CONCENT 技術マトリクス 2025

	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。人・価値・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を協働し、顧客企業組織の持続的な発展に寄与できる。	経営活動の概要を理解し、ざっと問題であるなと思ったら、PLや B/S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サ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論的な枠組みを理解している。	顧客の経営課題を捉え、スペーパーバイザーと相談しながら提案書をまとめられる。デザインビジネス双方の論点を つなげ、生産的な会話を進められる。	独力でプロジェクトをリードし、顧客の経営課題を捉えて、顧客経営者に伴走し、成果を上げられる。中長期の経営戦略から、事業ポートフォリオ戦略を視野に入れた提案戦略や提案を行える。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間を連携させ、成果を最大化できる。	経営支援の成功例を蓄積し、実践を通じて、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）を標榜的に更新し、自社の価値創造の発展に貢献できる。	デザインを経営に生かす新しい知見を創出し、業界を進展させる。業態横断的であるべきかを社会・産業界に提言し、デザイン業界を成長に導ける存在となる。
	事業開発支援	社会変化や動向を踏まえ、環境倫理、社会倫理、経済倫理を実現するためのビジネス要件をプロジェクトゴールに落とこみ、事業開発に向けた取り組み方針を示す。顧客にとって有益な改善・革新の提案をデザインの切り口で示す。事業検討の段階者（事務イ・イレーション）設計、価格設計などにおいて、実行力をもった支援を継続的に行える。加えて、顧客だけでなく「市場」に対して、「新しい価値の提案を行うためのコンビジネスをもつ。	顧客のビジネス理解を理解し、事業について何が問題かをおおまかスムーズに理解できる。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、スーパーバイザーと相談しながら提案書をまとめられる。自機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設説を提示できる。	独力で顧客のビジネス課題を解決する効果的なプロジェクトプランを示すことができる。顧客自身を変革に導くことができる。顧客自身からのビジネス課題に関する質問に即時回答できる。	自社のケーパビリティ（ことどころなら）事業戦略提案ができる。実行までのプロセスを示し、継続的に実行伴走できる。顧客企業を取り巻く社会変化の動向を踏まえた事業課題について新しいレベルで課題できる知見をもつ。社内外の人材育成を、OJTと研修の両面から担える。	社会・市場の変化、事業の成長段階を踏まえ、経営層と継続的な信頼関係を構築し、組織戦略・施策に伴走できる。デザイン領域の専門家として、社内外のプロジェクトを活用し、顧客自身が自ら施策を提案・実現できる。長期成果を見据えて顧客組織内のステークホルダーを巻き込みながら、経営層や多様な関係者との信頼関係を構築しつつ事業の推進を支援できる。	社会・市場の変化、事業の成長段階を踏まえ、経営層と継続的な信頼関係を構築し、組織戦略・施策に伴走できる。組織課題に対して、社内外のプロジェクトを活用し、顧客自身が自ら施策を提案・実現できる。長期成果を見据えて顧客組織内のステークホルダーを巻き込みながら、経営層や多様な関係者との信頼関係を構築しつつ事業の推進を支援できる。組織開発支援の第2方法を成立させる。
	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プロセスを計画し、成果創出のための組織を立案できる。各種ツールやコンテンツ等をデザインでき、成果物を構築できる。また、成果物構築に向け機能的に最適に提供できる。顧客の優位性を構築・維持するために、ステークホルダー（生活者・従業員・関係者・株主等）とのコミュニケーション方針やPR（パブリック・リレーション）方針を策定、運営できる。	提示された問題・課題が理解でき、業務を補助できる。自社のケーパビリティや提示ソリューションを、顧客の問題・課題に照らし合わせ理解できる。プロジェクト責任者の指示のもと、部分的な業務を実行できる。	一般的なマーケティング戦略のセオリーを理解しており、顧客の顕在・潜在的な問題を論点化・整理できる。デジタルマーケティングに関する最新知識を有しており、必要なツールやソリューションを提案できる。必要な調査を企画・実行でき、プロジェクト責任者を補佐できる。	