

# 株式会社 mtc.

会社紹介資料 2023年6月更新

mtc.

01

# Our Mission

mtc.とは

# Company Profile

会社概要

会社名	株式会社 mtc. (エムティーシー)
設立	2017年3月9日
代表	岡崎 徹
所在地	〒153-0062 東京都目黒区三田 2-16-10 (JR 山手線・東急目黒線 目黒駅から徒歩10分)
事業内容	マーケティングコンサルティング
従業員数	17名(平均年齢 32歳 / 男女比 4:6) <small>※2023年5月時点</small>

# Management Philosophy

経営理念

手の届く範囲の  
幸せを創り続ける

日本中を幸せにすることはできないかもしれない。

でもせめて、自分の手の届く範囲にいる一緒に働いている従業員・クライアントとそのユーザーさんの幸せには、きちんとコミットしたい。

派手ではないかもしれないけれど一歩ずつ着実に。

mtc.は、手の届く範囲の幸せを創り続けていきます。

# Philosophy

企業理念

創造的探求で  
商いをおもしろく

"Methodology Creators" = 「方法論の創造者たち」を略した社名のmtc.にもその要素が含まれており、創造的であることは私たちにとって重要な価値観の一つです。

mtc.では、最善の成果のためであれば、既存の手段や手法にとらわれず、新しい方法論を自分たちで創造することを大事にしています。

単純なモノの売り買いに付加価値を生み出して、マーケティングを通じお客様へ今までにないワクワクやドキドキをこれからも提供して参ります。

# Vision

ビジョン

日本のもてなしの心を  
世界基準の  
マーケティングに

\_mtc.の最初にある「\_ (アンダーバー)」は、茶室の小上がりを表現しています。

小上がりの先にある茶室で、主従やポジションにとらわれることなく、感動を生み出すのがmtc.の使命です。

茶室で生まれた「もてなす」という日本独自の心の機微は、ときに相手の心に触れて、感動を生み出すことができると私たちは信じています。

日本の心でつくる、世界で通用するマーケティングを。

mtc.と一緒に。

# CEO

代表紹介



## Toru Okazaki

岡崎 徹

私立志学館高等学校（鹿児島県）/立教大学を卒業後、Sierに入社。汎用機を中心としたシステムのエンジニアとして従事。ZOZOTOWNを運営する株式会社スタートトゥデイに入社。入社後4年間はサーバーサイド・クライアントサイド両方をSEとして、BtoBの立ち上げや倉庫の立ち上げ、サイトリニューアル等を中心となって担当。CRM部署立ち上げに伴ってマーケティング部署に異動。マーケティング部長としてCFMという独自のCRM理論を展開し、ZOZOTOWNの売り上げの3分の1を持つ、世に類をみないCFMシステムをスクラッチで創りあげた。日本のCRMを世界に発信することを使命に2017年3月に合同会社mtc.（現 株式会社mtc.）を創業し、代表に就任。現在は、経営戦略～CRM支援やマーケティングセミナーの登壇等、幅広く活動している。

### 登壇・講師

Google, 琉球大学, 宮崎大学, 宮崎県庁, リクルートライフスタイル, リクルートスタッフィング, 電通ワンダーマン, 宣伝会議, 日本ユニシス, 日本リテンションマーケティング協会 他。

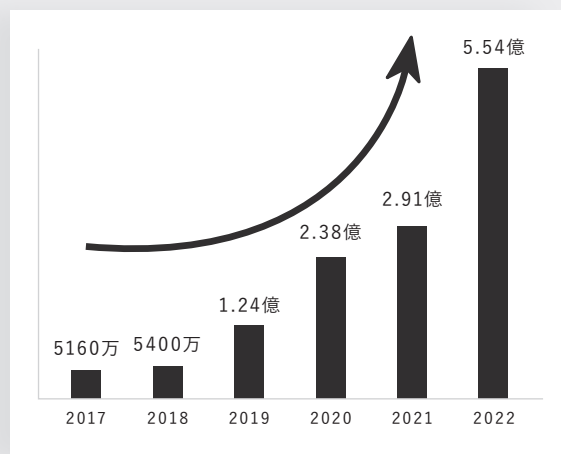
# Numerical value

数字で見るmtc.

