家内 信好

様々な視点でプロジェクトをデザインする。

PROJECT DESIGN

#1 ネットの中にある“社会”に興味

#2 プロジェクトは“我がごと”である

#3 コンセントの魅力として感じた“ユーザー視点”

#4 チームのモチベーションを高める

#5 長い目線で一緒に物事を考える

青木　今日は時間をつくってくださり、ありがとうございました！

家内　いえ、こちらこそ、どうぞよろしくお願いします。インタビューなんて緊張します。

青木　早速だけど、コンセントではどんな仕事を担当してますか？

家内　今は主に2つミッションがあるなと思っていて。１つは、仕事をつくっていく、プロデュース側の側面。お客様の事業に合わせて、どんな戦略でどういうことをやっていくのかというのをお手伝いする側面です。もう１つは、もともとディレクターポジションとして入社したので、画面設計だとか、実際の作業まわりを進めていく側面です。

青木　家内さんと話していると、視野の広さとか考え方の柔軟性を感じることが多くて。それって、これまでの経歴に何かヒントがあるのかなと思っていて、今日は家内さんのバックグラウ

ネットって絶対に伸びるだろうなと

ンドを探っていきたいなと。

まずは大学時代のお話を。何学部だったんですか？

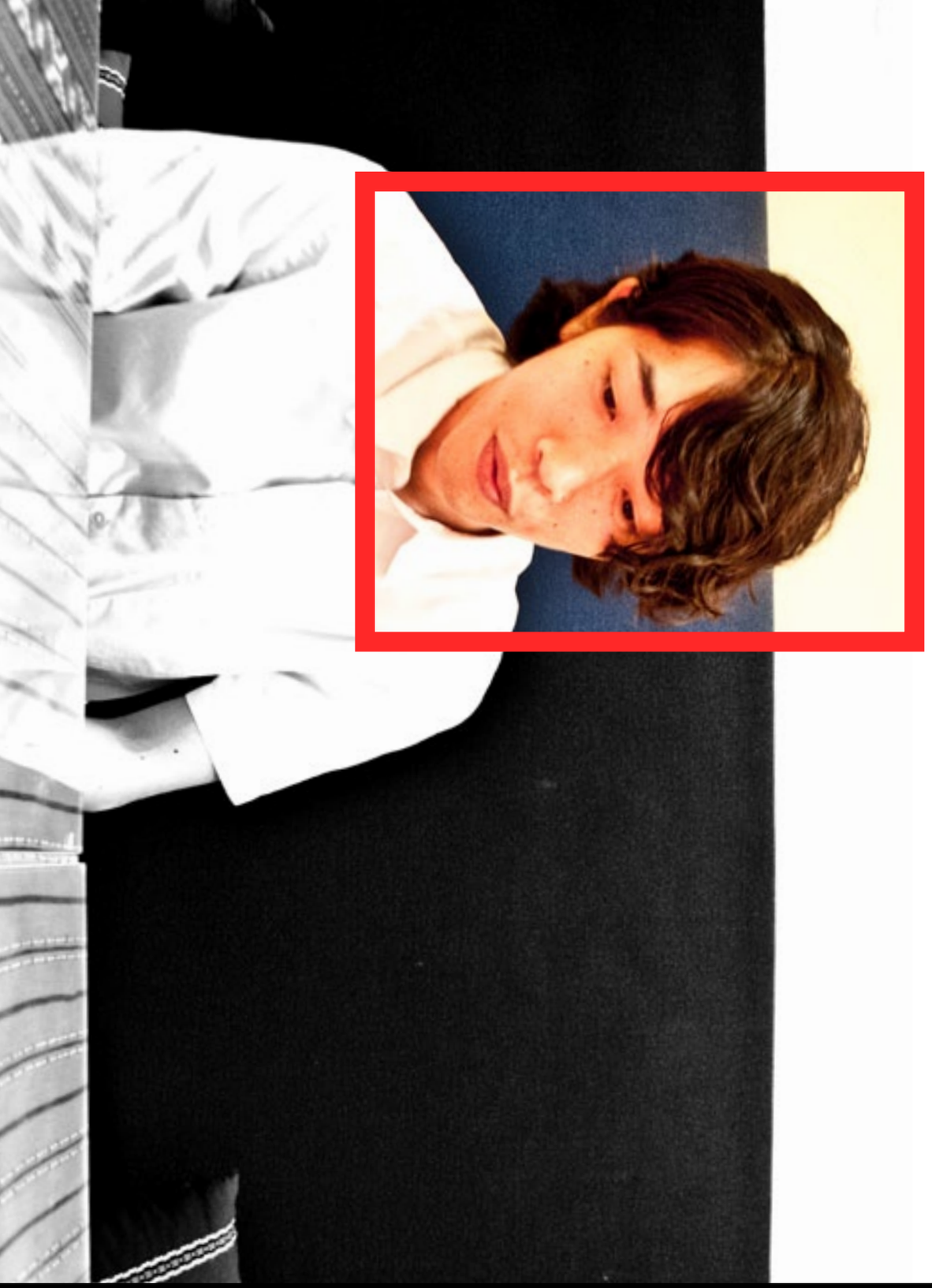
家内　学部的には商学部。経営情報学というのをやるところで。ただ商売の勉強はしてないんです（笑）

