

2026年度

研修プログラムのご案内

～これからの時代を創るために～



株式会社Smart Presen

目 次

	Page
1. 弊社の研修コンセプト	1
2. 主な研修コンテンツ一覧 アンケートから読み取れる受講者の変化	2
3. 株式会社Smart Presen 主な講師・ファシリテーター実績	3
4. 研修プログラムと対象者イメージ 研修プログラムの組み合わせ事例①②③④⑤	4～6
5. ご提案から研修プラン策定の進め方イメージ 具体的なカリキュラム例のご紹介	7～11
6. 研修資料などの例	12～13
7. 独自開発したワーク／様々な教材	14
8. スタートアップ企業／新規事業開発のハンズオン支援	15
9. パートナリシップによって御社の課題に適切に対応いたします	
10. オンラインやハイブリッドなどにも柔軟に対応いたします	16
11. メールマガジン「ビジネスは伝わってナンボ！」	
12. 公開講座 年間表 2026年度	17

1. 弊社の研修コンセプト

株式会社Smart Presenでは、「人と組織を動かす研修」を提供しています。
企業様、団体様をはじめ、研究機関様、医療機関様、教育機関様、自治体様、金融機関様を中心にこれまで15年間、年間300件近い研修を実施し、多くのアンケートやご感想をいただく中で、3つのキーワードが浮かび上がってきました。
それが以下の3つです。

丁寧な解説！ 豊富な実体験！ おもしろい！

プレゼンテーションで大切なことは「盛り込みすぎないこと」。
それは研修でも同じです。
良質なコンテンツを、適切な量で、わかりやすくご提供する。
これが「**丁寧な解説**」につながっていると考えます。

また、これまで企業人として15年の間に約3000件のプレゼンテーションの実践を経験し、
28歳で組織の管理職になったことで多くの苦労をしてきたことから、研修では臨場感のある体験談をふんだんにご提供しています。
そこには笑いも涙もあります。それが「**豊富な実体験**」というご評価につながっていると感じています。

そして、関西人らしく、「**おもしろさ**」を追求しています。それは決して茶化すということではなく、興味を持っていただけるような工夫を凝らしています。大人の教育において、「興味を持たないこと」は意味がないと考えています。
そのための工夫によって、「受けてよかった！」と思っていただける研修、それが「おもしろい」に凝縮されています。

おかげさまで、研修講師として15年の経験を積むことができました。その過程でコロナ禍による研修の開催方法の多様化もあり、今は生成AIとどううまく付き合っていくか？ということも研修の大きなテーマです。時代に応じた対応をしつつ、弊社が信条とする、この3つのエッセンスが詰まった研修をぜひ御社にご提供したいと考えております。

2. 主な研修コンテンツ一覧

プレゼンテーション

- 人と組織を動かすプレゼンテーション研修
- 魅せるパワーポイント資料作成研修
- 超実践プレゼン改善研修
- 意見対立を乗り越える交渉力研修
- オンライン対応ファシリテーション研修

組織力向上

- 自律的に動ける部下育成研修
- 全方位に発揮するリーダーシップ研修
- 若手中堅のための巻き込み力研修
- 仮説思考を活用した問題解決研修
- 思考力を強化して組織力につなげる研修

営業力強化

- 顧客のニーズ分析力向上研修
- 顧客の課題を解決する提案力構築研修
- ロープレで鍛える！商談力向上研修
- 顧客との関係を強化する雑談力研修
- 展示会や商談会の活かし方研修

経営戦略・マーケティング

- 経営戦略立案研修
- ビジネスモデルイノベーション研修
- デジタル時代対応マーケティング研修
- BtoB企業のためのマーケティング研修
- 新たな発想を生み出す企画力向上講座

アンケートから読み取れる受講者の変化

研修では多くのアンケートによって受講者の皆様のお声をいただきます。そこから読み取れる皆様の変化の様子を以下にまとめてみました。この変化を今後もしっかりと追求したいと思います。

① 「わかりやすい」だけではなく「頭に入ってくる」

- ・「自然と頭に入る」
- ・「難しい言葉を使わない」

② 「なんとなく」が明確に言語化される

- ・「感覚的なものがロジックに落ちた」
- ・「イメージが言語化できた」

③ 「すぐ使える」！と実感されている

- ・「すぐ実践したい」
- ・「現場で活用できる」

④ 「引き込まれる」ことで飽きさせない講義

- ・「時間があっという間」
- ・「話に引き込まれた」

⑤ 「自分が変わる」が起きている

- ・「考え方を変えるきっかけ」
- ・「固定観念に気づいた」

3. 株式会社Smart Presen

代表取締役 新名 史典 (しんみょう ふみのり)

HP <https://www.smartpresen.com/>
所在地 大阪市中央区北久宝寺町1-7-9 堺筋本町プラザビル705
連絡先 info@smartpresen.com
創業 2011年10月

1971年生まれ、大阪府出身、大阪府立大学総合科学部卒業、大阪府立大学大学院（現大阪公立大学大学院）農学研究科修了。
業務用・家庭用の洗浄剤消毒剤メーカーのサラヤ株式会社に営業、マーケティング、商品開発の仕事に約15年従事した後、2011年10月に独立。大学・大学院から社会人時代を通じ、一貫してプレゼンテーション（通称：プレゼン）を重視し、そのノウハウ化、指導にあたる。自身も研究者、営業マン、企画マンそれぞれの立場でのプレゼンを豊富に経験。
独立後初年度から年間200本以上の講師実践を経験し、現在は年間300本前後の登壇。研修の特徴はこれまでの経験談をベースに、論理で納得を得るというスタイル。ワークでまずは体感していただき、そこに経験談で共感いただいたのちに論理で解説するスタイルで進めていく。
2022年は癌の治療で半年休業するも、その経験もバネにして退院後2日で研修登壇に復帰。
信条は「ビジネスは伝わってナンボ！」

弊社のご提供する研修としての独自性

・講師の「圧倒的なプレゼン力」自体が最高の手本となっている

多くの受講者が「先生の話に引き込まれた」「時間があっという間だった」と回答しています。的確な時間配分や惹きつける語り口そのものが、プレゼンテーションの優れたロールモデルとなっており、受講者の「あんな風に話せるようになりたい」という強いモチベーションを引き出しています。

・「豊富な実体験」と「身近な事例」による高い納得感

抽象的な理論だけでなく、講師自身の生々しい体験談や、ワークマン、星野リゾートといった身近で具体的な他社事例が豊富に織り交ぜられているため、受講者が実務に落とし込みやすく、極めて高い理解度につながっています。

・「論理（ロジック）」と「感情（エモーション）」の融合

単なるテクニカルなスキル伝授にとどまらず、「相手の感情に触れる」「共感を得る」といった人間心理の泥臭い部分と、ロジカルな思考法を見事に結びつけて解説している点が、受講者に「目から鱗」の気付きを与えています。

・実践的なワークと、的確で肯定的なフィードバック

一方通行の講義ではなく、受講者が主体的に取り組むグループワークが効果的に組み込まれています。また、実践に対する講師の肯定的かつ具体的な補足アドバイスが、受講者の自信と自己成長の実感に繋がっています。

主な講師・ファシリテーター実績

主な講師実績

インフラ企業

- ・KDDI
- ・NTT西日本
- ・JR西日本
- ・東北電力
- ・中部電力
- ・関西電力
- ・北陸電力
- ・大阪ガス
- ・阪急阪神ホールディングス
- ・近鉄ホールディングス
- ・京阪ホールディングス
- ・南海ホールディングス

製造業

- ・東洋紡
- ・サントリーホールディングス
- ・SCREENホールディングス
- ・川崎重工業
- ・神戸製鋼所
- ・日本触媒
- ・旭化成
- ・TOTO
- ・住友ファーマ
- ・バイエル薬品
- ・住友電工
- ・住友ゴム工業
- ・シスメックス
- ・メニコン
- ・ミズノ

金融機関

- ・SMBCコンサルティング
- ・りそな総研
- ・きらぼし銀行
- ・愛知銀行
- ・池田泉州銀行
- ・紀陽銀行
- ・京都銀行
- ・南都銀行
- ・滋賀銀行
- ・八十二銀行
- ・中国銀行
- ・百十四銀行
- ・四国銀行
- ・阿波銀行
- ・伊予銀行
- ・ふくおかフィナンシャルグループ
- ・鹿児島銀行

