

「どっぴり浸かる」と、生産性が上がる

（株）アルティスタ人材開発研究所 代表 玄間 千映子

「パートナーさん、募集」。こんな
 掲示をスーパーの店頭で見つけた。
 ン？パートナー…？結婚相手のこと
 を「生涯のパートナー」ともいうよう
 に、「パートナー」って経営者と一心

同体の共同経営者のことだと思っ
 いた。近頃では「パートタイマー」
 にも、経営者と一心同体の心構えが
 求められるのかなどと思っていた
 ら、みずほ銀行でもシステム提供者
 を「ベンダー」という役割名ではな
 く「パートナー企業」と呼び換える
 いう。

呼称変更によって、組織は何を求
 めているのだろうか。経営側と働く
 側、発注者と受注者という関係で
 生まれる隙間を、「パートナー」と
 いう運命共同体というイメージで埋
 めようということか。もしそうである
 なら、そもそも日本にある「和」と
 いう価値観は、契約概念を土台に

する他国より、仲間意識が生まれ
 すく隙間も容易に埋まりやすい。呼
 称変更なぞしなくても、自然に隙間
 埋まってくるというものだ。しか
 し「役割」とか「責任」という概念
 持ち込んでもいるようだから、きつ
 と惰性にもつながりやすい仲間意
 識は、生産性の向上につなげにく
 かったのだろう。「なんとか、仲間
 意識を生産性向上に集中させる策
 はないものか？」もし、呼称変更
 の背景がこのようなことならば、
 日本語の特徴を活用してみるの
 はいかかがか。

他言語と違い、日本語の漢字に
 音訓の読みがある。そのため、「日
 本」ですら「ニッポン」「ニホン」
 と複数の読み方がある。日本語で
 「ことば／読み／文字」がワンセ
 ットではないので、日本語の会話
 では耳から入ることばの読みを合致
 する文字を相手の文脈に合わせて
 探すという、

相手の文脈重視のスタンスになら
 ざるを得ない。それが客を受け入
 れる態度自体を「もてなす」とい
 うことばにも現れる「以心伝心」
 などという心の動きで、日本人は
 言語の人々よりも表面に現れにく
 い「他人との心の隙間」を埋め
 やすくしているのではと考えた。
 日本語の特徴が「他人との心の
 隙間」を埋めやすい活動を生か
 し、組織の側が抱えている文脈を
 対象者に届けることで、生産性
 につなげたらどうか。事業に対
 する組織の思いや価値観、事業
 活動に伴う倫理観を具体的に伝
 えるのである。具体的であって
 初めて、対象者は組織の描く世
 界観にどっぴり浸かれ、最短距離
 で最適解を探すことに動き出す。
 具体的な文脈では文字選択の速度
 が上がり、誤字が少なくなると同
 様に、具体的な組織の思いや姿
 は一人ひとりの活動を、無駄を抑
 えながら加速させたものに仕立
 ててくれるだろう。

日本語は曖昧な言語だ。曖昧だ
 から判断も行動もイエスカノーで
 決めかね、それがコンピューター
 の処理速度との相性の悪さを招き、
 生産性の向上をそいでもいる。と
 はいえ、イエスカノーで進んだ結
 果が全て正解とは限らず、無駄も
 ある。ならば日本人の思考の条
 件でもある「曖昧さ」という日本
 語の特性を生かし、活動そのもの
 から無駄をそぐことで生産性を
 上げるのも、一考だ。

【筆者紹介】

玄間千映子（げんま・ちえこ）



（株）アルティスタ人材開発研究所代表。
 國學院大學卒。米インマヌエル大
 学大学院卒業後、米スタンフォード
 大学ビジネススクール修了。現在、
 信州大学のコーディネーター兼
 技術アドバイザー他、団体役員
 などを併任。著書に『朗働の時代』
 『ジョブ・ディスクリプション
 一問一答』『リストラ無用の会社
 革命』など。

