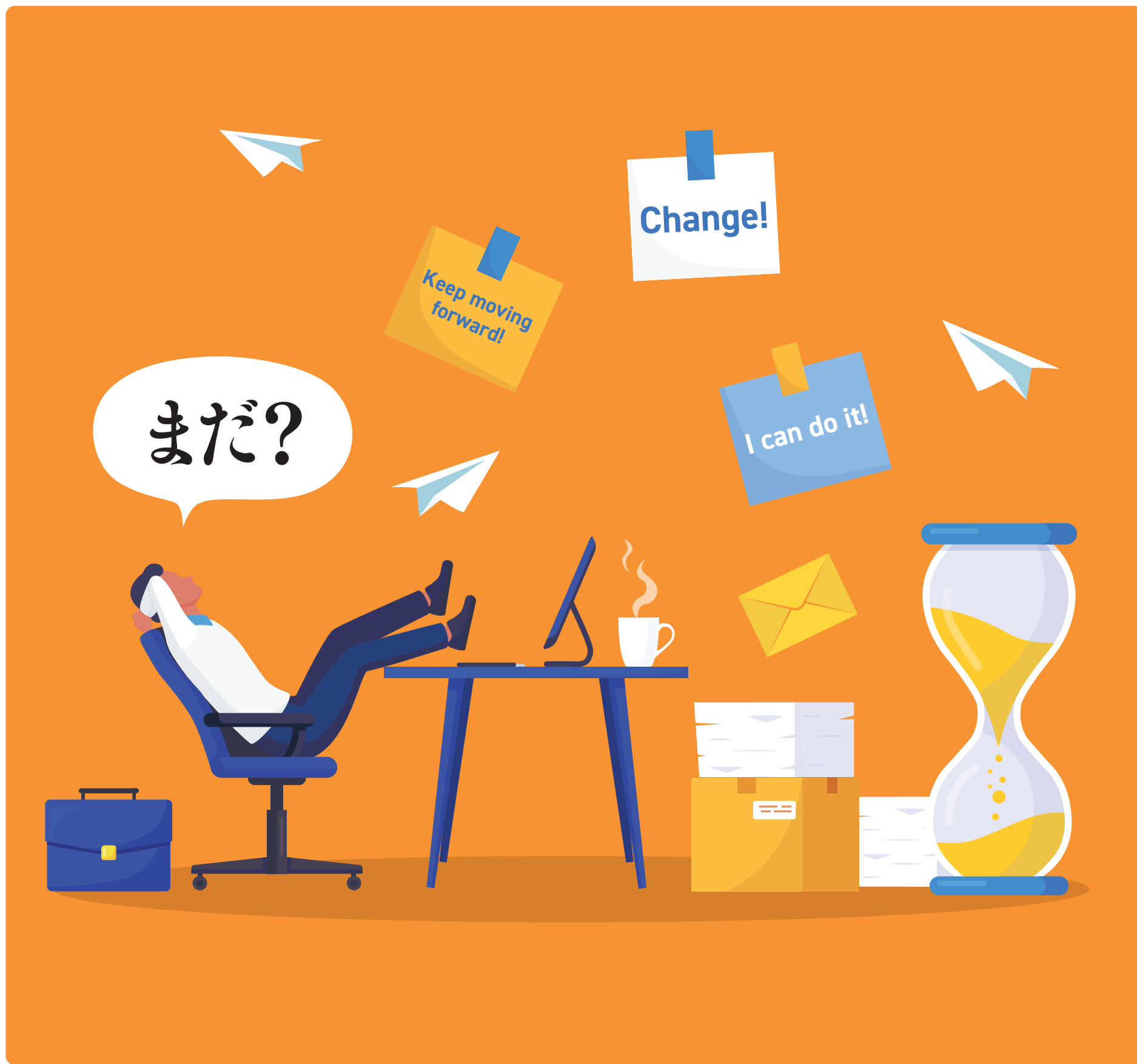




どうすれば進み出すのか 「変わるきっかけ」

「激動の時代」「生き残りをかけて」「変化」という言葉に呼応するかのように、聞こえてくるようになった「正解はない」という呼びかけ。これに納得しつつも、今度は他社の成功事例を参考にしていないでしょうか。振り返りたいのは、変わるにあたっての前提。変わろうとしているのに変わっていないのは、この前提にまだ気づいていない、あるいは問い直せていないからかもしれません。

