

ウィズコロナでも成果を出し続ける！  
～ゼロから始めるオンライン営業3つのステップ～

# 会社情報 & 自己紹介

# 会社情報



企業  
情報

株式会社ジェイック（東証マザーズ）

設立 平成3年（今期30期を迎えています）

社員数 238名（2020年1月末時点）

取引社数 76,633社（2020年5月末時点）

就職支援実績 23,292名（2020年5月末時点）



MISSION

企業のホームドクター、人材のメンターとなり、  
人と組織の限りない可能性に貢献し続ける。



VISION

「学ぶ楽しさ」「働く幸せ」「成長する喜び」に  
満ちあふれた社会を実現する。

# 事業内容

中堅中小企業の、人と組織の課題を  
「採用」と「教育」で解決しています

## 教育

### 教材事業

社員教育用の読本・CD・DVDを  
開発し、法人企業へ提供

### 社内研修事業

ニーズに合わせてピンポイントで  
効果的な研修を実施

### セミナー事業

厳選したセミナーを法人企業へ提供

### リーダー・カレッジ

各社の次世代リーダー候補が集結  
1年間かけて育成するプログラム

## 採用

入社後の定着から活躍まで  
サポート

### 就職カレッジ®事業

研修した若者の就職支援  
既卒・フリーター向け

### 女子カレッジ®事業

研修した若者の就職支援  
女子向け

### セカンドカレッジ®事業

研修した20代の若者の就職支援  
中退者向け

### 新卒カレッジ®事業

大学と提携し、  
秋以降の4年生の就職を支援

# 著者情報

## 遠藤 修（えんどう おさむ）

株式会社ジェイック

マーケティング開発部

トップセールスクリエイター

- ・ **営業経験 31年**

（包装梱包資材商社で23年、ジェイックで8年）

- ・ **営業研修講師歴 15年**

（講師目線ではなく、営業目線で、楽しくも熱い時間を共有します！）





- 1. なぜ今、営業活動の見直しが図られているのか？**
- 2. ウィズコロナに、顧客から選ばれ続ける営業とは？**
- 3. オンライン営業で、圧倒的な成果を出すコツ**