青木　あれ、そうなんだ。商売じゃないとすると何を？

家内　僕が師事していた教授が、データベースと人工知能の専門家だったんです。なんでそんな教授が商学部にいるんだ、みたいなのはまぁさておき（笑）。その教授の下で大学入学直後からコンピュータ漬けの毎日だったんです。何かをサイエンス的に使うというのではなくて、それを使って何かビジネスに役立てるようなものはどうなのか、みたいなことをやっている学部だったので。それで最終的に行き着いたところが、インターネットでした。

青木　ああ、そこからインターネットとの関わりが始まったんですね。

家内　当時は、1995年くらいですけど、もう既にインターネットが日本に入り始めていて、日常的に使っていたから、ネットって絶対に伸びるだろうなと。ウェブチャットとかメールでのコミュニケーションが活発に行われるようになっていたから、ネットの中には現実とは見え方の違う“社会”というものがおそらくあるだろうと思ってて。それで社会心理学の授業にずっと出ていたという。大学の別のキャンパスだったんですけどね（笑）。それで、最終的に「卒論で何を書こう？」となって教授に相談したら、「なんでもいいよ」と言われたので、じゃあ、ネットワーク内の社会心理学として、対人コミュニケーションを取る時に人間は何を軸にして人との距離感を認識



一通りHTMLを書いたり ちょっとした絵づくりしたり

しているのかをテーマに書いたんです。そんな感じでコンピュータの世界に入っていって、ネットを使うというのがわりと当たり前の環境になっていったんですね。

青木　インターネットの技術的な部分を学んだのではなくて、使い方のほうをずっと研究されていたということですよね。卒業後は、どんな仕事をしていたんですか？

家内　卒業してストレートに就職してなくて、実は2年くらい遊んでたんです。国内中あちこち行ったりして。

青木　へ〜、そうだったんだ。

家内　それで、関東に帰ってきた時、たまたまなんですけど、昔からの遊び仲間から声がかかって、製薬会社向けに医療関係の情報配信をやっている会社に誘われて。社長が医者で、社員数4人くらいのいわゆるベンチャー企業でした。「ちょっと会ってみない？」みたいな感じで会って、そろそろ腰を落ち着けようかなと。

青木　24歳の頃？

家内　そうですね。2000年か2001年頃かな。

青木　医療情報配信ってどんなことをやるんですか？

家内　たとえば、医療情報でメジャーな通信社にロイター通信があるんですけど、そのロイター通信が出す英語のニュースの中から、日本にいる何人かのドクターに面白そうなテーマをピックアップしてもらって、それを翻訳して、ロイター発のニュースとして会員のドクターに対して日本語で届けるというようなシステム。

青木　家内さんは、どういう立ち位置だったんですか？

家内　もともと大学でネットに触れて

当時からプロデュースと
いうところを見てたんですね

いた時間が長かったから、一通りHTMLを書いたり。あとPhotoshopとかIllustratorなどのツールは使える状態にあったんでちょっとした絵づくりをすることはありました。でもデザイナーは別にいたので、今で言うところのワイヤーを描くとか、画面設計するとか、そういうことがメインでした。

青木　会社も少人数だったってことは、家内さんもサービス自体をつくることに携わってたんでしょうか？

家内　そうですね。

青木　画面設計やコーディングという実作業まわりと、サービスをつくるという全体的なところと並行してやっていくのって大変そうですね。

家内　その会社は、２カ月間ずっと働いて、１カ月丸々休むというスタイルをとっていて。休むといっても案件をその期間やらないというだけで、次の仕事のネタを探す時期になってました。その時に話題になっていたり、活用され始めたりした技術を見つけて、それを使って何をするかというようなことを休みの期間に決めて、「じゃあ、次のプロジェクトはこれでいこう」みたいなかたちで、次のクールではビジネス化していく。そんなふうに勝手気ままにやってました。

