



Comfort Zone

グローバル人財の創造と拡大

回数	タイトル	概要	科目
1	オリエンテーション	Comfort Zoneのビジョンや、立ち上げたキッカケ、想いなどを共有すると同時に、日々習慣化することや、意識して欲しいことの説明。 必要資料の配布、成長合意書、入学証明書などを贈呈します。	
2	オリエンテーション	生徒同士コミュニケーションの活発化を図るため、自己紹介をプレゼンテーションしてもらいFBをもらいます。 そこで得たFBから、改善点を明確にし具体的な行動、期日まで落としこみます。さらにコミュニケーションの重要性を必然的に理解できるアクティビティを行います。	
3	欲と刺激と本質	人間はどうして物を買うのか？人が本当に求めているものはなにかを欲レベルで理解していき、今後のビジネスに活かし本質を追求する力を身につけます。	リーダーシップマネジメント コミュニケーション
4	セールスフローマネジメント	セールスは具体的にどのような流れで行われているのか？をイメージできるレベルまで落とし込み、セールスの大切さを理解し、実践学習を自分で行えるようにします。	セールスマネジメント コミュニケーション
5	セールスの原則と自分への約束	セールスにおける事前の情報收拾から、名刺交換など実際の流れに沿ってアウトプットしていき、初歩的なビジネスマナーやコミュニケーションを身につけ当たり前の基準を上げていきます	セールスマネジメント コミュニケーション
6	目標達成の5原則と成長の本質	Comfort Zoneの卒業生を招き、ディスカッション形式で失敗談や成長する人の共通点や目標達成の原則などを学び、実際の経験談を元に自分の今後の成長につなげていきます。	セルフマネジメント コミュニケーション
7	マーケティングフローマネジメント	マーケティングとは具体的にどのような流れで行われているのか？をイメージできるレベルまで落とし込み、マーケティングの大切さを理解し、実践学習を自分で行えるようにします。	マーケティングマネジメント コミュニケーション
8	経営資源の3つの焦点	マーケティングにおける事前の情報集から、チームマネジメントや戦略の実行などの流れに沿って、実際にアウトプットをしていきマーケティングにおいて必要な能力を理解します。	マーケティングマネジメント コミュニケーション

回数	タイトル	概要	科目
9	Teaching Management	スリーマンセルのグループになり、グループ内で今までの学びをどうアウトプットし何に活かしたのか？を実体験をもとに教え合います。相手の立場にたち分かりやすく教えるという能力を身につけていきます。	マーケティングマネジメント コミュニケーション
10	プレゼンテーション フローマネジメント	プレゼンテーションとは具体的にどのような流れで行われているのか？をイメージできるレベルまで落とし込み、プレゼンテーションの大切さを理解し、実践学習を自分で行えるようにします。	リーダーシップマネジメント コミュニケーション
11	心理と真理のプレゼンテーション	プレゼンテーションにおいて、ノンバーバルコミュニケーションはオーディエンスにどのような印象を与えるのかを理解し、ノンバーバルコミュニケーションの基準を上げていきます。	プレゼンテーションマネジメント コミュニケーション
12	歴史から読み解く欲と産業の発	経済背景と人の欲がいかに密接に関わっているかを、歴史を振り返りながら読み解き未来を予測する力、本質を追求する力を身につけていきます。	プレゼンテーションマネジメント コミュニケーション
13	売るのではなく買っていただく	セールスにおいての理想の状態を追求していき、顧客に売るのではなく買ってもらうにはどうしたらいいのか？自分たちが買いたくなる時はどんな時かなどを分析し、プル型セールスの観点を身につけていきます。	リーダーシップマネジメント コミュニケーション
14	お客さまへの【ラブレター】を言葉と 想いと行動で	セールスの実践練習を通じ、どんなコミュニケーション設計が顧客にとって最適なのかを理解していき、日常的なコミュニケーションの質を高めていきます。	セールスマネジメント コミュニケーション
15	時代の移り変わりとおなたの変化	著名な方をお招きし、時代に移り変わりや今の時代に必要な能力などを解説するとともに、質疑応答の時間をしっかりと取り生の生徒の疑問・意見をどんどんぶつけていきます。	セールスマネジメント コミュニケーション
16	「好き」が一番強い	どのような商品・サービスが顧客や自分にとって「好き」という感情を作り出すのか？を追求していき、マーケティング戦略における軸を確立していきます。	セルフマネジメント コミュニケーション
17	「好き」になってしまうには	実際の企業に対して、マーケティング戦略の企画立案を行っていきます。社会に出て本当に必要な能力やマーケティング思考を肌で感じ、当たり前の基準を上げていきます。	マーケティングマネジメント コミュニケーション

