



ホンネを引き出し、ホンネで話す

「コミュニケーション」

KBC TIMESを通して、「経営者と社員が一体になること」の重要性を何度もお伝えしてきました。多くの経営者さまは、この考えに賛同いただきつつも、「どうやって?」「できるの?」などと感じているようです。私たちOKB総研がおすすめするのは、「デザインの力を活用する」こと。今号でご提案する「デザイン経営コンパスの活用方法」が、「一体になるためにすべきこと」を見つけるヒントになるでしょう。

CONTENTS

02 特集記事

中小企業こそ活用したいデザインのカ
ー「対話がはずむ組織づくり～デザイン経営コンパス
を活用したワークショップ～」開催レポート

08 INFORMATION

【SEMINAR】

共立ビジネスクラブ講演会のご案内
OKBビジネスセミナーのご案内《2024年6月～9月》

【SERVICE】

NEW! 福利厚生アウトソーシングサービスのご案内
メール会員募集中!

中小企業こそ活用したいデザインの力

「対話がはずむ組織づくり～デザイン経営コンパスを活用したワークショップ～」開催レポート

経済産業省・特許庁が事業戦略にデザインの視点を取り入れることを推奨する「デザイン経営宣言」を公表したのは、2018年5月のこと。以来、主に大企業やスタートアップ企業で導入されていったものの、「デザイン」という言葉自体になじみが薄い中小企業では「なんでデザインが」という疑いが拭いきれないせいか、認知されているとは言えない状況がいまなお続いています。

そこで特許庁は、新たに中小企業のデザイン経営実践を支援するツール「デザイン経営コンパス」を2023年7月に公表。OKB総研は、その普及を目的としたワークショップを開催しました。当日の様を通して、「自社ならではの」になる活用方法をご提案します。

ワークショップ開催要項

2024
2/27
(火)

「対話がはずむ組織づくり ～デザイン経営コンパスを活用したワークショップ～」

- 対象**
- 変化するにあたり、何からはじめるべきか模索中の経営者さま
 - 社員とともに変化を進めていきたい経営者さま・管理職さま
 - 売上げが安定しているうちに、「現状維持」からの脱却を図りたい方

会場 OKB総研 セミナールーム

講師 OKB総研 戦略事業部長 長瀬一也

運営 特許庁・ミテモ株式会社・OKB総研



参加者

- 戸田さん（株式会社戸田塗装工業 取締役）
- 大野さん（株式会社戸田塗装工業 社員）
- 田澤さん（田澤電材株式会社 代表取締役）
- 森さん（田澤電材株式会社 社員）
- 長谷部さん（岐菱商事株式会社 代表取締役）
- 中山さん（岐菱商事株式会社 社員）

※1社につき2名さまにご参加いただきました

ルール

- 「呼ばれたい名前」で呼び合う
- NGワードは「難しい」「無理」
- 正解・不正解はないので、とにかく出す

OKB総研 comment

「デザイン経営コンパス」のワークショップについて、特許庁が活用ガイド[※]を用意しています。当社ではこのワークショップを開催するにあたって、「みんなが考えていい」「オーナーシップを持つと楽しい」を伝えられるよう、アレンジしています。

※詳細・ダウンロードは、05ページご参照

Program | 01 アイスブレイク

自己紹介ワーク

- 呼ばれたい名前とその由来
- 「私は〇〇から人生を学んだ」を熱く語る
- 同伴者に「私を表すポジティブワード」を2つ考えてもらう
3つあわせて5分
- 発表 2分

セリフ書き込んだじゃおう

- イラストの吹き出しにセリフを記入する 4分

「アイスブレイク」とは、雑談や簡単なゲームなどを通じて、氷を解かすように緊張感の漂う場の雰囲気をはぐすコミュニケーション方法です。「対話がはずむ組織づくり」というタイトルを掲げたことから、それにふさわしい場づくりができるワークを2つ取り入れました。メニューをご覧になって、どちらのワークも制限時間の短さが気になったのではないのでしょうか。理由は、「正解を探しはじめると思考を止める」ためです。頭に浮かんだ思いや感情を言葉にして、とにかく自分の中から出すことが大事。正解・不正解はありません。

