



# Coaching Guidebook



コーチング・ガイドブック

成果を最大化するために



COACH A Co., Ltd.



# コーチング・ガイドブック

## 成果を最大化するために

はじめに .....	2
コーチングの歴史 .....	3
コーチングの定義 .....	4
コーチングの特徴 .....	6
コーチングの進め方 .....	12
コーチングの成果を最大化する .....	16
コーチングの同意事項 .....	17

## はじめに

コーチングは今日、スポーツに限らず、多くの分野で活用されています。それに伴い、コーチングについての書籍やトレーニングも増え、そのイメージや解釈、プロセスにもさまざまなものが紹介されるようになりました。

このガイドブックでご紹介するのは、「対話を通して、相手（コーチングを受ける人）の目標達成に向けた能力、リソース、可能性を最大化するプロセス」としてのコーチングです。現在このコーチングは、多様な組織でマネジメントやリーダーシップ開発に活用されています。

これまで、人の能力を開発する役割は、先生や先輩、上司といった経験や知識の多い人、能力の高い人が引き受けるという一般認識があります。しかし、価値観が多様化している今、これまでのように一律に情報やスキルを身につけさせることで人の能力を開発するのは難しい時代になっています。

また、変化が激しく、そのスピードも早い現代においては、一人ひとりがクリエイティブに考え、行動することが求められています。それとともに、今の不確実性が高い社会では、正しいやり方であるという確信がないままに、動きながら軌道修正していく柔軟性も必要となります。このように、変化への適応力やイノベーション、一人ひとりの自発性と能力開発が求められる中、注目されているのが「コーチング」なのです。

このガイドブックでは、コーチングとはどのようなものなのか、コーチングによって具体的に何がもたらされるのかについて、共通認識を持つことを目指します。

## コーチングの歴史

### ■コーチングのはじまり

「コーチ (Coach)」という言葉が最初に登場したのは 1500 年代。もともと「大切な人をその人が望むところまで送り届ける」という意味で使われており、そこから「人の目標達成を支援する」という意味で使われるようになりました。その後、「コーチ」は個人や組織の目標達成を支援する存在として、教育、スポーツなどさまざまな分野で発展を遂げることになります。

マネジメントの分野では 1950 年代、当時ハーバード大学助教授であったマイルズ・メイス (Myles Mace) 氏が著書『The Growth and Development of Executives』(1959 年)の中で、マネジメントにはコーチングが重要なスキルであるとしています。また、1980 年代になると、コーチングに関する出版物が多く登場し始めました。

コーチングは、有名な学者がつくり出した理論でも、特別に新しい考え方や技術でもありません。もともと、人の育成に長けている「ネイティブ・コーチ」と呼ばれる人々を観察し、彼らがうまくいっているパターンを体系化し集積したものです。コーチングは、今もさまざまな分野でその業界にマッチングしながら進化し続けています。

### ■日本におけるコーチング活用の変遷

日本では、1997 年にコーチ・エイ (当時コーチ・トゥエンティワン) が、日本初のコーチ養成機関としてコーチングを体系的かつ体験的に学ぶ「コーチ・トレーニング・プログラム (CTP)」の提供を始めました。

当時は、「その人の人生をどう設計するか」というテーマを扱う個人向けのコーチングへの関心が高く、プロコーチとして独立を目指す人が多数トレーニングを受けていました。次第に企業でのマネジメントに活用するビジネスパーソンをはじめ、教育関連、医療関連、士業、専門職など、参加者の職域も多岐にわたるようになり、コーチングはさまざまな領域で独自に活用、展開されるようになりました。

その後、「組織のマネジメントにおける人材開発手法」としての認知が高まり、今では、多くの企業・組織が、人材開発、リーダー育成、風土改革のためにコーチングを導入しています。

