

"I walk slowly, but I never backward."  
- Abraham Lincoln

# HR Times

1万人のデータから分かった  
Z世代新入社員の  
特徴と育成のポイント



## 目次

- (1) エンゲージメントサーベイから見える入社時の新入社員の状況
- (2) 360度サーベイから見える入社後の新入社員の状況
- (3) Z世代新入社員の特徴を踏まえた育成のポイント
- (4) 弊社サービスのご紹介

(1)

エンゲージメントサーベイから見える  
入社時の新入社員の状況

# 新入社員エンゲージメントサーベイ 調査概要

新型コロナウイルスの流行は、経済活動の制限など商品市場への影響に留まらず、リモートワークをはじめとした働き方にまで影響が及んでおり、仕事に関しての大きな変化を生み出しました。特に採用などでは、コロナ禍を機にオンラインに移行したことにより、社員と社員の関係性、社員と会社の関係性にも変化を及ぼし、エンゲージメント状態にも大きく影響を与えています。弊社

では、2022年度の新入社員を対象に新入社員エンゲージメントサーベイを実施し、働き方の多様化、就職活動のオンライン化の中で新入社員が企業に対してどのような意識を持っているかについての調査を行いました。本調査の特徴として、組織に対する「満足度」だけでなく、どのようなことに期待しているかという「期待度」も測定していることが挙げられます。

## ▼ 新入社員エンゲージメントサーベイの概要

当社独自の「組織への帰属要因となる4因子（目標・活動・人材・条件）」を16領域・全64項目に分類し（※1）、それぞれの項目について期待度・満足度の2つの観点で質問を行い、回答者はそれぞれの期待度、満足度を5段階で回答する。また、組織への帰属要因となる4因子の総合満足度を質問し、同様に5段階で回答する。

新入社員エンゲージメントサーベイは上記の計132問の設問で構成され、回答結果は「期待度」「満足度」の各項目のスコアおよび、期待度×満足度の2軸で整理された「4eyes® Window」（※2）を使用して整理される。

※1：新入社員エンゲージメントサーベイにおける16領域

因子	領域	項目	因子	領域	項目		
目標	会社基盤	企業認知	人材	組織風土	開放的風土		
		財務基盤			企業の財務的な安定性	進取的風土	進んで新しいことに取り組む風土
	理念戦略	企業理念		企業が掲げる理念・ビジョン	人的資源	人材・共感性	共感できる人材の存在
		経営戦略		企業が掲げる経営戦略	人材・有能性	優秀な人材の存在	
活動	事業内容	社会的意義	条件	報酬体系	経済報酬	経済的な報酬の獲得機会	
		競争優位			事業の競争優位性	感情報酬	非経済的な報酬の獲得機会
	仕事内容	貢献実感		顧客や会社への貢献実感	制度環境	柔軟で働きやすい制度環境	
		成長実感		自分自身の成長実感	施設環境	快適で働きやすい施設環境	

※2：4eyes®Window概念図

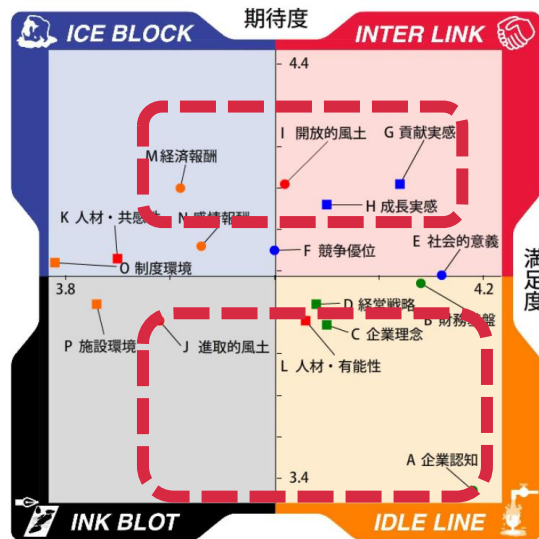


# 新入社員エンゲージメントサーベイ 調査結果

2022年卒の新入社員3,370名に対してエンゲージメント状態を調査した結果、新入社員の特徴の一つとして、自身の周りの環境や与えられる仕事に対する関心が高い傾向が見られました。一方で、企業理念や先進的なチャレンジには関心が低い傾向が見られています。言い方を变えると、風通しのよさや自分の身の回り、仲間同士とい

った半径5m以内の事柄への興味が強い状態です。2022年卒の新入社員の特徴を推察すると、距離感の遠い「会社の理念」に沿った行動や「組織の成長」に繋がる挑戦などに対しては、積極性が低いことが挙げられます。そのため、いかに積極性を引き出すかが、新入社員育成のポイントになると考えられます。

## ▼2022年卒 新入社員エンゲージメントサーベイの結果



【調査対象】 2022年卒 新入社員3,370名

### ▼期待度上位4領域

開放的風土 経済報酬 成長実感 貢献実感

意見が言いやすく、十分な給与がもらえる環境で  
成長や貢献が実感できる環境で仕事がしたい

### ▼期待度下位4領域

企業認知 企業理念 人材・有能性 進取的風土

企業のブランドや理念、優秀な人材がいるかどうか、  
挑戦する風土には興味がない

「積極性」を引き出すことが新入社員育成のポイントとなる

(2)

360度サーベイから見える  
入社後の新入社員の状況

# 新入社員360度サーベイ 調査概要

リンクアンドモチベーションでは、ビジネスパーソンに求められる能力を人材要件フレーム（※1）として定義しています。今回の調査では、新入社員の成長の土台となるスタンス形成に関して、調査を行いました。すぐに現場で使えるテクニカルスキルやリテラシーと異なり、スタンスは効果や成果が見えにくいものですが、今回の調査でこれまで定性的にしか語られてこなかったスタン

