



パターン・ランゲージとは？



パターン・ランゲージは、**良い実践の秘訣を共有するための方法**です。**成功している事例やその道の熟練者に繰り返し見られる「パターン」を抽出し、抽象化を経て言語（ランゲージ）化**しています。そういった成功の“秘訣”ともいべきものは、「実践知」「センス」「コツ」などといわれますが、なかなか他の人には共有しにくいものです。パターン・ランゲージは、それを言葉として表現することによって、**秘訣をもつ個人が、どのような視点でどのようなことを考えて、何をしているのかを他の人と共有可能に**します。

パターン・ランゲージは、もともと1970年代に建築家クリストファー・アレグザンダーが住民参加のまちづくりのために提唱した知識記述の方法です。アレグザンダーは、町や建物に繰り返し現れる関係性を「パターン」と呼び、それを「ランゲージ」（言語）として共有する方法を考案しました。彼が目指したのは、誰もがデザインのプロセスに参加できる方法でした。町や建物をつくるのは建築家ですが、実際に住み、アレンジしながら育てていくのは住民だからです。



参考：CreativeShift：パターン・ランゲージの情報サイト (<http://creativeshift.co.jp/pattern-lang/>)

パターン・ランゲージの良い点は？



1. 経験の交換・蓄積

「言葉」として対話の中で使うことで、「秘訣」を共有できます。

2. 認識のメガネ

「言葉」がなければ見えない現象を認識できるようになります。

3. 経験の連続性

自分の経験を活かしつつ、他の人の成功の経験則を取り入れることで、その人らしさを肯定しながら成長することを促します。

トランスフォーメーションに対応するための パターン・ランゲージ（略称トラパタ）とは？



2018年度からのDX推進に関する調査の中で、DX先行企業はどのような
マインドやふるまいをもって変革に対応しているのか、成功事例から共通する
パターンを抽出し言語化することで、これからのスキル変革の上での1つの指
針となり、デジタルに閉じない様々なトランスフォーメーションに組織や個人
がどのように取り組めばよいかについて「考えるヒント」になるのではと考えました。

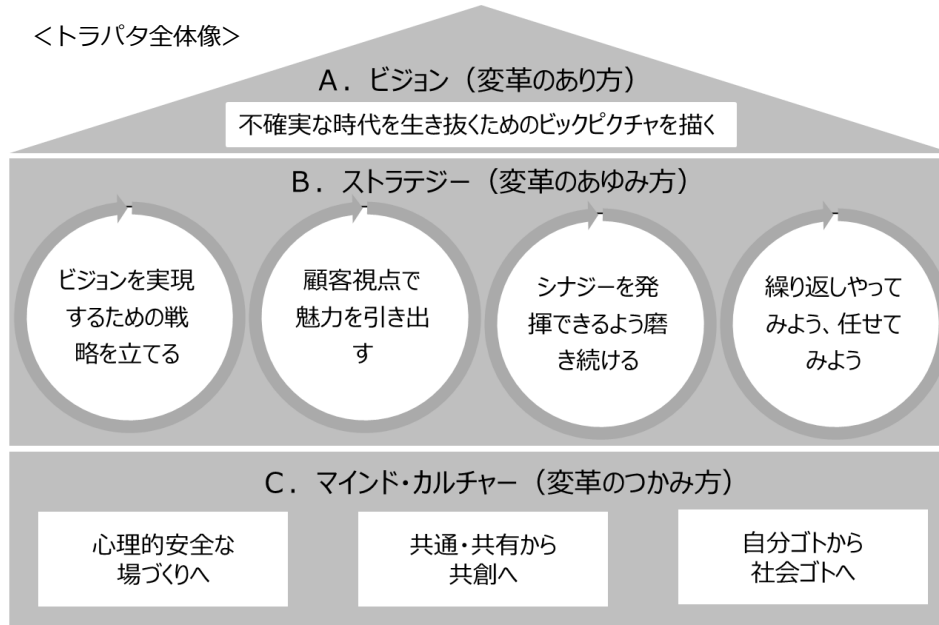
この「トラパタ」は、調査から得られた知見をベースに、事業や組織の変革を
成功させる実践知を抽出し、パターン・ランゲージ（言語化）として、
全24のパターンで整理したものです。



