理念を、今日の仕事で使う。

2020年11月30日発表。「創造プロセスの定着®」の背景と、仕事での使い方。

説明では分かったつもりでも、実際に使うと、次の問いが見えた。

当時の開発では、RPAなどを実際に使い、説明を聞いたときには見えなかったことに気づく経験を、創造のプロセスに組み込みました。

発表時の実践の背景

約750社
延べ54,000人

当社が関わってきた規模。
個別手法の効果検証人数とは区別します。

理念は、創業メンバーが顧客に認めてもらい、広げていく試行錯誤から見いだしたもの。

その言葉を、相手に起きてほしいことと、今日選ぶ行動へ具体化します。

原発表の記事を読む →

想像を、試して確かめる過程へ。

一度で案を完成させず、行動で得た違いから、問いと次の案を変えていきます。

01

望む状態を描く

誰に、何が起きると
よいかを具体化する。

→

02

現状との違いを見る

実際に行動して、
違和感を捉える。

→

03

課題を選ぶ

違和感から、いま
取り組む課題を選ぶ。

04

小さく試す

解決方法の仮説を、
扱える範囲で試す。

→

05

反応から次を選ぶ

小さな気づきから、
次の課題を考える。

→

06

自発的な協働を支える

人の思考・感情・事情を
確かめ、関わり方を選ぶ。

相手と話し、実物を見て、想像と違ったところへ戻る。

「想像できている」を、見える形へ。

言葉だけで平行線にならないよう、どこまで具体的に描けたかを一緒に見ます。

当時の訓練の観点	いまの一件で、見える形にするなら
将来を具体的に描く	相手が進められるようになった仕事の場面。
相手を想像し、返しを受ける	相手の考え・感情・事情と、受けたフィードバック。
今ある戦力でやり繰りする	いま使える人・技術・時間で試せる範囲。
近い業界構造の他社事例を使う	参考にした行動と、自社でも試せそうな部分。
情報を取り入れる意欲を育てる	描いた案の精度や実現性を確かめたい問い。

描いたものを話し、反応を受ける。次に確かめたいことが見えてきます。

納入後の仕事に、理念を重ねる。

定型報告を自動化した営業チーム。「顧客の事業に役立つ」を、次の一件へ。

いつもの商品説明に、
仕事を知る時間を加える。

一社に、納入後の仕事を
見せてもらう。

気づいた手間に合わせ、
表示や使い方を少し変え、
実際に使う様子を見る。

「この場面で、誰に何が
起きるとよいだろう」

使い方を伝えるために組み立てた例です。自分の仕事に近いところから考えてみてください。

自分の関心に、相手の仕事の視点を。

何を面白いと思うかと、誰にどう役立つか。二つを行き来して、案を考えます。

二つの職場調査と一つの実験

他者に役立ちたい動機が高いと、仕事そのものへの関心と、
第三者による創造性評価との結びつきが強い結果でした。
相手の視点を取ることが、その関係に関わっていました。

この実践で考えること

**「自分たちが試したい案」を、
「相手のどの仕事に役立つか」から見直す。**

研究の対象・課題と、六つの過程や五つの訓練は異なります。実際の仕事で、使える資源と相手の反応に合わせて試します。

一次研究：Grant & Berry（2011）著者原稿 →

一つ眺める。一件、思い浮かべる。

理念を今日の仕事へつなぐために、気になる入口から始めてください。

新しい役立ち方を考えたい

ビジネスメイキング

仕事の見本を一つ選び、
自分たちの理念が、相手に
どんな役立ち方になるかを
考えてみる。

近い仕事の場面を眺める →

効率化の後の時間を考えたい

AIで生まれた時間を、
答えの出ない問いに使えるか。

顧客の迷い・上司の期待・本人の問いを、一つの説明例で読みます。成果物・相手の言葉・引っかかった箇所を、一件思い浮かべます。

知と実践 No.344 を読む →

何を試すかが決まらなくても、気になっている一場面から。

資料の内容・仕事での活用について相談する →