

リンクアンドモチベーション

# サービスのご紹介

人材開発 / 組織開発 / 人材採用



Link and Motivation Group

# リンクアンドモチベーションについて

社名	株式会社リンクアンドモチベーション (Link and Motivation Inc.)
上場市場	東京証券取引所 プライム市場 (証券コード：2170)
創業	2000年4月7日
資本金	13億8,061万円(2020年12月31日現在)
売上高	326億円(グループ全体) ※2021年12月期
事業内容	モチベーションエンジニアリングによる企業変革コンサルティング モチベーションマネジメント事業 (育成・風土・制度支援) エントリーマネジメント事業 (採用支援) インキュベーション事業 (投資・組織人事支援)



Link and Motivation Group

## 2022年3月 日本・アジア初！「ISO30414」の認証を取得

アジアで初めて、人的資本に関する情報開示のガイドラインである「ISO30414」の認証を取得し、「Human Capital Report 2021」を発行しました。「Human Capital Report 2021」ではISO30414のデータをただ網羅的に開示するのではなく、当社の組織戦略について、経営の考え方を含めて重点ポイントをわかりやすくまとめました。



## 2022年7月 第7回HRテクノロジー大賞 特別賞(人的資本開示賞)を受賞

当社の『エンゲージメントを基軸にした人的資本経営20年の実践～結果としてのアジア初ISO30414取得～』の取り組みが認められ、経済産業省後援「第7回 HRテクノロジー大賞」において「特別賞(人的資本開示賞)」を受賞しました。

第7回HRテクノロジー大賞  
「特別賞(人的資本開示賞)」受賞



## 2022年7月～8月 伊藤教授などの著名人を招きカンファレンスを開催

2022年7月20日、8月4日に「人材版伊藤レポート」の伊藤教授をはじめ、日本を牽引する企業のCHRO、CEO、CDIOにご登壇いただき、「人的資本経営」などこれからの日本企業に求められることについて講演いただきました。

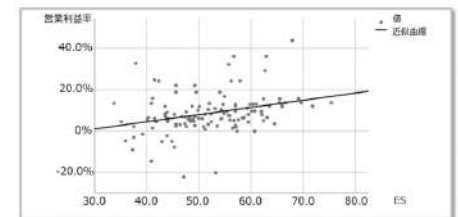


## 2018年9月 慶應義塾大学 岩本研究室との研究結果を公開

2018年9月18日、慶應義塾大学大学院経営管理研究科/ビジネス・スクール 岩本研究室と共同で「エンゲージメントと企業業績」に関する研究結果を公表しました。



Keio Business School  
慶應義塾大学大学院経営管理研究科



## 1. 人材開発領域

■ サービスの特徴	…P6
■ サービス全体像	…P8
- 新入社員研修	…P9
- 中堅社員研修	…P10
- 管理職研修	…P11
- 経営幹部研修	…P12
- テーマ別研修	…P13
- ビジネススキル・ ポータブルスキル研修	…P14
- <b>【New】管理職研修サイクル</b>	<b>…P15</b>

## 2. 組織開発領域

■ サービスの特徴	…P17
■ サービス全体像	…P19
- 経営理念浸透コンサルティング	…P20
- 職場改善コンサルティング	…P21
- 育成・教育体系構築コンサルティング	…P22
- 人事制度設計・構築コンサルティング	…P23
- ダイバーシティ&インクルージョン コンサルティング	…P24
- 経営戦略浸透コンサルティング	…P25
- インナーブランディング コンサルティング	…P26

## 3. 人材採用領域

■ サービスの特徴	…P28
■ サービス全体像	…P30
- 採用戦略全体設計サービス	…P31
- 採用業務効率化サービス	…P32
- 採用力強化サービス	…P33
- ミスマッチ防止サービス	…P34
- 内定辞退防止サービス	…P35

## 4. よくいただく質問

…P36

# 1. 人材開発領域

- サービスの特徴 …P6
- サービス全体像 …P8
  - 新入社員研修 …P9
  - 中堅社員研修 …P10
  - 管理職研修 …P11
  - 経営幹部研修 …P12
  - テーマ別研修 …P13
  - ビジネススキル・ポータブルスキル研修 …P14
  - **【New】管理職研修サイクル …P15**

## ■ サービスの特徴：「知識提供・意識変革」だけでなく「行動変革」までを実現する人材開発

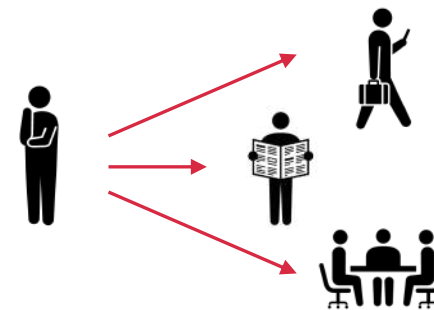
### 陥りがちな人材開発(研修)

