



「何かやりたい」と「何かやる」は ぜんぜん、ちがう。

企業経営漫談士 岡野実空

バブル経済の頂点を過ぎた坂を下りながらも、いずれはまた景気が上向くのではと、多くの人が微かな期待を抱いていた頃の、旧三和銀行(現三菱 UFJ)の広告コピーです。(1992、阿部祐樹) 今回は、個人および組織の「意識」と「行動」の間に存在する、巨大な「段差」について考えます。

視点1: 背景と真意

これは、積立預金の勧誘コピー。夢のような投機の時代が終わってしまったので、またコツコツと貯金を始めましょうという、いかにも手堅い銀行らしい、どこか遠慮がちな呼びかけです。

さて銀行を取り巻く環境変化については、先のコラム(日本興業銀行)でも一部触れましたが、今回注目するのは、1973年に発足した全国銀行データ通信システムの進歩。おかげで預金の出し入れや送金が、支店から銀行単位に拡大し、さらに他行とも可能になった80年代半ば、その仕掛人だった電電公社専務理事の式場英氏は、これで13の都市銀行は、間もなく3~4行に集約されると予言しました。しかし実際そうだったのは、その20年後。

そしてバブル崩壊後、金融業界の大混乱と再編の後には、円高ドル安に必死で耐えてきた製造業やサービス業に多くの悲劇をもたらしました。旧三和銀行のコピーは、旧興銀同様、まずは内部に向けて発すべき、改革開始の呼びかけだったのです。

視点2: 教訓と学習

組織人最大の弱点をズバリ指摘したこのコピー。「意識」と「行動」の「段差」は、それを乗り越えた多くの偉人たちが指摘してきましたが、最も具体的なのは、『幸福論』で知られるアランの論説。以下はその要旨に加筆したものです。

さて組織に所属する個人が、さまざまな刺激を受け、「何かをやりたい」という思いは、「何かやる」段階に、ほとんど到

◆教訓:「何かやりたい」なら、「隗より始めよ」

◆参考コラム:『三々な経営』
3-9 学習する組織③基盤作り
3-28 社内用語の3分類

達することがありません。その原因は、まず「興奮」の減衰。刺激を受けた直後の「何かやりたい」という「興奮」は、時間の経過とともに減少し、「やろうと『思う』」レベルに。またそれにつれ、頭の良い人ほど、実行に伴うさまざまなリスクとストレスを想像し、さらに減衰。更に環境や前提条件の変化で、実際はやってみなければ分からないことが大半なのに、「結果」を知っているという思い込みで、ついには消滅に至ります。

従って、その「段差」突破のポイントは、まず「何かを始めている」という現在の「行動」。また「行動しながら考える」ことが、当初の「目的」や「計画」をより妥当なものにする手段であることを体感すること。そして、組織人固有の「誰かやるだろう」ではなく、自ら手掛ける「勇氣」の3つです。

視点3: 異論その他

稼いだ金は、すぐに使ってしまうのが弱き人間の性。そこで生まれたのが、銀行や会社が自分に代わって天引きしてくれる積立貯金のシステム。この弱き人間の意識と行動の段差を埋めるには、表明してしまうという手もあります。政治には「やりたい」と「やる」の間に、「やってやる」というポリティカル・intentとなるものがあります。

かのJ・F・ケネディが「我々は10年内に月に行く」と表明した時、月に行くだけの技術的、予算的目途は、なにも立っていませんでした。これは単なる希望ではなく、強い情熱と信念の表明であり、政治的ハッタリとも言えます。翻って、日本に国民の心をひとつにするだけのハッタリをかませるリーダーはいるでしょうか。(一力廉)

人生を恐れるな。人生に必要なものは、勇氣と想像力と、少々のおカネだ。(チャップリン)

2020年8月31日 実空