

愛媛県 砥部町 TOBEオーベルジュリゾート

心から安らげるおすすめの世界を紹介する本企画。
今回は、愛媛県砥部町にある「TOBEオーベルジュリゾート」をご紹介します。



- 湖畔にひっそりと佇むオーベルジュ。秋から冬にかけてたくさんの渡り鳥も飛来し、四季を感じることが出来る。
- レストランから見える雄大な風景が心を癒す。春先になると、桃源郷のように桜が秋には紅葉が美しく色付く。
- 食材の真の旬は、1～2週間。旬にこだわった食材を提供。特に野菜は、有機栽培で育てた自家菜園のお野菜。
- 客室からも湖を中心とした自然を眺望できる。やさしい風、きらめく水面、小鳥のさえずりに癒される。

愛媛県砥部町の湖畔にひっそりと佇むオーベルジュ「TOBE オーベルジュリゾート」。周りに他の建物がなく、部屋からは豊かな四季の風景を楽しめる。たまたまこの地を訪れ、絶景に一目惚れしたオーナーが、理想の施設を目指し、十数年の時をかけ作り上げた。オーナーは、今も世界中に足を運び、自身の施設に活かせるポイントを探求し続けているという。

魅力は、細部にまでこだわり抜かれたレストラン。料理は、カウンターでシェフが調理し、目の前へと運ばれる。フレンチにとらわれず和食や中華のエッセンスも取り入れた、シンプルかつ丁寧な仕立てだ。瀬戸内海でその日取れた新鮮な魚と地元の野菜の魅力をダイレクトに楽しめる。そして、料理を一層引き立てているのが、地元の作家が作る砥部焼だ。美しい器に盛られた料理は、さらなる特別感を演出する。カウンター越しには雄大な自然が広がり、都会に

はない極上の食事体験が味わえる。

さらに、素晴らしい接客も心をほぐす。高級店のような固さのない柔らかな温かい接客は、大自然に流れるゆったりとした時間を邪魔しないのだ。また、スタッフはなんと全員が愛媛出身。スタッフとの何気ない会話からも愛媛を感じてほしいというこだわりだそう。

どこか懐かしさを感じる風景に囲まれたこの場所にいると、都会で感じた疲れた心身も安らいでくれる。身も心もリフレッシュして明日を頑張る力をもらえる、そんな素敵な場所が愛媛にはあるのだ。

Information

家具やベッドにもこだわったモダンで落ち着いた全10室のお部屋。全てが湖に面しておりお部屋から雄大な自然を眺望できる。アクセスも抜群で、空港から車で20分ほど。コンセプトは、「全てで愛媛を表現する」。愛媛の素晴らしいと感じてもらうために、食事やスタッフだけでなく、建築家、家具デザイナー、照明など、オール愛媛で揃えている。

旅館公式HP



すごい会議

magazine

vol.

29

February
2024

すごい会議は、
何が「すごい」のか？

すごい会議は、 何が 「すごい」のか？

すごい会議は、何が「すごい」のか？
クライアントに“すごい成果”をもたらす、
我々の取り組みの一端をご紹介します。
1月10日、赤坂プリンス クラシックハウスに
全すごい会議コーチが集結。
サンフランシスコ在住の世界最高峰の
マネジメントコーチであり、
すごい会議ファウンダー大橋禪太郎氏の師
でもあるハワード・ゴールドマン、
リサ・ゴールドマンをお招きし、
すごい会議流、すごい会議を開催した。

戦略的フォーカスに命を吹き込む

床に敷かれた畳1畳分はあろうかという半紙—その前に座った書道アーティストが、筆を墨で染め「We promise」と綴る。大橋禪太郎氏が奏でる即興のピアノ音楽、そのアバンギャルドな旋律と共に描き出されたのは、緑の身体に金の鱗が輝く龍。空に向かって今まさに昇り行かんとする龍の上に「すごい会議」の今年の戦略的フォーカスが書初められていった。

「二〇二四年、六月二十六日までに 私たちは全クライアント大成功を達成し 自ずと集まる」

コーチ全員が、立ち現れる戦略的フォーカスの文字に真剣なまなざしを注いでいた。墨が半紙に染み込むように、その目標は我々の達成すべき目標として心に深く刻まれた。このパフォーマンスを通して、戦略的フォーカスには息が吹き込まれ、血が通い始めたのだ。

すごい会議2024年
戦略的フォーカス

小川啓華×大橋禪太郎



書初めの動画を全編
YouTubeで限定公開
中。上質なエンターテイン
メントでもあった当日の様
子をぜひご覧ください。

戦略的フォーカスを達成するために、 最も効果をもたらす“問い”は何か？

大橋禪太郎氏を含む全コーチが、事前にハワードとリサに尋ねたい“問い”を準備していた。例えば、

- ・日々自分自身に問いかけている質問は何か？
- ・クライアントが、あなたにオファーを続ける究極の理由は何か？
- ・コーチングしていないとき、何を思考しているか？

etc.