コーチングは今、「個人が学ぶスキル」から、「組織変革の手段」へとその活用場が広がっています。

## コーチングの定義

### ■コーチングとは？

では、具体的にコーチングとは一体何をすることなのでしょう？  
コーチ・エイでは、コーチングを次のように定義しています。

「対話を通して、相手（コーチングを受ける人）の目標達成に向けた能力、リソース、可能性を最大化するプロセスである。」

コーチやコーチングをする人は、相手（コーチングを受ける人）に、

- ・自分が達成したいことを明確にする
- ・視点を増やす
- ・考え方や行動の選択肢を増やす
- ・目標達成に必要な行動を促進する

ための効果的な対話を作り出します。

ここで重要なのは、コーチングをする人がこれらを先導したり強制したりするのではなく、相手が主体性を持ちながらそれを実現するところにあります。コーチングをする人は、相手が新しい視点、考え方、行動の選択肢を手に入れ、自らより良い行動を選択していけるように、相手と「共に考える」という役割を担います。

### ■コーチングで行動変容を促す

コーチングがまず目指すのは、「行動の変容」です。自ら考え、自ら決めたアイディアは、その人が行動を起こす原動力になります。より高い目標に向かって、相手が成長していくためには、いつもと同じことを続けるのではなく、「新しい行動」へと踏み出すことが不可欠です。

しかし、行動変容、そしてその元となる意識変容は、その必要性を認識したからといってすぐに実現されるとは限りません。なぜなら、「頭で分かっていること」と「行動」の間には深い溝があるからです。

この溝を双方向のコミュニケーションによって埋めていく試みがコーチングです。そしてそのとき、有効なのが「問い」であると私たちは考えます。

コーチングを通して、「自分が今どこへ向かっているのか」「それは何のためにしているのか」と繰り返し問われることで、まず自分自身や周囲への意識が変わっていきます。

またさらに、行動を変えていくためのアイデア、たとえば、「自分に合ったやり方は？」「協力者は？」などについても問われることで、新たな行動を選択できるようになっていきます。

