



ELFEN

Promotion



ELFEN

Discussion

クラブ運営の中心はやっぱりチーム。そのチームをどう動かしていくか、がまさにクラブ運営になります。それを支えるべく奔走しているのが、マーケティング事業部と強化部です。先に強化部についてお話をすると、わかりやすいのはアカデミーといった下部組織で、ここはまさに若手選手の育成をしています。その他にも外国籍選手を含めて新しい選手を獲得するためのクラブ交渉、所属選手の契約更新、選手の発掘やスカウティング、監督やコーチなどの指導環境や競技環境の整備などが、主に強化部の仕事です。試合に勝つための準備を一手に担っているのが、強化部です。

一方、マーケティング事業部は[運営・社会連携部]と[プロモーション部]の2つに大きく分かれています。前者は、スクール事業やファンクラブ(ファンコミュニケーション)、試合運営や地域貢献活動など、クラブを知ってもらうために活動していく部門です。後者は主に、パートナー企業との連携や新規パートナー営業、グッズの企画制作などを担当していて、クラブの価値を高めていくためにアクションしていく部門です。まだまだそうした組織体制についても動きながら、議論して整理して、ひとつずつ確認しながら整備しているような状況です。私は、マーケティング全体を網羅的に見ながら、主には試合運営部分を担当しています。安全に滞りなく、試合がスムーズに流れて終わるような様々な準備をします。そうした安全面はもちろんですが、試合に来られた方により楽しんでもらえるように、場外イベントだったりの企画運営(キャスティングから進行台本の準備まで)もひとつの仕事です。試合運営は、プロモーションであったり、いろいろな部門とも密接に繋がっているように考えています。

このクラブ運営という仕事は、良くも悪くも自由で無限で、業務範囲が明確に決まっているわけではありません。各担当者が考えてアイデアを練っていくと、やれそうなこと・やりたいことがどんどん増えていきます。そして、気がつけば各担当者が多くの業務を抱えて、ツメツメになってしまっているケースがこれまでよくありました。業務量が増えて忙しくなっていくので、所謂ハウレンソウ(報告・連絡・相談)をする時間も惜しくなり、組織だったチームプレーではなく、個人プレーになってしまうことが多かったです。連携すべき部分も連携しきれなかったりして、効果を最大化出来ていませんでした。

自由であり、無限。難しくもあり、面白くもある



ちふれ AS エルフェン埼玉は、日本初的女子プロサッカーリーグである[WEリーグ]に所属する女子プロサッカークラブ。狭山を本拠地に活動していた[狭山市地域少年団アゼリアFC]が前身。狭山市、飯能市、日高市、熊谷市とホームタウン協定を締結、蕨市とはサポータータウン協定を締結し、女子サッカーに特化したクラブ(男子チームの無い女子チームのみのクラブ)として活動中。

お話を聞いたのは、強化部



竹内 佐智佳

株式会社エルフェンスポーツクラブ
ちふれ AS エルフェン埼玉 マーケティング事業部 運営・社会連携部 部長。
主に試合運営を担当しながら、マーケティング事業を包括的に管理している。前身の「狭山アゼリアFC」には選手としても所属。そして実は・・・
“エルフェン”というクラブ名の名付け親!?

9

クラブの価値を高めるべく、日々奔走する株式会社エルフェンスポーツクラブ・マーケティング事業部。気持ちをひとつに事業部の一員としてプロジェクトに参加し、部門を跨いで横断的に動きながらクラブの価値向上にチャレンジしています。エルフェンさんとの挑戦は、まだまだこれから。

現実思考から離れて、アイデアを吐き出せる自由空間

これまではアイデアを出し合おうとしても、現実的に誰がやるの?いつ出来るの?と考えてしまっていました。限られた人数でクラブ運営をしているので、当然ながら。ある種いろいろとブレーキがかかっていたように思います。だけど、グースさんがいる事で一旦、現実的な思考から離れて取り敢えずこんなのだろうか?あんなのもいいよね?と自由に吐き出すことのできる空間が生まれたように思います。現場に張り付いている社内の人間だけで話をすると、どうしても答えを急いでしまう、というか。だから、答えを急いで見つけようとせずに、アイデアだったり疑問や気づきなどをフラットに話せるようになってきているように思います。狭くなってしまっていた会話が、あっちこち脱線も出来るようになって、会話の幅が広がったような感覚です。

最初は、新たに人材を雇用することも考えていました。ただ、果たしてスムーズに意思疎通が図れるのか、同じようなカルチャーというか、スタイルでうまく連動して一緒に動けるのか、という懸念がありました。仮に、意思疎通が図れたとしても、もしやめてしまったらそれがゼロに戻ってしまい、また新たな人材を雇用してゼロから教え込んでいかなければならない。そこに難しさを感じていました。だから新たに人を雇用して内部に抱えて、役割を割り振って、業務を与えて働いてもらうのとは異なる形をしばらく模索していました。一方通行的ではない働き方、業務の進め方を考えていました。



もし退職してしまったら、また逆戻り

good things. good thinking. good things.

