

企業の人材育成に革命が起こります！

真面目な魅力理論

# 業績向上の鍵となる！ 魅力づくりと差別化の方法

価値を届け、価値で選ばれる魅力的な企業へ！

同時に、魅力的な人材育成も実現する！

- コト視点の価値づくり
- 他社と差別化される“選ばれる理由”の生み方
- 魅力を生み出す！魅力的な人材と組織の作り方

# なぜ今「魅力づくりと差別化」なのか？

企業を取り巻く環境と現場で起きている課題

## 市場の変化

### 供給過多の時代へ。

商品・サービスは差がつきにくくなり、お客様は「他社との違い」をもとに選ぶようになっています。

## 結果として…

「価格競争」

「人材の疲弊」

「選ばれない不安」

…という負のスパイラルに陥る企業が増えています。

## 01

### 「選ばれる理由」が曖昧

自社の強み・差別化の価値が言語化されておらず、お客様にも社員にも伝わっていない。

## 02

### 価値ある体験を届けられない

商品・サービスは良いはずなのに、お客様の心が動く価値の伝え方ができていない。

## 03

### 値引き・価格競争に流される

魅力で選ばれず、結局は価格で比較され、利益率が下がり続ける。

## 04

### 人材が魅力を生み出せない

スキル教育はしていても、お役立ちマインドの土台が育っていない。

# 多くの企業が陥る「差別化」の落とし穴

“他社と違うこと”と“価値となる魅力がある”は別物です

**差別化**とは“異なること”ではなく、“お客様にとって価値となる魅力がある”こと。

## × よくある差別化（異質化）

- 他社と違う機能を増やす
- 値引き・価格を下げる
- サービスメニューを増やす
- “他社にないもの”を探し続ける
- 見せ方・キャッチコピーを工夫

→ お客様の心は動かず、価格競争に巻き込まれる

## ◎ 魅力ある差別化（価値づくり）

- お客様が感じる“価値”を起点にする
- 「価値ある体験」で選ばれる理由をつくる
- 商品×人材の両軸で魅力を高める
- お客様の感情が動く接点を設計する
- “選ばれ続ける仕組み”を組織に定着

→ お客様の心が動く、価値で選ばれる

# 真面目な魅力理論とは？

魅力で選ばれる企業をつくる、3つの体系

商品・サービスでも、人でも、組織でも——。「魅力」を感覚ではなく、再現できる理論として体系化したもの。

## 01

魅力づくりの方法

### コト視点の価値づくり

お客様にとって「価値ある体験（コト）」を意図的に設計する思考技術。商品・サービスの価値と人の価値、両軸で“選ばれる理由”を生み出します。

## 02

成果を生み出す人材

### 火種人材 2つの姿勢×3つの考え方

業績を上げ続ける根本姿勢と考え方。価値を成果に変え、組織に好ましい影響を広げる“火種”となる人材を育てます。

## 03

強い組織のつくり方

### チームワーク5つのポイント リーダーシップ4つのポイント

強力なチームワークを構築し、リーダーシップを発揮するためのポイント。組織の生産性とまとまりを高め、定着させる仕組み化までを支援します。

# コア理論：魅力 = 相手に届く価値

“価値”が人の心を動かし、“魅力”が選ばれる理由になる

## 魅力 = 相手に届く 価値

01

### 欲求

人が「望み・求める」こと

02

### 価値

欲求を満たす・より良くするもの

03

### 感情が動く

良さそう・楽しそう・ワクワク

04

### 行動・購買

購入・継続利用・ファン化

💡 **感情が動く前に「価値の認識」がある。** だから価値づくりを意図的に設計することで、お客様の心を動かせる。

**コト視点の価値づくり**とは、人が体験する出来事（コト）を「**価値ある体験**」にすること。

人生はコトの積み重ね。お客様や周囲の人の『コト』を価値で喜びに変えるのが、私たちの目指す価値づくりです。

# 魅力を生み出す“価値の2軸”

「商品・サービスの価値」×「人の価値」で選ばれ続ける

魅力的な企業は、商品の魅力と人の魅力を**両輪で高めている**。どちらか一方では“選ばれ続ける”ことはできません。

## 01 商品・サービスの軸

『機能・性能』を通じてお客様のベネフィットを満たす

判断軸：

お客様の「損 / 得」感覚で相対的に評価される

求めることを満たす可能性に価値を感じる：ベネフィットの例

- 便利性・問題解決・あったらいいな
- お得な情報・自分に合う情報
- 新しいものへの興味・必需品
- 楽しさの実現・楽しみ方が増える
- 気晴らしになる・趣味が広がる

## 02 人としての軸

根本欲求と人の本質的要素を満たす

判断軸：

お客様の「好き / 嫌い」感覚で判断される

求めることを満たす可能性に価値を感じる：根本欲求の例

- 受け入れられている・見てくれている
- 分かってくれている・気にしてくれる
- 興味を持ってくれる・認めてくれる
- 大事にしてくれる・大切にしてくれる
- 味方でいてくれる・支えてくれる