このように、コーチが継続的に関わり、問いかけていくことで、根底にある意識変容が起こり、持続的な行動変容を実現することができるのです。

## コーチングの特徴

### ■コーチングは目標達成、そして能力開発のための対話である

コーチングの目的は、目標達成することであり、そのためにコーチングを受ける人が自分自身の力で自分の能力を開発できるようになることにあります。

目標達成に向けてコミュニケーションを交わすという点で、

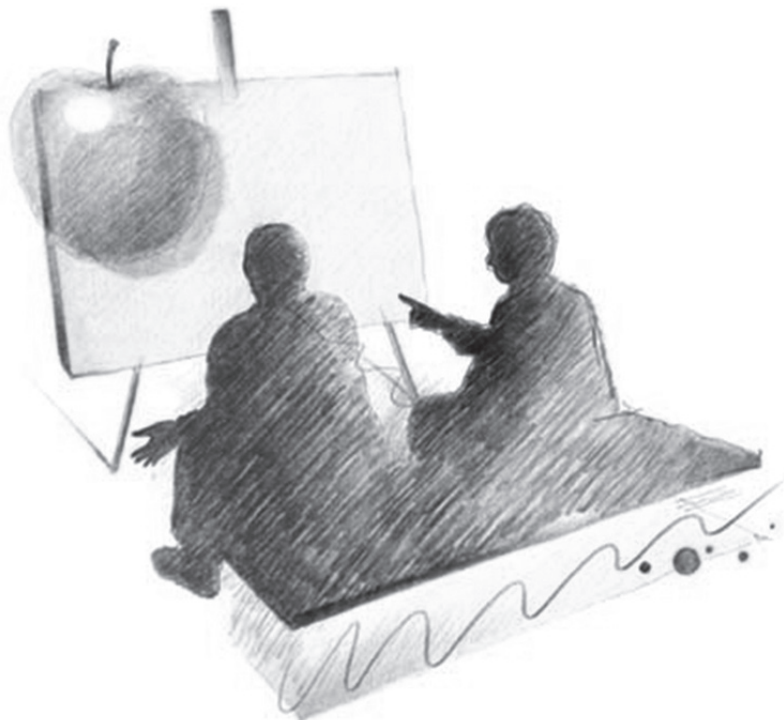
「コーチング」

「ティーチング」

「コンサルティング」

は類似しているものの、提供するものはそれぞれ異なります。

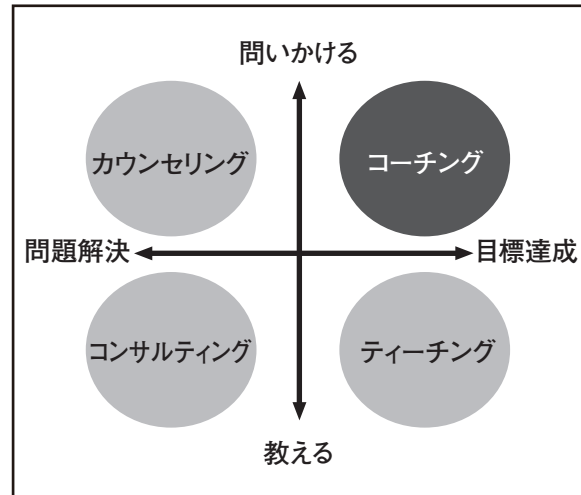
最も異なる点は、まず、コーチングでは、コーチングをする人とコーチングを受ける人が「教える側」と「教えられる側」ではなく、「対等な関係」であることです。両者の関わりは、二人で並んで椅子に座り、真っ白なキャンバスと一緒に絵を描いていくようなイメージです。



コーチングでは、コーチングをする人が問題を解決するのではなく、「解決する方法について相手が自分自身で考えられるように問いかけをする」というアプローチをとります。その目的は目の前の課題解決だけではなく、課題の解決や目標達成を通してコーチングを受ける人の能力開発をすることにあります。



コーチングをする人の役割は、多くの質問を投げかけ、コミュニケーションを通して相手の自発的な行動をもたらすことです。コーチングをする人が答えを与えることは決してありません。課題を解決し、行動を選ぶのはコーチングを受ける人自身なのです。



### ■コーチングがもたらすもの

次頁のグラフは、コーチ・エイに所属するコーチのコーチングを受けた方々に対して、コーチングを受けた結果どのような効果があったのかを調査したアンケート結果です。この結果は、これからコーチングをスタートする皆さんが、数ヵ月後に何を達成することができるのかをイメージするのに役立つでしょう。

ただ、実際にどのような効果が得られるのかは、設定する目標やテーマによっても変わりますし、その効果の度合いは、コーチングを活用して成果を得たいという動機の強さによっても変化します。グラフのような効果を得る為には、コーチングを受ける側が「コーチングを積極的に活用する」という意識を持ち、コーチングに適したテーマや目標を設定することが重要です。

### コーチ・エイのコーチングを受けた1,079名が効果を実感した項目トップ8

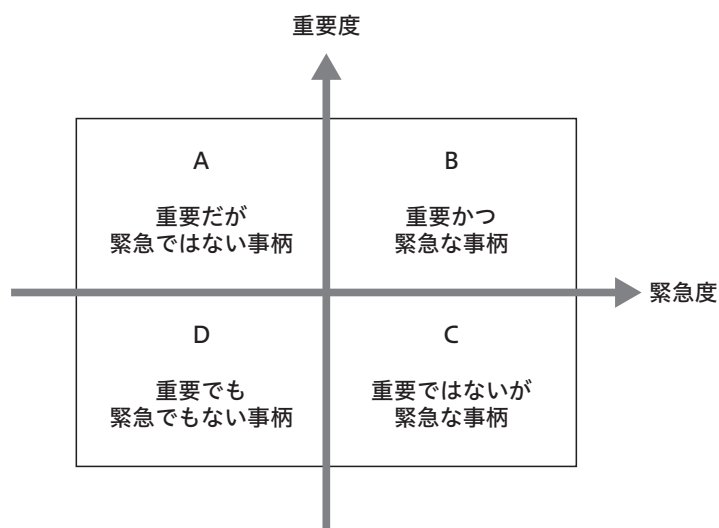
順位	効果	「効果があった」と答えたDCD参加者の割合(※)
1	ビジョンの明確化	自分の方向性やビジョンがより明確になった <b>90%</b>
2	フィードバックの受容	他人からのフィードバックを事実として受け取れるようになった <b>87%</b>
3	新しい方法への挑戦	従来のやり方にこだわらず、 今までとは違うやり方を選択できるようになった <b>86%</b>
4	反応ではなく より客観的な対応	感情的に反応してしまうのではなく、 自分の行動を選択できるようになった <b>81%</b>
5	自己認識の向上	常に自分を客観的に見て、 自分の状況を確認できるようになった <b>78%</b>
6	組織目標の明確化	所属している組織の目標と、 私個人の目標の繋がりが明確になった <b>78%</b>
7	主体性の向上	何事も自分事として捉えて、対応できるようになった <b>76%</b>
8	より速い目標の達成	コーチングを受けていないときよりも、 目標をより早く達成できた <b>74%</b>