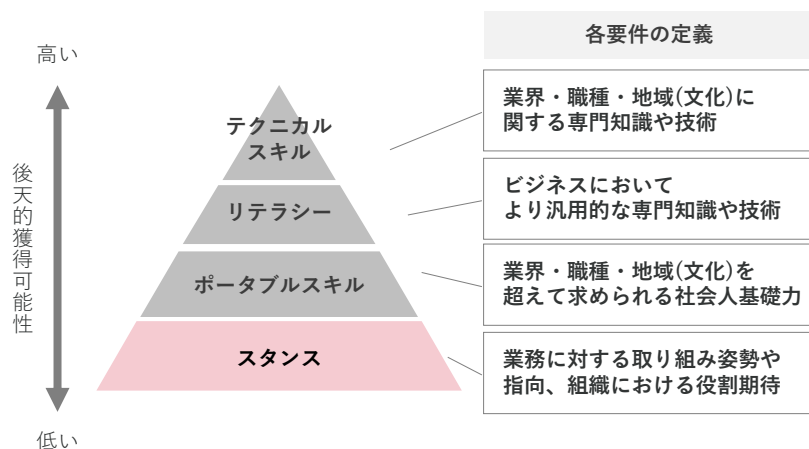
スを定量化し、傾向の分析を行いました。本調査では、2021年末までの過去の受検者のべ11,000人のデータを分析し、経年変化を分析しています。新入社員のスタンス（業務に対する取り組み姿勢や指向）が、同僚（協働者）と上司（評価者）のそれぞれの視点からどのように認識されているかが、時系列に沿って変化していることが明らかになりました。

## ▼ 新入社員360度サーベイの概要

当社では、新入社員に求められる「ビジネススタンス」をSay・Target・Action・Roleplay（以下STAR）と定義している。ビジネススタンスサーベイは、STARをさらに分類した8領域/40項目に関する全84問で構成される（※2）。

40項目に対して「どのくらい求めているか(=期待度)」「どのくらい満足しているか(=満足度)」を職場上司・メンバーがそれぞれ回答することでスコアが算出される。

※1：人材要件フレーム



※2：ビジネススタンスサーベイの質問項目

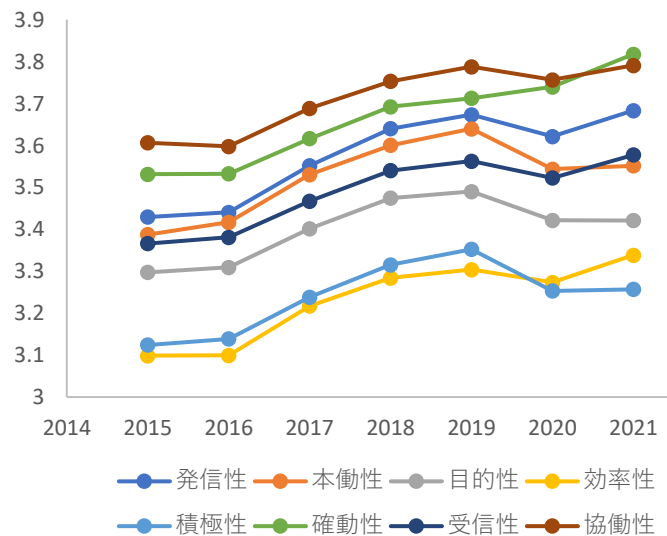
領域	項目 No.	項目	領域	項目 No.	項目
Say	A 発信性	1 進捗状況の報告	Action	21 スタートダッシュの重視	
		2 結果の的確な報告		22 時間の区切りと集中	
		3 問題時の即座な報告・相談		23 チャンスの積極活用	
		4 わかりやすい伝達		24 あいまいな状態での実行	
		5 日常の発見・気付きの伝達		25 気持ち・行動の切り替え	
	B 本働性	6 不明時の積極的な確認		26 ミスのない確実な遂行	
		7 自分の意見・意思の発信		27 期日や締め切りの遵守	
		8 会議での積極的発言		28 最後までやり抜く姿勢	
		9 主体的な取り組み姿勢		29 やるべき仕事の完遂	
		10 仕事に対する問題意識		30 途中確認の徹底	
Target	C 目的性	11 目的を意識した行動	Roleplay	31 アドバイスの素直な受容	
		12 職場における役割理解		32 相手の真意を捉える姿勢	
		13 仕事の意義理解		33 対立時の傾聴姿勢	
		14 適切な優先順位付け		34 職場メンバーの状況把握	
		15 目標達成へのこだわり		35 情報の幅広い収集	
	D 効率性	16 事前の段取り		36 約束の確実な実行	
		17 緊急度・重要度の理解		37 チームワークの意識	
		18 効率的な取り組み姿勢		38 周囲への気持ちよい対応	
		19 起こりうることの予測		39 相手の立場の理解	
		20 柔軟な計画修正		40 周囲への協力姿勢	

## 新入社員360度サーベイ 調査結果

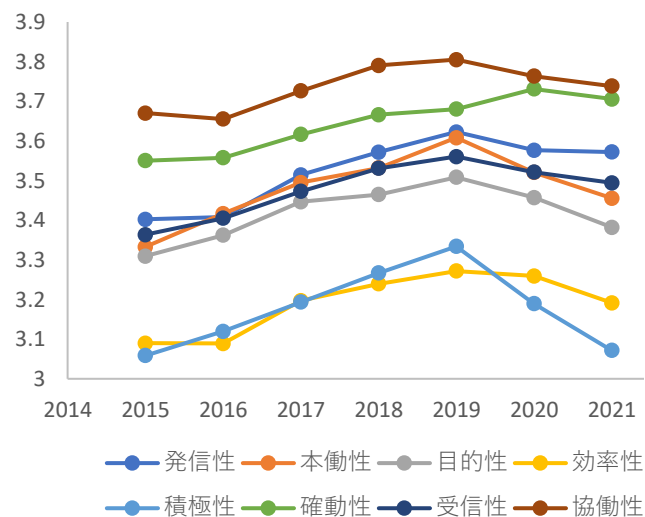
同僚・上司の360度サーベイの共通傾向として、「確動性」「協働性」の満足度が高く、協力して確実に仕事を進めることが評価されている様子が明らかになりました。一方で、共通して「積極性」「効率性」の満足度は低く、積極的に組織に関わり、段取り良く仕事をする事へは改善の余地があることが伺える結果でした。同僚版では、全体的に満足度は経年で高まっており、仲間同士で褒め合う傾向が強まっている可能性があります。