ハワードトリサから受けた最初の“問い”は、その全21件の中から「その答えが得られたとき、戦略的フォーカスを達成するために最もインパクトをもたらす“問い”はどれか？あるいは、何か？」というものだった。曰く、この問いは「答えを得ること」そのものではなく、「この問いについて考えることで、“ビジネスを成果に導くために必要な問い”について思考するための筋肉を鍛えること」が目的である。

4つのグループに分かれてコーチ陣がディスカッションを行い、新たに出てきた“問い”は下記である。

- ・ハワードトリサがクライアントのブレイクスルーを起こすとき、そのとっかかりは何か？
 - ・最短でブレイクスルーを起こしたいクライアントに、どのようなコーチングをするか？
 - ・何がコーチングのレベルを上げるのか？
 - ・心から支援したいと思えないクライアントの仕事にどう向き合っているのか？
- 我々は、ハワードトリサとのセッションを通して、

この4つの“問い”について思考を深め、その解決策を模索した。

クライアントとの「強固なパートナーシップ」を築くコーチングとは何か？

「コーチングの場において、“もっとも頭が良いように見える”のは誰か？」——それがコーチならば、そのコーチングは一流とは言えない。あるいは、クライアントに対して、「これをやるべきだ」などとコミットメントを押し付けるのは最悪である。「クライアントが“自ら”思考し、答えを導き出し、行動する」という状態に導くのがコーチであり、コーチングの場において、最も発言し、最も問題解決に貢献できるアイデアを出すのは、クライアント本人でなければならない。

ハワードトリサ曰く、クライアントが達成したいことやその障害となっている問題を全て真に聞き出すこ

とさえできていれば、クライアントとの共感が生まれ、その関係は強固なパートナーシップになるという。クライアントの意図を把握し、彼ら自身だけの場合よりもスピーディに効果的な問題解決に導く。そのために何をしなければならないのか？我々は、コーチとしてクライアントと築く関係についての気づきを得た。

クライアントを成果に導くために、我々は「何を手放すか？」

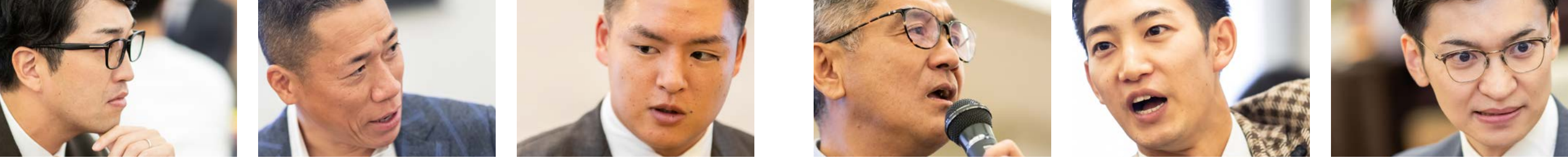
クライアントと強固なパートナーシップを築くために、必要なものは何か？それは、「手放すこと」である。例えば、コーチがよく陥りがちな罠がある。それは、「運転席に座ってしまうこと」だ。コーチの役割は、運転席に座るのではなく、クライアントの隣で向かいたい方向を聞き出し、地図を見ながらその場所に導くために、万全なサポートを行うことだ。しかし、「運転席に座ってほしい」と求められることもある。そのとき

は、その要求を断らなければならない。自身にも目標がある中で、依頼を断るというのは、かなりの勇気とインテグリティが必要になる。

これは、“scarcely”何かが足りない、または足りなくなる可能性がある状態ではとれない選択肢である。“abundance な状態”つまり、“どんな選択肢もとれる状態”にいて初めて、クライアントが既に持っている勘違いを解消したり、ある場合には依頼された仕事を断ったりして、クライアントとの関係を見直し、本当の意味でクライアントが向かいたい方向や達成したい成果に導くことができるようになる。

今回のセッションを経て、我々コーチ自身が、“abundance な状態”であることの重要性を強く感じた。それぞれが、「戦略的フォーカスを達成するために何を手放すか」という問いと向き合い、「クライアントにすごい成果をもたらす」ために動き始めた。

