CONCENT 技術マトリクス 2024

	技術名	概要	レベル1［業務理解と業務補助］	レベル2［補助付きでの業務リード］	レベル3［業務リード］	レベル4［業務自体の進展と他者育成］	レベル5［業界の推進と新領域創造］
ビジネス戦略	**経営戦略策定・実行支援**	顧客の経営活動の経緯を捉え、デザイン思考を活用した戦略戦略を立案し、実行を支援する。人・資金・お金・情報・データ・技術・物の流れをつかみ、より多くスケールダーと協働し、顧客企業組織の持続的な発展に寄与する。	経営活動の概要を理解し、何が問題であるかを理解できる。PLやBSなどの会計・財務に関する基本的理解ができ、バリューチェーンやプラットフォーム、ビジネスモデルなど、企業活動を把握し、自分なりの一貫性のある戦略を提案している。	顧客の経営課題を捉え、ビジネスモデルを理解し、事業について何が問題かを考えることができる。ビジネスモデルを理解し、事業について何が問題かを考えることができる。ビジネスモデルを理解し、事業について何が問題かを考えることができる。

CONCENT 技術マトリクス 2024

	技術名	概要	レベル1［業務理解と業務補助］	レベル2［補助付きでの業務リード］	レベル3［業務リード］	レベル4［業務自体の進展と他者育成］	レベル5［業界の推進と新領域創造］
ビジネス戦略	経営戦略策定・実行支援	顧客の経営活動の総体を捉え、デザインを活用した成長戦略を立案し、実行を支援する力。人・資産・お金・情報・データ・技術・物の流れをつかみ、あらゆるステークホルダーと協働し、顧客企業組織の持続的な発展に寄与する。	経営活動の概要を理解し、何が問題であるかを理解できる。PLやBSなどの会計・財務に関する基本的理解があり、バリューチェーンやプライチェーンなど、企業活動を把握し、対応するための一般的な手段や知識を理解している。	顧客の経営課題を捉え、スーパーバイザー相談しながら提案書をまとめることができる。デザインとビジネス双方の観点をなるべく、生産的な会話を進めることができる。	独力でプロジェクトプランを示すことができる。顧客経営者に伴走し成果を上げられる。中長期の経営観点から、事業ポートフォリオの組合せ戦略に入れた投資提案や提案を行える。事業開発・組織開発・マーケティング・ブランディングなど自社内の各プロジェクト責任者と連携し、成果を最大化できる。	経営支援の成功例を複数生み出している。実績を通じて、自社のソリューション（事業開発支援・組織開発支援・マーケティング・PR支援・ブランディング支援など）を模索的に更新し、自社の組織基盤の発展に貢献することができる。	デザインを経営に活かす新しい知見を創出し、業界を推進することができる。企業組織がどうあるべきかを社会・産業界に提案し、デザイン業界を社会・経済の中心に位置づける。
	事業開発支援	社会変化の動向を踏まえ、環境保護、社会課題、経済課題を実現するためのビジネス要件をプロジェクトベースで組むことを、事業開発に向けた力。扱う内容に応じて、顧客にとって有益な改善・革新の活動をデザインの立場から支援することができる。事業構想の討論要素（業務オペレーション設計、価格設計など）に関して、実行力をもった支援を継続的に行うことができる。加えて、顧客だけではなく「市場」に対して新しい価値の提案を行うための次のビジネスをもつ。	顧客のビジネスモデルを理解し、事業について何が問題かをおおよそスムーズに理解することができる。一般的な事業開発の悩みやよくある課題を理解している。	顧客のビジネス課題を理解し、スーパーバイザー相談しながら提案書をまとめることができる。各種情報や調査結果などから、事業の成功要因や成長課題に関する自分なりの仮説を提示することができる。	独力で顧客のビジネス課題を解決する改善案をプロジェクトプランとして示すことができる。顧客責任者の良い価値相手になれる。顧客責任者からのビジネス課題に関する質問に即時回答できる。	社会・市場の変化を捉え、健康あるビジネスモデルを示し、具体的な実行プランに落とし込む継続的な実行支援ができる。業界の事業開発支援にとどまらないイノベーション・マネジメント活動で顧客を長期的成功に導くやり方である。加えて、そのような「ビジネスに対する見方の変化」を、社内のリーダーを社内外に発信し業界での影響力をもつ。	
	組織開発支援	顧客企業組織に対するエンゲージメントを支援できる力。ビジョン設定、業務オペレーション、デザインオペレーション、人材開発、組織設計等の組織上の諸点に対して、信頼的・長期的視点から具体的な提案を設計し、実行を支援する。社会・経営・事業・業務・最終顧客（生活者）など、視野の拡張から、最適な組織の在り方を模索し、実現に向けて活動を推進する コンセプション を有する。	組織開発に関する主要な論点（ビジョン設定、業務オペレーション、デザインオペレーション、人材開発、組織設計等）に対して基本的理解ができている。人材開発の実践プログラムの実施を支援できる。上長やプロジェクト責任者の補助のもと、タスク実行を問題なく行える。	プロジェクト/テーマ設定のベーシックな作法やプロセスの理解できており、顧客の組織課題を理解し、自分なりの解決策を提案できることができる。