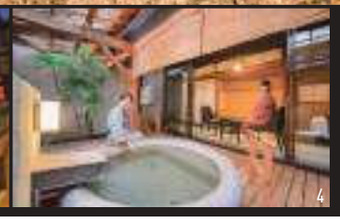
PLACE TO TALK

語りたい あの場所

VOL.2

山梨県　石和温泉　くつろぎの邸　くにたち

心から安らげるおすすめの場所を紹介する本企画。
今回は、山梨県石和温泉にあるくつろぎの邸 くにたちをご紹介します。



1. 最大の魅力、嵐の湯。ミネラルが身体に浸透する
2. 細かな演出が施された料理は、2か月に1回メニューが変わる
3. 身体を休め、心を満たす。健康と癒しの宿。
4. 露天風呂つきの客室も

甲府盆地の中央に位置する石和温泉の名物お宿「くつろぎの邸 くにたち」。雄大な山々と豊かな自然の中に、ぬくもり溢れる癒しの空間が広がる。館内は全て畳張りで、素足で歩ける設計。「帰ってきた」と感じるのは、その開放感に故郷のくつろぎを感じるからだろうか。

名物は、天然温泉薬石浴「嵐の湯」。戸を開けると、なんともいえない心地よい香りと、視界が真っ白になるほどの蒸気が身を包む。ここでは、15種類の薬鉱石を床一面に敷き詰め、その上に80℃の天然温泉をかけて熱している。95%を超える湿度によって、1、2 分で爽快な汗が吹き出し、10分を3セット繰り返せば全身の水分が入れ替わったように清々しい。羊水の中にいるかの如き心地よさは、サウナでは味わえない新たな体験だ。出てからも身体のあたたかさが失われないのは、薬鉱石で内臓からじんわり温められているからに違いない。

そしてもう一つの魅力に、四季折々の食材を使った色鮮やかな料理がある。一つひとつ細かな演出が施された料理は、舌も目も楽しませる。メニューの一部は、従業員がアイデアを出しあって生まれた。小さな宿だからこそ、従業員は家族のような存在だという。訪問客も、家族のようにあたたかく迎え入れてくれる。実家のようにまた帰ってきたくなってしまう、そんな宿だ。

Information

全19室のお部屋からは、南アルプスや美しい庭園を望むことができる。嵐の湯のほかに、2つの露天風呂や3種の貸切風呂が揃う。周囲には果物狩りやワイナリーなどの大人も楽しめるスポットが充実。東京から電車でわずか1時間半、最寄り駅からは無料送迎バスも。

Instagramはコチラ
四季折々の自然やこだわりの料理、女将さんの書を紹介。

すごい会議 magazine

vol. 32
June 2022

Conference 2022
立夏

立夏

特集

Leadership Conference 2022

5/11港区麻布台一。
東京アメリカンクラブの壮麗な会議室で、
初のスクール形式で行われた
「すごい会議Conference2022」。
250名の経営者が一堂に会した。
本誌では、そのカンファレンスの
エッセンスを凝縮してご紹介します。

落ち着いて、
地に足をつけよう。
過去の事実から
本質を掴め。

Agenda 1
基調講演

楠木建

逆・タイムマシン経営論

過去は確定した事実。一方で、現在の出来事に対しては、様々な言説や報道などを通してノイズがかかり、おかしな見方をしてしまう傾向がある。そこで提案したいのが「逆・タイムマシン経営論」。未来を先取りするのではなく、過去に遡るという意味で「逆・タイムマシン経営論」と名付けた。

たまには落ち着いて過去に遡ろう。歴史の変化を振り返ることで、変化に左右されない一貫した普遍の事実が明らかになる。そこから本質を掴もう、という提案だ。過去は、時間の経過によってデトックスされ、本質的な議論が明らかになる。