「何を手放すか？」という問いと向き合う。



LEADERSHIP CONFERENCE 2023 晩秋

血の通った行動を引き起こす

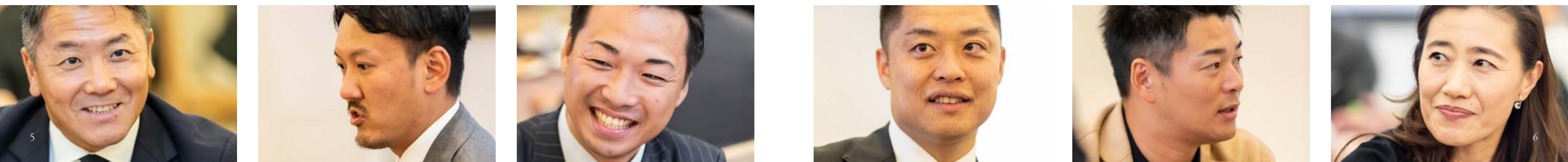
10/17 東京白金、八芳園。色づく庭園の木々に負けず、“高揚”したディスカッションの熱気が会議室から溢れ出しました。本誌では、そのカンファレンスのエッセンスを凝縮してご紹介します。当日ご参加いただけなかった方も、ぜひ“SBI”で自らの体験を振り返り、自らに、メンバーに、そして組織に、血の通った行動を引き起こすトリガーを探ってみては？

今回ディスカッションいただいたのは、“血の通った行動”のトリガーについてだ。

皆さんは、リーダーとしてプロジェクトを進める際、こんな経験をしたことはないだろうか。仕組みに問題なし、KPIの設定もクリアなプロジェクトA。あとは「動くだけ」に見えるのに、なぜか進まない。一方、仕組みは不十分、KPIも適切な設定ができていないのに、なぜか目に見えて成果を出すプロジェクトB。

その違いは何だろうか。我々は、期待以上の成果が得られるプロジェクトには、共通した特徴があることに気が付いた。その共通点とは“血の通った行動を起こす人”がいること。「決まったから」、「言われたから」、「怒られるから」やるのではなく、「頼んでもいないのに」、「期待以上に」、「能動的に」動き出す人だ。

メンバーに“血の通った行動”を起こしてもらうには、どうすればいいのか？今回は、“血の通った行動”を起こした事例を「SBI」（次ページにて解説）で分析し、その背景にある真因を深掘りした。各テーブルでのディスカッションの内容も共有するので、カンファレンスに参加できなかった方にも、そのトリガーのヒントを得ていただければ幸いだ。





SBIで体験をシェアする

まずは、メンバーの“血の通った行動”が起こった体験を思い出し、その体験を「SBI」で分析する。詳しくは下記に紹介するが、SBI フィードバックの活用はシーンを問わない。仕事でもプライベートでもうまくいく効果的なやり方なので、ぜひ実践してみてください。

“やけに相手に響く” SBI (Situation-Behavior-Impact) フィードバック

起きたことについて、ただあなたの意見や感情をぶつけるのではなく、「**〈S: 状況〉** ～～な状況で、**〈B: 言動〉** ～～ということが起き、**〈I: 影響〉** ～～という影響があった」と伝える手法。

例1: 「なんで話を聞いてくれないの?!」
→ 「**〈S: 状況〉** 話しかけている時に、**〈B: 言動〉** あなたがいつもスマホに夢中で、**〈I: 影響〉** 私は悲しい。」
例2: 「良かったよ!」
→ 「**〈S: 状況〉** 経営会議の時に、**〈B: 言動〉** ○○さんが事前に資料を人数分印刷してきて、**〈I: 影響〉** 俺は感動したよ。」

ポイントは、**〈S: 状況〉** と **〈B: 言動〉** には主観的な意見や感情を含めず、具体的な事実のみで構成し、**〈I: 影響〉** ではその場で起きたことをそのまま伝えることだ。

〈B:言動〉が起こったトリガーを深掘りする

出てきたエピソードの **〈B: 言動〉** はなぜ効果があったのか、さらに詰めて考えよう。皆さん自身の文脈で生かす糸口を見つけるため、どんどん深掘りして考え、自分に効果がありそうな取り組みを見つけ出してください。深掘りの仕方については、下記を参考にしてほしい。

Case 結婚式場の運営をしている会社のある店舗で、高い目標（成約率 80%）を達成した。

〈S: 状況〉 成約率 48% を 80% にまで高めようと目標を定めたが、エース社員が異動になり、社員はやる気を喪失しかけた。（一般的に、式場見学に来た人のうち契約につながるのは 35% 程度）
〈B: 言動〉 自分たちの行動をビデオフィード