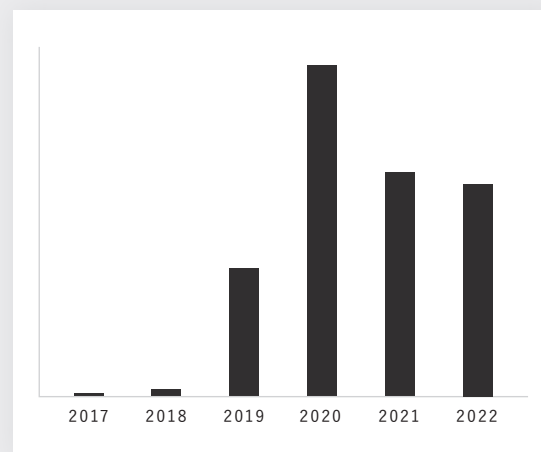
## 2017年3月の創業以来、売上高の大幅増を継続。

ナショナルクライアントの伴走型コンサルティングを中心に、ECサイト構築・運用の依頼が現在も増加中。

### 売上高



### 営業利益



※2021年～人材開発投資フェーズ

### 社員数

※カッコ内は業務委託数

会計年度	社員数
1期 (2017)	2名
2期 (2018)	3名
3期 (2019)	9名(1名)
4期 (2020)	10名(4名)
5期 (2021)	14名(7名)
6期 (2022)	17名(3名)

02

# Our Business

事業について

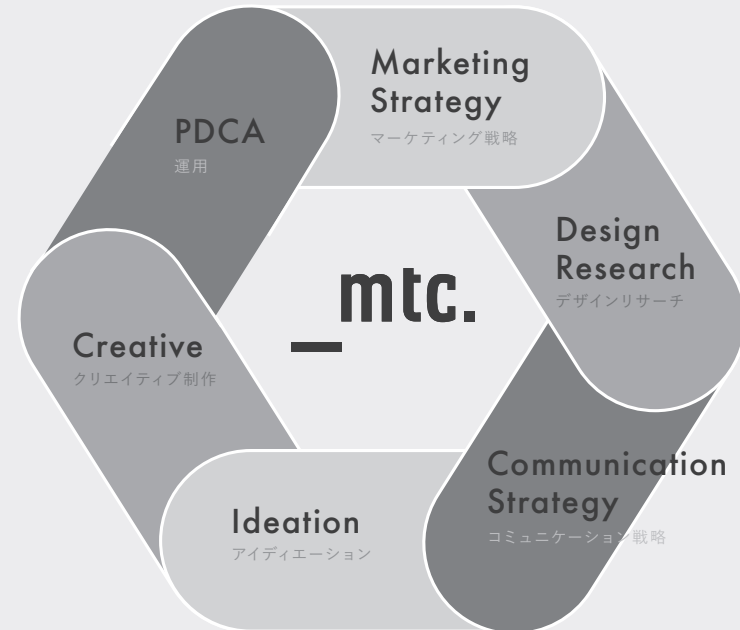
# Service

提供サービス

## 売上にコミットする。 その為にマーケティングの全てを ワンストップで提供

mtc.では、“顧客の感情を満たし売上を上げる”という  
明確な目的達成のため、定性／定量データによる課題発見から、  
欲求ベースで顧客に何をアプローチすべきかを見つけ、  
実際の施策に落とし運用するところまで、  
一連のコミュニケーション構築を行っています。

継続的なビジネスの成長を支えるコンサルティングで、  
確実に成果を出していきます。





# サービス内容

本質的な課題を見つけ出すところから、ビジネスに直結するポイントを作り出し、改善を繰り返しながら運用していくフェーズまで、mtc.では全てのステップでそれぞれのプロフェッショナルがサポートします。

## Marketing strategy

マーケティング戦略

企業として今後このブランドをどうしていきたいのか、どのように顧客とコミュニケーションを取ってきたいのかを再確認し、関わるメンバーが全員で統一した意識を持った上で進めていきます。

## Ideation

アイディエーション

ビジネスに接続するポイントを見つけていくアイデア出しの段階です。アイディエーションのステップを徹底しておくことで、この先にあるPDCAの段階で数字が思うように伸びないなど問題が発生した場合にもリカバリーが早くでき、損失を最小限に抑えられます。

## Design Research

デザインリサーチ

ユーザーへのインタビューやワークショップを通して、顧客が本当に求めている体験や価値を見つけていきます。プランナーが身勝手に唱えた「根拠なき仮説」に基づいた施策は意味がありません。mtc.はデザインリサーチのステップを重視しており、社内の専任資格保持者が進行していきます。

## Creative

クリエイティブ制作

ユーザーとのコミュニケーションに必要なツールとしてウェブサイトがあればウェブサイト、店舗配布のサンプルが必要なならサンプルのパッケージを、必要に応じて手がけていきます。

## Communication strategy

コミュニケーション戦略

アイディエーションの段階で出たものをプロトタイプとしてビジネスに落とし込んでいきながら、ユーザーの欲求を満たすために必要なコミュニケーションを見つけていきます。

## PDCA

PDCA運用

実際の業務を回しながら改善を繰り返していくフェーズです。各ステップをメンバー全員が共通認識として持っているため、PDCAのスピードが早く、結果として数字につながる状態になっていきます。