何を基準に、どういう手順で判断するか、をチームの財産に

そこでグースさんがチームに加わってくださり、定期的にミーティングを実施して、各担当者が何を考えて、いま何を進めている、どこに困っているのか、が見える化されてきている効果はすごく感じます。そしてそれらが「見えて把握できる」ことの重要性を改めて認識しました。この業務とこの業務を組み合わせたらいいんじゃない

かなど、課題や目標に対して効果的なアプローチをグースさんが考えて提示してくれる。ある種、業務の再編集みたいなことをしてくださっていることは非常に助かっていますし、効果を感じています。

他にも、こういうサービスがあるからこれを使ったら効率的に対応できるんじゃないか、とか。そういったアイデアをグースさんが、ちょこちょこ小まめに教えてくれることも助かります。限られた知識や経験の中でそういったサービスを探すことも時間がかかりますし、類似サービスを比較して、どのサービスが課題や目標に直接的に有効なのかを判断するのも、どうしても時間がかかります。サービスひとつを選ぶにしても、何を判断基準にして、どういう手順で選んでいくかは特に、若手スタッフにとっては気づきが多いように思います。いろいろな知見が溜まりますし、若手スタッフの成長にも繋がってチームがアップデートされていくように感じます。

グースさんとキャッチボールをしながら、情報を集めて比較して、選別して、判断していく。グースさんが情報を集めて整理している間に担当は別の業務を進める。タネ(ヒント)を集めて選別して、グースさんがちょっとずつ水やりをしてくれて、気づいたら芽が出てくる。少しずつその芽が成長して、スクスクと育っていく。これまで自分たちが抱え込んでいたものを、グースさんに渡すと自分たちの手の離れたところで(手動なんですけど)自動的に事が進んで前に動いていく。新鮮で面白い組み合わせだなと感じています。主にオンラインで遠隔でのコミュニケーションですが、これだけの事が出来るんだな、と思っています。

双方向の
コミュニケーションが
取れる
月額サブスクリプション?

だから月額サブスクリプションではないですが、グースさんに情報を渡すとそれらをつまやく分解したり、編集したり要約したりしてくれて、各担当者と連携して具現化してくれるようなイメージです。ポストイットじゃないですけど、書き込んでおくと、これはこっち、あれはあっち。これは後で、これはスピーディーに、と分類してくれるような感覚でアイデアを投げ込める場所のような感じです。もちろん、アプリみたいに一方通行のコミュニケーションではなく双方向でキャッチボールが出来るので、コミュニケーションの取れるアプリみたいな、笑。だから、私としてはありそうでなかった、すごく新しい仕事の在り方だなと思います。

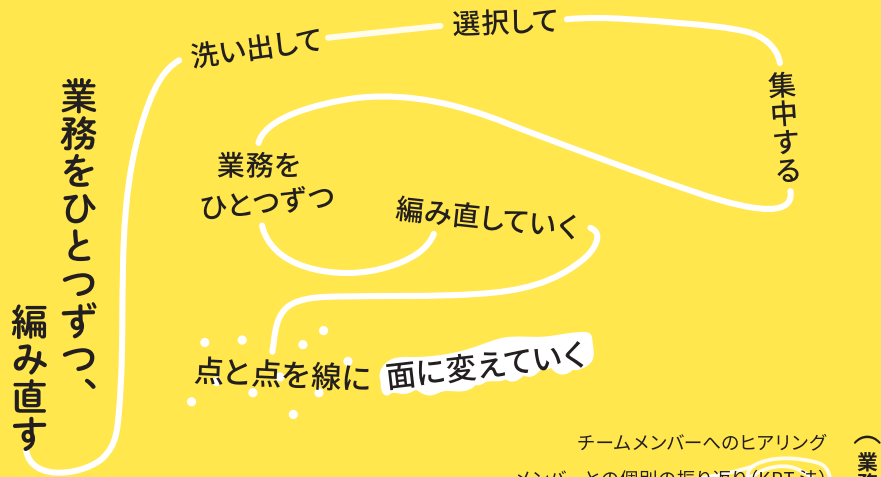
自分たちの手の離れたところで
流れるように事が進む

あれをくっつけて、業務を編み直しながら



AFTER VOICE

みんな頑張っているけど、良い成果が出ない、効果を最大化出来ない・・・それはスポーツにおいても仕事においても、チームプレーが求められる場面では共通して起こり得ることだと思います。それは、エネルギーが分散してしまっているからかもしれません。



