2027年版
おすすめ講演プログラム一覧

2026/11改訂

株式会社トヨタエンタプライズ

おすすめ講演プログラム

様々なビジネス分野のプロフェッショナル講師による、おすすめの講演をご紹介いたします。

No	講師	テーマ	講演内容	対象	時間	定員
①	元東京ディズニーリゾート 運営部長 **安孫子　薫**	マネジメント	「ディズニー流　スタッフのモチベーションを向上させる仕組み」	・店長/マネジャー ・本部員	90分	次頁 枠外 下部に 記載
②	元スターバックスコーヒージャパン 組織・人材開発部 マネージャー **目黒　勝道**	マネジメント	「スターバックスで学んだ人材マネジメント術 ～スタッフの能力を最大限に発揮させるには～」	・店長/マネジャー ・本部員		
③		職場コミュニケーション	「スターバックスで学んだ職場のコミュニケーション ～コミュニケーションが職場を変える～」	・営業職 ・サービス職 ・フロア職 ・内定者/新入社員		
④		CS	「スターバックスで学んだ感動体験を生むホスピタリティ ～私達はコーヒーを売っているのではない～」	・全社員		
⑤	アマゾンジャパン 立ち上げメンバー **佐藤　将之**	マネジメント	「アマゾンの強さの秘密 ～徹底した数字管理とマネジメント～」	・店長/マネジャー ・本部員		
⑥	元東京ディズニーランド スーパーバイザー **高坂　麻紀**	職場コミュニケーション	「コミュニケーション術 ～相手に寄り添う対応～」	・営業職 ・サービス職 ・フロア職 ・内定者/新入社員		
⑦		CS	「本気のおもてなし ～感動のサービスを提供する組織づくり～」	・全社員		
⑧	ウェディングプランナー **有賀　明美**	CS	「日本で一番有名なウェディングプランナーから学ぶ　最も幸せな瞬間を生み出すホスピタリティ」	・営業職 ・サービス職 ・フロア職 ・内定者/新入社員		
⑨	一流ホテル 元コンシェルジュ **菊地　麻衣子**	CS	「一流コンシェルジュから学ぶホスピタリティ ～自分らしさを大切に～」	・営業職 ・サービス職 ・フロア職 ・内定者/新入社員		
⑩		メンタルヘルス	「働き方改革と健康経営は表裏一体！ 生産性向上のカギは心身の健康から」	・店長/マネジャー ・本部員		
⑪		メンタルヘルス	「楽しくいきいき働き続けるメンタルヘルス ～継続的に良いパフォーマンスをする為に～」	・営業職 ・サービス職 ・フロア職 ・内定者/新入社員		

＜定員＞　・対面実施の場合：上限無し
・オンライン実施の場合：上限無し
＊但し、配信ツール（Zoom）の機能上、**PC等端末の接続可能数は最大250台まで**とさせていただきます。

おすすめ講演プログラム

No	講師	テーマ	講演内容	対象	時間	定員
⑫	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン　元人材開発マネージャー **梅原 千草**	CS	「USJのV字回復を実現したサービスの極意～接客が顧客体験価値（CX）を高める～」	・営業職 ・サービス職 ・フロア職 ・内定者/新入社員	90分	枠外下部に記載
⑬		モチベーション	「We are USJ！自分で自分を動かそう～仕事をおもしろくする極意～」	・営業職 ・サービス職 ・フロア職 ・内定者/新入社員		
⑭		職場コミュニケーション	「職場改革に必要な周囲をポジティブに巻き込むコミュニケーション」	・全社員		
⑮		マネジメント	「USJのV字回復から学んだ人材育成術～個々の能力を高め、チーム力を発揮する～」	・店長/マネジャー ・本部員		
⑯	元ニトリホールディングス 理事/組織開発室長 **永島 寛之**	現場力／組織力	「ニトリの現場力～“お、ねだん以上。”を実現するために～」	・全社員		
⑰		マネジメント	「ニトリで学んだ人材マネジメント～メンバーの自発性を促し、成長に導くコミュニケーション～」	・店長/マネジャー ・本部員		
⑱		人材育成	「自律型人材を生み出す方法～個人の成長を促す社内環境づくり～ 」	・店長/マネジャー ・本部員		
⑲		採用戦略	「これからの人材採用～業種・規模・ブランド力に頼らず、優秀な人材を採用する方法～」	・店長/マネジャー ・本部員		
⑳	元アマゾン ジャパン広報本部長 **小西みさを**	理念浸透	「社会の共感を得るアマゾンの伝え方のルール～伝え方はストーリーが9割～」	・店長/マネジャー ・本部員		
㉑		理念浸透	「強い組織をつくる仕組み～アマゾンに学ぶ企業理念の浸透と実践～」	・店長/マネジャー ・本部員		
㉒		マネジメント	「アマゾンのすごい人材マネジメント～管理職の課題を解決する様々な仕組み～」	・店長/マネジャー ・本部員		

＜定員＞　・対面実施の場合：上限無し
・オンライン実施の場合：上限無し
*但し、配信ツール（Zoom）の機能上、**PC等端末の接続可能数は最大250台まで**とさせていただきます。