トラパタ全体像・全24パターン



<トラパタ全体像>



<パターン名一覧>

カテゴリ	グループ	パターン
A. ビジョン	不確実な時代を生き抜くために変革のビックピクチャを描く	A1 未来妄想力
		A2 社会課題は未来の芽
		A3 未来への羅針盤
B. ストラテジー	ビジョンを実現するための戦略をたてる	B1 価値創造のためのシナリオ
		B2 枠を外して考える
		B3 実現のためのあらゆる可能性

カテゴリ	グループ	パターン
B. ストラテジー	顧客視点で魅力を引き出す	B4 顧客も知らない顧客
		B5 共感発信から
		B6 データに価値を語らせる
	シナジーを発揮できるよう、磨き続ける	B7 未知を力に
		B8 常にアップデート
		B9 多文化の架け橋
C. マインド・カルチャー	繰り返し、やってみよう、任せてみよう	B10 チャレンジ特区
		B11 適時適任
		B12 高速仮説検証サイクル
	心理的安全な場づくりへ	C1 自律自走する組織
		C2 ようこそ失敗
		C3 多様性が育む
共通・共有から共創へ	C4 共通言語で協働促進	
	C5 “サクサク”と“いきいき”	
	C6 知のシェアリングエコノミー	
自分ゴトから社会ゴトへ	C7 自分に問いを立てる	
	C8 いつまでも学びたい力	
	C9 人の輪、知恵の輪、ビジネスの輪	

①パターン
番号

②パターン名（言葉の名前）
この名前を「言葉」として、考えるときや会話の中
で使います。

【記載例】



10年スパンで先を見据えてみると、
危機もチャンスにつなげることができる。

③イントロダクション文とイラスト
「言葉」の理解を助け、内容をいきい
きとイメージ
するためのものです。



④状況 激変している変化が起こっている。
このコツが活きてくる「状況」が書かれています。

⑤問題 激変と呼ばれる不確実な時代において、も
④の「状況」の下で起こりがちな困りごとなどが書かれて
います。

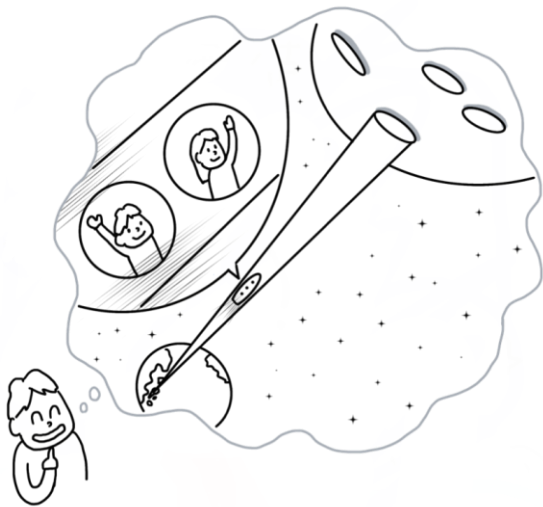


⑥解決 激変している変化に都度対応することも必要
⑤の「問題」を解消するための考え方、行動のコツがや
や抽象的に書かれています。

A1 未来妄想力



10年スパンで先を見据えてみると、
危機もチャンスにつなげることができる。



めまぐるしい変化が起こっている。

VUCAと呼ばれる不確実な時代において、ものすごいスピードで自然・社会環境や産業構造等が変化しているが、その変化に振り回されるだけでは、その組織は疲弊し、衰退してしまう。