その他

- ・三井物産
- ・日鉄物産
- ・伊藤忠エネクス
- ・良品計画
- ・朝日放送
- ・毎日放送
- ・読売テレビ
- ・大林新屋和不動産
- ・信和ホールディングス
- ・岩谷産業

官公庁・地方自治体

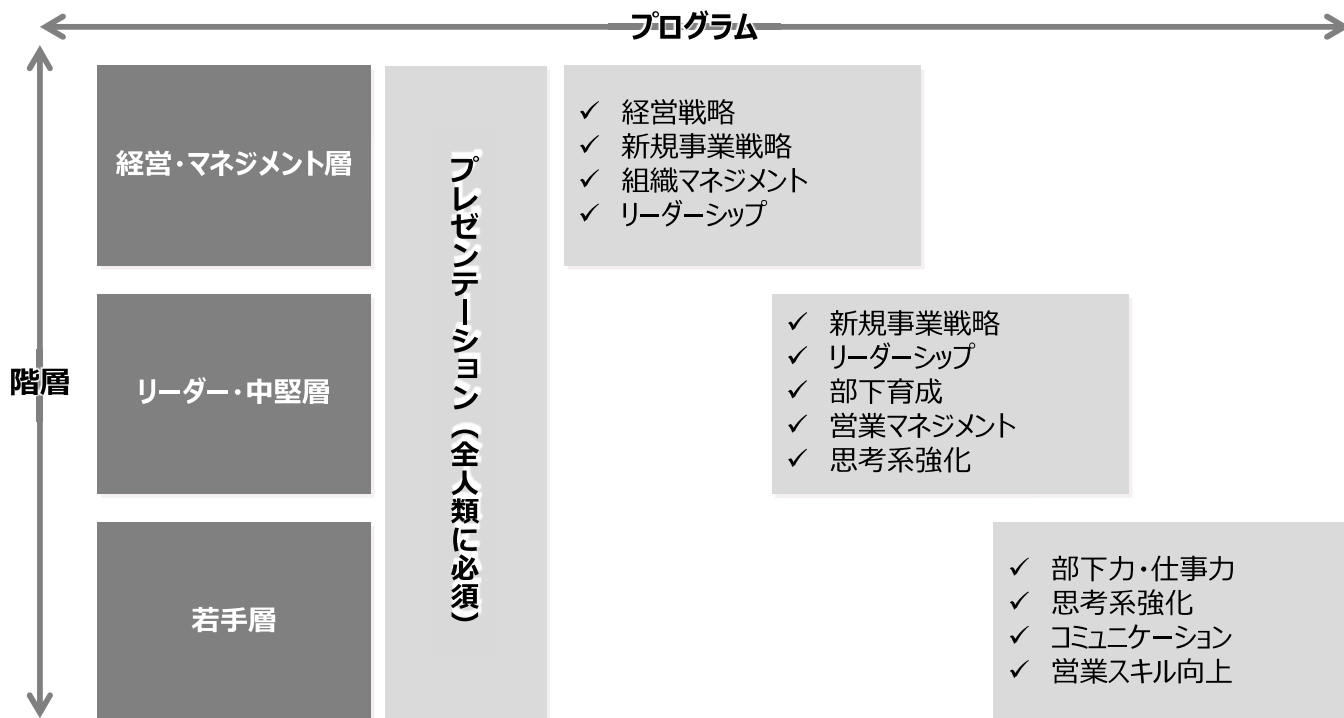
- ・総務省 国立研究開発法人情報通信研究機構（NICT）
- ・気象庁気象研究所
- ・兵庫県自治研修所
- ・京都府職員研修センター
- ・広島県自治研修所
- ・宮崎県自治学院
- ・佐賀県自治修習所
- ・沖縄県自治研修所
- ・沖縄県市町村研修センター
- ・大阪市
- ・和泉市
- ・東大阪市
- ・泉南市
- ・京都市
- ・神戸市
- ・姫路市
- ・加西市
- ・相生市
- ・伊丹市
- ・尼崎市
- ・倉敷市
- ・高松市
- ・うるま市
- ・沖縄市
- ・宜野湾市など

主なファシリテーター実績（各種アクセラレーションプログラム支援）

- ・文部科学省国立研究開発法人科学技術振興機構（JST）のSCOREプログラムでのピッチコンテスト支援
- ・東京都中小企業振興公社主催シニアビジネスグランプリでのピッチコンテスト支援
- ・大阪市立大学（現大阪公立大学）ヘルスケアスタートアッププログラムビジネスプラン構築ワークショップ、プレゼンテーションワークショップ担当
- ・奈良先端科学技術大学院大学GEIOTプログラムにおけるスタートアップビジネス立ち上げ支援
- ・ソフト産業プラザテックス AIDORアクセラレーション ピッチコンテンツブラッシュアップ支援
- ・大阪イノベーションハブ ミライノピッチ ピッチコンテンツブラッシュアップ支援
- ・大阪イノベーションハブ イントルプレナーミートアップ ビジネスプラン、プレゼンテーションブラッシュアップ支援
- ・大阪ガスビジネススクエア ビジネススクール「ビジネス構想コース」における講師、ファシリテーター担当

4. 研修プログラムと対象者イメージ

階層に応じてどのようなスキルが求められるか？もちろん組織によって異なることはありますが、概ね、以下のよう
なバランスでご提供しております。研修プランをご検討される際のご参考にいただければ幸いです。なお、
プレゼンテーションは、あらゆる階層に共通して必要なスキルであり、すべての階層向けにご提供しております。



研修プログラムの組み合わせ事例①

研修は各プログラム単独で実施することもちろん有効です。しかし、複数のプログラムを組み合わせ、展開
していくことでより大きな効果と、組織への定着につながります。実際に実施している組み合わせ事例をご紹
介いたします。

次世代リーダー育成研修（4回シリーズ）の例

	第1回	第2回	第3回	第4回
テーマ	幹部候補としての 役割・使命 を考える	自身と向き合い 組織を動かす力 を発揮する	部下の育成 および 部下との関わり方	これからの自身の 行動を考える
概要	・幹部に必要なリーダーシップとは？ ・チームを作るために ・自分自身の内省によって客観視する ・マネジメント事例研究	・事例研究の討議 ・自分らしさを活かしたリーダーシップ ・人と組織を動かすために必要な要素 ・幹部に必要なコミュニケーション力	・自身の「教える」経験 ・部下指導に必要な3つのスキル ・ハラスメントを防ぐために ・幹部としてのコンプライアンスとリスクマネジメント	・自社を取り巻く環境を考える ・これからの自社に必要な要素・改善点 ・本研修を踏まえての各位の決意表明（プレゼン） ・研修全体のまとめ
事後課題	優れたリーダー事例研究	「教える」経験の振り返り	プレゼンテーションの準備	レポート作成

研修プログラムの組み合わせ事例②

現在、どの企業や組織においても、未来を創ることができる人材の育成を望まれていると実感いたします。ただし、そのプロセスを経験した方はかなりレアな存在です。つまり教えることができる人がいないということです。そのため、その疑似体験を研修を通じて実践するケースが近年増えてまいりました。以下のテーマはその研修プログラムの組み合わせ事例です。

経営人材育成研修（3回シリーズ）の例

	第1回	第2回	第3回
テーマ	社会課題に向き合う	事業企画を創る	推進するために組織を巻き込む
概要	・外部環境分析から社会課題を考える ・内部環境を相対的に捉える ・クロスSWOTとイノベーションのトライアングルで課題解決方法を考える	・課題解決方法の討議と深化 ・事業企画を9セルで整理する ・全体討議	・課題解決のために必要な組織改革を考える ・ケース討議「新規事業の推進」 ・経営人材としての自身のリーダーシップを見つめ直す

研修プログラムの組み合わせ事例③

新規事業を立案し、実行するためにはそのプロセスを経験しないとイメージがわかりません。同じ会社の中においても、他社の方々と協創するにしても、そのプロセスを経験するワークショップを多く開催してきました。