ディズニーランドと聞いてあなたは何を思い浮かべるだろう。パーク内のアトラクション、パレードのようなコンテンツを思い浮かべる人もいれば、子供の頃行った家族旅行の光景を思い浮かべる人もいるかもしれない。人により様々だが、ハートウォームなものを思い浮かべる人が多いのではないだろうか。なんといってもあの世界観。ゲートを潜った時のわくわくする気持ちは、大人になっても変わらない。しかし、最初からあの世界観を創りだせたわけではない。試行錯誤を繰り返して結実したのだ。開業以来30年、ミッションである「ハピネスの提供」を一途に追求しつづけ、計算をしつくした仕組みをつくることにより、あの世界観は生まれたのだ。 安孫子薫は、オープニングからパークの運営に携わり、様々な要職を経験した彼は、ディズニーパークの話を少年のように話す。まさにディズニーおじさんだ。聞いているだけで、嬉しい気持ちになる。そんな人間味溢れる人物だ。



1951年	山形県生まれ
1974年	報知新聞社 入社
1982年	株式会社オリエンタルランド 入社 カストーディアル（笑顔で清潔なパークを保つ清掃のエキスパート）部門に配属。 米国ディズニーランドにてパーク運営の考え方を学ぶ。
1983年	東京ディズニーランド グランドオープン カストーディアル部門を清掃専門集団からゲストサービス集団へ改革に努め成果を上げる。その後、ゼネラルサービス部長・カストーディアル部長を務め、ディズニーシー開業に向けた準備、2パーク運営体制の確立を行う。
2002年	東京ディズニーランド・東京ディズニーシー 運営部長 全アトラクション運営及びゲストリレーション、ゲスト誘導等のサービス業務を行う。
2006年	東京ディズニーリゾート 運営部長 ディズニーアカデミー事業、インフォメーションセンター、駐車場運営管理を行う。
2007年	株式会社キッズシティジャパン 入社 キッザニア東京副総支配人として、こどもの職業体験施設の運営、営業基盤の整備に努める。
2008年	株式会社チャックスファミリー 設立

■ 講演内容

マネジメント

①「ディズニー流　スタッフのモチベーションを向上させる仕組み」

ゲストのハピネスとキャスト（スタッフ）のハピネスは表裏一体。
ディズニーにはキャストが元気になれる仕組みやしかけが豊富に存在している。また、開業当初、嫌悪職種だったカストーディアルがもっとも人気職種に変貌を遂げた過程を取り上げ元気な職場づくりのヒントを提供いたします。



ホスピタリティ人材の育成

元スターバックスコーヒージャパン
組織・人材開発部マネージャー
目黒勝道

スターバックスの魅力とはなんなのか。スターバックスのすべてが好きという人が多いのではないだろうか。なぜそこまでの成功を収めることができたのか。その理由は現場で働くスタッフにある。スタッフ一人ひとりが、自分の仕事に誇りを持ち、やりがいを感じることで、よりよいサービスが提供でき、アイディアも生まれる。それがスターバックスを更に魅力的にさせる。スターバックスに12年間、長く人材育成に携わってきた目黒勝道。スターバックスのマインドや考え方を教え、自立した人材を育てることが目黒の使命だ。自立したスタッフは、お客様に喜んでもらうため、マニュアル以外のことを考え、実践する。自立したスタッフに対して、何の仕事をしているのか、と尋ねると多くのスタッフはこう返すだろう。「私たちは、コーヒーを売っているのではない。コーヒーを提供しながら人を喜ばせるという仕事をしているのです」と。



1987年　(株)ヒガ・インダストリーズ ドミノピザ事業部に入社。
ストアマネジャーを経て教育研修部SV、人事総務部 課長に着任。
日本初の宅配ピザの創業期において人材育成プログラムや人事評価制度を開発・導入。
オペレーション・育成・人事の各領域でビジネス基盤構築に従事。

1998年　店舗運営部 課長に着任。東日本地区責任者として経営理念実現に向けた人材育成と店舗運営を実践し、年商200億円を達成。

2000年　スターバックスコーヒージャパン(株)入社。店舗運営部 地区責任者を経て、店舗ヒューマンリソース部長、人事サービス部長に着任。店舗スタッフの採用・育成から人事管理システム等のザポート体制を構築。
ミッションマネジメントを支える「グリーンエプロンブック」を導入。
また人事システム導入により人事領域の業務効率化に寄与。

2008年　組織・人材開発本部マネジャーに着任。組織力向上のための人事制度を再構築。
ESサーベイ・360度フィードバックを順次導入、新任マネジャー育成とOJT体系化を実践し、
カルチャー・マインド・しくみの融合により、マネジメント力向上に寄与。

2012年　(株)クロスカンパニー(現:ストライプインターナショナル)入社。
レディスアパレルのリーディングカンパニーとしての成長を支える採用スキーム確立と人事評価・育成制度を再構築。年間350名の新卒採用を実施。

2014年　(株)ランジェコスメティーク入社。湘南美容外科クリニックのMS法人 コーポレート本部長に着任。
美容外科業界での急成長を支えるべく人事制度を再構築。年間200名の看護師採用と育成を実践。
ミッション実現に向けCS/ES施策を通じ、スタッフ関係性向上に寄与。

2014年　トリプル・ウィン・パートナーズ 代表
人と企業の成長を支える人材マネジメント領域の研修・講演や人事コンサルテーションを実践。
日本人材マネジメント協会「人材マネジメント基礎講座」講師

講演内容

マネジメント

②「スターバックスで学んだ人材マネジメント術 ～スタッフの能力を最大限に発揮させるには～」

スターバックスの採用・人材育成・店舗運営を12年間に渡り、実践してきた人事プロフェッショナルが明かす、スタバでの人とサービスのエッセンスとは。なぜスタバのスタッフはいつも笑顔で自ら行動するのか？なぜ現場からアイデアがでてくるのか？スタッフはどんな想いで働いているのか？企業理念を浸透させる秘訣はどこにあるのか？全ての企業に応用できるスタバ流の人材マネジメントを自らの体験を通じてお伝えします。