研修当日は知識を得て「よかった」と感じるが  
いざ現場に戻ると行動が継続できない



### あるべき人材開発(研修)

研修内容が日々の行動に繋がり  
現場の変革や成果につながる



### Column

時代の変遷と共に、教育研修の価値はより実践的な内容へとシフトしている

#### 20年前の研修

- 【求められていたこと】
  - ・ 知識提供
- 【研修で提供するもの】
  - ・ 専門的で多種多様な知識

#### 10年前の研修

- 【求められていたこと】
  - ・ 意識変革
- 【研修で提供するもの】
  - ・ 内面の気づき

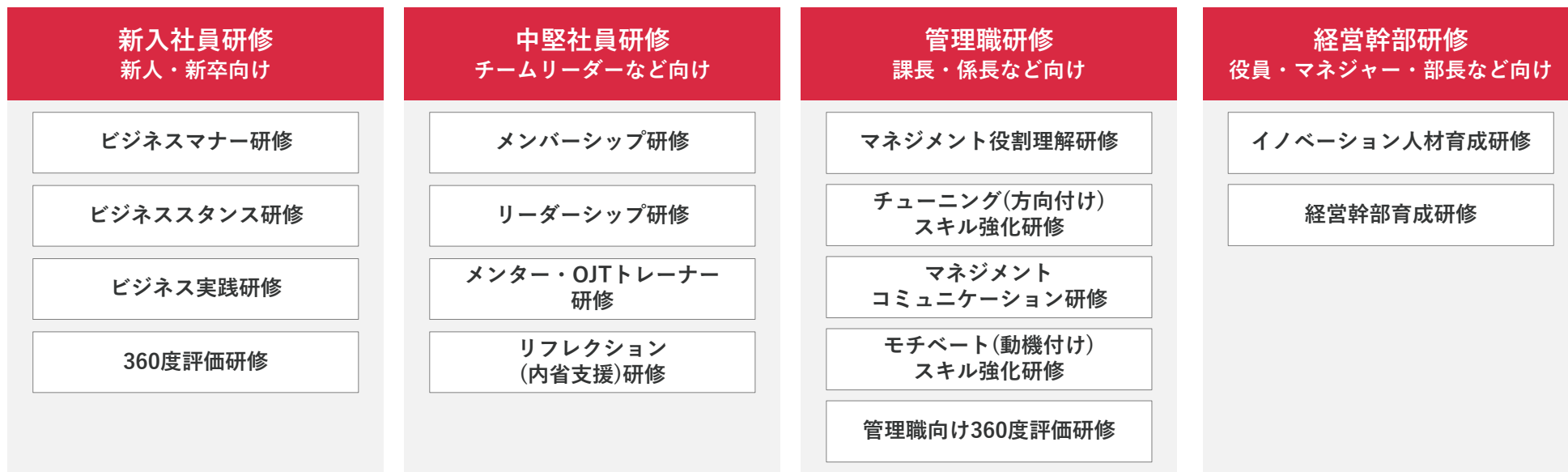
#### 現在の研修

- 【求められていること】
  - ・ 行動変革
- 【研修で提供すべきもの】
  - ・ 日々の行動の変化

## ※ 参考：「行動変革」を実現するプログラム設計のポイント



## ■ サービス全体像





# - 新入社員研修

## 【ビジネススタンス研修】

下記のニーズに対応します

- 学生気分のままではなく、社会人としての基準で仕事と向き合ってほしい
- 自分の殻に閉じこもるのではなく、適切に報連相をして周囲と協働してほしい
- 指示された仕事をするだけでなく、目的を考えて仕事をしてほしい
- 失敗を恐れるあまりに挑戦を躊躇するのではなく、まず一歩、挑戦してほしい

### 研修のポイント

#### ポイント①：

「望ましくない前提」に自ら気づかせる仕立て



#### ポイント②：

「自ら考え、判断行動できる人材」に必要な観点の理解

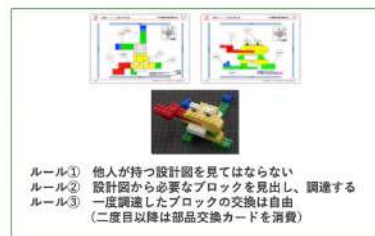
<b>S</b> ay	伝わらなければ意味がない。報連相を怠らず常に発信し続けろ！	
<b>T</b> arget	目的のない仕事はない。常に目的と優先順位を考えろ！	
<b>A</b> ction	立ち止まっている暇はない。悩む前にまずは一歩を踏み出せ！	
<b>R</b> oleplay	仕事は一人ではできない。顧客・上司・同僚など他者の立場に立て！	

### 研修プログラム例

#### 1日目：「STARの観点」の理解

体感型ワークを通して楽しみながら新入社員に求められるスタンス「STARの観点」をインプットします。

##### ワークイメージ



#### 2~3日目：「STARの観点」の実践・振り返り

本格的なビジネスワークを通して、スタンスの基準を理解します。また、振り返りを行い半年後に向けた目標を設定します。

##### 広告ワークの流れ



## 新入社員研修 その他商品ラインナップ

### 【ビジネスマナー研修】

おもに新入社員を対象に、基本的なビジネスマナーを理解するとともに、常にビジネスマナーを実践することの重要性を理解するプログラムです。

### 【ビジネス実践研修】

おもに新入社員を対象に、社会人として求められるビジネスの基礎的な技術について、「わかったつもり」ではなく「実際に行ってみて、間違いに気づくことができる」プログラムです。

### 【360度評価研修】

本研修は、主に新入社員を対象に、社会人として求められる会社や仕事への向き合い方の基本的な観点から、自分自身を振り返り、自分の目指す姿～課題設定を定めるプログラムです。

導入企業の事例はこちらから



# - 中堅社員研修

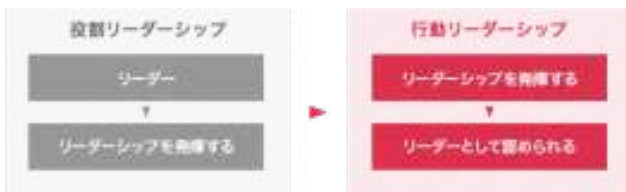
## 【リーダーシップ研修】

下記のニーズに対応します

- 中堅社員が、自分自身の業務を遂行するだけでなく、一緒に働くメンバーに対して「職場として目指すべきゴール」を明確に伝え、その実現に向けて行動してほしい
- 視野を広げて現状を把握し、組織成果を高めるために必要なことを常に意識しながら働いてほしい
- 困難な状況においても、周囲に影響力を発揮することで物事を前進させてほしい

### 研修のポイント

**ポイント①：**  
「リーダーシップ」への適切な認識を醸成



**ポイント②：**  
「リーダーシップ」を3つの要素に分解し、それぞれを具体的に発揮するためのポイントを理解



### 研修プログラム例

目的	1. 「リーダーシップ」とは何かを理解する	2. リーダーシップの「目的」「影響力」「実行」を理解する	3. 日常と接続させる
内容	<p>【ケース】社員寮の決定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・リーダーシップは意思から始まり、リーダーシップを発揮した人がリーダーとなることを知る</li> </ul>	<p>【ケース】リーダーを選べ！</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・リーダーが持つべき影響力を理解する</li> </ul> <p>【ケース】創業メンバーを集めよ！</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・リーダーは「流れを創り出すこと」と「流れを継続すること」が求められることを理解する</li> </ul> <p style="text-align: right;">など</p>	<p>【ワーク】日常との接続</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・リーダーシップを発揮していくためのアクションプランを策定する</li> </ul>

## 中堅社員研修 その他商品ラインナップ

### 【メンバーシップ研修】

中堅社員やリーダーを対象に、組織の一員として自立・協働の意識を高め、パフォーマンスを発揮していくために必要な『自立と協働』という観点を学び、その観点で自分の課題設定～目指す姿を定めるプログラムです。

### 【メンター・OJTトレーナー研修】

おもにOJTトレーナー・メンターとして若手社員と関わる中堅社員を対象に、育成のポイントである「動機形成」、「支援活動」を強化するプログラムです。

### 【リフレクション(内省支援)研修】

おもにメンター・OJTトレーナーとして若手社員と関わる中堅社員を対象に、育成のポイントである「支援活動」に特化したプログラムになっています。

導入企業の事例はこちらから



# - 管理職研修

## 【マネジメント役割理解研修】

下記のニーズに対応します

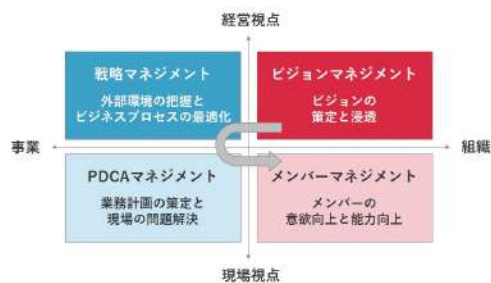
- マネジメントに注力する時間がない、何をすべきかが判断できない・明確ではない
- 自らの経験をもとにしたマネジメントしかできていない、今の時代に求められるマネジメントが分からない
- 自分自身に求められているマネジメントが理解できていない、マネジメントの課題が一括での課題設定が難しい

### 研修のポイント

**ポイント①：**  
マネジメントに求められる役割「結節点」を理解



**ポイント②：**  
マネジメントに求められる4つのマネジメントを理解



### 研修プログラム例

1日目：

- ・ 管理職の役割理解  
【エクササイズ】 フラフープを運べ  
【エクササイズ】 ブランドスクエア  
「MISSIONを遂行せよ」  
【ケース】 4人のマネージャー（管理職）
- ・ 自己開発課題の設定  
【ワーク】 サーベイ分析  
【ワーク】 アドバイススクランブル
- ・ 総括