意思決定を狂わせる同時代性の罠を回避せよ

時代のノイズに悪影響を受けたおかしな見方として、「飛び道具トラップ」「激動期トラップ」「遠近歪曲トラップ」の3つがある。飛び道具トラップは、華々しい成功事例の背景や原因といった文脈を無視し、手法だけを切り出して「これらを取り入れればたちどころに問題が解決し、うまくいく」と思い込ませる。この罠を避けるためには、文脈剥離した手法をコピーするのではなく、文脈から儲かる「ストーリー」そのものを追究する必要がある。

激動期トラップは、「今こそ激動期！」と危機感を煽るもの。「国難」「100年に一度」「戦後最大」などの大げさな表現は、過去50年分の日経ビジネスのなかに23回も出現している。こうした表現を過敏に捉え、時代の変化を過剰に追いかけて目を回す必要はない。

遠近歪曲トラップとは、認識バイアスのひとつで、遠いものほど良く見えて近いものほど粗が目立つ。マクロ環境を他責で嘆くことはたやすいが、それでは思考停止だ。自分の置かれた環境をありのまま受けとめ、訪れるであろう未来についてポジティブなビジョンを描くのがリーダーに必要な思考様式だ。

『新聞雑誌は寝かせて読め』—時間の経過によって本質が明らかになる

いま一度、落ち着いて競争と戦略の原点に立ち戻ってほしい。コモディティ化し、大量に氾濫する情報の中から本質を引き出すセンスは、ますます重要になっている。そのためにも有効なのが、「新聞雑誌を寝かせて読む」こと。いつの時代も「読書」が知的トレーニングの王道である。現象の背後にある本質的な論理を見抜き、経営センスと大局観を体得するためのアプローチこそが「逆・タイムマシン経営論」である。

Agenda 2
成功事例
プレゼンテーション

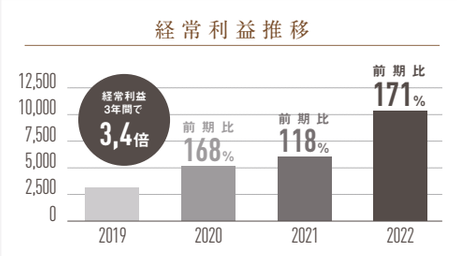
2021年に“すごい成果”をあげた2社の事例発表

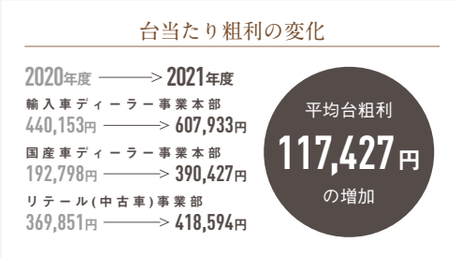
成功事例 共有 1 GLIONグループ

M&Aによって急速な事業拡大をしてきたGLIONグループ。大きく変化する自動車業界を背景に、2018年から自発的に改善と改革を行える組織を目指して組織を再編。しかし、「創業オーナーに依存し、自責での意思決定をできていない」「各社でのコミットメントを追求するあまり、組織間でのシナジーを生み出せない」などの課題があった。

2019年すごい会議導入による変化

1. クロスファンクション→6つの新プロジェクト立ち上げ
2. コミットメント文化の進化→3年間で3.4倍の経常利益を達成
3. 若手幹部の抜擢人事→約半数の古参幹部が入れ替わった



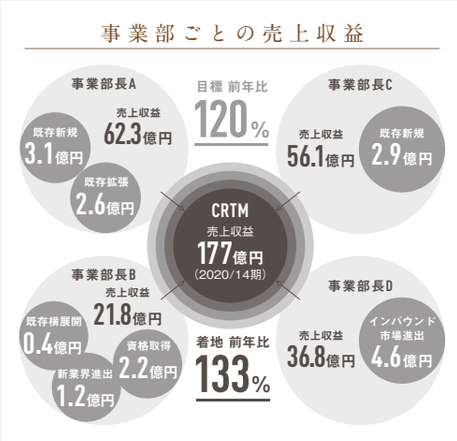


成功事例 共有 2 株式会社カスタマーリレーションテレマーケティング｜CRTM

クライアントのテレマーケティング全てを代行するCRTM。徹底的なトレーニングを受けたオペレーターによるクライアントへの収益貢献を強みに、2007年の創業以来、持続的な売上成長を実現してきた。一方で、「役員層のみの全体セッションがブラックボックス化している」「新規クライアントへの営業が事業部長の手腕に依存している」という課題があった。