職場コミュニケーション

③「スターバックスで学んだ職場のコミュニケーション ～コミュニケーションが職場を変える～」

スターバックスでは感動体験を通じて人々の潤いを与えることを目指しています。多様な人が集まる中で一つの目標に向かい、相互に助け合い、意見を交わすことで一体感が生まれ、強固なチームになっていき、スタッフ一人ひとりが働きやすい環境作りに取り組むことで、結果としてお客様に喜んでいただけるサービス提供につながることになります。このような強固なチームをつくるための秘訣やコミュニケーション方法についてスターバックスの考え方だけでなく、具体的な体験に基づいたエッセンスをお伝えします。

CS

④「スターバックスで学んだ感動体験を生むホスピタリティ ～私達はコーヒーを売っているのではない～」

「私達はコーヒーを売っているのではない。感動体験により喜びと潤いを提供しているのです。」それがスターバックスで働くスタッフのミッションです。おいしいコーヒーを提供することは当たり前であり、一人ひとりのお客様のニーズを察知し、自分が最大限できることを心を込めて実践することで「また来たい」感じていただけることを目指しています。お客様への想いと自立型の人材育成について、スタバでの体験に基づいてお伝えします。



2000年11月1日、Amazon.comの日本版サイト「Amazon.co.jp」は書籍ECサイトとして公開されました。現在、世界一のECサイトとして、私たちの生活に欠かせないサービスです。また、ECだけに留まらず、音楽、映像、ゲーム、決済やAWSに代表されるクラウドサービスなど多岐に渡るサービスを提供しています。Amazonは21世紀に生きる私たちのライフスタイルを変えたと言っても過言ではありません。佐藤将之はアマゾンジャパンの立ち上げメンバーとして、2000年に入社し、書籍調達部門の責任者、サプライチェーンマネージメント、および物流網の整備など、日本法人の土台を築き上げました。拡大期にはFulfillment Centerと呼ばれる全国の物流拠点の立ち上げや地域統括として活躍。柔らかい笑顔と、ときに見せる真摯な眼差しはジェフ・ベゾス率いる世界企業Amazonで切磋琢磨してきたことが容易に想像できる。



1969年　東京都生まれ
1994年　セガ・エンタープライゼス(現セガホールディングス)入社
生産管理部門にて家庭用ゲーム機のハードウェア、ソフトウェアの生産管理業務に従事
1999年　Sega of America, Inc.へ出向
家庭用ゲーム機(ドリームキャスト)の新規市場投入のプロジェクトに従事
2000年　アマゾンジャパンへ入社
サプライチェーン部門にてサイト立ち上げのための調達システムの立ち上げ、および物流設計を行う
2003年　アマゾンジャパンリテール部門　書籍調達部門の責任者に就任
在庫確保、在庫の最適化、および調達物流の再構築を行う
2005年　Fulfillment Center(以下“FC”) のSr. Operation Manager/GM/directorsに就任
倉庫運営、および物流ネットワークの構築を行う。主な職責としては市川FC 入荷部門責任者、八千代FC(千葉県八千代市、3万平米)立ち上げプロジェクトリーダーおよびサイト責任者、堺FC(大阪府堺市、6万平米)立ち上げプロジェクトリーダーおよびサイト責任者、川越FC(埼玉県川越市、5万平米)立ち上げプロジェクトリーダーおよびサイト責任者、関東地区FC(市川、八千代、川越×2、川島)の統括GM、国内FC統括ディレクター(11サイト)、小田原FC(20万平米)立ち上げおよび第二期拡張プロジェクト統括
2016年　アマゾンジャパン退職
2018年　エバーグローイングパートナーズ株式会社設立

現在、これまでの経験を活かし経営コンサルタントとして講演、研修、コンサルティング活動を行う。また、日本の食文化を広めるため、鮨職人としての側面も持つ。

■ 講演内容

マネジメント

⑤「アマゾンの強さの秘密 ～徹底した数字管理とマネジメント～」

アマゾンの強さの秘密の1つとして、徹底した数字管理があります。売上、人事評価など「数字で目標を決定して、管理する」シンプルなルールを徹底しています。目標の数値化の方法から、進捗管理、達成が難しい状況になったときの対処など、マネジメント層向けにアマゾニアンが実践する数字管理方法をお伝えします。

本気のおもてなし



元東京ディズニーランドスーパーバイザー
株式会社チャックスファミリー取締役

高坂 麻紀

“地球上で一番幸せな場所”。これは世界のディズニーリゾートのスローガンだ。それは現場のキャストなくして実現することはできない。キャストこそディズニーリゾートの魅力そのものだ。東京ディズニーリゾートには約2万人のキャストが在籍し、夢と魔法の王国を築き上げている。ゲストに最高のホスピタリティを提供するためには、キャスト自身が幸せで働きやすい職場だと感じなければならない。鍵となるのはキャストを支えるスーパーバイザーの存在だ。キャストのやる気はスーパーバイザーの力量にかかっている。そんなキャストとスーパーバイザーのどちらも経験していた高坂。現場とマネジメントのどちらへの理解もあることは彼女の強みだ。しかし私は、彼女の最大の魅力は別のところにあると思っている。それは彼女自身から“ディズニー”を感じることができるということ。一生懸命話す高坂を観ていると、彼女のようなキャスト達が日々パークを支えているのだ、と想像することができる。そして、やはり大切なのは「人」なのだ、ということを感じさせてくれる。