# mtc.のマーケティングコンサルティング

## 戦略のみの提示では無責任。 戦略と戦術、そして実行を 併せたご支援で、 売上までしっかりとコミット

mtc.では構想や戦略を描くご支援で留まらず、施策の実現や結果を出すまで継続的なビジネスの成長を支えるコンサルティングで、コミットします。

戦略から創出された施策をきちんと顧客に届け、

売上げの結果を出すことが、本当の成果であると考えているからです。

伴走型でご支援する戦略パートナーとして、

クライアントが持つ目標を同じ立場で捉えて一緒に取り組みます。

## 一般的なマーケティング コンサルティングのよくあるご支援

- ・ 戦略がメインで具体策がなく、「べき論」のアドバイスで終始するケースが多い
- ・ システム構築や運用などの実行フェーズは外注パートナーに任せるケースが多い
- ・ 目先のKPIのみでクライアントの成果(売上)を追わないケースが多い

## 売りに上げにコミットする mtc.の伴走型支援

- ・ 売上げや KPI に対する現状の把握と今後課題となりうる箇所の予測の提示
- ・ 実績報告だけでなく、実際に売上げを上げるための施策立案や実行
- ・ 上流から下流、全てのフェーズにおいて  
クライアントとの接点を持った密なコミュニケーション
- ・ 予算達成までの日々の数値の確認 / 軌道修正
- ・ ギャップを埋めるリカバリー案の提示 / 遂行

# mtc.が考えるマーケティング

II

## “もてなし”を“仕組み化”し、売れ続ける状態をつくること

“もてなし”

### 日本人ならではの 特徴

ホンネとタテマエが多く存在する

本当の欲求は、会話中の接続詞や  
行間、文脈、表情などの行動に存分に隠れている

本当の欲求は、本人も気づいていない潜在的欲求



### 「売れる」マーケティングの本質

表面では語られない  
隠れた欲求を明らかにし、  
満たす＝“もてなし”

“仕組み化”

### 偶然売れた、は役に立たない

売れたものがなぜ売れたのか？

その理由や要素が知識としてたまらなければ、  
結果も、また0から考える時間ももたない



### 成果を出し続けるための「仕組み化」

「売れる」の再現性を  
構築&仕組み化し、自動的に  
モノが売れる仕組みをつくる



# ユーザーの隠れた欲求を深く・本質的に明らかにするために 新規事業創出のための手技法(≒サービスデザイン)を マーケティングに活用

## 調査実査

- ・デプスインタビュー
- ・エスノグラフィー
- ・行動観察調査
- ・文脈アンケート調査



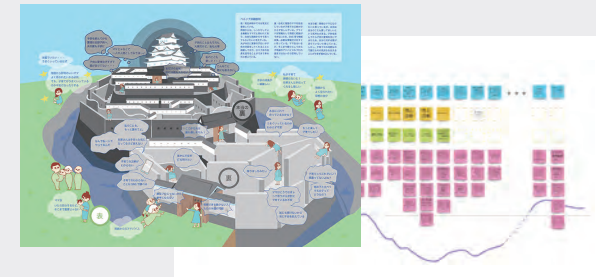
## 分析

- ・KJ法(親和図法)
- ・KA法



## 可視化&施策立案

- ・Customer Journey Map (CJM)
- ・Gap Discover Map® (GDM®)
- ・ペルソナ
- ・多次元ペルソナ®



mtc.では、リサーチの専門家が在籍  
調査設計～施策出しにつながるアウトプットまでご支援

# mtc.の独自メソッド

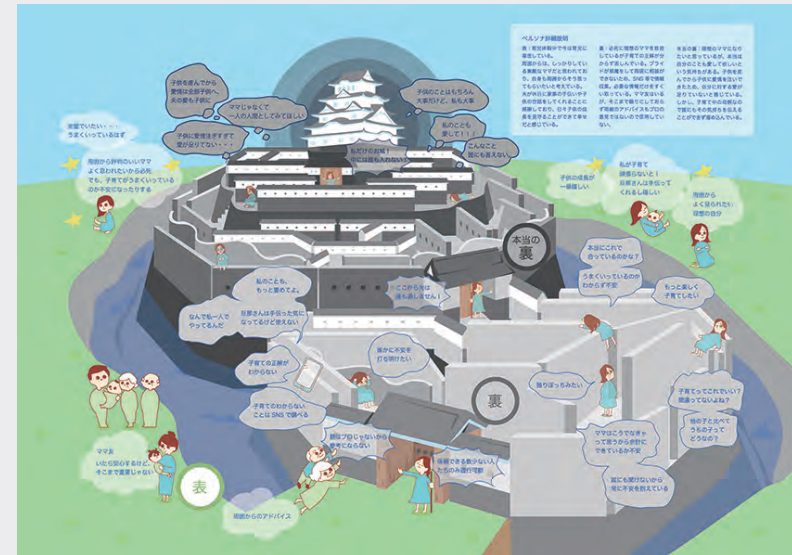
お客様を深く知り、潜在的ニーズを把握することで、  
自分たちがつくりたいサービスとのギャップを知る(As-Isの把握)。