マーケティング・PRに関するプロジェクトを顧客に提案しながら、実行指導を担い、必要な成果に向けて指標を設定し、アナログ・デジタルを問わず投資効果に合った最適なメディア活用を提案できる。インサイトやトレーニングの知見を活用し、マーケティング・PRに関するアウトプットの分析を立て、制作物のディレクションを行える。	自社のケーパビリティ（ことどころなら）を最大限に発揮できるような、マーケティング・PRに関するソリューション（自社独自のプロセスやフレームワーク等）を構築し、成果をもたらせる。マーケティング・PRが新に開して、他者（社内外）を積極的に育成し、技術向上に貢献できる。	マーケティング・PRに関する顧客企業の中期計画を立案でき、事業部長および経営者レベルと継続的に伴走できる。マーケティング・PRの視点から顧客企業の組織をどう支援するかを提案できる。マーケティング・PRに関する顧客とと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られる。
	ブランディング支援	顧客のスタンスを「認知」をデザインし、顧客に優位性をもたらすカ、コンセプトを、コミュニケーションメディアの各媒体ごとに落とこまず、社会、企業、事業、商品・サービスなど複数の視点から「企業のビジョンやパーパス」「優位性を生み出す認知」「認知を強化するUX」「優位な認知を届けるための組織行動やくんり」「組織行動を最適化する成果指標」を企画し、優位性を実現することができる。アウターブランディングを行なう。インナーブランディングを良む。	提示された問題・課題が理解でき、業務を補助できる。自社のケーパビリティや提示ソリューションを、顧客の問題・課題に照らし合わせ理解できる。プロジェクト責任者の指示のもと、部分的な業務を実行できる。	一般的なブランド戦略のセオリーを理解しており、顧客に説明できる。顧客の顕在・潜在的な問題を、ブランドの観点から論点化・整理できる。調査やワークショップを企画・実行でき、プロジェクト責任者を補佐できる。	独力でブランディングプロジェクトを顧客に提案し、実行指導を担い、必要な成果に向けて指標を設定し、アウトプットを分析する。ブランディングに関する最新知識を有しており、必要なツールやソリューションを提案できる。ブランディングに関するアウトプットの分析を立て、制作物のディレクションを行える。	顧客の現状から、自身の担当する範囲における、あるべきブランドパーパスを検討し、独自の提案を行える。マーケティング・PRに関するプロジェクトを自身の専門性の範囲で推進できる。	自社のケーパビリティ（ことどころなら）ブランディングを最大限に発揮できるような、ブランディング・ソリューション（自社独自のプロセスやフレームワーク等）を構築し、成果をもたらせる。マーケティング・PRが新に開して、他者（社内外）を積極的に育成し、技術向上に貢献できる。	ブランディング・PRに関する顧客企業の中期計画を立案でき、事業部長および経営者レベルと継続的に伴走できる。マーケティング・PRの視点から顧客企業の組織をどう支援するかを提案できる。マーケティング・PRに関する顧客とと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られる。
	ウェブガバナンス構築支援	経営・事業計画を踏まえ、顧客がもつ情報をどう活用するかをステークホルダーに向けて整理し、将来のあるべき情報群・サイト群として構築・設計する方、適切なガバナンスランキングを見極め、エンタープライズアーキテクチャやコンテンツ管理に関する、業務・組織の見直しを含めた実行計画にてプロセスを化、推進できる。ハーガルリスクやシステム開発、設計・推進にあってウェブサイトに関連するこまごまな知識、知見を有している。	提示された問題・課題が理解でき、業務を補助できる。自社のケーパビリティや提示ソリューションを、顧客の問題・課題に照らし合わせ理解できる。プロジェクト責任者の指示のもと、部分的な業務を実行できる。	プロジェクト責任者の指示のもと、自身の担当する範囲で、ガバナンス型ではなく、ウェブガバナンスの必要性、強制、範囲などを説明、あるべきウェブガバナンスを検討し、有意な提案をまとめられる。	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、独自の提案を行える。マーケティング・PRに関するプロジェクトを自身の専門性の範囲で推進できる。	自社のケーパビリティ（ことどころなら）ウェブガバナンス推進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・推進を遂行できる。また、それらに関して、自社育成の実績がある。	プロジェクト責任者から提案・ソリューションを求められ、自社のケーパビリティ（ことどころなら）ウェブガバナンス推進プロジェクトを作成し、タスク設計・見積もりを自ら出て提案作成できる。技術・システム面での支援にとどまらず、ウェブガバナンスに関するプロジェクトを自社の情報を向上させられる。技術視点で有意な知見を業界に提供している事実がある。	技術・システムにとどまらずビジネス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・見積もりを自ら出て提案作成できる。技術・システム面での支援にとどまらずウェブガバナンスに関するプロジェクトを自社の情報を向上させられる。技術視点で有意な知見を業界に提供している事実がある。
