

パーソナルブランディング研修 企画書

1. パーソナルブランディング研修概要

企業の成長には、社員の主体性向上と組織のエンゲージメント強化が不可欠です。しかし、多くの企業は「社員のモチベーション低下」「チームの一体感の欠如」「企業ブランドの発信力不足」といった課題を抱えています。社員が自分の役割や強みを理解していないと、仕事への意欲が低くなり、主体性が生まれません。また、個々の強みが活かされないことでチームの結束力が弱まり、生産性が低下します。さらに、社員が企業の価値を適切に発信できなければ、企業ブランドの魅力は十分に伝わりません。

こうした課題を解決するために、パーソナルブランディング研修を実施します。本研修では、社員一人ひとりが自分の強みを言語化し、自発的に発言、行動する力を養うことで、組織全体のエンゲージメントと生産性を向上させることを目的としています。

2. 研修対象者

管理職、又は、入社3年目以降の営業職

3. パーソナルブランディング研修の特徴

① 自分を知るためのワークが多く、自分への信頼が高まる

本研修では、自分の「強み」や「価値観」を明確にするワークを多く取り入れています。自分の「強み」や「価値観」を深く理解することで、自己信頼感が高まり、主体性が向上します。それらが他の社員にも伝わることで、相互理解が深まり、社員同士の関係性も良くなります。

② フレームワークを使って、自らの価値を自分の言葉で伝えられるようになる

本研修では、書く・話すといったアウトプットの機会を多く設けているため、自分の考えや想いを言語化するのが苦手な方でも、短時間でシンプルかつ的確な言葉で表現できるようになります。「ミッション」「ビジョン」「ステートメント」など、伝えるのが難しい言葉も、フレームワークを使って整理することで、誰でも自分の言葉でわかりやすく表現できるようになります。

③ 企業の価値観と個人のビジョンを統合し、組織力を強化

社員一人ひとりが「自分の価値」と「企業の価値」を結びつけることで、企業のミッションに共感することで、「会社のために働く」という意識が、「自分の強みを活かしながら、企業の成長にも貢献する」という意識へと変わります。この意識変革によって、組織のエンゲージメントが向上し、より強固なチームワークが生まれるだけでなく、社員が企業ブランドを積極的に発信することで、社内外の信頼が高まり、組織全体の競争力向上につながります。

4. 期待できる効果

① 主体性の向上によるエンゲージメント強化

社員が「自分の強み」や「仕事の意義」を理解することで、主体的に行動し、仕事に誇りを持てるようになります。その結果、エンゲージメントが高まり、企業の成長を支える原動力となります。

② 個々の強みを活かしたチームビルディング

社員同士が互いの価値を理解し、補い合う文化が生まれることで、チームの結束力が強まります。その結果、より協力的な組織が生まれ、生産性の向上につながります。

③ 企業ブランド力の強化

社員が「自分の価値」＝「企業の価値」と捉え、主体的に行動する機会が増えることで、企業のブランド価値が向上し、競争力が強まります。また、社員がブランドの担い手として積極的に発信することで、企業の信頼性も高まります。

5. 研修カリキュラム案

プランA(2時間×3回)

1回目: パーソナルブランディング基礎理論

[目的] ブランディングの本質を理解し、自らの働き方について考える

- ・パーソナルブランディングとは何か？
- ・組織におけるパーソナルブランディングの重要性
- ・自分を知ることの大切さ
- ・言葉が持つ4つの力(自己認識・自己理解・価値創造)

2回目: ミッションの言語化(発表)

[目的] 自らの使命を見出し、ブレない軸を手に入れる

- ・ミッションは与えられるものではなく、自分で見出すもの
- ・ミッションを持つことで得られる4つの効果
- ・ミッションを見つける2つの問い
- ・ミッションを言語化する4ステップ