2~3日目：

- ・ 自己開発課題の設定  
【ケース】 理職の葛藤  
【ワーク】 開発課題のプランニング
- ・ 総括

## 管理職研修 その他商品ラインナップ

### 【チューニング(方向付け)スキル強化研修】

管理職を対象に、力量があるけれども誤った認識により、全体最適を阻害しているメンバーに向けて「正すマネジメント」を獲得するプログラムです。

### 【マネジメントコミュニケーション研修】

管理職を対象に、部下のモチベーションマネジメントに必要な「モチベーションの公式」を獲得し、具体的なアクションプランを設計するプログラムです。

### 【モチベート(動機付け)スキル強化研修】

管理職を対象に、部下のタイプとモチベーションの源泉を理解し、個々に有効な動機づけるためのポイントを理解するプログラムです。

### 【管理職向け360度評価研修】

おもにマネージャー等の管理職を対象に、より多角的な結果を得られる360度評価をもとに、管理職として求められる役割を理解し、自己開発課題・アクションプランを再策定する研修です。

導入企業の事例はこちらから



# - 経営幹部研修

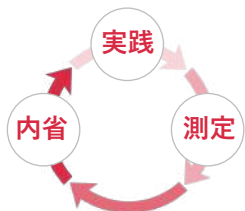
## 【経営幹部育成研修】

下記のニーズに対応します

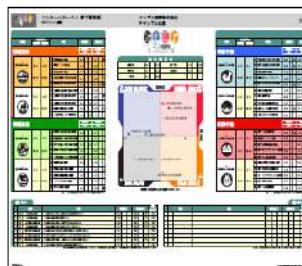
- 経営幹部・管理職候補社員が自身の現在地を適切に知り、経営幹部に求められる基準との差を理解してほしい
- 経営幹部に求められる役割を理解し、自身の過去の成功体験のみに基づいたマネジメントから脱却してほしい
- 企業経営全体の方針や課題を認識し、上位方針に接続したビジョンや戦略を描き実行してほしい

### 研修のポイント

**ポイント①：**  
9か月～12か月にわたって定期的に  
実践→測定→内省のサイクルを回すことで  
参加者の継続的な行動変革を促進



**ポイント②：**  
参加者のマネジメント状況を可視化する  
サーベイを定量的な指標として活用



### 研修プログラム例

回数	【第1回】 (1.0日)	【第2回～3回】 (1.5日・1.0日)	【第4回～5回】 (1.0日×2)	【第6回】 (1.0日)	【第7回】 (1.0日)	【第8回】 (1.0日)	【第9回～10回】 (1.0日×2)	【第11回】 (1.0日)	
タイトル	キックオフ プログラム	サーベイ フィードバック	職場 フィードバック ミーティング	メンバー マネジメント	サーベイ フィードバック	ビジョン マネジメント	戦略 マネジメント	PDCA マネジメント	サーベイ フィードバック
内容	マネジメント セオリーを 凝集して学ぶ ・自分史共有 ・社史理解	サーベイを通して 目標を設定する ・サーベイ共有 ・相互フィードバック	目標を職場 メンバーに 共有する ・目標共有 ・職場フィードバック	メンバー マネジメントの ポイント学ぶ ・能力開発	サーベイを通して 目標を設定する ・サーベイ共有 ・相互フィードバック	自事業部の 理念を策定する ・30分析/対象の様子 ・ストーリーの型	自社戦略 について考える ・30分析 ・BP分析	PDCAサイクルの ポイント学ぶ ・指標設定 ・機軸作成 ・全議体設定	サーベイを通して 目標を設定する ・サーベイ共有 ・相互フィードバック
アクションプランの進捗をそれぞれ各人が共有し、 それに対して経営層、他の参加者とセッションを行い、チェックをします。									
	現場での 実践	現場での 実践	現場での 実践	現場での 実践	現場での 実践	現場での 実践	現場での 実践	現場での 実践	現場での 実践

## 経営幹部研修 その他商品ラインナップ

### 【イノベーション人材育成研修】

新たな価値を創出するために、  
「モノ⇒コト」へ捉え直す  
「リフレーミング」の観点を理解、習得し、  
自身の役割におけるイノベーションに  
磨きをかける研修です。

導入企業の事例はこちらから



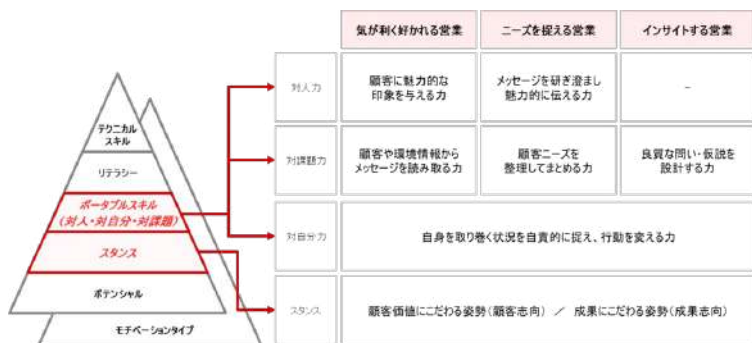
# - テーマ別研修

## 【営業力強化研修】

下記のニーズに対応します

- 自分都合で対応してしまい、鬱陶しがられる営業が多い
- 顧客の話に耳は傾けるものの、要望を的確に捉えられず的を射ない営業が多い
- 顧客の想定範囲内に落ち着き、驚きを与えられない営業が多い

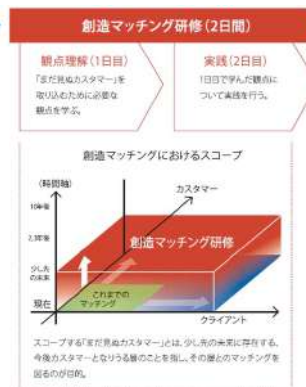
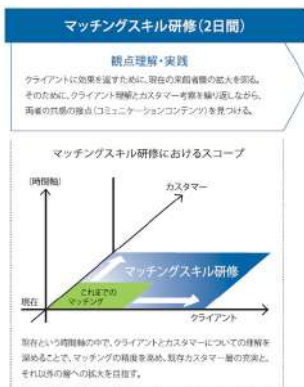
### 研修のポイント



### 営業パーソンのハイパーフォーマーに求められるスキルを3つに分類

- ① **気が効く好かれる営業に求められる力**  
(顧客に対する察知力が高く嫌味なく懐に入れる)
- ② **ニーズを捉える営業に求められる力**  
(顧客の顕在的なニーズを的確に把握し有効な解決策を提供する)
- ③ **インサイトする営業に求められる力**  
(顧客の潜在的なニーズを洞察し、顧客の見えない世界を魅せる)

### 研修プログラム例



## テーマ別研修 その他商品ラインナップ

### 【ハイパーフォーマー研修】

ターゲット社員を対象に、ハイパーフォーマーの特性や行動に関するデータをもとに要素抽出し、それをインストールすることで実際の行動へと落とし込む研修です。

### 【キャリアデザイン研修】

中堅社員やリーダーを対象に、『アイカンパニー（自分株式会社）』を経営するという意識を醸成し、自身のキャリアを考えるための観点を習得するプログラムです。

### 【リクルーター研修】

リクルーターの「集める・(志望度を)高める・口説く・育てる」という各機能に求められるスキルと、自社の顔として共通して求められる視界の獲得を通じて、会社を代表する「伝道師」を育成します。