	技術戦略立案	顧客の業務を機能要件・非機能要件に落とし込み、課題解決のためのシステムを構築・設計する方。プロジェクトに応じた技術選定・調達をし、実行計画を立案できる。開発業務における技術チームをリードし、適切な落としこみ方できるようプロジェクトを支援する。技術視点・データ視点・プロセス視点の多角的な視点を活用し、実効性のある計画を立案する。	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。［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支援を受けながら、主体的に技術・システム面での提案方針を検討し、フィジビリティ・効果・コストなどに考慮した提案内容にまとめられる。	立場や役割にふさわしい、自身の知見や経験を生かして技術・システム面からプロジェクトを支援する提案を行い、プロジェクトを作成する。	プロジェクト要件から技術・システムにふさ支援計画を立案し、プロジェクト全体の計画にシステムパートのプランを組み込み最適化できる。採用技術・導入サービスに応じた内部・外部パートナーの最適な体制を構築できる。当該技術に関して他者育成の実績がある。	技術・システム面による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・見積もりを自ら出て提案作成できる。技術・システム面での支援にとどまらずプロジェクトを自社の情報を向上させられる。技術視点で有意な知見を業界に提供している事実がある。
	人材開発支援	組織戦略の実現に目標達成に向けて、デザインの視点もくは実践力をもって新規事業創出やDX推進に携わる人材の育成施策を開発・実行する方。組織メンバーに必要な知識・スキル・コピピテンシー信念を提供し、個々人の効果的な成長を支援する。経営や業務でデザインの視点や方法論を活用するための能力開発とモチベーション向上を促進し、企業全体の成果がへこつなげられる。	人材開発の基本概念やまおよび一般的な組織課題を理解し、デザイン書ドマンドやセットの重要性を理解している。一般的な方法論を理解し、上司、指導の企画・運営補助ができる。プロジェクト責任者の指示のもと、資料作成や事編、受講者対応、アンケートの実施に集計と、ヒアリングのロジテイクなど、実務面でのサポートを円滑に遂行できる。	単発の育成施策を提案できる。顧客の課題やニーズに合わせて既存の人材育成施策を適切に調整のと、提案できる。スーパーバイザーのサポートのもと、基本的な分析や行動変容を踏まえた小規模な育成施策の提案を行える。	顧客の直接課題やニーズを見極め、複合的な活動を独力で提案できる。デザインの専門性を活用し、顧客自身の変革を促進する。スーパーバイザーのサポートのもと、基本的な分析や行動変容を踏まえた小規模な育成施策の実施を遂行できる。顧客組織内のステークホルダーを効果的に巻きこみ、組織内の人材育成を担える。	顧客の直接課題やニーズを見極め、複合的な活動を独力で提案できる。デザインの専門性を活用し、顧客自身の変革を促進する。スーパーバイザーのサポートのもと、基本的な分析や行動変容を踏まえた小規模な育成施策の実施を遂行できる。顧客組織内のステークホルダーを効果的に巻きこみ、組織内の人材育成を担える。	組織全体の人材戦略に基づき、組織の成長段階や成熟度に応じた長期的な育成計画を立案でき、実施できる。専門家として、顧客企業の事業目標に連動し、デザイン領域内の専門家に協働するよう、社内外の人材を活用し、長期成果を見据えた継続支援を提供できる。デザイン業界の発展を踏まえ、広く社会・産業界に向けて組織や人材に関する新たな知見を生み出すこと、社会全体の創造性を高める影響力を発揮する。	経営層に対し、「社会・市場経済を踏まえた提案ができる、働き方の変化など、デザインが人材の価値を組み合わせた進行支援ができる、新たな知見を創出し、社外的に情報を公開することで業界に影響を与えられる。デザイン業界の発展を踏まえ、広く社会・産業界に向けて組織や人材に関する新たな知見を生み出すこと、社会全体の創造性を高める影響力を発揮する。
