

## F-5 顧客の信頼を勝ち取る営業人材の育成

営業・サービス系人材の育成

# マインドシェア100%を 目指す営業マン育成

顧客の思いを実現するための関係作り

顧客に万全の信頼を得るには、何が重要か

顧客の心の中に残る相談相手シェア100%の実現へ

2006. 2. 10

オリンパス(株) 人材開発センター 宍戸芳雄

## 報告順序

1. 会社概要
2. 医療分野事業(映像で紹介:5min)
3. オリンパスグループ人材育成(全体像)
4. 人材育成を支援する仕組み
5. 医療分野営業マン育成
  - ①基本的考え方
  - ②事業を支える価値創造の仕組み
  - ③研修体系
6. 顧客からのコールシェア100%へ
7. まとめ

# 1. 会社概要

## オリンパスグループ(国内)

オリンパス

精密機械器具の製造販売グループ戦略立案機能、研究開発機能、本社機能を統括するとともに、ライフサイエンス事業・産業関連事業の拡大と新規事業の創成を担当

オリンパスイメージング

デジタルカメラ・フィルムカメラ・録音機等の開発製造販売

オリンパスメディカルシステムズ

医療用内視鏡等医療機器の開発製造販売

ITX

IT分野に特化した投資育成事業及び機器販売・サービス

## Your Vision, Our Future

お客様の夢や願いを徹底追求し、研究を重ねながら製品化を実現していくという、企業活動の基本精神であり、創業以来一貫して変わらないオリンパスの本質そのものです。

オリンパスの価値創造の基盤が、Opto-Digital Technology

企業と社会との関係を

3つの「IN」で確立することを目指します

Involvement: 社会との融合

Insight : 社会との価値観の共有

Inspiration : 新しい価値の提案

生活者として社会と融合し、価値観を共有しながら、事業を通して新しい価値を提案し、人々の健康と幸せな生活を実現する

Social IN は、

「社会の価値を会社の中に取り入れる (Social Value in the Company)」という意味の造語です。」

行動指針: 既成概念の打破による意識改革  
顧客原点の行動

中間決算資料より

## 2006年3月期見通し(セグメント別)

## 売上高

(億円)

|      | 2005/3 | 2006/3 | 前年比    |
|------|--------|--------|--------|
| 映像   | 2,777  | 2,460  | ▲11.4% |
| 医療   | 2,305  | 2,600  | +12.8% |
| ライフ  | 1,013  | 1,100  | +8.6%  |
| 情報通信 | 1,632  | 2,827  | +73.2% |
| その他  | 408    | 713    | +74.9% |
| 合計   | 8,135  | 9,700  | +19.2% |

## 営業利益

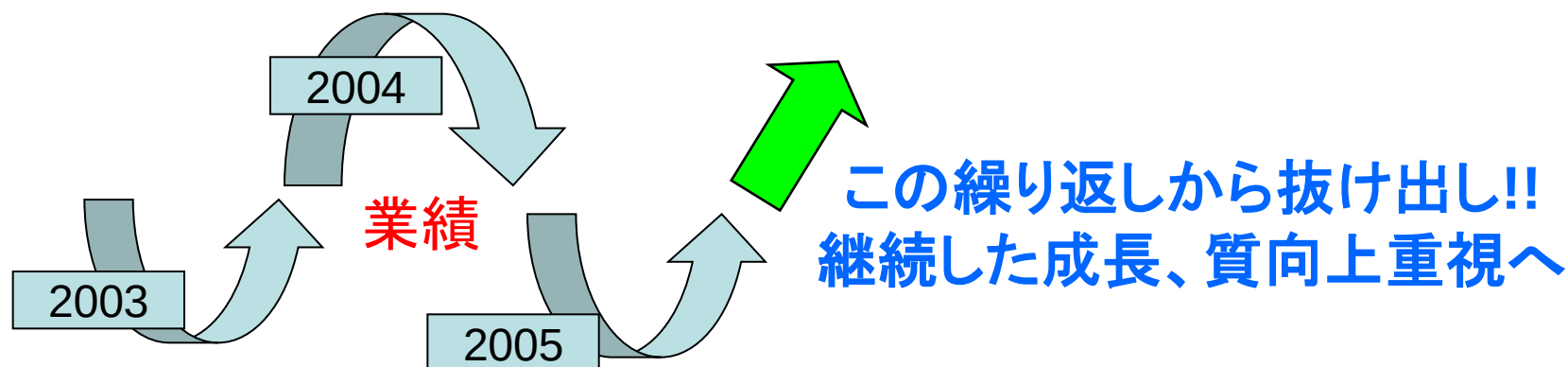
(億円)

|      | 2005/3 | 2006/3 | 前年比     |
|------|--------|--------|---------|
| 映像   | ▲ 239  | ▲ 40   | +199億円  |
| 医療   | 653    | 750    | +14.8%  |
| ライフ  | 67     | 90     | +34.2%  |
| 情報通信 | ▲ 10   | ▲ 16   | -       |
| その他  | ▲ 18   | 30     | +48億円   |
| 消去全社 | ▲ 221  | ▲ 254  | -       |
| 合計   | 232    | 560    | +141.9% |

## 2006年3月期見通し（連結）

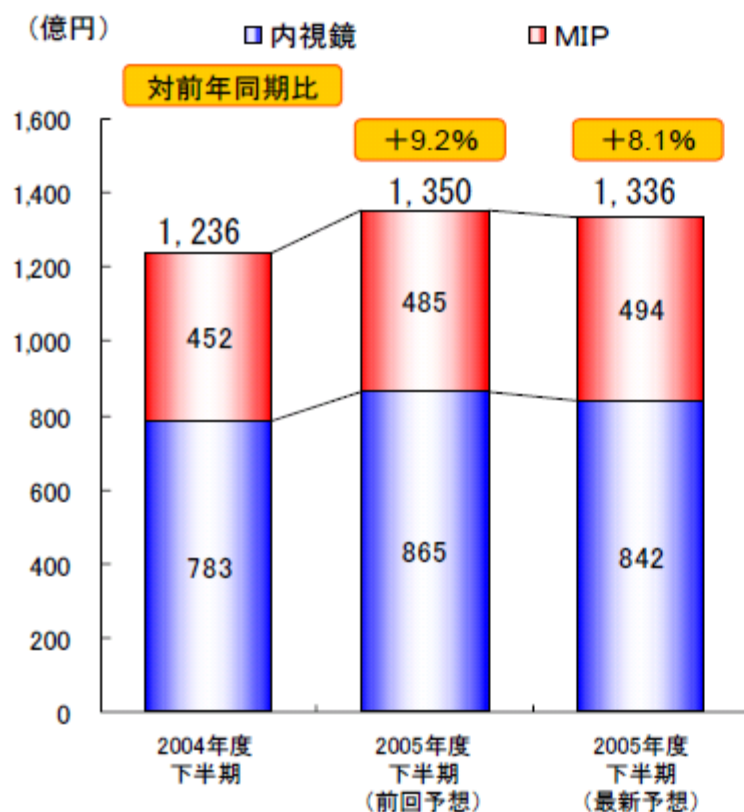
（百万円）

|       | 2005/3   | 2006/3   | 前年比       |          |
|-------|----------|----------|-----------|----------|
|       |          |          | 金額        | 伸び率      |
| 売上高   | 813, 538 | 970, 000 | +156, 462 | +19. 2%  |
| 営業利益  | 23, 153  | 56, 000  | +32, 847  | +141. 9% |
| 経常利益  | 10, 204  | 42, 000  | +31, 796  | +311. 6% |
| 当期純利益 | ▲11, 827 | 27, 000  | +38, 827  | —        |



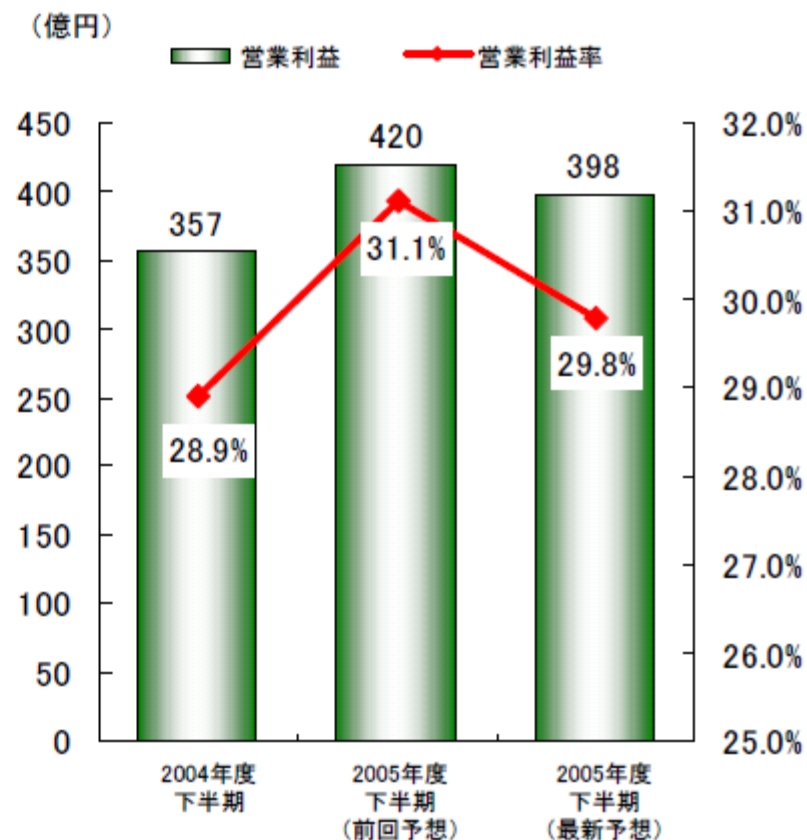
# 医療分野 —下半期見通し—

## 売上高



## 本報告の対象事業状況

## 営業利益



## 内視鏡検査の安心・安全・高効率を提供

### 症例単価課金システム

受診者に負担の少ない内視鏡検査・手術の普及を促進  
初期投資不要、最新機器による診療

### コンサルティングサービス

診療プロセスの最適化  
ITの活用診療行為情報一元管理・活用  
院内の仕事の流れをIE解析し最適な診療環境へ

### メンテナンス品質・サービス向上

高度技術を要する修理サービスの中核拠点国内一本化  
修理品質向上、納期30%短縮



# 受診者へ：安心して受診いただくためのサービス

OLYMPUS Your Vision, Our Future

<http://www.onaka-kenko.com/>

内視鏡で見つける!