青木　なるほど。当時からプロデュースというところをずっとみていたわけですね。

家内　あぁ、意識は全くしたことないですけど、考えてみると確かに今とあまり変わってないかもしれないですね。

青木　ドクター向けに情報を流すという基盤のサービスがあって、さらに、ネット上でどんな新しいサービスがで

固定観念を壊して、新しく広げてく

きるかを考えるということですよね。新しいお客様を探したりなんてこともされてたんですか？

家内　全くしていないことはなかったですね。実はその会社はフィリピンに支店があって、僕もフィリピン支店に都合２年ぐらい行ってたんです。

青木　グローバル！

家内　その支店は日本の現地法人の工場をクライアントにしていて、そこのIT関係のいろいろなシステム開発をやってました。

青木　１社目からすごいいろいろな経験をされてるんですね。その会社で働いていて一番良かったな、って思ってることはなんですか？

家内　考えていくアプローチが結構コンセントと近い会社だったんです。たとえば、規模の大きなシステム開発のプロジェクトでは、壁面全部に模造紙を貼り付けて、業務フローを手書きしていったり、アウトラインプロセッサやマインドマップを記述するソフトを日常的に使って情報を構造化していったり。今でいう、カードソーティングみたいなことも普通に行ってました。あと、社長が医者なんですけど、すごい天才なんですよね。数学博士でもあるんです。ダブルドクター。

青木　変態ですね（笑）。

家内　（笑）。元IBMの研究所に勤めていて。

青木　すごい！

家内　シンガポールにあったIBMの研究所に見学に連れていってくれたり。物事の考え方に対してもっていた固定観念を壊してくれて、新しく広げてくれたのがたぶんその会社とその社長だと思うので、それは今でもすごく感謝しています。

PROJECT IS "MY" BUSINESS #2

プロジェクトは
“我がごと”である

青木　その頃は家内さんお一人？　それともチームで仕事をされてたんですか？

家内　プログラマーと2人ですね、基本的に。そのパートナーと僕で会社全体の仕事の7割ぐらいをやっていくという。

青木　じゃあ、エンジニアの方が1人いて、そうじゃない部分というのを家内さんがガンガンやっていたわけですね。

家内　そうですね。そんな感じだったので、だいぶ疲れまして（笑）。またちょっと休もうかなって、フィリピン支店から日本へ帰ってきて2カ月ぐらいゆっくり休んだんです、じっくり田舎に引きこもって。そうしたらまた友だちから連絡があって。「今、知り合いが立ち上げた会社が困ってるから、ちょっと手伝ってやってくれ」と。で、話を聞きに行った会社が次の就職先です。

青木　何をやってる会社だったんですか？

家内　バリバリのシステム開発会社で、SE（システムエンジニア）とプログラマーしかいないというような会社でした。営業

Project Management

バリバリのシステム開発会社で

行為を社長と副社長の2人でやっていて、あとは技術者しかいないというところで。「案件があるんだけど回せる人がいないから、ちょっと困ってて」みたいなことがあって。高校の時に仲良かったやつの紹介だったので「じゃあ、手伝います」って。

青木　家内さんはどんなポジションだったんですか？

家内　PM（プロジェクトマネージャー）です。システム会社だとPMがちゃんと立ってることが多いけど、そこの人手が足りなかったということだと思います。全体を見据えてお客さんと仕様を詰めていくところからのスタートだったので。受託開発をやっていた会社で、特にクライアントの業界の偏りもなく、いろんな仕事をいろんなチームでいろんな感じでやってましたね。

青木　たとえばどんなシステムを開発されてたんですか？

家内　そうですね、たとえばホテルに宿泊すると気づくことがあると思うんですが、客室にSTB（セットトップボックス）が置いてあって、今だと普通にビデオ・オン・デマンドの映画を観たりできるじゃないですか。僕が入った頃に、ちょうど手伝ってと言われたプロジェクトがそれでした。委託設置モデルといって、コンテンツ利用料をホテル利用者が支払うモデルなので、業者がただでテレビを客室に設置して、テレビと抱き合わせでコンテンツ配信のパッケージとかを入れて。だからホテルとしては投資しているわけではないんですよね。