ビジネス構想ワークショップ（6回シリーズ）の例

1. アイデアからビジネスプランへ	本コースの全体像をご理解いただくためにビジネスプランに必要な要素を事例をもとに学んでいただきます。最後に次回以降取り組んでいただく技術テーマの大枠を決定します。
2. ビジネスプランを構築する	各位の持つ解決すべき社会課題（ニーズ）と取り組む技術テーマ（シーズ）の双方からどのようなビジネスプランを描くのか？を考え、構築します。
3. ビジネスモデルで仕組みにする	ビジネスプランをビジネスに昇華させるためには「仕組み」が必要です。それを見る形にしたものがビジネスモデル。グループのプランをビジネスモデルに昇華させます。
4. 企画を推進するための巻き込み力	描いたモデルを実行するためには様々な人や組織を巻き込むことが求められます。そのためのスキル、プレゼン手法などを活用することで実現までのロードマップを描きます。
5. グループワーク（自習）	最終発表に向けて、グループワークで準備する回です。プレゼンテーション資料作成や段取りなど、リハーサルを行っていただくとともに、不十分な要素を消し込んで準備いただきます。
6. ビジネスプランの発表	ここまで磨き上げたビジネスモデルの発表です。コンテスト形式で実施し、実際に会社からGoサインをもらえるのか？評価します。そのうえで本プログラムをまとめます。

研修プログラムの組み合わせ事例④

営業人材を育成したり、技術職から営業職に転換する際に営業の全体像を体系的に学ぶことは非常に大切です。経験だけでスキルを身につけるのではなく、今の時代に応じた体系的な研修をご提供します。

営業スキル育成研修（6回シリーズ）の例

⑥ 上層部を巻き込んだ強いネットワークの構築

⑤ 提案ストーリーと優れた提案書

④ 顧客の真の課題をニーズピラミッドで分析する

③ 自社の製品や技術を提供価値で伝える

② 顧客との関係構築・コミュニケーション

① 営業としての心構え・基本的なビジネスマナー

求められる主なスキル

経営分析スキル・エグゼクティブへの対応
社内ネットワークの構築と活用

提案ストーリーの構築・提案書の作成

顧客の課題分析・ニーズピラミッドの理解・
高度な質問スキル

自社製品と技術の理解・
顧客にとっての価値の理解・プレゼンテーション

傾聴スキル・質問スキル・自身の客観視

顧客志向・事前準備・自社理解・
営業としてのビジネスマナー

研修プログラムの組み合わせ事例⑤

ビジネスの世界にも、プライベートの世界にも生成AIが当たり前の存在として活用されるようになってきました。しかし、一方で「どう活用するか？」という問題、あるいは「何に使うのか？」についてはまだまだ悩まれることも多いと思います。弊社でも「どう活用するべきか？」あるいは「どう浸透させるか？」を研修を通じて考えたいというご要望もいただくことが増えてきました。このような最新技術を導入する観点でも研修を使うことができます。

研修を通じて生成AI活用を学ぶ事例

生成AI活用を「広げる」視点を持つ
～活用推進ワークショップ～

株式会社Smart Presen
新名史典

組織的に推進するメリット

専門性の標準化
組織的リソースの再配分
コスト構造の改革

「経営へのインパクト」を論理的に示せるか？

組織活用の事例と導入プロセス

企業	何をやったか？	プロセス	推進ポイント
Microsoft	社内AI活用を推進 部門ごとのユースケースを数 社に展開 成功事例を社内共有	・まずAI活用（社内） ・業務効率化・コスト削減 ・業務の自動化・業務の標準化 ・業務の標準化・業務の標準化	・組織の現場で「業務効率化」 の現場 ・現場で「業務効率化」 の現場 ・現場で「業務効率化」 の現場
富士通	社内AI活用を推進 部門ごとのユースケースを数 社に展開 成功事例を社内共有	・まずAI活用（社内） ・業務効率化・コスト削減 ・業務の自動化・業務の標準化 ・業務の標準化・業務の標準化	・組織の現場で「業務効率化」 の現場 ・現場で「業務効率化」 の現場 ・現場で「業務効率化」 の現場
サイバーエージェント	社内AI活用を推進 部門ごとのユースケースを数 社に展開 成功事例を社内共有	・まずAI活用（社内） ・業務効率化・コスト削減 ・業務の自動化・業務の標準化 ・業務の標準化・業務の標準化	・組織の現場で「業務効率化」 の現場 ・現場で「業務効率化」 の現場 ・現場で「業務効率化」 の現場
PwC	社内AI活用を推進 部門ごとのユースケースを数 社に展開 成功事例を社内共有	・まずAI活用（社内） ・業務効率化・コスト削減 ・業務の自動化・業務の標準化 ・業務の標準化・業務の標準化	・組織の現場で「業務効率化」 の現場 ・現場で「業務効率化」 の現場 ・現場で「業務効率化」 の現場
デンソー	社内AI活用を推進 部門ごとのユースケースを数 社に展開 成功事例を社内共有	・まずAI活用（社内） ・業務効率化・コスト削減 ・業務の自動化・業務の標準化 ・業務の標準化・業務の標準化	・組織の現場で「業務効率化」 の現場 ・現場で「業務効率化」 の現場 ・現場で「業務効率化」 の現場

組織活用の事例と導入プロセス

事例から見出せる要因

① 小さな始める（スモールスタート）
② 成功事例をストーリー共有
③ 不安を取り除く（セキュリティ・評価不安）
④ 推進者自身が実践者である
⑤ AI活用を個人スキルにしない（構造化）

推進者に求められる役割

① 翻訳者
AIの技術
→ 業務価値へ翻訳

② 安心設計者
不安を取り除く

③ 火付け役
小さな成功を拡散

生成AI活用における留意点とその対策

項目	留意点（課題）	対応策
倫理・法令遵守	・著作権・肖像権の侵害 ・個人情報の漏洩 ・業務秘密の漏洩 ・業務秘密の漏洩	・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止 ・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止 ・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止
セキュリティ・データ管理	・個人情報の漏洩 ・個人情報の漏洩 ・個人情報の漏洩	・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止 ・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止 ・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止
品質・信頼性確保	・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止 ・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止 ・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止	・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止 ・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止 ・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止
人材育成・リテラシー向上	・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止 ・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止 ・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止	・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止 ・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止 ・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止
価値創造と改善サイクル	・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止 ・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止 ・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止	・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止 ・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止 ・AI活用による業務効率化、業務秘密の漏洩防止

先ほどのアウトプットを活用する

先ほどのアウトプットの成果（写真データ）を活用し、以下の課題にグループで取り組んでみましょう！

① どのAIを使っても良いので、まずは使うものを決める

② どんなプロンプトが良いか？考える

③ 最終的に以下の示唆を得ること

使ってみてみなさんが感じた利点は？

注意点や懸念事項は何か？

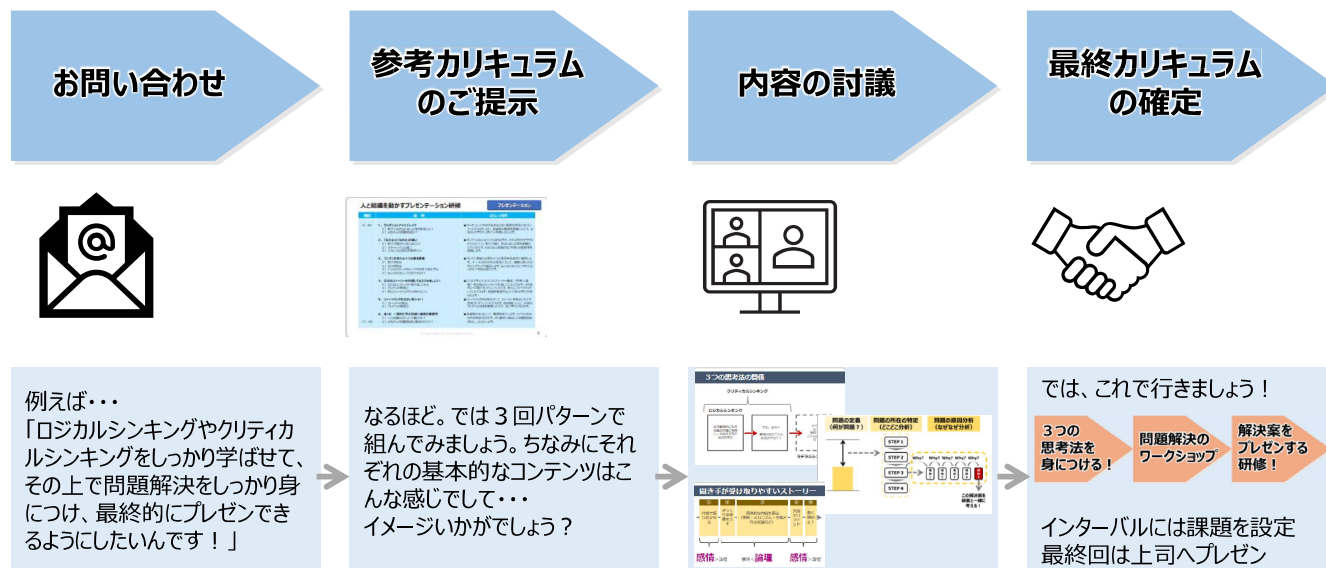
今後の使い方の方向性は？

5. ご提案から研修プラン策定の進め方イメージ

カリキュラムについては、最終的にはお客様の課題やご要望を反映させてカスタマイズさせていただきます。ただ、まずは標準的なカリキュラムをたたき台にさせていただくことでより具体的にご検討いただけたらと考えます。