プロジェクト推進	**プロジェクトプランニング**	伴走創造・問題解決のためのプロジェクトを計画し、プロセスの設計、タスクの設計、手法の選択、スケジュール作成、見積もり作成等ができる方。顧客にとっての最適なQCDを提示できる。社内外に適切にネゴシエーションできる。必要な人的資源（社内メンバー含む）の見積もり、メンバーアサイン、状況に応じた人員のニーズ調整ができる。	プロジェクト責任者からの提示方針をもとにプロジェクト設計の選択肢をご提案し、プロセスの設計、タスクの設計、手法の選択などに関する情報を収集し、提案書に落とこめる。リスク管理およびコンプライアンス遵守の観点をもち、契約に関する基礎的な知識をもっている。	プロジェクト責任者の支援のもと、顧客から提示された与件から段階進めたの事件を受領し、プロジェクトのプランニング（スコープ設計、タスク設計、手法選択、スケジュール作成、見積もり作成等）を行い、必要な人材のアサインができる。リス管理およびコンプライアンス遵守の観点からプロジェクトに適切な契約形態を選択できる。	顧客から提示された与件・案件の本質的な問題・課題を捉え、自社ケーパビリティやメンバーを生かし独力で提案を実施。プロジェクトプランニングと社内外含む最適な体制構築をリードできる。リスク管理、コンプライアンス遵守に関する知識、知見活用等の観点からプロジェクトに最適な契約形態を選択できる。	顧客から提示された与件・案件の本質的な問題・課題を捉え、自社ケーパビリティやメンバーを生かし独力で提案を実施。プロジェクトプランニングと社内外含む最適な体制構築をリードできる。リスク管理、コンプライアンス遵守に関する知識、知見活用等の観点からプロジェクトに最適な契約形態を選択できる。	顧客から提示された与件・案件の本質的な問題・課題を捉えた社会および顧客の視点や周辺情報を考慮し、プロジェクトを計画できる。社内外情報にとらわれない柔軟なプロジェクトプランニングと体制構築ができる。自社内の人材育成も、OJTと研修の両面から担える。	顧客から提示された与件・案件の本質的な問題・課題を捉えた社会および顧客の視点や周辺情報を考慮し、プロジェクトを計画できる。社内外情報にとらわれない柔軟なプロジェクトプランニングと体制構築ができる。自社内の人材育成も、OJTと研修の両面から担える。
	プロジェクトリード	プロジェクトのあらゆる場面で、仮説を置いた最適解を得られる提示し、プロジェクトを形成させる力。社内外メンバー（顧客含む）にベクトルを合し、共創できる、メンバーの能機性引き引い、ポジティブで創造的なマネジメントを行える。	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・体制を理解できる。プロジェクト責任者に、プロジェクト品質を維持するための提案を行い、成果を上げられる。	スーパーバイザーのレビューを受けながらプロジェクトの責任者として遂行なプランニングやゴールを示し、遂行できる。成果を上げられる。顧客へ、プロジェクト所感に関する提案や成果を示唆し、顧客のプランにつなげられる。	独力でプロジェクトのチームメンバーに所属するための具体的なアクションとプロジェクト全体像のゴールを示し、プロセスをリードして成果を上げられる。顧客担当者から強い信頼を勝ち得ている。	プロジェクト遂行に必要な顧客組織と組織内部メンバーを巻き込み、プロジェクトの成果を上げたいレベルで波及させられる（結果的によりいいプロジェクトにつながる）。社内だけでなく顧客に対しても、強い推進力を有している。社内外の人材育成を、OJTと研修の両面から担える。	プロジェクトに関して、社内外を問わずメンバーに委任したとて遂行にプロジェクト全況を把握し、顧客も含めた複雑な組織力学の中で、ゴールに向かうためのモチベーション管理を適正に維持でき、顧客マネジメント面に対しても、強い推進力・影響力を有している。	複雑なステークホルダーを含む大規模なプロジェクトにて、ゴールまでの計画を策定し、遂行できる。ビレギュラーな事態に対して、遂行なタスクの組み替え、体制変更などにより、柔軟にプロジェクトを推進できる。他の模範となる成果を出せる。社内外の人材育成を、OJTと研修の両面から担える。
	プロジェクトマネジメント	伴走創造・問題解決のためのプロジェクトを計画し、プロセスの設計、タスクの設計、手法の選択、スケジュール作成、見積もり作成等ができる方。顧客にとっての最適なQCDを提示できる。社内外に適切にネゴシエーションできる。必要な人的資源（社内メンバー含む）の見積もり、メンバーアサイン、状況に応じた人員のニーズ調整ができる。また、比較的小規模なスケジュール、比較的小予算の案件を管理し、レベル4以降は自社周辺にないベンダーのコントロールや複数プロジェクトを束ねるような実践スケル規模案件が該当する。	プロジェクト責任者からの提示方針をもとにプロジェクト設計の選択肢をご提案し、プロセスの設計、タスクの設計、手法の選択などに関する情報を収集し、提案書に落とこめる。リスク管理およびコンプライアンス遵守の観点をもち、契約に関する基礎的な知識をもっている。	プロジェクト責任者の支援のもと、顧客から提示された与件から段階進めたの事件を受領し、プロジェクトのプランニング（スコープ設計、タスク設計、手法選択、スケジュール作成、見積もり作成等）を行い、必要な人材のアサインができる。