

ミルコミ

Macromill Communication

Vol.162

先輩たちの 軌跡

ミルコミ Vol.162 2020年12月28日発行 先輩たちの軌跡



ミルコミは社外にも公開しているマクロミルの社内報です。社内やご自宅でもお読みください。
なお、本誌記事の無断掲載を禁じます。
発行 株式会社マクロミル 編集・制作 コーポレートコミュニケーション・IR本部
© 2020 Macromill, Inc.

MACROMILL
a Macromill Group company



目次

Features

4



先輩たちの軌跡

24



あの人が好きな
YouTube

マクロミルが支援させていただいた、お客様の商品・サービスの裏側を探ります

30

Client Voice

ハウス食品グループ本社株式会社様

36

Special Interview

社会やビジネスの第一線で
"BORDERLESS" に活躍する人への
インタビュー企画

日本フェンシング協会会長 太田雄貴さん


VOL. 03

読者の声をご紹介します

ミルコミの社外公開が始まってから約1年が経ち、社外の方にも読んでいただける機会が増えています。今秋からはコーポレートサイトにWeb版も掲載しました。さて発行後には毎回読者アンケートを行っており、前号 (vol.161) の評価は「とても面白かった」「やや面白かった」の合計が94%でした。感想を一部ご紹介します。



Web版では直近3号分のミルコミをご覧いただけます



Q.面白かった・良かった記事を3つまでお選びください。

達人に聞く!

1位 快適リモートワーク術

「分かる」と共感できることや、「取り入れてみたい」と思うことが掲載されていました。

面白かったです。普段見えない部分なので、皆さんこんな感じで働いているのかと。一人ひとりこだわりポイントも違って、飽きなかったです。

リモートワークの今だからその内容で面白かったです。周りのリモートワーク術をあまり知らなかったので、調べて試す良いきっかけになりました。



2位 あの人が好きな映画

取り上げられていた方の個性が出ていてとても面白く、声を出して笑いました。(笑)

普段、仕事上では分からない一面が見えて嬉しかったです。

観たことのある映画があり、「あ、この人この映画観るんや」と、ちょっと親近感が湧いて良かったです。普通の情報誌では味わえない感じですね。



3位 変わる! マクロミル

会社としての夢が語られていて前向きになる記事だと思いました。

経営の皆さんからのメッセージは、読んでアツい気持ちになります。

他部署の今後の方針が聞けて良かったです。自部署だとネガティブに捉えがちなのが、全体を考えるとポジティブになったりするので新たな発見になりました。



編集部から

全社でリモートワーク化が進み、ミルコミをPCで読む方が急増しています。「自宅で好きな時に読めて良い」という声がある一方で、「PCで読むには文字が小さい」というご意見もいただいています。今後も皆さんの声を考慮しながらより良い誌面づくりをしていきます。今号もぜひアンケートに協力いただけますと幸いです。

先輩たちの 軌跡

働く中で、今後のキャリアや仕事への向き合い方を悩んだり、考えたりすることもあるかと思います。マクロミルで活躍する先輩たちは、どのように考え、行動してきたのでしょうか。今号の特集では、一つの職種を極めてきた「スペシャリスト」と、様々な職種を経験してきた「ゼネラリスト」に分け、先輩社員たちの軌跡を紹介します。年末年始は本特集を読んで、自分のこれからを考えてみませんか？

Contents

22	16	10	6
メッセージ …キャリアに悩むあなたへ	インタビュー …ゼネラリストの皆さん	インタビュー …スペシャリストの皆さん	対談 …松枝様×清水さん

対談企画

松枝修様 × 清水将浩さん

VUCA時代の今、キャリアを考える上で大切なこと

執行役員社長グローバルCFOの清水将浩さんと、以前清水さんのコーチング※を担当されていた松枝修様との対談を通して、未来を予測しづらいVUCAとも言われる時代にキャリアを築く上で大切な視点や考え方をお聞きします。

※個人や組織が目的・目標をより早く、効果的に実現するために理想の状態を引き出す人材開発技術のこと

強みはエネルギーの源

編集部：今回の対談は、清水さんが以前松枝様のコーチングを受けていたことから実現しました。清水さんは入社式などで「仕事をする上で大切なのは、強みを伸ばし続けること」とお話されていますが、これもコーチングで学んだことだそうですね。

清水さん：社会に出ると、出来ないことはすぐ指摘されるのに、「よく出来たね」と褒められることはもしかしたら年に何回かしかないかもしれない。年にたった数回の喜びのために毎日修行をする社会人生活が始まる訳です。ちょうど今当社で実施されている360度フィード

バックもまさにそうですね。そういった辛い棘の道や曲がりくねった道を歩いていく中で、道しるべとなる灯台は本人にしか見つけれられなくて、「強み」はその灯台だと思っています。

編集部：キャリアを築くという点でも、自分の強みを知り、伸ばしていくことは大切なんでしょうか。

松枝様：その人の持っている能力の中で顕在化している部分はごく一部と言われています。9割以上は水面下にある。本来持っているものではないけれど、それがどう表れてくるかは分からないんです。強みもそのひとつだと思っています。自分で強みをしっかり認識している方は意外と少数なんです。

清水さんが、社会人になると出来ないことを指摘されるとおっしゃいましたが、元々人間は、自分のダメな所や弱みなど心理的安全が脅かされることを脅威に感じる特性があります。脅威に感じていることって、「なんとかしなくては」と切迫感も出てくる。さらに日本人は特に謙虚なので、自分を控えめに見る傾向があります。なので、私たちは強みよりも弱みや課題に着目しやすい環境にいるんですね。でも

です。でもそれはあくまでも過去や現時点での自分であって、今後変わっていくかもしれないですね。最終的には自分の気持ちに向き合うことが大切だと思っています。

論語の中で、「知・好・楽（これを知らずは、これを好む者に如かず、これを好む者は、これを楽しみむるに如かず）」という言葉があります。知って、かつ好きであることは、自分の行動のベースになっているはずなんです。ただ、楽しめるという領域になると、強みが入ってこないし難しい。最終的には楽しめる領域にいくことが、自分の強みを活かしていることだと思います。

そしてこの「楽」は、「ラク」ではありません。楽しむこと、辛いこともあったりしながらの楽しみなんです。ラクな方を選ぶと、大抵良い方向に向かわないです。苦しい、嫌なことは自分の枠を広げるチャンスでもあって、その辛い中でも楽しみを見つけれることが大切だと思っています。20代の方は特に柔軟性のある時期なので、枠を広げることを大切にしたいですね。

また、そもそも好きなことやりたいことが見つからないという話もよく聞きますが、それならば目の前の仕事を全力でやるしかない。その経験は必ず自分の枠を広げると思っています。

辛い中にも楽しさを
見つけられることを探そう

編集部：先ほど強みは水面下にあるもののひとつ、というお話がありました。自分の強みを知るためにはどうしたら良いのでしょうか。

松枝様：方法論では大きく3つあります。1つ目は自身の体験などを振り返ってみて知る方法で、2つ目は周囲からのフィードバックです。この2つは就職活動の時に実践した方も多いのではないのでしょうか。3つ目は、サーベイを使用する方法。様々なサーベイが出ているので、活用してみると良いと思います。（P9参照）この3つを実践することで、ひとまずキーワードは出てくるはず

松枝修様

プリンシプル・エグゼクティブ・コーチング研究所所長

名古屋大学工学部卒業後、株式会社リクルートに入社し、経営者・リーダーに関わる業務を経験。その後、株式会社野村総合研究所ではエグゼクティブコーチング事業の立ち上げに携わり、現在はプリンシプル・エグゼクティブ・コーチング研究所において、組織のリーダーを対象にしたエグゼクティブ・コーチングとチームの関係の質を向上するチームコーチングを提供している。



清水将浩さん

執行役員社長 グローバルCFO

広島県出身。1988年、早稲田大学政治経済学部卒業後、J.P.モルガンに入社。投資銀行業務に従事。2004年、ファーストリテイリングに入社。「ジーユー」の立ち上げに携わった。また、グループ企業の経営管理責任者を務めた。2010年、ドミノ・ピザジャパンに入社。CFOとして財務経理、人事総務法務、IT、安全管理、店舗教育、社内報を担当し、ドミノを売上日本No.1に押し上げた。2017年、当社入社。



「エール」の台詞を借りると、「人よりほんの少し」なんですよ。その視点で探してみると、もしかしたら見つかるかもしれません。

よね。この船底の穴が弱みだと思ったださい。つまり、抑えなくてはいけない弱みは必ずあるんです。でも大切なのは、船底の穴をどれだけ強固に塞いでも、船は動かないことです。船を動かすためには、帆やエンジンが必要ですよ。これがまさに強みです。

清水さん、例えば同じ「責任感が強い」ということで、不安をベースに動いてしまうと、自己防衛や組織防衛になってしまつて、先ほどの話でいう船底を覆うことに精一杯の状態になってしまう。一方で未来を見据えた責任感の強さであれば、小さなことではなく、より大きなことを達成しようとするよね。同じ「責任感が強い」でも、状況や場所によって出方が変わるというお話でした。

清水さん、そうですね。そういえば、先日放送が終了したNHKの連続テレビ小説「エール」の中で、後に日本を代表する作曲家に成長して行く内気で自信なきげな小学生の主人公に、担任の先生は音楽の才能を見だし、わざわざ家庭に出向き、彼の両親の前で主人公にこんな言葉

松枝様：コミュニケーション力という言い方では強みにならないでしょうね。きっと公言している本人も分かっていない気がします。もっと具体的なシーンなどを紐解いて、自分の言葉で語れる定義まで落とし込むと良いと思います。コミュニケーション力という抽象的なレベルで強みを定義している、例えばプレゼンが苦手だと分かった時に、「コミュニケーション力は強みではなかった」と、すっかり意気消沈してしまう。0か10かになってしまふんですね。もう少しブレイクダウンして考えておくと、こういったことも回避できると思います。

松枝様：そうですね。例えば人との関わり方でも、弱みになる関わり方と強みになる関わり方があります。弱みになる関わり方は、受け身や保守から入るものですが、考え方や行動が「不安」から始まって、「相手の意向や、これまでのルールを守っていかないと自分の存在が危うくなる」などと考えてしまいます。一方で強みになる人との関わり方は、「ビジョンや夢、目的がベースになっています。」「こういう成果を創りたいから一緒にやってみよう」というような考え方ですね。創り出した未来を見ているのが特長です。

松枝様：その通りです。これは結構、思考の癖や習慣が関係しています。コーチングの中でそこに気づいていただくこともありますが、自分が恐れや不安をベースに考えがちだと自覚している人は、意識して未来志向にしていく必要がありますね。

VUCA時代にキャリアを築くうえで大切なこととは

「ほんの少し辛くなくて」という所は敢えて「楽しくて」と言っていないんですね。それって、松枝さんのおっしゃる「辛い、苦しい中で見つける楽しみ」の要素が入っているような気がします。

松枝様：今まで強みの話をしてきましたが、弱みを無視して良い訳ではありません。弱みも最低限の克服が大切です。例えば自分がヨットに乗っていると、動こうと思つたら船底に穴が開いていた場合、どうしますか？沈没しないように塞ぎます

清水さん、コーチングの中で、強みと弱みは表裏一体というお話もありましたね。360度フィードバックの読み方にはこの辺りもヒントになると思うのです。

清水さん、そうですね。私たちが20代だった頃、キャリアという言葉はなかったですよ。キャリアという言葉はなかったです。

また強みは、圧倒的にできて初めて強みだと思われがちです。そうすると「自分には強みがない」と思ってしまう。でも

松枝様：VUCA時代においては特に、すぐに成果が出る訳ではないけれど、なんとなく地道にやっていたらいつか結果につながるという考え方は、あまり意味がないように思います。今、成果を出せることに強みを活かした方が、10年後に大きな成果を残せる気がします。

松枝様：そうですね。例えば人との関わり方でも、弱みになる関わり方と強みになる関わり方があります。弱みになる関わり方は、受け身や保守から入るものですが、考え方や行動が「不安」から始まって、「相手の意向や、これまでのルールを守っていかないと自分の存在が危うくなる」などと考えてしまいます。一方で強みになる人との関わり方は、「ビジョンや夢、目的がベースになっています。」「こういう成果を創りたいから一緒にやってみよう」というような考え方ですね。創り出した未来を見ているのが特長です。

松枝様：なかったですね。仕事の経歴を指すキャリアという言葉が出てきたのは大分後になってからだと思えます。キャリアの語源はラテン語で車輪の通つた後にできる轍のことを指します。昔は「大体〇〇歳になったら課長になって、その次は〇〇歳で昇進して…」という、将来をあ

る程度見越せるキャリアがあった訳ですよ。轍があった。でも今の日本は、高度経済成長が終わり、市場は成熟して、少子高齢化で世界最先端の中にいる。つまり、これまで轍として用意されていたキャリアが通用しない時代になってきています。決められたレールがなくなってきたからこそ、キャリアについて真剣に考えなくてはならない時代になっていると思います。

松枝様：VUCA時代においては特に、すぐに成果が出る訳ではないけれど、なんとなく地道にやっていたらいつか結果につながるという考え方は、あまり意味がないように思います。今、成果を出せることに強みを活かした方が、10年後に大きな成果を残せる気がします。

清水さん、そうですね。今は親の束縛や家業を継ぐことも減ってきて、職業選択も昔と比べるとかなり自由です。さらにネットを通じてこれだけ様々な情報が溢れていたら、迷いも出るし、人と比較してしまうし、損得も考えてしまいます。過去への後悔や将来に対する不安は増大しやすくなる。

松枝様：その通りだと思います。そして組織全体で強みを考えることに加えて、一人ひとりが自分の人生を考える、自分のキャリアを考えることが、今の時代にとっても大切ですよ。

だからこそ、自分の強みや心が向かう方向、好きなこと、楽しいことを大事にしてあげないと、自分が可哀想になってしまう

清水さん、1日の3分の1は仕事をして過ごす訳で、マインドシェアを入れると本当に多くの時間を仕事やキャリアに使っています。寝ても覚めても仕事をやる時期は、人生の中で長い。だからこそ、組織全体で個人の強みを伸ばすことを考えていく必要もありますね。

だからこそ、自分の強みや心が向かう方向、好きなこと、楽しいことを大事にしてあげないと、自分が可哀想になってしまう

松枝様：その通りだと思います。そして組織全体で強みを考えることに加えて、一人ひとりが自分の人生を考える、自分のキャリアを考えることが、今の時代にとっても大切ですよ。

自分の強みを見出す代表的なサーベイ

強みを見出すためのサーベイはいくつか種類がありますが、代表的なものがこの3つです。実施することで、自分でも気づいていなかった強みを発見したり、強みを再認識できたりするかもしれません。チームで実施し結果を共有することで、チームビルディングにも活用できます。