スーパーバイザー相談しながら提案書をまとめることができる。スーパーバイザーの指示のもと適切な教育プログラムを設計することができる。	独力で顧客の組織課題を解決する改善のあり方をプロジェクトプランとして示すことができる。企業組織戦略に人材課題をからめ、中長期の解決ロードマップを描くことができる。顧客責任者の良い価値相手になれる。顧客責任者からの組織課題に関する質問に即時回答できる。	独力で顧客の組織課題を解決する改善案を複数の企業のプロジェクトプランとして示すことができる。顧客責任者の良い価値相手になれる。顧客責任者からのビジネス課題に関する質問に即時回答できる。	デザイン業界のみならず、広く社会・産業界に向けて、組織や人材に関する新しい知見を創出できる。それによって、社会の創造性を高めるための重要な発展を支える。	
	マーケティング・PR支援	商品・サービスの興味喚起から購買・継続・紹介等に至るカスタマーサクセスの活性化を計画し、成果創出のための戦略を立案することができる。各種ITソリューション・情報メディアを活用・実装した上で、成果指標達成に向け継続的に運用することができる。顧客の最初性を感知・発見することへ、ステークホルダー（生活者・従業員・求職者・株主等）とのコミュニケーション設計やPR（パブリック・リレーション）力を発揮し、成果を上げられる。	提示された問題・課題が理解でき、業務を補助することができる。自社のマーケティング・使用ツールを、顧客の問題・課題に照らし、適切に活用することができる。プロジェクト責任者の指示のもと、部分的な業務を実行することができる。	一般的なブランド戦略に関する知識を有しており、顧客に説明することができる。顧客の潜在・顕在的な問題を、プランの観点から提案・説明することができる。プロジェクト責任者の指示のもと、部分的な業務を実行することができる。	マーケティングに関する知識を有しており、顧客に提案し、実行指導をすることができる。必要な箇所に対して、プロジェクト責任者を補佐することができる。	自社のブランド/ビジネスを最大限に発揮できるような、マーケティング・PR戦略を提案し、実行を支援することができる。ビジネスのフレームワーク等を概念、成果をもたらすことができる。マーケティング・PR分野に関して、他者（社内外）を積極的に育成し、技術的に上に貢献できる。	マーケティングPRに関する顧客企業の中期的視点を深めて、事業部長はじめ経営者レベル観点的に考えて支援することができる。マーケティングPR戦略から顧客企業の組織をどう変革するかを提案することができる。マーケティングPRに関するむく提案的なプロセスフレームワークを業界に向け提案し、自社のプレゼンスを向上させることができる。	
	ブランディング支援	顧客のステークホルダー（ターゲット）の認知（を下げること）、顧客に優位性をもたらす力。コミュニケーションメディアの具体化だけにとどまらず、社会、企業、事業、商品・サービスなど複数の視座から「企業のビジョン、パーパスはどうあるべきか？」「どのような認知が優位性を生み出すか？」「認知を強化するのは何か？」「優位な認知を獲得するための組織行動やしくみは何か？」「どのような成果指標を設けたら組織行動が最適化されるか？」を企画し、優位性を実現することができる。	提示された問題・課題が理解でき、業務を補助することができる。自社のブランディング・使用ツールを、顧客の問題・課題に照らし、適切に活用することができる。プロジェクト責任者の指示のもと、部分的な業務を実行することができる。	一般的なブランド戦略に関する知識を有しており、顧客に説明することができる。顧客の潜在・顕在的な問題を、プランの観点から提案・説明することができる。プロジェクト責任者の指示のもと、部分的な業務を実行することができる。	ブランディングに関する知識を有しており、顧客に提案し、実行指導をすることができる。必要な箇所に対して、プロジェクト責任者を補佐することができる。	自社のブランド/ビジネスを最大限に発揮できるような、マーケティング・PR戦略を提案し、実行を支援することができる。ビジネスのフレームワーク等を概念、成果をもたらすことができる。マーケティング・PR分野に関して、他者（社内外）を積極的に育成し、技術的に上に貢献できる。	顧客が対とる企業ブランド、事業ブランド、商品・サービスブランドを、戦略的に統合性管理する方法を工夫し、実行指導することができる。ブランドの観点から、「社会的に注目される事例を生み出すオペレーション」「ブランディングに関する優位性を獲得するためのしくみ」「ビジネスパーパスを構想し、組織内に浸透させる工夫」を設計する。	デザイン経営の視点から、ブランド構築に向けた中長期的な施策やその投資効果について、顧客経営者に提案し、実行を指導することができる。ブランディングに関して、「社会的に注目される事例を生み出すオペレーション」「ブランディングに関する優位性を獲得するためのしくみ」「ビジネスパーパスを構想し、組織内に浸透させる工夫」を設計する。	