バックで細分化して SBI 分析を行い、特定の場面でどういう言葉を言えば成約率が上がるかを研究した。
〈I: 影響〉 数字がメキメキと上がり、目標を達成した。

問い: 「本当に」 SBI を共有しただけで、そんなに成約率が上がるのか? (そんなはずはない)。
実は、ランチ後に行っていたビデオフィードバックに対して、入社 2 年目の新人が「目標到達す

るまで毎日 30 分早く出社して、ビデオフィードバックする時間を増やしましょう」と提案。それをきっかけに、全員の心に火がついた。ポイントは、**〈B: 言動〉** を引き起こした背景を深掘ることだ。表面的に表れた言動のトリガーを探ることで、たしかに取り組む価値のありそうな具体的な **〈B: 言動〉** が手に入る。

ディスカッションで浮かんできたキーワード

実際に各テーブルでシェアされた SBI の深掘り事例、その一部をご紹介します。

Share Table A のキーワード: “ 痛み の 共有 ”

120 店舗展開する商売をしている幹部の方の、血の通った体験が挙がった。

Case.

〈S: 状況〉 あるお店の閉店作業をするとき、**〈B: 言動〉** 他店から応援がいっぱいきて、**〈I: 影響〉** すごく助けられた。

頼んだ訳ではないのに、ヘルプが来たのはなぜか。Table A では、この会社のメンバーたちが皆、閉店の締め作業の「大変さ」を知っていることに着目。「痛み」を知っているからこそ、「少しでも助けたい」という思いが行動に血を通わせたのでは、と考えた。

Share Table B のキーワード: “ 危機感 ”

経営危機に陥っていたある会社を二代目として引き継いだ方の、血の通った行動の体験はこうだ。

Case.

〈S: 状況〉 会社が前年比で -11 億、かつ 26 億の債務超過に陥った際、**〈B: 言動〉** 会社の全財務諸表を共有して、「全員が本気を出してくれないと、4 カ月後に資金がショートする」と赤裸々に話したら、**〈I: 影響〉** 経営は 1 年で V 字回復し、3 億の過去最高益を出した。

Table B では、社員の当事者意識が起点になったのではと考察。「自分がなんとかしなくては」という「危機感」がトリガーになったと考えた。

見えてきた“問い”と次のアクション

皆さんのディスカッションを受けて、僕自身も想像以上の気づきを得られた。具体的には、「すごい会議のコーチ陣一人ひとりに、更にアツい“血を通わせる”ことを妨げている、僕には見えていない壁は何だろう?」という長期的な問いが手に入った。どんな状況でも使えるような一般解があるのではなく、それぞれの文脈に依存した“オーダーメイド”でのトリガーがあるはずだ。皆さんも、血の通った行動を引き起こすために必要な長期的な問いを得て、今すぐすべき取り組みを考えるヒントにしてほしい。
(すごい会議ファウンダー: 大橋禪太郎)



あなたにとって、すごい会議とは。

座談会

株式会社TMC
代表取締役

村田 隆雄さん

(担当コーチ：大野 栄一)

セールスプロモーションのプロとして、大手メーカーの販促物(SP)における企画提案・製作・売り場のレイアウトまで一貫して手がける。常にクライアントのさまざまな課題を解決するために、広告代理店を挟まずに顧客に直接提案できるのが強み。

今回は、すごい会議を導入している2社のクライアントの経営者をお招きして、すごい会議ファウンダー、大橋禅太郎氏との鼎談を実施。事業拡大やリーダー育成などにおいて経営者がぶつかる壁についてお話しいただきました。

大橋：まずは村田さんから、会社の事業内容を教えてください。

村田：お客様の販売促進をご支援しています。主な商品は、什器と呼ばれる商品陳列棚やショーケースなどの商品を展示する器材。特に化粧品関係が多く、例えば大型雑貨店で化粧品が陳列されている紙製の什器だと、シェア率は40%ほどです。

ほかにもデジタルサイネージなどの広告を含め、ツテがほとんどなかった状態からお客様にコンタクトを取り、現在は150社近くのご支援をしています。こうした新規開拓の経験を活かして、最近、新事業を始めました。BtoBにおける新規開拓のハードルとなる「アポ取り」をシステム化し、業績向上につなげる仕組みをパッケージとして販売しているんです。

大橋：面白い。全然違うアプローチを始めたんですね！すごい会議として、担当の大野コーチはどの部分で関わっているのでしょうか？

村田：一年前ほどから、セールスプロモーション事業と新規事業、さらに経営幹部の3ヶ所に入ってもらっています。

大橋：渋谷さんはどのような事業を？

渋谷：「筋膜リリース※」ってご存じでしょうか。これまでの筋膜リリースは“押す”マッサージが主流だったのですが、“吸う”マッサージ機器を開発し、整骨院やクリニックに販売しています。現在で累計3,000台ほど稼働していて、最近は人間だけではなく動物を対象にした機器も販売中です。

