

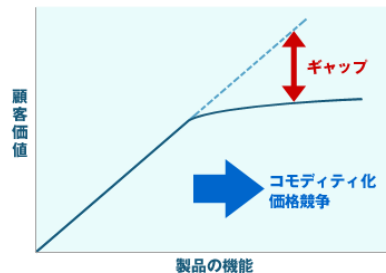
「ファシリテーションディベート」導入によるアイデア発想策 承認のお願い

背景

同業他社との比較優位を得る必要性

- ・市場のコモディティ化
- ・価格競争に陥らない分野

図表1 製品の機能と顧客価値との関係



出典：延岡健太郎「価値づくり経営の論理：日本製造業の生きる道」
日本経済新聞出版社、83ページを一部修正

目的

従業員のアイデア発想を喚起して、
英知を結集する

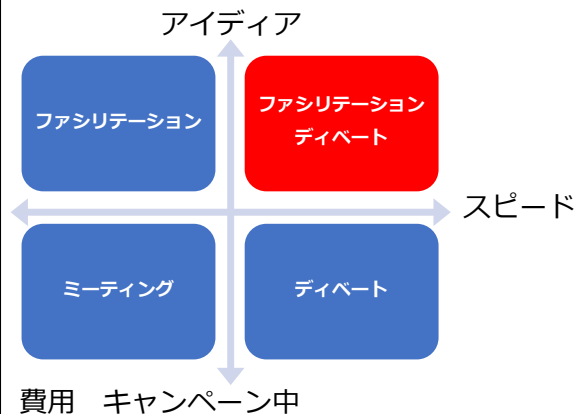
- ✓ 眠っていたり、まだ形になっていないアイデアをまとめる
- ✓ アイディアを「見える化」する
- ✓ 意思決定をする

語句

- ファシリテーション**
集団による問題解決、アイデア創造など、知識創造活動を支援、促進していくこと
- ディベート**
チームを組んで1つのテーマにつき肯定、否定の両方の立場に立って討論をすること
- ファシリテーションディベート**
ディベートで得た能力とファシリテーションの相乗効果によりハイレベルな議論をすること

提案

ファシリテーションディベートの導入



スケジュール

約1か月半で効果的な意思決定。

- テーマ設定 1週間
- ディベート 1週間
(人数による)
- 要点まとめ 2週間
- ファシリテーション 半日~1日
関係者全員
- 意思決定「見える化」 2週間

課題

- ① 発言慣れしていない人へのコーチング
- ② 全社的なプロジェクトのため担当部署と人員の確保
- ③ 必要なスペース、物資の確保

「ファシリティディベート」導入によるアイデア発想策 ドラフト

資料の位置づけ

目的

ファシリティディベートへの全社的参加の実行について協力を得ること

ターゲット

社長をはじめとした全ての取締役に向けて経営会議で説明

メッセージ

新しいアイデアを出して得意先を開拓・深耕しなければならない

ファシリティディベートを実行するための費用支出の承認と全社的な協力が欲しい

利用シーン・作成フォーマット

利用シーン

経営会議での配布資料

口頭説明

作成フォーマット

PowerPoint A4 一枚

資料内容

資料名：「ファシリティディベート」導入によるアイデア発想策 承認のお願い

背景：同業他社との比較優位を得る必要性

- ・市場のコモディティ化
- ・価格競争に陥らない分野

目的：従業員によるアイデア発想を喚起する

- ・眠っていたり形になっていないアイデアをまとめる
- ・アイデアを「見える化」する
- ・意思決定する

定義：ファシリテーション

ディベート

ファシリティディベート

提案：アイデア発想にはファシリティディベートを導入する（マトリクス）

スケジュール

- ・約1ヶ月半（人数による）

課題

- ・発言慣れしていない人へのコーチング
- ・全社的プロジェクトのため担当部署の設定と人員の確保
- ・必要なスペース、物資の確保