	ウェブガバナンス構築支援	経営・事業計画を踏まえ、顧客がもつ情報資産を法務安全ステークホルダーに向けて適切な情報として整理、将来のあるべき情報資産・ドメイン数など、構想・設計する力。適切なガバナンスラインを見極め、エンタープライズアーキテクチャやプロジェクト要件を整理し、業務・組織の見直しを含めた実行計画にて、プロセスに落進できるよう、ワーガルリスクやシステム制約など、設計・推進にあたってウェブサイトに関連するあまたな知識、知見を有している。	プロジェクト/テーマ設定のベーシックな作法やプロセスの理解できており、顧客の組織課題を理解し、自分なりの解決策を提案することができる。スーパーバイザー相談しながら提案書をまとめることができる。スーパーバイザーの指示のもと適切な教育プログラムを設計することができる。	独力で顧客の組織課題を解決する改善のあり方をプロジェクトプランとして示すことができる。企業組織戦略に人材課題をからめ、中長期の解決ロードマップを描くことができる。顧客責任者の良い価値相手になれる。顧客責任者からの組織課題に関する質問に即時回答できる。	独力で顧客の組織課題を解決する改善案を複数の企業のプロジェクトプランとして示すことができる。顧客責任者の良い価値相手になれる。顧客責任者からのビジネス課題に関する質問に即時回答できる。	顧客の施策の課題のベーシックな作法やプロセスの理解できており、効果的に業務を実現することができる。顧客が「社会・組織的な視野や、社会的・長期的視点から具体的な提案を設計し、実行を支援する。社会・経営・事業・業務・最終顧客（生活者）など、視野の拡張から、最適な組織の在り方を模索し、実現に向けて活動を推進する コンセプション を有する。	顧客の施策の課題を理解し、効果的に業務を実現することができる。顧客が「社会・組織的な視野や、社会的・長期的視点から具体的な提案を設計し、実行を支援する。社会・経営・事業・業務・最終顧客（生活者）など、視野の拡張から、最適な組織の在り方を模索し、実現に向けて活動を推進する コンセプション を有する。	デザイン業界のみならず、広く社会・産業界に向けて、組織や人材に関する新しい知見を創出できる。それによって、社会の創造性を高めるための重要な発展を支える。	
	技術戦略立案	顧客の業務を概観要件・非機能要件に漏れ、ミス、調整解決のためのシステムを機型・設計する力。プロジェクトに応じた技術選定・調達も、実行計画を立案できる。開発業件における「リスクポイントを理解し、適切な策としてこれに対かする」プロジェクトを支援する。技術調査・データ資産の棚卸かな利活用と企業課題を結び付け、実効性のある計画を立案することができる。	プロジェクト責任者の指示のもと、採用技術・導入サービスや開発方針の提案をサポートすることができる。（調査実施、ドキュメンテーションなど）	プロジェクト責任者の指示のもと、採用技術・導入サービスや開発方針の提案をサポートすることができる。（調査実施、ドキュメンテーションなど）	立場や役割にふさわしい、自身の知見や経験を生かし、「技術・システム面からプロジェクトを支援する提案を行い、プロジェクト化することができる。	自社のプロジェクトを最大限に発揮できるような、マーケティング・PR戦略を提案し、実行を支援することができる。ビジネスのフレームワーク等を概念、成果をもたらすことができる。マーケティング・PR分野に関して、他者（社内外）を積極的に育成し、技術的に上に貢献できる。	技術・システム上の「プロジェクト全体を支援することができる。プロジェクトプランを作成し、タスク設計・見積もりを含めた提案作業をリードすることができる。技術・システム面での支援によりプロジェクトと自社の価値を向上させることができる。技術視点で有益な知見を業界に提供している事実がある。	技術・システム上の「プロジェクト全体を支援することができる。プロジェクトプランを作成し、タスク設計・見積もりを含めた提案作業をリードすることができる。技術・システム面での支援によりプロジェクトと自社の価値を向上させることができる。技術視点で有益な知見を業界に提供している事実がある。	
プロジェクト推進	プロジェクトプランニング	価値創造・問題解決・課題設定・目的・目標設定・期間・タスク設定・予算・工程・品質・体制・コミュニケーションメディアの具体化だけにとどまず、社会、企業、事業、商品・サービスなど複数の視座から「企業のビジョン、パーパスはどうあるべきか？」「どのような認知が優位性を生み出すか？」「認知を強化するのは何か？」「優位な認知を獲得するための組織行動やしくみは何か？」「どのような成果指標を設けたら組織行動が最適化されるか？」を企画し、優位性を実現することができる。	提示された問題・課題が理解でき、業務を補助することができる。自社のマーケティング・使用ツールを、顧客の問題・課題に照らし、適切に活用することができる。プロジェクト責任者の指示のもと、部分的な業務を実行することができる。	一般的なブランド戦略に関する知識を有しており、顧客に説明することができる。顧客の潜在・顕在的な問題を、プランの観点から提案・説明することができる。プロジェクト責任者の指示のもと、部分的な業務を実行することができる。	ブランディングに関する知識を有しており、顧客に提案し、実行指導をすることができる。