



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6月21日

スマートクリエイティブマネジメント総合研究所

ABAオペレーションズ研究センター

リクエスト株式会社

管理者をリーダーに変える

『Behavior based sense™』 発売

～仕事を処理する管理者が仕事を創造するリーダーに変わる～

仕事をする目的は、上から言われたことに対処すること。質はともかく「やった」事実の報告ができる。上手く行かないことがある。その場合「指示をした上が悪い」と他責にする。このような思考と行動習慣が身に付いてしまっている管理者は、管理者のうち50%から60%は実はいると推定しています。目先の効率化、時短の結果、組織から「なぜそうなのか?」「具体的にどうするのか?」「そもそも、なぜ?」を問う人、質を問う人が減少していった。あたりさわりが無くロジカルな報告資料をつくる習慣が、ますます「なぜ?」「具体的には?」「そもそも?」を問う機会を減らしている。他責にでき無いことは回避するようになる。「自分で決めてやる」習慣が無い。自分の職務の範囲外の経験が無いため、他部署の人達の立場で想像することができない。次工程へアウトプットを渡す。次工程の人が動かない場合「動かない相手(他部署)が悪い」と結論付けてしまう。これでは業務が回っていかない。このような管理者がいる部門に所属する部下も、同じような思考と行動になっていく。



「ミスや問題が発生すると他責にする」原因、メカニズムはこのようにわかっている。解決のポイントは「現状の職務の周辺の経験を増やしていく」こと。しかし、その一步を踏み出さない。実際に試してみるとわかります。他責にできないことは、自動的に優先順位を下げてしまう。本人は悪気なく「(既存業務が) 忙しい」と言う。では、どうすれば良いのか？ はじめの一步を勘所に絞り、つまり、これをやることで確実に達成感や気づきが得られるものを、たたき台として渡してあげる。

分業化することで組織は大きくなっていく。しかし、大きくなるためのそもそもの需要、市場が減少しはじめるとその途端に問題が発生します。自分の職務の範囲外の経験が無いため、肌感覚でわからない。肌感覚でわからないため、相手のことが想像できない。数字も同様。会議で数字は共有するが、報告資料に数字を埋め込むが、いずれの数字も肌感覚、リアリティーが無い。数字がつくられている現実の絵・イメージの想像ができない。目標数値、計画数値が数字遊びになる原因はここにある。

組織内部だけならまだよいが、自社の取引先や顧客のことも同様にわからなくなる。関わっている、接触している事実は報告に上がってくる、スプレッドシート、エクセルシートに埋められている。しかし、個別に話を聴きながら「具体的には？」「なぜ？」と問いかけていくと、行ってはいるが、接触してはいるが、仕事の話、商売の話、問題解決の話をしていないことが観えてくる。彼ら彼女たちは、一般論で納得する傾向が現れる。皆が同じようなことを口にするようになる。個別具体的な問題に接触していないため、当然、皆が否定できない一般論を使い始めるのは自然な流れ。いずれも文脈を読むことができない。表向きは「仕事をがんばっている」ようにみせる技術は持っているが、「仕事、楽しいですか？」と質問すると沈黙をする。以下の動機付けのステップ1の状態にすることがわかる。

1. 「何事も無く1日終わられる」心理的安心感
2. 「小さなことでも認めてもらえる」自己肯定感
3. 「小さな達成感が得られる」自己効力感
4. 「自分で決めて進める」自己コントロール感
5. 「望む先々が臨場感ある絵で観える」報酬の先取り
6. 「望む先々に近づいている」
7. 「人からの期待に応えていく」

このような管理者は部下を育てることもできない。部下を育成できる管理者は、上記ステップの5以降。組織の中で、自分1人では成し遂げたい臨場感のある絵が観えているからこそ、その実現のために部下を育成する。「ビジョンをもてるようにすればよい」と考えない方が良いです。ビジョンを持つには実際に、現状の職務の範囲外を経験してインプットを増やす必要があります。このステップを無に、ビジョンをつくらせると、自分が実現するイメージがともなわない、受け手が納得するようなものをアウトプットしてきます。これでは何の意味もない。

部下育成の体系だった手法を具体的に伝えても、使いこなすことができない原因もここにあります。部下のできないところばかりを指摘する。それが仕事になる。部下のできることを増やして、自発的にしていくことなど想像することができない。

この状況に自社があることに気づいていればよいほうです。気づいているということは、少なくとも相手にまともに関わっているため。実際に「相手のできることを増やす」を目的に、相手に関わることは、簡単なようで難しいことです。一度、確認していただきたいです。



芸術と応用行動分析学にもとづいた smart creative management®

クリエイティビティの再現



【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®、自律型人材(メンバー)の育成、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と自律型人材(メンバー)に必要な思考と行動」「ロボットのマネジメント手法」の研究開発と実地訓練に取り組んでおり、約820社、従業員数30,000人の組織から年商30億円までの中堅企業、上場準備直前のスタートアップ企業への開発提供実績を有しています。また“需要創造の芸術と科学”をテーマに、人間と組織の行動に着目したビジネスの創造力、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とABAオペレーションズ研究センターを構えている。スマートクリエイティブマネジメント®は弊社の登録商標です。

【過去の商品リリース】

https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/68315

【本リリースに関するお問い合わせ先】

担当：末光

e-mail：request@requestgroup.jp

問合せフォーム：<https://requestgroup.jp/request>



oto1 芸術と応用行動分析学にもとづいた
smart creative management®
クリエイティビティの再現

【無償公開】

『人材育成のムダ取り™』のやり方

～ 自律創造型の人材を効率的に育てる ～

imagine ultimate

弊社を知っていただくために、実際にクライアント先で使用していますテキストを無償公開しています。

以下のURLからご覧いただけます。

<https://requestgroup.jp/method>