3回目: チームクレドの作り方

[目的] 組織の価値観を言語化し、自発的に動くチームを作る

- ・チームビルディングに必要な3要素(心理的安全性・共通目標・共通言語)
- ・チームクレドに記載する3つの情報
- ・クレドミーティングの進め方
- ・「社員が主体的に動くクレド」作成のポイント

※上記3回の研修を1日(6時間)研修として実施することも可能です。

プランB(2時間×8回)

1回目: パーソナルブランディング基礎理論

[目的] ブランディングの本質を理解し、自らの働き方について考える

- ・パーソナルブランディングとは何か?
- ・組織におけるパーソナルブランディングの重要性
- ・自分を知ることの大切さ
- ・言葉が持つ4つの力(自己認識・自己理解・価値創造)

2回目: ミッションの言語化(発表)

[目的] 自らの使命を見出し、ブレない軸を手に入れる

- ・ミッションは与えられるものではなく、自分で見出すもの
- ・ミッションを持つことで得られる4つの効果
- ・ミッションを見つける2つの問い
- ・ミッションを言語化する4ステップ

3回目: ビジョンの描き方、叶え方

[目的] 自分の理想像を明確にし、働くことの意欲を手に入れる

- ・ビジョンとは何か?(ミッションとの違い)
- ・ビジョンが持つ3つの力
- ・「ビジョンマップ」で未来を鮮明に描く
- ・ビジョンを言語化し実現性を高める

4回目: 目標の立て方・達成技術

[目的] 効果的な目標設定の方法と、達成のためのスキルを学ぶ

- ・ビジョンと目標の違いとは?
- ・正しい目標の立て方
- ・達成率を高める「SMARTの法則」
- ・目標の達成率を高める「習慣化する技術」

5回目: パーソナルブランドステートメント作成

[目的] 自分の価値を言語化し、信頼される自分を確立する

- ・自分の仕事を再定義してみる
- ・USP(独自の強み)を言語化する
- ・ブランドステートメント(宣言文)作成方法
- ・自分の価値を一行で伝える

6回目: ストーリーテリング

[目的] 共感を生むストーリーの力を活用し、影響力を高める

- ・影響力のあるリーダーは、ストーリーを語る
- ・ストーリーが持つ4つの力
- ・共感が得られるストーリー構成とは
- ・人を動かすストーリーに欠かせない8つの要素

7回目: チームクレドの作り方

[目的] 組織の価値観を言語化し、自発的に動くチームを作る

- ・チームビルディングに必要な3要素(心理的安全性・共通目標・共通言語)
- ・チームクレドに記載する3つの情報
- ・クレドミーティングの進め方
- ・「社員が主体的に動くクレド」作成のポイント

8回目:卒業プレゼン

[目的]仕事に対しての誇りと、絶対的な自信を手に入れる

- ・「パーソナルブランドプレゼン」発表
- ・プレゼンは3部構成
 - ①私がこの仕事を選んだ理由
 - ②私が提供する価値とは？
 - ③実現したい未来とは？
- ・1人10分のプレゼン発表 + 講師からのフィードバック

※上記8回の研修を3日(6時間×3回)研修として実施することも可能です。

6. パーソナルブランディング 研修実施の流れ

導入までのステップ

- 1事前ヒアリング(組織の課題・目的を明確化)
- 2企業ごとに最適な内容へカスタマイズ
- 3研修実施(講義+ワーク形式で実践)
- 4成果測定 & アフターフォロー(研修の効果を測定、課題洗い出しと改善案の検討)

企業の人事・教育担当者の皆様へ

以下のような方には、当研修がお役に立てるはずです。

- ・社員のエンゲージメント向上に課題を感じている方
- ・チームの結束力を高め、強い組織を作りたい方
- ・企業ブランド力を高め、組織の価値を向上させたい方

お問い合わせ・お申し込みはこちら → [\[連絡先\]](#)

