

マンガで
わかる!

チームが

強くなるためのOKR



定例ミーティング



新規ではなく既存客で
目標達成できたから
いいじゃないですか

次は新規も
がんばってよ
がんと方針
それとやら
変えるなら
もつと前に
相談してよ



先月は既存客への
提案目標達成しました

新規開拓の
状況は？



ほかもたくさん
案件あるので
無理です

まずA機能からでも
早く開発できない
のかな？



競合に勝てるよう
機能充実させるため
予定より開発期間が
長くなります

もつと短期間で
できるチャレンジ
しないと



急ぎすぎて
ミスが出ないように
しつかり開発します



開発もあてに
ならないし
新規より既存でしょ

営業のメンバーに
目標をもつと意識
させて頑張らせませぬ

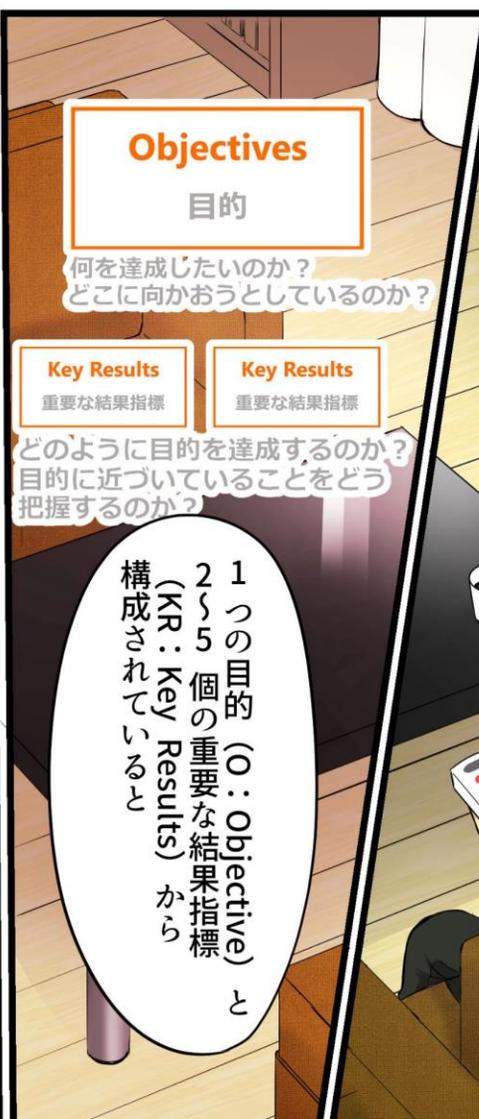


何かいい方法がないか

ん？
OKR？

本気でゴールを達成したい人とチームのため、か

読んでみようかな



OKR (Objectives Key Results)はGoogle社やメルカリ社でも採用されている新しい目標管理手法で

Objectives

目的

何を達成したいのか？
どこに向かおうとしているのか？

Key Results

重要な結果指標

Key Results

重要な結果指標

どのように目的を達成するのか？
目的に近づいていることをどう把握するのか？

1つの目的(O: Objective)と2〜5個の重要な結果指標(KR: Key Results)から構成されている



OKR導入
ミーティング

もつとみんな
協力しながら
チャレンジでき
るよう
OKRを導入し
よう
と
思っているんだ

OKRは3か月後に
何を達成したいかを
決めるんだ。
① 挑戦的、
② 魅力的、
③ 一貫性がポイントだ

Objectives



挑戦的である



魅力的である



一貫性がある

重要な結果指標 (Key Results) は
目的をどう目指すかを示す指標で
高い水準を目指し、なにより重要
なことに絞り込むことが大切



目的への
結びつき



重要なものに
集中



計測可能



容易ではないが
達成可能

これらを決めて、全社に常に
公開しながら進めるのが
OKRなんだ



目的達成には重要な
ものに集中しないと
ダメですね



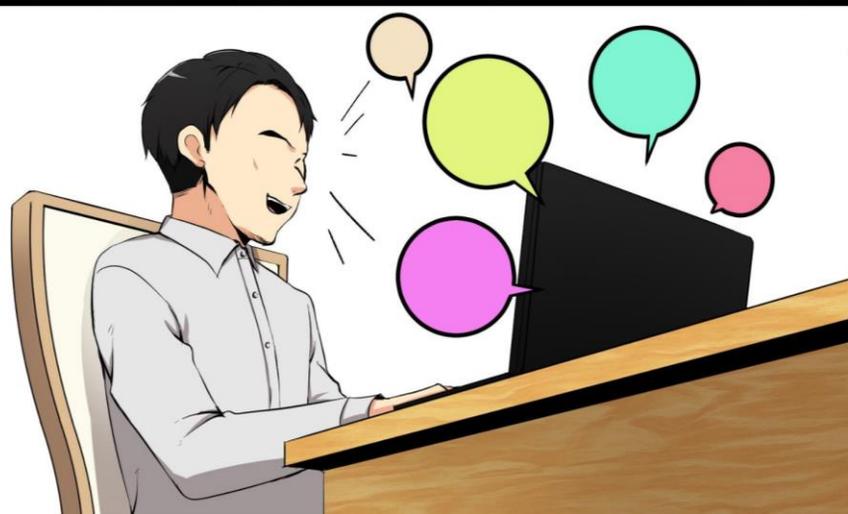
たしかに達成に
目を奪われて、挑戦
できてなかったな...



