

「**上司と部下の飲み会実態調査**」で、飲み会の意識ギャップが明らかに
飲み会の会話は**上司が部下の1.7倍も話している**、部下の**6割以上が「上司の武勇伝を聞かされた」**

ビール × チームづくり = **チーム“ビール”ディング**

—新プロジェクト「チーム“ビール”ディング by よなよなエール」—

よなよなエールが「**飲み会を通じたチームづくり**」を 実現させる**2つのプロダクト**を独自開発

8月3日「世界ビールデー」にプロダクト&ムービー公開

-Product #1-

せんばいかぜいちごう **先輩風唖号**

世界初！

(※)
“先輩風”をAI解析で見える化
風が吹く状況を
ユーモラスに啓発するマシン



ムービーURL (YouTube)

<https://youtu.be/OPYjQttIcrM>

-Product #2-

ぶれいこーすたー **無礼講一スター**

上下関係にかかわらず
相手の意外な一面を引き出す
コースター型トークゲーム

8月3日 (ぶれいこーすたー)
20時15分
2,015円 (税別) 限定販売



ムービーURL (YouTube)

<https://youtu.be/yGLtMEwS7NE>

ヤッホーブルーイング (長野県軽井沢町) は、8月3日 (金) の「世界ビールデー」から、飲み会を通じたチームづくりの新プロジェクト「チーム“ビール”ディング by よなよなエール」を開始します。「チーム“ビール”ディング by よなよなエール」は、クラフトビールならではの自由な飲み会を通じて、会社関係の飲み会の課題を、まじめに、楽しく解決するプロジェクトです。このたび、飲み会を通じたチームづくりを実現させる2つのプロダクト (先輩風唖号、無礼講一スター) を、専門家監修の下で独自開発し、プロダクトムービーを8月3日 (金) 午前0時から特設サイトおよびYouTubeで公開します。

| リリース目次 |

(※) ヤッホーブルーイング調べ

【1】チーム“ビール”ディングとは？ …P2

- チーム“ビール”ディングとは？
- 「よなよなエール」が飲み会を通じたチームづくりに取り組む理由について

【2】ビジネスパーソン800人を対象にした「上司と部下の飲み会実態調査」 …P3-4

- 当社が全国の20代～50代のビジネスパーソン男女800人を対象に行った「上司と部下の飲み会実態調査」

【3】プロダクト①：先輩風唖号 (せんばいかぜいちごう) …P5-6

- 会社の飲み会で誰もが一度は経験する“先輩風”を、AI解析により世界で初めて(※)見える化。先輩社員に「あれ、吹かせちゃってるかも？」という気づきを与え、真に風通しのいいチームづくりを促進するマシン

【4】プロダクト②：無礼講一スター (ぶれいこーすたー) …P7-9

- みんなが話しやすい質問に答えるうちに自然と会話が広がり、お互いの意外な一面を引き出すだけでなく、会話に上下関係のない飲み会を実現するコースター型トークゲーム

【5】プロダクトの体験・販売について …P10

- 各プロダクトが体験できる場所・期間について
- 「無礼講一スター」販売について

本件に関するお問い合わせ先

よなよなエール広め隊(広報担当) TEL:0267-88-6036 press@yohobrewing.com

【1】チーム“ビール”ディングとは？



◆チーム“ビール”ディングとは？

「チーム“ビール”ディング」は、チームづくりという意味の「チームビルディング」に、「ビール」を掛け合わせた造語です。当社の代表銘柄である「よなよなエール」を中心に、クラフトビールならではの自由な飲み会を通じたチームづくりを提案すべく、当プロジェクトを立ち上げました。

◆「よなよなエール」が飲み会を通じたチームづくりに取り組む理由

当社は「ビールに味を！人生に幸せを！」をミッションに掲げており、代表銘柄「よなよなエール」を中心に、バラエティ豊かなクラフトビールを通じてささやかな幸せをお届けすることを目指しています。クラフトビールが従来の形式にとらわれず自由でさまざまなスタイルで楽しめるように、上下関係のないフラットで自由な飲み会がもっと広がれば、昨今の飲み会が抱える問題にポジティブにアプローチできるだけでなく、いい飲み会からいいチームづくりが実現できると考えています。

本プロジェクトでは、飲み会にまつわる課題を、まじめに楽しく解決すべく2つのプロダクトを独自開発しました。

「チーム“ビール”ディング by よなよなエール」特設サイトURL

<http://yonayonaale.com/teambeerding/>

●井手直行（ヤッホーブルーイング代表取締役社長）



当社では、2009年から社内でチームビルディングプログラムを実施しています。チームビルディングに必要なことは、いわゆる「上司と部下」ではなく、「フラットな関係」だと考えています。実際にチームビルディングプログラムを取り入れたことで、社員の意識やモチベーション、チームワーク、アウトプットに大きな影響があり、いいチームにはチームビルディングが必要であることを実感しています。

一方で、最近の会社の飲み会の捉えられ方は、私としては少しもったいないと感じています。会社の上司と部下の飲み会も、上下関係をなくしフラットな場で自由に会話することができれば、お互いの価値観や考え方を知ることができ、それがよい仕事にもつながる、と考えています。