1994年　在学中、株式会社オリエンタルランドにアルバイトとして入社。
アトラクションスペースマウンテンで2年勤務したのち、正社員として憧れのカストーディアル部（清掃）に配属となる。
1998年　東京ディズニーランドアンバサダー（※）として、全国各地にミッキーやミニーと訪問し、表敬訪問、施設訪問、各種イベント等様々な行事に参加。
以降、再びカストーディアル部へ戻り、スーパーバイザーとして現場の指揮を執る。
2008年　株式会社チャックスファミリーにて、清掃のコンサルティングとして、清掃会社だけではなく、大型商業施設、百貨店、病院などの清掃と接客に関するコンサルティングを行っている。

※東京ディズニーランドアンバサダーとは・・・毎年、東京ディズニーリゾートすべてのキャストの中から代表して1名選ばれる親善大使です。ディズニーテーマパークの生みの親、ウォルト・ディズニーが多忙のため、彼に代わってお客様を案内したり、広報活動をするためにできた制度で、1年間、メディア出演などによる東京ディズニーリゾートの紹介、児童福祉施設や病院の訪問、表敬訪問・地域活動への参加・東京ディズニーリゾートを訪れる内外要人の案内、キャスト向けに行われるイベントでの司会やプレゼンターとしての参加などを行います。

■ 講演内容

職場コミュニケーション　⑥「コミュニケーション術 ～相手に寄り添う対応～」

「お客様には、自ら積極的に声をかけよう」これはよく見るマニュアルのコミュニケーション方法ですが、一概にそうとも言えません。お客様の年齢、性別、同行者、その時の様子。お客様は十人十色。同様に職場の仲間も十人十色です。コミュニケーション方法も実に様々です。
ディズニーでの様々なゲスト対応や職場の仲間との体験談を踏まえて、そのコミュニケーション術をお伝えします。

CS　⑦「本気のおもてなし ～感動のサービスを提供する組織づくり～」

自分の期待値を超え、思いもしなかった素晴らしい対応をされた時、人は感動をするそうです。
どうすればそのような感動のサービスを提供することが出来るのでしょうか。私たちは、誰もがその力を持っています。うまく力を発揮できないのは、失敗を恐れていたり、思考を鍛えていないだけです。
おもてなし集団の作り方などについてディズニーでの体験談を交えてお話をさせていただきます。



結婚式と聞いてどのようなシーンを思い浮かべるだろう。バージンロードを歩く幸せそうな二人、ケーキ入刀、新婦の両親への手紙、今にも泣きそうな父親の様子、など様々なシーンが思い出される。その一瞬一瞬が、一生の思い出となり、その後の人生に大きな影響を与える。そんな晴れやかな場を裏で支えるのがウェディングプランナー。人生の最も幸せな瞬間にすることができるかどうかは、プランナーの力量にかかっているといっても過言ではない。失敗は許されない。一生に一度のことを預かる覚悟をもち、二人のことをひたすらに考えプロデュースする。最も顧客に寄り添い考えなければならない職業の一つではないだろうか。
そんなウェディングプランナーという職業のパイオニアである有賀明美。型にはまった結婚式が一般的だった中、結婚式にサプライズという新しい概念創り出し、一組一組違うオリジナルウェディングを世の中に広めた。彼女の評判を聞き指名する芸能人やスポーツ選手も多いという。人見知りだった彼女がどのように成長し、業界のカリスマ的存在になったのか。彼女に会えばその理由がわかる。



1977年　兵庫県生まれ
2000年　株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ　入社
ブライダル業界最大手の株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ（T&G）に入社。
当時15名程のベンチャー企業だったT＆Gで15年間に渡り1000組以上の
国内外のウェディングを監修・担当。「結婚式にサプライズ」という新しい概念をつくりだし、
それまで一般的でなかったウェディングプランナーという職種を世に広める。
「オリジナルウェディング」の先駆者でもあり業界のカリスマ的存在。ご新郎ご新婦の心
に深く入り込みつくりだすウェディングは「これまで参加した結婚式でもっとも感動した」と、
数多くの芸能人、アーティスト、スポーツ選手からも指名を受け、メディアなどにも
取り上げられる。数々のテレビドラマ、映画などの監修なども行う。
2013年　株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ 執行役員　就任
女性初の執行役員となり全国にいる1600名の社員に対し研修などを通して指導・育成を
行う。
2015年　明星大学客員教授　就任
現在　Hand to Hand 設立
夫婦が「改めて愛を誓い合う」バウリニューアルセレモニーのプロデュース活動を中心に、
テイクアンドギヴ・ニーズの社内研修、社外コンサルティングやアドバイザー、講演、セミ
ナーなどを行う。

＜これまで手がけた著名人ウェディング＞
石田純一様・東尾理子様 / 梨花様 / 三浦皇成様・ほしのあき様 / 中村俊輔様 / AHN MIKA様 / 中田敦彦様（オリエンタルラジオ）・福田萌様 / 秋山成勲様・SHIHO様 / 井上康生様・東原亜希様 / その他多数

■ 講演内容

CS

⑧「日本で一番有名なウェディングプランナーから学ぶ 最も幸せな瞬間を生み出すホスピタリティ」

結婚式は「One more chance」が言えません。だからつい無難に失敗のないように100求められて100にして返すことを目指しがちです。でもそれでは、「感動」は生まれません。本気でおふたりに向き合い、ふたりが歩んできた人生やその背景にまで深く入り込み、「期待以上にして返す」その付加価値こそがウェディングプランナーの存在価値です。それは時にその家族の人生をも変える程の奇跡や感動を生み出すことも。そのために、当日まで二人に寄り添い心の温度を読み解きながら、かける言葉やケアする箇所を変えプランニングしていきます。そんな仕事を超えて、お客様と「心と心」で向き合う姿勢や手法をお伝えします。