また、「新しいことを一人だけで考えるのはもったいない」という私たちの考えに基づき、他者を意識せざるを得ない要素を加えています。経営者さまには「自分だけで考えなくていい」、社員さまには「自分も考えていい」という意識の芽生えにつながるよう工夫しました。

講師の長瀬 comment

「アイスブレイク」をすると、参加者のパフォーマンスが高まると言われています。ぜひ、普段の会議やミーティングでも取り入れてみてください。



Program | 02

インプットワーク 「デザイン経営」を考えてみる

「デザイン」と「経営」の解説

- 「私にとっていいデザインとは？」を3つ書く 3分

「観察・共感」からはじめよう

- 「問い」への返答を書く 3分

- 発表 1分



まずは、「デザイン経営」へのよくある誤解を解いていきました。講師を務めたOKB総研の長瀬も、はじめて聞いたときは疑問符が浮かんだと言います。当初は「経営」に「デザイン」は関係ないのでは？と思っていたのに、いまでは「世の中はすべてデザインだと考えた方がいいのではないか」という持論を述べるほどに変わった理由とは何か。「うちの会社は〇〇だし」「そう言われても」など、参加者のみなさまと同じ目線からスタートした者だからこそ語れる言葉で解説していきました。

インプットワークの最後は、他者の思いを引き出しているつもりになっていないかを問うたうえで、自らの思いと向き合うワークにチャレンジ。1分間で発表できるまでにまとめられた言葉には、どれも素直な思いが伝わっていました。

講師の長瀬 comment

「デザイン」といえば、単に「見た目」を指すと思いがちです。デザインマネジメントの第一人者と呼ばれるデザイナーの田子学さんの著書[※]によると、デザインとは「創造的計画」です。さらにデザイナーの役割についても、「なぜ作るのか、何を作るべきなのかを熟慮して創造的に計画を作成するのが仕事」と定義しています。そう言われると「デザイン」は、機能美やカタチといったフェーズにとどまらない、広い範囲のモノだと理解できませんか。

著書にはさらに、「計画とは将来への意思である。将来への意思は、現在から飛躍し、無理があり、現実不可能に見えるものでなくてはならない」という、東芝の社長・会長を歴任し、昭和のエンジニアであり実業家であった土光敏夫さんの言葉も引用されていました。そして、計画に伴う困難を受け入れ、挑み、打ち勝つには、自己研鑽と人格形成が必要なのだ、と。田子さんと土光さんの言葉と出会って、私はようやくデザインについて腹落ちでき、頭の中のモヤモヤが晴れました。

現代は、いいモノを早く、低コストで作れば儲かる時代ではなくなりました。生活者の嗜好も多様化し、正解が見えにくくなっています。そもそも、正解などあったのでしょうか。そこで注目されたのがデザイナーの特性。「ヒト中心」の考え方、アプローチでゼロからイチを生み出す彼らの特性を経営

に取り入れよう！というのがデザイン経営の本質なのです。

では「ヒト中心」の考え方、アプローチは何からはじめるのかというと、「観察・共感」です。望ましいのは使い手と作り手、売り手のバランスが取れている状態。でも、私たち銀行も含めてですが…「こういうモノがあったら便利だろう」という作り手の決めつけで、見切り発車的にビジネスを進めている傾向はありませんか？それに対してデザイナーはヒトの行動を注意深く観察して「使い手に共感を得られるか」を考え、新たな製品やサービスを生み出します。そうしたデザイナーの営みが、「デザイン経営」の枠組みとして注目されるようになりました。観察と共感を得る活動に、特別なセンスは必要ありません。使い手はイコール生活者ですから、会社の中にいらっしゃる社員さんたちを巻き込めばいいのです。中小企業は大企業と比べて人的リソースが限られていますが、デザイン経営の実践においてはむしろ優位。社員の誰もがデザイン経営の当事者になって、素早く強い組織になれるチャンスがあります。ぜひ、観察・共感の文化を会社の中に広め、根付かせることから始めていただきたいと思います。