Realize2

全60種類の強みから最大上位7種を判定するとともに、弱みや本来持っているのに活用しきれていない強みも診断可能。

※現在日本語での利用は不可



VIA-IS

(Values in Action Inventory of Strength)

全24種類の強みから上位5種を診断することができ、無料で利用できる。(詳細は有料)



StrengthsFinder

最も使われている強み診断ツール。インタビューに基づく全34種類の強みから上位5種を判定する。



スペシャリスト

01

嫌なことから逃げがちだった自分を、本気で変えたかった



七戸茉莉子さん
第1事業本部
アカウントセールス部 第2U

2011年中途入社。営業として消費財メーカーを担当後、2012年より教育関連企業を担当。2020年7月に、育児休暇より復職

新 卒入社した前職では、フリーペーパーの広告営業をしていました。その時に、お客様へ広告効果を証明できず、効果測定的重要性を痛感。そういった経緯もあり、学生時代から憧れていたマクロミルへ転職しました。入社時のモチベーションは非常に高かったことを覚えています。しかし入社後は、マーケティングの知識もなく、競合との違いを理解していなかったため、コンペでは勝てず、タスクや数字管理もきちんと出来ない状態で、毎日トラブルだらけ。当時の上司に、「七戸さんみたいな意識の後輩が入ってきたら、きっと七戸さんは怒ると思うよ」と言われる位、社内外に多大な迷惑を掛けていました。それでも先輩方は見放さずに根気強く指導してくれましたが、その期待に応えられない自分を情けなく思いながらも、自分と向き合うことから逃げ続け、状況は悪化する

一方でした。そうした中でも、転職したいとは思わなかったです。私は当時も今も、マクロミルの事業は社会をより良くすることに貢献していると思っています。そういった会社で働けることを誇りに思っていますし、そこでカッコ良く活躍したい！という想いが当時からありました。

そんな理想像とは裏腹に状況を改善できない日々が続く中、定量調査の包括契約(※)を締結いただいている教育関連のお客様担当へ異動になりました。包括契約なので、定量調査においては当時私が苦手だったことのひとつである「コンペ」がありません。その時の上司からは「まずお客様の満足度を上げることに集中してみよう」と言ってもらいました。この時に立て直しのチャンスを得たことは本当に感謝しています。マクロミルは個人の課題に対して前向きに向き合ってくれる会社だと感じています。

異動後は、一つひとつの調査を丁寧に行い、お客様と真剣に向き合うことに集中しました。また、それまで嫌なことから逃げたり、他責思考だった自分の悪い癖からも

※包括契約…1案件ごとではなく年間契約を締結し、その中で調査を実施すること。

卒業するため、まずは自分に不足していたことがなかったかを考える。自責思考を習慣にしました。仕事との向き合い方や自身の考え方を変えたことで、お客様との関係性を少しずつ構築できるようになり、CS調査で「営業の対応が良い」とコメントをいただけた時は嬉しかったです。

また、その頃働き方も変えました。それまでは夜遅くまで働いて、その後終電まで飲み歩くような生活を送っていたのですが、夫と付き合い始めたことをきっかけに、「20時には一緒に夕食を食べる」と決意し、働き方を根本から見直しました。

キャリアに影響を与えた!

タスクに埋もれがちだった頃に読み、改善のきっかけを与えてくれた本のひとつ。仕事を即座に打ち返すことで溜めこまないようにする術が書かれています。

なぜか、「仕事がうまくいく人」の習慣



本を読んでメソッドを取り入れたら、朝方へシフトして限られた時間で集中するようになったりするうちにタスクを分解して消化していくのが早くなりましたし、隙間時間の使い方も上手くなりました。

当時理想の生活を自分で創ることができた経験が、今夏、産育休から復職する際の自信や、不安の払拭に繋がったと感じています。私はマクロミルの営業がすごく好きなので、自分が現場に出たいタイプなので、復職は営業職のフルタイムしか考えられませんでした。とはいえ時間の制約はありますし、正直大変なこともあります。子育て中という状況を配慮しながらも、常に成長機会を与えてくれる会社に感謝し、今後さらに新しいミッションにも挑戦していきたいと思っています。

マクロミルは優秀な人が多いですし、活躍している周囲を見て自信をなくしたことがある人もいるかもしれませんが、私もその1人ですが、入社1年目は全方位に迷惑を掛けていた私も、一昨年、産育休に入るにあたってお客様へご挨拶

をした際は、「また戻ってきてくださいね」という言葉をいただけました。そして何より、入社して10年近く、毎日本当に楽しく仕事ができています。マクロミルは困ったことがあれば皆が助けてくれますし、沢山のチャンスを与えてくれる会社です。真摯に取り組めば、必ず成長していけると思っています。

だから頑張れた!

中途入社ですが、同期とは今でも仲良し。皆各部署で大活躍しているのでも強く、自慢です。

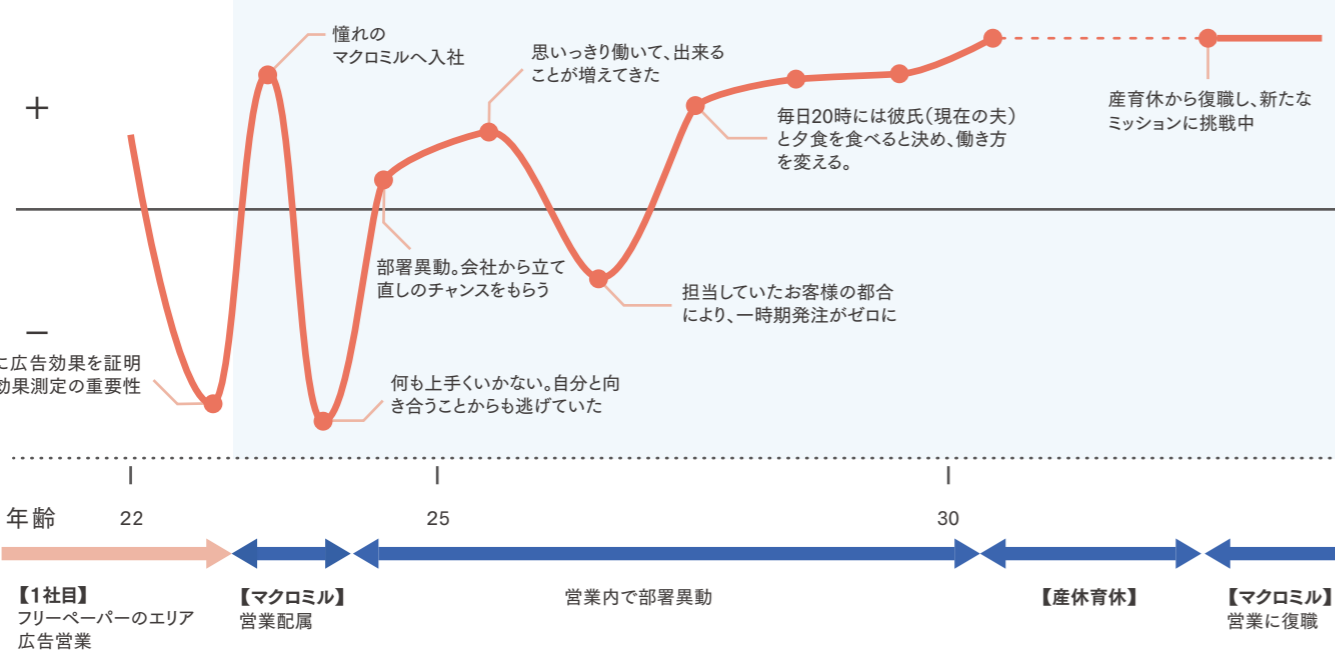
昔はよく遅くまで飲みに行っていました



入社してすぐに掲載された、ミルコムの新人さん紹介ページ



社会人になってからのモチベーショングラフ



スペシャリスト

02

チャンスに対して
手を挙げないのはリスク
だと思った



金田拓巳さん
第2事業本部
第2セールス&リサーチ部 リサーチU

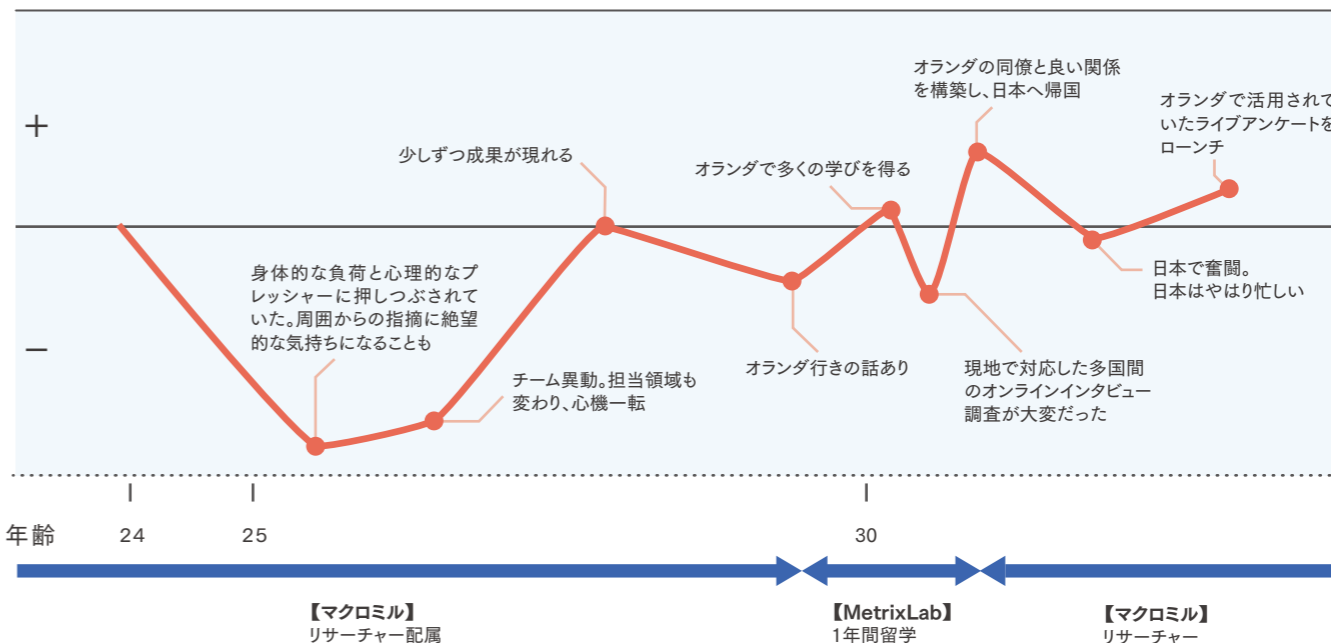
14年新卒入社。リサーチャーに配属され、食料品などのFMCGメーカーを担当後、家電、スポーツ、鉄道、出版社など幅広い領域で経験を積む。18年から1年間、オランダのMetrixLabへ留学

新卒で入社し、リサーチャーとして経験を積んできました。特にモチベーションが大きく下がった時期は、入社1年目と4年目の2回です。入社1年目は、知識や経験の不足から、求められているものに答えられないもどかしさとプレッシャーに押しつぶされていきました。周囲からのフィードバックに対して絶望的な気持ちになったことも。それでもがむしゃらにやり続けることで、対応範囲が広がり、徐々に成果も現れ、気持ちも上向いていきました。

入社4年目は、入社後初めて成長実感があった時期です。リサーチャーは最初の数年で基礎的な部分を習得し、その後自分が得意な領域で磨きをかけます。私は大学院で認知神経科学を研究していたので、当初はニューロ系の領域を強みにしたいと思っていました。一方、そこだけを尖らせて戦うのは難しいとも感じ、方向性を模索していったんです。そんな時に舞い込んだ話が、

オランダMetrixLabへの留学。言語的な壁や、現地の社員に溶け込めるかの不安を感じました。それでも迷わず手を挙げたのは、環境を大きく変えることで、何にも変えられない経験と知見が得られると思っていたから。日本でモヤモヤし続けるリスクの方が大きいと思いました。オランダでは本当に沢山の学びがありました。例えば、日本ではリサーチャーが個々に動くことも多いですが、現地ではチームで動いており、長期休暇の取得しやすい体制を整えています。一方で、日本で得たことが通用することを実感した場面もありました。帰国後は、各部署の皆様と協力し合い、オランダで活用されていたソリューションを日本でローンチしました。またマネジャーに就任し、現地のマネジメントスタイルも参考にしています。もちろん各国に適したやり方はありますが、吸収した良い所はほとんど取り入れていきたいです。今後マクロミルがアジアNO.1を目指す上で私にできることは、留学経験を活かしてプロダクト開発に携わるなど、**ケイバビリティ拡大**に貢献していくこと。マクロミルが世界で戦える武器を作りつつ、リサーチャーがフロントでバリューを發揮できるようにしたいと考えています。お客様への価値提供に繋がるよう取り組んでいきます。

社会人になってからのモチベーショングラフ



スペシャリスト

03

「作業員」だと
仕事は楽しくない



蛭原千晶さん
ライフサイエンス事業本部
カスタマーディベロップメントG

15年新卒入社。営業として、日常消費領域のサービスを提供する企業や、FMCGメーカーでの新規開拓を担当後、今年よりライフサイエンス事業本部に異動

入社後、営業として担当したお客様は皆優秀な方ばかり。上司からお客様を引き継ぎましたが、対応力の差は歴然で、メールの送付すら怖くなったことがあります。上司からは「一旦、案件を主に担当してもらおうのは止める。これを機に成長しなさい」と言われたんです。その時は悔しかったですが、与えられた仕事を丁寧に対応していくとポイントが掴めて、負のループから抜け切ることができました。