1. なぜ今、営業活動の  
見直しが図られているのか？

営業研修の依頼・問い合わせが急増中

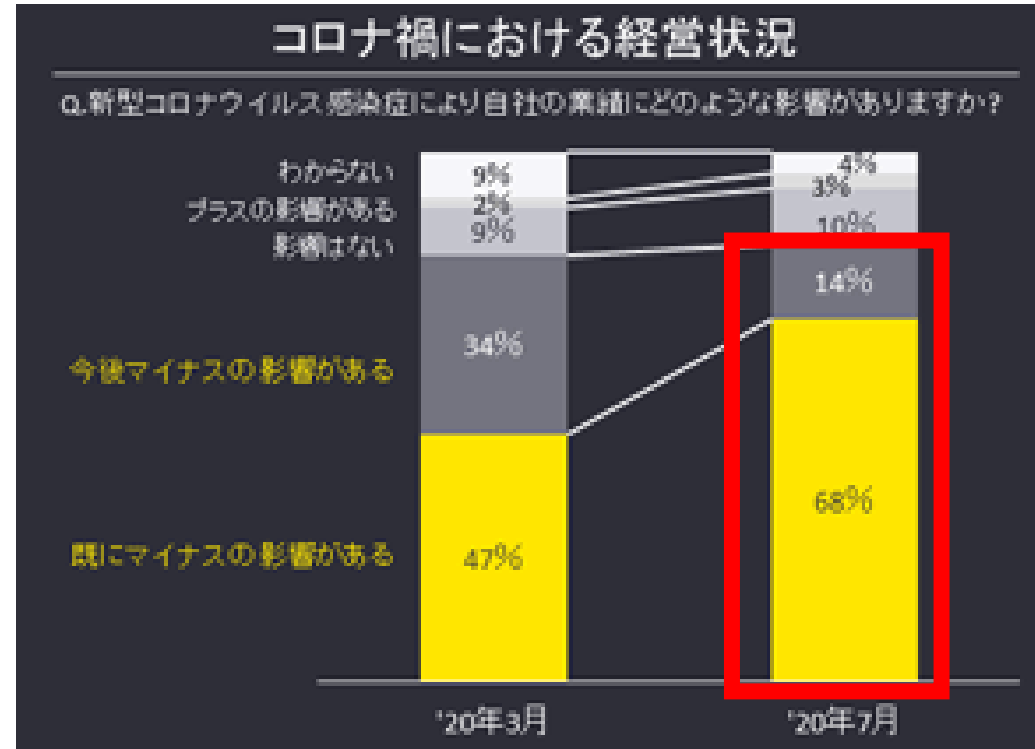
営業研修実施数：昨年対比 **120%**

セミナー参加数：昨年対比 **1,300%**

研修実施件数・問い合わせ数ともに、  
爆発的に急増中



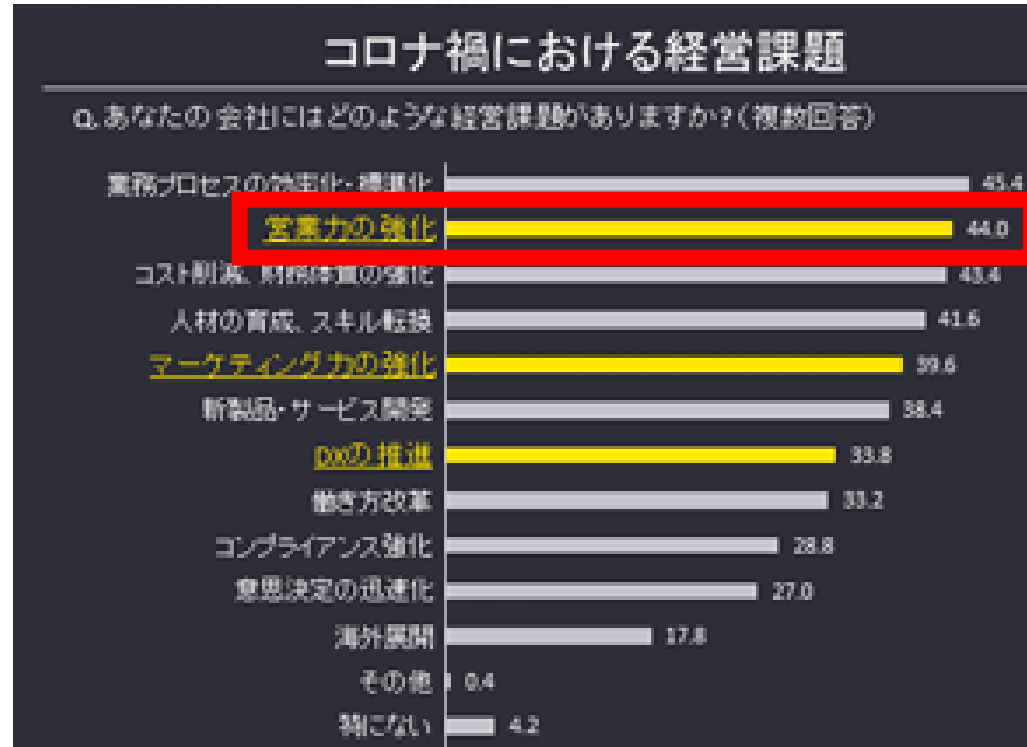
# 実際に…



**82%の企業・経営者が  
業績にマイナスの影響があると回答**

※出典：帝国データバンク「新型コロナウイルス感染症に対する企業の意識調査」

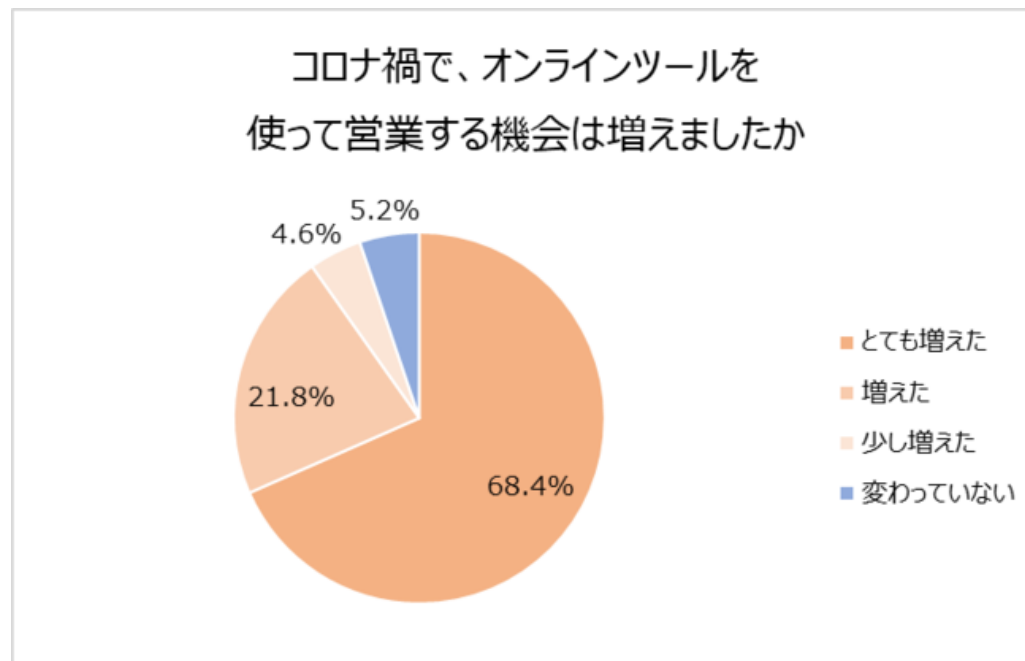
# その中で特に…



**企業・経営者の関心事として、  
営業力の強化が全体の第二位に浮上**

※出典：帝国データバンク「新型コロナウイルス感染症に対する企業の意識調査」

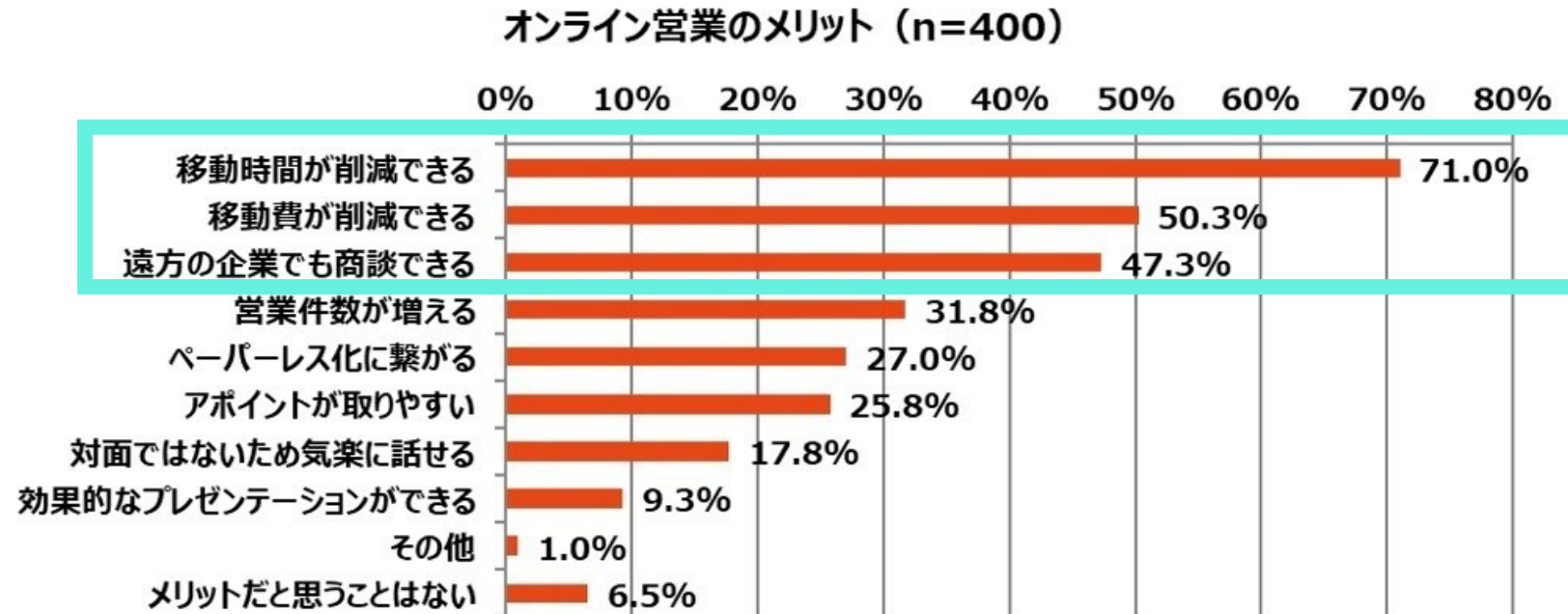
# コロナによる急速なオンライン化



**94.8%の営業パーソンが  
オンライン商談が増えたと回答**

※出典：Bellface オンライン営業の実態調査

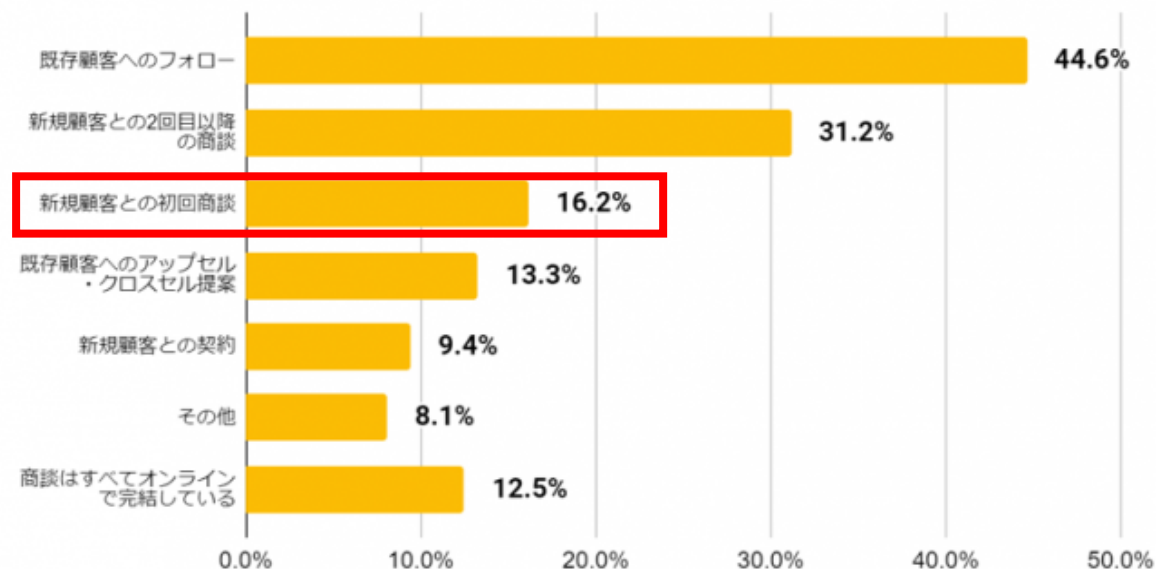
# オンライン営業のメリット



**1位：移動時間の削減**  
**2位：移動費用の削減**  
**3位：営業範囲の拡大**

# 一方で…

営業のどのフェーズでオンライン商談を行っていますか。  
(複数回答)