※田子学・田子裕子・橋口寛 共著『デザインマネジメント』日経BP社発行、2014年、45～60ページより

問い

「今日の時間が“自分”にとって“会社”にとって、どんな時間になるといいですか？」

自分にとっては新しい視点を持つきっかけづくり、会社にとっては現業の枠を超えた新しいサービスを考えていくきっかけづくりをしたい。

自分にとっては理想の組織を考える機会に、会社にとってはこれから進むべき未来を考えるヒントを得たい。

自分と会社の課題が共通。新しい取り組みに対して、できない理由を並べて思考停止に陥るのではなく、視点をえて別の方法を考える柔軟性を身につけたい。

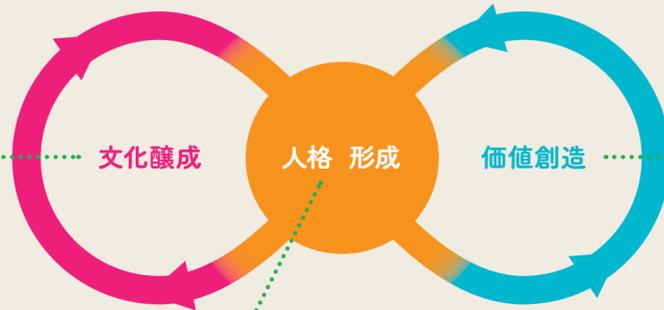
「デザイン経営コンパス」とは？

デザイン経営視点で自社の課題を深掘りし、これからの取り組みの方向性を考えるための支援ツールです。3つのSTEPに従ってワークを進めていくと、「デザイン経営の3つの要素」に対応するアクションのイメージを大まかにつかむことができます。

●デザイン経営の3つの要素

自社の思いや自社らしさを、お客さまや社内外の仲間に伝え、共感と共創の土壌を形成する営み
▶「仲間」に向き合う

自社の思いや自社らしさを明確にし、未来の自社の姿を構想する営み
▶「自分」に向き合う



自社の思いや自社らしさとお客さまや社会のニーズを基に、魅力ある製品やサービスを創出する営み
▶「お客さまと社会」に向き合う

デザイン経営コンパスの詳細・ダウンロード
(www.jpo.go.jp/introduction/soshiki/design_keiei/compass.html)



OKB総研 comment

「デザイン経営コンパス」は、いつでも誰でもチャレンジできます。当社はコミュニケーションの醸成に着目したことから「異業種3社・1社2名参加スタイル」で運営しましたが、活用目的によってはこれに限りません。活用ガイドには、概要や使い方、ワークショップ運営時のポイントのほか、そのまま使える進行用スライドとワークシートも載っています。

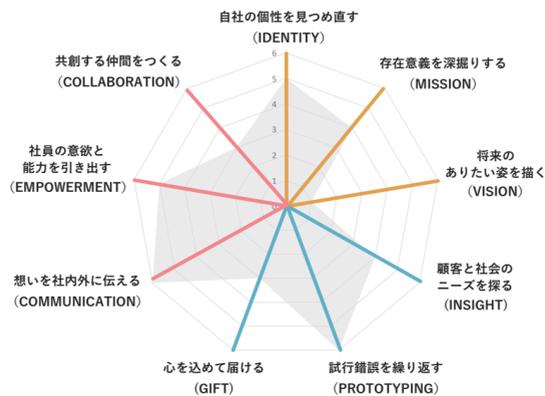
出所：特許庁Webサイト「デザイン経営実践支援ツール「デザイン経営コンパス」～自社の現状を把握し、未来に向けた取組につなげる～」よりOKB総研にて編集・作成

Program 03

デザイン経営コンパス STEP1 「現状把握」

—「現状把握のための問い」に選択回答し、レーダーチャートで現状を把握する

- 「デザイン経営コンパス」の解説
- 自社に点数をつけてみる 10分
- 自社の傾向を捉える 3分
- 深掘りテーマを選ぶ
 - ・思いを「定型文」に当てはめる 5分
- 発表 5分



講師の長瀬comment

解説で余計分かりにくくなったかもしれませんが、いったん受け入れてください。やっていくと、だんだん何となく理解していきます。

いよいよ実践ワークに入ります。ここでの「デザイン経営」「デザイン経営コンパス」への理解度は「何となく」程度で十分。普段だと不安要素の原因になるのですが、今回は「何はともあれやってみる」ことを参加者のみなさまにお願いしました。急テンポでワークを進める中、「どうすれば他者に分かってもらえるのか」にも悩んでいただきました。定型文に当てはまる、思いにふさわしい言葉を探し出す際、気にする相手は他社からの参加者だけではなくありません。同伴者に対しても同様です。建前で話せるほどの時間が与えられていない中、参加者のみなさまはどれだけホンネで語り合えたのでしょうか。