CONTENTS

- 02 特集記事
「変化がはじまらない理由」と向き合う
——自社に潜む「内向き」構造に気づく
インタビュー
株式会社 FabCafe Nagoya 矢橋友宏さん
斎藤健太郎さん
- 06 INFORMATION
[SEMINAR]
OKBビジネスセミナーのご案内《2026年8月～12月》
[SERVICE]
KBC TIMESお届け方法変更のお知らせ
メール会員募集中！

「変化がはじまらない理由」と向き合う ——自社に潜む「内向き」構造に気づく

はじめに

聞き手：OKB 総研 戦略事業部 大橋史明

「変化のはじまり」をつかむための伴走役を務める中で、共通した違和感に行き当たることがあります。まず、経営層が「主体性を高めたい」「社外にも目を向けたい」と語られる一方で、議論は目先の業績や既存事業の改善にとどまりがちなこと。次に、キーパーソンたちの本音が見えてこないこと、目上の顔をうかがう空気があること。そのせいか、会議

などのシーンでは異なる意見が歓迎されず、沈黙している方が得だというムードを感じることもあります。しかし、これらは多くの組織で起こり得る、ごく自然な現象です。いわゆる「内向き」という状態は、新規事業開発や人材育成、組織変革といったテーマや、企業規模に関わらず生じるもの。経営学者の野中郁次郎氏は、何もしなければ組織は内向きになっていくと指摘しています。そうであるなら、「意識を変えよう」と呼びかけ続けるだけでは十分とは言えません。必要なのは、自社に潜む「内向きになる要因」を、まず認めることではないでしょうか。

「組織設計」と向き合う

矢橋友宏さん 株式会社 FabCafe Nagoya 代表取締役／株式会社ロフトワーク 顧問

岐阜県大垣市出身。名古屋工業大学卒業後、株式会社リクルートを経て、株式会社ロフトワークに合流。2020年にOKB 総研との合併でFabCafe Nagoyaを設立。創造性を引き出す組織づくりをテーマに、東海エリアの企業変革を支援している。

Q1 ▶ なぜ組織は内向きになってしまうのでしょうか。

矢橋さん

A1 少々刺激的な表現になりますが、内向きの組織は「科学の奴隷」状態であると私は考えています。ただ、そこには一定の道理もあります。

もともと科学は自然界の普遍的な法則や定理を解明して、再現性（同じ条件下で実験や観察を繰り返した際に、同じ結果が得られる性質）を高める取り組みでした。その進展のおかげで、たとえば天気は高い精度で予測ができるようになりましたよね。そして現在、科学は人々にとって納得感が高いものになり、社会のさまざまな領域に浸透しています。経営も例外ではありません。経営科学では、過去の事例を分析することで「成功のメカニズム」が解き明かされ、再現性のある仕組みがつけられた。営業なら、アプ取りから提案書の書き方、商談プロセスまで、細かくマニュアル化されました。再現性が高いのであれば、それを繰り返す方が成果も出やすく、リスクも小さいため、わざわざ外れる理由也没有。人は、決められた仕組みを割と無批判に実践してきたわけです。

ただ、問題は科学が「限られた一定の条件下」でのみ成立するものだという事実です。そのことを忘れ、前提条件に突発事象の発生やマーケットの飽和といった変化があっても、かつての再現性を盲目的に信じて突き進もうとする。こうなったら、科学の奴隷状態です。そういう組織では、「正解は存在しているのが当然」という意識が根づいています。その結果、予測可能な活動しか選択されにくくなり、既存の手法に固執し、成果の出ている前例をなぞる行動に終始します。いまは、自ら仮説を立てて答えを見出していくことが求められる変化の時代。「次の正解は何か」を探している状態から抜け出せていなければ、枠を超えるような挑戦に踏み出せず、現状の延長線上の改善にとどまってしまうでしょう。