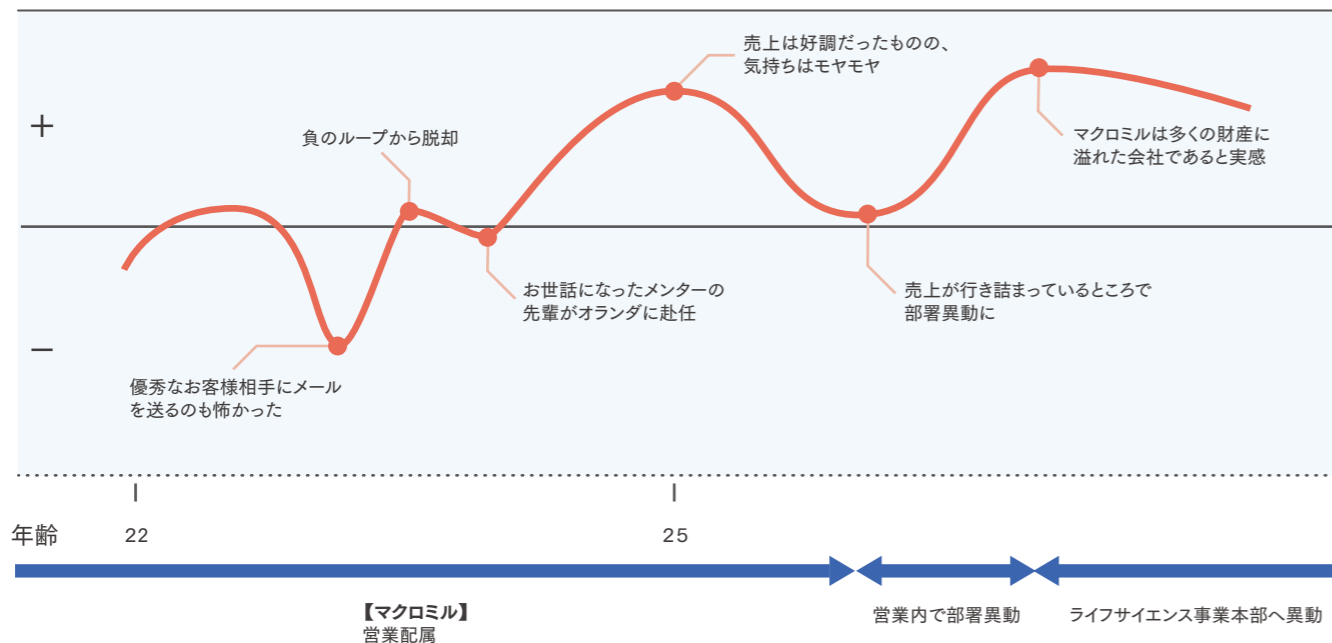
その後、新規開拓が功を奏し、売上が順調に伸びました。しかし入社3年目の頃、「ここで学べることは巡したかも」とモヤモヤする日々が続いたんです。このままでいいのかが続いたんです。モヤモヤをノートに書き出すと、言われた仕事をこなす「作業員」になっていて、自分ならではの介入価値を發揮できていないことが原因と気付きました。それに、「20代は精一杯働きたい」と思っていたのに、仕事を楽しくこなすことが考えられていなかった。モヤモヤの

正体を言語化できてからは、「仕事の密度を上げるしかない」と腹落ちし、自分なりの提案を考え始めました。仕事が楽しくなったのはそこからです。

5年目には異動で、担当のお客様とミッションが変わることに。ちょうど売上が鈍化し行き詰まっていたため、やり残した感覚が大きく、最初は異動にネガティブでした。異動後の担当は、それまで開拓し切れていなかったお客様。売上を作り出すには沢山の部署やパートナーを巻き込み、新しいアプローチをする必要がありました。その中で、「こんなこともできるんだ」とマクロミルに可能性を感じるように。協力者や面白いことに挑戦できる機会に溢れた会社だと気付き、すごくポジティブになりました。

元々私は、将来結婚や出産をしたら仕事をセーブするつもりでした。しかし、パートナー会社の方から「結婚も出産も自分だけでコントロール出来ない。まずはコントロール出来ることに照準を合わせたら？」と言われたんです。その言葉にハッと、「自分がコントロール出来る仕事で何を学び、どんな経験を積み、選択肢を持つべきか。今の自分次第でいかようにもなれる」と気付かされ、今後の生き方をフラットに考えられるようになりました。

社会人になってからのモチベーショングラフ



スペシャリスト

04

育ててくれた仙台に、
価値提供したい



今野圭介さん

リサーチアーキテクト本部
リサーチディレクション部 仙台RD1U

16年新卒入社。影響範囲の大きい仕事にいち早くチャレンジしたいという想いから、19年よりチームリーダー（以下、TL）に。自組織のために頑張りたいという想いが原動力

入 社直後は、描いていたイメージとのギャップや、立ち上がり期が早く同期への焦りからモチベーションが大きく下がった時期がありました。しかし地道に取り組み、お客様や営業の皆さんから徐々にお褒めの言葉をいただけるようになったことで自然と立て直せましたね。

辛かったのは、入社3年目にTLを目指していた頃。当時仙台RDでは新卒入社からTLに進んだ前例が少なく、自分がそのモデルケースとなり仙台オフィスをもっと盛り上げたいと思っていたんです。タスク管理や1on1などを通して、メンバーと積極的にコミュニケーションを図っていました。チーム運営の楽しさを実感していた矢先、リソース状況により引き続き案件運用を担当することに。その時は結構ショックでしたね。（運用が嫌だったわけではなく、でも落ち込んでいても仕方がないので、TL昇格を見据えて今やるべきことを考え、運用で最高記録を

叩き出そう！と決心しました。がむしゃらに頑張った結果、品川も含めたRDの中で上位の実績を残すことが出来たんです。

その後無事にTLへ昇格しましたが、品川留学（※）で視座の低さを痛感しました。お客様や他部署と物理的距離が近いところで仕事をするのは気づきの連続で、特に感じたのはお客様視点の不足です。仙台ではお客様の存在を感じづらいので、品川での経験を活かし、帰仙後は自分から模範となる言動を意識しています。また品川留学では年上のメンバーと接する機会もあり、TLだから全部を完璧にできる必要はなく、時にはメンバーを頼る大切さも実感しましたね。完璧を求めて消極的になるよりも、失敗を恐れず積極的に行動した方が夢中になれますし、結果的にチーム全体で得られることが多くなると学びました。

私は、マクロミルはもちろん育ててくれた仙台オフィスが大好きで、感謝の気持ちがあります。仙台が拡大し部署も増えている今、キャリアの選択肢も広がっています。10年後、20年後の自分を模索しつつ、今後も仙台の発展に貢献していきたいです。

※品川留学：仙台の社員が3カ月間品川で勤務する取り組み

スペシャリスト

05

キャリアは
与えられるものではなく、
自分で創るもの



山本雅俊さん

第1事業本部
Co-Marketing DesignU

17年中途入社。入社後は広告代理店の営業を経て、現在は主に大手人材会社を担当。国家資格キャリアコンサルタントを保有し、休日は社外で年間50名ほどのキャリア相談にも乗る

前 職で法人営業を経験し、専門性をさらに高めるためにマクロミルへ。しかし入社してみると、マクロミルの営業は難易度が高く、ついていくのに必死でした。さらにこの頃、元々興味があった人材関連の知識を身に付けるべく、キャリアコンサルタントの勉強も始めていました。平日は仕事、休日は勉強に追われる日々。前職の経験が仕事に活かせていない状況も相まって、「早く地元（の北海道）に帰りたい」と思っていました。

何度か転職を考えましたが、その度に「マクロミルの仕事をやり切ったと言えない状態で、転職しても絶対にうまくいかない」と考えていました。環境を変えても自分を変えられないので、いずれ同じ課題にぶつかるだけ。それならば、自分のなりたいたい状態や、やりたいことを整理して、今の環境でそこに近づくための行動が必要だと考えました。整理する中で改めて実感したのは、私は人から頼ら

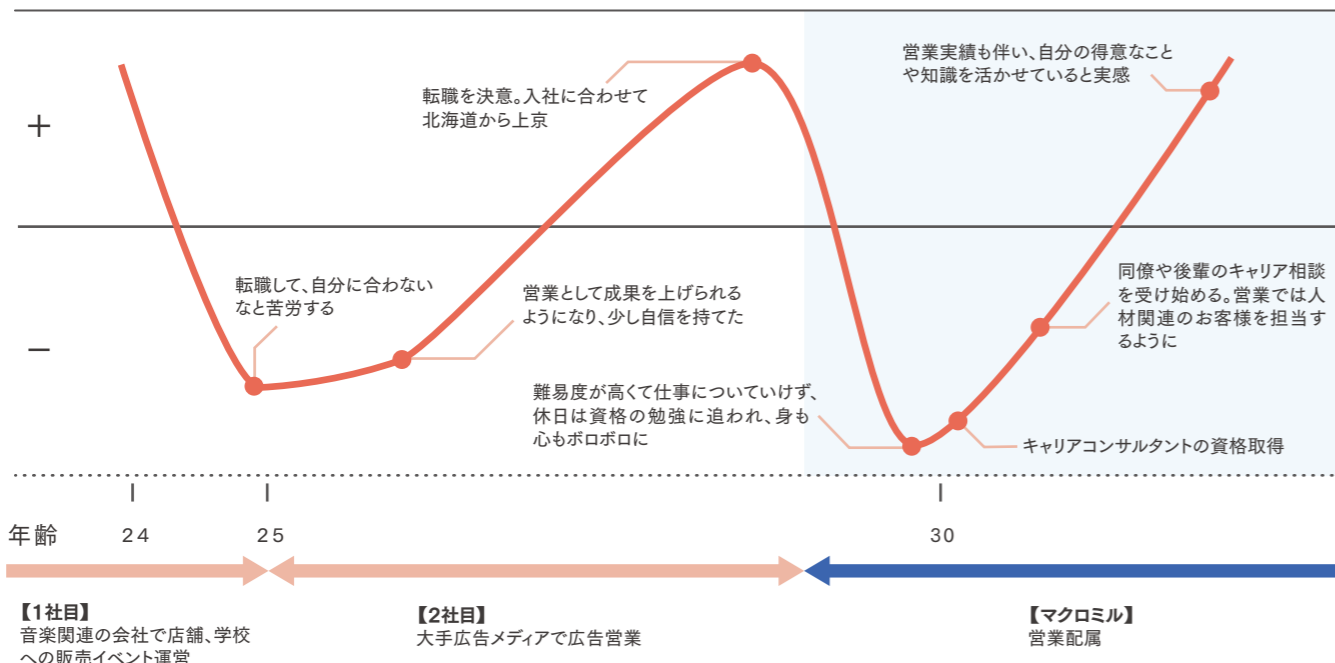
れる存在になりたいということ。キャリアコンサルタントの資格を取

ってきたことで、「マーケティングリサーチ×キャリアコンサルタント」の掛け合わせで頼られる範囲を広げ、社内外に与えられる影響力をもっと高めていきたいとも考えていました。

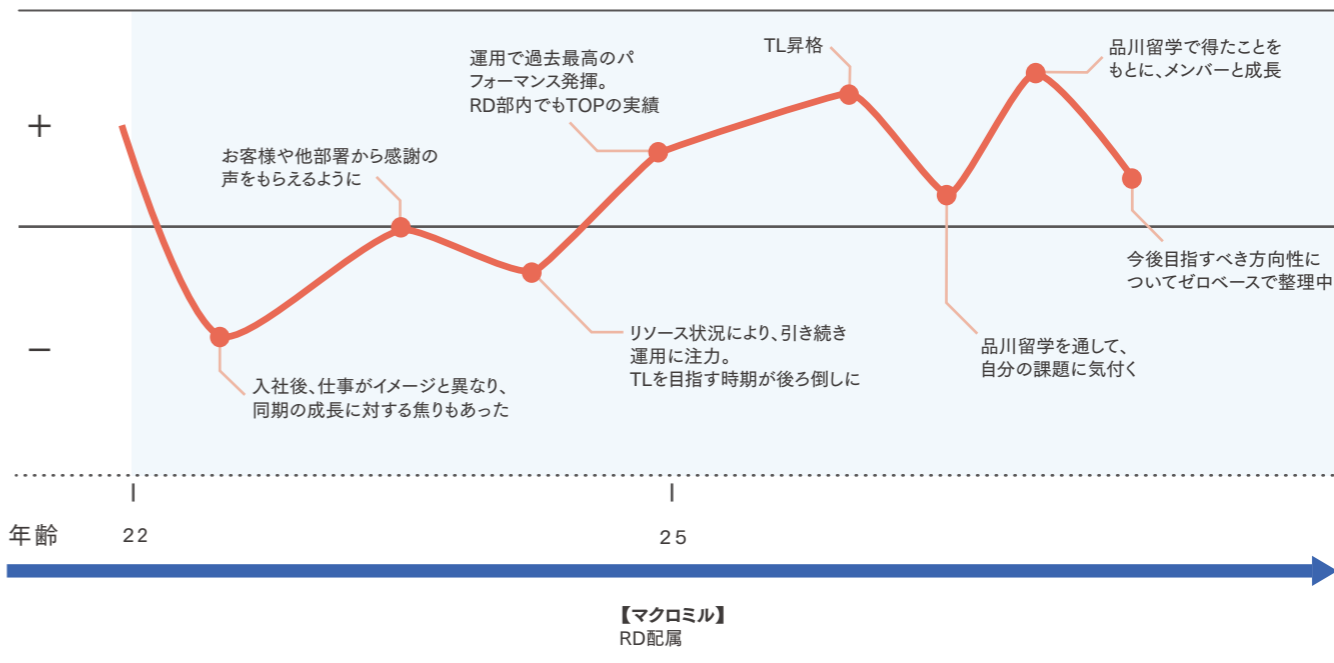
自分の中で整理をした後は、同僚のキャリア相談に乗ったり、上司に相談して人材関連のお客様を担当したりするようになりました。今ではキャリアコンサルタントの視点からお客様へご提案することも多く、スキルを活かして、やりたかったことが実現出来ていると感じます。

悩んでいた時期、どこかで「キャリアは会社が作ってくれるもの」だと思っていました。しかしそうではなく、自分からやりたいことや成し遂げたいことを上司としっかりすり合わせるべきです。もし今自分のなりたいたい姿が分からず悩んでいる人がいたら、仕事とプライベートの2軸で、短期・中期・長期のスパンで理想の自分を細かくイメージしてみてください。自分の価値観や大切にしていることが把握できるはずです。やりたいことが思い浮かばない方は、なりたくない状態を考えるのも有効ですね。そうすれば、きっと今の自分がすべきことが見えてくると思います。

社会人になってからのモチベーショングラフ



社会人になってからのモチベーショングラフ



ゼネラリスト

06

「今の環境でやれることは本当に全てやったのか?」常に自問し続けた



出下浩司さん
統合データ事業本部
統合データ事業部 ソリューションU

07年中途入社。RD、タビュレーション・ビジュアルイゼーション(現データマネジメント部)を経て、11年よりリサーチャー。豊富な経験と知識で組織を牽引する存在

新 卒入社した広告代理店でセールス、プランナーを経験後、この先ビジネスにおいてデータがより強い武器になっていくだろうと確信し、マクロミルに転職しました。入社後、仕事に対するモチベーションが大きく下がった時期は3回ほどあります。1回目はRD時代。私はリサーチャー枠で入社したのですが、まずは事業理解のためRDに配属されました。すぐ異動と聞いていましたが、半年、1年と経過しても異動の気配は全くなし。日々焦燥感に駆られていたのを覚えています。もちろん、会社の中心を担っているRDは非常に重要なポジションですし、リサーチの奥深さに触れられ日々学びも多かったです。ただ、自分の思い描いていたキャリアとのギャップに焦る感覚がありました。