Program 04

デザイン経営コンパス STEP2 「深掘り」

—STEP1の結果を踏まえ、「深掘りのための問い」に文章で回答する

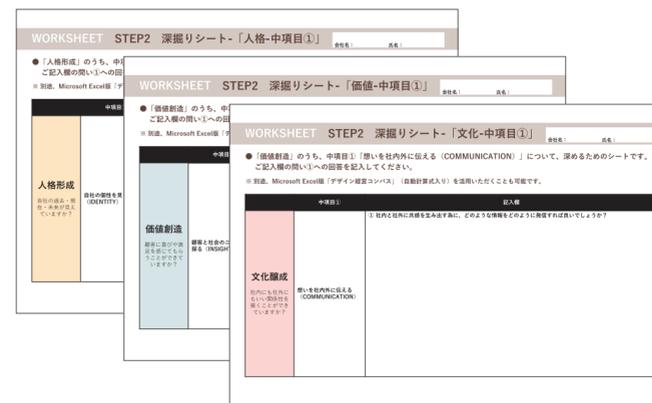
- 同じ立場同士でホンネを引き出す 8分
- 会社ごとで意見交換 8分
- 発表 3分 & フィードバック 2分
- 全員で1社のホンネを引き出す
 - ・参考事例から学ぶ 10分
 - ・全員が質問者になる 7分
- 会社ごとで意見交換 5分



次は、ディスカッションとブレインストーミングです。「他者の考えやアイデアを引き出すことだけでなく、自分の中にあるモノを他者に話すことにも価値を感じて欲しい」という願いを込め、いくつかのワークを組み合わせました。まず「経営者」と「社員」でチーム分けし、それぞれでディスカッション。次の全体ワークでは、全員が質問者になって1社ごとに現状をヒアリングしていただきました。運営スタッフいわく、時間を経るごとに興味深い変化が起こっていったそうです。

運営スタッフcomment

ディスカッションで、経営者チームでは自然にコミュニケーションが生まれていったのに、社員チームはなかなかスムーズにはいかなかったようです。しかし、全体ワークでホンネが引き出されていくうちに、参加者全員の表情や言葉選び、話すテンポなどがガラリと変わっていき、会場の雰囲気も和んでいきました。



講師の長瀬comment

深掘りで大切なのは、取り繕ったりせず、ホンネで向き合うこと。視点をずらして考えてもいい。「その点についてもう少し聞いてもいいですか？」という質問は、ウエルカムです。