# 差別化価値を生み出す「3つの視点」

“他社にない魅力”は、認知・気付きの設計から生まれる

お客様に選ばれるための差別化価値は、レベル2・レベル3にこそ眠っている。意図的に発見し、届けることが「魅力ある違い」になります。



LEVEL 1

認知価値

お客様がすでに認知している価値

「機能」「性能」「サービス内容」など、他社も同じように打ち出している価値。価格や数値で比較されやすく、差別化されにくい領域。



LEVEL 2

認知不表現価値

認知されているが、表現されていない価値

お客様も内心では気付いているが表現していない価値。「ここまでやってくれるんだ」「そこまで考えてたんだ」「気付いてくれた」という喜びが生まれる、差別化の第一歩。



LEVEL 3

未認知不表現価値

お客様もまだ気付いていない価値

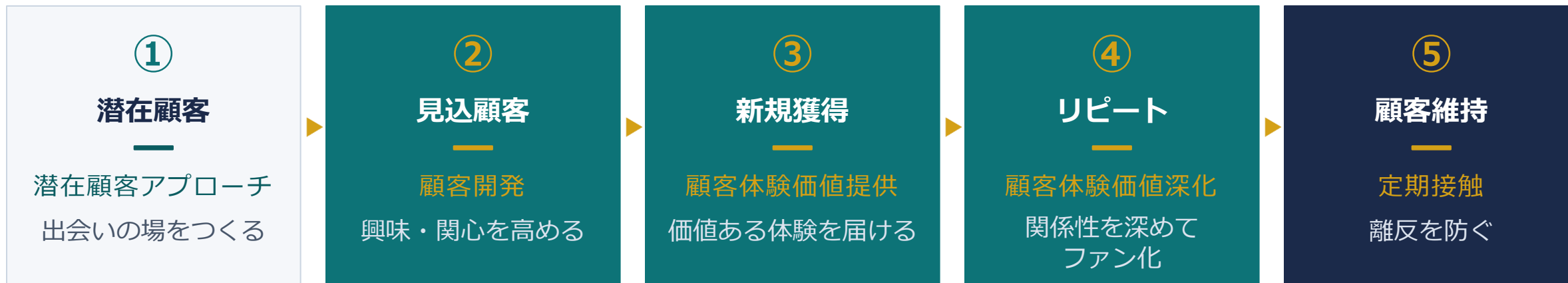
気付かされて初めて「ここまでやるのか!」「そんなものがあつたんだ!」「そうだったんだ!」と感動レベルの差別化価値になる領域。他社が真似できない“選ばれ続ける魅力”の源泉。

💡 Level2 と Level3 の価値こそが、お客様に選ばれる“差別化価値”になります。

# 選ばれ続ける「増客プロセス」設計

見込客から熱烈ファンまで、価値視点で関係性を深化

価値づくりは、単発の施策ではなく“お客様との関係を深める一連のプロセス”として設計します。



## 各段階で「コト視点の価値」を設計する

### 5つのつながり

お客様の価値体験を5つのつながりで設計

### 価値交換 / 価値付加

リピートと付加価値の仕掛け

### 増客プロセス×戦略シナリオ

選ばれるための一貫した流れを作る

# 研修プログラム構成

魅力づくり×差別化を組織に定着させる体系カリキュラム

## 01

### コト視点の価値づくり

180分 × 6 ~ 10回

- 商売の目的・経世済民の理解
- 価値の2軸/プラス・マイナス価値
- 価値づくり4ステップ思考技術
- 増客プロセス設計
- お客様体験ストーリー
- 戦略シナリオ
- 心の矢印・即効技

## 02

### 火種人材 2つの姿勢×3つの考え方

180分 × 2回~4回

- 良い取組み姿勢と悪い取組み姿勢
- 資質の身につけ方・悪習慣の防ぎ方
- 3つの良い考え方/3つの悪い考え方
- 考え方が生み出す思考と行動
- 演習（自己診断+ロールプレイ）

## 03

### チームワーク5つのポイント リーダーシップ4つのポイント

180分 × 2回~4回

- チームワーク5つのポイント・演習
- リーダーシップ4つのポイント・演習
- 資質や能力の身につけ方
- 組織に定着させる仕組み化の方法
- 現場での実装プラン作成

