

課長またはこれに準ずる職層 職種は問いません。 1開催の定員：30名

2026 ミドルクラス交流研修

明日を創るマネジメントスタイルの創造

BEAM CONSULTING GROUP

開催日程 1泊2日（宿泊型）

	日程	会場
第1回	9月 3日（木）～4日（金）	首都圏（調整中）
第2回	10月 15日（木）～16日（金）	首都圏（調整中）
第3回	11月 12日（木）～13日（金）	首都圏（調整中）
第4回	12月 3日（木）～4日（金）	首都圏（調整中）
第5回	2027年 1月 21日（木）～22日（金）	首都圏（調整中）

Time Table

第1回 1月 21日	9:30	【集合】【オープニングオリエンテーション】 事務連絡、趣旨説明、自己紹介 【導入フェーズ】他社の事業環境・マネジメントの現状を知る 《事前ワークシートを使った状況共有》 【昼食】50分 《事前ワークシートを使った状況共有》（続き） 【展開フェーズ】これからミドルマネジメントを考える 《これからのミドルマネジメントに問われる役割と取り組むべき課題を考察する》 グループ別討議テーマの設定 グループ別討議 中間発表 【夕食】 ファシリテーターからのフィードバック～グループ別討議（続き） 【第1日終了・チェックイン】 【兼懇親会（自由参加）】～22:00			
	10:40	8:30	【朝食】【チェックアウト】 【開始】 《これからのミドルマネジメントを考える》 グループ別討議（続き） 最終発表		
	12:00	10:00	【集約フェーズ】明日からのmyテーマへの落とし込み 《一人ひとりの変革課題に対し、他社の視点からの支援を得る》 myテーマ設定		
	12:50	11:30	【昼食】50分 myテーマ設定（続き） myテーマの発表と相互フィードバック		
	14:00	12:00	「受講者一人ひとりのマネジメント課題にフォーカスしたグループ討議」 【クロージング＆アンケート記入】		
	17:00	12:50	【第2日終了】【解散】		
	18:00	14:00			
	18:50	16:50			
	20:00	17:00			

エントリー

原則、各開催の2ヶ月前までを目安に下記の必要事項をお知らせください。フリーフォーマットです。
但し、各開催の2ヶ月前を切っても、エントリー枠に空きがあればエントリー可能ですので、ご要望の際は、弊社営業担当者までお問合せください。
①貴社名 ②参加コース名 ③参加開催日程 ④参加者の氏名（フリガナ） ⑤参加者ご所属 ⑥参加者のe-mailアドレス
※e-mailアドレスが、貴社の社内規定により開示頂けない場合には、ご記入頂かなくて結構です。

キャンセル規定

キャンセルお申し出日	キャンセル料金
7日前～4日前まで	11,000円（消費税10%込み）
3日前～前日まで	16,500円（消費税10%込み）
当日	22,000円（消費税10%込み）

やむをえずキャンセルになる場合はご連絡ください。開催1週間前から規定のキャンセル料が発生します。
但し、参加者が変更になる場合や、以降の別日程の開催にスライドしてご参加頂ける場合にはキャンセル料は発生致しません。



BEAM

BEAM CONSULTING GROUP

ビーム・コンサルティンググループ株式会社
〒160-0005 東京都新宿区愛住町22 オカダビル
TEL 03(3354)2721 FAX 03(6273)2272
guest@beamcons.co.jp http://www.beamcons.co.jp

研修のねらいと期待する成果

事業環境が日々変化する中で、組織が最大限の力を發揮し、競争力を高めるには、ミドル層の役割が大きく影響します。現場の仕事に精通し、且つ、高い視点から事業の進捗を把握しているミドル層が、上下間だけでなく部門間のブリッジとなり、従来からの「内部管理」に加え、将来に向けての価値創造や変革を牽引するリーダーとしての役割を果たすことを期待されています。当研修では、予測が難しい事業環境下において、その変化に対応するための他社の最新のマネジメント事例に触れるとともに、受講者が抱えるマネジメント課題の解決策を、他社との交流を通じて模索していきます。