定型文

我々（会社名）は、現在どんな資源を使ってどのような価値を提供していますが、2040年にはどんな価値を提供していきたいと考えています。

戸田塗装工業チーム

現在は建築用金物や産業用機械を主として、人海戦術で塗装を行っている。2040年にはヒトとロボットとの共存を図り、生産量と品質の双方で顧客満足度向上を実現したい。

田澤電材チーム

現在は電設資材の卸売業を手がけるが、長年培った工事業者のネットワークを生かし、2040年には卸売から施工までトータルにお客さまの課題解決ができる会社になりたい。

岐阜商事チーム

現在のお客さまは、給油やコーティング施工を目的に来店されるカーユザーだが、2040年には自動車の枠を超え、幅広いサービスを提供する会社になりたい。

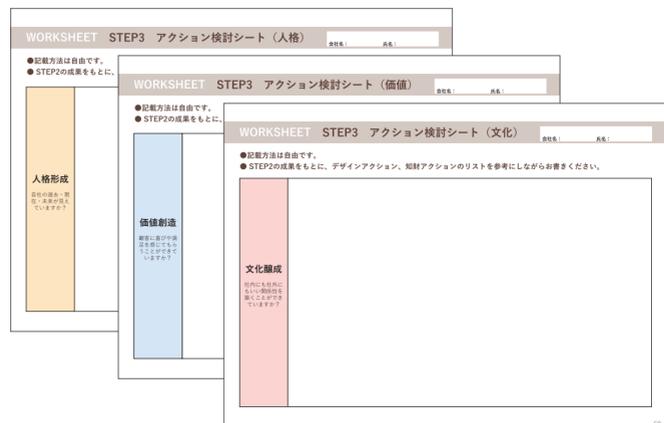
デザイン経営コンパス STEP3 「活動検討」

—STEP1・2を振り返り、これから取り組むべきアクションを検討する

- **エクササイズ**
 - ・「自己実現したいこと」を書く 1分
 - ・「自分が持っているリソース」を10コ書く 5分
 - ・他の参加者のリソースで自己実現できそう? 5分
 - ・みんなで簡単にシェア 5分 ※3名のみ
- **深掘りしたことを実現するためのアクションを挙げる** 10分
- **発表** 4分 & **応援コメント** 2分

講師の長瀬comment

いま自分が持っているリソースを何でもいいので書いていきましょう。ただし、「人脈」などの大ざっぱなのはNG。「高校の部活の先輩が整体師」「姪が美大生」など、粒度を細かくしてください。



「活動検討」の目的は、取り組むべき具体的なアクションを検討することです。本題に入る前に、現実の「難しい」「無理」と、STEP3で探り当てる「これからの取り組みの方向性」を切り離せるよう、エクササイズを取り入れました。実は、自らが持つリソースが思考の幅を狭める原因となり、過去の焼き直しや堂々巡りを引き起こす要因になることがあります。今回は、それに縛られずに「やりたいことにどこまで近づけるか」を考えていただきました。

ワークショップ中に何度も行った、「考えを声に出して書く」という作業は、言語化のトレーニングにもつながります。この日に書き上げたアクションは、まだまだ粗削り。これから、経営者と社員が一体になってブラッシュアップされていくことでしょう。

講師の長瀬comment

- ポイントは3つです。
- ・「いまやれること」にならないようにする
 - ・「できない」を理由にアイデア出しを諦めない
 - ・自分(たち)にリソースがなくても、誰かできる人がいるのではという視点を持つ

「まとめ」



- 「いまの気持ち」「行動宣言」を書く 2分
- **発表** 2分 & **応援メッセージ** 2分
- **本日も伝えたいこと**
- **総評**

明日からの気持ちが切り替わるよう、参加者さまご自身で一日を締めくくっていただきました。OKB総研からは、改めて「なぜみんなが発言する必要があると考えているのか」をご説明。会社にはすでに多くの目と感情が存在していることをお伝えし、多様化との向き合い方について提言しました。最後に、特許庁とミテモ株式会社から応援メッセージを贈り、参加企業のみなさまのさらなる活躍をお祈りしました。

戸田さんcomment

現実が困難だからという理由で組織変革を諦めず、アイデア出しと試行錯誤を続けること。その重要性を学んだ。今日得たモノを忘れず、明日からどんなことにも継続性を持ってチャレンジしてみることを心がけたい。

大野さんcomment

デザインは創造的計画だということが理解できるワークショップだった。明日からはこうなりたい、こうしたいという理想を自由な発想で描き、そこに向けて足りないことを周囲の人たちと一緒に取り組める環境を作っていきたい。

田澤さんcomment

ディスカッションをするときは、目の前にいる人の視点に立って考える当事者意識が重要で、その本気度によって得られる成果も変わることを実感した。デザイン経営の考え方をもっと社内に広めていくべく、経営者である私が自ら先頭に立ってアクションする姿勢を見せていきたい。

長谷部さんcomment

デザインとは、モノづくりのプロセス全体を指すということ。また、未来を計画するには過去を深掘りすることが大切だと学んだ。当社は今年で74期目。今後は社史制作に取り組み、固有の強みや価値を言語化していきたい。

講師の長瀬comment

役職や立場を超えてディスカッションをし、目指すべきところをみんなで見つけていく。このワークショップで得たデザイン経営の手法を活用して、ありがたいコミュニケーションのカタチを見つけ、ぜひ会社にいるすべての人と未来を切り開いていってください。その取り組みはきっと、社員の働きやすさと動きがいにともなうはず。 「発言しやすい会社づくり」をするためにも、会社での会議やミーティングなどで「デザイン経営コンパス」を役立ててください。