2019年すごい会議導入による変化

1. 事業部ごとでの個別セッション→KPIに直結するメンバーが参加し、具体的でスピーディな課題解決
2. MGR層が積極的に営業するマインドに→担当者レンジでの提案により、提案の切り口が増大



GLIONグループ
海外事業本部長
兼 管理本部長
取締役

平 拓也

担当コーチ：雨宮 幸弘

楠木建氏コメント

GLIONグループは非常に成長志向が強く、次から次へと事業を生み出している。新たな事業を引き受けられる事業経営者がいないことがほかの会社が失敗する理由だが、そんな人材を生み出す土壌を作っていることが成果につながっている。コミットメント文化についても、部分最適で必ず目標を達成するという文化があったからこそ、全体最適に移行してもストレッチできた。もともと進化するだけの土壌があったからこそ、すごい会議の真価が発揮されたに違いない。

トークセッション

雨宮：創業オーナーが経営を全部任せられる、むしろ創業オーナーよりもコミットメントが強い「菊池さん」というNo.2がいたんですよね。それが圧倒的な他社との違いです。

楠木：オーナーによる経営のバトンタッチの仕方も参考になります。今まで自らの手腕でピンチを切り抜けてきた方がよく任せられましたね。

菊池：オーナーは、本当は口を出したくてうずうずしていたんですが、そこをぐっとこらえていたんだと思います（笑）。

大橋：すごい会議の導入にあたって「すごい障壁」になったのは？

平：とくにありませんでしたね。オーナーが先頭に立って宣伝してくれたし、すごい会議導入後の文化に合わなくなったメンバーは自然と離脱しました。導入後の3年間、ずっと変えるべきことがあり、それが成果になっています。大きな躓きには出会っていないですね。

楠木：古い考え方の幹部が「自然と離脱」したという結果も健全でいい！

平：会社の文化として浸透するまですごい会議を続けていきたい。雨宮さんには、私たちの目線を上げ続けてくれることを期待しています！

CRTM
代表取締役

植原 大祐

担当コーチ：高森 勇旗

楠木建氏コメント

CRTMの事例は、まさに「飛び道具なし」の良い事例。営業に飲み会やゴルフという、従来と変わらない手法を用いて目標を達成している。目新しい取り組みに頼らず、当たり前を徹底することで成果に結びつけているところが素晴らしい。もともと持っていたポテンシャルをすごい会議がフルに引き出している。
人に「お金を払ってものを買ってもらう」ことは、仕事において一番の喜びになる。その喜びを体感している層を、トップからMGR、さらに下の層へとどんどん広げていくことが重要だ。

トークセッション

大橋：大勢のオペレーターをどうやってマネジメントしているんですか？
植原：成果によって時給を毎月査定しています。最高時給3500円。
楠木：仕事のやりがいって、いい仕事といい報酬ですよね。能力を提供してもらう代わりに働きやすい環境を整える、という考え方はスカッとしていて気持ちがいい。
大橋：印象に残っているブレイクスルーの瞬間は？
植原：四半期に一度の成果発表会で、参加メンバーが嬉しそうに発言するようになったのが嬉しかったですね。今まで受け身だったメンバーが「これをやりたいです！」と言うのを聞いたときは、手応えを感じました。
大橋：各事業のセッションでは何を話しているんですか？
高森：いま目指している目標と、現状の数値、その間にあるギャップをどう埋めるか確認しています。成果が目標に届いていない部分に対して、どんなアクションをとるのか。
大橋：…それ、CRTMさんの社内でもできるんじゃない？（笑）
植原：目先のことで忙しいなかで、決めたアクションを実行するための流れを作れているのは、高森さんに入っていただいているからこそですよ！
楠木：実行に向かっていく流れを作っていくのが、コーチングでコーチが果たす真価ですね。