の理由でした。3回目のリサーチャーになってからの落ち込みは、過度な働き方で体調を崩したと同時にリサーチャーとしてやりたかったことを見失っていたのが原因でした。どの会社・職種でも同じことが言えると思いますが、仕事ってやりたいことや仕事に対する目的を見失うとすごく辛く感じるし、モチベーションも下がりますよね。私もモチベーションの落ちた時期がありました。データ分析で、お客様のパートナーと言えるぐらいもっと深く入り込んで仕事があった。本当に良かった。どんな状況でも自身を徹底的に見つめ直すことを忘れなかつたからこそ、気持ちを立て直せたのだと思います。

ただ、モチベーションを維持し続けるのはとても難しいので、落ちたり沈んだりした時は無理にどうにかしようとしなくていいと思います。私もモチベーション下がった時、そんな自分を受け入れながら、行動とマインドの両方を変えるようにしました。まず行動面では、今置かれている環境で出来ることは全てやったのか、もっと吸収出来ることはないかと考えるようにしたんで

す。そして工夫して時間を捻出しながら、出来る限りのことを実践しました。

例えばRD時代はリサーチャーへの異動を目指し、暇さえあればリサーチャーに共有されている社内資料やマーケティングリサーチ関連の書籍を読み漁っていました。他にも自ら手を挙げて営業やリサーチャーのアポに同行したり、納品済みの調査についてお客様側のZoom Actionを確認したり。当時私のような動きをしている人はRD内に一人もいなかったと思います。ですが、行動し続けることは何よりも

不安を小さくしてくれまし、実は周囲も見ています。周囲に「これがやりたいんだな」と理解されると、本業外の仕事でも声が掛かり始めます。実際に、私もデータオリティアップ委員会(現マクロミル総合研究所)に誘われて参加していました。そこで営業やお客様からのデータに関する問い合わせを見聞きし、得られた知見はリサーチャーとなった今でも活かしています。また、自分の目指す姿に向かって努力していても、方向性を間違えていたら報われません。ベクトルを見誤らないよう、上司とのすり合わせ

きっかけを与えてくれた一冊

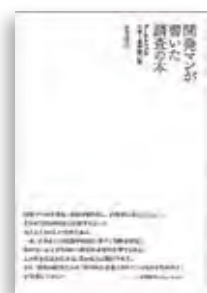
人と接する上で大切なことが、分かりやすく簡潔に書かれている。日々の行動を振り返るきっかけになった1冊です。



「原因」と「結果」の法則

特におすすめ! 調査に関する本

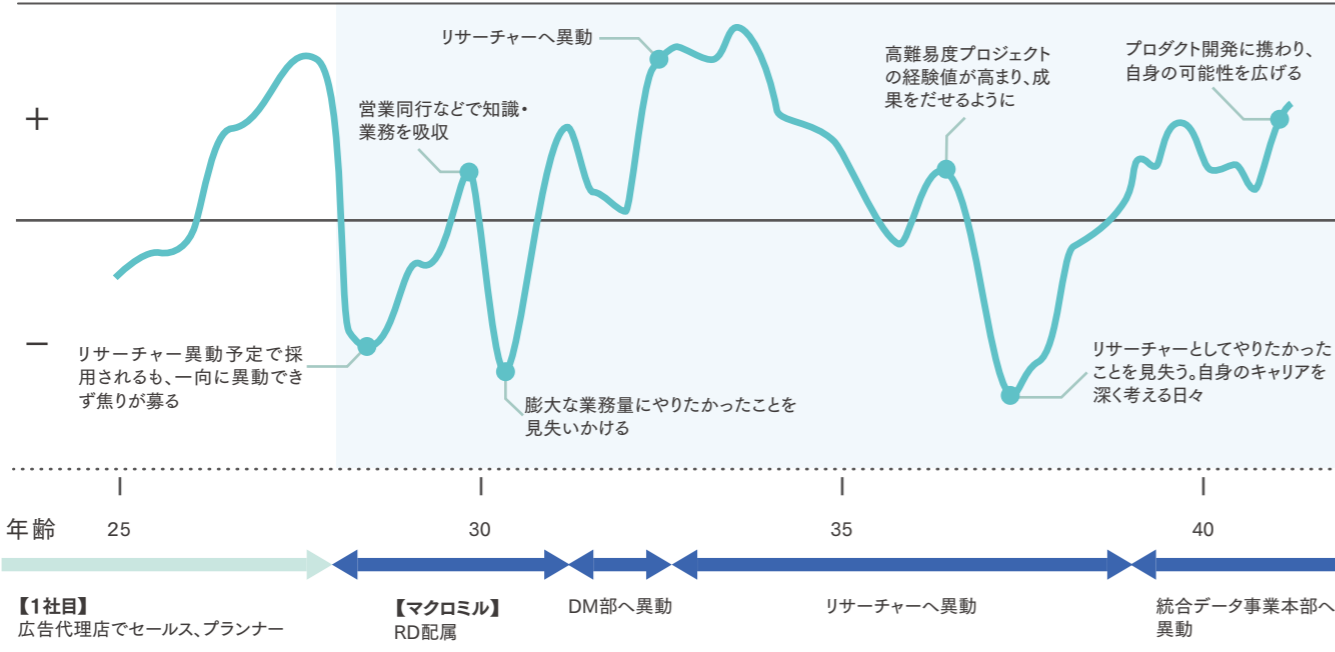
開発、営業、情報調査の経験を持つ著者が、商品開発を行う上でマーケティングリサーチの使い方を語っています。



開発マンが書いた調査の本

せもすっかり行っていました。一方マインド面では、「やりたいことのためには、自分の希望と異なることや、やりたくないこともやらねばならない」と考えるようになっていました。会社に属している以上、自分のやりたいことだけを出る訳ではないし、自分の力でコントロール出来ないことも多々あります。そういったコントロール出来ないことを悩ませるのは時間が勿体ないです。ベクトルを間違えずに努力を重ねたら、あとは悩まないことも大切だと思っています。もちろん努力しても報われないことだってあります。むしろ報われる方が少ないかもしれません。それでも努力し続けることなんて当たり前です。どう工夫して効率的に成果を上げられるか考え抜き、それによって結果を出せてから初めて報われる可能性が出てくるのだと思います。

社会人になってからのモチベーショングラフ



ゼネラリスト

07

周囲への公言で、夢の実現に近付いた



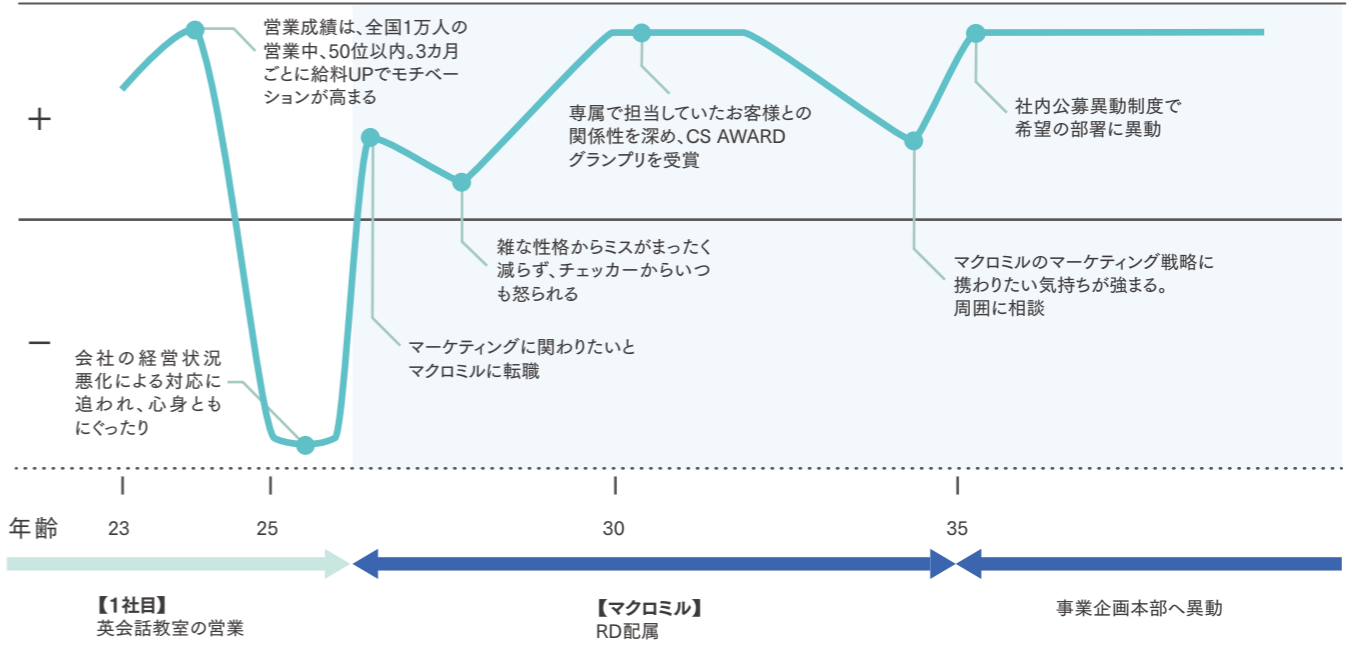
磯江祐美さん 事業企画本部 セールスマーケティングU

08年中途入社。RDで運用、チェッカー、企画を担当後、現部署へ異動。仕事も人生も「Have Fun」をモットーに、どんな状況でも楽しむことを大切にしている

前職では営業や販促を担当し、実績も残せていたことから、マーケティングの面白さを肌で実感して... マクロミルに入社。RD配属当初はミスが全く減らず、いつもチェッカーから指摘され落ち込んでいました。それでも気持ち折れなかったのは、お客様が好きで、自分に関わる人を幸せにしたいという想いが強かったから。何よりもお客様に喜んでいただけたことを励みに頑張っていました。そのために、例えば調査で携わった商品を店頭やTVで見かけたらずぐに「良かったですね」とご連絡していただき、時には「こんな感じで料理してみましたよ」と商品の感想を送ったことも。そうやって自分次第でお客様との関係性を深められることが本当に楽しく、「磯江さんがいるからマクロミルに発注している」と言ってもらえた時は特に嬉しかったです。 RDとして沢山のメーカーの方

と関わる中で、マーケティングは影響範囲が広くやりがいのある仕事だと再認識しました。そして自分自身も、経営に近い立場で企業のマーケティング戦略に携わりたいという気持ちが強くなっていったんです。それも転職したいということではなく、あくまでマクロミルで挑戦したいと思っていたので、BtoBマーケティングを体系的に勉強しながら社内でも多くの人に相談しました。皆さん真摯に話を聞いてくれて、多方面から情報をいただけたことが本当に有難かったです。その後社内公募異動制度で私が希望していた部署の公募があり、「これだ！」と思い挑戦しました。周囲から「挑戦したら？」と背中を押してもらえたことも大きかったです。自分のなりた姿を明確にして公言することで、想いがより具体的にになり、夢の実現に近付くんだと実感した経験でした。 異動が無事に成立し、今は日々マーケティングの面白さを実感しています。そして、また新たに挑戦したいことも出てきました。マクロミルを取り巻くビジネス環境が大きく変化している中で、既存事業と新規事業のどちらも両立させる成長戦略の追求です。今年の4月からは大学院にも通い、研究を深めています。今後も新しいことに挑戦しながら、夢を追い続けます。

社会人になってからのモチベーショングラフ



ゼネラリスト

08

「介入価値がない奴はいらない」いつもその危機感がある



南石崇光さん リサーチアーキテクト本部

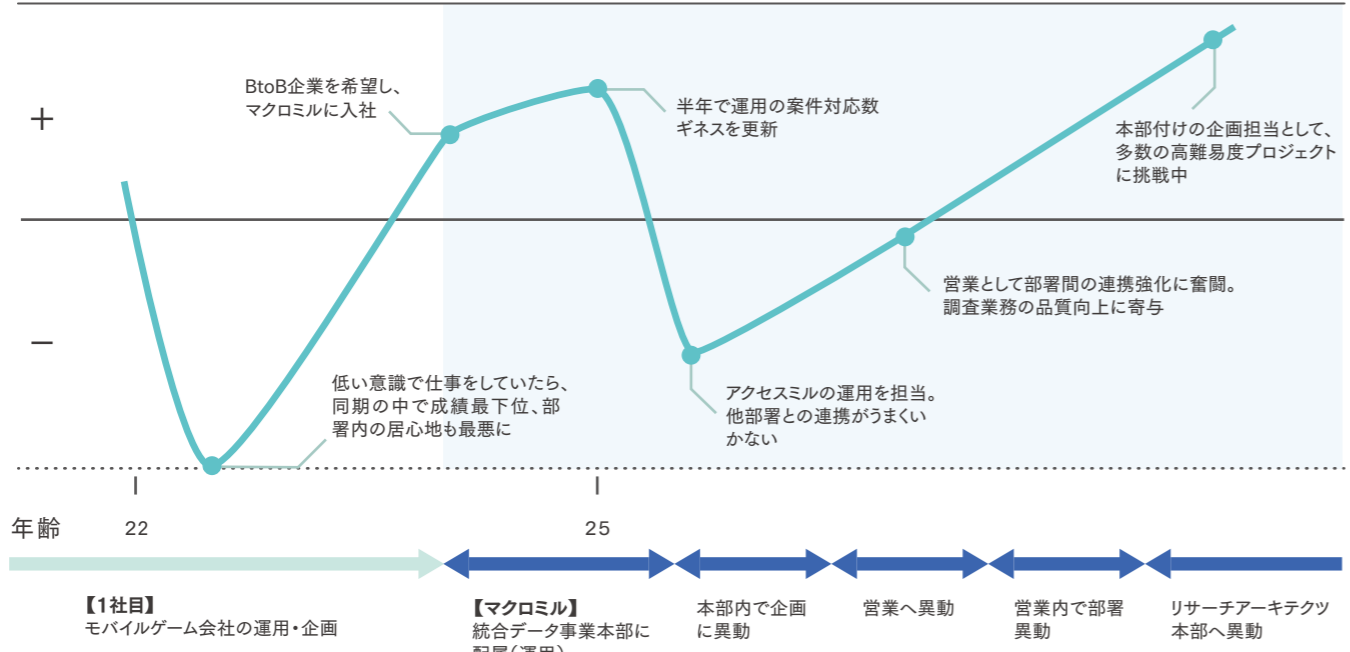
16年中途入社。統合データ事業本部でデジタル案件の運用、企画を担当後、営業を経験。現在はリサーチアーキテクト本部付で企画に従事

社 会人経験の中で最もどん底だったのは、新卒で入社した前職の頃。社内でも花形の大きな部署に配属されましたが、正直仕事を甘く見ていて適当に過ごしていたんです。そんな意識でいたため、気付いたら成績は同期内で最下位部署での居心地も最悪でした。「もう辞めよう」と思っていた矢先にたまたま部署異動があり、心を入れ替えて丁寧に取り組み始めると、周囲の評価が回復していくのを感じました。