回数	タイトル	概要	科目
18	Teaching Management Part2	スリーマンセルのグループになり、グループ内で今までの学びをどうアウトプットし何に活かしたのか？を実体験をもとに教え合います。相手の立場にたち分かりやすく教えるという能力を身につけていきます。	マーケティングマネジメント コミュニケーション
19	心が魅了されるプレゼンテーション	ノンバーバルコミュニケーションについて振り返り、メラビアンの法則に基づいてプレゼン構成の作り方などを学び、実際に自分の事業などのプレゼンテーションを作成していきます。	リーダーシップマネジメント コミュニケーション
20	人を動かすプレゼンテーション	グループに分かれ、実際にプレゼンテーションを行っていき、動画撮影も行いながら、自分が想像している自分と、実際の自分とのギャップを埋めていきます。	プレゼンテーションマネジメント コミュニケーション
21	刺激から発生する感情と思考	一つの商品に対しても、感情的に物・サービスを購入する人、思考をしてから物・サービスを購入する人がいます。それは何が違うのか？根本的な本質をみていきます。	プレゼンテーションマネジメント コミュニケーション
22	目の前の人のためになれるセールスとは？	セールスにおけるKGI・KPIのマネジメント方法を学び、現実的に目標達成するためのイメージまで落とし込み行動計画を作成していきます。	リーダーシップマネジメント コミュニケーション
23	相手を救うセールス110番	そして、本当に自分を求めている顧客はどこにいるのか？を分析すると共にロールプレイングを行なって、生のフィードバックをもらい、よりセールスを高度化していきます。	セールスマネジメント コミュニケーション
24	成長し続ける人	著名な方をお招きし、成長し続ける人の共通点などを解説していただくとともに、質疑応答の時間をしっかりと取り生の生徒の疑問・意見をどんどんぶつけていきます。	セールスマネジメント コミュニケーション
25	普及率の法則	全ての商品は普及率の法則に当てはめられていきます、ですが、商品・サービスも普及するものしないものが存在しています。違いを分析していき、普及する層品・サービスの共通点を分析していきます。	セルフマネジメント コミュニケーション
26	時代ごとの戦略	時代ごとによって顧客が求めていることは変化し続け、マーケティング方法も変化し続けています。時代に合ったマーケティング戦略を立案そして実行をし仮説があったのか検証していきます。	マーケティングマネジメント コミュニケーション

回数	タイトル	概要	科目
27	Teaching Management Part3	スリーマンセルのグループになり、グループ内で今までの学びをどうアウトプットし何に活かしたのか？を実体験をもとに教え合います。相手の立場にたち分かりやすく教えるという能力を身につけていきます。	リーダーシップマネジメント コミュニケーション
28	アウトラインを熟知したプレゼンテーション	どうしたら相手に伝わってしまうプレゼンができるのか？の答えを元に、アウトライン熟知したプレゼンテーションを作成していきます。	プレゼンテーション マネジメントコミュニケーション
29	ラブレターをプレゼンテーションで。。。。	相手に伝わってしまうプレゼンテーションを実際に全員の前で発表し、自分たちのプレゼンテーションを高度化していきます。	プレゼンテーション マネジメントコミュニケーション
30	経済背景と人の欲求の進化	人の欲求は進化し続けます、そして経済背景と密接に関わっていることを学んであった上で歴史を振り返り、分析し未来ではどんな欲が発生するのかを予測していきます。	リーダーシップマネジメント コミュニケーション
31	Comfort Zoneメソッド セールスマーケティング	一流のセールスマンはマーケティングの視点も持ち合わせながら活動しています、セールスに必要なマーケティングの視点はどんなものなのかを学び、総合的な提案ができるようになります。	セールスマネジメント コミュニケーション
32	お客様の笑顔を勝ち取るセールスマン	様々な観点から総合的な提案をし、どんな顧客からでも信頼を勝ち取れるセールスマンになるため実践的なロールプレイングを行います。	セールスマネジメント コミュニケーション
33	乗り越え続けた人	著名な方をお招きし、壁を乗り越え続ける人の共通点などを解説していただくとともに、質疑応答の時間をしっかりと取り生の生徒の疑問・意見をどんどんぶつけていきます。	セルフマネジメント コミュニケーション
34	真逆の真実	流行っているものや、大きくなっているサービスの180度逆のサービスや商品も当たる可能性があると言われていきます。果たして本当にそうなのか、身近にあるものを元に分析していきます。	マーケティングマネジメント コミュニケーション
35	文化産業の発展法則	文化産業が発展するには国として発展しなければなりません、以前にも行なった通り経済背景も密接に関わっています、より高度な戦略の立案から実行を行なっていきます。	マーケティングマネジメント コミュニケーション