## おなかの健康

健康応援サイト  
ドットコム



**おなかの健康チェック**

簡単チェックでおなかと生活の健康度をみてみましょう。

Yes!

**内視鏡検査の受け方**

内視鏡検査を受ける方必見





▶ 早期発見のために



▶ おなかの病気いろいろ



▶ 内視鏡クローズアップ



▶ おなかと内視鏡のコラム

**おすすめコンテンツ**

内視鏡検査ってどんなもの? **GO! ...▶**

検査前日の準備から当日までの流れをわかりやすく解説します。

▶ リンク集

▶ 広告紹介

▶ 用語集

▶ おまけ

▶ アンケート

気になる症状のある場合は、**検査を受ける**など、早めに医師に相談することが大切だね。

| 生 活                                                                               | 上部消化管                                                                             | 肝・胆・膵                                                                             | 大 腸                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |
| 規則正しい生活や適度な運動は健康への第一歩です。食生活や生活のリズムを守って健康を保ちましょう。                                  | この部位の病気には <b>食道炎、慢性胃炎、胃潰瘍、胃がん、十二指腸潰瘍</b> などがあります。                                 | この部位の病気には <b>総胆管結石症（胆石）、胆道がん、急性膵炎、膵がん</b> などがあります。                                | この部位の病気には <b>急性虫垂炎、潰瘍性大腸炎、大腸ポリープ、大腸がん、痔</b> などがあります。                               |



ニコニコ 普通 ダメダメ

閉じる 

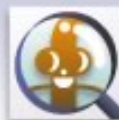
- ▶ 食道がん
- ▶ 胃がん
- ▶ 脾臓がん(脾がん)
- ▶ 胆道がん
- ▶ 大腸がん

毎日がんばって働いている「おなか」  
さあ、おなかの健康チェックをしてみましょう。

## スタート!

注意：「おなかの健康チェック」は、病気の可能性の有無を示唆する目的でつくられたものではありません。  
おなかの健康に不安がある方は医師にご相談ください。

## 2. 医療分野事業(映像で紹介:約5分)



[Home](#) > [内視鏡クローズアップ](#) > 内視鏡とは

### 内視鏡とは

内視鏡とは、外から見えない身体の中を、先端にレンズのついた管を差し入れて観察し、場合によっては処置・治療をする医療機器です。

内視鏡の開発は1868年のクスマウルの「硬性胃鏡」に始まります。47センチ、直径13ミリの胃鏡から130数年が経ち、当時のものとはくらべものにならない「内視鏡」が医療現場で活躍しています。内視鏡はもはや胃を見るだけの硬い管でなく、細くしなやかなうえに、高い技術の集約されたマジックハンドになりました。

時代ごとの先端技術を組み入れ、ますます進化する内視鏡は、医療の現場では病気の発見、検査、治療に役立ちます。また、私たちの健康ばかりではなく、動物の健康も見守ります。さらには、災害現場や古代の遺跡など、まさに私たちの目や耳、そして手足となって活躍しています。



〈ビデオスコープ〉

## 医療分野

### 着実な新製品・新技術の投入で顧客へ応える

#### ◆欧米市場向け内視鏡新製品(EXERA II)

- 高解像ハイビジョン内視鏡システム
- 外科系内視鏡に接続可能な共通プラットフォーム

#### ハイビジョン映像診断

#### ◆小腸用カプセル内視鏡

- 2005年10月 欧州で販売開始

世界初のリアルタイム観察可能なシステム

高画質(ハレーションの少ない自動調光機能)





リアルタイム観察も可能な  
小腸用カプセル内視鏡システム

最新のマイクロマシン技術により小型化  
(外径:11mm、長さ:26mm)を実現



2秒に1回観察像を無線送信



モニターで確認



体外の受信装置

### 3. オリンパスグループ人材育成(全体)

#### コース分類とコース数(一部)

#### オリンパスカレッジ

#### テクニカルカレッジ

169

|                |                 |    |
|----------------|-----------------|----|
| ビジネスカレッジ<br>49 | 課題解決 戦略・計画構築力   | 11 |
|                | 課題解決 組織マネジメント   | 4  |
|                | 対人特性 コミュニケーション力 | 3  |
|                | ビジネス系専門知識       | 3  |
|                | キャリアデザイン        | 3  |
|                | ビジネス系階層別        | 1  |
|                | e-Learning      | 24 |
|                |                 |    |

コース数: 270⇒287

|                |    |
|----------------|----|
| 企画力            | 1  |
| 技術課題解決         | 1  |
| 技術系組織管理        | 2  |
| 設計共通           | 9  |
| 機械             | 14 |
| 電気・電子          | 7  |
| 光学             | 8  |
| ソフトウェア         | 50 |
| オフィス系一般        | 12 |
| オフィス系一般・eラーニング | 3  |
| 品質             | 5  |
| 現場共通           | 5  |
| 現場改善           | 3  |
| 生産・管理          | 1  |
| 購買             | 5  |
| 開発・技術者向け物流     | 2  |
| 知的財産           | 30 |
| 環境             | 7  |
| 全社発表会          |    |
| 接着             |    |