Q. 内向き組織にありがちな思考や行動のパターンはありますか。

矢橋さん

「減点主義になりやすい」ということが一つ挙げられるでしょう。「正解」とみなされるKPIの達成に向かって方程式通りに動くことが前提ですから、マニュアル通りにやらなかったら減点される。要は、「閉ざされた社内の人だけを見ている状態」に陥ります。いわゆる、上司や会社からの評価とか、組織という村でどのように生き延びるかが優先されるという状態です。

【減点主義の特徴】

上司や会社からの評価が行動基準になる	評価を得るための立ち回りのうまさで差がつく	「変えない」がいちばん無難だと感じるようになる
新しい挑戦には「やらない理由」が先に探される	「自由に言ってい」と言われるほど、発言しにくくなる	かつてあった挑戦意欲が、気づけば鈍っている
積み上げてきたキャリアや肩書が、挑戦の足かせになる	失敗は学びではなく、「評価を下げるもの」として扱われる	長期より、目先の業績や確実性が優先される

一つでも当てはまるなら、それは特定の個人によるものではなく、組織の構造として起きている可能性があります。



き合う

Q2 ▶ 「レジリエンスの高い状態」とは、具体的にどのような組織を指すのでしょうか。

矢橋さん

A2 分かりやすく言えば、「小さな起業家の集まり」です。まずは社員全体の2割からで構いません。その状態になるよう、はじめてください。

社員が「主体性」「当事者意識」「オーナーシップ」を持っていないままでは、社会環境の移り変わりを敏感にキャッチできるようになるとは思えません。だからこそ組織で一番の理想形は、経営学者のゲイリー・ハメルが提唱した「小さな起業家で組織が満たされている状態」だといえます。社員一人ひとりがオーナーシップを持ち、あらゆる課題に当事者意識で向き合う。そして、アイデアを試し続けられる状態です。「今期の数字がどうなるか」ではなく「10年先、20年先にどんな価値を社会に届けていくか」を起点に考え、行動に移すこと。そういう社員が増えれば、組織のレジリエンスはより高まり、予測不可能な変化や危機をもしなやかに乗り越えられるようになるはずです。

Q. その2割の社員は、どうすれば見つけられますか。

矢橋さん

「変化を嫌う膠着状態の組織に対して健全な危機感を持っているか」「新しいことに意欲的に参画しそうか」を起点に、見つけて動くというのが最初の一步として有効でしょう。新規事業開発チームのメンバーを募ったり、会社の未来を考えるワークショップなどを実施したりすると、あぶり出しやすいと思います。みんなが気軽に集まって、思い浮かんだアイデアを話し合えるようなカフェスペースをオフィス内につくるのもいいかもしれません。「やってみたら、挑戦意欲を発露する社員が想像以上に多くて、現場にくすぶっていた熱量に驚かされた」とおっしゃる経営者さまもいますよ。

Q. 「内向き」であることに、どのような問題意識を持つべきでしょうか。

矢橋さん

マネジャー層は、集団規律のもとで決まったことを確実に実行し、それを繰り返しながら十年一日のごとく過ごしてきた。それこそ再現性を上げる仕組みの中で成果を上げ、評価をされてきた世代ですから、彼らの価値観を否定することは難しいですよ。経営科学に照らし合わせれば、必ずしも間違っていない。結果として、組織全体が変化に対して臆病になるのもある意味、必然なのかなと思います。しかし一方で、いまほどの企業も外部環境の目まぐるしい変化から目を背けずにはいられません。今日と同じ明日が来てほしいけれど、かつての正解が通用しない突発的な出来事がいつ起きてもおかしくない。予測の不確実性を前提にした柔軟な対応ができる体制と能力、すなわちレジリエンスの必要性が増しているのです。

東海エリアがより明るい未来を手にするために、OKB 総研は「人の内にある創造性が社会を明るくする」と考える株式会社ロフトワークと手を組みました。名古屋市中区の久屋大通公園内に「FabCafe Nagoya」※1を協働で立ち上げ、「変化のはじまり」を生み出すイベントや支援を続けています。あれから間もなく6年。変わるためのチャレンジが増える中、時代に即した組織のあり方を求めながらも、どこか違和感を覚える声が聞こえてくるようになりました。今号では、その原因を探ります。

