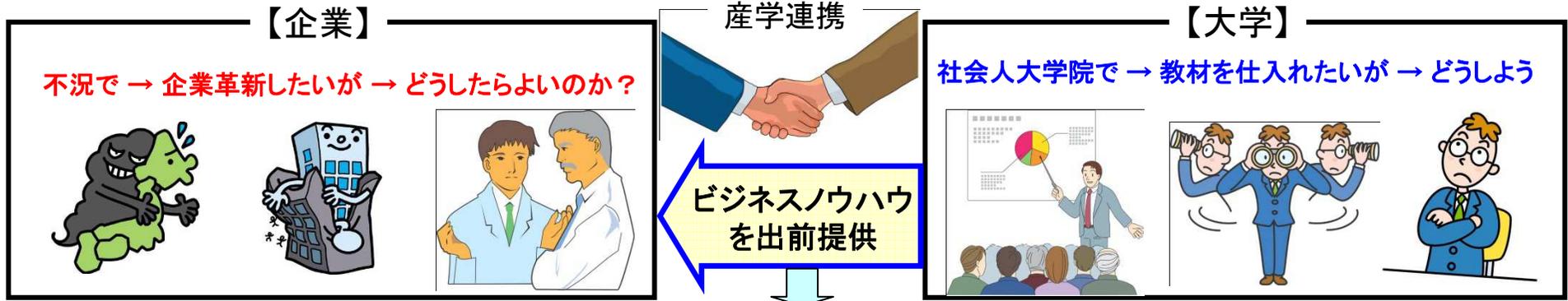


産学連携による変革の具体的進め方



	(短期)	【産学連携メニュー】	(長期)
ランク1	<p>【一般社員研修・管理職のマネジメント力アップ研修】</p> <p>例1: 中小企業が複数社集まった研修 例2: 事業継承者の選抜研修 例3: コミュニケーション力向上研修 例4: 営業力向上研修</p>	<p>【数値目標を定めた目的達成型研修】</p> <p>例1: 管理職への昇格研修と管理職適性の採択 例2: 2代目社長候補への帝王学付与研修 例3: リストラに備えた職場からの隔離研修 例4: 特別な幹部社員への家庭教師的研修</p>	<p>MBAの出前研修</p>
ランク2	<p>【営業ツールの伝える技術としての改善】</p> <p>例1: パフレットの営業向けの改善 例2: 効果の出なくなったパンフの改善 例3: 効果の上がるDMの作成 例4: ホームページのWeb2.0理論での改善</p> <p>重点的で継続的な指導実施</p>	<p>【営業体制の抜本的な改革と営業目標の達成】</p> <p>例1: HP等を用いた営業の自動化設計 例2: 引き合いを受注確実にする方策 例3: 営業のプロセス改革と定着 例4: 業績=質×量のための標準化</p> <p>営業成績があがるまで徹底指導</p>	
ランク3	<p>【社内体制の抜本改革の支援】</p> <p>例1: 社内の問題の根源を根絶する取り組み 例2: 新規商品化に向けた技術と営業指導 例3: 社内業務を仕組みで回す取り組み 例4: 業績評価など社内体制の仕組み作り</p> <p>定着する確実な取り組み</p>	<p>【長期にわたる高収益体質への改革】</p> <p>例1: 代理店施策の長期的な取り組み 例2: 事業継承に向けた長期的なフォロー 例3: 収益力が根付く徹底改善の取り組み 例4: 上場に向けた外部社長としての役目</p> <p>効果があがるまで徹底指導</p>	