青木　なるほど。家内さんはそのプロ

総合システムの設計から実装、運用まで

ジェクトではどんな仕事をされたんですか？

家内　客室に設置するテレビは消却期間が決まっているので、何年かすると入れ換えが発生する。その入れ替えのタイミングで世の中的に地デジ化するという話がもち上がっていたので、入れ換えのシーズンの到来に合わせて、ビデオ・オン・デマンドの仕組みを新しくつくって、その業者と組んで設置していくというようなプロジェクトだったんです。僕は、番組編成と視聴率計測と、コンテンツデリバリーのネットワークをつくるという、コンテンツ配信側の基盤システムの開発とかをやってました。

青木　こんなサービスがあったらいいだろうな、みたいなことを考えるところから関わって？

家内　そうですね。大きめのホテルだと、チェックインシステムなどに連動して、コンテンツ視聴の料金を自動的にルームチャージするといったように、ホテルのシステムと連動していたりとか、そういうことまで担保して、総合システムの設計から実装、運用までやってました。

青木　その他にはどんなプロジェクトを？

家内　コマースサイトやコンテンツ管理システムをつくったり、サービスのソフト開発をやってました。B to B to C（Business to Business to Consumer）の仕事が多かったですね。あと、プロジェクトによっては、さきほど言ったみたいに担保する領域が広くなるので、システム開発だけではなく、資金面や営業面などサービス

「プロジェクトは我がごとである」という理念

全体の提供モデルみたいなとこまで考えるものもありました。

青木　なるほど。ビジネスとしてサービスをどう成立させるかってことまで考えるには、お客様の事業をかなり深く理解してないとできないですよね。そういう経験があるからこそ、コンセントでも、無意識にお客様のことが同じ視点で見れてるんだろうなとか、納得しちゃいました。

家内　このときの会社ですごくいいなと思っていたのは、「プロジェクトは我がごとである」という理念なんです。

青木　我がごと。

家内　はい。自分のことである、というのが会社の理念。なので、普通に提案書にお客様が実施しようとしているサービスの事業計画書を付けたり、「そのアイデアは、この計画で、このマイルストーンで進めることによって成功するのである。なので、今この部分を開発して、次期のフェーズはこれをするべきだ」ということまでを、初期提案の段階からもっていく会社だったんです。

青木　その売上を使って次はこうです、みたいな話までってことですね。

家内　ですね。B to B to Cのネットサービスの開発が多かったんですが、結局リリースしたところで広告を出さなかったら人が来ないとか、サービスを開発するだけでは解決できないところはあるじゃないですか。なので、そこのスキームまで担保するために、ネット広告専門の会社を新規で立ち上げて人を集める仕組みといったフォローアップまでワンストップでやるよ

常にものごとを俯瞰的に見たり

うにしたり。

青木　１つのプロジェクトの中で新規に会社を立ち上げるなんて、企業としてもなかなか難しいことだったんじゃないですか？

家内　会社の環境というか組織体制が良かったのかもしれません。役員と社員との距離が近い会社だったので、何かアイデアがあったら会議で直接役員に提案したりということができたんです。今のコンセントと同じですね。

青木　なるほど。プロジェクトを「我がごと」として捉えることが理念としてあって、役員にフラットに提案できる環境もあると、自分の考えをセーブしちゃうこともなく、どんどん視野を広げられるのかも。もちろん自分次第だけど。だから常にものごとを俯瞰的に見たり、考えたりできるんでしょうね。

家内　そんな、特別なことですかね？

青木　会社経営や事業運営まで及んだ視点をもっていても見ているところの広さや深さが違うなと。経験を通して知ってる人と経験したことがない人とでは、結構見てるところが違うんじゃないかなと思う。家内さんの視点って大人だもんね。いろんな大人の都合を知ってそう（笑）。

家内　（笑）。大人の都合はいろいろ見てきました。

青木　大人の都合の中でどうビジネスしていくかというところの手段が、ずっとやってきているインターネットというわけですよね。それは、なんか聞いているとすごいと思うな。

今までの話を聞いてると、家内さんって、ここまで高みを目指したくてこういう道筋で来ましたというよりも、た

自分が何であるかっていうのは あんまり興味がなくて

またま休んでる時に友だちからお呼びがかかって、みたいな。結果的に面白い経験をしてるんだけど、きっかけ自体は自分で選択してる感じには聞こえないですよね。

家内　あー、うん、何も選んでないです。何かを目指したことって今までないんです（笑）。

青木　それが飄々としてて面白いなと思って。何かを選ぶとか目指すってことにあまりこだわりなさそうですよね。

家内　結果的に自分が何であるかっていうのはあんまり興味がなくて。それって別に人生とあんまり関係ないから。

青木　カッコいい！（笑）。

家内　仕事として自分が何者であるかというのと、自分の人生はあまり関係ないかなって。

青木　そういうふうに割りきれる人って、そんなに多くないんじゃないかなと思う。仕事を突き詰めちゃう人っているじゃない？ 自分を追い込むみたいな。家内さんは反対で、だからこんなにもギスギスしてないんだ、って思う。家内さんって仕事が忙しくてもいつも穏やかですよね、それがまたすごい。

