

■セミナーテーマ一覧

2024.4.1現在

セミナー No.	分野	テーマ	内容	講師名 (よるずコーディネーター)	対象者
					(こんな方に)
1	SNS	SNSに疲れない運用 SNS活用のコツ、使い分け	<ul style="list-style-type: none"> ●Facebook Instagram, X(旧:Twitter), LINEの使い分け ●新規顧客獲得、販路拡大、どのSNSをどう使っていいかわからない方にターゲット別SNS判別 ●SNS別の効率的な活用方法 	中野	事業主・販促部署向け
2	コミュニティ	低予算でもコミュニティ作りで町おこし事業 コワーキングスペース事業・コミュニティ育成事業に学ぶ	人を集める必要があるコミュニティビジネス・団体・事業をしたいが、どうやって人を集めるのか、まとめるのか悩んでいる方へ。グループのビジョン・ミッションを見せコミュニティを形成する方法を学びます	中野	イベント企画・販促部署向け
3	ブランディング	名刺・チラシ・会社紹介を作ろう ブランディングの重要性	スマートにかっこよく事業を見せる方法とは？ <ul style="list-style-type: none"> ●ブランディングの基本的な考え方、見せ方 ●ターゲットの見極め方 ●Canvaの使い方・TIPS 	中野	事業主・販促部署向け
4	SNS	リピーターやファン集め・困り込みの方法	SNSを活用して、事業内容の告知をしたい。ファンや横の繋がりを強くしたい。どうやって販促をしていくのか悩んでしまう…など、地元での販路拡大に限界を感じている事業者様へ。ファンやリピーターを囲い込んでいくためのノウハウをご紹介します	中野	事業主・販促部署向け
5	関係人口	インバウンド&中長期滞在など新しい観光需要&関係人口の受け入れ方が町を活性化するキッカケとなる	働き方・生き方の価値変容が進み、コロナ後、ワーケーション・多拠点居住などが謳われる昨今。ワーケーション企画、インバウンド、中長期滞在、デジタルノマドを広く受け入れるための「受け入れ方」から「体制の整え方」など、どう始めたらいいかわからない方へ。+アルファの価値付のポイントなどをお伝えします	中野	事業主・企画部署向け
6	マーケティング	売るために必要不可欠！ 勘や経験だけに頼らない科学的マーケティングメソッド7選	売るために必要不可欠なマーケティングやブランディング。勘や経験にばかり頼っていると再現性が見込めないまま、予算だけが湯水のように使われていく状況にもなりかねません。では、うまくいっている企業はなぜ再現性高く業績を伸ばしているのでしょうか。それは、科学的マーケティングに基づいた考え方で動いているからです。事業を再現性高く成功へ導くための科学的マーケティングメソッド7選を解説します	杉田	事業主・販促・PR広報部署向け
7	マーケティング	売れる！作戦会議 ～コア・コンピタンスの発掘&構築～	「売れる」にも「売れない」にも理由があります。あなたの売商品・サービスには、他にはない魅力や価値がありますか？他にはない魅力や価値であるコア・コンピタンスについて解説しながら、ワークを通じてコア・コンピタンスの発掘&構築を目指しましょう。「売れる」または「売れない」理由を深掘りして「売れる」理由を見つける、作戦会議の時間です	杉田	事業主・販促・PR広報部署向け
8	マーケティング	強みを磨き上げる！～バリュープロポジション編～	<p>自社の強みを磨き上げ、競合他社に負けないバリュープロポジションを構築。「強み」から「らしさ」を導き出し、お客さまに伝えるよう言語化するプログラムです。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●バリュープロポジションの考え方 ●強みの洗い出し ●競合の洗い出し・ポジションの把握 ●ニーズの把握 ●「強み」と「らしさ」の把握 ●伝える言葉・動かす言葉 ●「強み」と「らしさ」を言語化しましょう 	杉田CO	事業主・販促・PR広報部署向け

