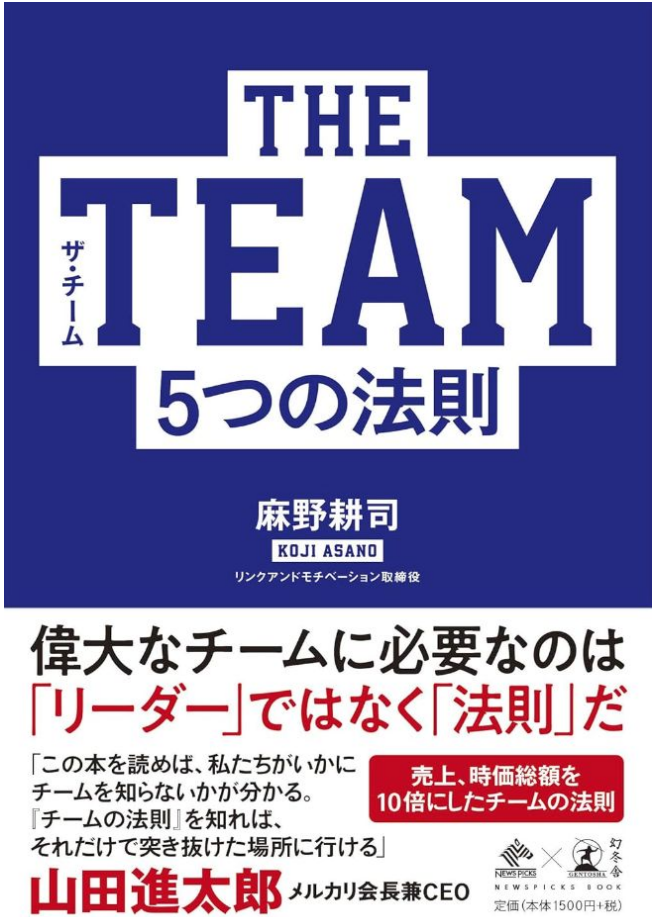
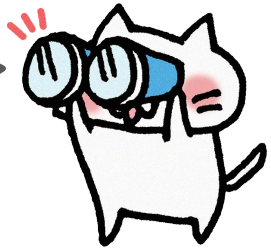


3分で理解できる

THE TEAM 5つの法則 ①

モチベーション専門の会社さんの本にゃん！



「目標を確実に達成するのが良いチームだ」という誤解

共通の目標

ある場合	ない場合
チーム	グループ

大事なのは

「目標を適切に設定する」

目標設定の3分類

意義目標

ex.)日本全体のチーム力を高める

成果目標

ex.)10万部売る

行動目標

ex.)「チームの法則」を、事例を交えてわかりやすく伝える本を作る

アクションのわかりやすさ	ブレイクスルーの起きやすさ
小	大
↓	↑
大	小

目標設定のトレンド

目標意義 ＝ OKR

実現すべき目標や意義	創出すべき成果	実績
重点商品を通じた事業構造の改革	新規契約 1000万円	新規契約 900万円 達成率 90.0%
	重点商品Ａ 販売3社	重点商品販売 2社 達成率 66.7% +販売手法設計 +事例資料作成