回数	タイトル	概要	科目
36	Teaching Management Part4	スリーマンセルのグループになり、グループ内で今までの学びをどうアウトプットし何に活かしたのか？を実体験をもとに教え合います。相手の立場にたち分かりやすく教えるという能力を身につけていきます。	リーダーシップマネジメント コミュニケーション
37	シンクロナイズドプレゼンテーション	大きなアウトプットの準備をしっかりと行い、各グループごとにチームマネジメントフィードバックを行なっていきます。	プレゼンテーション マネジメントコミュニケーション
38	一生の武器を手に入れる	ある大手企業へいき、そちらの会議室にて実際にプレゼンテーションを行い、生のフィードバックをもらい自分のプレゼンテーションの質を上げていきます。	プレゼンテーション マネジメントコミュニケーション
39	男性脳と女性脳の違い	男性と女性の脳の仕組みの違いを理解することでより本質的に相手の立場にたって考え行動するということを学び、コミュニケーションの決定権は相手にあるということを理解していきます。	リーダーシップマネジメント コミュニケーション
40	セールスとは一体。。。。	スリーマンセルのグループになり、今までのセールスの学びを通し、自分が考えるセールスの本質を発表し、より具体的に行動に移していきます。	セールスマネジメント コミュニケーション
41	セールスフローマネジメント	外部講師の方をお招きし、外部講師の方にセールスをしていただきます。今までの学びを全てアウトプットしましょう。	セールスマネジメント コミュニケーション
42	成功し続ける人	著名な方をお招きし、成功し続ける人の共通点などを解説していただくとともに、質疑応答の時間をしっかりと取り生の生徒の疑問・意見をどんどんぶつけていきます。	セルフマネジメント コミュニケーション
43	マーケティングとは一体。。。。	スリーマンセルのグループになり、今までのマーケティングの学びを通し、自分が考えるマーケティングの本質を発表し、より具体的に行動に移していきます。	マーケティングマネジメント コミュニケーション
44	マーケティングフローマネジメント	外部講師の方をお招きし、マーケティング戦略を立案から実行をした結果を発表をしていただきます。今までの学びを全てアウトプットしましょう。	マーケティングマネジメント コミュニケーション

回数	タイトル	概要	科目
4 5	Teaching Management Part5	スリーマンセルのグループになり、グループ内で今までの学びをどうアウトプットし何に活かしたのか？を実体験をもとに教え合います。相手の立場にたち分かりやすく教えるという能力を身につけていきます。	リーダーシップマネジメント コミュニケーション
4 6	プレゼンテーションとは一体。。。。	スリーマンセルのグループになり、今までのプレゼンテーションの学びを通し、自分が考えるプレゼンテーションの本質を発表し、より具体的に行動に移していきます。	プレゼンテーション マネジメントコミュニケーション
4 7	プレゼンテーション フローマネジメント	外部講師の方をお招きし、外部講師の方にプレゼンテーションをしていただきます。今までの学びを全てアウトプットしましょう。	プレゼンテーション マネジメントコミュニケーション
4 8	脳科学と習慣	必然的に成長してしまう人に共通している脳の状態やそれに関連している習慣とは果たしてどんなものなのか？などを分析していき、自分をコントロールする力を身につけていきます。	リーダーシップマネジメント コミュニケーション
4 9	パブリックリレーションズ フローマネジメント	PRとは具体的にどのような流れで行われているのか？をイメージできるレベルまで落とし込み、PRの大切さを理解し、実践学習を自分で行えるようにします。	PRマネジメント コミュニケーション
5 0	マーケティングvs広告vsPR vsブランディング	マーケティング・広告・ブランディング・PRの違いについて学び、住み分けをはっきりとさせPRについての本質を追求していきます。	PRマネジメント コミュニケーション
5 1	失敗を乗り越えた人	著名な方をお招きし、失敗を乗り越える人の共通点などを解説していただくとともに、質疑応答の時間をしっかりと取り生の生徒の疑問・意見をどんどんぶつけていきます。	セルフマネジメント コミュニケーション
5 2	ファイナンスフローマネジメント	スタートアップ・大手企業のファイナンスは具体的にどのような流れで行われているのか？をイメージできるレベルまで落とし込み、ファイナンスの大切さを理解し、実践学習を自分で行えるようにするとともに、決算書の読み方を学び、企業を分析できる力を身につけていきます。	ファイナンスマネジメント コミュニケーション
5 3	決算書の読み方	決算書を読み今後伸びるであろう優良企業を発掘してもらいます。そして、なぜそれは伸びるのかの根拠や分析をしていきます。	ファイナンスマネジメント コミュニケーション