リス管理およびコンプライアンス遵守の観点からプロジェクトに適切な契約形態を選択できる。	顧客から提示された与件・案件の本質的な問題・課題を捉え、自社ケーパビリティやメンバーを生かし独力で提案を実施。プロジェクトプランニングと社内外含む最適な体制構築をリードできる。リスク管理、コンプライアンス遵守に関する知識、知見活用等の観点からプロジェクトに最適な契約形態を選択できる。	顧客から提示された与件・案件の本質的な問題・課題を捉えた社会および顧客の視点や周辺情報を考慮し、プロジェクトを計画できる。社内外情報にとらわれない柔軟なプロジェクトプランニングと体制構築ができる。自社内の人材育成も、OJTと研修の両面から担える。	複雑なステークホルダーを含む大規模なプロジェクトのマネジメントを遂行できる。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。社内に影響、情報発信できるに値するものをつくれるレベルで、と独自プロジェクトにご参画し成果を上げられる。
	コ・クリエーション	プロジェクトやワークショップなどの設計、利害調整、インセンティブ設計などの手法を活用し、異なる立場や背景をもつステークホルダー間の対話を促進し、ひらかれた協働創造の場をつくり出し、合意形成に導くこと。インクルーシブデザインやコ・デザインの考え方に基づいたメンバーなどの社会的責任とビジネス双方の観点から時間的・認知的・心理的なアクセシビリティを担保し、共創環境の設計に実行ができる。	提示された問題・課題が理解でき、業務を補助できる。自社のケーパビリティや提示ソリューションを、顧客の問題・課題に照らし合わせ理解できる。プロジェクト責任者の指示のもと、部分的な業務を実行できる。	自社に合ったワークショッププランニングを必要な期間を通して、顧客に説明できる。顧客の顕在・潜在的な問題を、プランの観点から論点化・整理できる。調査やワークショップを企画・実行でき、プロジェクト責任者を補佐できる。	独力でプロジェクトのタイミングでワークショップを組み込み、実施した成果を出せる。ワークショッププログラムの常況において、適切なインストラクションを担う。自己完結の為にワークショップ・インストラクションを組められる。インクルーシブデザインやコ・デザインを取り入れ、多様な人々との共創場を創出できる。	独力でプロジェクトのチームメンバーに所属するための具体的なアクションとプロジェクト全体像のゴールを示し、プロセスをリードして成果を上げられる。顧客担当者から強い信頼を勝ち得ている。	社外パリーズを自由めも中・大規模なプロジェクトにて、ゴールまでの計画を策定し、遂行できる。ビレギュラーな事態に対して、遂行なタスクの組み替え、体制変更などにより、柔軟にプロジェクトを推進できる。他の模範となる成果を出せる。社内外の人材育成を、OJTと研修の両面から担える。	複数企業間の利害調整、利害対立を生活者、労使間、行政間調整のふまえた利害関係の対立するステークホルダーの対話を促し、共創・合意形成に導く。また、社会の視座から見て取立ったも関係・創造的な解決策を導き出、成果を上げられる。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つ回す方、協働する方。ネットワークを手後にもち、自社やプロジェクトにそれを活用できる方。社会のデザイン領域以外のために広いネットワークを構築できる方。	定常的に外部関係者とのスムーシングをもち、ネットワークを広げる活動を実現している。社会においてデザインの価値を向上させるネットワークを複数取している。	自身の役割パートナーとは対応できない物などにおいても、プロジェクト責任者を自己社内メンバーに協力を仰ぎ求めやすいように適切なパートナーネットワークを構築できる。自身のネットワークからデザインに関する相談が複数来ている。	複数パートナーの中から適切に選定・アサイングをこなせ、トラブルなく業務推進ができる。パートナーとの関係を良好に保ち、パートナーの状況の変化に対応できる。自身のネットワークを活用し、社内プロジェクトを展開できる。自身がパートナーに動かされ、組織、社会変革のための有益な共創場が創出。	自身のネットワークから、自社の未来を創造する新規領域業務を創出する。自社事業領域外の新たな業務提案をはじめ、パートナー活動の範囲拡大に定資している。自身のネットワークの定常的に共同作業にプロジェクトを展開できる。自身がパートナーに動かされ、組織、社会変革のための有益な共創場が創出。	自身のネットワークから、自社の未来を創造する新規領域業務を創出する。自社事業領域外の新たな業務提案をはじめ、パートナー活動の範囲拡大に定資している。自身のネットワークを活用し、社内プロジェクトを展開できる。自身がパートナーに動かされ、組織、社会変革のための有益な共創場が創出。	大規模プロジェクト・特殊事業・難度が高いプロジェクトにおいて解決に向けたプロジェクトを構築し、推進できる。複数の顧客マネジメント面に意識関係を構築できる。アカウントイニシエーションの知見を組織化、それを公開し、業界に貢献できる。成果を継続的に生み出し、産業の発展に社会生活・文化の発展に貢献できる。
