



会議の生産性を高めるために 知っておきたいテクニック

①会議が非効率になるのは 2つのタイプの違いを理解していないから

働き方改革がどの企業でも取り組まれている昨今、非効率の象徴の1つに会議があると思います。「時間通りに終わらない」「意見が出ないでシーンとする」など、会議の進め方はどうするべきなのでしょう？

実は会議には大きく分けると2つのタイプがあります。1つは、アイデアを出したり、問題解決の打ち手を考えるような「創造会議」。もう1つは、報告や連絡、調整、交渉などを中心とした「定型会議」です。

〈会議のタイプ〉

- **創造会議**……アイデア、創造性を求める会議
- **定型会議**……情報共有が主目的で、創造性はあまり必要でない会議

そしてこの2つはサッカーと野球くらい進め方が違います。2つのどちらを今やっているのかを意識しておかないと必ずと言っていいほど時間オーバーになるものです。

「創造会議」はディスカッションとかブレストなどとも言われますが、これはアイデアを出したり、課題を出したりと色々な意見を言わなければいけません。ところが得てして、アイデアを出しても否定されたり、もうちょっと良いアイデアがあるのではないかといつまでもダラダラと議論が続くことがあるでしょう。

一方の「定型会議」は情報共有や定例などとも言われますが、これは様々な情報を報告したり共有したりするので、前半の情報共有にちょっと時間を使ってしまうと、後半時間切れになったり、脱線したりと何を話しているのかが分からなくなり時間だけが過ぎていくことがあるでしょう。

そういった「創造会議」と「定型会議」のそれぞれを上手に進めるためのコツと総務の皆さんに準備しておいてほしいオフィスのツールについてちょっと考えてみたいと思います。

②「創造会議」は発散と収束を分けることが スピードアップのコツ

「来期の新商品企画をどうしよう」「営業の売上げ拡大の施策を考えなければ」など、アイデアを出さなければいけない会議は1つの議題をまとめるだけでも長い時間がかかります。多くの場合で、「〇〇〇してはどうでしょう」と誰かが言うと、「いや、それにはこんな問題がある」と別の人が否定して、また別の人が「じゃあ、△△△するのはいかがですか」と言うと、「でも、それには予算が必要ですよ」とまた否定したりします。そもそも全てのアイデアには何らかの欠点があるものです。品質を求めればコストが高くなりますし、スピードをあげればミスが出るかもしれません。

つまりアイデアを出すときには、欠点のあるアイデアも一通り出し尽くしてから、出たアイデアを比較検討してより良いものに練り上げていくというやり方をした方が早く終わるものです。これを「発散(アイデア出しのフェーズ)」「収束(アイデアを選び練り上げるフェーズ)」と言います。

この発散と収束を分けて行う、まずは欠点のあるアイデアも否定せずにたくさん出してそれから絞り込む、そういったやり方をすることで創造会議の生産性は少なくとも2倍以上になるでしょう。



「創造会議」…発散と収束を分けて行う

- Step1** 付箋にアイデア書き出しホワイトボードに貼る(発散)
- Step2** 貼り出したアイデアを見ながら議論する(収束)

そのために必要なツールはホワイトボードでしょう。ホワイトボードに出たアイデアをとにかく書き出していき(これが発散です)。そのあと書き出したアイデアの優劣を冷静に比較する(つまり収束ですね)。書かれた文字を見ながら議論するだけで随分と冷静に判断ができるようになるはずですよ。

できれば付箋もあるといいでしょう。参加者がそれぞれ付箋にアイデアを書きながらホワイトボードに貼って議論すると参加意識もたかまり盛り上がりやすい雰囲気を出産できるでしょう。

③「定型会議」は議題の数を事前に確認することが時間通りに終わるコツ

一方、報道相を中心とした「定型会議」での発言は、「先週の訪問件数は21件、そのうち提案につながったのは7件です」「受注できそうな案件はいくつあるんだ?」みたいな流れでしょう。上司が、メンバーの報告を順番に聞きながら、質問をしたり指示をしたりする。1時間で報告する人が7人とか10人いたりする。ちょっと油断して1人にかかる時間が15分とか使ってしまうと、あとの報告者にシワ寄せがいてしまい、最後の数名はバタバタと1~2分での報告になる。

ゆえに、定型会議で大切なのは、会議のスタート時にいくつの議題(報告事項)があって、それぞれ何分くらいの時間を使うのかをメンバー全員で共有しておくことが大切です。仮に報告者が6人いて、1時間の会議とするならば、1人当たりの持ち時間は8分程度にするべきです。10分とすると必ずズルズル遅れます。

そういった確認をしておけば、参加者としても時間を意識して報告するようになるでしょう。

定型会議をうまく進めるために必要なツールとしてはホワイトボードがすぐに思いつきますが、会議室にモニターを設置し、パソコンをつないで議題を表示しながら進めるのも有効です。ホワイトボードでもいいのですが、定型会議は効率的な情報共有が命です。会議の冒頭にパソコンで議題を打ち込んでおき、それをモニターに投影して時間配分をメンバーと共有します。