結びに

大橋 禅太郎

セレンディピティを掴み取れ

狙っているのは、“予期せぬ”出会い—無関心だった領域に課題解決のヒントがある

今回のカンファレンスで僕が狙っていたのは、皆さんに“探していない”ものを見つけてもらうことだ。探しているものは見つけにくい。見つかるときというのは、探していないときだ。と、僕らは考えている。英語では「セレンディピティ」とも言われる、思いがけぬ出会い。皆さんがフォーカスしているところ、関心の中心とは一見無関係の部分に、壁を突破するヒントがあるはずだ。僕は、そう確信してこのカンファレンスを企画している。

成功事例プレゼンテーションは、まさにそういった狙いで登壇をお願いした。皆さんが普段フォーカスされている事業領域とは違うところで、どういうことをしているのか、そしてそこにどんな苦労があるのか。簡単にうまくいったわけがない。僕らや皆さんと同じように、日々課題に向き合いながら、時には簡単でない意思決定をしてきたはず。それをどうか、シェアしてください、と。

成功事例の中に潜む革命的方法

うまくいっている事例をよく観察してみると、なにか法則じみた共通点が見つかるはずだ。そして、そこには新しい、革命的とも言えるような方法が潜んでいる。たとえば、アメリカの大リーグでは、数年前に“フライボール革命”が起こった。ボールを打ち上げるのはそれまでNGだとされてきたが、アッパー気味のスイングに変更したところホームランが数多く生み出されることとなった。今、皆さんや僕らにも革命が起こっているのだと思う。

気前よく成功の秘訣をシェアしてくれたGLIONグループさんとCRTMさん、そして今回、忙しいなか僕らの誘いにのってご参加くださった皆さんに、感謝を申し上げます。—僕らも常に、皆さんと同じ問題を抱えている。その本質を真っ向から見つめ、今後も皆さんと一緒に戦っていきたい。

他責の社内風土を提案と実行型に刷新 過去最高損失から完全黒字化へ

五期生である山田さんに
受講での学びと成果について伺いました。

ICTC
Internal Coach Training Center

株式会社中央軒煎餅
代表取締役社長
山田 宗
営業本部長、経営企画室長を経て
代表取締役社長に就任。

株式会社中央軒煎餅

1923年創業の老舗米菓店。代表的な商品のひとつ「花色しおん」は12年連続モンドセレクション最高金賞受賞（2011年～2022年）。「ものづくりのメーカーから“笑顔づくり”のクリエイター・チームへ」をビジョンに、100年の歴史に裏打ちされた伝統とチャンレンジングな姿勢で、懐かしくも新しい「おかき」をお届けしています。

Q すごい会議との出会いと、ICTCを導入したきっかけは？

社内の会議がうまく回らないことに対する課題感からすごい会議を導入、2年目にICTCの受講を決めました。導入以前、若い世代のおかき離れや販売店を出店している百貨店そのものが閉店していくといった時代の流れに対する強い危機感がありました。ミッション・ビジョン・バリューの再定義や中期経営計画の策定など、私たちなりに改革もすすめましたが、成果には至らず…。そんな中、経営者の友人から紹介されてすごい会議のコーチとお話をした際、開口一番「10年後どうなっていたら最高ですか？」と聞かれて。目から鱗だったと同時に、未来志向の考え方に大きな期待を感じて導入を役員会で提案しました。

