

部長、何をなすべきか

部長の使命とは何か

部長は自分が管轄する部門だけでなく、会社全体を見ながら部のマネジメントができなければなりません。会社全体の目標や方針を考慮しながら、先が見通せない不確実な状況のなかで、部門経営と課長の育成を担っていく、これが部長の使命です。

部長と課長の役割の違い

課長は

“目に見えるもの”を中心に
マネジメントしますが、

部長は

“目に見えないもの”を
マネジメントするため
“役割”を果たす難易度が
格段に上がります。

	部 長	課 長
1. 役割	部門の環境を見据え、部門として勝つためのシナリオを作り、「さまざまな資源」を獲得してそれを実現する。	部長が獲得した「さまざまな資源」を動かし課としての目標を実現する。維持管理が中心になる。
2. 範囲	全社最適を意識しながら、担当している部の調整と連携を行い、成果を出す。	担当している課の範囲において成果を出す。
3. 意思決定	課長からの報告と、外部環境を鑑み、意思決定を行う。	現場での実際の活動(事実)を見て意思決定を行う。
4. 成功ポイント	状況を見据え、事からの本質を見極め、シナリオを構想する。	PDCAサイクルを効率よくスピーディーにまわす。
5. 組織	より多くのメンバーに影響を与え、必要なため、ビジョンを通じて組織を動かす。	一人一人に対して影響力の発揮が必要のため、コミュニケーションで人を動かす。
6. 視点	経営全体を俯瞰し、事業のこれからの考える視点が必要となる。目に見えないものが管理対象になることが多い。	目の前、現有資源、できること、やれることが視点の中心。目に見えるものが管理対象になることが多い。

部長となる上での課題

部長になられた方、これからなる方は、課長時代にエースとして活躍されてきました。しかし、課長時代に培った経験、受けた教育研修、先入観等から形成された思考・行動から抜け出せないことも多いようです。そのため陥りがちなこととして、下記のようなことが挙げられます。

- 1 課長の延長線上でものを考え、部門「経営」の考えが希薄
- 2 課長の延長線上で仕事と部下に向き合いがち
- 3 自社の業界内常識や社内の常識にとらわれて改革でなく改善になりがち

部長の使命を果たすために

部長は、部門を大きく変革しながら経営をしていかなければならず、課長時代の殻を破る機会が必要です。そのために部長にこそ研修が必要なのです。自ら考え抜き、気づき、他社の部長と切磋琢磨しながら、自身の考え方と行動を柔軟につくりかえ部長に相応しい役割を果たせるようになります。

GMC
1
必須コース
役割認識・行動変容

講師 JMA専任講師、ほか

定員 36名
(1開催1社4名まで)
開催場所により定員数が異なる場合があります。

詳細は
JMA 100128 検索

本質を考える問いかけと5つの意思決定を通じて業績を激変させるマネジメントを学ぶ

部長のための マネジメント能力 開発コース

GMC / General Management Development Course

ねらい

- 1. 管理者から部門経営者への意識と行動変革**
部長層は課長層とは異なり、経営に大きく関与する権限や意思決定の役割と責任を負っています。そこで、部長が自身の意志で決定し、行動するにあたっての必要なスキルや視点、センスを養うための実践的なプログラムから部長の使命を全うできる力を醸成します。
- 2. 部長としてのマネジメント能力向上**
管理者(課長)時代に求められた役割を振り返りながら、部門経営者(部長)の役割に対する理解を深めます。
- 3. 経営者の視点へのスパイラルアップ**
部長としてなすべきことを理解しながら、経営者の視点に立ち会社全体を見るというスタンスにまで高めていきます。

対 象

- 新任部長として「部長の役割」「部門経営の基本」を学びたい方
- 「課長の延長」という考え方を払拭し、他流試合や演習を通じて、部門の責任者として自分の考えや信念を形成、ブラッシュアップし、伝えていきたい方
- 部長の必須能力を高めたい方

参加料(税込)

日本能率協会法人会員	213,400円/1名
上記会員外	246,400円/1名

※本事業開催最終日の消費税率を適用させていただきます。
※参加料にはテキスト(資料)費が含まれております。
※昼食の提供はございません。(各自でご用意ください)

