

会議で ダメな いわれない方法

昔に比べ、いろいろな職業の方が、会議やプレゼンをはじめ、さまざまなコミュニケーションの場で発言を求められたといった経験をされたのではないのでしょうか。

わたしたちは、瞬間的に頭の中でフレームワークを構築し意見を述べなければなりません。

広く一般の会議において大事なものは「この人はダメだ」と思われるような意見を言わないことです。しかし、一般的に、仕事のやり方は習っても、「意見の言い方」を習いしません。

理由がない意見はダメ

ところで、会議の場で誰もが聞きたくない、「人の気分を害するダメな意見」とはいったいどのようなものなのでしょうか。

それは、「理由がない意見」を言う人のことです。

それでは、逆に斬新なアイデアや発想から企画を生み出した会議やプレゼンで説得力のある、切れのある

発言とはどのような発言なのでしょう。

斬新な発想、人とは違う発想というのは、思いつきで頭に浮かぶようなものではありません。見つけるのです。どこから切ったらおもしろいか、切り口を見つけるのです。そのためには、少なくとも視点が、複数あって、初めて、面白いものが出てくるのです。これには通常「分析」が必要といわれています。分析をすると、新たな視点が生まれてきます。

思考の補助線

最初に、ワンパターンに物事を考えてみる方法を示します。

「今はとても不景気なので、家電が売れています」「それは不景気だから」です。

また、「最近では男がスカートをはくファッションがはっていますね」

「それは不景気だから」とこんな感じです。

これは、いうなれば「思

考の補助線」となるワンパターンです。実際に不景気だからなのかどうか、その真偽のほどは、いってしまえばこの際どうでもよいのです。大事なものは、その分析が正しいかどうかよりも、分析の最初の一步として、パターンを作って、そのパターンを基にしたロジックを自分のなかで組み立てることなのです。

これにより、視点が1つ生まれ、それがまた別の視点を生み、だんだん正解に近づいていくことがあります。次に、増やした視点を具体的なアイデアや発想に落とし込んでみます。

また、効果的なアウトプットのためにすべきこと、それはまず、視点をリスト化するということです。増やした視点を視覚化しておくことは、非常に大切です。「いい考えなら覚えているだろう」と思うのは、とても甘いと言わざるを得ません。人は書き出しておかないかぎり、キレイさっぱり忘れてしまう生き物だからです。こうして他人とは違う発想を生み出す方法を身につけて下さい。

今年1月にテレビ放送されたNHKスペシャル「無縁社会～無縁死3万2千人の衝撃」は、多くの視聴者に衝撃を与え、反響が大きかったといわれています。

社会的動物

ところで、社会的な関係、人間関係について、夫婦関係から親族・友人などによる社会的サポート・ネットワーク、職場など、いろいろな環境が健康に影響することがわかってきました。

人間というのは「社会的動物」です。社会的な関係を断ち切られると、単に社会関係が乏しくなるだけにとどまらず、死にやすくなり、寿命が縮むのです。これは人種や文化を越えて、世界中で観察されている事実です。

健康格差と 貧富の差

所得や学歴、職業階層でみた社会階層が低い人ほど、これらの生活習慣・健康行動において、健康に好ましくないものが多い傾向があることがわかってきました。

日本では、2000年以降、医療を受けたときの自己負担額が引き上げられました。その結果もたらされるのが受診抑制です。

ただし、医療にかかるときの自己負担をゼロにしても、これらの健康格差はなくなりません。そのことは、受診時、原則無料のイギリスにおいても、健康格差が拡大してきたことから

健

康

格差社会の到来



わかることです。

アメリカなど貧富の差が大きい国ほど寿命が短く、北欧のような貧富の差が小さい国や社会ほど人々の健康水準がよいのです。これ

は貧困などの絶対的所得水準だけでなく、他の人と比べた相対的な所得水準も人々の健康に影響を及ぼすのではないかという仮説が成り立ちます。

今日の勝ち組、 明日の負け組

多くの国民は、「経済成長のために多少の格差は必要だ」と聞かされ、いわば必要悪として受け入れられてきたのが格差問題です。

ところが、健康か経済成長かといわれれば迷うことになります。健康は、幸福の基盤だと誰しも感じているからです。格差が拡大すると被害を受けるのは、いわゆる「負け組」だけではありません。