必要な箇所に対して、プロジェクト責任者を補佐することができる。	自社のブランド/ビジネスを最大限に発揮できるような、マーケティング・PR戦略を提案し、実行を支援することができる。ビジネスのフレームワーク等を概念、成果をもたらすことができる。マーケティング・PR分野に関して、他者（社内外）を積極的に育成し、技術的に上に貢献できる。	顧客が対とる企業ブランド、事業ブランド、商品・サービスブランドを、戦略的に統合性管理する方法を工夫し、実行指導することができる。ブランドの観点から、「社会的に注目される事例を生み出すオペレーション」「ブランディングに関する優位性を獲得するためのしくみ」「ビジネスパーパスを構想し、組織内に浸透させる工夫」を設計する。	デザイン経営の視点から、ブランド構築に向けた中長期的な施策やその投資効果について、顧客経営者に提案し、実行指導することができる。ブランディングに関して、「社会的に注目される事例を生み出すオペレーション」「ブランディングに関する優位性を獲得するためのしくみ」「ビジネスパーパスを構想し、組織内に浸透させる工夫」を設計する。	
	ウェブガバナンストリード	プロジェクトのあらゆる場面で、仮説を含めた最適解を自ら提示し、プロジェクトを前進させる力。社内外メンバー（顧客含む）にベクトルを示し、共創することができる。メンバーの動機付けを行い、ポジティブ創造的な文化をつくり出すことができる。	プロジェクトメンバーとして、プロジェクトの目的・与件・ゴール・プロセス・体制を理解できている。プロジェクト責任者に、プロジェクト進捗を報告するための提案をする。成果を上げることができる。	プロジェクト責任者を補佐し、自身の担当する範囲でガバナンスを実行し問題なく与えられた業務を遂行することができる（調査実施、ドキュメンテーションなど）。	顧客の現状から、自身の担当する範囲におけるあるべきウェブガバナンスを検討し、独力で提案、案件化することができる。ウェブガバナンス実況プロジェクトを自身の専門性の範囲で推進することができる。	複数の国や地域を対象にしたグローバルプロジェクトや、複数の事業・ブランド・部門やウェブガバナンス実況プロジェクトにおいて、自身の担当する範囲の業務について計画・実施・推進を行うこと、また、それに関して他者育成の実績がある。	複数の国や地域を対象にしたグローバルプロジェクトや、複数の事業・ブランド・部門やウェブガバナンス実況プロジェクトにおいて、自身の担当する範囲の業務について計画・実施・推進を、マルチメンバーをコントロールする力で推進し、実行する知見と少業界を有している。	複数の国や地域を対象にしたグローバルプロジェクトや、複数の事業・ブランド・部門やウェブガバナンス実況プロジェクトにおいて、自身の担当する範囲の業務について計画・実施・推進を、マルチメンバーをコントロールする力で推進し、実行する知見と少業界を有している。	
	プロジェクトマネジメント	プロジェクトの総合的な責任者になるため、ビジネス要件からプロジェクト全体を「プロジェクト立案を行い、ゴールまでの推進・進行を指揮することができる。チーム全体の采配・指導ができなく、発生する課題に対して適切な対策ができる。リスク管理（期間・利益・タスク・スケジュール）と、クオリティ管理を実施できる。また、レベルを越えて社内や会社間調整を完結する。比較的低リスク・小規模案件が担当。レベル4以降は自社活動にないメンターのエントールや複数プロジェクトを束ねるような高リスクな規模案件が担当する。	スーパーバイザーのレビューのもと、プロジェクトゴールまでの計画を策定し、無事に実行することができる。プロジェクト全体像（WBS・スケジュール作成・費用見積もりなど）を理解し、プロジェクトマネジメントの進行ができる。リスク管理とクオリティ管理を適切に実施できる。	社内メンバーが中心のプロジェクトにおいて、独力でプロジェクトゴールまでの具体的な計画を策定し、進行できる。イレギュラー事態に対して、適切なタスク処理ができる。リスク管理（WBS・スケジュール作成・費用見積もりなど）を理解し、プロジェクトマネジメントの進行ができる。リスク管理とクオリティ管理を適切に実施できる。	社外リソースを含めた中・大規模なプロジェクトにて、プロジェクトゴールまでの計画を策定し、進行できる。イレギュラー事態に対して、適切なタスク処理ができる。リスク管理（WBS・スケジュール作成・費用見積もりなど）を理解し、プロジェクトマネジメントの進行ができる。他のプロジェクトが複数とすべき成果を出すことができる。当該技術に関して他者育成の実績がある。	複雑なステークホルダーが関連する大規模プロジェクトのマネジメントを進行できる。プロジェクトが大きな成果を出し、社内外で高く評価される。社内に思慮、情報発信するなど影響力をもつ。スペーパーマネジメントを通じて、複数プロジェクトに参画し、成果を上げられる。コーチングスキルを有している。	複数企業間を、利害対立する立場を、効率性、行政課題等のあまたな知識要素の対立するステークホルダーの対話を協議し、合意・合理プロセスを通じて、社会の視野から見て際立った発展的・創造的な解決策を導くことができ、成果を上げることができる。コーチングスキルの知見を社会に還元し、業界をリードする立場にある。	