※5段階評価において「5.とてもよくあてはまる」「4.あてはまる」を選んだDCD参加者の割合  
 コーチング研究所調査 2014年

#### ■コーチングのテーマとして適する領域／適さない領域

コーチングはもちろん万能ではなく、あらゆるテーマや目標に対しても効果をあげるといってはいけません。

コーチングがどのようなテーマに有効なのかを判断する1つの指標は、そのテーマが、重要度と緊急度で表される二軸四象限の中でどこに位置づけられるかです。



最も効果的なコーチングのテーマ選びは、「A. 重要だが緊急ではない事柄」の中から選んだものを目標として設定することです。「A. 重要だが緊急ではない事柄」とは、仕事や人生に戦略を持ち、経験や知識を効果的に蓄積し、自分の基盤を大きくし、より大きな責任を負えるようにするものです。時間を必要とする領域ですが、それだけに確実な効果が期待できます。この領域でのテーマに対するコーチングはとても機能します。

一方、多くのビジネスパーソンは「B. 重要かつ緊急な事柄」に振り回されています。どちらかという、この領域は「受け身」になりがちです。相手の注文に応えるだけの請負い仕事に終始することになります。また、緊急で重要な仕事であるならば、特にコーチングを受ける必要はありません。事態は緊急なので、選択の余地もなければ戦略もありません。こうした状況を生み出さないためにも、「A. 重要だが緊急ではない事柄」を目標として設定し、緊急な仕事に振り回されることのない基盤を整える必要があります。それぞれの領域についてくわしくみておきましょう。

### **A. 重要だが緊急ではない事柄**

コーチングが最も効果を発揮する領域です。B と C は早急に取り組まざるを得ない事柄ですが、この領域の事柄は、重要な事柄にもかかわらず、緊急性がないがゆえに、なかなか手をつけない事柄なのです。いつまでも放っておかれるうちに、徐々に緊急度が増していき、重要かつ緊急な領域に移動してはじめて、手をつけられることとなります。事柄によっては、緊急度が増すこともなく、永久に手をつけられない可能性もあります。しかし、この領域の事柄をコーチングのテーマに定め、目標を達成していくことができれば、重要かつ緊急な事柄を減らしていくことにつながります。つまり、緊急なことが起こらないようにするという真の意味でのリスクマネジメントにもつながるのです。まさにそれが、この領域がコーチングの目標を設定する上で、最も効果的な領域である理由です。

### **B. 重要かつ緊急な事柄**

この領域は、早急にやらざるを得ない事柄ですから、放っておいてもやります。したがって、この領域の事柄をコーチングのテーマとすることはあまり賢明な判断とはいえません。ところが、多くの場合、私たちはこの領域の事柄の処理に忙殺されてしまっています。しかし、この領域の処理に追われている限り、最も効果的な目標である「A. 重要だが緊急ではない事柄」に手をつけることはできません。「A. 重要だが緊急ではない事柄」を目標に持つためには、この領域の事柄を整理し効率よく処理をしていく必要があります。