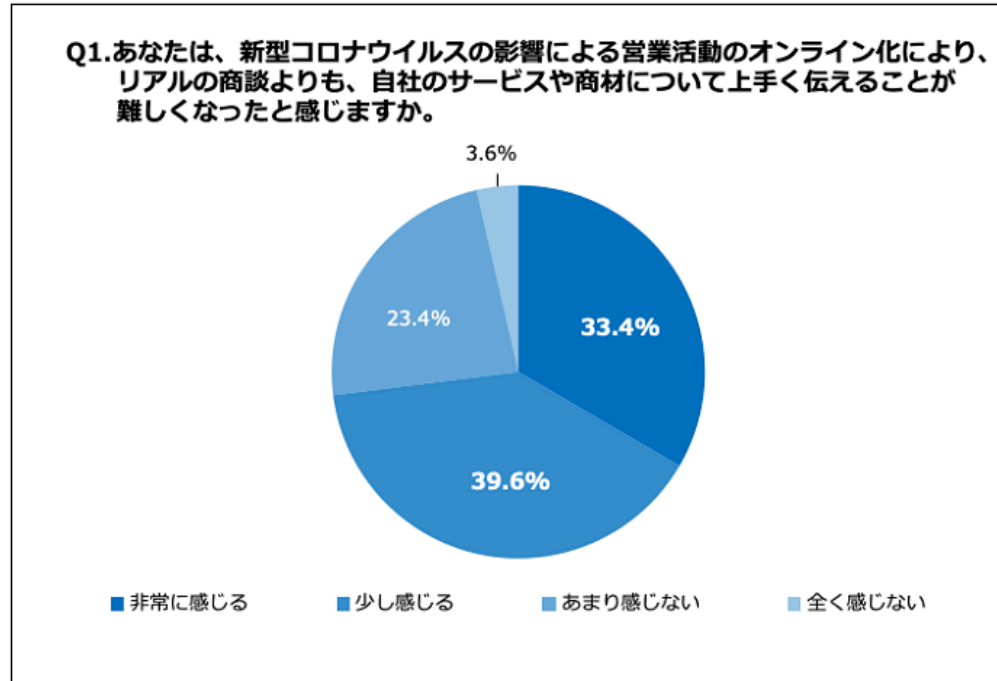


**新規顧客との商談で活用しているのは、  
わずか16.2%に留まっている**

※出典：Bellface オンライン営業の実態調査



# なぜ、新規商談が進まない…？



**7割以上の方が、オンライン商談に難しさを感じる**

※出典：アンドワーズ「オンライン営業に対する意識」に関する調査

だから、多くの営業パーソンが…

営業はやっぱり、  
対面じゃないと…。。

お客様も、  
Webは嫌がるのでは…？



しかし、お客様の反応は…

オンライン商談の  
満足度

89

%

～満足の理由～

- 時間の融通がきく
- 自宅（自席）で商談ができる
- 問い合わせをしたその日に、商品の説明を受けられた
- 電話やメールだけの説明より、分かりやすかった

※ゼネラルリサーチ 「ビジネスシーンにおける オンライン商談の実態調査」 より

# ジェイックの事例

～営業活動の

完全オンライン化～



# オンラインは新規に向かないのか…？

新規商談数 **231** %

受注数 **1150** %

受注額 **505** %



弊社が実践して気づいたこと…

**リアル営業のノウハウは、  
オンライン商談で100%活用できない**

**逆にオンライン営業のノウハウは、  
リアル商談で100%活用できる**



**オンライン営業の特徴を正しく理解し、  
オンラインならではのノウハウを学ぶ必要がある**

人材

リアル商談で  
実績あり

人財

オンライン商談で  
実績なし

オンライン商談で  
実績あり

人罪

リアル商談で  
実績なし

人在

結論！！

世の中は変わったのです！

営業パーソンが抵抗感を捨てて、  
リアル商談とは別に、**オンライン商談という  
新たなアプローチ（道筋）を確立することが、  
未曾有の変革期で勝ち残ることに繋がる！**

