売り上げを伸ばし、利益を確保する視点を学びます	価格戦略の基本を学び日々の業務に活かすスキルを付ける
4	4月17日(金)	プレイス戦 略	藏内 淑行 高橋 健三	4Pの内からプレイス(販路)戦略に焦点を当てAmazonや楽天などWEBを活用した販路戦略の考え方を学びます	販路戦略の基本を学び日々の業務に活かすスキルを付ける
	5月15日まで	チームプレゼン作成～提出～評価(テーマ:新規事業の創出戦略について)			
5	6月5日(金)	イノベーシ ョンマーケ ティング	竹林 一 高橋 健三	イノベーションのポイントを学び、コラボレーションを活用して自社事業を成長させるためのビジネスプランを考える	イノベーション発想からビジネスプランを生み出す視点を学ぶ

7月中旬

- 1) 受講者が講師となってセミナーを実施する(リーダーシップ、マーケティング、イノベーションなど)
- 2) 合宿ミーティングにて、既存事業の強化戦略、新規事業の創出戦略をチームごとにプレゼンする
- 3) プレゼンを受けた全員がグループに分かれてディスカッションする

5

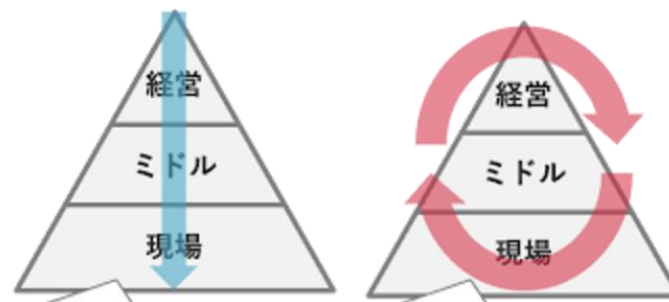
対話(ペア&チーム)

発言することで、自己と相手を知ることにつながり、チームとしての接点を強化する機会をつくっていきます。



概念的理解

組織やXXシップなど、目に見えないHR領域の関わりを扱うために、概念的にわかりやすく伝えていきます。



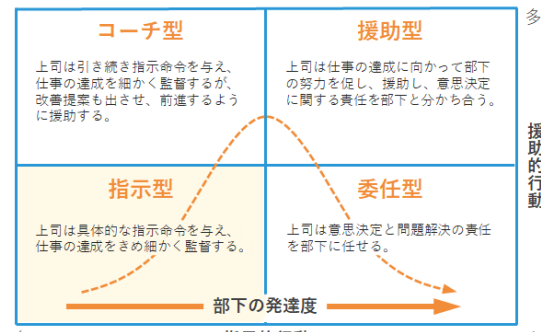
発表/言語化

発表する、言語化するためには、一度全体像を纏め直す必要があります。理解を「メタ認知化」し俯瞰します。



具体的理解

実際に行動に移すためには、具体的なアクションをイメージできる「型」が必要で、それについても理解します。



研修振り返りレポートについて

毎回の研修を受講後、2週間以内に1000文字程度のレポート提出を課題する。提出されたレポートは受講者全員で閲覧可能とし、互いの学びを共有する。

回数: 第1回	テーマ: フォロワーシップとリーダーシップ
所属:	氏名:

1) 今回の研修であなたが学んだことを具体的に振り返ってください	
2) では学んだ内容を今後、どのように活かしますか？そのアイデアを記載してください	

チームプレゼンシート2月分(案)

研修を2回受講した後は、チームでプレゼンを行う。
2月は既存事業の成長戦略をテーマに、5月は新規事業の創出をテーマとする

テーマ:既存事業の成長戦略	
チーム名:〇〇〇	メンバー名:〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇
所属:	氏名:

4Pミックス	現状アクション	改良アクション
PRODUT(商品)		
PRICE(価格)		
PLACE(販路)		
PROMOTION(販促)		

ドラフト版

研修を2回受講した後は、チームでプレゼンを行う。

2月は既存事業の成長戦略をテーマに、5月は新規事業の創出をテーマとする

テーマ:新規事業の創出	
チーム名:〇〇〇	メンバー名:〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇
所属:	氏名:

事業名称	
ターゲット像	
ターゲットのニーズ	
ナコムが保有する強み	
PRODUT(商品)	
PRICE(価格)	
PLACE(販路)	
PROMOTION(販促)	



高橋 健三(たかはしけんぞう)

株式会社スマイルマーケティング なにわのマーケティングコーチ・CEO
大阪生まれ。大学卒業後、マーケティングエージェンシーから、企画会社
の共同経営者を経て、2003年株式会社スマイルマーケティングを設立。
なにわのマーケティングコーチとして、企業、行政、大学、商工会議所、JC
等で年間100本以上の講演や研修に登壇。
身近な事例をふんだんに使う講座は、誰にでも分かりやすいと定評がある。
またMBAスクールで学び、実務を通じて身につけたフレームワークと、
持ち前の発想力を縦横に発揮し、商品開発や市場開拓のマーケティング
プロジェクトも数多く推進中。

グロービスオリジナルMBAプログラム修了。青山学院大学ワークショップデザイナー履修。
日経MJの記事をヒントにしたコラム「ちょっと気になる4P戦略」をメルマガで配信中
3月、6月、9月、12月に「マーケティング妄想バー」を主催

登壇実績

- 大阪府「なにわマーケティング大学」講師
- 大阪市「商業パワーアップ事業」講師
- 大阪商工会議所「中小事業者向けセミナー」講師
- 日本経済新聞「日経Wアカデミー」講師
- 関西ファッション連合SDGs推進サポーター
- 国立大学法人「琉球大学国際地域創造学部」非常勤講師

著書及び執筆参加

- 「社員の能力を120%引き出す研修講師32選」(PHPエディターズ・グループ)
- 「もう安売りしかないと思う前に読む本」(セルバ出版)
- 「コンサルタントが使っているフレームワーク思考法」(中経出版)
- ビジネスマンのネタ帳「スマイルマーケティング手帳」(SMILE-MK)



これまでの登壇実績(一部)