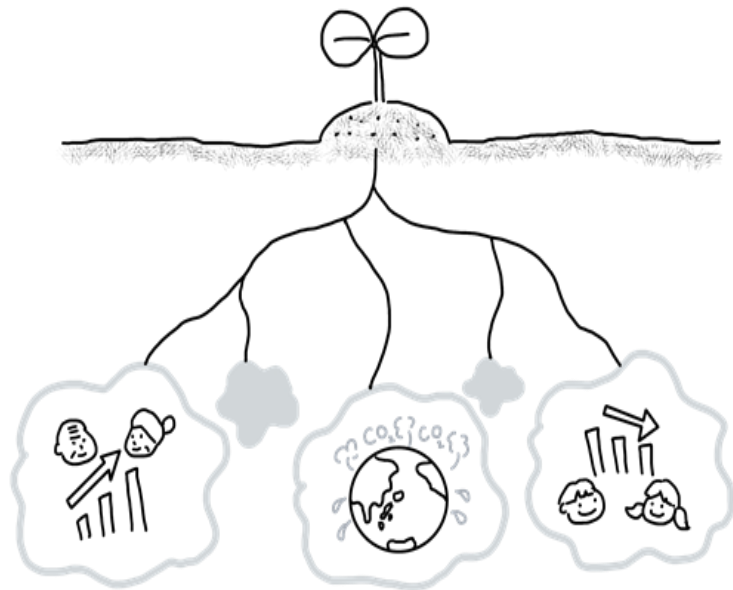


めまぐるしい変化に都度対応することも必要だが、予測不能な未来に向け、軸のぶれない進化を続けていくために、10年20年といった長期的な視点でものごとを考えていく。

A2 社会課題は未来の芽



日ごろ関係ないと思われる
社会課題にこそ、ヒントがある。



自分たちに何ができるかを考えている。

利益が出ることを基準に考え、そればかりを追い求めると、いずれ社会から必要とされなくなってしまうかもしれない。

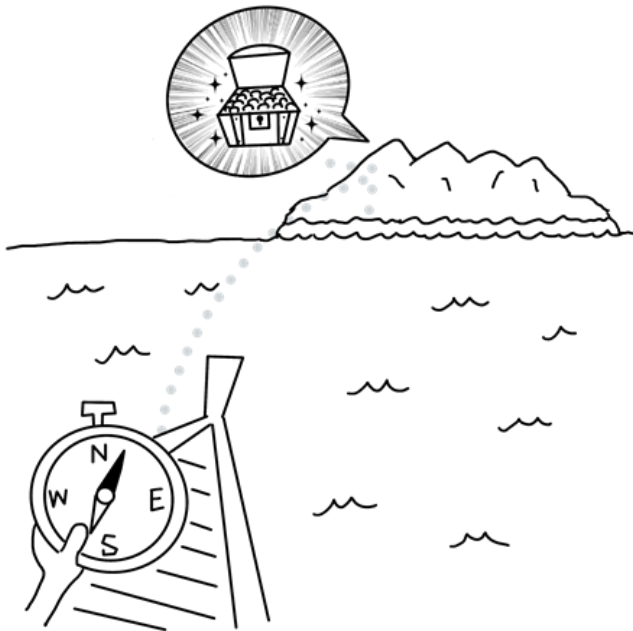


日ごろから気になっている身近な問題や、事業と関係のある社会課題はもちろんのこと、そうでない社会課題にも目を向け、それらと自分たちの事業とのつながりや意義を意識して今後の取り組みを考えていく。

A3 未来への羅針盤



自分たちの未来ストーリーを描いてみると、そこにはビジョンがある。



変革に向けて動き出そうとしている。

決めたゴールに向かって動いているつもりでも、その最中では目指すべき方向性を見失いがちで、行動がバラバラになってしまうことがある。



自分たちの属する企業や組織の「こうありたい」と想う未来像（ビジョン）を理解・共有し、それが自分の業務の起点になると捉え、常にビジョンとのつながりを意識して行動していく。

B1 価値創造のためのシナリオ



事業を整理して
優先順位を決めて進める。



事業を遂行している。

どこに注力すべきか？どこを効率化すべきか？
わからず、コアとなる事業に損失を与えてしまったり、行き当たりばったりでサービスを提供してしまうあまり、リソースを浪費してしまったりする。

