

2021 年度 ビジネスデザインスクール 実績報告書

1. 開催目的

ビジネスデザインスクールは、従来の成功ビジネスモデルや既存のビジネスルールから一旦離れ壊すことで自企業の真の強みを探り、顧客課題視点で新しいビジネスを創造する人の育成を目指します。

また、一方的に教えるではなく、折角学んだ知識を実利するためのコーチングを行います。

従来のビジネスフレームで正しいと言われていた論理性や理性による意思決定ではなく、直感や感性による意思決定や方向付けの方が有益だというアート思考に共感し、直感や感性を磨きます。

社内に潜在的に存在しているイントレプレナー（社内起業家）の能力の火を既存企業文化によって消さないように、イントレプレナー同士で刺激しあえるコミュニティを形成することを目指します。

イントレプレナーとなる基礎的要件を学ぶ（複数年度で習得）

アート思考、ポジティブ心理学、リーダーシップ、デザイン、マーケティング、交渉術、プレゼンテーション、戦略。

開催実施日 以下の6日

- ・第1回 2021年 7月 1日（木）15:00-17:00
- ・第2回 2021年 8月 31日（火）15:00-17:00
- ・第3回 2021年 10月 7日（木）15:00-17:00
- ・第4回 2021年 12月 17日（金）15:00-17:00
- ・第5回 2022年 2月 24日（木）15:00-17:00
- ・第6回 2022年 3月 24日（木）15:00-17:00

2. 研究会参加メンバー

参加者は以下の5名(順不同)（敬称略）

株式会社オカムラ	奥出 雄一
システムズ・デザイン株式会社	西野 篤史
株式会社オカムラ	太田 悠樹
アイエックス・ナレッジ株式会社	奥村 慎
株式会社デジタルリンク	釜石 芳範

3. スクール各回の概要（一部の抜粋）

毎回3時間のワークショップ形式となっています。

基本的には全ての回が90分間2セットの設計になっており、休憩を取ります

【第1回】 BDSを開催することになった背景

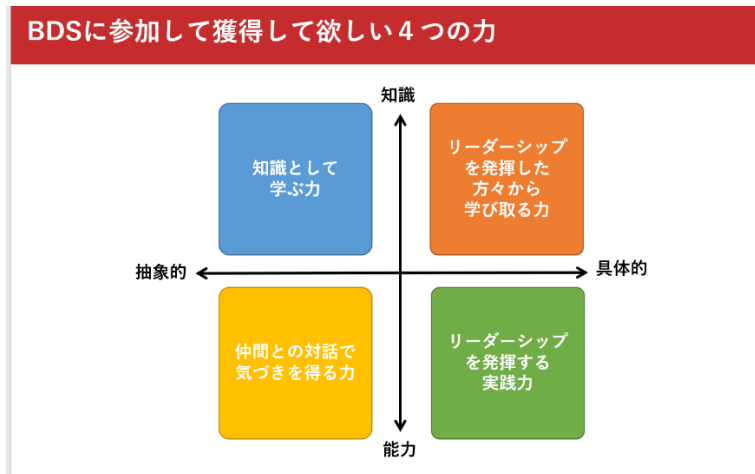
- ・VUCA ワールド（Volatility、Uncertainty、Complexity、Ambiguity）と呼ばれるような変化が激しく複雑な社会において企業が絶えず変化して持続的に成長する必要がある。

（できれば変化を作り出す側になりたい）

- ・日本企業の競争力が世界レベルでなくなった

- ・論理性や理性による経営判断への依存が強すぎる
- ・ビジネスデザインするリーダーの5条件とは
それを達成するための3つのポイント
- ・論理的判断や理性的判断は正しいのか？
論理的判断と理性的判断は正しいけど同じになる！差別にならない