	コ・クリエイション	ワークショップ設計、利害調整、インセンティブ設計等の手段を駆使し、立場や関係の異なるステークホルダーを支援し、価値創造や合意形成に導くことができる力。インクルーシブデザインの考え方に基づき、組織やビジネスの社会的責任とプランディング双方の観点から必要な范囲的な社会的課題を行うことができ、実行することができる。	ワークショッププランニングの基礎的な流れを理解できており、社内外でのワークショップのファシリテーションサポートが定常的にできている。インクルーシブデザインの考え方に基づき、組織やビジネスの社会的責任とプランディング双方の観点から必要な范囲的な社会的課題を行うことができ、実行することができる。	自社に沿ったワークショッププランニングを独力で行うことができ、ワークショップのメインファシリテーションを務めることが定常的にできる。インクルーシブデザインを活用した、ワークショップ設計をすることができる。	複数パートナーとの連携を通じて、ワークショッププログラムの際立ったコンセプトを作成し、コ・クリエーション技術により具体的な成果を上げることができる。インクルーシブデザイン手法により、ワークショップ参加者の多様性を担保することができる。当該技術に関して他者育成の実績がある。	意思決定権者である経営者や行政官との対話や共創のテーマを、組織内の利害対立の有無を考慮に入れて、コ・クリエーション技術により具体的な成果を上げることができる。インクルーシブデザイン手法により、サービスの可能性を広げることができる。当該技術に関して他者育成の実績がある。	複数企業間を、利害対立する立場を、効率性、行政課題等のあまたな知識要素の対立するステークホルダーの対話を協議し、合意・合理プロセスを通じて、社会の視野から見て際立った発展的・創造的な解決策を導くことができ、成果を上げることができる。コ・クリエーションの知見を社会に還元し、業界をリードする立場にある。	
リサーチ&プロトタイピング	ネットワーキング	デザインプロジェクトをつくり出す力。協働する力。ネットワークを多様にもち、自社やプロジェクトにそれら各活用できる力。社会のデザイン領域拡大のために、ネットワークを構築することができる力。	定常的に外部情報をインプットしているもの。ネットワークを広げる活動を実践している。社会においてデザイン領域を向上させるネットワークを模索している。	自身の保有パートナーでは対応できない際のフレンドにしている。プロジェクト責任者を含む社内メンバーに協力を仰ぎ速やかに提供するパートナーをアサインすることができる。自身のネットワークからデザインに関する情報が複数集まっている。	複数パートナーのから適切に選定・アサインすることができ、トラブルなく業務推進ができている。自身のネットワークから有益な情報をシンクタンクとして社内展開している。自身のネットワークが定常的に社内プロジェクトを展開できている。自身のパートナーと働きかけ、組織、社会変革のための有益な共創関係が築けた。	第一業務だけではない、幅広い社外協業ネットワークをもっている。主体的に社内メンバーパートナー情報を紹介でき、業務成果を出すことができる。パートナー活用の戦略策定に貢献している。自身のネットワークが定常的に社内プロジェクトを展開できている。自身のパートナーと働きかけ、組織、社会変革のための有益な共創関係が築けた。	自身のネットワークにおいて、自社の未来を創造する新規領域を開拓することができる。自社事業領域外の業界も複数のパートナーネットワークのチーム組成を行い、プロジェクトを推進することができる。自身のネットワークにおいて、市場における社会のプレゼンスが上に寄与する活動を行い、成果を上げている。	自身のネットワークにおいて、自社の未来を創造する新規領域を開拓することができる。自社事業領域外の業界も複数のパートナーネットワークのチーム組成を行い、プロジェクトを推進することができる。自身のネットワークにおいて、市場における社会のプレゼンスが上に寄与する活動を行い、成果を上げている。	
	アカウントトレーション	新規顧客の創出や、既存顧客との継続的な保全など、営業パイプラインを構築し、機能するための「アカウント戦略」を設計する力。価値・フィロソフィ・ビィルシップ&フィールの3つ観点それぞれのプロトタイピングに関する技術や手法に精通し、その中から最適な方法を組み合わせてプロジェクトに応用することができる。構築するだけではなく、顧客課題を踏まえた検証プロセスまで含めて設計することができる。	上長やプロジェクト責任者の補助のもと、顧客の課題理解に従事、プロジェクトの実践に参加することができる。新規パイ創出のための、社内メンバーに対してアカウント管理の補助から業務支援をすることができる。	顧客の課題理解に従事、プロジェクトスコープの策定およびお伝なく、基本的な顧客対応ができる。顧客対応に関する情報を社内関係者に共有し、組織的な提案に貢献することができる。新規パイ創出のための体制引き・ヘッドハンティングのアプローチ、既存顧客へのアンケート調査や実施することができる。	顧客の課題理解と提案、プロジェクトスコープの策定およびお伝なく、基本的な顧客対応ができる。