この「デザインリサーチ」のステップで mtc. のメソッド  
「Gap Discover Map」と「多次元ペルソナ」を作成します。



## Gap Discover Map® 施策を打つべきポイントが明らかに

「インサイトはあるのに、まだ手を付けられていない状況」のギャップが可視化され、  
施策を打つべき場所を発見できる。一貫した体験と捉えた時に、実際にあるデータのみに  
ならず無いデータにも着目しているのが特徴。As-Isとしての事実のみならず「イン  
サイトはあるのに、まだ手がつけられていない状況=ギャップ」を明確にすることで、ビ  
ジネスに直結する施策を打つべき場所 (To-Be) も発見することができる。



## 多次元ペルソナ® 複雑な心理まで描き真の欲求を明らかに

重要なのは表面化している情報や属性情報ではなく、その人がどのような気持ちや考え  
方を持っていて、どのようなきっかけでどのように変化し、満足したり不満に感じたりす  
るのか、という点であることへの着目。人間の裏表の感情だけでなく、矛盾が生じたり  
悩んだりする複雑な心の中まで表現する手法。

※多次元ペルソナ・Gap Discover Mapはmtc.の登録商標です。

03

## Our Works

実績について

# 実績

ビジネスにおいて課題感のある箇所をヒアリングし、経営戦略の策定からご支援が可能です。  
本質的な課題を見つけ、ビジネスに直結するポイントを作り出し、改善を繰り返しながら運用していくフェーズまで。  
mtc.ではマーケティングの全てをサポートしています。



株式会社ポーラ

トータルコミュニケーションデザイン

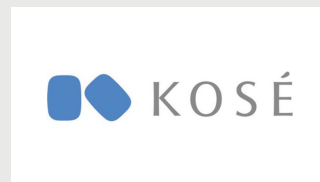
ECサイトとそれに付帯するマーケティング施策を広くコンサルティング。顧客とブランドの関係性づくりを見つめ直すところから再定義し、コミュニケーションのデザインを支援させていただいています。



株式会社スタイリングライフ・ホールディングス  
プラザスタイルカンパニー

デジタルコミュニケーション支援

オウンド、外部モール問わず、ECにおける顧客価値最大化の実現に向けたマーケティング、コミュニケーション施策をコンサルティング。顧客との関係性を再定義するところから、実際の運用までを支援させていただいています。



株式会社コーセー

CXプラットフォーム導入支援

CX（顧客体験）プラットフォーム「KARTE」の導入支援と、その機能を利用したチャットツール設計及び実装を支援。さらに、サイト訪問ユーザーの成長シナリオに基づき、施策の策定と実装を支援させていただいています。



株式会社プレイド

KARTEのプロダクト紹介及び運用支援

ユーザー企業の抱えるマーケティング課題を、KARTEを活用した施策のご提案・運用・展開・検証といったPDCAを通して解決し、ユーザー企業の売上向上を支援させていただいています。

※株式会社mtc.は、株式会社PLAIDの提供するCX（顧客体験）プラットフォーム「KARTE（カルテ）」のオフィシャルパートナーです。



楽天グループ株式会社

CRM戦略企画・クリエイティブ・コミュニケーション軸策定&プランニング

売上向上のため、CRM戦略の立案、それぞれの顧客に対してどんなコミュニケーションを取るか？のパーソナライズド戦略の企画・顧客セグメントの再構築、KPI設計・施策立案までを支援させていただきました。



株式会社ダッドウェイ

コミュニケーションデザイン

デザインリサーチを用いて顧客が本当に求めていることを明らかにし、適切な関係構築のためのコミュニケーションの全体設計とランドデザインを担当。また、Salesforce Marketing Cloudの初期シナリオも実装しました。



クロックス・ジャパン合同会社

メールマガジンの企画・運用（制作～配信）・PDCA支援

顧客様と最大の接点となるメールマガジンの企画・制作・配信・分析・レポート・PDCAを弊社にて担当しました。徹底したABテストを繰り返していくことで、CTR・CVRだけでなくメールの配信停止率を約4割縮小しました。

