

はじめに

最近、会社員や士業の方から、研修やセミナーのやり方について相談されることが増えてきました。お話をうかがうと、不安な気持ちになっている方もいらっしゃいます。慣れないことをしたり、人前で話したりすることへの不安な気持ちはよくわかります。ですが、やってみることで学べることも多いですから、少し不安があってもトライしてみることをおすすめしています。

本書が目指すのは、初めて研修やセミナーに取り組む方には、シンプルな方法を知っていただくこと、そして、経験豊富な方には、頭の中を多少整理するためのお役に立てればと思っています。

とはいえ、私がこれまで携わってきたのは、限定的な分野です。マネジメント、コミュニケーション、ストレス、メンタルヘルス、ハラスメントなどに限られています。なるべく多くの分野に共通することを書こうと思ったのですが、自分の携わってきた分野に例示が偏ってしまった面があります。

申し訳ありませんが、ご自身の分野に置き換えながらお読みいただければと思います。

本書執筆の直接のきっかけは、日本法令刊行の開業社会保険労務士専門誌『SR』に「リモート研修の講義進行上のポイントとHRテクノロジーへの展開」という記事を執筆したことでした。

この記事が「大変良かった」ということで、記事をベースにした書籍の執筆依頼をいただきました。

記事の内容は、「集合研修をいかにオンライン研修にシフトさせていくか」というものでした。新型コロナウイルスの関係で会場型の研修が減り、悩みながらオンライン研修にシフトさせていった経験をもとにした記事です。最初は「オンライン化してうまくいくの

だろうか」というネガティブな気持ちもあったのですが、オンライン研修を含めたデジタル化された研修は、非常に大きな可能性を秘めていることに気がつきました。

デジタル化された研修の周囲には、ほとんど手がついていない巨大なマーケットがあり、「ブルーオーシャンが広がっている」と記事の中に書いたことが、多くの方の興味を引いたのかもしれない。

ブルーオーシャンのカギとなるのは、「データ」です。

デジタル化された研修は、研修することによって「データ」が残ります。研修時のディスカッションは、自由な雰囲気もあるためか、通常の社内会議よりもたくさんの意見やアイデアが出てくるものです。お互いが刺激し合うためか、非常に良いアイデアも出てきます。それらがすべてデータとして残ります。

つまり、質の高いデータがたくさん集まる「情報の宝庫」とも言えるのが、デジタル化された研修です。

このデータを活用することによって様々な展開ができるはずです。分析・編集すれば、経営に資する情報にすることもできます。データベース化すれば、社員を支援するための社内検索エンジンのようなものも作れます。顧客を支援するチャットボットを作ることできます。

第5講以降は、こうした新しい研修について展望しています。現在の研修・セミナーを成功させるだけでなく、DX時代に向けて、少し未来の研修・セミナーを視野に入れておくことも重要ではないでしょうか。

読者のみなさまが、研修やセミナーを設計・実践される際の何らかのお役に立てればと願っております。

加藤貴之

目次

第1講 誰もが研修・セミナーの講師をする時代に 1

研修・セミナーの講師が求められている……………	2
「現状」と「やりたいこと」を明確にしておく……………	6
特徴があれば、研修・セミナーは人気化する……………	10

第2講 研修・セミナーの超入門 — 設計から実践まで — 15

「What」と「How」の2つの要素で研修はできる……………	16
配分を変えるだけで、多様なバージョンを設計できる……………	20
研修・セミナーの基本デザインは？……………	22
各セッションを「モジュール」化しておく……………	24
10分単位のモジュールにすると、設計しやすい……………	28
A4サイズ1枚の原稿で5分話せる……………	30
「オープニング」は、ニュースやチェックがやりやすい……………	32
「クロージング」は、リキャップや質問タイムに……………	34
研修・セミナーの対象者によって、設計はかなり違ってくる……………	36
会場レイアウトにはどのようなものがあるか？……………	38
スライドは「差」を見せると、わかりやすくなる……………	40
レジュメ・配付資料はどのようなものにするか？……………	42
スライドと資料の組み合わせも考えておく……………	44
話を上達させるには、草稿を書いて暗唱する……………	46
話を聞く形の研修・セミナーにする方法も……………	48
「進行管理」は、講師にとって一番難しいタスク……………	50
メモをとっている箇所、寝ている箇所にヒントがある……………	52
「質問」にどう備えておくか？……………	54
「評価」は自分で基準を設定しておく……………	56
+ 研修・セミナー 設計のチェックポイント……………	58