### 【面接官研修】

面接の3要素についてワーク形式でひとつずつ学び、実践演習で定着を図ります。現代の学生動向やオンライン化にも対応した面接手法をご提供いたします。

導入企業の事例はこちらから



# - ビジネススキル・ポータブルスキル研修

## 【ロジカルシンキング研修】

下記のニーズに対応します

- ロジカルシンキングを使いこなすことの必要性和重要性を理解していない
- ビジネスを合理的に進めるための、基礎的なロジカルシンキングのフレーム・観点を知らない
- ロジカルシンキングの観点は知っているものの使い方のイメージがなく、実践できない

### 研修のポイント

ロジカルシンキングのフレーム・思考方法(本研修では「7つ道具」と呼ぶ)の習得

#### 1. 分類

情報や目的に応じて  
グループ分けを行う

#### 2. ラベリング

分類したグループに名前を  
つけ、複雑性を縮減する

#### 3. 構造化

情報を”ダブリ”や”モレ”なく  
わかりやすく整理する

#### 4. マトリクス

2つの情報を組み合わせ  
可能性の縮減と創出を行う

#### 5. 選択基準

MUST/WANTを掛け合わせ  
選択肢を絞り込む

#### 6. 切り分け

問題が起きた際の  
原因を突き止める

#### 7. システム思考

要素間の相互作用を踏まえて  
意思決定する

### 研修プログラム例

目的	1. 「思考の7つ道具」を理解する	2. 日常と接続させる	3. 総括
内容	<p>【ケース】機材入れ替え作戦会議！ ・思考道具①「分類」、②「ラベリング」、 ③「マトリクス」、④「選択基準」を学ぶ</p> <p>【ケース】リンクマートの売上を把握せよ！ ・思考道具⑤「構造化」を学ぶ</p> <p>【ケース】ケーキファクトリーの売上減少の原因を究明せよ！ ・思考道具⑥「切り分け」を学ぶ</p> <p>【エクササイズ】新商品を発売せよ！ ・思考道具⑦「システム思考」を学ぶ</p>	<p>【ワーク】日常との接続 ・プログラムを通して 学んだ思考道具を いかに日常の現場で 活用できるかを考える</p>	-

## ビジネススキル・ ポータブルスキル研修 その他商品ラインナップ

### 【コミュニケーション能力 (洞察力)開発研修】

ビジネスにおける洞察の重要性を学び、  
隠された真意や深層を読み解く洞察力を  
強化します。その結果、真意を読み取る  
精度(洞察力)を高めるフレームを使いこなし、  
日常生活の中で実践する状態を目指します。

### 【ネゴシエーション(交渉力)研修】

相手を説得し、引き出した意思決定を  
促進するためのコミュニケーションスキルを  
獲得するプログラムです。自分の意見を押し  
付けるだけで相手を説得しようとしたり、  
相手の意見の言いなりになるだけで説得に  
至らない人に対して、相手の話している内容  
を要素分解した上でどのようにコミュニケー  
ションするかを技術として習得します。

導入企業の事例はこちらから



## - 【NEW】管理職研修サイクル

### 【管理職研修サイクル】

下記のニーズに対応します

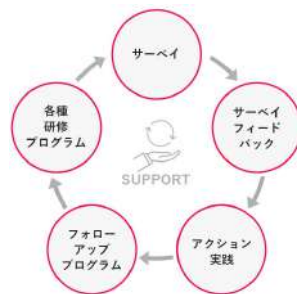
- 管理職のパフォーマンスを定量的に把握できていない
- 360度評価や研修を行うがその場限りになっている
- 研修が知識提供にとどまり管理職の行動が変わらない

#### 研修のポイント

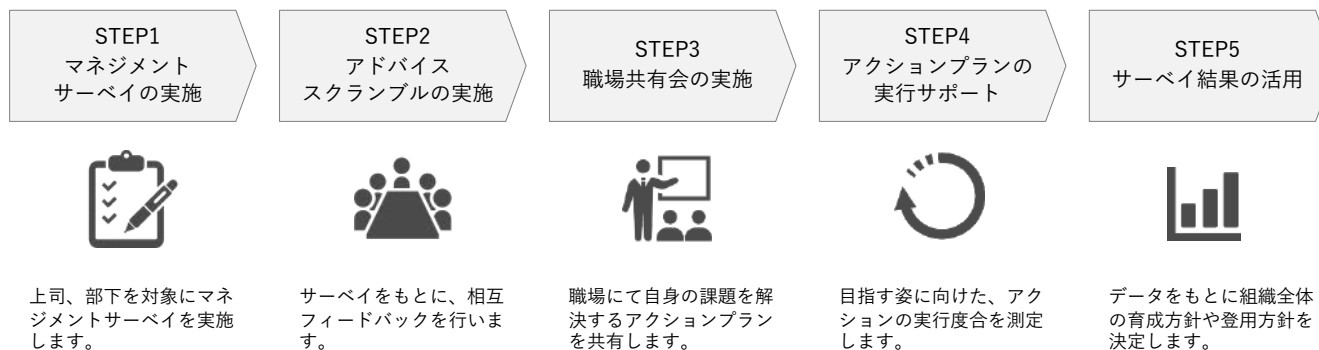
ポイント①：  
360度サーベイでマネジメント状態を可視化・数値化



ポイント②：  
管理職育成のPDCAを回せる年間を通じた育成サイクル



#### サービスフローイメージ



管理職研修サイクルに関する  
詳細資料はこちらからDLできます



サービス概要資料は  
こちら

導入企業の事例はこちらから





## 2. 組織開発領域

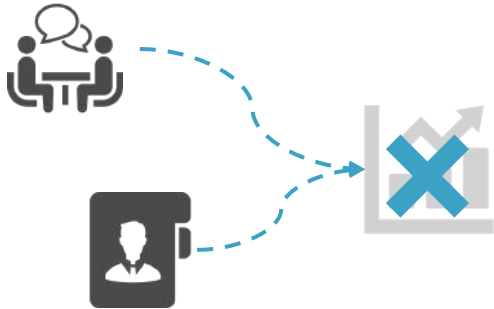
- サービスの特徴 …P17
- サービス全体像 …P19
  - 経営理念浸透コンサルティング …P20
  - 職場改善コンサルティング …P21
  - 育成・教育体系構築コンサルティング …P22
  - 人事制度設計・構築コンサルティング …P23
  - ダイバーシティ&インクルージョン  
コンサルティング …P24
  - 経営戦略浸透コンサルティング …P25
  - インナーブランディング  
コンサルティング …P26