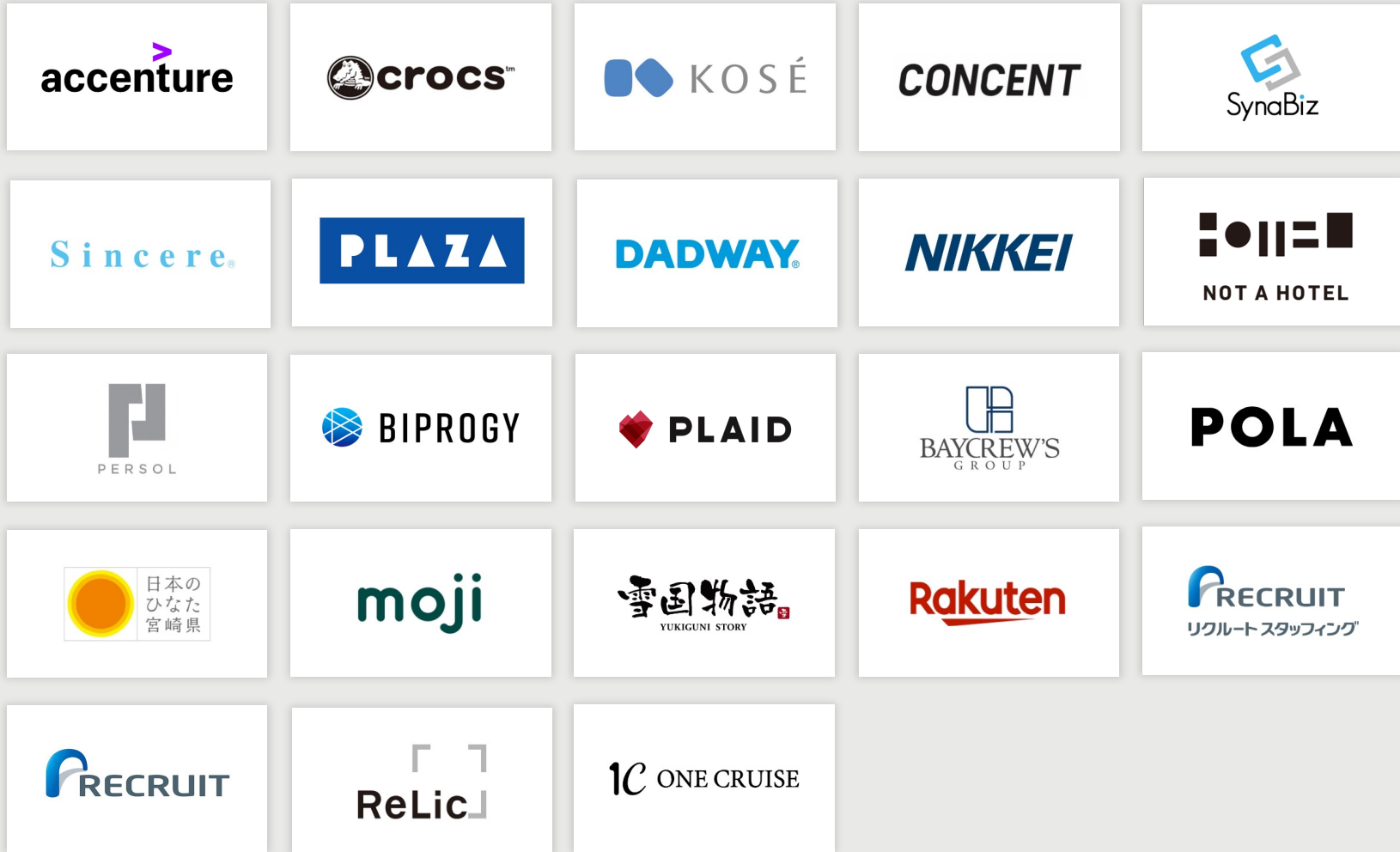


株式会社シンシア

コミュニケーションシナリオの実装

顧客コミュニケーションのためのコンテンツ企画・シナリオ企画・実装を担当しました。LP制作では撮影ディレクション・デザインディレクションも担当しました。

# 実績

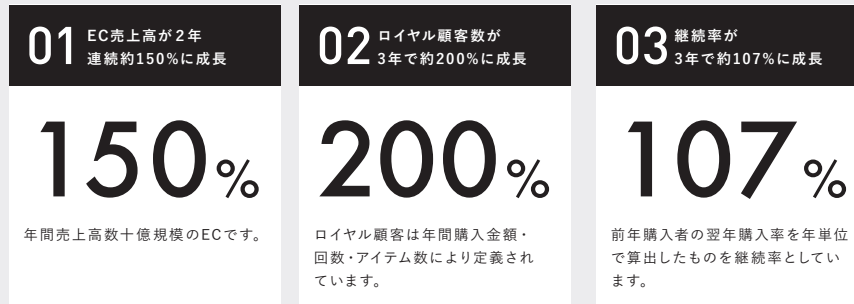


(五十音順)