“決してNOとは言わない”ホテルコンシェルジュ。宿泊客のあらゆる要望に応えるホテルの「総合世話係」だ。航空券や観劇のチケットを手配、道案内やレストランの紹介などはもちろんのこと、時には人探しや物探しなどあらゆる要望に対応する。そのため「究極のパーソナルサービス」と言われている。発祥はヨーロッパの老舗ホテル。宿泊客から「この人に聞けば何でも解決してくれる」と信頼されるスタッフをロビーに常駐させたことから始まったサービスだ。地域やホテルの事を知り尽くした経験のあるスタッフでないと務まらないとされているため、コンシェルジュとして活躍できる人間は少なく、すべてのホテルに常駐させられるわけではない。そんな中、弱冠28歳にして高級会員ホテルのコンシェルジュを務めていたのが菊地麻衣子だ。5000名いるスタッフの中で実績が認められての大抜擢。すごいことである。多種多様の要望に応えることはもちろんだが、菊地の魅力はなんといってもその“親しみやすさ”だ。菊地の応対が居心地のよい空間を演出し、ホテルを更に魅力的にさせる。そんな菊地にまた会いたいとリピートする宿泊客も多いという。まさにホテルの看板娘だ。



2007年　日本航空インターナショナル株式会社　入社
国内線・国際線を乗務すると共に、PR担当CAとして2016年オリンピック招致特別塗装機の会見などを担当。
2010年　リゾートトラスト株式会社　入社
会員制リゾートクラブの最大手リゾートトラストに入社し、XIV箱根離宮にてフロントを担当。“もう一度会いに来てもらう“サービスに定評があり、現場スタッフながら誘客数、単価アップ金額共にナンバー1を獲得。
2013年　東京ベイコート倶楽部ホテル＆スパリゾートコンシェルジュ　配属
実績が認められリゾートトラスト全国39施設内でも最もハイグレードであるホテルのコンシェルジュに抜擢される。CSリーダーとしてコンシェルジュスタッフ全体のCS向上を達成。お子様から政界、芸能界、大企業創業者、世界のVIPまで幅広いファンを持つ。
2015年　&MIND　設立
「接客を極めるにはまずはサービススタッフが心身共に健康であること。瞬発的なスキルではなく、継続可能なホスピタリティマインドの育成から」というテーマの元、ホスピタリティマインドトレーナーとして、接客研修に留まらず、モチベーションアップ研修、メンタルヘルスケア対策などを行う。また、数社の接客、メンタルヘルスのアドバイザーを務める。
日本EAP協会会員、メンタルヘルスマネジメント資格、産業カウンセラー資格保有

講演内容

CS

⑨「一流コンシェルジュから学ぶホスピタリティ ～自分らしさを大切に～」

ホテルコンシェルジュには、フロントやロビースタッフでは解決できない様々なご要望が集まってきます。お客様のご要望は十人十色。無理難題も多く、答えがない問ばかりです。そのため対応のマニュアル化が難しく、コンシェルジュの力量に左右される仕事です。必要なのはお客様の立場になって考えること、つまりホスピタリティが問題解決の糸口です。そして、答えがないからこそ大切にするのは“自分らしさ”です。ホテルという空間に“自分らしいホスピタリティ”をスパイスし、お子様からビジネスマンまで全てのお客様にとって、より良いご滞在になるお手伝いをしてきました。ホスピタリティの精神は、お客様に対してはもちろんのこと、家族、職場の仲間、取引先の方など、人と関わる限り誰にでも必要なものだと思います。そのホスピタリティで周囲の方々、そして自分自身も少しだけ幸せに出来たら素敵だと思いませんか？そんなコンシェルジュでの体験談や考え方をお話しいたします。

メンタルヘルス

⑩「働き方改革と健康経営は表裏一体！ 生産性向上のカギは心身の健康から」

働き方改革の推進という号令のもと、限りある労働時間の中で仕事効率を高め、どのように生産性向上を図るか様々な施策を練っていると思います。ただし労働環境面で素晴らしい施策があっても、社員のモチベーションや健康状態を疎かにしては効果を発揮せず、むしろ生産性の悪化につながります。社員の心身の健康を生産性向上の鍵とした健康経営なくして働き方改革はありません。心身の健康な社員こそが収益性の高い企業を作るのです。講演では生産性の高いパフォーマンスを継続的に発揮する為の生活習慣やメンタルヘルスケアについてお伝えします。

メンタルヘルス

⑪「楽しくいきいき働き続けるメンタルヘルス ～継続的に良いパフォーマンスをする為に～」

客室乗務員やホテルコンシェルジュなど長年現場にてスタッフ育成をしていく中で、気付いた大切なことがあります。それは良いパフォーマンスをするスタッフは「心身ともに健康で、安定したマインドを持っている」こと。また、うつ病などのメンタルヘルス不調は一度陥ってしまうと復帰までに長い時間を要し、再発の恐れもあります。メンタルヘルスケアは何よりも予防が一番です。日常からメンタルヘルス不調にならない為の生活習慣、考えた方などを菊地自身の経験談を元にお伝えします。



