



ビット89ニュース INTEREST

株式会社 ビット89
東京都品川区大井1-6-3 アゴラ大井町ビル 7F (〒140-0014)

2006年12月号
(隔月発行)

ハイライト今回のテーマは

「コミュニケーション」

Business Insight
飲み会」と
接触飢餓」

The 特集
飲みコミュニケーション」に
代わるインフォーマル・
コミュニケーションは?

Brain 89ers
日本のコミュニケーション
・スタイルは海外で
通用するか?

目次:

	ページ
Business Insight	1
The 特集	2
気になるデータ	2
Brain89ers	3
お知らせ & トピックス	4
発行書籍のご案内	4
ビット89 インフォメーション	4

インフォシエフ

吉田健司 の Business Insight (見識・洞察)

飲み会」と接触飢餓」

年末・年始になると、あちらこちらで飲み会帰りのグループを見かけることが多くなるが、この時期の忘年会や新年会は日本独特の風物詩ではなからうか?

酒酔い運転による悲惨な事故が多発したことで、各企業では宴会などについて社内自主規制が厳しくなっているが、このほかに若い世代のコミュニケーション・スタイルが変化していることや、日本経済の特徴でもあった終身雇用制が崩れてきたことも相俟って、社員同士で飲みに行く機会は以前より少なくなっているように思われる。学生や若いビジネスマンは、飲み会に出掛けてもかつてのように二次会、三次会といったハシゴは敬遠するという風潮になってきている。私が社会人になった頃、すなわち高度経済成長時代には、オフィスや工場からの仕事帰りに、上司などから「これから一杯付き合わないか?」と誘われ、勤務時間中にはゆっく話せないようなことを聞いてもらったり個人的なことで相談に乗ってもらいながら、仕事のやり方・考え方についてのアドバイスやさらにはあつく人生行路まで語っていただくなど、人間関係を深めることができた。これは、最近ではあまり聞かれなくなった「コミュニケーション」(飲みとコミュニケーションの合成語で、飲みコミュニケーションとも表記される)である。

このコミュニケーションあるいは飲み会のもつ意味を考えてみよう。若者のコミュニケーション離れを「人間関係の希薄化現象」と呼ぶ人もいるが、彼らは子供時代からテレビゲームに熱中し、社会人になっても自分のブースのなかでパソコンに向かうなど、他人との接点の少なく、極めて自由度の高い生き方をしてきた「自立型」世代ではなからうか。

しかし、この自由を勝ち得た世代が何故か元気がないという。それは自由によって孤独感を感じることになり、自由の中で何かをしていくためにはすべて自分で決めていかななくてはならず、その方法や自分で決めていけることの喜びなどを味わえないと苦痛になるからである。フランスの哲学者サルトルが「人間は自由の刑に処せられている」とは、このことではなからうか。

今の若者は自由になりながら孤独な存在にもなったが、これを心理学では「接触飢餓」といっている。最近、ミクシーなどインターネットの



なかでSNS(ソーシャル・ネットワーク・システム)と呼ばれる人と人とのつながりを促進する会員制コミュニティが広まっているが、ある意味、「接触飢餓」への救済策かも知れない。

ネット空間上の仮想コミュニティのなかで「接触飢餓」を解消するのも良いが、リアルな世界で人情の機微に触れるような付き合い方を学べるコミュニケーションについても、改めて再評価したいものである。そしてこのような関係を通して日本人が育んできた「阿吽の呼吸」とか「以心伝心」といった卓越したシックス・センスの良さも再認識してみる必要がある。

ただし、グローバル化した今日、会議などオモテのフォーマルな場でもキチンと自分自身の意見を述べ、考えを明確に伝えられる「表現力」を磨いていくことは大前提である。

ということで、いろいろな2007年問題を控え、孤独感を味わいつつあるオヤジ族たちも「接触飢餓」に陥る前に、心を癒すコミュニケーションに出掛けてみては……。

ただし、羽目をはずしてしまい信頼関係を傷つけるようなコミュニケーションにならないように。何事もほどほどが大切ですから、ホンのイッパイのつもりがいついハライッパイにならぬよう、健康にはくれぐれもご留意を!