教育研修の目的は「起こりうることに備えること」	62
「起こりうる結果」を伝えると、説得力が増す	64
根本原因である「ルートコース」と対応法を示すことも有効	66
研修で大切な「リテンション」と「トランスファー」	68
「生産性向上」と「イノベーション」には共通項がある	72
「新しい組み合わせ」を提示することも	74
「タテ軸」と「ヨコ軸」を広げると、総合的な判断につながる	76
「知識習得」と「判断向上」の両者が重要	78
「問題解決」のためのシンプルな公式とは？	80
「アウトプット」の手法をうまく組み合わせる	82
「ディスカッション」は2人ペアから始めると進めやすい	84
「ロールプレイ」には気づきが多い	86
「ケーススタディ」は学習効果が高い	88
「フローチャート」はタイプ分けができてわかりやすい	92
「クイズ」の簡単な作り方	94
「テスト」の簡単な作り方	96
「チェックリスト」の簡単な作り方	100
＋ 研修・セミナーをブラッシュアップするポイント	102

ツールを揃えれば、オンライン研修を始められる	106
どの機能を使うかは、受講者配慮とのバランスで	110
オンライン講義は、プレゼンテーションのようなもの	114
「画面共有」だけで、オンライン研修は成り立つ	116
「チャット」は、文字で自由に発言できる	118
「フォーム」は、データ分析もできる最強ツール	120
「フォーム」を活用してコメントを書いてもらう	124
質問もクイズもテストも「フォーム」を使うと便利	128
ブレイクアウトルームは、会議スキルの高い人向け	130
オープニングで「動作テスト」をしてウォーミングアップ	132
オンライン講座の組み立て方は？	134

好きな時間に見られる YouTube がライバル	136
YouTube ではできない「個人研修」のニーズが高まっている	138

第5講 デジタル化された研修は「3つのA」がポイント 141

「研修して終わり」ではなくなる	142
<3つのA> ① 情報資産 (Information Asset)	144
<3つのA> ② 分析 (Analysis)	146
<3つのA> ③ 状況判断の共有 (Shared Situational Awareness)	150
大きな「ブルーオーシャン」が広がっている	152

第6講 研修は「情報の宝庫」になる 155

研修のディスカッションは「アイデア」が出やすい	156
研修で出たコメントを経営者も社員も生かせる	158
顧客を支援するチャットボットをみんなで作れる	160
「データリンク」で研修があらゆる部門とつながる	162
消えていた「質の高い情報」が全部残る	164

第7講 「コンテンツ×データ」の設計・分析が求められる 167

「コンテンツ」に「データ」の要素が加わる	168
「専門家×データ」は最強の組み合わせ	170
データをどのように使うかを考えれば、設計しやすくなる	172
問題解決につながりそうなデータをとれるようにする	176
研修を予備調査に使う、次の研修に生かす方法も	178
データ分析は「ノイズ」をいかに取り除くかがポイント	180
データ分析で「新しい組み合わせ」を探す	184

近未来型の研修は、「転写」から「逆転写」へ	188
研修は「人を助ける」ことにつながる	190
研修は「AIを助ける」ことにつながる	192
研修時の「映像データ」の使い方が大きく変わる	194
VR技術とAIで研修は進化し続けていく	196

第1講

誰もが研修・セミナーの 講師をする時代に

本講の概要

まず、ご自分の状況とやりたいことを確認しておきましょう。その上で、研修・セミナーにどのような「特徴」を持たせるかを考えておきましょう。特徴のある研修・セミナーは人気化しやすくなります。



