



芸術と組織行動科学<sup>®</sup>による開発  
HCD : Human Capital Development

**OrgLogLab : Organizational Logic Laboratory**

# Behave

より善くを目的に

組織行動科学<sup>®</sup>

共に働らく喜びを

Organizational-Andragogy<sup>®</sup>  
smart creative management<sup>®</sup>

組織論理学  
研究センター

相手の立場で 相手の役に立ち 共に善く働き学ぶ

Wellbehavior<sup>®</sup> Create “Did it!”<sup>®</sup>

世界中の組織で働く人、それぞれの「できた」を増やし、互いに役立ち、共に生きる楽しさを創る

# 組織行動科学<sup>®</sup>の特長

Organizational-Andragogy<sup>®</sup>

smart creative management<sup>®</sup>

形式にそって  
正解を出す

学習の分類	目的	手段	教材
Pedagogy	指導を受け 再現する	知識の伝達 「教える」	共通の <b>教科</b>
<b>Andragogy</b>	<b>自ら現状を 良くする</b>	<b>思考の訓練 「考える」</b>	各自の <b>状況</b>

相手の立場  
を想像して

※ Malcom S. Knowles の研究結果に  
組織行動科学<sup>®</sup>の知見を加え作成

知識ではなく  
経験した事実がスタート

Wellbehavior<sup>®</sup> Create **“Did it!”**<sup>®</sup>

 Request Co., Ltd.

910社、日本で最も多く  
大手から優良な中堅企業へ  
組織行動科学<sup>®</sup>を導入

組織論理学研究センター: OrgLogLab: Organizational Logic Laboratoryは、新たな学問領域である「組織論理学」を提唱し、組織や社会の持続可能な成長に寄与することを目指しています。このセンター特徴は以下です。


**芸術と組織行動科学®による開発 XR HRD®研究センター**  
 Human Capital Development

**OrgLogLab : Organizational Logic Laboratory**

## 組織の未来をつくる新たな価値創造モデル

相手を善くする思考と行動が、自分自身を善くし、さらにその先の社会全体を善くする

**Behave**

より善くを目的に

**組織論理学  
研究センター**

**組織行動科学®**  
共に働らく喜びを

- **学問的基盤**：組織論理学は「数理論理学」「組織行動科学®」を融合したもの。論理的意思決定、感情的共感、創造的発想の調和を重視
- **研究の使命**：組織内の行動や感情データを数理的に解析、調和の取れたオペレーションを設計。リーダーシップ開発や持続可能な成長を支援する新しいモデル構築。組織や社会に善を巡らせる仕組みを創出
- **具体的な活動内容**：組織内の効率性と満足度を向上させる論理と感情が調和するプロセスの設計。フィードバックや信頼を基盤とした価値提供。社会全体へプラスの影響を目的とした価値創造モデルの実践
- **目指すビジョン**：組織内外に新たな価値を生み出しつづけることで、個人・組織・その先の社会全体の成長と善が巡る状態を実現する

本センターは、現代の組織が直面する具体的な課題に対して実践的な解決策を提供し、短期的な効率追求を超え、長期的な信頼や協力を基盤とした価値創造を目指すために設立されました。

**Axiom 1: 価値の連鎖 (Value Chain of Goodness)**

$$A_1 : \forall x, y, z (G(x, y) \wedge R(y, z) \rightarrow G(x, z))$$

## • 補足説明

- 価値  $G(x, y)$  :  $x$  (個人または組織) が  $y$  (相手) に価値を提供し、善くする。
- 関係  $R(y, z)$  :  $y$  が  $z$  (その先の人々や組織) とつながっている。
- 解釈 : もし  $x$  が  $y$  に価値を提供し、 $y$  が  $z$  と関係を持つ場合、結果的に  $x$  の行動は  $z$  にも価値を生み出します。

価値の連鎖とは、個人や組織が他者に価値を提供、その相手がさらに次の人々や組織に価値を伝えるプロセスを指す。この連鎖により、価値は単独の関係を越え、広範囲に広がり、組織全体や社会に善をもたらす。

**Axiom 2: 信頼の構築 (Trust Formation)**

$$A_2 : \forall x, y (T(x, y) \iff (C(x, y) \wedge P(x, y)))$$

## • 補足説明

- 信頼  $T(x, y)$  :  $x$  と  $y$  の間に信頼が構築されている。
- コミュニケーション  $C(x, y)$  :  $x$  が  $y$  と対話している。
- 価値提供  $P(x, y)$  :  $x$  が  $y$  に価値を提供している。
- 解釈 : 信頼は、対話と価値提供の両方が満たされることで成立します。ここでの「価値提供」は、直接的な支援や貢献を指し、価値の連鎖を成立させる基盤となります。