最も大きな気づきは、自分の他責思考。すごい会議のプログラムを通して、人のせいにせず、起こったことのすべての責任は自分にあると考える姿勢を知りました。1年目に担当していただいたコーチに結果を出すためのアドバイスを求めると、毎回同じ答えが返ってきたんです。「答えは宗さんです。宗さんが良くなれば会社は良くなります」。その言葉で、会社全体に蔓延る他責の風潮をつくっているのは自分だと気づき、自分こそが変わらなければならないと自覚。自らICTCを受講することにしました。

Q ICTCを導入する上で、どんな苦労がありましたか？

Coachingとしてのコミュニケーションの取り方をいくつも学びましたが、最初はうまくいきませんでした。例えば、オープンクエスチョンで相手に考えさせる質問などは、どうしてもぎこちなくなってしまって（笑）。また、ICTCでの学びを活かすために社長である私がコーチとして営業会議を進行していました。本来コーチはニュートラルな立場であり、コーチ自身は意思決定をしません。会社の最終的な意思決定者でありながらコーチでもある私にとって、自分自身で問題を解決したくなる気持ちを抑えて意思決定を相手にゆだね、答えを自力で導いてもらうようにすることが大きなチャレンジでした。それは互いの信頼関係がないとできないことでした。社員との信頼関係を築きながら、時には自分以外の社員にコーチの役割を果たしてもらうといった工夫もしました。

Q ICTCで学んだ事を、社内でどのように活かしましたか？

Finish／Completeの区別を学んだことから、行動の完了をまずは徹底した結果、売り上げも社員間の雰囲気も、明らかに良い方向に傾いていきました。以前と比べて社員の主体性が向上し、会議の中でも提案ベースの発言が増えてきたのです。

それまで自社には、行動の量と期日を明確にしておらず、そのためやるべき行動をやり切っていないという課題がありました。「○日までに提案を×件行う。その成果指標は△。」など、会議で確実にコミットメントを決めて、期日までに成果を出すことを継続して促すことで、驚くことに商品開発のスピードが以前の3分の2に。コミットメントを着実に実行することがいかに大切か実感しました。

リーダーの立場として特に意識していたのは、社員が自ら進んで行動することを後押しする「エンロールメント」です。ICTCを受講する中で、私はエンロールメントを「Passion（熱意）×Acknowledgement（承認）×Request（依頼）×True（真実）」と定めました。特に、社員全員が主体的かつ活発に行動を起こす風潮をつくるため、「承認」を意識するように。社員一人ひとりと向き合い、尊重することを意識して行動するようになってはじめて、承認こそが社員のコミットメントを引き出し、行動を変えるために必要不可欠だと実感したのです。

Q 改善を行って、会社にどんなインパクトがでましたか？

定量的な成果としては、コロナ禍初年の2020年に過去最高損失を出してから1年で黒字化。また、直近2年間で、新商品12カテゴリー（83アイテム）の発売を達成しました。それぞれ、今までにない新たな形の商品です。定性的なところでは、社員がみんな前向きな姿勢になったと感じます。以前なら「そんなの無理だよ」と諦めていたアイデアにも、「みんなでやろう」「協力できることは全部やりますよ」と、とにかくチャレンジしようという意思が生まれました。その意思は商品にも反映されています。実際にリニューアルした商品のひとつ「Kumitte」は、リニューアル前比売上130%を達成。「Kumitte」だけでなく、前向きな空気の中で生まれたチャレンジある商品の数々は、どれも楽しんで考案・製作した、思い入れ深いものとなりました。

以前に比べ、まず楽しんで、世の中にどんな価値を作れるか、どんなおもしろいものを作れるかという姿勢で仕事ができています。当社のビジョン「笑顔作りのクリエーター」にも近づいていると思います。もっとおもしろい行動を起こしたい。もっとおもしろい煎餅屋になりたい。簡単な道ではないですが、働いている全員がハッピーで、世の中の役に立つ会社に向かって、歩みを進められている手応えがあります。

