

# 企業人の「三多」

企業経営漫談士 岡野実空

「三多」とは、「学者に必要な3つの要件。多く読む、持論が多い、著述が多い」。(広辞苑)しかし最近、あまり耳にしない言葉になりました。そこで今回のコラムは、哲学者フランシス・ベーコンの名言、「読むことは人を豊かにし、話すことは人を機敏にし、書くことは人を確かにする」を借り、企業人の思考のための「読書」「対話」「図解」という新「三多」を考えます。

## 読書:「読むことは人を豊かにする」

インターネットがこれほど普及しても、「体系的な情報」を入手するための手段として、「読書」の最高位は微動だにしません。しかしながら、バランスのとれた読書をしている企業人は、意外に少ないのが実態。私が社会人になって間もなく、入社後に読んだ本を直属の課長から聞かれ、何冊かの書名を答えたところ、「それは読書ではない。SEIKOに入ったのだから、時計の本を読むのは仕事の一部」とのコメントをもらい、目が点に。企画の鬼だった彼にとっての「読書」とは、時計以外のジャンルの本から学ぶことでした。またその後出逢った一流の社会人も、例外なく読書は「富士山型」。とにかくその裾野が広い！だからこそ山も高い！！彼らのもうひとつの共通項は、ベストセラーより「ロングセラー」。いずれにせよ、一般教養書や小説など、時空を超えて親しみ、自分の豊かな裾野を作りましょう。ビジネス書は、読書にあらず！！

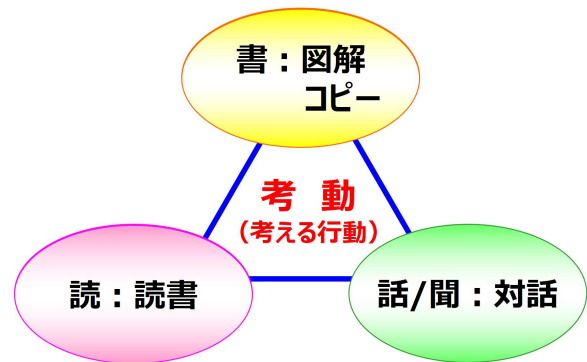
## 対話:「話すことは人を機敏にする」

いまの職場に欠けるものは、身近な人たちとの「対話」です。読書や観察などで気づいたことを、気軽に周囲と話し、異なった知見やアイデアをやりとりしながら、俊敏に自分の考えを固めて行く。変化の激しい現代は、アイデアとスピードの勝負。あれこれ考え過ぎ、完璧な企画を目指していると、あっという間にチャンスの扉が閉まってしまいます。人事系の経営コンサルタントであるキャメル・ヤマモト氏の持論、「1234」。**①自分のアイデアを②周囲と対話し③小人数で企画原案を練り④組織に提案、試行する、**という動きこそ、いま企業人に求められている機動力そのものです。「いいね！」ではなく、周囲との「まじめな雑談」を！！

## 図解:「書くことは人を確かにする」

企業人が書くものの大半は「ハウレンソウ」絡みですが、ここでは思考の「整理」と「構想」ための「図示」と、その「解説」を取り上げます。元々「三多」の主対象である文系学者は、社会人が直感で理解していること証明するために、膨大なエネルギーと時間を

## KM 3-4 企業人の新「三多」



使って分厚い論文を書きます。それは1cm<sup>2</sup>の金から約 10 m<sup>2</sup>の金箔を作る神業に近いので、彼らを「金博士」ならぬ「金箔士」と呼びますが、それは企業人にとって全く不要なこと。皆さんが起案する構想は、概要が分かる簡潔なもので構いません。因みに、MCN の場合、企画に盛り込むべき要素は、我々が手本とするスタンフォード研究所 SRI の(NABC)に、Tを加えた「TNABC」。すなわち、T:対象顧客、N:ニーズ、A:ニーズに対する解決アプローチ、B:その利点/コスト、C:競合比較が、一目で分かる「図」と、その要素や相関の明快な「解説」です。それに必要なのは、学者とは真逆の「圧縮力」。すなわち「図解力」と「コンセプト」を簡潔に伝える「コピー力」です。

かつて会合で一緒した流通業界の名経営者・H氏は、自分と学者の役割の違いを、一行で見事にコメント。「(流通の)先生は素晴らしい。私が社員に1分で伝える内容を、本に400ページ書きました」と。皆さんは「図解」に「金箔」を使う場合、必要な分だけ社内外の「金箔士」から調達すればよいのです。

最後に、今回の「反面教師コピー」の一つ。「物知りの馬鹿は、無学の馬鹿より阿呆である」(モリエール)

2019年8月13日(初出平成29年7月17日) 実空