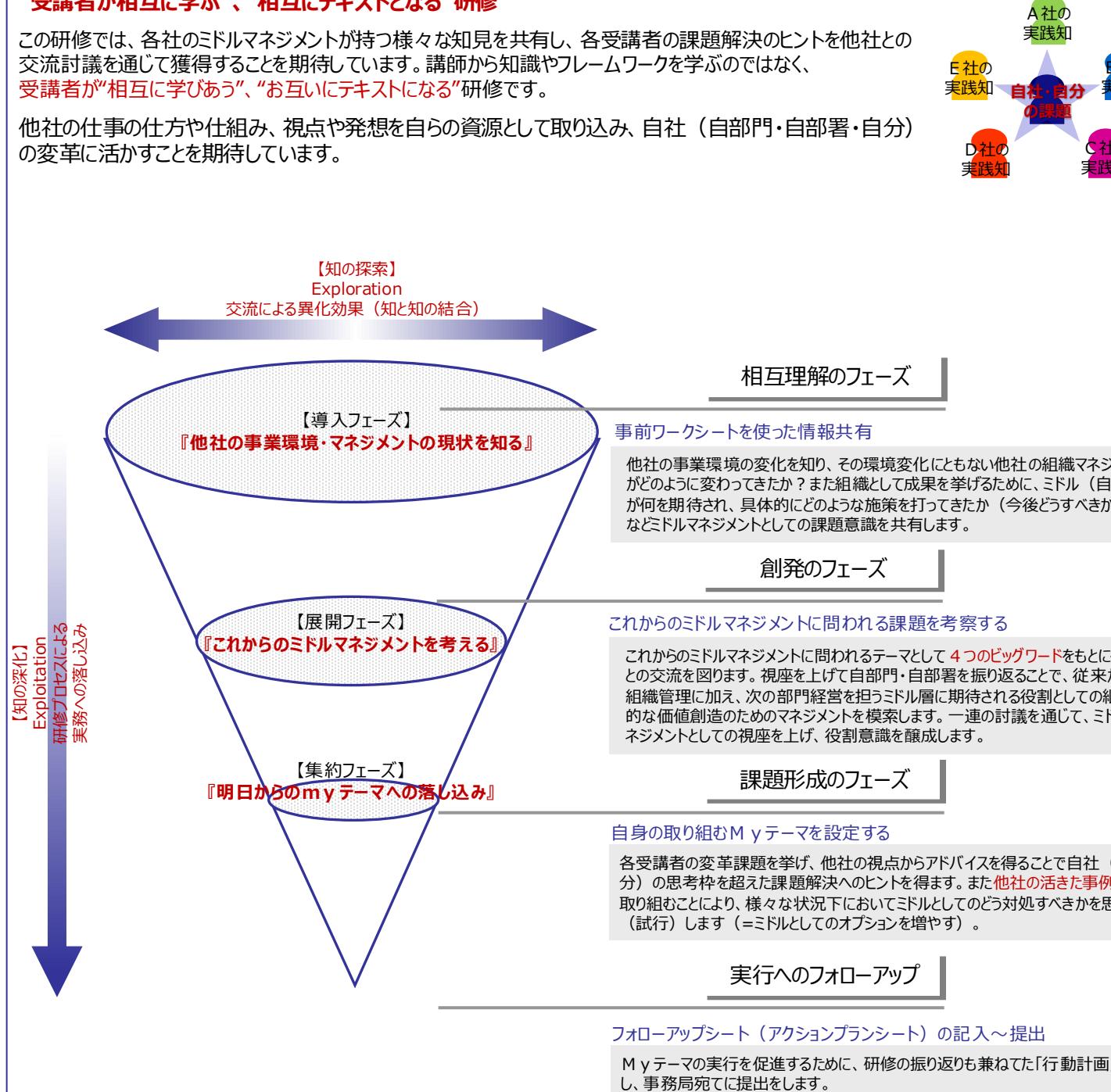
- 各業界を代表する企業における先端のマネジメント事例を知る
- ミドルマネジメントとしての役割・実行課題を明確にし、受講者のマネジメント上の課題に対し、他社の視点からその課題解決のヒントを得る
- 視点移動（自社内思考からの脱皮、部門最適から全体最適への思考転換）、視野拡大（マクロ環境に対する高いアンテナ）
- 他社社員との人的ネットワークの構築

コンセプトと研修フロー

“受講者が相互に学ぶ”、“相互にテキストとなる”研修

この研修では、各社のミドルマネジメントが持つ様々な知見を共有し、各受講者の課題解決のヒントを他社との交流討議を通じて獲得することを期待しています。講師から知識やフレームワークを学ぶのではなく、受講者が“相互に学びあう”、“お互いにテキストになる”研修です。

