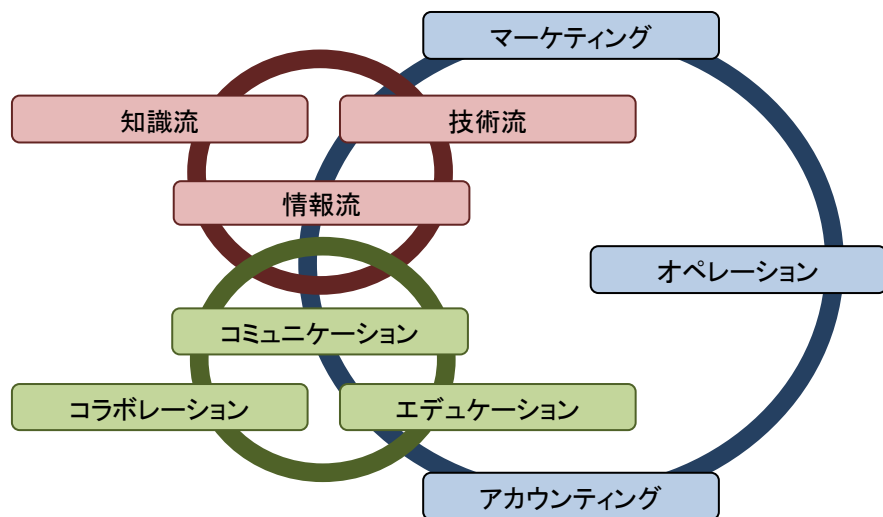


活動バランスの基本



私たちの仕事がどんな職種であっても、マーケティング、オペレーション、アカウンティングのどれかにウエイトをおいている。ウエイトをおいているだけでは役割は果たせない。3つを意識し、実際に考え、活動しなければ仕事のやりぱっなしになってしまう。成果を考える必要もなく、出来栄えがどうかなども頓着しなくなる。

如何なる職種であっても、マーケティング意識を欠いては組織人ではない。これを欠かせば、自らの仕事の始まりと終わり、継続と進化はない。

その第1の自問が「今、自分は何をすべきか」である。その解の前提はマーケティングにある。

オペレーションを日常業務ととらえ、活動の基準になる。昨日ときょう、明日が同じであれば、いつの日か仕事はなくなる。2、3年は大丈夫だろうなどとは言えるはずもなく、その終わりがきょうであるかもしれない。だから、「新しく現れたモノはないか」と確認しなければならない。「仕事の目的は何か」も問わなければいけない。

アカウンティングが専門職でなくとも、効率を考えなければならない。コストの適正化、最小化、利益の最大化、資源の最適活用、生産性を忘れてはならない。知識を持って仕事をしているものは、知識活用の意味を理解せずして効果をあげられない。自分すらも活かさきれない。

マーケティング、オペレーション、アカウンティングのどれかにウエイトがかかっている。3つを意識し、計画し、実践しなければならない。

仕事をすすめる、自分がすることに意味を見いだすために、コミュニケーション、コラボレーション、エデュケーションがセットになって動いている。現代の人に、職種が分類されていることに違和感がない。一人で最初から最期まで成し遂げることなどできるはずもない。常にコラボレーションで成り立っている。知識・技術を持って仕事をすれば、自分だけの知識・技術で完結する仕事などは存在しない。

コミュニケーションは、仲間だけの問題ではなく、他部門、顧客、他企業、大きくは社会ともコミュニケーションをとっている。

それでいて、コミュニケーションの意味と目的を理解し、活動している人は少ない。コミュニケーションが相互の概念形成、そして、相互関与であることを意識しなければいけない。

もちろん、これだけでない。自分の仕事が、伝承されたものであり、どこかで新たに導入されたものであり、多くの人の創意工夫の上に成り立っている。そして、自らが創意工夫を重ねているはずである。それらはまた伝えられ、進化する。コミュニケーション、コラボレーション、エデュケーションが1つになって動く。

自ら知識が必然で、自分だけしか知らなければ、さぞかし集中するだろうと思うかもしれない。まったく逆で、自分だけしか知らなければ、他での活用は皆無になる。同じ知識の相互支援、関連知識の相互支援、異分野知識の相関と相反があって自らの知識が活用される。知識活用の最適化である。技術は知識と同じで単独では普及されるはずもない。継承者がいなければ消える。消えるものは使われるはずもない。知識は活性化しなければならない。技術もそうだ。活性化し進化する。

その中心にあるのが情報流である。知識・技術に関わる情報ではなく、何が起きているか、何が事件となるかの情報である。自らを活かすために、自らの組織が発展するために、組織が社会で機能するために、知識流、技術流、情報流が整備され円滑に活用されていなければならない。

自らを守るための縄張りなどは最低であり弊害をもたらす行為であるのは周知である。

- ・マーケティング、オペレーション、アカウンティング
- ・コミュニケーション、コラボレーション、エデュケーション
- ・知識流、技術流、情報流

この3×3のバランスがとれて、仕事が進化し始める。