(業務実績)

- チームメンバーへのヒアリング
- メンバーとの個別の振り返り (KPT 法)
- 年間スケジュールの見える化
- タスクや検討課題の一覧化と一元管理
- 社内コミュニケーションツールの導入
- 定期ミーティングのファシリテーション
- ツールやサービスのリサーチと提案
- 課題解決に必要なアイデアの提案
- ファン感イベントの企画運営
- ポスターなどの各種制作
- 公式サイトの運用保守管理
- 公式 SNS コンテンツの企画運営
- 公式 SNS の運用保守管理
- 営業用資料など、社内資料の新規制作
- オリジナルグッズの企画制作
- 所属選手との意見交換会の定期開催

時にはある業務を思い切って止め、捨てることも必要かもしれません。しかし、それは内部のチームメンバーだけでは難しいものがあります。それぞれの担当者は、それぞれの業務に想いを持って向き合っているからこそ。

KPT 法

担当業務において、Keep (続けるべきこと)、Problem (解決すべき課題)、Try (挑戦すべきこと) を各メンバーと話しながら整理し、シートにまとめてチームで共通認識化しました。

選手とコミュニケーションしながら
アットホームに、温かく

このフロントとの距離感、アットホームな雰囲気はクラブの特徴だと思います。とても温かい。日々、チームのためにああしよう・こうしようという懸命に動いてくれているのがよくわかります。真面目な時は真面目に真剣に、一方で一緒に笑ったりする時間も沢山あります。何でも相談しやすいですし、とても話がしやすいです。グースさんも初めてオンラインした時は、何となく認識はしてましたがちゃんとお話するのは初めてだったので少し緊張していましたが、会話が始めればいつも接しているフロントスタッフのみんなと同じ空気感で。柔らかい、というか、幸せそう、というか、笑。すごく、楽しかったです。当然サッカーは疎かには出来ませんが、これからはグースさんとこのままお話をさせてもらったりしながらプロモーションであったり、色々な部分で選手の持っているアイデアが一つずつカタチになっていくといいな、と思っています。これからも楽しみです。

プロサッカー選手を目指すきっかけになれば、嬉しい



プロモーションなど興味を持ってもらうためのアクションも大事、でもやっぱりサッカーも大事。常に上を目指し続けたいという気持ちは強いですし、私のプレーを見て「キーパーをやってみたい! プロサッカー選手になりたい!」と思ってくれる子どもが一人でも多く増えてくれたらいいなと思います。子どもたちに憧れられる選手・存在になりたいです。私自身もプロサッカー選手になったのは、小さい頃に憧れたプロサッカー選手が居たからなので。誰かにとって、私もプロサッカー選手を目指すきっかけになれば嬉しいな、と思っています。



お話をうかがった浅野選手



選手自ら、アクションを

より興味を持ってもらうために

浅野 菜摘
 ちふれ AS エルフェン埼玉 / 選手
 1997年4月14日生まれ、神奈川県出身、背番号1番、GK / ゴールキーパー。第19回アジア競技大会(2022/ 杭州)サッカー女子日本代表で、優勝メンバー。JFA アカデミー福島から、ちふれ AS エルフェン埼玉に加入し、エルフェン一筋、中心選手として活躍している。

WEリーグに参入してからは、対戦チームのファン・サポーターも含めてたくさんの方が注目をしてくれるようになったな、という印象です。WEリーグ参入前とは大違いです。一方でエルフェンというクラブの認知度を考えると、まだまだ足りていない印象で・・・私たち選手が行動を起こすことで応援してくれる人や興味を持ってくれる人を増やせるんじゃないか、という気持ちでSNSでは積極的にクラブのことを発信しています。

これまでは大学に通ったり、仕事をしながらサッカーをしていたのですが、WEリーグに参入してからはプロ選手としてサッカーに集中できる環境を用意してもらいました。サッカーが仕事になったんだな、と。そうやって考えると、クラブをプロモーションしていくことは、プロサッカー選手の仕事のひとつなのかもしれないな、と考え方にも変化がありました。サッカー選手なのでプレーで魅せたり結果を出すことは大前提ですが、そういった想いから自らクラブを盛り上げることも大切なことだと思っています。

発信すること、それも、私の仕事のひとつかもしれない

you winning. you things. good thinking.