### **C. 重要ではないが緊急な事柄**

この領域の事柄は、緊急であるがために、「A. 重要だが緊急ではない事柄」よりも優先されてしまう場合があります。この領域の事柄に手をつければつけるほど、「A. 重要だが緊急ではない事柄」の目標を達成することが難しくなります。

### **D. 重要でも緊急でもない事柄**

この領域の事柄に手をつけることは、「さあ、これから受験勉強を始めよう！」と机に向かったものの、その現実に向き合うことなく、急に引き出しの整理を始めてしまうようなものです。この領域をコーチングの目標に設定しようとするのは、現実を直視せずに逃げ込もうとするのと同じです。

## ■コーチングの目標設定において意識するポイント

次に、コーチングの成果を最大化する目標設定についてみていきましょう。

### Have to ではなく、Want to に目を向けて目標設定する

普段から「自分は何を実現したいと思っているのか?」と深く考えている人は、それほど多くはありません。したがって、人は、突然「何を手に入れたいのか?」と問いかけられると、主に次の2つの目標について話す傾向があります。

#### 1. 憧れの目標 (Hope to 型の目標)

「憧れの目標」とは、本気で達成したい目標ではなく、「楽をして手に入れたい」、「将来の夢としてかなえたい」となんとなく思っているような目標です。

#### 2. しなければならない目標 (Have to 型の目標)

できることならばやりたくないが、上司或いは先輩から言われたから仕方なく取り組む、という自分以外の第三者が設定した目標は「Have to 型」の目標の代表的なものです。

「会社がこうだから…」 「上司がこうだから…」 というように他者を自分の行動の基準としていると、目標を「Have to」として設定しがちになります。一方「自分基準」、すなわち「自分はこれをしたくてこの会社に入ったんだ」「自分はこういうことをやりたいんだ」と、自分の思いを大切にし、それを基準として行動していると「Want to」の目標を設定する傾向になります。たとえ他者から言われた目標であったとしても「自分基準」でその目標を捉えなおすことは十分に可能です。例えば「新規顧客開拓件数を2倍にしないといけないが、せっかくやるなら自分が興味を持っているエネルギー分野の顧客を開拓したい」と「他者基準」から「自分基準」に目標を引き寄せることができれば、到達点はおのずと高くなるでしょう。

#### 3. 真に達成したい目標 (Want to 型の目標)

コーチングにおける目標とは「Want to 型」の目標です。「○○しなければならない」ではなく、「○○を実現したい」「○○を手に入れたい」というように強く達成したいと願う目標をコーチングの目標として設定します。もし仮に、そういったものがすぐに思い浮かばなければ、自分自身の過去の経験から Want を見つけ出すのも1つの方法です。

#### 過去を手がかりとするための質問の例

- ・あなたは、これまでどのようなことにワクワクしましたか?
- ・あなたがこの10年間で一番力を注ぐことができたことは何ですか?
- ・どのような仕事をしているときに楽しさや充実感を感じましたか?
- ・寝食を忘れて没頭してきたことは何ですか?
- ・どのようなときに使命感を感じましたか?
- ・あなたを夢中にさせたり充実感を感じさせたりしてくれる要因は何だと思いますか?

いま、このコーチング・ガイドブックを読んでいる段階で、コーチングで扱いたいテーマや目標が明確になっていなくても全く問題ありません。コーチングをする人と話し合う中で、あなたの目標を見つけてください。目標があいまいという状態から、達成したい目標が明確になるという状態に変化するプロセスこそが、コーチングの成果の1つであり、コーチングの醍醐味でもあります。