今回のプロジェクトは「ビールに味を！人生に幸せを！」をビジョンに掲げる、当社の一つのアプローチです。クラフトビールを飲みながら「チーム“ビール”ディング」に取り組むことで、会社の仲間が「いいチーム」になり、それが人生の幸せにもつながっていく、そう信じています。

「チーム“ビール”ディング」で、みんなでいいチームづくりましょう！

プロフィール

福岡県出身。国立久留米高専電気工学科卒業。大手電気機器メーカーにエンジニアとして入社。広告代理店などを経て、97年ヤッホーブルーイング創業時に営業担当として入社。2004年よりインターネット通販担当として楽天市場での販売を推進。看板ビール『よなよなエール』を武器に業績をV字回復させた。08年より現職。全国200社以上あるクラフトビールメーカーの中でシェアトップ。13年連続増収増益。著書に『ぶしゅ よなよなエールがお世話になります』（東洋経済新報社）

■プロジェクト全体監修は、チームビルディングのスペシャリストのピョートル氏

本プロジェクトは、人材育成と組織開発、リーダーシップ開発などの分野で活躍し、チームビルディングのスペシャリストである、ピョートル・フェリクス・グジバチ氏に全体監修をいただきました。

●ピョートル・フェリクス・グジバチ氏（チームビルディング スペシャリスト）



何かを一緒に食べる、一緒に飲む。これはどの国、文化関係なく共通する、人と人をつなぐ大切な習慣です。仲のよい家族が同じ食卓で大皿を囲んで、今日のうれしかったこと、悲しかったこと、怒ったことを、素直に言い合えるように、会社のチームも本音で言い合える仲であれば自然とパフォーマンスも上がります。

そのためには、チームの心理的レベルが一緒になり、「心理的安全性」を促すことが重要となります。無礼講「マスター」のような質の高い雑談を引き出すプロダクトを活用して、「自己開示」を創出するような飲み会は最適なものといえます。また、チームの飲み会や会議で真剣な会話をする際には、チャーミングさが非常に大切です。「先輩風舌号」はその場の空気を180度変えることのできる最強のパートナーといえます。

「よなよなエール」の「チーム“ビール”ディング」は、チームに「心理的安全性」と「自己開示」を促し、メンバー同士の理解を深めます。よなよな笑顔でビールを飲んでいるうちに、自然とチームに多様性を生み出していきます。

プロフィール

2000年来日。ベルリッツ、モルガン・スタンレーを経て、2011年Google入社。ピープルディベロップメント、ラーニング・ストラテジーに携わり、人材育成と組織開発、リーダーシップ開発などの分野で活躍し、2015年に独立し、プロノシア・グループ株式会社、モティファイ株式会社を設立。『0秒リーダーシップ』『NEW ELITE』日本人の知らない会議の鉄則』『世界最高のチーム』著者。

【2】ビジネスパーソン800人を対象にした「上司と部下の飲み会実態調査」

会社関係での飲み会における課題を明らかにするために、「上司と部下の飲み会実態調査」を実施しました。主な結果は以下のとおりです。

《調査概要》

■調査期間：2018年7月6日（金）～7月9日（月） ■調査手法：インターネット調査 ■調査対象：20～59歳のビジネスパーソン800人（各性年代は均等に割り付けて回収）
 ※同じ会社の人と3か月に1～2回以上程度飲みに行き、かつ上司とも部下とも飲みに行くことのある方を対象
 ※本リリース上のスコアの構成比（%）は小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります

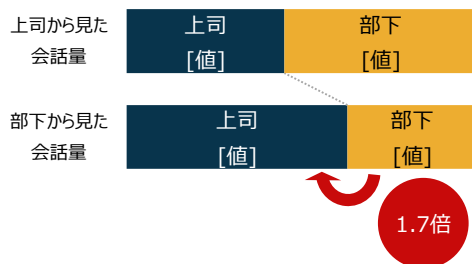
その①：会話量および内容にギャップ

上司は自分が思っている以上に、飲み会で“話し過ぎ” – 部下の1.7倍も話している 部下のプライベートを聞きたい上司 vs 仕事の話をしたい部下

会社の飲み会での会話量のバランスについて、まずは上司に、自分と部下の会話量を聞くと、平均では「上司（自分）4.5：部下 5.5」となり、ほぼ半々で会話していると感じています。一方、部下に会話量のバランスを聞くと、「部下（自分）3.7：上司 6.3」となり、自分よりも上司の方が1.7倍も多く話していると感じています【図1】。

部下から見ると、上司は自分自身が思っている以上に“話し過ぎ”という実態が明らかになりました。

【図1】会社の飲み会での上司と部下の会話量バランス



<会社関係の飲み会におけるネガティブな声>

- 社長との飲み会で、いつも社長の独壇場になり、最後は同じ話になる（女性 30代）
- 上司がとにかくかまってほしい態度で非常に面倒（男性 20代）

次に、飲み会で話したい・聞きたい内容について質問しました。

上司が部下から聞きたい話題は、「趣味」（42.8%）、「会社の人間関係・噂話」（36.8%）、「生い立ちや住まい」（32.0%）、「休日の過ごし方」（29.6%）などプライベートな話題が中心です。また、上司が部下に話したい話題も、「趣味」（38.6%）、「会社の人間関係・噂話」（34.9%）、「仕事の失敗談」（30.9%）と、仕事関連であっても柔らかなテーマが中心です。