Q これから受講する方へメッセージをお願いします。

ただ「学びたい」ではなく、ICTCで学んだことを自分に活かして「成長したい」という姿勢が大事だと思います。その姿勢を持っている人がICTCを受講すれば、自分にとっても会社にとっても、最高の結果が出せるのではないでしょうか。

貴社の社員が問題解決のプロフェッショナルになる。

ICTC受講者募集中！

Internal Coach Training Center

ICTCは、一般的に言われている幹部育成とは全く視点が異なり、社内のあらゆる問題解決をサポートするための人財(社内コーチ)を育て上げることを目指しています。すごい会議のプロコーチとほぼ同等のプロフェッショナルを半年間で2人育て上げることで、経営のスピードをかつてないほど加速させます。さらに参加していただいた社内コーチのさらなる育成やレベル向上のため、社内コーチ同士の交流、ステップアップしたカリキュラム、進化したフォーマットやワークシートの提供など、受講後のフォローも行います。少しでもICTCの詳細や、学習内容を知りたい、見てみたい方はお問い合わせください。

こんな人材を ICTC で社内コーチに！

「一貫性のある人」

「次世代経営幹部やリーダー候補」、「誰に対しても忖度なく言える人」、「物事を継続できる力がある人」がICTCで伸びる人材の特徴です。このような人材が経営、会社のあらゆる問題を解決し、コーチングやコミュニケーションの基礎を学んだ時、貴社の経営にはこれまでにない違いが生まれます。

ICTC 募集要項

日程 半年間で毎月2回実施、次回は2022年9月開校予定

内容 全12回で前半はすごい会議の型を実践レベルで落とし込み、後半は自社で具体的な成果を出すための問題解決を繰り返す。

会場 品川駅周辺の会議室（オンライン要相談）

定員 25社50名まで申込み方法:各すごい会議担当コーチ、ICTC事務局までご連絡ください

主催 一般社団法人 すごい会議 ICTC事務局　お問い合わせ先 TEL 03-6277-5668 MAIL support@sugoikaigi.jp

そんな皆さんに朗報です！

コミットメントリストの中で、もう死んでるやつ、(自動的に)どうにか消せない?

問題に対して解決策探してるんだけど、どうも属人的

Day1で決めたこと、なかなか進んでないことが多い

今回のアップデートでは、そんな問題を一気に解決！

よっ二代目!

会議道一本でやってきて 22 年！ようやくここまできました。2007 年から今まで 22 回にわたるアップデートを重ねてきた、すごい会議のツールであるワークブック。今回ついに、これまで解決できなかった問題を解決したと言い切れるアップデートが出来ました。変えたのはほんの数ページ。なのに、あまりにも質的な変化が大きいので 2 代目と呼ぶことにしました。秋頃にリリース予定です。

詳しくは、担当コーチにご相談ください

A LA RECHERCHE D'UN ESPACE DE QUALITÉ

最高の会議室を求めて

VOL.3

歴史に育まれた自然が、
五感に新たな風をよびこむ

東京白金

八芳園

INFORMATION

白金台駅から徒歩1分。1万2000坪の敷地内に庭園のあるレストラン・結婚式場。日本の伝統を再現する1943年創業の東京のオアシスです。由緒ある庭園の圧倒的な景観を眺めながら、普段とは異なる環境で会議を行うことができます。レンタル会議室の相場と大きな差がなく借りられるのも魅力。

会議室には滝の音が聞こえるテラス。開放的な空間が、議論や発想の枠も外してくれる

実業家、渋沢喜作や久原房之助も深く愛した風景

全会場、会議室として利用可。
会議のスタイルに合わせてセッティングできる

由緒ある自然と
至高のおもてなしを味わえる。
稀有な極上空間。

庭園に足を踏み入れると、みずみずしい緑と大きな池が目に飛び込んでくる。圧倒的な景観に驚きながら勾配のある小道を歩んでいくと、まるで庭園ではなく本物の自然の中にいるような気持ちになった。池を中心とした回遊式庭園の様式をとる八芳園では、「樹」「石」「水」「土」が絶妙なバランスで配置されているため、自然があるがままの姿で再現されているという。