家内　「これだけじゃない」「今だけじゃない」っていうのは確かにありますね。

青木　なんか人生3回ぐらいやってます？（笑）悟ってる感じがする。僕なんか人生まだ1回目で、その前はたぶんヒトじゃなかったと思う。2、3周してる人ってなかなか達観してるなといつも思ってて。

家内　（笑）。

PROJECT FOR USERS #3

コンセントの魅力として感じた“ユーザー視点”

青木　ここからはコンセントでの話を聞いていきたいと思います。まず、入社したきっかけを

家内　前の会社も結構忙しかったので、また休みたいなと思って（笑）。

青木　充電は必要ですよね（笑）。

家内　はい（笑）。とりあえず休むことにして、会社を辞めて。で、今回はうまく休むことに成功して、半年ぐらい何もしてなかったんです。半年経って、年越しもするし、そろそろまぁ働こうかなと思って。これまでの経緯を聞いていただいてもわかるように、僕、今まで就職活動って1回もしたことがなくて。職を探すとなった時、「何していいのかわかんねぇな」みたいな状態だったので、とりあえずエージェントに探してもらおうかと思って登録に行ったんです。そしたら翌日電話がかかってきて「コンセントという会社があるんだけど」って。それで、「どうしようかな、ちょっと考えさせ

コンセントに来て初めて感化された

てくださいね」って電話を切ったんですけど、そのことを嫁に話したら、「コンセントって、私履歴書送って、落ちたんだけど」みたいな話をされて（笑）。で、行ってみようかなと。

青木　衝撃（笑）。ある意味では、わりと能動的に選んだ会社なんですね、コンセントは。

家内　そうですね。最初の面接に、役員でテクニカルディレクターの計良さんがいて。計良さんと話してて、「ああ、こういう人がいる会社なんだな」と興味をもちました。数日を置かずに「また面接を」という話になって。「じゃあ、行きます」ってことで来たら、何の罠か、長谷川さん、上原さん、大岡さん、田代さんっていうたくさんの役員が揃っていて。

青木　勢揃い（笑）！

家内　（笑）。しかも面接と言いつつ、長谷川さんがずっとしゃべってたんです。それで、「ああ、こりゃ面白いわ」と思って入りました。

青木　業務的には、コンセントのどの部分に魅力を感じたの？

家内　僕のこれまでの経験の中では、システムを構築していく上で、情報設計は確かにやってきてはいるんですけど、分類の仕方や考え方がシステム視点であって、どう効率を高めていくかを突き詰めていく方法だったんですよね。そうじゃなくて、表現の方向から

ユーザー視点ってあるんだと気づけたこと

情報を設計するということもあり得るのかというのは、コンセントに来て初めて感化されたというか、経験できたことだと。

青木　表現というか、ユーザー？

家内　ユーザーですかね。エンドユーザーだけでなく、そのシステムを運用するお客様も含めて。たとえば、管理画面自体ってショボイことが多いじゃないですか。管理画面が使いやすくないと結果的に顧客満足度が落ちていっちゃうので、前の会社の時からずっとそうだったんですけど、それは絶対やめようと思って、結構こだわってやってて。でも以前は、ユーザーのことを考えてたかというと全然そんなことなかったんです。なので、長谷川さんの話を聞いて初めて、「ああ、ユーザー視点ってあるんだな」と気づけたのが、魅力というか、入社したきっかけですね。

青木　うんうん。これまでの会社と比べて、仕事の領域とかってどうでしょう？

家内　仕事の領域って会社に依存というより、自分の動き方次第だなと思うところはあるのですが。あえて言うなら、僕自身では広がったと思っています。コンセントだからできることは広いなと。

青木　どのへんが広いと感じてます？

家内　まず、競合が少ない。システム

「つくること」ではなく「問題を解決すること」

開発会社は世の中にたくさんあるので、たいした差別化は生めない。業界全体のパイはすごく広いんだけど、その会社がアプローチできる範囲ってものすごく狭いと思うんですね。だからその範囲の中からどう頑張ったって抜け出せない。一方、コンセントの場合、お客様が情報設計やユーザー体験デザインとかの検討を始める時には必ず俎上に上げていただけるというのが、その幅の広さを感じるところですね。