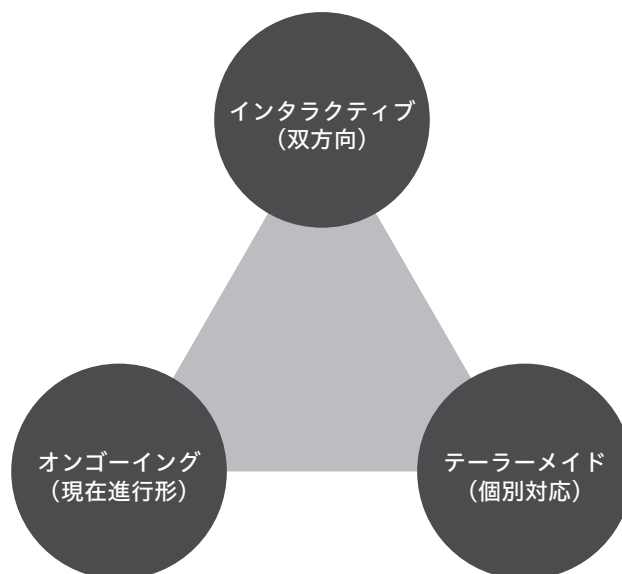
## コーチングの進め方

### ■コーチングはどのように進められるのか

次にコーチングはどのように進められていくのかについてももう少し具体的にしていきたいと思います。

### コーチングの3原則

まず、コーチングは「インタラクティブ(双方向)」「テーラーメイド(個別対応)」「オンゴーイング(現在進行形)」の3原則に則って行われます。この3原則はコーチングにおいて、いかなる場合にも適用されます。



#### ●インタラクティブ(双方向)

コーチングは、コーチングをする人と受ける人の間の双方向のコミュニケーションによって進行していきます。つまり、コーチングをする側も受ける側も「話す」と「聞く」の両方の役割を担います。

#### ●テーラーメイド(個別対応)

人は一人ひとり異なります。価値観、考え方、行動パターン、もののとらえ方、情報処理の仕方など、それぞれです。ですから、コーチングをする人は全員に一律の対応をするのではなく、相手に合わせてコミュニケーションを交わします。

#### ●オンゴーイング(現在進行形)

どれだけ時間をかけ、戦略や対策を練ったとしても、現実との間には必ず誤差が生じます。その誤差はリアルタイムに確認され、修正されていく必要があります。そのためには定期的に現在進行形で、コーチングを受ける必要があります。

## ■コーチングをする人、受ける人の役割

コーチングの期間中、コーチングをする人とコーチングを受ける人はそれぞれ次のような役割を担います。

### ●コーチングをする人の役割

定期的にコーチングの時間を取り、学んだコーチングスキルを実践しながら、相手の目標達成、能力開発に向けてコーチすること。

### ●コーチングを受ける人の役割

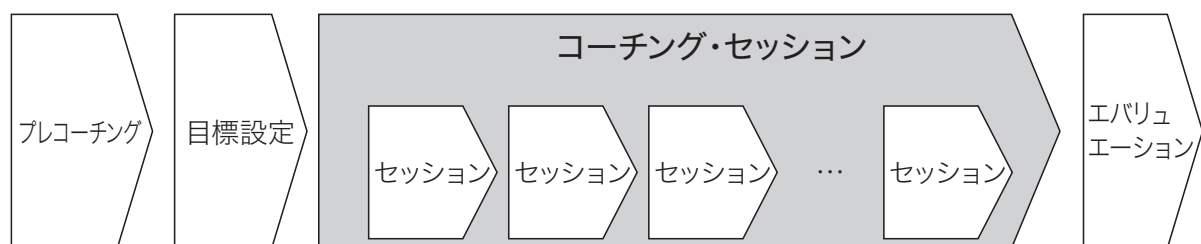
達成したいこと、取り組みたいことをコーチとともに明確にし、コーチングを定期的に受けて、目標達成に向けて行動を起こすこと。

このように、コーチングをする人とコーチングを受ける人がともに、それぞれの役割に責任を持ちながら、対等な関係で目標達成に取り組むことはコーチングの大きな特徴でもあります。

## ■コーチングの全体構造

それでは、コーチングの全体の構造を見ていきましょう。

コーチングは単なる会話の連続ではありません。約半年という期間を区切って、オンゴーイングで実施されるコーチングは、以下の構造のもとに行われます。



### 《各セッションでの取り組み》

#### 1. プレコーチング

コーチングを始めるための準備に当たるのがプレコーチングです。

- ・お互いの信頼関係構築
- ・コーチングの進め方についての合意形成
- ・コーチングで扱うテーマや達成したい目標設定

などのほか、コーチングの期間や頻度、実施形式について話し合います。



## 2. 目標設定

プレコーチングで実施した内容を踏まえて、理想とする状態（ビジョン）を明確化します。そして、その理想の状態を実現するためのマイルストーンとしてどのような目標をいくつ設定し、このコーチング実施期間中に達成する目標を何にするかを具体化します。