この文章の無断転載を禁じます。

THE 特集 飲みコミュニケーション」に代わるインフォーマル・コミュニケーションは？

アイデア創出や情報共有に有効といわれるインフォーマル・コミュニケーション。社内行事が廃止され、「飲みコミュニケーション」が死語といわれるようになり、職場の人間関係はドライになりがちだが、積極的に社員交流の場をつくり、インフォーマル・コミュニケーションを生み出そうという新しい試みが現れている。

ビール低迷と若者の嗜好

90年代後半から、ビールの消費量が減少傾向にある。ビール、発泡酒、第3のビールと呼ばれる新ジャンル」の国内出荷量(大手5社合計)は、1994年の725万6,276キロリットルから、2005年の634万2,866キロリットルに、1割以上減っている。ビール市場の低迷には、職場環境の変化の影響も少なくない。そもそも、会社帰りに同僚や上司・部下とお酒を飲む機会が少なくなったことがあるが、そのことが、嗜好の面で若者のビール離れを招いているようだ。

キリンビールの調査によると、1994年に20歳代男性で最も好きなお酒として「ビール・発泡酒」を選んだ人は53.6%であったが、2004年には47.6%に減少している。日本酒やウイスキー・ブランデーも人気を落としている一方、サワーやチューハイなどの低アルコール飲料を選んだ人は3.9%から26.6%と大幅に増えている。この変化について酒類メーカーでは、苦味のあるビールは飲み慣れないとおいしさを感ぜないが、慣れる機会がないため、飲みやすい甘いお酒に人気が移っているのではないかと分析する。

タテ社会とヨコ並びと「とりあえずビール」

サラリーマンが同僚や上司・部下と一緒に会社帰りに居酒屋に寄って「とりあえずビール」。もちろん参加者全員、ビールが大好きというケースもあるだろうが、そうでなくても、宴席のスムーズな開始のために、自分の主義主張を抑えようというヨコ並び精神の結果として「とりあえずビール」でスタート。そして、タテ社会の中で上司や先輩から「まあ、君も飲め」とグラスに注がれて「とりあえずビール」を飲む。初めはそれほど好きではなくても、段々とビール慣れして、おいしく感じるようになり、一杯目は「やっぱりビール」となることも多かっただろう。

最近の若い世代は以前よりもお酒を飲むこと自体が少なくなったといわれるが、お酒を飲むなら、友人や恋人ということが多く、会社関係者、特に上司との飲酒は少ないようだ。(「気になるデータ」参照。)

注目されるインフォーマル・コミュニケーション

景気低迷、終身雇用・年功序列の見直しや成果主義の導入などの雇用制度の変化、個人の嗜好を尊重し、仕事とプライベートの区別を重視する傾向などを背景に、職場関係者との飲酒の機会は減少した。評価はさまざまあるだろうが、「飲みコミュニケーション」という言葉が生み出されたように、同僚とざざざらんに意見を交換したり、上司が部下の本音を聞き出したりする機会として、会社組織の中で一定の役割を果たしてきた一面もある。



「ほう・れん・そう(報告・連絡・相談)」のような業務上の情報伝達や具体的な議題・目的をもった会議などではなく、廊下で出会った時のちょっとした雑談など、偶発的・自然発生的なコミュニケーションをインフォーマル・コミュニケーションと呼ぶ。近年、インフォーマル・コミュニケーションが持つ、知識の共有・共創を促す効果が注目されている。

コミュニケーションを引き出す空間

飲み会の減少や喫煙室の廃止、職場における人間関係の希薄化などによって、会社組織の中でインフォーマル・コミュニケーションが生まれる機会が少なくなっており、インフォーマル・コミュニケーションを促進する新たな工夫が求められている。オフィスデザインにおいては、社員がリラックスして会話することができるスペースを設けることが提案されており、家具メーカーでもこれに対応した製品を発表している。