■ サービスの特徴：「形だけの組織施策」ではなく、「業績に繋がる組織開発」

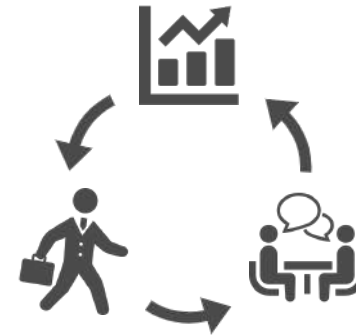
陥りがちな組織開発

施策や制度が形だけで運用され  
事業成長に繋がらない



あるべき組織開発

組織施策によって社員の行動が促進され  
事業成長に繋がっている

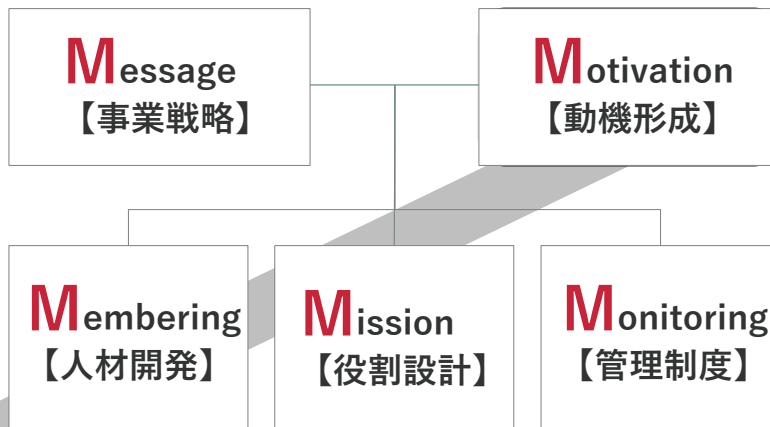
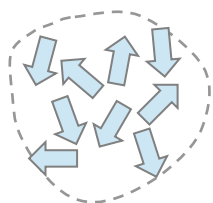


## リンクの視点 (仕組みの変革)

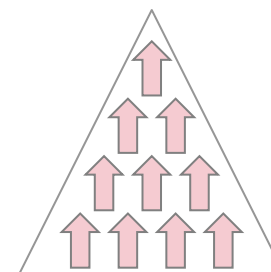
多くの企業で個々の仕組みがバラバラに設計されることにより、それぞれの仕組みが機能不全に陥っています。

リンクアンドモチベーションでは、その企業の目指す姿の実現に向けて事業戦略 - 組織戦略 - 組織施策を有機的に接続し、組織のパフォーマンスを最大化します。

陥りがちな状態



望ましい状態



## モチベーションの視点 (意識の変革)

どんなに素晴らしい戦略や仕組みがあったとしても、それを動かすのは社員の意識、つまりはモチベーションです。しかし、多くの会社が目に見えないモチベーションを軽視してしまい、組織の戦略や仕組みが実行段階で失敗に終わっています。

リンクアンドモチベーションでは、その企業独自のモチベーション特性との適合性を考慮した戦略や仕組みを設計します。また、戦略を実行レベルでの成功に導くために、意識やモチベーションに働きかけるコミュニケーション施策を設計します。

組織開発  
コンサルティングサービス

経営理念浸透コンサルティング

職場改善コンサルティング

育成・教育体系構築コンサルティング

人事制度設計・構築コンサルティング

ダイバーシティ&インクルージョン  
コンサルティング

経営戦略浸透コンサルティング

インナーブランディングコンサルティング

良くある課題

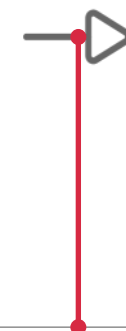
言葉が掲げられるのみで  
社員の行動に繋がらない

- ・ 事業成長に繋がらない自己満足な理念になっている
- ・ 経営層以下が理念を自分の言葉で語れない
- ・ 一方的な情報共有のみで受け手側の意欲が高まっていない
- ・ 内容伝達のみで、意図や判断基準まで伝わっていない

得られる効果

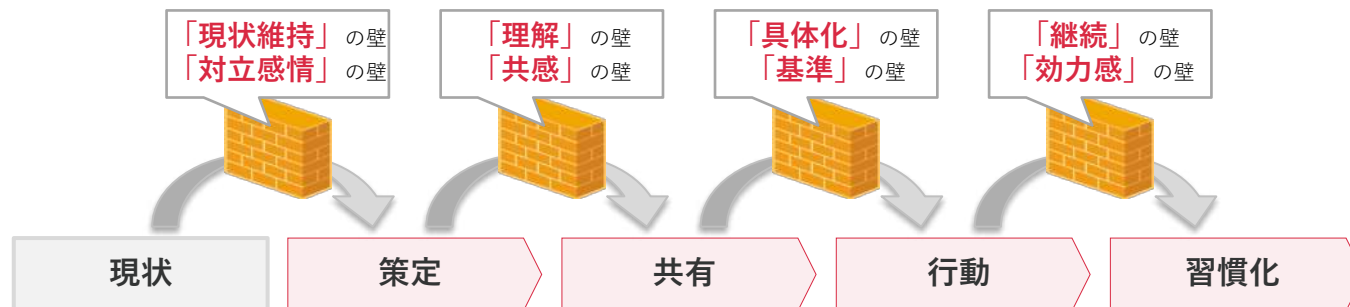
言葉に基づいた行動が生まれ、  
新たな企業風土が醸成されている

- ・ 事業成長に繋がる行動を促進される理念になっている
- ・ マネジメントが経営層の視界で理念を語ることができる
- ・ 理念が「自分ごと」として捉えられ、意欲が高まっている
- ・ 判断基準まで伝えられ、受信側の行動が変わっている



ポイント

現状維持を好む企業の風土変革を妨げる「心理的障壁」を  
払拭するアプローチを設計・実施する



良くある課題

組織としての一体感や実行力がなく  
事業成果に繋がらない

- ・仕事の目的が部署内で理解されていない
- ・お互いのコミュニケーションが少なく、  
職場内連携ができていない
- ・目標達成に対する意欲が少ない
- ・組織のエンゲージメント状態が悪い

得られる効果

一体感や実行力のある組織となり  
事業成果が生まれている

- ・仕事の目的が部署内で理解されており、  
成果に向けた行動が行われている
- ・コミュニケーションが活発で、スムーズな職場内連携ができています
- ・目標達成に対して、全員が本気になっている
- ・組織のエンゲージメント状態が良い

ポイント

チェスター・バーナードの「組織成立の3要素」に基づいて、  
「共通の目的」「コミュニケーション」「協働意思」に働きかける

職場メンバーの組織へ帰属する理由  
や、モチベーションが上下する傾向  
を明確にし、共有することで、協働  
意思におけるズレを軽減する支援を  
行います。

  
協働意思

  
共通の目的

  
コミュニケーション

職場という小集団が何のために組成されてい  
るのか、職場の目的を明確化し、職場全体に  
共有する支援を行います。

職場診断サーベイを用いて職場のコミュニ  
ケーション状態を可視化したのち、職場の  
メンバーでコミュニケーションのズレが生  
まれている原因を明確にし、解決するた  
めのアクションプランを立案します。

### 良くある課題

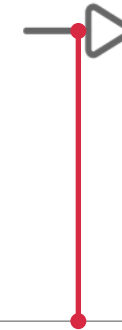
特定のタイミングのみでの  
能力強化に留まり、人材が成長しない

- ・昇格時や特定の年次等、決まった時しか能力強化がなされない
- ・一時的な自己課題設定に留まり、改善まで完遂しない
- ・チャレンジや取り組みに対して振り返りが行えていない
- ・変わり続ける習慣がなく、マンネリ状態が長く発生する

### 得られる効果

定期的な自己アップデートによって  
人材の成長が促進される

- ・継続的に能力強化が意識され、アップデートされる
- ・設定した自己課題に対して改善まで進められる
- ・改善に向けた取り組みに対して適切に振り返りができている
- ・常に変わり続ける習慣があり、社員がイキイキとしている