一方、部下が上司に話したい話題は、「仕事や業界の動向」（44.6%）、「会社の展望・将来」（42.4%）、「自分の仕事内容」（39.1%）など仕事の話題が中心となっています。また、部下が上司から聞きたい話題は「会社の展望・将来」（49.6%）や「仕事や業界の動向」（47.6%）など仕事にまつわる堅めのテーマが中心です【図2】。

部下からプライベートの話を聞き、柔らかなテーマの話をしたい上司と、会社の展望や将来、業界動向など仕事をテーマを上司に話したい、上司から聞きたい部下という、会社の飲み会の話題における考え方の違いが明らかになりました。

【図2】会社の飲み会での、立場別における聞きたい話&話したい話ランキングTOP5

■はビジネス話題 ■はプライベート話題 全体（n=800）（%）

上司…プライベート話題を聞きたい・話したい				部下…ビジネス話題を聞きたい・話したい					
上司が部下から聞きたい話題		上司が部下に話したい話題		部下が上司に話したい話題		部下が上司から聞きたい話題			
1位	趣味	42.8	趣味	38.6	1位	仕事や業界の動向	44.6	会社の展望・将来	49.6
2位	会社の人間関係・噂話	36.8	会社の人間関係・噂話	34.9	2位	会社の展望・将来	42.4	仕事や業界の動向	47.6
3位	生い立ちや住まい	32.0	仕事の失敗談	30.9	3位	自分の仕事内容	39.1	会社の人間関係・噂話	41.8
4位	休日の過ごし方	29.6	自分の興味領域	29.0	4位	会社の人間関係・噂話	37.9	仕事の成功談	35.8
5位	夢や理想	28.0	生い立ちや住まい	28.0	5位	趣味	35.6	仕事の失敗談	34.1

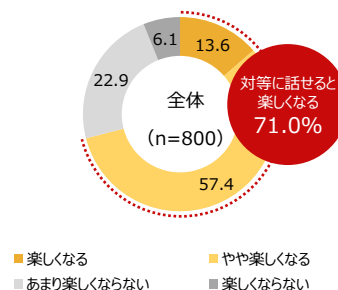
その②：対等に話せる環境が楽しさのカギ

上司と「対等に話せる」飲み会は楽しい、と思っている部下…71.0%

会話量やテーマがかみ合わない上司と部下の飲み会ですが、部下に対し、飲み会の席で上司と対等に話せると「より楽しくなる」と思うかと聞くと、7割以上が「そう思う」と強く同意しています【図3】。

会社の飲み会を、もっと楽しくするためには、上司と部下の関係値を取り払い、対等に話せるフラットな環境づくりが重要であることが判明しました。

【図3】上司と対等に話せると飲み会は「より楽しくなる」と思うか？



<会社関係の飲み会におけるポジティブな声>

- 知らないプライベートな一面がわかり、親しみを感じた（男性 50代）
- 直接会話することの少ない上司と飲みに行ったときに、日頃の仕事をほめられ、見ていてくれるんだなあと思い、やる気が出た（女性 30代）
- 上司と飲みに行って、普段あまり話せていなかったが、自分が出した成果をしっかり把握・管理していたので、さらに仕事に対するモチベーションが上がった（男性 30代）

【2】ビジネスパーソン800人を対象にした「上司と部下の飲み会実態調査」

その③：飲み会で部下が経験したこと

上司の「武勇伝を聞かされる」部下…64.4%

「何度か聞いた話でも、初めて聞いたような反応」をする部下…66.5%

部下からすると、上司のほうが多く話しているのが会社の飲み会の定番ですが、部下に上司との飲み会で経験したことを聞いてみました。

まず、何度か聞いた上司の話でも初めて聞いたような反応をするかと聞くと、66.5%が「ある」と答え、上司の話には、本意でなくても62.0%が「ですよね」などと同意的なことがあると答えています。さらに、部下の64.4%が上司の武勇伝・自慢話を「聞かされた」経験があり、67.0%が上司の話がまったくわかっていなくても、笑顔で相槌をうったことがある、と答えています【図4】。

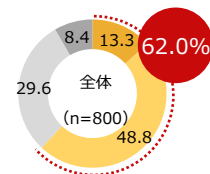
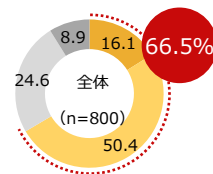
飲み会において、上司に合わせる部下の姿が明らかになりました。

<会社関係の飲み会におけるネガティブな声>

- 若い頃の武勇伝を上司が何回も話す (男性 30代)
- あまり面識のない上司相手と飲むときにどうしてもイスマンになってしまう (男性 30代)
- 上司が、自分の部下の説教を延々と続けていること (男性 50代)
- 同じ話ばかり繰り返す。反応に困る (女性 30代)
- 酔っ払いすぎて絡まれたこと。同じことの繰り返しでしつこかった (女性 40代)
- 常に笑顔をついていたので引きつった (女性 50代)