2. ウィズコロナに、  
顧客から選ばれ続ける営業とは？

営業に求められる不変的な役割

**顧客の心理**を踏まえ、  
営業活動を組み立てながら、  
**顧客に価値**を提供する

**リアルでもオンラインでも変わらない**



言うは易く、行うは難し…！

## 【体感ワーク】

弊社の営業研修で行うワークを事例に、  
顧客心理を踏まえたセールスプロセスを考えましょう

# 買わない理由を考える

**あなたが扱っている商品は、  
世界中でもっとも優れた機能を持つ商品です。**

**なおかつ、コストパフォーマンスやアフターフォローも  
完璧な商品だとします。**

**しかし、それでもその商品を買っていただけないお客様がいるとすれば、  
どのような理由で買わないのでしょうか？**

**買わない理由をすべて箇条書きで列挙し、メモしてください。  
(ぜひ20個以上出してみてください！)**

# 顧客が持っている4つの不

1 不信任感	
2 不要感	
3 不適感	
4 不急感	

先ほど検討していただいた買わない理由を、  
4つの不に正しく振り分けましょう。

これらの理由は、どの「不」だと思いますか？  
3つだけ振り分けてみましょう！

以下の買わない理由について、  
どの「不」に当てはまるか、チャットに記載してください。

①不信感、②不要感、③不適感、④不急感

・営業のプレゼン内容が分かりづらく、何を言っているか分からない

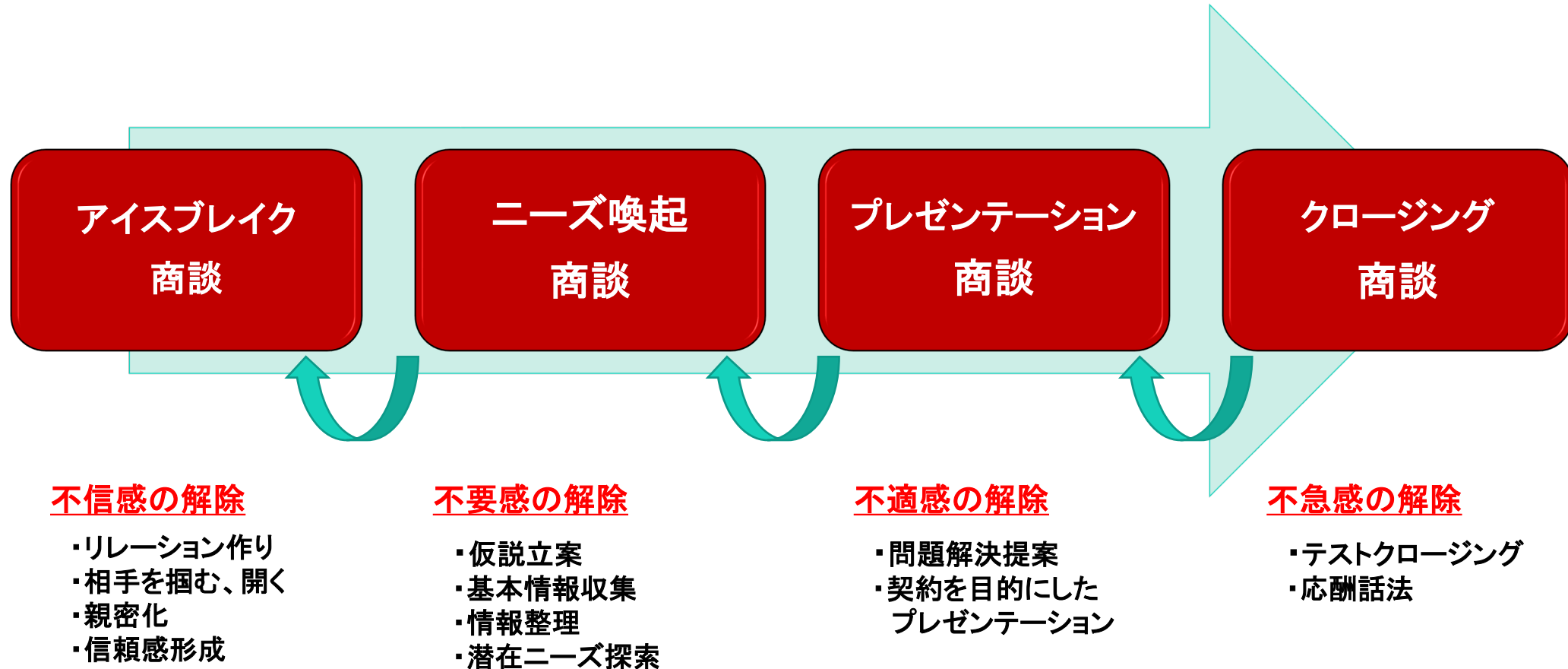
・提案された商品の値段が高いと感じている

・そこまでの機能やサービスは使いこなせないと感じている

**買わない理由がイメージできない...  
正しく振り分けられない...と、**

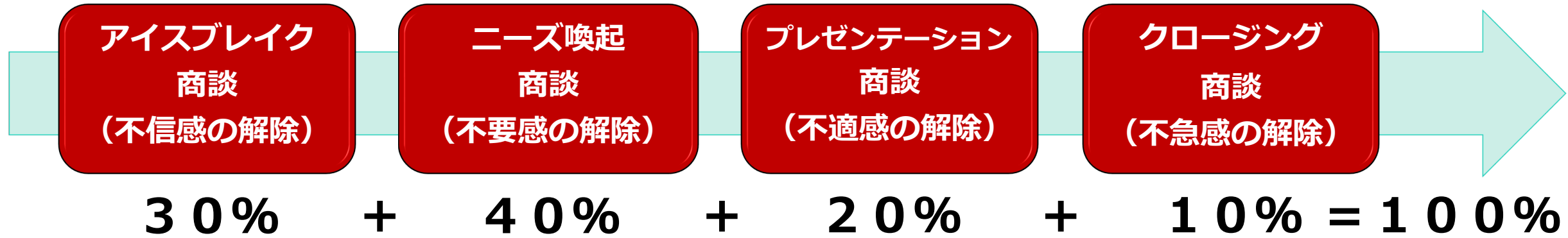
**顧客の心理を踏まえた  
営業活動ができていないことになる**

# 顧客の心理を踏まえたプロセス



# 顧客の心理を踏まえたプロセス

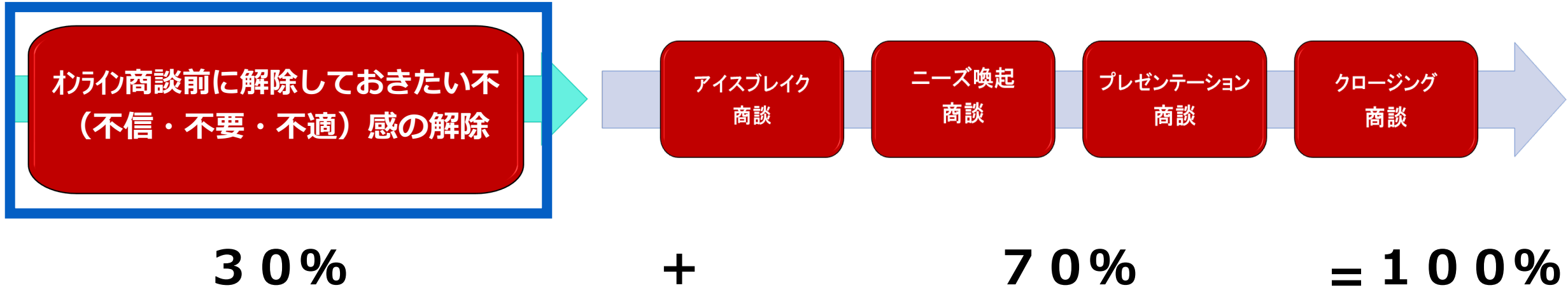
## <リアル商談>





# 顧客の心理を踏まえたプロセス

## <オンライン商談>



## オンライン商談の特徴

- ・ 営業のキャラクター・雰囲気伝わりづらい
- ・ 端的な商談が求められる
- ・ 分かりやすい資料でなければ、伝わらない

**オンライン商談ならではの、  
営業のポイントを抑える必要がある！**

・営業のキャラクター、雰囲気伝わりづらい

(リアル) → 雑談・世間話などの時間が確保でき、  
営業が商談の雰囲気を作れる。

(オンライン) → リアルと比べて距離感があるので、  
キャラクターや雰囲気が伝わらず、  
信頼関係が構築しづらい。

**商談前の自己開示と  
商談時のテンション (1.5倍) が重要!**

- ・端的な商談が求められる

(リアル) →ニーズが曖昧なままでも、  
人間関係と提案力でカバーできる。

(オンライン) →ニーズを的確に捉えなければ、  
「では、検討しておきます...」と、  
お客様に逃げられてしまう。

## 営業の本質

(お客様が価値を感じる事=ニーズ)  
を早めに捉えることが重要！！

- ・分かりやすい資料でなければ、伝わらない
- (リアル) →商品・サービスの特徴や魅力をたくさん書いて提案する
- (オンライン) →商品・サービスの特徴や魅力を少ない文字数で、イラスト等を使い、イメージさせながら提案する

**情報量を絞り、図やイラストを用いて  
分かりやすい資料づくりが重要！**

# 結論！！

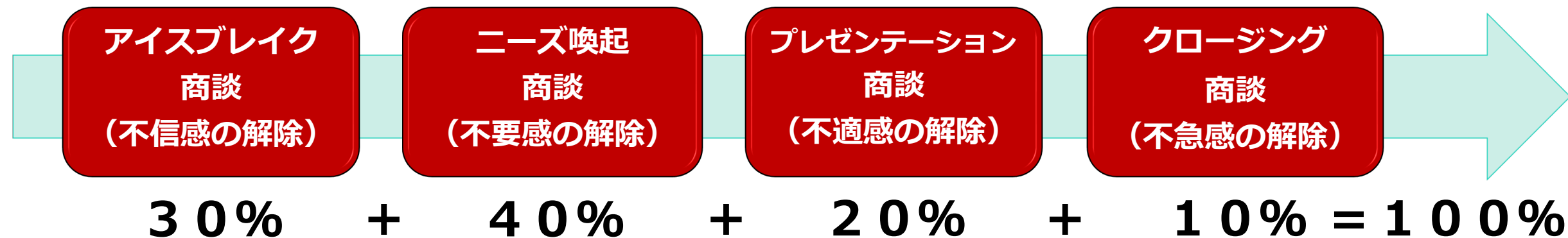
- ・ 対面でもオンラインでも、  
**顧客の心理に立ち、価値提供することは変わらない。**  
しかし、**オンライン商談の特徴**を抑える必要がある。
- 商談前の**事前準備**と商談時の**テンション**が、  
商談の質を大きく変える
- 営業の**本質**(ニーズ)を早めに捉えておくことで、  
受注率が大きく変わる
- 提案資料は**図**や**イラスト**を使って情報を絞る  
ことで、伝わり方が変わる