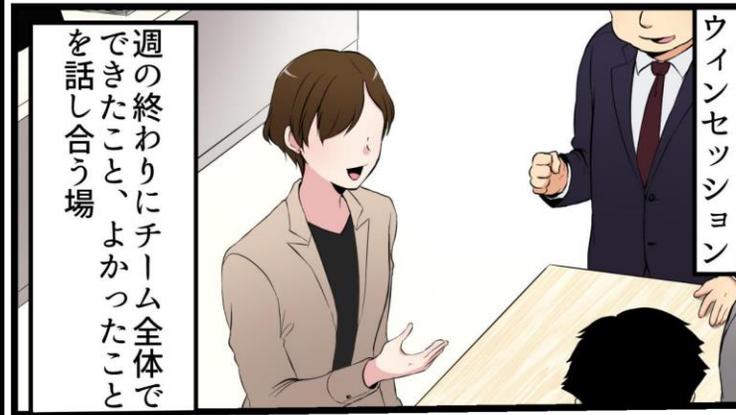
そうですね
やってみましょう!



じゃあ、まずはみんな
で目的 (Objectives) を
決めることから始めて
みないか?



こうして全社、
部門、個人OKRを
対話しながら決定した





みんなで対話して
決めたOKRの
おかげで

どんどん
チャレンジする
社員が増えてきたなあ

以前に比べて、
部下のことも
知れてマネジメントの
レベルが上がりました

目的に向けて優先度が
はつきりしたので
開発スピードが上がりました



先日開発してくれた
新機能が新規客に好評です。
営業部のOKRは70%に
到達しました

お客様の声をもとに
優先度の高い機能を
開発しました

部門長チェックインミーティング
(以前より頻度をあげて毎週
各部門リーダーが集まっている)



よし、この調子で
今月もOKRを目指して
みんなで頑張ろう！

はい!!



営業リーダー
お客様の声を
また聞かせて
くださいね！

もちろん！

目的を共有して
高頻度で対話
することで
部門間の仲も
深まってきたな

OKRとは？

OKRとは「Objectives and Key Results（目的と主な結果指標）」の略称です。Intelで誕生し、Google、Facebookなど、シリコンバレーの成長企業を取り入れていることで、近年注目を集めています。

日本でも、メルカリ、freee、SansanなどのIT・ベンチャー企業を皮切りにOKRの採用が進みました。最近では花王、静岡銀行など大手企業での導入も広がっています。

OKRはみなさんの最も重要な目標を明確にする。全員の努力のベクトルを合わせ、協力させる。組織全体に目的意識と連帯感をもたらす多様な活動を結びつける。

ジョン・ドーア著『Measure What Matters』より

OKRは目標管理手法ではありますが、マンガに登場する通り設定だけでなく運用においても**コミュニケーションを繰り返す**ことが大切です。

そのため、OKRは単なる目標を管理だけする手法ではなく、チーム全員が同じベクトルに協力して向かうための**コミュニケーション・ツール**であり、**マネジメント手法**であるとも言えます。

OKRの特徴

OKRは、「Objectives（目的）」と「Key Results（主な結果指標）」の2つの要素で構成されます。

Objectivesは「何を達成したいのか？」を示すワクワクする定性的な目的です。現状を大きく上回る**挑戦的**な設定であり、メンバーにとって**魅力的**かつ、会社、部門、個人の間での**一貫性**が求められます。

Key Resultsは「どのように目的を達成するか？」を示す目的の達成度を測るための指標です。そのため、**目的との結びつき**があり、**計測可能**な指標が求められます。1つのObjectivesに対し、2-5つの**重要なものに集中して容易ではないが達成可能**な水準に設定します。

長期的なビジョンにを目指して、OKRは通常**四半期**ごとに設定します。**常に全社公開する透明性**をもって運用を繰り返します。

【OKRの主な特徴】

- 会社、部門、個人での一貫性
- 四半期ごとに設定
- 挑戦的である
- 常に全社公開する透明性



OKRの運用

OKRの運用では、「常に全社公開する透明性」と「高頻度のコミュニケーション」がカギになります。

透明性と高頻度のコミュニケーションによって、全員の参画意識を高め、挑戦に向かうベクトルが合い、協力して目指すことを可能とします。また挑戦的な設定に対して、素早く振り返って学習することにより、メンバーもチームも成長します。

そこで、高頻度のコミュニケーションを取るために、OKRでは「1on1ミーティング」、「チェックイン」、「ウィンセッション」と呼ばれる場を設定します。

【OKR運用:3つの場】

1on1ミーティング

(上司部下) 1週間~1か月に一度
部下の成長を目的に1対1で話し合う

チェックイン

(チーム全員) 毎週月曜日
全体で仕事の進捗と予定を確認する

ウィンセッション

(チーム全員) 毎週金曜日
全員のできたことを承認、称賛しあう

OKRの成功ポイント

OKRは導入するだけで、必ず成功するわけではありません。OKRの威力を最大限活用することで、組織を成功に導くにはためのポイントを解説します。

導入目的を明確に！

現在の組織課題とありたい姿を明確にすることがOKR成功の第一歩です。目的なしに流行りに乗って導入するだけでは成功しません。



幹部のコンセンサスを得る！

OKR成功には、幹部の前向きな合意が欠かせません。不安、疑問を解消した上で、社員に向けた導入教育を行いましょう。



各ステップで対話を大切に！

導入教育、設定、運用の各ステップは一方向的な指示ではなく対話を行います。OKRが自分ごと化し、全員参加型組織に変わります。



tabanel

株式会社タバネル

お気軽にお問い合わせください

E-mail service@tabanel-japan.com

HP <https://tabanel-japan.com/>