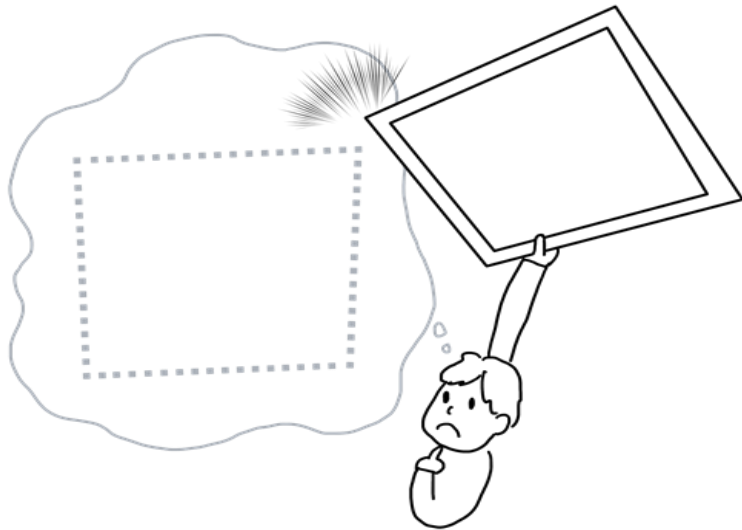


未来に向けてスピード感を持って社会に価値を届けるために、自分たちなりの価値を生み出し・届けるための方針を決めておく。

B2 枠を外して考える



既存の枠を外すことで、
視野が広がり、価値創造につながる。



新しい価値を生み出そうとしている。

競争力の高い事業を考えようとしても、小手先の工夫や改善しか思いつかないなど、新たなアイデアがでてきにくい。



「いままで」と「これから」の良さが融合された提供を創造・価値していくために、既存事業の強みやリソースを最大限に活かしつつも、違う領域と結合するなど、既存の枠を外して考えていく。

B3 実現のためのあらゆる可能性



価値を生み出すために
無限に広がるリソースを活用する。



出てきたアイデアを実現するために動き出そうとしている。

せっかく良いアイデアがあったとしても、いざ実現に向かうと様々な制約に縛られてしまい、推し進めることができなくなってしまう。

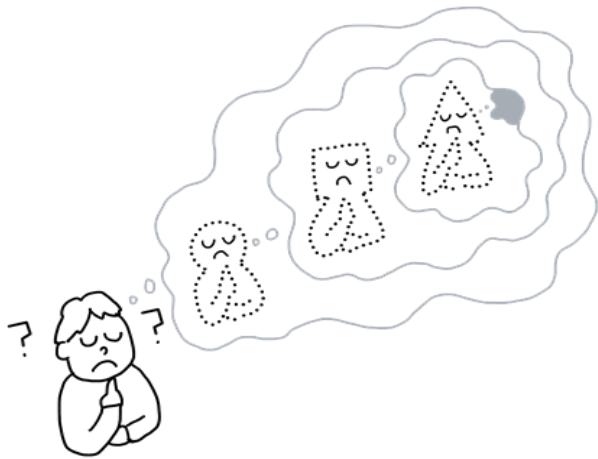


事業を成功に導くためには、個人・組織・会社内で閉じずに、外部のありとあらゆるリソースを最大限活用していく。

B4 顧客も知らない顧客



顧客の声の本質を探求しに行こう。



顧客に価値を提供するために動こうとしている。

自分たちの考えだけで顧客が喜んでくれるだろうと思い込んだり、そもそも自分たちのプロダクトやサービスのすばらしさをただ過信したりすることで、実際のニーズとはズれてしまうことが起こりがちである。



顧客に直接話を聴いたり、現地に足を運び実際に見たりすることで、実態をつかみ、顧客起点で生まれる事実や考えをもとに議論し、潜在ニーズをつかんでいく。

B5 共感は発信から



魅力をアピールすることでファンを獲得していく。



顧客に（自分たちの）価値を知ってもらいたい。

同じようなプロダクトやサービスが多いと差別化しにくいいため、顧客に選び続けてもらえなくなってしまう。



企業や組織そのものに興味や関心をもってもらうために、自分たちの考え方や取り組みなどを多様な魅力ある表現で伝え続ける。

B6 データに価値を語らせる



価値につながる原石がそこにある。

顧客に価値を提供し続けている。

顧客データなどは取得しているものの、結局ただ蓄積するだけにとどまってしまうことが多い。



データはビジネスに活用できる価値を生み出せるものだということを理解し、データを活用するための環境を整備するなどして、価値あるものに変えていく。



B7 未知を力に



デジタルを恐れず、触れる機会を増やしていこう。



より確実に事業を発展させようと考えている。

最新技術を取り入れようにも、日々進化するデジタル技術にはなかなかついていくことができず、自分たちとは関係ないことだと思ってしまう、具体的行動に結びつきにくい。



デジタル技術は、事業を発展させる上での大切な手段の1つとしてとらえ、積極的に触れていくようにする。

B8 常にアップデート



自分の進化は組織の進化、
少しずつ自分自身も
更新しつづけよう。



より確実に事業を発展させようとしている。

ついついと同じ役割の範囲で行動してしまい、
多様化する顧客のニーズを理解できなかったり、
要求を受け取ることができずたらいまわしにして
しまったりして、結果的に新たなビジネスチャン
スを逃してしまう。