研修・セミナーの講師が求められている

研修やセミナーを取り巻く状況は大きく変わりつつあります。

新型コロナウイルスをきっかけに仕事のリモート化、オンライン化が進み、企業は社内研修のオンライン化にも取り組んでいかなければならなくなりました。

また、各企業は営業手法の1つとして、オンラインセミナー方式を活用するようになっていきます。

新規顧客先を獲得しようとする士業の方にとっても、オンラインセミナーの活用は重要になっているだろうと思います。

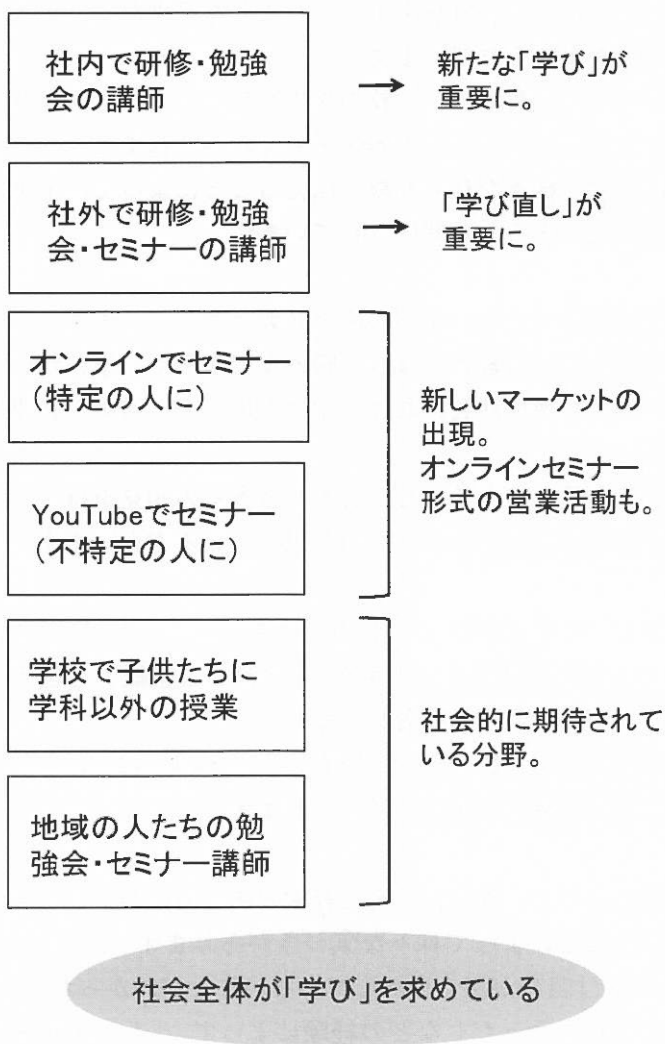
オンライン化は、研修・セミナーの世界に新たなマーケットも生み出しました。会議ソフトのZoomを使ったオンラインセミナーは一気に広がり、講師と受講者をマッチングしてくれるサイトも出てきています。

ネット上で、個人が、不特定多数の人に向けたセミナーを開催したり、1対1の個人研修をしたりすることもできるようになりました。

YouTubeには、様々な分野のセミナーや解説動画がアップロードされており、広告収入という形で収益を上げている方もいます。

研修やセミナーのテーマも広がりを見せています。DX（デジタル・トランスフォーメーション）、AI（人工知能）の時代を見据えて、デジタルスキル、データ分析、プログラミング等の研修・セミナーのニーズも高まっています。

図表 1-1 各分野で講師が必要とされている



社会的にも、様々な分野で講師が必要とされています。

小中高校では、社会経験を生かしたことを子供たちに教えることのできる人が求められています。

プログラミング教育は、学校の先生が教えるよりもプログラマーが教えたほうが、子供たちの興味を引くかもしれません。デジタル分野に限らず、様々な社会経験を伝えることによって、子供たちの興味を引き起こすことが期待されています。

地域社会においても、学びの場は必要とされています。高齢社会になりましたが、高齢者には意欲旺盛な方が多く、学びたい方はたくさんいます。地域社会における学びの場にも、講師が必要とされています。

一方で、会社をリタイアした方たちは多くの知見を持っており、それを伝えて社会の役に立ちたいと思っている方もいます。

システム・サイエンティストのピーター・センゲは、『学習する組織』という本を書いています。『学習する組織』を超えて、社会そのものが「学習する社会」になりつつあります。

多くの分野で「学び」や「学び直し」が求められているため、誰もが講師になる機会があると考えられます。

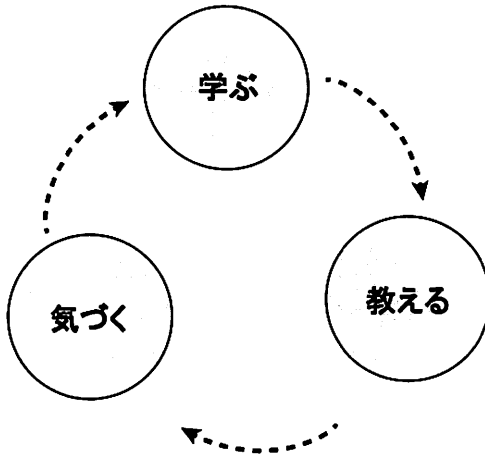
講師役になって、誰かに教えた経験のある方はわかると思います。教えることによって様々な気づきがあります。「うまく伝えられなかった」「自分が深く理解していないことがわかった」「質問されて答えられなかった」などの経験によって、「もっと勉強しなければ」という気になるものです。「教えること」と「学ぶこと」は1つのサイクルではないかと思います。