## 4. 人材育成を支援する仕組み

### オリンパスカレッジ「オリンパス ラーニング マネジメント システム」

学んだことを活かそう！

学ぶ風土

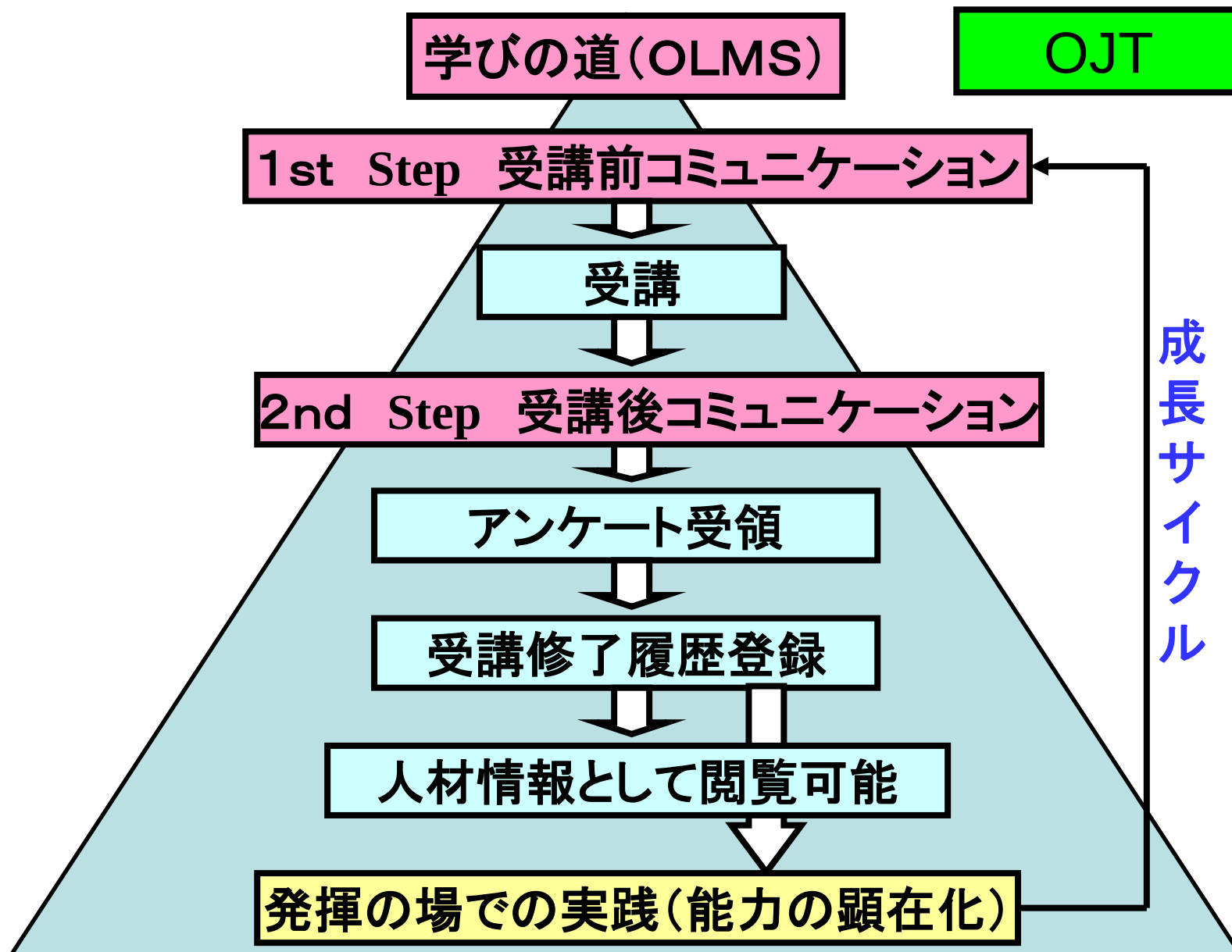


発揮の場

受講前後の面談で活かせる場を話し合う

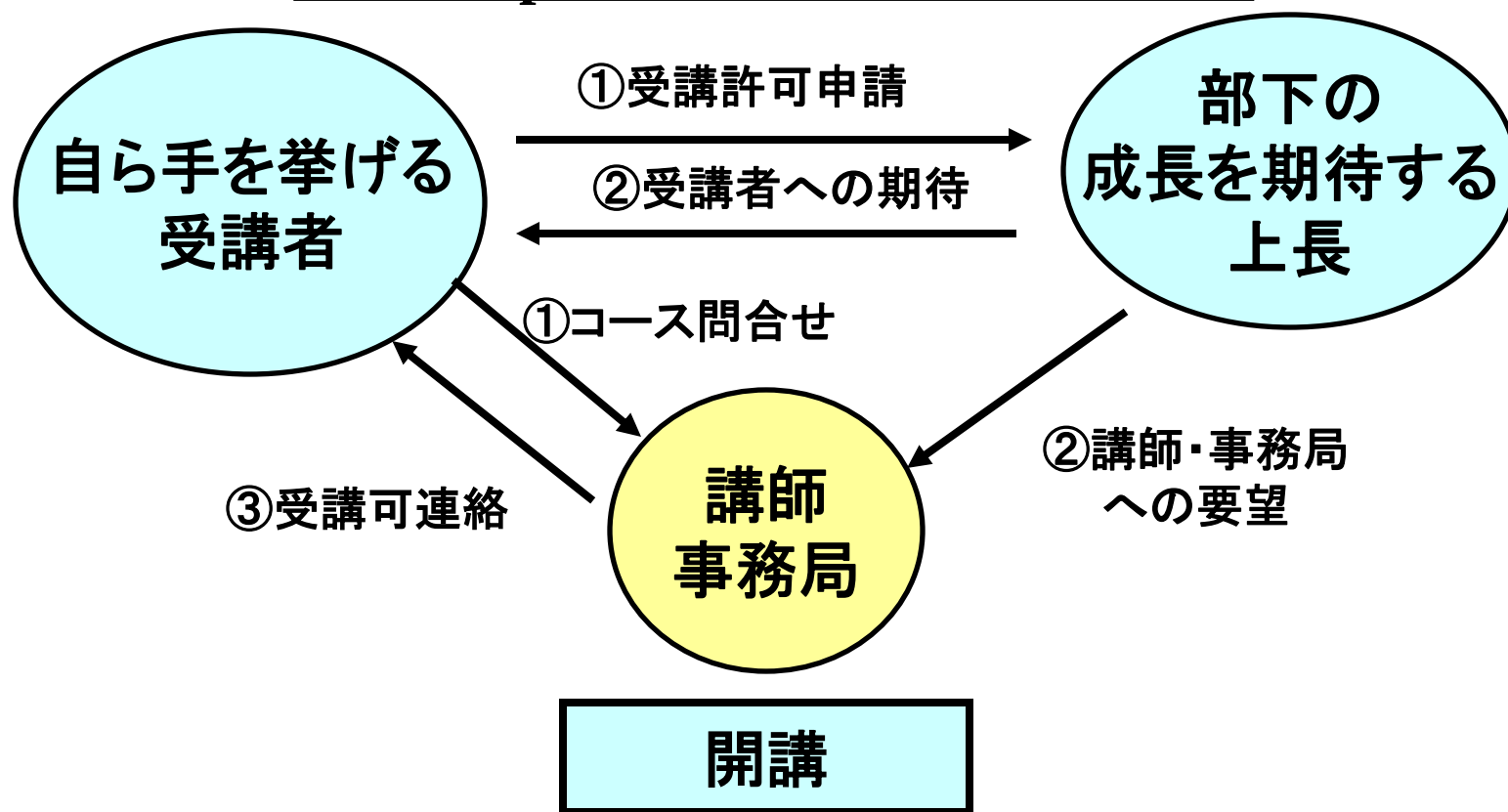
研修事務局で活かせる場の成果を確認できる

学びの風土は永続的な企業力を保証するもの





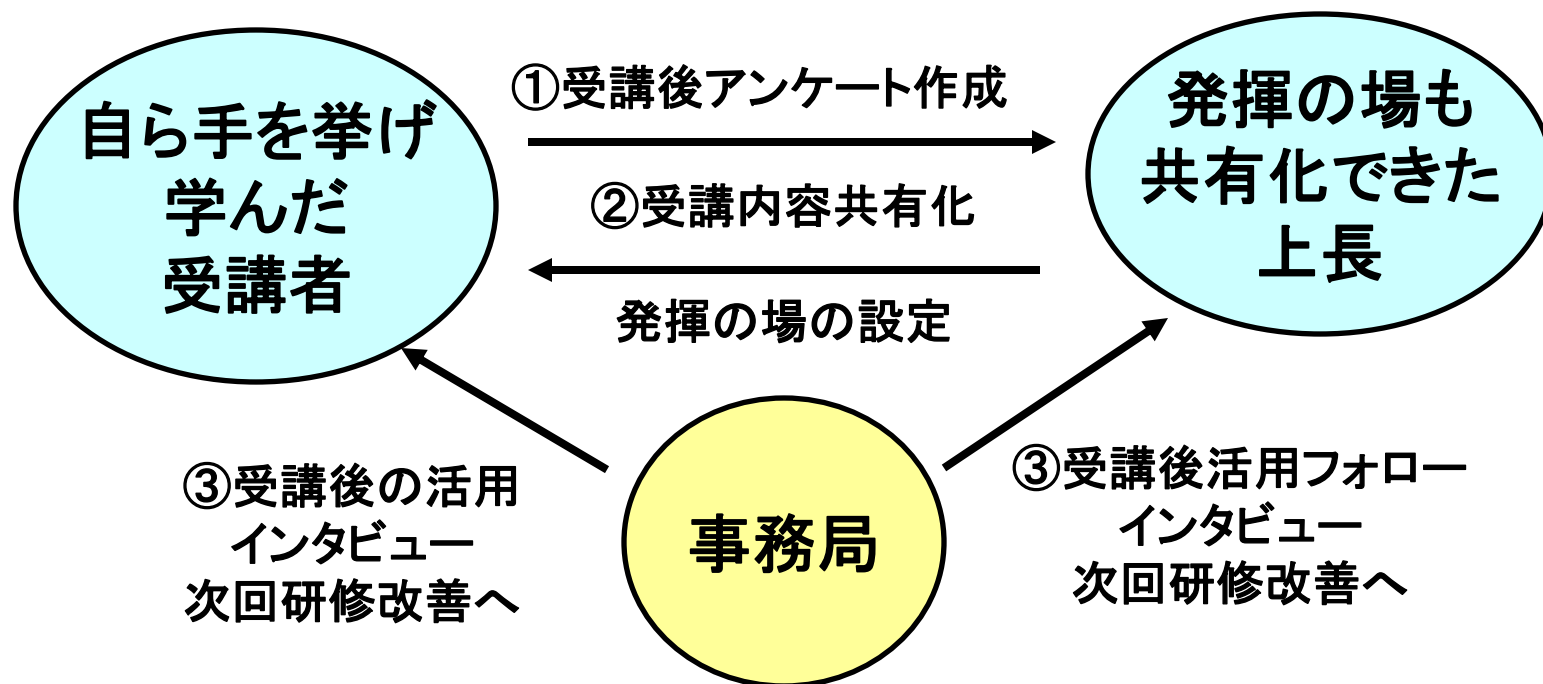
## 1st Step 受講前コミュニケーション



### 開講準備

1. 受講理由と担当業務より受講適格者であるかを判断し受領
2. コースへの問合せに答え、何を学ぶかを明確にし安心して受講
3. 上長からの要望を講師へ伝達し、分かりやすい研修の実現
4. 事務局への要望を受けて受講しやすい環境作り
5. 開講案内で受講者の準備(事前学習など)を促がす

## 2nd Step 受講後コミュニケーション



### 受講後フォロー

1. 受講後何を学んできたか確認と共有化
2. 共有化できた内容の活用について話し合い発揮の場の合意
3. 受講者が率先し上長が支援の風土を作る
4. 受講中の緊張を継続し、見に付いたかを実践で確認する
5. 上長は、支援も行い発揮できた能力を認め、更に向上を期待として伝える

**研修効果の測定は、点数付けではない、  
発揮できたか否かで判断することが重要である**

## 受講申請書

① 開じる ② 印刷 ③ 保存して開じる ④ 送信

## 受講申請書

## 原価管理者向け工場経営研修

スケジュール: 2005/03/17~2005/03/17

スケジュールコード: AKAA-6AKACD

⑤ スケジュールの詳細情報

⑥ ステータス

作成中

⑦

|          |             |                |                |
|----------|-------------|----------------|----------------|
| 申請管理No.  | ASHA-6AKAD6 | 起票日            | 2005/03/17     |
| 起票者会社名   | オリンパス株式会社   | 起票者従業員番号       | 041913         |
| 起票者氏名    | 志村 明彦       | 起票者所属          | IT戦略推進室ITサポートG |
| ⑧ 受講者会社名 | オリンパス株式会社   | ● 受講者従業員番号     | 『 041913 』     |
| 選択       |             |                | 従業員チェック        |
| 受講者氏名    | 志村 明彦       | 受講者所属          | IT戦略推進室ITサポートG |
| 選択       |             |                |                |
| 受講者資格    |             | 受講者内線番号        | 『 』            |
|          |             | ※記入例: 775-4226 |                |

⑨

申し込み理由

『 』

⑩

担当業務内容

『 』

⑪

備考

『 』

※ 受講受付の可否・優先順位の判断の際に、「申し ● 受講申請者に何を期待するか

● 上長から講師、事務局への期待・要望

## 2. 承認処理

メール本文の文書リンクから、文書を開きます。

上長承認時には「受講申請者に何を期待するか」と「上長からの期待・要望」を入力する必要があります。(必須項目)

## 受講申請者上長の申請書記載内容

## ① 受講申請者に何を期待するか

受講承認するに当たり受講者本人に本コース受講で何を期待するのかを話をして具体的に記載する。

受講者は、この記載内容をもとに研修の中でその期待に応える。

## ② 上長から講師、事務局への期待・要望

講師、事務局への要望を具体的に記載する。

この内容に留意してコースの中で上長への期待に応える。

## 受講後アンケート(上司報告面談後記入)

7. 受講後、上長報告面接で具体的に活用の機会・発揮の場を話し合い、その内容を記入してください。

|       |                                                             |
|-------|-------------------------------------------------------------|
| 上長名   |                                                             |
| 面接の内容 | 習得した手法を十分に活用して部下とのコミュニケーションをはかり、モチベーションアップ、アウトプット向上につなげること。 |

7. 受講後、上長報告面接で具体的に活用の機会・発揮の場を話し合い、その内容を記入してください。

|       |                                                                                                                                                                       |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 上長名   |                                                                                                                                                                       |
| 面接の内容 | 今回の研修はアナログ回路の中でも基本的なもの。今ではOPアンプなどはもう出来上がった状態で手に入るため、直接トランジスタ等を使用することはないが、基本的なことを理解することは重要。アナログはオシロスコープによって解析できることができるので基本的な使用方法を身につける。今回の研修を基によく使用される回路にも理解を広げる必要がある。 |

### 一人ひとりが大事な戦力:コミュニケーションの場作り、組織力向上へ

|       |                                                       |
|-------|-------------------------------------------------------|
| 上長名   |                                                       |
| 面接の内容 | 今回の研修をきっかけとして、今後とも継続して材料力学を学び、業務に生かせるように努めるように心がけること。 |

7. 受講後、上長報告面接で具体的に活用の機会・発揮の場を話し合い、その内容を記入してください。

|       |                                                            |
|-------|------------------------------------------------------------|
| 上長名   |                                                            |
| 面接の内容 | C#の基本が理解できた。今後は、外注作成のプログラムを利用し、C#によるWindowsプログラミングの理解を深める。 |