※1 FabCafe Nagoya オープンイノベーションのプラットフォーム機能を有したものづくりカフェ。廃棄物や微生物などから循環型のプロダクトやサービスを共同で研究・開発する創造的実践の場「東海サーキュラー・ラボ」、デザイン思考でトライ&エラーを回し続ける人材を育てる「人材開発プログラム」など、多数のプロジェクトを手掛ける。(fabcafe.com/jp/nagoya/)

Q. どうすれば、社員を「小さな起業家」へと変えられるのでしょうか。

矢橋さん

ポイントは、自社の歴史や、これまで大切にしてきたモノ・コトを丁寧に掘り起こすことです。創業の経緯、事業の変遷、主要製品・サービスがいつ・どのように生まれたのか、どんなキーマンがいたのかを丁寧にひも解いていく。そうすると、個々のエピソードが見えてきて、自社の「らしさ」や価値、社員の会社への愛着のようなものが香りたってくるんですよ。そのプロセスを経て、オフィスのレイアウト変更や職場環境の改善、提案制度の充実など、具体的な施策に取り組むと、社員のエンゲージメントが高まり、先ほどお話しした「小さな起業家で組織が満たされている」状態に近づいていくでしょう。日常業務から少し離れて、自社について思考できる余白をつくる。そのうえで、社外や社会に目を向ける機会を意図的につくっていく。取り組めることはたくさんあると思います。ただ、現実論として、社員全員が小さな起業家になるのは難しい。まずは全体の2割の社員をそういう状態に引き上げられればいいのではないかと考えています。

Q. イノベーターでもある小さな起業家に対して、経営者がやるべきことはありますか。

矢橋さん

経営者さまの役割は明確で、そうした変化を嫌う抵抗勢力の圧力から徹底的に守り抜くことです。「失敗しても構わないから、どんどんやってみよう」と。先に紹介したゲイリー・ハメルは『ヒューマノクラシー』（英治出版、2023）という著書の中で、ルールとマニュアルで組織を統制していく官僚主義を痛烈に批判しました。官僚主義は、18世紀半ばの産業革命以降、巨大化した企業や組織を管理するために発達したシステムで、資本主義の観点では大きな実績を上げましたが、現代のビジネス環境においては組織の硬直化という問題点も生んでいます。抵抗勢力は官僚主義を尊ぶ人の複合体ですから、イノベーターと相容れないし、変化を阻害する要因にもなりかねません。しかも、その引力が強い。繰り返しになりますが、経営者さまはイノベーターたちを彼らから守り、安心してチャレンジできる環境を整えることが大切です。そうした環境が整ってはじめて、「小さな起業家の集まり」という文化が根づいていきます。

Q. そのほか、経営者さまに求められる行動、態度を教えてください。

矢橋さん

「自分たちの事業やサービスでこういう社会をつくりたい」など、社員と一緒に目指したい未来をメッセージとして示すことが必須です。その時、ゴールが「世界平和」とかだとスケールが大きすぎて、自分たちの役割が描きにくい。他方、ゴールが「製品」など具体的すぎると、余白がなさすぎて、業務改善レベルの変化に終始してしまう可能性があります。だから、その中間ぐらいで、みんなが共感できる、ワクワクできるメッセージをいかに見出していかです。それを自分一人で見出すタイプの経営者さまもいるし、メンバーと一緒に考えてカタチにしていくタイプの経営者さま※2もいます。外のプロフェッショナルの力を借りるのも一つかもしれません。それぞれのやり方でいいと思います。ただ、やはり変化のはじまりのトリガーは経営者さまが引くべきだろうというのが私の考えです。

あとは、社員の挑戦の意志や可能性を信じること。すべてを把握しようとせず、受け止めて手放す。それぐらいの塩梅が社員の自律をより促すと、私も経営者の一人として実感しています。

※2 KBC TIMES134号（2022年1月発行）、139号（2022年11月発行）に取材協力いただいた共栄鋼材株式会社の松本社長が、このタイプにあたります。組織のレジリエンスを高める「未来構想スクール」を通して、社員とともに会社の未来を描きはじめ、実現しています。