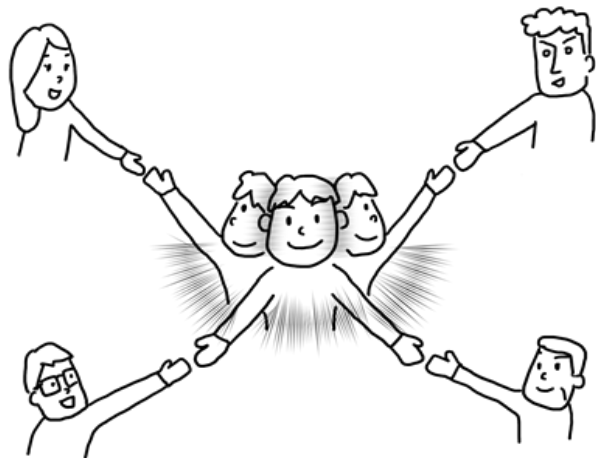


**社会、技術、市場、顧客ニーズなどのあらゆる
変化に対応できるよう自身の役割や適切
なふるまいを常にアップデートしつづける。**

B9 多文化の架け橋



異なるバックグラウンドをつなぐと、その多様性が価値の源泉となる。



多様なメンバーで取り組みを進めようとしている。

それぞれの連携が必要にもかかわらず、お互いが使っている言葉やその解釈の違いを理解できず、コミュニケーションがうまくいかなくなってしまう。

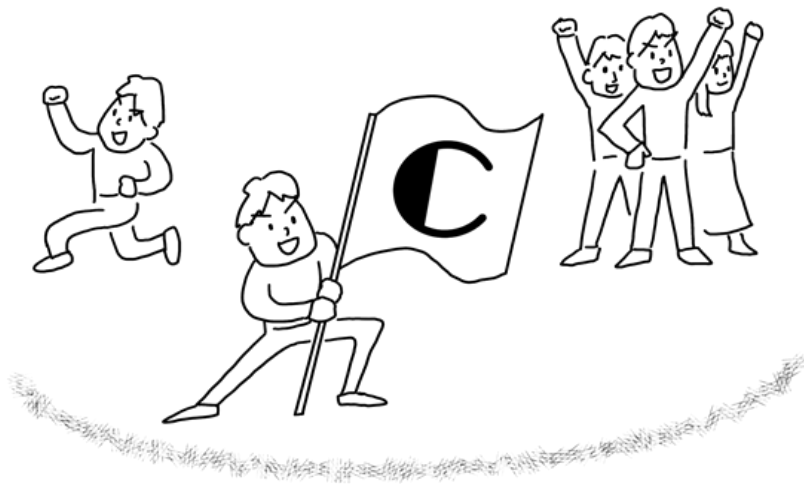


異なるバックグラウンドを持った人たちが心地よくコラボレーションできるように、文化的・技術的な通訳となり、意思疎通を補完することのできる橋渡しの役割をつくる。

B10 チャレンジ特区



繰り返しチャレンジし、
学びあう独立した環境が
成功への近道になる。



新たな領域で挑戦しようとしている。

売上や利益にとらわれたり、失敗することを恐れたりするあまり、新しいアイデアがあったとしても、多様な取り組みへのチャレンジをしにくくなってしまう。

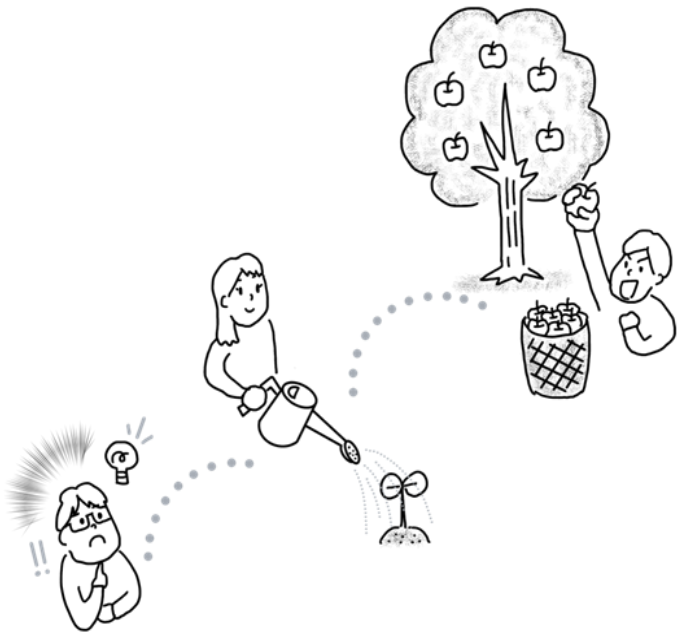


既存の評価軸には縛られない、独立した予算をもった専任組織をつくる。

B11 適時適任



フェーズ毎に最適なヒト・モノ・カネ・