受験競争を勝ち抜いた人や、経済的にみて相対的に「勝ち組」にみえる中所得者層や公務員、一握りの高所得者など、格差社会における「勝ち組」をも不幸にします。

競争が激しい社会では、勝負や競争、ゲームを繰り返してさせられます。そこでは「今日の勝ち組が明日も勝ち組」という保障はありません。特に、得られるものの差が大きい格差社会になればなるほど、明日も「勝ち組」であり続けるためには大きな努力が必要となります。

それは、困難やストレスフルな状態にさらされたとき、しぶとく逞しく「生き抜く力」を持たなければならないという覚悟が必要だということなのです。

コミュニティ・ビジネス って？

今、環境や福祉などの分野で公益的なサービスを事業とするコミュニティ・ビジネスが注目されています。一般的なビジネスとの大きな違いは、その活動目的が利益を優先するのではなく、地域社会（コミュニティ）の改善という非営利的な社会貢献に主眼がおかれているということです。対象とするマーケットは、公益的で規模も小さいという性格上、収益性が低く採算が合わない場合も多いのですが、活動の主な担い手である住民が協力し合い、地域の問題解決に取り組んでいます。

企業にとって、住民とともに地域内の課題解決に向けたコミュニティ・ビジネスに取り組むことは、地域との共生を図る有効な手段でもあります。

取り組みやすいものとしてまず考えられることは、既存の活動団体への資金や労働

力、経営ノウハウなどの提供です。

経営的な視点から助言をするなど一緒になってサービスの改善を進めるのもひとつの方法で、自社の資源やノウハウを活かしてコミュニティ・ビジネスに主体的に取り組んでみることも一考に値します。環境や福祉、教育など公益的な分野の事業者のみならず、商店街や小規模事業者など地域住民との密接なかかわりの中で成り立っている事業者であれば、コミュニティへの貢献によって消費者本位の地域内での役割を強化することができ、本来事業との相乗効果が期待できます。

このとき事業を推進するうえでポイントとなるのが、継続的な事業が行えるような仕組み作りと市民活動組織のほかの事業者との協働です。

採算の合いにくい市場で事業を行わなくてはならず、また、住民により深い信頼関係や支持を得なければ成り立たないということから考えても、地域内のマンパワーを有効活用していくことが大切になります。

逆の道に商機あり 「喫煙カフェ」

嫌煙運動が広がる時代の風潮に、あえて逆らうように登場したのが、今話題の「喫煙カフェ」です。

入口には「お子様連れの方や20歳未満の方は御遠慮いただければ幸いです」と貼り出されています。コーヒー1杯250円。店内すべてが喫煙席。平日の昼時などは、サラリーマンを中心にほぼ満席のにぎわいとか。各フロアの天井には数台の空気清浄機を設置して“空気”には細心の注意が払われています。

店側は「禁煙とは逆の道に商機があると考えた」と言い、今後さらなる店舗展開を目指しています。

世の中の禁煙を求める流れが強まれば強まるほど、このビジネスへのニーズが高まっていくというアンチの図式です。今はまだ、東京ローカルの出来事ですが、はたして全国にどこまで「喫煙カフェ」の動きが広がっていくのでしょうか。

ヨーグルトの乳酸菌が秘める力

ヨーグルトは、牛乳などの乳を発酵させて作る発酵食品。多くのメーカーからさまざまな商品が出され、いろいろな菌の名前が書いてあります。これらはすべて「乳酸菌」です。乳酸菌とは糖類を分解して、多量の乳酸を作り出す菌のこと。同じような働きをする菌がたくさんあり、これらを総称して乳酸菌と呼んでいます。

ヨーグルトの乳酸菌でつくられる乳酸は、腸内の善玉菌を増やして悪玉菌の増殖を抑制します。その結果、免疫力を高めたり便通をよくしたりおなかの調子を整えるという効果があるそうです。ヨーグルトは、どのような形状、タイプのもので乳酸菌はきちんと生きていて、ヨーグルト効果も見込めるそうです。