「社員のアイデア力」を引き出す

斎藤健太郎さん 株式会社 FabCafe Nagoya プログラム・マネジャー、サービス開発

名古屋で人を起点としたクリエイティブの土壌を育むべく、FabCafe Nagoyaの立ち上げからコミュニティづくりに携わる。電子工学をバックボーンに、デジタルテクノロジーやUXデザイン、舞台設計、楽器制作、伝統工芸のほか、動物の生態にも精通。幅広い知見を生かし、「真面目に遊ぶ」体験づくりを軸とした多様なプロジェクトを手がける。

Q3 ▶ 内向き組織だと、なぜアイデアが生まれにくいのでしょうか。

斎藤さん

A3 発想が、「正解探し」になってしまっているからです。

内向き組織では、自社のモノサシを超える発想を受け入れられず、新しいモノ・コトを生み出すチャンスを見過ごす傾向がありますね。たとえば新規事業を考えるワークに取り組んでいても、自由な発想でゼロイチをつくるはずが、早々に日常業務の文脈に引き戻され、「どうディテールを詰めるか」という議論に向かってしまう。長期的な価値よりも、今期の売り上げとか業務改善とか、短期的なリターンを優先して考える習慣がついているのじゃないかな。だから、つねに「正解探し」をしてしまうのだと思います。

Q. 自社の視点が内向きであることに気づけるタイミングはあるのでしょうか。

斎藤さん

外向きの視点を得ないと難しいでしょうね。実際、FabCafe Nagoyaでのワークに参加した、ある企業の社員さまから伺った「その後」の話が参考になると思います。その参加者さまからは「自分の中にある無意識の思い込みや偏ったものの見方、変化を阻むバイアスに気づくことができました。手に入れたバイアスとの付き合い方を、社内コミュニケーションに生かしています」という声をいただきました。その方は、新しい取り組みや挑戦に対して社内のメンバーからネガティブな意見が出てきたとき、「ああ、この人もバイアスを持ってしまっているんだな」と理解し、それをどう外すかという視点で対話を深められるようになったそうです。

Q. 組織にあるバイアスは、社員の創造性にどんな影響を与えるのでしょうか。

斎藤さん

私たちは往々にして、自信のなさや恥ずかしさ、失敗への恐怖、周囲の評価への不安などを多少なりとも持っています。組織にあるバイアスは、発言することにためらいを生じさせ、本来であれば言葉になるはずのアイデアも、表に出ないまま消えてしまいます。まずは、こうした恐怖心や思い込みを和らげなくてははいけません。そのうえで、社員一人ひとりが「まずは発言してみよう」と思える環境に変えていくことが重要です。このとき助けになるのが、自分の創造性を信じる「クリエイティブ・コンフィデンス」です。

Q. 創造性があるかどうかは、才能によるものと思われがちです。

斎藤さん

そもそも創造性は特別な人だけのものではなく、本来誰もが備えている才能です。「クリエイティブ・コンフィデンス」は、「それをいかに引き出すかが重要」という考え方です。それをどうやって身につけるかというと、自分の好きなこと、興味を掘り下げる知的な探求活動を日頃からたくさんしておくことが近道になります。知識が偏っていくほど、人はその分野に対して他者と違う視点や価値を見出し、「もっとこうだったらいいのに」と、独自の発想ができるようになる。それらの蓄積が創造力や自信につながっていくのです。

また、チームでアイデアを出し合う場では、創造性を発揮しやすくなる環境づくりも必要だと思います。これはマネジャー層に注力していただきたいですね。

Q5 ▶ 外向きの視点を得る手段として、OKB総研では「外のプロフェッショナル」とつながる機会を設けています。

斎藤さん

A5 つながろうとする前に、自己や自社を見つめ直しましょう。

もし外のプロフェッショナルの視点を取り入れる場合は、プロジェクトベースがいいと思います。ただ、このとき一つだけ注意点があって、「自社が社会に提供しているものは何か」「このチームメンバーだからできること」「達成したいゴール」を整理したうえで、そこへ向かうために外部からどのような力を借りたいのかを明確にしてください。絵でたとえるなら、いま持っている絵の具を手元に出して、描きたい絵のイメージを固めて、足りない色を買いに行きますよね。それとよく似た話です。アイデアは結局、自分たちの人生や歴史から出てくるものですから、自己や自社を見つめ直すプロセスが不可欠なのです。