楽しみながらコミュニケーション

さらに、社員同士の意思疎通の促進や、経営者による現場情報収集のツールとして、ゲームなどの仕掛けを設ける企業も現れている。企業広報などのPR業者であるビルコムはオフィスにDJブースを設置。残業の休憩時にDJブースを中心に社員が集まり会話を交わすことで親密度が高まっているという。また、不動産情報の映像製作・配信会社のユナイテッドルームズでは社長室にテーブルサッカーが置いてあり、社長は社員とゲームをしながら、話をする。社内の雰囲気や仕事の進捗などを確認している。米国に目を向けると、今年10月に開設されたグーグルの新ニューヨーク・オフィスにはテーブルサッカー、エア・ホッケー、ピンポン、ビリヤード、バスケットボール用のゴールなどの遊具を揃えたゲームルームが設置されている。

インターネットを利用したインフォーマル・コミュニケーション促進策も提案されているが、ネットワーク上でもリアルな空間でも、社員が自発的に集まりたくなるような、心地よい場、楽しい場を提供することが組織を強化するキーのひとつとなっているようだ。

日経産業新聞 2006年11月30日

参考情報

インフォーマル・コミュニケーションを促すオフィス家具イトーキ

「FlowLounge (フロラウンジ)」人に心理的なリラックスを促すGarden(庭)をモチーフにしたミーティング家具シリーズ。芝生を思わせるようなベンチやガーデンテーブルのような白い円テーブルなど。2007年1月発売。

米スチールケース

「B Free Lounge」人とアイデアが集まる場所づくりのコンセプトの下、廊下、ロビー、カフェテリア、コピーコーナーなどを人々が出会い、アイデアを交換する場所にしようとする各種家具を展開。

気になるデータ 飲酒関連データ

20歳代男性の最も好きな酒 (出典:キリンビール)

	1994年	2004年
ビール・発泡酒	53.6%	47.6%
ウイスキー・ブランデー	17.2%	4.5%
焼酎	11.0%	15.0%
日本酒	7.2%	4.5%
ワイン	3.9%	1.9%
低アルコール飲料	3.9%	26.6%
その他	3.3%	0.0%

20代~30代独身男女が 飲食を伴う外食に行くことが多い相手 [2004年、複数回答] (出典:宝酒造)

学生時代からの友人・知人	66.7%
恋人	56.3%
同じ部署の同僚	35.0%
趣味 サークル活動などの友人 知人	33.6%
仕事で知り合った友人・知人	24.5%
家族 親戚	21.4%
同じ部署の上司	17.1%
違う部署の同僚	10.9%
ひとり	8.5%
得意先など仕事関連の社外の人	5.1%
違う部署の上司	3.9%
その他	0.5%

Brain89ersの視点 日本のコミュニケーション・スタイルは海外で通用するか？

宮戸 敏行 (みやと・としゆき) ㈱ 浜銀総合研究所 顧問

この雑文が皆様の目に触れる時は、年末恒例の忘年会が酣(たけなわ)の頃ですね。この度、海外での勤務経験をもとに、日本におけるコミュニケーションの効果・効用のようなものについての執筆依頼を受けましたので、以下のような拙文を用意いたしました。

まず、米英両国において、外国人とのコミュニケーションに苦労した私自身の体験から述べます。親しくなった英国人から、パーティー等会合において欧米人が好む3大話題(政治、スポーツ、女性)についてレクチャーを受けましたが、雄弁をコミュニケーション能力の証と見なす欧米人に私の付焼刃は役に立たず、コミュニケーションが上手になった記憶は殆どありません。残念(?)ながら、会議室での議論、レストランでのビジネストーク等“対話”を通じて、その後の良い付き合いが始まったケースが圧倒的に多かったと言えます。相手が日本人であれば、会合の趣旨、開催場所に関係なく始めて会った人でも、話題探しに神経を使わないで、お互いに先ず笑顔から会話に入れます。顔と全体から受ける印象をもとに何とな交わす言葉で意思の疎通がはかれるのです。出身地、趣味に共通点を見出せば会話は弾み、年齢が近ければ胸襟は更に開かれ、旧知の間柄に近い信頼関係すら生まれてしまうことがあります。