### ポイント

「ワンショットの機会」でなく成長のPDCAサイクルが  
短スパンで繰り返される仕組みを設計する



### 良くある課題

人を管理することを目的とし、  
業績に繋がらない

- ・設計が目的化しており、現場で運用されない
- ・コース設計において、意図が伝わらず誤解が生まれる
- ・評価項目が精緻で複雑すぎるため、理解がされにくい
- ・報酬において、何をどのように評価されたか伝わっていない

### 得られる効果

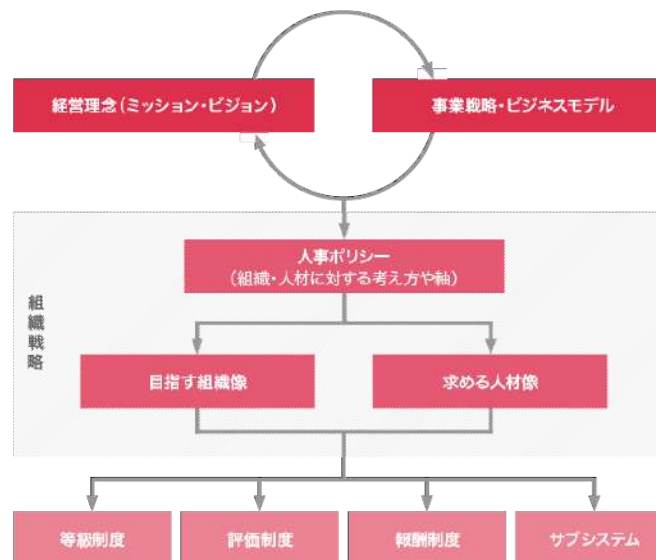
社員の行動促進を目的とし、  
業績に繋がっている

- ・現場活用が想定され、実際に現場で運用される
- ・コース設計において、意図や背景が十分に伝えられる
- ・評価項目に適度な曖昧さがあり、理解がしやすい
- ・報酬において、社員に求める行動と賞与が接続されている



### ポイント

経営理念・事業戦略からブレイクダウンした  
「人事ポリシー」に基づき、  
等級・評価・報酬制度を構築する



### 良くある課題

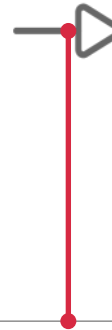
会社としてただ単に  
多様性を受け入れるだけになっている

- ・会社としての目的が無く、形式上の取り組みに留まる
- ・働きやすい環境は整うが、組織の成果に繋がらない
- ・組織の要請のみになっており、個人は賛成していない
- ・重要性の押し付けになり、具体的な方法が分からない

### 得られる効果

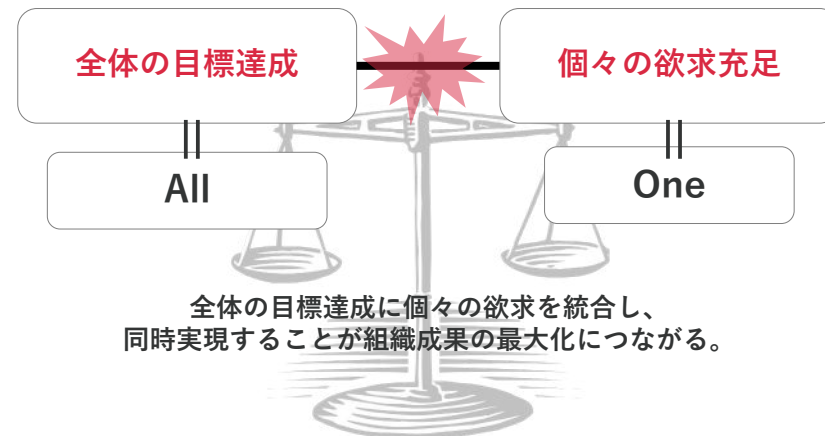
多様性を活用して、  
成果に繋げることができている

- ・推進目的が明確で、意味のある取り組みになっている
- ・働きやすい環境が整い、組織成果にも繋がっている
- ・構成員がダイバーシティ推進に賛成・納得している
- ・目的や意義に加え、何をすればよいか明確である



### ポイント

「組織の全体の目標達成」と  
「多様な個人の欲求充足」を  
同時実現することで、組織成果を最大化する





良くある課題

会社として経営戦略を掲げるものの  
現場で理解されていない

- ・ 中期経営計画は現場ではなく経営企画がやるものだと思っている
- ・ 中期経営計画と現場の仕事のつながりが見えない
- ・ 管理職層のスキルや理念戦略への理解度に差があり  
結果として中期経営計画の内容は伝達されたとしても、  
意味や意図、意義は伝達されず、やらされ感が蔓延している
- ・ 中期経営計画につながる長期的な取り組みが評価されない

得られる効果

経営戦略が現場で理解されており  
成果につながる行動が生まれている

- ・ 中期経営計画の達成について、現場が自分ごと化している
- ・ 中期経営計画と現場の仕事のつながりが明確である
- ・ 中期経営計画の内容だけでなく  
意味や意図、意義まで伝達されている
- ・ 中期経営計画につながる長期的な取り組みを評価している



ポイント

中期経営計画浸透を阻む  
3つの壁(「意義の壁」「風土の壁」「評価の壁」)を突破する

意義の壁

中期経営計画が  
自分ごと化しない

中期使命の抽象化 (つなげる)

フィロソフィ(意義)、中期経営計画(目的)、  
一人一人の仕事(手段)をつなげることで、  
中期経営計画と現場の仕事のつながりや  
自分事化を促す

風土の壁

管理職層のスキルや理念戦略への  
理解度に差がある

序列の逆転化 (人の入れ替え)

人事評価結果だけでなく、  
サーベイ結果も参考にしたミドル層の  
ジョブローテーション・再配置の展開

評価の壁

長期的な行動が  
評価されない

評価指標の明確化 (競わせる)

評価制度の中身について  
長期ビジョンやバリューの体現度合い  
× 成果の二軸で社員を評価

## - インナーブランディングコンサルティング

### 良くある課題

会社のブランドコンセプトが  
社内外で統一されていない

- ・ブランド体系が言語化されていない
- ・ブランドに沿ったミッションやスタイルが社内に浸透していない

### 得られる効果

打ち出したいブランドコンセプトに  
基づいて社営が動いている

- ・ブランド体系が言語化されている
- ・ブランドに沿ったミッションやスタイルが社内に浸透している

### ポイント

企業理念(「ブランドコンセプト」「ミッション」「スタイル」)の  
言語化から定着までワンストップソリューション

企業理念(「ブランドコンセプト」「ミッション」「スタイル」)の言語化

「ブランドコンセプト」：外部への約束ごと

「ミッション」：変わらぬ事業の存在意義・役割、会社の目的や使命

「スタイル」：「ミッション」を実現し続けていくために具体化された  
構成員一人ひとりに求められる判断・行動

ブランド体系を現場へ定着させるステップ

共有

行動化

習慣化

### 3. 人材採用領域

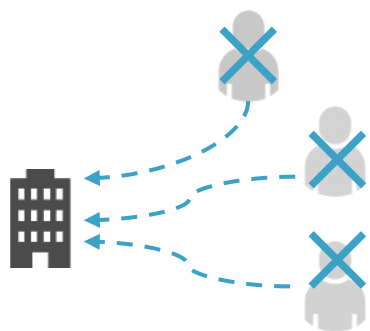
- サービスの特徴 …P28
- サービス全体像 …P30
  - 採用戦略全体設計サービス …P31
  - 採用業務効率化サービス …P32
  - 採用力強化サービス …P33
  - ミスマッチ防止サービス …P34
  - 内定辞退防止サービス …P35