【第2回】 自分を知る、自社を知る 自己開発目標



【第3回】 自分とチームを幸福にする 3 Good Things

コンピテンシーモデルとは ～適所を知る～。

過去

職務モデルライブラリー

プロファイルズの長年の蓄積データ（1000 以上）から検証済みのモデルを参照

- ・直販型セールス
- ・コンサルティングセールス
- ・営業企画
- ・エンジニア
- ・プログラマー

現在

現職者分析

組織内にいる卓越した人材からモデルを開発する方法

最低3名の「卓越した人材」を選抜する必要がある

選抜理由を慎重に行う必要がある

未来

職務分析サーベイ

経営者など責任者が 理想とする人物像を57の設問に答えることで定量化できます

【第4回】 直感と感性を磨く モーニングジャーナル

論理と理性に依存する問題点：差別化の喪失

アート

組織の創造性を後押しして、社会の展望を直感しステークホルダーをワクワクさせるよう

なビジョンを生み出す。個別の現象から抽象概念へ昇華させるアート

サイエンス

体系的な分析や評価を通じて「アート」が生み出した予想や目標やビジョンに現実的な裏付けを与えます。抽象概念を積み重ねて個別の状況へて適用するサイエンス

クラフト

地に足のついた経験や知識を元に「アート」が生み出したビジョンを現実化するための実行力を生み出します。アートとサイエンスをつなぎながら現実的な検証をする

3つの要素の説明責任の差

アート vs サイエンス

- アートの説明
なんとなく、これが美しいから・・・
- サイエンスの説明
様々なデータを定量分析した結果、こちらが成功する確率が高いです

アート vs クラフト

- アートの説明
なんとなく、これが美しいから・・・
- クラフトの説明
過去の実績に基づくとその方法ではうまくいったことがない

サイエンス vs クラフト

- サイエンスの説明
様々なデータを定量分析した結果、こちらが成功する確率が高いです
- クラフトの説明
過去の実績に基づくとその方法ではうまくいったことがない

経営者の仕事とは

- 経営判断がサイエンスとクラフトだけで良くて、理論通りに論理的に理性的にするのであれば、経営者の仕事とは何か？
- 中途半端な知識（サイエンス）と中途半端な経験（クラフト）で経営の意思決定するぐらいなら、理論とビジネスケースを記憶させて人工知能の方が正しい判断ができるはず。
- サイエンスとクラフト、人工知能には、ステークホルダーをワクワクさせるようなビジョンや人の創造性を発揮させるようなイノベーションを生み出すことができない

【第5回】生産性アップを図る 4つのアプローチの実践

・エジソンの捉え方

私は1度も失敗していない、明かりがつかない方法を1万通り発見したんだ

- ・本当に幸福度がアップすると業績がアップするのか？根拠は？
- ・「豊かさ」の定義は人それぞれで良いも悪いもない自分が大切にしたいものを大切にできている時、手に入れている時が「豊かである」という状態です。

Relationship（豊かな人間関係）

- ・豊かな人間関係は、人生の幸福度に大きな影響を及ぼす。
- ・前向きに他人と話すこと、他人と自分を比べずに接することが必要
- ・ハーバード大学、ロバート・ウォールディングの75年にもわたる最も長い成人発達に関する研究では「私たちが健康に幸福にするのは 良い人間関係に尽きる」ということが明らかになった
- ・「関係の質」からスタートすると好循環サイクルが回る

- ・ Meaning (人生の意味や意義)
- ・ どんな思い込みがありますか。感情の捉え方

【第6回】振り返り

生産性の定義 生産性＝得られた成果/投入した資源

イノベーションに不可欠な生産性の意識

イノベーションによって生産性が飛躍的に向上します。

❌ イノベーションを起こしたいのであれば生産性を気にしてはいけません！

○ 組織全体に生産性向上の意識があることがイノベーションを生み出しやすい
組織風土を作る

イノベーションに必要な2つの要素

Time for Innovation (イノベーションのための時間的余裕)

イノベーションには時間的余裕が必要

通常業務に忙殺されイノベーションについて、生産性について考える時間がない

Motivation for Innovation (イノベーションのためのモチベーション)

テクノロジーイノベーションを起こそうとするモチベーション

ビジネスイノベーションを起こそうとするモチベーション