上司版では、直近2年で満足度の低下傾向が見られ、特に「積極性」「本働性」「目的性」が低下していました。エンゲージメントサーベイの結果と同様に、新入社員の積極性を引き出すことが育成のポイントになっていると考えられます。今回の分析では受験者全体の平均を対象としましたが、各社ごとの運用においては、自社のビジネスモデルや風土に合わせたスタンスの醸成が重要なため、より細かくした運用が重要になっていきます。

### 360度サーベイの同僚版満足度の経年変化



### 360度サーベイの上司版満足度の経年変化





## 【参考】新入社員360度サーベイ 活用事例

自社のビジネスモデルや風土に合わせたスタンスの醸成を行う際には、ハイパーフォーマーは何が評価されているのかを具体的に把握する必要があります。弊社の新入社員360度サーベイでは「自ら考え、判断行動できる人材」にとって必要な行動の観点を「STARの観点」として整理しています。「STAR」の観点でデータを蓄積することで、自社のハイパーフォーマーの要件を明確

にすることが可能です。例えば、同じ保険会社においても、a社とb社でハイパーフォーマーのデータを比較した際に「分かりやすいSay・Action」は共通する一方でa社では「こまめなSay」、b社では「Roleplay・主体的なAction」が特徴的な項目として抽出されました。このことから同業種でも、ハイパーフォーマーに求められる要件は異なることが分かります。

### ▼ 自ら考え、判断行動できる人材の「STARの観点」

Say	発信性	即座の報連相 / 分かりやすい発信 など
	本働性	主体的な意志の発信 / 不明点の確認 など
Target	目的性	目的や目標へのこだわり / 役割の理解 など
	効率性	段取りや優先順位付け / 柔軟な計画修正 など
Action	積極性	スタートダッシュ / 気持ち・行動の切り替え など
	確動性	ミスのない遂行 / 期日や締切の遵守 など
Roleplay	受信性	アドバイスの素直な受容 / 周囲の状況把握 など
	協働性	約束の確実な実行 / 周囲への気持ちよい対応 など

### ▼ ハイパーフォーマーの共通項と個社特徴



(3)

Z世代新入社員の特徴を踏まえた育成のポイント

## Z世代新入社員の特徴と社会人に求められる観点のGAP

エンゲージメントサーベイや360度サーベイの結果から、身の回りの環境や周囲の人々に対する意識が強く、きちんと仕事を進められることが、Z世代の特徴だと分かります。一方で、身内の中で評価をし合い、挑戦的な取り組みには意識が薄いということも特徴的です。言い換えると、学生時代から培われてきた「横同士の意識」が

強く表れていると言えます。しかし、社会人として働くということは、横並びの社会から縦の競争社会に出ることになります。この意識変化が上手くいかない場合には、新社員育成が進まない可能性があります。つながり方の変化に対応するためには、「積極性」と「健全な競争意識」を醸成することが大切です。

### ▼ 社会人になるタイミングでのつながりの変化

#### 社会人：タテの世界

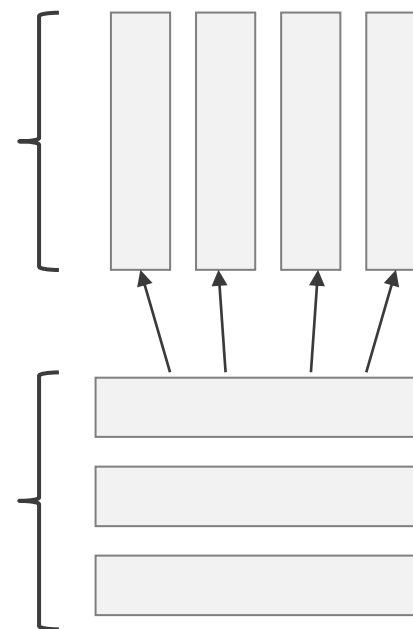
【特徴：競争環境】

- ・組織の階層化
- ・ビジネスを通じた多様な人々の関わり

#### 学生時代：ヨコの世界

【特徴：世代ごとの教育】

- ・進級や進学に伴う年次進行
- ・同年代同士の世界



出典：東洋経済新報社, 金間大介, 2022.3. 『先生どうかみんなの前で褒めないでください』より弊社一部編集

## Z世代新入社員の特徴を踏まえた育成のポイント

Z世代新入社員の特徴を踏まえて、効果的な育成を行うためには「人事からの働きかけ」と「新入社員本人の意識醸成」の両方が必要です。人事からの働きかけでは、ビジネスにおける基本的な仕組みを伝え、競争意識の重要性の理解を促すことがポイントです。また、新入社員が安心して成長・内省を行えるようなサポートを行うこ

とも同時に必要となります。新入社員本人は「競争することは悪ではなくゲームルールである」ことを理解し、ビジネスにおいて必要な競争を知ることが大切です。また、上司や先輩からのフィードバックに加えて自分から行動の振り返りや内省を行い、成長のサイクルを回すような意識を持つことが重要です。

