

．実習先企業の選定要領

本要領は、「実習」が受診企業の理解・資料提供、経営者、役員等のヒアリングの協力が必要だけでなく、企業の業種・業態、企業規模等、そして登録養成課程の実習の目的に合った企業であるかどうかにより研修効果が大きく異なることから、以下のとおり実習先企業の選定要領を示すものです。（「企業診断実習のプロセス」別添1参照）。登録機関において、実習等を効果的に行う上で定める要領の参考としてください。

1．選定の基準

(1) 実習先企業は、実習の目的に合わせた企業規模等（別添2参照）の他、資料の提供、受診企業のヒアリング等の協力を得られることを前提に選定するものとする。

また、受講生が、「製造業」、「小売業」の企業診断実習を最低1社以上できるようグループ編成において配慮するものとする。

(2) 資料の提供（例示）

- ・ 会社概要（パンフレット）
- ・ 製品案内又は仕入・販売に関する資料
- ・ 決算書（3期分）
- ・ 組織図・職制図・業務分担に関する資料
- ・ 工場（設備）又は店舗レイアウト図
- ・ 主要製品の生産工程表

(3) ヒアリングと調査の実施

診断の目的に合わせ、経営者、管理者等のヒアリングと実態調査等が出来る先とする。

(4) 報告会の開催とアンケートの提出

実習成果の報告会時に、経営者、管理者等の出席が可能な先とし、受講生の修得水準の審査資料となるアンケート調査の協力が得られる先とする。

2．実習先企業との事前打ち合わせ等

実習に先立って、実習先企業を訪問し、以下の打ち合わせを行うとともに、予備調査表を作成し、実習指導員との打ち合わせを実施することにより、効果的な実習の実施に努める。

(1) 実習の目的、実施内容、スケジュール、成果物を説明する。

(2) 実習先企業の診断希望内容等をヒアリングし、診断の重点項目について、意向の確認・内容など十分な調整を行い、実習先企業の期待に反しないよう調整を行う。また、実習修

