

# 「社内用語」の3分類

企業経営漫談士 岡野実空

その組織文化が如実に表れる、各企業の「書類」の様式やボリューム。電機メーカーの例でいえば、必須情報以外を簡潔にし、その他は人が補足する T 社と、属人的な部分も含め、何から何まで詳細に書類化しようとする H 社は、あまりにも対照的です。しかしいずれにせよ、その内容の的確性は、使われている「用語」に大きく左右されます。今回のコラムは、そのポイントとなる「思考」「管理」「行動」の各用語を検証し、皆さんの組織の的確な書類作成につなげたいと思います。

## 分類1: 「思考」用語

前文の語尾、「思います」がその典型。私たちは、「思う」「考える」のような「思考用語」を頻繁に使い、断定や命令口調をなるべく避けようとしています。しかしそれは、しばしば「日本通」でない外国人たちを戸惑わせ、私たちが年中思考ばかりしている「思索民族」と揶揄する原因にもなっています。

もちろんその癖は会話ばかりでなく、書類も該当します。例えば「目標」の場合、「達成する」という確約を避け、「思う」「考える」をつけて意志表示に止め、未達への逃げ道を確保しがちです。

また役所を筆頭に、その作成が主な仕事である「書類文化」の組織では、この類の用語のパラエティが実に豊富。「思料」「考量」などの日ごろ見慣れない言葉にしばしば遭遇し面喰いますが、それは内容の貧弱さの目眩ましに過ぎません。

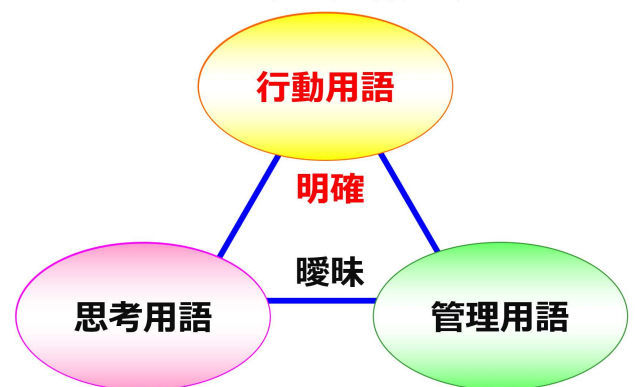
## 分類2: 「行動」用語

「思考用語」の対極に位置するのは、具体的な行いを意味する「行動用語」。「誰が何をする」という明確な表現で、そこに盛り込まれた”5W1H”は、関与する人々にイメージのばらつきを起こさせません。多角化した企業の場合、トップの「ビジョン」や「目標」から曖昧性を排除することは不可能ですが、そのミドルには、それらを具体化し、現場に統一したイメージを伝える使命があるのです。

ここでのポイントは、もう一つの“H”、すなわち水準や程度を表す“How many”や“How much”。それは数値化できれば問題ないのですが、新しいことや定性的な内容では難しく、関係者間でしっかりイメージを擦り合わせするしかありません。

そこで威力を発揮するのが、「絵」や「図」。いまや全国的に知られる北海道・旭川市の旭山動物園。それを廃園の危機から救っただけでなく、同業に革新の連鎖を起こさせたのは、「行動展示」というコンセプトと、それを巡る議論の中で、絵心のあるメンバーが描いた14枚のスケッチでした。実業界でいえば、未来のハードウェアの画家だった S・ジョブズ。また GE 元 CEO の J・ウェルチは、

## KM 3-28 「社内用語」の3分類



幹部セミナーの参加者に、自らの組織の「あるべき姿」を描かせたことで知られています。

## 分類3: 「管理」用語

さて今回最も警告したいのは、トップやそのスタッフが連発する「管理用語」の弊害。それは本来、「職場で理解や解釈の仕方を一致させる必要がある言葉」ですが、ここでは個々人の「さまざまな行動を包括した用語」という狭義で使います。

その代表は、文字通りの「管理」を筆頭に、「推進」「検討」など、一見「行動用語」風ながら、実は人によってそのイメージがばらつく漢語。それはカタカナ語とともにすっかり組織に定着し、書類ばかりでなく方針発表などにも幅広く使われていますが、実は共に意味が曖昧な外来語。トップのメッセージを現場向けに翻訳する役割を負ったミドルは、もちろん使用厳禁です！

因みに「行動用語」の標語の決定版は、明治大学・野田稔先生による、「イメージできないことはマネージできない」。今回のコラムは、その焼き直しをまとめとします。

「イメージがばらばらではマネージできない」

2019年3月25日 実空