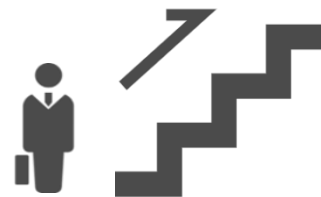
### 人事が働きかけるポイントの具体例

- ・ 競争意識の重要性を伝える
- ・ 競争の結果が分かりやすい仕組みを伝える
- ・ 安心して育てられるように個別対応する
- ・ 成長・内省サイクルが回るように支援する



### 新入社員本人が持つべき意識の具体例

- ・ ビジネスは競争が重要であることを理解する
- ・ 現状をもとに、自ら改善する意識を持つ
- ・ タイミングを見て挑戦することを考える
- ・ 自ら成長・内省サイクルが回るように意識する

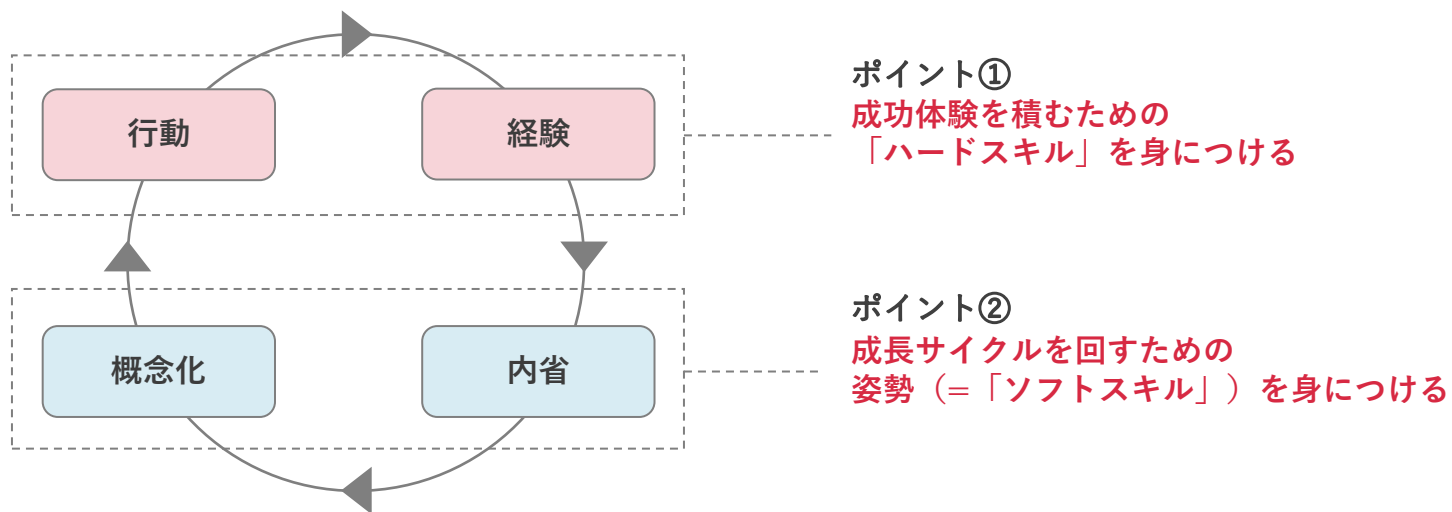


## 主体性を引き出す「経験学習サイクル」とは

自分で考えて挑戦し、新たな成功を作ろうとする主体性のある人材を育てるには、コルブの経験学習サイクルの実践を促すことが有効です。このサイクルを回すポイントは①「行動」と「経験」において成功体験を積むスキルを身につけること、②「内省」→「概念化」を行う姿勢(=スタンス)を身につけ、成長サイクルを回すことです。①について、Z世代の若手社員は上の世代よりも失

敗や挫折を乗り越えた経験が少ないという特徴から、失敗が自信の喪失や「自分にもっと合う仕事があるのでは」という考えを引き起こすことが多いです。そのため失敗よりも成功体験が有効です。ただ成功体験は意識しないと振り返りが疎かになりがちのため、成功要因を省察しポイントを概念化して次につなげる成長サイクルを習得する必要があります。

### ▼ コルブの経験学習サイクル



## これからの新入社員研修に求められる「アイコンパニー」

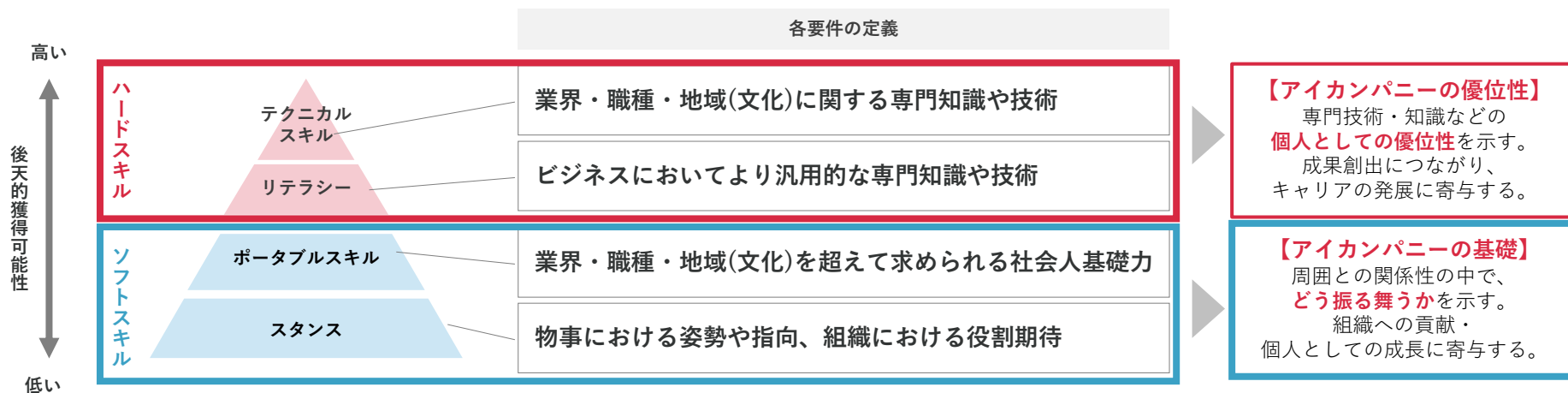
新入社員が「積極性」と「適切な競争意識」を持つためには、キャリア意識を変えることが有効です。そのために役立つ考え方として、弊社では「アイコンパニー」というキャリア意識を提唱しています。「アイコンパニー」とは、自分を一つの会社と見立て、同僚や上司、顧客、会社といった多くのステークホルダーから選ばれながら、自身を成長させていくという考え方