青木　確かに。コンセントって、「つくること」自体を目的にしてるわけじゃなくて、「何か問題を解決すること」を目的にしてるから、アプローチできる範囲は広いですよね。

ところで、システム会社にいたからこそ、今の仕事にも活かせていることってありますか？

家内　実はあんまりないんです（笑）。逆に、ダメだなと思うことが1つあって。システム会社のPMだったので、その部分にとらわれているなと感じることがあるんです。システムをつくるということは、業務をどう効率化していくのかとか、業務コストをどう下げるかみたいなことがやっぱり命題としてあるんですね。何かプロジェクトをする時に前提条件として、暗黙の了解で自分の中にそれがあるんです。

青木　ビジネス視点というか、サービス提供側の都合みたいなとこですね。

同じ目線でしゃべれるのはいいこと

家内　何か企画を考える時も、この企画を回すためには運用の負荷がものすごく高いかもしれないというのがリミッターになってしまって、考えが広がらない時があるというのを、コンセントに入ってからすごく感じていて。なので、ちょっと壊さないといけないのはその視点かなと。大切な点だけど、あまり意識しすぎちゃだめなんだというのを、ここ最近は感じているんです。

青木　一人二役にならないとだめだというか、アイデアを広げる時と現実的に落とす時と。それって、誰と一緒にやるかというとこでも結構変わってくるんですかね？

家内　そうかもしれないですね。発散、拡散方向にどんどん進めていってくれる人がいれば、僕はそれを絞っていくことに徹すればいいのかもしれない。でも絞るだけだとつまんないなとも思うし、時には自分も拡散する人でありたいですね。…あぁ、そうだ。システム会社での経験が役立ってることはあるかという質問ですが、コンセントにもシステムチームがあるので、一緒にプロジェクトを回す時に、彼らと同じ目線でしゃべれるのはいいことかなと思ってます。

青木　想像での話か、体験として知っていて話をするのかでは大きく違いますよね。

#4

チームのモチベーションを高める

家内　あと、実際の作業の中で行き詰まっている時に解決策を出すとか、具体的なアプローチをとれるが一番いいのかもしれないんですけど。僕の場合、プロジェクトのプランを立てる時に、プロジェクトのメンバーが一番モチベーションを高く保てそうな技術的要素をプロジェクトの中に突っ込んでいくとか、そういうことも考えてます。

青木　それは、チームのモチベーションをうまく盛り上げていくことを意識的にしているということ？

家内　そうですね。ほとんどそこしか考えてないです。

青木　なるほど。自分のやりたいことをうまく組み合わせてやってもらうという。チームビルディングでは大事なことだけど、結構難しいことだよね。

家内　こっちから指示としてこうしてくれって言ってできることばかりじゃなくって。プロジェクトメンバーの心意気みたいな部分でやってもらわないとできないこともたくさんあると思うんですね。なので、どうしたらやってもらえるのかということも考えるようにしてます。確かに難しいことで、好みをはき違えたりとか、難易度を読み間違えたり、ままありますが…。

青木　あります、あります（笑）。どの人がどこに興味があるのか、どこがモチベーション上がるところかって、普通に話してるだけだと見えてこないんじゃないかなと。何かいい方法ってあるんですかね。

家内　方法はいろいろあると思うんですけど、グチを聞くのも１つかなと。なんか話したそうだったら話を聞く。聞いたところで何か解決できるかはわからないですけど、もしかしたら、求めているものがわかるかもしれない。何もわからなかったとしても、話をすればスッキリしますしね。

Team building

なんか話したそうだったら話を聞く

気持ちの問題を解決するのって、たぶんモチベーションしかない

青木　それだけ大事にしているってことは、チームのモチベーションを上げた方がプロジェクトはうまくいく、という考えが前提にあるわけですよね。

家内　前提にあります。プロジェクトがうまくいくし、いいものがつくれる。たぶん納得感も違うと思う。自分たちだけではなく、お客様にとってもユーザーにとっても。

青木　それってやっぱり今までのいろんな仕事の中から自分で出した結論みたいなこと？

家内　うん、そうですね。仲間からは「お客様のお金で好きなことをさせてもらってる」と評価されるんですが(笑)。好きなことっていう表現は語弊があるかもしれませんが。でも人のお金を使って何かをやらせてもらっているわけで、その中で言われたことだけやってもたぶん誰にとっても面白くないなと。言われたことをやるのは当たり前のことだし。だから、それ以上のことをやろうとすると、もう気持ちの問題じゃないですか。気持ちの問題を解決するのって、たぶんモチベーションしかないのかなと。