このプロセスが不十分なままコーチングをスタートすると、目標が漠然としているがゆえに、具体的に何をすればよいのかが定まらず、その後のセッションを効果的に進めることができなくなります。

## 3. コーチング・セッション

このプロセスでは、定期的にコーチング・セッションを実施します。設定した目標に向けて、必要な知識やスキルを身につける学習や必要なアクションについて定期的に対話を交わします。ここで重要なのは、「コーチング・セッションが全てではない」ということです。

セッションでの対話以上に、セッションとセッションの間に実際に起こす行動が重要になります。そこで、コーチングを受ける人は次回のセッションまでのアクションプランを自ら宣言をすることが大切ですし、コーチングをする人はセッションとセッションの間の行動を継続的にフォローアップするために相手にメールを送ったり、直接会う機会があれば声をかけたりするなどをします。また、セッションでの対話はその場の問題解決だけを扱うのではなく、セッション後にも継続的に考え、行動を起こせるように、未来に向けた対話を行います。

コーチング・セッションは通常、電話もしくは対面で行い、毎週～隔週に1回の頻度で、1回20分～30分程の時間で行います。このように、コーチング・セッションの頻度や時間に幅があるのは、コーチングが相手の状態や置かれた状況、扱うテーマによってテーラーメイド（個別対応）で設計されるものだからです。

そうした設計を考える際の参考になりそうなことを少し紹介しておきましょう。

時間の長さについては、時間を多く投資するほど、つまり、対話の時間が長ければ長いほど、現状の整理や目標の明確化、行動計画等、様々な話をじっくりでき、結果として成果が上がるのではないかという印象もありますが、リサーチなどによると必ずしもそうとはいきれないようです。長い時間の対話は、集中力や緊張感をなくし、質の低い時間も生んでしまうという側面もあることが推測されます。

コーチング・セッションの時間は、テーマや相手との関係性などを考慮して、よりテーラーメイドな設計をコーチングを受ける人とともに模索する必要があります。

一方、頻度については、ある傾向がコーチング研究所（CRI）<sup>\*1</sup>の調査によって示されています。

「コーチングによる効果（コーチングを受けた人による、22項目についての5段階評価）」を「コーチング・セッションの実施頻度」で分析したところ、間隔が一番短いグループ、つまり頻度が高いグルー



プの効果が高いという結果になりました。<sup>\*2</sup>

このことは感覚的にも理解しやすいかもしれません。

たとえば、マネジメントの現場でも、目標設定面談をして、半年後に振り返るころには設定した目標すら忘れていたという経験がある人もいるのではないのでしょうか。

ドイツの心理学者エビングハウスは、人は復習によって記憶を増強することができることを立証しました。ただし、復習までの間隔を1ヶ月空けてしまうと、記憶力はほとんど増強されないそうです。前回からの間隔が空いてしまったばかりに、前回の話を思い出すことに時間を使うのは、非効率なコーチングと言えるでしょう。また、次回の対話の機会が締め切りのような効果となり、前回話した事を行動に起こしやすという話もよく聞きます。前述したとおり、一人ひとりの状況や状態に合わせてテーラーメイドで行われるのがコーチングですが、投資した時間に対して最大の成果を得ようと思う場合は、頻度を高くコーチング・セッションを実施することが効果的だと言えるでしょう。

#### 4. エバリュエーション

コーチング・セッションを半年間実施し、最後のセッションで行うのがエバリュエーションです。このプロセスでは、設定した目標（ゴール）の達成度、それまでのプロセスで得た変化や成長、そしてコーチングの内容そのものなどについて振り返り、評価を行います。