おわりに

AIが発展していくにつれ、求められるのは「ヒトにしかできないこと」にフォーカスされていくと言われています。その一つが、創造性。OKB総研は、デザイン経営の実践によって「社員が会社を通して世の中をデザインしていく組織に変化していく」と考えています。つまり、会社は「一人ひとりの創造力を引き出す場」に変わる。だからこそ中小企業は、この能力に目を向け、より養っていくことを意識すべきだと、私たちはこれからも呼びかけていきます。

創造性はコピー&ペーストできるものではありません。手に入れたのであれば、まずは創造力を引き出し、磨くことから始めましょう。今号では、それに役立つ「デザイン経営コンパス」をご紹介しました。ワークショップのルールで「とにかく出す」を加えたのは、このツールは「個人の考えや思いを引き出すこと」に活用できるから。参加企業さまに限らず、東海エリア

の中小企業のみなさまにチャレンジしていただきたいと心から願います。

創造力を引き出すために、一つご提案です。懇親会などの幹事を社員に依頼する際、「幹事を頼む」ではなく「懇親会をデザインして欲しい」と言うてみてはいかがでしょうか。それを受けた社員は、どのように感じるでしょう。自分に置き換えてイメージしてみてください。「いままでのパターンのままではいけないかも?」と感じ、「なぜやるんだろう」「何をすべきなんだろう」など、頭の中をいろんな考えが駆け巡りませんか? 周りの誰かに相談し、自分なりの懇親会をデザインしていくという主体的な行動を、いつの間にか起こしているかもしれません。

会社に潜んだままの創造力を探し当てるために、「デザイン」という言葉を上手く使ってみてください。そうすれば、それらは思っているよりも身近なモノであると気づいていただけるはずです。

共立ビジネスクラブ会員さま限定

今号記事についてのご質問やご相談を、「オンライン壁打ちミーティング」で承ります!

「デザイン経営についてもっと知りたい」や「社内でデザイン経営コンパスを活用したい」「レクチャーして欲しい」など、心に浮かんだ何かがありましたら、ぜひOKB総研と「壁打ち」をしましょう! その思いを吐き出すことが、ふさわしい変化をつかむ第一歩につながります。

- 期間** 6/3(月)~7/31(水)
9:00~17:00 最終16:30スタート ※土日祝を除く
- 方法** Zoomによるオンラインミーティング(1回あたり30分)
- 利用料** 無料
- お申込方法** 事前予約制
専用のお申し込みフォームをご利用ください。
担当者より追ってご連絡させていただきます。
※ご相談内容によってはお受けできない可能性もあります

「壁打ち」とは?

一般的には「誰かに話を聞いてもらうこと」です。ビジネスシーンの場合、頭の中を整理するために行われます。コンサルティングのような「お悩み相談」とは違い、「意見交換」であることが特徴。OKB総研では、思いつきや気持ち、モヤモヤなどを思いつくままに吐き出していただく時間としてご利用いただいています。

壁打ちミーティングお申し込み
(www.okb-kri.jp/first-meet/)



共立ビジネスクラブ講演会のご案内

SEMINAR

「令和の転換点」後に、人材力にあふれた企業になるために

日時 7/2 (火) 14:00~15:30
講師 リクルートワークス研究所 主任研究員 古屋 星斗 氏
会場 ウィンクあいち (名古屋市中村区名駅)
定員 100名
受講料 共立ビジネスクラブ会員・学生 無料
 一般 5,500円



【プロフィール】
 2011年一橋大学大学院社会学研究科修了。同年、経済産業省に入省。産業人材政策、投資ファンド創設、福島の復興・避難者の生活支援、政府成長戦略策定に携わる。2017年より現職。次世代社会の労働・キャリア形成を研究する。著書に『ゆるい職場 若者の不安の知られざる理由』(中央公論新社,2022)、『働き手不足1100万人の衝撃-2040年の日本が直面する危機と希望』(プレジデント社,2024) など。

講演会詳細・お申し込み
 (www.okb-kri.jp/okbseminar/
 july-seminar/)