身体の痛みや凝りに対して即効性も確認されていますが、エビデンスを確立するために現在大学と共同研究中。いずれは海外にも展開したいと考えています。

※筋膜は筋肉を包む膜で、身体全体に張り巡らされている。筋膜のよじれやねじれを解消して正しい筋と筋膜の伸縮性と筋力の動きの回復を促すことで、身体の動きの硬さや肩や首の凝り感、腰痛、むくみなどの改善に効果が期待できる。

経営者の“独走癖”を抑え、社員のアイデアや主体性を引き出すすごい会議プロトコル

大橋：渋谷さんは、すごい会議を導入してまだ4ヶ月くらいだとか。

渋谷：はい。そもそもの課題感をお話すると…私自身が創業者として今の商品を見つけ、ビジネスモデルを創ってききましたので、商品への思い入れが強すぎるくらい強いんです。

大橋・村田：同じく。わかります！

渋谷：こうした思いを営業メンバーに伝えて、育成していくところに最大の課題を感じていました。すごい会議を導入して、「自分で考えない」「指示待ち」といった姿勢が染みついていて社員がだんだん自分で考えて実行し、成果を出し始めた。さらに、それによって社員自身も達成感を得て、良いサイクルが回り始めたなど。すごい会議の効果を実感しているところですね。

大橋：創業者ならではのこだわり、僕もすごくわかります。自分が一番長く、真剣に商品に向き合ってきたし、社員からパッと出てきたアイデアって、8、9割くらい「それはちがうんじゃないの？」って思ってしまうませんか？

渋谷：仰る通りで。僕もちょっと前までは、ワッと否定してしまっていました。結構語気も荒げたりしてね(笑)。でも、そういう反応を繰り返していると、社員が何も言わなくなるんです。僕の顔色ばかり見るようになっていました。

大橋：御社はなぜ良いサイクルに乗せられたのでしょうか。

渋谷：太田コーチが会議で社員からアイデアを引き出してくれて。僕はもちろん思うこと、言いたいことがあるんですが(笑)、極力我慢して、意思決定だけするようにしました。我慢して待って発言させていると、

株式会社MJカンパニー
代表取締役

渋谷 智也さん

(担当コーチ：太田 智文)

創業以来、身体の痛みを軽減・治療する製品の販売に携わる。痛みの解消について研究を深める過程で、「筋膜リリース」の有用性に着目。機械による吸引で効果的に行う技法を編み出し、オリジナルの施術機器を開発。全国の治療院・ケアサロンに販売している。

社員から意外と良いアイデアが出てくるんですよ。良いアイデアを出したら褒められるので、社員もまたモチベーションが上がって、さらに精度が上がっていくんですね。社員がポテンシャルとして持っていた意見やアイデアがテーブルに出てくるようになりました。

大橋：それは体験として素晴らしい。組織として良い流れが生まれていますね。渋谷さん自身の言動や能力に変化はありましたか？

渋谷：しっかり聞けるようになりました。まだまだ自分にも伸びしろあるな、と（笑）。

大橋：それが難しい！実は僕も、コーチ業をしているにも関わらず「人の話を聞く」ということが苦手で、昔、お客さんから「あなた僕の話聞いてないよね。次年度の契約はない」とまで言われてようやく、「聞く」ってことが大事だと気づいたんです。

そこから1年くらい「人を尊重する」トレーニングをして、今まで世の中の2%くらいの人しか聞けなかったのが、10%くらいの人のは聞けるようになりました。相対的ですが、僕にとっては世界が5倍に広がった。

そのくらい、「聞けるようになる」というのは、インパクトも大きかったけれど、苦勞もしました。渋谷さんはどんなプロセスで聞けるようになったんですか？

渋谷：まさに、すごい会議のプロトコルに則って会議をすることです。今までだとルールがなかったから余計なことを喋って、それに対する返答にさらに感情的になってしまっていたのですが、必要な要素が出揃うまできちんと聞き出せるようになりました。

