

同じ話を聞いたのに、 なぜ見えている仕事が違うのか。

『理解したか』の前に、
『どのような仕事として受け取ったか』を確かめる。



聞く



受け取る



確かめる



そろえる



同じ会議。 同じ説明。 同じ資料。



会議は終わり、それぞれが次のアクションへ

それでも、
確認することが違う。
つくるものが違う。
動き方が違う。

同じ言葉を聞いても、
同じ仕事が見えているとは限らない。



資料を作る

「まずは資料を整えよう」



利用者に確認する

「実際に使う方に話を聞いてみよう」

『提案資料をつくってください』 同じ依頼から、違う仕事が始まる。



提案資料をつくってください

A 分かりやすい資料をつくらう

見るもの：商品情報／過去資料



B 相手は、この資料で 何を判断するのだろう

見るもの：利用者／判断条件



C そもそも、何を提案することに 価値があるのだろう

見るもの：相手の目的／課題



広く見ればよい、という話ではない。
今回必要な範囲が見えているか。

違いは『仕事の範囲』に表れる

何を仕事として捉えたか。

仕事の見え方は、『どこまでを見るか』に表れる。



何をつくる？



誰のため？



どこまで
自分の仕事？



何がすでに
決まっている？



何を改めて
確かめる？



『考えていない』と決める前に

本人は、本人なりに考えているかもしれない。



見栄えを整えた。



短くまとめた。



過去資料と合わせた。 納期に間に合わせた。



今回必要な仕事とは、別の範囲を考えていた可能性がある。



本人が見えていない、使われ方の場面

このデータは
こう見せたいね

次の施策にも
つながりそうだ

部門全体で
共有しよう



依頼する側にも『見えていない』がある

『そこまで言わなくても分かる』
本当にそうだろうか。



- ✓ なぜこの仕事をするのか。
- ✓ 誰が困っているのか。
- ✓ 最後に誰が何を判断するのか。
- ✓ 何を変えてよいのか。

自分の前提を、相手も知っているものとして扱わない。



『分かりました』の後に確かめる

何が見えているかを、5つから確かめる。



答えを採点するためではない。
互いに見えている仕事を比べるために聞く。

問いを一つ変える

『理解した?』ではなく、
『どのような仕事として受け取りましたか?』



実行する前に、仕事の見え方を合わせる。

二つの『見える』を確かめる

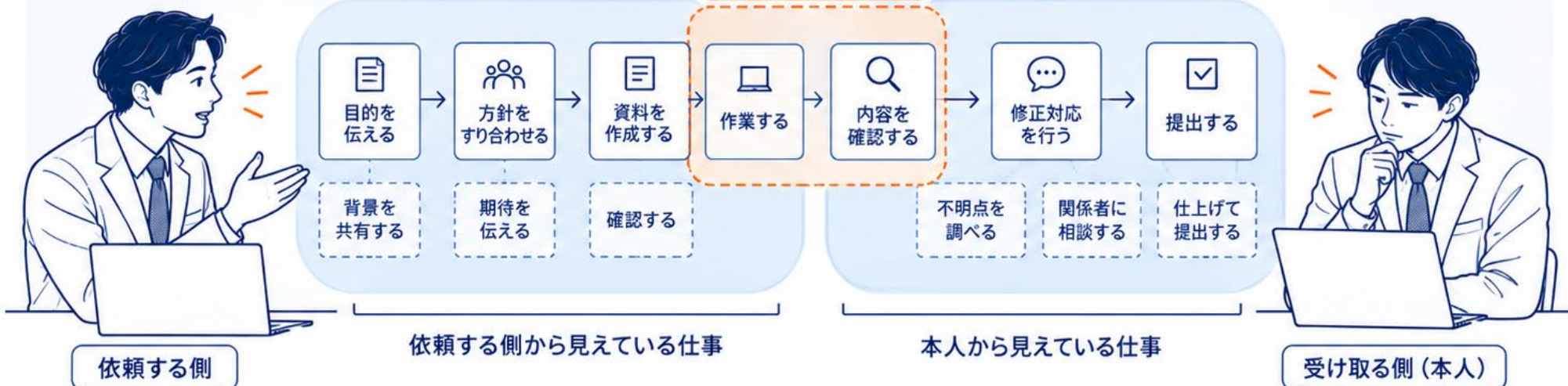
相手だけではない。
自分の見方も確かめる。

依頼する側には

何が相手にも
見えると思っていたか。

本人には

どのような仕事が見えていたか。



仕事のズレを、人の能力だけの問題にしない。

一件の依頼で、 『見えていた仕事』を確かめる。

 依頼したこと	
 本人が受け取った仕事	
 本人が見ていた対象	
 今回必要だった範囲	
 足りなかった確認	
 依頼側が省略していた前提	
 次回、変えること	

『考えていない』と決める前に、
何を仕事として考えていたのかを確かめる。



お問い合わせ・会社情報



33.8万人

のデータに基づく

組織で働く成人の研究と教育開発

組織行動科学®

Organizational-Andragogy®



お問い合わせ：
判断デザインラボラトリー



E-mail：
request@requestgroup.jp

【会社情報】 リクエスト株式会社

- 本社：〒160-0022 東京都新宿区新宿3丁目4番8号
京王フレンテ新宿3丁目4F
- 会社概要：<https://requestgroup.jp/corporateprofile>
- 代表取締役 甲畑智康：<https://requestgroup.jp/profile>
- 公式サイト：<https://www.requestgroup.jp/>

【企業概要】

リクエスト株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役：甲畑智康）は「より善くを目的に」を掲げ、**980社・33.8万人**の働く人達のデータに基づいた組織行動科学®を基盤に、8つの研究機関からなる企業です。

組織行動科学®は組織で働く私達の思考と行動が「なぜ起こり・なぜ続くのか」を事業環境と歴史・経験から解明し、より善く再現する手段です。

リクエスト株式会社の8つの研究機関



Behavioral
Robotics®
(HOBiROA®) 総研



smart creative
management®
総合研究所



OrgLogLab®
(組織論理学®
研究センター)



XR HRD®
(AIAndragogy®)
研究センター



ABA
Operations
Research®
センター



人的資本開発
プランニング®
センター



判断デザイン
ラボラトリー



公共行動
研究室®

正解がない仕事でも、 自分で判断し、前に進められる。



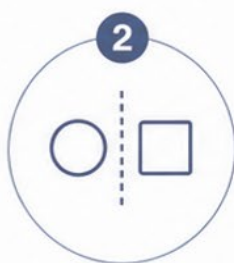
良い行動が生まれる上流には、必ず判断がある。

判断の質が、行動の質と成果を決める。



現場の事実を見る

目的に照らして、
何が起きているのかを
客観的に見る。



違いを捉える

理想と現状のギャップや
パターンの違いに
気づく。



判断する

基準に照らして、
何を優先し、何を
選ぶかを定める。



行動する

判断に基づいて、
自分で決めて
動き出す。



反応・結果を確かめる

相手の反応や結果を
確認し、事実を
集める。



判断基準を更新する

得られた事実から
基準を見直し、
精度を高める。

このサイクルが、判断できる組織をつくる。