顧客対応に関する情報を社内関係者に共有し、組織的な提案に貢献することができる。新規パイ創出のための体制引き・ヘッドハンティングのアプローチ、既存顧客へのアンケート調査や実施することができる。	顧客に対して、信頼関係を築き、プロジェクトスコープの策定および伝なく、基本的な顧客対応ができる。顧客対応に関する情報を社内関係者に共有し、組織的な提案に貢献することができる。新規パイ創出のための体制引き・ヘッドハンティングのアプローチ、既存顧客へのアンケート調査や実施することができる。	独力で顧客ニーズを自社の提供サービスに落とし込み、顧客に対して、体制構築を含め実行プランを示すことができる。顧客対応に関する情報を社内関係者に共有し、組織的な提案に貢献することができる。新規パイ創出のための体制引き・ヘッドハンティングのアプローチ、既存顧客へのアンケート調査や実施することができる。	独力で顧客ニーズを自社の提供サービスに落とし込み、顧客に対して、体制構築を含め実行プランを示すことができる。顧客対応に関する情報を社内関係者に共有し、組織的な提案に貢献することができる。新規パイ創出のための体制引き・ヘッドハンティングのアプローチ、既存顧客へのアンケート調査や実施することができる。	他社・新規開拓が、顧客から提案され、社内で事例のないプロジェクトに対して、自身の経験・外部情報を活用し、顧客ニーズを引き出すことができる。顧客対応に関する情報を社内関係者に共有し、組織的な提案に貢献することができる。新規パイ創出のための体制引き・ヘッドハンティングのアプローチ、既存顧客へのアンケート調査や実施することができる。	大規模プロジェクト・複数プロジェクトにおいて関係者に対して、自身の経験・外部情報を活用し、顧客ニーズを引き出すことができる。顧客対応に関する情報を社内関係者に共有し、組織的な提案に貢献することができる。新規パイ創出のための体制引き・ヘッドハンティングのアプローチ、既存顧客へのアンケート調査や実施することができる。	
	ネゴシエーション	金銭、スケジュール、契約内容、プロジェクト要件、技術要件などの各種条件を交渉し、自社含め顧客などビジネス環境をつくり出す力。顧客やパートナーとの適正な業務状況をつくり出すための計数力が身に付いている。「交渉時」以外でも常時発揮される。「交渉力」のコントロールと、「交渉力」を支えた「交渉能力」の向上を有している。プロジェクト・成果に必要な意思決定に対し、根拠や期待値を用い、全体最適に向けた働きかけ・調整等の行動を取ることができる。	上長やプロジェクト責任者の補助のもと、予算・スケジュール・プロジェクト要件など顧客との交渉ができ、問題なく進行することができる。通常業務における平時対応について問題無く交渉ができる。成果達成のための要件説明できている。	独力で交渉を進められる。リスクを察知することができる。交渉時のポイントを分けられ、適正なプロセスで対応することができる。プレゼンスコントロールが常時身に付いている。	交渉のスローを独力で描き、実行できる。自身の関わりのない案件にあっても、他者にてできるプロセスを作ることができる。プロジェクトの前に立ち適切な契約形態を選択し、適切に対応することができる。リスク管理およびコンプライアンス遵守の観点から、関連する法令（著作権、商標権、特許権など）の最適的な知識をもつ。適法性を意識し、合意形成に関する。	プロジェクト案件の定更、内容事情による特別変更、見積もり変更などの発生時、複合的な問題発生時に、顧客に対して適切に対応することができる。顧客を業務環境を機降することができる。自身だけでなく他の交渉担当者に対しても支援することができる。	提携交渉、法的対応等、重要な交渉事に対し、役員関係の中心として、迅速で十分な情報収集、分析、交渉スローの設定などを行い、自社にとって重大な交渉対応を実行することができる。	社内外、業界内の外を見据え、専門的な知見や重要な福利知識を収集・編集し、市場や業界に影響力のある資料やコンテンツを作成することができる。社外のパートナー団体と連携し、業界標準の提案に関わるなど、新しい価値を創造することができる。それにより自社のプレゼンスを向上させることができる。	
	ドキュメンテーション	クライアントプロジェクトおよび社内業務において、調査分析やその他情報収集、他者との連携を行い、有用な資料やコンテンツを作成することができる。必要十分な情報量と情報機密、わかりやすい文章表現や図表を通して、社内外のステークホルダーとの円滑な情報流通に貢献することができる。	ロジカルシンキングが身に付いている。プロジェクト責任者の補点から「それは正本を加ムなくてもいい」と言って資料作成ができている。	「わかりやすく」「内容が事実に根差さく」「校正が十分であり」「引用や注釈が適切にされている」問題のない「プロジェクト資料や社内資料を独力で作成することができる。ロジックツリーやパラグラフ・ライティングについて文章作成技法が身に付いている。	資料やコンテンツを作成するにあたり、自身で調査関係や役割分担を設定し、他者に指導・連携し、上で、「成果達成に向けて十分な品質を備えた」資料をチームで作成することができる。	