Q. 社員の創造性やアイデア力を引き出すために、経営者さまがすべきことを教えてください。

斎藤さん

悩んでいらっしゃるのなら、まずご自身が組織の一步外に出て、違う領域で事業に取り組んでいる方、違う視点を持った方と出会うことをおすすめします。そこで新たな気づきが得られるかもしれません。とにかく動く、まずは動いてみる。その一步を踏み出す場として、FabCafe Nagoyaが選択肢の一つになったらうれしいですね。

でも、結局のところ、変化のはじまりになるのは、私たちのような外のプロフェッショナルではなく、自分たち自身です。もし私が相談をお受けするとしたら、経営者さまにはこうお伝えします。「自社を通じてどんな風に社会を変えたいのか、ご自身の人生をどうおもしろくしていきたいのか。あなたのWillを考え抜き、持ってきてください」と。変化の出発点は、そこにあるのです。

Q4 ▶ マネジャー層が実践すべき具体的なアクションを教えてください。

斎藤さん

A4 自社にふさわしい「社員一人ひとりの創造性を引き出せる設計」をつくることです。ポイントは大きく三つあります。

一つ目は、「誰もが発言しやすい場と雰囲気をつくる」こと。参加者が互いの顔を見られる円形の座席レイアウトにしたり、本格的な議論に入る前にアイスブレイクで緊張をほぐしたり、発言の順番を役職順ではなく若手順にしたり。場の中の関係性をフラットにすると、参加者は「何を言っても否定されない」と感じ、率直に意見やアイデアを言い合えるようになります。

二つ目は、「答えよりも“問い”を重視する」こと。正解を前提にして議論を重ねても、情報の精度は上がりますが発想は広がりません。問いを重ねることで、固定された前提は揺らぎます。アイデアに対して「何か答えなければ」とついよかれと思って言葉を返したくなるかもしれませんが、すぐに答えを見つけようとしなくても大丈夫です。たとえメンバーから出てきたアイデアが自分の想像を超えていたり、業界の常識から外れていたりしても、否定や結論で返す必要ありません。大切なのは、「あなたはなぜそれをやりたいのか」「実現させるためのハードルは何か」「どうすればそれを乗り越えられるか」など、建設的な問いかけをすること。「このアイデアをもっと良くするには？」という視点で問い続けていくことです。

三つ目は、「失敗を許容する姿勢を示す」こと。それが心理的安全性を高め、新しい挑戦を生み出す原動力になります。ただし、失敗を放置してはいけません。振り返りを行い、足りなかった視点や改善策をフィードバックして、失敗から学ぶ機会をつくる必要があります。その経験を繰り返すことが、小さな成功体験を重ねることになります。

【創造性を引き出せる設計のポイント】



【外のプロフェッショナルの視点を取り入れる前に、経営者さまが整理すべきこと】

「外のプロフェッショナル」とは、特定の企業に限らず、自社にない視点や高い専門性を持つさまざまな人材を指します。



Q. 自社は、何を社会に提供していますか？

Q. このチームメンバーはどんな可能性を秘めていますか？

Q. 達成したいゴールを描いてください。

Q. 達成するにあたって、自社に足りない力は何でしょうか。

Q. 外のプロフェッショナルから、どのような力を借りたいですか。何を望んでいますか。

整理するにあたって、順番はどこからでも構いません。チームメンバーである社員と、外のプロフェッショナルが「どんな力を発揮すべきか」を、正しく捉えられることを心がけてください。