他社の仕事の仕方や仕組み、視点や発想を自らの資源として取り込み、自社（自部門・自部署・自分）の変革に活かすことを期待しています。



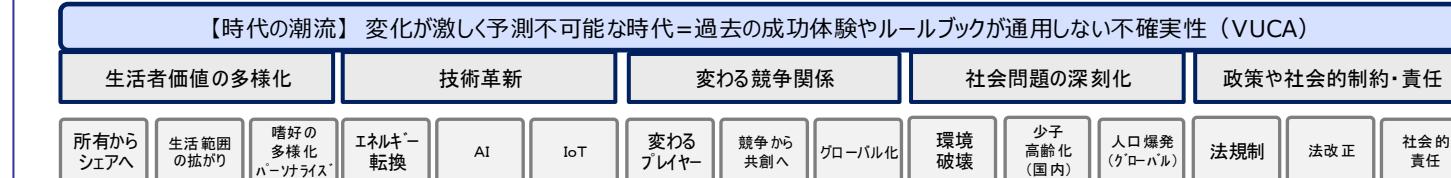
討議テーマと受講者の声

『将来に向けての価値創造や組織変革など、従来からの管理業務を超えたミドルに問われる課題を考察する』

この研修では、過去の成功体験やルールブックが通じない不確実性（VUCA）の高い現代において、継続的な価値創造のためにミドルとして取り組むべきマネジメント課題を模索します。これからミドルマネジメントに問われるテーマとして、「新価値創造へのアプローチ」「組織変革へのリーダーシップ」「自部署を自立型集団に成させるには」「ダイバーシティ（多様性）マネジメント」の4つのビッグワードをもとに他社との交流を図ります。視座を上げて自部門・自部署を振り返ることで、従来からの組織管理に加え、次の部門経営を担うミドル層に期待される役割としての継続的な価値創造のためのマネジメントを模索します。

Zoom out

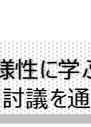
視座を上げてマクロな視点で各社を取り巻く環境変化を知る



【4つのビッグワード】

従来からの組織管理に加え、次の部門経営を担うミドル層に期待される役割としての継続的な価値創造のためのマネジメントを模索

- 多様な意見を交わしてこそ価値は生まれる
- メンバーの違い（認知的多様性）を認め、違いを活かすことで高い成果に繋げる
- 「異なること」を排除したり、阻害要因と考えず、協働・共創のメンバーとして考える



各テーマを結合して
価値創造のための仕事のしかた・しきみ
を模索する

- 多様化する暗黙的な顧客価値をいかに創造するか？
- 他社に対する優位性を維持するため、価値創造の源泉となる組織能力をいかに高めるか？

- 「管理する・される関係」から脱却し、メンバーが互いに学び合い、自律的・能動的に働く組織づくり
- メンバー自ら課題設定し、自己管理・自己開発することを促すためのマネジメント

他社のマネジメント事例（経験値）
からの学び

ファシリテーター（講義）
からの学び

多様性に学ぶ
(知と知の結合を交流討議を通じて体験的に学ぶ)

受講者の声

- 4つのテーマを深堀りしたが、今後このような上位概念を提示され、それに応えるという仕事が増えると思う。その意味でよい訓練にもなったと思う。
- 他社事例を踏まえて議論することで、課題へのアプローチの仕方や違った視点に気付くことができた。
- 他社の情報を聞いたことにより自社のプラス面、マイナス面を知ることが出来た。自社内の当たり前が当たり前でないという指摘や他社のスピード感を知ることが出来た。
- 他社のマネジメントについて生の声を聞くことで自分のものと比較することができた。改めて考えると自分に足りない事が多くマネジメント業務のあり方が見えてきた。
- 今まで考えていたマネジメントの役割が根本から覆された。ミドルがどう主体的に動かなければならないか痛切に考えさせられた。
- 自分事になって言ってくれるのはとても良い。上長との面談でもなかなか出てこないフィードバックを頂けた。

ご参加実績

日産自動車	本田技研工業	マツダ	SUBARU	三菱自動車工業
アイシン	ソニーグループ	N E C グループ	東芝グループ	日産オートモーティブテクノロジー
富士通グループ	日立製作所	セイコーエプソン	三菱重工業	小松製作所
東レ	YKK	旭化成	日立アプライアンス	日立ハイテクノロジーズ
アサヒビール	キリンビール	味の素	森永製菓	明治
Meiji Seika フルマ	大塚製薬	N T T コムニケーションズ	東日本旅客鉄道	京成電鉄
JTB	日本航空	成田国際空港	みずほ銀行	富国生命保険
三菱UFJ 信託銀行	かんぽ生命保険	東京大学	ハウス食品グループ本社	村田製作所
他		* 社名順不同		