# ロイヤル顧客数・継続率の向上で、 EC売上高の大幅増を継続

## ご支援の成果



**課題** : ECの売上拡大におけるマーケティング戦略／顧客の悩みがわからない

**概要** : デジタルにおける顧客コミュニケーションの刷新をサポート。  
ただ売り上げを上げるのではなく、ブランドアイデンティティを保ちつつ  
価値提供をしていくことを重視したコミュニケーションをご支援。

**伴走期間** : 3年～

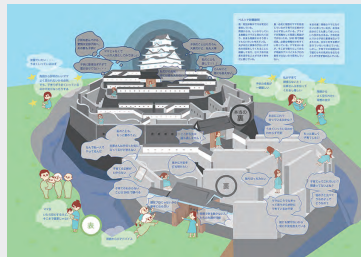
## 取り組み内容

- 戦略立案** : デジタル上におけるコミュニケーションの  
グランドデザイン / 顧客との関係性の再定義、  
コミュニケーションの見直し  
顧客属性に合わせた再構築、顧客設定の最適化  
コミュニケーションロール / マップの作成
- リサーチ** : 各ブランドのインサイト調査  
Gap Discover Map® の作成
- プランニング** : コミュニケーションシナリオ作成  
各コミュニケーションチャンネル  
(LINE・メルマガ・サイト内コミュニケーション・  
DM等)の企画・実行 / キャンペーン企画・設計
- クリエイティブ** : クリエイティブ提案 / 制作・ディレクション
- エンジニアリング** : 専属エンジニアによる KARTE の運用  
専属エンジニアによる Salesforce Marketing-  
Cloud の運用
- 分析** : Google Analytics、Tableau、Salesforce-  
Marketing Cloud、KARTE等の各種分析  
統計のスペシャリストによる優良顧客の  
ゴールデンルート分析

# 「顧客の悩みがわからない」という課題を解決した 独自のメソッド『多次元ペルソナ®』と『Gap Discover Map®』

## 企業視点のユーザー像とは全く異なる 本当のユーザーの姿が明らかに

「子育てをするママ」のペルソナ



「妊娠-出産-子育て」一連の体験の  
カスタマージャーニーマップ



- 概要** : クライアントの顧客であるママ 12 名にインタビューを実施。「子育てをするママが本当に求めていること」を明らかにし、適切なコミュニケーションの全体設計と最適化を実施。
- リサーチ** : インタビュー調査 (1対1の対面インタビュー×12名) / 分析 - 親和図法 / 多次元ペルソナ®の作成 / Gap Discover Map®の作成 / ワークショップの実施
- 伴走期間** : 6ヶ月

### 本当のユーザーの姿

Before

「ママは子育てを前向きに楽しんで頑張っている」

After

「理想的な姿でありたい反面、何が正解かわからずに苦しんでいる」

「子供だけでなく、「私」も大事にして欲しい」

### ユーザー中心の具体的な施策に繋がる アイデア創出・コミュニケーションが可能に

社長を巻き込む会社横断チームで分析ワークショップを実施し、リサーチ結果を共有。悩みを解消するための具体的な施策に繋がるアイデアが創出されました。

それらを施策に活かし、悩みに優しく寄り添うコミュニケーションを取り入れることで、以前よりも顧客から共感を得やすくなる結果となりました。

実績 03: 運用支援オフィシャルパートナー

## ブレイド社の提供する「KARTE（カルテ）」の オフィシャルパートナーとして運用支援

### さらにKARTE初の「運用支援パートナー」にも

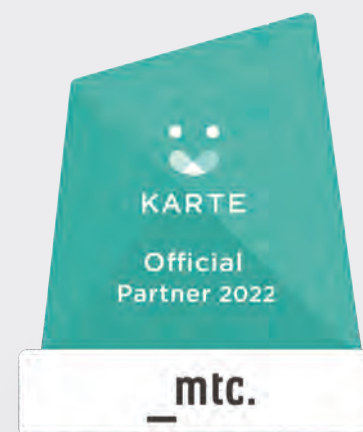
株式会社ブレイド（本社：東京都中央区、代表取締役：倉橋健太、以下、ブレイド）が提供するCX（顧客体験）プラットフォーム「KARTE（カルテ）」のOfficial Partner※として、KARTEユーザーの運用支援を開始しました。

高い拡張性を備えており、オンサイトに限らず様々なシーンでのマーケティング課題やニーズに合わせた活用が可能です。

KARTEは、あらゆるデータを個客軸で統合・解析することで圧倒的な顧客理解を可能とし、エンドユーザーにおける体験価値の向上を実現します。

※Official Partnerは、ブレイドが提供するパートナープログラム「KARTE Partner Accelerate Program」において運用実績やプロダクト理解などの基準を満たした企業にのみ認定されます。機能の先行公開や共同マーケティングの支援など、特別な支援を受けることが可能です。

※マーケティング支援の mtc. が、ブレイドの提供する「KARTE（カルテ）」のオフィシャルパートナーとして運用支援をスタート | mtc. <https://mat-c.com/headline/release/1308/>



### KARTE認定資格保有者が多数在籍し、 ユーザー体験構築から実運用までサポート

mtc. は KARTE 認定資格保有者が多数在籍し、KARTE の運用実績も豊富です。ユーザーのフェーズと課題に合わせたシナリオで、連携されているデータとビジネスインパクトの大きいところから、優先的に施策をプランニングします。