次は、英国でのレセプションにおいてコミュニケーションが期待通りに奏効しなかった例です。私が担当していた英国子会社の英人幹部主催の懇親会に本社副頭取に随行して出席した際、副頭取は、日本で行っているように相手の肩を叩きながら、また、握手を交わしながら「頑張ってください」強期待していますよ、等々、同子会社の好決算、本社への利益還元を強期待している旨、英人幹部に伝えたつもりでしたが、彼の真意が理解されるためには、通訳の補足説明が必要でした。日本人の部下と異なり、副頭取の言外の意味を読み取り、限られた言葉情報から彼の真意を汲み取るような気遣いは、彼等になかったからです。

ここでひとつ、私が海外で目にした、コミュニケーションにおける日本人のテクニックを紹介しましょう。米国ワシントンDCの中華料理店において、霞ヶ関某省OB(元次官)が現地駐在の同省職員を招待する夕食会に参加した際目撃したものです。主催者である元次官を上座に置いて、開宴時に集まっていた職員達は、席次の割り当てがないにもかかわらず整然と着席しました。その後遅れて三々五々職員が合流する都度、また、退席者が出た際、彼等は飲み物と皿を手にして静かに席を入れ替わるのです。自分の地位・職位に見合った席へと移っていったのです。自然且つスムーズな席替えなのでその場の雰囲気は損なわれず、宴会は賑やかに和やかに続けました。

さて、以上の事例を基に、コミュニケーションについての私見を述べさせていただきます。それは、お互いの意思が、限られた情報で効率的且つ迅速に伝達される日本独特の非言語コミュニケーションです。それがスムーズに機能するためには、その場の当事者は“遠慮”を美德として尊重し“察し”の能力を備えていなければなりません。日本が「単一言語・単一民族」を特徴とする同質性の高い民族であり「和・調和」という価値観が日本人の根底にあること、また、目下の者は目上の者に敬意を払い、目上の者は目下の者の面倒を見るという社会的な相互補完関係が確立していることも、コミュニケーションの成立に強く影響しているでしょう。

最後に、一言。日本において、複数の国の文化、歴史、社会等を経験し知っている帰国子女などのバイカルチュラルの人たちが多数を占めるようになる(多様性の度合いが大きく(高まる)時でも、このコミュニケーションは生き残るでしょうか？

否、きっと成り立たなくなるでしょう。



宮戸 敏行 氏プロフィール

1948年東京生まれ。
1970年慶應義塾大学法学部卒、
同年 横浜銀行入行。
1980～82年米国イリノイ大学大学院ビジネス
スクールに派遣留学・卒業(MBA取得)
1983～89年米国ニューヨーク支店勤務
1996～98年英国ロンドン支店取締役支店長
1998年6月横浜銀行取締役退任、
(株)浜銀総合研究所顧問就任
同年同月 丸全昭和運輸(株)常勤監査役就任

(補足事項)
'82年留学から戻って以降、銀行を退任する
までの15年間、国際審査部を中心として国際
業務部門に所属し、'92～'96年英国の金融子
会社の経営管理業務に専念。

“Brain89ers”とは...

ビット89には、さまざまな分野で活躍する豊かな才能・個性を持った方々のネットワークがあります。このネットワーク“Brain89ers”(ブレイン・エイティナイナーズ)の知性を共有することにより、皆さまのビジネスはより深く広く、味わい深いものとなります。そこで、毎号これらの方々に登場していただき、独自の視点からビジネスや社会・世界情勢について語っていただきます。

BIT89 Book Guide

1. 忘年会

忘年会の起源や日本以外にも忘年会はあるか?など、忘年会を本格的に論じた初めての本。
園田英弘 著
文芸春秋 刊
756円 税込
ISBN :4166605402



2. 職場の心理学 (19) 部内「コミュニケーション」効果を分析する

飲み方や考え方が世代間で大きく異なる今日、酒席でコミュニケーション効果を上げるにはどうしたらよいか、提示している本。
小山俊 著
プレジデント社 刊
105円 税込



【フポイント・メッセージ】
今月号のINTERESTでは、コミュニケーションをテーマに取り上げましたが、その効果についてはプラスの面を再評価する考えとマイナスの面を問題視する考えがあるかと思えます。さて、あなたはどちら派でしょうか?