研修プランの策定についてはご要望によって柔軟に対応いたしますが、よくある進め方のイメージをご紹介します。

ご提案から研修までの流れイメージ



具体的なカリキュラム例のご紹介

以下の中から太字部分の8つのカリキュラム具体例を提示させていただきます。

プレゼンテーション

- **人と組織を動かすプレゼンテーション研修**
- 魅せるパワーポイント資料作成研修
- 超実践プレゼン改善研修
- **意見対立を乗り越える交渉力研修**
- オンライン対応ファシリテーション研修

組織力向上

- 自律的に動ける部下育成研修
- **全方位に発揮するリーダーシップ研修**
- **若手中堅のための巻き込み力研修**
- 仮説思考を活用した問題解決研修
- 思考力を強化して組織力につなげる研修

営業力強化

- **顧客のニーズ分析力向上研修**
- 顧客の課題を解決する提案力構築研修
- ロープレで鍛える！商談力向上研修
- **顧客との関係を強化する雑談力研修**
- 展示会や商談会の活かし方研修

経営戦略・マーケティング

- **経営戦略立案研修**
- ビジネスモデルイノベーション研修
- デジタル時代対応マーケティング研修
- **BtoB企業のためのマーケティング研修**
- 新たな発想を生み出す企画力向上講座

時間	項目	ねらい・内容
9 : 00	1. ガイダンスとアイスブレイク 1) 相手に伝わるために必要な要素とは？ 2) みなさんの問題意識は？ 2. 「伝える」と「伝わる」の違い 1) 相手が聞きたくない話とは？ 2) スタートラインの違い 3) 入り口で必要な共感ポイント 3. プレゼンを支える4つの基本要素 1) 相手を知る 2) 自分を知る 3) ピラミッドストラクチャーで内容を可視化する 4) 伝える方法として何ができるか？ 4. 自分のストーリーを作成して伝えてみましょう！ 1) ロジカルにストーリーを作成してみる 2) プレゼンの実践① 3) 相互フィードバックから得られたこと 5. フィードバックを活かし再トライ！ 1) ストーリーの修正 2) プレゼンの実践② 6. まとめ ～事例に学ぶ共感＋論理の重要性 1) 人と組織は何によって動くのか？ 2) みなさんの問題意識は解消されたか？	■ ワークによって内容が伝わるために重要な要素に気づいていただきます。また、本研修の概要をご理解いただき、みなさんが学びたいポイントを洗い出します。 ■ プレゼンは伝えることではありませんが、それはわかりやすさだけでは不十分。相手が聞く、見るために必要なお膳立てが大切です。そのために効果的な「共感」の重要性を理解します。 ■ プレゼン準備に必要な4つの要素を具体的に解説します。1～4のそれぞれの要素について、講義と問いかけ、グループワークで確認します。伝えるためにはどうすればよいのか？を知る項目です。 ■ ここまで学んでいただいたストーリー構成（共感＋論理）を自身のストーリーで作成していただきます。それをグループ間でプレゼンしていただき、相互にフィードバックしていただきます。理論を実践することで多くの学びが得られます！ ■ フィードバック内容を活かして、ストーリーを修正いただき再度プレゼンしていただきます。短時間といえど、自身のプレゼンの改善を実感いただき、深い学びになります。 ■ 本研修のまとめとして、事例を紹介します。そこから本日の内容を振り返ります。また最初に確認した問題意識と対比し、まとめとします。
17 : 00		

時間	項目	ねらい・内容
9 : 00	1. ガイダンス 1) 「伝える」と「伝わる」の違い 2) みなさんの問題意識は？ 2. 合意を得るために必要な感情と論理の要素 1) 話を聴いてもらうためのお膳立てが必要 2) 感情の仕組みを論理で理解する 3. 立場と利害を区別して状況を整理する 1) 立場は対立しても利害のすべてが対立するわけではない 2) 相手の状況を整理するためのフレームワーク 3) 事例に学ぶ「合意形成」 4. 組織間での交渉実践 1) 仕事の依頼を実践してみる 2) 双方の胸の内を振り返ってみよう 3) 相手の文脈を理解してからこちらを理解してもらう 5. 総合演習「ケース題材による交渉実践」 1) ケース題材の立場を理解する 2) 作戦会議1回目（何を探るのか？） 3) 交渉1回目 4) 作戦会議2回目（どこで合意を得るか？） 5) 演習の振り返りと合意度の確認	■ 交渉の要素として、相手を理解する部分とこちらのことを伝える部分があります。それを総合して「伝わる」対話になります。その要素を実感いただくための演習を行い、各位の問題意識を討議して共有します。 ■ ガイダンスで理解いただいた要素をもう一段階深掘りします。特に相手の理解には「感情」の要素が含まれます。不満感情の仕組みを理解することで、交渉を効果的に進めることができることを事例も交えてご理解いただきます。 ■ 交渉、特にWin-Winを築くための最大のポイントは両者の立場と利害を明確に区別し、共通点と相違点を明確にすることです。特に利害は全て対立していると考えているのではなく、共通性のあることも多くのケースで見られます。その題材を演習で扱うことで、より具体的にご理解いただけるようにします。 ■ 法人対法人では、「組織を代表して」交渉にあたるのが求められます。本研修の前半で学んだことを組織間の交渉事例に当てはめた演習を実施することで、活用方法を体感いただきます。特に相手の事情（文脈）の理解がいかに重要かを実感していただきたいと思います。 ■ 本研修の集大成としての総合演習です。題材としては企業対企業、企業対自治体など、お客様の状況に応じて選定します。受講者に双方の立場に分かれていただき、作戦会議と交渉の2ターン回すことで、より実践的に、かつ深く交渉のエッセンスを身につけることができます。
17 : 00	6. まとめと質疑応答	■ 研修全体をまとめるとともに、疑問にお答えします。

全方位に発揮するリーダーシップ研修

組織力向上

時間	項 目	ねらい・内容
9 : 00	1. ガイダンスとアイスブレイク 1) 本研修のガイダンスと皆様の期待 2) ワークによる気づきとアイスブレイク 2. 経営の視座を持つ優れたリーダーの条件とは 1) 優れたリーダーのスキルを討議する 2) リーダーに必要な4つの力 3) リーダーシップは全方位に発揮できる！ 3. 自分を客観視し、他者との関わりを考える 1) 他者を観察し、自分の見られ方を知る 2) 異なるタイプとのコミュニケーションを実践する 3) これまでの対人関係を考える 4. 職場の中心としての存在感を発揮する 1) 思っている以上に自身の影響力は大きい 2) 周囲を巻き込む姿は最高の若手の教材 3) 自分自身に合ったリーダーシップを発揮しよう 5. 中間管理者としてのフォローシップ（部下力） 1) 人は肩書で動かせるか？ 2) 自分より上の人を動かす力とは？ 3) 部下力の3つのステップ	■ 本研修の概要を理解いただき、みなさんが学びたいポイントを洗い出します。それによって研修の効果を高めることにもつながります。 ■ 経営の視座を持ち、俯瞰できる優れたリーダーがどのようなスキルを持っているのか？まずは自身のこれまでの経験をアウトプットし、その後で全体で討議します。こちらからは4つの力を紹介させていただきます。特にリーダーシップとは決して上から下に働く力だけではなく、上司にも他部署にも発揮できるスキルであることを共有します。 ■ 自身の客観視を実感いただくために、ソーシャルスタイル診断を使いますが、一般的な自己診断だけでなく、他者からはどう見えているのか？という分析を行います。それを理解した上で、異なるタイプとの関わり方を学び、対人関係に活かします。 ■ 職場での経験が増えてくると、自身で思っている以上に周囲への影響は大きくなってきます。若手は先輩リーダーとその上長との関わり、そこでのふるまい方を見ています。そこで是非よき人生の先輩としてのリーダー像を示せるように「巻き込み力」について考えたいと思います。 ■ 部下が上司を補佐する力をフォローシップ（部下力）といいます。管理者は上司でもあり、部下でもあります。特に会社組織では上層部の了解、協力を得ることは大変重要です。その立場として発揮すべき力を身につけます
17 : 00	6. まとめと振り返り	■ 本研修をまとめ、皆様の気づきを確認いたします。