戦略の組み合わせを考える。



事業を今のフェーズから成長させようとしている。

せっかく取り組みはじめた事業も、その折々に発生する課題を認識し、適切なタイミングで適切な手を打つことができなければ、うまくいくものもいかなくなってしまう。

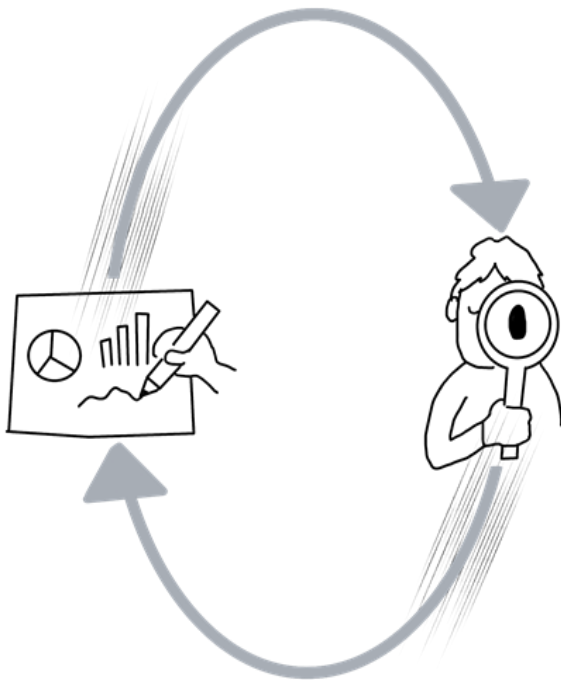


立ち上げ時・スケールアップ時・安定事業化など事業フェーズ毎に、それぞれの特性に見合った適切な部門が予算・権限などの責任をもつようにする。

B12 高速仮説検証サイクル



とにかく、“考えて、やってみて、
声を聴く”を繰り返す。



市場に対してよりよい価値を提供しようとして
いる。

机上の空論のまま進めると、顧客ニーズが見
極められないまま市場との乖離が生まれてしま
い、いつまで経っても良いプロダクトやサービ
スの提供ができなくなってしまう。



**より価値のあるものを提供し続けるために、
まずは小さく始めて市場からのフィードバック
を受けながら、スピード感をもって柔軟に進め
ていく。**

C1 自律自走する組織



チームで自主的に判断して行動する
自由闊達な組織へ。



日々、ビジョンの実現に向けて業務をこなしている。

決められたルールに沿って仕事をこなすことばかりに注力してしまうと、コミュニケーションが希薄となり、チームや組織全体をより良くしていこうとすることまで考えが及びにくい。