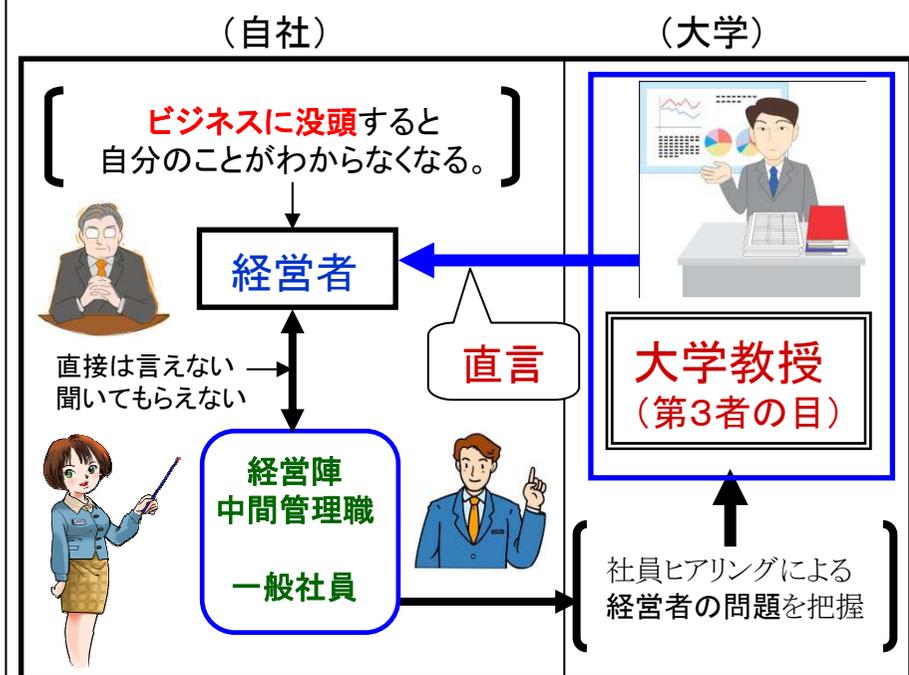
社内改革の進め方の例

【目的】

- 1 気にはかかっており検討と行動を必要とする、**具体化しない事柄**について、**外圧的な強制力**を利用して、**計画的に進めて**、実現を図る。
- 2 **客観的な第三者の目**に基づいて、**外部の知恵**をよりどころとして、当事者では進まない事柄を実現させる。

固有名詞はすべてカットした形で、社会人大学院などの教材にさせていただくことを条件に、教授による顧問活動を行う。

【第3者の目の活用法】

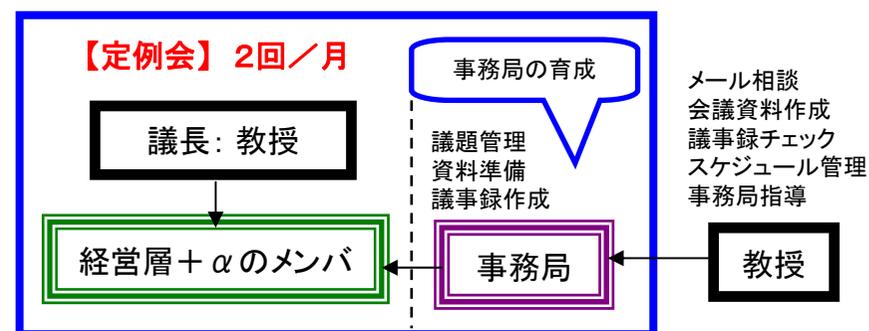


【実施方法の骨子の例】

1 社内変革の実施項目とスケジュールの設定

- 教授による、関係者からのヒアリングと、**変革実施計画案の作成** (変革実施計画案は下記の定例会で徹底討議する。)
- 達成目標と役割分担などに沿った**顧問契約の締結**
- **全社員への研修**にあわせて、変革実施計画と、その進捗を**全社に周知**

2 変革推進体制の設定 → 社内体制変革の定例会と事務局の設定



3 定例会と社員研修を平行して実施 (全社員向け、管理職向け……)

- 研修対象者、研修カリキュラム、実施時間帯を設定

例1: 15:00~17:20: **定例会**、→ 17:30~19:00: **研修会**

例2: 7:30~9:00: **研修会**、→ 9:00~11:20: **定例会**

..... (役割分担の例)

教授側での実施事項は、研修講師、**毎回の議題の設定と主要資料の作成**、宿題の様式化、議事録の修正、スケジュール管理、事務局指導などとなる。定例会では、**議長&進行役**となって進める。

企業側での実施事項は、議事録の作成(理解度を見るためにも必要)、資料の会議への提起、議題管理、社内調整などが中心となる。