でも何というか、自分で写真を撮って文章を書いて発信するのは、恥ずかしさもあるんです。だから、グーさんが写真を選んで文章もうまく編集して、SNSにポストしてくれるのは凄く助かるんです。その投稿にファン・サポーターの方が喜んでくれたり、応援コメントを色々書き込んでくれたりしてくれるのを見ると嬉しいですし、あそこうして発信していいんだ、という安心感みたいなものも覚えます。より、ファン・サポーターの方を身近に感じることも、増えました。だから最近スタートしたインスタライブ(ザエルフェンアワー)のように、グーさんが企画をしてくれて声をあげてくれることはとても嬉しいです。選手もみんな、チームのために、という想いは強く持っているのよ。

follow us

SNSを通じてファン・サポーターがより身近な存在に



選手の想いを
 一しずつ
 カタチに

私の他にも、選手が選手を紹介する動画コンテンツをやってみたい、と話している選手もいます。でも、動画編集とかどうしよう・・・いつどうやってやっていこう、一人でやれるかな・・・プレーや結果の間われるプロサッカー選手なのがいいのかな・・・となかなか一步を踏み出せない、のも現実です。なので、そういう部分でグーさんが企画をしてくれてサポートしてくれるのは、とても助かっています。この半年間、エルフェン公式SNSなどを見ていると、情報量がとても増えていきますし、それに選手も便乗して発信している気もするのでとてもいい感じだと思います。

SUBU

よく聞いて
よく話して
しっかり探す

- コンセプト文の開発
- 子供向けイベントの企画運営
- ブランドサイトの作成
- 特設サイトの作成
- 記事コンテンツの企画、執筆
- SNSの運用管理

（業務実績）



AFTER VOICE

府川さんと出会ったのは、もう10年近く前のこと。

思い返せば、色々な会話を重ねてきて、
今回もまたゆっくりとお話をさせていただきました。

話すことは、お互いの理解を深めることであって、

目線を合わせ同じ方向へ向かうのに、
必要不可欠だと思います。

聞く、話す、探す。

僕たちが仕事を進める上で大切にすること、
そして僕たちの原点はやはり、ここにあるんだなと感じました。

よく聞いて、よく話して、しっかり探す。

この原理原則を信じたい。

答えを急ぐことは時に危険で、目的を見失う危険性を孕んでいるように思います。

何でも効率的に正解がはじき出される世の中なんて、つまらない。

急ぐこと、早いこと、効率的であることだけが、正しいのでしょうか。

話し合うことからこそ生まれてくる**“ゆるやかなる正解”**にこそ、人は集まるのかもしれない。

gooth

累計販売数100万足を突破した「SUBU」と一緒に、歩み始めてから5年。ある時は、アイデアと共に夢を膨らませ、またある時は、リスクを管理する。果たしてこれは、何と呼ぶのか・・・プロジェクトの「隙」をうまく捉えながら、一緒に成長してきた。これまでに、を振り返ってみました。

Introduction | SUBU / スブについて

“誰も知らない冬のサンダル”をキャッチコピーに、9年前にブランドをスタート。秋冬でも足元を温めながら“リラックス”できる時間を提供することを目的に、キャンプやアウトドアなど様々なシーンで履けるサンダルを企画製造しています。国内外で販売をしており、現在30ヶ国に渡って広く展開中。一昨年、累計販売足数100万足を突破。

SUBU / スブで得た経験を、会社全体へ

1

デザインディレクターとしての毎日

僕はいま、デザイナーとディレクターという2つの肩書きで活動しています。ブランド全体のディレクションをしながら各モデルのデザイン制作もしますし、写真撮影なども自ら行います。今でこそ、メンバーが増えて分擔ができるようになりましたが、ブランド立ち上げ当時は全て1人でやっていたので、以前は生産管理なども自らしていました。ブランド9年目にして、メンバーも6人に増え、いまは役割分擔しながらチームで動いています。会社自体は、SUBU以外にもブランドを持っていて、そういった他ブランドのデザインディレクターという立場で、全体のクオリティコントロールも僕が担当しています。SUBUというブランドで得た知見を、他ブランドにも展開していこうとしているのが、現状です。

2

耕して / Cultivate. 混ぜ合わせ。一言には表せないカルチャー / Culture を感じて

さんとの出会いはこのSUBUではなく、僕が以前に担当していたブランドでした。野菜や農業をテーマにしたVegieBAGという鞆のブランドディレクターをやっていて、若菜さんはまだgooth / グースのメンバーではなく、青山・国連大学前で開催されるファーマーズマーケットの運営スタッフの一人でした。マーケットに広がる景色に加えて、若菜さんとの何気ない会話が何だか面白く、当時から何か一緒にチャレンジしたいなど漠然と思っていたのですが、その時はうまく形にすることが出来ませんでした。うまく言葉には出来ませんが、カルチャーを生み出す、みたいなことを学んだ感覚でした。

