



自分の欠点を人と一緒に笑えるのは、その人の長所です。

企業経営漫談士 岡野実空

かつて我が国の各社に導入され、そこでさまざまな悲喜劇を生んだ、360度の人事評価。今回のコピーは、そんな場面でも、単に自分の欠点を認めるだけでなく、逆手にとって笑い飛ばそうという、かなりハードルの高いもの。(1995、セゾン生命保険、岩崎俊一) 広告コピー個々を考える最終回は、そんな行動につながる、「前向き」な考え方を取り上げます。

視点1: 背景と真意

先のコラム(C-11)で取り上げた、セゾングループ。トップの夢という「虚像」と、現場の「実像」を結び付けるマネジメントが乖離し、その後の金融危機で解体されましたが、その異色の存在ゆえに、さまざまな経営上の教訓を世に遺しました。

因みに、今回のコピーのようなミドルの存在もその一つ。それは、大半の社員がトップの意向ばかりに気を取られる中、内外の助言に耳を傾け、上記の虚実ギャップを懸命に埋めようとしていた一部のミドルたちです。ところが、外部からの高い評価にトップが嫉妬し、なんと彼らを中枢から遠ざけ、子会社に追いやってしまいました。それが後の経営危機につながったことは言うまでもありません。

また危機に直面して呼び戻された彼らも、かつてのトップを反面教師とせず、また同じ行動を取ったことに、このコピーのような行動の難しさだけでなく、人間の業(ごう)の深さを痛感します。

視点2: 教訓と学習

人類にとっての大きな謎、「宇宙」と「人間」。科学の進歩は、それらを次々に解き明かしつつあります。しかしいまでも、「人間」研究のフロンティアは「自分」。それは鏡や他人にしか見えない外面に比べて、はるかに不可解な内面の「自分」です。

さてそこで今回のコピーが問いかけているのは、自らの「誇り」のあり方。それは私たちが社会で生きていくために必要な、自己肯定の「矜持」から、ときに対人関係を阻害しかねない過度の「自尊心」まで、実に広い幅をもちます。そしてその妥当性を決めるものは、以下の2つの考え方です。

まずは、「完全な人間でなければ」という「思い(込み)」。

- ◆ 教訓: 「良薬は苦い! しかし、もう一杯!!」
- ◆ 参照コラム: 『三々な経営』
 - E-12 「笑いの効用」
 - E-14 「人間の本性が見える場面」

それが強すぎると、自ら「欠点」を認める余裕を奪います。その分岐点は、「～であった方がいい」という割り切り。それが自らの欠点を認め、それを是正する行動につながります。

またもう一つは、「長所」と「欠点」は表裏一体であるという認識。「完全さ」とは、逆から見れば「近寄りたさ」。それをお互いに指摘し、改善し合うことこそ、いつまでも成長を続ける秘訣です。

しかしトップともなれば、それを組織内に求めるのは至難の業(わざ)。皆さんはそれに備え、いつでも忌憚なく自分に意見してくれる友人を、いまの内から組織の外部に確保しておいてください。

視点3: 異論その他

いやあ、このコピーは悩ましい。欠点×笑い=長所のレトリック。でも高倉健さんが「自分、不器用ですから」と言う時に笑えますか。そも不器用は欠点か。欠点と長所の深淵は本文の如し。

「俺はバカだから」と言う上司の疑似自己客観視的発言を真に受けて、「そうですね」と笑ってしまう部下がいたら救いようもなくバカですよ。嘘でも反論しなきゃ。自虐も気を遣わせるよなあ。

毎朝鏡で見る自分の顔はそんなに悪くないのに、写真に撮るとなんてざまなんだろう。自己の客観視は辛い。人は主観で生き延びるのだ。

思い切ってコピーライター殿に納得性、共感性、がもう一つ、と言ったら一緒に笑ってくれるかしら。怒られると怖いからやめとこっと。
(竹中雄三)

広告コピー各々からのマネジメントの考察は、今回で終了。年明けには、一新されたHP上で、これまでの22回を上記3つの視点から総括します。

2020年12月28日 実空