9	マーケティング	強みを磨き上げる！～アイデンティティ開発編～	「強み」や「らしさ」を言語化し、さらにブラッシュアップ。伝わるブランディングを構築します ●ブランディングの考え方 ●消費行動プロセス・ターゲットの具体化 ●強みの洗い出し・バリューの把握 ●競合の洗い出し・ポジションの把握 ●コンセプト・パーソナリティ・ストーリー ●「強み」と「らしさ」の言語化 ●「ブランドプロミス」から「キャッチコピー」へ	杉田	事業主・販促・PR広報部署向け
10	マーケティング	メディア露出で売上アップ！	お客さまが消費行動に移る最初の段階となる「認知」。あなたの商品・サービスは、お客さまにどのくらい「認知」していただいていますか？メディア露出によって「認知向上」を図り、事前に魅力&価値を伝わりやすくブラッシュアップ。メディア露出をきっかけとしてWebサイトやSNSへ誘導を図ることができるよう、購入への導線を整える考え方を学びます	杉田	事業主・販促・PR広報部署向け
11	マーケティング	メディアが取り上げたくなるニュースリリース	メディア露出の大きなきっかけづくりとなる「ニュースリリース」。メディア関係者が、ニュースリリースを見て、取材するかどうかを判断するまでの時間は約6秒といわれています。6秒で心を掴むニュースリリースのコツを伝授します	杉田	事業主・販促・PR広報部署向け
12	マーケティング	8：2の法則でターゲットに届けるキャッチコピー	消費心理の違いを踏まえた「8：2の法則」を知っていますか？商品やサービスの魅力・価値・強みをしっかり届けるために、言葉のブラッシュアップの原理原則を押さえましょう。 ●消費行動への基本心理段階 ●男性脳と女性脳～消費心理の違い～ ●8：2の法則とは ●伝わる言葉 ●動かす言葉 ●言葉の強度 ●言葉の年齢	杉田	事業主・販促・PR広報部署向け
13	マーケティング	伝わるストーリーの紡ぎ方～文脈づくりでファンを獲得～	ブランドとして共感を呼ぶことができる「伝わるストーリーの紡ぎ方」。よいものをつくれれば売れる時代は終わりました。競合に勝ち、お客さまからファンになってもらえるブランドづくりに必要不可欠な文脈とストーリーの紡ぎ方を学びます	杉田	事業主・販促・PR広報部署向け
14	ECサイト/ Webマーケティング	小規模事業者向けECサイトとWEBマーケティング	細分化時代のEC活用	秋元	事業主向け
15	デザイン	SNS用の画像作成法	SNS発信用の写真撮影のコツなど	富澤	広報部署向け
16	デザイン	Web用のデザイン	Webデザインの見直し	富澤	広報部署向け
17	デザイン	紙媒体からのWeb転用	広告チラシの素材を使用して簡単なWebサイト制作	富澤	広報部署向け
18	マーケティング	顧客ニーズのとらえ方	自社の強み・弱みの魅力を訴求し、販売促進に活用しましょう	大森	経営者・担当者向け
19	観光	商品プラン造成について	自社の魅力の棚卸をし、差別化された特性を活かして、集客へ向けた商品造成を行い、売上拡大につなげる方法を学びます	大森	経営者・担当者向け
20	観光	シーズナリティに沿った販売計画	観光業では、四季折々のシーズナリティに沿った販売計画と魅力的な見せ方が売上を大きく左右します。自社の利益拡大に向けた集客の仕掛け方を学びます	大森	経営者・担当者向け
21	観光	OTA活用について	自社サイトによる予約や集客だけでなく、OTAの発信力を活用した予約受付や攻めの集客をするためのポイントを学びます	大森	経営者・担当者向け

22	食	食の商品開発 ～売れる商品の仕立て方～	食の商品開発において重要な、売れる商品の仕立て方のポイントを学びます ・ターゲットを定めていますか ・作りたい商品を並べていませんか ・リピートしたくなる味ですか ・価格の設定は適切ですか	横山	商品開発部署向け
23	食	飲食店メニュー開発ノウハウ ～あなたのお店のウリとなる看板メニューはありますか～	飲食店において重要な魅力的なメニュー開発。お店のウリとなる看板メニューをつくり、魅力的な伝え方をするためのノウハウを学びます ・人気メニューのブラッシュアップをしていますか ・多すぎるメニューでロスが生じていませんか ・提供時間の効率化を考えていますか	横山	商品開発部署向け
24	食	市場動向と消費者ニーズ ～市場のニーズ把握はできていますか～	売上拡大のためには、市場の動向と消費者のニーズを把握し、商品開発へと活かす必要があります。最新の市場トレンドから、時代の流れによる消費者の嗜好の変化について学びます ・食品業界の現状 ・市場動向と消費者ニーズの把握 ・最新の市場トレンドや消費者の嗜好の変化	横山	商品開発部署向け
25	人材育成	人材を活かすセルフキャリアドックの活用について	企業がその人材育成ビジョン・方針に基づき、体系的・定期的に従業員の支援を実施し、従業員の主体的なキャリア形成を促進・支援する総合的な「取組み」や「仕組み」について解説します	大森	経営者・担当者向け
26	人材育成	人を生かす、育てるコミュニケーション	・組織の成功循環モデル ・新入社員が求めているもの ・ティーチングとコーチング ・受容軌道修正	渡部	人事・育成・指導担当者向け
27	人材育成	求人・面接・採用のコツ	・求人票の書き方～求職者はここを見ている ・面接～面接対応者の心得、判断材料 ・採用～採用前のインターンシップ、リファラル採用、メンター制度	渡部	人事・採用部署向け
28	人材育成	ハラスメント研修	・パワハラ6類型を理解する（2022年より研修と配慮が義務化） ・ハラスメントの起きやすい職場 ・被害に遭った人、加害者と思われる人への対応策	渡部	全従業員向け
29	補助金	小規模事業者限定 はじめての補助金活用	事業計画の策定・見直しのヒント 環境分析～補助金活用による売上拡大	鎌田	経営者向け
30	補助金	企業の成長に使える補助金を しっかり押さえよう!	・秋田県の補助金 ・市町村の補助金 ・国の補助金 ・補助金の対象者・経費など	稲葉	経営者向け
31	補助金	創業事業計画書の作り方! 「補助金活用編」	・申請する補助金対策とは ・事業計画書の書き方 ・計画内容の説明とポイント ・相談者アイデアとその対策	稲葉	創業者向け
32	補助金	創業事業計画書の作り方! 「融資活用編」	・金融機関等への説明のポイント ・創業計画書のポイント ・収支計画書のポイント ・資金繰り表の作成	稲葉	創業者向け
33	補助金	小規模事業者持続化補助金 採択・不採択のポイントと分岐点	・小規模事業者持続化補助金について ・補助金の対象者 ・必要な書類の準備 ・対象となる経費など	稲葉	小規模事業者向け
34	経営改善	日々の経営に役立つ資金繰り表 を作ろう	資金繰り表から見える自社の経営状況を把握し、これから先の経営状況を予測することで、先手の経営戦略が見えてきます。日々の経営に役立つ資金繰り表の作り方を学びます	佐藤	経営者向け