その後、BtoB企業への転職を希望しマクロミルへ。マクロミルで一番モチベーション下がったのは、デジタル案件の運用時代です。私が当時の営業さんの意図を汲み取り切れず、作業のやり直しが発生し、他部門にご迷惑をお掛けしたことがあります。その頃、自分だけに限らず、全社で他部署との連携不足がトラブルや生産性低下に繋がっていると感じ、「運用全体を良くしたい」という気持ちが強くなっていきま

した。当たり前前のことですが、運用がスムーズに進めばCS向上にも繋がります。そこで出来る限りお客様や社内関係者の意図を正確に汲み取れるよう、全メールのCCに含めてもらい、アポにも参加するなど、自分で出来ることからお客様とのコミュニケーションを自発的に図りました。その結果、案件が円滑に進み、営業やお客様から指名をもらえるようにもなりました。 私はマクロミルで4回異動しましたが、いつも意識しているのは、食わず嫌いをせずに何でも挑戦すること。幅広い経験は今後どこで役立つかわからないですし、次の仕事をいただけのきっかけになると思います。今の仕事で信頼され、経験を広げることが、後々のキャリア形成にも繋がっていくんですね。 それからどんな時でも周囲に感謝され、インパクトを与える仕事がしたいとも思っています。それは決して圧倒的な成果を出すことだけが実現方法ではありません。ちょっとした出来事や小さな仕事でもどれだけ相手に印象を残せるかが大切。それがキャリア形成の近道かと。前職時代に「介入価値がない人はいらない」と言われ、その危機感を常に持っています。仮にリソースが潤沢だったとしても、「南石にお願したい」と声が掛かるような、必要のある仕事人であり続けたいですね。

社会人になってからのモチベーショングラフ



ゼネラリスト

09

EXPからMGRへ。チャンス逃さず挑戦し続ける



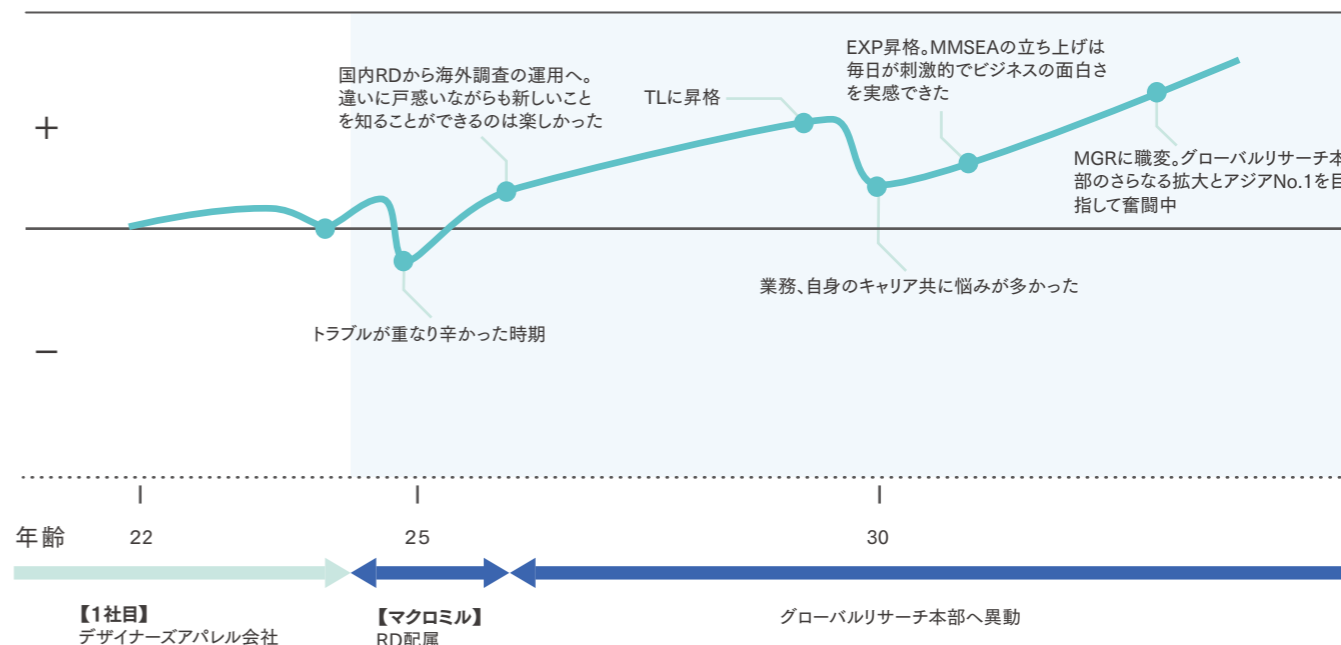
星愛美さん
グローバルリサーチ本部
事業企画G

11年中途入社。国内RDを経験後、グローバルリサーチ本部で運用、企画に携わる。
仕事に向き合う姿勢は基本ポジティブ

マクロミルに転職後、国内RD、グローバルRDと運用畑のキャリアを積んできました。国内RDの時期は、とにかくがむしゃらに働きましたね。たくさんトラブルを起こすなど、辛い時期もありました。でも逃げなかったのは、当時自分が納得できることを何も成し遂げられていなかったからです。マクロミルの中でRDはハブの役割を担っていて、あの頃に身に着けた調整力やマルチタスクスキルは、今にとっても活かしています。

指しても良いのでは」といった言葉をいいただき、一度EXPの道を選択したんです。当時、マクロミル・サウスイーストアジア(以下、MSEA)の立ち上げに参画しないかと声をかけていただき、新しいことへの不安もありましたが、これは自分のタイミングだけで出来るものではなく、せっかくいただいたチャンスを絶対に逃したくない、受けなかったら後悔すると思ったことが大きかったです。EXP昇格後は、部長直下で動いていたこともあり日々入ってくる情報量も多く視座が上がって、ビジネスの面白さを肌で感じる事が出来ました。その後グローバルリサーチ本部が本部長になり、組織をもっと大きくしたいという考えで、MGRへと職変しました。グローバルリサーチ本部の拡大に向け、様々な強みを持つ人々を繋ぎ合わせ、部内のケイパビリティを強化すべく日々奮闘中です。

社会人になってからのモチベーショングラフ



ゼネラリスト

10

会社も人も好きだから、転職を選ばなくて正解だった



松本有加さん
統合データ事業本部
事業企画室

13年新卒入社。ウエスト営業部で営業と営業アシスタントを経験後、公募異動制度を活用し、品川に転勤。統合データ事業本部にて運用や事業企画に携わる

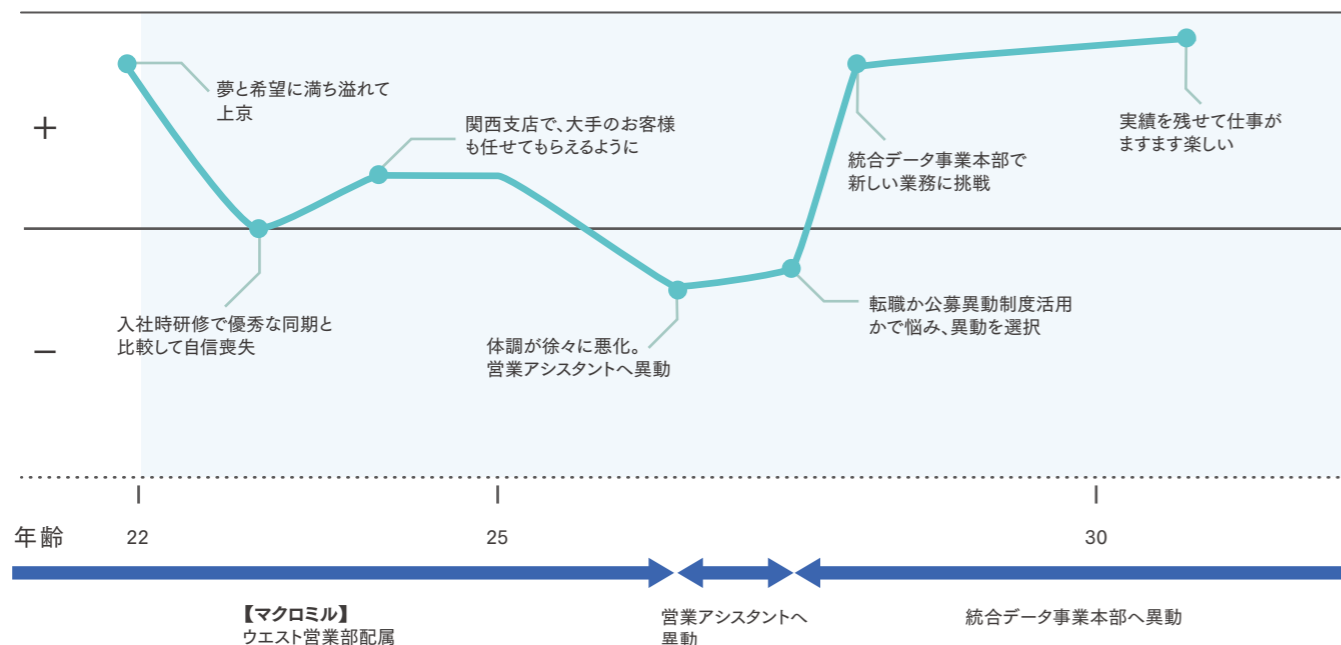
入社後、ウエスト営業部に配属されました。最初の3カ月は同期たちと品川で研修を受けましたが、同期が優秀すぎて入社早々に挫折を経験。関西支店へ赴任後は、徐々に大手のお客様も任せてもらえるようになり、失った自信を取り戻しつつ、仕事にやりがいも感じています。

入社後、ウエスト営業部に配属されたのは、入社5年目の頃。大学時代に発症したヘルニアが悪化してしまいました。体調不良が続ぎ、PCや資料を持つのが営業活動に支障が出てしまったことから、上司と相談して営業アシスタントへ異動させてもらうことに。異動後、今までは違うやりがいを感じられ、仕事は楽しかったものの、数字を作る動きができない自分は組織への貢献度が低いと思ってしまい、落ち込みました。「皆に悪いな」と感じ、正直転職も視野に入れていた頃です。他社の求人を見ながら感じたのは、

やっぱりマクロミルのことは好きだし、社内の人たちと働くのももちろん嫌じゃない。だったら公募異動制度を使えないか?ということ。上司や同期にも相談し、覚悟を決めて、統合データ事業本部への異動希望を申請しました。公募異動制度は選考があり、もちろん全員が希望通りに異動できるものではありません。そのため選考の場では、私が異動するメリットが間違いなくあることをアピールしました。「最終的には大阪に帰りたい。マクロミルでの営業経験を活かして、統合データ事業本部で数年間貢献させてほしい。そしてデジタルの知識をウエストに持って帰りたいんです!」

結果、有難いことに異動が叶いました。我儘を許してくれた会社には感謝していますし、私のキャリア上、転職と公募異動制度活用で悩み、異動を選択したことが大きな転機になったと思います。統合データ事業本部の運用や事業企画業務には、見立て通り営業経験が活き、新しいチャレンジながら得意分野も見つけられ、仕事が今まで以上に楽しくなりました。品川にいる期間が限られる中、「どれだけ吸収できるだろう」と焦りながら必死に学んできた知見を、これからは育ててくれたウエストに還元したいと思っています。

社会人になってからのモチベーショングラフ





グローバルリサーチ本部 事業企画G
星愛美さん

自信を持てる領域を作り 社内外のネットワークを大切にしよう

まずは目の前のミッションをやり切り、自信を持てる領域を作ること。そしてその領域で自分を想起してもらえるよう、社内外でのつながりを大切にすると、新たなチャンスに巡り合えるかも。

統合データ事業本部 事業企画室
松本有加さん

やりたいことは 実績を気にせず発信すべし!

もし今の仕事が面白くなかったとしても、キャリアの延長には面白い仕事があるかもしれません。自分に自信があるかは一旦度外視して、どんどんやりたいことを発信してみてもいい。

統合データ事業本部 統合データ事業部 ソリューションU
出下浩司さん

まずは自分の心を受け入れて、 悩み、また前を向いて進もう

悩んだ時は、無理にどうにかしようとしなくていい。まずはそのままの自分を受け入れて、納得できるまで考えて、そこからまた前を向いて進めば大丈夫!

事業企画本部 セールスマーケティングU
磯江祐美さん

まず、やってみよう!

なんでもやってみたり、試してみたりすることで視野が広がるはず。迷うのであれば、まずは挑戦してみよう!

リサーチアーキテクト本部
南石崇光さん

目先の仕事で どれだけ価値を与えられるか

まずは今の自分の仕事で、周囲から信頼され「この人に次の仕事をお願いしたい」と思ってもらえるようになることが大切。少しずつ自分が出来ることを積み上げて、可能性を広げていこう。

ライフサイエンス事業本部 カスタマーディベロップメントG
蛸原千晶さん

自分で業務の幅を決めずに チャレンジを!

もう一度自分の仕事と丁寧に向き合うと、面白さに気付いたり、出来ることの幅が広がったりするはず。マクロミルには最高の資源が揃っているのだから、ぜひ新しいチャレンジをしてみてください。

リサーチアーキテクト本部
リサーチディレクション部 仙台RD1U
今野圭介さん

自分が好きだと思ってることを、 思いっきりやってみよう!

経験は財産なので、まずは失敗を恐れず思いっきりやってみたら良いと思います。行動を起こせば、必ず道は拓けるはず。

第1事業本部 Co-Marketing DesignU
山本雅俊さん

ひとりで悩まず、 誰かに話を聞いてもらおう!

自分で考えても答えが出ない時、誰かに話を聞いてもらうことで思考が整理されます。友人や家族、マクロミルの先輩など、信頼できる人に相談してみてください。

キャリアに悩む あなたへ

今まさにキャリアについて悩んでいるあなたへ、先輩たちのメッセージをお届けします。

第1事業本部 アカウントセールス部 第2U
七戸茉莉子さん

必ず成長できるから大丈夫!

周囲と比べて落ち込むことがあっても、今は出来ないことが多くても、成長意欲を忘れなければ、マクロミルには成長できる環境があります!