7. 受講後、上長報告面接で具体的に活用の機会・発揮の場を話し合い、その内容を記入してください。

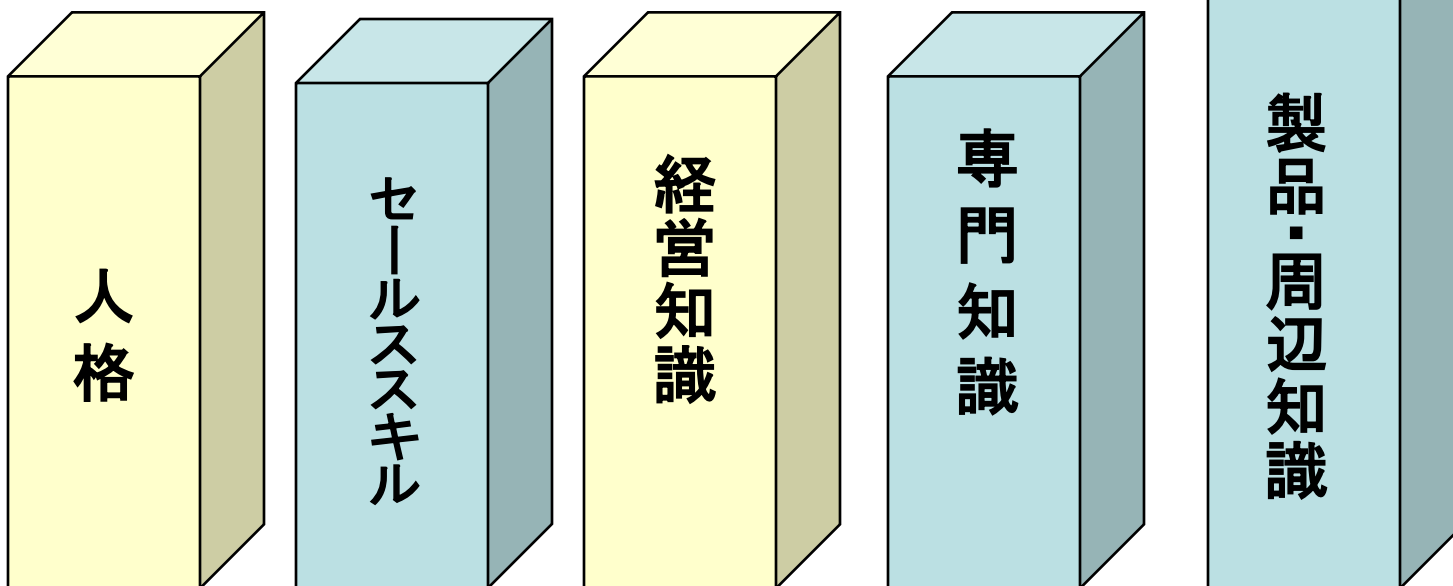
|       |                                                                                                                                                      |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 上長名   |                                                                                                                                                      |
| 面接の内容 | 受講票にも記載されていますが、製品原価低減のみでなく給与が原価とどう関係するのか、自分の廻りから見つめていってほしい。又、技術者として”一つテーマを決めてそのテーマのスペシャリストになれるよう取り組む”のも一手段。コストに携わるものとして「足を使って出きるだけの情報をかき集めて」業務に反映する。 |