OKB ビジネスセミナーのご案内 《 2024年6月 ▶ 9月 》

SEMINAR

開催日	時間	セミナータイトル	対象	講師	会場	受講料	定員
6月	7日 (金) 10:00~17:00	管理職・リーダーのための 令和時代のマネジメントと 「人に任せる技術」	管理職	株式会社アタックス 執行役員 シニアパートナー 中小企業診断士 産業カウンセラー 北村 信貴子 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネスクラブ会員 11,000円 一般 26,400円	30名
	24日 (月) 10:00~17:00	製造現場で働く新入社員のための フォローアップセミナー	若手社員・新入社員	コンサルソーシング株式会社 フェロー・コンサルタント 石川 秀人 氏	OKB 総研 セミナールーム (大垣市郭町)	共立ビジネスクラブ会員 11,000円 一般 26,400円	30名
7月	11日 (木) 13:30~16:30	売れる営業職が実践する “仕掛け術” 習得セミナー ~売り込まないのに売れてしまう営業パーソンが 心がけ・実践していたことは~	若手社員・新入社員、中堅社員、 営業ご担当の方	株式会社経営志援 代表取締役 社会保険労務士法人THINK ACT 社会保険労務士 志賀 弘幸 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネスクラブ会員 5,500円 一般 13,200円	30名
	18日 (木) 10:00~17:00	若手社員のための 「報・連・相」スキルアップ研修	若手社員・新入社員	株式会社ビジネスプラスサポート 人財育成プロデューサー 竹内 真佐子 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネスクラブ会員 11,000円 一般 26,400円	30名
	26日 (金) 13:00~16:30	ムダと不良を減らして 「原価低減」と「人手不足解消」 を実現する!	経営者、幹部	工場改善サービス株式会社 代表取締役 田代 勝良 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネスクラブ会員 5,500円 一般 13,200円	30名
8月	22日 (木) 10:00~17:00	中堅社員問題解決力向上セミナー	中堅社員	Kコンサルティング 代表 加藤 健 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネスクラブ会員 11,000円 一般 26,400円	30名
9月	3日 (火)	新入社員フォローアップ研修	新入社員	ウィル・マネジメント 研修インストラクター 志水 美和子 氏	OKB 総研 セミナールーム (大垣市郭町)	共立ビジネスクラブ会員 5,500円 一般 13,200円	30名
	5日 (木)				OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)		
	12日 (木)				ワークプラザ岐阜 大会議室 (岐阜市鶴舞町)		
	19日 (木)				OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)		

お申込方法

- WEB申込 OKB総研Webサイト内のお申し込みフォームをご利用ください。
- FAX申込 OKB総研Webサイト内より「お申込書」を印刷していただき、必要事項をご記入のうえ、送信してください。

セミナー詳細・お申し込み
 (www.okb-kri.jp/seminar/business/)



新サービス登場! 福利厚生アウトソーシングサービスのご案内

SERVICE

中小企業向けの福利厚生アウトソーシングサービス「福利厚生倶楽部」*に新規入会される共立ビジネスクラブ会員さま向けに、
 会員特別料金をご用意しました。

*株式会社福利厚生倶楽部中部が販売する、総合的福利厚生サービスです

●優待サービス (消費税別・2024年4月10日現在)

入会金	優遇 ※会員証発行有無により内容が異なります (例: 30,000円 → 無料)
月会費	従業員1名あたり100円引き ※料金は登録人数によって異なります (例: 1,000円 → 900円)

●ご利用いただけるサービスカテゴリ (一例)

- グルメ
 - スポーツ&アウトドア
 - リゾート
 - 育児・介護
 - 自己啓発
 - ライフプラン など
- ※ご契約企業の従業員さまと
 そのご家族 (一部を除く)
 がご利用いただけます

福利厚生アウトソーシングサービス詳細・資料請求
 (www.okb-kri.jp/kbc/welfare-outsourcing/)



登録
 無料

メール会員 募集中

OKB総研は、メール会員を随時募集しています。イベントやセミナーの
 開催情報、独自の視点でまとめた調査結果、マッチング情報 (希望者限定)
 などをいち早くお届けいたします。ぜひご登録ください!

メール配信サービスのお申し込み
 (www.okb-kri.jp/contact/mailcontact/)