です。アイコンパニーの体現の際には、社会人に求められる能力を図式化した「人材要件フレーム」が参考になります。社会人の基礎力(ソフトスキル)から専門性(ハードスキル)を整理しており、経験学習サイクルを実践するために何を鍛えれば良いかが明確になります。能力を高め、ステークホルダーから選ばれる意識を持つことが、積極性や競争意識の醸成に繋がります。

### アイコンパニー

自身を1つの会社に見立て、その経営者としてアイコンパニーを優良企業や、人気企業に育てていくことを目指す、会社に依存することなく、自立的に自らのキャリアを形成していく考え方。

#### ▼ 参考となる考え方：人材要件フレーム



(4)

弊社サービスの紹介

「アイコンパニー」としてデジタル時代を生き抜くためには、勘や経験ではなく、データによって判断し、再現性高く仕事をしていくスキルが必要になります。データをもとに判断するステップは、情報収集→仮説検証→伝達であり、それぞれに求められるハードスキルとして「データ加工スキル」「データ分析スキル」「データ整理スキル」が対応します。この3つのデータ

スキルの基礎となるのは「Excelスキル」ですが、弊社の調査によれば、新入社員はExcelスキルが低く（2000~2022年新卒入社者の平均点34.2点/100点満点）、デバイス社会慣れはしていても、デジタル社会慣れしていない状況であることが明らかになっています。そのため、基礎となる「Excelスキル」を高めることで、業務生産性が上がることが見込めます。

## ▼ データによって判断し、再現性高く仕事を行うためのスキル



## ▼ Excelスキルサーベイで見る新入社員のハードスキルの実力

2000~2022年新卒入社者  
Excelスキルテスト 平均点**34.2**点

Rank	点数	想定される状況
A	90点～	応用機能も含め、効率的に活用できており、生産性が高い。目的立脚で効率の良い作業が可能。
B	80～89点	基本機能が効率的に活用できている。応用機能の操作速度を向上させればさらに効率化が可能。
C	65～79点	活用頻度の高い基本機能や応用機能は理解しているが、速度向上の余地がまだある。
D	50～64点	基本機能がなんとか利用できているが、操作が遅い。また、応用機能を知ることに対応幅が広がる。
E	35～49点	機能の理解が乏しく、力技で生産性を高めている。機能を正しく知ること大きく生産性を高めることが可能。
F	25～34点	知識不足に加えて操作が遅く、多くの時間を費やしている。基本機能から対応幅を広げることで、ステップアップが可能。
G	～24点	Excel操作をほぼ理解していない。

トレーニングは不要

中級者向け  
トレーニングが必要

初級者向け  
トレーニングが必要



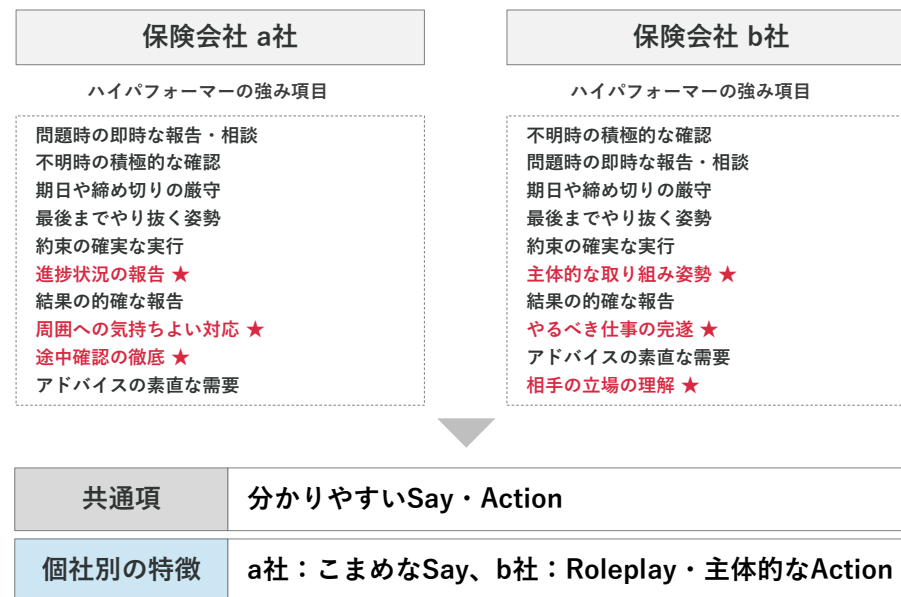
「アイコンパニー」の考えを実践していくためには、自ら考え、判断・行動し続ける姿勢を獲得することが重要です。弊社では、「自ら考え、判断行動できる人材」に求められる観点を「STARの観点」として整理しています。また、これらの観点は単に理解・実践するだけでなく、360度サーベイなどを通じて、周囲の認識をもとに自分の強み・弱みを把握しながら、行動を修