## 5. 医療分野営業マン育成

### ① 基本的考え方

業界でトップの営業マン育成、  
顧客よりの**相談コールシェア100%**を狙う。

マインドシェア100%



驚異の営業力を育成

顧客の信頼できるパートナーになる

5. 医療分野営業マン育成

②事業を支える価値創造の仕組み

顧客の思いを実現するための関係作り

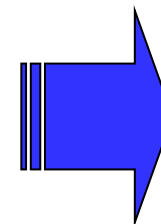
営業の原点に戻る

自分の価値は何だ！

顧客の思いを聴き出し実現できる自分になっているか

真の顧客の思いを聴き出し読み取れるのか

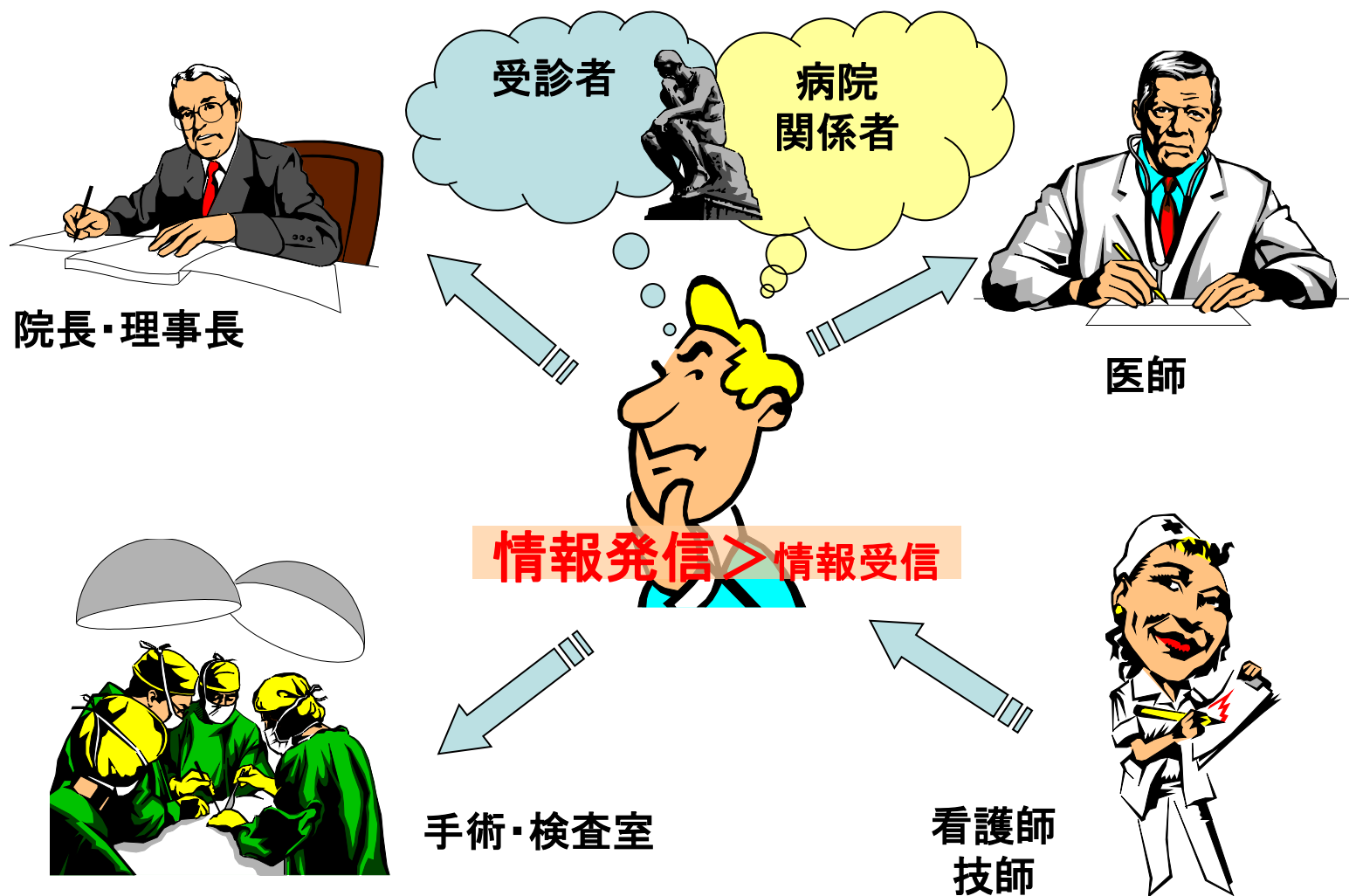
実現できる知識・経験・情報を持っているか



役に立つ営業マン

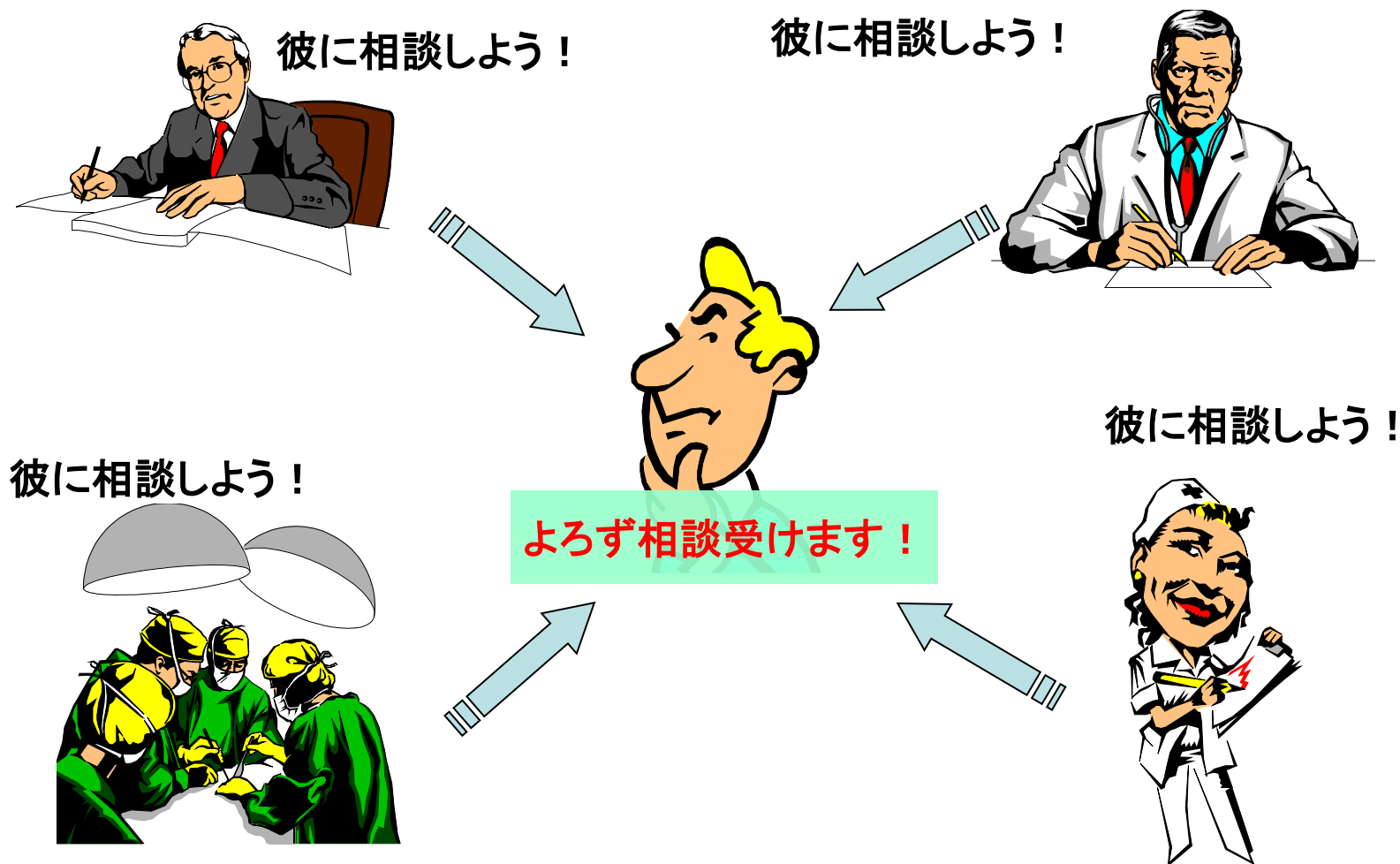
応えられる自分、実現

## 顧客に万全の信頼を得るには、何が重要か





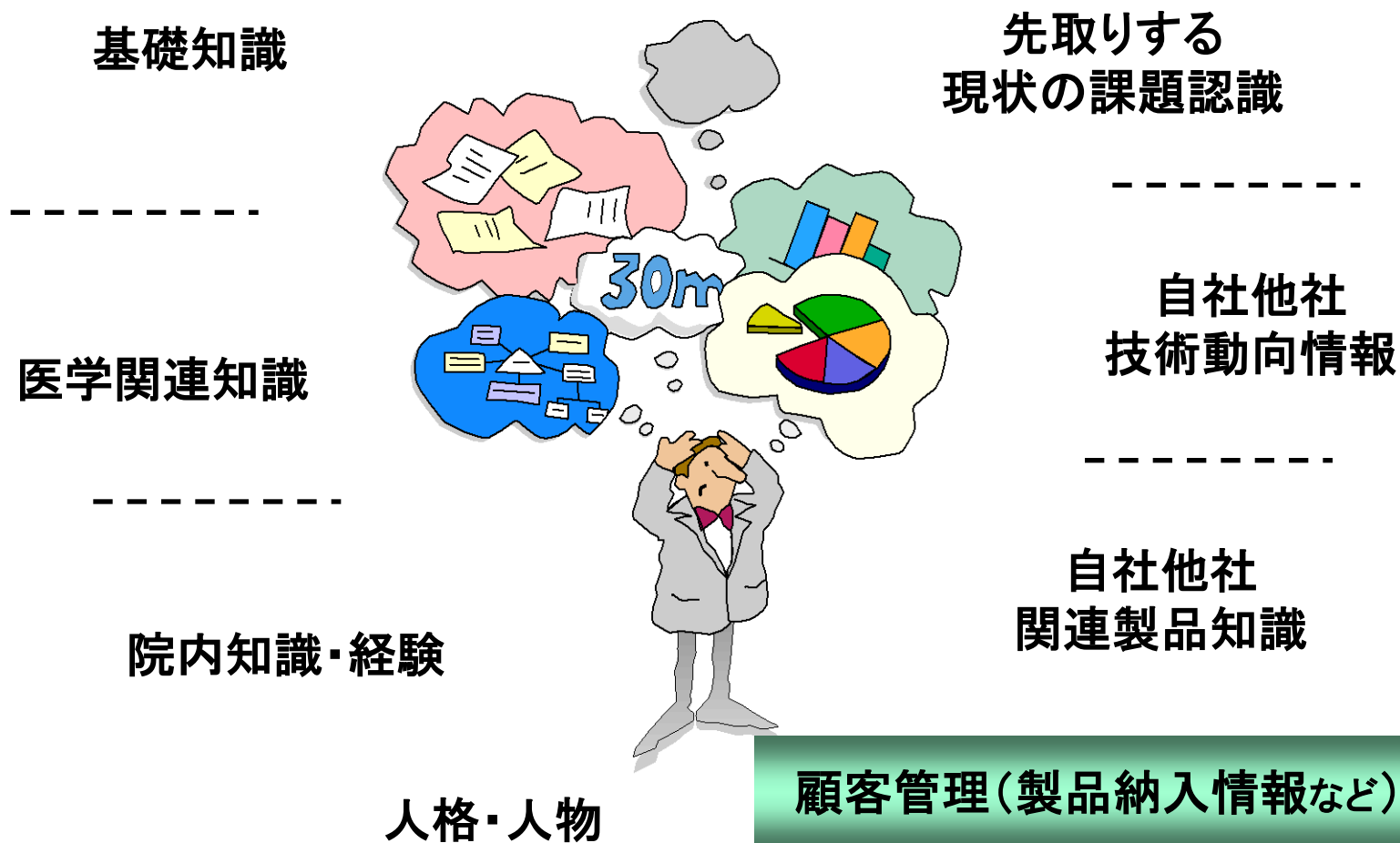
## 顧客の心の中に残る相談相手のシェア100%の実現へ



## 6. 顧客からのコールシェア100%へ



## 相談に応じるために



配布なし資料

## 営業人材を支援する

# Sales Management System (日本)

「世界で最も尊敬される」販売・サービス体制網の構築  
顧客に真に愛され・尊敬される販売組織・体制の構築

顧客対応力の強化  
顧客満足度向上

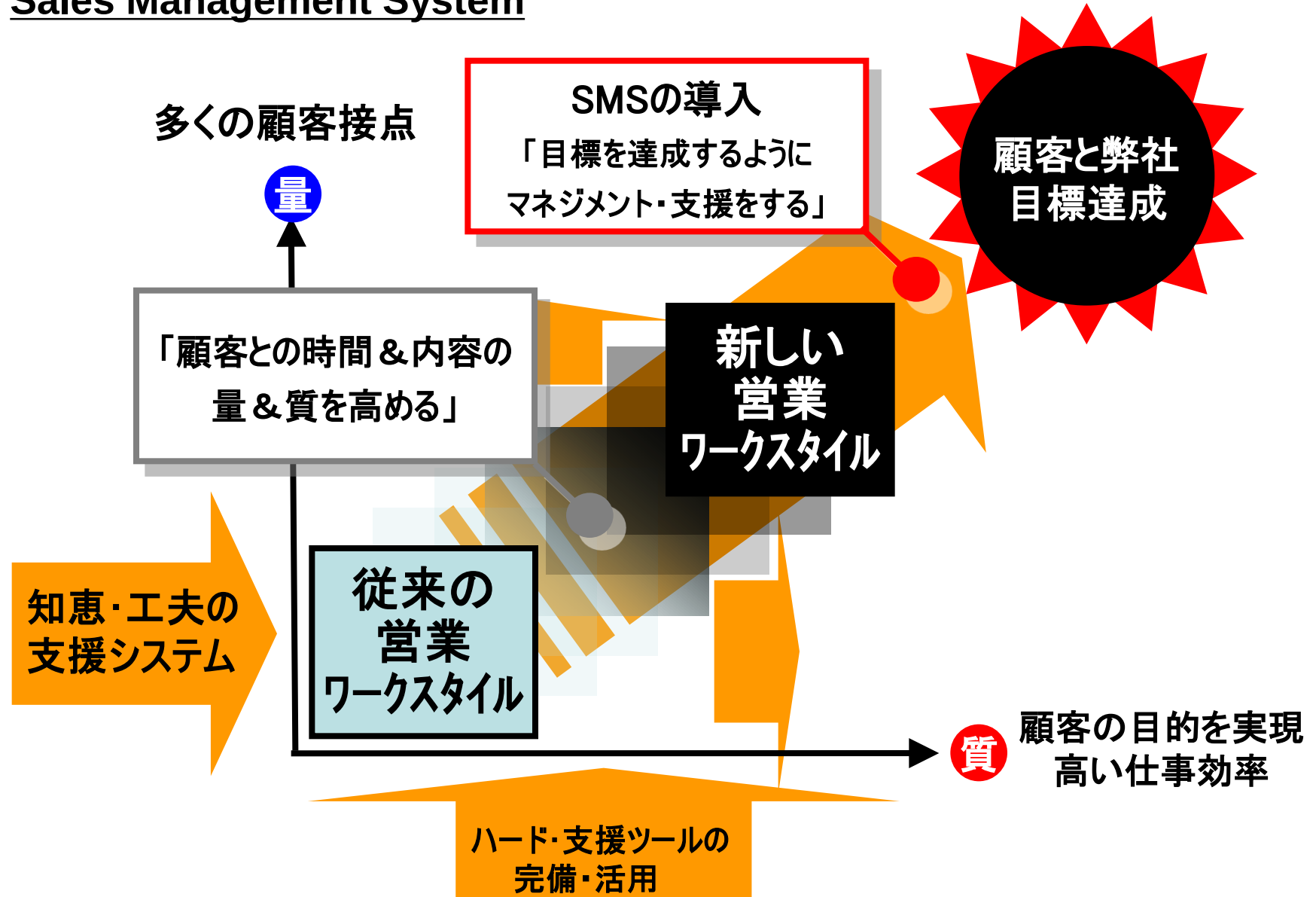
## 営業力の強化

目指す顧客よりニーズを引き出し

目標達成・成約に至るまでの期間を短縮できる

後押しする人材の支援 も受けられる

# Sales Management System



# Sales Management System

配布なし資料

～ 営業プロセス(活動)の可視化を通じ ～  
営業力を抜本的に強化

セールスの  
取組み

マネージャー  
の取組み

目指す姿

目指す顧客の  
目的を確定する(受注)

目的確定までの  
期間短縮を促進できる

今、必要なアクションを  
コーチングできる(チーム力活用)

目標達成の確度を  
高めるマネジメントができる

目指す姿

必要なアクションの  
コーチング  
&  
目標達成の  
確度を高める  
マネジメント

目標達成  
につながる  
一人一人の  
営業活動

各担当分野での成果最大化

実施の基盤

ハード・支援ツールの完備・活用  
営業活動に注力できる体制

## 日報でのやり取り

配布なし資料

営業は商品売ることも自分自身を売ることが大事だと思います。  
販売成果は後からつ付いてきます。是非、これからもたくさんの〇〇ファンを増やしてください。

年末にはご挨拶だけでなく大掃除の手伝いやカタログを探しやすいように整理し  
院内の効率を上げる支援をして下さい。  
他のメーカーが気付かないようなところに気付き信頼され役立つ営業担当者となるように  
心がけてください。