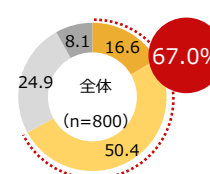
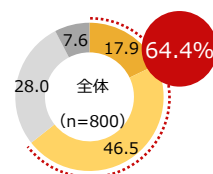
【図4】 会社の上司との飲み会で経験したこと

- ①上司の何度か聞いた話でも、初めて聞いたような反応をする
②上司の話には本意でなくても「ですよね」と同意する



- ③上司の武勇伝・自慢話を聞かされる

- ④上司の話がわかっていなくてもとにかく笑顔で相槌をうつ



■あてはまる ■ややあてはまる ■あまりあてはまらない ■あてはまらない

その④：部下に気を遣い、悲観的な上司

上司の2人に1人は「部下の話を引き出すこと」が苦手

上司の半数は「部下は自分と飲んでも楽しくない」と悲観的、「誘いづらい」と感じている

続いて、上司に対し、部下の話を引き出したり、相談に乗ったりすることが上手いと思うかと聞くと、半数以上が「そう思わない」(55.0%)と答えており、上司の54.1%が部下を気軽に「飲みに誘いづらい」と答えています。また、上司の約半数が、部下は自分たちと飲んでも「楽しくないと思う」(48.3%)と答えています【図5】。

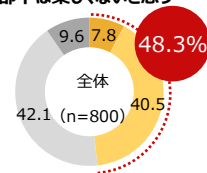
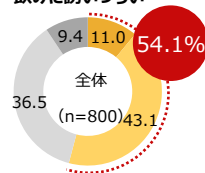
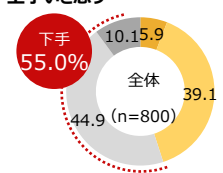
部下たちの気遣い・気配りのもと、上司たちは“先輩風”を吹かせて飲んでいるのかと思いきや、上司にも悩みはあるようです。

<会社関係の飲み会におけるネガティブな声>

- 酔った勢いで説教くさいことを言ってしまう、後悔する (女性 40代)
- 部下がおとなしすぎて、話を盛り上げようと頑張り過ぎて疲れた (男性 40代)

【図5】 会社の部下との飲み会で経験したこと

- ①部下の話を引き出すことが上手いと思う
②部下を気軽に飲みに誘いづらい
③自分たちと飲んでも部下は楽しくないと思う



■あてはまる ■ややあてはまる ■あまりあてはまらない ■あてはまらない

その⑤：飲み会が減っている

ここ5年での上司・部下との飲み会は3人に1人が「減った」と実感

部下は部下なりに、上司は上司なりに相手に気兼ねしている会社の飲み会。

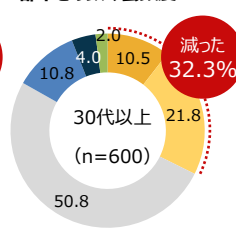
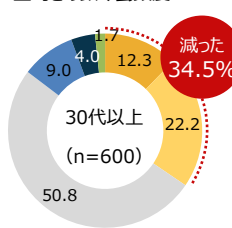
ここ5年くらいにおいて、上司と部下それぞれと飲みに行く頻度の変化を聞くと、「変わらない」という意見が半数と最も多いものの、「増えた」という意見はどちらも1割台で、上司と飲みに行く頻度、部下と飲みに行く頻度は、3人に1人が「減った」と答えています【図6】

<会社関係の飲み会におけるポジティブな声>

- 先輩が自分のことを気にかけてくれており、しっかり見てくれていたことを話してくれた時が楽しかった (男性 20代)
- 部署が変わって距離感を感じていたが、先輩から戻ってきてほしいと声をかけられたり、先輩の頑張っている様子を聞き、仕事への意欲が出た (女性 20代)
- 悩みを聞いてあげたら、次の日から人が変わったように頑張りだした (男性 40代)
- 部下と仲が良く、上司と部下ではなく友達感覚で飲みに行っている。毎回、愚痴やぶつちやげ話が出て風通しもよく、楽しい (女性 40代)
- 女性の先輩と仕事でぶつかった後に、心を開いて飲んだら心が通い合い、彼女が退職してもたまたま飲む間柄になった (女性 50代)

【図6】 ここ5年くらいの会社の飲み会の頻度変化

- ①自分が部下で上司との飲み会頻度
②自分が上司で部下との飲み会頻度



■減った ■どちらかといえば、減った ■変わらない ■どちらかといえば、増えた ■増えた ■わからない

【3】プロダクト①：先輩風巻号

-Product #1-

先輩風巻号 (読み：せんぱいかぜいちごう)