庭園とは思えないほどの自然さを感じるのは、白金台の丘陵を生かした小道と、木々の樹齢のせいだろうか。江戸時代から大切に引き継がれてきた庭園には、ほかにはない由緒と歴史の重みを感じる。少し歩き疲れたころに、休みどころが現れるのも嬉しい。四阿の腰かけで息をつけば、視点が変わり、この庭園をまた違った目線で眺めることができる。「どこから見ても美しいこと」が「八芳園」の名の由来だというが、四季折々の美しさを感じられるのは間違いない。

ブライダル会場として名高い八芳園は、80年の歴史を持つ。歴史の中で洗練されてきたのは、庭園の自然ばかりではない。訪れる人に寄り添い、それぞれの満足いく形を追究する、真のおもてなしの心もそうだ。由緒ある美しい自然の中を散歩し、五感を一新。洗練され、開放的な景観を望みながら会議する。いつもの無機質な会議室を飛び出し、八芳園で会議をすれば、会議にも脳にも新たな風を呼び込めるはず。思いもよらないアイデアとの出会いにも期待できるにちがいない。

ツウな POINT

01

02

03

01　ライブ配信場併設、オフィスへの出張も可。機材やスタッフが内製なので、安心してお任せできます。
02　低農薬・無農薬を実現。こだわり抜いた素材を堪能できます。
03　四季折々の趣きを詰め込んだ、大人気の「和のチョコレートブランド」“kiki”。

大橋禅太郎の
やりたきゃやってみろ

タイプと学習戦術

ゴルフと心理学テスト

10年ほど前、平均スコア140ぐらいだったゴルフを、一気に上達する必要に迫られた。こうしたタイミングにおいて、僕らは業界一のコーチを探してコーチングを受けることにしている。全米トップコーチ10のリストから、宮里藍やアニカ・ソレンスタムのコーチ、ピア・ニールソンとリン・マリオットの2人に行き着いた。「通い慣れたコースなら、いくつかのホールで（何回も通っていればほぼ全てのホールで）バーディーを出したことがありますよね。だったらベストな状態でやれば54で回れるはずです」の文句にやられてしまった。

早速、教えて欲しいとメールを送ったら「あなたのハンディは幾つか？」と聞かれた。正直に70ぐらいですと答えると、「教わる価値が無い」と返事が来た。が、価値があるかどうかはこっちが決めることだから、と数人の友人を誘って（割り勘にしてもかなり高い金額だったので）アメリカで1泊2日のレッスンを受けることになった。

実際のレッスンの前に、オンラインの心理学テストを受けさせられた。それによると「あなたのタイプは休日を一緒にする友人としては楽しい人ですが、難しい状況において、奇跡のようなショットを打つイメージに魅せられてしまいがちです。当日そんなあなたを止められる人はいません。せめてコースに出る前にコース図を確かめて、どこでそんな状態になりやすいかを想定してからコースに出てみましょう」というようなことが書いてあった（実際には2ページの結果レポート）。まさにそれはゴルフ以外でも日々僕に起こっていることだったので、さすがアメリカは違うなと思った。後に、この心理学テストは、コーチが教える人ごとにコーチングの戦術を立ててから当日を迎えるために必要だということがわかった。

コーチングの原則

コーチングの原則の1つに、「同じコーチングをしても、受ける人によって出るアウトプットが違う」ことがある。これがわかっている人はそこそこいる一方で、異なる受け手に対してどう意図的な工夫をするかのフレームワークを持っている人は稀である。

アメリカのリーダーシップ研修の一つにLearning Tactics Inventoryというアセスメント（質問用紙に答えを書いてそこから分析結果が導き出される）がある。このモデルでは何かを学習するのに4つの軸があり、そのうちのどれを得意としているかを明らかにする。思考（Thinking）・感情（Feeling）・行動（Action）・他者にアクセス（Accessing Others）の4つのうちどれか1つか2つを中心に使っていて、苦手なやつはほぼ使われない。