## ■ サービス特徴：「入りたい人材を選ぶ」のではなく「採りたい人材を口説く」

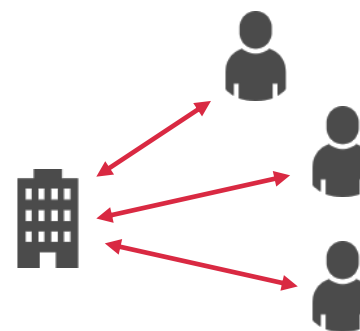
### 陥りがちな人材採用

消極的な取り組みになってしまい  
優秀な人材に逃げられてしまう



### あるべき人材採用

採用競争を上回る働きかけによって  
優秀な人材を獲得できている



## Column

「選ばれる企業」と「選ばれない企業」の二極化が進む中で、競争に勝つための戦略が求められる

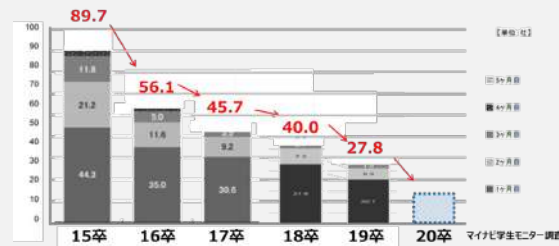
大卒の有効求人倍率が年々向上

(※参照：リクルートワークス研究所「大卒求人倍率調査」)



学生1人あたりの平均エントリー数が減少

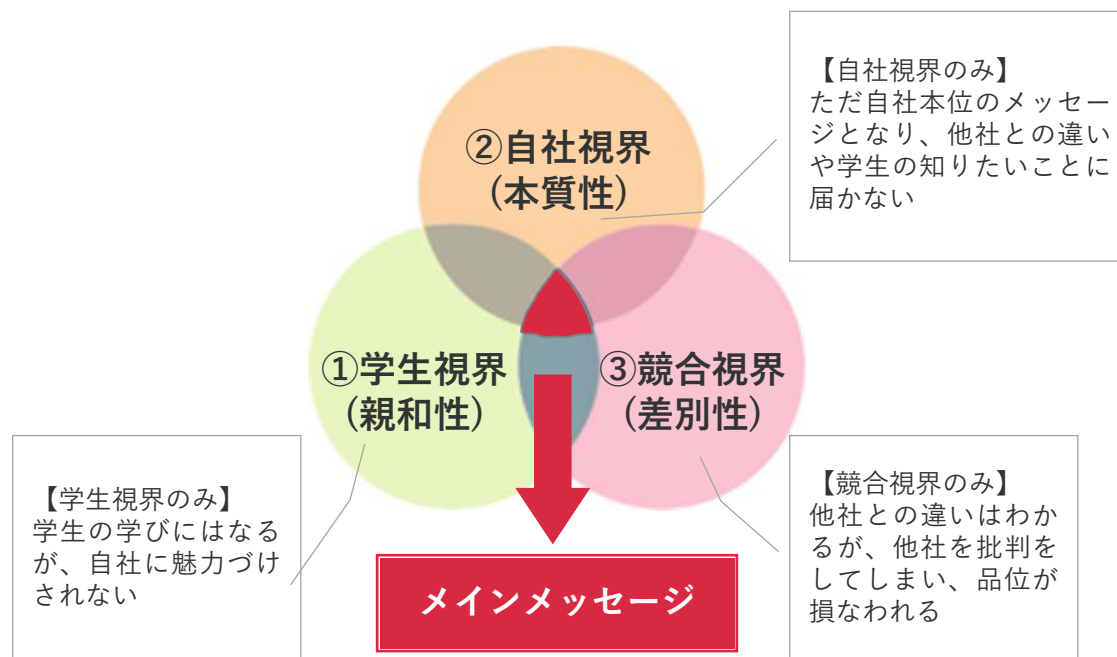
(※参照：マイナビ「マイナビ学生就職モニター調査」)



## ※ 参考：「採りたい人材を口説く」ためのメッセージ・ポジショニング設計

人は多くの情報から意味を読み取り、記憶することはできません。そのため、自社が採用のシーンでどのようなメッセージを打ち出し、(魅力的な企業であると)記憶してもらうかが重要なポイントになります。

リンクアンドモチベーションでは、①学生視界(親和性)、②自社視界(本質性)、③競合視界(差別性)の③つの観点を踏まえて、他社と差別化され、かつ魅力が伝わるメッセージを設計します。



## ■ サービス全体像



# - 採用戦略全体設計サービス

## ■採用戦略コンサルティング

### 良くある課題

#### 採用マーケットで自社が取るべき戦略が不明確

- ・採用成功が運に左右されてしまう
- ・採用活動における課題が不明確
- ・採用競合への勝ち方が分からない
- ・やるべきことが不明確で場当たりの

### 得られる効果

#### 採りたい人を採用するための勝ちパターンが明確になっている

- ・狙って自社を採用成功に導くことができる
- ・毎年の採用活動における課題が明確で改善ができていく
- ・どうアプローチをすれば採用競合に勝てるかが分かっている
- ・学生に対していつ、どのようにコミュニケーションすべきかが明確

### ポイント

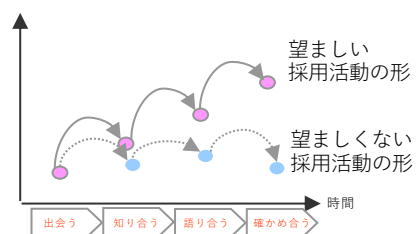
「最適な時期」に「最適な情報」を「適切な方法」で訴求することで接点を持つたびに志望度が高まる仕組みを設計する

<学生の特徴>①「1度に全てのメッセージを理解できない」②時期に応じて訴求すべき情報が変化する

#### 【7つのスコープ】



#### コミットメント度合い【リレーションビルディング】



### 採用戦略全体設計サービス その他商品ラインナップ

#### ■自社採用力調査

貴社の採用におけるコミュニケーション活動が選考を受けた学生からどう見られているかを網羅的に可視化し、課題を把握するサービスです。

#### ■承諾・辞退理由調査

内定者と辞退者のインタビューから、問題点の抽出・分析を行い、採用活動で取り組むべき課題を浮き彫りにするサービスです。

## - 採用業務効率化サービス

### ■採用アウトソーシング(RPO)支援

#### 良くある課題

##### 採用業務に追われ、 改善行動がとれていない

- ・ 人手が足りず、学生の対応が迅速にきれない
- ・ オペレーションプロセスが煩雑で、ミスが発生する
- ・ 採用活動の歩留まりが悪いが原因が分からない
- ・ 進捗が良くないが、軌道修正をするための打ち手が分からない

#### 得られる効果

##### 現状や目標との乖離から、効果的な 施策を打ち続けることができる

- ・ 学生にとってストレスのない、スムーズな対応ができています
- ・ オペレーションプロセスが整理され、ミスが発生しない
- ・ 歩留まりに対して、改善すべき点が明らかになっている
- ・ 進捗に対して、常に打ち手が検討・実施されている