世界初！“先輩風”をAI解析で見える化し、風が吹く状況をユーモラスに啓発するマシン

「先輩風巻号」特設サイト (8月3日午前0時公開) <http://yonayonaale.com/teambeerding/senpaikaze>



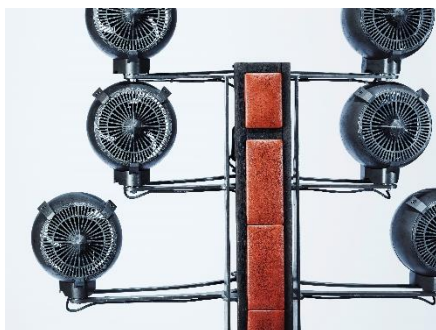
■プロダクト説明

飲み会でわずらわしく思われがちな“先輩風”を、AI解析（ディープラーニング）による先端のテクノロジーで世界で初めて^(※)見える化。先輩社員の「あれ、吹かせちゃってるかも？」という気づきを促し、誰もがつい吹かせてしまいがちな“先輩風”をユーモラスに啓発します。

先輩風は、①先輩風ワード検出（「俺の若い頃は」「近頃の若者は」など先輩風を感じるワードを検出）、②会話内容解析（先輩の発言内容から「パーソナリティ」などを測定）、③音声感情解析（先輩の発言内容の音声を波形解析し、声に込められた「感情」を測定）の3つの指標を自動解析し、3段階の強度の風を吹かせます。

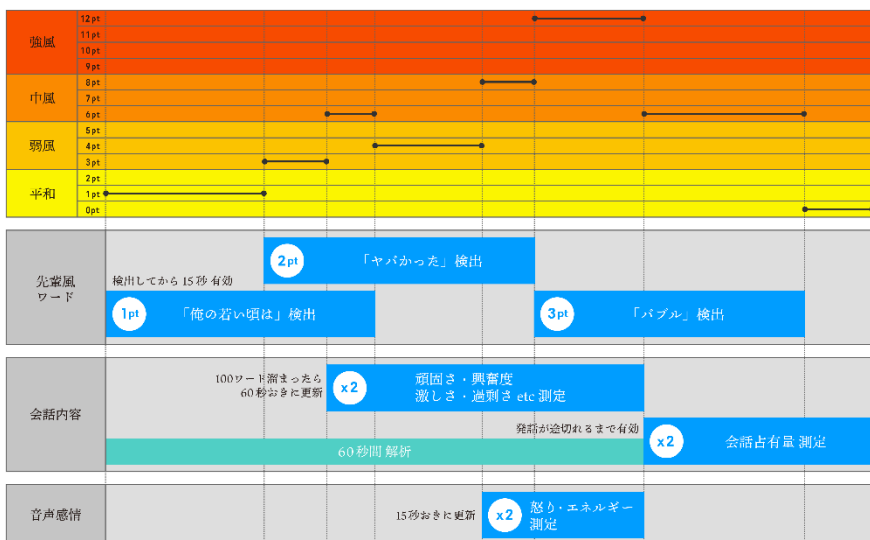
先輩風が吹いたことをきっかけに、フラットで楽しい会話が楽しめるようになります。

(※) ヤッホーブルーイング調べ



■「先輩風サイン」AI解析システム

下記3つの指標で「先輩風サイン」をAI解析し、サインの強さに応じて、3段階（弱風・中風・強風）の先輩風を吹かせます。なお、先輩風が吹かない状況では、インジゲーターは「平和」を指します。



①先輩風ワード

「俺の若い頃は」「近頃の若者は」など先輩風を感じるワードを検出

②会話内容

先輩の発言内容を分析し、内容から「パーソナリティ」などを測定

③音声感情

先輩の発言内容の音声を波形解析し、声に込められた「感情」を測定

【3】プロダクト①：先輩風唖号

Webムービー「先輩風唖号」URL (YouTube) <https://youtu.be/OPYjQttIcrM>

Webムービーには、同じ職場の先輩・後輩社員の方に、実際に体験してもらいました。



「最初の方はアドバイスだけど、段々そうじゃなくなってくる」と、飲み会での「先輩風」体験談を語る女性。思わず吹かせがちな「先輩風」を可視化するマシン「先輩風唖号」が、ものものしく登場。言葉・感情をAI解析による可視化メカニズムが、アニメーションで図解されます。



「先輩風唖号」を体験する、一般企業勤務の先輩・後輩社員のみなさん。先輩の「僕なんか若い頃は」といった言葉、「しゃべりすぎ状態」などをマシンが検知。ブオオーン！と風が吹き始める様子に、後輩たちも思わず笑ってしまいながら、ピアグラスを傾けます。



体験後インタビューでは「場を独壇場にしてしまうのも先輩風かも」「言い回しやタイミングも気をつけないと」と、先輩社員の皆さんも気づきをえた様子。一方、「いい先輩風もある」と語る後輩社員の方も。楽しみに語りあう一同の様子に「飲み会をフラットにしよう。」というメッセージが入ります。