### 3. オンライン営業で、 圧倒的な成果を出すコツ

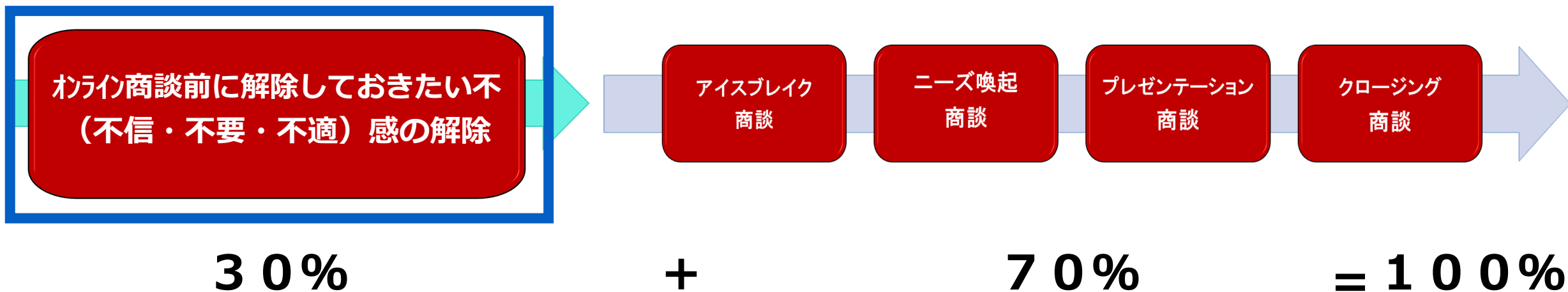


# 顧客の心理を踏まえたプロセス

## <リアル商談>



## <オンライン商談>



**オンライン商談では、  
商談前から勝負が始まっている！**

# オンライン営業で圧倒的な成果を出すコツ

オンライン商談ならではのノウハウを押さえる

- ・アイスブレイク編
- ・ヒアリング編
- ・プレゼン編
- ・クロージング編

→資料ではその一部  
(アイスブレイク編)  
をご紹介します！

# オンライン商談の流れ

< 所要時間：30分の場合 >

- ・アイスブレイク（3分）



これ以降、画面共有

- ・場設定（2分）



- ・ヒアリング（10分）



- ・プレゼンテーション（10分）



- ・クロージング（5分）

※必ず商談相手の名前を  
一人一人呼ぶことがポイントです

## 顧客の心理を踏まえたプロセス

## &lt; オンライン商談 &gt;



< 実践ノウハウ① >

商談前に

営業の**パーソナル情報**を開示し、  
お客様の情報もリサーチしておく

## 自己開示ツールを送付する

- 株式会社
- 様

お世話になっております。

株式会社ジェイック/FutureFinder 運営事務局の●●でございます。  
先ほどはお忙しいところ、誠にありがとうございました。

【日時 : ●月●日 (●) ●時】

【連絡先 : 000-0000-0000】に弊社よりお電話させていただきます。

担当 :

桶田 翔也 (おкеだ しょうや)

プロフィールを載せておりますので、ぜひご覧ください

↓ ↓ ↓

<https://user.bell-face.com/staff/bizcard/227h5r9207/okeda>



## <パーソナル情報の例>



名刺情報を受け取る

株式会社ジェイック  
教育事業部

ジェイックには2015年に新卒で入社  
7つの習慣®研修 ファシリテーター  
新入社員研修 講師

✉   
🌐 <https://www.jaic-g.com/>  
☎ 03-5282-7605

出身地 島根県松江市

血液型 A型

出身校 横浜市立大学

ちょっと自慢できること

テコンドー全日本大会で3連覇しました！  
(現役選手です)



8年連続でテコンドーの全日本大会に出場しています！（後樂園ホールにて）



大学時代は7カ月カンボジアでインターンをしていました！



自然の美しい景色を見る旅が大好きです！  
お勧めスポットあれば教えてください！

## <リサーチ>



**SNSをチェックし、  
極力パーソナルな情報を  
キャッチアップしておく！**

< 実践ノウハウ② >

通常(リアル)の商談よりも、  
**1.5倍**のテンションを意識する

3 秒 : 3 分 : 3 0分

通常(リアル)の商談よりも  
1.5倍のテンションで話す！  
身振り手振りも大きく！

55% : 38% : 7%

視覚情報

聴覚情報

言語情報

オンラインの場合は、

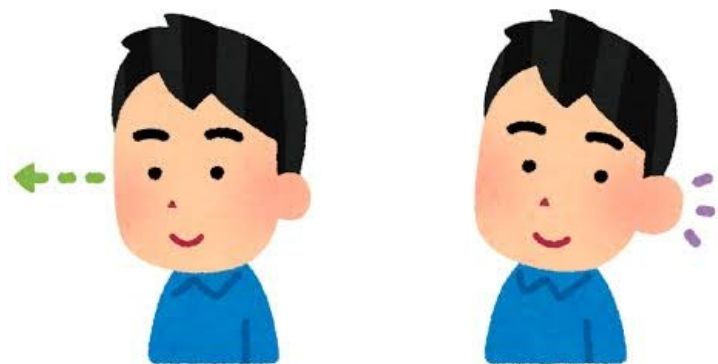
視覚情報 < **聴覚** 情報！

聴覚情報が重要だからこそ…

営業パーソンが喋り続けるのではなく、  
**お客様に喋らせること** がカギ！

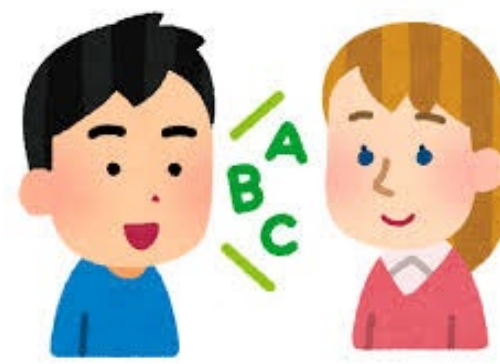
93%のノンバーバルコミュニケーションが重要！

デコーディング



(解読)

エンコーディング



(符号化)