『面接・内定・入社』3つの場面で必ず押さえるべき労務リスクの勘どころ

【第1章】導入：実体験から学ぶリスク管理の重要性（50分）

1. 自己紹介と本日のゴール共有
 - ・今日の目的：採用リスクを防ぎ、正しい知識を身につける
2. 労働基準法第1条の精神を押さえる
 - ・「労働条件は人間らしい生活のためにある」
 - ・労働条件と人材定着の関係性を知る。
3. 押さえるべき「労働時間の基本」
 - ・どんな時に労働時間になる？『2つのポイント』
 - ・労働時間管理のよくあるNG例
4. 【体験談】労務管理の実体験トラブル紹介
 - ・あっせんトラブル事例
 - ・退職代行事例

【第2章】面接で気をつけるべき法的ポイントとコツ（40分）

1. 面接でのNG質問ワード集
 2. 性別による採用差別、人格否定・圧迫面接の禁止
 3. 面接官の2つの心得
 4. 適正検査を上手に活用する2つのコツ
 5. メンタルヘルスを見抜く方法
- 【ワーク】よかったね発想：「プラス受信」を体験！

【第3章】採用～入社直後に注意すべき9つの法的ポイント（210分）

1. 内定・入社直後の労働契約成立タイミング
内定通知を出した時点で労働契約が成立する？
労働契約は使用者と労働者間の「合意」のみで成立する
労働条件の事前提示（労働条件通知書交付）は必須
口頭内定・内定取消しは慎重に扱う必要あり
2. 労働条件通知書（雇用契約書）と就業規則の関係
労働条件通知書の最新必須ポイント
労働条件通知書と雇用契約書の違い
労働条件通知書（雇用契約書）は「個別合意」、就業規則は「共通ルール」

契約内容に不一致があった場合、トラブルの火種に

【鉄則】労働条件通知書（雇用契約書）は必ず交付、書面で証拠化する

3 試用期間とは何か？

試用期間は「仮採用」ではない、「本採用前提」の契約

試用中でも原則として労働契約は成立している

解雇には合理的理由・相当な手続きが必要

試用期間の条件（期間・評価方法）は明示すべき

4 休職の押さえるべきポイント

「辞めさせる」前に考えるべき選択肢

解雇の前に用意すべき休職制度の位置づけ

病気・けが・メンタル不調時の対応フロー

産業医判断・就業可否面談・再発リスクの確認

就業規則と通知内容で解釈が分かれる重要ポイント

5 服務規律と懲戒処分

服務規律＝組織の背骨「ルールなき職場は崩壊する」

懲戒処分は感情ではなく根拠で

懲戒の4原則を知らずに処分は危険

軽い気持ちの嚴重注意が火種に？

口頭注意にも記録が効く

6, 休日と休暇の違い

「休ませ方」で会社の印象が変わる

法定休日（週1日）と所定休日の違い

年次有給休暇や法定外休暇の整理

振替休日と代休の違いを曖昧にしない

時季変更権の誤用でトラブル発生

福利厚生ではなく“戦略”としての休暇設計

7. 解雇に関する法律知識

解雇には「30日前予告」か「30日分の予告手当」支払い義務があることを知る

試用期間中の解雇規制ルール

能力不足・態度不良も即解雇はリスク大

解雇理由書の交付義務

退職勧奨の進め方

【ワーク】数字探しゲーム：「準備力」が成果を変える

8. 強めの注意とハラスメントの違い

就活ハラスメントにならないための注意事項

ハラスメントになる3つの条件

人格を否定する言葉（例：「ダメな人間だ」）はNG

【防止策】ハラスメントにならない指導のツボ

9. 記録・エビデンスの重要性

面接内容・指導内容・評価結果は必ず記録する

言った・言わないを防ぐ最大の防御策

書面交付（労働条件通知書・雇用契約書）は必ず実施

電子記録（メール・チャットログなど）も活用できる

【第4章】法改正情報（40分）

1. 年収の壁問題と厚生年金適用拡大について

2. 今後の定年制はどうなるか？

3. 進化する育児・介護休業制度を読み解く

4. 明日から実践するアクションリスト

【ワーク】「明日からやることを1つ宣言」