独力でリサーチ・検証手法の選択や実施のプランニングを行うことができる。調査や分析の設計・実行、有益なインサイトの発見や仮説構築等を推進し、**提言文書を考案することができる。**リサーチ・検証手法や、AI等の技術やデータ活用のレンマを押さえて、社内の組織にも適切に回答できる。	「出から現場」解決を目指すような無意の高いプロジェクトにおいて、適切に連絡体制を整理を行った上でリサーチ・検証手法を選択し、それをどの現場・範囲で行うか仮説、どのような成果を出すかの仮説を立てることができる。社内の組織にも適切に回答できる。他者育成の実績がある。	「調査の高度化、分析手法、まとめかたなどをカスタマイズ・独自開発することができる。また、独自の視点や分析能力、**技術活用にて**リサーチ業務の価値を社内外に発信できる。社会的インパクトのあるインサイトを提言し、活用を有し、ひろ、その知見を社会に還元し、業界をリードする立場にある。		
	マーケティング&デザインリサーチ	プロジェクト課題を適切につかみ、そのゴールや目的に応じて適切なリサーチ・評価の計画を設計・立案し、実行する力。リサーチ・検証を、定量・定性、マーケティング・UXデザイン、生成的・検証的など、多面的に行うことができる。目的達成に必要なリサーチ&コンサルなどをアレンジできる。効果的な定量・定性データ・示唆、「インサーチの目的とデータの性質」に適した方法を行い、統計的事実やインサイトなど有益な結果を抽出することができる。さらに、発展、社会に有用な問題発見、事業創出に寄与する適切なリサーチ活動の実現によるクエイティビティを発揮することができる。	基本的な各種リサーチ手法や業務の流れを理解し、プロジェクト責任者の指示のもとリサーチの検証、分析を実施することができる。**プラン・提案等を自己統計情報や分析結果を踏まえ解ることができる。**必要な報告を適切に行うことができる。	プロジェクト責任者と相談しながら、プロジェクトに必要なリサーチ・検証手法の選択や実施のプランニングを適切に行うことができる。調査対象およびその分析のロジカルに整理することができる。顧客に提示できる本質の結果を出すことができる。調査結果のデータの分析から課題の抽出を行い、結果を顧客に報告できる。	独力でリサーチ・検証手法の選択や実施のプランニングを行うことができる。調査や分析の設計・実行、有益なインサイトの発見や仮説構築等を推進し、**提言文書を考案することができる。**リサーチ・検証手法や、AI等の技術やデータ活用のレンマを押さえて、社内の組織にも適切に回答できる。	機能要件を正しく理解し、プロジェクト要件・方法を検討し、実施を推進することができる。リサーチ結果を踏まえ、社内で事例のないプロジェクトや技術でも機能的に採用し、顧客の課題解決につながる提案をすることができる。	プロジェクト案件に関し、独力でリサーチ・検証・方法を検討し、実施を推進することができる。リサーチ結果を踏まえ、社内で事例のないプロジェクトや技術でも機能的に採用し、顧客の課題解決につながる提案をすることができる。	独自の視点や分析能力を発揮し、対外的に技術的な情報発信をすることで、自社の提供価値や問題とされの点・対外アピールに貢献することができる。エンジニアリングリサーチの教育・指導ができる。	
クオリティ管理	エンジニアリングリサーチ	言語仕様や技術レンドの理解を深め、プロジェクトに必要な技術選定と評価、試作と検証、実現可否の判断、代案の提示ができる力。	プロジェクト責任者の指示のもとリサーチを実施し、結果に基づいた技術面の検討・提案に必要な報告を適切に行うことができる。	プロジェクト責任者と相談しながら、リサーチを実施し、結果に基づいた技術面の選択肢を提示することができる。	機能要件を正しく理解し、プロジェクト要件・方法を検討し、実施を推進することができる。優先度やメリット・デメリットを踏まえた最適のアプローチ技術を提示できるなど、リサーチ結果から最適な開発方針を提案することができる。	プロジェクト案件に関し、独力でリサーチ・検証・方法を検討し、実施を推進することができる。リサーチ結果を踏まえ、社内で事例のないプロジェクトや技術でも機能的に採用し、顧客の課題解決につながる提案をすることができる。	独自の視点や分析能力を発揮し、対外的に技術的な情報発信をすることで、自社の提供価値や問題とされの点・対外アピールに貢献することができる。エンジニアリングリサーチの教育・指導ができる。	