恒例 第24回 秋季「プラネットセミナー」開催報告

去る10月24日(火)、「第24回プラネット・セミナー」を東京国際フォーラムにて開催いたしました。今回、全体テーマは「守りにも強いリスク対応型組織」とし、吉田健司の導入講演、武井勲リスク・マネジメント研究所 所長の武井勲氏による基調講演、参加者全員によるフリーディスカッションを行いました。

第24回プラネット・セミナー「守りにも強いリスク対応型組織」

1. 導入講演・・・吉田健司
 「リスクとは何か? 受動的リスクへの対応は?」
 リスク・マネジメントの定義等、基調講演前の予備的知識を説明させていただきました。
2. 基調講演・・・武井勲氏
 (武井勲リスク・マネジメント研究所 [T II] 所長)
 「リスク・マネジメント法制化時代
 ~企業の経営と経営者はどう変わらねばならないか~」
 エンロンやワールドコムなど米国企業の不祥事の概要と、SOX法(サーベンス=オクスレー法)といわれる企業改革法が成立した背景、日本版SOX法の特徴、内部統制の概要とポイント、組織的対応方法と「ITの戦略的活用、経営者責任とリーダーシップ、などを機軸に、盛りたくさんの事例を紹介していただきました。
3. フリー・ディスカッション・・・参加者全員
 企業不祥事が減少するかどうかは「罰則の厳しさ」×「検挙確率」で決まる、という説も飛び出すなど、和気藹々ながらも本音ベースでの自由討議が行われました。



基調講演講師 武井勲氏



第24回プラネット・セミナーの風景

ご参加いただきました皆様、誠にありがとうございました。
 さらにブラッシュアップした内容を企画したいと思いますので、次回も是非楽しみに!



写真左

**実践! MBAトレーニング
中国ビジネスのケーススタディ**

写真右

**即戦力が身につく!
最強のMBAバイブル**

株式会社 ビット89
 東京都品川区大井1-6-3
 アゴラ大井町ビルF (〒140-0014)
 03(3774) 8950
 Fax 03(3774) 8951
 メール info@bit89.co.jp
 HP http://www.bit89.co.jp
 発行責任者 吉田 健司

吉田健司 著書のご案内

好評発売中!! 「戦略」「ヒト」「モノ」「カネ」「文化」の本質と応用がつかめる本です。
実践! MBAトレーニング 中国ビジネスのケーススタディ PHP研究所刊 2,000円

好評発売中!! MBAコースのエッセンスをいれとこどりした本です。
即戦力が身につく! 最強のMBAバイブル PHP研究所刊 1,400円

出版社にお申し込み頂ければ、著者紹介価格(10%引き)にて、宅配も可能です。
 (合計5,000円以上は送料無料)

お申し込み先 PHP研究所 ビジネス出版部 兵庫(ひょうごさん)
 FAX:03-3239-7497 e-mail:r-hyogo@php.co.jp

ビット89インフォメーション

発売中の書籍内容に沿ったテーマだけでなく、最新のビジネスメソッドに関する講演、セミナーのご依頼に積極的に応えたいと思います。また、併せてマーケティングリサーチ、各種ビジネストレーニングおよび経営コンサルティングなどに関するお問い合わせなどは、左記までお気軽にご連絡くださいませ。

年末年始休業のご案内

12月29日より2007年1月4日まで年末年始の休業とさせていただきます。
 本年もINTERESTをご愛読頂きありがとうございました。来年も半歩先のテーマを取り上げ、時代の波を追い続けて参ります。引き続きご支援のほどよろしくお願い申し上げます。

INTEREST編集部では、INTERESTで特集を組んでほしいテーマを募集しております。左記のメールアドレスより編集担当宛に御社名とお名前を明記の上、お寄せください。