青木　なんかすごくいい話ですね。いろんな人に聞かせたい。

家内さん自身が満足を感じるのってどんな時？　良いものができた時？　お客様に喜んでいただけた時？　それとも数字でうまくいってる時とか……？

家内　全部です。

青木　また欲張りな（笑）。全部がうまくいって満足と言えるということ？

家内　いや、どれでも満足です。結果として何かが得られれば。これがなきゃゴールじゃない、みたいなのはないですね。

青木　最初からゴールを目指しているわけではない？

家内　ないですね。そのプロセスの中で納品物が変わっても別にいいかなって、わりと思っているタイプなので（笑）。

青木　失敗しても、失敗したという知見が得られて満足するとか（笑）。なんでも吸収する、何もかも無駄にしない。物事ってほんと捉え方次第ですよね。逆に憤りを感じることってありますか？

家内　諦めちゃう人を見た時。あと、たいした覚悟もなく他人や物事を悪く言う人は苦手です。あまり言い続けている人を見ると心が折れますね。

Team management

結果として何かが得られれば

長い目線で一緒に物事を考える

PROJECT NEEDS WIDE VIEW

#5

青木　さきほど話されていたモチベーションということの他に、プロジェクトをデザインする上で、家内さんが大切にされていることは何ですか？　プロジェクトがうまくいくってどんな要素が必要なんですかね？

家内　たぶんさっき言った納得感だと思います。それはメンバーもそうだし、お客様もそうだし。お客様にとっては対価を支払うことへの納得感だと思うし、メンバーにとっては、自分がつくったものに対しての納得感だと思うので。うまくいくということはたぶんそういうことかなと。

青木　なるほど。

家内　あとは自分たちの利益をどれだけ出すかというのはもちろん考えることではあります。あまり耳障りは良く

コンセントの価値を最大化していく

ないかもしれませんが、会社としては必要なことなので。

青木　利益というのは、お金だけじゃなく、それ以外も含めた利益？

家内　そうですね。プロジェクト単位で考えるケースもあるかもしれないですけど、どっちかっていうと年単位で考えてることが多いです。

青木　コンセントの価値を最大化していくためには、という感じ？

家内　そうかもしれないです。

青木　それって、役員でもないとなかなか考えないことかも。与えられた仕事をこなすだけじゃなくて、会社としてこうした方がよかろう、というところまで考えている。会社を自分ごととして捉えている、そこに興味がもてるというのは、そうできない人と何が違うのかなと思って。

家内　なんですかねぇ……。１つのプロジェクト、ワンショットでできることは少ないので、1回でものすごく満足させるとかって結構難しいと思うんですね。お客様にたくさん喜んでいただくためには、長い年月付き合ったほうがいいので。そうやって、お客様の中でのコンセントの価値を高めていきたいです。まぁ、前の会社で働いていた時に、そういう考え方が当たり前だったというのはありますけど。

青木　さっき言っていた「我がごと」ってことですね。

家内　たとえば、お客様が新しいサービスを始めるとして、そのサービスを軌道にのせられれば、お客様に喜んでいただけるし、僕たちにとっても継続的に仕事が増えることになる。それを単に受注制作だと捉えたら、納めて終わり、サービスが継続するかどうかはあまり関係なくなってしまう。

青木　続けることの大切さが一番の価値だということを、どこかで感じてる

今の仕事はほんとに楽しいです

んですよね、きっと。

家内　そうなのかもしれないですね。人や会社間の関係性を維持するとかも含めてですけど。

青木　前の２社に入ったきっかけが友だちからの紹介だったり、チームメンバーのモチベーションや、関係性を維持することを大切にしていたり。家内さんってコミュニケーション能力が高い人だなって思ってたんですが、そのベースにあるものが少し見えてきた気がします。

あと、家内さんって仕事している様子がすごく楽しそうに見えるんですけど、ホントのところはどうですか？

家内　今の仕事はほんとに楽しいです。担当しているお客様に恵まれているのもあると思いますが、環境もですね。多様性が当たり前の環境ってなかなかないなと。僕自身もコンセントの中では珍しい出自ですけど、遠慮なく積極的に動ける環境がいいなと思ってます。