顧客満足という言葉を広く捉え、顧客を魅了しできるパートナーとなり、リピーターとして  
お付き合いいただけることです。顧客満足はものに対する評価だけで決まるわけではなく、  
営業マンすなわち君の対応も大きな要因となります。  
つまり最高の顧客満足とは、ある機器を購入したドクターが「〇〇君というオリンパスの  
営業マンは私のニーズを的確に捉えて、最適の商品を提案してくれた。  
それを購入して使用しているが、期待以上に良い商品であった。」と周りのドクターにクチコミを  
してもらえる状態だと私は考えています。  
決して購入してから満足度が始まるわけではないことも理解してください。

不具合案件は第一優先で対応することが重要です。  
顧客の方々へは、なぜ発生したかを丁寧にご説明し  
ご理解いただき、  
次回から安心してお使いいただくように対処し信頼を回復してください。



詳細のご紹介を省略

# 顧客管理

## 施設検索

グループ

道府県

営主体

設名

設名(仮)

所

話番号

詳細条件設定 設定なし

検索

施設を絞り込む追加条件

コメント

施設検索

納入施設検索

新規施設検索

保守契約検索

契約物件検索

修理履歴検索

顧客管理 施設詳細(HF011) - Microsoft Internet Explorer

ファイル(F) 編集(E) 表示(V) お気に入り(A) ツール(T) ヘルプ(H)



アドレス(D)

施設コード:

施設名:

郵便番号:

住所:

電話番号:

経営主体:

診療科:

施設情報

納入SC

納入製品

保守契約

修理

GI情報

学会

納入履歴

GI情報(試)

検索(試)

IT問合せ

## 納入製品情報

Excel出力

118件中1~20件表示

納入日付 2003 年 12 月 ~ 2005 年 12 月

☒ 納入日付で検索する

製品名

Body No.

納入科

すべて

設置場所

すべて

稼働状況

すべて

| 納入日付▼ | 製品コード | 製品名                | Body No. | 保守契約 |
|-------|-------|--------------------|----------|------|
| 2003  |       | OER-2 100V         |          |      |
| 2003  |       | OER-2 100V         |          |      |
| 2004  |       | OEP-3 100V         |          |      |
| 2004  |       | EIGP-S             |          |      |
| 2004  |       | MI-CLH-SC 100V     |          |      |
| 2004  |       | OCS-500SET 100V    |          |      |
| 2004  |       | OTV-S7V-B D        |          |      |
| 2004  |       | OTV-S7H-1D-L08 E D |          |      |
| 2004  |       | A22002Aのガシカ30      |          |      |
| 2004  |       | CLV-1400 100V      |          |      |



## 日本以外での営業支援システム

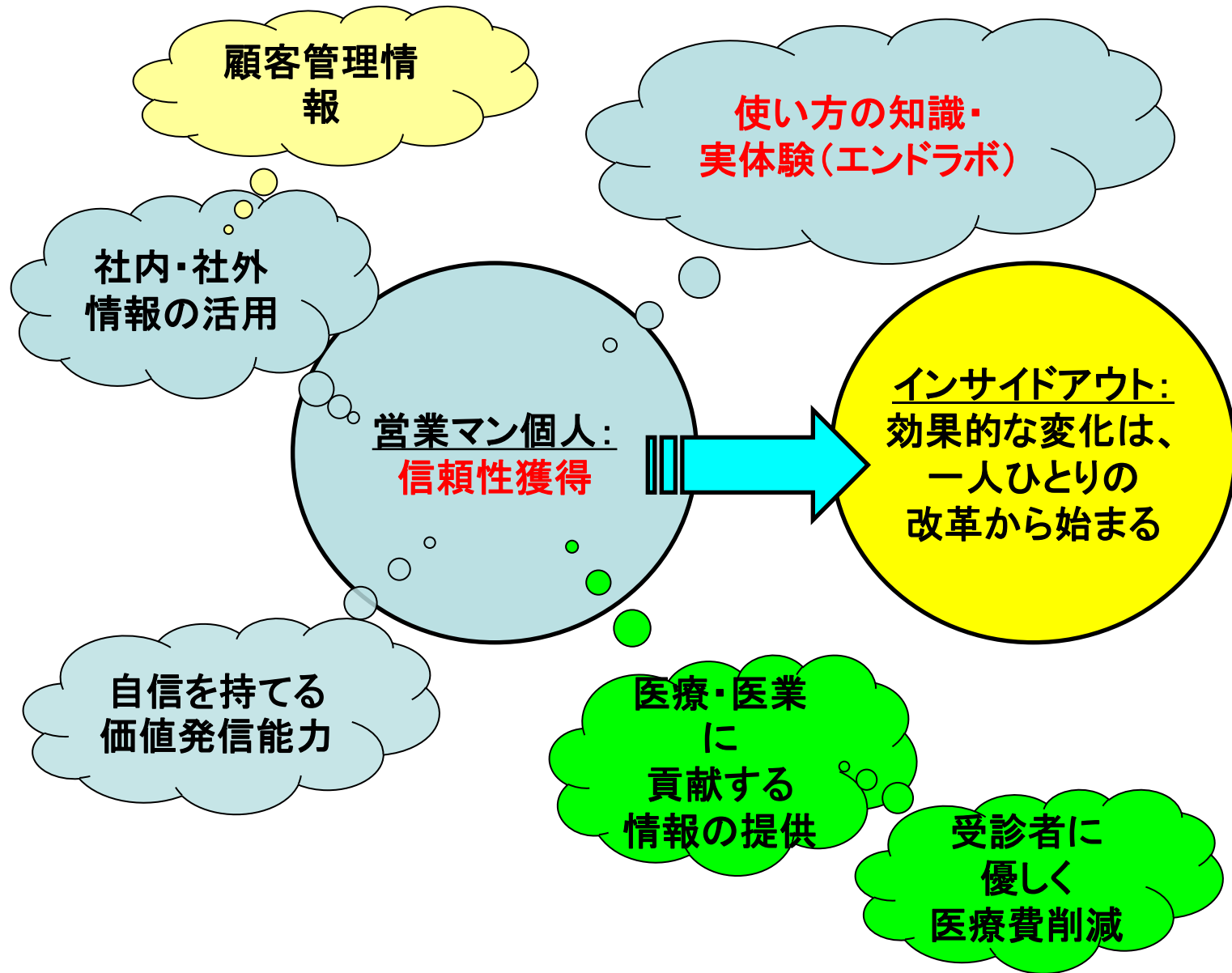
Transparance Accountable Management System  
[透明性のある管理手法]

### 1. On Patient Demo

製品の使用訓練を受けた営業マン(修了者)が対応

### 2. 顧客のフォローアップ

### 3. レポートより関連製品のカタログ・資料のDM (バックアップセクションがフォロー)



## 5. 医療分野営業マン育成

## ③研修体系

## 医療部門人材育成体系

## マネジメント能力

地域戦略構築力  
地域No.1戦略  
管理会計知識

マーケティング

リーダーシップ

顧客戦略  
コーチング

倫理・コンプライアンス  
(公正競争規約  
インストラクター資格)