関係管理	**アカウントリレーション**	新規顧客の創出や、既存顧客との継続的な今後を定と、幅広くリレーションを構築する力。顧客やリーに対して、適切な問題・課題把握とそれに対応する情報提供や提案を証と、自社への期待・信頼を得ることができる力。既存顧客へは、潜在的なプロジェクトリスクに迅速に対応し、信頼につなげられる。信頼関係を長期的に築き、取引終了後も存続し価値を提供し続ける。そのための情報管理や社内連携を行うことができる。	上長やプロジェクト責任者の補助のもと、顧客の課題理解に提案、プロジェクトリスクの解決および対応など、基本的な顧客対応ができる。社内メンバーに対してアカウント管理の視点から業務を支援できる。	顧客の課題理解と提案、プロジェクトリスクの解決および対応など、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できる。新規メン創出のための本取引案件のアプローチ、既存顧客へのアイシン活動を実現できる。	顧客の潜在ニーズを自社の潜在リスクを解知することができ、提当顧客に対し、信頼を得ることができる。顧客の顕在・潜在的な問題・課題を捉え、提案書にまとめ、顧客の意思決定を促進できる。新規メン創出のための本取引案件のアプローチ、既存顧客へのアイシン活動を実現できる。	交渉のコツを独力で活さ、実行できる。自身の関わりのない案件においても他者にアドバイスできる。プロジェクトの内容に応じた適切な契約形態を選択でき、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）の基礎的な知識をもっており、適法性を意識した合意形成が図れる。	独力で顧客の交渉、内部調整はこなせ、自身の関わりのない案件においても他者にアドバイスできる。プロジェクトの内容に応じた適切な契約形態を選択でき、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）の基礎的な知識をもっており、適法性を意識した合意形成が図れる。	提供交渉、法的対応等、重要な交渉事に対し、役員関与の上、迅速で十分な情報収集、分析、交渉スコーンの設定などを行い、自社にとって重大な交渉対応を実行できる。
	ネゴシエーション	金銭、スケジュール、契約内容、プロジェクト案件、技術案件などの各種条件を交渉し、自他合意の統合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対応をつくり出すための行動力があり、「交渉時」以外でも常時関係とる。「交渉力」のコントロールと、「交渉力」を生かした「交渉能力」の技術を有している。プロジェクト成果に必要な意思決定に対し、根拠や検討軸を示し、全体最適に向けた働きかけ・調整等の行動が取れる。	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・プロジェク事件など顧客との交渉ができる。交渉時のポイントを見分けられ、適正な落とマエで対応できる。プレゼンスコントロールが常時身に付いている。	独力で交渉を担める。リスクを察知できる。交渉時のポイントを見分けられ、適正な落とマエで対応できる。プレゼンスコントロールが常時身に付いている。	交渉のコツを独力で活さ、実行できる。自身の関わりのない案件においても他者にアドバイスできる。プロジェクトの内容に応じた適切な契約形態を選択でき、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）の基礎的な知識をもっており、適法性を意識した合意形成が図れる。	独力で顧客の交渉、内部調整はこなせ、自身の関わりのない案件においても他者にアドバイスできる。プロジェクトの内容に応じた適切な契約形態を選択でき、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）の基礎的な知識をもっており、適法性を意識した合意形成が図れる。	提供交渉、法的対応等、重要な交渉事に対し、役員関与の上、迅速で十分な情報収集、分析、交渉スコーンの設定などを行い、自社にとって重大な交渉対応を実行できる。