ビジョンを実現するために、役職・立場関係なく、メンバー全員がお互いを尊重し合い、ルールや仕組みを工夫しながら自律的に行動していく。

C2 ようこそ失敗



失敗は成功の素、
1つ1つの失敗から
丁寧に学んでいくことが、
チームの成長につながる。



新しいことに取り組もうとしている。

何かをはじめようと思っても、組織やチーム内の
人にどう思われるかが不安だったりしてなかなか
勇気が出ず、結局何もはじめられなくなってい
まう。

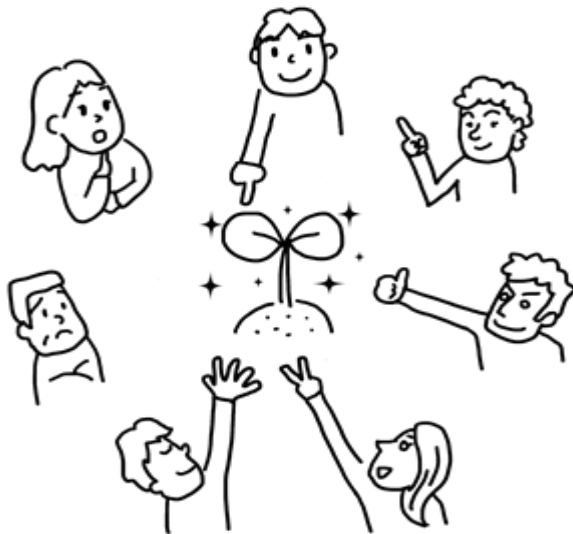


一人一人が自由闊達に活動するために、失
敗をしても個人を責めず、チャンスと捉えて次
の成長の機会につなげたり、新しいことにチャ
レンジすることを後押ししたりする。

C3 多様性が育む



多様性を受容することで
新しい文化が生まれる。



チームや組織で行動している。

似ている価値観をもったメンバー同士だと、心地よく感じやすいが、環境変化に気づかず、現状維持に傾きがちであるため、変化に乏しくなってしまう。



イノベーションを起こしやすいチャレンジングな文化を生まだすためには、職種、能力、経験、年齢、性別を問わず多様なメンバーでお互いの違いを理解し合い、受け止めるようにする。

C4 共通言語で協働促進



「分かる」が活動を促進する。



多様なメンバーでイノベーションを起こそうとしている。

それぞれおかれた環境の違いにより、異なる解釈で誤解を招いたり、やり方がバラバラになったりしてしまう。

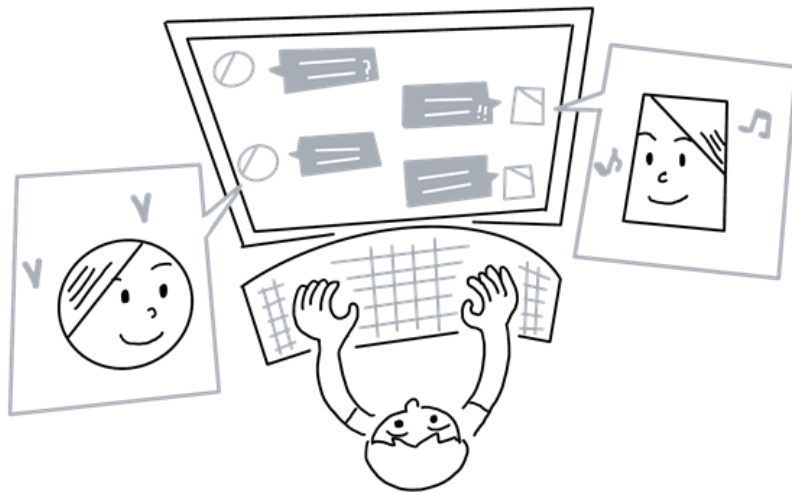


お互いの解釈の違いに気づき、理解を促進したり、コミュニケーションや生産性を向上したりするために、全員で認識が一致した共通化された表現や方法を用いる。

C5 “サクサク”と“いきいき”