大橋：なるほど。社長の“独走癖”はなかなか簡単には外せないものですし、ある程度のルールを設けてこの癖を抑えるというのは効果がありそうですね。

10年間苦勞したNo.2の育成を半年で実現した、“すごい会議流”マンツーマンコーチング

大橋：村田さんは、また状況も少し違うかと思いますが、どんな課題感をお持ちでしたか？

村田：私の場合、No. 2、いわゆる「右腕」がないことが最大の悩みでした。長く一緒にやってきたメンバーに本業を任せたいと思って、いろんな研修に行かせてみたり、実際に一定期間任せたり、10年近く試行錯誤してきましたが、これがなかなか上手くいかない。ひどい時は、他の社員がもうみんな「辞めます」と言って暴動になりかけたこともありました（笑）。

大橋：これもまたよく直面する壁！どうやって解消し

たんですか？

村田：とにかく、なんとかして育てたいんだと担当の大野コーチに伝えたとこ、彼にマンツーマンでコーチングしてくださって。そうしたら半年くらいで手が離れて、本業を任せられる状態になったんです。

大橋：ほんとに?!（笑）10年間ダメだったのが半年で成果が出た、というのはにわかには信じがたいですが、何が起きたんでしょうか？

村田：本人に対する育成にももちろん効果がありましたが、同時に彼の部下も育てていただけなのが大きいですね。下が成長して安定したことで、ある程度彼も上流の管理業務に専念する余裕ができたみたいで。大野さんが双方への指導をしてくださったおかげで、本業を自走できる体制に仕上がったのかなと思います。

大橋：本業が自走し始めたので、新事業に注力できるようになったと。

村田：新事業のきっかけは、コロナ禍でお客様の出社頻度がガクッと下がった時期、我々自身が新規開拓に非常に悩まされたことでした。出社しているタイミングが分からないので、電話してもつながらない。そのソリューションとして、「お客様がwebにアクセスした瞬間に電話する」仕組みを考え、その仕組みそのものを商品化しました。

お客様にDMでwebアンケートを送付します。お客様はそれを開封して、webに飛びますよね。そして回答を入力してもらい、課題を引き出します。そしてそれが提出された瞬間に、電話をかけるんです。会社に届いたDMからリンク先にアクセスした、ということは「会社にいる」ということなので、そのタイミングを狙い撃ちできるというわけです。

大橋：しかも、ちょうど御社のことを考えているときに御社から電話がかかってくる、というわけですね（笑）。抜群のタイミングです。一つひとつの技術としてはすごく単純ですが、電話番号とクロスマッチさせて、そのタイミングで電話する人を配置して、最初のコンタクトをどうとって、どういう課題にどんなスク립トを話して…、という組み合わせはデータがないと、パッケージ化できない部分。

村田：おっしゃる通りです。それを開発して、現在展開中です。そしてここでもやはり課題は人材育成で。みんな売ったことがないモノなので、僕がやると売れるんだけど、他の人がやると売れないんです。

大橋：ここでまた、大野の番ですね。

村田：まさに。全てお任せしています。一人ひとりの商談の録音を大野さんに聞いていただいて、一から指導していただきました。



すごい会議とは、「能力を引き出す仕組み」。
—— 渋谷 智也さん

すごい会議は、「自発的な発言を促すムード」を作る
—— 村田 隆雄さん

“すごい会議”の仕組みを浸透させて定着させることで次のステージが見える

大橋：では最後に、今後のお話を。渋谷さんは、海外展開も進めているとお話もいただきましたが、すごい会議として、どんなサポートがあれば御社のご支援に繋がりますか？

渋谷：今はまさに軌道に乗りつつある段階なので、まずはこの状態を安定させたいな、と。今後さらに幹部陣で営業を育てて、一人ひとりが自分の頭を動かしてやっていけば、全部を説明しなくても、1言えれば10伝わるようになっていくはず。

僕がすごい会議で一番ハマったのは「人材育成に必要なのは研修ではなく、“仕組み”だ」というところ。どんどん意見を発して、形にする経験を積むサイクルを回していくことで土台が固まれば、僕のマネジメントのキャパも広がっていく。まずは今の会議の形を浸透させて、固まったところで国内のノウハウを海外に持っていければと思っています。

大橋：そうですね。せっかく新しい形や仕組みを進めても、元に戻ろうとする引力は強いので、浸透には時間がかかります。数年単位で続けると、始めは言われるがままにやっていた人たちも「どうやらこっちの方が上手くいくみたいだぞ」と自分たちで気がつき始めるので、その状態になっていよいよ次のステップですね。村田さんは今後のビジョン、どんなふうを描いていますか？

村田：最近、パーソナル分析に強い会社さんと連携を始めました。収集した約100万人のデータから、人の

購買要因として3つのパラメータを抽出。各タイプのパーセンテージから、顧客それぞれに合わせた販売促進戦略を自動生成するAIを構築しています。今はBtoBを対象にしていますが、今後はtoCの展開も視野に入りたい。