OKB ビジネスセミナー 《 2026年8月 ▶ 12月 》 2026年7月1日現在

SEMINAR

	開催日	時間	セミナータイトル	対象	講師	会場	受講料	定員
8月	21日 (金)	10:00～17:00	新任経理担当者のための 経理の仕事入門 ～数字を味方に、会社を強くする！～	中堅社員 若手社員 新入社員 新任経理担当の方	御堂筋税理士法人 税理士 高岡 亜子 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネスクラブ会員 11,000円 一般 26,400円	30名
	25日 (火)	15:00～17:00	「その対応が分かれ道」 セクハラ・パワハラ対応の手引き ～これだけは知っておきたい最低限の知識～	経営者 幹部 管理職 人事労務責任者	弁護士法人北見法律事務所所長／ 社会保険労務士法人北見事務所副所長／ 弁護士／社会保険労務士 北見 拓也 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネスクラブ会員 5,500円 一般 13,200円	30名
9月	8日(火)	各回 13:00～17:00	新入社員 フォローアップ研修	新入社員	株式会社 Carritra 講師 長谷 英子 氏	OKB Harmony Plaza 名駅	各回 共立ビジネスクラブ会員 5,500円 一般 13,200円	各回 30名
	11日(金)					OKB 総研 セミナールーム		
	15日(火)					ワークプラザ岐阜 大会議室		
	18日(金)					OKB Harmony Plaza 名駅		
10月	15日 (木)	10:30～16:30	アナウンサー直伝！集中特訓！すぐに実践！ 仕事で信頼される「伝わる話し方＆敬語・言葉遣い」セミナー	若手社員 新入社員 話し方や言葉遣いに自信をつけたいすべての方	元 NHK キャスター／ 日本サービスマナー協会認定マナー講師／ YES プランニング代表 宇野 悦加 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネスクラブ会員 11,000円 一般 26,400円	30名
	23日 (金)	10:00～17:00	実習で磨く上級マネジメント 実践セミナー ～知識を、組織を動かす力へ～	経営者 幹部 管理職	株式会社ヒューマンブレインアソシエイツ 代表取締役 田中 一起 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネスクラブ会員 11,000円 一般 26,400円	30名
11月	6日 (金)	10:00～17:00	【経営幹部・幹部候補者向け】 戦略MGマネジメントゲーム研修 ～1日で3期分の経営を体験！ 俯瞰力・判断力を鍛える “経営のシミュレーション”～	経営者 幹部 幹部候補者 管理職	御堂筋税理士法人 中 達哉 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネスクラブ会員 11,000円 一般 26,400円	24名
	12日 (木)	10:00～17:00	【地方・中小企業のための新卒採用】 学生から選ばれる会社のつくり方	経営者 幹部 管理職 採用責任者	株式会社新経営サービス 経営支援部 シニアコンサルタント 大園 羅文 氏 人事戦略研究所 コンサルタント 長尾 拓実 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネスクラブ会員 11,000円 一般 26,400円	30名
	30日 (月)	10:00～17:00	プレイングマネジャーである 課長の役割と実務 ～次は、「管理職・課長としても優秀」を 志向しましょう！～	管理職(マネジャー・ 課長など) 次期管理職候補者 としての中堅社員	ビジネス ディベロップ サポート 代表／パッションクリエイター 大軽 俊史 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネスクラブ会員 11,000円 一般 26,400円	30名
12月	8日 (火)	13:00～17:00	管理職・リーダーのための 組織活性化セミナー ～心理的安全性を成果へつなぐ「かけはし」と、 職場づくりの実践手法～	管理職 マネジャー リーダー 中堅社員	武藤コンサル＆コーチング事務所 代表／組織人材コンサルタント 武藤 郷史 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネスクラブ会員 5,500円 一般 13,200円	30名

お申込方法

- Web申込 OKB総研 Web サイト内のお申し込みフォームをご利用ください。
- FAX申込 OKB総研 Web サイト内より「お申込書」を印刷していただき、必要事項をご記入のうえ、送信してください。

セミナー詳細・お申し込み
(www.okb-kri.jp/seminar/business/)



KBC TIMES お届け方法変更のお知らせ

SERVICE

162号（2026年9月発刊）より、KBC TIMESは封筒でのお届けに変更します。特集記事に加え、OKB ビジネスセミナーや共立ビジネスクラブ講演会など、すぐに活用できる情報も同封し、情報提供を強化してまいります。お届けは「共立ビジネスクラブ事務局」専用封筒にて行います。引き続き、行動につながる情報発信に努めてまいります。今後も、ご愛顧のほどよろしくお願い申し上げます。

登録
無料

メール会員 募集中

OKB総研は、メール会員を随時募集しています。イベントやセミナーの開催情報、独自の視点でまとめた調査結果、マッチング情報（希望者限定）などをいち早くお届けいたします。ぜひご登録ください！

メール配信サービスのお申し込み
(www.okb-kri.jp/contact/mailcontact/)