挑戦と遊び心が人を創る

ユニバーサル・スタジオ・ジャパン
元人材開発マネージャー

梅原 千草

「Crew is No.1 Attraction！」。ユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ）で働くクルーの在り方を表す言葉だ。ゲストに対するクルーの積極的なコミュニケーションは、感動や驚きを生みだす。クルーの存在そのものが最高のアトラクションになり得るという意味である。そのためには、親切丁寧さだけでは刺激が足りない。常にU（ユニーク）、S（スマート＆スマイル）、J（ジョイフル）を意識し、チャレンジ精神を持ちコミュニケーションを取り続ける必要がある。この失敗を恐れず挑戦しようと思う風土の醸成要因の一つがUniversal Academyと呼ばれる社内大学の存在だ。誰もが活躍できる、自ら行動できる人材と組織を作ることを目的に創られた。このUniversal Academyの初代学長が梅原千草である。USJの新入社員１期生として入社した梅原は、主に人事領域でUSJの様々な時代を経験した。驚異的な復活を遂げたUSJだが、人材育成や組織風土造りにおいては、混乱期、変革期に取り組みを行った梅原のような存在が大きいのではないだろうか。



2000年　合同会社ユー・エス・ジェイ入社。関西大学卒業後、新入社員１期生として入社し、
ユニバーサル・スタジオ・ジャパンのグランドオープンに携わる。
開業後はアトラクション（Terminator2:3D、BackDraft）の運営責任者として
運営戦略立案、従業員教育、顧客満足度向上に取り組む。

2002年　同社人事部へ異動。数千名規模のアルバイト確保に向け、
採用から教育、制度構築を担当。大量採用の仕組み作りや
I'll be back制度、永年勤続表彰などユニークな制度も導入する。
また、新卒及び中途採用において、企業ブランディング作りから
仕組み構築、実行までを責任者として取組み、年間数千名を超える応募者の募集、選考を実施。
その他、組織開発やダイバーシティ促進、従業員満足度向上へ取り組む。

2010年　ユー・エス・ジェイ社内大学（Universal Academy）を創設。
誰もが活躍できる、自ら行動できる組織作りを目的とし、経営陣を巻き込みながら、
スキルUP研修や風土醸成ワークショップ、組織横断型のプロジェクトを次々と導入する。
責任者として運用を行い、従業員のSwing the bat！を促進する基盤を作り上げる。
変革期の組織における唯一の人事女性マネージャーとして、幅広い分野で活躍。

2015年　SmiLearnを設立。より多くの働く人や組織を元気にすべく、
「働くことをおもしろく」をモットーに、法人・自治体・教育機関にて、
人材開発コンサルタント及び研修・講演講師として活動している。
個と組織の可能性は無限大！と実感できる講演が好評で、高いリピート率を誇っている。

講演内容

CS

⑫「USJのV字回復を実現したサービスの極意 ～接客が顧客体験価値（CX）を高める～」

V字回復に向けたマーケティングの成功により、顧客の期待値が高まったとき、現場では何が起こるでしょうか？期待値が高まれば、満足感を提供することへの難易度が高まります。多様性の受容、忍耐力の低下、モノからコトへの移行という社会の変化もふくめ、顧客体験価値を高め、良い口コミやリピートをしてもらえるサービス力を作りだすのは難しい。USJには、マジカル・モーメント（奇跡的な瞬間）を創り出そういう考え方があります。大事にしているのは、ひとりひとりが、目の前の人に対して、何が求められているのかを考え、やってみること！正解のない、答えのないものへの挑戦について、USJでの接客経験、現場リーダー経験、人事でのスタッフ教育経験などを踏まえて、より良い接客に繋がるヒントをお伝えいたします。

モチベーション

⑬「We are USJ！自分で自分を動かそう～仕事をおもしろくする極意～」

私のモットーは「どうせ働くなら、楽しまなきゃ損！」。USJの立ち上げ期、混乱期、安定期、変革期…様々な困難に出会ってきました。その中で学んだこと。目の前の出来事は、自分では変えられないことも多いかも知れません。でも、その出来事をどう見て、何を考えるかは自分で決められます。視点は変えられ、行動は変えられるということ。決定権は自分にあるということです。今のUSJは絶好調かも知れませんが、全ての会社、全ての働く人と同じく、紆余曲折があって今があります。どんな挑戦をしてきたのか？の経験をお話させていただき、どうせ働くなら楽しもう！と思えるお時間をお届けいたします。

職場コミュニケーション

⑭「職場改革に必要な周囲をポジティブに巻き込むコミュニケーション」

何かをやりたいと思ったとき、必ずしも、組織や周囲が味方になり、サポートしてくれるとは限りません。でもひとりでは実現できないことが多い…だからこそ、人とのコミュニケーションが大事で、仕事って面倒くさくて、面白い。役職や年齢や勤続年数などの壁を越えて、いかにポジティブに周囲を巻き込んでいくか？この力が養われることで、どんな環境でも、自分らしく働き、自分らしく成長し、自分がやりたいことの実現へと繋げられるのではないでしょうか。パーク立ち上げ期の挫折やUSJで立ち上げた社内大学の経験談などを交えながら、突破していく力についてお伝えいたします。

マネジメント

⑮「USJのV字回復から学んだ人材育成術 ～個々の能力を高め、チーム力を発揮する～」

変化の激しいVUCA時代を生き抜くためには、企業としてチャレンジすることが求められます。ただ、チャレンジは時として、反対勢力や大きな不安が生まれるもの。経営陣の強いリーダーシップを活かしつつ、ネガティブな感情へも向き合い、置いてけぼりにならないよう、従業員へのフォローの仕組みを作ることも大事です。V字回復をするということは、あらゆる社内の声が生まれます。多様な声を活かし、多様な人材を活かす組織。組織として「人」を活かすヒントを1つでも持って帰っていただけるよう、失敗も多数ではありますが、USJでの経験、多くの企業でのコンサルティング、研修経験をもとにお話をさせていただきます。