マネジメント

変化対応力

アカウンティング  
ファイナンス

論理的思考法  
ロジカルシンキング

管理者

中堅

若手

中途採用

新人

営業  
基盤  
専門  
コース

コンサルティングスキル

顧客戦略構築スキル

戦略的営業プロセスマップ作成スキル

病院経営知識

面談スキル自社バージョン

面談スキル

## 営業基盤研修共通

行動規範・見識・土台  
行動倫理  
コンプライアンス  
営業関連法規  
臨床現場心得

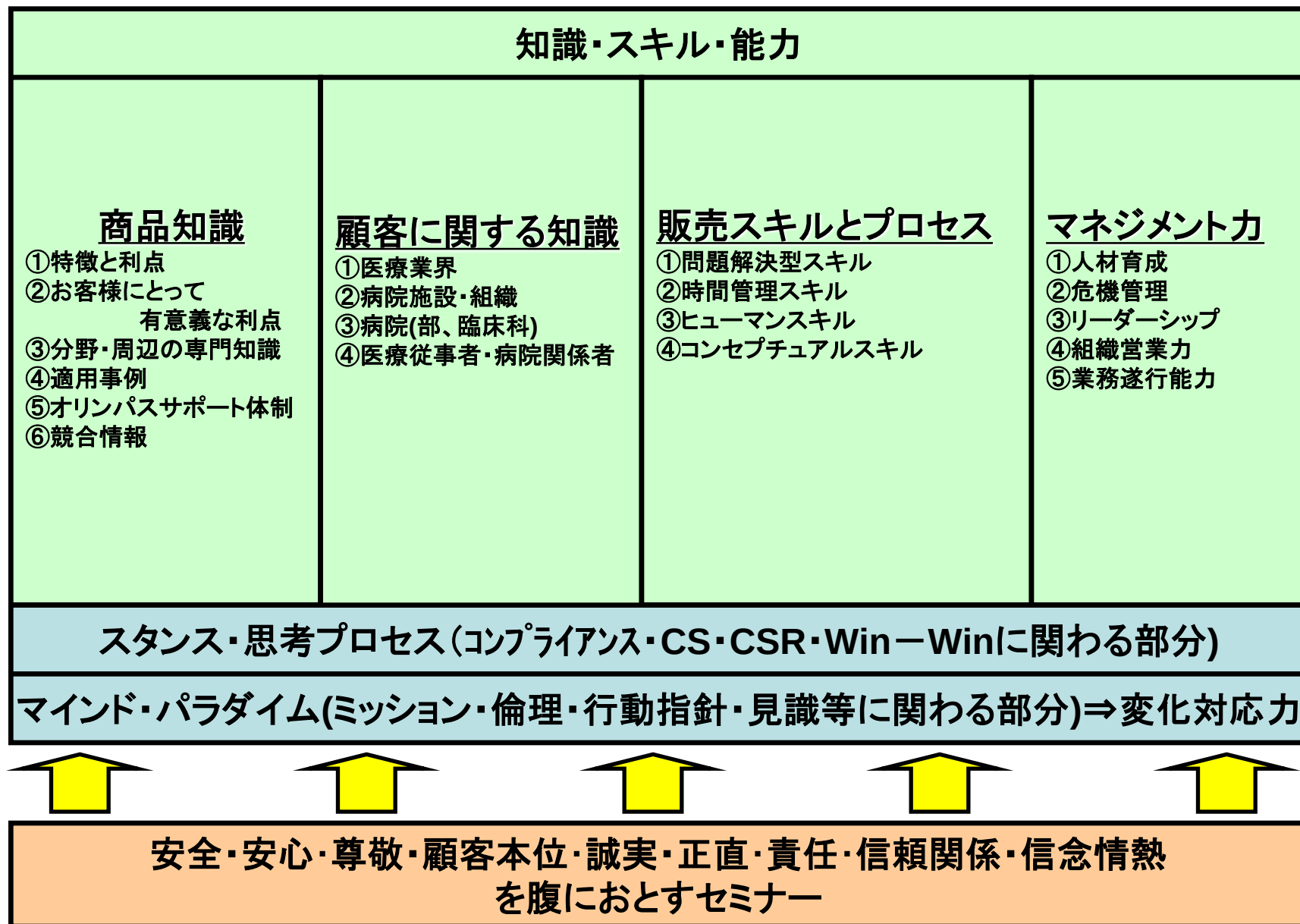
製品・医学・知識  
医療基礎知識  
医療現場知識  
製品基礎知識

営業知識・スキル・能力  
業務ルール  
管理活動  
基本スキル

医療基礎知識  
医療事業の概要  
病院市場概要  
内視鏡営業の歴史  
内視鏡の歴史・沿革

オリンパスカレッジ OLMS(全社研修)コース利用

## 医療部門研修体系

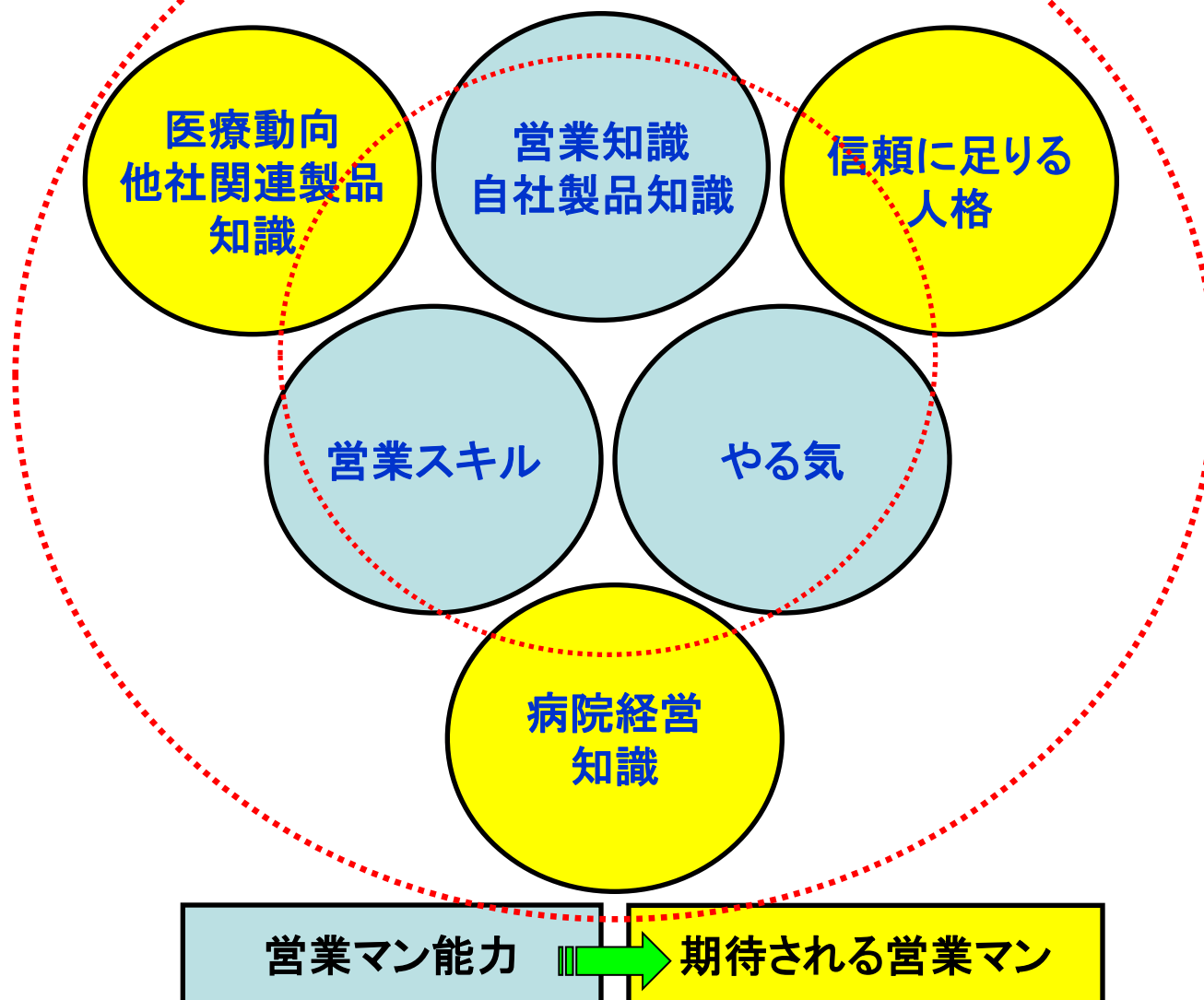


## 知識・スキル・能力はスタンス・マインドの土台で発揮される

| 知識・スキル・能力                                                            |                                                                                                       |                                                                                                              |                                                            |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| 商品知識                                                                 | 顧客に関する知識                                                                                              | 販売スキルとプロセス                                                                                                   | マネジメント力                                                    |
| <b>特徴と利点</b><br>●特徴と利点の理解<br>●お客様にとって有意義な利点の紹介                       | <b>医療業界</b><br>●医療業界動向の把握<br>●医療業界の課題<br>重要性、影響等の理解<br>●顧客の顧客(患者)の動向の把握<br>●医療制度・診療報酬制度<br>●学会・ドクター組織 | <b>問題解決型スキル</b><br>●Face to Face力(人間力)<br>●面談スキルの向上<br>●商談進捗スキルの向上<br>●SSP-MAPの活用<br>●顧客戦略構築力<br>●プレゼンテーション力 | <b>人材育成</b><br>●エンパワーメント<br>●個人的ミッション作成<br>●育成面接・業務目標設定カード |
| <b>分野・周辺の専門知識</b><br>●医学・医療知識<br>●医療技術・手技                            |                                                                                                       |                                                                                                              | <b>危機管理</b><br>●品質保証・PL・クレーム対応<br>●債権管理                    |
| <b>適用事例</b><br>●幅広いアプリケーションに精通<br>●特に成功した事例と、その証拠資料に精通<br>●システム事例に精通 | <b>病院施設／組織</b><br>●病院の組織、購入プロセス<br>その他プロセス、手続きなどの理解                                                   | <b>時間管理スキル</b><br>●スケジューリング技術の習得<br>●セールスステップの設計<br>●仕事の優先順位づけ                                               | <b>リーダーシップ</b><br>●率先垂範<br>●モチベーション<br>●コーチング              |
| <b>自社のサポート体制</b><br>●顧客をサポートする技術、<br>またはサービス上の体制に精通                  | <b>部門(部、臨床科)</b><br>●病院の部門(組織、手続き)の理解<br>●顧客の部門の研究目的、<br>課題とその重要性、影響の理解                               | <b>ヒューマンスキル</b><br>●折衝力の強化<br>●社内のサポート体制の活用<br>●コミュニケーションの改善                                                 | <b>組織営業力</b><br>●組織のミッション作成、共有化<br>●チーム営業推進<br>●チームオペレーション |
| <b>競合情報</b><br>●競合の商品や会社の理解<br>●自社の商品や会社に固有の<br>利点の理解                | <b>医療従事者・病院関係者</b><br>●業務・仕事(地位、責任などの理解)<br>●部門の課題、<br>重要性、影響の理解                                      | <b>コンセプチュアルスキル</b><br>●課題設定／解決スキル<br>●企画／実行力                                                                 | <b>業務遂行能力</b><br>●目標管理<br>●施策遂行管理<br>●地域戦略構築               |
| スタンス・思考プロセス(コンプライアンス・CS・CSR・Win-Win等に関わる部分)                          |                                                                                                       |                                                                                                              |                                                            |
| マインド・パラダイム(ミッション・倫理・行動指針・見識等に関わる部分) ⇒ 変化対応力                          |                                                                                                       |                                                                                                              |                                                            |