僕の場合は、感情と行動。何か苦手なことを学ぼうとするときは、感情か行動（または両方）を学習の仕組みに入れるとやる気が続きやすい。このゴルフコーチが言っている「54」というスコアは僕の感情に訴えるし、友人3人とゴルフを習いにアメリカに行くというのは僕の行動欲求に訴えかけている。逆に、他の2つはかなり意識しないと学習の軸にはなることはほとんどない。

二日目の午後にいきなり100切り

さて、当日。気持ちの良い、本物の芝が削り放題の打ちっぱなしでゆっくり50打ぐらい打つ。コーチが後ろで見ている。詳しいやりとりは忘れたが、「テイクバックの時に上に伸びない」と「テイクバックをコンパクトに」の2つをこれから2日間フォーカスすることになった。グリップやらスイングやら色々指摘されると思っていたが、それだけである。その2つをゴムのリストバンドに書いて、この2日を過ごすことになった。そこからは1球ずつ打ちっぱなしで、球を打った後にその2つの出来が5点満点で何点だったかをコーチに伝える（ずっとコーチが後ろで見ている）。3とか4とか。僕の言った点数にコーチに違和感があると、僕に伝える（ほぼ全ての場合、その通りだなと思う）。競技目的で自転車のトレーニングをしたことがある人はわかると思うが、足にかかる負荷から、この傾斜は3%だな、と感じる。自転車に付いているサイクリングコンピュータ（自転車の走行距離・スピード・消費カロリーなどを測定できるアイテム）でリアルタイムに確認できる傾斜角度と、その数字がマッチする。あるいは出張先のサウナで、温度計を見る前に感じた温度と、温度計の数字がマッチしている（これは、温度計が設置された高さによって違うけれど）。なんとなくの出来を数値化して感じられるようにするトレーニングをしてその日はおしまい。

次の日は、午後からコーチが後ろについてラウンド。一球一球、「テイクバックの上に伸びない具合」と「コンパクト具合」を自己申告して、スコア表に書きながらラウンドを回る。もちろん、そのスコアがコーチの認識と違うとその場で修正する。それ以外のフィードバックは一切無い。16ホールの3打目残り120ヤードの打ち下ろしの砲台グリーン。うまくいけばボギー。僕がショットを放つとグリーンと30度くらい違う方向の池に真っ直ぐ飛んでいく。すかさず「ナイスショット！」とコーチ。「あれはアドレスがそうなっていただけで、気をつけるべき2つは完璧だった」と。結果ラウンドが終わってみると初めての98を達成（それまでのベストスコアは128！）。

この出来事を学習戦術と人のタイプだけで片付けるつもりはないが（最初はそのつもりだった）、もしコーチが僕のようなアイディアマンで次々といろんなフィードバックをしていたら、この結果は出なかった。僕が苦手とする事実に目を向け（それもほんの1個か2個の事実）そこにフォーカスして、意識的にやらないと出来ないことをやる構造にお世話になったことは確かだ。

タイプを経営に

アメリカでは毎年200万人が受検するMBTI®※と呼ばれる、ユングのタイプ論を使った自己理解や組織開発に使われているツールがある。僕らも5名ほどのコーチが資格を取得して（今年は全員資格取得予定）、MBTI®を使った自己理解と組織開発のワークショップを開催している。ゴルフで100切りを目指したい方（又は組織のスコアで100切りを目指している方）は是非ともご相談あれ！

※Myers-Briggs Type Indicator and MBTI are registered trademarks of the Myers-Briggs Type Indicator Foundation in the United States and other countries.

profile / Ohashi Zentaro
すごい会議ファウンダー。
現在は、サンフランシスコで新たな機会を創出中。