4

隙で遊ぶ
つくり込みすぎずに、みんなできり上げる

デザインとアイデアの間

何が僕をそこまで強く動かしたのか・・・それは、デザイナーではない若菜さんが、ファーマーズマーケットという空間・時間、そしてコミュニケーションの場を生み出していたことが面白かった。そして刺激的でした。どうしてもデザイナーは、はっきりしたものを好む感じがしますが、硬いんです。僕もそれは、しっかり、うまく表現できませんが、デザインとアイデアの間にあるような、はっきりしていない、ふわっとしたもの、に自然と人が寄ってきて、そこに自由な空気が漂い、思い思いにコミュニケーションしている。そんな景色を目の当たりにしながら、当事者としてずっと体験してきました。つくり込み過ぎない、とも言えるし、みんなできり上げる、とも言える。なんだろう・・・はつきりと明確にしたがるデザイナーには生み出せないものを、生み出しているように感じています。隙で遊んでいる感じでした。

7

僕たちの持っているものを素材に、新たなアイデアを見つける

デザインをさせて欲しい、写真を撮らせて欲しい、もっとこうしたらいいとか、ああしたらいいとか、ブランドの成長とともに色々な人が集まってきて、アドバイス的なことをお話しされる方も増えてきています。でも、そういうコンサル的というか、アドバイスみたいなものは必要としていないんです。僕たちに乗っかって何か、みたいなのはあんまり面白くない。なんというか、グースさんはSUBUを素材の一つとして考えてくれてるのが面白いし、嬉しいです。

8

分解したり、組み合わせたり
ひっくり返したり、近づいたり離れたり・・・

分解してみたり、組み合わせ

たり、ひっくり返したり、近づいたり離れたり。違う角度から見たりしながら、新しく料理してくれる感じが面白いですし、刺激的です。いまの延長線上にはない何かを常に、探してくれている。たとえば「ウェブサイトをつくってください」、みたいに何かを部分的に発注すると、グースさんたちのアイデアも部分的になってしまうかもしれません。そうではなく、SUBU チームのメンバーとしてグースさんに参加してもらっている、いまの形が最適だと思っています。会話の総量に比例して、ヒントもアイデアも膨らんでいく。そんなイメージです。

外部の人間と、ブランドの“これから”を考える。
新たなチャレンジへ、勇敢に

何か一緒にチャレンジする機会

3

は探していましたが・・・これまで、外部に何かの業務を委託することがほぼ、ありませんでした。ブランドのことを一緒に考えてもらうことにお金を払うなんて・・・異例中の異例。それって本当に大丈夫？そんなこと必要なの？と疑問の声があがりました。当時は。そういう意味で振り返れば実は、僕としてもチャレンジな一歩でした。ただ、自分たちでブランドをやっていると、どうしても自分本位というか、視野が狭くなっていってしまう課題感みたいなものは持っていたので、ここは挑戦してみよう。何か変化をつくらなければ、失敗も成功も、学習もない。あとはもう漠然と、何か一緒にやってみたいな、という想いに突っ走った感じです。

5

いくつかの選択肢を提示しながら、どうアプローチすべきか、を対話していく

その感じはグースさんとして付き合うようになった今もずっと継続しています。以前は漠然と話しながら刺激を受けていましたが、お仕事として接するようになったので、いくつかの選択肢を提示してもらっています。どれも正解で、どのアプローチを選んでいくか、をお話させてもらっているような感覚です。疑問を投げかけるようなリアクションも確かにあった中、自分の気持ちに従って一歩踏み出して、現状維持ではなく、あえて変化する道を選んだ。相談して良かったです。デザイナーには出来ない、一言では表現できない何か、を会話しながら探していく。会話を重ねて、ヒントを探す。ヒントからアイデアを、組み立てる。それらを実行するチームを、整える。今ほど販売足数も多くはなかった時代からずっと、良いことも・悪いこともすべて、包み隠さずオープンにしています。

6

個人プレーから、チームプレーへ
表現したいことが
表現できるようになってきた

最近になって漸く、SUBU チームは体制も整ってブランドとして表現したいことが、表現できるようになってきました。大きくこの仕事は「営業生産管理、デザイン、広報プレス、輸出入、ディレクション」に分けられると思うのですが、それぞれのセクションに対して担当を付けられるようになってきたことは、それに強く影響しています。これまでは個人プレーだったのが、チームプレーが出来るようになってきました。



素材を知って、つくり手の話を聞く
面白いアイデアは、話を聞くことから

僕が農家で、SUBU が野菜だとしたら、それを料理してくれるチームがまさに、グースさん。

素材をよく知る

つくり手である僕たちの話を良く聞く
そして、丁寧に調理する

こうして初めて、美味しい料理は完成すると思います。これからも、SUBU という秋冬のサンダルを使って、グースさんが面白いと思えることをやってもらいたいですし、上手く料理して、楽しく遊んで“より良く”してもらえたら嬉しいな、と思っています。