大橋：面白い！僕自身、コーチングをする中で、お客様の多様性を実感していて。今まで絶対効くと思っていた方法が効かないお客様が出てきて、どうしたものかと思えば、急に違うコーチのやり方がハマることもあるんですよ。

村田：相性もありますね。製品の精度もかなり上がってきていて、我々の目指す最終的なゴールは自動ECです。買う人にとって最適な売り場を作り出すこと。今後は行動分析も入れていきたいなと思っています。

大橋：お話を伺うと、分野としては大野の得意とするところとは少し外れている気もするんですが、今後何かすごい会議へのオーダーはありますか？

村田：大野コーチのすごさは、「できた商品の“売れる体制”を作りあげる」ところだと思っています。僕1人だとむしろ突っ走っていつちゃいますが、それをちゃんと売るためのビジネス路線に戻していただけるので助かっています。

大橋：なるほど。最後に、あなたにとってのすごい会議とは、を教えてください。

村田：組織を作るのは、「自発的な発言を促すムード」。すごい会議は、そのムードを作るのに必要な“お点前”。

渋谷：シンプルな“問い”が、現状を見つめ直す起点になる。すごい会議とは、「能力を引き出す仕組み」。

大橋：お二人とも、今日は本当にありがとうございました。



すごい会議のグループアクティビティ

簡単だから やるわけじゃない



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。

俳句の戦略的 フォーカスと その結果

僕たちすごい会議は、10年ほど前から、数年単位のグループアクティビティをしている。最初はトリアスロン（泳げない人が四人いた。僕も57mしか泳げなかった）。その後はトリアスロンの中でも13-16時間ぐらいかかるアイアンマン（スイム3.8km、バイク180km、最後がフルマラソン）。どちらも「トレーニングしてるとお客様とセッションする時間がなくなります」等の強い反対意見があった。その後Jazz（全員なんらかのバンドを作って年末のパーティーで披露）をやったりした。2022-2023年は俳句。毎月先生に司会をしてもらい、名前がわからない形で投稿した二句に各自得点をつけて、先生にも得点を付けてもらった（でその点数の合計で競う）。年一回の吟行も（2泊で俳句の由来のある地で創句）。

俳句の戦略的フォーカスは、我々は2023年12月31日までに全員何らかの俳句大会に入選することにより、Xる」(Xの部分忘れしました)。

で、結果を見ていただきたい。現在21名のうち16名が入選した。

激戦の伊藤園には五名が入選して、全国のコンビニの冷蔵庫に彼らの俳句が並んでいる。

僕たちすごい会議は、10年ほど前から、数年単位のグループアクティビティをしている。最初はトリアスロン（泳げない人が四人いた。僕も57mしか泳げなかった）。その後はトリアスロンの中でも13-16時間ぐらいかかるアイアンマン（スイム3.8km、バイク180km、最後がフルマラソン）。どちらも「トレーニングしてるとお客様とセッションする時間がなくなります」等の強い反対意見があった。その後Jazz（全員なんらかのバンドを作って年末のパーティーで披露）をやったりした。2022-2023年は俳句。毎月先生に司会をしてもらい、名前がわからない形で投稿した二句に各自得点をつけて、先生にも得点を付けてもらった（でその点数の合計で競う）。年一回の吟行も（2泊で俳句の由来のある地で創句）。

一年目は、僕らも本気でやったのに、さっぱり入選しなかったのだから、それぞれの大会の選者の目は確か。（*印が着いたやつは、TVでお馴染みの夏井いつき先生選。）

真剣だからこそ 生まれる、 「俳句が うまくなる」だけ じゃない成果

コメントを言えるし、競技形式でやっているの、お互いにコメントし合って毎回盛り上がる。

「ながらみを塩茹でにして晩夏光」という、僕が小学生の頃、近所の方からもらった「ながらみ」（貝の一種ね）を塩茹でにして親父とほじくりながら食べたという記憶を詠んだ。先生から佳作をいただき、僕は、「えっ、これ?」と思ったのだけど、こういう何気ない記憶が素晴らしい出来事として認識されるようになる。例えば、7月初旬に電車の前の席に座っていた女性が生足のふくらはぎを搔いていた（蚊に刺されたかなにかで）。もちろんこれは「おっ、なにかある!」となり、作品は佳作をいただいた。

毎月の句会でお世話になった堀本先生が「お互いに好き勝手に言い合うのを聞いて、結束力の高さを感じました」と言ってくれた。これは、嬉しい。これが出来ていれば、僕は幸せ。

「一人一人の取り組みの真剣さがあり、やりがいがあり、楽しかった。」とも。

そう、これも僕が願っていること。一人一人の取り組みの真剣さ。

2024年は「作曲」。これは開始前から激しい反対にあって、幹事が一時折れてしまいスタート前に「やっぱりやめませんか」と言ってきたぐらいだから、「一人一人の取り組みの真剣さ」を試すには期待高し!