「先輩風唖号」体験者の感想

部下の立場から

- 「先輩風が目に見えるのは新鮮で、吹いてるなぁと思わず笑ってしまった」（20代 男性）
- 「先輩風が吹いたけれど、自分のことを思って言ってくれている、教えようとしてくれている風は「気持ちいい風」として感じられた。そういう風は吹かせてほしい」（20代 男性）
- 「私は自分から話すタイプではないので、むしろ先輩から話してもらえるのはありがたい。そういった先輩しか言えないことを言ってくれる風はなくすべきではないと思う」（20代 女性）
- 「人の先輩風をみて逆に「自分もあるかも？」という気づきになった。仕事での先輩風は仕方ないが、飲み会だとちょっとしんどいかも…。こういったおもしろさに振ってくれるのはいいと思う。先輩風も、自分の知識以外の情報や自分の自信のなさを肯定してくれるような風だったらむしろありがたい。フランクながらも（飲み会では）年の功的な話もあつりするのが理想」（20代 男性）

上司の立場から

- 「伝えたいことがあると、ついつい先輩風を吹かせてしまう。ささいなことでも自分の体験と部下を比べてしまうこともある。吹かせないつもりでも吹かしてしまっていたり。伝え方、タイミングを変えないと、ただの先輩風になってしまうと思った。飲み会前からの接し方が大事だと改めて感じた」（40代 男性）
- 「歳が離れているとなかなか話題が合わず、自分も若い頃に先輩風を吹かされ、昔話をされたときにはしんどい思いをした経験がある。（先輩風唖号は）先輩風が吹くと、自分も（風に気がついて）会話を中断するので、わかりやすい仕掛けだと思った」（40代 男性）
- 「おもしろいマシンだなと。（笑）先輩風を吹かしてるのに気がつかない人向けに、職場に置いたらいいですね。『なんで吹いたんだろう？』と意識するタイミングにもなるし。話を長く続ける、場を独断してしまうのは先輩風だなと気づき、そういう点は反省したい。一方的に話すのではなく、会話形式で話すのが必要だなと。理想はみんなが話せるように、上司が気を遣うべき。仕事の話だけで完結してしまうのではなく、話題を変えて引き出すのが大事だと思う」（30代 男性）

【4】プロダクト②：無礼講－スター

-Product #2-

無礼講－スター（読み：ぶれいこーすたー）

上下関係にかかわらず、相手の意外な一面を引き出すコースター型トークゲーム

「無礼講－スター」特設サイト（8月3日午前0時公開） <http://yonayonaale.com/teambeerding/bureiko>



■プロダクト説明

「上下関係や立場を抜きにして楽しむ酒宴」という意味の「無礼講」。

「無礼講－スター」はその実現のために開発されたコースター型トークゲームです。「お金を使うならモノより思い出だ」「鼻毛が出ている人に指摘できてしまう」など、仕事とは無関係の50個のトークテーマを厳選。

簡単なルールで公平に会話に参加でき、上下関係のない「心理的安全性」が保たれた空間をつくれます。

また話しやすいルール、トークテーマで「自己開示」を促しながら、お互いの価値観やパーソナリティを引き出し、チームビルディングに欠かせない「質の高い雑談」が生まれます。







「無礼講－スター」内容物

YES/NOのコースター [5色×各2枚]
テーマコースター [50枚]
説明書 [1部]

推奨人数：2～10人
対象年齢：20歳以上
プレイ時間：20分～




■遊び方

- 1** 親はテーマコースターの山札の1枚を表にして場に置き、みんなに聞こえるように読みあげます。
- 2** 親は、テーマコースターの質問に対する回答を考えます。そして、みんなに見えないようにYES/NOコースターを表向きに置き、ビアグラスで隠します。
- 3** 親以外のプレイヤーは、親の回答を予想します。そして、みんなに見えないようにYES/NOコースターを表向きに置き、ビアグラスで隠します。
※回答を予想するために親に質問してみましょう!
- 4** 親以外のプレイヤーが一斉にビアグラスを持ち上げ、YES/NOコースターの回答をオープンします。親の左隣の人から時計回りに、自分の回答 (YES/NO) の理由を話します。この時、親はリアクションしたり話したりしてはいけません。
- 5** みんなが話し終わったら、今度は親がビアグラスを持ち上げ、YES/NOコースターの回答をオープンし、その理由を話します。
- 6** 親は正解者の中から、一番その理由が近いと思う人を選び、テーマコースターをプレゼント! 受け取ったプレイヤーは、それを手元に得点として置いておきます。
※全員不正解の場合は、テーマコースターを場に捨てます。

手番の終わり

これで1テーマが終わりです。親役が左隣に移り、新たなテーマコースターを引いて…の繰り返しです。

ゲームの終わり

親役が1周したらゲームは終了です。手元に集めたテーマコースターの高さを比べ、いちばん高かった人が「みんなのことが一番わかってた人」として、勝ちです。

【4】プロダクト②：無礼講－スター

■“遊びのプロ”と開発した「無礼講－スター」

数々の話題のおもちゃや商品開発を手掛けた、おもちゃクリエイターの高橋晋平氏、アナログゲームを使った社内研修などを行う、アナログゲームマスターのあだちひろ氏をアドバイザーに迎え、「無礼講－スター」を開発しました。お二人から「無礼講－スター」の企画におけるポイント、楽しみ方についてコメントいただきました。