9



府川 俊彦

株式会社アイデアポート

1989年7月19日生まれ
SUBU ディレクター&デザイナー

2011年、株式会社アイデアポートに入社し
VegieBAG など
バッグブランドのデザイナーを務め

2016年にSUBUを立ち上げる
ディレクター兼デザイナー
を務めながら
スチール撮影、カタログ制作なども
自身で行っている

🗨️ いい聞き手は、いいパートナーになる

今回、普段お世話になっているの方々のお話を聞き、自分たちの「得意なこと・やりたいこと」を考え、またチーム内で話し合ってきました。会話を重ねれば重ねるほど、自分たちの「得意なこと・やりたいこと」や「求められること」は、とても可変的であると再認識しました。柔軟にカタチを変えながら、プロジェクトやワークショップ活動をサポートしていく。うまくプロジェクトに参加して、フィットしていく。それはすなわち、よきパートナーになること。今回の会話を踏まえて、よきパートナーになるために必要な4つの言葉(行程)を見つけられました。

🗨️ goothのプロジェクトパートナー

さがす

このプロジェクトで解決できる課題は何か。どんなメッセージを広く発信したいか、なすを一つずつ確認しながら、強く、太く、組み立てていきます。しっかりと基礎をつくり、ブレない軸を構築します。同時に、優先順位も整理しながら、具体的にどうアクションしていくか、をプランニングします。

エフリング # 要件定義 # リサーチ # フォロイングタスク

コンセプトワーク # 企画設計 # 戦略企画

プロジェクトマネジメント # チラッシュマネジメント

くみてる

熱い想いだけでプロジェクトは円滑に進みません。

コミュニケーションツールのしかり、決済承認プロセスか、プロジェクトをうまく進めたいためには、それ相手の体制と環境が必要になります。誰か、そこで、どういう働きをするか。チームビルディングを行うっ

ととのえる

「さがす、くみてる、ととのえる」のすべてを、ご一緒出来ることが一番嬉しいですが、各セッションを切り出して、部分的に集中して実施していくことも、もちろん可能です。プロジェクトの課題や目標に即して、よきパートナーとして参加します！

必要なセッションから、ご自由に

🗨️ グーアのプロジェクトパートナーの特徴

🗨️ 口だけは苦手、一緒に手を動かして

「さがす、くみてる、ととのえる」のすべてを、ご一緒出来ることが一番嬉しいですが、各セッションを切り出して、部分的に集中して実施していくことも、もちろん可能です。プロジェクトの課題や目標に即して、よきパートナーとして参加します！

熱い想いだけでプロジェクトは円滑に進みません。

コミュニケーションツールのしかり、決済承認プロセスか、プロジェクトをうまく進めたいためには、それ相手の体制と環境が必要になります。誰か、そこで、どういう働きをするか。チームビルディングを行うっ

制作ディレクション # WEB制作 # グラフィック制作 # 広報支援

gooth

Listen

Thing

good thinking.
good things.

Think

自分たちの「いま」を理解したい。
そんな想いに従って、日々お世話になっている方々とゆっくりお話をすることにしました。

“good” と “think” を掛け合わせた造語を社名として掲げ、
“良く考えて、良いことを起こす” を合言葉にこれまで、歩んできました。
そして今回「さがす、くみてる、ととのえる、つくる」という言葉を見つけることができました。

よきパートナーになる。

それはきっと双方向的で、補い合うような関係だと思えます。
足りない部分を補って、カバーする。そこに決まりきったカタチなんてありません。

柔軟に、しなやかに、健やかに。
変化と進化を楽しんで。

最後に、ここまでお読みいただき、本当にありがとうございます。
いま、お付き合いさせていただいている方はもちろん、
これから出会う方とも、
さまざまなプロジェクトをご一緒させていただけることを楽しみにしております。

決まったカタチはありませんので、話しながら、探しながら。

ひとつずつプロジェクトが増え、その都度たくさんの会話を重ねて、
多くを学んでいければと思っております。
良く考えて、良いことを起こす。
これからがまた、楽しみになってきました。

W gooth.jp
M hello@gooth.jp
I @gooth_inc



Interview
ちふれ AS エルエン崎玉 竹内 佐智佳さん, 淺野 梁橋選手
株式会社イデアポート 府川 俊彦さん
株式会社コバイロツト 船橋 友久さん
photo by 金本 潔太郎
design by 海野 貴大

船橋 友久
株式会社コパイロット

広告制作会社、PR/ブランドエージェンシーを経て、現在はデジタルマーケティング領域におけるプロジェクトマネジメント業務に特化した株式会社コパイロットに所属。DX 推進支援、企業内の部署業務フロー改善、新規事業開発、大規模 WEB サイト構築のプロデューサー/プロジェクトマネージャーとして従事。現代美術キャリアー「Takuro Someya Contemporary Art」の運営サポート、作家・キャリアーとクライアントとの新しい接点づくりも行っている。

