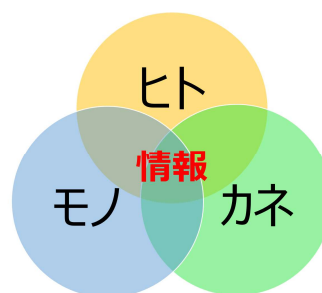


情報「同席異夢」「異心伝心」

企業経営漫談士 岡野実空

ヒト、モノ、カネに続く、「経営資源」としての情報。しかしそれが容易に入手できるようになればなるほど、より深い「知識」や、真の「知恵」が求められます。それらは個人の思考を基にし、他人との情報交換によって得られるもの。今回はそれを妨げる要因と、その防止策を考えます。



① 同席異夢

「同席異夢」とは、身は共にありながら、考えや思惑が異なっていること。しかし我が国でも、いまや原語となった夫婦の3割以上が離婚する時代。まして氏育ちが違う人たちが集まる組織の場合、『同席異夢』はごく当たり前のことです。またそれに輪をかけるのが、社会の大きな変化。戦後の高度経済成長期から安定成長期、そして停滞期を経て今日に至るまで、各世代が持つ価値観は大きく異なり、その統合の難しさを倍増させています。

さてその人々をまとめ、同じ目標に向かって進むために必須な「マネジメント」。その要件の一つとして、過去のコラムで重ねて強調したのが、「イメージできないことは、マネージできない」でした。

そしてこの標語からいつも「イメージ」するのは、かつてのホンダ。数々の有名なレースに挑戦しつつ、オートバイから乗用車へ事業を拡大する一方、鉄腕アトムに憧れた社員がASIMOを歩かせ、本田宗一郎の夢を引き継いだ人々がHondajetを飛ばしたことは、まさしくその見本でした。また今日の停滞は、その「裏」の証明といえます。さらに往年のホンダは、経営の方向を決める前輪の「リーダーシップ」が本田宗一郎、それに動力を与える後輪の「マネジメント」が藤沢武夫の担当という、それに適した「二輪経営」の手本でもあったのです。

コロナ禍前、「何年先まで見通せるか？」という質問に対し、圧倒的に多かった経営者の答えは、「1年」。そして「2年先、ボンヤリ。3年先、不明」。それがいまや、「1年先、不明」に。しかしだからこそ、いま現場が強く求める「ビジョン」。いま避けねばならないのは、「三密」と『同席異夢』です！

② 異心伝心

「以心伝心」とは本来、言葉で伝えることができず、心から心へとつなぐしかない仏法のこと。私たちもときに、日々の生活や仕事で体感することがあります。しかしそれは、お互いが共通の経験などをつうじて、価値観や思考の型などを共有している場合に限られます。『同席異夢』どころか、『同席』がままならないコロナ禍のいま、それがますます希少となるのは当然です。従って私たちは、発信する情報が正しく理解されない、あるいは誤解を受けるという『異心伝心』を前提に、組織の中でコミュニケーションをとらねばなりません。

その起点は、「目的」および期待する「目標」と、時間などの「制約条件」+ α (?) の明示。またその後は、これまでのコラムで強調してきた、「双方向」のやりとりを積み重ねるしかありません。

さて今回は故ドラッカー氏より、組織における『異心伝心』に関し、これまで見落とされてきた最大の要因を、特別にご指南いただきます。(以下は、『エッセンシャル版マネジメント』付章「マネジメントのパラダイムが変わった」冒頭の引用)

社会科学では、「前提」や「仮定」がそのままパラダイム、すなわち支配的な理論となる。それらの前提は、学者や評論家あるいは教師や実務家が、ほとんど無意識のうちに持っている。それが彼らにとっての現実となる。現実を規定する。(中略)しかるにそれらの「前提」は、その重要性にもかかわらず、分析されず、研究されず、疑問を抱かれず、明示されることがない。

α = 暗黙の前提、仮定。『異心伝心』の元凶!!

2020年6月22日 仏経実空