#### ポイント

現状活動分析、打ち手の企画～学生へのコミュニケーション対応まで  
採用成功に必要な活動をワンストップで実施する

#### PLAN

採用目標を達成するための  
採用戦略立案

#### DO

描いた戦略を安定的に実行し、  
ターゲットの意欲向上に寄与する  
コミュニケーションの実行

#### ACTION

定量的なデータをもとにした的確な  
修正行動の提案

#### CHECK

設定した目標に対して  
定量的なデータをもとに現状を分析

#### 採用業務効率化サービス その他商品ラインナップ

##### ■採用管理システム (SCOPE)

学生の動機管理のノウハウを詰め込み、採用活動プロセス全体や現状を管理・把握する事で、採用の成功確率を高めるシステムです。



# - 採用力強化サービス

## ■採用セミナー設計

### 良くある課題

#### 魅力や違いが十分に伝わらず 学生の印象に残らない

- ・ 事実情報の羅列のみで、強みが魅力として伝わらない
- ・ 他社との違いを端的に表すメッセージがない
- ・ 学生の興味関心度合に合わせた内容になっていない
- ・ ストーリーで伝えられていないため、共感を引き出せない

### 得られる効果

#### 自社に対する印象が大きく変わり 動機形成がなされる

- ・ 自社の強みが魅力的に伝わるものになっている
- ・ 他社との違いがメッセージとして参加者に伝わる
- ・ 参加者が必要としている情報を提供できている
- ・ ストーリーで伝えることによって、共感や納得を引き出せている

### ポイント

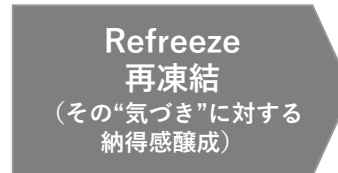
#### 学生の心理的バイアスや固定観念を考慮した シナリオ設計によって「自社」に対する”認識の変化”を促す



固定観念打破・  
興味喚起のための  
ワークプログラムなど



キーメッセージを  
伝えるスライドレクチャー、  
体感プログラムなど



キーメッセージへの  
納得感を高める  
解説や事例の提示など

### 動機付け強化サービス その他商品ラインナップ

#### ■インターンシップ企画・設計

採用初期段階において持ってもらいたい自社イメージの醸成を実現するインターンシップを完全カスタマイズにて企画制作するサービスです。

#### ■リクルーター研修

自社を魅力的に語るだけでなく、状況に応じて適切に学生を感化できるマインドとコミュニケーションスキルを育成するプログラムです。

#### ■リクルーター制度構築

リクルーター制度を運用に乗せるための業務設計はもちろん、リクルーターを動かすモチベーション設計により成果に繋がる仕組みを構築するサービスです。

#### ■リクルーターマニュアル企画・制作

リクルーターの重要性や役割定義などに加えて、学生の心理状況把握や、競合対策、口説くためのコミュニケーションスキルなどを集約するサービスです。

#### ■クリエイティブツール

(パンフレット・サイトなど)制作

個社ごとの魅力・仕事のやりがいを言語化・ビジュアル化し、学生の動機を引き出すコミュニケーションツールを作成するサービスです。

# - ミスマッチ防止サービス

## ■ 選考設計

### 良くある課題

#### 属人的に選考を行っており 見極めの質にばらつきが生じる

- ・見るべき項目が設定されておらず感覚で通してしまう
- ・面接官によって合否ラインが異なりムラがある
- ・表層的な質問のみで、見たい要素を上手く引き出せない
- ・形式的な質問に留まり、学生の志望度が下がってしまう

### 得られる効果

#### 何をどのように見極めるべきかが 明確で質の高い選考が維持できる

- ・見極めるべき項目が決まっており、通す理由が明確である
- ・合否ラインの基準が揃っており、面接官によってムラがない
- ・見たい要素を引き出すための、クリティカルな質問を展開できる
- ・引き出す質問によって、学生の動機付けにも繋がっている

### ポイント

適切な面接に必要な「面接の3要素」を明文化することで、  
質の高い選考を実施できる仕組みを設計する

①選考の「項目」  
何を見るのか？

②選考の「基準」  
どのレベルで見るのか？

③選考の「手順」  
どのように見るのか？

## ミスマッチ防止サービス その他商品ラインナップ

### ■適性検査導入 (BRIDGE)

「※ポータブルスキル」「モチベーションタイプ」「ポテンシャル」を診断し、能力や自社の組織風土との親和性を測定するサービスです。

※業界や職種によらず、どのような仕事にも適用できる基本スキル。経済産業省が提唱する「社会人基礎力」に相当します。

### ■面接官研修

面接官に求められるスタンスと適切な面接に必要な「項目」「基準」「手順」の観点を理解し、実践を通して習得するプログラムです。

# - 内定辞退防止サービス

## ■内定者フォローイベント

### 良くある課題

内定後に接点を持つものの  
入社へのモチベーションが高まらない

- ・採用成功が運に左右されてしまう
- ・採用活動における課題が不明確
- ・採用競合への勝ち方が分からない
- ・やるべきことが不明確で場当たりの

### 得られる効果

内定後の接点によって、入社への  
モチベーションが高まっている

- ・他社の内定を辞退し、早々に自社への入社を決めている
- ・入社に向けてモチベーションが向上している
- ・会社の魅力が明確になり、自分の言葉で語るができる
- ・自分が必要とされていると感じている

### ポイント

意思決定促進に必要な4つの観点を強化することで  
入社へのモチベーションを向上させる

自己選択感

選ばれた感

明確な  
入社後イメージ

同期の絆

内定辞退防止サービス  
その他商品ラインナップ

## よくいただく質問

### ■リンクアンドモチベーションの研修の特徴は？

弊社では2001年より、企業に対するコンサルティングで培ったノウハウやセオリーを定式化し、教育研修を開発しています。実際の職場での活用・実践を前提とした内容に加え、体感型ゲームやグループワークなどを中心とした“楽しみ”ながら“学ぶ”体感型の「エデュテインメントプログラム」となっていることが特徴です。

また、弊社の基幹技術であるモチベーションエンジニアリングを用いることで単なる知識提供や意識変革ではなく、参加者の「行動変革」を実現する研修となっています。

### ■研修プログラムの種類はどんなものがある？

「新入社員研修」や「管理職研修」といった階層別の研修から「リクルーター研修」や「営業力強化研修」といったテーマ別の研修まで企業様のニーズに合わせて幅広く実施しております。

### ■プログラム内容について相談することは可能？

可能です。リンクアンドモチベーションの研修プログラムは、企業様のご状況・ご要望に合わせてカスタマイズし、ご参加者の行動変化が促進されるような最も効果的な形でご提供させて頂いております。

### ■研修プログラムの費用はどの程度？

研修内容・実施人数によって費用は大きく異なります。詳細は、[お問い合わせページ](#)よりご相談下さい。

### ■研修プログラムの実施事例はある？

様々な規模・業界の企業様にサービスをご提供しております。詳細は、[実施事例ページ](#)よりご確認下さい。

## 組織に関すること、何でもお問い合わせください

### 無料セミナー一覧を見る



※現在開催しているものと異なる場合がございます。

### 問い合わせをする



社名	株式会社リンクアンドモチベーション (Link and Motivation Inc.)
上場市場	東京証券取引所 プライム市場 (証券コード：2170)
創業	2000年4月7日
資本金	13億8,061万円 ※2020年12月31日現在
売上高	326億円 (グループ全体) ※2021年12月期