

社内コーチが
過去の延長線上にない成果を創る!

社内コーチ トレーニング センター

貴社の社員が、問題解決のプロフェッショナルになる——
ICTCって何？ どんな成果を生むの？
その全体像と導入事例をご紹介します。

Internal Coach Training Center

社内コーチ
100人輩出

過去開催
14回

売上インパクト
50億円



ICTC校長
森 吉庸 コーチ

**ICTC個別相談
受付中!**

相談、オブザーブいつでも
リクエストください。
ご連絡いただくだけでOK!

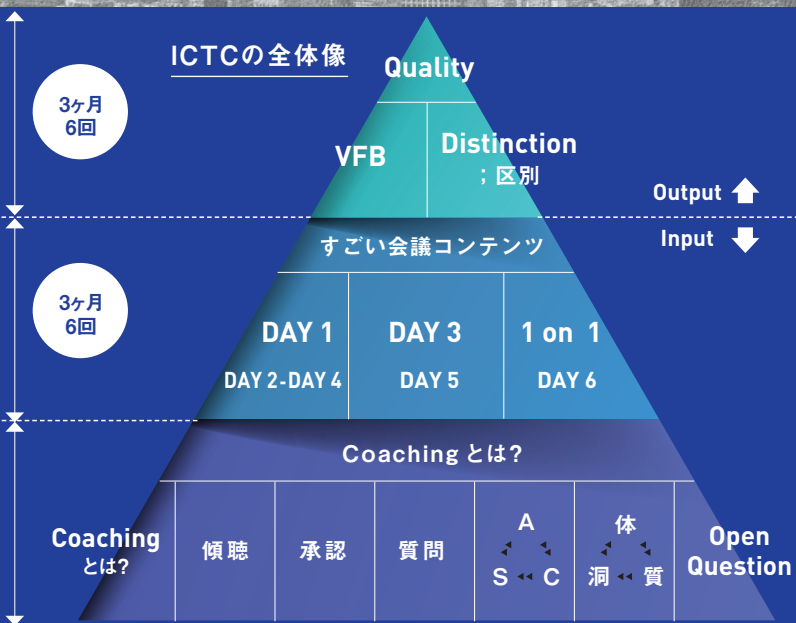
質問や
プログラムについて
など、躊躇なく
ご相談ください



メールで質問の
ある方はこちら



ご相談の
ある方はこちら



ICTCとは

ICTCは、一般的な幹部育成とは全く視点が異なり、社内のあらゆる問題解決をサポートする人材(社内コーチ)を育て上げることを目指しています。すごい会議のプロコーチとほぼ同等のプロフェッショナルを半年間で2人育て上げることで、経営のスピードをかつてないほど加速させます。単に社員の意識が変わるのではなく、社員が主体的に行動変容を起こす。座学ではなく、実際に社内ですごい会議の運用を実践する。だからこそ、社内の風土が変わって経営にブレクスルを起こし、これまでにない成果を生み出す組織に変貌するのです。

Case

2年で売上・利益 10% UP!

株式会社シュゼット様

Q. 社内コーチは、どうやって成果を生むか?

—「泳げるようになってからプールに行くのではないんです。成果に向かって行動を重ねることが結果を生み出すのです」

率直な疑問に対して、株式会社シュゼットで社内コーチを務める湯川さん、遠藤さんは口をそろえて上のように答える。2年前に社内コーチ2名が誕生してから、圧倒的な成果を生み出すシュゼット様に、社内コーチがいることでの「違い」を伺いました。

年齢も役職も関係ないコミュニケーションを徹底する

すごい会議の成果を最大化するため、社内コーチ主導で「進捗会議」を毎週実施。進捗会議では、自分より年齢や役職が上の部長課長に対して、社内コーチが期日と成果指標を明確に問う。「おっしゃっている意味が分かりません」「質問に教えてください」と遠慮がない。ありがちな気まずさや忸度を一掃排除して、ひたすら成果にコミットするコミュニケーションが実現するのは、「すごい会議の“型”」を徹底しているから。コーチがない場でも「すごい会議」を実現できることが、成果を生み出している。

また、社内コーチの誕生によって、「すごい会議」実施の金銭的・物理的なハードルが下がったという。直接「すごい会議」に参加する一部のメンバーだけでなく、販売・製造・総務・人事、あらゆるセクションでの実施が可能に。今では入社研修でも「すごい会議の“型”」を教育するから、社員一人ひとりが成果に向けて行動する文化が根付いている。

当社が成果を生み出し続けられるのは、トップがすごい会議を信じて徹底させているから。トップの意思が社内コーチに伝わり、社内コーチから社員一人ひとりに伝播します。社員が自らコーチになるICTCは、社内の文化を変えます。会社のポテンシャルを引き出したいあなたには、社員を送り込んでみることをおすすめします!

大好評につき15期受付中!!