開催時間 【3日間とも】 9:30-17:30

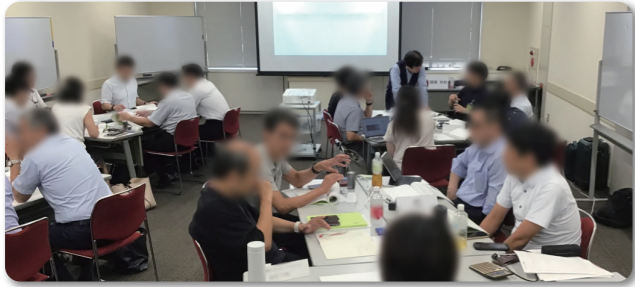
対面参加をご選択の場合は東京会場となります。 ※詳細は下記日程をご参照ください。

2026年4月～2027年3月日程 参加日程の変更については、変更後の日程で確実に参加することを条件に、1回のみ可能です。

開 催	2026年										2027年		
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
【会場参加型(東京)】		20(水) 22(金)	17(水) 19(金)	22(水) 24(金)	19(水) 21(金)	16(水) 18(金)	21(水) 23(金)	18(水) 20(金)	9(水) 11(金)	20(水) 22(金)	17(水) 19(金)		
【Live参加型】 オンラインLive参加のみ			17(水) 19(金)		5(水) 7(金)		21(水) 23(金)	18(水) 20(金)	9(水) 11(金)		17(水) 19(金)		

【特徴1】 豊富な他社交流で後押しする、役割の習得と定着

他社の同階層の方々と相互啓発・研鑽により、座学だけでは得られない刺激、異なる発想や具体的な展開方法に触れ、視野の拡大を図ることができます。また、講義+演習により、スキルが定着しやすい進め方をしております。



開催の様子



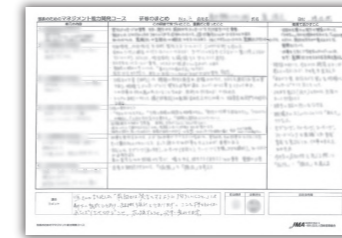
グループワークの様子



自らの視点を磨くために **他社交流から得られる気づき** は欠かせません。他社参加者と研鑽し、「部門経営者」としてのステップアップを目指します。

【特徴2】 「研修のまとめシート」による意識定着

各单元ごとに内省や気づきなどを文章にしたためてもらい、研修終了時には志・アクションプランを立てていただきます。また、後日講師からのコメントを一人ひとり記入をして返却いたします。



研修のまとめシート

【研修後の申込責任者様への送付資料】

1. 担当講師報告書 (全体所感)
2. 「研修のまとめシート」 (講師からの個人別コメント付き)

※研修終了より約4週間後にお送りいたします
※参加者様へお渡しいたしますよう、お願いいたします

【特徴3】 「部門経営に必要な5つの視点」を他社交流から磨く

部門経営者の立場に立った際、**必要な5つの視点**に絞った内容をプログラムへ凝縮。翌日から意識・行動へ落とし込める気づきをお持ち帰りいただけます。

[1] この事業をどうするか

[2] この業績をどうするか

[3] この部・課・グループをどうするか

[4] この課長をどうするか

[5] この会社をどうするか

目指すべき部門経営への前進

プログラム

<休憩時間 12:00~13:00>

1 日目

9:30 **自己紹介**

1 部長 何をなすべきか

①部長の役割を確認する
②5つの視点から部門経営を考える

演習 役割認識シート

17:30

2 この事業をどうするか
～自社の事業を環境に適応させ見直すためには～

①目指すべき姿へのストーリーを考える
②事業戦略を立てる
③事業の目指すべき姿を決める
④外部環境・内部環境を分析する(フレームの活用など)
⑤事業の課題解決ストーリーを描き、資源配分する