俳句が僕自身にもたらしたことのいくつかを挙げると、句会が盛り上がって楽しい。

これは、ビジネスと違う軸でやっている活動なので、新人でも「タメ口」で

入選一覧

氏名	俳号	入賞・掲載回数	入賞(入賞時期)	入賞俳句
鈴木 智大	鈴木 智大	5	・第26回毎日俳句大賞(2023年3月)	若き日のあなたを思ふ檸檬かな
			・第24回NHK全国俳句大会(2023年3月)	照紅葉まだら模様千の影
			・NHK俳句9月号佳作(2022年8月)	亡き祖母の野菜溢る夏カレー
			・NHK俳句3月号(2023年2月)	息白く吐き合ふ息のながさかな
和田 直人	和田 十目	4	・NHK俳句4月号(2023年3月)	フェアウェイの端に伸びたる春の草
			・IBC岩手放送 盛岡国際俳句大会 入賞*(2023年10月)	花疲れ永き踏切ありにけり
			・第26回長塚節文学賞俳句部門(2023年12月)	春寒や寝息愛しき子の温み
高森 勇旗	高森孔雲	4	・第5回盛岡国際俳句大会(2023年11月)	花疲れ永き踏切ありにけり
			・第34回伊藤園お〜いお茶新俳句大賞(2023年10月)	レモネード夜風がページをめくりけり
			・第16回高津全国俳句大会(2023年12月) ×2	去年の夏水鉄砲に残ってるポケットに秋を詰め込み眠る吾子
森 吉庸	森 吉庸	4	・第59回滔天忌俳句大会(2023年11月)	百までは数えてみたが流れ星
			・第26回長塚節文学賞俳句部門(2023年12月)	常総の荒れた農地に柿一つ
			・第24回NHK全国俳句大会(2023年3月)	炉開きの炭あかかと母偲ぶ
大橋 禪太郎	大橋禪太郎	3	・第三十四回伊藤園お〜いお茶新俳句大賞(2023年10月)	恋猫よ大きく使えこの街を
			・NHK俳句入賞TV放送(2023年2月)	草の芽やどこからも人現れて
			・第三十四回伊藤園お〜いお茶新俳句大賞(2023年10月)	恋猫よ大きく使えこの街を
岡田 諭志	岡田諭志	3	・ねんりんピック愛顔のえひめ2023俳句大会 選者特別賞・入選2名(2023年8月)	炎帝や蛇口の下に口開けて
			・盛岡国際俳句大会(2023年10月)	箸先の蒔味噌を舐め日も暮れず
			・第16回高津全国俳句大会(2023年12月)	水の無き噴水のある美術館
久保田 記祥	久保田巻毛	2	・IBC岩手放送 盛岡国際俳句大会 入賞*(2023年10月)	素揚げする菜の花だけが軽い音
			・第16回高津全国俳句大会(2023年12月)	通販に悩めば春の炬燵かな
			・HAIKU日本秋の句大賞 準特撰(2023年1月)	紙なぞる指に脂のなき秋思
梨木 悠介	梨木 悠介	2	・第三十四回伊藤園お〜いお茶新俳句大賞入選(2023年10月)	放課後の蟬校門の外に友
			・第26回「さくらのうた」奨励賞(2023年4月)	傘をさす肩が濡れつつ花見かな
大野 栄一	大野 栄一	1	・第16回高津全国俳句大会(2023年12月)	初わらいのあともたえぬ笑いかな
段原 尚輝	段 希遊	1	・33回お〜いお茶 佳作特別賞(2022年10月)	同じ道違う歩幅できざむ春
尾崎 理恵	尾崎 理恵	1	・第16回高津全国俳句大会(2023年12月)	雛壇に親子3代集まる夜
森 拓之	森拓之	1	・第24回後鳥羽院大賞 準特選(2023年2月)	隠岐島渡れるほどの天の川
雨宮 幸弘	雨宮 幸弘	1	・家庭犬俳壇 佳作(2023年2月)	冬晴れや出会う喜びドッグラン
高橋 悠	高橋遊	1	・家庭犬俳壇 佳作(2023年2月)	散歩道落ち葉の轍愛犬と
新垣武志	新垣 武志	1	・第16回高津全国俳句大会(2023年12月)	桜見る母置いて父歩きゆく