若手中堅のための巻き込み力（部下力）研修

組織力向上

時間	項 目	ねらい・内容
9 : 00	1. ガイダンスとアイスブレイク 1) 本研修のガイダンスと皆様の期待 2) ワークによる気づきとアイスブレイク 2. 効率的に仕事を進める人の条件とは 1) 効率的に仕事を進める人のスキルを討議する 2) 周囲を巻き込むために必要な力 3) 巻き込み力の先にリーダースキルがある 3. 自分を客観視し、他者との関わりを考える 1) 他者を観察し、自分の見られ方を知る 2) 異なるタイプとのコミュニケーションを実践する 3) これまでの対人関係を考える 4. 上層部を動かす「巻き込み力」を発揮する 1) 相手の思考を予測する 2) 相手にひと手間かけて関わる 3) 相手の力を意識的に借りる 4) 「巻き込み力」の実践ワーク 5. 本研修のまとめ 1) 振り返り・共有 2) 研修全体のまとめ	■ 本研修の概要を理解いただき、みなさんが学びたいポイントを洗い出します。それによって研修の効果を高めることにもつながります。 ■ 仕事の効率を左右する要素は様々ですが、大きく分けると自身の業務スキルと他者との関わり方のスキルがあります。特に他者を巻き込むスキルの影響は大きく、そこに具体的にどのようなスキルがあるのか？を考えます。 ■ 自身の客観視を実感いただくために、ソーシャルスタイル診断を使いますが、一般的な自己診断だけでなく、他者からはどう見えているのか？という分析を行います。認識が一致する方と正反対の方はほぼ5：5になります。それを理解した上で、異なるタイプとの関わり方を学び、対人関係に活かします。 ■ 若手社員も数年経験を積むと実務には精通されています。しかし仕事をすすめるためには必ず周囲の協力も必要。特に利害がぶつかりやすい横の連携で巻き込み力を発揮することを求められます。巻き込み力の考えを理解し、自分自身の巻き込み力を診断しながら必要なスキルを考えます。 ■ 本研修での気づき、実践したいことを振り返り、それをまとめていただき発表していただきます。
17 : 00		

顧客のニーズ分析研修

営業力強化

時間	項目	ねらい・内容
9 : 00	1. ガイダンス「提案営業の課題」 1) 本研修のガイダンス 2) ショートワーク【グループワーク】 3) 「伝える」と「伝わる」の違いとは？ 2. 顧客の共感をつかむ 1) こちらの課題と相手の課題 2) 顧客の「思っていること」を代弁する 3) 実際の顧客で考えられる共感の切り口【ディスカッション】 3. ニーズを体系化し問題分析に活かす 1) パラパラの情報ではニーズはつかめない 2) 顧客の究極の課題は何か 3) ニーズを体系化するニーズピラミッド【グループワーク】 4. 実際の顧客でニーズピラミッドを作る 1) グループで設定した顧客のニーズピラミッドをつくる【グループワーク】 2) 相互フィードバック 3) ニーズピラミッドを修正する【グループワーク】 5. 分析したニーズから提案のポイントをつかむ 1) ニーズピラミッドから提案のポイントを見出す【グループワーク】 2) 提案の切り口（仮説）を立てる【グループワーク】 3) 提案するストーリーを描く【グループワーク】 4) 発表 6. まとめ 1) まとめと振り返り 2) 質疑応答	■ 提案とは相手の課題を解決するために行うもの。大前提は顧客の課題を理解しているかどうか？です。しかし、これが実は大変難しい・・・なぜなのか？なにをすべきなのか？をまずはしっかりと共有します。 ■ 顧客に提案を受け入れてもらうための入り口は実は解決策でなく、課題への共感です。その課題が顧客にとっても、提案側にとっても等しく重要であることを示すことが最重要。具体的なそのための対応方法を考えます。 ■ 具体的に顧客の課題は何か？本当に解決したい困りごとを理解するためにニーズピラミッドという手法を用います。表面的に出てくる話は実は最も重要なことではなく、そのもっと奥にあるのが真の課題。それを整理するためのフレームワークとして、ケース題材のワークを用いて学んでいただきます。その上で、実際の自社の顧客で実践します。すると今まで分かった気になっていたこと、課題であると思っていたことのさらに奥があることに気づき始めます。 ■ 上記のワークで得られた顧客のニーズに対して、提案内容とどうつなげていくのか？そのための準備や構成の作り方を学びます。この流れが出来上がれば、提案書やプレゼンなどにそのまま活用できる骨子となり、非常に実践的な営業のアウトプットツールになります。 ■ 本研修を振り返り、今後の皆様の持続的成長と仕事の成果につなげるために、メッセージを送らせていただきます。
17 : 00		

顧客との関係を強化する雑談力研修

営業力強化

時間	項目	ねらい・内容
9 : 00	1. 「伝える」と「伝わる」の違い 1) 「伝える」と「伝わる」の違い 2) 「伝わる」ために必要なのは一体何か？ 3) 感情で距離を近づけてから 2. 雑談は「相手への関心」が大切！ 1) 雑談と雑学は同じではない 2) 知っている話でも知らない話でも大丈夫 3) 初対面でも大丈夫な「架空名刺交換ワーク」で実践！ 3. 人はもともとコミュニケーションの取り方は異なる 1) ソーシャルスタイルによる違い 2) 異なるタイプと交渉するなら？ 3) その他のコミュニケーションに影響を与える要素 4. お笑いに学ぶ！コメント力を鍛えよう 1) コメントは相手への反応から 2) 漫才のツッコミの役割とは？ 3) コメント力を実践してみましょう 5. コミュニケーション力を活かして顧客との関係を強くする 1) 顧客の情報をどこから得るか？ 2) 雑談のヒントを得るための情報収集 3) 相手を深く知ることで関係性は変わる	■ コミュニケーションのポイントは聞き手に聞く姿勢になってもらうこと。その仕組みをご理解いただき、雑談がそこに大きく貢献することを説明いたします。お互いの距離を近づけるために、会話の距離を近づけることが必要です。 ■ 雑談の誤解は、雑学と同じだと思ってしまうこと。しかし、そうではなく、自分が相手に関心があることを示すことが大切。それを理解するワークも交えながら皆様にご納得いただきます。 ■ 人はもともとタイプは同じではありません。例えばソーシャルスタイルと呼ばれる診断では、大きく4つのタイプにわかれます。異なる相手には異なる配慮が必要です。それらを活かしたコミュニケーションについて考えます。 ■ お笑いのプロはなぜ機転の利いたコメントができるのでしょうか？それは天性のセンスのように思われることが多くありますが、実は地道なトレーニングによって鍛えています。その方法を活用したノウハウをワークで実感していただきます。 ■ 雑談のヒントを得る過程そのものが顧客を知ることにもつながります。情報をどこから得るか？また、その情報をヒントにしてどう雑談しながら相手の理解を深めるのか？実践での活用方法を整理します。
17 : 00	6. 本研修のまとめ	■ 本研修をまとめ、気づきを確認いたします。