●高橋晋平氏（おもちゃクリエイター）



飲み会でやることを目的としたゲームを考えるのは、私自身、初めての試みでした。

上下関係で気を遣わない会話を生み出し、本当の「無礼講」を実現したいという、ヤッホーブルーイングさんの想いに共感し、カードゲームのルールづくりをサポートさせていただきました。「チームビルディング」で最初に大事なものは、「心理的安全性」を確保しながら、自然にコミュニケーションの量を増やすこと。このゲームにはそれを実現させるポイントがいくつかあります。

まず、話し手を順番に交代していくことで、みんなが会話の中心になれる設計。そして、YES/NOで意思表示できるカンタンさや、まず「質問してもらおう」という会話の構造。50のトークテーマは、「あるある！」と共感しやすい内容になっており、お説教や仕事論を抑制するために「仕事」に関することは省いています。

ぜひビールを片手に、このゲームでチームづくりを楽しんで欲しいと思います。（もちろん、ビールが飲めない人も遊べます！）

プロフィール

2004年株式会社バンダイに入社。約10年間、キャラクターを使用しないバラエティ玩具の開発に携わる。国内外累計335万個を発売、第1回日本おもちゃ大賞を受賞した「∞（むげん）プチプチ」や、「∞エダマメ」など、50点以上のおもちゃの企画開発、マーケティングに携わる。2014年10月1日株式会社ウサギ設立。現在は、おもちゃ開発をはじめ、企業など共同での新商品・新サービスの開発に携わる。一方で、ゲーム・クイズ制作、執筆、講演、セミナー講師など全国で幅広く活躍中。人間の「本能的欲求」に訴える、「遊び、ハマリ要素」を持った商品を開発することを得意とする。2018年2月に書籍『一生仕事で困らない 企画のメモ技（テク）』（あさ出版）を出版。

●あだちひろ氏（アナログゲームマスター）



「無礼講－スター」は、カードゲームというよりは、コミュニケーションツール！「え？こんな人だったの？」と今まで知る由もなかったその人の人間性を知れちゃう…、という不思議な力を秘めています。誰でもすぐに楽しめるように、ルールはめちゃくちゃシンプル。

トークテーマは、すごく悩みました。誰も傷つけない、でもその人の内面が思わずあぶり出されてしまうような日常の「あるある」を厳選しています。思わず手に取りたくなるようなかわいデザインにもこだわりました。「よなよなエール」のオオカミのキャラクターには、「もうひとりの自分」という意味が込められています。ビールのある場に自然と溶け込むようなコースターというカタチも、ヤッホーブルーイングさんらしさになっているかな、と。


同僚、上司、部下、取引先、上下関係がついてしまった夫婦など（笑）さまざまな立場の人たちと一緒に、そして多くの方に楽しんでいただけたらうれしいです。

プロフィール

アメリカ留学中に海外のアナログゲームに興味を持つ。高円寺のボードゲーム専門店「すごろくや」でゲーム司会、進行の経験を積んだのち、世界中のゲームを紹介する「ゲームマスター」としての活動を開始。各地のゲーム会へ赴くほか、様々な自主企画イベントを定期的で開催する。2015年、株式会社あだちのYEAHを設立。ゲーム司会業に留まらず、オリジナルゲーム制作のプロデュース、ゲームを使った社内研修、教育のツールとしての活用など、アナログゲームの素晴らしさを沢山の人の人知ってもらうべく、日夜その可能性を探求・発信している。


無礼講－スターが、 真の「無礼講」を実現できる理由

POINT 1
**「心理的安全性」
の確保**



- ・みんなが「平等」に話し手になれるルール
- ・「仕事」関連の話題を排除したトークテーマ群
- ・上手く話そうとする「プレッシャー」から解放するYES/NO回答方式
- ・「話す」ではなく「質問に答える」形で会話をつくる設計

POINT 2
**「自己開示」
の促進**



- ・質の高い雑談を創出するトークテーマの「共感性」や「話題拡張性」
- ・親の回答を予想することで、聞き手の「興味」が喚起される仕組み
- ・飲み会の場に自然と溶け込むデザイン

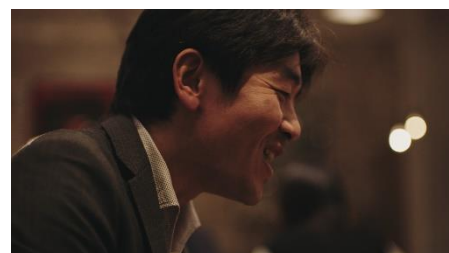
【4】プロダクト②：無礼講—スター

Webムービー「無礼講—スター」URL (YouTube) <https://youtu.be/yGLtMEwS7NE>

Webムービーには、同じ職場の先輩・後輩社員の方に、実際に体験してもらいました。



「先輩とは熱い想いを語り合いたいけど、一方的に話されちゃうことが多い。もっと対等に話したい。」と語る、男性。そんな会話の上下関係をなくす、コースター型トークゲーム「無礼講—スター」が登場。一般企業勤務の先輩社員・後輩社員の皆さんが、よなよなエールを飲みながら、ゲームを体験する様子が描かれています。