## 実践ノウハウ①

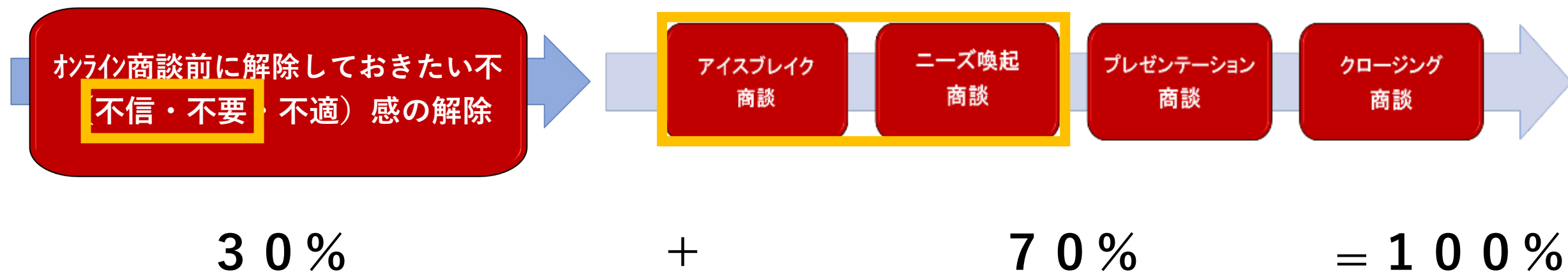
→商談前に営業の**パーソナル情報**を開示する

## 実践ノウハウ②

→通常(リアル)の商談よりも、**1.5倍**のリアクションを意識し、  
お客様にたくさん喋らせる

# 顧客の心理を踏まえたプロセス

## < オンライン商談 >



## 実践ノウハウ①

→商談前に、いくつかの質問をしておき、**ニーズの仮説**を立てる

## 実践ノウハウ②

→これまでに得た（与えた）情報を元に、**商談の流れを設計し、資料に落とし込む**

## 実践ノウハウ③

→**ニーズの本質へと迫る**拡大質問(オープンクエスチョン)をする

## < アポ確定時のメール >

当日、〇〇様に有意義な時間になるよう、  
事前に以下の事柄について、ご教示頂ければ、幸いです。

1. 現状の△△業務において、  
特に改善されたいことは何ですか？  
(例：□□、××など)
2. 当日、特に知りたい情報はございますか？

## < 商談時に画面共有 >

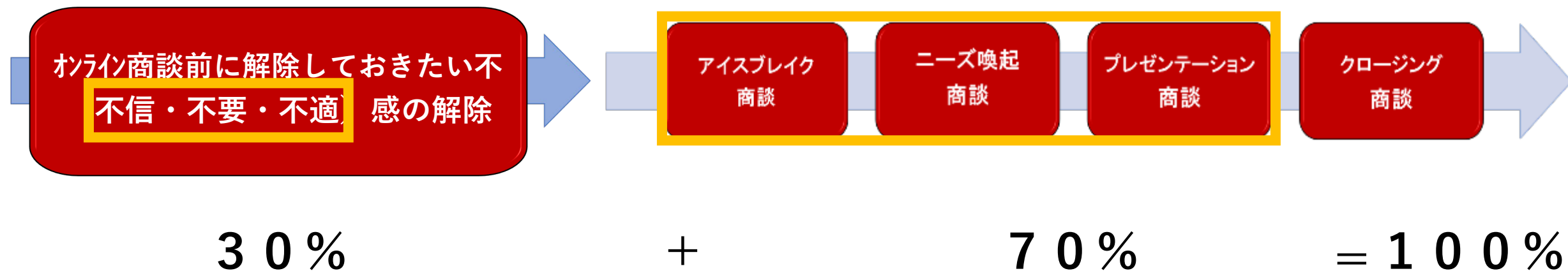
ご多忙の中、お時間を頂き、有難うございます。

本日のお打合せでは、  
「**貴社にピッタリな研修のご提案**」ができるよう、  
以下のように進行いたします。

1. 弊社の会社案内
2. 〇〇様が企画中の△△研修についてお伺い
3. 他社事例の共有
4. 今後の進め方について

# 顧客の心理を踏まえたプロセス

## < オンライン商談 >



## 実践ノウハウ①

→ 商談前に、**自社の特長や差別化ポイント**をまとめた資料や動画を送付する

## 実践ノウハウ②

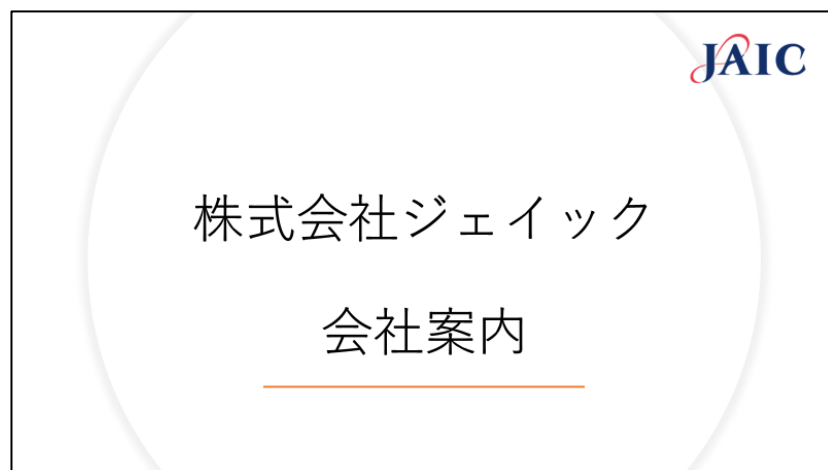
→ 商品やサービスの魅力を**少ない文字数でイラスト等を用いて**イメージさせながら提案する

## 実践ノウハウ③

→ **1文1意味（1スライド1メッセージと同じ）**で伝える

# 自社の特長や差別化ポイントをまとめた 資料・動画を事前送付する

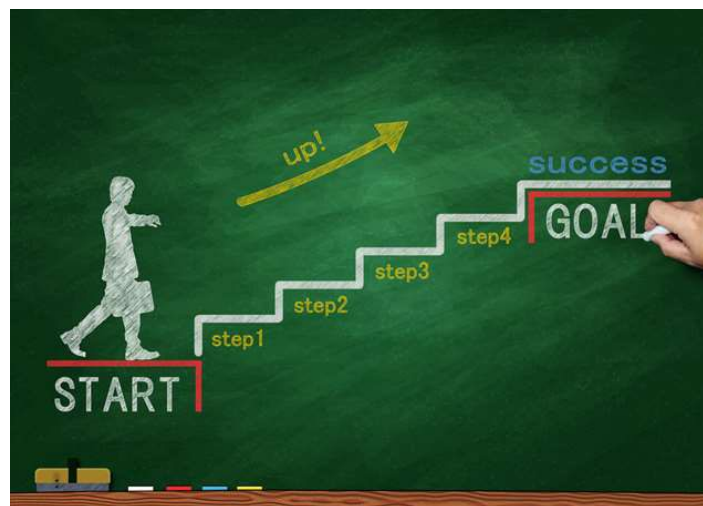
## < 会社案内 >



## < 商品（サービス）のイメージ >



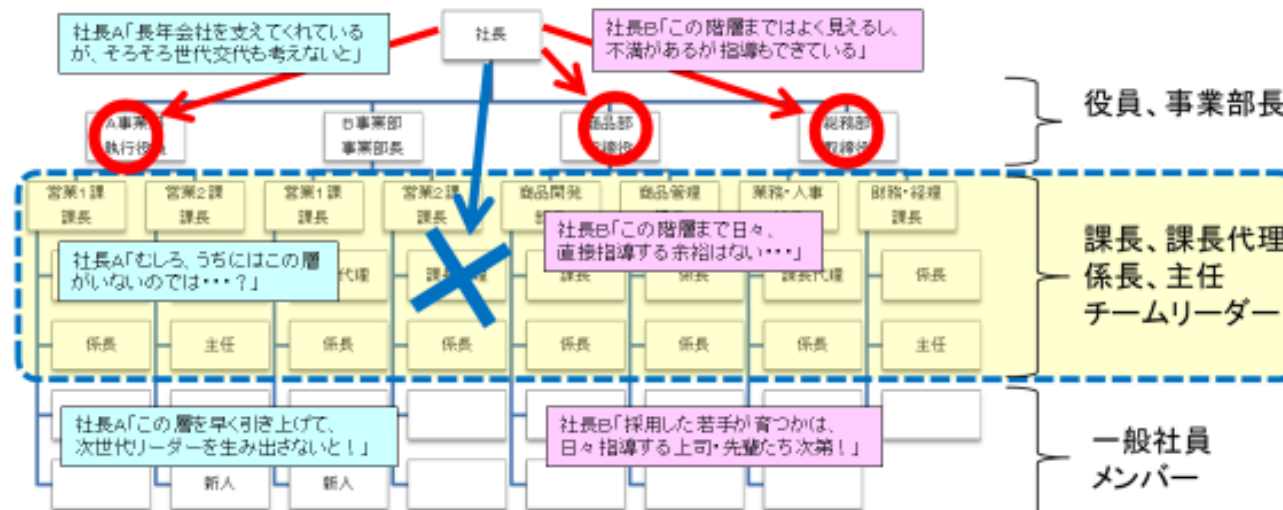
## 画面共有資料は、 文字量少なめ、イラストや写真多め





## 紙で見せる提案書…

### いまの実績、未来の成長の要…リーダー候補



日々、会社の業績を作り出し、また次世代の組織を担っていくのは彼ら中間層です。



しかし、現実には…

- 『中間から課長を任せられる人が出てこない』
  - 『そもそも組織に中間層がないので、早く若手をリーダーに育てないと』
  - 『うちは課長クラスが育っていない』
  - 『頑張ってくれているけど…もう一歩成長してほしい人が多い』
- などといったお悩みをよく伺います。

- ・ 文字量が多い
- お客様が整理できない
- **文字量は少なく!**
- ・ ビジュアルが複雑
- お客様がイメージできない
- **図や写真を入れる!**