第2事業本部 第2セールス&リサーチ部 リサーチU
金田拓巳さん

今の手元の仕事を どれだけモノにできるか

まずは自分が任されている仕事の意義や目的に立ち返り、しっかりモノにすること。スタンスによって、学びの量も違わずです。あとは、マネージャーとの密なコミュニケーションでやりたいことをしっかり伝えて。

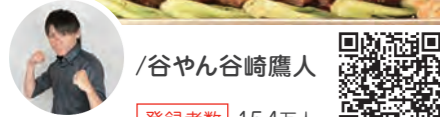


まとめ

キャリアの選択には正解がないからこそ、選択肢の多さに悩むことも多いと思います。今回の取材を通して感じたことは、マクロミルには悩んだ時に一緒に解決策を考えてくれる人が沢山いるんだなということです。先輩達のメッセージを参考にしながら、社内外で沢山のの人に相談するなど、ぜひ一歩を踏み出してみてください。きっと道が拓けるはずです。

料理編

【大食い】豚の角煮
～究極のとろとろをめざして～総重量6.0kg



/谷やん谷崎鷹人

登録者数 154万人



チャンネル
はこちら

谷やんの動画の見どころは大きく2つあります。1つは包丁さばきから、食べ方まで全てが綺麗なお料理です。食材への感謝が伝わってきて、観ていると幸せな気持ちになります。もう1つは、料理の解説が非常に分かりやすいところ。基本の調理知識から、マニアックなものまで丁寧に説明してくれます。料理に興味がある人や、自炊のレパートリーに困っている人は参考になること間違いなしです！特に好きな「豚の角煮」の動画は、豚バラの繊維（横）に沿ってではなく、逆行して縦に箸が通るほど柔らかく煮ているところがポイントです。

これを見てから料理をすることで、自炊のモチベーションをアップさせています。

すぐに
実践したい！



人事本部
労務U

鈴木葵さん

午間もかけぞい
楽しむ方法

エムキューブ
仙台運用G

田中愛恵さん



難しい話や、面倒なうんちなどがあまりなく、リュウジさんもご自身が好きなお酒を飲みながらご機嫌なテンションで料理を作ってくれるので、観ていても楽しいです。作れそうな料理はとても参考になりますし、ストレスゼロで観ることが出来ます。動画を参考にしながら料理を作るのはもちろん、難しいことは考えずに「まあ美味しければ手抜きをしても良いか」と思わせてくれるので、料理を作るやる気なくなりました時によく観ています(笑)。

目指せ
料理男子

リサーチアーキテクツ本部
オンラインリサーチ部 第2U フィールド2G

渡辺健介さん



普通の料理チャンネルとは異なり、料理男子の心をくすぐる要素が満載です。料理道具や手順に拘りがあり、いわゆる家庭料理だとしても相当面倒臭い手順で作業することになります。育休中は比較的料理にかける時間が確保できたので、色々道具を揃えて料理を作る良いきっかけになりました。

【青椒肉絲】プロが教える！自宅で作れる
お店のチンジャオロースー！【中華】
【公開収録】Vol.68



COCOCORO
チャンネル

登録者数 33.5万人



チャンネル
はこちら

舞い喜び顔を見ることができると、大きな達成感が得られます。



あの人が好きな



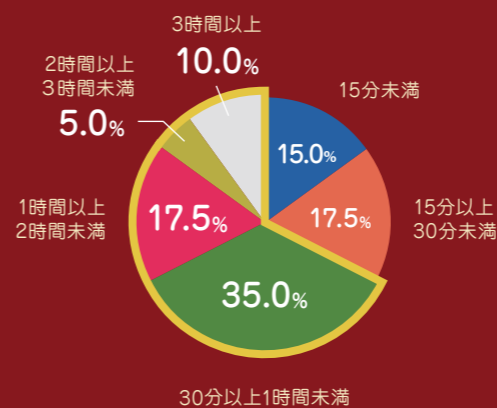
社内でYouTubeに関するアンケートを行った結果、7割以上が「週に4日以上YouTubeで動画を観ている」と回答。そんなYouTube好きの“あの”に、特に人気が高かった4つのジャンルについて好きな動画を聞きました。

※各動画のチャンネル登録者数は2020年12月15日時点の数字です。

あなたのYouTube事情を教えてください！

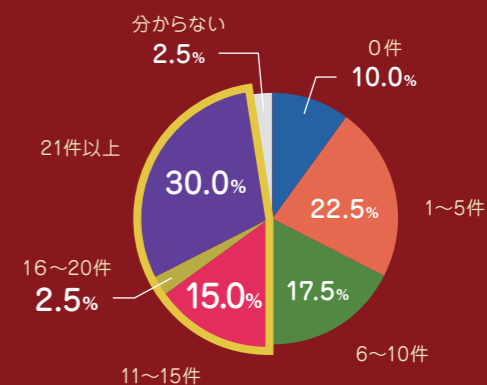
マクロミル社員の気になる“YouTube事情”について、40名の方に聞きました。

Q.1回あたりどのくらい観る？



1回あたり30分以上観ると社員が
6割以上も

Q.チャンネル登録数は？



半数近くの方が
11件以上登録しているという結果に

その他にもこんな動画が…!

小さいママの味方

リサーチアーキテクト本部
オープンパネルプロダクトU
プランニングG
敦谷沙緒理さん



子育てに悩みすぎて、様々な本を読んだりインスタを見て勉強したりする中で出会った動画です。どれも短くて、でもとってもためになることを話してくれる先生の動画は、寝る前のちょっとした時間に観ています。

字幕を付けてくれているので、音が出せない時(寝ている娘の隣など)でも観ることができ、重宝しています。

保育士も使っている
【子どもがお話を聞く】簡単な方法



てい先生

登録者数 27.1万人



チャンネルはこちら

軽快すぎるやり取りに圧倒!

財務経理本部
財務部
泉田久美子さん



Jonathan Ferroさんという方がとにかく早くて、この人をきっかけに観始めたと言っても過言ではないくらい強烈です。中央銀行の担当者やHSBCやBarclaysの会長など、多くのビジネスリーダーと対談をしていて凄い人だと思のですが、高速弾丸の打ち合いみたいなやりとりが軽快で観ていて楽しいです。

Goldman's Solomon on Fed Policy, Economy and Investor Day



Bloomberg Markets and Finance

登録者数 83.6万人



チャンネルはこちら

人生を豊かにする知識

Global IT本部
第1プロダクト開発部
集計・デジタル開発G
高橋良輔さん



このチャンネルのおかげで将来の資産形成についてきちんと考え直すことができました。豊かな老後を夢見て、そのために行動するのは案外楽しいと感じました。動画に出会ってなければ減茶苦茶浪費して貯金できない生活を続けていたことでしょう…。

第141回【断言】これを知らずにお金持ちになるのは無理。豊かなお金持ちが極めている5つの力【お金の勉強 初級編】



両学長 リベラルアーツ大学

登録者数 68.1万人



チャンネルはこちら

とにかくクセが強すぎる

第1事業本部
アカウントセールス部
第1U 2G
金川大助さん



誰もが子どもの頃から知っている「大きな古時計」という曲を、ここまで面白くアレンジし熱唱している姿に大爆笑しました。家でお酒を飲みながら観ているのですが、自分にとってはとても大事な時間です。

【公式】大きな古時計 弾き語り
聞いてください【狩野英孝】



狩野英孝【公式チャンネル】
EIKO!GO!!

登録者数 65.1万人



チャンネルはこちら

人間の生命かに感動

Global IT本部
第2プロダクト開発部
パネルプラットフォームシステムG
梅原崇さん



なぜか、毎晩寝る前に必ず観てしまいます。道具も食料も飲料もなく、極限状態の中で知恵を絞って動物を捕まえて食べるシーンが半端なく好きです。この番組の影響でサバイバルとまではいきませんが、キャンプを始めました。

【60日サバイバル】
ザ・無人島生活！巨大ヤドカリ



ディスカバリーチャンネル

登録者数 106万人



チャンネルはこちら

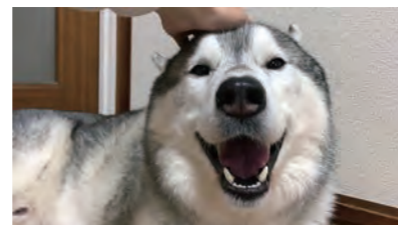
表情の変化に癒される

リサーチアーキテクト本部
リサーチディレクション部
品川RDU 1G
小口里帆さん



文太の表情や態度が分かりやすく変わるのが、とにかく可愛いです。仕事終わりの電車の中や、何をしても元気が出ない時に観て癒されています。特に、なでられた時の嬉しそうな表情は、観ているこっちまで笑顔になります。

なでるのをやめた途端
笑顔が消えるシベリアンハスキー



プピピ文太

登録者数 40.5万人



チャンネルはこちら

バラエティ編



男子校リが
たまらない

第1事業本部
Co-Marketing DesignU 2G
渡辺匠さん

吉本興業所属の芸人の方たちがアップしている動画です。もともとゲームのキャラや芸能人のものまねを芸風に、編集一切なしの一本撮りを投稿していました。メディアや芸能人に取り上げられ、あれよあれよと2年弱で登録者数80万人超え。
中学・高校と男子校でふざけあつていた同級生が、そのテンションで動画を撮っているような感覚がたまらなく好きです。動画はもちろんなので、コメント欄が秀逸なので一通りチェックしてから観直します。視聴者のギャグもかなりハイセンスなので二度、三度と美味しいです。

【深夜のテンションシリーズ】気配斬り



ガーリレコード
チャンネル

登録者数 82.8万人



チャンネルはこちら

個性豊かな6人のメンバーが良い意味でくだらないことを企画にし、その発想力に毎回驚かされるながら、毎日アップされる動画を楽しみに観ています。
企画の面白さはもちろん、メンバーに高校の同級生のような親近感を感じ、なぜか愛着が湧いてしまうことも登録者数500万人超という人気を誇る理由の1つかもしれません。メンバーの性格やキャラクターを知れば知るほど過去の動画まで掘り下げて観たいくなるような中毒性があり、1回とは言わずぜひ見続けてほしいチャンネルです。
また、私のおすすめのYouTube活用方法は、食器洗いや洗濯物を干すなど無心になる時間に動画を流しながら家事をすることです。楽しく家事をこなすことができます!

愛知県が
生んだ
天才6人組

【食えなきゃ負け】
相手を満腹にしろ!ご飯食べベガーカー!!!前編



東海オンエア

登録者数 563万人



チャンネルはこちら



EMキューブ
仙台運用G

松木梨紗さん

一般人投稿の
二の面白さ

第1事業本部
アカウントセールス部
第2U 3G
樽石誠也さん



中京テレビで毎週深夜に放送されている番組の公式チャンネルなのですが、応募をしてきた一般人とオーディオの絡みがかっこいい面白いです。動画の尺も短く、サクッと観ることができるので、ちょっとした空き時間に観るのもおすすめです。
特に「メガネを外すと雰囲気が変わる」の回は、期待を裏切られますが、その意外性とオーディオの反応が面白すぎて何回観ても笑えます。
私の上司である金聡圭さんのツッコミの仕方と若林さんのツッコミがちょっと似ている点も好きです(笑)。

メガネを外すと雰囲気が変わる
(オーディオさん、ぜひ会って欲しい人がいるんです!)



【公式】オーディオさん、ぜひ会ってほしい人がいるんです。

登録者数 38.6万人



チャンネルはこちら

トレーニング編

【3分でベタンコお腹に!!】
【スローな腹筋でくびれと縦線をいれる!!!】
【ダイエット】



Marina Takewaki

登録者数 188万人



チャンネル
はこちら

人事本部
人事企画U
畑梓さん



理想の体を
手に入れた

このチャンネルの動画を観てトレーニングをした後、人生で初めてお腹が筋肉痛になってびっくりしました！
今回紹介している腹筋トレーニング動画の他にも、「地獄の10分」家でできる脚痩せダンスで楽しくダイエット！#家で一緒にやってみよう【タッチマイヘアダンス】は、脚痩せといながら腕もぐるぐるまわすので仕事が終わった後にすると肩こり解消になりおすすめです。簡単な動作で辛いところ、まりなさんが励ましてくれるところがとても気に入っています。

自宅で本格的なトレーニング体験



リサーチアーキテクツ本部
リサーチディレクション部 仙台RD2U
有馬智之さん

筋トレやストレッチなど、体づくりのためのチャンネルです。コロナの影響により、自宅で過ごす時間が増えたため、筋トレを始めました。
他にも筋トレの紹介を行っている動画はたくさんありますが、その中でも、山澤礼明さんのチャンネルは、筋トレやストレッチをしながら、コーチングをしてくれるのもとても気に入っています！
とにかく内容が分かりやすい動画もあるので、筋トレに疲

初めてでも絶対に腕が太くなる筋トレメニュー
【ダンベルだけ】



【上越YG】山澤 礼明

登録者数 36.1万人



チャンネル
はこちら

ストレス解消に最適



財務経理本部
グローバル経理部 第1経理G
木山恵理子さん

ストレッチからヨガ、ハードなものまで幅広く運動ができる動画です。
コロナの影響により、ますます家で過ごす時間が増え、ストレス解消法として助けてもらっています。先生のマリコさんの圧倒的なプロポーションに目が奪われることはもちろんなのですが、裏方の旦那さんのハーパンツの丈の短さも、なんとなく面白くてツボです。
ストレッチ一つでも適当にするのと、マリコ先生の動画を観

夜寝る前のベッドヨガ☆
自律神経の調子を整える！ #199



B-life

登録者数 109万人



チャンネル
はこちら

れた時はそれらを観るのもおすすめです。

ながらするのでは雲泥の差なので、体を動かしたい方は必見です！

上達する過程に共感



リサーチアーキテクツ本部
オンラインリサーチ部
第2U フィールド1G
本田彩乃さん

「Dead by Daylight」(以下DbD)という鬼ごっこゲームが大好きなのですが、そのゲームを中心に配信しているゲーム実況者の動画です。
DbDの配信を始めたころは毎回負けていたのに、だんだん上達していく成長ぶり、ゆるい関西弁がクセになる、一番好きな実況者です。最近だと、DbD界で有名な他の実況者さんや、狩野英孝さんや後藤真希さん、声優の小野友樹さんなどもコラボしています。

【DbD】おそらく今までで最高の大激闘を見てくれ
【サバイバーでDead by Daylight 実況#264 (配信切抜)】



フルコンチャンネル

登録者数 13.1万人



チャンネル
はこちら

ゲーム編

#1【それは命か、それともモノか。】

Detroit: Become Human実況プレイ



トシゾー

登録者数 11.9万人



チャンネル
はこちら

精神科医の「ニヒリ」の話



リサーチアーキテクツ本部
リサーチディレクション部 品川RDU 2G
上長根恵利さん

精神科医のおじさんが、ゲーム実況や、映画・漫画評論、カフェ紹介、お悩み相談などをしているチャンネルです。私は全くゲームをしないのですが、謎に名越先生のゲーム実況を観て楽しんでいます。
また、新しい考え方や視点を与えてくれるのも魅力です。例えば、下記の動画では、「相手の話の聞き方・理解の仕方」について、このように仰っています。「前のめりにならず、何かに当てはめようとするな」「自分が『分かる』と感じたことについて敏感になる(それは自分の考えに相手当てはめようとしているから)」「全体的に楽観的に聞く(深刻にな

#0163
相手の話を深刻に聞いてはいけない理由
プロの話の聞き方・理解の仕方(期間限定公開)