04

# Person Happiness

個人・法人の双方の幸福度

# Person Happiness

個人・法人の双方の幸福度



## PHとは？

働くことは一日、生涯の大半を占めるもの。

mtc. では「働くこと」=「生きること」と捉えています。

それならば仕事は仕事。プライベートはプライベート。と切り分けるよりもその境界を取っ払って、仕事そのものを楽しめたら一番良いよね、という考えが根底にあります。

その思いから、

PH=Person Happiness(=個人・法人の双方の幸福度)という概念をつくりました。

人生のほとんどを費やす働く時間も、楽しい、幸せと感じて過ごしてもらえるように、制度や環境づくりなどに取り組んでいます。

PHの取り組み

# 01 生きるように 働けるオフィス

オフィス街でも、  
住宅街でもない。

オン過ぎず、  
オフ過ぎもしない。

生きるように働ける街、  
それが目黒。

そんなちょうどいい目黒の一軒家をオフィスとして借りて、  
まるで家族のように、まるでリビングに集まるかのように、  
生きるように働く時間を過ごしています。



PHの取り組み

## 02 生きるように働く 環境作り

### オープンに会話が行えることで 業務コラボレーションを生み出す 成果が出やすい空間づくり

同じ屋根の下にいるからといって、別々の部屋ではなく、  
できる限りワンフロアで集まれるような空間づくりをしています。

自分が関わっていない案件や職種の話が自然と耳に入ってくることで、  
タテヨコナメの双方向コミュニケーションを生み出し、  
インプットが増えたり、仕事もらえたり、  
業務のコラボレーションが生まれることを目指しています。





PHの取り組み

## 03 生きるように働くを 実現する社員を応援

### プロのソロギタリスト兼、 プロのフロントエンドエンジニア

弊社の木村は JR 東海の有名 TVCM のイントロのギター担当経験もあるプロのソロギタリスト。

初めは新卒としてエンジニアの会社で働く中、本当に自分がしたいことは？を考えたことがきっかけで、音楽家としても生きることを決め、会社を退職。

会社を守られていた環境から、人生もやることも給与もすべて自分で決める生活がスタート。精神も生活も不安定な時期を乗り越えて、現在はプロのギタリストとプロのエンジニアの二足のわらじで生きるように働くを体現しています。

基本本社スタイルでのコミュニケーション推奨のスタイルですが、木村はエンジニアのプロとして成果が出せるという前提をクリアしていること、もう一つのギタリストの活動を応援したい思いから、特別にフルリモートで働いています。





05

# Team&Culture

働く環境&カルチャーについて

# Company system

各種制度

## プロフェッショナルを目指す 前提で各種制度を設計

mtc. はバイネーム(指名)でオファーが来るような、  
自立したプロフェッショナルを目指しています。

アウトプットへのコミット意識や成長意欲が高く、  
能動的で主体性があり、物事の本質・意味・価値を考えることが好きで、  
常に”プロフェッショナル”を目指すための努力を惜しまない。  
そんな人が評価される、制度や評価づくりをしています。

# 01

## 評価制度

絶対評価を基本とした、不平不満が生まれにくい、  
アウトプット評価。  
実際の売上に基づき、Unit 単位に売上金額を分配、  
個人の稼ぎ(実売上と仮想売上)に対して、  
評価係数を用いて評価を決定。

# 02

## 給与形態

給与は入社時自らの能力に応じて申告し交渉で決定。  
以降は個人の評価に基づき、  
上長と社長の面談で昇給額を決定。

# 03

## 教育制度

責任者によるOJTが基本だが、  
自立したプロフェッショナル集団を目指すため、  
必要なスキルは自ら機会を作り獲得するを  
基本スタイルとしています。

# Credo

行動指針

## プロとして具体的に どう行動すべきかを落とし込み

常にプロとして意識できるように。主体的になれる言葉として、  
クレド(行動指針)に落とし込みました。

メンバーが体現し続けるものとして、  
社内の共通言語になり、評価制度にも紐付けています。

- 01 クリエイターであれ
- 02 いまあるものは当たり前
- 03 思い込みは創造の敵
- 04 うだうだ考えるよりやる
- 05 中心にいるのは“人”
- 06 いい人よりいいやつ
- 07 生きてる全てがインプット
- 08 スーツじゃなくても、仕事はできる

# Persona

ペルソナ

## クレドをより具体化した ペルソナを作成

mtc. だけでなく、仕事ができる指名でオファーがくるような自立した  
プロフェッショナルになるためには？を分析しペルソナ化。

クレドよりもさらに具体的にシーンやそれを考える理由まで明確にし、  
自分には何が足りていないのか？何がここから学べるのか？を意識し  
プロに近づけるための1つの材料を提供しています。

**Persona**  
「自分で人生をコントロールできる人」のペルソナ（仮説化）

【自分でコントロールしたいという欲求がある】  
決められる環境やルール、期待などに対して、全てを与えられたまま受け入れようとせず、それよりも自分が何がしたいか？どうしていきたいか？という自分の気持ちやペースにある。

【相手に期待せず、自分の行動で結果を感じる】  
自分が求める結果が得られないことも、他人に期待し続けたり、変えてくれないことに対する感情を知らず、感情ばかり責めたり、他人も自分も変更ではないし、他人は変えることができないと考えて自分の行動をもって状況を変える、目的を達成するためのことを自分が実行するという考えが持っている。