「安全」「安心」「尊敬」「顧客本位」「誠実」「正直」「責任」「信頼関係」「信念」「情熱」を腹におとすセミナー

## 営業マン育成(幅が広く深みのある人財)

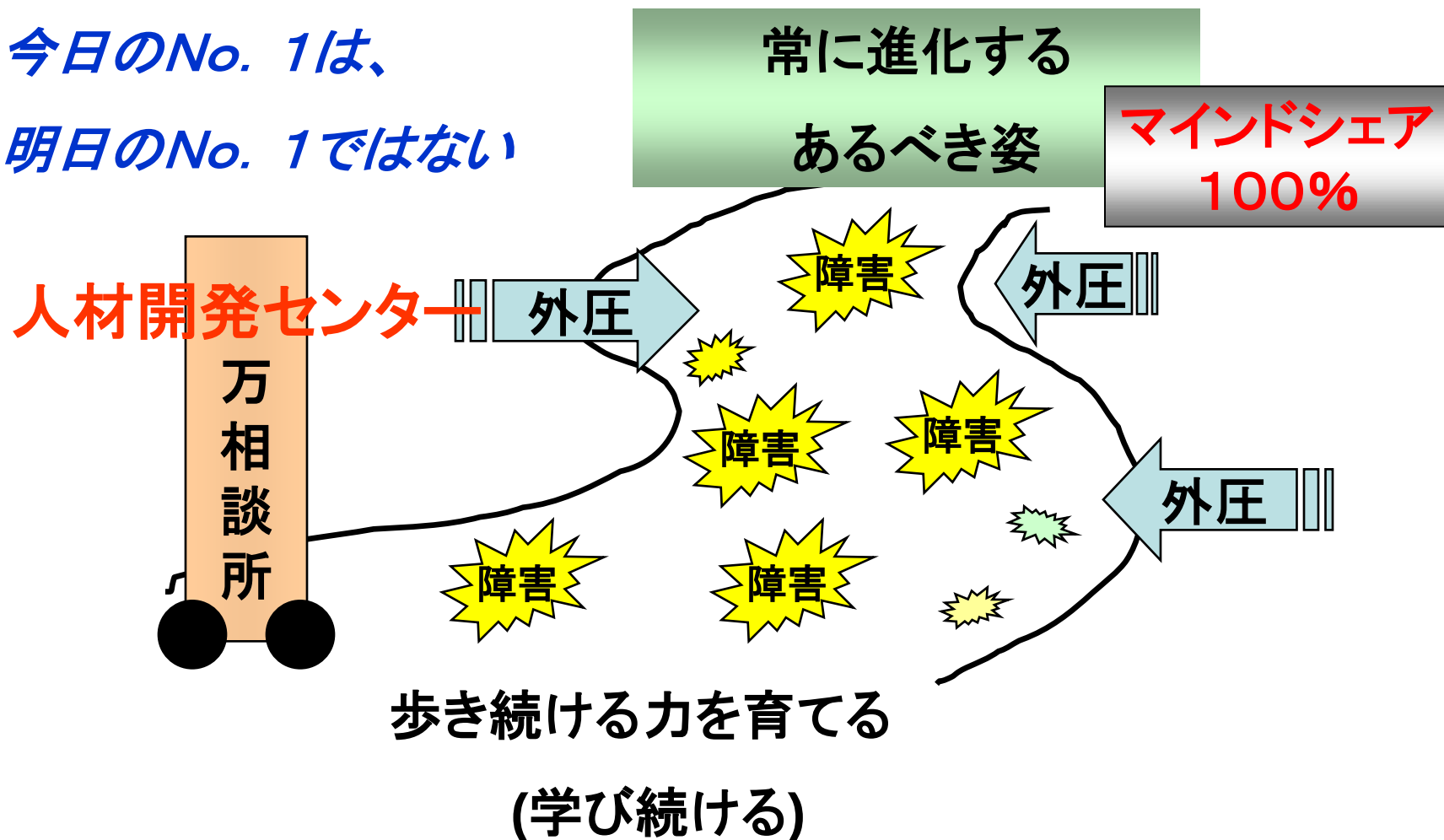


## 7. まとめ

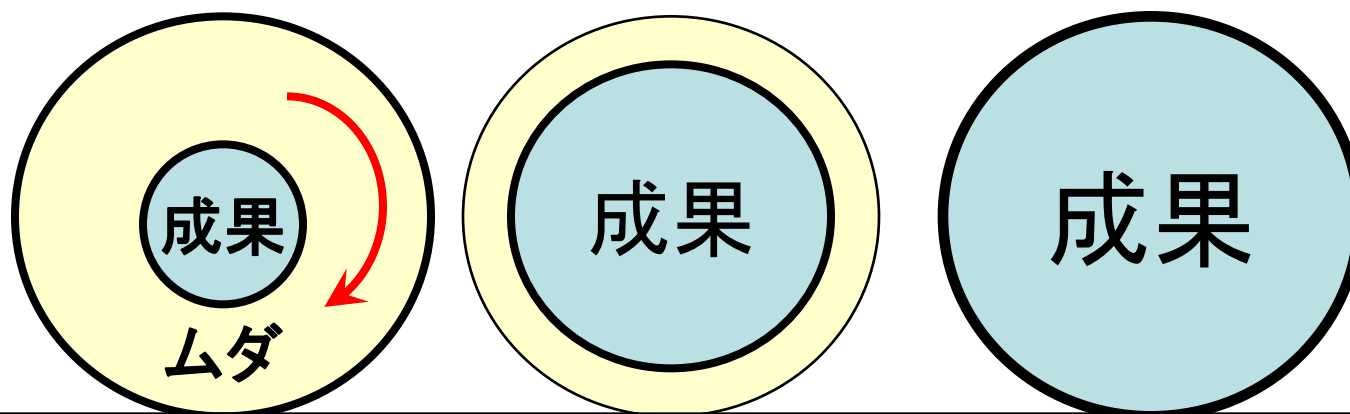
### 学びの道(企業の価値・評価は人財)

#### 各事業部門の人材育成機能と全社部門との連携

今日のNo. 1は、  
明日のNo. 1ではない



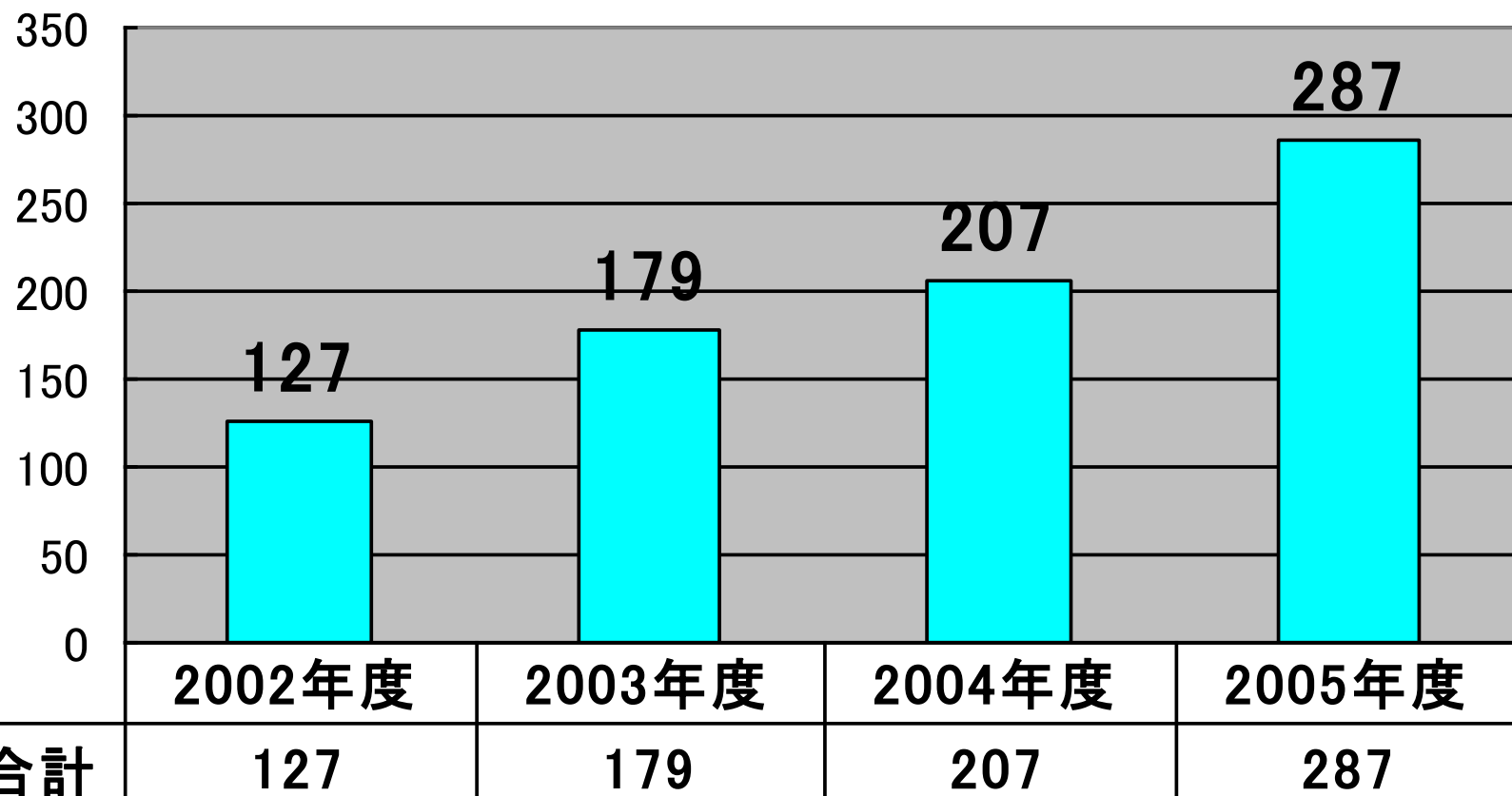
世の中のムダを削ぎ落とし、  
新たな価値を生み出し、  
顧客の成果を大きくする活動の出来る  
人材・人財を育てる



人材開発機能は、役に立つ芽を育てる  
肥えた土壌を創ること



## オリンパスカレッジコース数



## オリンパスカレッジ Olympus Learning Management System (OLMS) コミュニケーションを重視したシステムの提供

2002年度に全社人材育成を担当する人材開発センターを発足させてから3年を経過しました。

オリンパスカレッジは、日々改良をベースに多くの課題解決に取り組ませていただきました。

### 人財作りは、企業力そのもの

企業力の基礎となる「人財作り」には、多くの企業がそれぞれ自社に合ったシステムを開発し人材育成のためのツールを構築し使用しております。先行する各社の情報も取り入れ、オリンパス独自の工夫を盛り込んだ新システムを2005年度研修より導入致しました。

是非、人材育成を支援するツールとしての積極的な活用を望みます。

社長方針の「創造的破壊と革新」は、「比類なき発想を生む優れた人材を育成し実現できる。」ものであります。優れた人材を生み出すには、それを当たり前のように育成支援する職場風土、企業風土があって実現できます。高いハードルを掛け、それをクリアする喜びを共有できる組織であることが一番の励みであり、仕事に対する意欲が自然に湧き出てくるものです。

皆さんは、家庭を持てば、子供を育て立派な社会人に育て上げることが義務となります。子供の成長を良く見て、素質を見極め、足りないところを助言し、その努力の道を教え、優れた才能には現状に満足させず、より高い目標を示し育てていく筈です。深い愛情と期待があってなし得ることです。組織を構成するメンバー育成も同じことと思います。

望（子供を良く知っている親が指導育成のポイントを教師へ伝えるように）を伝える機能を設けました。研修時の参考としてより理解し易く、身に付くように講師、事務局が工夫致します。



受講後には、受講者がアンケートを作成して上長面談を要請しますので必ず学んだ内容を共有化し、その発揮の場を設定してください。面談で受け止めた発揮の場を受講生がアンケートに追記して上長経由で発信し、研修受付担当者に届き受講終了となります。このシステムの最大の特長は、このワークフローの中で行う受講前後の2回の直接面談（コミュニケーション）の実施にあります。

**発揮の場の話し合いは、  
期待に応える意識と緊張感を生む**

ご報告の機会をいただき感謝申し上げます。  
ご参考になれば幸いです。  
ご質問、ご意見もお寄せください。

# OLYMPUS

---

Your Vision, Our Future