\*1 コーチング研究所（CRI）は、組織の「人と人」の関係性に着目したリサーチを実施しています。

\*2 「コーチング頻度別にみたコーチング効果（22項目）の違い」コーチング研究所調査 2013年

## コーチングの成果を最大化する

最後に、コーチングの成果を最大化するスタンスについてお伝えします。コーチングによる成果、成功は、コーチングをする人と受ける人の二人三脚の共同作業によって創り出されるもので、その責任は50：50（フィフティーフティ）で持つものです。

コーチングをする人は、コーチングの時間をより充実したものにするために、継続的に学習をし、万全の準備をしてコーチングに臨み、コーチングを受ける人からフィードバックを受けて質を向上させ続けることに責任を持ちます。

コーチングを受ける人は、コーチングの時間をより充実したものにするために、目標やセッションごとのテーマを自分自身から設定し、目標に向けたアクションを自ら考え実行することに責任を持ちます。

コーチングをする人の側に「コーチングにつき合わせてしまって申し訳ない」という気持ちがあるならば、あるいは受ける人の側に「しょうがないからコーチングに付き合っただけよ」という気持ちがあるならば、コーチングを本当に開始するかどうかについて話し合う機会をもう一度持ちましょう。

双方が「目標達成と成果に向けてお互いに全力を尽くして一緒にやっつけよう」というスタンスになれば数ヶ月後の成果は約束されたようなものです。次頁の同意事項についてお互いに約束を交わして、コーチングをスタートしてください。

### 【さらに学ぶ】

池谷裕二，2001，『記憶力を強くする～最新脳科学が語る記憶のしくみと鍛え方～』，講談社

伊藤守，2002，『コーチング・マネジメント』，ディスカヴァー・トゥエンティワン

伊藤守，2010，『コーチングの教科書』，アスペクト

コーチ・エイ，鈴木義幸（監修），2009，『コーチングの基本』，日本実業出版社

Mace, Myles L., 1950, 『The Growth and Development of Executives』, Harvard Business Press

## コーチングの同意事項

### 【コーチからあなたへの約束】

- 私は、コーチングの中で話されることについて、守秘義務を遵守します。
- 私は、あなたのやりたいことを明らかにし、あなたの目標に向けて、定期的かつ継続的にコーチングをします。
- 私は、コーチングの場をあなたのための時間にします。
- 私は、コーチングの場をあなたが自ら考え、成長する時間にするために、ティーチング、アドバイス、指示はせず、コーチングすることに専念します。
- 私は、あなたからコーチングについてリクエストやフィードバックを受け、1回1回のコーチングがより充実した時間になることに責任を持ちます。
- 私は、初回のコーチング時に、コーチングの全日程・時間を取り決めます。

私は、上記の全ての事項に同意し、約束を守ります。 署名\_\_\_\_\_

### 【あなたからコーチへの約束】

- 私は、自分のやりたいことを明らかにし、自らそれを達成するために定期的かつ継続的にコーチングを活用します。
- 私は、コーチングの場で何を話したいか、自分で決めて、持ち込みます。
- 私は、目標達成のために何を行動するのか、自分自身で考えます。
- 私は、目標達成のためにコーチにリクエストやフィードバックをして、1回1回のコーチングの場がより充実した時間になることに責任を持ちます。
- 私は、初回のコーチング時に、コーチングの全日程・時間を取り決めます。

私は、上記の全ての事項に同意し、約束を守ります。 署名\_\_\_\_\_



COACH A Co., Ltd.

## 株式会社コーチ・エイ

〒102-0074 東京都千代田区九段南 2-1-30 イタリア文化会館ビル

WEB: <https://www.coacha.com/>



**COACH ACADEMIA**  
コーチ・エイアカデミア

組織を率いるリーダーに向けて、コーチングや  
マネジメントに役立つ情報を定期的に配信しています。

▶ メールで受け取りたい方  
WEEKLY GLOBAL COACH  
<https://www.coacha.com/wgc/>



▶ LINE で受け取りたい方  
コーチ・エイ アカデミア  
公式 LINE アカウント