回数	タイトル	概要	科目
5 4	Teaching Management Part6	スリーマンセルのグループになり、グループ内で今までの学びをどうアウトプットし何に活かしたのか？を実体験をもとに教え合います。相手の立場にたち分かりやすく教えるという能力を身につけていきます。	リーダーシップマネジメント コミュニケーション
5 5	ブランディングフローマネジメント	ブランディングは具体的にどのような流れで行われているのか？をイメージできるレベルまで落とし込み、ブランディングの大切さを理解し、実践学習を自分で行えるようにします。	ブランディングマネジメント コミュニケーション
5 6	ブランドと時代背景	時代によって流行るもの流行らないものがあるなかで、ブランドはどう影響を受けるのか？ブランドの歴史を遡りながら自分が好きなブランドについて分析から発表まで行っていきます。	ブランディングマネジメント コミュニケーション
5 7	精神発達プロセスとライフサイクル	エリクソンのライフサイクル理論を元に、人の精神発達のプロセスを理解し、自分に当て込むなどし分析していき、欲と精神発達の関係性を理解していきます。	リーダーシップマネジメント コミュニケーション
5 8	時代の変化とPRと広告の変化	時代の変化によって目まぐるしく変化していく、PR方法や広告方法。どうして時代によって手法が変わっていくのか？を深く理解し本質を追求する力を身につけます。	PRマネジメント コミュニケーション
5 9	広告嫌いな平成生まれ	広告が嫌いな層に対してはどのようなPR戦略が効果的なのか？PR戦略の立案から実行を行っていき、実際に検証し肌で感じていきます。	PRマネジメント コミュニケーション
6 0	変化し続ける人	著名な方をお招きし、変化し続ける人の共通点などを解説していただくとともに、質疑応答の時間をしっかりと取り生の生徒の疑問・意見をどんどんぶつけていきます。	セルフマネジメント コミュニケーション
6 1	日本のマーケット分析	日本のマーケット情報などを分析していきます。地理や世界史からもマーケットの成り立ちなどを理解し、未来を読み通す力を身につけていきます。	ファイナンスマネジメント コミュニケーション
6 2	日本のマーケットと決算書	日本の企業の決算書の分析を行います。様々な観点から優良企業を発見し、なぜ優良なのかをプレゼンテーション形式にて発表していきます。	ファイナンスマネジメント コミュニケーション