名越康文TV
シークレットトーク
youtube分室
登録者数 5.55万人



チャンネル
はこちら

1つの物語として楽しむ



コーポレートコミュニケーション・IR本部
広報・ブランド・マネジメントU
クリエイティブ・デザインG
柳川亜紀子さん

私自身はゲームが得意ではなく、あまりプレイしないのですが、ゲーム実況の人気作品は映画顔負けの深いストーリー展開を持つものが多く、優れた物語に出会えるため、ありがたく思いつながら観ています。
トシゾーさんはたくさん動画をアップロードしていて、その中でも一番好きなのは「Detroit: Become Human」です。滑らかな3D映像と、人の生活にアン드로이드が欠かせなくなった近未来の描写に衝撃を受けました。また、アン드로이드視点から人生を見ることで、人らしさとはなんだろう?と考えるきっかけにもなりました。
ストレスない進行と、率直な関西弁の物言いでありながら、優しさが滲み出ている語り口が好きで、欠かさずチェックしています。



これまで沢山の案件を発注いただき、マクロミル社内にも関係者が多い西岡様

編集部：10年以上前から発注いただいておりますが、マクロミルのどのような点を評価されていますか。

西岡様：テクニカルな話の前に「じゃあ一緒にやりましょう」と、どんな時でも熱意を持って対応してくれるのがとにかく気持ち良いです。技術的に何か抜きん出たものがあったりも、ビジネスはやはり人と人とのやりとりなので、前向きさが一番心に響きますね。マクロミルはベンチャー企業ではないですが、それに近いマインドがある会社だなと以前から感じていました。まだ着想段階のサービスでも「一緒にやってみませんか？」と声をかけてもらえて大変ありがたいです。

小池：正式リリース前のサービスでも「一緒にやってみよう」と快諾いただけるのは、私たちとしても非

「一緒にやりましょう」という熱意が気持ち良い

西岡様：長いお付き合いですよ。実は西部さんとも昔から接点があるんです。私自身、調査に携わる人間は課題と目的を捉えることが一番大事だと考えているのですが、本当の課題と目的が不明瞭な時は、対話を通して解きほぐしながらファシリテートしていく力も必要だと思っています。以前、私がラフな企画書を共有した時、西部さんは「それはなぜ？」を3回くらい繰り返して、こちらの関心事を深掘りして聞き出してくれたんです。その結果、「目的と課題はこういうことですね」と導いてくれたことがあって、その対応にはとても感動しましたね。「なぜ？」と繰り返して聞けるのは、お互いに信頼関係があるからできたことだと思うのですが、西部さんは今でも調査で何か困った時に連絡を取る人脈の1人です。

※マクロミルと経営統合したヤフーバリューインサイトの前身

常にありがたいです。西岡様とはインタースコープ※の時からのお付き合いになりますよね。

コロナ禍で調査のオンライン化へ



西岡様と同じ大学院出身ということもあり、親しい間柄の小池さん

編集部：貴社は新しい調査手法も積極的に取り入れていらっしゃるようですが、最近ご活用されたものの中で印象に残っているものはありますか。

西岡様：最近では、調査課題によってはODI※の方が会場調査以上に良い回答を引き出しやすいケースもあるのではないかと感じています。今年はコロナ禍で、部署（調査）の年間計画を一気に変えるほどの大きな影響を受けました。その結果、社内では『調査のオンライン化』が最優先のミッションとなり、その中でもこれまで会場調査で実施してきたパッケージ※ビデオ通話でクライアントの会議室とモニターの自宅を繋いでオンラインでインタビューを実施するサービス

マクロミルが支援させていただいた、お客様の商品・サービスの裏側を探ります

Client Voice

Vol.27



ハウス食品グループ本社株式会社



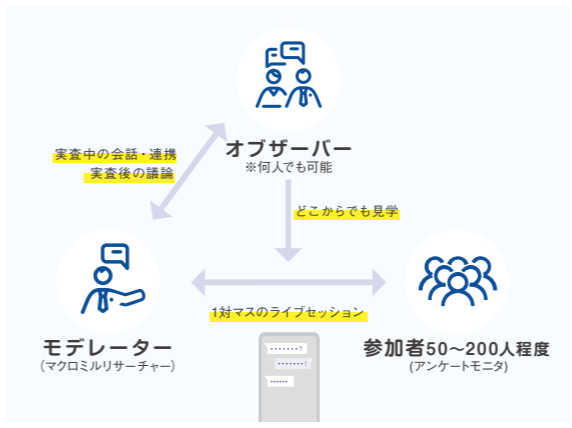
ひき肉・玉ねぎをサッと炒めて、ルーと煮るだけ！
忙しい平日にも手軽に作れる“プチごちそうライスメニュー”

マクロミルの対応には感動することがある。
これからも伴走してほしい

研究開発本部 お客様生活研究部長
西岡徹夫 (にしおか・てつお) 様

評価の調査手法をどう変更するかが特に大きな課題となっていました。当初はコロナ禍での代替手段という意味合いが強かったのですが、実際に活用してみると、モニタの方に会場に来ていただくよりも、ご自宅の方がリラックスして参加してもらえたり、冷蔵庫や引き出しの中身まで見せていただけたりと、オンラインならではの良さがあると考えが変わってきましたね。

また、ライブアンケートについては、**コロナ禍の影響に関係なく、今後も活用していける可能性が大いにあると感じています。**しかしまだ導入したばかりでもあり、ライブアンケートの良さを活かすきれていないのが課題です。リアルタイム調査のため、その場でモニタさんに表示するパッケージの変更をしてみたり、進行の流れを変えてみたりしてこそ、ライブアンケートでしか得られない結果を確認できると思うので、今後もっと活用していきたいですね。



新ソリューション ライブアンケートとは？
参加者が一斉に同じベースで質問に答え、チャット形式の調査です。リアルタイム性とインタラクティブ性を担保しながら量的・質的なデータを収集することができます。

松下：最近では機能性飲料のパッケージ調査でもライブアンケートをご活用いただきましたね。

西岡様：そうですね、調査結果から定量的にも定性的にもパッケージの良し悪しが分かり、商品の改善に繋げていくことができました。

思わず手に取りたくなるパッケージを目指して

編集部：視線推計のサービスもご利用いただいておりますが、目的を教えてください。

西岡様：店頭で思わず手に取りたくなるパッケージ作りが大切だと思い、『ごちレピライズ』が消費者の視線をどのように集めているかを検証したく、視線推計を採用しました。マクロミルらしいサービスですね。久々にとても面白いと感じた案件でした。

コロナ禍で学校の休校やテレワークが増加し、家庭での食事機会が増え、消費者からするとメニューを考える悩みがさらに強まったと思っています。最初は作り慣れたカレーや、パスタの売上が伸びましたが、徐々に料理に「目新しさや楽しさ」を求められるようになり、店頭からはお菓子作りや、ホットプレートを使った料理に関わる素材が売り切れたこともあり、そんな変化やアレンジを求めるタイミングで、『ごちレピライズ』は支持されたと考えています。献立を決めるときに、「こんなメニューがあるんだ」「食卓に変化がありそうだから、トライしてみよう」と、数多くの商品が並ぶルック売り場で、メニュー（キーマカレー、タコライス）とパッケージの両面で目新しさを訴求できたことがポイントだと考えています。



新しいサービスを評価いただき、思わず笑顔になる一同

編集部：調査結果から何か新しい発見は得られそうでしょうか。
リサーチ業界では、いろいろな新しいテクノロジーを用いた調査手法が生み出されていると思いますが、特殊な手法であるほどその費用も掛かります。最初に、貴社より視線推計のサービスの説明を伺った時に、「パッケージ調査のスタンダードを目指したい。従来の方法に取って代わるためには、いくらか新しい手法であってもサービスの提供価格も重要と考えている」「実績をためて手法を確立するために、パイロット案件として今なら少しお安くできますし、試してみませんか？」というマクロミルの想い・方針に惚れてその場で「乗っかかりたい」と即決して実施させていただきました。

西岡様：コロナ禍で、消費者が一般的な家庭食のメニューに飽きている状況で、『ごちレピライズ』は思わず目に止まるパッケージではないかという仮説を持っていましたが、実際に調査結果からも、商品選択時に、多くの視線を集めて選択されていることが分かりました。この調査は、現在も中田さんに協力してもらっています。商品棚をじっくり見る人もいれば、指名買いで数秒しか見ない人もいる中で、せっかくな一人ひとり視線のデータを取っているのが、視線の動き方を類型化し、それぞれのグループでどのように選ばれているかという深掘りも今後したいと思っています。

編集部：実店舗での買い物客の行動データ収集についてもご興味を持っていらっしゃるそうですね。

西岡様：まだ実施は決まっていますが、特にコンビニでは、商品棚に立ち寄った時間や、商品を選択する時間などのデータをこれまでに取ったことがなかったため、視線推計のデータとの合わせ技で、バックデータとして考察していきたいと思っています。

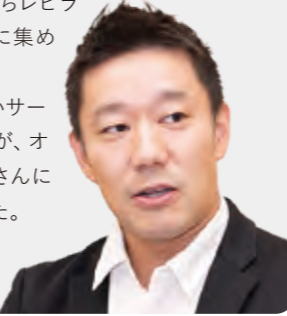
中田：視線推計をご提案した時は、その場ですぐにはやろうと決めていただけました。従来の棚調査では、過去の調査データと比較をしていたのですが、比較対象はそこではなく、実際の買い物行動と比較し、上市前の調査モデルはこうあるべきだと改良していくのが正しい姿だと思っています。西岡様に一緒に取り組んでいただいたおかげで、ようやくそれが実を結びつつある状況です。従来の調査手法を変えるためのアプローチとして、そのモデルマーケティング活動に寄与していきたいです。

買い物行動を観察し類型化する「視線推計」

思わず手に取りたくなるパッケージを意識しデザインされた『ごちレピライズ』



調査会場に模擬店舗を設置し、商品棚についている定点カメラでモニタの視線を捕捉。商品の見られ方や目立ち度などを定量的に分析することができます。そこから得られた視線情報を元に買い物行動を類型化し、買い物パターン毎に分析することも可能です。ハウス食品グループ本社様では、『ごちレピライズ』の商品パッケージが買い物客の視線をどのように集めているかを検証するため、ご活用いただきました。視線による買い物行動の類型化は、今まで世の中にないサービスで運用や分析の面でも工夫や探索の連続でしたが、オフラインリサーチ部・リサーチソリューション部のみなさんにもご協力いただきプロジェクトを進めることができました。



事業企画本部 中田一隆さん

実店舗でのリアルな行動データをマーケティングに活用

店内行動分析サービスの特徴



実店舗における買い物客の行動について、AIカメラを活用しデータ収集を始めています。さらに、集めたデータを曜日別や属性、時間帯などに分類することで、店頭での買い物客のリアルな行動を分析することが可能です。リテールテック*がトレンドにもなっている中、今後マクロミルでは実店舗での消費者行動も捉え、お客様への提供を目指していきます。
*リテールテック…小売業にIT（情報技術）を導入すること。また、それによって実現する新たなサービスやビジネス

一同、貴重なお話をありがとうございました！

西岡様 社内に関係者が多い分、大変なこともあるかと思いますが、これからも一緒に頑張ります。

松下 コロナ禍の影響で言うなら、最近はオンライン商談が増えて、決まったアジェンダ通りに話が進んでいくことがほとんどなので、お客様とフランクにお話できる機会が減ってしまったことも課題に感じています。西岡様や貴社の皆様が普段どのようなことを考えていらっしゃるかと、今後どういった提案をすべきか迷うことは増えていますが、環境の変化に負けず引き続きお力になれるよう頑張ります。

西岡様 組織が大きい分、活力があって「一緒に頑張りますよ」と前のめりに来てくれる方が多くいらっしゃると思います。そういう方と一緒に仕事ができることと私たちにも良い刺激になります。もちろん同じ方がずっと弊社の担当を続けるのが難しいことは理解していますが、そういったマインドを伝承してくれる方をどんどん増やしていただくと嬉しいですね。

小池 マクロミルは今や1,000人規模の会社になり、縦割りの弊害などいわゆる大企業病が出てきていないか心配です。率直にもっとこうしてほしいというご要望はありますか？

それは海外も同様で、今は渡航せずにオンラインでインタビュー調査を進める機会がほとんどです。調査環境が変わっても、最後は人間の腕が試されると思っています。



- ・ 上席執行役員 小池直(こいけ・なお)さん (右端)
- ・ 第2事業本部 第1セールス&リサーチ部 セールスU 松下崇浩(まつした・たかひろ)さん (左から2番目)
- ・ 事業企画本部 セールスマーケティングU 中田一隆(なかつた・かずたか)さん (左端)

担当者紹介

Present!

西岡様のご厚意で、記事内で紹介した『ごちレピライズ<タコライスソース>』を頂戴しました。抽選で120名の方に差し上げますので、応募詳細はP43をご覧ください。この場を借りてハウス食品グループ本社様に改めて御礼申し上げます。



「今回得られた調査結果と他の様々なデータを組み合わせて活用していきたい」
(西岡様)



中田さんは1年ほど前から視線推計の案件に関わっている



「社内にもきちんとフィードバックし、今後に活かしていきたいです」(松下さん)

伴走者としての意思を傳承して
ついでに

編集部 コロナ禍において、貴社がマクロミルに求めることにも何か変化はありましたか。

西岡様 オンラインでのインタビュー調査が増えているため、モデレーターのスキルがより重要になってきたと感じます。良い結果を導くには、やはり仕切りや課題抽出がより大切になってくるため、最近では調査会社を選定する際にも「どんなモデレーターがいるか」という面を重視するようになってい

Special Interview

Yuki Ota

プロフィール

太田雄貴 (おおた・ゆうき) さん

1985年11月25日滋賀県出身。小学3年でフェンシングを始める。種目はフルーレ。平安高校時代はインターハイ3連覇。高校2年時に全日本選手権優勝。2004年アテネ五輪男子フルーレ個人で9位、2008年北京五輪男子フルーレ個人で銀メダルを獲得、日本フェンシング界史上初の五輪メダリストとなる。2012年ロンドン五輪男子フルーレ団体でも銀メダルを獲得し、2016年リオ五輪後に現役を引退。2017年6月に日本フェンシング協会理事に就任すると、同年8月からは会長となり、現在2期目。2018年12月には国際フェンシング連盟副会長にも就任している。

2008年の北京五輪、2012年のロンドン五輪と2大会連続メダリストとなり、2015年にはフェンシング世界選手権で日本人初の金メダルを獲得した太田雄貴さん。現役引退後、2017年に当時31歳の若さで日本フェンシング協会会長に就任されました。2013年には国際オリンピック委員会(IOC)総会で最終プレゼンを行い、2021年に予定されていた東京五輪の招致成功に貢献したお一人でもあります。以前マクロミルにスポンサーをご提案いただいたことがきっかけで、今回お話をお聞きすることができました。選手だけでなく、協会会長としても第一線で活躍し続ける太田さんの考え方や人生観を探ります。