永島寛之（ながしま ひろゆき）はニトリホールディングスで似鳥昭雄会長のもと、人事責任者として採用、育成、人事制度改革を主導しました。その後、再生可能エネルギーを扱うレノバで執行役員CHROを経て、現在はトイトイ合同会社を設立しています。 グローバリゼーションが進む中、日本は少子高齢化による生産年齢人口の減少に直面しています。このような状況下で企業はイノベーションを起こし、一人ひとりのスキルと能力を最大限に発揮し、生産性を高めていくことが求められています。 永島寛之は「個人の成長が起点であり、それが組織の成長につながり、社会課題の解決にも貢献する。個人の好奇心と価値観を具現化し、それをもとに世界を変える舞台を提供するのが、経営者と人事の責任である」という信念で、人材開発と組織開発に統一的なアプローチで取り組んでいます。 新しい時代に適応するには、個人の成長と組織の成長が連携している組織への変革が求められています。変化は意志と行動によって生まれ、そのプロセスで個人と組織が新たな関係性を築くことができます。大きな変化は最初の小さな一歩から始まります。人事のプロフェショナルとして新しい時代の組織づくりを伝えます。



1998年　早稲田大学商学部を卒業。東レ株式会社入社。
2007年　ソニー株式会社に入社。欧州向けのグローバルマーケティング担当。
2011年　ソニーラテンアメリカ（米国マイアミ）に出向。マーケティングディレクターとして、ラテン10カ国のダイバーシティチームを率いて、中南米市場におけるマーケティングと拡販活動に従事。
2013年　株式会社ニトリに入社。店舗担当者、フロアマネジャー、副店長、店長職に従事。
2015年　人材採用部長に就任。500人規模の新卒採用の採用責任者として年間1000人の最終面接を実施。また、マーケティング観点から、学生の就活体験を重視した採用施策を実施。「小売業は不人気業種」という定説を覆し、ニトリを新卒採用人気ランキング上位に引き上げ、新卒採用市場に一石を投じた。
2018年　採用教育部長に就任。当時は珍しかった教育観点からのタレントマネジメントシステム導入を推進し、「多数精鋭」という個人の成長を基盤とした組織開発手法を導入。ITなどの専門部署の内製化による組織の生産性向上を推進した。
2019年　理事／組織開発室室長に就任。似鳥昭雄会長の元でニトリグループ全体の人事責任者として、中核会社のニトリホールディングスの各部署や関連会社の事業状況や経営ニーズと社員個人の成長ニーズを踏まえながら、人事施策の計画と遂行を担当。経営から人事制度までをワンストップで推進する役割を担う。
2022年　株式会社レノバ 執行役員CHROに就任。中長期の事業戦略と連動した組織・人材戦略の立案と人事施策実行を担い、世界のエネルギー変革のリーダー（グリーン人材）の育成に注力。
2023年　トイトイ合同会社を設立。現在、複数企業の経営者の元で、「個人の成長」を起点とした未来組織開発を支援している。株式会社レノバ HRエグゼクティブアドバイザーに就任。
一般社団法人プロティアン・キャリア協会 顧問に就任。

■ 講演内容

現場力／組織力

⑯「ニトリの現場力～“お、ねだん以上。”を実現するために～」

自宅やオフィスなどでニトリの商品を使っている方は多いと思います。私たちはなぜニトリの商品を選ぶのでしょうか？消費者視点では何より低価格が魅力です。しかし、安いだけでは選びません。その商品が高品質で値段以上の価値があるから選んでいると思います。「お、ねだん以上。」のキャッチコピーにあるようにニトリは高品質な商品を低価格で提供しています。それを実現しているのは現場での日々の改善、改良、効率化です。これは商品開発部門だけの話ではありません。店舗運営、物流、管理など全社員がそれぞれの領域で価値を最大化させる行動をとっています。講演ではニトリ全社員で創り上げてきたニトリの現場力を支える仕組みを、これまでの経験と様々な事例をふまえてお伝えします。
※聴講者にあわせて、現場視点、マネジメント視点でお伝えることが可能です。

マネジメント

⑰「ニトリで学んだ人材マネジメント ～メンバーの自発性を促し、成長に導くコミュニケーション～」

チームメンバーが主体性に学び成長するためにリーダーやマネジャーは何をするべきでしょうか？ポイントは問題発見能力と学んだことを活かすことでメンバーが成長を実感することです。学びやスキルは言語など習得に時間がかかるものや、教材があるものだけではありません。ニトリの現場では日々多くの課題が発生します。軽いものは効率よく処理する方法を考えたり、重いものは時間とリソースをかけて解決していきます。課題を自分事とすることでメンバーが主体的に動き、次に同じような問題が発生したとき、身につけたスキルや学びが活かされていきます。そして、成長実感を得ることで次の課題解決（学び）に対してポジティブに臨むようになります。この成長スパイラルをつくりだすことがリーダーやマネジャーに求められます。講演ではこれまでの経験や事例をもとにメンバーの自発性を促し、組織やチームのゴール達成につながるマネジメントの方法をお伝えします。

人材育成

⑱「自律型人材を生み出す方法～個人の成長を促す社内環境づくり～ 」

「自分の頭で考えて判断できる人材」や「自律的に動くことができる人材」を育てることは経営者や部下を持つ管理職の共通した課題です。確かに、世の中の流れが早くなり、自身で情報を整理して、判断して事業を前に進めていく人材は貴重な戦力になり得ます。ただ、長く人材開発に携わって経験からすれば、そのような人材が研修等で育成できるケースは稀です。なぜなら、「自律型」と言われる人材の行動が発現するかどうかは、所属する環境による影響を受けているからです。講演では今の人材を変えることなく、経営者や上司が変わることで、「自律型」人材を生み出す方法をお伝えします。