	ドキュメンテーション	クライアントプロジェクトを作成するために、調査分析やその他情報収集、他者との連携を行い、月毎や四半期ごとのレポートを作成できる。必要十分な情報量と情報機械、わかりやすい文章表現や図表化を通して、社内外のステークホルダーとの円滑な情報流通に共創を促す。	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視点から「それはこう手を加えなくてもよい」水準で資料作成ができる。	「わかりやすい」「内容が事実に根差なく」「校正が十分であり」「引用や主張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できる。ロジックツー・ザ・ラグラフ・ライティングといった文書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ために、自身が該当業務や役割分担を設定し、他者に指導・連携した上で、「成果連成に向けて十分な品質を備えた」資料をチーム で作成できる。	大規模プロジェクトにおいて、資料作成、調査分析、情報収集、ドキュメンテーションの作成に関して、コンプライアンスに沿った適切、社会規範の準拠、コンプライアンスの観点などを踏まえた十分な品質担保ができる。社内外の人材育成を、OJTと研修の両面から担える。	独力でパートナーや他者に連携し、業界標準の常況に関わる文書を向上させられる。	調査の観点力、分析手法、表現のテクニックなどを駆使し、プロジェクトのステークホルダーに対して、「説得力のある」「説得力のある」「説得力のある」

CONCENT 技術マトリクス 2025

	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企画し、実行を支援する力。人・価値・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を協働し、顧客企業組織の持続的な発展に寄与できる。	経営活動の概要を理解し、分析問題であると理解できる。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サ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論的な枠組みを理解している。	顧客の経営課題を捉え、スペーパイザーと相談しながら提案書をまとめられる。デザインビジネス双方の論点を つなげ、生産的な会話を進められる。	独力でプロジェクトプランを作成できる。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戦略を検討に入れた提案戦略や提案を行える。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蓄積し、実践を通じて、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）を構築的に更新し、自社の価値創造の発展に貢献できる。	デザインを経営に生かす新しい知見を創出し、業界を進展できる。企業組織がつまるところ人を社会・産業に提供し、デザイン業務を通じた影響力を発揮する。
	事業開発支援	社会変化の動向を踏まえ、環境倫理、社会倫理、経済倫理を実現するためのビジネス要件をプロジェクトゴールに落とこみ、事業開発に向けた方針づくりを行う力。顧客にとって有益な改善・革新の価値をデザインの観点から提案する。事業材料の調査業（業界メ ・ーレーション調査）、価格設計などにて、実行力をもった支援を継続的に行える。加えて、顧客だけでなく「市場」に対して、「新しい価値の提案を行うために のコンピグンスをもつ。	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まスムーズに理解できる。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、スーパーバイザーと相談しながら提案書をまとめられる。自機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設説を提案できる。	独力で顧客のビジネス課題を解決する効果的なプロジェクトプランを示すことができる。顧客責任者と連携しながら、顧客責任者からのビジネス課題に関する質問に適時回答できる。	自社のケーパビリティ（ことどころ）事業戦略開発業務で活、実行までのプロセスを示し、継続的に実行・伴走できる。顧客企業を取り巻く社会変化の動向を踏まえた事業課題について新しいレベルで課題できる知見をもつ。社内外の人材育成も、OJT に研修の両面から担える。	社会変化を捉え、事業の成長戦略を踏まえ、経営策と継続的な情報開発を構築、組織戦略・施策に伴走できる。顧客課題に対して、社内外のケーパビリティ（ことどころ）を活用し、複合的な施策を提案・実行できる。長期成長を見据えて顧客組織内のステークホルダー全体を巻き込みながら、経営策の多様化と中長期の実践に「組織変革を実現する」ことの価値を伝えられる。
