

9割の会社ができている、会議での正しい「頭の使い方」

会議再生屋  
が解説！

メンバーの頭を動かし顧客を創造する

# 会議の強化書

会議再生屋 高橋輝行 著

2021年9月9日発行

株式会社あさ出版(代表取締役:佐藤和夫、所在地:東京都豊島区)は、高橋輝行 著『メンバーの頭を動かし顧客を創造する 会議の強化書』を2021年9月9日(木)に刊行いたします。

会議でメンバーの頭脳が動き出す新しい組織マネジメント手法

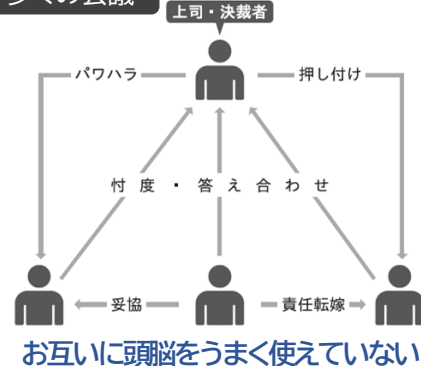
かつて、日本の企業はモノやサービスで世界を感動させ、ジャパンブランドを築き上げました。しかし、今は「日本からGAFAがでない」などと報道されるようにその勢いはありません。その理由何か？

それは「頭を使って『会議』をしなくなった」からです。

本書は会議再生屋として100を超える企業の新規事業・新商品プロジェクトに携わってきた著者が実際に現場で実践し、体系化した、**今いる社員の頭をフルに動かし、「新たな顧客」「新たな価値」生み出す会議**のやり方を紹介するものです。

コロナ禍で多くの業界が顧客を失っている今こそ必要な一冊です。

多くの会議



タイトル:メンバーの頭を動かし顧客を創造する 会議の強化書

ページ数:216ページ 著者:高橋輝行

価格:1,650円(税込) 発売日:2021年9月9日

ISBN:978-4-86667-304-2

## 【目次】

第1章 社員の頭を武器に変える「思考のフレームワーク」

第2章 社員の頭を強く動かす「ディスカッションの型」

第3章 顧客を生み出す会議(方針・企画・実行手段編)

第4章 顧客を生み出す会議(実行・検証改善編)

第5章 会社の会議を再生するためにやるべきこと

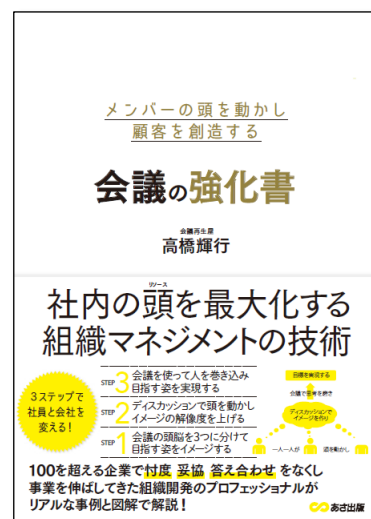
## 【著者プロフィール】

高橋輝行(たかはし てるゆき)

会議再生屋

1973 年東京生まれ。東京大学大学院理学系研究科を修了後、博報堂にて教育エンタメ系企業の広告・PR・ブランディングを実施。その後、ベンチャー企業を経て経営共創基盤(IGPI)にて、ぴあ の経営再建を主導。2010 年KANDO 株式会社を創業。会議を使った価値創造の組織マネジメント手法を開発。中堅・中小企業を中心に100 社以上の新商品/ 新事業開発を推進。座右の銘は「知行合一」。桜美林大学大学院 MBA プログラム 非常勤講師、デジタルハリウッド大学メディアサイエンス研究所 客員研究員。

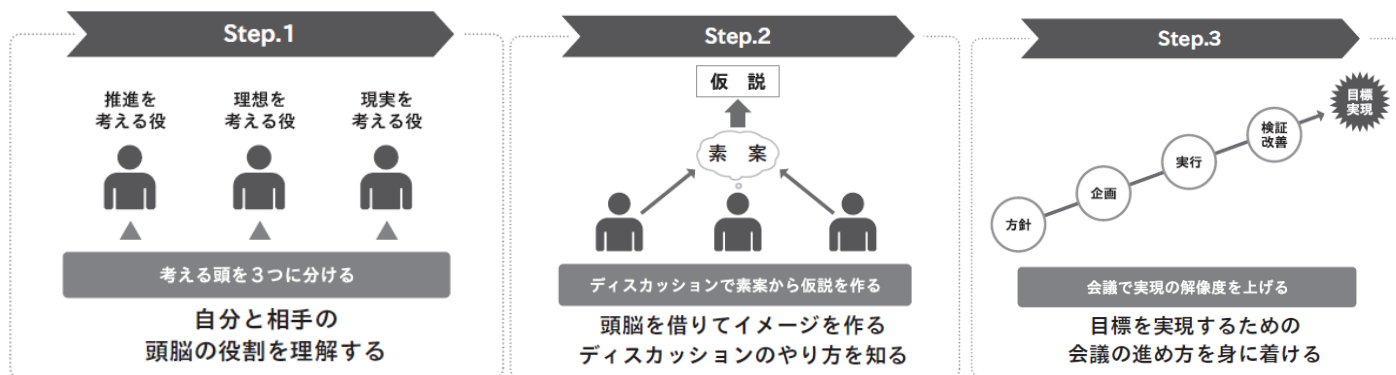
著書に『ビジネスを変える！一流の打ち合わせ力』(飛鳥新社)、『頭の悪い伝え方 頭のいい伝え方』(アスコム)他。



## 3ステップで新しい顧客が生まれる！

※本書より抜粋要約

顧客を創造する組織にするには、組織に成果を上げさせる役割である経営層やマネージャーが、「メンバーの頭脳を借りて目標を実現する3つのステップ」を理解しうまく操り、メンバーの脳力を高め行動を加速させていくことがポイントです。

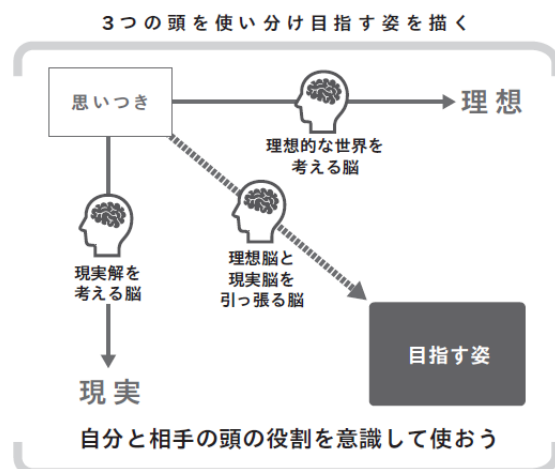


## 3つの頭を使い分け目指す姿を描く

※本書より抜粋要約

顧客創造を考える時は、「理想」と「現実」、そして「推進」という3つの「考える頭」を使い分ける必要があります。

顧客を創造する会議では、このように3つの役割を分け、アウトプットを作り出すことに重きを置いて進めていきます。



## 「顧客を創造する会議」を体験していただいた感想

コロナ禍で急増したオンライン会議は、従来の対面会議ではオブラートに包まれていた個々人の実力を白日の下に晒す。いまいちど「会議」というものへのスタンスを再検証するよい機会となった。

桜美林大学 大学院 准教授

ワクワクし、創造力を発揮する会議は新鮮！

参加メンバーが、事前に準備をするようになり、参加者の情報レベル、理解度が合い、議論がスムーズに進み出した。

食品メーカー ブランド戦略本部長