時間	項 目	ねらい・内容
9 : 00	1. イントロダクションと導入講義 1) 経営戦略とは？ 2) 外部環境と内部環境を把握する 3) 自社の位置づけを客観視する 2. 戦略とビジネスモデルを理解する 1) 戦略は「誰の何を解決するか」 2) ビジネスモデルは仕組み 3) 仕組みに必要な3つの観点 3. ビジネスモデルを見る化する 1) 戦略からビジネスモデルへ 2) 戦略を実現するための仕組み 3) 事例でビジネスモデルを学ぶ！ 4. 9セルでビジネスを表現する 1) 9セルというフレームワーク 2) そのビジネスのどこが際立っているのか？ 3) ワーク「このビジネスの9セル」を作ってみる 5. ビジネスモデルをイノベーションする 1) 顧客セグメントを再定義する 2) 事例に学ぶビジネスモデルのイノベーション 6. まとめ 1) 本研修の気づき・学んだこと、質疑応答 2) 皆様の仕事に役立てるために	■ 経営戦略の基本は環境分析から方向性を見出し、独自のポジションを確立すること。それを具体例を交えながら理解し、まずは参加者の皆様と共通の認識を作り上げます。 ■ 戦略は一言でいえば、「誰のどんなことを解決するか？」ですが、実はそれだけではビジネスは成り立ちません。なぜならそれに見合う自社の体制、協業体制が必要だからです。また時間軸で対応策も変わってきます。つまり仕組みです。それがビジネスモデルである、ということをしっかりご理解いただけます。 ■ ビジネスモデルを可視化することで経営戦略を共有しやすくなります。戦略の基本は市場選択とポジショニング。ただ、それを事業化するためには自社組織の整備、パートナーの開拓、そして時間軸で進め方を考える必要があり、その重要性を学びます。 ■ ビジネスモデルのフレームにはいくつかありますが、ここでは9セルという手法を活用します。それによってビジネスを客観視すること、そこから見出される、ビジネスの特徴の理解の方法を学ぶことができます。 ■ 多くの企業、特に大手企業で課題となっているのは、既存の事業から新たな発想や事業を生み出すことです。これをビジネスモデルイノベーションと呼び、そのために必要な考え方、成功事例を学びます。 ■ 本研修の学び、気づきを確認します。また今後の仕事にどう役立てるのか？についての示唆をご提供します。
17 : 00		

BtoB企業のためのマーケティング研修

時間	項 目	ねらい・内容
9 : 00	1. マーケティング視点とは？ 1) 良い商品、良いサービスなら売れるか？ 2) マーケティング思考とは 3) マーケティング近視眼 2. BtoBのマーケティングの特徴 1) 意思決定のプロセスが異なる 2) 顧客担当者の立場を考える 3) 事例に学ぶ顧客との共同開発 3. 顧客セグメンテーション 1) 顧客をニーズによって「塊」として認識する 2) 事例に学ぶセグメンテーション 3) 自社の顧客をセグメント化してみましょう 4. ターゲティングとポジショニング 1) すべてのセグメントは狙えない 2) ポジショニングマップで差異化を表現する 5. マーケティングの4P 1) マーケティングの4Pをしっかりと理解する 2) 4Pは連動してはじめて意味がある！ 3) 自社の4P戦略は？ 6. 事例研究！「ある企業」の4Pを作成する 1) 題材の企業の4Pを作成してみましょう 2) 発表と全体討議	■ マーケティングとは特定の作業を指すのではなく思考の方法です。それを共有するためにグループ討議も交えながら共有し、本研修の導入講義につなげます。また、マーケティング近視眼の事例をワークによって学びます。 ■ マーケティングはBtoC企業のためのものという認識を持たれることが多いと感じています。確かに事例が圧倒的にそちらに偏っているためにもそう思われることもあるのですが、BtoB企業でも大いに活用できます。BtoBでの考え方の違いと事例を交えて、そこをしっかりとご理解いただけます。 ■ 顧客は同じ考えや購買動機を持っているわけではありません。それは個人でも法人でも同じです。ただ、一人一人、一社一社に応じたことを提供することも現実的ではありません。共通のニーズを持った「塊」として顧客を認識することがセグメンテーション。事例を通じて学んでいただきます。 ■ 顧客をセグメント化する目的は、そこから自社が重視するターゲットを明確化するためです。すべての顧客に対応はできませんから、ターゲットを決めて、そこに経営資源を投入する必要があります。その上で競合との違いを明確にしてポジショニングを確立します。 ■ ターゲットとすべきセグメントが決まり、ポジションも決まれば、そのお客様に提供する商品、サービスの4P分析が重要です。ただ、それらはバラバラにあるのではなく、ターゲットとしたセグメントと連携して一貫性を持ったストーリーになっていなくてはなりません。 ■ 学んだ4Pを題材として選んだ企業に当てはめて分析してみます。またうまく機能している企業はそれらが一貫性を持っていることを確認します。題材となる企業の選定はお客様のご要望に応じて柔軟に対応できます。 ■ 本研修の学び、気づきを確認します。また今後の仕事にどう役立てるのか？についての示唆をご提供します。
17 : 00	7. まとめ	

6. 研修資料などの例（プレゼンテーション研修）

1. ガイダンス（「伝える」と「伝わる」の違い）

プレゼンを構成する3つの要素

「伝わる」ために何が必要か？

2. プレゼンにおける共感と論理の役割

まずは「共感」がないと聞いてもらえない

聞き手が受け取りやすいストーリー

3. 具体的なプレゼン構成の作り方

ピラミッドストラクチャーで体系化する

プレゼンストーリーを整理する

4. プレゼン資料のサンプルから学ぶ

面構と重要性は連動する

1. 天然素材だからの安心感

研修資料などの例（交渉力研修）

1. ガイダンス（交渉の前提としての考え方）

交渉の種類

日本人が交渉を苦手とする一因

2. 合意を得るために必要な感情と論理の要素

大阪都構想における住民投票交渉

人の不満感情を理解する

3. 立場と利害を区別して状況を整理する

「立場」と「利害」を分ける！

一致しない利害への対応法

4. 総合演習「ケース題材による交渉実践」

ケース題材「地域活性化のための提言」

商工会議所サイドからの分析例

12 © Smart Presen Co., Ltd. All Rights Reserved.

研修資料などの例 (リーダーシップ・巻き込み力研修)

1. 全方位に発揮できるリーダーシップ

リーダーとリーダーシップの違い

リーダーとリーダーシップの違いは？

リーダーとは「**人と関係**という立場

リーダーシップとはメンバーと関係する「**力**」である

リーダーシップとは、メンバーの行動を促す力、つまり「**力**」である。リーダーシップはリーダーでなくとも発揮できる！

リーダーシップは全方位に発揮できる

① 組織内外の関係者
② メンバーを導く力

上司部
リーダー
メンバー
メンバー
メンバー

組織内外の関係者

2. 部下指導についての考え方

高い要求や厳しさも必要

不安 (不安感・不安定感)
不安定 (不安定感・不安定感)
無能力 (無能力感・無能力感)
快進 (快進感・快進感)

心理的安全性

ネガティブフィードバックの必要性

感情の温度
感情の温度
感情の温度

感情の温度
感情の温度
感情の温度

3. 部下力を発揮して上司をはじめとする周囲を巻き込む！

「部下力」とは？

組織内外の関係者
部下
組織内外の関係者

部下にとって、自分の仕事を進めやすくするために上司や関係者を巻き込んでおくことは重要

そのためは仲間からそのための助立てをしておくことが大切

部下力を発揮するための3つのステップ

相手（上司）の意図を予測する
相手（上司）の意図を予測する
相手（上司）の意図を予測する

このプロセスによって、関係性を強くできる

4. リーダーシップに関する討議の題材

ペンギンのリーダーならどうする？

ペンギンのリーダーならどうする？

ペンギンのリーダーならどうする？

ロードマップを描く

ロードマップを描く

ロードマップを描く

研修資料などの例 (経営戦略・マーケティング研修)

1. ガイダンス (「戦略」)の定義と事例研究

戦略の基本は市場選択とポジショニング

どの市場を選択するか？
どのポジショニングをとるか？

『誰の何をどう解決するか？』

全てが確立している必要はなく、1つか2つでも成功する事例で見てみましょう！

経営戦略事例③：ワークマン

どのような市場を選択するか？
どのようなポジショニングをとるか？

ワークマンの経営戦略

2. 戦略+仕組みによってビジネスモデルになる

戦略+αで仕組み化する！

戦略+αで仕組み化する！

戦略+αで仕組み化する！

ビジネスを見る化する9セル

ビジネスを見る化する9セル

ビジネスを見る化する9セル

3. 「マーケティング視点」とは？

良いもの≠売れるもの

良い商品
良いサービス

売れる商品
売れるサービス

この間に何が存在するか？
そのマーケティングが大事！

マーケティング＝顧客の視点で自社を見ること

お客様は「価値」を求めている。
顧客の観点からどこまで考えられるか？
その活動すべてがマーケティング

顧客が自社を選ぶ理由は意外と知らない！

4. 事例研究から学ぶ経営・マーケティング戦略

シマノ自転車部品のバリューチェーン

シマノ自転車部品のバリューチェーン

シマノ自転車部品のバリューチェーン

Priceのデジタル化

Priceのデジタル化

Priceのデジタル化

Placeのデジタル化

Placeのデジタル化

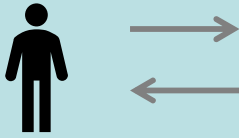
Placeのデジタル化

7. 独自開発したワーク／様々な教材

社会人の学びの基本は「経験学習」です。経験に基づいて論理で整理することが大切。研修においても多くの経験（あるいは疑似体験）を通じて気づきを得ていただき、それによって深い理解と腹落ち感につながります。