※ 各カリキュラムの実施時間や回数はカスタマイズ対応可能です。（単発セミナーも実施しております）

# 導入企業で生まれている効果

企業の魅力づくりと魅力的な人材育成が組織にもたらす変化

“

営業・販売

提案方法を変えただけで、それまで売れなかった商品が売れるようになった。増客プロセスでボトルネックも明確になった。

— 小売業 / 営業マネージャー

“

顧客接点

スタッフの会話で商品のファンになってくれるお客様が増えた。お気に入りの店員を指名するお客様も。

— サービス業 / 店舗責任者

“

組織風土

組織に人を喜ばせる風土ができた。社内の他部署が協力的になり、仕事の効率が大幅に向上した。

— 製造業 / 人事部長

“

リーダーシップ

上司と部下の双方に信頼関係が生まれ、組織の協力関係と目標達成率が向上。前向きな提案が増えて社内が活発になった。

— IT企業 / 部門長

※ 上記以外にも、業績向上、優秀な人材のさらなる成長、伸び悩んでいた人材の成長加速など多数の声をいただいています。

# リスペクトマインドが選ばれる理由

他にはない、6つの強み

01

## 出発点から変える根本アプローチ

スキル教育の前に「魅力づくりの出発点」を整える。持続的な変化と成果が生まれます。

02

## 哲学×マーケティング×心理学の融合

競争戦略・東西の哲学・心理学を統合した独自の理論体系で、本質的な深みと再現性を両立。

03

## 仕事×人生に応用できる普遍性

ビジネスだけでなく、日常・家族・職場の人間関係まで活用できる、再現性の高いメソッド。

04

## 短期間で成果が出る実績

導入企業では研修直後から成果が報告。「もっと早く知りたかった」の声が多数。

05

## 人材育成のスピードを加速

全カリキュラムに、仕組み化と習慣化の方法をセットで実装。組織への定着が早い。

06

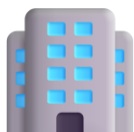
## 代表自身が実践者・経営者

代表 武内臣介が現場で実践してきた内容を体系化。現場感覚と経営視点を両立した研修。

# 提供サービスのご案内

貴社の課題に応じてカスタマイズ可能なメニュー（単発セミナーも開催可能）

## 標準プラン



### 企業研修（集合型）

180分×10～14回の集合研修。  
『真面目な魅力理論』の理論習得から実践ワークまでを体系的に学ぶ。管理職／全社員向け。

180分×10回～14回（月2回）  
／回数カスタマイズ可

## カスタム



### コンサルティング&研修

貴社の現状を診断し、組織の価値文化定着に向けた中長期支援。研修と並行して実施するハイブリッド型。

1回180分／月2回訪問（基本）

## 育成強化



### マネージャー育成

コト視点の価値づくり・火種人材・チームワーク／リーダーシップを実践技術として習得。組織を内側から変える。

180分×10回～14回（月2回）  
／時間・回数カスタマイズ可

## 即効性



### 営業・販促力強化

増客プロセス設計・お客様体験ストーリー・コト視点の価値づくり4ステップ思考技術で、価値提案力を高めお客様の心を動かすスタイルを確立。

180分×10回（月2回）／進め方はカスタマイズ前提

NEXT STEP

# まずは無料相談から はじめましょう

貴社の課題と目指す姿をお聞かせください。最適なプランをご提案します。

会社名	リスペクトマインド株式会社
代表	代表取締役 武内 臣介
サービス	企業研修 / コンサルティング / 人材育成
所在地	〒333-0855 埼玉県川口市芝西1-19-6

WEB

<https://respect-mind.com>

お問い合わせフォーム ↓

<https://respect-mind.com/otoiawase/>

価値を届け、価値で選ばれる魅力的な企業へ。

# 代表 プロフィール

1989年、アミューズメント・飲食・不動産を経営する企業に入社。当時の最年少店長・最年少営業職などを歴任しながら、ビジネス書や東西の古典を読み漁る。

1999年、転職した企業では、入社後3年目から営業部長に就任し、ランチェスター戦略やマーケティングを深めながら過去最高業績の実績を作る。部長職として『メンター制度による人材育成の仕組み作り・5Sの仕組み作り・行動目標管理シート』などの教育関係の仕組み作りで、人が育つ環境の組織作りを実施。

2007年、リスペクトマインド（株）を設立。ランチェスター戦略のコンサルティング、戦略シナリオのフレームワークを活用した業績支援、業績を向上させる戦略家人材の育成、差別化価値を生み出すコト視点の価値づくり、魅力的な存在となる人材育成など、経営を支える人材育成ノウハウを『真面目な魅力理論』『お役立ち行動モデル』として体系化。

また、体系化したカリキュラムを学んだ人が「魅力的な企業になる方法が分かった」「いろんなことが楽になる」「魅力的な人材の育成方法が分かった」「仕事に自信と誇りを持つ人材が増えた」というメリットに定評がある。

2010年から子供のために毎日書き始めたアメブロは『連続投稿5000回』を超えて継続中。



## 【武内臣介からメッセージ】

お客様や周りの人の心を明るく照らす魅力的な人が増えることで、世の中がどんどん良くなっていきます。  
そんな企業と人材を日本中に増やしていきましょう！



中小企業 約330万社の中から

50部門の一社に選ばれました

受賞サイトはこちら ↓

<https://smbgrowthcompany.com/2025/respect-mind>

※審査期間：2025年11月～2026年2月実施  
①成長性 ②独自性 ③人的資本経営への配慮の3観点より審査（調査提供：一般社団法人企業価値調査機構）