信頼は、対話と価値提供の両方が満たされることで形成されます。対話が双方の理解を深める一方で、価値提供は相手に具体的な貢献や支援を示す。この2つが揃うことで、信頼は強固になり、個人や組織間のつながりを支える基盤が構築される。信頼が確立されると、価値の循環を生み出しやすい環境が整う。

**Axiom 3: 行動の実行可能性 (Action Feasibility)**

$$A_3 : \forall x, y (E(x, y) \rightarrow (D(x, y) \wedge F(x, y)))$$

## • 補足説明

- 行動  $E(x, y)$  :  $x$  が  $y$  に対して行動を実行する。
- 事実確認  $D(x, y)$  :  $x$  が  $y$  の事実を把握している。
- 背景理解  $F(x, y)$  :  $x$  が  $y$  の背景に関心を持っている。
- 解釈 : 行動は、相手の事実を確認し、背景を理解した場合にのみ実行可能です。これにより、価値の連鎖が一貫して効果的に成立します。

行動は、相手の事実を確認、その背景を理解して初めて実行可能となる。これにより、行動が効果的かつ適切な文脈の中で行われ、価値を創造する結果を導く。この公理は「相手を知る」ことの重要性を強調し、表面的な行動ではなく、深い理解に基づく行動が連鎖を生み出す鍵であることを示す。

なぜ、このモデルが必要なのか？：

現代の組織は、「相手を善くすることで、自分が善くなり、その先の人々や社会も善くなる」という普遍的な価値観を必要としています。

- **持続可能な成長の基盤**：短期的な利益や効率を優先するだけでは、長期的な信頼や協力関係が築けず、組織の成長が停滞します。善が巡る思考と行動は、組織全体が持続的に発展するための基盤となります
- **役割分担による価値観の希薄化**：組織が拡大し、部門や職務の分業が進むにつれて、「お客様」や「次工程」に対する配慮が薄れがちです。この結果、組織の目的である「価値の創造」が見失われることがあります
- **社会全体への善の巡環**：組織は、自らの利益を超えて、社会全体に善を巡環させる責任を担っています。この価値観は、顧客や関係者を通じて、さらにその先の社会にポジティブな影響を与える仕組みを作ります
- **信頼不足とムダの排除**：相手の事実を理解せず、表面的な行動で終わると、不一致や認識のズレが生じ、ムダな業務が発生します。このモデルは、信頼を基盤とした行動で組織の効率を高めます

組織での活用方法：

- **事実確認と背景への関心**：メンバー全員が、相手（次工程やお客様）の現状を確認し、「なぜ、そうなっているのか」を考える文化を醸成します。具体的には、現場視察や直接対話を促進
- **フィードバックの共有**：相手との対話や価値提供を通じた信頼構築の成果を共有します。次工程やお客様からの具体的な反応を組織全体で振り返り、次の行動計画につなげる
- **成果の見える化**：「相手を善くした結果、それがその先の人々や社会にどのように広がったか」を具体的な事実で可視化
- **モデルの改善と拡張**：善が巡る事実を分析し、そのプロセスをさらに効率化・効果を拡張する仕組みを構築

このモデルは、数理論理学に基づく厳密なフレームワークを用い、「相手をより善くする」という価値観を組織全体に定着させます。目的は短期的な効率ではなく、持続可能な信頼と協力関係の構築。



# 芸術と組織行動科学<sup>®</sup>による開発

## HCD : Human Capital Development

Research and Development

## 人の行動と思考を研究開発する弊社内機関

– **smart creative management<sup>®</sup>** 総合研究所

– **OrgLogLab** : 組織論理学研究センター

– **ABA Operations Research<sup>®</sup>** センター

**AIAndragogy<sup>®</sup>**

– **XR HRD<sup>®</sup>** 研究センター

**MetaBehave<sup>®</sup>**

– 公共行動研究室<sup>®</sup>

**Nudge Product<sup>®</sup>**

Behavioral **logician**

Behavior **engineer<sup>®</sup>**

Behavior **designer<sup>®</sup>**

Behavioral **Artists<sup>®</sup>**

Behavior **coach<sup>®</sup>**

**Wellbehavior<sup>®</sup>**

Create "Did it!"<sup>®</sup>

for **Wellbeing**





Request Co., Ltd.

約910社、日本で最も多く  
大手から優良な中堅企業へ  
組織行動科学®を導入



LOUIS VUITTON

LOUIS VUITTON

〒160-0022

東京都新宿区新宿3丁目4番8号  
京王フレンテ新宿3丁目4F

[request@requestgroup.jp](mailto:request@requestgroup.jp)

代表取締役 甲畑智康

Behavioral logician

Behavior engineer®

Behavior designer®

Behavioral Artists®

Behavior coach®

知識ではなく  
経験した事実がスタート