

明日への遺言3 「コミュニケーション」とは

企業経営漫談士 岡野実空

このコラム最終回のテーマは、“Management means communication”の「コミュニケーション」。その語源は、ラテン語の“communicatio”(分かちあう、共有する)とか。ここでは、仕事に関するそのあるべき姿から、いま多くの企業人が抱える課題の「双方向性」「共感性」「個性」の3つを取り上げ、その本質的な改善策を考えます。尚、今後は約 2 か月をかけ、項目順にこれまでの内容を見直しますので、適宜改訂内容をご確認ください。皆さま、長期間のご笑読ありがとうございました。

課題1：双方向性

「コミュニケーション」だけでなく、いま「マネジメント」すべてに関わるキーワードは「双方向性」。かつて 30 代前半で受けた「人脈作り」のセミナーで、筆まめな人？という講師の問いに挙手したところ、届いた「転勤」や「転居」通知にすぐ返事を書いていますか？と質問され、絶句。それまでは単に一方通行の情報発信に励んでいただけと気づき、猛省したことがその後の人生を変えました。

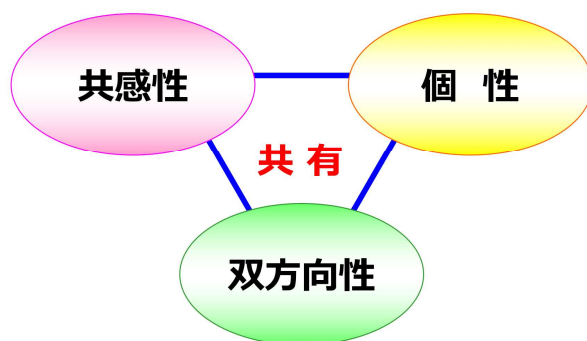
またその後の転職で、組織人との付き合いの幅が一気に広がりましたが、「双方向性」という点で合格点を差し上げられる方はごく一部。大半の方は「報連相」という社内向けと目先の顧客に注力する反面、それ以外の外部に対しては漏れだらけ。それにより失っているのは「事業機会」だけでなく、もっと重要な個人や組織の「信用」なのです。

課題2：共感性

インターネットは「コミュニケーション」に革命を起こし、さらにスマートフォンの登場は、それを劇的に加速しました。しかし利点の奥に欠点が潜んでいるのは世の習い。速度や頻度が飛躍的に高まった一方、いまその質的な低下には目を覆いたくなります。それは個人的な「語彙」不足に加え、それを補完する「双方向」のやりとりの核となる「共感」を、正しく理解していないことが原因です。

「共感」とは、「同感」も含みつつ、自分と異なる意見や考え方の理解に努め、その存在を否定しない態度。多くの組織人はそれを「同感」と混同し、組織の中で波風を立てないように行動しています。しかしそれにより、その大本となる「感性」を徐々に失っているのです。またそれに加え、インターネットの「視・聴」への偏りという弱点の認識も甘くなっています。そのためそれを組織的に確認し、「嗅・味・触」なども含んだ幅のある「共感」へ展開する必要があります。まず職場の「対話」を活発にし、その後は「五感」をフルに使い、幅と深みのある「共感性」を鍛える場へ広げていきましょう。

KM0-31 「コミュニケーション」とは



課題3：個性

「同調圧力」の存在と弊害を共有し、「共感」の本意が徹底できたら、仕事を巡る組織的な議論の準備は完了。そして組織の使命やビジョンを起点に、それが具体化された「目標」や、果たすべき「役割」などについて、各々が「同感」と「違和感」を遠慮なく開示し、それらを共有することが職場における「コミュニケーション」の本質です。そこでは考え方や意見の違いという「個性」が浮き彫りになり、それをお互いが尊重することで、真の「コミュニケーション」が成立するのです。

さて「コミュニケーション」において、私が情報を「3」に整理する重要性を確信したのは、日本 IBM の北城格太郎氏の会長時代の講演会でした。以来 20 年近く、それを愚直に実行した結果としての拙著が縁で、光栄にも先日、私が長年支援している経営研究会へ氏の参加が実現しました。その事前打ち合わせ、当日の質疑応答、さらに事後をつづいて痛感したのは、氏の卓越したコミュニケーション能力。それは初対面のメンバーと、あつという間に「双方向」の忌憚ない議論が始まったことから明らかです。このコラム全体の締めは、そこで氏が身をもって示した教訓、すべて「対等」という「人間観」と、それを自然体で行える「人間力」です。

2019年6月24日 実空