



人間の行動原理と原則にもとづいた

smart creative management

【世界初】需要創造の芸術と科学

NEWS RELEASE

2021年6月15日

スマートクリエイティブマネジメント総合研究所

ABA オペレーションズ研究センター

リクエスト株式会社

# 手掛りが無い時の『外へ出る技術™』発売

## ～ 困った時に盲点を突くやり口 ～

打ち手がみつからない。動いてみても、内省してみても、人からアドバイスを聴いても、次の打ち手を創る手掛かりすらみつからない。「自分の快適な領域から出てみた方が良い」「旅行をしてみるのも一つの手」「有酸素運動が良い」など、たしかにその通りかもしれないが、そのような時間も気持ちも金銭的にも余裕がない。「余裕をつくれればよい」「考え方しだい」「初心を思い出した方がよい」「基本に立ち返る」などと頭では理解できる正論を先輩方がおっしゃる。この手のフィードバックに20年近く違和感があった。弊社クライアントと2つの研究機関、ABA（応用行動分析学）オペレーションズ研究センターとスマートクリエイティブマネジメント総合研究所の研究員の方々の力を借りようすれば、打ち手がみつからない時に、応用行動分析学、脳神経科学などの人間の科学に裏打ちされ、芸術のように腹落ち感がある打ち手を創る手掛かりをみつけれられるのかを研究開発してきました。一般論をそのまま納得することは弊社の理念に反するため。一般論は自分たちでやってみて決着をつける。

o to 1  
芸術と応用行動分析学にもとづいた  
smart creative management®  
クリエイティブの再現

# 手掛りが無い時の『外へ出る技術™』発売

## ～ 困った時に盲点を突くやり口 ～

o to 1  
imagine ultimate

例えば、お客様や取引先と関わる業務、営業などを担っている場合。ベテランであれば、何をすれば良いかの思考と行動パターンを暗黙知と形式知でもっている。条件反射で発動できる習慣のレベルになっている。しかし、ある時に上手く行かなくなる。やる気はある。お客様や取引先の役に立ちたいとも本心から思っている。そうなるような経験、痛い目に会ってきている。自分よりも先々に実りがある確率の高い相手の利益や都合を優先した方が良いことを身体感覚・肌感覚でわかっている。成し遂げたい実感と臨場感のあるイメージ・絵も思い描くこともできる。しかし、そこに近づくための打ち手がさっぱり観えてこない。「時間が解決するから」と達観されたよりシニアの方からアドバイスを頂いても、時間を待っている余裕はない。時間が解決できるだけの余裕がある人だから言えるアドバイスなのだから。当事者はそうは行かない。

思い出して欲しいことがあります。自分が営業を受けた、営業をされたのは、今からどれくらい前なのか？おそらく、具体的な絵が思い浮かぶような直近のことではないと思います。現場で結果を出し、本社スタッフに引き上げられた人であれば、立場上、外部の業者から様々な営業を受ける。「全部できます」と自信ありげに言う営業、流暢に自分に酔いながら商品プレゼンをし続ける営業。など、できない営業と関わることもある。しかし、現場のリーダークラスは、本社スタッフのような立場には無い。

何を言いたいのか？例えば営業職であれば「自分が他人から営業を受けてみる」その機会と時間をつくれば、目の前の問題は解決するということ。

自分が専門にしていることがある。同じようなことを専門にしている人から、実際に自分がやっていることに近いことをやられる。そうすることで、自分の経験に近いインプットが得られる。自分に近いインプットは活用しやすい。批判もすぐにできる。「これは凄い」と評価もすぐにできる。自分なりの尺度があるため。そのインプットのおかげで、自分の思考と行動を客観視できる。自分の暗黙知化された尺度が浮かび上がってくる。比較することができる。インプットが自分よりも良い、悪いは関係がない。自分の経験から培ってきた評価尺度にもとづいて比較できることで、やっと自分の思考と行動を客観視、他人事のように観ることができる。俯瞰できるともいう。視座が上がるともいう。

「こんなことか」と思う人もいるかと思いますが。特に決定権を持つ本社スタッフの方であればなおのこと。「こんなことなんです」。多くも問題の解き方は、わかってしまえば、そんなことです。それがわからない。「自分を客観視する」「自分を客体化してみる」「物事を俯瞰して観る」「視座を上げる」など、たしかにそのとおりだけど、今の状況で具体的にどうすれば良いかが、さっぱり見当が使いにくいありがたい高尚そうなスローガン言葉があると思います。

やる気はある、成し遂げたい実感と臨場感のある具体的なイメージ・絵もある。しかし、どうしてもこうにも打ち手がみえない、その手掛かりすら見えない場合、ぜひ、こんな簡単なことを試していただきたい。それが「外へ出る技術™」です。

「そんなことか」と思うノウハウを無償で公開しています。本リリースの一番最後をご確認ください。個人情報の入力はいりません。そのような見込み顧客・リードをつくるデジタルマーケティングのやり口を使っても、先々の信頼関係はできないことが、弊社の研究機関が検証してくれているため。ぜひ、ご活用ください。



# 芸術と応用行動分析学にもとづいた smart creative management®

## クリエイティビティの再現



【会社概要】 社名： リクエスト株式会社 URL：<https://requestgroup.jp>  
 代表者：代表取締役 甲畑智康 URL：<https://requestgroup.jp/profile>

【事業内容】：需要創造型リーダーの開発®、自律型人材(メンバー)の育成、ロボットのマネジメント：  
 「リーダーが人とロボットと共働し需要を創る」をミッションに「需要創造型リーダーと自律型人材(メンバー)に必要な思考と行動」「ロボットのマネジメント手法」の研究開発と実地訓練に取り組んでおり、約820社、従業員数30,000人の組織から年商30億円までの中堅企業、上場準備直前のスタートアップ企業への開発提供実績を有しています。また“需要創造の芸術と科学”をテーマに、人間と組織の行動に着目したビジネスの創造力、人間がマネジメントしやすいロボットのユーザーインターフェースの実験検証をするスマートクリエイティブマネジメント総合研究所とABAオペレーションズ研究センターを構えている。スマートクリエイティブマネジメント®は弊社の登録商標です。

【過去の商品リリース】  
[https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company\\_id/68315](https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/68315)

【本リリースに関するお問い合わせ先】  
 担当：末光  
 e-mail：[request@requestgroup.jp](mailto:request@requestgroup.jp)  
 問合せフォーム：<https://requestgroup.jp/request>



oto1 芸術と応用行動分析学にもとづいた  
smart creative management®  
クリエイティビティの再現

【無償公開】

## 『人材育成のムダ取り™』のやり方

～ 自律創造型の人材を効率的に育てる ～

imagine ultimate

弊社を知っていただくために、実際にクライアント先で使用していますテキストを無償公開しています。

以下のURLからご覧いただけます。  
<https://requestgroup.jp/method>