35	経営改善	日々の経営に役立つ年間事業計画計数を作ろう	月次事業計画計数の予実管理から見える自社の経営状況を把握し、これから先の経営状況を予測することで、先手の経営戦略が見えてきます。日々の経営に役立つ年間事業計画計数の作り方を学びます	佐藤	経営者向け
36	経営改善	日々の経営に役立つ月次損益推移表を作ってみよう	月次損益推移表から見える自社の経営状況を把握し、これから先の経営状況を予測することで、先手の経営戦略が見えてきます。日々の経営に役立つ月次損益推移表の作り方を学びます	佐藤	経営者向け
37	経営改善	製造業向け収益改善のための限界利益活用術	製造業における収益改善に重要な、固定分解による限界利益と非財務情報の両面から取り組む経営改善手法について解説します	佐々木	経営者・担当部署向け
38	人材活用	外国人材活用の法的規制と準備すべきこと	人材不足時代における「外国人材活用」は、重要なテーマです。技能実習制度廃止に伴い、準備事項が変更され、企業が受ける影響に変化が生じています。違反事例を参考に、事業運営の健全化の取組みや外国人材をコアと考えていく場合の留意点について解説します	佐々木	経営者向け
39	法務	著作権の多様性を考える	デジタル化が進歩・進化する中、誰もが他人の権利に触れる時代となっています。「どこに」「何に」気を付けるべきか。著作権の基本について学び、時代に沿ったトラブル回避のための対策を考えます	佐々木	人事・労務部署向け
40	経営改善	自社の強みを活かす！成長戦略策定のポイント	自社の強み、活かしていますか？成長戦略策定に活かせる、強みの活用や再発見の方法、強みをビジネスにどう活用するかなどについてポイントを解説します	土田	経営者向け
41	経営改善	事業承継コトはじめ～歴史に学ぶ編～	事業承継、後回しにしていますか？「愚者は経験に学び、賢者は歴史に学ぶ」の観点から、歴史上の承継、失敗例、現在の事業承継データを知ることで、事業承継への第一歩を踏み出すヒントをご紹介します	土田	経営者向け
42	経営改善	社員満足に繋がる人事評価制度のポイント	人手不足が今後も加速する中、社員満足度は企業の成長、存続に向けた大きな課題です。社員満足度に繋がる人事評価のポイントについてお伝えします	土田	経営者向け
43	経営改善	事業（経営）承継計画作成のポイント	事業のバトンを渡す相手が決まったら、早速計画を立てる必要があります。事業（経営）承継10か年カレンダーを作成するポイントについて解説します。※後継者が決まっている企業向け	土田	経営者・後継者向け
44	経営改善	廃業？M&A？後継者がいないをどうする？！	後継者がいない企業の事業をどうしたらよいか？経営者や社員のためにも、取引先や社会、その他ステークホルダーのためにも最善の方法が探せるような内容でお伝えします	土田	経営者向け
45	経営改善	資金繰り安定化のためのシンプル原価低減活動	資金繰りに困っている事業者様に対し、シンプルな原価分析及び原価低減活動の仕組みを伝えるとともに、資金管理や原価管理の重要性について述べます	加賀谷	経営者・担当部署向け
46	経営改善	省エネ活動を通じた社会貢献と利益確保の両立	省エネ活動を通じ、社会貢献への取り組みのPRとともに、エネルギーコストの削減を通じた利益向上について説明します。及び、国などが推し進める省エネ投資の施策の活用についても説明します	加賀谷	経営者・担当部署向け
47	経営改善	全ての業種に活用する「Q・C・D向上」の取組み	製造業では基本的な考え方であるQ：品質管理 C：原価管理 D：納期管理を、製造業以外にも取り入れることで、企業価値を向上させる取組みについて説明します	加賀谷	経営者・担当部署向け
48	経営改善	創業者が失敗しないために準備すべきこと	創業希望者及び創業初期の経営者が立ち上げの段階で失敗しないために、お金の管理やリスクを知ること、計画を立ててチェックする体制など、成功に導くための地道な取組みについて説明します	加賀谷	創業者向け