正することが重要です。また、「STAR」の観点でデータを蓄積することで、自社のハイパーフォーマーを定量化することも可能です。例えば、同じ保険会社においても、a社とb社でハイパーフォーマーのデータを比較した際は、「分かりやすいSay・Action」は共通項でしたが、「こまめなSay」はa社のみ、「Roleplay・主体的なAction」はb社のみに見られる特徴でした。

## ▼ 自ら考え、判断行動できる人材に求められる「STARの観点」

Say	発信性	即座の報連相 / 分かりやすい発信 など
	本働性	主体的な意志の発信 / 不明点の確認 など
Target	目的性	目的や目標へのこだわり / 役割の理解 など
	効率性	段取りや優先順位付け / 柔軟な計画修正 など
Action	積極性	スタートダッシュ / 気持ち・行動の切り替え など
	確動性	ミスのない遂行 / 期日や締切の遵守 など
Roleplay	受信性	アドバイスの素直な受容 / 周囲の状況把握 など
	協働性	約束の確実な実行 / 周囲への気持ちよい対応 など

## ▼ 若手ハイパーフォーマーの共通項と個社特徴



STARの意識を強める育成を行うためには、4つのポイントがあります。

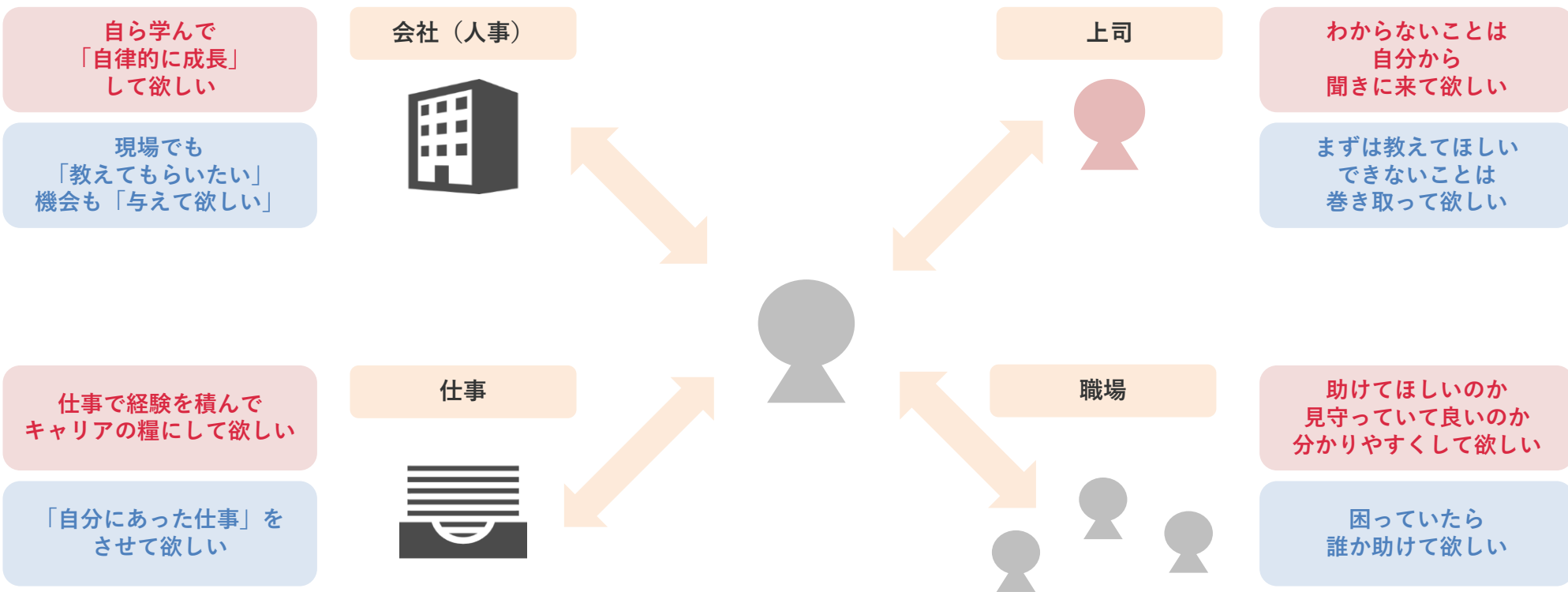
「会社」「上司」「仕事」「職場」のそれぞれで、企業

側の意向と若手社員の気持ちにどのようなズレがあるのかを把握することが大切です。それぞれで生じるズレに対する適切な対応をすることが大切です。

## ▼企業の意向と若手社員の気持ちの「ズレ」

企業の意向