演習 顧客と提供価値を再定義する意思決定を鍛える

2 日目

9:30 **3 この業績をどうするか**
～自部門の業績を向上させるためには～

①維持管理型業務を正確に遂行する
②構造改革型業務を計画し、遂行する
③成果のためにマネジメントを徹底する

演習 構造改革テーマを決め、課題と施策をストーリー化する
意思決定を鍛える

17:30

4 この部、課、グループをどうするか
～自社の組織風土をより良くするためには～

①組織の中でのコミュニケーションとモチベーションを重視する
②組織目的を共有化する
③組織風土の変革の必要性を見極める

演習 組織風土改革のための意思決定を鍛える

3 日目

9:30 **5 この課長をどうするか**
～部下の業績発揮能力を高めるためには～

①本気で育成に取り組む
②部下の育成度合を確認する
③課長の役割りを再設計する
④課長へ権限委譲する

演習 育成する意思決定を鍛える

研修のまとめシートの作成
※後日、講師からのコメントを一人ひとり記入して返却いたします。

17:30

6 この会社をどうするか
～企業理念を浸透させるためには～

①全社戦略を検討する
②経営理念と企業ビジョンを再確認する
③事業ドメインを再確認する
④自身がとり組む課題を認識する

演習 自社理念から自部門の将来像を描き、説明する意思決定を鍛える

部門運営考察シート

※プログラム・スケジュールは変更することがありますのでご了承ください。

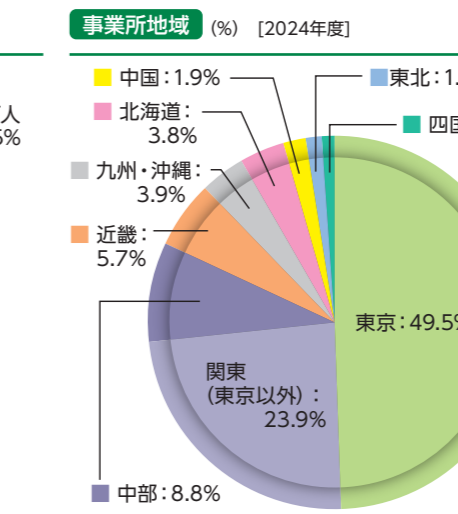
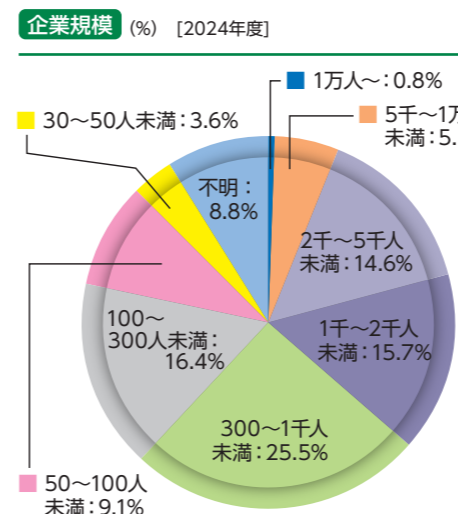
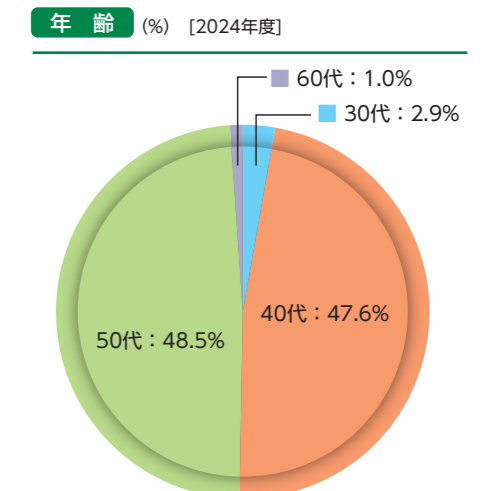
【参考】 参加者属性

業種 (%) [2024年度]

製造業	37.1%
情報通信業	20.9%
金融業、保険業	9.6%
建設業	7.6%
卸売業、小売業	5.7%
学術研究、専門・技術サービス業	3.9%
生活関連サービス業、娯楽業	1.9%
医療、福祉	1.9%
運輸業、郵便業	0.9%
その他サービス業	5.8%
その他	4.7%

所属部門 (%) [2024年度]

営業部・営業推進部	37.1%
開発部・技術部	28.6%
製造部	5.7%
企画部(室)・企画開発部	3.8%
調達課・購買(仕入)部	1.9%
経理部・財務部	1.9%
人事部	1.0%
その他	20.0%



中国(上海等)・シンガポールなど、時差の小さい国からのご参加がごさいます

全国各地より多くお集まりいただいております。また、オンラインクラスでは **海外からのご受講者様** も年々増加しております。