目的を達成する、そのための環境をつくる。

コパイロットは、基本的にはプロジェクトオーナーの課題や目的に寄り添って支援する、プロジェクトマネジメントを主体とした会社です。メンバーの事業としては、大きく2つあって、1つは、プロジェクトの目的を達成するための支援を指す「Project Success」、もう1つは、チームや会社単位でプロジェクトがうまく進んでいない場合の仕組みづくりに対するの支援を行う「Project Enablement」があります。そこに、これまで培ってきた実践値を元にした自社サービス（メソッドやツール）の活用「Method / Tools」を加えた3つが、全体像になります。



入り口は小さくして、お互いのマッチングを図る。

新しいクライアントとのプロジェクト
「新しいクライアントとお仕事する際は、自分たちの役割を説明して共通理解をつくったうえで、案件をスタートさせていきますか?」という gooth からの質問を受けてはじめてに会社説明をしたうえで、プロジェクトに対しての業務項目、マイルストーンなどは資料化して説明します。ただ、実際に動いてみると説明した内容をイメージできないことも多いです。僕らとしてもイメージできないこともありま。だから、最初の段階では「何がわからないか」を対話するように気をつけています。あとは、最初からいきなり想定される全体の業務を実施するのではなく、入り口は小さいところから進めていくことも多いです。はじめは、小さい業務範囲で実施してお互いのマッチングしていれば、また業務範囲を増やしていくという流れで変化していくプロジェクトは結構多いです。業務範囲が増えたり、クライアントサイドのフェーズや役割が変わることも、なので、小さい業務範囲で双方のお試し期間にするといった考え方がすかね。お試しだからこそ、効果かわかりやすいの体制・環境づくりであったり、クライアントサイドのフェーズや役割が変わることも、なので、小さい業務範囲で双方のお試し期間にするといった考え方がすかね。お試しだからこそ、効果かわかりやすい業務範囲だとなおよさそうですよね。

gooth の得意なこと・やりたいことを再定義する

gooth では、案件に応じて役割や対応を変えながら、さまざまなお仕事をさせていただいています。柔軟に変化しながらいろいろな案件を楽しめているのですが、問題点がひとつ。それが、関わる方々に自分たちのやっていることをわかりやすく紹介しづらいということ・・・。わかりやすく伝える。そのヒントを得るために、今回「プロジェクトマネジメント」として、案件をご一緒させていただいている株式会社コパイロットの船橋さんにご相談しました。ポジションや対応を変えていく柔軟さ、寛容さが求められる「プロジェクトマネジメント」事業という共通点からコパイロットさんの「プロジェクトマネジメント」、それをどう周囲に伝えているか、gooth と一緒に動いた際の話など、いろいろなお話をさせていただきました。

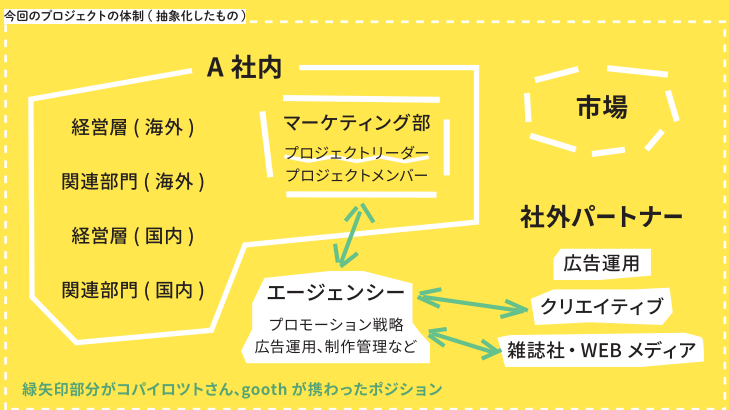
gooth が直前でコパイロットさん(船橋さん)とご一緒させていただいたのが、家電メーカー(以降 A 社と記載)のデジタル領域での年間プロモーションのプロジェクトマネジメントでした。このプロジェクトを通じて gooth の働きに対して感じられたことをうかがいました。

柔軟に対応を変えながら、バランスをとる。

— gooth と一緒に実施したプロジェクトについて

今回のプロジェクトの場合、A 社さんを直接のクライアントとするエージェンシーがいるなかでのプロジェクトマネジメントでしたね。初期はプロジェクトリーダーの業務整理のお手伝いもしていたけれど、その後は、エージェンシーさんが進めた戦略を受けて実行に移す上での支援として、社外パートナーと制作を進めていく部分が増えてきたプロジェクトでしたよね。