問題解決のプロフェッショナルが社内に2人増えるだけで、経営のスピードはかつてないほど加速します。ICTCは半年間でそんな2人を育成します。

ICTC15期 開催日時

1	10/28	13:00~17:00	@zoom	5	12/23	13:00~17:00	@品川	9	2/17	13:00~17:00	@品川
2	11/11	13:00~17:00	@zoom	6	1/6	13:00~17:00	@品川	10	3/3	13:00~17:00	@品川
3	11/25	13:00~17:00	@zoom	7	1/20	13:00~17:00	@品川	11	3/17	13:00~17:00	@品川
4	12/9	13:00~17:00	@zoom	8	2/3	13:00~17:00	@品川	12	3/31	13:00~17:00	@品川



左から、社内コーチの湯川さん、販売部長の嵩さん、社内コーチの遠藤さん

Internal Coach Training Center

全社に根づいた「すごい会議」の型 2名の社内コーチが実現した 120億円の成長

株式会社シュゼットでは、販売部門の進捗会議、100名規模の全社会議など、あらゆる場面で「すごい会議」が実践されている。

2年前、2名の社内コーチの誕生とともに始まった改革は、売上・利益10%UPという具体的な成果を生み出した。全社に浸透した「すごい会議」の型が、どのように組織を変えたのか。社内コーチの湯川さん、遠藤さん、そして販売部長の嵩さんに伺いました。

組織の壁を解消するために

「本部の決定事項が現場へ正確かつスピーディーに伝わらない」「店長は指示待ちで自ら問題解決ができない」。シュゼット社が直面していた課題を、販売部長の嵩氏は率直に語る。現場の自律性の欠如は、成長の大きな壁となっていた。この状況を打開するため、同社は社内コーチの育成という新たな挑戦に踏み出した。

当時、社内コーチに任命されたのが湯川さん、遠藤さん。湯川さんは元々、トップチームでのすごい会議を経験していた。一方、遠藤さんは生産部門の担当で、すご

い会議の経験がなく、当初は「僕でいいのかな…」という気持ちだったという。生産部門からの社内コーチ任命は、全社での浸透を目指すからこそその抜擢だった。

「社内での展開を始めると、最初は部長クラスから『なぜお前にそんなことを言われなければいけないんだ』という反発もありました」と湯川さんは当時を振り返る。しかし、「結果を出せるか考える暇はありませんでした。とにかくやるのみという気持ちでした」と振り返る遠藤さんの言葉通り、2人は躊躇することなく改革に着手した。

ユニット制による小規模での問題解決の促進

改革の核となったのが、月1回開催される全社会議だ。100名の社員が集まり、8店舗単位の「ユニット」に分かれて議論を重ねる。各ユニットはユニットマネージャーと店長たちで構成され、現場の具体的な課題解決に取り組んでいく。

例えば、バレンタインシーズンを前に「どうしたら利益売上が最大になるか」というテーマで知恵を出し合う。すごい会議の“型”を使って進行するこの会議では、

各ユニットでの議論は白熱し、アイデアが次々と生まれる。ユニットごとに異なるアイデアが生まれ、それぞれの成功事例は全体で共有される。

「一つのユニットから生まれた成功事例が、翌日から全店舗で展開できる。これが私たちの強みです」と湯川さん。例えば、あるユニットで確立したディスプレイの手法は、翌日には他店舗での実践が始まる。この水平展開の仕組みにより、個々の店舗やユニットの成功が、組織全体の力となっていく。現場発の改善が、現場を越えて広がっていくのだ。

店長たちの自律性向上

全社会議は、店長たちの意識も大きく変えていった。これまで本部管理だった人件費や欠損処分費を、店長自らがコントロールするようになった。目標数字も、上司から「与えられる」ものから、自分で「組み立てる」ものへと変化。シフト調整を工夫し、人件費を予算内に収めながら売上の最大化を実現していった。自ら立てた予算を達成しようと、店長たちにドライブがかかったことがこの改革の転換点と言える。

毎月の全社会議と日々の実践を通じて、店長たちは主体的に考え、行動する力を身につけていった。本部からの指示を待つのではなく、自らの判断でさまざまな施策を展開できるようになったのである。

成果を生む企業文化へ

改革は会議体系そのものの見直しにも及んだ。経営会議から店長会議まですべての会議体を洗い出し、月曜から金曜まで何の会議を行うのか、スケジュールを再設計。また、すべての議事録も共有することで、本部と現場のコミュニケーションギャップを最小化することにも取り組んでいる。

しかし、より重要なのは「継続的に改善する」文化の定着だ。社内コーチが誕生してから「すごい会議の“型”」は圧倒的に浸透した。改善のDNAが組織に根づいているのだ。今では入社研修でも「すごい会議の“型”」を教育している。「終わりがなく、やり続けることで見えてくる世界がある」と湯川さんは言う。この言葉が示すように、すごい会議は単なる手法ではなく、シュゼット社の企業文化そのものとなっているのである。