Special Interview

社会やビジネスの第一線で
“BORDERLESS”に活躍する人への
インタビュー企画

VOL.
03

日本フェンシング協会会長

太田雄貴さん



“ スポーツ界はビジネスの力で変えていける。
そのために「n = 僕」を徹底的に掘り下げる ”

「今年はコロナ禍で東京五輪が延期され、選手の皆さんはもちろん、会長である太田さんにも大きな影響があったかと思えます。1年延期されることになり、今はどのようなことにチャレンジされていますか。」

エンタメ性を追求し、
お客様を感動させる

太田:一つ挙げるなら、今は『フェンシング・ビジュアライズド』*という、剣先を可視化させるテクノロジの活用に挑戦しています。今年オンライン配信へと一気に行った、全日本フェンシング選手権大会(以下、全日本選手権)でも実装し、精度を上げられているので、来年の五輪に向けていつでも走り出しができる状態です。コロナの影響を受け、今年の大会は集客を前提とした形式から、オンライン配信へと一気に方針転換しました。そこで、お客様がいないからこそできるカメラアングルや照明位置など、細部まで徹底的にこだわったんです。様々なアーティストのオンラインライブを一通り見ると、ライブエンターテインメントの領域はかなり前進している。中にはお客様とZoomを繋いだり、ミュージックビデオのような演出をしていたりと、アーティストごとに個性が出ていました。

Special Interview

そういったアブローチの違いを体感しながら、大会の演出にこだわり抜いた結果、お客様からの反応もやはり良かったですね。コロナ禍におけるニュースタンダードとして評価されていけばと思っています。

僕は多少のアイデアは出るほうが可能かもしれませんが、決してアイデアマンではない。自分の考えつくアイデアなんてたかが知れていると思うんです。マーケティング能力も発想力でも、国内外にバケモノは沢山いますし。僕の場合は色々なケーススタディを参考に、何でもフェンシングに当てはめて考えるようにしています。人より多く数を打っているだけです。エンターテインメントやビジネス領域で当たり前にできていることが、スポーツ界ではできていない。まだないところにあるものを持っていくのが、ビジネスの鉄則だと思っています。そういう意味では、昨今様々なIT企業がこぞってスポーツチームを買収しているのは、スポーツ界に伸びしろがあるからでしょう。できていないことが多いから

『フェンシング・ビジュアライズド』
は下記よりぜひご覧ください



YUKI OTA FENCING
VISUALIZED PROJECT -
MORE ENJOY FENCING

に奇跡ですよ」という声も寄せられるようになりました。

「フェンシングは今やチケットが完売するほどの人気ぶりですよ。認知度、人気度を上げるために取り組まれてきたことを教えてください。」

太田：選手が大会で勝った時に正しいニュースを流してもらえよう、裏で整備してきました。基本的に選手は勝ち負けではなくニュースになりませんが、ポジティブなニュースは勝った時しか出せないものです。そこで大会結果を即確認し、メディアへ映像データを引き渡せるよう、インフラの整備に取り組んできました。

今は専門のPRチームを作り、国際大会なら夜中まで試合結果を追いかけて、最終順位が出たらすぐに大会の映像を編集しTV局に送っています。そうしないと地上波でニュースが流れないんです。TV局も製作費が圧縮されている中、支局はあれど、支局員を派遣できる日程が限られているので。そういう場合、当然ながらメジャースポーツが優先されるんですよ。

おかげさまで最近はニュースの露出も増えてきました。でも、それは裏で頑張っている事務局がいるからなんですよ。僕が会長になる前は専門のPRチームがいなかったの、こういった取り組みをやっていたら、なんならそういう発想すらなかった。でもそれ

こそチャンスがある領域ですし、スポーツ界はビジネスの力で必ず変えていけると思っています。

「太田さんの会長就任後、他にも様々な施策を行い、試合の観客動員数はたった2年で9倍にも増えたと聞いています。意思決定の背景には、マーケティングの考え方の重視があるのでしょうか。」

太田：そうですね。自分がお客様ならどう思うかという視点を大事にしています。

昨年は大きな大会が2つありました。1つは国内の全日本選手権、もう1つは外国人選手も出場するアジア選手権大会です。全日本選手権は、どちらかというとプロダクトアウトよりマーケティングだと思っています。「僕」を徹底的に掘り下げました。どうしたら寝ずに見てもらえるかとか(笑)。人の集中力が長くもたなくなってきた中で、どうすれば数

は当時の協会運営が悪かった訳ではなく、選手の強化で手一杯だったんです。今は協会に携わる人がものすごく増えていることもあって、「強化が大事」という方針から、「強化も大事」という考え方に変えました。以前の方針だと、強化されていない人からすれば不満が溜まる訳です。

日本代表は、あくまで国民の皆さんに元氣になってもらえるような活躍をオリンピックで見せることが重要です。すなわち、協会のキャッチコピー「突け、心を。」を体現し、フェンシングを取り巻く全ての人に感動体験を提供すること。大会の勝ち負けだけでなく、選手個人の言動や取り組み姿勢、練習態度なども重要と思っています。

「会長に就任されて、「突け、心を。」を打ち出していくことになったのですよね。「全ての人に感動体験を」を、キーワードの「つ」にしたのはどのような想いからでしょうか。」

時間も退屈せずに観戦してもらえ、試合間の演出も含めてエンタメ性を追求しています。一方で国際大会はプロダクトアウト型。当たり前ですが試合結果は調整できないので、日本人選手が上位に残る時もあるし、そうでない時もある。どうやって飽きずにギリギリ見てもらうかが難しいんです。

一般的に、スポーツ界では大会の格が高くなるほど、お客様は楽しめていないのではないかと、いう前提を持たれなくなりやすい。大会の格が高いほどマネタイズしやすいという考え方は間違っているんですよ。大会の格に関わらず、お客様が楽しめて、ワクワク、ドキドキする体験を提供できる方がマネタイズしやすいし、スポンサーものつてきます。

今はスポーツマーケティングを研究される大学の先生に協力いただき、観客に対してアンケートを取るようになりました。聴取項目は、総合満足度やまた来たいか、試合以外の演出面も面白かったか、それからスポンサー企業の認知度や、印象が良くなったかなど。複数の企業にスポンサーしてもらうため、協会としてどう戦っていくべきか、常にアイデアを出しながら考え抜いています。

太田：自分たちの存在意義を考えた時に、フェンシングがオリンピック競技だからでもないし、仮に競技から外されたとしても存在価値がなくなる訳じゃない。フェンシングに限らず、応援されるスポーツ選手の共通項は、観ている人にワクワク、ドキドキという感情はもたらす、何と言っても感動を与えられることだと思っんです。それをフェンシング協会でもしっかりと体現していきたいです。そのために日頃から選手には「それって本当に見ている人を感動させられる？」と問いかけ、意識してもらおうようにしています。

「相手を感動させることは、どのような企業でも大事にしていると思います。マクロミルでもミッションの「つ」に「お客様が心から満足し、感動するサービスを提供すること」を掲げています。太田さんが会長として意識されていることはありますか。」

相手の目線に立って、100%の力で挑む

太田：何事にも手を抜かないことだと思います。それは子どもにフェンシングを教える時も、こういった取材の時もです。例えば、仮に今日、僕が取材を5件入っていたら、僕からすると1/5になる。でも取材に来てくれる皆さんに



とっては1/1ですよ。もしかしたら会うのを楽しみにしてくれていたかもしれない。そういう時に、相手に1/5と少しでも感じられたら終わりだと思っているんです。ちょっとでも手を抜くと、相手からすれば仕事ではなく作業されていると受け取られてしまう。なので、物事に10個取り組むときは、1/1を10回やるイメージで向き合います。

五輪でメダルを獲った後は、何十回、何百回と同じ話をする訳です。「あの時の一本は何を考えていましたか?」「残り何秒の時、どんな気持ちでしたか」と。同じ質問をされても、毎回初めて答えるように心掛けないと、「前言いましたけど」というトーンが伝わってしまう。繰り返しになりますが、相手にとっては1/1の機会になるので。

「目の前の物事に全力で取り組んでい
らっしゃるんですね。」

太田:そうですね。自分に明確な目標があれば逆算で良いんです。私はいつまでにこうなりたいという姿があれば、例えば会社でもいつまでにこのぐらいのポジションに昇格していきたいとか、転職したいとか。分かりやすい目標があれば、逆算してそれに向けたロードマップを組めば良い。

ただ、僕たちの世代は皆、本当にこのままで良いのかなと思っている訳で、

すよ。終身雇用が破綻し、このままここでずっと働くのかな、転職のチャンスはあと何回だろうかとか、皆それぞれ色々なことを考えているはず。明確な目標なんて、持っている人のほうが少ないと思います。こうなりたいという姿はあっても、それをいつまでに実現したいかという、日付まで正確に決めている人はあまりいないでしょう。スポーツ選手はやりたいたいことや、目指している夢からの逆算はできるんです。でもそのピン(目標)は、4年に一度の

祭典に向けてのもの。東京五輪は延期されていますが、本来は2020年7月24日の開会式からの逆算で、どの選手もロードマップを組んでいたんですよ。五輪で成績を残すには、一年前の世界ランキングでこのぐらいの順位にいないければなど、ある程度考え方のフレームが用意されています。その中で、各々が懸命に頑張っていくんです。スポーツ選手が掲げている目標は自分が決めたもののように見えますが、実は他人に決められた目標なんですよね。

ただ引退後は、現役時代ほど分かりやすい人生のピンはなくなりまして。だからこそ、ピンから逆算する能力か、それ以上に「私はこうなりたい。次のピンはここだ」と指せる能力の方が求められているように思います。人生でピンを指し続けられる人はとても強い。だけどそれは特殊能力で、持っている人はあまりいないように感じます。だからそういうタイプでない人は、目の前の物事を着実にやっていくしかないんですよ。それが、ステイブ・ジョブズの言う「Connecting the dots(点と点を繋げる)」にも繋がる話だと思います。

毎日目の前のことに全力で取り組めば、振り返ると必ず成長しています。やりたいことがない人は、少し背伸びをしないと届かないぐらいの環境下で、言ってしまうは溺れながら前進するのが一番良いと思うんです。僕は比較的、

昭和っぽい考え方なのですが、人間はどんなに強い意志を持っていても、置かれた環境でしか人生を変えられない。ぬるい湯に浸かったらぬるくなります。でも厳しい環境に半年、1年、3年でもいれば、できることのレバートリーが圧倒的に増える。だから若い時は、苦しい職場環境を選んだ方が自己成長しやすいと個人的には思います。たとえ他人からブラックだと言われても、自分に信念さえあればそうは感じませんから。

“ やりたいことが明確になくても大丈夫。
目の前の物事を着実に取り組めば、必ず道は拓ける。 ”

「太田さんはピンを指せるタイプですよね?」

太田:全然指せません。指すのは相当難しいと思います。正直な話、今は会長や国際連盟副会長など複数の要職に就いていますが、どれもなりたくてなった訳じゃないんです。こんなことを言ったら怒られると思うんですけど(笑)。結局、他人に決められているんですよ。もつと言つと、五輪という経済圏の中で競争させられている訳で、

なので、会社の社内レースと変わりません。ピンを指しているように見えて、誰かに指されているんだと思います。そういう背景で、たまたまご縁があって会長に就任したのですが、僕は31歳の就任時まで社会人として働いたことがなかったんです。決裁権限を持ち、「何かあったら僕が責任を取るからやろう」と新しいことにいくつも挑戦してきました。振り返ればしんどいことも沢山ありましたが、営業や企画、財務、マーケティングなど全てに携わることができたのは本当に幸運だったと思います。

会長の任期は来年6月までですが、やらなくてはいけないことがまだまだあります。今後私が協会からいなくなったとしても、組織として自走できる仕組みを作りたいなど、今取り組んでいることの一つは、ふるさと納税の仕組みを活用し、自治体とともに個人からの寄附を受け付けることです。助成金、補助金の減額が進む中で、どのように自己財源を確保するかが課題になっていきます。この仕組みを活用できると、新たな見せ方ができるようになると思いますし、こうした取り組みの積み重ねが、今は伸びしろだらけの協会をより強い組織に変えていけると信じています。



太田さんの御著書「CHANGE 僕たちは変われる 日本フェンシング協会が実行した変革のための25のアイデア」では、太田さんがなぜフェンシング協会を進化させられたのか、様々な変革の指針が記されています。きっと仕事にも通じるヒントを得られるはず。抽選で5名の方に直筆サイン本をプレゼントします。詳細はP43をご覧ください。



PRESENT

今号のプレゼントは、「CLIENT VOICE」(P30 ~ 35)でご紹介したハウス食品グループ本社株式会社様からいただいた「ごちレピライス<タコライスソース>」を、なんと 120 名様にプレゼント。さらに「Special interview」(P36 ~ 41)に登場いただいた太田雄貴さんのサイン入り御著書も差し上げます。

リモートワーク中のランチにぴったり!



ハウス食品グループ本社株式会社様からいただいた
「ごちレピライス<タコライスソース>」

来年は沢山読書をしようと思ったあなたへ



CHANGE 僕たちは変わる
日本フェンシング協会が実行した変革のための25のアイデア
太田雄貴さん

応募方法

右記のQRコードよりアンケートにご回答ください。回答者の中から抽選で125名の方にプレゼントいたします。沢山のご応募をお待ちしております!

アンケート回答締切: 2021年1月20日(水)

当選者の発表は、賞品のお渡しをもってかえさせていただきます。



vol.162

Editor in Chief Takako Shimose

Designers Masakazu Tashiro
Ryukun Matsuzaka
Akiko Yanagawa

Editorial Staffs Manami Kohsaki
Nozomi Iwahara

Message 新しい年を迎えるにあたって、皆さんが今後の働き方やキャリアプランを考えるきっかけになればと思い、本特集「先輩たちの軌跡」を企画しました。先輩社員も皆、挫折や苦勞を沢山経験してきていますし、悩みながらも一歩ずつ進んできたから今のキャリアがあること。それから、長い社会人生活の中でモチベーションに波があるのも当たり前のことを、特に若手の皆さんに知ってもらえればという想いで取材を進めてきました。

仕事が思うように上手くいかなかったり、やりたいことが見つからなかったりと、悩みは人それぞれですが、今回取材した皆さんの共通点は、壁にぶつかっても逃げずに自分から何かアクションを起こしていたことかと思えます。上司や周囲に相談してみたり、仕事に活かせる本を読んだり、時には徹底的に自己分析を試みたり。上手くいかなかった時を振り返ってもらおうと、何名かの方は「転職も考えたけれど、今転職しても絶対上手くいかないと思った」と、冷静に踏み止まった経験があることも印象的でした。まさに今キャリアに悩んでいる方に、何か感じていただけるものがあれば嬉しいです。

編集部一同