## オンラインの提案書…

### 本研修の対象者



部長・担当部長・次長

課長・係長・主任

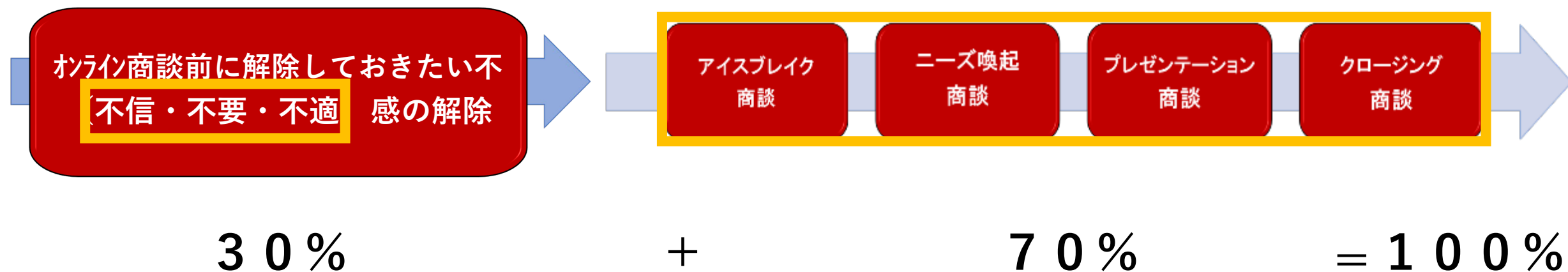


### <役割>

- ・社長・幹部のメッセージを、部下に噛み砕いて伝える
- ・若手、新入社員を育成し、戦力化する
- ・現場で起きていることを報告し、今後の戦略を考える

# 顧客の心理を踏まえたプロセス

## < オンライン商談 >



## 実践ノウハウ①

→ **勇気を持ってシンプル**に、お客様の意思を確認する

## 実践ノウハウ②

→ その場で意思決定いただけない場合は、  
必ず**次のアクション**を決める

**結論！！**

**オンライン商談の機会をたくさん作り、  
お客様との商談（新規・既存問わず）で  
実践してみましよう！**

**が、**

**オンライン営業を受けてみる  
というのも、良い学び方です。**

実際、営業経験31年の営業マンは…

**量の重要性を理解しているし、  
リアル商談で成果を出してきた！**

**オンライン商談ね…  
リアルと比較したら…**

**そんな想いを持っていました…**

実際にオンライン営業してみた結果…

Zoomを使ったオンライン商談から、  
オンライン営業化研修を提案し、  
導入いただくことが決定！！



私の成功体験をきっかけに、  
営業組織のオンライン化が促進された

人材

リアル商談で  
実績あり

人財

オンライン商談で  
実績なし

オンライン商談で  
実績あり

人罪

リアル商談で  
実績なし

人在



この未曾有の変革期に、

リアルにこだわって何もしないのではなく  
オンラインという新たな道を切り拓くことで  
組織を成長させていきましょう！

今こそ、

リアルとオンラインのハイブリッド化を進める時です！

ここで舵を切れる組織こそ、

1年後、大きな変貌を遂げているはずです！

いま最も効果を発揮する  
オンライン営業研修

# まず前提として

## ○リアル研修

- ・直接のコミュニケーションが図れるため、お互いのキャラクターや場（クラス）の雰囲気伝わりやすい。
- ・臨場感のある講義で、学びを深められる。

## ○オンライン研修

- ・自分自身と参加者全員の表情が見えるので、研修に集中できる。
- ・「事前学習⇒オンライン研修⇒職場実践」のサイクルを回すことで、学びが深まる。

**リアルの価値とは違う、  
オンラインならではの価値がある！**

## オンライン研修を妨げる要因

- PCやwifi環境が用意できない
- 受講させる場所がない
- 社員が嫌がりそう

これらは全て言い訳  
これらを言っている組織は何も変わらない

## オンライン研修のメリット

- ・ **交通費、出張費、会場費が要らない**
- ・ **移動がないので日程調整しやすい**
- ・ **感染症の心配なく受講できる**

**“手軽さ”だけがメリットではない**

# 実際、私（遠藤）の研修は…

## <リアル研修の平均>

研修満足度：9.42点

講師満足度：9.55点



## <オンライン研修の平均>

研修満足度：9.62点

講師満足度：9.75点

**オンラインのポイントを押さえれば  
満足度（価値）は変わらず提供できる**

## オンライン営業研修 (1dayパッケージ)

### 【研修の目的】

- Web商談の本質を理解し、オンライン化を決意する
- オンライン営業のポイントを理解し、具体的なスキルを習得する

### 【実施方法】

- WEB受講 (ZOOM/ミーティング形式)
- 事前動画2本 (各10分程度) 含む

### 【所要時間】

10:00~16:00 (5時間)×1日間

### 【人数】

- 1チーム30名まで (20名推奨)

<カリキュラム (例) >

コンテンツ内容 (10:00-16:00)
Phase1 営業について考える ・“営業”という仕事の目的とは? ・コロナ禍における営業の役割とは? ・オンライン営業の本質を理解する ・成功する営業パーソンの考え方
Phase2 セールスプロセス ~4つの不~ ・買わない理由を考える ・顧客の心理を踏まえたセールスプロセス ・タイプ分け診断 ・4つの不を解除するスキル
Phase3 オンライン商談 実践ノウハウ ・アイスブレイク編 ・ヒアリング編 ・プレゼン編 ・クロージング編
Phase4 研修のまとめ ・ロールプレイによる総まとめ ・明日から取り組むことを決意する ・質疑応答

# ジェイックが提供するオンライン営業研修

## オンライン営業研修 (2day)

### 【研修の目的】

- ・顧客の心理を踏まえたセールスプロセスを理解し、ソリューション（問題解決型）営業を習得する
- ・顧客に価値を提供できる営業パーソンになるため、営業マインドと営業スキルを高める

### 【実施方法】

- ・WEB受講（ZOOM／ミーティング形式）  
or 講師派遣型のリアル受講
- ・事前動画9本付き(約120分)