目的や意義から逆算した
行動や成果を促進する

成果目標 ＝ MBO

目標	実績
新規計画1000万円	新規契約 900万円 達成率 90.0%
重点商品Ａ 販売3社	重点商品販売 2社 達成率 66.7%

行動目標 ＝ 振り返り評価

目標	実績
ミスなく業務に取り組んでいる	○
計画的に仕事が進められている	△
上司に適切に報告できている	△

誰も教えてくれない意思決定の正しい方法

意思決定の3分類

独裁
チームの中の誰か一人が
意思決定をする

多数決
チーム全員の投票で多数の
賛同を得た案に意思決定する

合議
チーム全員で話し合って
意思決定する

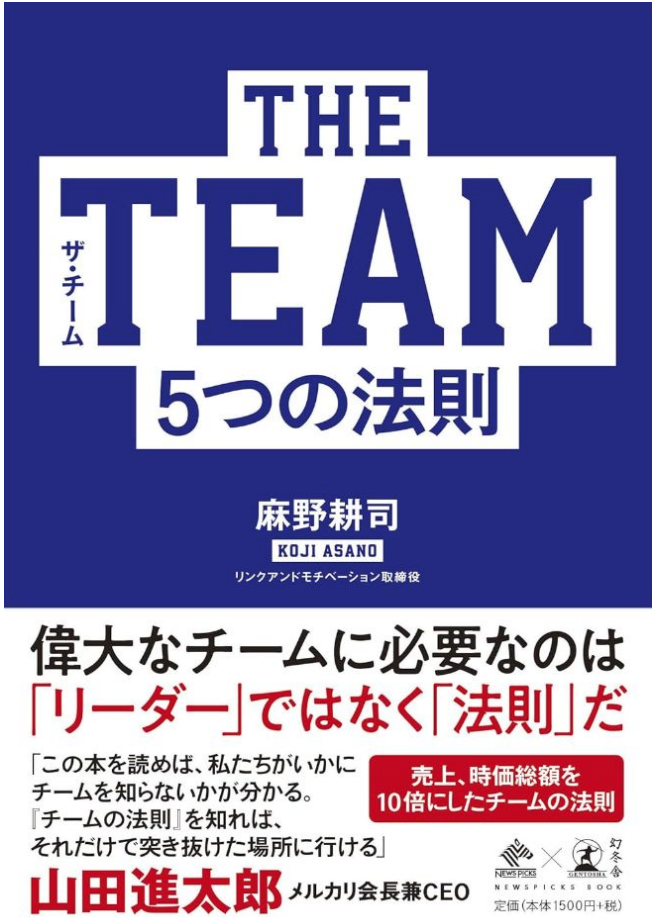
納得
低
↓
高

時間
短
↑
長

合意 はスピードとセット

- 状況把握
- 問題分析
- 決定分析
- 潜在的問題、潜在的好機分析

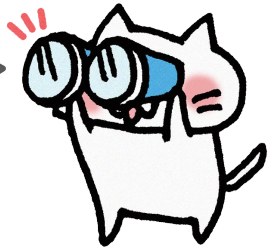
➡ この中から優先順位をつけ
優先順位の高い選択基準に
合致する選択肢を選ぶ
(選択肢同士を比較しても結論は出ない)



3分で理解できる

THE TEAM 5つの法則 ②

この本読んでモチベーションを科学するにゃん！



「正しい独裁」はチームを幸せにする

意思決定に時間がかかることはビジネスにおいて致命傷

~~誰の意見も聞かずに決める~~

必要な情報を十分に集め
様々な角度から意見を聞いた上で
意思決定をする

ソフトバンクの孫さんが実行する
ファーストチェス理論

5秒で考えた手
30分かけて考えた手

86%が同じ手

「良い意思決定をしよう」
「正しい意思決定をしよう」
よりも「強く」「速く」
1人で決断することが大切

モチベーションを科学する～気合いで人は動かない～

エンゲージメント(共感創造)の4P

Philosophy (理念・方針)	Profession (活動・成長)
People (人材・風土)	Privilege (優遇・特権)