了後、アンケート調査の協力要請を行う（修得水準の審査資料に資する）。

（３）実習に必要な資料提供の調整とともに、企業ヒアリング者の対象と日程を調整する。

（４）予備調査表（別添３「製造業」、４「卸売業」、５「小売業」参照）として以下の項目について取りまとめる。

- ・企業基本情報
- ・企業経営の状況
- ・事前課題、実習にあたっての留意事項
- ・実習実施上の情報
- ・診断希望内容・要望

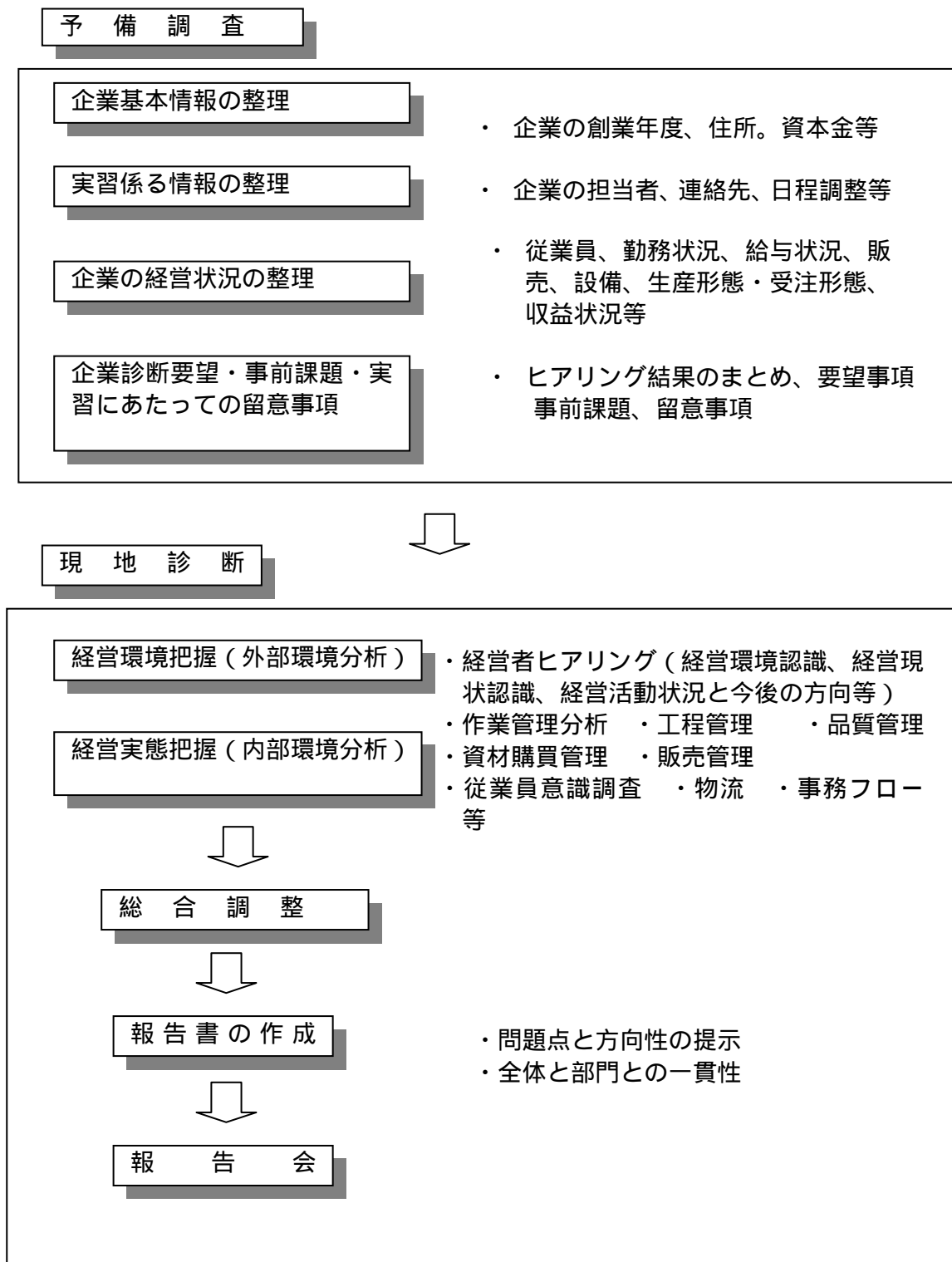
３．同一企業への実習の実施について

同一受講生グループが同一企業に実習を２回実施する場合には、実習の目的を異なるものとし、調査、ヒアリングについて重複することがないように、事前に実習先企業との十分な調整を行うものとする。

また、他の受講生グループが先立って実施している場合にあつては、後に行う受講生グループの実習は、前のグループと同等の質を確保して実施するものとする。

別添 1 企業診断実習のプロセス

(例示) 製造業診断実習



別添 2

実習企業の業種・規模

	経営診断		経営診断		
	流通業経営診断実習	製造業経営診断実習	経営戦略・経営計画策定実習	経営戦略・経営計画策定実習	経営総合ソリューション実習
1班当たりの人数	8名	8名	8名	7名	6名
実習期間	56時間	70時間	63時間 インターバルで実施	63時間	70時間 インターバルで実施
業種	小売、卸、サービス業(店舗型)	製造業	全業種	全業種	全業種
従業員規模	家族経営ではないこと	30名以上	特になし	特になし	特になし
年商	7千万円以上が望ましい	特になし	特になし	特になし	特になし
法人化	法人化していることが望ましい	法人	法人	法人	法人
その他要件		加工現場、もしくは組立現場を有していること	中長期的に成長志向であること	中長期的に成長志向であること	企業なりの経営課題を認識している企業
		IE手法の活用	財務分析を除き、4テーマ以上の分析ができること。(生産性、販売、組織、競合、顧客など)		