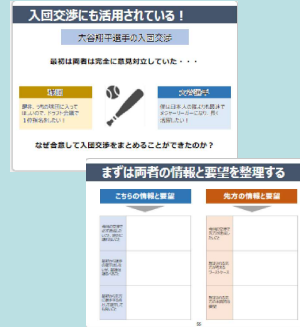
（以下は交渉研修でのワーク事例）

■ワーク1



ペアを組み、相互に自分の話を1分程度で話します。その後、聞いた相手の話を同じく1分程度で第三者に語るように伝えていただきます。すると、自分の話を相手が「どう受け取ったのか？」がわかります。その際に、感情面への対応（相手の考えていることを代弁して共感をつかむ）がいかに大きく貢献するかを解説します。

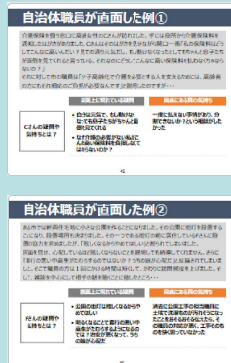
■ワーク2



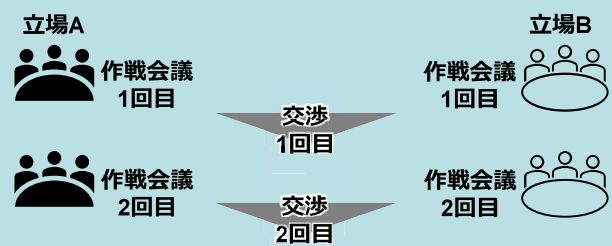
交渉の準備に必要な要素をまとめるフレームワークの活用方法を学ぶワークです。例えば野球の大谷翔平選手の入団交渉ではどのような分析がなされたのか？一般的にイメージしやすい題材を例にグループで討議いただき、まとめてみます。その後、事例の解説を行い、準備段階で「何を探しておく必要があるのか？」の気づきにつながります。

■ワーク3

ワークの設計としては、組織のそれぞれの立場に分かれていただき、それぞれの胸の内を記載したシートを配付します。そのシートの立場になりきって交渉いただきますが、相手の状況がわからないうちは苦戦します。その状況で一度解説をはさみ、その上で再度、交渉に臨むと、相手の状況が見えてきた分、交渉はスムーズに進みます。それを実感いただいた上で、実際の現場の方々から直面した事例を学ぶことで、より理解が深まり、実践での活用イメージが描けるようになります。



■ワーク4（総合演習）

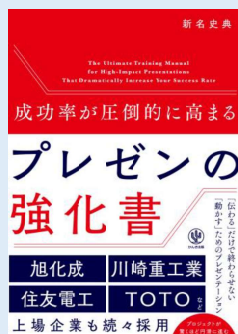


ケース題材を活用して、グループ対抗の交渉演習を実施します。作戦会議をはさみ、2回の交渉（1回目は相互の理解、2回目に合意）を実践する中で、本研修の重要ポイントを実践いただきます。

書籍・オンラインなどの教材をご活用いただくことも可能です

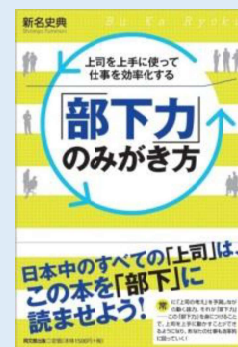
■成功率が圧倒的に高まるプレゼンの強化書（かんき出版）

2026年1月新発売！



- 目次
- 序章 プレゼンとは？
 - 1章 聞き手が受け取りやすい話の流れ
 - 2章 共感をつかむために相手を徹底的に調べる！
 - 3章 相手にどんな良いことがあるのか？で表現する
 - 4章 これで上達！プレゼンテーションの練習方法
 - 5章 意見がぶつかった揉めたときの対応方法
 - 6章 事例で学ぶプレゼンテーション
 - 7章 上司や関係者を巻き込む！ 社内プレゼンテーション

■上司を上手に使って仕事を効率化する「部下力」のみがき方（同文館出版）



- 目次
- 1章 なぜ、あなたの仕事は効率が悪いか？
 - 2章 上司を動かさないと仕事の効率は上がらない
 - 3章 上司を動かすことで、あなたの仕事はこんなに改善される
 - 4章 上司の苦悩は意外なほど知られていない
 - 5章 「上司の目線」を身につけよう
 - 6章 上司の「気持ち」を予測して先回りしよう
 - 7章 上司のモチベーションは部下が大切！
 - 8章 上司の力を借りることはいかに上手か
 - 9章 上司は「使える」部下を求めている

■顧客に必ず"Yes"と言わせるプレゼン（同文館出版）



- 目次
- 0章 顧客の聞きたいことを言えば、絶対にYesを勝ち取る
 - 1章 顧客の興味によって切り口は変わる
 - 2章 プレゼンの骨組みを見える化する
 - 3章 資料への盛り込みすぎは危険！
 - 4章 ツールの使い方がマイナスにもプラスにもなる
 - 5章 あなたのキャラクターを最大限に活かそう
 - 6章 声・体・目を動かしたトレーニングで内容を磨く
 - 7章 通じたいならガツンと行け！
 - 8章 絶対Yesの経験がその後の仕事をやりやすくする

■オンラインコンテンツで学んでいただくこともできます！



8. スタートアップ企業／新規事業開発のハンズオン支援

優れた技術を持つことは素晴らしいことですが、それがすなわち優れたビジネスに直結するわけではありません。

優れた技術と優れたビジネスの間にある様々なことをしっかり考え、創造すること。

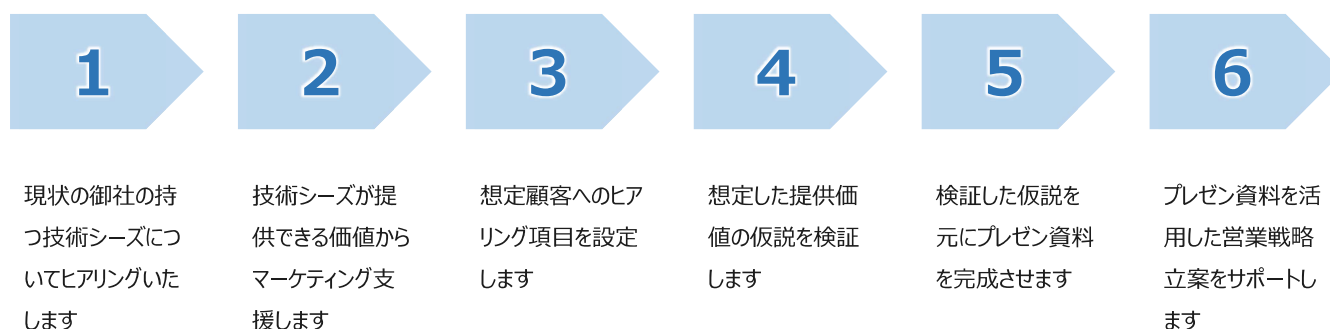
そのために必要なことをハンズオン支援させていただくことも弊社の重要な仕事です。

そのストーリーができれば、プレゼン資料は必然的に出来上がります。

マーケティングからプレゼン資料の完成まで、しっかりとチームでサポートさせていただきます。

弊社ではこれまでに大学発ベンチャーを含むスタートアップ企業、ならびに大企業における新規事業開発で多くの実績を積んでまいりました。

ハンズオン支援の流れ



9. パートナリシップによって御社の課題に適切に対応いたします

弊社の特徴として、幅広いご要望に対応できることだと考えております。

お客様からはよく「**あんた、最終的に何とかしてくれる人だね！**」とおっしゃっていただきます。

それはとても光栄で嬉しいお言葉です。

しかし、大事なことはお客様の課題を解決すること。

弊社として主に研修に対応するのは代表の新名ですが、お客様のご要望によっては、より適切な講師をご紹介することもあります。

優れた講師とのネットワークもしっかり築いておりますので、まずは御社の「**何とかしたいこと！**」をお聞かせください！

プレゼン資料をわかりやすく改善する
職人中の職人
講師：市川真樹

新規事業のプロデュース
イノベーションの母
プロデューサー：長峯志甫

提携パートナー例

(その他にも多くのアライアンス実績があります)