もちろん、教えることだけが講師の役割ではありません。受講者からアイデアを引き出す役割もあります。教えることが上手な方は

教えるタイプの講師、引き出すことが上手な方は引き出すタイプの講師が務まります。

自分の特長や得意分野を生かせば、誰もが研修・セミナーの講師になれる時代です。

図表 1-2 「教える」「学ぶ」は1つのサイクル



- ・うまく伝えられない
- ・質問に答えられない

「現状」と「やりたいこと」を明確にしておく

右ページに簡易的なフローチャートを載せていますので、ご自分の状況とやりたいことを明確にしておきましょう。それによって、取り組む内容は違ってきます。

■ 初めて研修・セミナーをする方

初めて研修・セミナーをする方が、いきなり高度なことをするのは難しいと思いますので、段階的にやっていきましょう。

初めての方は、不十分でもいいですから、とにかくやってみることです。1回目からうまくいくほうが珍しいですから、不安があってもやってみて、場数を踏んでいくことが大切です。

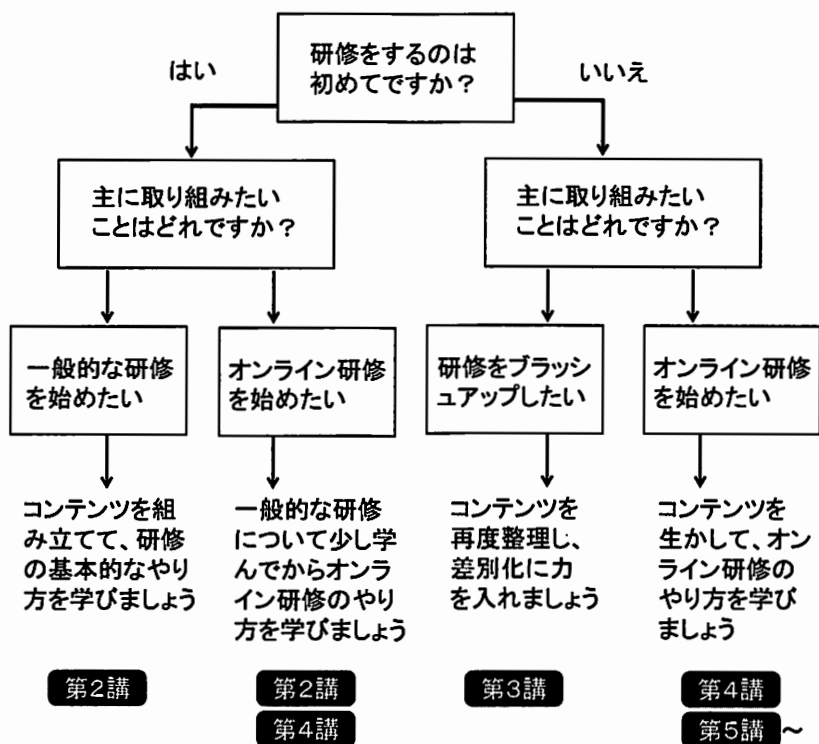
実態から言えば、世の中のすべての研修・セミナーは不十分なものです。素晴らしい先生が教える研修・セミナーであっても、完璧なものではなく、必ず改善の余地があります。不十分さが少ないだけです。

「研修・セミナーは、誰がやっても、そもそも不十分なもの」と割り切ってしまうと、一歩、踏み出していけないのではないのでしょうか。少しずつ不十分さを減らしていけばいいのです。

研修・セミナーのやり方がわからない方は、第2講を参照してください。基本的なやり方を解説しています。

基本的なやり方を知っておくと、そこに自分のオリジナリティを加えるだけで、バージョンアップさせることができます。

図表 1-3 フローチャートで自分の状況をチェック



■ 初めての研修・セミナーがオンラインの方

初めて依頼された研修・セミナーがオンラインによるものという方もいるかもしれません。

オンライン研修・セミナーも、ベースとなるのはオフラインの研修・セミナー（会場でのリアルな研修・セミナー）です。第2講で基本的な研修のやり方をざっと確認してから、第4講でオンライン研修のやり方を確認してください。