	プロトタイピング	プロジェクトの目的に合わせて、最も効果的なラピッドにプロトタイプを構築し、検証するためのアプローチを設計する力。価値・フィロソフィ・ビィルシップ&フィールの3つ観点それぞれのプロトタイピングに関する技術や手法に精通し、その中から最適な方法を組み合わせてプロジェクトに応用することができる。構築するだけではなく、顧客課題を踏まえた検証プロセスまで含めて設計することができる。	プロジェクト責任者の指示のもとプロトタイピングの方法を検討し、必要な報告を行い、適切に実行することができる。	プロジェクト責任者と相談しながら、プロトタイプ構築と検証設計を行うことができる。プロトタイピングのための手法や技術に関する一般的なレンマは一通り理解できており、その中から適切な方法を選択することができる。	プロジェクトの目的に合わせて、最も効果的なラピッドにプロトタイプを構築し、検証するためのアプローチを設計する力。プロトタイピングのための手法や技術に関する最新の動向やレンマを把握した上で、最適な方法を積極的に選択することができる。	技術面のみならず、顧客から提起され、社内で事例のないプロジェクトにおいて、プロトタイピングの位置付けを理解し、顧客課題を踏まえた最適なプロトタイピング検証のプロセスをプロジェクト設計に組み込むことができる。社内でのノウハウ強化や他者育成に貢献することができる。	プロタイピングに関する先見的なスペクトラムを指針に開発し、プロジェクトに応用することができる。そのような知見を社外的に情報発信することで、業界での影響力をもつ。		
	デジタルプロダクトディレクション	プロジェクトのゴール・メディアにおいて、ユーザー体験を包括的に捉え、利用者にとって使いやすく魅力的なプロダクト・サービスのアーキテクチャや設計・ルックル&フィールの策定、および実装のディレクションを行うことができる。最新のテクノロジーやデザインレンマに関する知識を常時アップデートし、デザイン・プロダクトマネジメントやエンジニアへのディレクション、組織のメンバーのマネジメントに貢献することができる。	アーキテクチャ設計・インタラクションデザイン・ビジュアルデザインとその方法のクオリティを探索。ステークホルダーの合意形成・社外のプロダクトデザイナーやエンジニアへのディレクションを担い、プロジェクトを円滑に進めることができる。	アーキテクチャ設計・インタラクションデザイン・ビジュアルデザインとその方法のクオリティを探索。ステークホルダーの合意形成・社外のプロダクトデザイナーやエンジニアへのディレクションを担い、プロジェクトを円滑に進めることができる。	ビジネスやユーザニーズを理解し、ユーザビリティ・ユーザエクスペリエンスを考慮した、適用・管理、システムの定更・運用ができる。顧客・ユーザーの提供価値やビジネス戦略を包括し、アーキテクチャ・デザインシステムを含む世界観の定更・運用を担い、自社の提供価値を定更する。組織のメンバーのマネジメントに貢献することができる。	ビジネスエンジニアリング分野の専門家として、顧客に対して適切に対応することができる。生活者・ユーザーの提供価値やビジネス戦略を包括し、アーキテクチャ・デザインシステムを含む世界観の定更・運用を担い、自社の提供価値を定更する。組織のメンバーのマネジメントに貢献することができる。	プロダクト・サービスの構想段階からコントロール、市場や顧客のニーズを的確に捉え人間主体設定する。多面的にデザインの機能・推進を行い、自社の提供価値を定更する。組織のメンバーのマネジメントに貢献することができる。		
	アートディレクション	コンテンツデザインの特性を理解し、顧客課題に対して適切な解決策やコンセプトの立案・提示を行い、魅力的で伝わるコンテンツを創出する力。成果物の品質制御、コンテンツディレクション、社内外クリエイターへのディレクション、社内のコンテンツデザイナーやUX/UIデザイナーのマネジメントに貢献できる。	小規模案件において、顧客の課題を理解し、アウトプットの方針を自分で提案し、実現することができる。	顧客の課題を理解し、アウトプットの方針を自分で提案し、実現することができる。コンセプトを立案し、アウトプットを適切に導くことができる。効果的なプレゼンテーションを行い、ステークホルダーの合意形成を図ることができる。プロジェクトを円滑に進めることができる。	顧客の課題を理解し、アウトプットのゴ引き出しから、効果の高い場（クリエイティブだけでなくコンテンツ全体）を提案できる。プロジェクトチーム内で、社内外のクリエイターのマネジメントができる。他・デザイン等メディアを問わず、適切なアウトプットを提案できる。	顧客の課題やシステム要件を正しく理解し、必要な規点や方針を示しながら、システム設計の推進を行うことができる。職種と役割を踏まえてプロジェクトスペーサーをディレクションし、システムの品質評価に管理を行うことができる。	要求分析定義、要件定義、テスト管理、実装・デザイン、実装などの一連のデジタルプロダクト構築における工程で貢献できる。UIデザインプロジェクトのプランニング・工程・予算・期間・体制計画、品質管理のためのディレクションをリードしたことがある。他者育成を担える。	UIエデザインに関する社会的な知見の普及啓発を担うことができる。ユーザー情報のプロセスを統合し、顧客・業務・組織・ユーザーを中心の視野を打ち、市場に対し、「新しい価値を提案できる」顧客の業務に業務改革、人事体系、インセンティブ体系等を設計し、最終顧客課題・経営課題対応を通じて情報設計の解答を示すことができる。		
	テクニカルディレクション クオリティ・技術管理	プロジェクトのゴール実現や定義されたユーザー体験・改善すべき業務上の課題を踏まえ、情報・コンテンツの設計や的方・開発規・構造などを総合的に整理・分類・定義を行い、利用者に提供するコンテンツ・インターフェースや業務における管理方針・フローを設計する力。