青木　たとえばどんなところが？

家内　世の仕事をしている人たちというのが、もともと職種や業務範囲に縛られて何かをしているわけじゃないと思っていて。たまたま得意なことで、すごいカッコいいものをつくってたり、お客様に喜んでもらうために何かをしていたりする。だから仕事をする時に、自分の職種はこれだからみたいなことってあまり気にしなくていいかなと思ってるんです。コンセントって、僕も含めてプロデューサーチームにいろんな出自の人をガサッと集めてたり、自分が望めば全く今まで経験してないことでも、オーナーとして認めてくれたりするじゃないですか。オーナーとして認めて、「任せるよ」と言ってもらえる会社。

青木　なるほど。多くの裁量を与えら

遠慮なく積極的に動ける環境がいいなって

れてるってことですよね。

家内　当然、そう望んだら結果を残さなきゃいけないというのは付いてくるけれども。例えば、ディレクターで入っていても、ディレクター業だけじゃなくて、望んで自分にその覚悟さえあれば、別のことを始めてもよかったりとか。ほんとに自己責任の会社だなと思っていて。自己責任という考え方を嫌う人もいるからいい面ばかりでもないとは思いますけど、僕は縛られたくないタイプので、積極的に動きやすい環境に見えます。

青木　プロジェクトもいろいろだし、確かに多様性のある環境ですよね。

家内　ですね。あと、いろんな考え方の人が普通にいて。なんか僕、「この会社にいるから、このスローガンに則ってみんなで同じ目標を目指してがんばろう」みたいなのってすっごい嫌いなんですよ（笑）。ベストエフォートでいろんな人がいろいろな仕事をしているのはいいことだなと思うんです。

青木　なんかコンセント、いい会社だな（笑）。いろいろな考え方の人がいるっていうところで、プロデューサーやディレクターは最終着地点が見えた上でプロジェクトをつくっていってると思うんだけど、家内さんなりの考え方に興味があります。

家内　最近サービス寄りのプロジェクトのお話を多くいただくのですが、既に存在するサービスのリバイズであれば、そのサービスの歴史があって脈々とやられてきたことがある。それに付加して今お客様が目指していることがある。でも案件が発生して具体化してる時って、直近の問題解決の方が話の俎上に上がりやすいので、将来ではなく、直近の問題解決に対する提案ばかりに注視しちゃう場合もあると思うん

今やろうとしていることをより最大化するために

ですけど。

僕は、まず、提案する時には将来の話を絶対入れるようにしています。「これをやった結果どういう将来像が描けて、そこに向かうためにどのタイミングで何をするというのが良さそうですよ」とか、「今やろうとしていることをより最大化するためには、（言われてないけれど）これをやったらどうですか」とか。提案のプラスアルファですかね。

青木　幅を広く。

家内　時間軸のレンジを長くとるか、選択肢としてのアドオンを厚くするか、どちらかを必ずやるようにはしてますね。時間軸を長くする方が多いかな。提案に行く時点でお客さんが思い描いている将来像みたいなものを掴んでおくのとおかないのとでは、全然考えるものが違うので。でもこれは当たり前の話ですよね。

もっと長い目線で一緒に物事を考える

青木　わかっていてもなかなかできないところだと思いますけど。いわゆるビジョンを具体的な施策として一緒に提案しちゃうという話ですね。

家内　そこに向けてできることってたくさんありますよね。今、コンセントだと、構造や運用視点でのウェブ設計や、エディトリアルデザインで培ってきたコンテンツデザインとかいろいろなことができるので。たとえば、僕の場合はウェブサイトの提案が多いですが、お客様側に時間軸や選択肢の幅を広げてもらって、紙媒体の提案を入れていくとか、ウェブプロジェクトのパフォーマンスを上げることで紙の仕事も依頼いただけるような環境をつくるとか。そんなことを考えながら最初の提案段階でのプロジェクト設計はしますね。

青木　時間軸の話で言えば、やっぱり長く続けることが前提ということですよね。将来を一緒に考えましょうという話。

家内　お客様も仕事の仲間も、次の年もその次の年もその会社にいて仕事をしている人たちだと思うので、「もっと長い目線で一緒に物事を考えることができますよね」っていうことを伝えたいです。

青木　なるほど、継続していくことが大事だという価値観があって、だからこそ１つのプロジェクト単位ではなく、長い時間軸で考えることができるんでしょうね。その中で、当然世の中の状況やお客様の事業環境、エンドユーザーの状況の変化とかを考えることになると。そうして視野を広げて俯瞰したところで物事を考えて提案に活かしているんですね。…というか、自然にそうしている、できているっていうところがすごいなと思いました。今日はありがとうございました。