### 【所要時間】

(WEB受講)10:00～17:00 (6時間)×2日間  
(リアル受講)9:30～17:30 (7時間)×2日間

### 【人数】

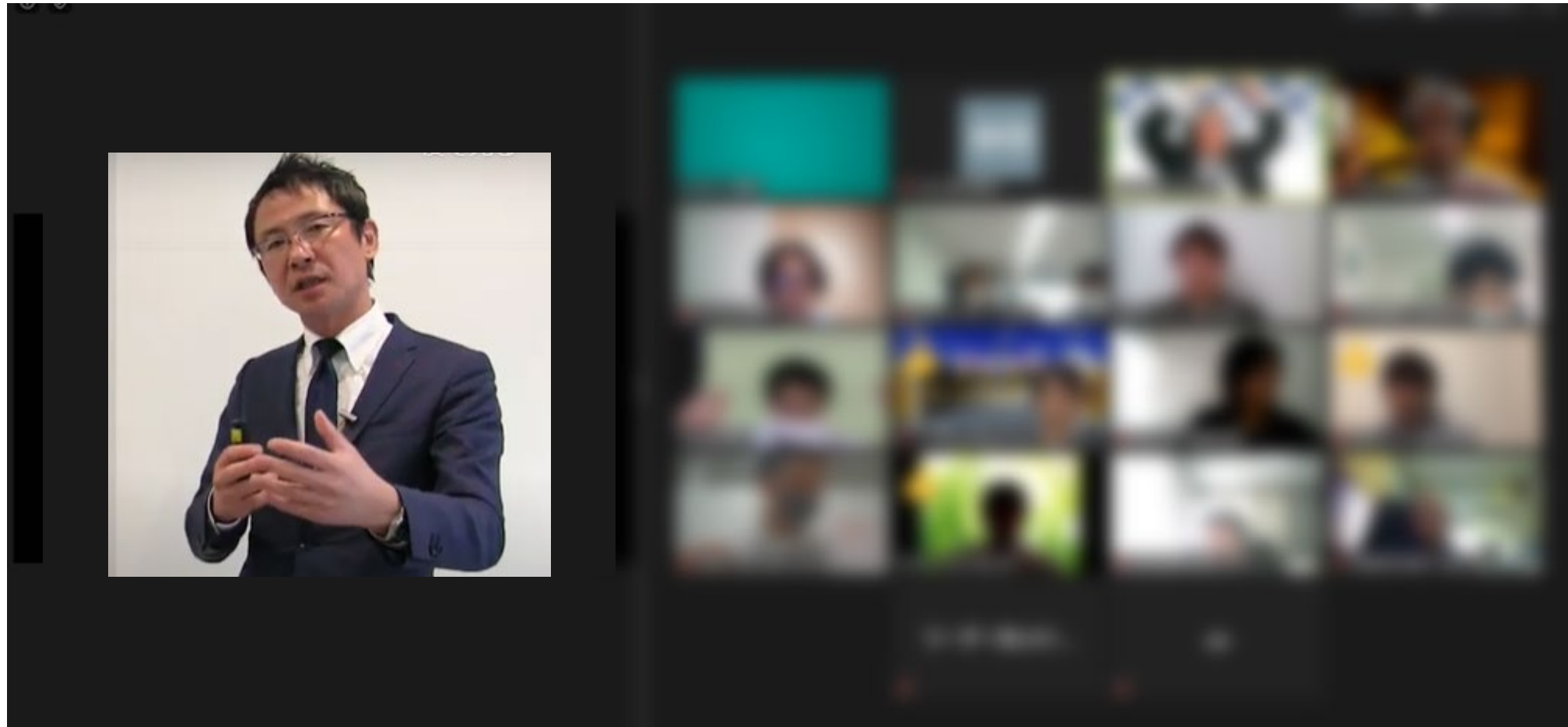
- ・1チーム30名まで（20名推奨）

### <カリキュラム (例) >

コンテンツ内容(1日目)	
Phase1 営業について考える	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・現状の共有</li> <li>・営業という仕事の価値</li> <li>・営業が抱えやすい問題点</li> <li>・営業で成功する考え方</li> </ul>	
Phase2 セールスプロセス（4つの不を解除する）	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・お客様が商品を買わない理由</li> <li>・顧客の心理を踏まえたアプローチ</li> <li>・成約率があがらない理由</li> <li>・タイプ分け診断</li> </ul>	
Phase3 アイスブレイク	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・2種類の不信感を取り除く</li> <li>・ザイアンスの法則（単刀直入）</li> <li>・アイスブレイクを盛り込む</li> <li>・ロープレ</li> </ul>	
Phase4 研修のまとめ	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ロープレによる総まとめ</li> <li>・明日から取り組むことを決意する</li> <li>・質疑応答</li> </ul>	
コンテンツ内容(2日目)	
Phase1 オリエンテーション	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・現状の共有（最近の成功体験）</li> <li>・前回の振り返り</li> </ul>	
Phase2 ニーズ喚起商談 ～不要感の解除～	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・お客様は営業マンに何を求めているのか？</li> <li>・質問のスキル1～5</li> <li>・ロープレ</li> </ul>	
Phase2 プレゼンテーション商談 ～不適感の解除～	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・プレゼンの目的と条件</li> <li>・ベネフィットの訴求</li> <li>・おもしろさと興味</li> <li>・わかりやすさ</li> </ul>	
Phase3 クロージング商談 ～不急感の解除～	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・5つのポイント</li> <li>・5つの応酬話法</li> </ul>	
Phase3 研修のまとめ	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ロープレによる総まとめ</li> <li>・明日から取り組むことを決意する</li> <li>・質疑応答</li> </ul>	



## 〈講義イメージ〉



## オンライン研修のポイント

# 4 : 2 : 4 の法則

**研修前・研修後の関わりが特に重要！**

# オンライン研修のポイント ～前の4割～

- ① 動機付け・期待
- ② 事前学習（インプット）
- ③ 宿題提出（アウトプット）

**研修を実施する前のセットが重要！**

## オンライン研修のポイント ～中の2割～

- ① グループワークでさらに学びを深める
- ② 自身を客観的に見ながら学べる
- ③ ロールプレイを録画する

**アウトプットを増やすことが重要！**

## オンライン研修のポイント ～後の4割～

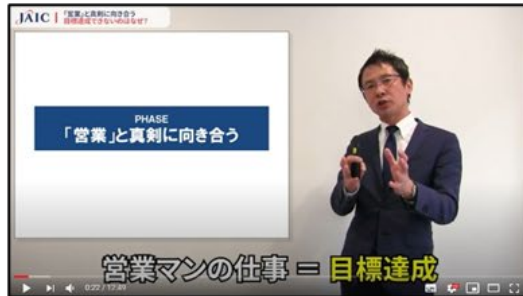
- ① **職場で実践することを決める**
- ② **職場実践の進捗を面談等で確認する**
- ③ **トレーニングや成果発表の機会を作る**

**フォローアップの機会を作る事が重要！**

# 研修企画の全体像（4：2：4の法則を踏まえた建て付け）

キックオフ

## 事前学習



- ・動画視聴でインプット！
- ・事前に参画意識を醸成！
- ・講師を知ることによって不安感なく、研修に挑める！

## 研修当日



- ・アウトプット中心の受講スタイル！

## 実践演習



- ・定期ロープレの実践！
- ・当日から実践が可能！

成果発表会

# 4 : 2 : 4 の法則を踏まえた研修スケジュール例

	○月	○月	○月	○月	○月	○月	○月	○月
キックオフ	●							
事前動画学習		→						
営業研修1日目			★					
営業研修2日目				★				
現場実践期間					→			
成果発表会								★

★ = 研修回数を表しています

# 実際に研修を受講したお客様の声

## (BEFORE)

「研修自体は実施したかったのですが、オンライン研修って本当に効果が出るのか疑問でした」



## (AFTER)

「こんなに参加者が前向きになると思いませんでした。良い意味で驚いています」

包装梱包資材メーカー 社員数：220名 代表取締役社長



## (BEFORE)

「オンライン営業を導入するにあたってどうしてもリアルと比較してしまい、同じような効果が上がるか不安でした」



## (AFTER)

「そもそもリアルと比較していたことがナンセンスだったと気付きました。これからはハイブリッド型の営業組織を確立します」

写真業関連商社 社員数：150名 代表取締役社長





# ジェイックの若手研修ラインナップ

## <主体性を極限まで高める>

- どんな状況下でも、**自責で考える習慣**づくり
- 自らが影響できる範囲に集中し、その範囲を広げる
- 人生のコンパスを持ち、ブレない軸を持つ



## <“強み”を最大限発揮させる>

- 自らの強みを理解する
- 強みの使い方を学ぶ
- **自身の強みにフォーカスし、自己活用する**



## <やり切り力を最大化する>

- **上司に依存するのではなく、自ら目標達成へ動機付けする**
- 凡事徹底を癖付ける
- 大谷翔平を育てた、マンダラチャートを学ぶ



## <営業力を飛躍的にアップさせる>

- 環境のせいにするのではなく、**営業スキルの向上に目を向ける**
- リアルとオンライン、ハイブリッド型営業を確立する
- オンライン営業のノウハウを体系的に習得する



「生き残る種」というのは...

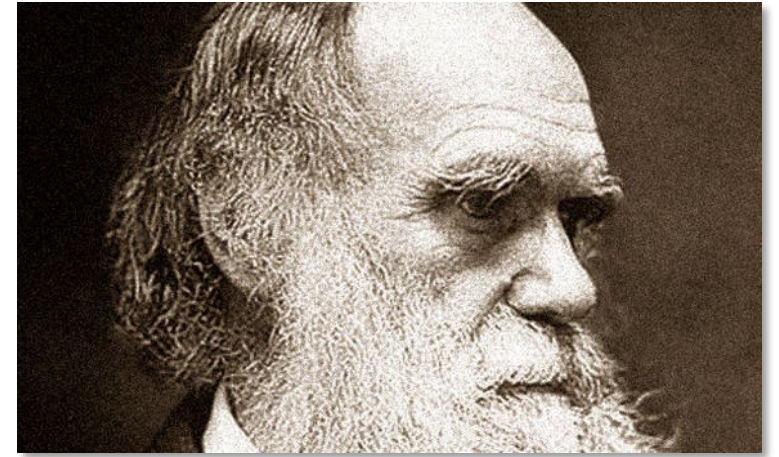
最も強いものでもなければ

最も大きいものでもなければ

最も知能が高いものでもない

変わりゆく環境に最も **適応できる種** だけが

生き残るのである



チャールズ・ダーウィン

最後まで資料をご覧いただき、  
有難うございました。

→ ご相談はこちらから ←

「もっと詳しく知りたい」  
「自社にオンライン研修を導入するため  
相談したい」  
「遠藤と話したい！」

という方は、お気軽にご相談ください。

E-mail : [info@jaic-g.com](mailto:info@jaic-g.com)