コースターに書かれた様々なトークテーマをもとに、会話する皆さん。「僕も野球部のキャッチャーでした」「すごい真面目なんです」「先輩は、正直せっちなイメージ(笑)」その立場に関係なく会話が自然と広がり、相手の価値観や隠れた一面が引き出されていきます。



体験後のインタビューでは「親近感がわいた」「距離が近づいた気がする」「社内の雰囲気よくなりそう」など、ポジティブな感想が。中には「普段は無理だけど、この場を借りてちょっと言いたい！ができた」という、本当の意味での「無礼講」ができたグループもあった様子。ゲームで楽しく盛りあがる一同の様子に「飲み会をフラットにしよう。」というメッセージが入ります。

「無礼講—スター」体験者の感想

部下の立場から

- 「普段は聞かない質問、聞けない話が出て距離が近くなった。(上司や同僚が) そう考えていたんだという意外なところなど、相手の中身のことを知る機会が持てるのはいい。相手のことを知ることで、仕事にも生きてくる。上司にも気軽に質問できたことで、そうしたやりとりにも慣れてくると思う」(20代 男性)
- 「上手な質問をするのが苦手なタイプなので、どこから何を聞けばよいかわからないこともある。こういうツールがあると一つの話で盛り上がり、共通点も持つことができるのは大きい」(20代 女性)

上司の立場から

- 「会社の飲み会は仕事の話が中心になりがちで、なかなかパーソナルな部分まで話せない。(無礼講—スターがあることで) 質問でスムーズに聞けたり、相手のことを考えたりするきっかけになった。まだ新しい部署になったばかりで部下のことをそこまで知らず、見た目はおちゃらけている雰囲気でも、中身はしっかり考えているんだという発見もあった。特性を知ること仕事の進め方もスムーズになると思う」(40代 男性)
- 「すごく楽しかった。普段は話さないようなことを、ひとつのフレームワークで話すことで、それぞれの個性を引き出して、その人の新しい気づきを得ることができた。周りの人が自分のことをどう思っているのか、見ているのかを聞けるのは大きい。飲み会は一人一人が自分の気持ちを、きちんと伝える場であるべき。普段は言えないけれど、上下関係を無しにフラットに話すことで、仕事で成し遂げたい思いなどをぶつけ合える」(40代 男性)

【5】プロダクトの体験・販売について

■「先輩風番号」「無礼講－スター」体験

YONA YONA BEER WORKSで

「よなよなエールで職場の飲み会をフラットに～

チーム“ビール”ディング in YONA YONA BEER WORKS」開催

「チーム“ビール”ディング by よなよなエール」の開始を記念し、よなよなエール公式ビアレストラン「YONA YONA BEER WORKS」都内全7店舗で、8月3日（金）～17日（金）に、「よなよなエールで職場の飲み会をフラットに～チーム“ビール”ディング in YONA YONA BEER WORKS」を開催します。

期間中は「先輩風番号」「無礼講－スター」の体験や、チーム“ビール”ディングに合わせた特別コースメニューの提供も行います。

※「先輩風番号」は赤坂店のみ（要予約）、「無礼講－スター」は7店舗全店で体験できます。（ビアガーデン（赤坂・表参道）での提供は行いません）

■「無礼講－スター」販売

無礼講価格、2,015（＝ぶれいこう）円で、30個限定販売

「無礼講－スター」は、8月3日（金）20時15分（2015＝ぶれいこう）から、よなよなエール公式通販サイト「よなよなの里本店」（http://yonasato.com/ec/product/burei_coaster）で、キャンペーン特別価格（税抜）2,015円（2015＝ぶれいこう）で、30個限定販売（お一人様1個限り）いたします。

■発売日時：8月3日（金）20時15分（2015＝ぶれいこう）

■キャンペーン特別価格（税抜）：2,015円（2015＝ぶれいこう）

■よなよなエールとは？



ヤッホーブルーイングのフラッグシップブランドであり、日本のクラフトビールを代表する銘柄としてご好評いただいております。

1997年、それまで画一的な味のビールしかなかった日本に多様で個性豊かなビール文化を根付かせたいという想いから、「家庭でも飲める手軽な本格エールビール」というコンセプトのもと誕生しました。

ビアスタイル（ビールの種類）はアメリカン・ペールエール。厳選されたアロマホップ「カスケード」とアメリカンエール酵母のエステル香が織りなす柑橘類を思わせるアロマが特徴です。

■ヤッホーブルーイング会社概要



「ビールに味を! 人生に幸せを!」というミッションのもと、日本のビール文化にバラエティを提供し、お客様にささやかな幸せをお届けするという想いで、品質にこだわった個性的で味わい豊かなクラフトビールを製造しております。今後もより美味しいビールづくりを目指し、お客様に幸せをお届けできるよう努力して参ります。

*クラフトビールとは小規模な醸造所がつくる、多様で個性的なビールのことを指します。

- ★ 会社名 株式会社ヤッホーブルーイング
- ★ 代表者 代表取締役社長 井手直行
- ★ 設立 1996（平成8）年
- ★ 事業内容 クラフトビール製造および販売
- ★ 本社所在地 〒389-0111長野県軽井沢町長倉2148
- ★ ホームページ <https://yohobrewing.com/>