回数	タイトル	概要	科目
63	Teaching Management Part7	スリーマンセルのグループになり、グループ内で今までの学びをどうアウトプットし何に活かしたのか？を実体験をもとに教え合います。相手の立場にたち分かりやすく教えるという能力を身につけていきます。	リーダーシップマネジメント コミュニケーション
64	ブランドエクイティと価格	価格は高ければいいのか？高ければブランド力があるのいえるのか？ブランドエクイティがどのような要素で構成されているのかを読み解き、ブランド形成できる思考を身につけていきます。	ブランディングマネジメント コミュニケーション
65	ユーザーが本当に求めているものとは	ユーザーが本当に求めているものを分析し、実際に作り出すワークを行い、ブランド形成の流れを肌で感じ、本質を追求する力を身につけます。	ブランディングマネジメント コミュニケーション
66	精神発達プロセスと ライフサイクルPart2	エリクソンのライフサイクル理論を元に、人の精神発達のプロセスを理解し、自分に当て込むなどし分析していき、欲と精神発達の関係性を理解していきます。	リーダーシップマネジメント コミュニケーション
67	パブリックリレーションズとは 一体。。	スリーマンセルのグループになり、今までのパブリックリレーションズの学びを通し、自分が考えるパブリックリレーションズの本質を発表し、より具体的に行動に移していきます。	PRマネジメント コミュニケーション
68	パブリックリレーションズ フローマネジメント	外部講師の方をお招きし、PR戦略の立案から実行した結果をプレゼンテーションをしていただきます。今までの学びを全てアウトプットしましょう。	PRマネジメント コミュニケーション
69	未来へ向かう人	著名な方をお招きし、社会にインパクトを与える人の共通点などを解説していただくとともに、質疑応答の時間をしっかりと取り生の生徒の疑問・意見をどんどんぶつけていきます。	セルフマネジメント コミュニケーション
70	世界のマーケット分析	世界各国のマーケット情報などを分析していきます。地理や世界史からもマーケットの成り立ちなどを理解し、未来を読み通す力を身につけていきます。	ファイナンスマネジメント コミュニケーション
71	世界のマーケットと決算書	どこかの国の企業の決算書の分析を行います。様々な観点から優良企業を発見し、なぜ優良なのかをプレゼンテーション形式にて発表していきます。	ファイナンスマネジメント コミュニケーション

回数	タイトル	概要	科目
7 2	Teaching Management Part8	スリーマンセルのグループになり、グループ内で今までの学びをどうアウトプットし何に活かしたのか？を実体験をもとに教え合います。相手の立場にたち分かりやすく教えるという能力を身につけていきます。	リーダーシップマネジメント コミュニケーション
7 3	ブランディングとは一体。。。。	スリーマンセルのグループになり、今までのブランディングの学びを通し、自分が考えるブランディングの本質を発表し、より具体的に行動に移していきます。	ブランディングマネジメント コミュニケーション
7 4	ブランディングフローマネジメント	外部講師の方をお招きし、ブランディング戦略の立案から実行した結果をプレゼンテーションをしていただきます。今までの学びを全てアウトプットしましょう。	ブランディングマネジメント コミュニケーション
7 5	精神発達プロセスとライフサイクル Part3	エリクソンのライフサイクル理論を元に、人の精神発達のプロセスを理解し、自分に当て込むなどし分析していき、欲と精神発達の関係性を理解していきます。	リーダーシップマネジメント コミュニケーション
7 6	ファイナンスとは一体。。。。	ファイナンスマネジメントコミュニケーション) スリーマンセルのグループになり、今までのファイナンスの学びを通し、自分が考えるファイナンスの本質を発表し、より具体的に行動に移していきます。	ファイナンスマネジメント コミュニケーション
7 7	ファイナンスフローマネジメント	ファイナンスマネジメントコミュニケーション) 外部講師の方をお招きし、外部講師の方にファイナンスの分析についてプレゼンテーションをしていただきます。今までの学びを全てアウトプットしましょう。	ファイナンスマネジメント コミュニケーション
7 8	Presentation	今までの学びと今後の自分について全員に向けプレゼンテーションを行います。	セルフマネジメント コミュニケーション

具体的な授業の流れ(一例)

時間	内容
18:00~18:45	授業の復習と予習、生徒同士でのFB(360°Cサーベイ) 目的、目標、意味、あり方を決める
18:45~19:00	発声、表情筋のトレーニング、マインドフルネス
19:00~19:10	グッドアンドニュー
19:10~19:35	今回の授業の目的、目標の共有、内容の説明、各々仮説を立てる
19:35~19:40	休憩
19:40~20:05	実践、仮説検証、改善、改善からすぐ再度実践(できるまで次に進めない)
20:05~20:10	休憩
20:10~20:35	難易度を上げた実践、仮説検証、改善、改善からの再度実践
20:35~20:40	休憩
20:40~21:05	講師からFB、FBからネクストアクションの決定
21:05~21:10	休憩
21:10~22:00	生徒同士それぞれ設定したの目的、目標に対してのFB