さらに、A 社さんの特徴として外資系企業という点がある。海外の本社との連携や商品開発の進め方などが特徴的で、流動的なスケジュールも求められるなかで、そういった事情を理解しながら、各社から頼られていて、素晴らしいなと思っていました。詳しくは、プロ



モーション・制作における各施策を横断的に管理できていましたよね。くわえて、年間・シーズンごとで、施策に応じてパートナー社が変わり、柔軟に対応して、体制をスムーズにプロジェクトへ適応させていくことができ、効果があったんだと思います。各社に対して中立的でしたね。いろいろな事情をふまえながら進めると、とすると、中途半端になりがちなところを、解決策・期日・成果物の品質などをうまくバランスをとって実行できていたのかなと思います。

— アドバイスいただける点もあれば教えてください。という gooth からの質問を受けて

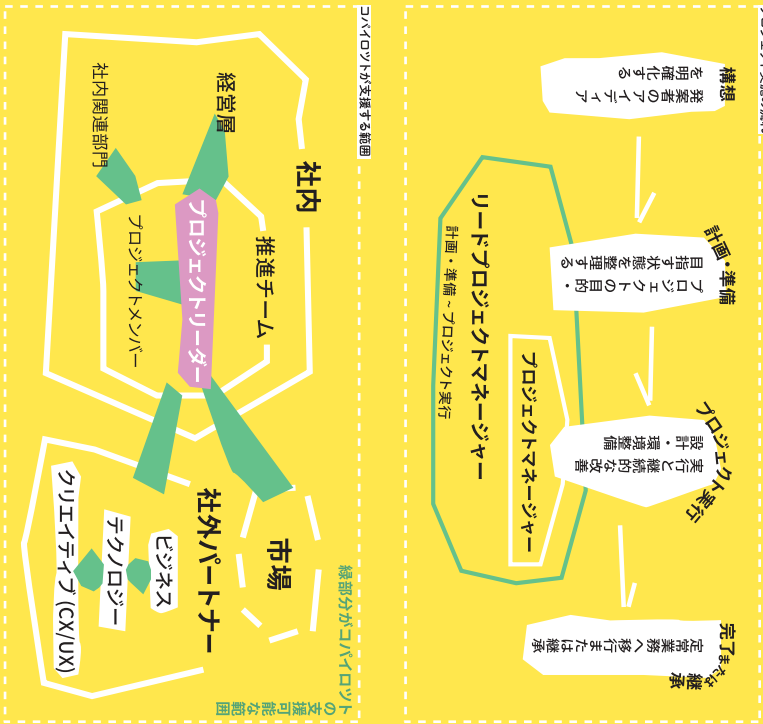
今回のプロジェクトで求められているスコープではなかったので「必要だったか」という問いはありますが、もっとみんなで A 社さんに対して業務オペレーション上の負荷軽減、を考えてもよかったのかなと思っています。極論、エージェンシーさんや僕たちから誰かを A 社さんに出向させていただくくらいをしてもよかったのかもしれない。

AFTER VOICE

かれこれ5年と続いた A 社さんとのプロジェクトは、A 社さん・エージェンシーさんを中心に、多くのひと・会社が連携して進行していました。組織をまたいで連携し合うことが多かったこのプロジェクト。それぞれのメンバーの当たり前が違うなか、連携して進んでいくとき、大切だったのは「共感」でした。それぞれの違いが見えれば、わかることができる。共通理解をつくることができれば、それぞれの役割に集中できる。それも大切ですが、その前段階。プロジェクトメンバーが自分の意見を言えたり違いを理解しようと思えたりする状況をつくるためのこととして、まずは話を聞き、「共感」を示していこうと意識していました。結果に夢中になるとおろそかになりがちな、プロジェクト自体の空気感のよさを意識して。だからこそ、「柔軟に動いていく」ということができたのかなと感じています。

- プロジェクトルールの策定と一元管理
- タスクや検討課題の抽出と一元管理
- 年間スケジュールの見える化
- シーズンごとの施策スケジュールの作成・調整
- 各社でのコミュニケーションツールの整理
- 各社との振り返り(KPT 法)
- 内部での定期ミーティングのファシリテーション
- 必要な制作物の進行管理
- 必要な制作物の制作フローの整備
- 体制変更時の新しいパートナー社へのケア
- 体制内で問題が起きそうな際の事前対応・相談役
- プロジェクトで得たナレッジのまとめ資料化

柔軟性を持ち合わせながらも、枠をこらせず。意見や組織文化の違いも認め合い、それぞれが思いやりながら向かっていく。そんなプロジェクトにもって関わっていきたくて、あらためて感謝しつつま。



各国については、コパイロットさんのプロジェクト標準より使用しております
<https://blog.copilot.jp/entry/copilot-business-20231120>