採用戦略

⑲「これからの人材採用 ～業種・規模・ブランド力に頼らず、優秀な人材を採用する方法～」

若い世代を中心に、求職者の就労感が大きく変わってきています。「組織に共感」した人材が「組織に採用される」という枠組みから、「事業に共感」した人材が「事業に参画する」枠組みに変わってきました。「個人のパーパス（目的）」、「好奇心」や「価値観」を実現するための「事業」に参画する環境を提供できる企業のみが採用活動においても、優秀な人材を採用し続けることが可能になります。 不人気業種と言われる小売業にも関わらず、求職者の「パーパス」に寄り添い続け、ニトリホールディングスを就職人気ランキング上位に引き上げた永島が、求職者に「事業に共感」してもらうための採用広報、インターンシップ、面接などの方法をお伝えします。全ての業種のあらゆる採用に応用いただける内容となります。



Amazon.com。そのストーリーは1994年、創業者ジェフ・ベゾスの自宅ガレージから始まる。2003年、小西みさをは「黒船」として、まだ世間から厳しい目で見られていたアマゾンの日本法人に入社する。ほぼゼロだった広報部門を立ち上げ、顧客、その他ステークホルダーとの信頼関係構築をコミュニケーションを通じて担ってきた。2011年にはその功績が認められ、経営メンバーに就任。その後、広報本部長として、広報活動を統括し、その結果2015年にアマゾンは日本のトップブランドとして認められる。13年にわたるアマゾンのキャリアのなかで、広報戦略立案から、実行にいたるまで、さまざまなコミュニケーション手法およびメディアとのネットワークを活用し、マイナスイメージからのスタートだったアマゾンの認知度向上、およびブランド価値向上に大きく貢献した。一貫して「伝える」仕事に従事してきた小西みさをは広報のプロフェショナル。フットワーク軽く、明るく屈託のない笑顔は人を惹きつける魅力に溢れている。



1993年　株式会社セガ・エンタープライゼス 社長室広報企画室係長代理
大学卒業後米国留学し、帰国後東証一部上場の通信機器メーカーに1年間勤め、セガに転職。本格的に広報業務に携わり、主に海外広報を担当する。

1999年　ソフトバンク株式会社入社。広報室課長代理に就任
孫正義代表取締役社長（当時）の直下で日本のマスメディア向け広報を担当および海外広報を管掌。

2003年　アマゾン ジャパン株式会社入社。広報マネージャーに就任
黎明期のアマゾン ジャパンに入社し、広報部門をほぼゼロから立ち上げる。

2007年　シニア広報マネージャーに就任
アマゾンが日本で急成長した13年間の広報活動の中で、広報戦略を立案し、さまざまなPR手法およびメディアネットワークを活用しアマゾンをブランディング。

2011年　経営メンバーに就任

2013年　広報本部長に就任
2015年にはアマゾンがトヨタ、Googleなどを抜き初めて日本のトップブランド(日経BPコンサルティングのWebブランド調査) になり、
広報本部長としてブランド価値向上に貢献。

2017年　アマゾン ジャパン株式会社を退職
AStory合同会社を設立。代表に就任。現在、ベンチャーから大企業までIT、旅行、食品、消費財、人材サービスなど多くの企業のPRコンサルティングおよびPR活動サポートを行っている。

■ 講演内容

理念浸透　⑳「社会の共感を得るアマゾンの伝え方のルール ～伝え方はストーリーが9割～」

1994年、Amazon.comは生まれました。成長とともにアマゾンの認知度は上がり、いまや世界で知らない人の方が少ないのではないでしょうか？その裏にはアマゾンの事業推進だけでなく、徹底したメッセージの作り方、発信方法があります。キーワードは「ビジョン」と「ストーリー」。講演ではアマゾンが成長した理由とともに、「伝わる」ための仕組みとルールをお伝えします。

理念浸透　㉑「強い組織をつくる仕組み～アマゾンに学ぶ企業理念の浸透と実践～」

成長企業には共通点があります。社員一人ひとりが企業理念やミッション、行動理念を理解し、その実現のための行動が出来ているという点です。アマゾンの社員も理念とそれを実現するためのOLP（リーダーシップ理念）という行動指針を理解し、日々の業務に落とし込んでいます。企業規模が大きくなっても変わりません。それがアマゾンの成長を支える源泉です。では、どのようにして、その環境を構築しているのか？そこには3つの仕組みがあります。採用と人事評価制度、経営・マネジメント層の行動、広報をはじめとした社内コミュニケーションです。小西は経営メンバーとして3つすべてに携わってきました。講演ではアマゾンでの経験をもとに自社の理念を浸透させる仕組みを伝えます。

マネジメント　㉒「アマゾンのすごい人材マネジメント ～管理職の課題を解決する様々な仕組み～」

「次世代リーダーが育たない」「採用した人材のパフォーマンスが上がらない」「人事評価の基準が曖昧で部下から不平が出る」など管理職には長年変わらない共通した課題があります。先行き不透明な時代に属人的に解決するよりも、課題を解決する仕組みを作ることが今後企業の事業推進を加速させる秘訣になります。講演では、これらの課題を中心にアマゾンで実践されている人材マネジメントの役立つ仕組みをお伝えします。

＜お問い合わせ＞

株式会社トヨタエンタプライズ

モビリティサポート本部 広域営業部　営業室
Mail: info-kensyu@toyota-ep.co.jp

2022/10　　初版
2026/11　第六版