デジタルをサクサク使いこなして、
いきいきとしたチーム活動をしよう。



チームで新しいアイデアを実践しようとしている。

新しいアイデアが出て、それを企画・実施するまでの時間や手間があまりにも大きく、結局、実施に至らなかったりする。

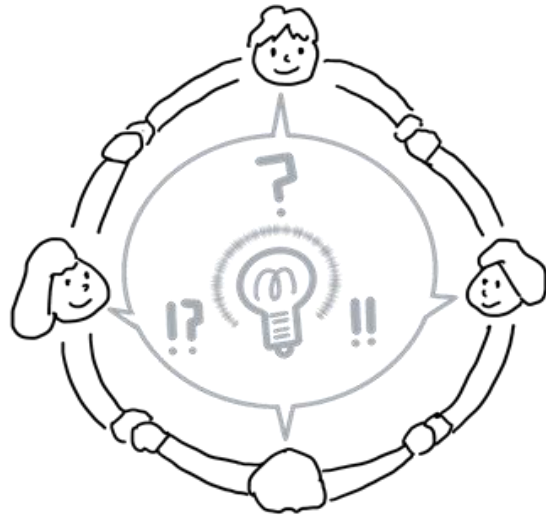


場所、時間、組織などの壁を越えて、チーム活動がストレスなくいきいきと行えるためのツールやメソッドなどを積極的に活用する。

C6 知のシェアリングエコノミー



チームで有機的に共有されたナレッジは組織の力となる。



今までの業務のやり方を変えた方が良いのではないかと考えている。

自分たちの仕事に活用できるよい情報があったとしても、それに気づかなかったり、新たなやり方を模索するのが面倒に思えたりして、今まで通りのやり方を続けてしまう。



**組織と個人としての創造性を高めるために、
個々が得た情報・ナレッジなどを常に共有・
可視化して、蓄積していく。**

C7 自分に問いを立てる



なにごととも自分の文脈で
語れるようになる。



なんとなくプロジェクトに取り組んでいる。

受け身でいると、自分だったらどうしたいか？と
いった自分の考えが持ちづらいので、結果的に
表面的な取り組みになってしまう。

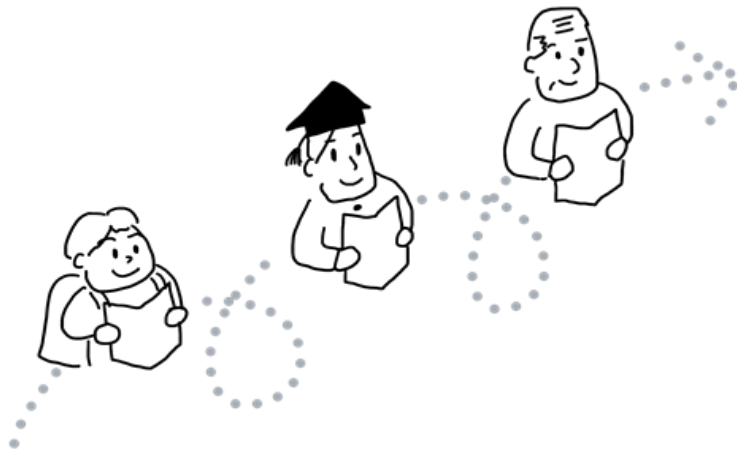


**新たな価値を提供するのは「なぜ？」「何の
ため？」「そのために何をすべきか？」を常に
考えて、自分ゴト化していくことで、自身の行
動も変化させていく。**

C8 いつまでも学びたい力



学びが人生を豊かにする。



自身を取り囲む環境が変化し続けている。

いずれ自分の持っているスキルが陳腐化してしまい、新たな活躍の場を失ってしまうのではないかと不安に思っている。

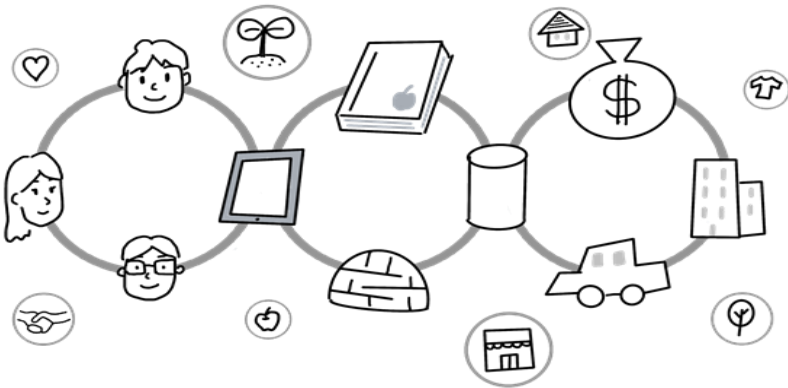


変化し続けるスキルに対応するために、常に知的好奇心をもって学び続ける。

C9 人の輪、知恵の輪、ビジネスの輪



人や組織を横断して知恵が生まれ、
ビジネスの種が生み出される。



自分たちだけでは実行できそうもない課題に直
面している。

必要なときに、一緒に協力してくれる最適な
パートナーがなかなか見つからず、できることが
限られてしまったり、大切な機会を逃してしまっ
たりする。



**相乗的な成果を生み出すために、いざという
時に頼れる人脈を社内外に構築しておく。**