今の人は

感情報酬 で動く

多くの人が

「給料のためだけに

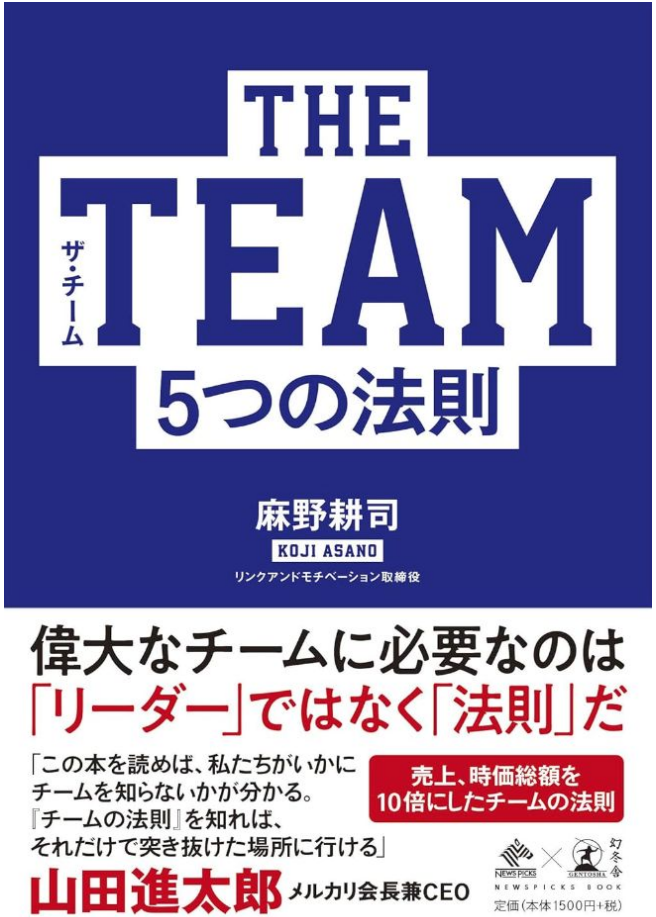
働いているわけではない」

これからの時代は

感情報酬を重視する 必要がある

エンゲージメント(共感創造)の公式

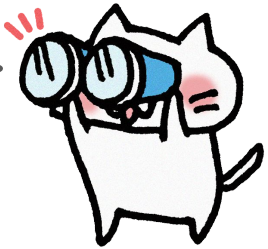
	WILL やりたい		CAN やれる		MUST やるべき
	報酬・目標の魅力	✖	達成可能性	✖	危機感
Philosophy型 ディズニー	ハピネスを日本中 の人々に提供する	→	来客数の増加		貢献が少なければ 組織に所属できない
Profession型 マッキンゼー	企業を変革する プロジェクトを 実現する	→	役職の昇級		貢献できないと 役割が制限される
People型 リクルート	一体感のある 組織をつくる	→	役職の昇級		貢献できないと 職場で賞賛される 機会がなくなる



3分で理解できる

THE TEAM 5つの法則 ③

著者の思いに心打たれる本でしたにゃん！



心理的安全の4つのポイント

メンバーが 抱きやすい不安	メンバーが いうべきでない言葉	チームが 作り出すべき機会	メンバーに 生まれる心理
無知 だと思われる	「こんなことも知らないのか」	率直質問	「聞いてもいいんだ」
無能 だと思われる	「こんなこともできないのか」	失敗共有	「間違ってもいいんだ」
邪魔 だと思われる	「今の言う意味あった？」	発言促進	「言ってもいいんだ」
批判的 だと思われる	「それは絶対違うでしょ」	反対意見	「人と違っていいんだ」

ビクター・H・ヴルーム「期待理論」

M = E × V

(モチベーション)　(期待)　(誘意性)

A君の場合

練習すれば80%の確率でレギュラーになれるだろう

レギュラーになれたら嬉しいな
(感じている魅力を1.0とする)

0.8 (期待) × 1.0 (誘意性)

0.8
(モチベーション)

B君の場合

練習すれば60%の確率でレギュラーになれるだろう

絶対にレギュラーになりたいと感じている
(感じている魅力を1.5とする)

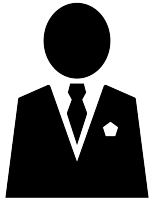
0.6 (期待) × 1.5 (誘意性)

0.9
(モチベーション)

B君の方がモチベーションは高い

組織を変えるのは 誰なのか？

組織変革に
最も影響を与えるのは



経営者

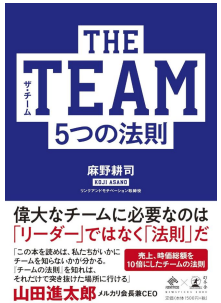
次に・・・

人事責任者
人事担当者

も非常に重要

ここだけではない！

現場が
主体的・自主的
に組織を変える



経営者向けでも、人事向けでも、管理職向けでもなく、リーダー向けでもなく、
あらゆるビジネスパーソンに読んで頂けるように、
組織を形づくるチームについての本を書いたのは、そんな状況を変えたかったからです。

私、個人的にもおすすめすぎる本でした！