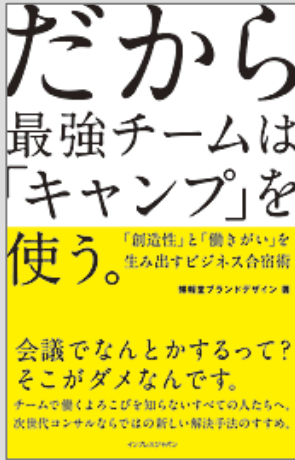


だから最強チームは「キャンプ」を使う。

—「創造性」と「働きがい」を生み出すビジネス合宿術—



著者: 博報堂ブランドデザイン
 刊行: 2010年8月23日
 出版社: インプレスジャパン
 定価: 本体1400円+税

<目次>

第1章:なぜ会議ではダメなのか

会議では解決できない問題が増えている
 会議課題に適さない3つの要素
 ビジネスキャンプの「はっきりとした効果」
 「なんとなくよくない」の正体
 「組織のらしさ」が求心力をもたらす
 「らしさ」と「らしさ」をどうかけ合わせるか
 メンバー全員に「変化」をうながす

第2章:ビジネスキャンプをデザインする

ビジネスキャンプのフレーム
 開催までにナビゲーターが果たす2つの役割

第3章:ビジネスキャンプを動かす

「右脳のなもの」と「左脳のもの」の融合を 等

本書では、まず「なぜ会議ではダメなのか」—従来の会議やワークショップでは解決できない問題を明らかにし、なぜそれらの問題に対して「ビジネスキャンプ」が効果を発揮するのかを解説します。そして、実際に読者が「ビジネスキャンプ」を実践できるよう、目標設定や参加メンバーの選定、場所の設定といった準備の方法から実際の運営方法にいたるまで、具体的かつ詳細に説明しています。

戦略的にレクリエーションなどを実施する「ビジネスキャンプ」は、参加メンバーの「公」の部分だけでなく、「私」の部分の解放につながります。メンバー個人の感性や価値観を、組織の「らしさ」に組み込むことで、より個人が仕事にやりがいを感じる、創造的な組織をつくりあげることが可能となります。

マネージャー・プロジェクトリーダーはもちろん、経営者や人事担当者まで、組織を創るすべての方々にお読み頂きたい一冊です。

【ビジネスキャンプとは】

「チームがうまく機能していない」「メンバーの能力が十分に活かしきれしていない」といった悩みを、多くの会社や組織が抱えています。それらの悩みは複雑かつ多様な要素が絡み合っている原因となっており、なかなか解決の糸口が見つからないのが実情です。そのような困難な状況を解決するための手段が、チーム全員でおこなう「ビジネスキャンプ」。会議でもなく、単なるレクリエーションでもなく、「合宿」形式で行う課題解決プログラムです。

※博報堂ブランドデザイン
 ブランド戦略の立案から、ブランディングに関わるアウトプットの開発・制作までをワンストップで実行し、一貫したブランド構築ソリューションを提供するブランディング専門チーム。事業戦略/CI/ネーミング/空間開発/商品開発/インナーブランディングなど、様々なブランド領域におけるコンサルテーション業務を行っています。

<http://www.h-branddesign.com/>



hakuodo brand design