

自分もチームも元気になる! 働き方の「最適解」

# 日経ビジネス Associe

日経ビジネス  
アソシエ

2018年 8月号

定価 780円 2018年7月10日発行・発売(毎月1回10日発行・発売) 第17巻第9号通巻329号 2002年10月3日第三種郵便物認可



暑い夏にとりわけ効く!  
専門家オススメ「すごい快眠術」

# あの会社の



転職市場の“値付け”で給与決定 **サイボウズ** 社内仮想通貨「ありがとうコイン」 **クラウドワークス**  
月の平均残業時間15分 **フローレンス** 社員全員「ニックネーム&毎日握手」 **エアークローゼット**

# すごい



すぐにマネできる!  
成果直結の  
ワークハック  
2.0



下克上もあり! 管理職は全員「立候補制」 **星野リゾート** 職場は土足禁止で裸足OK! **ウォンテッドリー**  
高学歴大工集団の「楽しみ方改革」 **平成建設** 何をやってもよし!“自由すぎる”海外研修 **クックパッド**

# 働き方



特別対談 100人いれば、  
100通りの働き方が  
あっていい



**サイボウズ** 青野慶久 社長



**クラウドワークス**  
吉田浩一郎 社長



ミレニアル世代匿名座談会

100人超の「新卒社長」 **サイバーエージェント** 新規事業提案は全採用 **イタンジ**  
26の“社内家族” **キュービック** バリスタ常駐カフェ **アカツキ** 社内に神社? **JINS**

“石の上にも三年”なんて  
時間のムダ



「知ってる者」は救われる

あなたが知らない

# 「Excel」「Word」



# ポジティブドリーム パーソンズ

(ウエディング事業、ホテル・レストラン運営ほか)

ポジティブドリームパーソンズってこんな会社

ウエディング事業を中核として、ホテルやレストランの運営、フラワー事業、コンサルティング事業などを幅広く展開。直営ホテル「スケアプス・ザ・スイート」は「ミシュランガイド横浜・川崎・淮南」のホテル部門で4つ星を獲得した。

1年連続ミシュラン  
4つ星のホテルも  
運営



## 社員の半数以上が参加 5段階選考の「感動コンテスト」

text by 柳生 謙治 + photograph by 都築 雅人



顧客の「記憶」をいかに引き出し、どのようなシナリオ(下の「感動曲線」)を作って感動を創出したかが評価される。今年1月の決勝戦は大阪開催だったが、関東や九州の拠点からも多くの社員が応援に駆けつけた

## 今年の 「感動コンテスト」の風景

「感動コンテスト」の選考のステップ

	コンテスト開催場所	開催日	エントリー数(全部門合計)
1次予選	各会場・店舗	11月20日	約500人⇒270人
2次予選	各会場・店舗	11月30日	270人⇒90人
3次予選	感動の技術化事務局	12月15日	90人⇒45人
地区予選	福岡・東京	1月10・11日	45人⇒15人
決勝戦	大阪	1月17日	15人⇒5人 (その中から最優秀1名)

全国の拠点で行う予選から始まり、5回の戦いを勝ち上がって初めて優勝者となる。2017年度の開催期間は2017年11月～2018年1月。社員の過半数が参加した

### ポジティブドリームパーソンズの 「感動の方程式」の3要素とは

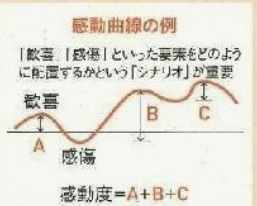
#### 【記憶】

顧客(結婚式で言えば新郎新婦)の過去の感情を伴った記憶や、本人も認識できていない思いを引き出すことが重要。

#### 【(感動)曲線】

顧客から聞き出した記憶を基にして、「歓喜」「感傷」などの5つの要素を曲線の上に配置しシナリオを考える(例:右図)。山場と谷の起伏があるほど感動は際立ち、場は盛り上がる。

取締役 瀬戸 揮一郎さん



#### 【連鎖】

引き出した記憶を基に作った「設計図(感動曲線)」を、より効果的に再現するための様々な手法。例えば、音や光、香りなどを使う手法がある。

イベント開催を通じて各職場の一体感を高めるとともに、全社員が当事者意識を持って仕事に取り組む姿勢を後押ししている。

「以前、予選は書類審査が中心の時期もありましたが、今は各人がプレゼンし、競い合う場を作ること、コンテストが盛り上がるように工夫しています」(感動コンテストの実行責任者である、取締役の瀬戸 揮一郎さん)。

トーナメントを勝ち上がった社員を同じ店舗や部署の仲間が支える。遠方の会場まで応援に駆けつけた社員も多い。会場に行けない社員は、全国に配信される中継を見て応援する。

ポジティブドリームパーソンズは、顧客を感動させる技術を競う「感動コンテスト」を年1回、社内で開催している。ウエディング、レストラン、ホテルといった計5事業のスタッフが、自ら手がけた「感動創出ストーリー」のプレゼンを行い、その技術を競い合う。同社には、「偶然ではなく、必然的に感動を作り出す」手法として自社開発した「感動の方程式」というノウハウがある。その「方程式」をベースに各日の創意工夫を加えて、顧客を確実に感動させ

るといのが同社の社員に課せられたミッション。各自が編み出した感動創出の手法を発表し合うことで、スキルや経験値を共有、発展させていくことを目的とする。6回目となった今年度は社員の半数以上(約500人)が参加。1月17日に決勝を開催したが、予選のトーナメントは昨年11月20日から全国約30の拠点で始まり、約2カ月もの時間と労力をかけた。同コンテストはスキルを共有するだけでなく、社員たちの一体感と、意欲を高めるための「お祭り」でもある。「以前、予選は書類審査が中心の時期もありましたが、今は各人がプレゼンし、競い合う場を作ること、コンテストが盛り上がるように工夫しています」