



ルーチン資料

さて、経営者にルーチンの資料はいらないことは分かったが、何故かとなると、あいにくながら、筆者には返事が出来ない。要するに分かっていない。

今、何処の会社も全社員が、極論だが、ディスプレイ装置と向き合っている。一時期、ディスプレイ装置が普及しだした頃、ディスプレイを見ながら遊んでいるのか、という批判めいた反応が出たことがある。

確かに当初には、半分仕事、半分仕事のふりをして遊んでいるという現実もあったことがある。しかし今日は、それを言っちゃあおしまいよ、という状態にはなっている。状況的には、かなりの時間、ディスプレイ装置と向かい合わなくてはならないのだが、果たして、半分お遊びであるという存在はなきにしもあらず。

何しろ、ゲームは出来るは、野球は見られるは、株の取引きだって出来る。出来てしない人を聖者と見ている。知って知らん顔をしている。全社員を対象にした監視システムを作らなければならなくなっている。

要するに、全社員が何をしているのかがメインテーマにもなっているわけだが、実際には、全社員監視システム時代になったということだ。だとしたら、管理職用、経営者用の監視アプリの実現をも、同時に検討すべきである。

紙は更に増えた

話を少し戻そう。企業内のルーチンワークの報告アウトプットを全役員に配布したことがある。その感覚を正しいと感じた人が多かった。その背景には、仕事のコンピュータ化は正しいという時代背景があった。だが現実的には、報告書を受け取った役

員たちは、報告書の紙の量の多さに辟易し、結果として「紙（資料）を減らせ」と言い出した。

コンピュータ化＝紙減少という発想である。だが実際どうなったかというと、ますます紙は増えたのだった。要するに、誰もかもが、何も分からず、コンピュータを入れてしまった。しまったのである。この結果、誰も、誰にも、何も言えない事態になった。皆が共犯だったからだからだ。

各現業部門の現場担当者の仕事のコンピュータ化が進んだ。だがしかし、その延長線上で、同時進行すべきだった管理者用、経営者用業務のコンピュータ化は進まなかった。経営者向きとは何か、管理者向きとは何なのか。誰も考えなかった。

そんな中、外部情報用としての端末装置を経営管理室に入れたという話が聞こえてきた。さっそく。何に使っているのかを見せてもらいにいった。

しかし、端末画面を見ようとしたら、阻止された。果たして、見られては困る情報を見ていたのか、そんな情報が外部にあるのか。いろいろな状況が頭を駆け巡る。あるとしたら何か、独り占めはまずくないか、ということも感じたものである。

情報の自己増殖

話は変わるが、パソコンが導入される時代になって、パソコン導入に反対するシステム部長が出てきた。反対理由はシステムが混乱するから、というのが多かった。システムが壊される、という根拠を知りたかった。その会社の経営者は、パソコン導入反対に賛意を示し、パソコン導入に反対したという。

見られたら困る情報が社外にあるのかなど推測しながら、ちらっと見えたのが、日経株式情報だった。

やはり、情報とは何か、を全員が理解し直すべきである。

情報は、データ、インフォメーション、インテリジェンス、インテリクチュアルと変わる、という意見がある。変わるごとに、そのレベルは上がるともいう。情報は、自力で成長するらしい。自己増殖もするらしい。ただし、誰に対して、何に対して、かは誰も問わない。

情報は、必要なときに、必要なことを、必要なヒトに伝える、と言われた。どうしてこういう考えが生まれたのか。これでは、情報システム部門は、情報の専門屋、何でも知っている専門商社に聞こえ、誰もが、分からないときは、システム部門へ、という風潮が出来た。

これらは、見方にもよるが、何処かしら、上から目線で、情報は俺にしか分からない、俺の言う通りにしたらいい、という匂いがぷんぷんする発言になる。事実、そういう態度をとり、他の者を信用させた。

情報を大別する。まず、発生場所、である。ついでその情報の扱い、である。発生場所は、内部と外部に分けられる。内部発生情報はデータであり、外部発生情報はイ

ンフォメーションである。

ヒト次第

それ以後の情報の扱いは、ヒト次第。発生場所は関係ない。外部発生情報も、扱いによって、内部情報に変わる。たとえば、売上情報。売上は、外部のヒトが買ってきて、データが発生する。次いでそのデータは、内部で利用され、加工される。まるで、内部で発生したデータ、つまり情報として扱われる。

インテリジェンス、インテレクチュアルは、ヒトの問題である。つまり、データが自力で成長するのではなく、ヒトがどう扱うかで決まる。

何度も言うが、二人の靴セールスマンのレポートである。一人は、未開の土地に住むヒトの多くが裸足でいることから「大きなマーケットがある」と報告し、別の一人は、裸足でいる文化圏であることから「靴の市場性は期待できない」と報告する。

マーケット特性をどこに視点を置くかで、つまりはヒトによって、同じデータ／情報に接し、受け取っても意思決定に大きな差異が出るということである。

ヒトのデータに対する態度で、そのデータ／情報は変化する。すなわち、ヒト次第で変化する。だから、区分は、モノ、コトではなく、ヒトだ、と言うのだ。

仕事はヒトがする。仕事のプロセス中、コンピュータがあったほうが良いというケースは確かにある。コンピュータ化したほうが良い、仕事もある。

一言でいえば、それは単調で、繰り返しです。仕事である。ヒトが仕事をする場合について、情報、データを利用するのだ。そこに、コンピュータが出てくる機会はある。

聞いておきたかった

今一度言っておきたいことがある。情報は、職種により、職位により、見る角度が違う。否、角度は違わねばならない。それでも存在する組織は、ヒトは、不要なのである。ヒトは不要でも、仕事は残る。それこそ、コンピュータ向きである。

二人の靴のセールスマンがある島に派遣した経営者は、判断をセールスマンに任せたい。自分が判断するための情報の収集を任せたいのである。

先ほど、靴のセールスマンを派遣した、と書いた。見事に職は区分されている。閑話休題。

パソコン導入に反対した人がいる。反対理由を聞いておきたかった。今となつてはそれは不可能だが、導入反対を主張した部長の反対根拠を聞いておけばよかった。

同じことだが、ユーザーサイトへのパソコン導入に際して、現場担当者が、何故自分の仕事が奪われる、減る、と思ったのか。これも聞いておきたかった。

(FumioTAHARA)