そして、その議題の下に、決まったことや検討することなどをタイピングしながら進めていけば、それがそのまま議事録になりますので、会議の時短を進める上で非常に効果があります。



「定型会議」…時間を意識する

- Step1** 議題や時間をモニターに投影する
- Step2** 会議での決定事項や検討事項を議題の下に入力する(そのまま議事録に)

もちろん、会議室には目に留まりやすい場所に時計をおくことや、ドアを大きめのガラス仕様にしておき次の会議に来た人がドア越しに早く終われとプレッシャーを掛けやすいようにしておくなどの工夫もあるでしょう。

会議のコツとそれを促進する空間づくり、会社の生産性を高めるためにぜひご検討ください。



外からも会議の様子が分かるように壁やドアをガラス仕様にする



コクヨ株式会社 経営管理本部

下地寛也

コクヨ(株)入社後、行動と環境(創造性、コミュニケーション、場のあり方等)に関する研究・分析を担当。2003年より、クライアントの企業変革のコンサルティングや研修コンテンツ企画を担当する。著書『コクヨの3ステップ会議術』、『プレゼンの語彙力』(KADOKAWA)、『コクヨのコミュニケーション仕事術』(総合法令出版)、『困ったら、「分け方」を変えてみる。』(サンマーク出版)、『一発OKが出る資料 簡単につくるコツ』(三笠書房)等

Office Renewal お客様の声

四国石油株式会社様



好事例

※2018年ACW優秀事例賞受賞



オフィスリニューアルの狙い

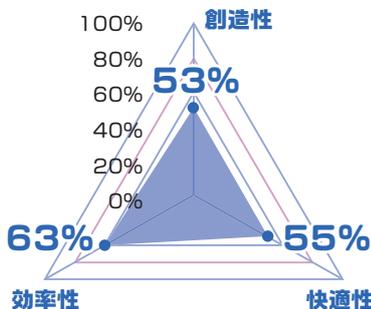
- 今までの働き方を見直し、生産性を高め、社員間で気軽に意見交換できる雰囲気をつくりたい
- 人材採用・定着のため、温かい空気感をつくり、企業イメージを高めたい

社員の働き方を変えるため、会議室のリニューアルを実施

- 働く環境診断「はたナビPro」により、働く環境の課題など現場の声を見える化

診断結果

「働きやすさ」の満足度



〈優先検討テーマ〉

- ✓【創造】創造性を促進する会議の仕方
- ✓【創造】コミュニケーションを促進する働き方
- ✓【効率】効率的な会議の仕方

- リニューアル後のイメージをつかむために、ココヨのライブオフィスを見学

※ACW(ACTION TO CHANGE WORKSTYLEの略)とは・・・お客様に対し、働く人一人ひとりが「働きやすい環境」を提案し、効率性・快適性・創造性の向上に取り組んでいくココヨが主催する活動です。

「コミュニケーション向上」と「生産性向上」を両立するための会議空間を構築

リニューアル前の課題

- 建物の老朽化により、会議室周囲の音漏れや隣接する喫煙室からの臭い漏れや空調が効きにくいなどの問題があった。
- 採用面接で、受験者が会議室を見て表情が曇ったことがあった。
- 会議室でありながら、ロッカールームと化していた。



After



創造性

壁面にシートタイプのホワイトボードを設置。思いついた意見やアイデアを書きだして、すぐに議論することができる



創造性

会議だけでなく、リフレッシュスペースとしても活用し、社内コミュニケーションを促進

●スチールパーティションや壁にワンタッチで取り付けて、室内の音環境を改善する吸音パネル「サウンドアブソーション」



●ガラス製の間仕切りを設置することで、明るさを確保しながら、音漏れや煙漏れ、空調対策も同時に実現。周囲を気にせず話することができる環境に

プロジェクターを天井から吊るし、リモコン一つでスピーカーに起動



効率性

●スクリーンを設置し、ペーパーレス会議を実施



●スクリーン前に照明を設置。スイッチにシールを貼ることで、「ON⇄OFF」をスムーズに。

●以前に比べ、会議準備にかけていた時間が、大幅に削減されました。プロジェクターをワイヤレス接続することで、使い勝手がよくなり、会議進行が非常にスムーズになりました。

●活用度を高めるために、今後は、会議室を使ったランチイベントなども企画し、従業員間の連携を更に強めていきたいと思っています。



取材にご協力頂いた
四国石油株式会社(右から)
代表取締役社長 国東宣之様
総務部経理課 課長 上所孝広様

会議室を一新し、採用面接や社員の憩いの場など、多目的に活用できる空間に

お客様情報

四国石油株式会社

所在地 | 香川県高松市
 設立年 | 1952年
 従業員数 | 90名(他パート、アルバイト)
 事業内容 | 石油製品(ガソリン・軽油など)の小売・卸売、
 住設機器・ガス機器・太陽光発電などの販売ほか