展示会ブース対応のプロ中のプロ
講師：丸山久美子

若くして女性管理職を豊富に
経験した超実践派
講師：富田香織

10. オンラインやハイブリッドなどにも柔軟に対応いたします

コロナ禍によって研修のスタイルにも大きな変化が生じました。ただし、それは決してネガティブなことだけではありません。選択肢が増えたことで、より合理的な学び方を得たと弊社では捉えています。

これまでに想定されるあらゆる形式の研修を経験しましたので、一口にオンラインと言っても形式は様々だと実感しています。これらの整理もしっかりとできておりますので、研修開催方式についてはどのようなパターンにも対応いたします。

オンライン環境パターン分け

パターン	デバイス	場所
1	1人に1デバイス	全員別の場所
2	1人に1デバイス	全員同じ場所
3	1人に1デバイス	別の場所+同じ場所
4	1人に1デバイス +複数人に1デバイス	別の場所+同じ場所
5	複数人に1デバイス	全員同じ場所
6	複数人に1デバイス	同じ場所×多拠点
7	リアル+1人に1デバイス	リアル会場+全員別の場所
8	リアル+複数人に1デバイス	リアル会場+全員同じ場所
9	リアル+複数人に1デバイス	リアル会場+同じ場所×多拠点
10	リアル+1人に1デバイス+複数人に1デバイス	リアル会場+別の場所+同じ場所
11	リアル+1人に1デバイス+複数人に1デバイス	リアル会場+別の場所+同じ場所×多拠点

例：パターン1

オーソドックスなオンライン研修

例：パターン4

バラバラのオンラインと集合オンラインのハイブリッド研修

例：パターン10

リアル会場とバラバラのオンラインと集合オンラインのハイブリッド研修

11. メールマガジン「ビジネスは伝わってナンボ！」



- ◆技術者のプレゼン力を高めるちょっとしたヒント
- ◆技術を売るためにできる社内研修のネタ
- ◆新名史典が研修現場で得た気づき
- ◆読書や映画、スポーツ観戦といった一見仕事と関係なさそうなことから得たビジネスのヒント

などをメールでお送りしています。
配信は（ほぼ）毎週月曜日を予定しております。

お気軽にご登録ください！

メールマガジンのご登録はコチラから！



https://smartpresen.com/webform_10.html

© Smart Presen Co., Ltd. All Rights Reserved.

12. 公開講座 年間表 2026年度 (2027年3月まで)

月	日	主催	タイトル	月	日	主催	タイトル
1	8	SMBCコンサルティング	「ブレイングマネージャーの役割と実務」	8	6	紀陽銀行	「ブレイングマネージャーの役割と実務」
1	9	SMBCコンサルティング	「ロジカルライティング（わかりやすい文章の書き方）とパワーポイント資料作成法」	8	25	神戸商工会議所	「上司が求める『部下力』の磨き方」
2	4	大阪商工会議所	「中堅社員育成講座＜1＞自己成長編」	8	26	SMBCコンサルティング	「プレゼンテーション研修（資料作成・話し方）」
2	6	姫路商工会議所	「3～8年目社員のための『仕事力向上』講座」	9	16	御堂筋税理士法人	M-Labo R「プレゼンテーション」
2	10	名古屋中小企業投資育成	M & T 研修会「営業職の『雑談力』強化研修」	9	18	SMBCコンサルティング	「ロジカル・クリティカル・ラテラルシンキング研修」
2	18	大阪商工会議所	「中堅社員育成講座＜2＞コミュニケーション編」	9	24	SMBCコンサルティング	「ロジカルライティング入門」
2	25	SMBCコンサルティング	「ロジカルライティング（わかりやすい文章の書き方）とパワーポイント資料作成法」	10	5	四国生産性本部	「組織を動かす若手中堅のための『部下力』の磨き方」
3	9	SMBCコンサルティング	「ロジカル・クリティカル・ラテラルシンキングを鍛える思考力アップセミナー」	10	8	東京商工会議所	「若手社員・中堅社員のための『部下力』習得講座」
3	10	SMBCコンサルティング	「デザイン思考・仮説思考を活用した問題解決のフレームワーク」	10	9	SMBCコンサルティング	「ブレイングマネージャーの役割と実務」（会場とオンライン）
3	11	ひろぎんヒューマンリソース	「企画力向上研修」	11	16	SMBCコンサルティング	「ロジカル・クリティカル・ラテラルシンキング研修」
3	24	新社会システム総合研究所	「人と組織を動かすプレゼンテーション」（オンライン）	11	17	京都商工会議所	「人と組織を動かすプレゼンテーション講座」
3	25	日本テクノセンター	「リーダーのための効果的な部下育成とチーム作りおよび生産性向上のポイント」（オンライン）	11	20	自然総研セミナー	「交渉力向上研修」
4	8	京都商工会議所	「新入社員研修 プロ意識養成コース」	11	25	SMBCコンサルティング	「プレゼンテーション研修（資料作成・話し方）」（会場とオンライン）
4	20	三井住友海上あいおい生命保険	「経営セミナー ～社長の勉強場～」	12	3	SMBCコンサルティング	「デザイン思考研修」（午前）・「仮説思考研修」（午後）
4	21	大阪商工会議所	「営業社員入門 お客様との距離を近づける コミュニケーションU P 講座」	12	15	SMBCコンサルティング	「中堅社員のためのPDCA研修」（会場とオンライン）
5	14	百五総合研究所	「主任・係長のための『全方位のリーダーシップ』研修」	1	22	紀陽銀行	「（仮）意見対立を乗り越える交渉力講座」
5	20	SMBCコンサルティング	「ブレイングマネージャーの役割と実務」	2	1	SMBCコンサルティング	「プレゼンテーション研修（資料作成・話し方）」
5	21	SMBCコンサルティング	「ロジカル・クリティカル・ラテラルシンキング研修」	2	2	SMBCコンサルティング	「ロジカル・クリティカル・ラテラルシンキング研修」
5	22	神戸商工会議所	「感情と論理の力で人と組織を動かす！プレゼンテーション研修」	2	3	大阪商工会議所	「中堅社員育成講座＜1＞自己成長編」
5	26	SMBCコンサルティング	「プレゼンテーション研修（資料作成・話し方）」	2	4	姫路商工会議所	「3～8年目社員のための『仕事力向上』講座」
6	2	大阪商工会議所	「中堅社員育成講座＜1＞自己成長編」	2	12	ひろぎんヒューマンリソース	「企画力向上研修」
6	5	自然総研セミナー	「新任管理職研修」	2	16	大阪府工業協会	「部下力の磨き方」
6	16	大阪商工会議所	「中堅社員育成講座＜2＞コミュニケーション編」	2	17	大阪商工会議所	「中堅社員育成講座＜2＞コミュニケーション編」
6	19	京都商工会議所	「成果を出すための強いチームビルディング」	2	25	名古屋中小企業投資育成	M & T 研修会「営業職の『雑談力』強化研修」
7	3	京都商工会議所	「異なる世代を巻き込むリーダーシップの極意」	3	5	SMBCコンサルティング	「デザイン思考研修」（午前）・「仮説思考研修」（午後）
7	10	京都商工会議所	「組織を動かす若手中堅のための『部下力』の磨き方」	3	10	SMBCコンサルティング	「中堅社員のためのPDCA研修」
6	23	岡山経済研究所	「営業職の『雑談力』強化研修」	3	19	SMBCコンサルティング	「ロジカルライティング入門」
7	13	ひろぎんヒューマンリソース	「提案書にも使える！プレゼン資料作成研修」				
7	14	SMBCコンサルティング	「デザイン思考研修」（午前）・「仮説思考研修」（午後）				
7	17	SMBCコンサルティング	「ロジカル・クリティカル・ラテラルシンキング研修」				
7	27	ちばぎん総合研究所	「ブレイングマネージャーの役割と実務」				

お申込みなどの詳細は
右記コードよりご覧いただけます
https://www.smartpresen.com/calendar_10.html



研修・個別コンサルティングをお任せください！

ビジネスは伝わってナンボ！



メルマガのご登録は
こちらから

株式会社Smart Presen

〒541-0057

大阪市中央区北久宝寺町1-7-9

堺筋本町プラザビル705

info@smartpresen.com

<https://www.smartpresen.com/>

ホームページは
下記コードより
ご覧いただけます