【新しい気持ち】楽な行動  
人生は楽しんだもの勝ちだから、自分の行動でどうしたい？を叶えて人生を楽しむという気持ちがある。  
人生にはうまく行くときも大変なときも両面あるし、何かを成し遂げるためには本音、嫌いなもの、得意じゃないものを取り組むことも必要だと感じている、自分が求める結果を出すためには、必要なものを積極的にしようという気持ちがある。自分のペースも大きな声と静しずに取り組もう（なんなら来しもう）という気持ちで取り組める。

【自己肯定力】  
人と比べて自分ではない、何も持っていないなど卑下をせず、自分は自分として客観的に自分の特徴や強みを見られている。

【成長意欲、成長意欲力】  
仕事もコントロールするに、欲しい結果に対して、自分で最後までアウトプットができるイメージが持てるような、期待するスキルを持っていないといけないことを認識している、内面的な成長を自らでつくり出し、スキルも広げ成長したいという意欲を高く持ち成長管理ができている、また実績も持っている。

【インプット力】  
成長意欲があると、スキルアップのために、トレンドや自分の興味領域の書籍収集や勉強もインプットとして積極的に取り入れることができる状態ができてくる。  
その中でもっとも大切なことは、自分の成長意欲を高めることができること、  
ロビー活動ができたり、何か新しい仕事を取ってこられたときに、手を挙げられる一歩踏み出す意欲で十分なチャンスでも掴むことができ、成果につながる。

【自ら先に進んでいる】  
業務はあっても、ただ作業としてやらされているだけではなく、クライアントの目的（売上UP）に対して自らコミットする姿勢で、こちらから先に進捗などの行動ができていく。

【課題解決のための解決手段の創造】  
問題解決のために常識や既成概念にとらわれず、自由な発想で手段や解決策を考えることができる。

【自分の心の持ちよう・目的】  
上記のように、人と違った動きができていくことが得意で、あの人はすごいな、仕事ができる人だなとの認識を持たれるようになり、こういうのはやりたいたいな仕事で仕事で両方がかかるとなる。

【コミュニケーション力】  
計画する相手や周りの認識を踏まえ、どうしたらうまくやっつけられるか？誰に言えば話は通るか？どうしたら関係に入ってもらえるかなど、相手に何を求めているか？を考えた上で、政治的な動きもすることができ。

【仕事を任せられる】  
仕事が多く取れる、自分しかできない部分と任せるところで切り分けて、仕事をまかせられることができる。また、選ばれる作業が自動化できる部分があれば自動化して自分をラクさせることができる。

展開できる場所は増えていくため、何かあったときに介入できる期間食の余裕を持つことができる。  
ある程度稼働開始まで余裕をつくるためには、仕事が終わる先の人の存在がないといけない（自分が考えられない仕事を取付した場合のみであり、自分の領域だけ自分で仕事を取って行くという場合はこの関係性はマッパではない）

【キャリアクター】  
クライアントに対して求めるクリエイティブを出して、計算して売を提案、良いやり方はないか考え、大人な対応はできるが遊びがある面白いキヤクを持っている、バカにもなる。

【働く・モードとして切り替えられる】  
このペルソナのメンタル・行動特性も、強制的にそれというのではなくモードとして切り替えて楽しむ事ができることが重要  
解決してなれというのではない

# Noren,Wake 制度

グループ会社としての独立支援

## プレ個人事業主として グループ会社としての独立を支援。

mtc. では、自立したプロフェッショナルとして最終的に独立し、働く時間／お金／場所を自分でコントロールできる状態が、幸せであると考えています。

一般的に、指名で仕事のオファーが来るようなプロフェッショナルとなった先に、個人事業主や独立する場合がありますが、いきなり始めた際に仕事が継続的に入ってくるかのリスクがあったり、人事や経理、法務などのバックオフィス領域全般など、全部一人で始めなきゃいけないなど、負担が大きいです。

そのため、mtc. ではプレ個人事業主として独立できる「Noren,Wake」という制度を作りました。

簡単に言うと、mtc. グループ会社の社長というような立ち位置で、mtc. 本体から仕事の受注をもらえる状態にもなっており、バックエンド業務は mtc. 本体が担うことで、立ち上げた会社や業務にすぐに集中できるようにしています。

本制度は、mtc. 代表岡崎に一つの事業会社としてやっていくことを認められた人のみ、「Noren,Wake」として独立することができます。



Noren,Wake した時の会社名を表のプレートに記し、出退勤の際にいつも意識できるようにしています。

# 最後に

mtc.の方針や価値観を少しでも感じていただけましたでしょうか。

正直、求めるレベルは高いですし、厳しいです。

やらない理由より、やる方法をいつでも考えてもらうような、

刺激的な毎日を送っていただきます。

mtc.は生きるように働きながら、

手の届く範囲の幸せを少しでも多く一緒に創り上げたいと取り組んでいます。

**あなたもそのメンバーに加わりませんか？**

Thank you

mtc.