若手社員の気持ち



# リンクアンドモチベーションの研修の特徴

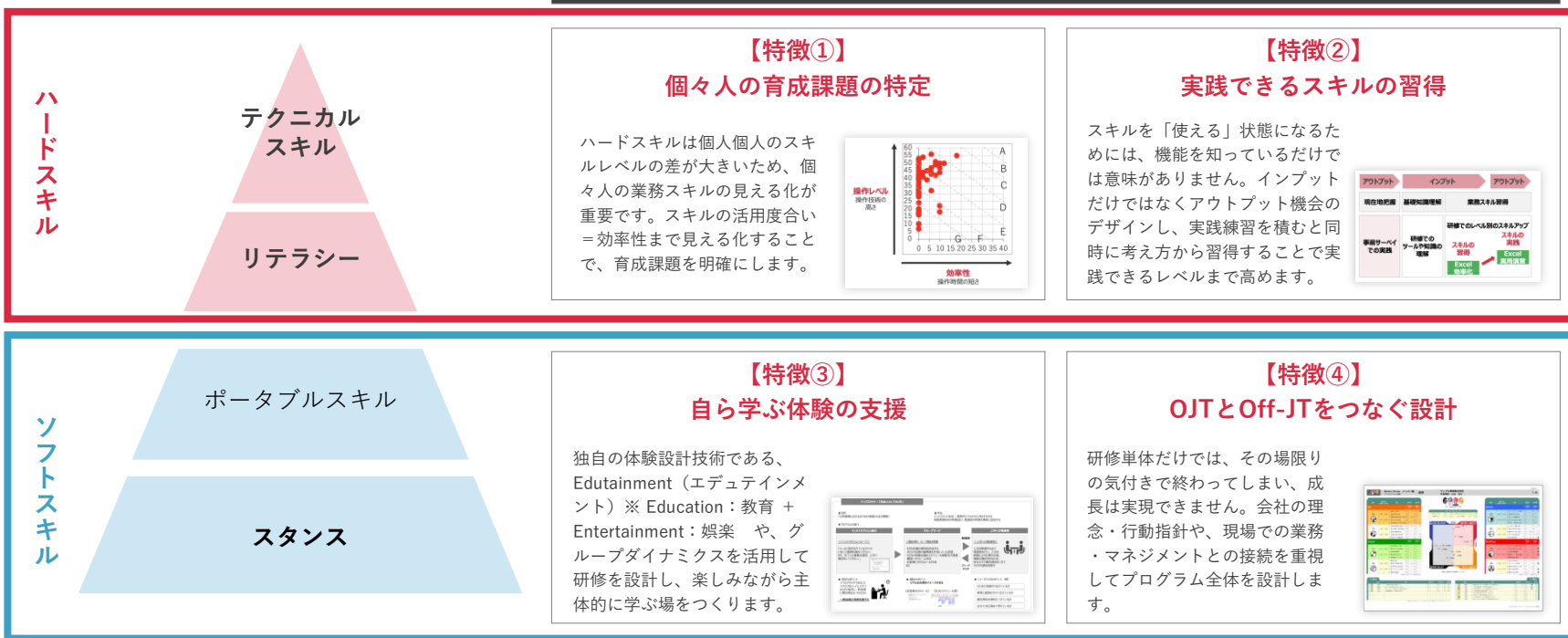
リンクアンドモチベーションでは、「再現性」×「実効性」を持つ技術である「モチベーションエンジニアリング」をもとに、誰でも、確実に変化するための研修を提供しています。ハードスキル開発においては、事前診断で個々人の育成課題を特定(…特徴①)し、効果のある変革施策で実践できるスキルの習得(…特徴②)ま

で支援しています。ソフトスキル開発においては、自ら考え、判断・行動し続ける社員を育てるために、楽しい・理解するだけではなく、積極性を引き出し、自ら学ぶ体験を支援する(…特徴③)とともに、現場で学び続けるために、OJTとOff-JTをつなぐような設計(…特徴④)を行なっています。

## 弊社サービスの特徴

「再現性」×「実効性」を持つ弊社独自の技術である「モチベーションエンジニアリング」を駆使した研修設計

高い  
↓  
後天的獲得可能性  
↓  
低い



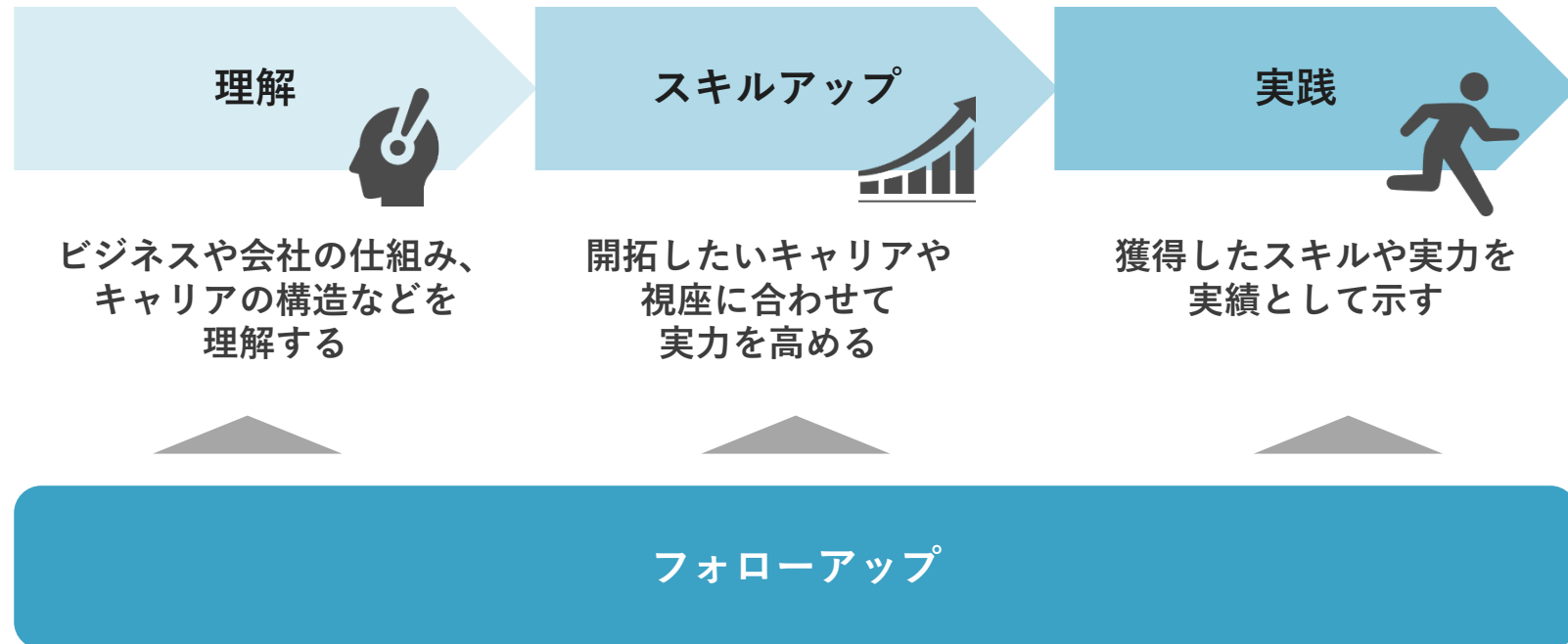
リンクアンドモチベーションの新入社員即戦力化プログラム(ハードスキル)では、個々人の育成課題を特定し、効果のある変革施策で実践できるスキルの習得まで支援致します。ハードスキルを身につけるためには「診断」「変革」「再診断」の3ステップが必要です。まず「診断」では、ハードスキルは個々人によってスキルレベルが異なるため、個々人の業務スキルの見える化を行い、育成課題を明確にします。また「変革」では、