オンライン研修とオフライン研修の違いを理解した上でオンライン研修を設計したほうが、オンラインの特長を生かすことができるはずです。

■ 研修・セミナーをブラッシュアップしたい方

これまでに講師をしたことがある方で、研修・セミナーをブラッシュアップしたい方は「差別化」に力を入れることが重要です。

誰もが研修・セミナーの講師をする時代になったということは、見方を変えれば、参加者が増え、競争が激しくなったということです。

特に、オンライン化の流れは、競合相手を一気に増やしました。YouTubeには、専門的な分野の解説動画もあります。

何か情報を得ようとするときに、Googleで検索する人が多いと思いますが、Googleを使わずにYouTubeで検索する人も出てきています。Googleで検索したサイトの文字を読むよりも、YouTubeの短い動画を見て情報を得るほうが楽です。YouTubeを見て事足りるのであれば、どんな研修・セミナーも受けなくなってしまいます。

また、官公庁も国民に対して直接、解説動画を流し始めています。国家資格を持った士業の方たちは、法律や官公庁の情報をベースにすることが多いと思いますが、官公庁が直接、動画で情報を流してしまうと、基本的なことに関しては研修・セミナーをする必要がなくなってしまいます。

■ 著者略歴

加藤貴之 (かとう・たかゆき) 研修コンサルタント

1962年生。早稲田大学卒業後、米経済誌『フォーブス』日本版編集者等を経て、(株)メンティグループ代表取締役。企業・官公庁で、ハラスメント、メンタルヘルス、マネジメント系の研修・セミナーを行い、受講者は組織幹部・管理職を中心に1万人を超える。土業や専門家のための研修・セミナー支援も行う。研修デザインには、運営するサイト「ストレスケア・コム」(www.stresscare.com)に集まった約700万人分のデータも活用。「研修×データ」の可能性に着目し、研修・セミナー後のデータ分析・活用を提唱している。

著書：『ハラスメント研修 設計・実践ハンドブック』『上司が萎縮しないパワハラ対策』(以上、日本法令)、『ストレス解消ハンドブック』(PHP 研究所)。

研修用 DVD 監修：『メンタルケアの聞く技術』(日本経済新聞社)、『メンタルヘルスケア実践のポイント』(PHP 研究所)、『パワハラのない風通しの良い職場をめざして』(自己啓発協会)等。

本書特設メール：book21@stresscare.com

DX 時代のセミナー講師

スキルアップ&データ分析・活用講座

令和3年9月20日 初版発行



日本法令

検印省略

〒101-0032

東京都千代田区岩本町1丁目2番19号

<https://www.horei.co.jp/>

著者 加藤 貴之
発行者 青木 健次
編集者 岩倉 春光
印刷所 日本ハイコム
製本所 国宝社

(営業) TEL 03-6858-6967

Eメール syuppan@horei.co.jp

(通販) TEL 03-6858-6966

Eメール book.order@horei.co.jp

(編集) FAX 03-6858-6957

Eメール tankoubon@horei.co.jp

(バーチャルショップ) <https://www.horei.co.jp/iec/>

(お詫びと訂正) <https://www.horei.co.jp/book/owabi.shtml>

(書籍の追加情報) <https://www.horei.co.jp/book/osirasebook.shtml>

※万一、本書の内容に誤記等が判明した場合には、上記「お詫びと訂正」に最新情報を掲載しております。ホームページに掲載されていない内容につきましては、FAXまたはEメールで編集までお問合せください。

・乱丁、落丁本は直接弊社出版部へお送りくださればお取替えいたします。

・**JCOPY** (出版者著作権管理機構 委託出版物)

本書の無断複製は著作権法上での例外を除き禁じられています。複製される場合は、そのつど事前に、出版者著作権管理機構 (電話 03-5244-5088、FAX 03-5244-5089、e-mail: info@jcopy.or.jp) の許諾を得てください。また、本書を代行業者等の第三者に依頼してスキャンやデジタル化することは、たとえ個人や家庭内での利用であっても一切認められておりません。

© T. Kato 2021. Printed in JAPAN

ISBN 978-4-539-72861-1