



人間の行動原理と原則にもとづいた

smart creative management

【世界初】需要創造の芸術と科学

NEWS RELEASE

2021年3月1日

スマートクリエイティブマネジメント総合研究所

リクエスト株式会社

先を読みつくる

『クリエイティブコーチ®』発売

～ 状況に応じて目的とやり方を創る人材開発 ～



人間の行動原理と原則にもとづいた

smart creative management

【世界初】需要創造の芸術と科学

ある範囲のティーチングが終わる。

教わった知識やスキル・やり方を実践し習熟する。

習熟はクリエイティビティを高める前提条件。

習熟後にコーチングをする。

ティーチング：業務遂行に必要な

「“知識とスキル・やり方を知る”研修」をする

コーチング：新たな挑戦に必要な

「“やり方を目的から思考し創る”訓練」をする

目的が変わると打ち手の具体的なやり方が変わる。

ツールが準備されている場合、ツールの使い方が変わる。

例えば営業。

商談の“大目的”例：

- ① 目の前・月末の売上数字をつくる
※ 担当者を優秀なプレイヤーに引き上げる。
- ② 売上が積みあがる仕組みをつくる
※ 優秀なプレイヤーをリーダーに引き上げる。

商談の“小目的”例：

- ① 小さな相談事を引き出す
- ② 「お試し版を入りたい」を引き出す
- ③ 現在、取り組んでいる具体的な仕事の相談を引き出す

大目的と小目的の組み合わせにより、営業の具体的なやり方は変わる。目的ごとに打ち手をパターン化、映像化・マニュアル化していくと量が膨大になり営業担当者が運用できなくなる。そこで AI に取り込む。AI に連携した RPA ロボットが営業担当者を補助する。これが可能なのはティーチングで具体的に教えることができる範囲まで。状況に応じて“目的”を設定し、その目的を実現する具体的なやり方を創るレベルには、AI と RPA ロボットは対応できない。取引先やお客様の要望がある程度画一的であれば、“知識とスキル・やり方を身に付ける”ティーチングで事足りる。これは営業プロセスと各プロセスの to do を可視化しプロセス管理ができるレベルのこと。しかし、ティーチングのレベルで対応できるビジネスはそもそも、ロボットが対応する流れが強くなっている。

to do リストをこなすことで効率は上がる。商品力がカテゴリ No.1 のポジションにあり、売り切り、売りっぱなしのビジネスであれば問題は発生しない。しかし、to do リストに慣れてしまうと、取引先やお客様と信頼関係が必要なビジネスの場合、具体的には「○○さんがそこまで言うなら、わかった、(信じて) やってみるよ」と言ってもらう必要があるビジネスの場合は、具体的に相手の置かれている事業環境と組織のことを考え、相手の先を想像し読み、手を打つことができなくなる。to do リストの 1 つ 1 つを自分の立場からチェック、終わらせることが目的化され、“相手の立場から”が消え去っていく。いつのまにか自分の都合、組織の都合を相手に押し付けてしまう。残業時間の制限、パワハラ防止、コンプライアンスが過剰に言われるまでは、職場の OJT の場で“状況に応じて目的とやりかたを創る思考の訓練”がなされていた。その訓練が現在ではパワハラに該当する事実もあったが、OJT の本質は、後輩よりも先を経験している先輩が、後輩に新たな観点を伝え、先を読めるようにすることにある。現状、OJT は機能していないことは明らかですし、今後、過去の時点のように OJT が機能することはない。テクノロジーが人間の行動習慣を変えてしまっているため。

取引先やお客様とそもそもの目的をすり合わせ、要件を定義し、実現のやり方を創っていくには、ティーチングだけでは対応できない。コーチングが必要になる。しかし、現在のコーチングは対応できる範囲と具体的なやり方が、科学的に実験検証され体系立てられていないため、再現性が不足している。その結果、個人の経験・知識・キャラクターに依存してしまっている。応用力を高め生産性をより上げるはずのコーチングが適切に機能していない。リーダーや管理監督者は、メンバーや部下がハウツーを求めたがると言う。そもそも、コーチングが適切にできていれば、ハウツーを求める行動は発生しない。コーチングはビジネスの相手と自分の両方の立場から、目的を企画・設定し、その目的を実現するための具体的なやり方を創る習慣を形成するためのもの。この状態を変えていくために、メンバーや部下が“やり方を目的から思考し創る”ことができるようにする“クリエイティブコーチ®”の提供を開始しました。

クリエイティブコーチ®を進めるためのポイント：

1. 相手の現状は一切、否定しない。否定は相手の思考を抑制するため。また、相手の行動と思考は、今までの職務の範囲では必要なものごとであったため
2. 相手がこたえやすい“相手の立場から思考できる”問から、相手がこたえづらい“他人の立場から思考する”問へスモールステップをつくる
3. 相手に問を投げかけ、教えてもらう。教えてもらう目的は、こちらの立ち位置を下げ、相手に自発的に本音や真実を素直に口にしてもらうため。一般論やきれいごとを言われないようにするため
4. 自分が経験していない観点を伝えられ、自分の本音や真実を言語化し、自分の手と口で言葉にして表現することで、現状の自分が習慣にし、気が付かないでいる行動と思考に気づくことができる
5. 自分の習慣に気づくことで、次の成長ステージに移る準備が整う。気づかない場合、自分はできている、やれていると思い込みが次へ行くことを阻害する

クリエイティブコーチ® トレーニング概要：

1. 投げかける問のつくり方
2. 問を投げかける順番の考え方
3. 関係を深めていくステップの使い方
4. 相手の思考と行動を想像するやり方



人間の行動原理と原則にもとづいた
smart creative management
【世界初】需要創造の芸術と科学

【会社概要】

社名： リクエスト株式会社 URL：<https://requestgroup.jp>
代表者：代表取締役 甲畑智康 URL：<https://requestgroup.jp/profile>

【事業内容】：

需要創造型リーダーの開発、ロボットのマネジメント：

「リーダーが人とロボットと共働し需要を創る」をミッションに、需要創造型リーダーに必要な“思考と行動の習慣”“ロボットのマネジメント”の手法の開発と訓練に取り組んでおり、約 820 社の国内大手企業から中堅企業、上場準備直前のスタートアップ企業への提供実績を有している。

また、“需要創造の芸術と科学”をテーマにビジネスの創造力、人間がマネジメントしやすいロボットのユーザーインターフェースの実験検証をするスマートクリエイティブマネジメント総合研究所を構え、行動科学・脳神経科学と芸術にもとづいたビジネスの創造力の再現に成功しています。

直近では、[【怒りを需要創造に使うリーダーシップ開発「Anger Leadership Program™」】](#)[【ロボットもマネジメントするポスト記述『スマートジョブディスクリプション™』】](#)[【ベテラン社員の成長がつづく「Creative reflection™」】](#) 発売の提供を開始しています。



【本リリースに関するお問い合わせ先】

e-mail：request@requestgroup.jp
問合せフォーム：<https://requestgroup.jp/request>
担当： 未光