	組織開発支援	経営・事業の問題解決や、組織メンバーの保有技や関係性に焦点を当て、組織成長や変革を支援する力。MVV、組織風土、組織改革、事業組織、人材開発、組織設計、ロイヤリティ、デザインベーションー等の論点に対して、「自組織・長期的視点から具体的なアクションを設計し、顧客の自律的な問題解決力を高めながら実行を支援する。	組織開発の基本概念を理解し、一般論的な組織課題を把握している。プロジェクト責任者の指導のもと、組織調査や研修、ワークショップ、ファシリテーションなど業務のサポートを行える。	顧客の組織課題に関与をしてられる。仮説に基づき、顧客からの質問や相談に対して適切な情報提供や建設的な対話を行える。スーパーバイザーのサポートのもと、組織調査の実施や結果分析を行い、一部施策の推進をリードできる。	顧客の経営・事業の組織・課題と連携し、カプロジェクト提案ができる。社内のケーパビリティ（ことどころ）を活用し、組織調査、課題抽出、施策の提案・構築・実行・運用を、顧客側のスケークホルダーを巻き込みながら主導できる。組織の特徴的な成長見通しを中長期にシーマ ンマップの事業とを関連づける。	組織開発支援の成功事例を蓄積し、実践を通じて、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）を構築的に更新し、自社の価値創造の発展に貢献できる。	組織開発・人材開発・組織戦略・施策に伴走できる。顧客組織内のケーパビリティ（ことどころ）を活用し、複合的な施策を提案・実行できる。長期成長を見据えて顧客組織内のステークホルダー全体を巻き込みながら、経営策の多様化と中長期の実践を通じて「組織変革を実現する」ことの価値を伝えられる。
	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プロセスを計画し、成果創出のための組織を立案できる。各種ツールの企画・制作・運用・効果測定・改善サイクルを回せる。また、成果指標を適切に設定し、顧客の優位性を構築・維持するために、ステークホルダー（生活者・従業員・関係者・株主等）とのコミュニケーション方針やPR（パブリックコンタクト）方針を策定し、成果を上げられる。	提示された問題・課題が理解でき、業務を補助できる。自社のケーパビリティや提供ソリューションを、顧客の問題・課題に照らし合わせ提案できる。プロジェクト責任者の指示のもと、部分的な業務を実行できる。	一般的なマーケティング戦略のセオリーを理解しており、顧客の顕在・潜在的な問題を論点化・整理できる。デジタルマーケティングに関する最新知識を有しており、必要なツールやソリューションを提案できる。必要な調査を企画・実行でき、プロジェクト責任者を補佐できる。	マーケティング・PRに関するプロジェクトを顧客に提案しながら、実行指導を担い、必要な成果に向けて指導を設定し、アナログ・デジタルを問わず投資効果に合った最適なメディア活用を提案でき、インサイトベースのプロジェクトなどを活用する。マーケティング・PRに関するアウトプットの分析を定式化し、制作物のディレクションを行える。	自社のケーパビリティを最大限に発揮できるような、マーケティング・PR に関するソリューション（自社独自のプロセスやフレームワークを構築し、成果をもたらせる。マーケティング・PR 分析に関して、他者（社内外）を積極的に育成し、技術向上に貢献できる。	マーケティング・PRに関する顧客企業の中期計画を立案でき、事業部長および経営者レベルと継続的に伴走できる。マーケティング・PR の視点から顧客企業の組織をどう支援するかを提案できる。マーケティング・PRに関するあらゆる領域のプロセスや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。
	ブランディング支援	顧客のスケークホルダーが「認知」をデザインし、顧客に優位性をもたらすカ。コンシューマーエンゲイ ・ メント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点から「企業のビジョンやパーパス」「優位性を生み出す認知」「認知を強化するイメ ・ ジ」「優位な認知を獲得するための組織行動やくみ」「組織行動を最適化する成果指標」を企画し、優位性を実現することができる。アウターブランディングだけでなく、インナーブランディングも良い。	提示された問題・課題が理解でき、業務を補助できる。自社のケーパビリティや提供ソリューションを、顧客の問題・課題に照らし合わせ提案できる。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、顧客に説明できる。顧客の顕在・潜在的な問題を、ブランドの観点から論点化・整理できる。調査やワークショップを企画・実行でき、プロジェクト責任者を補佐できる。	顧客の現状から、自身の担当する範囲における、あるべきブランドパーパスを検討し、独自の提案を行える。マーケティング・PRに関するプロジェクトを自身の専門性の範囲で推進できる。	顧客の提案力を高めるブランディング・ツールを開発し、複数の事業・ブランド・部門のエッフ ブ ・ ・ ・