インプットだけではなくアウトプット機会をデザインし、実践練習を積むと同時に考え方から習得することで実践できるレベルまで高めます。最後に「再診断」を行い、施策前後でサーベイ比較をすることで、スキルアップ度合いや効率化の成果を可視化できます。また、診断結果を公表することで、適切な危機感を伝えつつ、競争を促すことで成長の機会をつくることも可能です。

	診断	変革		再診断
目的	現在地の把握	基礎知識の理解	業務スキルの習得	変化度合いの測定
ポイント	操作レベル(操作技術の高さ)と効率性(操作時間の短さ)を測定	誰に・何の目的でスキルを使うのか、などの考え方から習得	個々人の状況に合わせたレベル別研修プログラムを実施	※「診断」と同様
具体的なサービスイメージ	<p>【知識診断】 「デジタルナレッジサーベイ」 デジタル技術の活用ナレッジの理解度合いを測る</p> <p>【操作診断】 「Excelスキルサーベイ」 Excel活用の操作スキルと作業効率を測る</p> <p>「PowerPointスキルサーベイ」 PowerPoint活用の操作スキルと作業効率を測る</p>	<p>研修でのツールや知識の理解</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ グループウェア研修</li> <li>■ IT知識理解研修</li> <li>■ Word研修</li> <li>■ PPT研修</li> </ul> <p>など</p>	<p>レベル別の研修例</p> <div style="text-align: center;"> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Excel実用演習研修</div> <div style="text-align: center;">↑</div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Excel効率化研修</div> <div style="text-align: center;">↑</div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Excel応用活用研修</div> <div style="text-align: center;">↑</div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px;">Excel基礎理解研修</div> </div>	※「診断」と同様

ソフトスキルの育成は、理解、スキルアップ、実践の3つのステップから成ります。まず、「理解」では、ビジネスや会社の仕組み、キャリアの構造を理解し、自身のキャリアパスを明確にすることが求められます。次に、「スキルアップ」では、開拓したいキャリアや視座に合わせて、必要なスキルや知識を獲得し、自身の実力を高

めます。最後に、「実践」では、獲得したスキルや実力を具体的な実績として示し、自身の価値を証明します。これらの各フェーズでは、適切な自己認知のサポートやモチベーションのフォローが重要となり、個々の社員が自己のキャリアを主体的に形成するための支援を提供します。



各フェーズで適切な自己認知のサポートやモチベーションのフォローを行う

ソフトスキルを育成するためには、ビジネスの基本である「信頼の重要性の理解」と「信頼醸成の方法」を伝えることが有効です。弊社の研修では、最初に学生と社会人の違いを明確にし、相手基準で物事を考える姿勢、期待を把握して的確に応え続けることの重要性を体感します。続けて、信頼醸成でポイントとなる観

点を理解し、ケースワークを通じて実践を行います。この過程を通じて、周囲からの評価やフィードバックを基にして振り返りや次に向けたアクション策定を行い、経験学習サイクルを回すことに慣れる仕立てを盛り込んでいます。理解と実践を繰り返すことで、ソフトスキルを効果的に高めることが可能になります。

ビジネスの基本理解＝信頼の重要性

信頼醸成の方法＝TRUSTと内省

	社会人としての役割理解	ビジネスの構造の理解と自分基準からの脱却	ビジネスにおける信頼の重要性	成果創出の方法	継続的な信頼獲得	期待を創りにいく重要性の腹落ち
概念図						
伝える観点	<ul style="list-style-type: none"> <li>学生と社会人の違い</li> <li>価値を与える側という意識の重要性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネスにおける相手基準の重要性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>相手の期待に応え続けることの重要性</li> <li>信頼獲得が次の期待を創るという好循環を生む</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>信頼獲得のポイント理解（TRUSTの観点） Take：自ら役割を取りに行け！ Responsibility：やるべきことに向き合え！ Understand：相手の期待を把握しろ！ Speed：時間を意識し初動を早めろ！ Together：周囲の協力を上げ！</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行動の具体化の重要性</li> </ul>	
手法	(アクティビティ) 志望動機を語る過程で、社会人として、相手に価値を「与える側」になったことを実感する。	(交渉ゲーム) ある営業シーンにおいて、営業役と顧客役に分かれて商談を実施。商談成立には相手基準の価値訴求が必要であることを体感する。	(講義) アイコンパニーの概念をお伝えする。	(ケースワーク) 顧客からの期待を把握し、その期待に応えるソリューションを選択するグループワークを実施。合計3種の顧客とのシーンを通じて、TRUSTの観点を理解。各シーンで付与される信頼ポイントの増減から継続的な信頼創出の重要性を理解。	(メッセージカード) メンバーからTRUSTの観点での評価を受け取り、今後に向けた具体的なアクションを明確にする。	

「ハードスキル」開発については、こちら



問い合わせる

株式会社リンクアカデミー (Link Academy Inc.)



Link Academy Inc.



# 「ソフトスキル」開発については、こちら

## 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	1,380百万円 ※2022年12月期
売上収益	32,776百万円 (グループ全体) ※2022年12月期